

The Great Connectivity

Đại Kết Nối







# Bữa ăn ngon bắt đầu từ sự kết nối.

Kết nối phong cách sống hiện đại với nhu cầu dinh dưỡng mỗi ngày, chuyển đổi cách 100 triệu người tiêu dùng tận hưởng món ngon.





# Tối ưu hóa giá trị trên toàn chuỗi.

Nâng cao hiệu quả từ quy trình sản xuất đến điểm bán, nỗ lực cải tiến không ngừng để gia tăng giá trị cho người tiêu dùng.



# Đảm bảo thực phẩm chất lượng luôn sẵn sàng mọi lúc mọi nơi.

Supra và nền tảng tích hợp toàn diện từ tập đoàn  
Masan giúp mở rộng mạng lưới phân phối.

Kết nối thực phẩm dinh dưỡng tới hàng triệu  
gia đình ở mọi nơi - với mức giá tối ưu.





# Các Thương Hiệu Mạnh và sản phẩm vượt trội, phục vụ trọn vẹn mọi nhu cầu.

Danh mục sản phẩm đa dạng đáp ứng nhu cầu từ bữa ăn gia đình đến những lựa chọn tiện lợi. Phục vụ triệu gia đình. Nuôi dưỡng triệu ngày mới.



Tạo giá trị trong từng  
sản phẩm, lan tỏa  
trong từng trải nghiệm.

Với chất lượng thịt đạt chuẩn quốc tế  
cùng mức giá hợp lý, các sản phẩm là  
lựa chọn phù hợp hiện diện trong bữa ăn  
của mọi gia đình.



Tối ưu các lựa chọn tiện lợi cho nhịp sống hiện đại, giữ trọn hương vị, đảm bảo chất lượng ổn định và dễ dàng thưởng thức mọi lúc, mọi nơi.

Kết hợp tiện lợi, trọn vẹn dinh dưỡng và trải nghiệm vượt trội trong từng lựa chọn.



# Một chuỗi giá trị đạt chuẩn mực toàn cầu. Nâng cao hiệu suất. Nâng tầm cuộc sống.

Nơi chăn nuôi, quy trình chế biến, công nghệ và niềm tin hội tụ.  
Mở rộng hệ thống phân phối ra mọi cửa hàng bán lẻ hiện đại  
và truyền thống, chạm tới mọi gia đình.  
Để bữa ăn hiện đại hơn. Cuộc sống khỏe hơn.  
Tăng trưởng bền vững hơn.

## 60%

Thị phần ngành hàng thịt và thịt chế biến trong hệ thống WinCommerce

## 50%

Thị phần ngành hàng thịt chế biến trên toàn quốc

## 75%

Thị phần ngành hàng đồ ăn vặt từ thịt trên toàn quốc

## 1 Triệu

Người tiêu dùng trung thành



# Một nền tảng thực phẩm dinh dưỡng hiện đại, nâng tầm triệu cuộc sống.

Vì sức khỏe của hàng triệu người tiêu dùng.  
Vì sự tăng trưởng bền vững cho tất cả.  
Chất lượng thực phẩm tốt hơn, cho cuộc sống tốt hơn.

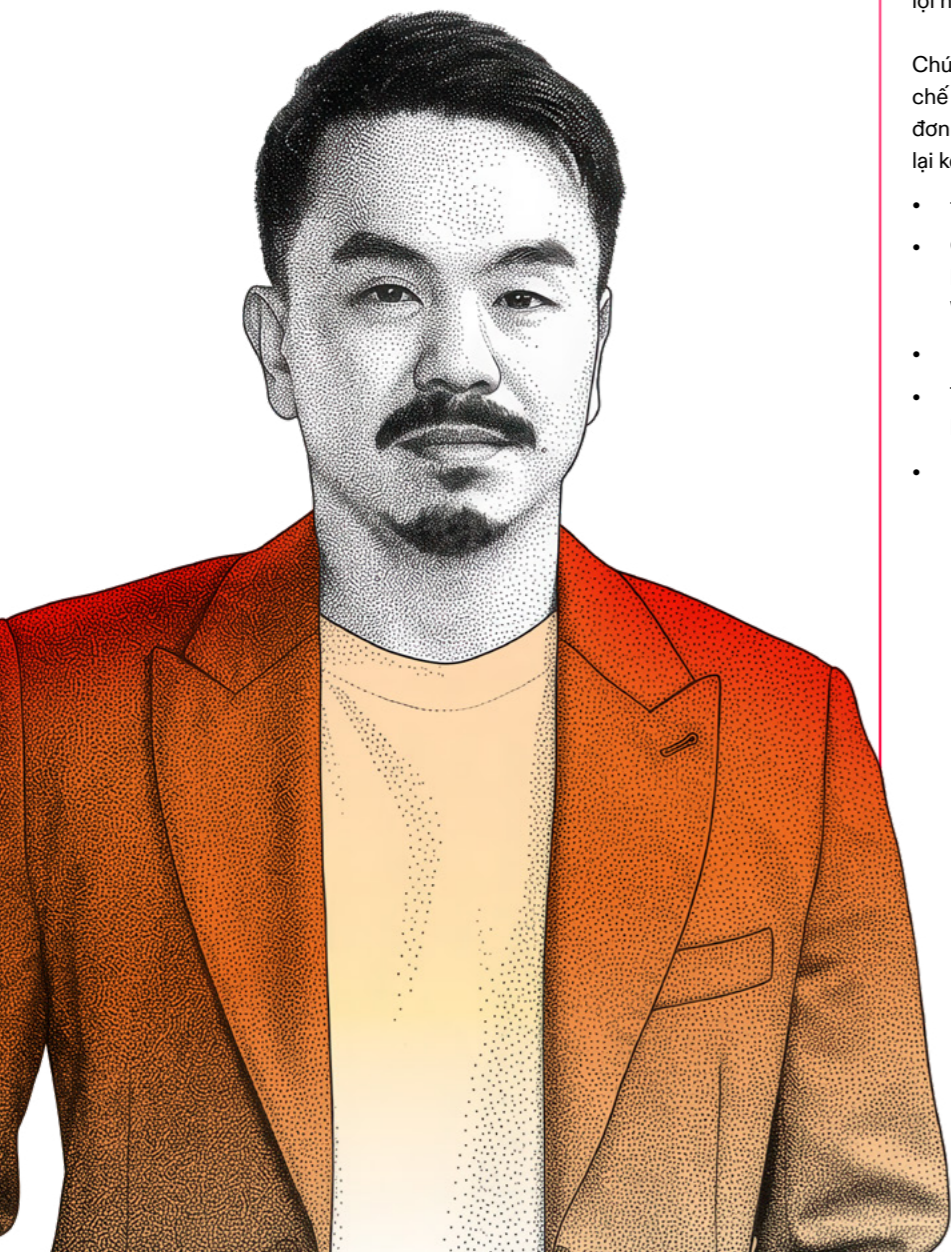
Keep Dreaming. Keep Going.



## Mục lục

Thư ngỏ Chủ tịch Hội đồng quản trị	22
Câu chuyện của chúng tôi	26
Báo cáo của Ban điều hành	42
Báo cáo phát triển bền vững	70
Báo cáo tài chính	98
Thông tin doanh nghiệp	158

## Thư ngỏ Chủ tịch Hội đồng Quản trị



### Kết nối phong cách sống hiện đại với nhu cầu dinh dưỡng mỗi ngày

Quý Cổ đông, Đối tác, Người tiêu dùng và các Masaner thân mến,

Tại Masan MEATLife, điểm khởi đầu của chúng tôi luôn là nâng cao hiệu quả của toàn bộ chuỗi giá trị ngành thịt, nhằm mang đến cho 100 triệu người tiêu dùng Việt Nam những bữa ăn hàng ngày an toàn, đầy đủ dinh dưỡng và ngon hơn.

Trong suốt thập kỷ qua, chúng tôi kiên định theo đuổi con đường tăng trưởng có lợi nhuận. Đến hôm nay, những nền tảng đó đã từng bước được hình thành rõ nét.

Chúng tôi liên tục tối ưu từng mắt xích trong chuỗi giá trị, từ đầu vào chăn nuôi, chế biến, đóng gói đến chuỗi cung ứng lạnh và điểm bán. Qua đó, giá trị trên mỗi đơn vị đầu vào được nâng cao một cách bền vững, và những nỗ lực này đã mang lại kết quả rõ ràng:

- Đạt lợi nhuận trong hai năm liên tiếp
- Chiếm khoảng 60% thị phần ngành hàng thịt và thịt chế biến trong hệ thống bán lẻ WinCommerce (WCM), đóng góp khoảng 25% tăng trưởng LFL của WCM trong năm tài chính 2025
- Nắm giữ hơn 50% thị phần thịt chế biến trên toàn quốc
- Từng bước định hình và dẫn dắt ngành hàng snack từ thịt và nhanh chóng đạt khoảng 75% thị phần
- Mở rộng tệp khách hàng trung thành lên hơn 1 triệu người tiêu dùng.

Dù tự hào với những gì đội ngũ đã đạt được, chúng tôi hiểu rằng hành trình phía trước còn nhiều ý nghĩa hơn. Chúng tôi hướng đến xây dựng một nền tảng thực phẩm và dinh dưỡng hiện đại hàng đầu tại Việt Nam, góp phần thay đổi cách 100 triệu người tiêu dùng tiếp cận và trải nghiệm thịt và các sản phẩm thịt chế biến trong cuộc sống hàng ngày.

Mục tiêu của chúng tôi rất rõ ràng: từng bước hiện diện trong nhiều gia đình hơn, phục vụ trọn vẹn nhu cầu dinh dưỡng hàng ngày, mọi lúc, mọi nơi của người tiêu dùng. Để làm được điều đó, việc kết nối các mắt xích chiến lược dưới đây là vô cùng quan trọng.

**Thứ nhất, tối ưu giá trị toàn chuỗi.** Thông qua đổi mới sản phẩm, chúng tôi tối đa hóa giá trị từ mỗi đơn vị đầu vào bằng cách khai thác hiệu quả toàn bộ nguyên liệu, đồng thời nâng cao hiệu quả vận hành trên toàn chuỗi giá trị, từ sản xuất đến điểm bán. Qua đó, giá trị tạo ra được gia tăng, giúp mang đến nhiều lợi ích hơn cho người tiêu dùng.

**Thứ hai, tối ưu chuỗi cung ứng lạnh tại Việt Nam với Supra và nền tảng vận hành của Masan.** Một hệ thống chuỗi cung ứng lạnh hiện đại và tích hợp giúp giảm đáng kể hao hụt, kéo dài độ tươi ngon và đảm bảo chất lượng ổn định. Điều này giúp nâng cao hiệu quả trên toàn chuỗi giá trị. Đối với nhà bán lẻ, hệ thống này giúp mở rộng độ phủ, cải thiện quản lý tồn kho và củng cố niềm tin về chất lượng. Quan trọng hơn, với người tiêu dùng, điều này đồng nghĩa với việc tiếp cận các sản phẩm an toàn, tươi ngon và đầy đủ dinh dưỡng hơn với mức giá hợp lý. Bằng cách từng bước hoàn thiện hạ tầng chuỗi cung ứng lạnh, từ chế biến đến phân phối, chúng tôi kiến tạo những giá trị vượt trội và bền vững cho hệ sinh thái ngành thịt.

**Thứ ba, xây dựng danh mục các Thương Hiệu Mạnh (Power Brands)** đáp ứng trọn vẹn nhu cầu dinh dưỡng ngày càng đa dạng và không ngừng nâng cao của người tiêu dùng:

1. **Thịt ủ mát** cho những bữa cơm gia đình đầy đủ dinh dưỡng.
2. **Thịt ướp sẵn** – hỗ trợ việc nấu ăn tại nhà trở nên tiện lợi hơn.
3. **Các giải pháp bữa ăn tiện lợi**, phù hợp với nhịp sống năng động.
4. **Snack thịt dinh dưỡng**, giúp bổ sung năng lượng nhanh chóng.

Việc mở rộng quy mô thị trường mục tiêu và đa dạng hóa các nhu cầu tiêu dùng sẽ giúp chúng tôi đẩy nhanh mục tiêu **“Tối ưu giá trị toàn chuỗi”**.

Bằng cách kết nối các trụ cột chiến lược này, chúng tôi có thể mở rộng quy mô kinh doanh thịt ủ mát vượt ra ngoài kênh bán lẻ hiện đại. Qua đó, xây dựng một mô hình có khả năng mở rộng để phân phối đầy đủ danh mục sản phẩm, từ thịt ủ mát đến thịt chế biến đến khoảng 20.000 cửa hàng WinCommerce và 500.000 điểm bán truyền thống thuộc Retail Supreme vào năm 2030.

Đây chính là cách Masan tạo ra giá trị. Chúng tôi bắt đầu từ một nhu cầu lớn chưa được đáp ứng, xây dựng quy mô dẫn đầu và từng bước kết nối thành một nền tảng vận hành có khả năng gia tăng giá trị một cách bền vững theo thời gian. Với Masan MEATLife, chúng tôi đang áp dụng cách tiếp cận đó vào một trong những ngành hàng thiết yếu lớn nhất, được thúc đẩy bởi quy mô và năng lực của nền tảng Tiêu dùng – Bán lẻ – Công nghệ của Masan.

Chúng tôi đang ở giai đoạn tăng tốc. Nền tảng đã được xây dựng, và cơ hội đang ở phía trước. Điều quan trọng lúc này là kiên định triển khai và liên tục đổi mới, sáng tạo mỗi ngày, với tinh thần chủ động, trách nhiệm và tư duy dài hạn đã định hình Masan ngay từ những ngày đầu.

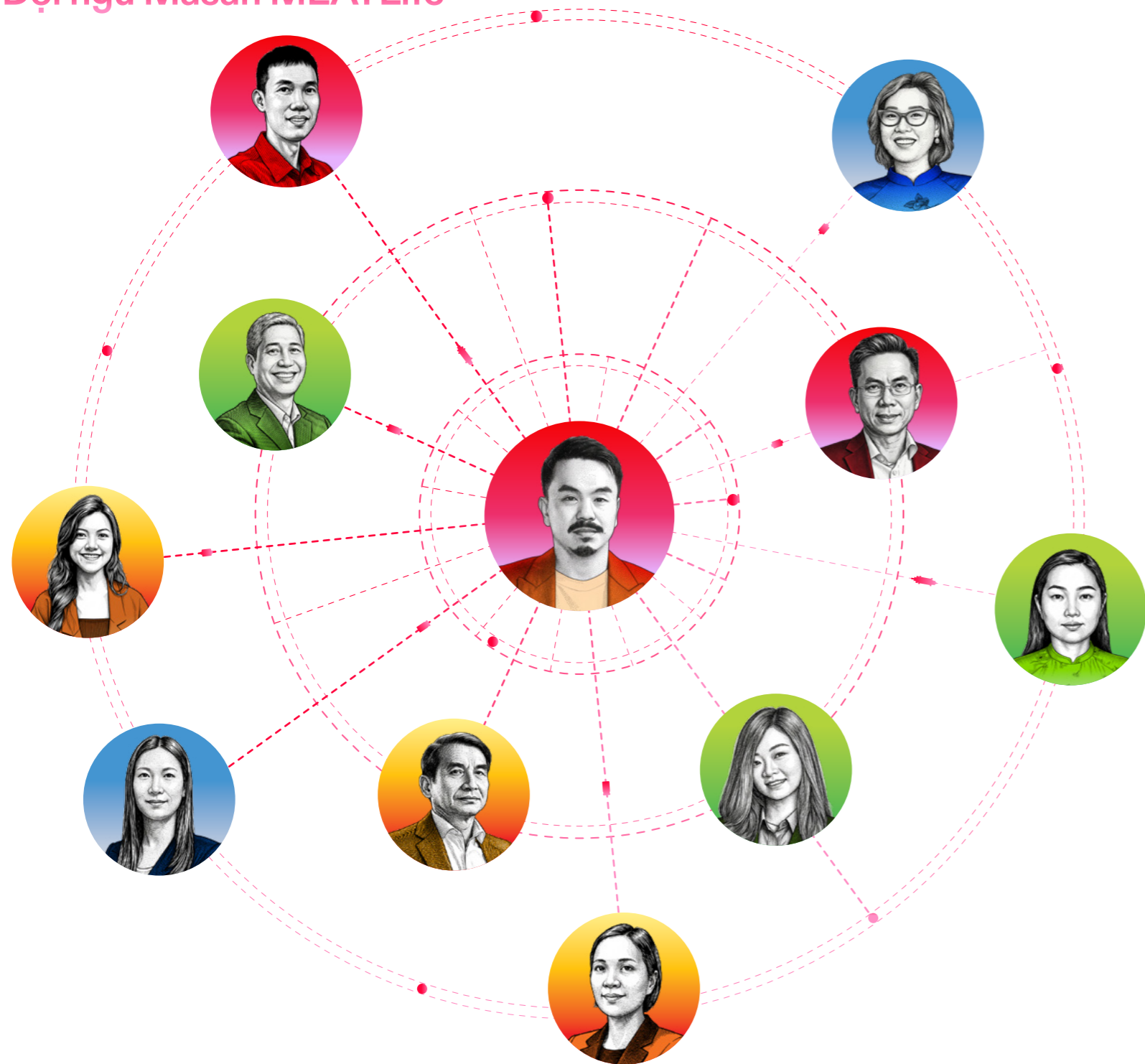
Chúng tôi tin vào triết lý **“Doing well by doing good”**, phục vụ 100 triệu người tiêu dùng Việt Nam, đồng thời mang đến những sản phẩm dinh dưỡng hiện đại, an toàn và tiện lợi cho mọi nhu cầu hàng ngày với hiệu quả, độ phủ và giá trị ngày càng cao. Đó chính là mục tiêu mà chúng tôi theo đuổi.

Thay mặt Hội đồng Quản trị và tập thể Masaner, tôi trân trọng cảm ơn sự tin tưởng và sát cánh của Quý vị. Tại Masan MEATLife, chúng tôi tin rằng: Khi tự khắc khe với chính mình bằng những tiêu chuẩn cao nhất, những giá trị mang lại cho khách hàng, đối tác và cổ đông mới thực sự trọn vẹn và bền vững.

**Keep Dreaming. Keep Going.**

Chủ tịch Hội đồng Quản trị Masan MEATLife  
Danny Le

# Đội ngũ Masan MEATLife



# Câu chuyện của chúng tôi



## Hành trình phụng sự người tiêu dùng và sứ mệnh dẫn dắt ngành hàng

Hành trình của chúng tôi bắt đầu từ một niềm tin giản dị: mỗi bữa ăn an toàn và đủ dinh dưỡng là nền tảng cho một gia đình hạnh phúc; và một nền tảng thực phẩm và dinh dưỡng được tổ chức bài bản sẽ là nền móng cho sự phát triển bền vững của quốc gia.

Chúng tôi nhìn ngành thịt không chỉ là một ngành hàng thiết yếu, mà là một cấu phần chiến lược của hệ sinh thái thực phẩm hiện đại. Khi thu nhập người dân tăng lên và tiêu chuẩn tiêu dùng ngày càng cao về an toàn, truy xuất nguồn gốc và dinh dưỡng, nhu cầu tái cấu trúc ngành thịt và thực phẩm trở nên cấp thiết. Đó là không gian chiến lược mà chúng tôi lựa chọn để dẫn dắt.

Từ một doanh nghiệp thức ăn chăn nuôi, chúng tôi đã chuyển đổi toàn diện thành một doanh nghiệp hàng đầu trong ngành thịt có thương hiệu. Mô hình hoạt động tích hợp toàn bộ chuỗi giá trị cho phép chúng tôi kiểm soát chặt chẽ chất lượng từ nguyên liệu đầu vào đến bàn ăn bằng việc tối ưu năng suất, chi phí trên toàn chuỗi, chuẩn hóa vận hành để tạo lợi thế quy mô và ứng dụng công nghệ kết hợp với việc xây dựng chuỗi cung ứng lạnh từ nhà máy đến các điểm bán nhằm nâng cao tiêu chuẩn ngành thịt. Chúng tôi tin rằng chuẩn hóa là con đường tất yếu để xây dựng niềm tin bền vững nơi người tiêu dùng.



## “Tầm nhìn của chúng tôi là trở thành nền tảng thực phẩm và dinh dưỡng hiện đại hàng đầu Việt Nam.”

Ba thương hiệu chiến lược - MEATDeli, Heo Cao Bồi và Pönnie - được phát triển như ba trụ cột phục vụ trọn vẹn nhu cầu dinh dưỡng của hơn 100 triệu người Việt. Mỗi thương hiệu có chiến lược riêng nhưng thống nhất trong mục tiêu chung: xây dựng niềm tin dài hạn thay vì tăng trưởng ngắn hạn. Chúng tôi không tìm kiếm lợi thế cạnh tranh từ khuyến mại; chúng tôi xây dựng lợi thế từ năng suất, hệ thống và thương hiệu.

Chiến lược tăng trưởng của chúng tôi dựa trên một lộ trình có kỷ luật: tối ưu chi phí và năng suất để tạo nền móng; gia tăng mật độ phân phối để mở rộng khả năng tiếp cận; đầu tư thương hiệu như một “thành trì” chiến lược; đổi mới sản phẩm theo xu hướng tiêu dùng và tận dụng nền tảng hệ sinh thái Tiêu dùng - Bán lẻ - Công nghệ (“Consumer-Retail-Tech”) của Tập đoàn Masan để tối đa hóa các giá trị cộng hưởng. Trong ngành thực phẩm và dinh dưỡng, chúng tôi tin rằng hiệu quả vận hành phải đi trước, quy mô phân phối theo sau và thương hiệu bền vững là đích đến cuối cùng.

Với quy mô thị trường ngành thịt tại Việt Nam tiềm năng khoảng hơn 30 tỷ USD, cơ hội không chỉ nằm ở mở rộng thị phần mà còn ở việc định hình tiêu chuẩn mới cho ngành: chuẩn hóa an toàn, minh bạch truy xuất và nâng cao năng suất toàn chuỗi. **Tầm nhìn của chúng tôi là trở thành nền tảng thực phẩm và dinh dưỡng hiện đại hàng đầu Việt Nam** - nơi tăng trưởng đến từ năng lực mang tính cốt lõi, không chỉ từ chu kỳ thị trường.

# >100

(Triệu) Người Việt được phục vụ trọn vẹn nhu cầu dinh dưỡng

# >30

(Tỷ USD) Tiềm năng quy mô thị trường ngành thịt tại Việt Nam

**Năm 2026 sẽ là năm bản lề trong hành trình 10 năm tới**, đánh dấu bước chuyển mình dựa trên số hóa toàn bộ vận hành đầu cuối. Từ trang trại, nhà máy đến logistics và điểm bán, chúng tôi hướng đến mô hình vận hành dựa trên dữ liệu, tối ưu vòng quay vốn, nâng cao hiệu suất tài sản và tăng cường khả năng dự báo rủi ro.

Chúng tôi hiểu rằng xây dựng một nền tảng đậm và dinh dưỡng hiện đại là hành trình dài đòi hỏi kỷ luật, đổi mới liên tục và niềm tin của người tiêu dùng. Với nền tảng tích hợp, hệ thống thương hiệu chiến lược và lộ trình tăng trưởng rõ ràng, chúng tôi tin mình đang đi đúng hướng - kiến tạo một chuẩn mực mới cho ngành thực phẩm và dinh dưỡng Việt Nam.



## Sở hữu nền tảng tăng trưởng với quy mô vững mạnh và rộng khắp

Masan MEATLife sở hữu một mô hình kinh doanh độc đáo để có thể khai mở tiềm năng chuỗi giá trị ngành thịt tại Việt Nam, hướng đến mục tiêu trở thành công ty dẫn đầu trong việc xây dựng nền tảng thực phẩm và dinh dưỡng hiện đại.

Về sản phẩm, Masan MEATLife sở hữu nền tảng kinh doanh Thịt heo (Thịt ủ mát MEATDeli), Thịt gà (Gà tươi MEATDeli, Gà Tươi 3F) và Thịt chế biến (Thịt chế biến MEATDeli, Pönnie, Heo Cao Bồi...). Trong đó, nhóm sản phẩm thịt chế biến Pönnie, 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, từ đó tạo ra các sản phẩm vượt trội về chất lượng, khẳng định vị thế dẫn đầu về thịt chế biến trên thị trường.

Về phân phối, Masan MEATLife tự hào có một nền tảng hệ thống kho vận quy mô lớn, đồng thời phối hợp cùng các công ty thành viên khác như Masan Consumers cho hệ thống phân phối truyền thống (GT) và WinCommerce cho hệ thống phân phối hiện đại (MT), cùng nhau tạo nên một siêu hệ thống phân phối, trải dài từ nông thôn đến thành thị, phục vụ sát sao từng nhu cầu của người tiêu dùng Việt Nam.



Về xây dựng thương hiệu, với nền tảng dữ liệu từ chương trình hội viên Win, cùng các cải tiến công nghệ trong hệ thống phân phối, Masan MEATLife có cơ hội tiếp cận và thấu hiểu người tiêu dùng một cách sâu rộng, giúp chúng tôi thực hiện những chiến lược truyền thông ở quy mô lớn đồng thời hiện diện ở mọi góc ngách trong đời sống họ từ online đến offline, từ đó tăng cường sức mạnh thương hiệu trong tâm trí người tiêu dùng.

Chính bởi sự kết hợp các nền tảng nói trên đã giúp Masan MEATLife từng bước khẳng định vị thế công ty dẫn đầu về xây dựng nền tảng thực phẩm và dinh dưỡng tại Việt Nam. Để tiếp tục duy trì được điều này đồng thời hướng đến tầm nhìn lớn hơn cho 2026 - 2030, chúng tôi đã, đang và sẽ đầu tư mạnh mẽ vào các hoạt động được đề cập bên trên, và không quên một điều quan trọng nhất, chính là nguồn nhân lực.



## Danh mục sản phẩm chất lượng vượt trội, thấu hiểu thị trường

Masan MEATLife phát triển danh mục sản phẩm dựa trên sự am hiểu sâu sắc tiềm năng thị trường và nhu cầu ngày càng đa dạng và không ngừng nâng cao của người tiêu dùng Việt Nam. Công ty liên tục đầu tư vào công nghệ hiện đại, đồng thời quy tụ đội ngũ nghiên cứu & phát triển (R&D) chất lượng cao từ nhiều quốc gia, nhằm liên tục đổi mới và nâng tầm trải nghiệm sản phẩm.

Trên nền tảng đó, mỗi thương hiệu mang đến một dấu ấn riêng biệt:

### Pönnie

Pönnie ngoài việc tiếp tục duy trì vị thế trong ngành tiết trùng bằng những sản phẩm chủ lực nhưng thay đổi các pack size đa dạng để phù hợp với các đối tượng tiêu dùng khác nhau, định hình tính cao cấp trong mảng thanh trùng với các sản phẩm xúc xích chuẩn quốc tế, thương hiệu còn tiên phong tạo ra ngành hàng mới nhằm mang lại trải nghiệm thú vị thu hút người tiêu dùng trẻ: ngành hàng chill meat snack - sử dụng công nghệ thanh trùng giúp món snack thịt có kết cấu mọng, tươi, ngon ngậy thịt, thoải mãn vị giác hơn so với các snack thịt hiện tại, ngoài ra sản phẩm còn đa dạng về kết cấu (texture) và hình dáng (shape), kèm thiết kế xiên que tiện lợi, mang đến trải nghiệm “ăn snack thịt tươi – ngon – đã miệng”! Tinh thần đổi mới và tiên phong của Pönnie giúp danh mục sản phẩm ngày càng đa dạng, thấu hiểu và đáp ứng nhu cầu của giới trẻ nhiều hơn.



### Heo Cao Bồi

Heo Cao Bồi chiếm lĩnh thị trường với bộ sưu tập Xốt Lắc và dòng xúc xích nhân phô mai tan chảy, ghi ấn tượng tốt với phụ huynh bằng những sản phẩm Cuốn Cuốn kết hợp thêm nhiều loại dinh dưỡng khác nhau cho trẻ, và giờ đây tiếp tục tạo nên dấu ấn sáng tạo với sự kết hợp bất ngờ giữa xúc xích giòn sần sật và kẹo nổ vui tai với tên gọi Xúc xích Xi Xèo Heo Cao Bồi – vừa nhai xúc xích giòn giòn vừa nghe tiếng nổ lách tách cùng nghi thức ăn độc đáo trên chảo – cho trẻ trải nghiệm cảm giác mình là một đầu bếp thực thụ, khiến trẻ hào hứng ăn cùng bạn bè mỗi ngày. Luôn giữ vững định hướng **Ngon – Vui – Dinh Dưỡng**, danh mục sản phẩm của thương hiệu ưu tiên hướng tới việc mang đến niềm vui cho trẻ trong từng nguyên liệu, từng cách ăn và không quên đảm bảo sự an tâm của cha mẹ khi thấy con mình sử dụng sản phẩm Heo Cao Bồi.



### MEATDeli

MEATDeli, thương hiệu đã xây dựng được danh mục sản phẩm phong phú cho ngành hàng thịt fresh, giờ đây tập trung phát triển thêm nhóm sản phẩm tẩm ướp cao cấp sử dụng nền thịt ủ mát MEATDeli chất lượng kết hợp với công thức xốt đặc biệt từ Chef, mang lại giải pháp nấu nướng tại nhà thật nhẹ nhàng nhưng đảm bảo mỗi món được nấu ra luôn ngon như nhà hàng. Nhóm sản phẩm sẽ được xếp thành các bộ sưu tập để người tiêu dùng dễ dàng lựa chọn theo nhu cầu, thời điểm hay các dịp quan trọng như: bộ sưu tập xiên que (thịt nướng chao, thịt nướng mắc mật, thịt nướng BBQ,...), bộ sưu tập tẩm xốt (đuôi gà Mala, cánh gà Mala,...), bộ sưu tập thịt đa năng...



## Xây dựng các Thương Hiệu Mạnh dẫn dắt ngành hàng

Trong năm 2025, Masan MEATLife tiếp tục xác định xây dựng thương hiệu mạnh là một ưu tiên chiến lược nhằm hỗ trợ tăng trưởng dài hạn và củng cố vị thế cạnh tranh. Theo định hướng này, sức mạnh thương hiệu không chỉ được phản ánh qua mức độ nhận biết mà còn thông qua niềm tin và sự trung thành của người tiêu dùng. Chiến lược xây dựng thương hiệu dài hạn của Masan MEATLife tập trung vào việc hình thành mối liên kết cảm xúc bền chặt và thúc đẩy sự gắn bó lâu dài của người tiêu dùng, qua đó nâng cao năng lực cạnh tranh và tạo nền tảng cho sự phát triển bền vững, lâu dài của doanh nghiệp. Trên cơ sở đó, việc xây dựng thương hiệu được triển khai nhất quán ở cả ba nhãn hàng: Heo Cao Bồi, Pönnie và MEATDeli, tập trung vào ba trụ cột chính gồm: lựa chọn nội dung truyền thông tối ưu, đảm bảo mức độ hiện diện đa kênh và nâng cao trải nghiệm thương hiệu tại mọi điểm chạm với người tiêu dùng.

“Masan MEATLife tập trung vào việc hình thành mối liên kết cảm xúc bền chặt và thúc đẩy sự gắn bó lâu dài của người tiêu dùng, qua đó nâng cao năng lực cạnh tranh và tạo nền tảng cho sự phát triển bền vững, lâu dài của doanh nghiệp.”

# 99%

Tỷ lệ nhận biết thương hiệu Heo Cao Bồi trong nhóm trẻ em

# 35%

Thị phần của Pönnie trong ngành hàng xúc xích tiết trùng - Top 1

# 85%

Mức độ nhận biết thương hiệu MEATDeli (bao gồm TOM và nhận biết không trợ giúp)

### Heo Cao Bồi

Với định hướng đồng hành cùng trẻ em, Heo Cao Bồi xây dựng các hoạt động truyền thông theo định hướng trải nghiệm vui, lồng ghép các giá trị tích cực phù hợp với lứa tuổi. Trên nền tảng trực tuyến, Heo Cao Bồi phát triển chuỗi nội dung nhằm nâng cao nhận thức và hỗ trợ hình thành những thói quen tích cực cho trẻ. Song song đó, Heo Cao Bồi phối hợp cùng Hội đồng Đội Trung ương triển khai chuỗi phim hoạt hình mang tính giáo dục nhằm bồi dưỡng kỹ năng mềm cho học sinh Tiểu học thông qua hơn 20 tiết học ngoại khóa, đồng thời tổ chức hơn 300 sân chơi trải nghiệm góp phần phát triển tư duy sáng tạo và khả năng phản xạ nhạy bén. Qua các hoạt động này, Heo Cao Bồi từng bước khẳng định vai trò là thương hiệu gắn kết lâu dài với thế hệ tương lai, trở thành một người bạn không thể thiếu của trẻ em đồng thời tạo dựng niềm tin bền vững với các bậc phụ huynh. Từ những hoạt động thương hiệu liên tục và xuyên suốt đó, Heo Cao Bồi đã trở thành thương hiệu được nhận biết với tỷ lệ gần như tuyệt đối ở nhóm trẻ em (99%) trong đó mức độ yêu thích dành cho thương hiệu rất cao với 4.44/5 điểm.

Nguồn: Alphanalist - Báo cáo đo lường sức khỏe thương hiệu 2025



### Pönnie

Pönnie được định vị là nhãn hàng tiên phong, dẫn dắt phong cách sống năng động và hiện đại của giới trẻ. Hoạt động tiếp thị được triển khai theo mô hình on-to-off, đảm bảo tính nhất quán xuyên suốt hành trình trải nghiệm của người tiêu dùng. Pönnie duy trì chuỗi nội dung sáng tạo trên các nền tảng truyền thông số trọng điểm, nổi bật với các hoạt động truyền thông như “Năng lượng non-stop” (kết hợp cùng Đại sứ thương hiệu Sơn Tùng M-TP), “Năng lượng chống mọi kiểu đói” và “Tiệc nhà ngon – giòn – mộng”. Song song đó, Pönnie triển khai “Meat Snack Corner” tại toàn bộ các kênh bán hàng nhằm gia tăng mức độ tương tác, nâng cao nhận diện thương hiệu và thúc đẩy hành vi mua sắm. Sau 8 năm nỗ lực không ngừng, thương hiệu Pönnie đã đạt được top 1 với 35% thị phần trong ngành hàng xúc xích tiết trùng<sup>1</sup>, đồng thời được người tiêu dùng nhìn nhận là nhãn hiệu sáng tạo, trẻ trung dành cho giới trẻ - đạt tỉ lệ 86% brand yêu thích trong giới trẻ<sup>2</sup>.

<sup>1</sup> Theo data Nelsien Retail Audit

<sup>2</sup> Theo Kantar world panel



### MEATDeli

MEATDeli tiếp tục được phát triển như nhãn hiệu bảo chứng về chất lượng với dòng sản phẩm thịt ủ mát chuẩn Âu, giờ đây mở rộng thêm danh mục sản phẩm thịt chế biến và thịt tẩm ướp, giúp người tiêu dùng có thêm nhiều lựa chọn dù là ăn ở ngoài hay ăn ở nhà, thúc đẩy thói quen tiêu dùng mới và kiến tạo lối sống hiện đại cho các gia đình trẻ. Với thông điệp xuyên suốt “Mọi món đều ngon với MEATDeli”, thương hiệu hướng tới việc nâng cao giá trị bữa ăn gia đình, mang đến những bữa ăn ngon, trọn vẹn và truyền cảm hứng nấu ăn tại nhà cho người trẻ, thông qua các hoạt động truyền thông kết hợp cùng đại sứ thương hiệu Châu Bùi. Song song đó, MEATDeli xây dựng điểm chạm “Meat Destination” tại toàn bộ hệ thống WinMart nhằm gia tăng kết nối trực tiếp giữa người tiêu dùng và tăng cường sự thuận tiện trong mua sắm. Nhờ đó, MEATDeli đã thành công trong việc thúc đẩy tỷ lệ dùng thử, cũng như giữ vững tỷ lệ người dùng thường xuyên so với các nhãn hiệu khác, đồng thời duy trì tỷ lệ nhận biết thương hiệu ở mức cao với 85% cũng như dẫn đầu về chất lượng nhận biết (TOM và nhận biết không trợ giúp)<sup>1</sup>.

<sup>1</sup> Theo Ipsos



## Mạng lưới phân phối rộng khắp – Kết nối sản phẩm với người tiêu dùng ở mọi nơi

# >4.600

Cửa hàng & siêu thị WinMart, WinMart+, WiN trên toàn quốc

# >180.000

Điểm bán trên toàn quốc

# 500.000

Điểm bán trên toàn quốc (sau khi triển khai Retail Supreme)



Masan MEATLife xây dựng và vận hành mạng lưới phân phối đa kênh tạo nên độ phủ thị trường sâu và rộng, cho phép Công ty tiếp cận người tiêu dùng ở mọi phân khúc địa lý, từ đô thị đến nông thôn, đồng thời vẫn đảm bảo đáp ứng hiệu quả nhu cầu ngày càng gia tăng đối với các sản phẩm thịt an toàn, tiện lợi và có nguồn gốc rõ ràng.

### Kênh bán lẻ hiện đại

Là thành viên của hệ sinh thái Masan, Masan MEATLife tận dụng lợi thế từ hệ thống bán lẻ hiện đại WinCommerce với hơn 4.600 cửa hàng và siêu thị WinMart, WinMart+, WiN trên toàn quốc. Đây là kênh phân phối chiến lược, đóng vai trò chủ đạo trong việc đưa toàn bộ danh mục sản phẩm của MML – đặc biệt là các sản phẩm thịt ủ mát và thịt chế biến bảo quản ở nhiệt độ 0–4°C, cũng như các sản phẩm thịt chế biến yêu cầu được bảo quản ở nhiệt độ phòng ổn định – đến tay người tiêu dùng. Việc phân phối thông qua hệ thống bán lẻ hiện đại quy mô lớn, đồng thời cũng là một thành viên trong hệ sinh thái Masan, giúp Công ty tối ưu hiệu quả vận hành, kiểm soát chất lượng xuyên suốt chuỗi cung ứng và nâng cao khả năng tiếp cận thị trường.

Song song với hệ thống WinCommerce, Masan MEATLife mở rộng độ phủ thị trường thông qua mạng lưới phân phối đa tầng, bao gồm khoảng 1.200 các đại siêu thị và siêu thị hiện đại như CO.OPMART, CO.OPFOOD, CO.OPXTRA, GO!, AEON, các chuỗi bán lẻ thực phẩm và cửa hàng tiện lợi như Bách Hóa Xanh, GS25, FamilyMart, 7-Eleven... Mạng lưới này giúp Công ty gia tăng khả năng hiện diện thương hiệu tại các đô thị lớn và tỉnh thành trọng điểm, tiếp cận đa dạng tệp khách hàng, đồng thời tăng tính linh hoạt trong phân phối và quản trị hàng tồn kho, góp phần củng cố vị thế của Masan MEATLife trên thị trường thực phẩm bán lẻ hiện đại.

### Kênh bán lẻ truyền thống

Hơn 03 năm kết hợp cùng Masan Consumer để phân phối các sản phẩm thịt chế biến ở kênh phân phối truyền thống (GT), đến cuối năm 2025, các sản phẩm của Masan MEATLife đã chạm đến hơn 180.000 điểm bán trên toàn quốc bao gồm các cửa hàng tạp hóa si – lê, điểm bán quy mô nhỏ (Retailer). Đặc biệt trong năm 2025, Masan MEATLife được tận dụng lợi thế lớn nhờ vào việc Masan Consumer triển khai **Retail Supreme** – một chiến lược phân phối trực tiếp (Direct Coverage) kết hợp công nghệ và dữ liệu trong nền tảng Digital 4P để tái định hình hệ thống phân phối. Retail Supreme không chỉ là một dự án vận hành, mà là bước chuyển đổi chiến lược, giúp Masan kiểm soát toàn bộ chuỗi giá trị từ thương hiệu đến điểm bán và người tiêu dùng.

Trước đây, hệ thống GT phụ thuộc nhiều tầng trung gian, thiếu dữ liệu, chi phí phục vụ cao và vận hành thủ công. Retail Supreme đã thay đổi hoàn toàn mô hình này: Masan chủ động tiếp cận điểm bán, giảm trung gian, kiểm soát tồn kho, giá và trưng bày. Đội ngũ bán hàng được tái cấu trúc từ nhiều đội bán hàng sang một đội bán hàng, phụ trách theo địa bàn cụ thể, tăng tính tự chủ và chủ động trong công việc. Trong khi điểm bán lẻ chỉ cần tiếp một Đại diện kinh doanh (“ĐDKD”) cho toàn bộ danh mục sản phẩm, cải thiện trải nghiệm và tăng cường mối quan hệ hợp tác. Quá trình triển khai dự án diễn ra theo 6 giai đoạn từ tháng 7/2024 đến tháng 9/2025, bao phủ toàn quốc và ngay lập tức cho thấy hiệu quả vượt trội: tất cả các đợt triển khai đều đạt kết quả tốt hơn baseline (trước dự án) ở các chỉ số nền tảng kinh doanh như doanh số bán ra, hiệu quả kinh doanh của Đại diện kinh doanh và số lượng điểm bán.

Những con số biết nói khẳng định tác động của Retail Supreme đến doanh số và hiệu quả kinh doanh: bao phủ 500.000 điểm bán trên toàn quốc; số lượng điểm bán trong phạm vi bao phủ của mỗi Đại diện kinh doanh tăng dần theo từng tháng. Số lượng sản phẩm trong mỗi đơn hàng tăng gấp đôi so với đầu năm. Đáng chú ý, chi phí phục vụ không tăng nhờ tối ưu quy trình và tiết kiệm từ các chi phí trung gian.

### Đằng sau những con số là một hệ thống công nghệ hiện đại

- Wincare App: đặt hàng, quản lý tồn kho, theo dõi khuyến mãi, theo dõi báo cáo, xem thu nhập, tích điểm hội viên, tất cả trong một;
- Order Recommendation (Đơn hàng gợi ý): giúp lên đơn hàng dễ dàng và chính xác hơn, tiết kiệm thời gian, tăng hiệu suất công việc. Nhắc nhở các mặt hàng của Masan cho đại diện kinh doanh, đặc biệt là nhân viên mới. Tỷ lệ chiến thắng cao khi bán đúng gợi ý. Hạn chế bỏ sót sản phẩm khi chào bán.
- AI Visibility (AI chấm trưng bày): đưa trưng bày từ thủ công sang chuẩn hóa, từ cảm tính sang dữ liệu. Tiết kiệm thời gian và công sức. Nhận diện và đếm số lượng SKU được trưng bày trên kệ. Đánh giá tuân thủ Planogram (bố cục trưng bày sản phẩm).



**Đặc biệt, chương trình Hội viên (Membership) trở thành “trái tim” của Retail Supreme, vận hành theo bốn nguyên tắc vàng: “Bao phủ – Phủ dày – Bày đẹp – Tăng doanh số bán ra”.**

- Bao phủ: đảm bảo bao phủ trực tiếp đến từng điểm bán lẻ trên toàn Việt Nam;
- Phủ dày: mọi cửa hàng bán lẻ kinh doanh mọi mặt hàng của Masan.
- Bày đẹp: chuẩn hóa trưng bày theo planogram, tăng sức hút, chấm điểm bằng AI.
- Tăng doanh số bán ra: thúc đẩy tốc độ bán ra qua chương trình Membership với người tiêu dùng. Đây không chỉ là một chương trình hỗ trợ bán hàng, mà còn là công cụ chiến lược giúp Masan đồng bộ GT-MT, phục hồi tiêu dùng và mở rộng thị phần.

Retail Supreme không chỉ mang lại lợi ích cho công ty mà còn cho đội ngũ và đối tác. Nhân viên bán hàng tăng năng suất, thu nhập được đảm bảo. Điểm bán lẻ đánh giá hài lòng hơn với mô hình phân phối mới, tần suất viếng thăm cao và chương trình Membership giúp tăng bao phủ, trưng bày chuẩn và doanh số vượt trội.



**Nhìn về phía trước, Masan MEATLife sẽ tiếp tục kết hợp với các công ty trong Tập đoàn Masan mở rộng Retail Supreme với lộ trình 2026:**

- Mở rộng Membership – Bốn nguyên tắc vàng tiếp tục dẫn dắt tăng trưởng.
- Nâng cấp nền tảng công nghệ và dữ liệu: Hệ thống quản lý dữ liệu bán hàng mới; Chức năng gợi ý tuyển viếng thăm tối ưu cho nhân viên bán hàng mỗi ngày, nâng cao năng suất và độ phủ; Chức năng tích hợp AI để đo lường mức độ bao phủ ngành hàng mới vào điểm bán, số lượng điểm bán, trưng bày sản phẩm và theo dõi xu hướng thị trường, tạo lợi thế cạnh tranh bằng hệ thống dữ liệu theo thời gian thực; Chức năng theo dõi trưng bày nâng cao tích hợp AI để nhận diện vị trí trưng bày đối thủ, so sánh và đề xuất vị trí tối ưu cho từng cửa hàng; Giải pháp thanh toán toàn trình cho Nhà bán lẻ và Người tiêu dùng.

Retail Supreme đã chứng minh vai trò trung tâm trong chiến lược dài hạn của Tập đoàn Masan nói chung và của Masan MEATLife nói riêng: giữ vững tăng trưởng GT trong bối cảnh MT tăng tốc, cải thiện biên lợi nhuận, tăng khả năng sinh lời và dẫn dắt chuyển đổi số ngành FMCG Việt Nam. Đây chính là nền tảng cho tăng trưởng bền vững và giá trị lâu dài cho cổ đông.

**~2.000**

Khách hàng (cuối năm 2025)  
– Kênh Cold Chain & B2B – HoReCa

**~300.000**

Khách hàng tiềm năng  
– Kênh Cold Chain & B2B – HoReCa

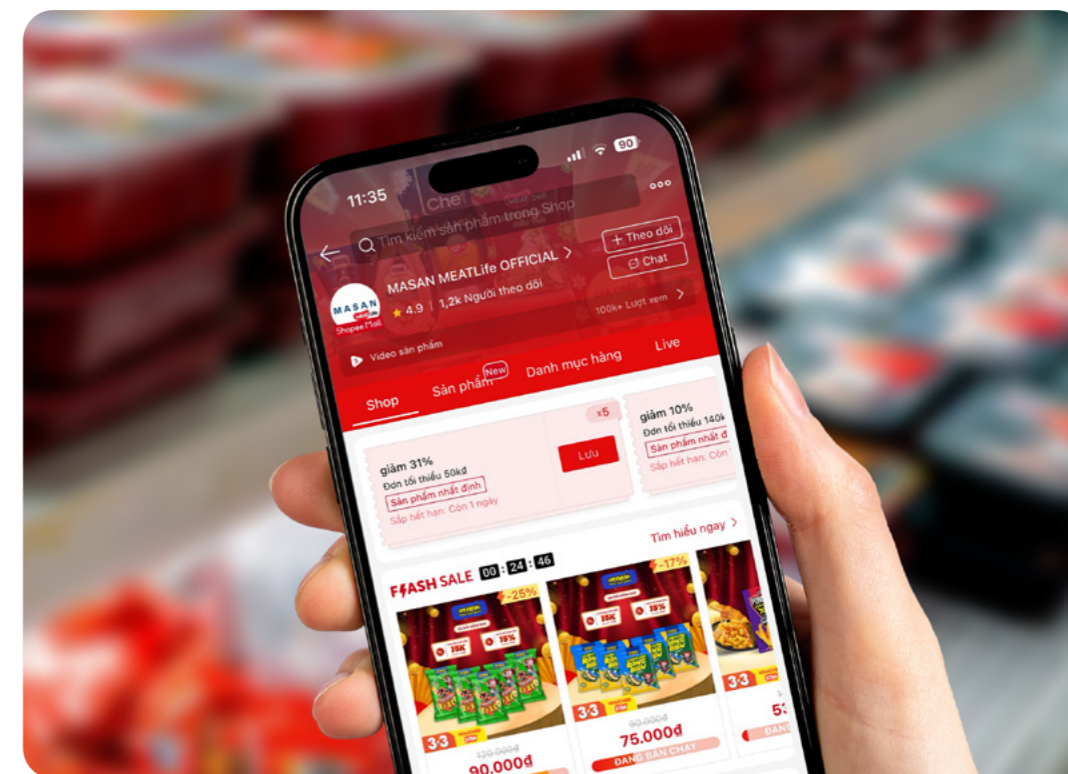
**Kênh Cold Chain và B2B – HoReCa**

Bên cạnh kênh bán lẻ, Masan MEATLife tiếp tục phát triển kênh Cold Chain và B2B - HoReCa, phục vụ các khách hàng tổ chức như chuỗi nhà hàng, quán ăn, căng tin trường học, doanh nghiệp và các đơn vị cung cấp suất ăn công nghiệp. Đây là kênh bán hàng đóng vai trò quan trọng trong việc mở rộng quy mô tiêu thụ, tăng giá trị doanh thu và giá trị sử dụng các phần thịt của con heo/gà dựa trên việc tận dụng và xử lý tối đa các sản phẩm có thể khai thác được từ heo/gà. Đến cuối năm 2025, tổng số lượng khách hàng của hai kênh này đạt gần 2.000 khách hàng, trong khi dư địa thị trường còn rất lớn với quy mô tiềm năng ước tính lên tới khoảng 300.000 khách hàng.

**Kênh Thương mại điện tử & Bán hàng số (Online – Digital)**

Trong bối cảnh hành vi tiêu dùng dịch chuyển mạnh mẽ sang các nền tảng số, Masan MEATLife từng bước mở rộng kênh bán hàng thông qua các sàn Thương mại điện tử như Shopee, TikTok, Lazada,... và website shop.MEATDeli.com.vn. Trong đó, dẫn đầu trong việc phát triển mạng lưới giao hàng hỏa tốc cho ngành hàng thịt mát (tươi sống và chế biến). Đồng thời, thu hút khách hàng bằng các hoạt động bán hàng trực tuyến (livestream), kết nối với các nhà sáng tạo nội dung thông qua hoạt động tiếp thị liên kết (Affiliate) nhằm nâng cao khả năng truyền thông về giá trị sản phẩm, hỗ trợ hiệu quả cho việc ra mắt sản phẩm mới và mở rộng tệp khách hàng.

Với mạng lưới phân phối đa kênh, được tích hợp chặt chẽ trong hệ sinh thái tiêu dùng – bán lẻ hàng đầu Việt Nam, Masan MEATLife tin tưởng rằng Công ty đang sở hữu nền tảng vững chắc để mở rộng độ phủ thị trường, nâng cao hiệu quả phân phối và thúc đẩy tăng trưởng bền vững trong dài hạn.



## Hệ thống trang trại an toàn, bền vững – Đảm bảo nguồn nguyên liệu chất lượng cao

Masan MEATLife hiện đang vận hành hệ thống các trại chăn nuôi heo, gà trải dài khắp cả nước.

Trang trại nuôi heo kỹ thuật cao tại tỉnh Nghệ An - **MML Farm Nghệ An** 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 thiết kế và quản lý đặc biệt để ngăn ngừa dịch bệnh cũng như cải thiện sức khỏe nguồn heo cho mục đích đem lại các nguyên liệu đầu vào đáp ứng các yêu cầu về 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.



# 230.000

(Heo hơi/năm) Công suất MML Farm Nghệ An

# 42

(Triệu con/năm) Công suất nhà máy ấp gia cầm

# ~2,5

(Tỷ USD) Quy mô thị trường thịt gà Việt Nam

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 ngành thịt của Masan MEATLife nhằm hướng tới việc hoàn thiện chuỗi giá trị “từ trang trại đến bàn ăn” khi lấn sân sang **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 ấp 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 tối đa 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 hiện đại

Vào tháng 12/2018 và tháng 10/2020, chúng tôi đã lần lượt đưa vào vận hành 2 tổ hợp chế biến thịt tại Hà Nam (nay là Ninh Bình) và Long An (nay là Tây Ninh), 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 CO<sub>2</sub> - 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 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 04 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. Masan Jinju sở hữu Nhà máy sản xuất thịt chế biến hiện đại, cùng quy mô sản xuất **27.000 tấn/năm** với đa dạng các sản phẩm như xúc xích, sản phẩm ăn liền từ thịt, đậm động vật (cá, tôm, cua, mực), giò chả, tụi thịt, tụi retort. Nhà máy này tọa lạc tại **Khu công nghiệp Tân Đông Hiệp A**, phường Tân Đông Hiệp, phường Dĩ An, thành phố Hồ Chí Minh, Việt Nam với diện tích **19.535m<sup>2</sup>**.



# 1,4

(Triệu con/năm/tổ hợp)  
Công suất giết mổ (Hà Nam & Long An)

# >5.900

(Tỷ VNĐ) Tổng vốn đầu tư 2 tổ hợp

# 145.000

(Tấn/năm) Quy mô sản xuất sản phẩm từ thịt ủ mát và các sản phẩm khác từ thịt

# Báo cáo của Ban điều hành



## Tổng quan nền kinh tế Việt Nam năm 2025



# ~8,1%

Tăng trưởng GDP năm 2025

# ~19,5%

Kim ngạch nhập khẩu năm 2025

Năm 2025, nền kinh tế Việt Nam tiếp tục củng cố đà tăng trưởng trong bối cảnh môi trường kinh tế toàn cầu vẫn tiềm ẩn nhiều biến động. Căng thẳng địa chính trị kéo dài và sự bất định trong chính sách, cùng với mặt bằng lãi suất duy trì ở mức cao tại các nền kinh tế lớn, tiếp tục tác động đến dòng chảy thương mại toàn cầu, diễn biến giá hàng hóa và khẩu vị rủi ro của nhà đầu tư. Trong bối cảnh đó, các doanh nghiệp trên toàn cầu đã đẩy nhanh quá trình chuyển đổi dựa trên nâng cao năng suất, gia tăng đầu tư vào số hóa, dữ liệu và tự động hóa nhằm nâng cao tính linh hoạt trong vận hành, bảo vệ biên lợi nhuận và tăng cường gắn kết với khách hàng.

Diễn biến kinh tế vĩ mô của Việt Nam năm 2025 được củng cố bởi sự kết hợp giữa năng lực chống chịu của hoạt động kinh tế đối ngoại và sự cải thiện của nhu cầu trong nước. Tăng trưởng kinh tế tiếp tục nằm trong nhóm cao nhất khu vực, trong khi lạm phát được kiểm soát trong ngưỡng hợp lý, qua đó hỗ trợ sức mua thực tế của nền kinh tế và tạo dư địa cho việc điều hành, hiệu chỉnh chính sách. Năm 2025, theo Tổng cục Thống kê (GSO)<sup>1</sup>, GDP của Việt Nam tăng khoảng 8,1%, trong khi CPI bình quân đạt khoảng 3,3%, phản ánh sự cân bằng giữa động lực tăng trưởng và ổn định mặt bằng giá.

- Hoạt động thương mại và sản xuất công nghiệp tiếp tục xu hướng bình thường hóa: Kim ngạch xuất khẩu và nhập khẩu được dự báo lần lượt đạt khoảng 475 tỷ USD (tăng khoảng 17,0% so với cùng kỳ) và 455 tỷ USD (tăng khoảng 19,5% so với cùng kỳ), phản ánh sự phục hồi trên diện rộng của hoạt động thương mại và các lĩnh vực sản xuất gắn với công nghiệp chế biến, chế tạo.
- Tiêu dùng trong nước cải thiện, tăng trưởng bán lẻ lấy lại đà: Doanh số bán lẻ danh nghĩa năm 2025 tăng khoảng 10,0% so với cùng kỳ, cho thấy quá trình bình thường hóa tiếp diễn trong chi tiêu hộ gia đình và hoạt động dịch vụ.
- Điều kiện tiền tệ tiếp tục hỗ trợ cho quá trình hình thành cầu: Tăng trưởng tín dụng đạt 17,6%, tăng so với mức 13,4% của năm 2024; trong khi lãi suất tiền gửi VNĐ kỳ hạn 12 tháng được kỳ vọng kết thúc năm ở mức khoảng 6,0%, qua đó duy trì nền tảng thanh khoản tương đối thuận lợi cho cả tiêu dùng và mở rộng hoạt động sản xuất – kinh doanh, so với giai đoạn thắt chặt tiền tệ cao điểm.

<sup>1</sup> Nguồn: Tổng cục Thống kê Việt Nam

# ~26%

Thị phần kênh phân phối hiện đại trong ngành hàng tạp hóa ở khu vực thành thị tính đến chín tháng đầu năm 2025

# ~6%

Thị phần kênh phân phối hiện đại trong ngành hàng tạp hóa ở khu vực nông thôn tính đến chín tháng đầu năm 2025

## Bán lẻ và tiêu dùng: đà phục hồi tiếp diễn cùng sự dịch chuyển cơ cấu kênh phân phối

Một đặc điểm mang tính định hình của năm 2025 là sự phục hồi tiêu dùng ngày càng phản ánh chi tiêu diễn ra “ở đâu”, chứ không chỉ là chi tiêu “bao nhiêu”. Mặc dù tổng doanh thu bán lẻ tăng trưởng, cơ cấu kênh phân phối tiếp tục chuyển dịch sang các hình thức bán lẻ chính quy hơn, đặc biệt là trong các mặt hàng thiết yếu hàng ngày, nơi sự tiện lợi, đa dạng sản phẩm, tính minh bạch về giá cả và việc tuân thủ các quy định ngày càng ảnh hưởng đến sự lựa chọn của người tiêu dùng.

Theo Báo cáo Chiến lược năm 2026 của SSI, các nhận định theo ngành cho thấy các nhà bán lẻ hàng tạp hóa nằm trong nhóm dẫn dắt tăng trưởng chủ chốt, phản ánh quá trình hợp nhất đang tiếp diễn trong các phân khúc còn phân mảnh và việc người tiêu dùng ngày càng gia tăng chuyển sang các mô hình bán lẻ hiện đại. Trong chín tháng đầu năm 2025, các chuỗi bán lẻ hàng tạp hóa ghi nhận đà tăng trưởng doanh thu thuộc nhóm cao nhất trong số các ngành bán lẻ lớn, được hỗ trợ bởi việc mở rộng mạng lưới và gia tăng thị phần từ kênh bán lẻ truyền thống.

- Tỷ lệ thâm nhập của kênh bán lẻ hiện đại tiếp tục gia tăng từ mức nền thấp: Kantar ước tính thị phần của kênh bán lẻ hiện đại năm 2025 đạt khoảng 15%, tương ứng mức tăng khoảng 1,5 điểm phần trăm so với cùng kỳ. Điều này cho thấy một điểm uốn trong quá trình chính quy hóa kênh phân phối, với mức gia tăng thị phần được ghi nhận tại cả khu vực đô thị và nông thôn. Tính đến chín tháng đầu năm 2025, thị phần kênh phân phối hiện đại trong ngành hàng tạp hóa đạt khoảng 26% ở khu vực thành thị (+1,5 điểm phần trăm so với cùng kỳ năm trước) và khoảng 6% ở khu vực nông thôn (+1,3 điểm phần trăm so với cùng kỳ năm trước), cho thấy vẫn còn nhiều dư địa để tiếp tục hợp nhất và hiện đại hóa.
- Các mô hình bán lẻ hiện đại càng được thúc đẩy mạnh mẽ hơn nhờ các xu hướng về chính sách và tuân thủ: Chương trình nghị sự chính sách tổng thể trong năm 2025 ngày càng thúc đẩy quá trình chính quy hóa và nâng cao tính minh bạch của thị trường, qua đó mang lại lợi thế mang tính cấu trúc cho các hệ thống bán lẻ có khả năng mở rộng, năng lực tuân thủ cao hơn và khả năng truy xuất nguồn gốc chuỗi cung ứng.



## An toàn thực phẩm và khả năng truy xuất nguồn gốc: gia tăng giám sát thúc đẩy chính quy hóa

Năm 2025, an toàn thực phẩm trở thành một chủ đề nổi bật hơn trong cả chính sách và quan tâm của người tiêu dùng, khi các vụ việc được dư luận quan tâm rộng rãi cùng với hoạt động thanh tra, kiểm tra được tăng cường đã làm gia tăng sự chú ý của công chúng đối với nguồn gốc sản phẩm, tiêu chuẩn vệ sinh và việc kiểm soát chuỗi cung ứng từ đầu đến cuối, áp dụng cho cả lĩnh vực sản xuất thực phẩm và dịch vụ ăn uống. Chính phủ đã củng cố định hướng này thông qua các chương trình triển khai trên phạm vi toàn quốc, tiêu biểu là “Tháng hành động vì an toàn thực phẩm” năm 2025 (từ ngày 15/04 đến ngày 15/05), trong đó ưu tiên việc tuân thủ tại các bếp ăn tập thể, dịch vụ cung cấp suất ăn sẵn và hoạt động kinh doanh thức ăn đường phố – những điểm tiêu dùng có tần suất cao và mức độ nhạy cảm lớn về sức khỏe cộng đồng. Song song đó, các cáo buộc liên quan đến an toàn thịt heo được lan truyền rộng rãi và các cuộc điều tra tiếp theo, cùng với các biện pháp xử lý đối với hoạt động giết mổ trái phép và phân phối thịt nhiễm bệnh, đã tiếp tục làm gia tăng mức độ giám sát, đồng thời củng cố xu hướng người tiêu dùng ưu tiên các sản phẩm an toàn hơn và có khả năng truy xuất nguồn gốc rõ ràng hơn.

Đáng chú ý, mức độ giám sát gia tăng còn được mở rộng lên thượng nguồn của chuỗi cung ứng chăn nuôi và protein, qua đó hình thành một lộ trình mang cấu trúc rõ ràng hơn hướng tới sản xuất thịt chính quy. Các điều khoản trong Luật Chăn Nuôi số 32/2018/QH14 được sửa đổi bởi Luật số: 146/2025/QH15 cấm chăn nuôi gia súc trong khu vực không được phép chăn nuôi của thành phố, xã, phường,

đặc khu, cộng đồng dân cư (với một số ngoại lệ hạn chế), qua đó đẩy nhanh việc thu hẹp và di dời các mô hình chăn nuôi nhỏ lẻ, phi chính thức trong khu dân cư đồng đúc, đồng thời khuyến khích quá trình hợp nhất sang các hệ thống được kiểm soát chặt chẽ và bảo đảm an toàn sinh học. Các rủi ro về an toàn sinh học – thể hiện qua những lo ngại tái phát liên quan đến dịch tả heo châu Phi và các biện pháp kiểm soát dịch – tiếp tục làm nổi bật tầm quan trọng của các thực hành chăn nuôi được quản lý, hoạt động giết mổ được kiểm tra, giám sát và hệ thống phân phối được tiêu chuẩn hóa. Các biện pháp của chính quyền địa phương nhằm siết chặt quản lý đối với các điểm giết mổ phi chính thức cũng cho thấy lập trường thực thi nghiêm ngặt hơn, qua đó nâng cao yêu cầu tuân thủ đối với các chuỗi cung ứng chưa được chuẩn hóa.

Về mặt cấu trúc, những diễn biến này mang tính hỗ trợ tích cực đối với hệ sinh thái hàng tiêu dùng nhanh (FMCG) và bán lẻ hàng tạp hóa, đồng thời mở ra thêm cơ hội tăng trưởng cho các nền tảng thị trường nguồn có quy mô và năng lực tuân thủ. Khi việc thực thi quy định và kỳ vọng của người tiêu dùng cuối ngày càng hội tụ xoay quanh các yếu tố an toàn, khả năng truy xuất nguồn gốc và xuất xứ có thể xác minh, nhu cầu thị trường và không gian trưng bày bán lẻ có xu hướng dịch chuyển sang các chuỗi giá trị được quản lý chuyên nghiệp, có khả năng chứng minh an toàn sinh học, giết mổ và chế biến được kiểm tra, bảo đảm tính toàn vẹn của chuỗi lạnh và hệ thống phân phối có thể kiểm toán. Động lực từ xu hướng chính quy hóa này dự kiến sẽ tiếp tục duy trì trong năm 2026, củng cố thêm năng lực cạnh tranh dài hạn cho các nhà sản xuất thịt theo mô hình khép kín và các nhà bán lẻ hiện đại, những đơn vị có khả năng cung cấp chất lượng đồng nhất ở quy mô lớn trong bối cảnh các tiêu chuẩn ngày càng thắt chặt.

### Chính quy hóa chính sách dẫn dắt: cơ chế thuế mới đối với hộ kinh doanh và tác động đến kênh truyền thống (GT)

Một diễn biến chính sách vĩ mô quan trọng trong năm 2025 là việc triển khai cơ chế thuế mới đối với hộ kinh doanh, phản ánh nỗ lực liên tục của Việt Nam trong việc thúc đẩy chính quy hóa thị trường và tăng cường hiệu lực quản lý thông qua nâng cao tính minh bạch và tuân thủ. Định hướng chính sách đã chuyển dịch từ hình thức thuế khoán sang phương thức tính thuế dựa trên doanh thu, qua đó được kỳ vọng sẽ từng bước cải thiện công tác quản lý thuế, tăng cường khả năng truy xuất nguồn gốc sản phẩm và thúc đẩy cạnh tranh công bằng hơn giữa các mô hình bán lẻ. Mặc dù quá trình chuyển đổi này đòi hỏi một giai đoạn thích ứng, đặc biệt đối với một số bộ phận trong hệ sinh thái kênh bán lẻ truyền thống (“GT”), tuy nhiên về dài hạn, tác động được đánh giá là tích cực đối với thị trường tiêu dùng. Cơ chế mới giúp thu hẹp lợi thế chi phí mang tính lịch sử gắn với tính phi chính thức của bán lẻ truyền thống, đồng thời tạo ra các điều kiện cạnh tranh nhất quán hơn cho các nền tảng bán lẻ có khả năng mở rộng và năng lực tuân thủ tốt, như bán lẻ thực phẩm hiện đại, gia tăng thị phần. Cơ chế này bắt đầu được áp dụng từ Tháng 6/2025 đối với các hộ kinh doanh có doanh thu hằng năm trên 1 tỷ đồng (ước tính khoảng 37.000 hộ) và dự kiến sẽ được mở rộng đáng kể từ năm 2026 để bao phủ các hộ có doanh thu hằng năm trên 200 triệu đồng.

Đối với hệ sinh thái tiêu dùng và FMCG, cải cách này đã tác động mang tính tạm thời đến diễn biến bán lẻ trong năm 2025 thông qua một số cơ chế sau:

1. Gia tăng ma sát vận hành và yêu cầu điều chỉnh tuân thủ tại kênh GT: Quá trình chuyển đổi làm tăng các yêu cầu về chứng từ, hóa đơn và tuân thủ đối với một bộ phận mạng lưới GT. Trong ngắn hạn, điều này có thể gây gián đoạn nhịp độ đặt hàng và hành vi tồn kho – các nhà bán lẻ và nhà phân phối có xu hướng điều chỉnh mô hình mua hàng, giảm tồn kho “đệm” và trở nên thận trọng hơn trong việc triển khai khuyến mãi cũng như lựa chọn danh mục hàng hóa trong giai đoạn chuyển tiếp.
2. Thúc đẩy chính quy hóa kênh phân phối và dịch chuyển thị phần: Khi lợi thế giá ngấm liên quan đến thuế dẫn thu hẹp, người tiêu dùng ngày càng so sánh giá trị dựa trên danh mục sản phẩm, tính minh bạch của khuyến mãi và độ tin cậy – những yếu tố mà các mô hình bán lẻ hiện đại thường có lợi thế cạnh tranh rõ nét hơn. Về dài hạn, xu hướng này có thể thúc đẩy một tỷ trọng lớn hơn nhu cầu FMCG dịch chuyển sang các kênh phân phối chính quy như bán lẻ thực phẩm hiện đại.
3. Tái cấu trúc chiến lược tiếp cận thị trường (GTM) của ngành FMCG: Khi kênh GT ngày càng được quản lý chặt chẽ và minh bạch hơn, các doanh nghiệp FMCG có thêm động lực để xây dựng mô hình quản lý điểm bán bài bản hơn, cải thiện mức độ hiển thị dữ liệu, tăng cường các công cụ nâng cao năng suất tuyến bán hàng (route-to-market), đồng thời mở rộng động cơ tăng trưởng đa kênh (MT, thương mại điện tử, xuất khẩu, HORECA) nhằm giảm mức độ phụ thuộc vào một kênh đơn lẻ.

Sự gián đoạn tại kênh thương mại truyền thống (GT) và quá trình tái cân bằng kênh phân phối đã thể hiện rõ nét ở các doanh nghiệp FMCG trong năm 2025, đặc biệt là tại Masan Consumer. Theo đó, kết quả kinh doanh năm tài chính 2025 chịu áp lực từ sự sụt giảm doanh số kênh GT, dù đã được bù đắp một phần nhờ sự mở rộng mạnh mẽ tại các kênh thương mại được chuẩn hóa. Diễn biến này cho thấy một dịch chuyển mang tính cấu trúc rộng hơn hướng tới các tuyến tiếp cận thị trường có mức độ tuân thủ cao và giàu dữ liệu hơn, qua đó mở ra các cơ hội tăng trưởng bổ sung khi quy mô ngày càng tập trung vào các nền tảng bán lẻ hiện đại và omni-channel. Trong hệ sinh thái của Masan, cơ hội này đã thể hiện rõ thông qua khả năng nắm bắt xu thế cấu trúc của WinCommerce, với doanh thu năm tài chính 2025 tăng 18,1% so với cùng kỳ năm trước, phản ánh đà tăng trưởng doanh thu hai chữ số bền vững và củng cố vai trò của WCM như một “động cơ tăng trưởng” chủ lực khi tiêu dùng ngày càng chính quy hóa và mức độ thâm nhập của kênh bán lẻ hiện đại tiếp tục gia tăng.

### Các biện pháp hỗ trợ tiêu dùng và hàm ý đối với triển vọng bán lẻ

Năm 2025 cũng ghi nhận các biện pháp chính sách nhằm duy trì nhu cầu trong nước. Việc tiếp tục các chính sách hỗ trợ thuế giá trị gia tăng (bao gồm mức giảm 2% VAT áp dụng từ tháng 7/2025) được xem là một trong những yếu tố góp phần hỗ trợ một số ngành hàng bán lẻ và chi tiêu tùy ý. Các chuyên gia phân tích thị trường cũng ghi nhận chủ trương của Chính phủ trong việc kích thích tiêu dùng thông qua các sáng kiến chính sách bổ sung, bao gồm việc xem xét sửa đổi Luật Thuế Thu nhập cá nhân (PIT).



## Tổng quan Masan MEATLife



# 9.230

(Tỷ VNĐ) Doanh thu năm tài chính 2025

# 619

(Tỷ VNĐ) Lợi nhuận sau thuế trước phân bổ cho lợi ích cổ đông thiểu số

# 5,5%

Biên EBIT

# 31%

Đóng góp của nhóm sản phẩm đổi mới vào doanh thu mảng thịt chế biến

# 2,1

(Triệu VNĐ/ngày) Doanh thu bình quân của MML tại mỗi cửa hàng WCM

Masan MEATLife (“MML”) ghi nhận kết quả kinh doanh năm tài chính 2025 tích cực, được hỗ trợ bởi việc tiếp tục mở rộng quy mô ở cả mảng thịt tươi và thịt chế biến, đồng thời tăng cường mức độ tích hợp với WinCommerce (“WCM”). Doanh thu năm tài chính 2025 của MML đạt 9.230 tỷ đồng (+20,7% so với cùng kỳ), được hỗ trợ bởi mức tăng trưởng hai chữ số trên các phân khúc chính: thịt lợn (+15,8%), thịt gà (+28,3%) và thịt chế biến (+21,9%). Tăng trưởng được thúc đẩy bởi sản lượng gia tăng tại các trang trại và mảng thịt (tươi và chế biến), hiệu quả cộng hưởng mạnh mẽ hơn trong chiến lược tiếp cận thị trường với WCM, cùng với việc tiếp tục mở rộng mảng thịt chế biến. Trong năm tài chính 2025, MML ghi nhận lợi nhuận sau thuế trước phân bổ cho lợi ích cổ đông thiểu số (“NPAT Pre-MI”) đạt 619 tỷ đồng, tăng gấp 24,4 lần so với cùng kỳ năm trước, phản ánh đòn bẩy hoạt động cải thiện rõ nét khi quy mô kinh doanh được mở rộng. Biên EBIT đạt 5,5%, tăng 330 điểm cơ bản so với cùng kỳ, cho thấy chất lượng lợi nhuận được cải thiện khi doanh nghiệp mở rộng quy mô một cách hiệu quả hơn trên toàn bộ danh mục hoạt động.

### Sự tăng trưởng của thịt chế biến được thúc đẩy bởi sự đổi mới và các dịp tiêu dùng mới

Tăng trưởng của mảng thịt chế biến chủ yếu đến từ các đổi mới gia tăng giá trị, với nhóm sản phẩm dẫn dắt bởi đổi mới đóng góp 31% doanh thu mảng này, tăng từ 18% trong năm tài chính 2024. Diễn biến này cho thấy vai trò ngày càng lớn của đổi mới trong việc mở rộng các dịp tiêu dùng—đặc biệt là phân khúc ăn vặt (snacking)—đồng thời thúc đẩy quá trình cao cấp hóa danh mục và cải thiện cơ cấu sản phẩm. Đáng chú ý, phân khúc snacking ghi nhận mức tăng trưởng xấp xỉ gấp đôi so với cùng kỳ trong năm tài chính 2025, qua đó khẳng định mảng thịt chế biến là một đòn bẩy tăng trưởng mang tính cấu trúc và cải thiện biên lợi nhuận quan trọng.

### Mức độ tích hợp sâu hơn với WCM giúp nâng cao hiệu quả thực thi và củng cố vị thế dẫn đầu trong ngành protein

Trong năm tài chính 2025, MML tiếp tục tăng cường mức độ tích hợp với WinCommerce, với doanh thu bình quân mỗi cửa hàng WCM đạt 2,1 triệu đồng/ngày (+13,7% so với cùng kỳ năm trước). Tính đến năm tài chính 2025, MML duy trì thị phần trung bình 61% trong ngành hàng protein tại WCM, tăng 600 điểm cơ bản so với cùng kỳ, qua đó duy trì vị thế dẫn đầu ở cả mảng thịt tươi và thịt chế biến, đồng thời khẳng định giá trị chiến lược của hệ sinh thái tiêu dùng – bán lẻ trong việc thúc đẩy doanh số bán ra (sell-out) ổn định và có thể dự báo.

### Kinh tế nông trại: giá trị thịt lợn cao hơn và khối lượng bán hàng ổn định

Tổng giá trị thịt heo tăng 8,3% so với cùng kỳ năm trước, đạt 10,3 triệu đồng/con chủ yếu nhờ tỷ trọng các sản phẩm thịt tươi có giá trị cao hơn. Trên cơ sở chuẩn hóa–loại trừ yếu tố điều chỉnh giá bán trong năm tài chính 2025–giá trị mỗi heo thương phẩm vẫn cải thiện bền vững lên mức 9,9 triệu đồng/con, tăng 4,2% so với cùng kỳ, phản ánh hiệu quả sử dụng heo thương phẩm cao hơn trong sản xuất thịt chế biến cũng như mức độ thu hồi giá trị gia tăng từ các phần thịt đặc thù được cải thiện. Tăng trưởng doanh thu mảng trang trại trong năm tài chính 2025 chủ yếu được dẫn dắt bởi sản lượng, phần nào bị bù trừ bởi mức giảm 11% so với cùng kỳ của giá heo hơi, xuống khoảng 58.000 đồng/kg trong quý IV/2025. Mảng trang trại gà tiếp tục duy trì đà tăng trưởng tích cực, được hỗ trợ bởi việc ký kết thành công một thỏa thuận bao tiêu dài hạn mới trong năm tài chính 2025, qua đó được kỳ vọng sẽ mang lại nhu cầu ổn định hơn với mặt bằng giá thuận lợi và hỗ trợ duy trì hiệu quả sinh lời bền vững.

## Thị trường Việt Nam: Xu hướng và cơ hội mới



### Thịt và Thịt Chế biến: Môi trường Kinh doanh năm 2025

Thị trường thực phẩm và dinh dưỡng Việt Nam tiếp tục được củng cố bởi nhu cầu tiêu dùng hàng ngày ổn định, trong khi cơ cấu tăng trưởng của ngành đang dịch chuyển theo hướng các sản phẩm được chuẩn hóa, truy xuất nguồn gốc và có giá trị gia tăng cao hơn. Trong phân khúc thịt nói chung, tổng sản lượng tiêu thụ tăng 5% trong năm 2024, đạt khoảng 4,9 triệu tấn, và được dự báo sẽ tiếp tục mở rộng trong trung hạn, lên khoảng 6,1 triệu tấn vào năm 2029, tương ứng với tốc độ tăng trưởng kép hằng năm (CAGR) khoảng 4%<sup>2</sup>.

Diễn biến này tạo nền tảng tăng trưởng mang tính cấu trúc hấp dẫn cho các nhà sản xuất có quy mô, đặc biệt trong bối cảnh tiêu dùng ngày càng chính quy hóa và kỳ vọng về chất lượng tiếp tục được nâng cao.

### Động lực chính quy hóa: quy định, an toàn sinh học và kỳ vọng về an toàn thực phẩm đang hội tụ

Một động lực mang tính định hình trong giai đoạn 2025–2026 là việc siết chặt các tiêu chuẩn trên toàn bộ lĩnh vực chăn nuôi và chuỗi cung ứng protein. Theo khung pháp lý về chăn nuôi, một quy định quan trọng có hiệu lực từ ngày 01/01/2025 nhằm cấm hoạt động chăn nuôi tại các khu vực bị cấm trong phạm vi đô thị, thị trấn và khu dân cư (ngoại trừ một số trường hợp hạn chế), đồng thời cho phép một giai đoạn chuyển tiếp để di dời các cơ sở không phù hợp.

<sup>2</sup> Nguồn: Euromonitor

Trên thực tế, quy định này thúc đẩy nhanh quá trình thu hẹp và di dời các mô hình chăn nuôi phi chính thức, quy mô nhỏ trong khu dân cư đông đúc, qua đó nâng cao ngưỡng tuân thủ đối với các hình thức chăn nuôi hộ gia đình và không theo tiêu chuẩn. Các nguồn tin trong ngành cũng cho rằng các doanh nghiệp quy mô lớn, có năng lực tài chính tốt đang nắm lợi thế mang tính cấu trúc trong việc đáp ứng các yêu cầu về đất đai, môi trường, vệ sinh và xử lý chất thải—từ đó hỗ trợ quá trình hợp nhất ngành theo hướng các hệ thống sản xuất chuyên nghiệp hơn, đảm bảo an toàn sinh học và có khả năng kiểm toán, bắt đầu từ năm 2025 trở đi.

Đồng thời, các rủi ro về dịch bệnh và an toàn sinh học tiếp tục củng cố giá trị gia tăng của các mô hình chăn nuôi được kiểm soát chặt chẽ. Dịch tả heo châu Phi vẫn là yếu tố gây gián đoạn đối với chuỗi cung ứng thịt heo tại Việt Nam, với các ổ dịch được ghi nhận tại nhiều địa phương và các biện pháp tiêu hủy được triển khai nhằm kiểm soát sự lây lan—qua đó cho thấy tính dễ tổn thương của các mô hình sản xuất phân mảnh, mức độ tuân thủ thấp, đồng thời làm nổi bật giá trị chiến lược của các hệ thống an toàn sinh học tiêu chuẩn hóa và nguồn cung có khả năng truy xuất.

Sự kết hợp giữa việc siết chặt quy định và rủi ro an toàn sinh học mang tính kéo dài này tiếp tục củng cố xu hướng dài hạn hướng tới sản xuất thịt theo hướng chính quy hóa và phân phối được quản lý chặt chẽ hơn, qua đó tạo nền tảng thuận lợi về mặt cấu trúc cho các nền tảng tích hợp có khả năng chứng minh mức độ tuân thủ và đảm bảo chất lượng.

### Diễn biến hạ nguồn: mở rộng bán lẻ hiện đại thúc đẩy mức độ thâm nhập của thịt mát có thương hiệu

Mặc dù các kênh truyền thống vẫn chiếm tỷ trọng chủ đạo trong tiêu dùng thịt tươi, xu hướng ưu tiên của người tiêu dùng đang dần dịch chuyển sang các sản phẩm có nguồn gốc rõ ràng và chất lượng đáng tin cậy hơn. Theo Euromonitor, thịt đóng gói vẫn là một phân khúc có mức độ thâm nhập thấp, chỉ chiếm 9,1% tổng sản lượng thịt bán lẻ trong năm 2024, cho thấy dư địa tăng trưởng đáng kể cho các sản phẩm chính quy và có thương hiệu khi mức độ sẵn có được cải thiện và niềm tin trở thành một tiêu chí mua hàng ngày càng quan trọng.

Các quan sát thị trường cho thấy thịt mát có thương hiệu được kỳ vọng sẽ tiếp tục gia tăng mức độ thâm nhập trong giai đoạn dự báo, nhờ các mối quan tâm về sức khỏe, sự mở rộng của hệ thống bán lẻ thực phẩm hiện đại và mức độ tin tưởng cao hơn đối với bao bì và quy trình sản xuất được tiêu chuẩn hóa.

Điều này tạo ra bối cảnh thuận lợi cho các doanh nghiệp có quy mô, sở hữu khả năng kiểm soát chuỗi giá trị từ đầu đến cuối và danh mục sản phẩm có thương hiệu, đặc biệt trong bối cảnh các mô hình bán lẻ hiện đại ngày càng chú trọng đến tính toàn vẹn của chuỗi lạnh, khả năng truy xuất nguồn gốc và chất lượng đồng nhất trong các ngành hàng tươi sống.

### Thịt chế biến: tiêu dùng định hướng bởi sự tiện lợi và đổi mới thúc đẩy tăng trưởng giá trị

Trong bối cảnh xu hướng chính quy hóa chung của ngành, protein chế biến tiếp tục mở rộng như một “tầng giá trị” tiếp theo trong chuỗi giá trị, hưởng lợi từ quá trình đô thị hóa, hạn chế về thời gian của người tiêu dùng và sự hình thành các dịp tiêu dùng mới. Năm 2025, theo Euromonitor, giá trị bán lẻ của thịt chế biến, thủy sản và các sản phẩm thay thế đạt khoảng 13,8 nghìn tỷ đồng, trong đó riêng thịt chế biến đóng góp khoảng 5,16 nghìn tỷ đồng.

Mặc dù nhu cầu về sản lượng nhìn chung duy trì ổn định, tăng trưởng về giá trị chủ yếu đến từ mặt bằng giá ổn định và mức độ đổi mới ngày càng gia tăng trên nhiều định dạng sản phẩm và dịp sử dụng, qua đó củng cố vai trò của protein chế biến trong các bữa ăn nhanh, ăn vặt và các giải pháp bữa ăn mang theo.

Mối liên hệ mang tính cấu trúc với xu hướng chính quy hóa thịt tươi ngày càng rõ nét: khi hạ tầng chuỗi lạnh và điều kiện bảo quản lạnh tại hộ gia đình được cải thiện, các dòng sản phẩm chế biến mát và đông lạnh trở nên ổn định hơn và được chấp nhận rộng rãi hơn, qua đó hỗ trợ sự dịch chuyển cơ cấu sản phẩm theo hướng gia tăng tỷ trọng các phân khúc giá trị cao hơn theo thời gian.

### Những tác động và cơ hội đối với các nền tảng tuân thủ quy định và có quy mô lớn từ năm 2026 trở đi

Xét tổng thể, bức tranh ngành thịt và thịt chế biến tại Việt Nam đang dịch chuyển theo một quỹ đạo rõ ràng và nhất quán: **chính quy hóa ở thượng nguồn, hiện đại hóa ở hạ nguồn và đổi mới sản phẩm định hướng bởi sự tiện lợi**. Khung pháp lý ngày càng siết chặt có hiệu lực từ năm 2026, cùng với các yếu tố rủi ro an toàn sinh học mang tính kéo dài, đang làm gia tăng giá trị tương đối của các hệ thống chăn nuôi chuyên nghiệp, hoạt động giết mổ/chế biến được kiểm soát và kênh phân phối có khả năng truy xuất nguồn gốc. Song song đó, sự mở rộng của bán lẻ hiện đại và cải thiện hạ tầng chuỗi lạnh đang giúp thịt mát có thương hiệu và các sản phẩm chế biến giá trị cao tiếp cận rộng rãi hơn tới người tiêu dùng đại chúng.

Trong bối cảnh kỳ vọng về tuân thủ ngày càng được nâng cao, các nhà sản xuất phi chính thức và chuỗi cung ứng không theo tiêu chuẩn phải đối mặt với rủi ro pháp lý và uy tín lớn hơn, qua đó tạo ra môi trường thuận lợi mang tính cấu trúc cho các nền tảng có quy mô, có khả năng nhất quán trong việc chứng minh an toàn, khả năng truy xuất và chất lượng ở quy mô lớn—những động lực hỗ trợ được kỳ vọng sẽ tiếp diễn trong suốt năm 2026, khi quản trị thị trường và niềm tin người tiêu dùng tiếp tục giữ vai trò trung tâm trong sự phát triển của ngành hàng.



## Các nhân tố rủi ro



### Rủi ro biến động giá nguyên nhiên liệu

Nguyên nhiên liệu đầu vào chiếm khoảng 70% giá thành sản phẩm của Masan MEATLife, phản ánh đặc thù của ngành chăn nuôi và chế biến thực phẩm có hàm lượng giá trị gia tăng cao. Với định vị ở phân khúc thịt mát và thịt chế biến cao cấp, Công ty ưu tiên sử dụng nguồn nguyên liệu được tuyển chọn theo các tiêu chuẩn nghiêm ngặt, qua đó tạo nền tảng vững chắc cho chất lượng sản phẩm và thương hiệu.

Trong bối cảnh biến đổi khí hậu và bất ổn địa chính trị toàn cầu, nguồn cung nguyên liệu nông nghiệp chất lượng cao chịu áp lực lớn, kéo theo rủi ro biến động chi phí. Các yếu tố đầu vào chính cho hoạt động chăn nuôi Heo và Gà bao gồm con giống, thức ăn chăn nuôi, thuốc thú y và vắc-xin, trong khi xăng dầu và điện là các yếu tố thiết yếu cho sản xuất. Ngoài trừ điện, phần lớn các vật tư đầu vào này phụ thuộc vào nhập khẩu, khiến chi phí nhạy cảm với biến động tỷ giá, logistics và diễn biến kinh tế – chính trị quốc tế.

Năm 2025, tỷ giá tăng khoảng 2,4% cùng với căng thẳng địa chính trị tại Đông Âu và Trung Đông đã tạo áp lực gia tăng chi phí đầu vào trên toàn ngành. Trước bối cảnh đó, Masan MEATLife lựa chọn chiến lược chủ động hấp thụ chi phí thông qua tối ưu vận hành và nâng cao hiệu quả sản xuất, nhằm hạn chế điều chỉnh giá bán, qua đó bảo vệ sức mua và duy trì tăng trưởng sản lượng.

Về dài hạn, Công ty tập trung vào nâng cao năng lực quản trị chi phí mang tính cấu trúc, bao gồm:

- Đẩy mạnh dự báo thị trường và quản trị rủi ro đầu vào.
- Phối hợp chặt chẽ với các đối tác chiến lược để xây dựng khung giá nguyên – nhiên liệu ổn định, dài hạn.
- Tối ưu chuỗi cung ứng và gia tăng tỷ lệ nội địa hóa phù hợp.

Với hành trình phụng sự người tiêu dùng, Masan MEATLife kiên định nỗ lực và phát triển để mang lại lợi ích lớn nhất cho người tiêu dùng qua các sản phẩm Thịt tươi ủ mát chuẩn Âu, Thịt chế biến chất lượng cao.

### Thị hiếu và xu hướng người tiêu dùng

Tăng trưởng của Công ty phụ thuộc vào khả năng duy trì các vị thế cạnh tranh của các sản phẩm và nhãn hiệu bằng cách chủ động dự đoán và dẫn dắt xu hướng tiêu dùng. Một yếu tố quan trọng để duy trì thị phần cho các sản phẩm và nhãn hiệu của chúng tôi là khả năng giới thiệu liên tục và thành công các sản phẩm mới, mở rộng danh mục sản phẩm hiện có để thu hút sự quan tâm của người tiêu dùng. Thị hiếu người tiêu dùng có thể thay đổi do nhiều yếu tố, bao gồm điều kiện kinh tế, mức thu nhập, các xu hướng nhân khẩu học và xã hội, thay đổi trong lối sống, các chính sách của chính phủ và các hoạt động của đối thủ cạnh tranh. Những yếu tố này có thể ảnh hưởng đến nhận thức của người tiêu dùng về các sản phẩm và sẵn sàng chi trả cho sản phẩm, từ đó ảnh hưởng lớn đến hoạt động của chúng tôi.

Chúng tôi thường xuyên theo dõi sự thay đổi trong sở thích của người tiêu dùng, như nhu cầu tăng cao đối với các sản phẩm chất lượng cao cấp hơn, các lựa chọn tiện lợi và các sản phẩm lành mạnh. Chúng tôi tin rằng mình đã xây dựng thành công danh mục sản phẩm đa dạng để đáp ứng các sự thay đổi trong xu hướng này.

Bên cạnh đó, để khai thác nhu cầu sản phẩm tiện lợi trong lối sống bận rộn và đô thị hóa, chúng tôi đã ra mắt các món ăn chế biến sẵn, hoặc chỉ cần chế biến nhanh gọn và đã được người tiêu dùng quan tâm và yêu thích như Heo bọc sả, Nem chua rán của MEATDeli, xúc xích vòng thanh trùng của Ponnies... Masan MEATLife luôn tiên phong trong việc dự đoán những thay đổi trong sở thích của người tiêu dùng và phục vụ các nhu cầu lớn chưa được thỏa mãn của người tiêu dùng.

### Chúng tôi có thể không thành công trong việc phát triển sản phẩm mới

Chúng tôi có một đội ngũ nghiên cứu và phát triển sản phẩm nội bộ, dành toàn thời gian cho việc phát triển sản phẩm mới và cải tiến những sản phẩm hiện có. Cụ thể, chúng tôi tập trung vào việc tạo nên những sản phẩm sáng tạo, tốt cho sức khỏe, giá cả hợp lý và tiện dụng. Tuy nhiên, việc phát triển và ra mắt sản phẩm mới có thể đòi hỏi chi phí đáng kể, bao gồm chi phí quản lý, sản xuất và tiếp thị cao hơn. Một sản phẩm mới có được chấp nhận trên thị trường hay không phụ thuộc phần lớn vào khả năng của chúng tôi trong việc đáp ứng thành công các nhu cầu của thị trường, khẩu vị và yêu cầu dinh dưỡng tại thời điểm đó của người tiêu dùng.

Chúng tôi không thể đảm bảo thị trường sẽ chấp nhận mọi sản phẩm mới mà chúng tôi sản xuất. Nếu điều không mong muốn này xảy ra, chúng tôi sẽ không thể thu hồi được chi phí nghiên cứu và phát triển, điều này tác động tiêu cực đến hoạt động kinh doanh, điều kiện tài chính, kết quả vận hành và các triển vọng phát triển khác.

### Doanh thu của Masan MEATLife phụ thuộc vào hình ảnh thương hiệu và mạng lưới phân phối hiện hữu

Masan MEATLife luôn phấn đấu với cam kết nâng cao đời sống vật chất và tinh thần của người tiêu dùng. Tuy nhiên, những sự kiện không mong muốn có thể xảy ra và gây ảnh hưởng đến hình ảnh của chúng tôi, chẳng hạn như bị đối thủ cạnh tranh không lành mạnh. Hình ảnh nhân hiệu của chúng tôi có thể ảnh hưởng lớn đến doanh số, và lợi nhuận có thể bị ảnh hưởng do doanh thu giảm và các chi phí khác tăng cao nhằm bảo vệ hình ảnh nhân hiệu.

Về cơ bản, công ty sản xuất sản phẩm cần dựa vào quan hệ với mạng lưới các nhà phân phối để phân phối sản phẩm. Trong trường hợp các công ty đối thủ của chúng tôi đưa ra các điều kiện thuận lợi hơn hoặc các ưu đãi lớn hơn cho các nhà phân phối của chúng tôi, các nhà phân phối này có thể lựa chọn chấm dứt các hợp đồng phân phối với chúng tôi. Trong trường hợp một số lượng lớn các mối quan hệ với các nhà phân phối bị ảnh hưởng do các hành động của các công ty đối thủ thì tình hình kinh doanh, tài chính, kết quả hoạt động và triển vọng của Công ty sẽ bị ảnh hưởng.

### Nhu cầu và chiến lược giá sản phẩm

Kết quả kinh doanh của chúng tôi bị ảnh hưởng bởi nhu cầu người tiêu dùng và chiến lược giá trên thị trường. Khi thiết lập giá bán sản phẩm, chúng tôi sẽ xem xét nhiều yếu tố, bao gồm chi phí nguyên vật liệu và bao bì, thuế, giá xăng dầu, giá của đối thủ cạnh tranh, kênh phân phối và điều kiện kinh tế.

Các hoạt động khuyến mãi, bao gồm giảm giá hoặc chiết khấu, được điều chỉnh phù hợp với các mục tiêu chiến lược cho từng sản phẩm và nhằm tác động đến tổng cầu. Trong các giai đoạn nền kinh tế chậm lại như trong đại dịch COVID-19, nhu cầu đối với các sản phẩm cao cấp có xu hướng giảm. Người tiêu dùng, đặc biệt là những người có thu nhập thấp, thường chuyển sang các sản phẩm thiết yếu có giá rẻ hơn để phù hợp với thu nhập bị giảm đi trong thời điểm đó của họ.

Thêm vào đó, nhu cầu tiêu dùng còn bị ảnh hưởng bởi so sánh tương quan giữa giá trị của sản phẩm chọn mua và các sản phẩm và dịch vụ cạnh tranh khác. Để khắc phục điểm này, chúng tôi không ngừng đa dạng hoá danh mục sản phẩm nhằm tạo ra giá trị gia tăng cho sản phẩm với giá cả hợp lý.

### Rủi ro chính sách

Năm 2025 được xem là năm có số lượng luật được ban hành nhiều nhất trong lịch sử lập pháp Việt Nam, với tổng số 86 luật đã được Quốc hội khóa XV thông qua tại 02 kỳ họp thường lệ và 01 kỳ họp bất thường.

Masan MEATLife hoạt động trong lĩnh vực hàng tiêu dùng, chủ yếu là thực phẩm, do đó chịu sự điều chỉnh chặt chẽ của các quy định pháp luật liên quan đến an toàn thực phẩm, tiêu chuẩn và quy chuẩn ngành. Các quy định này được thiết kế nhằm bảo vệ sức khỏe, an toàn của người tiêu dùng và nâng cao chất lượng thị trường.

Trong bối cảnh các quy định pháp luật mới liên tục được ban hành, trong đó có những văn bản có hiệu lực ngay hoặc trong thời gian ngắn sau khi ban hành, Công ty phải thường xuyên cập nhật và điều chỉnh hoạt động để đảm bảo tuân thủ đầy đủ yêu cầu pháp lý cũng như duy trì tính ổn định trong vận hành kinh doanh.

Để quản trị rủi ro chính sách hiệu quả, Công ty đã triển khai các giải pháp sau:

- Duy trì đội ngũ pháp chế nội bộ có chuyên môn cao, chủ động theo dõi sát sao quá trình xây dựng và ban hành văn bản quy phạm pháp luật; tham gia góp ý dự thảo khi phù hợp; kịp thời cập nhật các quy định mới và cung cấp ý kiến pháp lý cho Ban lãnh đạo trong quá trình ra quyết định.
- Tăng cường phối hợp chặt chẽ giữa Bộ phận Pháp chế với các Phòng/ Ban liên quan nhằm đánh giá tác động của chính sách mới và xây dựng phương án triển khai phù hợp với thực tiễn hoạt động. Đồng thời, Công ty thường xuyên tham vấn ý kiến từ Luật sư Tập đoàn và các công ty thành viên trong hệ sinh thái Masan để đảm bảo việc áp dụng chính sách mới được thống nhất, đồng bộ và toàn diện trên toàn hệ thống.

### Rủi ro an toàn thực phẩm và trách nhiệm đối với sản phẩm

An toàn thực phẩm là rủi ro đặc thù và không thể tách rời khỏi ngành thực phẩm nói chung. Mặc dù Công ty đã triển khai các biện pháp kiểm soát nghiêm ngặt, thực hiện kiểm tra định kỳ tại nhà máy sản xuất cũng như giám sát chặt chẽ nguồn nguyên liệu đầu vào, rủi ro liên quan đến an toàn thực phẩm vẫn không thể được loại bỏ hoàn toàn.

Hiện nay, quy trình sản xuất của Masan MEATLife chưa đạt mức tự động hóa tuyệt đối, do đó vẫn còn sự tham gia của yếu tố con người trong một số công đoạn vận hành. Điều này tiềm ẩn khả năng phát sinh sai sót ngoài ý muốn, dẫn đến rủi ro về an toàn thực phẩm.

Trong trường hợp xảy ra sự cố liên quan đến chất lượng hoặc an toàn sản phẩm, Công ty có thể đối mặt với khiếu nại từ người tiêu dùng hoặc đối tác, thậm chí phải thực hiện thu hồi sản phẩm trên thị trường. Những tình huống này, nếu phát sinh, có thể gây tác động bất lợi đến hoạt động kinh doanh, tình hình tài chính, kết quả hoạt động cũng như triển vọng phát triển của Masan MEATLife trong tương lai.

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

Nhận diện thương hiệu đóng vai trò then chốt đối với chiến lược kinh doanh và vị thế thị trường của Masan MEATLife. Bất kỳ hành vi xâm phạm quyền sở hữu trí tuệ nào đối với thương hiệu, nhãn hiệu hoặc sản phẩm của Công ty đều có thể gây ảnh hưởng tiêu cực đến hoạt động kinh doanh, uy tín thương hiệu, tình hình tài chính và triển vọng phát triển dài hạn.

Sự thành công của Masan MEATLife phụ thuộc một phần quan trọng vào khả năng bảo vệ và duy trì quyền sở hữu trí tuệ. Công ty đã và đang chủ động đăng ký nhãn hiệu cho các sản phẩm hiện hữu, thực hiện gia hạn đối với các nhãn hiệu sắp hết hiệu lực, đồng thời tiến hành đăng ký nhãn hiệu cho các sản phẩm mới ra mắt thị trường.

Tuy nhiên, Công ty không thể đảm bảo rằng tất cả các hồ sơ đăng ký nhãn hiệu đã nộp hoặc sẽ nộp trong tương lai đều được cơ quan chức năng chấp thuận, hoặc các nhãn hiệu hiện tại sẽ không bị phản đối, hủy bỏ hay bị tranh chấp bởi bên thứ ba. Trong trường hợp hồ sơ đăng ký bị từ chối hoặc sản phẩm gặp vướng mắc về pháp lý trong lưu hành, Masan MEATLife sẽ tiến hành rà soát, bổ sung hồ sơ, đề nghị xem xét lại hoặc điều chỉnh chiến lược thương hiệu khi cần thiết nhằm phù hợp với quy định pháp luật và điều kiện thị trường.

Song song với đó, Công ty tăng cường công tác quản lý và bảo vệ quyền sở hữu trí tuệ hiện có, phối hợp chặt chẽ với các cơ quan quản lý Nhà nước và cơ quan chức năng để xử lý các hành vi xâm phạm, qua đó duy trì uy tín và vị thế cạnh tranh trên thị trường.

Việc xuất hiện hàng giả, hàng nhái hoặc hành vi lạm dụng thương hiệu từ các đối thủ cạnh tranh có thể làm suy yếu niềm tin của người tiêu dùng, ảnh hưởng đến hình ảnh thương hiệu và làm giảm năng lực cạnh tranh của Công ty. Trong trường hợp xảy ra vi phạm nghiêm trọng, Masan MEATLife có thể phải bỏ ra nguồn lực và chi phí đáng kể để thực thi quyền sở hữu trí tuệ tại Việt Nam. Nếu không bảo vệ hiệu quả các quyền này, danh tiếng thương hiệu cũng như kết quả kinh doanh của Công ty có thể bị tác động tiêu cực.

Để giảm thiểu các rủi ro nêu trên, Masan MEATLife duy trì bộ phận chuyên trách về sở hữu trí tuệ, chủ động làm việc với các cơ quan chức năng nhằm tiếp tục đăng ký, gia hạn và bảo vệ nhãn hiệu cho các sản phẩm của Công ty. Đồng thời, Công ty kiên quyết xử lý các hành vi sản xuất, kinh doanh hàng giả, hàng nhái và các hành vi cạnh tranh không lành mạnh khác trên thị trường.

Bên cạnh hoạt động bảo vệ pháp lý, Masan MEATLife còn đẩy mạnh các hoạt động xây dựng và quảng bá thương hiệu thông qua việc tham gia hội chợ, triển lãm, hội thảo chuyên ngành, cũng như tăng cường hiện diện trên các nền tảng thương mại điện tử và mạng xã hội. Tất cả sản phẩm của Công ty đều được sản xuất và kinh doanh trên cơ sở tuân thủ đầy đủ các yêu cầu, điều kiện và thủ tục pháp lý theo quy định hiện hành.

### Rủi ro nhân sự

Masan MEATLife hiện có khoảng 2.204 cán bộ, công nhân viên (CBCNV) đến từ nhiều vùng miền trên cả nước, với lực lượng lao động phần lớn ở độ tuổi trẻ và làm việc trực tiếp tại các trang trại, nhà máy sản xuất và tại văn phòng trụ sở chính. Trong bối cảnh đặc thù ngành thực phẩm đòi hỏi cường độ lao động cao, tuân thủ nghiêm ngặt về an toàn vệ sinh thực phẩm và vận hành liên tục, biến động nhân sự luôn là vấn đề trọng yếu mà Công ty cần quản trị chặt chẽ.

Rủi ro về nhân sự không chỉ thể hiện ở tỷ lệ nghỉ việc hay thiếu hụt lao động cục bộ, mà còn bao gồm các thách thức về chất lượng nguồn nhân lực, đào tạo, kỷ luật lao động và an toàn lao động. Việc thay đổi nhân sự thường xuyên có thể làm gián đoạn hoạt động sản xuất, gia tăng chi phí tuyển dụng – đào tạo, đồng thời ảnh hưởng đến tính ổn định và hiệu quả vận hành của hệ thống nhà máy.

Ngoài ra, Công ty cũng đối mặt với các rủi ro nhân sự khác như:

- Rủi ro thiếu hụt lao động thời vụ hoặc theo chu kỳ sản xuất**, đặc biệt vào các giai đoạn cao điểm về nhu cầu thị trường;
- Rủi ro về kỹ năng và năng lực chuyên môn**, khi một bộ phận lao động chưa được đào tạo bài bản hoặc cần thời gian thích nghi với quy trình công nghệ hiện đại;
- Rủi ro về tuân thủ kỷ luật lao động và quy trình vận hành**, có thể ảnh hưởng đến chất lượng sản phẩm và an toàn thực phẩm;
- Rủi ro về an toàn lao động và sức khỏe nghề nghiệp**, do đặc thù làm việc trong môi trường lạnh, dây chuyền sản xuất và kho vận;

Để giảm thiểu các rủi ro trên, Masan MEATLife chủ động triển khai nhiều giải pháp nhân sự đồng bộ, bao gồm: xây dựng chính sách tuyển dụng linh hoạt, tăng cường đào tạo tay nghề, cải thiện môi trường làm việc, nâng cao chế độ phúc lợi, đảm bảo an toàn lao động và tạo lộ trình phát triển nghề nghiệp rõ ràng cho người lao động. Qua đó, Công ty hướng tới duy trì lực lượng lao động ổn định, có kỹ năng và gắn bó lâu dài, đáp ứng nhu cầu sản xuất – kinh doanh trong dài hạn.

## Đánh giá kết quả hoạt động sản xuất, kinh doanh



# ↑21%

Tăng trưởng tổng doanh thu thuần so với năm 2024

# >2.581

(Tỷ VND) Lợi nhuận gộp

# 28%

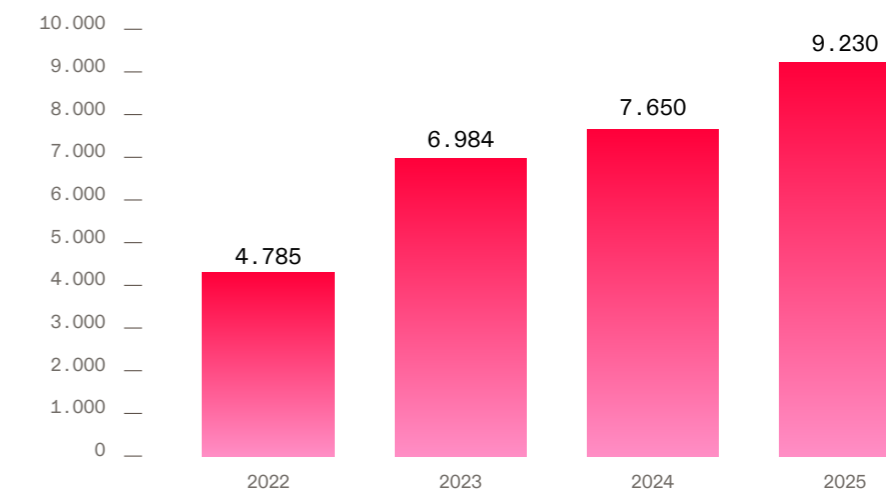
Biên lợi nhuận gộp

Trong năm 2025, tổng doanh thu thuần của công ty đạt 9.230 tỷ đồng, tăng trưởng 21% so với năm 2024. So với chỉ tiêu doanh thu 2025 kế hoạch đề ra từ 8.250 - 8.750 tỷ đồng, tương ứng với mức tăng trưởng 8 - 14% so với năm 2024, Công ty cũng hoàn thành xuất sắc khi vượt hơn 7% so với kế hoạch. Sự tăng trưởng doanh thu vượt trội này được thúc đẩy chủ yếu bởi sự tăng trưởng đồng thời của cả mảng thịt và mảng chăn nuôi. Doanh thu mảng thịt tăng trưởng mạnh nhờ sự tăng trưởng các sản phẩm thịt có thương hiệu và thịt chế biến thông qua việc đẩy mạnh tiêu thụ các sản phẩm giá trị cao, các sản phẩm mới và duy trì xây dựng các thương hiệu mạnh. Bên cạnh đó, Công ty tiếp tục tận dụng hiệu quả hệ sinh thái WinCommerce thông qua việc mở rộng độ phủ tại điểm bán với chiến lược “Meat Corner”, tối ưu danh mục sản phẩm và tăng trưởng doanh thu trung bình trên một cửa hàng. Việc duy trì mặt bằng giá heo hơi thuận lợi và mở rộng các kênh bán hàng, đặc biệt là kênh HORECA, cũng đóng góp tích cực vào tăng trưởng doanh thu thịt. Mảng chăn nuôi cũng ghi nhận tăng trưởng tích cực, được hỗ trợ bởi giá bán thuận lợi, nhu cầu thị trường ổn định và các hợp đồng tiêu thụ dài hạn, tạo nền tảng cho tăng trưởng doanh thu bền vững.

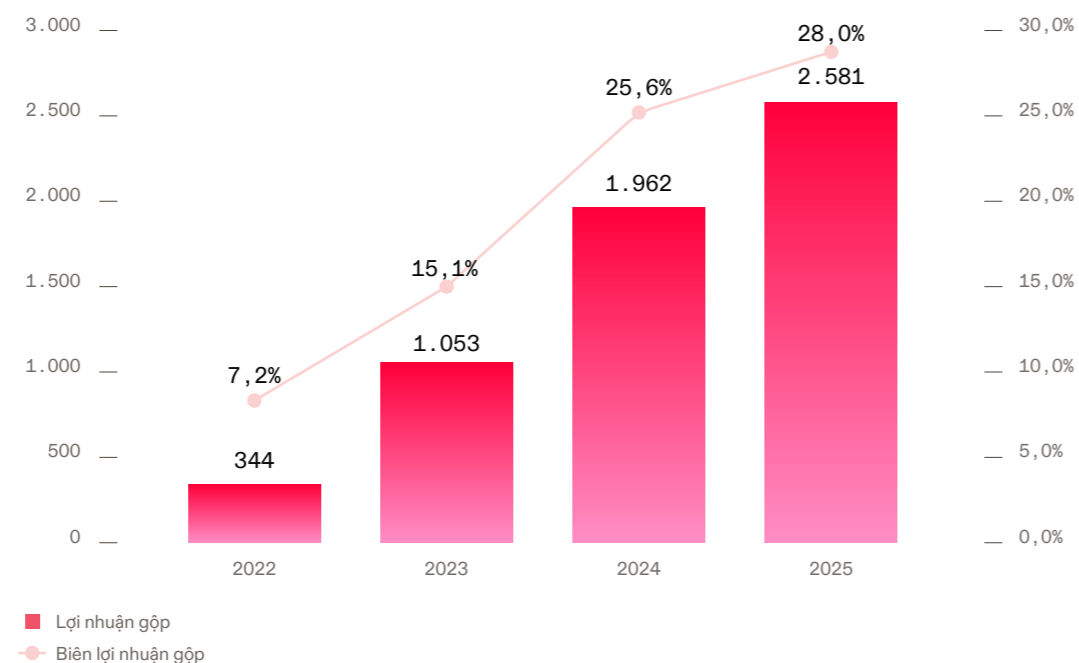
Công ty ghi nhận lợi nhuận gộp hơn 2.581 tỷ đồng, tương đương biên lợi nhuận gộp 28%, cao hơn 2,3% so với năm 2024 và hơn 2,0% so với kế hoạch đầu năm. Kết quả này đạt được nhờ triển khai hiệu quả chiến lược giá bán và xây dựng các thương hiệu mạnh, tập trung đẩy mạnh các sản phẩm có giá trị gia tăng cao, mở rộng kênh phân phối và các nhóm khách hàng có biên lợi nhuận cao, tối ưu giá thành sản phẩm, đồng thời khai thác lợi thế kinh tế theo quy mô khi sản lượng tăng trưởng 21%. Ngoài ra, việc liên tục cải thiện năng suất vận hành mảng trang trại đã giúp tối ưu giá thành, góp phần gia tăng biên lợi nhuận gộp của Công ty.

Lợi thế kinh tế về quy mô không chỉ giúp cải thiện về biên lợi nhuận gộp mà còn giúp tiết giảm hơn 1% tỷ lệ chi phí bán hàng & quản lý so với năm 2024 và hơn 1,2% so với kế hoạch đầu năm, từ đó giúp cải thiện biên lợi nhuận sau thuế của công ty một cách đáng kể. Ngoài ra, hoạt động tài chính cũng có sự đóng góp quan trọng khi tiết kiệm cả chi phí tài chính nhờ vào sự tăng trưởng lợi nhuận và khoản doanh thu tài chính bất thường trong năm 2025.

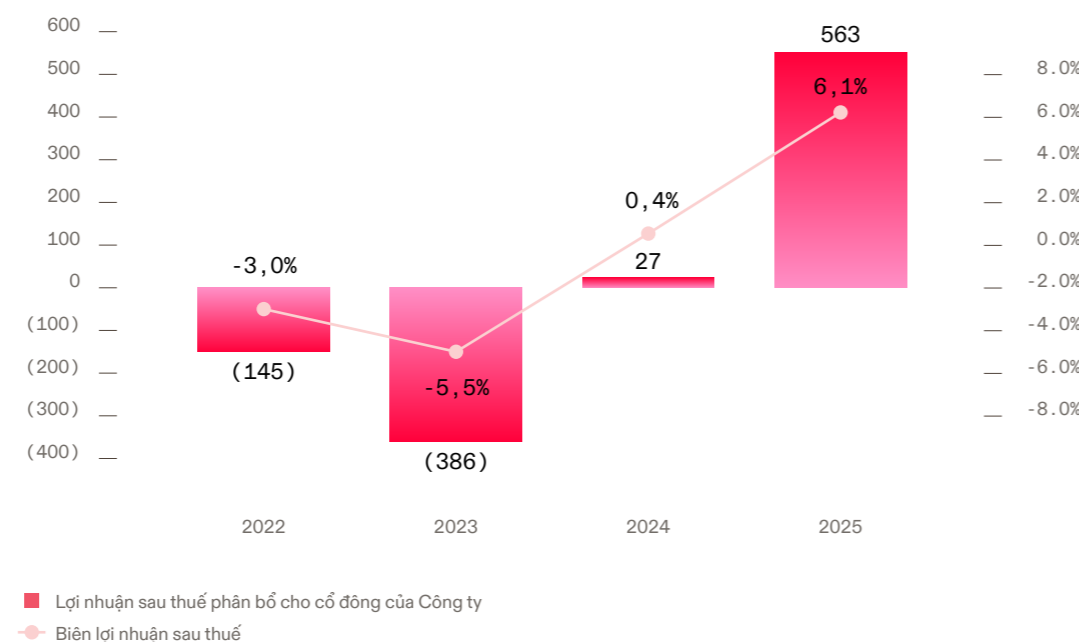
Doanh thu thuần (tỷ VND)



Lợi nhuận gộp (tỷ VNĐ) và biên lợi nhuận gộp (%)



Lợi nhuận sau thuế phân bổ cho cổ đông của Công ty (tỷ VNĐ) và Biên lợi nhuận sau thuế (%)



## Tình hình tài chính

### Tình hình tài sản

#### Tiền và các khoản tương đương tiền

Masan MEATLife nắm giữ 318 tỷ đồng tiền mặt tại ngày 31/12/2025, bao gồm tiền và các khoản tương đương tiền và tiền gửi có kỳ hạn trên ba tháng, tăng 67% so với mức 191 tỷ đồng tại ngày 31/12/2024. Sự biến động này chủ yếu là kết quả của dòng tiền dương từ hoạt động kinh doanh và dòng tiền thu từ phát hành cổ phiếu cần trả với mức giảm của dòng tiền chi trả các khoản nợ vay.

#### Tổng tài sản

Tính đến ngày 31/12/2025, tổng tài sản tăng 1% từ mức 11.229 tỷ đồng tại ngày 31/12/2024 lên mức 11.368 tỷ đồng, chủ yếu tới từ sự gia tăng của nguồn vốn lưu động (hàng tồn kho, các khoản phải thu,...) để đẩy mạnh và duy trì các hoạt động sản xuất kinh doanh của Masan MEATLife.

#### Tài sản cố định

Tổng giá trị tài sản cố định ("TSCĐ") thuần (bao gồm giá trị còn lại của TSCĐ và chi phí xây dựng cơ bản dở dang) 4.438 tỷ đồng tại ngày 31/12/2025, giảm nhẹ 7% so với giá trị 4.775 tỷ đồng tại ngày 31/12/2024. TSCĐ tăng mới trong năm khoảng 48 tỷ đồng, tương đương tăng 1% so với nguyên giá TSCĐ tại ngày 31/12/2024, được đưa vào sử dụng chủ yếu từ đầu tư vào máy móc thiết bị tại nhà máy thịt chế biến với mục đích để nâng cao công suất và đổi mới công nghệ máy móc thiết bị hiện đại.

### Các khoản vay

Tính đến ngày 31/12/2025, tổng số dư nợ vay ngắn hạn và dài hạn, trái phiếu và nợ thuê tài chính giảm 12% từ mức 4.648 tỷ đồng tại ngày 31/12/2024 về mức 4.088 tỷ đồng, chủ yếu giảm của nợ vay dài hạn từ mức dư nợ 1.218 tỷ đồng tại ngày 31/12/2024 xuống mức 689 tỷ đồng tại ngày 31/12/2025.

### Đầu tư vào công ty liên kết

Khoản đầu tư vào một công ty liên kết chiếm 24,94% lợi ích kinh tế trong Công ty Cổ phần Việt Nam Kỹ nghệ Súc sản ("Vissan") tại thời điểm ngày 31/12/2025. Trong năm, Masan MEATLife cũng đã nhận được khoản tiền cổ tức tương đương 10 tỷ đồng từ khoản đầu tư này.

### Vốn chủ sở hữu

Tính đến ngày 31/12/2025, vốn chủ sở hữu đạt 5.201 tỷ đồng, tăng 16% so với mức 4.469 tỷ đồng tại ngày 31/12/2024. Mức tăng chủ yếu do tăng trưởng từ lợi nhuận thuần sau thuế TNDN và vốn cổ phần tăng thêm trong năm từ đợt phát hành cổ phiếu cho nhân viên.



**Chỉ tiêu tài chính chủ yếu:**

Chỉ tiêu	31/12/2024	31/12/2025	%tăng/(giảm)
Tổng giá trị tài sản	11.229	11.368	1%
Doanh thu thuần	7.650	9.230	21%
Lợi nhuận từ hoạt động kinh doanh	12	627	5125%
Kết quả từ các hoạt động khác	11	(4)	-136%
Lợi nhuận trước thuế	23	624	2613%
Lợi nhuận sau thuế	25	619	2376%
Tỷ lệ lợi nhuận trả cổ tức	-	-	-

Chỉ tiêu	31/12/2024	31/12/2025
<b>1. Chỉ tiêu về khả năng thanh toán</b>		
Hệ số thanh toán ngắn hạn		
Tài sản ngắn hạn/Nợ ngắn hạn	0,5x	0,4x
Hệ số thanh toán nhanh		
(Tài sản ngắn hạn - Hàng tồn kho)/Nợ ngắn hạn	0,3x	0,3x
<b>2. Chỉ tiêu về cơ cấu vốn</b>		
Hệ số Nợ/Tổng tài sản		
	0,4x	0,4x
Hệ số Nợ/vốn chủ sở hữu		
	1,0x	0,8x
<b>3. Chỉ tiêu về năng lực hoạt động</b>		
Vòng quay hàng tồn kho:		
Giá vốn hàng bán/Hàng tồn kho bình quân	8,6	8,7
Vòng quay tổng tài sản:		
Doanh thu thuần/Tổng tài sản bình quân	63,9%	81,7%
<b>4. Chỉ tiêu về khả năng sinh lời</b>		
Hệ số Lợi nhuận sau thuế/Doanh thu thuần		
	0,3%	6,7%
Hệ số Lợi nhuận sau thuế/vốn chủ sở hữu		
	0,6%	11,9%
Hệ số Lợi nhuận sau thuế/Tổng tài sản		
	0,2%	5,5%
Hệ số Lợi nhuận từ hoạt động kinh doanh/doanh thu thuần		
	0,2%	6,8%

## Những cải tiến về cơ cấu tổ chức, chính sách, nền tảng vận hành

### Tinh gọn tổ chức

Năm 2025, công ty tập trung tái cấu trúc để bộ máy tinh gọn, phản ứng nhanh hơn với thị trường thông qua việc phối hợp nguồn lực trong tập đoàn:

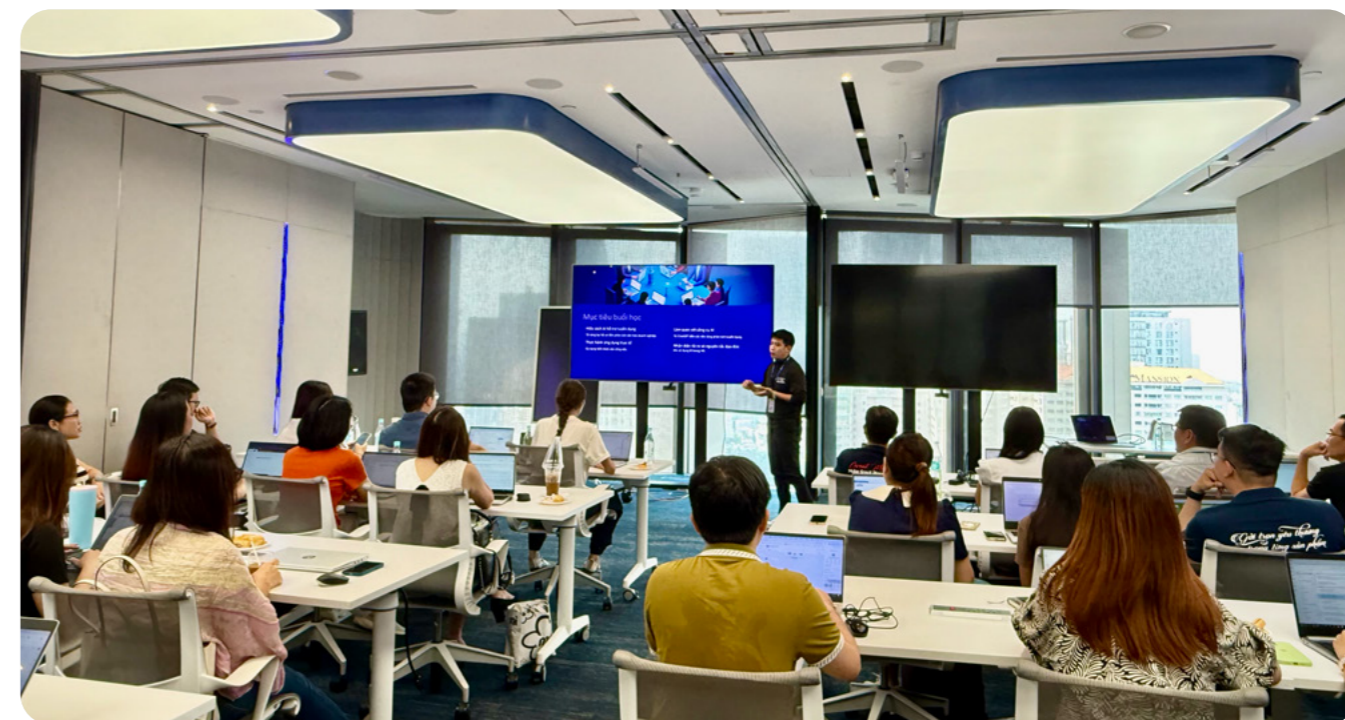
- **Hợp nhất mô hình làm việc (Cross-BU Integration):** Kết hợp các phòng ban chuyên môn giữa MML và các công ty thành viên tại các khối: **R&D** (với MSJ), **Planning & Log** (với TSC), **MPO** (với MCH) và **IT** (với TCX).
- **Quản lý tập trung (Centralization):** Chuyển đổi sang mô hình quản lý tập trung cho bộ phận **An ninh nội bộ & Kiểm soát tuân thủ**.
- **Kiện toàn bộ máy:** Áp dụng **Mô hình nhân sự mới (New HR Model)** và chuẩn hóa cấu trúc tại **3FVIỆT**, khối **Công nghệ & Dự án** nhằm tối ưu hóa hiệu quả vận hành.

### Số hóa quản trị và nâng cao hiệu suất

Đẩy mạnh ứng dụng công nghệ để hiện đại hóa môi trường làm việc và minh bạch hóa quản lý:

- **Chuyển đổi số:** Triển khai đồng bộ các hệ thống quản trị tiên tiến như SAP, hợp đồng điện tử (e-contract), giúp quản lý dữ liệu chính xác và tiết kiệm thời gian.
- **Trao quyền và Trách nhiệm:** Chuẩn hóa quy trình làm việc, tăng cường trao quyền cho đội ngũ quản lý đi đôi với trách nhiệm rõ ràng, thúc đẩy tinh thần chủ động sáng tạo.

Những cải tiến đồng bộ về cấu trúc và công nghệ đã thiết lập nền tảng vận hành tinh gọn, giúp tối ưu hóa chi phí và tạo đà cho sự tăng trưởng bứt phá trong giai đoạn tới.



## Tầm nhìn năm 2026

### Masan MEATLife muốn trở thành công ty dẫn dắt nền tảng thực phẩm dinh dưỡng hiện đại, cho một cuộc sống tốt đẹp hơn.

Tại Masan MEATLife, chúng tôi tin rằng thực phẩm cung cấp dinh dưỡng mỗi ngày sẽ quyết định chất lượng sống của xã hội. Vì vậy, chúng tôi không chỉ sản xuất thịt, mà xây dựng một nền tảng thực phẩm dinh dưỡng - hiện đại hoá khẩu vị & trải nghiệm - để có thể phục vụ mọi nhu cầu, mọi đối tượng, mọi lúc, mọi nơi. Chúng tôi đầu tư vào khoa học, công nghệ và chuỗi giá trị khép kín để làm chủ chất lượng và niềm tin. Mọi quyết định đều hướng tới thực phẩm hiện đại hơn và cuộc sống tốt đẹp hơn cho xã hội.

Đó là lý do chúng tôi tồn tại.

### Masan MEATLife đặt mục tiêu đạt doanh thu thuần trong khoảng 10.100 – 10.500 tỷ đồng, tương ứng mức tăng trưởng 9% – 14% so với cùng kỳ năm trước.

Mục tiêu này sẽ được hiện thực hóa thông qua việc tiếp tục hành trình chuyển dịch trở thành doanh nghiệp thịt chế biến, được dẫn dắt bởi năng lực đổi mới sáng tạo mạnh mẽ, cụ thể như sau:

### Nâng cao giá trị mỗi heo thịt thêm 3% – 5%, lên mức 9,8 triệu đồng/con

Thông qua:

1. Giới thiệu các sản phẩm giá trị gia tăng đáp ứng nhu cầu tiện lợi của người tiêu dùng;
2. Gia tăng tỷ trọng đóng góp của kênh B2C;
3. Tối đa hóa giá trị thu hồi từ phụ phẩm và các phần thịt chuyên biệt.



### Tiếp tục đầu tư phát triển mảng thịt chế biến có biên lợi nhuận cao, với mục tiêu mảng này đóng góp khoảng 20%+ doanh thu trong ngắn hạn và 50%+ trong dài hạn

Đổi mới sáng tạo tiếp tục là động lực tăng trưởng cốt lõi của mảng thịt chế biến, với các sản phẩm thịt chế biến mới dự kiến ra mắt trong năm 2026.



### Thúc đẩy hơn nữa sự cộng hưởng với WCM

Thông qua:

1. Cải tiến chương trình hội viên mới nhằm gia tăng mức độ trung thành của người tiêu dùng;
2. Xây dựng mô hình “Meat Destination” trong hệ thống WCM để tiếp tục thu hút người dùng mới của MEATDeli (MDL), gia tăng doanh thu bình quân trên mỗi cửa hàng (ADS) tại WCM, và gia tăng thị phần thịt chế biến trong hệ thống WCM.



### Tối ưu hoá doanh thu

Bằng cách tăng cường độ tin cậy của chuỗi cung ứng từ đầu đến cuối và đẩy nhanh hoạt động đổi mới sáng tạo.



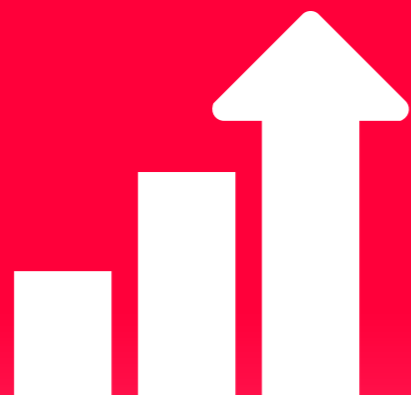
## Mục tiêu 2026-2030

Công ty đặt mục tiêu tăng trưởng hàng năm 20% - và hướng đến vị thế công ty tỷ đô vốn hoá vào 2030

# 20%

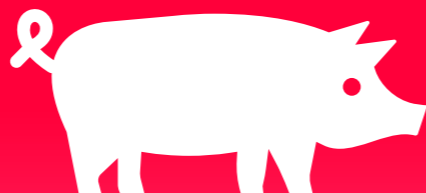
Năm 2026, Masan MEATLife tập trung xây dựng nền tảng tăng trưởng dài hạn

Dựa trên bốn động lực cốt lõi: Nền tảng kinh tế, Nền tảng vận hành, Động cơ tăng trưởng và Động lực con người.



Giá trị heo thịt là nền tảng kinh tế, với mục tiêu rõ ràng

Mỗi con heo phải tạo ra giá trị dương và bền vững. Masan MEATLife chuyển từ bán sản lượng sang bán giá trị thông qua nâng cấp trải nghiệm sản phẩm, nơi người tiêu dùng sẵn sàng trả cao hơn cho tiện lợi và chất lượng. Thịt tẩm ướp là sản phẩm chiến lược của tương lai, hướng tới biên lợi nhuận gộp trung bình 35%, đặt nền móng cho hiệu quả kinh tế dài hạn.



End-to-End là nền tảng vận hành bằng dữ liệu và công nghệ là năng lực cốt lõi

Giúp Masan MEATLife làm chủ chi phí, chất lượng và tốc độ ra quyết định trên toàn chuỗi. Hệ thống được số hoá và kỹ thuật hoá, bảo đảm giao hàng WinARE đúng thời gian, đủ số lượng và hướng tới hông huỷ bằng 0. Dữ liệu được khai thác xuyên suốt từ sản xuất đến bán lẻ, kết hợp ATL, trưng bày, chương trình hội viên và định giá linh hoạt để tối ưu doanh thu và cải thiện biên lợi nhuận thêm 5% - 10% trong năm 2026.



Thịt chế biến là động cơ tăng trưởng

Được dẫn dắt bằng kỹ thuật tài chính và năng lực đổi mới vượt trội. Danh mục sản phẩm hướng tới biên lợi nhuận gộp 42%, với đổi mới được phân bổ rõ ràng: 30% cho sáng tạo đột phá và 70% cho mở rộng quy mô. Masan MEATLife làm chủ công nghệ và sở hữu năng lực hàng đầu thị trường, hiện đại hoá các dòng Thanh trùng và snack từ thịt thành giải pháp dinh dưỡng giá trị cao, hướng tới tăng trưởng doanh số 15% - 20% trong năm 2026.



Xuyên suốt là văn hoá "Passion to Win Big" - con người là yếu tố cốt lõi

Masan MEATLife xây dựng thể hệ nhân sự trẻ có năng lực học nhanh, phát triển liên tục và khát vọng chiến thắng lớn. Văn hoá được vận hành bằng cam kết và tinh thần làm chủ, thông qua cơ chế thưởng - phạt rõ ràng, nơi kết quả và trách nhiệm được ghi nhận công bằng, tạo động lực hành động mạnh mẽ và bền bỉ cho toàn tổ chức.



## Đánh giá của Hội đồng Quản trị về hoạt động kinh doanh của Công ty

Năm 2025 tiếp tục là một năm có nhiều biến động đối với nền kinh tế nói chung và ngành thực phẩm - chăn nuôi nói riêng, trong bối cảnh áp lực chi phí, biến động thị trường và yêu cầu ngày càng cao của người tiêu dùng về chất lượng, an toàn thực phẩm và tính bền vững. Trước những thách thức đó, Masan MEATLife đã chủ động triển khai các giải pháp điều hành linh hoạt, tập trung củng cố nền tảng vận hành, nâng cao hiệu quả hoạt động và từng bước hiện thực hóa chiến lược phát triển dài hạn.

Hội đồng Quản trị đánh giá Ban điều hành đã bám sát các định hướng chiến lược được phê duyệt, tập trung tối ưu hóa chuỗi giá trị từ trang trại đến bàn ăn, nâng cao năng lực sản xuất, kiểm soát chất lượng và an toàn thực phẩm, đồng thời tiếp tục phát triển danh mục sản phẩm đáp ứng nhu cầu ngày càng đa dạng của thị trường. Công ty duy trì hoạt động sản xuất - kinh doanh ổn định, đảm bảo cung ứng sản phẩm an toàn, chất lượng cao cho người tiêu dùng trong mọi điều kiện thị trường.

Bên cạnh kết quả kinh doanh, Masan MEATLife tiếp tục chú trọng công tác quản trị doanh nghiệp, quản trị rủi ro và tuân thủ pháp luật. Các hệ thống kiểm soát nội bộ, quản lý an toàn thực phẩm, an ninh thông tin và quản lý chuỗi cung ứng được duy trì và cải tiến, góp phần nâng cao tính minh bạch, hiệu quả và bền vững trong hoạt động của Công ty. Song song đó, Công ty tích cực thực hiện các hoạt động trách nhiệm xã hội, bảo vệ môi trường và phát triển cộng đồng, thể hiện cam kết phát triển bền vững gắn liền với lợi ích của các bên liên quan.

Hội đồng Quản trị ghi nhận và đánh giá cao nỗ lực của Ban điều hành và toàn thể cán bộ nhân viên Masan MEATLife trong việc vượt qua khó khăn, duy trì hoạt động ổn định và tạo nền tảng cho sự phát triển trong giai đoạn tiếp theo. Trên cơ sở những kết quả đạt được trong năm 2025, Hội đồng Quản trị tin tưởng rằng với chiến lược rõ ràng, đội ngũ nhân sự giàu kinh nghiệm và sự đồng hành của các đối tác, Masan MEATLife sẽ tiếp tục củng cố vị thế trên thị trường và hướng tới tăng trưởng bền vững trong các năm tới.



# Báo cáo phát triển bền vững



# Tổng quan



Phát triển bền vững là một trong những trụ cột chiến lược trong định hướng dài hạn của Tập đoàn Masan nói chung và Masan MEATLife nói riêng, gắn liền với sứ mệnh cung cấp các sản phẩm thực phẩm và dinh dưỡng an toàn, chất lượng cao và có truy xuất nguồn gốc rõ ràng cho người tiêu dùng Việt Nam. Trong bối cảnh ngành chăn nuôi và chế biến thịt ngày càng chịu nhiều yêu cầu khắt khe về an toàn thực phẩm, môi trường và trách nhiệm xã hội, Masan MEATLife xác định phát triển bền vững không chỉ là cam kết, mà là nguyên tắc xuyên suốt trong toàn bộ hoạt động sản xuất – kinh doanh.

Là doanh nghiệp vận hành chuỗi giá trị khép kín từ trang trại đến bàn ăn (3F – Feed, Farm, Food), Masan MEATLife nhận thức rõ trách nhiệm của mình trong việc cân bằng giữa tăng trưởng kinh doanh và các yếu tố môi trường, xã hội và quản trị (ESG). Công ty chủ động tích hợp các nguyên tắc ESG vào chiến lược phát triển, hoạt động vận hành và quản trị doanh nghiệp, nhằm tạo ra giá trị bền vững cho các bên liên quan, bao gồm người tiêu dùng, người lao động, đối tác, cộng đồng và cổ đông.

Trong lĩnh vực môi trường, Masan MEATLife tập trung quản lý hiệu quả tài nguyên, kiểm soát phát thải và chất thải, đồng thời tuân thủ nghiêm ngặt các quy định về bảo vệ môi trường trong chăn nuôi và chế biến thực phẩm. Các hoạt động đầu tư công nghệ, cải tiến quy trình sản xuất và vận hành được triển khai nhằm giảm thiểu tác động môi trường, nâng cao hiệu quả sử dụng năng lượng và nước, cũng như đảm bảo an toàn sinh học trong toàn chuỗi giá trị.

Về trách nhiệm xã hội, Masan MEATLife chú trọng xây dựng môi trường làm việc an toàn, minh bạch và công bằng cho người lao động; đảm bảo phúc lợi, đào tạo và phát triển nguồn nhân lực dài hạn. Đồng thời, Công ty cam kết cung cấp các sản phẩm thịt an toàn, đáp ứng tiêu chuẩn chất lượng cao, góp phần nâng cao chất lượng bữa ăn và đời sống của người tiêu dùng. Thông qua các hoạt động gắn kết cộng đồng, Masan MEATLife hướng tới việc tạo ra tác động tích cực và bền vững tại các địa phương nơi Công ty hoạt động.

Trong quản trị doanh nghiệp, Masan MEATLife duy trì hệ thống quản trị minh bạch, tuân thủ các chuẩn mực pháp lý và thông lệ quản trị tốt, tăng cường quản lý rủi ro và kiểm soát nội bộ. Công ty không ngừng nâng cao năng lực quản trị nhằm đảm bảo hoạt động hiệu quả, liêm chính và phù hợp với chiến lược phát triển bền vững trong dài hạn.

Thông qua việc kiên định triển khai các nguyên tắc ESG, Masan MEATLife tin tưởng rằng phát triển bền vững sẽ tiếp tục là nền tảng quan trọng giúp Công ty củng cố năng lực cạnh tranh, xây dựng niềm tin với người tiêu dùng và các bên liên quan, đồng thời tạo ra giá trị dài hạn cho doanh nghiệp và xã hội.

## Cơ cấu quản trị bền vững (ESG)

Masan MEATLife đã thành lập Ủy ban ESG vào năm 2024 nhằm chịu trách nhiệm thực hiện các chương trình, sáng kiến và kế hoạch ESG, đồng thời theo dõi và báo cáo tiến độ tới Ban lãnh đạo Masan MEATLife và cấp Tập đoàn.

Chúng tôi đã bổ nhiệm một Quản lý ESG (ESG Champion - Đầu mối quản lý ESG tại Masan MEATLife) để quản lý Ủy ban ESG và giám sát tất cả các vấn đề liên quan đến ESG tại Masan MEATLife, đảm bảo rằng các hoạt động bền vững luôn phù hợp với các chính sách và chiến lược bền vững của Tập đoàn. Quản lý ESG cũng đại diện cho công ty tham gia vào Ủy ban ESG cấp Tập đoàn, đảm bảo tính nhất quán trong thực hiện các mục tiêu ESG, đồng thời thúc đẩy văn hóa bền vững trong toàn bộ hệ sinh thái của Tập đoàn Masan.

Đối với mỗi đơn vị chủ chốt trong quản trị bền vững, Masan MEATLife đã xác định rõ các vai trò và trách nhiệm cụ thể như sau:

### Hội đồng Quản trị và Tổng Giám đốc:

Đặt ra các định hướng phát triển ESG và chiến lược trọng tâm cho doanh nghiệp, bao gồm chiến lược bền vững, đồng thời giám sát tiến độ thực hiện các mục tiêu ESG.

### Quản lý ESG của Masan MEATLife:

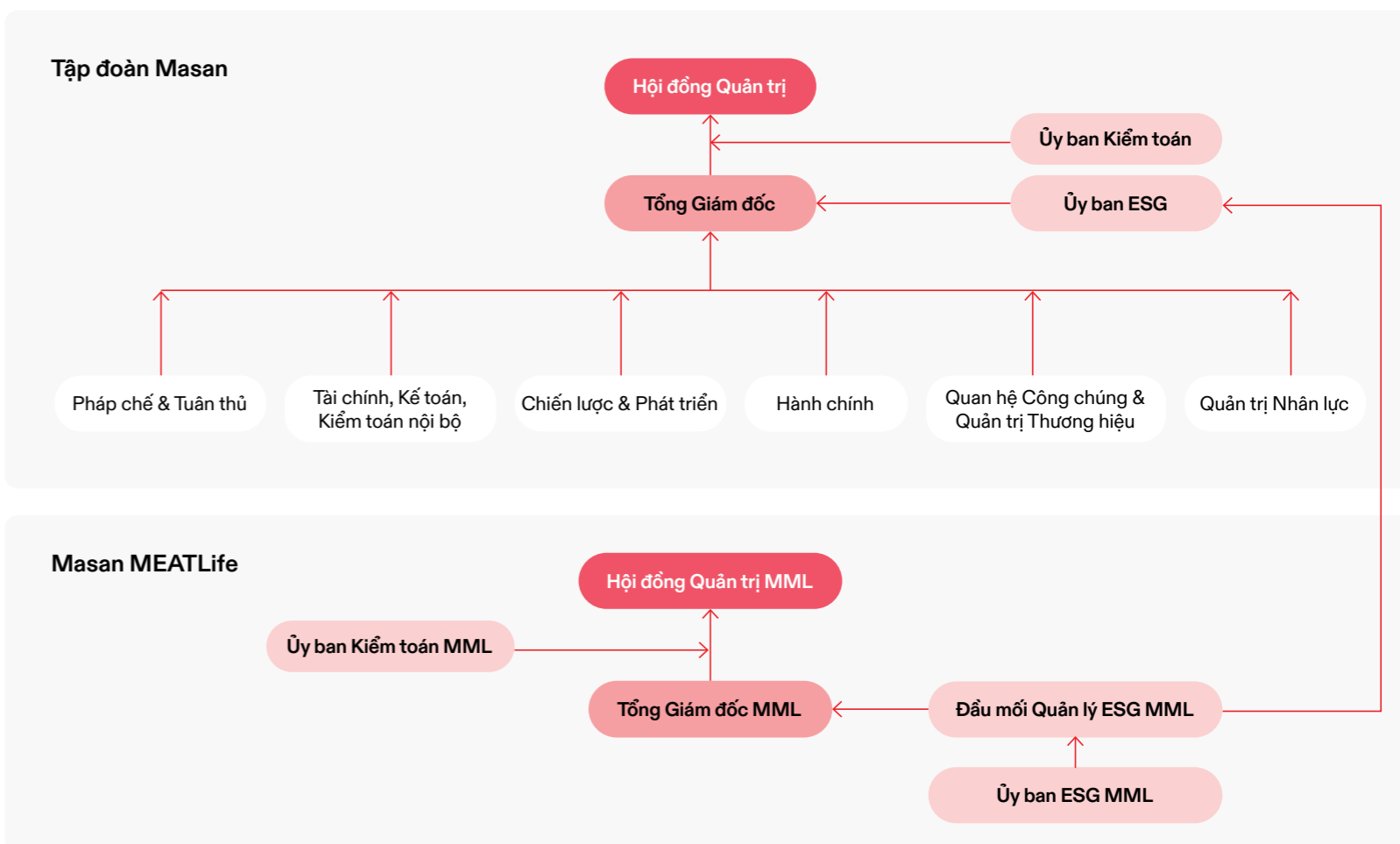
Đảm nhận vai trò dẫn dắt các sáng kiến ESG trong doanh nghiệp. Bằng cách phối hợp chặt chẽ với từng thành viên của Ủy ban ESG Masan MEATLife, Quản lý ESG giám sát việc thực hiện chiến lược ESG được Ủy ban ESG cấp Tập đoàn đưa ra.

### Thành viên Ủy ban ESG của Masan MEATLife:

Mỗi thành viên trong Ủy ban ESG của Masan MEATLife được phân công phụ trách một hoặc một số các chủ đề ESG ưu tiên trong từng giai đoạn, đảm bảo tính chuyên môn hóa và hiệu quả trong triển khai các sáng kiến bền vững.

Các chiến lược bền vững của công ty được truyền đạt tới các bên liên quan thông qua nhiều kênh bao gồm các ấn phẩm trên mạng nội bộ, các buổi đào tạo về ESG, hội thảo và cuộc họp.

## Sơ đồ tổ chức Ủy ban ESG



# Những điểm nhấn về phát triển bền vững năm 2025



## I. Thúc đẩy phát triển bền vững

100% danh mục sản phẩm quan trọng được đánh giá về mức độ tuân thủ thông tin sản phẩm



100% nhà máy sản xuất được chứng nhận theo các tiêu chuẩn quốc tế – Hệ thống Chứng nhận An toàn Thực phẩm (FSSC) 22000, BRC và HACCP về Quản lý An toàn Thực phẩm



Bộ Quy tắc Chuỗi cung ứng bền vững được áp dụng



## II. Môi trường và cộng đồng

Sản xuất giảm phát thải CO<sub>2</sub> – Hướng tới trung hòa Carbon: Công ty đã tổ chức và thực hiện:

- Chương trình tiết kiệm năng lượng;
- Chuyển đổi vận hành xe nâng dầu DO sang xe nâng điện;
- Chương trình tuần hoàn nguồn năng lượng;
- Chạy máy phát điện từ nguồn nguyên liệu Biogas.



Trồng cây phát triển xanh: Diện tích cây xanh trong khuôn viên của từng tổ hợp chế biến thịt đạt độ bao phủ từ 24% - 31%. Trong năm 2025, Công ty đã tổ chức thêm các sự kiện trồng cây xanh gồm:

- Ngày chủ nhật xanh;
- Ngày Môi trường Xanh;
- Trồng cây phát triển Xanh.



6,6 tỷ đồng là số tiền đóng góp vào các hoạt động phúc lợi xã hội, tập trung vào cải thiện điều kiện sống, cơ sở vật chất của người dân tại địa phương, hỗ trợ giáo dục, hỗ trợ thiên tai bão lũ



## III. Con người, khách hàng và quản trị

100% hoạt động Quản trị Doanh nghiệp được tuân thủ



Bộ Quy tắc Ứng xử và Chính sách Phòng chống Rửa tiền, Hối lộ, chống Tài trợ Khủng bố của Tập đoàn Masan được thực hiện đầy đủ



Phụ nữ chiếm 38% trong tổng số lao động



31.000 giờ đào tạo dành cho nhân viên



## Thành tựu và Giải thưởng trong năm 2025

### Top 10 Sản phẩm – Dịch vụ Tin dùng Việt Nam

Năm 2025 đánh dấu năm thứ 6 liên tiếp thương hiệu MEATDeli được bình chọn vào top 10 Sản phẩm - Dịch vụ Tin dùng Việt Nam do Tạp chí Kinh tế Việt Nam trao tặng, cho thấy mức độ tin cậy bền vững của người tiêu dùng đối với các sản phẩm thịt ủ mát chuẩn Âu.

Chương trình Tin dùng Việt Nam nhằm ghi nhận các thương hiệu được người tiêu dùng bình chọn dựa trên mức độ tin cậy, chất lượng và giá trị mang lại cho đời sống xã hội. Năm nay, chủ đề của chương trình Tin dùng Việt Nam 2025 là "Giá trị chất - Niềm tin thật". Theo đó, tiêu chí đánh giá và bình chọn tập trung vào các sản phẩm - dịch vụ có chất lượng cao, có bản sắc thương hiệu rõ nét cùng với nỗ lực minh bạch thông tin, áp dụng công nghệ để hỗ trợ truy xuất nguồn gốc, đảm bảo các hoạt động tiêu dùng diễn ra bền vững và có trách nhiệm.

### Thương hiệu – Nhân hiệu uy tín hàng đầu Việt Nam 2025

Ngày 28/12/2025, nhãn hiệu MEATDeli đạt chứng nhận Thương hiệu – Nhân hiệu uy tín hàng đầu Việt Nam 2025 do Hội sở hữu trí tuệ Việt Nam (VIPA) trao tặng. Giải thưởng ghi nhận những nỗ lực bền bỉ của MEATDeli trong việc xây dựng và phát triển thương hiệu đồng thời là minh chứng cho uy tín, mức độ tin cậy cao của người tiêu dùng cũng như vị thế dẫn đầu của MEATDeli trên thị trường Việt Nam.

### Sản phẩm – Dịch vụ vàng uy tín chất lượng Việt Nam 2025

Ngày 28/12/2025, sản phẩm Thịt ủ mát MEATDeli đạt chứng nhận Sản phẩm – Dịch vụ vàng uy tín chất lượng Việt Nam 2025 do Hội sở hữu trí tuệ Việt Nam (VIPA) trao tặng. Giải thưởng là sự khẳng định cho chất lượng vượt trội của sản phẩm, quy trình sản xuất khép kín, công nghệ ủ mát hiện đại cùng cam kết nhất quán của Masan MEATLife trong việc cung cấp sản phẩm thịt an toàn, tươi ngon và có nguồn gốc rõ ràng. Qua đó, MEATDeli tiếp tục củng cố niềm tin của người tiêu dùng và góp phần nâng cao tiêu chuẩn ngành thịt tại Việt Nam.

### Top 10 Nơi làm việc tốt nhất Việt Nam ngành Thực phẩm – Đồ uống

Ngày 29/12/2025, Công ty Cổ phần Masan MEATLife tiếp tục khẳng định vị thế là một trong những doanh nghiệp tiêu biểu tại Việt Nam khi đồng thời được vinh danh trong Top 10 Nơi làm việc tốt nhất Việt Nam ngành Thực phẩm – Đồ uống.

Danh hiệu Top 10 Nơi làm việc tốt nhất Việt Nam ngành Thực phẩm – Đồ uống do Viet Research phối hợp với Báo Tài chính – Đầu tư (Bộ Tài chính) công bố, nhằm ghi nhận các doanh nghiệp có chiến lược phát triển nguồn nhân lực bền vững, môi trường làm việc tích cực và văn hóa doanh nghiệp lấy con người làm trọng tâm. Việc Masan MEATLife góp mặt trong bảng xếp hạng này là minh chứng rõ nét cho nỗ lực không ngừng của doanh nghiệp trong việc xây dựng môi trường làm việc chuyên nghiệp, an toàn và gắn kết, nơi người lao động được tạo điều kiện phát triển năng lực, ổn định thu nhập và gắn bó lâu dài.

### Top 500 Nhà tuyển dụng hàng đầu Việt Nam (VBE500)

Ngày 29/12/2025, Công ty Cổ phần Masan MEATLife được vinh danh trong Top 500 Nhà tuyển dụng hàng đầu Việt Nam (VBE500), giải thưởng do Viet Research phối hợp với Báo Tài chính – Đầu tư (Bộ Tài chính) trao tặng đã khẳng định uy tín và sức hút thương hiệu tuyển dụng của Masan MEATLife trên thị trường lao động. Bảng xếp hạng VBE500 được xây dựng dựa trên hệ tiêu chí toàn diện, bao gồm chiến lược nhân sự, hình ảnh doanh nghiệp, khả năng thu hút và giữ chân nhân tài, cũng như mức độ hài lòng của người lao động.

## Thúc đẩy phát triển bền vững

### Truy xuất nguồn gốc – xu hướng tất yếu

Trong bối cảnh người tiêu dùng ngày càng quan tâm đến sự an toàn và minh bạch của thực phẩm, việc kiểm soát nguồn gốc và quy trình sản xuất thực phẩm trở thành yếu tố then chốt. Theo đó, mỗi sản phẩm thịt của Masan MEATLife đều được gắn tem nhãn hoặc mã QR cho phép người tiêu dùng truy xuất toàn bộ hành trình: trang trại nào đã nuôi heo/gà, nơi giết mổ, nhà máy sản xuất, ngày sản xuất, đóng gói, thông tin kiểm dịch thậm chí có thể truy xuất đến quá trình chăn nuôi tại các trang trại khi được yêu cầu.

Để làm được điều này, Công ty đã xây dựng chiến lược quản lý toàn bộ chuỗi cung ứng từ nguyên liệu đầu vào, quá trình sản xuất, chế biến đến phân phối. Chiến lược này bao gồm việc thiết lập các bộ tiêu chuẩn cho các sản phẩm bao gồm các tiêu chí đánh giá, kiểm soát chất lượng; cơ sở hạ tầng quản lý dữ liệu và nhận diện để từ đó xây dựng hệ thống mã định danh cho nguyên liệu đầu vào, sản phẩm đầu ra theo từng lô sản xuất (mã QR). Ghi chép và lưu trữ dữ liệu về nguồn nguyên liệu, quy trình sản xuất, nơi sản xuất, ngày sản xuất làm cơ sở cho việc thiết lập quy trình truy xuất và thu hồi sản phẩm khi cần thiết, giúp cơ quan quản lý và người tiêu dùng có thể kiểm tra nguồn gốc sản phẩm một cách dễ dàng.



### Thu mua có trách nhiệm

Với sứ mệnh phụng sự người tiêu dùng Việt Nam và từng bước vươn ra thị trường quốc tế, Masan MEATLife xác định phát triển bền vững bắt đầu từ những quyết định thu mua có trách nhiệm. Chúng tôi kiên định xây dựng và vận hành chuỗi cung ứng khép kín Feed-Farm-Food, cho phép kiểm soát toàn diện từ nguồn nguyên liệu đầu vào đến sản phẩm cuối cùng, nhằm đảm bảo an toàn thực phẩm, minh bạch chất lượng và tạo giá trị lâu dài cho xã hội.

#### Kiểm soát từ gốc – Nền tảng của chất lượng và niềm tin

Trong chuỗi Feed-Farm-Food, Masan MEATLife chú trọng kiểm soát chặt chẽ từng mắt xích:

#### Feed

Nguồn thức ăn chăn nuôi được xây dựng bởi đối tác chiến lược - Tập đoàn Deheus (Hà Lan) – cùng với đội ngũ chuyên gia dinh dưỡng, tuân thủ tiêu chuẩn châu Âu về hàm lượng đạm, chất xơ và các vi chất thiết yếu. Toàn bộ nguyên liệu đầu vào được kiểm nghiệm định kỳ tại phòng thí nghiệm độc lập và uy tín nhằm đảm bảo điều kiện dinh dưỡng tối ưu cho đàn heo và gà, đồng thời hạn chế rủi ro ngay từ giai đoạn đầu của chuỗi cung ứng.

#### Farm

Chăn nuôi an toàn và có trách nhiệm. Hệ thống trang trại heo và gà trên toàn quốc được đầu tư và vận hành theo tiêu chuẩn cao về an toàn sinh học, đạt chứng nhận GlobalG.A.P/VietGAP. Việc tuân thủ nghiêm ngặt các tiêu chuẩn này không chỉ giúp bảo vệ sức khỏe vật nuôi, mà còn góp phần bảo vệ môi trường và nâng cao phúc lợi cộng đồng.

#### Food

Chế biến thực phẩm theo chuẩn mực quốc tế. Các nhà máy giết mổ và chế biến của Masan MEATLife, bao gồm MEATDeli Hà Nam, MEATDeli Sài Gòn, nhà máy sản xuất thịt Masan Jinju duy trì chứng chỉ BRC – Tiêu chuẩn toàn cầu về An toàn thực phẩm. Bên cạnh đó, Tổ hợp chế biến thịt gà tại Bình Dương đã đạt chứng nhận HACCP từ năm 2022, khẳng định năng lực nhận diện mối nguy, kiểm soát điểm tới hạn và phòng ngừa rủi ro, tạo nền tảng vững chắc để đánh giá và đảm bảo chất lượng sản phẩm trước khi đến tay người tiêu dùng.



# 100%

Nguyên liệu chính cung ứng cho hệ thống sản xuất đều đạt tiêu chuẩn GlobalG.A.P/VietGAP

## Hệ thống sàng lọc 3 tuyến phòng thủ – Cam kết an toàn tuyệt đối

Song song với việc tuân thủ nghiêm ngặt chuỗi Feed–Farm–Food, Masan MEATLife áp dụng Hệ thống kiểm soát và sàng lọc với 3 tuyến phòng thủ kiểm dịch với toàn bộ nguồn nguyên liệu heo và gà đầu vào từ trang trại, khi về đến nhà máy đưa vào giết mổ và sau khi đóng gói đưa ra thị trường:

- Trước khi thu mua: kiểm tra mẫu đàn về dư lượng kháng sinh và các dịch bệnh nguy hiểm như ASF.
- Tại thời điểm tiếp nhận: loại bỏ ngay các trường hợp có dấu hiệu nghi ngờ bởi các cán bộ kiểm soát thú y của nhà nước và các chuyên gia kiểm soát chất lượng của công ty.
- Sau khi hoàn thiện sản phẩm: kiểm tra nhiễm khuẩn nhằm đảm bảo an toàn thực phẩm ở mức cao nhất.

Hệ thống này phản ánh rõ nét triết lý quản trị rủi ro chủ động và lấy người tiêu dùng làm trung tâm của Masan MEATLife.

## Cam kết nguồn cung bền vững – Trách nhiệm với xã hội và tương lai

Masan MEATLife kiên định với sứ mệnh “Cho cuộc sống tốt đẹp hơn – For a Better Life” thông qua việc đảm bảo 100% nguyên liệu chính cung ứng cho hệ thống sản xuất – hơn 30.000 tấn heo sống và 35.000 tấn gà sống mỗi năm – đều đạt tiêu chuẩn GlobalG.A.P/VietGAP. Các nguyên liệu phụ trợ được lựa chọn từ những đối tác uy tín, có năng lực quản trị chất lượng và trách nhiệm xã hội đã được khẳng định.

Thông qua hoạt động thu mua có trách nhiệm, Masan MEATLife không chỉ đảm bảo chất lượng sản phẩm, mà còn đồng hành cùng đối tác và người chăn nuôi trong việc nâng cao chuẩn mực ngành, góp phần xây dựng một chuỗi cung ứng minh bạch, bền vững và có khả năng thích ứng dài hạn.

## Hướng tới kinh tế tuần hoàn – Gia tăng giá trị bền vững

Xa hơn giá trị kinh tế thuần túy, Masan MEATLife tiếp tục hoàn thiện mô hình kinh tế tuần hoàn thông qua hợp tác với các doanh nghiệp chế biến phân bón hữu cơ, nhằm tái sử dụng phụ phẩm trong chăn nuôi và chế biến. Cách tiếp cận này vừa giúp gia tăng giá trị phụ phẩm, vừa giảm thiểu tác động môi trường, đóng góp tích cực cho mục tiêu phát triển nông nghiệp xanh và bền vững tại Việt Nam.

Đối với Masan MEATLife, thu mua không chỉ là hoạt động cung ứng nguyên liệu, mà là trách nhiệm chiến lược nhằm kiến tạo niềm tin, bảo vệ người tiêu dùng và nuôi dưỡng một tương lai bền vững cho ngành thực phẩm Việt Nam.

## Quy trình sản xuất thịt ủ mát



1

### Quá trình giết mổ

- Lợn được nghỉ ngơi và chăm sóc kỹ lưỡng.
- Phương pháp làm bất tỉnh: sử dụng khí CO<sub>2</sub>.



2

### Quá trình ủ mát

Sản xuất theo quy trình ủ mát chuẩn Âu với 3 bước:

- Làm mát nhanh.
- Ủ mát air-chilled.
- Duy trì mát.



3

### Quá trình pha lóc đóng gói

Trong quá trình pha lóc và đóng gói, nhiệt độ tâm thịt đạt 0°C - 4°C giúp ngăn chặn vi khuẩn xâm nhập, thịt mềm ngon hơn, bảo toàn giá trị dinh dưỡng.



4

### Quá trình phân phối

Được vận chuyển bằng các phương tiện chuyên dụng, duy trì nhiệt độ tâm sản phẩm 0°C - 4°C, đảm bảo an toàn VSTP và không ảnh hưởng đến chất lượng thịt.

## Đổi mới sáng tạo

Tại Masan MEATLife, đổi mới sáng tạo không chỉ là một lựa chọn chiến lược, mà là động lực cốt lõi dẫn dắt toàn bộ hành trình phát triển. Từ sản xuất, vận hành, phân phối đến xây dựng thương hiệu, chúng tôi nuôi dưỡng tinh thần đổi mới trong từng quyết định, từng bước triển khai. Khi mục tiêu đã được xác định rõ ràng, toàn bộ tổ chức cùng đồng lòng hành động, bảo đảm mọi kế hoạch được thực thi nhất quán, hiệu quả và linh hoạt trước những thay đổi của thị trường.

Trong những năm qua, Masan MEATLife đã đầu tư mạnh mẽ vào con người – đặc biệt là đội ngũ Nghiên cứu và Phát triển – nhằm xây dựng nền tảng tri thức và năng lực sáng tạo bền vững. Đây chính là động cơ để chúng tôi liên tục cho ra đời danh mục sản phẩm đa dạng, chất lượng vượt trội, đồng thời tối ưu chi phí và duy trì hiệu quả lợi nhuận. Song hành với đó, chiến lược xây dựng thương hiệu được triển khai đồng bộ trên cả các kênh truyền thống và nền tảng hiện đại, đưa thương hiệu hiện diện một cách tự nhiên trong đời sống thường nhật của người tiêu dùng, củng cố vị thế của bộ ba MEATDeli – Heo Cao Bồi – Ponnie trong tâm trí khách hàng.



“Đổi mới sáng tạo không chỉ là một lựa chọn chiến lược, mà là động lực cốt lõi dẫn dắt toàn bộ hành trình phát triển.”



Chúng tôi cũng không ngừng mở rộng và hiện đại hóa hệ thống phân phối, tạo ra những trải nghiệm mua sắm thuận tiện và liền mạch – từ kênh truyền thống như chợ, cửa hàng tạp hóa, đến các siêu thị, sàn thương mại điện tử và các hình thức bán hàng số tiên tiến như livestream. Mục tiêu của chúng tôi là đưa sản phẩm đến tay người tiêu dùng một cách nhanh chóng, dễ dàng và gần gũi nhất, ở bất cứ đâu và bất cứ khi nào họ cần.

Với tinh thần không ngại thay đổi, Masan MEATLife luôn chủ động thích ứng, linh hoạt trong giải pháp và kiên định với mục tiêu đã đề ra. Việc chuyển dịch mạnh mẽ sang ngành hàng thịt chế biến, đặc biệt từ năm 2025 đặt trọng tâm vào một mảng mới là mảng thịt tẩm ướp, không chỉ đáp ứng nhu cầu ngày càng cao của người tiêu dùng trẻ về sự tiện lợi và dinh dưỡng, mà còn góp phần thúc đẩy sự phát triển bền vững của ngành thịt Việt Nam. Thông qua việc tối ưu chuỗi sản xuất khép kín, tận dụng hiệu quả các bán thành phẩm sau giết mổ, cải tiến công thức và mở rộng khả năng ứng dụng trong chế biến, chúng tôi gia tăng hiệu suất và giá trị cho toàn bộ chuỗi giá trị từ trang trại đến bàn ăn.

Xa hơn thế, đổi mới sáng tạo còn là nền tảng để Masan MEATLife theo đuổi phát triển bền vững dựa trên mô hình kinh tế tuần hoàn. Chúng tôi chủ động tái tạo giá trị từ các nguồn tài nguyên trong chăn nuôi, giảm thiểu tác động môi trường và đóng góp tích cực cho hệ sinh thái nông nghiệp sạch. Các sản phẩm hữu cơ như dung dịch giàu axit amin từ huyết gia súc, gia cầm hay vật liệu cải tạo đất từ chất thải chăn nuôi không chỉ mang lại hiệu quả kinh tế, mà còn góp phần cải thiện chất lượng đất, hỗ trợ nông nghiệp bền vững tại địa phương.

Bằng tinh thần tiên phong và khát vọng tạo ra giá trị dài hạn, Masan MEATLife tin tưởng rằng đổi mới sáng tạo sẽ tiếp tục là đòn bẩy đưa Công ty vươn xa hơn, tăng trưởng mạnh mẽ hơn và bền vững hơn – vì người tiêu dùng, vì cộng đồng và vì tương lai của ngành thực phẩm Việt Nam.

## Môi trường và cộng đồng

### Quản lý môi trường theo hệ thống và tuân thủ quy định pháp luật

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 chuẩn bị kỹ lưỡng nhằm đảm bảo các tổ hợp sản xuất đáp ứng đầy đủ các tiêu chuẩn về môi trường theo quy định của pháp luật. 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 khí-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 pH, COD, Tổng Nito, Photpho.
- 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 điện 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 được cấp giấy chứng nhận GlobalG.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 đã 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.



## Các chỉ số chính liên quan đến môi trường trong năm 2025

STT	Chỉ số	Số liệu	Sáng kiến, biện pháp hoặc kết quả đạt được
1	Tổng phát thải khí nhà kính (GHG) trực tiếp và gián tiếp	<ul style="list-style-type: none"> <li>Tổng phát thải khí nhà kính trực tiếp (phạm vi 1) năm 2025: 69.326 tấn CO<sub>2</sub>e.</li> <li>Tổng phát thải khí nhà kính gián tiếp (phạm vi 2) năm 2025: 39.893 tấn CO<sub>2</sub>e.</li> </ul>	<p>Các sáng kiến và biện pháp giảm thiểu phát thải khí nhà kính:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Chuyển xe nâng LPG sang xe nâng điện.</li> <li>Chạy máy phát điện từ nguồn nguyên liệu Biogas.</li> </ul>
2	Tiêu thụ năng lượng	<p>Năng lượng tiêu thụ trực tiếp và gián tiếp:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Tổng lượng điện tiêu thụ: 58.433.827 Kwh</li> <li>Tổng lượng steam tiêu thụ: 30.243 tấn</li> </ul>	<p>Năng lượng tiết kiệm được thông qua các sáng kiến sử dụng năng lượng hiệu quả:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Dự án chuyển đổi chế độ nấu của Nồi tiết trùng số 4 và số 5 từ chế độ nấu gián tiếp sang chế độ nấu trực tiếp, giúp tiết kiệm hơi sử dụng trong công đoạn tiết trùng xúc xích MSJ: Tiết kiệm hơi khoảng: 802 tấn hơi</li> <li>Dự án chuyển đổi sử dụng vôi Inox thay thế vôi nhôm cho công đoạn tiết trùng xúc xích tại nhà máy MSJ: Tiết kiệm hơi khoảng: 358 tấn hơi; Tiết kiệm điện khoảng: 23.397 Kwh; tiết kiệm nước khoảng: 7.271 m<sup>3</sup></li> <li>Dự án giảm mực nước giải nhiệt trong công đoạn tiết trùng xúc xích, từ 110cm giảm còn 95cm tại nhà máy MSJ: Tiết kiệm nước khoảng: 6.919 m<sup>3</sup></li> <li>Dự án tiết kiệm năng lượng MCN 2025: Tiết kiệm được 722.810 Kwh</li> </ul>
3	Tiêu thụ nước	<p>Nguồn cung cấp nước và lượng nước sử dụng:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Nước thủy cục: 725.313 m<sup>3</sup></li> <li>Nước ngầm: 1.139.667 m<sup>3</sup></li> </ul>	<p>Tỷ lệ phần trăm và tổng lượng nước tái chế và tái sử dụng.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Tổng lượng nước tái sử dụng: 14.190 m<sup>3</sup></li> <li>Phần trăm lượng nước tái sử dụng: 2%</li> </ul>

## Trách nhiệm với cộng đồng

Với định hướng phát triển bền vững gắn liền với trách nhiệm xã hội, Masan MEATLife luôn xem việc đồng hành cùng cộng đồng là một phần không thể tách rời trong chiến lược hoạt động của Công ty. Thông qua các chương trình an sinh xã hội thiết thực, Masan MEATLife hướng đến việc chia sẻ giá trị, góp phần nâng cao chất lượng đời sống và thúc đẩy sự phát triển tích cực của cộng đồng, đặc biệt là những khu vực còn nhiều khó khăn, qua đó thể hiện cam kết đóng góp lâu dài cho sự phát triển hài hòa và bền vững của xã hội.

Trong năm 2025, Masan MEATLife đã đóng góp khoảng 6,6 tỷ đồng vào các hoạt động cộng đồng vì lợi ích của xã hội với các chương trình tiêu biểu như sau:

### Hỗ trợ an sinh xã hội và chăm lo đời sống người dân địa phương

Nhân dịp Tết Ất Tỵ 2025, Masan MEATLife đã tổ chức trao tặng quà Tết cho người nghèo tại Xã Hạ Sơn, tỉnh Nghệ An. Công ty đã trực tiếp trao 100 suất quà với giá trị 50 triệu đồng cho các hộ gia đình có hoàn cảnh khó khăn tại xã Hạ Sơn, góp phần động viên tinh thần và hỗ trợ người dân đón Tết đầy đủ, ấm áp hơn. Bên cạnh đó, vào tháng 6 năm 2025, Công ty đã hỗ trợ 50 triệu đồng kinh phí xây dựng nhà tình nghĩa cho hộ dân có hoàn cảnh khó khăn tại Xóm Món, xã Hạ Sơn, tỉnh Nghệ An, góp phần cải thiện điều kiện sinh hoạt và ổn định cuộc sống cho người dân địa phương.

### Hỗ trợ giáo dục và phát triển thế hệ trẻ

Masan MEATLife đã tài trợ hơn 150 triệu đồng để mua sắm trang thiết bị học tập cho 03 điểm trường trên địa bàn, tạo điều kiện nâng cao chất lượng dạy và học, đồng thời lan tỏa sự quan tâm, chia sẻ đến nhà trường, phụ huynh và các em học sinh.

Ngoài ra, Công ty duy trì hoạt động hỗ trợ kinh phí tổ chức Đêm hội Trăng Rằm cho thiếu nhi tại xã Hạ Sơn – chương trình được triển khai thường niên nhằm mang đến cho trẻ em địa phương không gian vui chơi, sinh hoạt tập thể lành mạnh và giàu ý nghĩa.

### Đóng góp cho hạ tầng và phát triển cộng đồng

Vào tháng 11 năm 2025, Masan MEATLife đã hỗ trợ hơn 150 triệu đồng để xây dựng đường dân sinh tại khu vực Hạ Sơn, góp phần cải thiện điều kiện đi lại và sinh hoạt của người dân, đồng thời thúc đẩy phát triển kinh tế – xã hội tại địa phương.

### Hỗ trợ khắc phục thiên tai, bão lũ

Sau những thiệt hại nghiêm trọng do bão Bualoi gây ra tại khu vực Bắc Trung Bộ, Masan MEATLife đã phối hợp cùng Báo Xây Dựng kịp thời hỗ trợ 3.773 thùng sản phẩm thịt chế biến với tổng giá trị hơn 1,1 tỷ đồng cho các khu vực bị ảnh hưởng. Các sản phẩm thiết yếu, đảm bảo chất lượng và an toàn vệ sinh thực phẩm, đã được vận chuyển đến những địa bàn chịu thiệt hại nặng nề, góp phần giúp người dân sớm vượt qua giai đoạn khó khăn.

### Phối hợp triển khai các chương trình hỗ trợ giáo dục

Trong năm 2025, Masan MEATLife đã phối hợp cùng Hội đồng Đội Trung ương triển khai chương trình “Sân chơi sáng tạo” tại các trường học. Thông qua chương trình, Công ty đã trao tặng học bổng cho học sinh, tổ chức các giờ học ngoại khóa và hoạt động trải nghiệm nhằm hỗ trợ học sinh phát triển kỹ năng mềm và tư duy sáng tạo. Tổng giá trị tài trợ cho chương trình đạt trên 4 tỷ đồng.

Bước sang năm 2026, Masan MEATLife tiếp tục duy trì và phát triển các hoạt động cộng đồng như một phần trong định hướng phát triển bền vững của Công ty. Trên nền tảng những kết quả đã đạt được, Công ty hướng tới mở rộng các chương trình vì cộng đồng, qua đó tạo ra giá trị lâu dài và đóng góp tích cực cho xã hội.

## Con người, khách hàng và quản trị

### 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 tại toàn bộ khu vực làm việc.

Nhân viên và nhà thầu mới trước khi làm việc tại Masan MEATLife đều được nhân viên an toàn lao động (“SHE”) giới thiệu, hướng dẫn các quy định An toàn – Sức khỏe – Môi trường và hoàn thành kiểm tra kết thúc khóa đào tạo. Chương trình đào tạo bao gồm các quy định pháp luật, mối nguy tại nơi làm việc và biện pháp kiểm soát rủi ro.

Mọi nhân viên, quản lý đều chịu trách nhiệm trong việc thực hiện xác định và quản lý rủi ro để tạo và duy trì môi trường làm việc an toàn. Chúng tôi tin rằng, văn hóa an toàn hiệu quả được thúc đẩy bởi những con người gắn kết. Chúng tôi mong muốn cam kết cung cấp kiến thức, công cụ để thực hiện mọi công việc một cách an toàn.

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, 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 (nay là tỉnh Ninh Bình), Long An (nay là tỉnh Tây Ninh) và tại nhà máy sản xuất thịt Masan Jinju Bình Dương (nay là Thành phố Hồ Chí Minh).

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.



# 2.204

Nhân sự với cơ cấu ngày càng tinh nhuệ

# ~50%

Đội ngũ có trình độ chuyên môn từ Trung cấp trở lên, khẳng định tiêu chuẩn cao trong tuyển dụng

## Bền vững về nhân lực

Tại Masan MEATLife, con người luôn là nền tảng cốt lõi cho sự tăng trưởng dài hạn và bền vững. Bước sang năm 2025, Công ty tiếp tục kiên định với chiến lược “Thu hút và phát triển nhân tài”, song song với việc không ngừng hoàn thiện chính sách phúc lợi và môi trường làm việc, nhằm tạo động lực để đội ngũ nhân sự cùng nhau chinh phục những mục tiêu mới.

## Cơ cấu nhân sự

Tính đến tháng 12/2025, Masan MEATLife duy trì quy mô 2.204 nhân sự với cơ cấu ngày càng tinh nhuệ. Gần 50% đội ngũ có trình độ chuyên môn từ Trung cấp trở lên, khẳng định tiêu chuẩn cao trong tuyển dụng.

Trên Đại Học	6	0,3%
Đại học/Học Viện	705	32,0%
Cao đẳng	188	8,5%
Trung Cấp Nghề/Chứng Chỉ Nghề	144	6,5%
Trung Học Phổ Thông	390	17,7%
Trung Học Cơ Sở	715	32,4%
Khác	56	2,5%
<b>Tổng</b>	<b>2.204</b>	<b>100%</b>



## Chính sách phúc lợi & chăm lo đời sống

Tại Masan MEATLife, chúng tôi tin rằng khi nhân viên an tâm về cuộc sống, họ sẽ cống hiến hết mình. Năm 2025, công ty tập trung vào:

### Thu nhập xứng đáng

Điều chỉnh lương, thưởng kịp thời theo thị trường, đặc biệt là tăng thu nhập cho anh chị em công nhân để mọi người yên tâm làm việc giữa lúc thị trường lao động có nhiều biến động.

### Hỗ trợ nơi ăn chốn ở

Cung cấp ký túc xá đầy đủ tiện nghi tại trang trại và xe đưa đón hàng ngày giúp nhân viên ở xa đi lại thuận tiện, an toàn.

### Chăm sóc sức khỏe

Duy trì bảo hiểm sức khỏe và tai nạn cho cả nhân viên và gia đình.

### Phúc lợi mới

Áp dụng chính sách “Thưởng thu hút” để chào đón thêm nhiều người giỏi về đầu quân cho các nhà máy và trang trại.

## Chiêu mộ nhân tài & củng cố đội ngũ

- **Thu hút nhân tài cho các vị trí chiến lược:** Tập trung tìm kiếm và bổ nhiệm những nhân sự cấp cao, chuyên gia giàu kinh nghiệm cho khối Vận hành và khối Nghiên cứu phát triển sản phẩm. Mục tiêu là kiện toàn bộ máy dẫn dắt, đảm bảo các vị then chốt luôn có những người giỏi nhất để thúc đẩy các dự án cải tiến và phát triển sản phẩm mới.
- **Đẩy mạnh tuyển dụng lao động phổ thông:** Tận dụng tối đa mọi nền tảng và hoạt động để tiếp cận nguồn ứng viên dồi dào. Bên cạnh việc tự tuyển dụng, Công ty chủ động mở rộng hợp tác với các đơn vị cung ứng nhân sự uy tín, đảm bảo nguồn lực cho các nhà máy và trang trại luôn ổn định, đáp ứng kịp thời tiến độ sản xuất.

## Phát triển nhân tài - nâng tầm đội ngũ

Trong bối cảnh thị trường tiếp tục biến động và cạnh tranh ngày càng gay gắt, Masan MEATLife khẳng định phát triển con người chính là đòn bẩy chiến lược cho tăng trưởng bền vững. Năm 2025, với chủ đề “THE RISING OF PROs”, Công ty tập trung nâng tầm năng lực toàn diện của đội ngũ, từ chuyên môn, hiệu suất đến tư duy lãnh đạo, nhằm đưa các giá trị PROs (Processed Meat, Productivity, Profit) vươn lên những tầm cao mới.

Các chương trình đào tạo và phát triển nhân sự được triển khai đồng bộ, gắn kết chặt chẽ với mục tiêu kinh doanh và định hướng dài hạn của công ty.

## Hệ thống đào tạo toàn diện

Để đáp ứng nhu cầu năng lực hiện tại và chuẩn bị cho tương lai, Masan MEATLife tiếp tục duy trì và nâng cấp nền tảng đào tạo toàn diện với 3 trọng tâm chính. Tổng số khóa học tổ chức trong năm 2025 là với tổng số hơn 600 khóa học, gần 13.000 lượt tham gia và hơn 31.000 giờ học.



## Đào tạo tuân thủ các quy định của pháp luật (110 khóa học)

Masan MEATLife duy trì việc tổ chức thường xuyên các chương trình đào tạo liên quan đến an toàn lao động, phòng cháy chữa cháy và các yêu cầu pháp lý bắt buộc. Những chương trình này giúp nhân viên kịp thời cập nhật kiến thức cần thiết, đồng thời góp phần xây dựng môi trường làm việc an toàn, tuân thủ đầy đủ các tiêu chuẩn và quy định hiện hành.

## Nâng cao năng lực chuyên môn (120 khóa học)

Các chương trình đào tạo chuyên sâu được thiết kế dựa trên chuẩn mực của ngành và nhu cầu thực tiễn của từng bộ phận. Với sự tham gia giảng dạy của đội ngũ giảng viên nội bộ giàu kinh nghiệm cùng các giảng viên thuê ngoài có chuyên môn cao, hoạt động đào tạo không chỉ giúp lan tỏa kiến thức chuyên môn mà còn nâng cao năng lực thực thi, đóng góp trực tiếp vào việc tạo ra giá trị bền vững cho tổ chức.

## Phát triển kỹ năng lãnh đạo, kỹ năng cho khối thương mại và ứng dụng AI vào trong công việc (40 khóa học)

Trong bối cảnh AI đang xâm nhập mọi ngành nghề với tốc độ phát triển mạnh mẽ, MML không đứng ngoài cuộc chơi. Các chương trình đào tạo về AI cho lãnh đạo, ứng dụng AI cho nhóm quản lý và nhân viên văn phòng để nhanh chóng thích nghi và tận dụng được sức mạnh công nghệ trong công việc nhằm nâng cao chất lượng và hiệu suất. Đồng thời, khối Thương mại được đầu tư để phát triển các năng lực cốt lõi như thấu hiểu khách hàng và thương lượng hiệu quả. Với lãnh đạo, các chương trình đào tạo tập trung vào việc nhìn nhận năng lực hiện tại của đội ngũ và các chiến lược để xây dựng đội nhóm hiệu suất cao là một ưu tiên quan trọng trong năm 2025.

## Học tập qua trải nghiệm và dự án thực tế

Thay vì chỉ học lý thuyết, các dự án thực tế liên tục đòi hỏi nhân viên cần ứng dụng những kiến thức học được vào công việc thực tế. Đây là môi trường thực tế để mọi người vận dụng kiến thức, rèn luyện tư duy sáng tạo và kỹ năng giải quyết vấn đề, từ đó giúp đội ngũ trở nên năng động và vững chuyên môn hơn.

## Quản lý hiệu suất và đồng hành cải thiện

Công ty duy trì hệ thống đánh giá minh bạch với mục tiêu rõ ràng cho từng cá nhân. Những đóng góp tốt được ghi nhận kịp thời để tạo động lực, đồng thời với những nhân sự chưa đạt kỳ vọng, công ty luôn có kế hoạch hỗ trợ riêng (PIP) để giúp mọi người tiến bộ và cùng bắt kịp đà phát triển của tổ chức.

“Đằng sau những nỗ lực bền bỉ là sự đồng lòng của hàng ngàn trái tim cùng chung một khát vọng.”



## Xây dựng môi trường làm việc gắn kết

Với định hướng “THE RISING OF PROS”, các hoạt động gắn kết nội bộ trong năm 2025 được triển khai nhằm giúp đội ngũ nhân sự thấu hiểu rõ hơn tầm nhìn, chiến lược và lộ trình phát triển của Masan MEATLife trong giai đoạn mới, qua đó tăng cường sự đồng hành và cam kết đối với các mục tiêu dài hạn của công ty.

Sự đồng hành, chia sẻ và dẫn dắt từ Ban lãnh đạo tiếp tục đóng vai trò then chốt trong việc lan tỏa tinh thần đổi mới, tạo động lực để đội ngũ cùng nhau vượt qua thách thức và vươn tới những mục tiêu ở tầm cao hơn.

Đằng sau những nỗ lực bền bỉ là sự đồng lòng của hàng ngàn trái tim cùng chung một khát vọng. Đó là **One Goal** – khi mục tiêu của công ty được lan tỏa và trở thành mục tiêu chung của từng phòng ban và mỗi cá nhân. Đó là **One Voice** – khi mỗi thành viên Masan MEATLife là một đại sứ thương hiệu, mang theo niềm tự hào và tình yêu thương hiệu đến từng khách hàng. Và đó là **One Masan** – khi chúng ta không chỉ làm việc cùng nhau, mà đang cùng nhau học cách tạo nên những **chiến thắng vĩ đại**, bền vững và dài hạn.

## Quản lý quan hệ khách hàng

Khách hàng luôn giữ vai trò trung tâm trong chiến lược phát triển bền vững của Masan MEATLife. Với sứ mệnh cung cấp các sản phẩm thịt an toàn, chất lượng cao và truy xuất nguồn gốc rõ ràng, Công ty không ngừng nâng cao trải nghiệm khách hàng, đồng thời xây dựng niềm tin lâu dài thông qua việc tuân thủ các tiêu chuẩn cao về chất lượng sản phẩm, an toàn thực phẩm và đạo đức kinh doanh.

## Bảo mật thông tin khách hàng

Công ty tiếp tục duy trì các biện pháp bảo vệ dữ liệu thông qua hệ thống hợp đồng, quy trình nội bộ và quy tắc ứng xử áp dụng cho toàn bộ cán bộ nhân viên, phù hợp với Quy tắc Ứng xử của Tập đoàn Masan.

Trong năm 2025, Tập đoàn Masan đã ban hành Quy định Quản lý Truy cập Dữ liệu cá nhân của Khách hàng số MSN -PL-QD-02 ngày 10/07/2025 nhằm mục đích đảm bảo việc phối hợp thực hiện yêu cầu truy cập, chia sẻ, lưu trữ chuyển giao và tiêu hủy Dữ liệu cá nhân của Khách hàng, đồng thời đảm bảo thông tin khách hàng được lưu trữ, sử dụng, chia sẻ, truy xuất, chuyển giao một cách minh bạch, đúng mục đích và tuân thủ đầy đủ các quy định pháp luật hiện hành.

Bên cạnh đó, Masan MEATLife tăng cường đầu tư vào hạ tầng công nghệ thông tin nhằm đảm bảo an ninh dữ liệu, đặc biệt đối với thông tin của khách hàng và đối tác. Công ty thực hiện và duy trì Chính sách An ninh Thông tin theo tiêu chuẩn ISO/IEC 27001, qua đó củng cố cam kết bảo mật thông tin khách hàng một cách toàn diện và nhất quán.

## Chăm sóc khách hàng

Masan MEATLife thường xuyên duy trì và cải tiến các kênh tiếp nhận phản hồi từ khách hàng và đối tác kinh doanh, bao gồm hệ thống chăm sóc khách hàng, các kênh liên lạc trực tuyến và đội ngũ bán hàng trực tiếp. Mọi ý kiến đóng góp, khiếu nại của khách hàng đều được ghi nhận, phân loại và xử lý kịp thời theo quy trình nội bộ, nhằm không ngừng nâng cao chất lượng sản phẩm và dịch vụ.

Đối với khách hàng doanh nghiệp và đối tác phân phối, Công ty duy trì cơ chế phối hợp chặt chẽ giữa các bộ phận kinh doanh, vận hành và chăm sóc khách hàng, đảm bảo thông tin được phản hồi đầy đủ và giải quyết ở cấp phù hợp.

## Định hướng giai đoạn tới

Bước sang giai đoạn 2026 và các năm tiếp theo, Masan MEATLife sẽ tiếp tục lấy khách hàng làm trọng tâm trong mọi hoạt động, tập trung nâng cao mức độ hài lòng, củng cố niềm tin của người tiêu dùng đối với các sản phẩm thịt an toàn và chất lượng cao. Công ty đặt mục tiêu duy trì và cải thiện chất lượng dịch vụ, đồng thời tăng cường ứng dụng công nghệ trong quản lý quan hệ khách hàng, hướng đến xây dựng mối quan hệ bền vững và lâu dài với khách hàng và đối tác.

## Đạo đức kinh doanh

Tại Masan MEATLife, chúng tôi cam kết tuân thủ đạo đức kinh doanh và cạnh tranh công bằng trên tất cả các thị trường hoạt động của mình bằng cách triển khai bộ chính sách và khung quy định toàn diện để hướng dẫn hoạt động. Masan MEATLife đã áp dụng Bộ Quy tắc Ứng xử mới của Tập đoàn Masan nhằm định hướng cho tất cả hoạt động kinh doanh Tập đoàn Masan. Bộ Quy tắc này xác định rõ các nguyên tắc cốt lõi, đảm bảo tính minh bạch và tuân thủ trong hoạt động nội bộ cũng như quan hệ đối tác. Đồng thời, hỗ trợ thực hiện cam kết tuân thủ các luật lệ địa phương, các quy trình chống rửa tiền, chống hối lộ và tuân theo các nguyên tắc “Cạnh tranh công bằng, đặt người tiêu dùng làm trọng tâm” là kim chỉ nam cho mọi Quy tắc ứng xử của Masan.

### 3. Trách nhiệm trong kinh doanh

Masan cam kết thiết lập mối quan hệ kinh doanh bình đẳng với tất cả các đối tác với mong muốn mang lại lợi ích hài hòa cho các bên. Masan mong muốn các đối tác tôn trọng và thực hiện các nguyên tắc cơ bản về kinh doanh trung thực và cạnh tranh công bằng của Masan.

### 4. Hồ sơ, tài liệu chính xác và trung thực

Mỗi nhân viên Masan sẽ trung thực và có trách nhiệm đối với tất cả các thông tin, hồ sơ, tài liệu do mình cung cấp và xử lý, bao gồm cả các báo cáo, trình bày và sổ sách do mình thực hiện.

### 5. Thông tin với truyền thông và nhà đầu tư

Masan cung cấp thông tin một cách minh bạch và trung thực cho truyền thông và đại chúng và cung cấp các thông tin kinh doanh đầy đủ theo quy định của pháp luật cho các nhà đầu tư và cổ đông.

### 6. Bảo mật thông tin

Masan cam kết thu thập, xử lý, sử dụng thông tin, bao gồm cả các thông tin cá nhân của nhân viên, khách hàng và người tiêu dùng theo các chuẩn mực tốt nhất và tuân thủ các quy định pháp luật đang có hiệu lực về bảo vệ thông tin cá nhân.

### 7. Đối xử công bằng, tạo môi trường làm việc an toàn cho người lao động

Masan cam kết tạo môi trường lành mạnh, an toàn cho người lao động, đa dạng về văn hoá và tôn trọng sự khác biệt.

Masan cam kết xây dựng nơi làm việc công bằng và tất cả nhân viên đều có cơ hội bình đẳng để thành công.

### 8. Xung đột lợi ích

Masan không cho phép nhân viên sử dụng các thông tin nội bộ để thực hiện cho các giao dịch cho mục đích cá nhân, bao gồm cả các giao dịch trên các thị trường có niêm yết cổ phiếu của Masan và/hoặc các công ty thành viên. Tất cả nhân viên Masan sẽ trực tiếp và gián tiếp không tham gia vào các hoạt động kinh tế và sẽ không có các lợi ích kinh tế có thể được xem là trái ngược với các lợi ích của Masan hoặc xung đột với trách nhiệm của họ tại Masan.

## Quản trị doanh nghiệp

Năm 2025, Công ty đã tuân thủ đầy đủ các quy định về quản trị doanh nghiệp áp dụng đối với công ty đại chúng. Hệ thống quản trị và tuân thủ được triển khai phù hợp, kịp thời cập nhật các thay đổi của pháp luật trong năm 2025, qua đó đảm bảo tính minh bạch và hiệu quả trong hoạt động quản lý, điều hành, đồng thời bảo vệ quyền và lợi ích hợp pháp của cổ đông và các bên liên quan. Công ty thường xuyên tham vấn và phối hợp với Sở Giao dịch Chứng khoán Hà Nội và Ủy ban Chứng khoán Nhà nước nhằm đảm bảo việc tuân thủ được thực hiện đầy đủ, kịp thời và toàn diện.

Một số thành viên Hội đồng Quản trị, thành viên Ủy ban Kiểm toán, Tổng Giám đốc, các cán bộ quản lý, người được ủy quyền công bố thông tin và Thư ký công ty đã tham gia các buổi đào tạo nội bộ về quản trị công ty do Công ty tự tổ chức cũng như thường xuyên được cập nhật các quy định được ban hành liên quan đến hoạt động quản trị doanh nghiệp áp dụng đối với công ty đại chúng. Người được ủy quyền công bố thông tin, nhân sự phụ trách công bố thông tin đã tham gia và được cấp chứng chỉ hoàn thành khóa học Quản trị Công ty do Ủy ban Chứng khoán nhà nước tổ chức.

Năm 2025, Masan MEATLife đã ban hành Nghị quyết HĐQT thông qua việc áp dụng Quy chế Quản trị rủi ro của Tập đoàn Masan ban hành ngày 24/06/2025 áp dụng cho tất cả các công ty thành viên, nhằm mục đích thiết lập và duy trì một khung quản trị rủi ro hiệu quả, giúp tăng cường khả năng nhận diện và quản lý rủi ro, giảm thiểu chi phí do tổn thất không mong muốn, đồng thời nắm bắt các cơ hội, tối ưu hóa lợi ích cho Masan. Quy chế này cũng hướng đến việc nâng cao nhận thức và trách nhiệm quản trị rủi ro ở tất cả nhân viên các cấp của Masan.



# Báo cáo tài chính



## Thông tin về Công ty

<b>GIẤY CHỨNG NHẬN ĐĂNG KÝ</b>	0311224517	Ngày 7 tháng 10 năm 2011
	Giấy Chứng nhận Đăng ký Doanh nghiệp của Công ty đã được điều chỉnh nhiều lần và lần điều chỉnh gần nhất là ngày 1 tháng 10 năm 2025. Giấy Chứng nhận Đăng ký Doanh nghiệp và các giấy chứng nhận điều chỉnh do Sở Kế hoạch và Đầu tư (hiện nay là Sở Tài chính) Thành phố Hồ Chí Minh cấp.	
<b>HỘI ĐỒNG QUẢN TRỊ</b>	Ông Danny Le	Chủ tịch
	Ông Trần Phương Bắc	Thành viên
	Ông Huỳnh Việt Thắng	Thành viên
	Ông Nguyễn Quốc Trung	Thành viên
<b>BAN TỔNG GIÁM ĐỐC</b>	Ông Nguyễn Anh Thi	Tổng Giám đốc (từ ngày 23 tháng 2 năm 2026)
	Ông Nguyễn Quốc Trung	Tổng Giám đốc (đến ngày 22 tháng 2 năm 2026)
<b>ỦY BAN KIỂM TOÁN</b>	Ông Huỳnh Việt Thắng	Trưởng ban
	Ông Trần Phương Bắc	Thành viên
<b>TRỤ SỞ ĐĂNG KÝ</b>	Lầu 10, Tòa nhà Central Plaza, Số 17 Lê Duẩn, Phường Sài Gòn (trước đây là “Số 17 Lê Duẩn, Phường Bến Nghé, Quận 1”), Thành phố Hồ Chí Minh, Việt Nam	
<b>CÔNG TY KIỂM TOÁN</b>	Công ty TNHH KPMG Việt Nam	

## Báo cáo của Ban Tổng Giám đốc

Ban Tổng Giám đốc Công ty Cổ phần Masan MEATLife (“Công ty”) trình bày báo cáo này và báo cáo tài chính hợp nhất đính kèm của Công ty và các công ty con (sau đây được gọi chung là “Tập đoàn”) cho năm kết thúc ngày 31 tháng 12 năm 2025.

Ban Tổng Giám đốc Công ty chịu trách nhiệm lập và trình bày trung thực và hợp lý báo cáo tài chính hợp nhất theo các Chuẩn mực Kế toán Việt Nam, Chế độ Kế toán Doanh nghiệp Việt Nam và các quy định pháp lý có liên quan đến việc lập và trình bày báo cáo tài chính. Theo ý kiến của Ban Tổng Giám đốc Công ty:

- (a) Báo cáo tài chính hợp nhất được trình bày từ trang 5 đến trang 54 đã phản ánh trung thực và hợp lý tình hình tài chính hợp nhất của Tập đoàn tại ngày 31 tháng 12 năm 2025, kết quả hoạt động kinh doanh hợp nhất và lưu chuyển tiền tệ hợp nhất của Tập đoàn cho năm kết thúc cùng ngày, phù hợp với các Chuẩn mực Kế toán Việt Nam, Chế độ Kế toán Doanh nghiệp Việt Nam và các quy định pháp lý có liên quan đến việc lập và trình bày báo cáo tài chính; và
- (b) Tại ngày lập báo cáo này, không có lý do gì để Ban Tổng Giám đốc Công ty cho rằng Tập đoàn sẽ không thể thanh toán các khoản nợ phải trả khi đến hạn.

Tại ngày lập báo cáo này, Ban Tổng Giám đốc Công ty đã phê duyệt phát hành báo cáo tài chính hợp nhất đính kèm.

Thay mặt Ban Tổng Giám đốc



Nguyễn Anh Thi  
Tổng Giám đốc  
Thành phố Hồ Chí Minh, ngày 3 tháng 3 năm 2026

## Báo cáo kiểm toán độc lập

### Kính gửi các Cổ đông Công ty Cổ phần Masan MEATLife

Chúng tôi đã kiểm toán báo cáo tài chính hợp nhất đính kèm của Công ty Cổ phần Masan MEATLife (“Công ty”) và các công ty con (sau đây được gọi chung là “Tập đoàn”), bao gồm bảng cân đối kế toán hợp nhất tại ngày 31 tháng 12 năm 2025, báo cáo kết quả hoạt động kinh doanh hợp nhất và báo cáo lưu chuyển tiền tệ hợp nhất cho năm kết thúc cùng ngày và các thuyết minh kèm theo được Ban Tổng Giám đốc Công ty phê duyệt phát hành ngày 3 tháng 3 năm 2026, được trình bày từ trang 98 đến trang 157.

### Trách nhiệm của Ban Tổng Giám đốc

Ban Tổng Giám đốc Công ty chịu trách nhiệm lập và trình bày trung thực và hợp lý báo cáo tài chính hợp nhất này theo các Chuẩn mực Kế toán Việt Nam, Chế độ Kế toán Doanh nghiệp Việt Nam và các quy định pháp lý có liên quan đến việc lập và trình bày báo cáo tài chính, và chịu trách nhiệm về kiểm soát nội bộ mà Ban Tổng Giám đốc xác định là cần thiết để đảm bảo việc lập báo cáo tài chính hợp nhất không có sai sót trọng yếu do gian lận hay nhầm lẫn.

### Trách nhiệm của kiểm toán viên

Trách nhiệm của chúng tôi là đưa ra ý kiến về báo cáo tài chính hợp nhất này dựa trên kết quả kiểm toán của chúng tôi. Chúng tôi đã thực hiện công việc kiểm toán theo các Chuẩn mực Kiểm toán Việt Nam. Các chuẩn mực này yêu cầu chúng tôi tuân thủ chuẩn mực và các quy định về đạo đức nghề nghiệp và lập kế hoạch và thực hiện cuộc kiểm toán để đạt được sự đảm bảo hợp lý về việc liệu báo cáo tài chính hợp nhất có còn sai sót trọng yếu hay không.

Công việc kiểm toán bao gồm việc thực hiện các thủ tục nhằm thu thập các bằng chứng kiểm toán về các số liệu và các thuyết minh trong báo cáo tài chính. Các thủ tục được lựa chọn dựa trên xét đoán của kiểm toán viên, bao gồm đánh giá rủi ro có sai sót trọng yếu trong báo cáo tài chính do gian lận hoặc nhầm lẫn. Khi thực hiện các đánh giá rủi ro này, kiểm toán viên xem xét kiểm soát nội bộ của Công ty liên quan tới việc lập và trình bày báo cáo tài chính trung thực và hợp lý nhằm thiết kế các thủ tục kiểm toán phù hợp với tình hình thực tế, tuy nhiên không nhằm mục đích đưa ra ý kiến về hiệu quả của kiểm soát nội bộ của Công ty. Công việc kiểm toán cũng bao gồm việc đánh giá tính thích hợp của các chính sách kế toán được áp dụng và tính hợp lý của các ước tính kế toán của Ban Tổng Giám đốc Công ty, cũng như đánh giá việc trình bày tổng thể báo cáo tài chính.

Chúng tôi tin rằng các bằng chứng kiểm toán mà chúng tôi thu được là đầy đủ và thích hợp làm cơ sở cho ý kiến kiểm toán của chúng tôi.

### Ý kiến của kiểm toán viên

Theo ý kiến của chúng tôi, báo cáo tài chính hợp nhất đã phản ánh trung thực và hợp lý, trên các khía cạnh trọng yếu, tình hình tài chính hợp nhất của Công ty Cổ phần Masan MEATLife và các công ty con tại ngày 31 tháng 12 năm 2025, kết quả hoạt động kinh doanh hợp nhất và lưu chuyển tiền tệ hợp nhất của Công ty và các công ty con cho năm kết thúc cùng ngày, phù hợp với các Chuẩn mực Kế toán Việt Nam, Chế độ Kế toán Doanh nghiệp Việt Nam và các quy định pháp lý có liên quan đến việc lập và trình bày báo cáo tài chính.

### Chi nhánh Công ty TNHH KPMG

Việt Nam

Báo cáo kiểm toán số: 25-01-00821-26-2



### Phạm Thị Hoàng Anh

Giấy Chứng nhận Đăng ký Hành nghề

Kiểm toán số 3434-2022-007-1

Phó Tổng Giám đốc

### Nguyễn Thùy Ninh

Giấy Chứng nhận Đăng ký Hành nghề

Kiểm toán số 4623-2023-007-1

Thành phố Hồ Chí Minh, ngày 3 tháng 3 năm 2026

Công ty Cổ phần Masan MEATLife và các công ty con

## Bảng cân đối kế toán hợp nhất

tại ngày 31 tháng 12 năm 2025

	Mã số	Thuyết minh	31/12/2025	1/1/2025
			VND	VND
<b>TÀI SẢN</b>				
<b>Tài sản ngắn hạn</b> (100 = 110 + 120 + 130 + 140 + 150)	<b>100</b>		<b>2.202.622.399.271</b>	<b>1.752.930.370.244</b>
<b>Tiền và các khoản tương đương tiền</b>	<b>110</b>	<b>5</b>	<b>245.088.325.194</b>	<b>190.478.925.633</b>
Tiền	111		68.588.325.194	45.255.925.633
Các khoản tương đương tiền	112		176.500.000.000	145.223.000.000
<b>Đầu tư tài chính ngắn hạn</b>	<b>120</b>		<b>72.642.650.000</b>	<b>-</b>
Đầu tư nắm giữ đến ngày đáo hạn	123	16(a)	72.642.650.000	-
<b>Các khoản phải thu ngắn hạn</b>	<b>130</b>		<b>672.546.386.607</b>	<b>538.205.635.081</b>
Phải thu của khách hàng	131	6	653.890.258.154	515.749.964.679
Trả trước cho người bán	132	7	16.030.680.666	9.584.565.051
Phải thu ngắn hạn khác	136	8(a)	34.085.677.972	45.063.708.609
Dự phòng phải thu khó đòi	137	9	(31.460.230.185)	(32.192.603.258)
<b>Hàng tồn kho</b>	<b>140</b>	<b>10</b>	<b>844.490.967.878</b>	<b>678.801.783.008</b>
Hàng tồn kho	141		884.678.969.796	709.463.277.897
Dự phòng giảm giá hàng tồn kho	149		(40.188.001.918)	(30.661.494.889)
<b>Tài sản ngắn hạn khác</b>	<b>150</b>		<b>367.854.069.592</b>	<b>345.444.026.522</b>
Chi phí trả trước ngắn hạn	151	17(a)	127.452.715.929	115.112.522.869
Thuế giá trị gia tăng được khấu trừ	152		238.766.205.858	225.589.226.239
Thuế phải thu Nhà nước	153		1.635.147.805	4.742.277.414

Mẫu B 01 - DN/HN  
(Ban hành theo Thông tư số 202/2014/TT-BTC  
ngày 22 tháng 12 năm 2014 của Bộ Tài chính)

	Mã số	Thuyết minh	31/12/2025	1/1/2025
			VND	VND
<b>Tài sản dài hạn</b> (200 = 210 + 220 + 240 + 250 + 260)	<b>200</b>		<b>9.165.035.953.347</b>	<b>9.475.574.502.456</b>
<b>Các khoản phải thu dài hạn</b>	<b>210</b>		<b>1.997.141.521.478</b>	<b>1.947.586.983.977</b>
Phải thu về cho vay dài hạn	215	11	1.835.000.000.000	1.921.000.000.000
Phải thu dài hạn khác	216	8(b)	162.141.521.478	26.586.983.977
<b>Tài sản cố định</b>	<b>220</b>		<b>4.415.141.581.142</b>	<b>4.752.811.689.146</b>
Tài sản cố định hữu hình	221	12	4.024.090.598.439	4.311.629.683.535
<i>Nguyên giá</i>	222		5.737.352.279.351	5.689.242.755.904
<i>Giá trị hao mòn lũy kế</i>	223		(1.713.261.680.912)	(1.377.613.072.369)
Tài sản cố định hữu hình thuê tài chính	224	13	204.138.493.153	222.742.164.874
<i>Nguyên giá</i>	225		277.922.817.008	277.922.817.008
<i>Giá trị hao mòn lũy kế</i>	226		(73.784.323.855)	(55.180.652.134)
Tài sản cố định vô hình	227	14	186.912.489.550	218.439.840.737
<i>Nguyên giá</i>	228		344.789.377.117	344.789.377.117
<i>Giá trị hao mòn lũy kế</i>	229		(157.876.887.567)	(126.349.536.380)
<b>Tài sản dở dang dài hạn</b>	<b>240</b>		<b>23.354.880.699</b>	<b>22.405.540.830</b>
Chi phí xây dựng cơ bản dở dang	242	15	23.354.880.699	22.405.540.830
<b>Đầu tư tài chính dài hạn</b>	<b>250</b>		<b>2.103.964.883.942</b>	<b>2.114.054.896.942</b>
Đầu tư vào công ty liên kết	252	16(b)	2.103.964.883.942	2.114.054.896.942
<b>Tài sản dài hạn khác</b>	<b>260</b>		<b>625.433.086.086</b>	<b>638.715.391.561</b>
Chi phí trả trước dài hạn	261	17(b)	529.771.209.934	531.384.153.877
Tài sản thuế thu nhập hoãn lại	262	18	24.452.483.733	21.638.579.011
Lợi thế thương mại	269	19	71.209.392.419	85.692.658.673
<b>TỔNG TÀI SẢN (270 = 100 + 200)</b>	<b>270</b>		<b>11.367.658.352.618</b>	<b>11.228.504.872.700</b>

Công ty Cổ phần Masan MEATLife và các công ty con

## Bảng cân đối kế toán hợp nhất

tại ngày 31 tháng 12 năm 2025 (Tiếp theo)

	Mã số	Thuyết minh	31/12/2025	1/1/2025
			VND	VND
<b>NGUỒN VỐN</b>				
<b>NỢ PHẢI TRẢ (300 = 310 + 330)</b>	<b>300</b>		<b>6.166.967.344.173</b>	<b>6.759.367.390.408</b>
<b>Nợ ngắn hạn</b>	<b>310</b>		<b>5.242.484.260.684</b>	<b>3.245.113.653.042</b>
Phải trả người bán	311	20	771.573.380.375	635.842.642.820
Người mua trả tiền trước	312		7.809.986.047	6.609.593.951
Thuế và các khoản phải nộp Nhà nước	313	21	25.423.016.396	16.531.567.443
Chi phí phải trả	315	22	841.873.067.470	704.341.672.675
Phải trả ngắn hạn khác	319	23(a)	52.884.037.563	140.353.611.328
Vay, trái phiếu phát hành và nợ thuê tài chính ngắn hạn	320	24(a)	3.541.954.982.869	1.740.468.774.861
Quỹ khen thưởng, phúc lợi	322		965.789.964	965.789.964
<b>Nợ dài hạn</b>	<b>330</b>		<b>924.483.083.489</b>	<b>3.514.253.737.366</b>
Phải trả dài hạn khác	337	23(b)	43.881.640.006	267.065.299.997
Vay, trái phiếu phát hành và nợ thuê tài chính dài hạn	338	24(b)	546.341.973.914	2.907.565.937.254
Thuế thu nhập hoãn lại phải trả	341	18	323.534.491.105	328.553.651.446
Dự phòng phải trả dài hạn	342	25	10.724.978.464	11.068.848.669

Mẫu B 01 - DN/HN  
(Ban hành theo Thông tư số 202/2014/TT-BTC  
ngày 22 tháng 12 năm 2014 của Bộ Tài chính)

	Mã số	Thuyết minh	31/12/2025	1/1/2025
			VND	VND
<b>VỐN CHỦ SỞ HỮU (400 = 410)</b>	<b>400</b>		<b>5.200.691.008.445</b>	<b>4.469.137.482.292</b>
<b>Vốn chủ sở hữu</b>	<b>410</b>	<b>26</b>	<b>5.200.691.008.445</b>	<b>4.469.137.482.292</b>
Vốn cổ phần	411	27	3.403.168.580.000	3.290.525.930.000
<i>Cổ phiếu phổ thông có quyền biểu quyết</i>	411a		3.403.168.580.000	3.290.525.930.000
Thặng dư vốn cổ phần	412		2.137.052.965.149	2.137.102.965.149
Lỗi lũy kế	421		(478.783.291.655)	(1.041.805.283.872)
<i>Lỗi lũy kế đến cuối năm trước</i>	421a		(1.041.805.283.872)	(398.879.312.744)
<i>Lợi nhuận sau thuế năm nay/ (Lỗi sau thuế năm trước)</i>	421b		563.021.992.217	(642.925.971.128)
Lợi ích cổ đông không kiểm soát	429		139.252.754.951	83.313.871.015
<b>TỔNG NGUỒN VỐN (440 = 300 + 400)</b>	<b>440</b>		<b>11.367.658.352.618</b>	<b>11.228.504.872.700</b>

Ngày 3 tháng 3 năm 2026



Nguyễn Mạnh Quang  
Người lập



Mã Hồng Kim  
Kế toán trưởng



Nguyễn Anh Thi  
Tổng Giám đốc

Công ty Cổ phần Masan MEATLife và các công ty con

## Báo cáo kết quả hoạt động kinh doanh hợp nhất

cho năm kết thúc ngày 31 tháng 12 năm 2025

	Mã số	Thuyết minh	2025	2024
			VND	VND
Doanh thu bán hàng và cung cấp dịch vụ	01	30	9.571.422.893.228	7.820.568.120.671
Các khoản giảm trừ doanh thu	02	30	341.327.375.249	170.852.228.458
Doanh thu thuần về bán hàng và cung cấp dịch vụ (10 = 01 - 02)	10	30	9.230.095.517.979	7.649.715.892.213
Giá vốn hàng bán và dịch vụ cung cấp	11	31	6.648.639.180.773	5.687.976.222.130
Lợi nhuận gộp (20 = 10 - 11)	20		2.581.456.337.206	1.961.739.670.083
Doanh thu hoạt động tài chính	21	32	467.159.521.001	245.758.093.123
Chi phí tài chính	22	33	348.213.959.263	401.801.091.268
Trong đó: Chi phí lãi vay	23		327.619.502.115	376.450.736.500
Chi phí bán hàng	25	34	1.777.779.147.562	1.427.730.465.356
Chi phí quản lý doanh nghiệp	26	35	295.259.025.648	366.242.264.489
Lợi nhuận thuần từ hoạt động kinh doanh {30 = 20 + (21 - 22) - (25 + 26)}	30		627.363.725.734	11.723.942.093
Thu nhập khác	31		1.345.309.926	18.673.805.889
Chi phí khác	32	36	4.993.045.554	7.692.161.018
Kết quả từ các hoạt động khác (40 = 31 - 32)	40		(3.647.735.628)	10.981.644.871
Lợi nhuận kế toán trước thuế (50 = 30 + 40)	50		623.715.990.106	22.705.586.964
Chi phí thuế TNDN hiện hành	51	37	12.588.179.016	14.155.306.983
Lợi ích thuế TNDN hoãn lại	52	37	(7.833.065.063)	(16.796.176.215)

Mẫu B 02 - DN/HN  
(Ban hành theo Thông tư số 202/2014/TT-BTC  
ngày 22 tháng 12 năm 2014 của Bộ Tài chính)

	Mã số	Thuyết minh	31/12/2025	1/1/2025
			VND	VND
Lợi nhuận sau thuế TNDN (60 = 50 - 51 - 52)	60		618.960.876.153	25.346.456.196
Phân bổ:				
Cổ đông của Công ty	61		563.021.992.217	27.040.308.872
Lợi ích cổ đông không kiểm soát	62		55.938.883.936	(1.693.852.676)
Lãi trên cổ phiếu				
Lãi cơ bản trên cổ phiếu	70	38	1.692	83

Ngày 3 tháng 3 năm 2026



Nguyễn Mạnh Quang  
Người lập



Mã Hồng Kim  
Kế toán trưởng



Nguyễn Anh Thi  
Tổng Giám đốc

Công ty Cổ phần Masan MEATLife và các công ty con

## Báo cáo lưu chuyển tiền tệ hợp nhất

cho năm kết thúc ngày 31 tháng 12 năm 2025 (Phương pháp gián tiếp)

	Mã số	2025	2024
		VND	VND
<b>LƯU CHUYỂN TIỀN TỪ HOẠT ĐỘNG KINH DOANH</b>			
Lợi nhuận kế toán trước thuế	01	623.715.990.106	22.705.586.964
<b>Điều chỉnh cho các khoản</b>			
Khấu hao và phân bổ	02	407.522.076.773	422.893.994.394
Các khoản dự phòng	03	33.902.043.213	8.421.481.086
Lãi chênh lệch tỷ giá hối đoái do đánh giá lại các khoản mục tiền tệ có gốc ngoại tệ	04	(53.545.247)	(19.121.067)
Lãi từ các hoạt động đầu tư	05	(138.339.578.427)	(152.309.954.102)
Chi phí lãi vay và chi phí tài chính khác	06	334.762.220.103	387.101.673.666
<b>Lợi nhuận từ hoạt động kinh doanh trước những thay đổi vốn lưu động</b>	<b>08</b>	<b>1.261.509.206.521</b>	<b>688.793.660.941</b>
Biến động các khoản phải thu và tài sản khác	09	(137.371.291.827)	16.924.451.685
Biến động hàng tồn kho	10	(260.693.847.898)	(32.417.001.081)
Biến động các khoản phải trả và nợ phải trả khác	11	(28.232.675.212)	322.099.178.232
Biến động chi phí trả trước	12	40.851.939.739	51.440.792.846
		<b>876.063.331.323</b>	<b>1.046.841.082.623</b>
Tiền lãi vay đã trả	14	(328.699.158.095)	(390.206.287.948)
Thuế thu nhập doanh nghiệp đã nộp	15	(4.090.312.721)	(19.716.747.162)
<b>Lưu chuyển tiền thuần từ hoạt động kinh doanh</b>	<b>20</b>	<b>543.273.860.507</b>	<b>636.918.047.513</b>

Mẫu B 03 - DN/HN  
(Ban hành theo Thông tư số 202/2014/TT-BTC  
ngày 22 tháng 12 năm 2014 của Bộ Tài chính)

	Mã số	2025	2024
		VND	VND
<b>LƯU CHUYỂN TIỀN TỪ HOẠT ĐỘNG ĐẦU TƯ</b>			
Tiền chi mua, xây dựng tài sản cố định và tài sản dài hạn khác	21	(76.674.780.982)	(118.678.078.586)
Tiền thu từ thanh lý tài sản cố định	22	8.167.858.647	42.678.281.922
Tiền chi cho vay và gửi tiền gửi ngân hàng có kỳ hạn	23	(282.642.650.000)	(1.921.000.000.000)
Tiền thu hồi khoản cho vay và rút tiền gửi ngân hàng có kỳ hạn	24	296.000.000.000	1.772.377.579.794
Tiền thu lãi tiền gửi và cho vay và cổ tức	27	21.582.924.709	343.961.314.855
<b>Lưu chuyển tiền thuần từ hoạt động đầu tư</b>	<b>30</b>	<b>(33.566.647.626)</b>	<b>119.339.097.985</b>
<b>LƯU CHUYỂN TIỀN TỪ HOẠT ĐỘNG TÀI CHÍNH</b>			
Tiền thu từ phát hành cổ phiếu và tiền tạm ứng từ nhân viên cho kế hoạch về quyền chọn mua cổ phần cho nhân viên, trừ đi chi phí phát hành	31	111.782.660.000	30.119.830.000
Tiền thu từ đi vay	33	5.386.942.681.845	5.865.671.488.566
Tiền trả nợ gốc vay	34	(5.941.566.111.332)	(6.653.905.604.714)
Tiền trả nợ gốc thuê tài chính	35	(12.257.043.833)	(14.110.144.137)
Tiền trả cổ tức	36	-	(33.516.000)
<b>Lưu chuyển tiền thuần từ hoạt động tài chính</b>	<b>40</b>	<b>(455.097.813.320)</b>	<b>(772.257.946.285)</b>
<b>Lưu chuyển tiền thuần trong năm (50 = 20 + 30 + 40)</b>	<b>50</b>	<b>54.609.399.561</b>	<b>(16.000.800.787)</b>
<b>Tiền và các khoản tương đương tiền đầu năm</b>	<b>60</b>	<b>190.478.925.633</b>	<b>206.479.726.420</b>
<b>Tiền và các khoản tương đương tiền cuối năm (70 = 50 + 60) (Thuyết minh 5)</b>	<b>70</b>	<b>245.088.325.194</b>	<b>190.478.925.633</b>

Ngày 3 tháng 3 năm 2026



Nguyễn Mạnh Quang  
Người lập



Mã Hồng Kim  
Kế toán trưởng



Nguyễn Anh Thi  
Tổng Giám đốc

**Công ty Cổ phần Masan MEATLife và các công ty con**

# Thuyết minh báo cáo tài chính hợp nhất

cho năm kết thúc ngày 31 tháng 12 năm 2025 (Tiếp theo)

**Mẫu B 09 - DN/HN**  
(Ban hành theo Thông tư số 202/2014/TT-BTC ngày 22 tháng 12 năm 2014 của Bộ Tài chính)

Các thuyết minh này là bộ phận hợp thành và cần được đọc đồng thời với báo cáo tài chính hợp nhất đính kèm.

**1. ĐƠN VỊ BÁO CÁO****(a) Hình thức sở hữu vốn**

Công ty Cổ phần Masan MEATLife (“Công ty”) là một công ty cổ phần được thành lập tại Việt Nam.

Cổ phiếu của Công ty đã được giao dịch trên thị trường giao dịch chứng khoán của công ty đại chúng chưa niêm yết (“UPCoM”) theo Quyết định số 804/QĐ-SGDHN do Sở Giao dịch Chứng khoán Hà Nội ban hành ngày 2 tháng 12 năm 2019.

**(b) Hoạt động chính**

Hoạt động chính của Công ty là tư vấn quản lý đầu tư.

**(c) Chu kỳ sản xuất kinh doanh thông thường**

Chu kỳ sản xuất kinh doanh thông thường của Tập đoàn nằm trong phạm vi 12 tháng.

**(d) Cấu trúc Tập đoàn**

Tại ngày 31 tháng 12 năm 2025, Tập đoàn có 5 công ty con sở hữu trực tiếp, 4 công ty con sở hữu gián tiếp và 1 công ty liên kết sở hữu trực tiếp (1/1/2025: 5 công ty con sở hữu trực tiếp, 4 công ty con sở hữu gián tiếp và 1 công ty liên kết sở hữu trực tiếp). Thông tin chi tiết của các công ty con và công ty liên kết như sau:

STT	Tên công ty	Hoạt động chính	Tỷ lệ lợi ích kinh tế/quyền biểu quyết	
			31/12/2025	1/1/2025

**CÁC CÔNG TY CON SỞ HỮU TRỰC TIẾP**

1	Công ty TNHH MNS Meat (“MNM”)	(*) Tư vấn quản lý đầu tư (trừ tư vấn tài chính, kế toán và pháp luật)	99,99%	99,99%
2	Công ty Cổ phần 3F VIỆT (“3FV”)	Chăn nuôi gia cầm	51,00%	51,00%
3	Công ty TNHH MML Farm Nghệ An (“FNA”)	Chăn nuôi lợn và sản xuất giống lợn	100,00%	100,00%
4	Công ty TNHH MEATDeli HN (“MHN”)	Chế biến, bảo quản thịt và các sản phẩm từ thịt	100,00%	100,00%
5	Công ty Cổ phần Masan JinJu (“MSJ”)	Chế biến, bảo quản thịt và các sản phẩm từ thịt	74,99%	74,99%

**CÁC CÔNG TY CON SỞ HỮU GIÁN TIẾP**

1	Công ty TNHH MNS Meat Processing (“MNP”)	(i) Tư vấn quản lý đầu tư (trừ tư vấn tài chính, kế toán và pháp luật)	99,99%	99,99%
2	Công ty TNHH MNS Farm (“MNF”)	(i) Tư vấn quản lý đầu tư (trừ tư vấn tài chính, kế toán và pháp luật)	99,99%	99,99%
3	Công ty TNHH MEATDeli Sài Gòn (“MSG”)	(ii) Chế biến, bảo quản thịt và các sản phẩm từ thịt	100,00%	100,00%
4	Công ty TNHH Thực phẩm 3F VIỆT (“3FF”)	(iii) Chế biến, bảo quản thịt gia cầm và các sản phẩm từ thịt	51,00%	51,00%

**CÔNG TY LIÊN KẾT SỞ HỮU TRỰC TIẾP**

1	Công ty Cổ phần Việt Nam Kỹ nghệ Súc sản (“Vissan”)	(iv) Sản xuất, bán buôn và bán lẻ thực phẩm	24,94%	24,94%
---	---	---	--------	--------

(\*) Tại ngày 31 tháng 12 năm 2025, các công ty con này đang trong quá trình giải thể. MNM đã hoàn thành thủ tục giải thể vào ngày 13 tháng 1 năm 2026.

(i) Các công ty con này được sở hữu gián tiếp bởi Công ty thông qua MNM.

(ii) Công ty con này được sở hữu gián tiếp bởi Công ty thông qua MHN.

(iii) Công ty con này được sở hữu gián tiếp bởi Công ty thông qua 3FV.

(iv) Công ty liên kết này được sở hữu trực tiếp bởi Công ty.

Tỷ lệ lợi ích kinh tế phản ánh tỷ lệ lợi ích kinh tế trực tiếp và gián tiếp của Công ty và các công ty con trong các công ty con và công ty liên kết. Tất cả công ty con và công ty liên kết được thành lập tại Việt Nam.

Tại ngày 31 tháng 12 năm 2025, Tập đoàn có 2.204 nhân viên (1/1/2025: 2.049 nhân viên).

## Công ty Cổ phần Masan MEATLife và các công ty con

# Thuyết minh báo cáo tài chính hợp nhất

cho năm kết thúc ngày 31 tháng 12 năm 2025 (Tiếp theo)

## 2. CƠ SỞ LẬP BÁO CÁO TÀI CHÍNH

### (a) Tuyên bố về tuân thủ

Báo cáo tài chính hợp nhất này được lập theo các Chuẩn mực Kế toán Việt Nam, Chế độ Kế toán Doanh nghiệp Việt Nam và các quy định pháp lý có liên quan đến việc lập và trình bày báo cáo tài chính.

Báo cáo tài chính hợp nhất cho năm kết thúc ngày 31 tháng 12 năm 2025 bao gồm Công ty và các công ty con (sau đây được gọi chung là “Tập đoàn”) và lợi ích của Tập đoàn trong công ty liên kết.

### (b) Cơ sở đo lường

Báo cáo tài chính hợp nhất, trừ báo cáo lưu chuyển tiền tệ hợp nhất, được lập trên cơ sở dồn tích theo nguyên tắc giá gốc. Báo cáo lưu chuyển tiền tệ hợp nhất được lập theo phương pháp gián tiếp.

### (c) Kỳ kế toán năm

Kỳ kế toán năm của Tập đoàn bắt đầu từ ngày 1 tháng 1 đến ngày 31 tháng 12.

### (d) Đơn vị tiền tệ kế toán và trình bày báo cáo tài chính

Đơn vị tiền tệ kế toán của Công ty và các công ty con là Đồng Việt Nam (“VND”), cũng là đơn vị tiền tệ được sử dụng cho mục đích lập và trình bày báo cáo tài chính hợp nhất.

## 3. NHỮNG CHÍNH SÁCH KẾ TOÁN CHỦ YẾU

Sau đây là những chính sách kế toán chủ yếu được Tập đoàn áp dụng trong việc lập báo cáo tài chính hợp nhất này.

### Mẫu B 09 – DN/HN

(Ban hành theo Thông tư số 202/2014/TT-BTC ngày 22 tháng 12 năm 2014 của Bộ Tài chính)

### (a) Cơ sở hợp nhất

#### (i) Các công ty con

Công ty con là các công ty chịu sự kiểm soát của Tập đoàn. Báo cáo tài chính của các công ty con được bao gồm trong báo cáo tài chính hợp nhất kể từ ngày quyền kiểm soát bắt đầu có hiệu lực cho đến ngày quyền kiểm soát chấm dứt.

#### (ii) Lợi ích cổ đông không kiểm soát

Lợi ích cổ đông không kiểm soát (“NCI”) được xác định theo tỷ lệ phần sở hữu của cổ đông không kiểm soát trong tài sản thuần của đơn vị bị mua lại tại ngày mua.

Việc thay đổi phần sở hữu của Tập đoàn trong công ty con mà không dẫn đến mất quyền kiểm soát được kế toán tương tự như các giao dịch vốn chủ sở hữu. Chênh lệch giữa giá trị thay đổi phần sở hữu của Tập đoàn trong tài sản thuần của công ty con và số thu hoặc chi từ việc thay đổi phần sở hữu tại công ty con được ghi nhận vào lỗ lũy kế hoặc lợi nhuận sau thuế chưa phân phối thuộc vốn chủ sở hữu.

#### (iii) Công ty liên kết

Công ty liên kết là những công ty mà Tập đoàn có ảnh hưởng đáng kể, nhưng không kiểm soát các chính sách tài chính và hoạt động của công ty.

Công ty liên kết được hạch toán theo phương pháp vốn chủ sở hữu (bên được đầu tư hạch toán theo phương pháp vốn chủ sở hữu). Các khoản đầu tư này được ghi nhận ban đầu theo giá gốc, gồm cả chi phí giao dịch. Sau ghi nhận ban đầu, báo cáo tài chính hợp nhất bao gồm phần mà Tập đoàn được hưởng trong lãi hoặc lỗ của công ty liên kết, sau khi điều chỉnh theo chính sách kế toán của Tập đoàn, từ ngày bắt đầu sự ảnh hưởng đáng kể cho đến ngày kết thúc sự ảnh hưởng đáng kể. Giá trị ghi sổ của các khoản đầu tư này cũng được điều chỉnh cho những thay đổi về lợi ích của nhà đầu tư trong đơn vị nhận đầu tư phát sinh từ những thay đổi vốn chủ sở hữu của đơn vị nhận đầu tư mà không phản ánh trên báo cáo kết quả hoạt động kinh doanh (như việc đánh giá lại tài sản cố định, hay chênh lệch tỷ giá do chuyển đổi báo cáo tài chính, v.v...).

Khi phần lỗ của công ty liên kết mà Tập đoàn phải chia sẽ vượt quá lợi ích của Tập đoàn trong công ty liên kết, giá trị ghi sổ của khoản đầu tư (bao gồm các khoản đầu tư tài chính dài hạn, nếu có) sẽ được ghi giảm tới bằng không và dừng việc ghi nhận các khoản lỗ phát sinh trong tương lai trừ khi các khoản lỗ thuộc phạm vi mà Tập đoàn có nghĩa vụ phải trả hoặc đã trả thay cho công ty liên kết.

#### (iv) Các giao dịch và số dư được loại trừ khi hợp nhất

Các giao dịch và số dư trong nội bộ tập đoàn, các khoản thu nhập và chi phí chưa thực hiện từ các giao dịch nội bộ được loại trừ khi lập báo cáo tài chính hợp nhất. Các khoản lãi và lỗ chưa thực hiện từ các giao dịch với các công ty liên kết được trừ vào khoản đầu tư trong phạm vi lợi ích của Tập đoàn tại công ty liên kết.

#### (v) Hợp nhất kinh doanh chịu sự kiểm soát chung

Hợp nhất kinh doanh, trong đó các công ty chịu sự kiểm soát chung bởi cùng một nhóm cổ đông (“Cổ đông Kiểm soát”) trước và sau khi hợp nhất, thỏa mãn định nghĩa hợp nhất kinh doanh chịu sự kiểm soát chung vì có sự nối tiếp rủi ro và quyền lợi của Cổ đông Kiểm soát. Hợp nhất kinh doanh chịu sự kiểm soát chung này nằm ngoài phạm vi áp dụng của Chuẩn mực Kế toán Việt Nam số 11 – Hợp nhất kinh doanh và trong việc chọn lựa chính sách kế toán liên quan đến các giao dịch này, Tập đoàn đã cân nhắc Chuẩn mực Kế toán Việt Nam số 1 – Chuẩn mực chung và Chuẩn mực Kế toán Việt Nam số 21 – Trình bày báo cáo tài chính. Dựa trên các chuẩn mực này, Tập đoàn đã áp dụng cơ sở kế toán sáp nhập (“nguyên tắc mang sang toàn bộ”). Tài sản và nợ phải trả của các công ty bị mua được hợp nhất theo giá trị sổ sách hiện hữu dưới khía cạnh nhìn nhận của Cổ đông Kiểm soát. Chênh lệch giữa giá phí mua và giá trị của tài sản thuần được hợp nhất được xem như là sự phân phối cho hoặc góp vốn từ các cổ đông và được ghi nhận vào lỗ lũy kế hoặc lợi nhuận sau thuế chưa phân phối thuộc vốn chủ sở hữu. Chênh lệch giữa giá phí mua được chốt và giá trị hợp lý của giá phí mua tại ngày mua được hạch toán vào lỗ lũy kế hoặc lợi nhuận sau thuế chưa phân phối.

#### (vi) Hợp nhất kinh doanh không chịu sự kiểm soát chung

Hợp nhất kinh doanh không chịu kiểm soát chung được hạch toán theo phương pháp mua tại ngày mua, là ngày mà quyền kiểm soát đã được chuyển giao cho Tập đoàn. Sự kiểm soát tồn tại khi Tập đoàn có quyền chi phối các chính sách tài chính và hoạt động của đơn vị nhằm thu được lợi ích kinh tế từ các hoạt động của đơn vị đó. Việc đánh giá quyền kiểm soát có xét đến quyền bỏ phiếu tiềm năng có thể thực hiện được tại thời điểm hiện tại.

Giá phí hợp nhất kinh doanh (giá phí mua) gồm tổng của giá trị hợp lý, tại ngày trao đổi, của các tài sản đem trao đổi, các khoản nợ phải trả đã phát sinh hoặc đã thừa nhận, các công cụ vốn do bên mua phát hành để đổi lấy quyền kiểm soát bên bị mua và các chi phí liên quan trực tiếp đến việc hợp nhất kinh doanh. Các tài sản, nợ phải trả có thể xác định được và các khoản nợ tiềm tàng phải gánh chịu trong hợp nhất kinh doanh được ghi nhận theo giá trị hợp lý tại ngày mua.

Bất kỳ khoản lợi thế thương mại nào phát sinh thể hiện khoản chênh lệch giữa giá phí mua và lợi ích của Tập đoàn trong giá trị hợp lý thuần của các tài sản, nợ phải trả và nợ tiềm tàng của đơn vị bị mua được ghi nhận vào bảng cân đối kế toán hợp nhất, sau đó được phân bổ vào báo cáo kết quả hoạt động kinh doanh hợp nhất (xem Thuyết minh 3(j)). Khoản chênh lệch âm (lãi từ giao dịch mua giá rẻ) được ghi nhận vào báo cáo kết quả hoạt động kinh doanh hợp nhất của năm hiện tại sau khi đã tiến hành soát xét lại nhằm đảm bảo việc xác định giá trị của tài sản, nợ phải trả có thể xác định được, nợ tiềm tàng và việc xác định giá phí hợp nhất kinh doanh đã phản ánh phù hợp việc cân nhắc tất cả thông tin có tại ngày mua.

### (b) Các giao dịch bằng ngoại tệ

Các giao dịch bằng các đơn vị tiền tệ khác VND trong năm được quy đổi sang VND theo tỷ giá xấp xỉ với tỷ giá thực tế tại ngày giao dịch.

Các khoản mục tài sản và nợ phải trả có gốc bằng đơn vị tiền tệ khác VND được quy đổi sang VND lần lượt theo tỷ giá mua chuyển khoản và tỷ giá bán chuyển khoản tại ngày kết thúc kỳ kế toán năm của ngân hàng thương mại nơi Công ty hoặc các công ty con thường xuyên có giao dịch.

Tất cả các khoản chênh lệch tỷ giá hối đoái được ghi nhận vào báo cáo kết quả hoạt động kinh doanh hợp nhất.

### (c) Tiền và các khoản tương đương tiền

Tiền bao gồm tiền mặt và tiền gửi ngân hàng không kỳ hạn. Các khoản tương đương tiền là các khoản đầu tư ngắn hạn có tính thanh khoản cao, có thể dễ dàng chuyển đổi thành một lượng tiền xác định, không có nhiều rủi ro về thay đổi giá trị và được sử dụng cho mục đích đáp ứng các cam kết chi tiền ngắn hạn hơn là cho mục đích đầu tư hay là các mục đích khác.

Công ty Cổ phần Masan MEATLife và các công ty con

## Thuyết minh báo cáo tài chính hợp nhất

cho năm kết thúc ngày 31 tháng 12 năm 2025 (Tiếp theo)

### (d) Đầu tư nắm giữ đến ngày đáo hạn

Đầu tư nắm giữ đến ngày đáo hạn là các khoản đầu tư mà Ban Tổng Giám đốc Công ty hoặc các công ty con dự định và có khả năng nắm giữ đến ngày đáo hạn. Đầu tư nắm giữ đến ngày đáo hạn gồm tiền gửi ngân hàng có kỳ hạn. Các khoản đầu tư này được ghi nhận theo giá gốc trừ đi dự phòng các khoản phải thu khó đòi.

### (e) Các khoản phải thu

Các khoản phải thu của khách hàng và phải thu khác được phân ánh theo giá gốc trừ đi dự phòng phải thu khó đòi.

### (f) Hàng tồn kho

Hàng tồn kho được phân ánh theo giá thấp hơn giữa giá gốc và giá trị thuần có thể thực hiện được. Giá gốc được tính theo phương pháp bình quân gia quyền và bao gồm tất cả các chi phí phát sinh để có được hàng tồn kho ở địa điểm và trạng thái hiện tại. Đối với thành phẩm và sản phẩm dở dang, giá gốc bao gồm nguyên vật liệu, chi phí nhân công trực tiếp và các chi phí sản xuất/chăn nuôi chung được phân bổ. Giá trị thuần có thể thực hiện được ước tính dựa vào giá bán của hàng tồn kho, trừ đi các chi phí ước tính để hoàn thành sản phẩm và các chi phí ước tính để bán sản phẩm.

Tập đoàn áp dụng phương pháp kê khai thường xuyên để hạch toán hàng tồn kho.

### (g) Tài sản cố định hữu hình

#### (i) Nguyên giá

Tài sản cố định hữu hình được thể hiện theo nguyên giá trừ đi giá trị hao mòn lũy kế. Nguyên giá tài sản cố định hữu hình bao gồm giá mua, thuế nhập khẩu, các loại thuế mua hàng không hoàn lại và chi phí liên quan trực tiếp để đưa tài sản đến vị trí và trạng thái hoạt động cho mục đích sử dụng đã dự kiến, và chi phí để tháo dỡ, di dời tài sản và khôi phục hiện trường tại địa điểm đặt tài sản. Các chi phí phát sinh sau khi tài sản cố định hữu hình đã đưa vào hoạt động như chi phí sửa chữa, bảo dưỡng và đại tu được ghi nhận vào báo cáo kết quả hoạt động kinh doanh hợp nhất trong năm mà chi phí phát sinh. Trong các trường hợp có thể chứng minh một cách rõ ràng rằng các khoản chi phí này làm tăng lợi ích kinh tế trong tương lai dự tính thu được từ việc sử dụng tài sản cố định hữu hình vượt trên mức hoạt động tiêu chuẩn theo như đánh giá ban đầu, thì các chi phí này được vốn hoá như một khoản nguyên giá tăng thêm của tài sản cố định hữu hình.

#### (ii) Khấu hao

Khấu hao được tính theo phương pháp đường thẳng dựa trên thời gian hữu dụng ước tính của tài sản cố định hữu hình. Thời gian hữu dụng ước tính như sau:

nhà cửa và vật kiến trúc	4 – 35 năm
máy móc và thiết bị	2 – 25 năm
phương tiện vận chuyển và thiết bị truyền dẫn	3 – 25 năm
dụng cụ văn phòng	3 – 8 năm
gia súc	4 năm

Mẫu B 09 – DN/HN

(Ban hành theo Thông tư số 202/2014/TT-BTC ngày 22 tháng 12 năm 2014 của Bộ Tài chính)

### (h) Tài sản cố định vô hình

#### (i) Quyền sử dụng đất

Quyền sử dụng đất lâu dài được phân ánh theo nguyên giá và không tính khấu hao. Nguyên giá ban đầu của quyền sử dụng đất bao gồm giá mua và các chi phí liên quan trực tiếp đến việc có được quyền sử dụng đất.

#### (ii) Phần mềm máy vi tính

Giá mua của phần mềm máy vi tính mới mà phần mềm máy vi tính này không phải là một bộ phận gắn kết với phần cứng có liên quan thì được vốn hóa và hạch toán là tài sản cố định vô hình. Nguyên giá của phần mềm máy vi tính được khấu hao theo phương pháp đường thẳng trong thời gian từ 5 đến 7 năm.

#### (iii) Thương hiệu

Thương hiệu mà Tập đoàn có được từ việc mua lại các công ty con được ghi nhận là tài sản cố định vô hình và được khấu hao theo phương pháp đường thẳng trong thời gian hữu dụng ước tính từ 9 đến 13 năm. Giá trị hợp lý của thương hiệu có được từ hợp nhất kinh doanh được xác định bằng cách chiết khấu các khoản thanh toán tiền bản quyền ước tính có thể tiết kiệm được từ việc sở hữu thương hiệu đó.

#### (iv) Mối quan hệ khách hàng

Mối quan hệ khách hàng mà Tập đoàn có được từ việc mua lại các công ty con được ghi nhận là tài sản cố định vô hình và được khấu hao theo phương pháp đường thẳng trong thời gian hữu dụng ước tính là 16 năm. Giá trị hợp lý của mối quan hệ khách hàng có được từ hợp nhất kinh doanh được xác định bằng phương pháp tính lãi vượt trội trong nhiều giai đoạn, theo đó tài sản này được định giá sau khi trừ đi phần lợi nhuận hợp lý tính cho các tài sản khác đã góp phần tạo ra các luồng lưu chuyển tiền đó.

### (i) Chi phí xây dựng cơ bản dở dang

Chi phí xây dựng cơ bản dở dang phân ánh các khoản chi cho lợn giống, các khoản chi cho xây dựng hoặc triển khai tài sản cố định hữu hình và tài sản cố định vô hình chưa hoàn thành hoặc chưa lắp đặt xong. Không tính khấu hao cho chi phí xây dựng cơ bản dở dang trong quá trình nuôi lợn giống, xây dựng và lắp đặt.

### (j) Lợi thế thương mại

Lợi thế thương mại phát sinh trong việc mua lại công ty con và công ty liên kết. Lợi thế thương mại được xác định theo giá gốc trừ đi giá trị hao mòn lũy kế. Giá gốc của lợi thế thương mại là khoản chênh lệch giữa giá phí mua và lợi ích của Tập đoàn trong giá trị hợp lý thuần của các tài sản, nợ phải trả và nợ tiềm tàng của đơn vị bị mua.

Lợi thế thương mại phát sinh khi mua công ty con được phân bổ theo phương pháp đường thẳng trong 10 năm. Giá trị ghi sổ của lợi thế thương mại phát sinh khi mua công ty con được ghi giảm xuống bằng giá trị có thể thu hồi khi Ban Tổng Giám đốc xác định khoản lợi thế thương mại không thể thu hồi toàn bộ.

Đối với công ty liên kết, giá trị ghi sổ của lợi thế thương mại được bao gồm trong giá trị ghi sổ của khoản đầu tư và không được khấu hao.

### (k) Chi phí trả trước

#### (i) Chi phí đất trả trước

Chi phí đất trả trước bao gồm tiền thuê đất trả trước, bao gồm cả tiền thuê đất mà Tập đoàn đã được cấp giấy chứng nhận quyền sử dụng đất nhưng không đủ điều kiện ghi nhận là tài sản cố định vô hình theo quy định pháp luật hiện hành và các chi phí khác phát sinh liên quan đến việc đảm bảo quyền sử dụng đất thuê bao gồm cả chi phí giải phóng mặt bằng. Các chi phí này được ghi nhận trong báo cáo kết quả hoạt động kinh doanh hợp nhất theo phương pháp đường thẳng dựa trên thời hạn của các hợp đồng thuê từ 35 đến 50 năm.

#### (ii) Công cụ và dụng cụ

Công cụ và dụng cụ bao gồm các tài sản mà Tập đoàn nắm giữ để sử dụng trong quá trình hoạt động kinh doanh bình thường, với nguyên giá của mỗi tài sản thấp hơn 30 triệu VND và do đó không đủ điều kiện ghi nhận là tài sản cố định theo quy định hiện hành. Nguyên giá của công cụ và dụng cụ được phân bổ theo phương pháp đường thẳng trong thời gian từ 1 đến 3 năm.

#### (iii) Lợn giống và gà giống

Lợn giống với nguyên giá của mỗi con thấp hơn 30 triệu VND được ghi nhận là chi phí trả trước dài hạn và được phân bổ theo phương pháp đường thẳng dựa trên thời gian hữu dụng ước tính từ 2 đến 3 năm. Gà giống được ghi nhận là chi phí trả trước ngắn hạn và được phân bổ dựa theo số trứng thực tế nở và số trứng ước tính có thể nở. Chi phí phân bổ lợn giống và gà giống có liên quan trực tiếp đến việc chăn nuôi lợn thịt và gà thịt trong sản phẩm dở dang được vốn hóa và ghi vào giá gốc của sản phẩm dở dang.

## Công ty Cổ phần Masan MEATLife và các công ty con

# Thuyết minh báo cáo tài chính hợp nhất

cho năm kết thúc ngày 31 tháng 12 năm 2025 (Tiếp theo)

### Mẫu B 09 – DN/HN

(Ban hành theo Thông tư số 202/2014/TT-BTC ngày 22 tháng 12 năm 2014 của Bộ Tài chính)

#### (iv) Chi phí trả trước dài hạn khác

Chi phí trả trước dài hạn khác được phân bổ theo phương pháp đường thẳng trong thời gian từ 2 đến 5 năm.

#### (l) Các khoản phải trả

Các khoản phải trả người bán và phải trả khác được thể hiện theo giá gốc.

#### (m) Dự phòng

Dự phòng được ghi nhận nếu, do kết quả của một sự kiện trong quá khứ, Tập đoàn có nghĩa vụ pháp lý hiện tại hoặc liên đới có thể ước tính một cách đáng tin cậy, và chắc chắn sẽ làm giảm sút các lợi ích kinh tế trong tương lai để thanh toán các khoản nợ phải trả do nghĩa vụ đó. Dự phòng được xác định bằng cách chiết khấu các dòng tiền dự kiến phải trả trong tương lai với tỷ lệ chiết khấu trước thuế phản ánh đánh giá của thị trường ở thời điểm hiện tại về giá trị thời gian của tiền và những rủi ro cụ thể của khoản nợ đó.

#### (i) Dự phòng trợ cấp thôi việc

Theo Bộ luật Lao động Việt Nam, khi nhân viên làm việc cho Tập đoàn từ 12 tháng trở lên (“nhân viên đủ điều kiện”) tự nguyện chấm dứt hợp đồng lao động của mình thì bên sử dụng lao động phải thanh toán tiền trợ cấp thôi việc cho nhân viên đó tính dựa trên số năm làm việc và mức lương tại thời điểm thôi việc của nhân viên đó. Dự phòng trợ cấp thôi việc được lập trên cơ sở số năm nhân viên làm việc cho Tập đoàn và mức lương bình quân của họ trong vòng sáu tháng trước ngày kết thúc kỳ kế toán năm. Cho mục đích xác định số năm làm việc của nhân viên, thời gian nhân viên đã tham gia bảo hiểm thất nghiệp theo quy định của pháp luật và thời gian làm việc đã được Tập đoàn chi trả trợ cấp thôi việc được loại trừ.

#### (ii) Chi phí khôi phục hiện trường

Tập đoàn có nghĩa vụ phải phục hồi nguyên trạng mặt bằng đất mà Tập đoàn đã xây dựng nhà máy vào thời điểm kết thúc thời hạn thuê đất. Lãi suất chiết khấu áp dụng là lãi suất trước thuế phản ánh đánh giá của thị trường về giá trị thời gian của tiền và các rủi ro cụ thể liên quan đến khoản phải trả mà chưa được bao gồm trong ước tính các khoản chi phí phát sinh.

#### (n) Trái phiếu thường phát hành

Tại thời điểm ghi nhận ban đầu, trái phiếu thường được xác định theo giá gốc bao gồm khoản tiền thu được từ việc phát hành trái phiếu trừ đi chi phí phát hành trái phiếu. Các khoản chiết khấu, phụ trội và chi phí phát hành được phân bổ dần theo phương pháp đường thẳng trong suốt kỳ hạn của trái phiếu.

#### (o) Vốn cổ phần và thặng dư vốn cổ phần

Vốn cổ phần được ghi nhận theo giá phát hành trừ đi các chi phí phát sinh liên quan trực tiếp đến việc phát hành cổ phiếu, trừ đi ảnh hưởng thuế. Các chi phí đó được ghi giảm vào thặng dư vốn cổ phần. Phần chênh lệch giữa số tiền thu được từ việc phát hành cổ phiếu so với mệnh giá của cổ phiếu được phát hành được ghi nhận trong thặng dư vốn cổ phần.

#### (p) Thuế

Thuế thu nhập doanh nghiệp tính trên lợi nhuận hoặc lỗ trong năm bao gồm thuế thu nhập hiện hành và thuế thu nhập hoãn lại. Thuế thu nhập doanh nghiệp được ghi nhận trong báo cáo kết quả hoạt động kinh doanh hợp nhất ngoại trừ trường hợp có các khoản thuế thu nhập liên quan đến các khoản mục được ghi nhận thẳng vào vốn chủ sở hữu, thì khi đó các thuế thu nhập này cũng được ghi nhận thẳng vào vốn chủ sở hữu.

Thuế thu nhập hiện hành là khoản thuế dự kiến phải nộp dựa trên thu nhập chịu thuế trong năm, sử dụng các mức thuế suất có hiệu lực tại ngày kết thúc kỳ kế toán năm, và các khoản điều chỉnh thuế phải nộp liên quan đến những năm trước.

Thuế thu nhập hoãn lại được tính theo phương pháp bảng cân đối kế toán cho các chênh lệch tạm thời giữa giá trị ghi sổ cho mục đích báo cáo tài chính và giá trị sử dụng cho mục đích tính thuế của các khoản mục tài sản và nợ phải trả. Giá trị của thuế thu nhập hoãn lại được ghi nhận dựa trên cách thức dự kiến thu hồi hoặc thanh toán giá trị ghi sổ của các khoản mục tài sản và nợ phải trả sử dụng các mức thuế suất có hiệu lực hoặc cơ bản có hiệu lực tại ngày kết thúc kỳ kế toán năm.

Tài sản thuế thu nhập hoãn lại chỉ được ghi nhận trong phạm vi chắc chắn có đủ lợi nhuận tính thuế trong tương lai để các chênh lệch tạm thời này có thể sử dụng được. Tài sản thuế thu nhập hoãn lại được ghi giảm trong phạm vi không còn chắc chắn là các lợi ích về thuế liên quan này sẽ sử dụng được.

#### (q) Doanh thu

##### (i) Doanh thu bán hàng

Doanh thu bán hàng được ghi nhận trong báo cáo kết quả hoạt động kinh doanh hợp nhất khi phần lớn rủi ro và lợi ích gắn liền với quyền sở hữu sản phẩm hoặc hàng hoá được chuyển giao cho người mua. Doanh thu không được ghi nhận nếu như có những yếu tố không chắc chắn trọng yếu liên quan tới khả năng thu hồi các khoản phải thu hoặc liên quan tới khả năng hàng bán bị trả lại. Doanh thu bán hàng được ghi nhận theo giá trị thuần sau khi trừ đi chiết khấu giảm giá ghi trên hóa đơn bán hàng.

#### (ii) Doanh thu cung cấp dịch vụ

Doanh thu cung cấp dịch vụ được ghi nhận trong báo cáo kết quả hoạt động kinh doanh hợp nhất theo tỷ lệ phần trăm hoàn thành của giao dịch. Tỷ lệ phần trăm hoàn thành công việc được đánh giá dựa trên khảo sát các công việc đã được thực hiện. Doanh thu không được ghi nhận nếu như có những yếu tố không chắc chắn trọng yếu liên quan tới khả năng thu hồi các khoản phải thu.

#### (r) Doanh thu hoạt động tài chính

Doanh thu hoạt động tài chính bao gồm phí ký kết hợp đồng mua hàng, thu nhập lãi tiền gửi, lãi từ các khoản cho vay và lãi chênh lệch tỷ giá hối đoái.

Phí ký kết hợp đồng mua hàng được ghi nhận trong báo cáo kết quả hoạt động kinh doanh hợp nhất dựa trên các điều kiện và điều khoản của hợp đồng mua hàng.

Thu nhập lãi được ghi nhận trong báo cáo kết quả hoạt động kinh doanh hợp nhất theo tỷ lệ tương ứng với thời gian dựa trên số dư nợ gốc và lãi suất áp dụng.

#### (s) Chi phí tài chính

Chi phí tài chính bao gồm chi phí lãi vay từ các khoản vay, nợ thuế tài chính và trái phiếu, chi phí phát hành trái phiếu (sau đây được gọi chung là “chi phí đi vay”), lỗ chênh lệch tỷ giá hối đoái và các chi phí tài chính khác.

Chi phí đi vay được ghi nhận là chi phí trong năm khi chi phí này phát sinh, ngoại trừ trường hợp chi phí đi vay liên quan đến các khoản vay cho mục đích hình thành tài sản đủ điều kiện vốn hóa chi phí đi vay thì khi đó chi phí đi vay phát sinh trong thời gian hình thành tài sản sẽ được vốn hóa và được ghi vào nguyên giá các tài sản liên quan.

Công ty Cổ phần Masan MEATLife và các công ty con

## Thuyết minh báo cáo tài chính hợp nhất

cho năm kết thúc ngày 31 tháng 12 năm 2025 (Tiếp theo)

### (t) Thuê tài sản

#### (i) Tài sản thuê

Các hợp đồng thuê được phân loại là thuê tài chính nếu theo các điều khoản của hợp đồng thuê, Tập đoàn, với tư cách là bên đi thuê, đã nhận phần lớn rủi ro và lợi ích gắn liền với quyền sở hữu tài sản thuê. Tài sản cố định hữu hình dưới hình thức thuê tài chính được thể hiện bằng số tiền tương đương với số thấp hơn giữa giá trị hợp lý của tài sản cố định và giá trị hiện tại của các khoản tiền thuê tối thiểu, tính tại thời điểm bắt đầu thuê, trừ đi giá trị hao mòn lũy kế.

Khấu hao của tài sản thuê tài chính được hạch toán theo phương pháp đường thẳng dựa trên thời gian ngắn hơn giữa thời hạn thuê và thời gian hữu dụng ước tính của tài sản thuê tài chính trừ khi chắc chắn là Tập đoàn sẽ có quyền sở hữu tài sản khi hết hạn hợp đồng thuê. Thời gian hữu dụng ước tính của tài sản thuê tài chính nhất quán với tài sản cố định hữu hình được nêu trong Thuyết minh 3(g).

Các tài sản thuê theo các hợp đồng thuê khác được phân loại là thuê hoạt động và không được ghi nhận trên bảng cân đối kế toán hợp nhất.

#### (ii) Các khoản thanh toán tiền thuê

Các khoản thanh toán tiền thuê hoạt động được ghi nhận trong báo cáo kết quả hoạt động kinh doanh hợp nhất theo phương pháp đường thẳng dựa vào thời hạn của hợp đồng thuê. Các khoản hoa hồng đi thuê được ghi nhận như là một bộ phận hợp thành của tổng chi phí thuê, trong suốt thời hạn thuê.

Các khoản thanh toán tiền thuê tài sản thuê tài chính được chia tách thành chi phí tài chính và khoản trả nợ gốc. Chi phí tài chính phải được tính theo từng kỳ kế toán năm trong suốt thời hạn thuê để đạt tới một tỷ lệ lãi suất định kỳ cố định trên số dư nợ gốc còn lại.

Mẫu B 09 – DN/HN

(Ban hành theo Thông tư số 202/2014/TT-BTC ngày 22 tháng 12 năm 2014 của Bộ Tài chính)

### (u) Lãi trên cổ phiếu

Tập đoàn trình bày lãi cơ bản và lãi suy giảm trên cổ phiếu (“EPS”) cho các cổ phiếu phổ thông. Lãi cơ bản trên cổ phiếu được tính bằng cách lấy lãi hoặc lỗ thuộc về cổ đông phổ thông của Công ty (sau khi đã trừ đi khoản phân bổ vào quỹ khen thưởng phúc lợi cho kỳ kế toán năm) chia cho số lượng cổ phiếu phổ thông bình quân gia quyền lưu hành trong năm. Lãi suy giảm trên cổ phiếu được xác định bằng cách điều chỉnh lãi hoặc lỗ thuộc về cổ đông phổ thông của Công ty và số lượng cổ phiếu phổ thông bình quân đang lưu hành có tính đến các ảnh hưởng của cổ phiếu phổ thông suy giảm tiềm năng, bao gồm trái phiếu có thể chuyển đổi và quyền chọn cổ phiếu. Trong năm, Công ty không có cổ phiếu phổ thông tiềm năng và do đó không trình bày lãi suy giảm trên cổ phiếu.

### (v) Báo cáo bộ phận

Một bộ phận là một hợp phần có thể xác định riêng biệt của Tập đoàn tham gia vào việc cung cấp các sản phẩm hoặc dịch vụ liên quan (bộ phận chia theo hoạt động kinh doanh), hoặc cung cấp sản phẩm hoặc dịch vụ trong một môi trường kinh tế cụ thể (bộ phận chia theo vùng địa lý), mỗi bộ phận này chịu rủi ro và thu được lợi ích khác biệt với các bộ phận khác. Mẫu báo cáo bộ phận chính yếu và thứ yếu của Tập đoàn được lập lần lượt dựa theo bộ phận chia theo hoạt động kinh doanh và bộ phận chia theo vùng địa lý.

### (w) Các bên liên quan

Các bên được xem là bên liên quan của Tập đoàn nếu một bên có khả năng, trực tiếp hoặc gián tiếp, kiểm soát bên kia hoặc gây ảnh hưởng đáng kể tới bên kia trong việc ra các quyết định tài chính và hoạt động, hoặc khi Tập đoàn và bên kia cùng chịu sự kiểm soát chung hoặc ảnh hưởng đáng kể chung. Các bên liên quan có thể là các công ty hoặc cá nhân, bao gồm cả các thành viên gia đình thân cận của các cá nhân được xem là bên liên quan.

### (x) Kế hoạch về quyền chọn mua cổ phần cho nhân viên

Cổ phiếu phát hành cho nhân viên theo kế hoạch về quyền chọn mua cổ phần cho nhân viên (“ESOP”) được phát hành theo giá được phê duyệt trong Nghị quyết của Đại hội đồng Cổ đông Thường niên.

### (y) Thông tin so sánh

Thông tin so sánh trong báo cáo tài chính hợp nhất này được trình bày dưới dạng dữ liệu tương ứng. Theo phương pháp này, các thông tin so sánh của năm trước được trình bày như một phần không thể tách rời của báo cáo tài chính hợp nhất năm hiện tại và phải được xem xét trong mối liên hệ với các số liệu và thuyết minh của năm hiện tại. Theo đó, thông tin so sánh bao gồm trong báo cáo tài chính hợp nhất này không nhằm mục đích trình bày về tình hình tài chính hợp nhất, kết quả hoạt động kinh doanh hợp nhất và lưu chuyển tiền tệ hợp nhất của Tập đoàn trong năm trước.

Thông tin so sánh được mang sang từ số liệu trình bày trong báo cáo tài chính hợp nhất của Tập đoàn cho năm kết thúc ngày 31 tháng 12 năm 2024.

Công ty Cổ phần Masan MEATLife và các công ty con

## Thuyết minh báo cáo tài chính hợp nhất

cho năm kết thúc ngày 31 tháng 12 năm 2025 (Tiếp theo)

### 4. BÁO CÁO BỘ PHẬN

Tập đoàn có hai bộ phận báo cáo, như được mô tả dưới đây, là các bộ phận kinh doanh chiến lược của Tập đoàn. Các hoạt động kinh doanh chiến lược này cung cấp các sản phẩm khác nhau và được quản lý riêng biệt do các hoạt động này đòi hỏi các chiến lược tiếp thị và công nghệ khác nhau. Đối với từng hoạt động kinh doanh chiến lược, Ban Tổng Giám đốc của Công ty hoặc các công ty con soát xét các báo cáo quản trị nội bộ theo định kỳ.

Mẫu B 09 - DN/HN

(Ban hành theo Thông tư số 202/2014/TT-BTC ngày 22 tháng 12 năm 2014 của Bộ Tài chính)

Hoạt động của từng bộ phận báo cáo như sau:

Bộ phận báo cáo	Hoạt động
Trang trại	Chăn nuôi gia súc và gia cầm.
Thịt và các sản phẩm từ thịt	Chế biến và bảo quản thịt và các sản phẩm từ thịt.

Kết quả kinh doanh của bộ phận bao gồm doanh thu thuần của bộ phận trừ giá vốn hàng bán hoặc dịch vụ của bộ phận, chi phí bán hàng và chi phí quản lý doanh nghiệp trực tiếp thuộc về bộ phận đó và chi phí bán hàng và chi phí quản lý doanh nghiệp gián tiếp được phân bổ dựa trên cơ sở hợp lý.

Chi phí không phân bổ bao gồm chi phí tài chính và doanh thu hoạt động tài chính mà Ban Tổng Giám đốc Công ty tin rằng không thể phân bổ các chi phí và thu nhập này một cách hợp lý cho từng bộ phận. Các chi phí này phát sinh ở cấp độ Tập đoàn.

#### (a) Bộ phận chia theo hoạt động kinh doanh

Kết quả kinh doanh, tài sản và nợ phải trả của bộ phận bao gồm các khoản mục trực tiếp thuộc về từng bộ phận và các khoản mục chung được phân bổ cho mỗi bộ phận dựa trên cơ sở hợp lý.

	Trang trại		Thịt và các sản phẩm từ thịt		Loại trừ		Hợp nhất	
	2025 VND	2024 VND	2025 VND	2024 VND	2025 VND	2024 VND	2025 VND	2024 VND
Doanh thu bán hàng ra bên ngoài	2.119.911.928.407	1.846.314.744.882	7.110.183.589.572	5.803.401.147.331	-	-	9.230.095.517.979	7.649.715.892.213
Doanh thu giữa các bộ phận	1.224.784.125.727	1.015.683.277.294	326.190.497	503.753.320	(1.225.110.316.224)	(1.016.187.030.614)	-	-
Tổng doanh thu của bộ phận	3.344.696.054.134	2.861.998.022.176	7.110.509.780.069	5.803.904.900.651	(1.225.110.316.224)	(1.016.187.030.614)	9.230.095.517.979	7.649.715.892.213
Kết quả kinh doanh của bộ phận	854.260.937.682	595.386.509.744	(345.842.773.686)	(427.619.569.506)	-	-	508.418.163.996	167.766.940.238
Doanh thu/(Chi phí) tài chính thuần không phân bổ							118.945.561.738	(156.042.998.145)
Lợi nhuận thuần từ hoạt động kinh doanh							627.363.725.734	11.723.942.093
Thu nhập khác							1.345.309.926	18.673.805.889
Chi phí khác							(4.993.045.554)	(7.692.161.018)
(Chi phí)/Lợi ích thuế thu nhập doanh nghiệp							(4.755.113.953)	2.640.869.232
Lợi nhuận sau thuế thu nhập doanh nghiệp							618.960.876.153	25.346.456.196

Công ty Cổ phần Masan MEATLife và các công ty con

## Thuyết minh báo cáo tài chính hợp nhất

cho năm kết thúc ngày 31 tháng 12 năm 2025 (Tiếp theo)

Mẫu B 09 – DN/HN  
(Ban hành theo Thông tư số 202/2014/TT-BTC  
ngày 22 tháng 12 năm 2014 của Bộ Tài chính)

### 4. BÁO CÁO BỘ PHẬN (Tiếp theo)

	Trang trại		Thịt và các sản phẩm từ thịt			Hợp nhất
	31/12/2025 VNĐ	1/1/2025 VNĐ	31/12/2025 VNĐ	1/1/2025 VNĐ	31/12/2025 VNĐ	1/1/2025 VNĐ
Tài sản bộ phận	2.452.317.081.254	2.446.115.184.862	4.471.426.270.768	4.434.133.045.941	6.923.743.352.022	6.880.248.230.803
Đầu tư vào công ty liên kết	-	-	2.103.964.883.942	2.114.054.896.942	2.103.964.883.942	2.114.054.896.942
Tài sản không phân bổ					2.339.950.116.654	2.234.201.744.955
<b>Tổng tài sản</b>			-	-	<b>11.367.658.352.618</b>	<b>11.228.504.872.700</b>
Nợ phải trả bộ phận	1.284.537.979.717	1.283.902.635.291	2.392.923.418.061	3.046.207.514.764	3.677.461.397.778	4.330.110.150.055
Nợ phải trả không phân bổ					2.489.505.946.395	2.429.257.240.353
<b>Tổng nợ phải trả</b>					<b>6.166.967.344.173</b>	<b>6.759.367.390.408</b>

	Trang trại		Thịt và các sản phẩm từ thịt			Hợp nhất
	2025 VNĐ	2024 VNĐ	2025 VNĐ	2024 VNĐ	2025 VNĐ	2024 VNĐ
Chi tiêu vốn	4.958.440.919	51.864.047.489	71.716.340.063	66.814.031.097	76.674.780.982	118.678.078.586
Khấu hao và phân bổ	173.168.665.125	172.363.945.618	234.353.411.648	250.530.048.776	407.522.076.773	422.893.994.394

(b) **Bộ phận chia theo vùng địa lý**

Tập đoàn, dựa trên vị trí địa lý của khách hàng và tài sản, hoạt động chủ yếu trong một khu vực địa lý là Việt Nam.

Công ty Cổ phần Masan MEATLife và các công ty con

## Thuyết minh báo cáo tài chính hợp nhất

cho năm kết thúc ngày 31 tháng 12 năm 2025 (Tiếp theo)

Mẫu B 09 - DN/HN  
(Ban hành theo Thông tư số 202/2014/TT-BTC  
ngày 22 tháng 12 năm 2014 của Bộ Tài chính)

### 5. TIỀN VÀ CÁC KHOẢN TƯƠNG ĐƯƠNG TIỀN

	31/12/2025	1/1/2025
	VND	VND
Tiền gửi ngân hàng	68.588.325.194	45.255.925.633
Các khoản tương đương tiền	176.500.000.000	145.223.000.000
	<b>245.088.325.194</b>	<b>190.478.925.633</b>

Các khoản tương đương tiền phản ánh các khoản tiền gửi có kỳ hạn tại ngân hàng với kỳ hạn gốc không quá ba tháng kể từ ngày giao dịch.

### 6. PHẢI THU CỦA KHÁCH HÀNG

#### (a) Phải thu của khách hàng chi tiết theo khách hàng lớn

	31/12/2025	1/1/2025
	VND	VND
Công ty Cổ phần Dịch vụ Thương mại Tổng hợp WinCommerce	338.776.265.387	286.229.548.181
Công ty Cổ phần Hàng tiêu dùng Masan	225.666.677.698	156.977.848.540
Các khách hàng khác	89.447.315.069	72.542.567.958
	<b>653.890.258.154</b>	<b>515.749.964.679</b>

#### (b) Phải thu của khách hàng là các bên liên quan

	31/12/2025	1/1/2025
	VND	VND
<b>CÔNG TY MẸ CẤP CAO NHẤT</b>		
Công ty Cổ phần Tập đoàn Masan	7.292.091	50.734.933
<b>CÁC BÊN LIÊN QUAN KHÁC</b>		
Công ty Cổ phần Dịch vụ Thương mại Tổng hợp WinCommerce	338.776.265.387	286.229.548.181
Công ty Cổ phần Hàng tiêu dùng Masan	225.666.677.698	156.977.848.540
Công ty Cổ phần The Supra	3.657.348.933	-
Công ty TNHH Một Thành viên Masan MB	1.941.195.968	-
Công ty TNHH Một Thành viên Masan HD	193.534.740	308.683.200
Công ty TNHH Một Thành viên Công nghiệp Masan	78.232.298	82.494.300
Công ty Cổ phần Phúc Long Heritage	39.226.068	-

Các khoản phải thu từ các bên liên quan không có đảm bảo, không hưởng lãi và có thời hạn thu hồi từ 30 ngày đến 60 ngày kể từ ngày ghi trên hóa đơn.

### 7. TRẢ TRƯỚC CHO NGƯỜI BÁN

Tại ngày 31 tháng 12 năm 2025, trả trước cho người bán của Tập đoàn bao gồm 13.849 triệu VND (1/1/2025: 4.949 triệu VND) liên quan đến mua tài sản cố định và tài sản dài hạn khác.

### 8. PHẢI THU KHÁC

#### (a) Phải thu ngắn hạn khác

	31/12/2025	1/1/2025
	VND	VND
Lãi phải thu từ tiền gửi ngân hàng	1.565.117.795	574.508.857
Đặt cọc ngắn hạn	3.044.573.004	5.857.801.004
Tạm ứng cho nhân viên	57.000.000	233.270.329
Phải thu khác	29.418.987.173	38.398.128.419
	<b>34.085.677.972</b>	<b>45.063.708.609</b>

Công ty Cổ phần Masan MEATLife và các công ty con

## Thuyết minh báo cáo tài chính hợp nhất

cho năm kết thúc ngày 31 tháng 12 năm 2025 (Tiếp theo)

Mẫu B 09 - DN/HN  
(Ban hành theo Thông tư số 202/2014/TT-BTC  
ngày 22 tháng 12 năm 2014 của Bộ Tài chính)

### (b) Phải thu dài hạn khác

	31/12/2025	1/1/2025
	VND	VND
Lãi phải thu từ khoản cho vay với Công ty TNHH Zenith Investment, một bên liên quan	134.322.000.004	384.200.000
Đặt cọc dài hạn	27.819.521.474	26.202.783.977
	<b>162.141.521.478</b>	<b>26.586.983.977</b>

Lãi cho vay phải thu từ bên liên quan không có đảm bảo và có thể thu hồi vào ngày sớm hơn của ngày đáo hạn của nợ gốc cho vay hoặc ngày hoàn trả của các hợp đồng cho vay liên quan.

### 9. DỰ PHÒNG PHẢI THU KHÓ ĐÒI

Biến động trong năm của dự phòng phải thu khó đòi như sau:

	2025	2024
	VND	VND
Số dư đầu năm	32.192.603.258	25.994.191.905
Dự phòng trích lập trong năm	-	7.017.239.935
Dự phòng hoàn nhập trong năm	(240.332.443)	(341.259.000)
Dự phòng sử dụng trong năm	(492.040.630)	(477.569.582)
<b>Số dư cuối năm</b>	<b>31.460.230.185</b>	<b>32.192.603.258</b>

### 10. HÀNG TỒN KHO

	31/12/2025		1/1/2025	
	Giá gốc VND	Dự phòng VND	Giá gốc VND	Dự phòng VND
Hàng mua đang đi đường	842.042.704	-	7.436.699.183	-
Nguyên vật liệu	213.107.745.586	(5.200.039.601)	173.627.417.861	(9.417.665.101)
Công cụ và dụng cụ	50.935.337.048	(5.663.791.747)	43.288.921.687	(5.873.860.441)
Sản phẩm dở dang	457.601.640.921	-	381.469.549.114	(97.918.045)
Thành phẩm	95.833.936.821	(29.324.170.570)	46.261.600.633	(15.272.051.302)
Hàng gửi đi bán	66.358.266.716	-	57.379.089.419	-
	<b>884.678.969.796</b>	<b>(40.188.001.918)</b>	<b>709.463.277.897</b>	<b>(30.661.494.889)</b>

Trong hàng tồn kho tại ngày 31 tháng 12 năm 2025 có 24.318 triệu VND (1/1/2025: 17.638 triệu VND) thành phẩm và sản phẩm dở dang được ghi nhận theo giá trị thuần có thể thực hiện được.

Trong hàng tồn kho tại ngày 31 tháng 12 năm 2025 có 39.009 triệu VND (1/1/2025: 19.540 triệu VND) hàng tồn kho chậm luân chuyển.

Biến động trong năm của dự phòng giảm giá hàng tồn kho như sau:

	2025	2024
	VND	VND
Số dư đầu năm	30.661.494.889	38.503.165.008
Dự phòng trích lập trong năm	53.026.387.514	31.709.086.551
Dự phòng hoàn nhập trong năm	(19.678.528.487)	(35.012.626.331)
Dự phòng sử dụng trong năm	(23.821.351.998)	(4.538.130.339)
<b>Số dư cuối năm</b>	<b>40.188.001.918</b>	<b>30.661.494.889</b>

### 11. PHẢI THU VỀ CHO VAY DÀI HẠN

	Năm đáo hạn	31/12/2025	1/1/2025
		VND	VND
<b>BÊN LIÊN QUAN KHÁC</b>			
Công ty TNHH Zenith Investment	2027	1.835.000.000.000	1.921.000.000.000

Khoản phải thu về cho vay này không có đảm bảo và hưởng lãi suất theo quy định trong hợp đồng cho vay liên quan.

Công ty Cổ phần Masan MEATLife và các công ty con

## Thuyết minh báo cáo tài chính hợp nhất

cho năm kết thúc ngày 31 tháng 12 năm 2025 (Tiếp theo)

Mẫu B 09 – DN/HN  
(Ban hành theo Thông tư số 202/2014/TT-BTC  
ngày 22 tháng 12 năm 2014 của Bộ Tài chính)

### 12. TÀI SẢN CỐ ĐỊNH HỮU HÌNH

	Nhà cửa và vật kiến trúc	Máy móc và thiết bị	Phương tiện vận chuyển và thiết bị truyền dẫn	Dụng cụ văn phòng	Gia súc	Tổng
	VND	VND	VND	VND	VND	VND
<b>NGUYÊN GIÁ</b>						
Số dư đầu năm	3.298.597.798.547	2.252.466.100.839	74.573.966.707	44.459.117.228	19.145.772.583	5.689.242.755.904
Tăng trong năm	802.253.891	8.378.526.648	994.190.001	505.790.000	-	10.680.760.540
Chuyển từ chi phí xây dựng cơ bản dở dang	5.569.302.972	44.985.957.230	-	-	-	50.555.260.202
Chuyển sang chi phí trả trước dài hạn	-	(195.200.000)	-	-	-	(195.200.000)
Thanh lý và xóa sổ	(1.526.545.604)	(3.788.522.461)	(302.000.001)	-	(7.314.229.229)	(12.931.297.295)
<b>Số dư cuối năm</b>	<b>3.303.442.809.806</b>	<b>2.301.846.862.256</b>	<b>75.266.156.707</b>	<b>44.964.907.228</b>	<b>11.831.543.354</b>	<b>5.737.352.279.351</b>
<b>GIÁ TRỊ HAO MÒN LŨY KẾ</b>						
Số dư đầu năm	642.879.585.425	659.127.251.598	37.041.304.299	33.095.357.454	5.469.573.593	1.377.613.072.369
Khấu hao trong năm	135.399.316.913	191.318.765.181	7.145.238.389	4.869.680.710	4.174.786.418	342.907.787.611
Thanh lý và xóa sổ	(726.897.336)	(2.458.063.132)	(192.944.438)	-	(3.881.274.162)	(7.259.179.068)
<b>Số dư cuối năm</b>	<b>777.552.005.002</b>	<b>847.987.953.647</b>	<b>43.993.598.250</b>	<b>37.965.038.164</b>	<b>5.763.085.849</b>	<b>1.713.261.680.912</b>
<b>GIÁ TRỊ CÒN LẠI</b>						
Số dư đầu năm	2.655.718.213.122	1.593.338.849.241	37.532.662.408	11.363.759.774	13.676.198.990	4.311.629.683.535
Số dư cuối năm	2.525.890.804.804	1.453.858.908.609	31.272.558.457	6.999.869.064	6.068.457.505	4.024.090.598.439

Trong tài sản cố định hữu hình tại ngày 31 tháng 12 năm 2025 có các tài sản có nguyên giá là 136.311 triệu VND (1/1/2025: 78.021 triệu VND) đã khấu hao hết nhưng vẫn đang được sử dụng.

Tại ngày 31 tháng 12 năm 2025, tài sản cố định hữu hình với giá trị còn lại là 1.970.772 triệu VND được thế chấp tại ngân hàng để bảo đảm cho các khoản vay của Tập đoàn (Thuyết minh 24) (1/1/2025: 2.131.140 triệu VND).

Công ty Cổ phần Masan MEATLife và các công ty con

## Thuyết minh báo cáo tài chính hợp nhất

cho năm kết thúc ngày 31 tháng 12 năm 2025 (Tiếp theo)

Mẫu B 09 - DN/HN  
(Ban hành theo Thông tư số 202/2014/TT-BTC  
ngày 22 tháng 12 năm 2014 của Bộ Tài chính)

### 13. TÀI SẢN CỐ ĐỊNH HỮU HÌNH THUÊ TÀI CHÍNH

	Nhà cửa và vật kiến trúc
	VND
<b>NGUYÊN GIÁ</b>	
Số dư đầu năm và cuối năm	277.922.817.008
<b>GIÁ TRỊ HAO MÒN LŨY KẾ</b>	
Số dư đầu năm	55.180.652.134
Khấu hao trong năm	18.603.671.720
<b>Số dư cuối năm</b>	<b>73.784.323.855</b>
<b>GIÁ TRỊ CÒN LẠI</b>	
Số dư đầu năm	222.742.164.874
Số dư cuối năm	204.138.493.153

### 14. TÀI SẢN CỐ ĐỊNH VÔ HÌNH

	Quyền sử dụng đất	Phần mềm máy vi tính	Thương hiệu	Mối quan hệ khách hàng	Tổng
	VND	VND	VND	VND	VND
<b>NGUYÊN GIÁ</b>					
Số dư đầu năm và cuối năm	12.487.500.000	3.959.841.950	205.464.758.322	122.877.276.845	344.789.377.117
<b>GIÁ TRỊ HAO MÒN LŨY KẾ</b>					
Số dư đầu năm	-	1.965.305.049	93.024.926.299	31.359.305.032	126.349.536.380
Khấu hao trong năm	-	549.634.471	23.297.886.912	7.679.829.804	31.527.351.187
<b>Số dư cuối năm</b>	<b>-</b>	<b>2.514.939.520</b>	<b>116.322.813.216</b>	<b>39.039.134.831</b>	<b>157.876.887.567</b>
<b>GIÁ TRỊ CÒN LẠI</b>					
Số dư đầu năm	12.487.500.000	1.994.536.901	112.439.832.023	91.517.971.813	218.439.840.737
Số dư cuối năm	12.487.500.000	1.444.902.430	89.141.945.106	83.838.142.014	186.912.489.550

Trong tài sản cố định vô hình tại ngày 31 tháng 12 năm 2025 có các tài sản có nguyên giá là 27.692 triệu VNĐ (1/1/2025: 918 triệu VNĐ) đã khấu hao hết nhưng vẫn đang được sử dụng.

Tại ngày 31 tháng 12 năm 2025, không có tài sản cố định vô hình được thế chấp tại ngân hàng để đảm bảo cho các khoản vay của Tập đoàn (Thuyết minh 24) (1/1/2025: 42 triệu VNĐ).

### 15. CHI PHÍ XÂY DỰNG CƠ BẢN DỒ DANG

	2025	2024
	VND	VND
Số dư đầu năm	22.405.540.830	16.446.720.409
Tăng trong năm	113.466.071.571	167.452.780.763
Chuyển sang tài sản cố định hữu hình	(50.555.260.202)	(106.093.638.996)
Chuyển sang chi phí trả trước dài hạn	(51.383.988.856)	(48.422.977.759)
Thanh lý và xóa sổ	(10.577.482.644)	(6.977.343.587)
<b>Số dư cuối năm</b>	<b>23.354.880.699</b>	<b>22.405.540.830</b>

Chi phí xây dựng cơ bản dở dang lớn tại ngày kết thúc kỳ kế toán năm như sau:

	31/12/2025	1/1/2025
	VND	VND
Nhà cửa và vật kiến trúc	1.413.876.900	1.859.589.908
Máy móc và thiết bị	10.569.208.428	7.520.962.467
Khác	11.371.795.371	13.024.988.455
	<b>23.354.880.699</b>	<b>22.405.540.830</b>

Công ty Cổ phần Masan MEATLife và các công ty con

## Thuyết minh báo cáo tài chính hợp nhất

cho năm kết thúc ngày 31 tháng 12 năm 2025 (Tiếp theo)

### 16. ĐẦU TƯ

#### (a) Đầu tư nắm giữ đến ngày đáo hạn

Đầu tư nắm giữ đến ngày đáo hạn phản ánh các khoản tiền gửi có kỳ hạn bằng VND tại ngân hàng có kỳ hạn gốc trên 3 tháng kể từ ngày giao dịch và kỳ hạn còn lại không quá 12 tháng kể từ ngày kết thúc kỳ kế toán năm và được hưởng lãi suất từ 4,75% đến 6,40% một năm.

#### (b) Đầu tư vào công ty liên kết

	31/12/2025			1/1/2025		
	Số cổ phiếu	% lợi ích kinh tế/ quyền biểu quyết	Giá trị ghi sổ theo phương pháp vốn chủ sở hữu	Số cổ phiếu	% lợi ích kinh tế/quyền biểu quyết	Giá trị ghi sổ theo phương pháp vốn chủ sở hữu
	VND			VND		
Công ty Cổ phần Việt Nam Kỹ nghệ Súc sản ("Vissan")	20.180.026	24,94%	2.103.964.883.942	20.180.026	24,94%	2.114.054.896.942

Tập đoàn chưa xác định giá trị hợp lý của khoản đầu tư vào công ty liên kết để thuyết minh trong báo cáo tài chính hợp nhất bởi vì các Chuẩn mực Kế toán Việt Nam, Chế độ Kế toán Doanh nghiệp Việt Nam hiện chưa có hướng dẫn về cách tính giá trị hợp lý sử dụng các kỹ thuật định giá. Giá trị hợp lý của khoản đầu tư này có thể khác với giá trị ghi sổ.

Biến động trong năm của khoản đầu tư vào công ty liên kết như sau:

	2025	2024
	VND	VND
Số dư đầu năm	2.114.054.896.942	2.126.162.912.542
Cổ tức	(10.090.013.000)	(12.108.015.600)
<b>Số dư cuối năm</b>	<b>2.103.964.883.942</b>	<b>2.114.054.896.942</b>

Mẫu B 09 - DN/HN  
(Ban hành theo Thông tư số 202/2014/TT-BTC  
ngày 22 tháng 12 năm 2014 của Bộ Tài chính)

### 17. CHI PHÍ TRẢ TRƯỚC

#### (a) Chi phí trả trước ngắn hạn

	31/12/2025	1/1/2025
	VND	VND
Gà giống	118.138.014.496	105.174.889.581
Công cụ và dụng cụ	3.049.128.409	3.534.161.796
Phí bảo hiểm trả trước	1.061.171.725	1.189.967.951
Chi phí thuê hoạt động trả trước	136.554.982	123.911.200
Chi phí trả trước ngắn hạn khác	5.067.846.317	5.089.592.341
	<b>127.452.715.929</b>	<b>115.112.522.869</b>

#### (b) Chi phí trả trước dài hạn

	Chi phí đất trả trước	Công cụ và dụng cụ	Lợn giống	Khác	Tổng
	VND	VND	VND	VND	VND
Số dư đầu năm	448.927.385.313	24.257.059.686	42.574.403.926	15.625.304.952	531.384.153.877
Tăng trong năm	120.987.767	15.268.778.950	-	4.381.269.685	19.771.036.402
Chuyển từ tài sản cố định hữu hình	-	195.200.000	-	-	195.200.000
Chuyển từ chi phí xây dựng cơ bản dở dang	-	2.509.959.600	48.000.414.256	873.615.000	51.383.988.856
Phân loại lại	1.857.220.458	(6.972.830.130)	-	5.115.609.672	-
Phân bổ trong năm	(12.451.374.843)	(11.642.955.030)	(26.279.003.248)	(9.618.423.497)	(59.991.756.618)
Thanh lý và xóa sổ	-	(11.599.978)	(12.959.812.605)	-	(12.971.412.583)
<b>Số dư cuối năm</b>	<b>438.454.218.695</b>	<b>23.603.613.098</b>	<b>51.336.002.329</b>	<b>16.377.375.812</b>	<b>529.771.209.934</b>

Tại ngày 31 tháng 12 năm 2025, chi phí trả trước dài hạn với giá trị ghi sổ là 380.388 triệu VND (1/1/2025: 391.630 triệu VND) đã được thế chấp tại ngân hàng để đảm bảo cho các khoản vay của Tập đoàn (Thuyết minh 24).

Công ty Cổ phần Masan MEATLife và các công ty con

## Thuyết minh báo cáo tài chính hợp nhất

cho năm kết thúc ngày 31 tháng 12 năm 2025 (Tiếp theo)

Mẫu B 09 - DN/HN  
(Ban hành theo Thông tư số 202/2014/TT-BTC  
ngày 22 tháng 12 năm 2014 của Bộ Tài chính)

### 18. TÀI SẢN THUẾ THU NHẬP HOÀN LẠI VÀ THUẾ THU NHẬP HOÀN LẠI PHẢI TRẢ

	31/12/2025	1/1/2025
	VND	VND
<b>Tài sản thuế thu nhập hoãn lại:</b>		
Chi phí phải trả và dự phòng	24.452.483.733	21.638.579.011
<b>Thuế thu nhập hoãn lại phải trả:</b>		
Đầu tư vào công ty liên kết	(297.477.489.597)	(297.477.489.597)
Tài sản cố định vô hình	(26.057.001.508)	(30.758.653.245)
Tài sản cố định hữu hình	-	(317.508.604)
<b>Tổng thuế thu nhập hoãn lại phải trả</b>	<b>(323.534.491.105)</b>	<b>(328.553.651.446)</b>
<b>Thuế thu nhập hoãn lại phải trả thuần</b>	<b>(299.082.007.372)</b>	<b>(306.915.072.435)</b>

### 19. LỢI THẾ THƯƠNG MẠI

	VND
<b>GIÁ GỐC</b>	
Số dư đầu năm và cuối năm	173.317.424.829
<b>GIÁ TRỊ HAO MÒN LŨY KẾ</b>	
Số dư đầu năm	87.624.766.156
Phân bổ trong năm	14.483.266.254
Số dư cuối năm	<b>102.108.032.410</b>
<b>GIÁ TRỊ CÒN LẠI</b>	
Số dư đầu năm	85.692.658.673
Số dư cuối năm	71.209.392.419

### 20. PHẢI TRẢ NGƯỜI BÁN

#### (a) Phải trả người bán chi tiết theo nhà cung cấp lớn

	Giá gốc/Số có khả năng trả nợ	
	31/12/2025	1/1/2025
	VND	VND
Công ty TNHH De Heus	80.929.201.965	181.075.159.886
Các nhà cung cấp khác	690.644.178.410	454.767.482.934
	<b>771.573.380.375</b>	<b>635.842.642.820</b>

#### (b) Phải trả người bán là các bên liên quan

	Giá gốc/Số có khả năng trả nợ	
	31/12/2025	1/1/2025
	VND	VND
<b>CÔNG TY MẸ CẤP CAO NHẤT</b>		
Công ty Cổ phần Tập đoàn Masan	3.179.902.209	1.616.591.085
<b>CÁC BÊN LIÊN QUAN KHÁC</b>		
Công ty Cổ phần The Supra	33.941.147.697	-
Công ty Cổ phần Dịch vụ Thương mại Tổng hợp WinCommerce	10.472.410.511	27.475.485.076
Công ty TNHH Một Thành viên Công nghiệp Masan	8.956.954.577	13.723.523.934
Công ty Cổ phần The CrownX	4.622.272.666	1.612.828.884
Công ty Cổ phần Hàng tiêu dùng Masan	3.871.982.765	9.572.068.082
Công ty TNHH The Sherpa	384.045.107	-
Công ty Cổ phần Mobicast	48.803.900	66.012.357
Công ty TNHH Đầu tư Sản xuất Phát triển Nông nghiệp Wineco	-	186.099.000

Các khoản phải trả cho các bên liên quan không được đảm bảo, không chịu lãi và có thời hạn hoàn trả từ 30 ngày đến 60 ngày kể từ ngày ghi trên hóa đơn.

Công ty Cổ phần Masan MEATLife và các công ty con

## Thuyết minh báo cáo tài chính hợp nhất

cho năm kết thúc ngày 31 tháng 12 năm 2025 (Tiếp theo)

Mẫu B 09 - DN/HN  
(Ban hành theo Thông tư số 202/2014/TT-BTC  
ngày 22 tháng 12 năm 2014 của Bộ Tài chính)

### 21. THUẾ VÀ CÁC KHOẢN PHẢI NỘP NHÀ NƯỚC

	1/1/2025	Phát sinh	Nộp	Cấn trừ/Hoàn lại	31/12/2025
	VND	VND	VND	VND	VND
Thuế giá trị gia tăng	3.983.437.737	481.003.575.691	(73.872.001.859)	(402.196.133.317)	8.918.878.252
Thuế thu nhập doanh nghiệp	7.269.603.677	12.588.179.016	(4.090.312.721)	(1.475.045.338)	14.292.424.634
Thuế thu nhập cá nhân	5.278.526.029	40.848.343.603	(40.640.815.639)	(3.274.340.483)	2.211.713.510
Các loại thuế khác và các khoản phải nộp khác	-	1.971.909.924	(1.971.909.924)	-	-
	<b>16.531.567.443</b>	<b>536.412.008.234</b>	<b>(120.575.040.143)</b>	<b>(406.945.519.138)</b>	<b>25.423.016.396</b>

### 22. CHI PHÍ PHẢI TRẢ

	31/12/2025	1/1/2025
	VND	VND
Chi phí quảng cáo, khuyến mãi và hỗ trợ bán hàng	402.426.981.702	305.905.901.863
Thưởng thành tích và lương tháng 13	79.421.708.890	80.375.897.589
Chi phí lãi vay	68.939.104.182	70.018.760.162
Phải trả công trình xây dựng	50.664.908.960	52.757.517.913
Chiết khấu thương mại	36.316.205.272	51.186.395.167
Chi phí vận chuyển	33.416.435.563	30.659.944.368
Phí quản lý	5.742.701.182	4.712.099.015
Chi phí khác	164.945.021.719	108.725.156.598
	<b>841.873.067.470</b>	<b>704.341.672.675</b>

### 23. PHẢI TRẢ KHÁC

#### (a) Phải trả ngắn hạn khác

	31/12/2025	1/1/2025
	VND	VND
Phí ký kết hợp đồng mua hàng hoãn lại (Thuyết minh 32(*))	38.907.340.000	130.786.800.000
Đặt cọc ngắn hạn nhận được	9.930.854.520	4.401.250.000
Cổ tức phải trả	700.205.100	700.205.100
Kinh phí công đoàn và bảo hiểm	372.457.211	292.765.067
Tiền tạm ứng từ nhân viên cho kế hoạch về quyền chọn mua cổ phần cho nhân viên	-	809.990.000
Phải trả khác	2.973.180.732	3.362.601.161
	<b>52.884.037.563</b>	<b>140.353.611.328</b>

#### (b) Phải trả dài hạn khác

	31/12/2025	1/1/2025
	VND	VND
Phí ký kết hợp đồng mua hàng hoãn lại (Thuyết minh 32(*))	21.199.140.006	247.723.800.000
Đặt cọc dài hạn nhận được	22.682.500.000	19.341.499.997
	<b>43.881.640.006</b>	<b>267.065.299.997</b>

Công ty Cổ phần Masan MEATLife và các công ty con

## Thuyết minh báo cáo tài chính hợp nhất

cho năm kết thúc ngày 31 tháng 12 năm 2025 (Tiếp theo)

Mẫu B 09 - DN/HN  
(Ban hành theo Thông tư số 202/2014/TT-BTC  
ngày 22 tháng 12 năm 2014 của Bộ Tài chính)

### 24. VAY, TRÁI PHIẾU PHÁT HÀNH VÀ NỢ THUÊ TÀI CHÍNH

#### (a) Vay, trái phiếu phát hành và nợ thuê tài chính ngắn hạn

	1/1/2025		Biến động trong năm		31/12/2025
	Giá trị ghi sổ/ Số có khả năng trả nợ		Tăng	Giảm	Giá trị ghi sổ/ Số có khả năng trả nợ
	VND	VND	VND	VND	VND
Vay ngắn hạn	1.194.230.952.663	5.381.698.980.224	(5.380.255.232.551)		1.195.674.700.336
Vay dài hạn đến hạn trả	533.980.778.364	364.535.631.013	(560.834.178.634)		337.682.230.743
Nợ gốc thuê tài chính đến hạn trả trong vòng 12 tháng	12.257.043.834	13.379.863.800	(12.257.043.833)		13.379.863.801
Trái phiếu dài hạn đến hạn trả trong vòng 12 tháng	-	1.995.218.187.989	-		1.995.218.187.989
	<b>1.740.468.774.861</b>	<b>7.754.832.663.026</b>	<b>(5.953.346.455.018)</b>		<b>3.541.954.982.869</b>

Điều khoản và điều kiện của các khoản vay ngắn hạn hiện còn số dư như sau:

	Loại tiền tệ	Lãi suất năm	31/12/2025 VND	1/1/2025 VND
<b>Các khoản vay ngân hàng</b>				
Các khoản vay ngân hàng không đảm bảo	VND	4,55% - 6,80%	1.195.674.700.336	1.194.230.952.663

Các khoản vay ngân hàng không đảm bảo của các công ty con với giá trị ghi sổ là 1.195.675 triệu VND (1/1/2025: 1.194.231 triệu VND) được bảo lãnh bởi Công ty và công ty mẹ cấp cao nhất của Công ty.

#### (b) Vay, trái phiếu phát hành và nợ thuê tài chính dài hạn

	31/12/2025	1/1/2025
	VND	VND
Vay dài hạn (i)	689.292.374.256	1.218.506.151.146
Trái phiếu thường (ii)	1.995.218.187.989	1.988.075.470.001
Nợ thuê tài chính dài hạn (iii)	234.965.094.471	247.222.138.305
	<b>2.919.475.656.716</b>	<b>3.453.803.759.452</b>
Khoản đến hạn trả trong vòng 12 tháng	2.373.133.682.802	546.237.822.198
Khoản đến hạn trả sau 12 tháng	546.341.973.914	2.907.565.937.254

#### (i) Vay dài hạn

Điều khoản và điều kiện của các khoản vay dài hạn hiện còn số dư như sau:

	Loại tiền tệ	Lãi suất năm	Năm đáo hạn	31/12/2025 VND	1/1/2025 VND
Các khoản vay ngân hàng có đảm bảo	VND	4,78% - 10,60%	2026 - 2028	689.292.374.256	1.218.506.151.146

Các khoản vay ngân hàng có đảm bảo được đảm bảo bởi các tài sản sau:

	Giá trị ghi sổ	
	31/12/2025	1/1/2025
	VND	VND
Tài sản cố định hữu hình (Thuyết minh 12)	1.970.772.266.012	2.131.139.538.612
Tài sản cố định vô hình (Thuyết minh 14)	-	42.432.182
Chi phí trả trước dài hạn (Thuyết minh 17(b))	380.388.143.537	391.629.805.393

Các khoản vay ngân hàng với giá trị ghi sổ là 652.470 triệu VND (1/1/2025: 1.202.517 triệu VND) cũng được bảo lãnh bởi một bên liên quan.

Công ty Cổ phần Masan MEATLife và các công ty con

## Thuyết minh báo cáo tài chính hợp nhất

cho năm kết thúc ngày 31 tháng 12 năm 2025 (Tiếp theo)

(ii) Trái phiếu thường phát hành

Giá trị ghi sổ của trái phiếu bao gồm:

	31/12/2025	1/1/2025
	VND	VND
Trái phiếu thường phát hành	1.999.980.000.000	1.999.980.000.000
Chi phí phát hành trái phiếu chưa phân bổ	(4.761.812.011)	(11.904.529.999)
Khoản đến hạn trả trong vòng 12 tháng	1.995.218.187.989	-
Khoản đến hạn trả sau 12 tháng	-	1.988.075.470.001

Điều khoản và điều kiện của trái phiếu dài hạn hiện còn số dư như sau:

	Loại tiền tệ	Lãi suất năm	Năm đáo hạn	31/12/2025 VND	1/1/2025 VND
<b>Trái phiếu phát hành theo mệnh giá</b>					
MMLB2126001	VND	8,575%	2026	1.999.980.000.000	1.999.980.000.000

Trái phiếu số MMLB2126001 (không bao gồm chi phí phát hành) có thời gian đáo hạn 5 năm (2026) và chịu lãi suất cố định là 9,5%/năm trong năm đầu tiên và lãi suất thả nổi bằng tổng của 3,9%/năm và trung bình cộng của lãi suất tiền gửi áp dụng đối với các khoản tiền gửi tiết kiệm cá nhân bằng VND kỳ hạn 12 tháng trả lãi sau (hoặc tương đương) của các ngân hàng được chọn trong các kỳ hạn còn lại. Trái phiếu này không được đảm bảo.

Tại ngày 31 tháng 12 năm 2025, các bên liên quan của Tập đoàn nắm giữ 30.018 triệu VND (1/1/2025: 978.890 triệu VND) trái phiếu đã phát hành của Tập đoàn.

Biến động trong năm của chi phí phát hành trái phiếu như sau:

	2025	2024
	VND	VND
Số dư đầu năm	11.904.529.999	19.047.247.987
Phân bổ trong năm	(7.142.717.988)	(7.142.717.988)
<b>Số dư cuối năm</b>	<b>4.761.812.011</b>	<b>11.904.529.999</b>

Mẫu B 09 - DN/HN  
(Ban hành theo Thông tư số 202/2014/TT-BTC  
ngày 22 tháng 12 năm 2014 của Bộ Tài chính)

(iii) Nợ thuê tài chính

Các khoản tiền thuê tối thiểu phải trả cho các hợp đồng thuê tài chính không thể hủy ngang như sau:

	31/12/2025	
	Tổng khoản thanh toán tiền thuê tài chính	Tiền lãi thuê
	VND	VND
Trong vòng 1 năm	33.220.447.831	19.840.584.030
Trong vòng 2 đến 5 năm	132.881.791.316	65.927.938.426
Sau 5 năm	198.123.525.353	43.492.147.572
	<b>364.225.764.500</b>	<b>129.260.670.028</b>
		<b>234.965.094.472</b>

	1/1/2025	
	Tổng khoản thanh toán tiền thuê tài chính	Tiền lãi thuê
	VND	VND
Trong vòng 1 năm	33.220.447.829	20.963.403.995
Trong vòng 2 đến 5 năm	132.881.791.315	71.547.719.107
Sau 5 năm	231.343.973.181	57.712.950.918
	<b>397.446.212.325</b>	<b>150.224.074.020</b>
		<b>247.222.138.305</b>

### 25. DỰ PHÒNG PHẢI TRẢ DÀI HẠN

	31/12/2025	1/1/2025
	VND	VND
Dự phòng khôi phục hiện trường	6.199.404.404	6.199.404.404
Dự phòng trợ cấp thôi việc	4.525.574.060	4.869.444.265
	<b>10.724.978.464</b>	<b>11.068.848.669</b>

Công ty Cổ phần Masan MEATLife và các công ty con

## Thuyết minh báo cáo tài chính hợp nhất

cho năm kết thúc ngày 31 tháng 12 năm 2025 (Tiếp theo)

Mẫu B 09 - DN/HN  
(Ban hành theo Thông tư số 202/2014/TT-BTC  
ngày 22 tháng 12 năm 2014 của Bộ Tài chính)

### 26. THAY ĐỔI VỐN CHỦ SỞ HỮU

	Vốn cổ phần	Thặng dư vốn cổ phần	Lỗi lũy kế	Lợi ích cổ đông không kiểm soát	Tổng
	VND	VND	VND	VND	VND
<b>Số dư tại ngày 1 tháng 1 năm 2024</b>	3.271.329.400.000	2.126.179.665.149	(398.879.312.744)	85.007.723.691	5.083.637.476.096
Phát hành cổ phiếu theo kế hoạch về quyền chọn mua cổ phần cho nhân viên (Thuyết minh 28)	19.196.530.000	10.923.300.000	-	-	30.119.830.000
Lợi nhuận/(lỗ) thuần trong năm	-	-	27.040.308.872	(1.693.852.676)	25.346.456.196
Khác	-	-	(669.966.280.000)	-	(669.966.280.000)
<b>Số dư tại ngày 1 tháng 1 năm 2025</b>	3.290.525.930.000	2.137.102.965.149	(1.041.805.283.872)	83.313.871.015	4.469.137.482.292
Phát hành cổ phiếu theo kế hoạch về quyền chọn mua cổ phần cho nhân viên (Thuyết minh 28)	112.642.650.000	(50.000.000)	-	-	112.592.650.000
Lợi nhuận thuần trong năm	-	-	563.021.992.217	55.938.883.936	618.960.876.153
<b>Số dư tại ngày 31 háng 12 năm 2025</b>	<b>3.403.168.580.000</b>	<b>2.137.052.965.149</b>	<b>(478.783.291.655)</b>	<b>139.252.754.951</b>	<b>5.200.691.008.445</b>

### 27. VỐN CỔ PHẦN

Vốn cổ phần được duyệt và đã phát hành của Công ty như sau:

	31/12/2025		1/1/2025	
	Số cổ phiếu	VND	Số cổ phiếu	VND
<b>Vốn cổ phần được duyệt</b>	340.316.858	3.403.168.580.000	329.052.593	3.290.525.930.000
<b>Vốn cổ phần đã phát hành</b>				
Cổ phiếu phổ thông	340.316.858	3.403.168.580.000	329.052.593	3.290.525.930.000
<b>Số cổ phiếu đang lưu hành</b>				
Cổ phiếu phổ thông	340.316.858	3.403.168.580.000	329.052.593	3.290.525.930.000

Cổ phiếu phổ thông có mệnh giá là 10.000 VND. Mỗi cổ phiếu phổ thông tương ứng với một phiếu biểu quyết tại các cuộc họp cổ đông của Công ty. Các cổ đông được nhận cổ tức mà Công ty công bố vào từng thời điểm. Tất cả cổ phiếu phổ thông đều có thứ tự ưu tiên như nhau đối với tài sản còn lại của Công ty.

Biến động trong năm của vốn cổ phần như sau:

	2025		2024	
	Số cổ phiếu	VND	Số cổ phiếu	VND
Số dư đầu năm	329.052.593	3.290.525.930.000	327.132.940	3.271.329.400.000
Phát hành cổ phiếu	11.264.265	112.642.650.000	1.919.653	19.196.530.000
Số dư cuối năm	<b>340.316.858</b>	<b>3.403.168.580.000</b>	<b>329.052.593</b>	<b>3.290.525.930.000</b>

### 28. KẾ HOẠCH VỀ QUYỀN CHỌN MUA CỔ PHẦN CHO NHÂN VIÊN

Công ty có kế hoạch về quyền chọn mua cổ phần cho nhân viên dựa trên đánh giá thành tích của nhân viên. Việc phát hành cổ phiếu trong tương lai theo chương trình này phải được các cổ đông phê duyệt tại Đại hội đồng Cổ đông Thường niên.

Vào ngày 4 tháng 9 năm 2025, Công ty đã phát hành 11.264.265 cổ phiếu (2024: 1.919.653 cổ phiếu) cho nhân viên theo Nghị quyết của Hội đồng Quản trị.

Công ty Cổ phần Masan MEATLife và các công ty con

## Thuyết minh báo cáo tài chính hợp nhất

cho năm kết thúc ngày 31 tháng 12 năm 2025 (Tiếp theo)

Mẫu B 09 - DN/HN  
(Ban hành theo Thông tư số 202/2014/TT-BTC  
ngày 22 tháng 12 năm 2014 của Bộ Tài chính)

### 29. CÁC KHOẢN MỤC NGOÀI BẢNG CÂN ĐỐI KẾ TOÁN

#### (a) Cam kết thuê hoạt động

Các khoản tiền thuê tối thiểu phải trả cho các hợp đồng thuê hoạt động không được huỷ ngang như sau:

	31/12/2025	1/1/2025
	VND	VND
Trong vòng 1 năm	66.357.604.516	61.272.946.316
Trong vòng 2 đến 5 năm	142.051.956.302	167.059.191.598
Trên 5 năm	181.502.205.000	204.370.407.500
	<b>389.911.765.818</b>	<b>432.702.545.414</b>

#### (b) Cam kết chi tiêu vốn

Tập đoàn có các cam kết vốn sau đã được duyệt nhưng chưa được phản ánh trong bảng cân đối kế toán hợp nhất:

	31/12/2025	1/1/2025
	VND	VND
Đã được duyệt và đã ký hợp đồng	117.756.223.614	67.030.954.101
Đã được duyệt nhưng chưa ký hợp đồng	247.933.775.880	274.429.232.992
	<b>365.689.999.494</b>	<b>341.460.187.093</b>

#### (c) Ngoại tệ

	31/12/2025		1/1/2025	
	Nguyên tệ	Tương đương VND	Nguyên tệ	Tương đương VND
USD	1.908	50.350.212	1.088	26.288.621

### 30. DOANH THU BÁN HÀNG VÀ CUNG CẤP DỊCH VỤ

Tổng doanh thu thể hiện tổng giá trị hàng bán và dịch vụ cung cấp không bao gồm thuế giá trị gia tăng.

Doanh thu thuần bao gồm:

	2025	2024
	VND	VND
<b>Tổng doanh thu</b>		
Bán thành phẩm và doanh thu khác	9.571.422.893.228	7.820.568.120.671
<b>Trừ đi các khoản giảm trừ doanh thu</b>		
Chiết khấu thương mại	333.949.635.199	162.238.067.844
Hàng bán bị trả lại	7.377.740.050	8.614.160.614
	<b>341.327.375.249</b>	<b>170.852.228.458</b>
<b>Doanh thu thuần</b>	<b>9.230.095.517.979</b>	<b>7.649.715.892.213</b>

### 31. GIÁ VỐN HÀNG BÁN VÀ DỊCH VỤ CUNG CẤP

	2025	2024
	VND	VND
<b>Tổng giá vốn hàng bán và dịch vụ cung cấp</b>		
Thành phẩm đã bán và giá vốn khác	6.615.291.321.746	5.691.279.761.910
Trích lập/(hoàn nhập) dự phòng giảm giá hàng tồn kho	33.347.859.027	(3.303.539.780)
	<b>6.648.639.180.773</b>	<b>5.687.976.222.130</b>

Công ty Cổ phần Masan MEATLife và các công ty con

## Thuyết minh báo cáo tài chính hợp nhất

cho năm kết thúc ngày 31 tháng 12 năm 2025 (Tiếp theo)

Mẫu B 09 - DN/HN  
(Ban hành theo Thông tư số 202/2014/TT-BTC  
ngày 22 tháng 12 năm 2014 của Bộ Tài chính)

### 32. DOANH THU HOẠT ĐỘNG TÀI CHÍNH

	2025	2024
	VND	VND
Phí ký kết hợp đồng mua hàng (*)	318.404.120.002	99.682.600.000
Thu nhập lãi tiền gửi và cho vay	146.421.320.651	144.674.010.771
Lãi chênh lệch tỷ giá hối đoái	1.431.760.532	905.764.476
Thu nhập khác	902.319.816	495.717.876
	<b>467.159.521.001</b>	<b>245.758.093.123</b>

(\*) Phần thu nhập từ phí ký kết hợp đồng mua hàng ghi nhận trên báo cáo tài chính hợp nhất cho năm kết thúc ngày 31 tháng 12 năm 2025 bao gồm khoản thu nhập ghi nhận một lần từ việc điều chỉnh giảm số lượng mua bán lợn cam kết cho phần còn lại của hợp đồng mua bán lợn với đối tác.

### 33. CHI PHÍ TÀI CHÍNH

	2025	2024
	VND	VND
Chi phí lãi vay từ các khoản đi vay, trái phiếu và nợ thuê tài chính	327.619.502.115	376.450.736.500
Chi phí phát hành trái phiếu	7.142.717.988	7.142.717.988
Lỗ chênh lệch tỷ giá hối đoái	327.332.633	1.027.732.043
Chi phí khác	13.124.406.527	17.179.904.737
	<b>348.213.959.263</b>	<b>401.801.091.268</b>

### 34. CHI PHÍ BÁN HÀNG

	2025	2024
	VND	VND
Chi phí quảng cáo, khuyến mãi và hỗ trợ bán hàng	1.335.924.450.941	1.040.989.710.220
Chi phí vận chuyển	295.223.813.417	249.774.147.828
Chi phí nhân viên	100.477.847.816	80.800.001.770
Chi phí khấu hao và phân bổ	9.863.431.605	11.892.459.272
Chi phí công cụ và dụng cụ	2.343.137.018	6.841.354.295
Chi phí thuê hoạt động	2.718.903.258	3.477.758.462
Chi phí bán hàng khác	31.227.563.507	33.955.033.509
	<b>1.777.779.147.562</b>	<b>1.427.730.465.356</b>

### 35. CHI PHÍ QUẢN LÝ DOANH NGHIỆP

	2025	2024
	VND	VND
Chi phí nhân viên	144.908.462.721	202.042.392.214
Phân bổ giá trị hợp lý của tài sản cố định phát sinh từ hợp nhất kinh doanh	22.198.002.432	22.198.002.432
Chi phí khấu hao và phân bổ	19.795.504.968	44.005.556.891
Chi phí thuê hoạt động	13.233.341.706	14.182.976.444
Dụng cụ văn phòng	1.581.619.681	1.873.862.188
(Hoàn nhập)/trích lập dự phòng phải thu khó đòi	(240.332.443)	7.236.352.028
Chi phí quản lý doanh nghiệp khác	93.782.426.583	74.703.122.292
	<b>295.259.025.648</b>	<b>366.242.264.489</b>

Công ty Cổ phần Masan MEATLife và các công ty con

## Thuyết minh báo cáo tài chính hợp nhất

cho năm kết thúc ngày 31 tháng 12 năm 2025 (Tiếp theo)

Mẫu B 09 - DN/HN  
(Ban hành theo Thông tư số 202/2014/TT-BTC  
ngày 22 tháng 12 năm 2014 của Bộ Tài chính)

### 36. CHI PHÍ KHÁC

	2025	2024
	VND	VND
Lỗi từ thanh lý và xóa sổ tài sản cố định và chi phí xây dựng cơ bản dở dang	4.569.128.334	1.323.637.265
Chi phí khác	423.917.220	6.368.523.753
	<b>4.993.045.554</b>	<b>7.692.161.018</b>

### 37. THUẾ THU NHẬP DOANH NGHIỆP

#### (a) Ghi nhận trong báo cáo kết quả hoạt động kinh doanh hợp nhất

	2025	2024
	VND	VND
<b>CHI PHÍ THUẾ THU NHẬP HIỆN HÀNH</b>		
Năm hiện hành	13.730.639.934	17.811.948.169
Dự phòng thừa trong những năm trước	(1.142.460.918)	(3.656.641.186)
	<b>12.588.179.016</b>	<b>14.155.306.983</b>
<b>LỢI ÍCH THUẾ THU NHẬP HOÃN LẠI</b>		
Phát sinh và hoàn nhập các chênh lệch tạm thời	(7.833.065.063)	(16.796.176.215)
Chi phí/(lợi ích) thuế thu nhập doanh nghiệp	<b>4.755.113.953</b>	<b>(2.640.869.232)</b>

#### (b) Đối chiếu thuế suất thực tế

	2025	2024
	VND	VND
Lợi nhuận kế toán trước thuế	623.715.990.106	22.705.586.964
Thuế tính theo thuế suất của Công ty	124.743.198.021	4.541.117.393
Ảnh hưởng của các mức thuế suất khác của các công ty con	(118.258.016.951)	(50.395.123.810)
Chi phí không được khấu trừ thuế	2.034.437.784	2.609.836.299
Biến động tài sản thuế thu nhập hoãn lại chưa được ghi nhận	24.115.826.119	62.434.668.214
Lỗi tính thuế được sử dụng	(26.737.870.102)	(18.174.726.142)
Dự phòng thừa trong những năm trước	(1.142.460.918)	(3.656.641.186)
	<b>4.755.113.953</b>	<b>(2.640.869.232)</b>

Tài sản thuế thu nhập hoãn lại chưa được ghi nhận bởi vì không có sự chắc chắn rằng sẽ có đủ lợi nhuận tính thuế trong tương lai để các công ty trong Tập đoàn có thể sử dụng các lợi ích thuế của các khoản mục này.

#### (c) Thuế suất áp dụng

Theo các điều khoản trong Luật thuế thu nhập doanh nghiệp hiện hành, Công ty có nghĩa vụ nộp cho nhà nước thuế thu nhập doanh nghiệp theo mức thuế suất thuế thu nhập phổ thông là 20% trên lợi nhuận tính thuế.

Một số công ty con của Công ty được hưởng các mức ưu đãi miễn giảm thuế suất khác nhau.

#### (d) Các khoản thuế tiềm tàng

Luật thuế và việc áp dụng các luật này tại Việt Nam phụ thuộc vào diễn giải và thay đổi theo thời gian từ cục thuế này đến cục thuế khác. Tình hình quyết toán thuế có thể phụ thuộc vào việc xem xét và thanh tra của các cơ quan có thẩm quyền khác nhau và cơ quan này có thẩm quyền phạt, đánh thuế và tính lãi chậm nộp. Điều này có thể làm cho rủi ro về thuế ở Việt Nam là lớn hơn so với các nước khác. Ban Tổng Giám đốc cho rằng Tập đoàn đã tính đủ nghĩa vụ thuế phải trả theo diễn giải về luật thuế của họ, bao gồm các quy định về ưu đãi thuế, quy định chuyển giá và cách tính thuế thu nhập doanh nghiệp. Tuy nhiên, các cơ quan có thẩm quyền có thể có những cách hiểu khác nhau và ảnh hưởng (nếu có) có thể là đáng kể.

Công ty Cổ phần Masan MEATLife và các công ty con

## Thuyết minh báo cáo tài chính hợp nhất

cho năm kết thúc ngày 31 tháng 12 năm 2025 (Tiếp theo)

Mẫu B 09 - DN/HN  
(Ban hành theo Thông tư số 202/2014/TT-BTC  
ngày 22 tháng 12 năm 2014 của Bộ Tài chính)

### 38. LÃI CƠ BẢN TRÊN CỔ PHIẾU

Việc tính toán lãi cơ bản trên cổ phiếu được dựa trên số lãi thuần thuộc về cổ đông phổ thông và số lượng cổ phiếu phổ thông bình quân gia quyền trong năm, chi tiết như sau:

#### (i) Lãi thuần thuộc về cổ đông phổ thông

	2025	2024
	VND	VND
Lãi thuần thuộc về cổ đông phổ thông	563.021.992.217	27.040.308.872

#### (ii) Số cổ phiếu phổ thông bình quân gia quyền

	2025	2024
	VND	VND
Số cổ phiếu phổ thông đã phát hành đầu năm	329.052.593	327.132.940
Ảnh hưởng của số cổ phiếu đã phát hành trong năm	3.672.459	595.217
Số cổ phiếu phổ thông bình quân gia quyền	332.725.052	327.728.157

### 39. CÁC GIAO DỊCH CHỦ YẾU VỚI CÁC BÊN LIÊN QUAN

Ngoài các số dư với các bên liên quan được trình bày tại các thuyết minh khác của báo cáo tài chính hợp nhất này, trong năm Tập đoàn có các giao dịch chủ yếu sau với các bên liên quan:

	Giá trị giao dịch	
	2025	2024
	VND	VND
<b>CÔNG TY MẸ CẤP CAO NHẤT</b>		
<b>Công ty Cổ phần Tập đoàn Masan</b>		
Bán hàng hóa	1.059.158.043	1.125.301.262
Vay	-	160.000.000.000
Trả nợ gốc vay	-	160.000.000.000
Chi phí lãi vay	-	3.698.631
Chia sẻ chi phí	2.944.353.897	1.496.843.597
<b>CÔNG TY LIÊN KẾT</b>		
<b>Công ty Cổ phần Việt Nam Kỹ nghệ Súc sản</b>		
Mua hàng hóa	152.969.000	-
Thu nhập cổ tức	10.090.013.000	12.108.015.600
<b>CÁC BÊN LIÊN QUAN KHÁC</b>		
<b>Công ty Cổ phần Hàng tiêu dùng Masan</b>		
Phí hỗ trợ bán hàng và vận chuyển, hỗ trợ quản lý và công nghệ thông tin	96.232.625.680	90.464.822.453
Phí phân phối	64.034.573.590	58.364.765.999
Bán hàng hóa	2.811.759.999	11.479.010.519
Mua hàng hóa	18.228.699.103	9.486.597.479
Mua tài sản cố định	-	1.424.423.807

Công ty Cổ phần Masan MEATLife và các công ty con

## Thuyết minh báo cáo tài chính hợp nhất

cho năm kết thúc ngày 31 tháng 12 năm 2025 (Tiếp theo)

Mẫu B 09 - DN/HN  
(Ban hành theo Thông tư số 202/2014/TT-BTC  
ngày 22 tháng 12 năm 2014 của Bộ Tài chính)

### 39. CÁC GIAO DỊCH CHỦ YẾU VỚI CÁC BÊN LIÊN QUAN (Tiếp theo)

	Giá trị giao dịch	
	2025	2024
	VND	VND
<b>Công ty TNHH Một Thành viên Công nghiệp Masan</b>		
Bán hàng hóa	64.821.996.203	82.565.174.006
Mua hàng hóa	117.705.332.381	113.890.158.678
Bán tài sản cố định và công cụ dụng cụ	-	42.159.743.334
Mua tài sản cố định	-	571.353.653
Phí quản lý	4.269.809.051	2.836.090.777
<b>Công ty TNHH Một Thành viên Masan HD</b>		
Bán hàng hóa	2.625.482.400	1.311.981.600
<b>Công ty TNHH Một Thành viên Masan MB</b>		
Bán hàng hóa	14.695.419.277	1.335.184.912
Mua hàng hóa	-	7.021.950
<b>Công ty TNHH Một Thành viên Masan HG</b>		
Bán hàng hóa	-	972.500
<b>Công ty TNHH Tâm nhìn Masan</b>		
Thu hồi khoản cho vay	-	1.772.377.579.794
Thu nhập lãi cho vay	-	138.440.031.386
<b>Công ty Cổ phần Dịch vụ Thương mại Tổng hợp WinCommerce</b>		
Bán hàng hóa	3.583.082.899.454	2.542.517.548.712
Chiết khấu thương mại	274.816.752.150	-
Mua hàng hóa và dịch vụ	570.668.309.824	328.577.719.548

	Giá trị giao dịch	
	2025	2024
	VND	VND
<b>Công ty TNHH Zenith Investment</b>		
Cho vay	210.000.000.000	1.921.000.000.000
Thu hồi khoản cho vay	296.000.000.000	-
Thu nhập lãi cho vay	134.843.767.123	384.200.000
<b>Công ty Cổ phần The Supra</b>		
Bán hàng hóa	9.170.714.202	-
Mua dịch vụ	221.941.647.525	-
<b>Công ty Cổ phần Mobicast</b>		
Mua dịch vụ	633.958.009	620.682.164
<b>Công ty Cổ phần Phúc Long Heritage</b>		
Bán hàng hóa và công cụ	325.864.392	377.190.000
Mua hàng hóa	26.936.714	12.243.938
<b>Công ty Cổ phần The CrownX</b>		
Mua dịch vụ	4.307.429.981	1.493.360.078
<b>Công ty Cổ phần Bột giặt NET</b>		
Mua hàng hóa	117.001.873	44.399.686
<b>Công ty TNHH Đầu tư Sản xuất Phát triển Nông nghiệp Wineco</b>		
Mua hàng hóa	302.832.000	259.137.000
<b>Công ty TNHH The Sherpa</b>		
Chia sẻ chi phí	349.131.915	-
<b>Nhân sự quản lý chủ chốt (**)</b>		
Thù lao trả cho nhân sự quản lý chủ chốt	8.805.549.455	8.337.630.000

(\*) Tại ngày và cho các năm kết thúc ngày 31 tháng 12 năm 2025 và 2024, Công ty và các công ty con có các tài khoản tiền gửi không kỳ hạn và có kỳ hạn và các khoản vay tại Ngân hàng Thương mại Cổ phần Kỹ thương Việt Nam, một bên liên quan, theo các điều khoản giao dịch thông thường.

(\*\*) Trong thù lao cho các thành viên quản lý chủ chốt có các khoản phí, lương và thưởng cho các thành viên trong Hội đồng Quản trị, các thành viên trong Ủy ban Kiểm toán và Tổng Giám đốc của Công ty như sau:

Công ty Cổ phần Masan MEATLife và các công ty con

## Thuyết minh báo cáo tài chính hợp nhất

cho năm kết thúc ngày 31 tháng 12 năm 2025 (Tiếp theo)

Mẫu B 09 - DN/HN  
(Ban hành theo Thông tư số 202/2014/TT-BTC  
ngày 22 tháng 12 năm 2014 của Bộ Tài chính)

### 39. CÁC GIAO DỊCH CHỦ YẾU VỚI CÁC BÊN LIÊN QUAN (Tiếp theo)

			Giá trị giao dịch	
			2025	2024
Chức vụ			VND	VND
<b>HỘI ĐỒNG QUẢN TRỊ (***)</b>				
Ông	Danny Le	Chủ tịch	-	-
Ông	Trần Phương Bắc	Thành viên	-	-
Ông	Huỳnh Việt Thắng	Thành viên	-	-
Ông	Nguyễn Quốc Trung	Thành viên	-	-
<b>ỦY BAN KIỂM TOÁN (***)</b>				
Ông	Huỳnh Việt Thắng	Trưởng ban	-	-
Ông	Trần Phương Bắc	Thành viên	-	-
<b>TỔNG GIÁM ĐỐC</b>				
Ông	Nguyễn Quốc Trung		5.978.994.000	5.882.137.000

(\*\*\*) Các thành viên trong Hội đồng Quản trị và Ủy ban Kiểm toán của Công ty không nhận thù lao cho các năm kết thúc ngày 31 tháng 12 năm 2025 và ngày 31 tháng 12 năm 2024.

### 40. SỰ KIỆN SAU NGÀY LẬP BẢNG CÂN ĐỐI KẾ TOÁN

Không có sự kiện trọng yếu nào phát sinh sau ngày lập bảng cân đối kế toán cần phải điều chỉnh hay thuyết minh trong báo cáo tài chính hợp nhất này.

Ngày 3 tháng 3 năm 2026

**Nguyễn Mạnh Quang**  
Người lập

**Mã Hồng Kim**  
Kế toán trưởng




**Nguyễn Anh Thi**  
Tổng Giám đốc

# Thông tin doanh nghiệp



## Thông tin chung về Công ty Cổ phần Masan MEATLife

Tên công ty	CÔNG TY CỔ PHẦN MASAN MEATLife
Tên công ty bằng tiếng nước ngoài	MASAN MEATLife CORPORATION
Tên công ty viết tắt	MASAN MEATLife CORP.
Mã chứng khoán	MML
Logo công ty	
Vốn điều lệ	3.403.168.580.000 đồng
Trụ sở chính	Lầu 10 Tòa nhà Central Plaza, Số 17 Lê Duẩn, Phường Sài Gòn, Thành phố Hồ Chí Minh, Việt Nam
Điện thoại	028 6256 3862
Website	<a href="https://masanMEATLife.com.vn/">https://masanMEATLife.com.vn/</a>
Giấy chứng nhận đăng ký kinh doanh	Số 0311224517 do Sở Kế hoạch và Đầu tư TP. Hồ Chí Minh cấp ngày 07/10/2011
Người đại diện theo pháp luật	Ông Danny Le – Chủ tịch Hội đồng Quản trị Ông Nguyễn Quốc Trung – Tổng Giám đốc (Đến ngày 22/02/2026) Ông Nguyễn Anh Thi – Tổng Giám đốc (Từ ngày 23/02/2026)
Thời điểm trở thành Công ty đại chúng	25/11/2019
Thời điểm chính thức giao dịch trên UpCoM	09/12/2019

## Bảng ngành, nghề kinh doanh của Công ty Cổ phần Masan MEATLife

STT	Tên ngành, nghề	Mã ngành, nghề
1	Sản xuất thức ăn gia súc, gia cầm và thủy sản (không hoạt động tại trụ sở chính)	1080
2	Bán buôn nông, lâm sản nguyên liệu (trừ gỗ, tre, nứa) và động vật sống Chi tiết: - Bán buôn thức ăn và nguyên liệu làm thức ăn cho gia súc, gia cầm và thủy sản. (không hoạt động tại trụ sở chính) (CPC: 622)	4620
3	Bán buôn thực phẩm Chi tiết: - Bán buôn thịt và các sản phẩm từ thịt; - Bán buôn thủy sản; - Bán buôn nguyên liệu, phụ gia thực phẩm. (không hoạt động tại trụ sở chính) (CPC: 622)	4632
4	Bán lẻ lương thực, thực phẩm, đồ uống, thuốc lá, thuốc Lào chiếm tỷ trọng lớn trong các cửa hàng kinh doanh tổng hợp Chi tiết: Bán lẻ lương thực, thực phẩm (trừ lúa gạo, đường mía, đường củ cải) (không hoạt động tại trụ sở chính) (CPC: 631)	4711
5	Bán lẻ thực phẩm trong các cửa hàng chuyên doanh Chi tiết: - Bán lẻ thịt và sản phẩm từ thịt gia súc, gia cầm, tươi, đông lạnh và chế biến; - Bán lẻ thủy sản tươi, đông lạnh và chế biến (không hoạt động tại trụ sở chính) (CPC: 631)	4722
6	Bán lẻ hàng hóa khác mới trong các cửa hàng chuyên doanh Chi tiết: Bán lẻ thức ăn và nguyên liệu làm thức ăn cho gia súc, gia cầm và thủy sản. (không hoạt động tại trụ sở chính) (CPC: 632)	4773
7	Bán lẻ lương thực, thực phẩm, đồ uống, thuốc lá, thuốc Lào lưu động hoặc tại chợ Chi tiết: Bán lẻ lương thực, thực phẩm lưu động hoặc tại chợ (trừ lúa gạo, đường mía, đường củ cải) (không hoạt động tại trụ sở chính) (CPC: 631)	4781
8	Hoạt động tư vấn quản lý Chi tiết: Tư vấn đầu tư (trừ tư vấn tài chính, kế toán, luật) (CPC: 86509)	7020

## Tóm tắt quá trình hình thành và phát triển Công ty Cổ phần Masan MEATLife

### Tháng 10

Ngày 07/10/2011, Masan MEATLife được thành lập với tên gọi Công ty TNHH Một Thành Viên Hoa Kim Ngân.

### Tháng 11

Ngày 28/11/2012, Công ty TNHH Một Thành Viên Hoa Kim Ngân được đổi tên thành Công ty TNHH Một Thành Viên Sam Kim.

### Tháng 7

Ngày 07/07/2014, Công ty TNHH Một Thành Viên Sam Kim tăng Vốn điều lệ lên 2.000.010.000.000 đồng.

Công ty TNHH Một Thành Viên Sam Kim mua 70% cổ phần của Công ty Cổ phần Dinh dưỡng Nông nghiệp Quốc tế (ANCO).

### Tháng 12

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

Công ty TNHH Một Thành Viên Sam Kim, thông qua công ty con, mua thêm 13,06% cổ phần của Proconco.

### Tháng 4

Masan Group mua lại Công ty TNHH Một Thành Viên Sam Kim, cổ đông kiểm soát hai công ty Proconco và ANCO.

### Tháng 7

Ngày 31/07/2015, Công ty TNHH Một Thành Viên Sam Kim 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.

### Tháng 3

Ngày 17/03/2016, 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 đấu 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

Masan Nutri-Science tăng tỷ lệ sở hữu trực tiếp tại ANCO từ 70% lên 99,99%.

### Tháng 6

ANCO nâng tỷ lệ sở hữu tại Vissan lên 24,94%. Ngày 09/06/2016, Công ty TNHH Masan Nutri-Farm (N.A) được thành lập.

### Tháng 11

Công ty TNHH Masan Nutri-Farm (N.A) khởi công trang trại chăn nuôi heo công nghệ cao tại Nghệ An.



### Tháng 4

Quỹ đầu tư toàn cầu KKR đầu tư 150 triệu USD vào Masan Nutri-Science để sở hữu 7,5% cổ phần.

### Tháng 5

Ngày 22/05/2017, Masan MEATLife tăng vốn điều lệ lên 2.162.172.970.000 đồng.

### Tháng 8

Ngày 01/08/2017, Công ty TNHH MNS Meat Processing được thành lập.

### Tháng 9

Ngày 27/09/2017, Masan MEATLife tăng Vốn điều lệ lên 2.162.182.990.000 đồng.

### Tháng 2

Masan Nutri-Science khởi công dự án tổ hợp chế biến thịt tại Hà Nam (nay là Ninh Bình) nhằm cung cấp thịt ủ mát (fresh chilled meat) đến người tiêu dùng.



### Tháng 12

Masan Nutri-Science khánh thành tổ hợp chế biến thịt tại Hà Nam (nay là Ninh Bình) và đã giới thiệu thành công ra thị trường sản phẩm thịt ủ mát mang thương hiệu "MEATDeli".

**Tháng 1**

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**

Ngày 26/03/2019, Công ty TNHH MNS Meat Sài Gòn được thành lập.

**Tháng 5**

Proconco được tái cấp Giấy Chứng nhận GlobalG.A.P. CFM.

**Tháng 7**

Ngày 29/07/2019, Masan Nutri-Science đổi tên thành Công ty Cổ phần Masan MEATLife.

**Tháng 8**

Ngày 29/08/2019, Masan MEATLife tăng Vốn điều lệ lên 3.243.274.470.000 đồng.

**Tháng 9**

Công ty TNHH MNS Meat Hà Nam đã được cấp Giấy Chứng nhận BRC – Tiêu chuẩn toàn cầu về an toàn thực phẩm.

**Tháng 12**

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.

**2019****Tháng 1**

Công ty TNHH MNS Feed Nghệ An được tái cấp Giấy Chứng nhận GlobalG.A.P. CFM.

**Tháng 2**

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 10**

Masan MEATLife khánh thành Tổ hợp chế biến thịt MEATDeli Sài Gòn trị giá 1.800 tỷ đồng tại Long An.

Công ty TNHH MNS Feed Nghệ An được tái cấp Giấy Chứng nhận HACCP.

Ngày 23/10/2020, Masan MEATLife tăng Vốn điều lệ lên 3.267.148.470.000 đồng.

**Tháng 11**

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.

Proconco và Công ty TNHH MNS Feed Nghệ An được tái cấp Giấy Chứng nhận GlobalG.A.P. CFM.

**Tháng 12**

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.

**2020****Tháng 1**

Công ty TNHH MNS Farm Nghệ An được tái cấp Giấy Chứng nhận GlobalG.A.P.

**Tháng 11**

Masan MEATLife tăng vốn điều lệ lên 3.269.884.470.000 VNĐ.

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**

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.

**2021****Tháng 2**

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 (nay là tỉnh Ninh Bình) 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 9**

Masan MEATLife tăng vốn điều lệ lên 3.271.329.400.000 VNĐ.

**2022****Tháng 04**

Masan MEATLife tăng vốn điều lệ lên 3.274.179.470.000 VNĐ.

**Tháng 10**

Masan MEATLife hoàn tất giao dịch sở hữu 74,99% cổ phần của Công ty Cổ phần Masan Jinju.

**Tháng 11**

Masan MEATLife tăng vốn điều lệ lên 3.290.525.930.000 VNĐ.

**2024****Tháng 10**

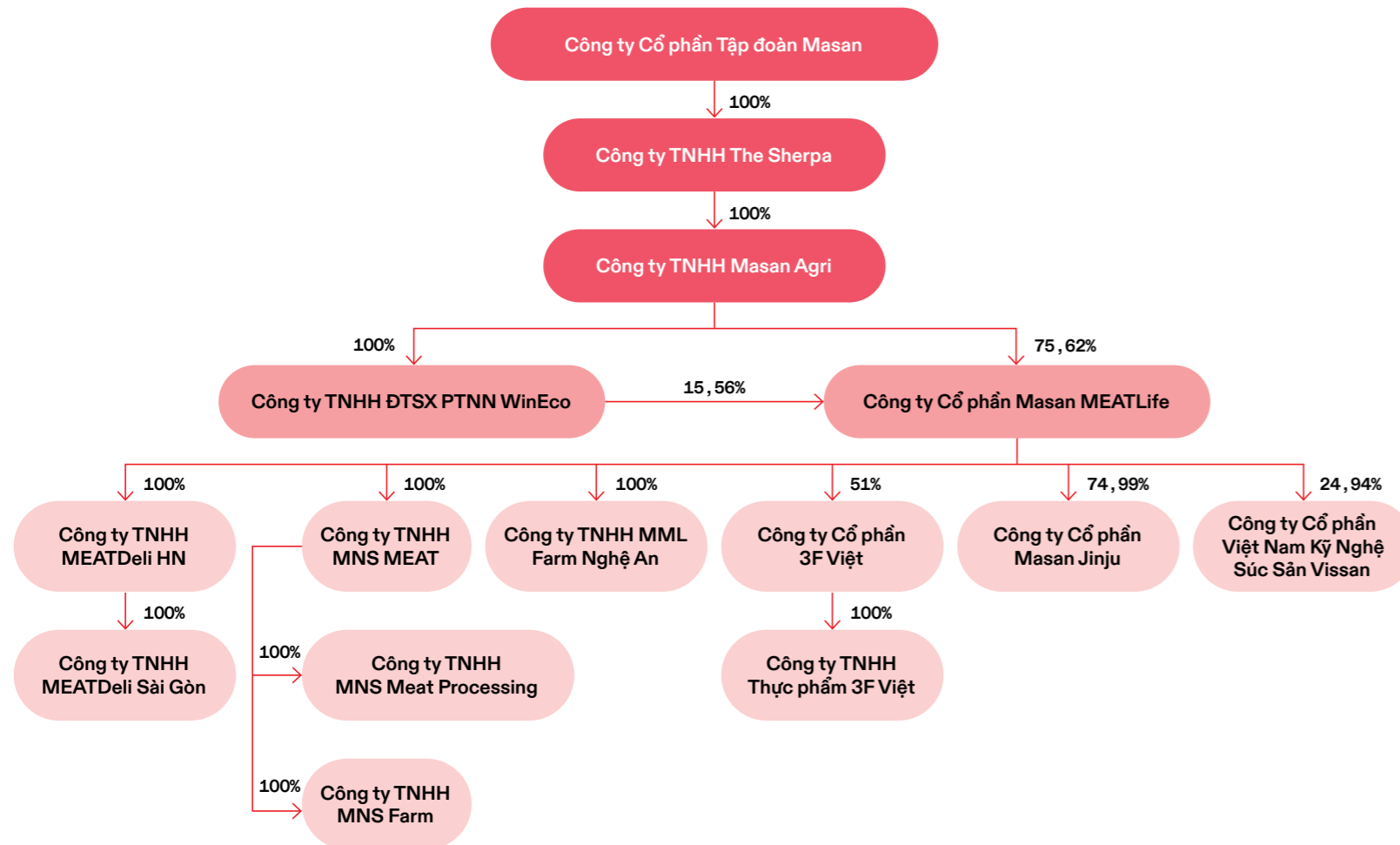
Masan MEATLife tăng vốn điều lệ lên 3.403.168.580.000 VNĐ.

**2025**

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

Công ty Cổ phần Masan MEATLife và các công ty con được tổ chức và hoạt động theo Luật Doanh nghiệp. Các hoạt động của Công ty Cổ phần Masan MEATLife đồng thời tuân thủ các quy định của Luật Chứng khoán, các Luật khác có liên quan và Điều lệ Công ty đã được Đại hội đồng cổ đông nhất trí thông qua. Tại thời điểm 31/12/2025, Công ty Cổ phần Masan MEATLife có 5 công ty con sở hữu trực tiếp, 04 công ty con sở hữu gián tiếp và 01 công ty liên kết sở hữu trực tiếp. Công ty Cổ phần Masan MEATLife có 01 công ty mẹ trực tiếp là Công ty TNHH Masan Agri.

Sơ đồ cơ cấu tổ chức của Công ty Cổ phần Masan MEATLife (và cơ cấu trong Tập đoàn Masan) tại ngày 31/12/2025:



Tại ngày 31 tháng 12 năm 2025, (i) Công ty TNHH MNS Meat, (ii) Công ty TNHH MNS Meat Processing và (iii) Công ty TNHH MNS Farm đang được thực hiện thủ tục giải thể công ty.

## Tóm tắt thông tin công ty con và công ty liên kết

Tính đến ngày 31/12/2025, Công ty Cổ phần Masan MEATLife sở hữu 09 công ty con trực tiếp và gián tiếp (trong đó Công ty TNHH MNS Meat, Công ty TNHH Meat Processing và Công ty TNHH MNS Farm đang trong quá trình giải thể) và 01 công ty liên kết. Hoạt động chính của Công ty Cổ phần Masan MEATLife là quản lý vốn đầu tư, quản lý thương hiệu và sản phẩm. Các công ty con hoạt động chính là sản xuất, kinh doanh thịt và các sản phẩm chế biến từ thịt; chăn nuôi lợn, gia cầm. Các công ty con thuộc Masan MEATLife không hoạt động riêng lẻ mà được tổ chức theo một hệ thống vận hành chặt chẽ, nhịp nhàng nhằm tối ưu hóa nguồn vốn kinh doanh, chuỗi cung ứng từ sản xuất, phân phối đến bán lẻ.

### Công ty TNHH MEATDeli HN (MEATDeli HN)

Mã số thuế	0700793788
Địa chỉ trụ sở chính	Lô CN-02, Khu công nghiệp Đồng Văn IV, Phường Lê Hồ, Tỉnh Ninh Bình, Việt Nam
Vốn điều lệ	2.766.000.000.000 VNĐ
Ngành, nghề kinh doanh chính	Kinh doanh - Chế biến, bảo quản thịt và các sản phẩm từ thịt

Dự án tổ hợp chế biến thịt tại Hà Nam do MEATDeli HN là Chủ đầu tư với công nghệ và thiết bị hiện đại nhập khẩu từ châu Âu và được xây dựng trên diện tích 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:

- 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 tẩm ướp (nguyên con, đùi, cánh, ức, chân, đầu cổ, lòng...) là 26.000 tấn/năm;
- 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;
- Sản xuất Chế phẩm sinh học (từ huyết và phụ phẩm giết mổ) 2.000 tấn/năm, vò 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)**

Mã số thuế	0315583531
Địa chỉ trụ sở chính	Lô 2 đường Tân Đức, KCN Tân Đức, Xã Đức Hòa, Tỉnh Tây Ninh, Việt Nam
Vốn điều lệ	1.470.000.000 VND
Ngành, nghề kinh doanh chính	Kinh doanh - Chế biến, bảo quản thịt và các sản phẩm từ thịt

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, chà 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)**

Mã số thuế	2901852878
Địa chỉ trụ sở chính	Xóm Cồn Sơn, Xã Minh Hợp, Tỉnh Nghệ An, Việt Nam
Vốn điều lệ	864.000.000 VND
Ngành, nghề kinh doanh chính	Chăn nuôi lợn

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 GlobalG.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)**

Mã số thuế	0312885397
Địa chỉ trụ sở chính	Lầu 10, Tòa nhà Central Plaza, Số 17 Lê Duẩn, Phường Sài Gòn, TP Hồ Chí Minh, Việt Nam
Vốn điều lệ	181.405.900.000 VND
Ngành, nghề kinh doanh chính	Chăn nuôi gia cầm – Kinh doanh thịt và các sản phẩm từ thịt

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 những ưu thế vượt trội trên thị trường.

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

Mã số thuế	3702460204
Địa chỉ trụ sở chính	Thửa đất số 320, Tờ bản đồ số 48, Ấp Kiến An, Phường Tây Nam, TP Hồ Chí Minh, Việt Nam
Vốn điều lệ	60.000.000.000 VND
Ngành, nghề kinh doanh chính	Chế biến, bảo quản thịt và các sản phẩm từ thịt

3F VIET FOOD ra đời trong bối cảnh hàng ngày người Việt đang gặp mối 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 TƯƠI 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 TƯƠI 3F. Đó là phần thưởng vô giá đồng hành cùng chúng tôi trong hành trình "CHUẨN TỬ CHẤT - THẬT TỬ TÂM".

**Công ty Cổ phần Masan Jinju (Masan Jinju)**

Mã số thuế	3700645538
Địa chỉ trụ sở chính	Nhà xưởng F5, Lô 6, KCN Tân Đông Hiệp A, Phường Dĩ An, TP Hồ Chí Minh, Việt Nam
Vốn điều lệ	166.758.320.000 VND
Ngành, nghề kinh doanh chính	Kinh doanh - Chế biến, bảo quản thịt và các sản phẩm từ thịt

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 hàng ngày của người Việt.

Nhà máy sản xuất thịt – Masan Jinju Bình Dương tọa lạc tại Phường Dĩ An, Thành phố Hồ Chí Minh với diện tích 19.535m2, sản xuất và cung cấp các sản phẩm thịt chế biến (xúc xích, viên ăn liền từ thịt, giò chả, túi thịt) túi retort với quy mô lên đến 27.000 tấn/năm.

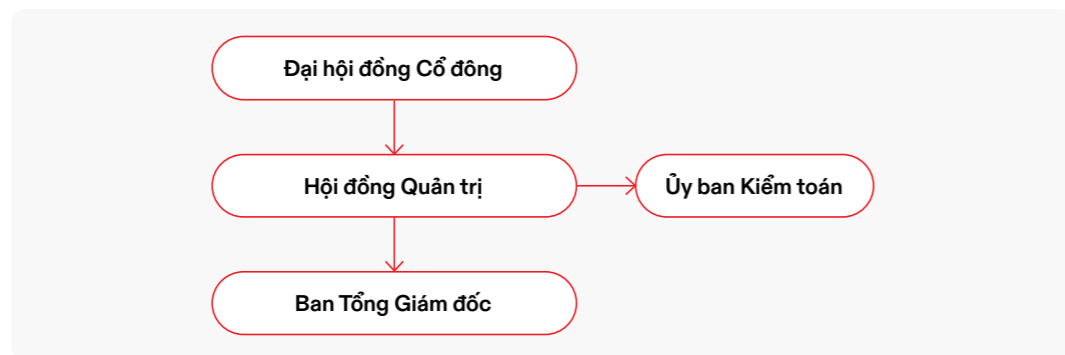
**Công ty Cổ phần Việt Nam Kỹ Nghệ Súc Sản (Vissan)**

Mã số thuế	0300105356
Địa chỉ trụ sở chính	420 Nơ Trang Long, Phường Bình Lợi Trung, TP Hồ Chí Minh, Việt Nam
Vốn điều lệ	809.051.000.000 VND
Ngành, nghề kinh doanh chính	Bán buôn thực phẩm

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.

## Cơ cấu quản trị và bộ máy quản lý của Công ty Cổ phần Masan MEATLife



### Hội đồng Quản trị

#### Chủ tịch Hội đồng Quản trị

Họ và tên	<b>Danny Le</b>
Giới tính	Nam
Năm sinh	1984
Trình độ chuyên môn	Đại học

#### Thành viên Hội đồng Quản trị

Họ và tên	<b>Huỳnh Việt Thắng</b>
Giới tính	Nam
Năm sinh	1973
Trình độ chuyên môn	Đại học
Họ và tên	<b>Trần Phương Bắc</b>
Giới tính	Nam
Năm sinh	1974
Trình độ chuyên môn	Thạc sỹ
Họ và tên	<b>Nguyễn Quốc Trung</b>
Giới tính	Nam
Năm sinh	1970
Trình độ chuyên môn	Thạc sỹ

### Ủy ban Kiểm toán

#### Chủ tịch Ủy ban Kiểm toán

Họ và tên	<b>Huỳnh Việt Thắng</b>
Giới tính	Nam
Năm sinh	1973
Trình độ chuyên môn	Đại học

### Thành viên Ủy ban Kiểm toán

Họ và tên	<b>Trần Phương Bắc</b>
Giới tính	Nam
Năm sinh	1974
Trình độ chuyên môn	Thạc sỹ

### Ban Tổng Giám đốc

#### Tổng Giám đốc

Họ và tên	<b>Nguyễn Quốc Trung (đến ngày 22/02/2026)</b>
Giới tính	Nam
Năm sinh	1970
Trình độ chuyên môn	Thạc sỹ

Họ và tên	<b>Nguyễn Anh Thi (từ ngày 23/02/2026)</b>
Giới tính	Nam
Năm sinh	1975
Trình độ chuyên môn	Cử nhân

#### Phó Tổng Giám đốc

Họ và tên	<b>Nguyễn Quốc Trung (từ ngày 23/02/2026)</b>
Giới tính	Nam
Năm sinh	1970
Trình độ chuyên môn	Thạc sỹ

## Quản trị Công ty

### Hội đồng Quản trị

Tên thành viên	Chức vụ	Số cổ phần	Tỷ lệ cổ phần sở hữu
Danny Le	Chủ tịch Hội đồng Quản trị	-	-
Huỳnh Việt Thắng	Thành viên Hội đồng Quản trị	-	-
Trần Phương Bắc	Thành viên Hội đồng Quản trị	-	-
Nguyễn Quốc Trung	Thành viên Hội đồng Quản trị	636.816	0,19%

(Số liệu được tính tại ngày 31/12/2025)

**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 có bằng Cử nhân tại Đại học Bowdoin, Mỹ.

Chức vụ tại các Công ty khác:

Tên Công ty	Chức vụ	Số GCN ĐKDN, ngày cấp, nơi cấp	Địa chỉ
Công ty Cổ phần Tập đoàn Masan	Tổng Giám đốc	0303576603 cấp ngày 18/11/2004 bởi Sở Tài Chính Thành phố Hồ Chí Minh	Số 23 Lê Duẩn, Phường Sài Gòn, Thành phố Hồ Chí Minh, Việt Nam
Công ty Cổ phần Masan High-Tech Materials	Chủ tịch HĐQT	0309966889 cấp ngày 27/04/2010 bởi Sở Tài Chính Thành phố Hồ Chí Minh	Số 23 Lê Duẩn, Phường Sài Gòn, Thành phố Hồ Chí Minh, Việt Nam
Công ty Cổ phần Hàng tiêu dùng Masan	Chủ tịch HĐQT	0302017440 cấp ngày 31/05/2000 bởi Sở Tài Chính Thành phố Hồ Chí Minh	Số 23 Lê Duẩn, Phường Sài Gòn, Thành phố Hồ Chí Minh, Việt Nam
Công ty TNHH The Sherpa	Chủ tịch công ty và Tổng Giám đốc	0316328421 cấp ngày 12/6/2020 bởi Sở Tài Chính Thành phố Hồ Chí Minh	Tầng 8, Tòa nhà Central Plaza, Số 17 Lê Duẩn, Phường Sài Gòn, TP Hồ Chí Minh, Việt Nam
Công ty Cổ phần The CrownX	Chủ tịch HĐQT và Tổng Giám đốc	0316333118 cấp ngày 16/6/2020 bởi Sở Tài Chính Thành phố Hồ Chí Minh	23 Lê Duẩn, Phường Sài Gòn, TP Hồ Chí Minh, Việt Nam
Công ty Cổ phần Phúc Long Heritage	Thành viên HĐQT	0316871719 cấp ngày 21/05/2021 bởi Sở Tài Chính Thành phố Hồ Chí Minh	Phòng 702, Tầng 7, Tòa nhà Central Plaza, số 17 Lê Duẩn, Phường Sài Gòn, TP Hồ Chí Minh, Việt Nam
Công ty Cổ phần Dịch vụ Thương mại Tổng hợp WinCommerce	Chủ tịch HĐQT	0104918404 cấp ngày 20/9/2010 bởi Sở Tài Chính Thành phố Hồ Chí Minh	Số 23 Lê Duẩn, Phường Sài Gòn, Thành phố Hồ Chí Minh, Việt Nam
Công ty Cổ phần The WinX	Tổng Giám đốc	0318794192 cấp ngày 31/6/2024 bởi Sở Tài Chính Thành phố Hồ Chí Minh	Số 23 Lê Duẩn, Phường Sài Gòn, Thành phố Hồ Chí Minh, Việt Nam

**Ông Nguyễn Quốc Trung, Thành viên Hội đồng Quản trị**

Ông Nguyễn Quốc Trung 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.

Chức vụ tại các Công ty khác:

Tên Công ty	Chức vụ	Số GCN ĐKDN, ngày cấp, nơi cấp	Địa chỉ
Công ty Cổ phần 3F Việt	Chủ tịch HĐQT kiêm Tổng Giám đốc	036885397 cấp ngày 08/08/2014 tại Sở Tài Chính Thành phố Hồ Chí Minh	Lầu 10, Tòa nhà Central Plaza, Số 17 Lê Duẩn, Phường Sài Gòn, Thành phố Hồ Chí Minh, Việt Nam
Công ty TNHH Thực phẩm 3F Việt	Chủ tịch Công ty kiêm Giám đốc	3702460204 cấp ngày 05/05/2016 tại Sở Tài Chính Thành phố Hồ Chí Minh	Thửa đất số 320, Tờ bản đồ số 48, Ấp Kiến An, Phường Tây Nam, TP Hồ Chí Minh, Việt Nam
Công ty TNHH MNS Meat	Chủ tịch HĐQT	3603383090 cấp ngày 06/06/2016 tại Sở Tài Chính Tỉnh Đồng Nai	Trong khuôn viên của Công ty CP Dinh dưỡng Nông nghiệp Quốc, Xã Bình Minh, Tỉnh Đồng Nai, Việt Nam
Công ty TNHH MML Farm Nghệ An	Chủ tịch Công ty	2901852878 cấp ngày 09/06/2016 tại Sở Tài Chính Tỉnh Nghệ An	Xóm Cồn Sơn, Xã Minh Hợp, Tỉnh Nghệ An, Việt Nam
Công ty TNHH MEATDeli HN	Chủ tịch Công ty	0700793788 cấp ngày 14/08/2017 tại Sở Tài Chính Tỉnh Ninh Bình	Lô CN-02, Khu công nghiệp Đồng Văn IV, Phường Lê Hồ, Tỉnh Ninh Bình, Việt Nam
Công ty TNHH MEATDeli Sài Gòn	Chủ tịch Công ty	0315583531 cấp ngày 26/03/2019 tại Sở Tài Chính Tỉnh Tây Ninh	Lô 2 đường Tân Đức, KCN Tân Đức, Xã Đức Hòa, Tỉnh Tây Ninh, Việt Nam
Công ty Cổ phần Việt Nam Kỹ Nghệ Súc Sản Vissan	Thành viên Hội đồng Quản trị	0300105356 cấp ngày 11/10/2006 tại Sở Tài Chính Thành phố Hồ Chí Minh	420 Nơ Trang Long, Phường Bình Lợi Trung, TP Hồ Chí Minh, Việt Nam
Công ty Cổ phần Masan JinJu (MSJ)	Chủ tịch Hội đồng Quản trị	3700645538 cấp ngày 07/1/2005 tại Sở Tài Chính Thành phố Hồ Chí Minh	Nhà xưởng F5, Lô 6, Khu Công Nghiệp Tân Đông Hiệp A, Phường Dĩ An, Thành phố Hồ Chí Minh, Việt Nam

**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 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).

Chức vụ tại các Công ty khác:

Tên Công ty	Chức vụ	Số GCN ĐKDN, ngày cấp, nơi cấp	Địa chỉ
Công ty Cổ phần nước khoáng Quảng Ninh	Thành viên HĐQT	5700379618, cấp ngày 01/9/2004 bởi Sở Tài Chính tỉnh Quảng Ninh	Tổ 3A, Khu 4, phố Suối mơ, Phường Bãi Cháy, Tỉnh Quảng Ninh, Việt Nam
Công ty TNHH MNS Meat	Giám đốc	3603383090, cấp ngày 6/6/2016 bởi Sở Tài Chính tỉnh Đồng Nai	Trong khuôn viên của Công ty CP Dinh dưỡng Nông nghiệp Quốc, Xã Bình Minh, Tỉnh Đồng Nai, Việt Nam
Masan Consumer (Thailand) Limited	Giám đốc	0105559105553, cấp ngày 8/7/2016 tại Thái Lan	Lầu 4, Số 83, Amnuay Songkhram Road, Tanon Nakornchaisri Sub-District, Dusit District, Bangkok, Thailand
Công ty Cổ phần Thực phẩm Cholimex	Thành viên HĐQT	0304475742, cấp ngày 19/7/2006 bởi Sở Tài Chính Thành phố Hồ Chí Minh	Lô C40-43/I, C51-55/II Đường Số 7, Khu công nghiệp Vĩnh Lộc, Xã Vĩnh Lộc, TP Hồ Chí Minh, Việt Nam
Công ty TNHH MNS Farm	Chủ tịch công ty	0314805164, cấp ngày 26/6/2017 bởi Sở Tài Chính Thành phố Hồ Chí Minh	Lầu 10, Tòa nhà Central Plaza, số 17 Lê Duẩn, Phường Sài Gòn, TP. HCM, Việt Nam
Công ty TNHH MNS Meat Processing	Chủ tịch công ty	0314547548, cấp ngày 01/8/2017 bởi Sở Tài Chính Thành phố Hồ Chí Minh	Lầu 10, Tòa nhà Central Plaza, số 17 Lê Duẩn, Phường Sài Gòn, TP. HCM, Việt Nam
Công ty Cổ phần Tập đoàn Masan	Người được UQ CBTT, Người phụ trách quản trị công ty, Thư ký công ty	0303576603 cấp ngày 18/11/2004 bởi Sở Tài Chính Thành phố Hồ Chí Minh	Số 23 Lê Duẩn, Phường Sài Gòn, Thành phố Hồ Chí Minh, Việt Nam
Công ty Cổ phần Dịch vụ Thương mại Tổng hợp WinCommerce	Thành viên HĐQT	0104918404, cấp ngày 20/9/2010 bởi Sở Tài Chính Thành phố Hồ Chí Minh	Số 23 Lê Duẩn, Phường Sài Gòn, Thành phố Hồ Chí Minh, Việt Nam
Công ty Cổ phần The CrownX	Thành viên HĐQT	0316333118 cấp ngày 16/6/2020 bởi Sở Tài Chính Thành phố Hồ Chí Minh	Số 23 Lê Duẩn, Phường Sài Gòn, Thành phố Hồ Chí Minh, Việt Nam
Công ty TNHH Zenith Investment	Chủ tịch công ty và Tổng Giám đốc	0317331434, cấp ngày 8/6/2022 bởi Sở Tài Chính Thành phố Hồ Chí Minh	Số 23 Lê Duẩn, Phường Sài Gòn, Thành phố Hồ Chí Minh, Việt Nam

Tên Công ty	Chức vụ	Số GCN ĐKDN, ngày cấp, nơi cấp	Địa chỉ
Công ty Cổ phần Dr. Win	Tổng Giám đốc	0317227151 cấp ngày 31/03/2022 bởi Sở Tài Chính Thành phố Hồ Chí Minh	Tầng 5, Tòa nhà MPlaza Saigon, số 39 Lê Duẩn, Phường Sài Gòn, Thành phố Hồ Chí Minh, Việt Nam
Công ty TNHH Masan Agri	Tổng Giám đốc	0317527589 cấp ngày 19/10/2022 bởi Sở Tài Chính Thành phố Hồ Chí Minh	Số 23 Lê Duẩn, Phường Sài Gòn, TP Hồ Chí Minh, Việt Nam
Công ty Cổ phần The Supra	Tổng Giám đốc	0317211867 cấp ngày 22/03/2022 bởi Sở Tài Chính Thành phố Hồ Chí Minh	Số 23 Lê Duẩn, Phường Sài Gòn, TP Hồ Chí Minh, Việt Nam

**Ông Huỳnh Việt Thăng, Thành viên Hội đồng Quản trị**

Ông Huỳnh Việt Thăng được bầu vào Hội đồng Quản trị của Masan MEATLife tại Đại Hội đồng Cổ đông năm 2021. Trước khi gia nhập Masan Group, ông đã từng làm việc tại Unilever và Coca-cola Việt Nam.

Chức vụ tại các Công ty khác:

Tên Công ty	Chức vụ	Số GCN ĐKDN, ngày cấp, nơi cấp	Địa chỉ
Công ty Cổ phần Nước khoáng Quảng Ninh	Thành viên HĐQT	5700379618, cấp ngày 01/9/2004 bởi Sở Tài Chính tỉnh Quảng Ninh	Tổ 3A, Khu 4, phố Suối mơ, Phường Bãi Cháy, Tỉnh Quảng Ninh, Việt Nam
Công ty Cổ phần Bột giặt NET	Thành viên HĐQT	3600642822, cấp ngày 01/7/2003 bởi Sở Tài Chính tỉnh Đồng Nai	Đường D4, KCN Lộc An - Bình Sơn, Xã Long Thành, Tỉnh Đồng Nai, Việt Nam
Công ty Cổ phần Hàng Tiêu Dùng Masan	Giám đốc Tài chính	0302017440 cấp ngày 31/05/2000 bởi Sở Tài Chính Thành phố Hồ Chí Minh	Số 23 Lê Duẩn, Phường Sài Gòn, Thành phố Hồ Chí Minh, Việt Nam

### Hoạt động của Hội đồng Quản trị trong năm 2025

Hội đồng Quản trị được Đại hội đồng Cổ đông bầu ra để giám sát và điều hành các hoạt động của Công ty. Các thành viên Hội đồng Quản trị họp định kỳ hàng quý và tổ chức họp bất thường hoặc tổ chức lấy ý kiến các thành viên Hội đồng Quản trị bằng văn bản để thông qua các vấn đề thuộc thẩm quyền của Hội đồng Quản trị cũng như đưa ra các quyết định chiến lược do Ban điều hành đệ trình.

Trong năm 2025, Hội đồng Quản trị đã thực hiện những công việc sau:

- Giám sát, chỉ đạo Tổng Giám đốc và các Cán bộ Quản lý khác trong điều hành công việc kinh doanh hàng ngày của Công ty thông qua các cuộc họp định kỳ hàng quý và các cuộc họp bất thường.
- Phối hợp chặt chẽ với Tổng Giám đốc và Ban điều hành để đưa ra các định hướng cũng như giải quyết kịp thời các yêu cầu kinh doanh cho Công ty.
- Quyết định chuyển lợi nhuận từ công ty con về Masan MEATLife, quyết định đầu tư, tăng phần vốn góp vào Công ty con.
- Thực hiện các nhiệm vụ được giao bởi Đại hội đồng Cổ đông theo Nghị quyết Đại hội đồng Cổ đông thường niên năm 2025 đã được thông qua.
- Các công việc khác theo đệ trình từ Ban Giám đốc, chính sách/hướng dẫn của Tập đoàn và theo quy định pháp luật.

Trong năm 2025, Hội đồng Quản trị hoạt động không có thù lao.

### Nghị quyết của Hội đồng Quản trị trong năm 2025

Trong năm 2025, Hội đồng Quản trị phần lớn tập trung việc thảo luận và thông qua những vấn đề sau:

- Thông qua việc triệu tập họp và chốt danh sách cổ đông dự họp ĐHĐCĐ thường niên năm 2025 của Công ty.
- Thông qua thời gian, địa điểm và chương trình họp dự kiến của ĐHĐCĐ thường niên năm 2025 của Công ty.
- Thông qua việc chuyển lợi nhuận chưa phân phối của Công ty TNHH MML Farm Nghệ An về Công ty với tổng giá trị là 380.000.000.000 đồng.
- Thông qua việc tăng thêm phần góp vốn của Công ty vào Công ty TNHH MEATDeli HN với tổng số tiền góp thêm tối đa là 380.000.000.000 đồng.
- Thông qua việc áp dụng Quy chế Quản trị rủi ro của Công ty Cổ phần Tập đoàn Masan trong hoạt động quản trị rủi ro tại Công ty Cổ phần Masan MEATLife.
- Thông qua triển khai phương án phát hành cổ phần theo chương trình lựa chọn cho Người lao động trong Công ty theo Điều 8 Nghị quyết ĐHĐCĐ thường niên năm 2025.
- Thông qua Quy chế chương trình phát hành cổ phần theo chương trình lựa chọn cho Người lao động (ESOP) năm 2025 và Danh sách Người lao động được tham gia ESOP 2025.
- Thông qua việc tăng Vốn điều lệ của Công ty từ 3.290.525.930.000 đồng lên 3.403.168.580.000 đồng do phát hành cổ phần theo chương trình lựa chọn cho Người lao động năm 2025.
- Thông qua việc ủy quyền cho Tổng Giám đốc quyết định số lượng, hình thức, nội dung và mẫu con dấu Công ty, chi nhánh, văn phòng đại diện của Công ty.

### Ủy ban Kiểm toán

Tên thành viên	Chức vụ	Số cổ phần	Tỷ lệ cổ phần sở hữu
Huỳnh Việt Thăng	Thành viên Hội đồng Quản trị	-	-
Trần Phương Bắc	Thành viên Hội đồng Quản trị	-	-

(Số liệu được tính tại ngày 31/12/2025)

Ủy ban Kiểm toán là cơ quan chuyên môn trực thuộc Hội đồng Quản trị và có từ 2 thành viên trở lên.

Hiện Ủy ban Kiểm toán của Công ty có 2 thành viên. Chủ tịch Ủy ban Kiểm toán phải là thành viên độc lập Hội đồng quản trị. Các thành viên khác của Ủy ban Kiểm toán phải là thành viên Hội đồng quản trị không điều hành.

Ủy ban kiểm toán thông qua quyết định bằng biểu quyết tại cuộc họp, lấy ý kiến bằng văn bản hoặc hình thức khác do Điều lệ công ty hoặc quy chế hoạt động Ủy ban kiểm toán quy định. Mỗi thành viên Ủy ban kiểm toán có một phiếu biểu quyết.



### Hoạt động giám sát của Ủy ban Kiểm toán trong năm 2025

- Rà soát giao dịch với người có liên quan thuộc thẩm quyền phê duyệt của Hội đồng quản trị hoặc Đại hội đồng cổ đông và đưa ra khuyến nghị về những giao dịch cần có phê duyệt của Hội đồng quản trị hoặc Đại hội đồng cổ đông.
- Rà soát hệ thống kiểm soát nội bộ và quản trị rủi ro của Công ty. Kiểm soát trình tự, thủ tục ban hành các nội quy, quy định, quy chế, quy trình và các văn bản khác của Công ty.
- Kiểm tra tính hợp lý, hợp pháp, tính trung thực và mức độ cần trọng trong quản lý, điều hành hoạt động kinh doanh, trong tổ chức công tác kế toán, thống kê và lập báo cáo tài chính.
- Giám sát tính trung thực của tất cả các báo cáo tài chính của Công ty và kết quả tài chính của Công ty. Theo dõi và đánh giá sự độc lập, khách quan của công ty kiểm toán và hiệu quả của quá trình kiểm toán. Tham khảo ý kiến về việc chỉ định Công ty Kiểm toán độc lập. Kết quả sản xuất kinh doanh và số liệu kế toán đã được kiểm tra chặt chẽ, đảm bảo tính chính xác và hợp pháp trong việc ghi chép số liệu. Các báo cáo tài chính của Công ty và các công ty con đã được kiểm toán bởi Công ty TNHH KPMG và bảo đảm rằng các báo cáo này đã phản ánh trung thực và hợp lý, trên các phương diện trọng yếu tình hình tài chính của Công ty, phù hợp với các Chuẩn mực Kế toán Việt Nam, Chế độ Kế toán Việt Nam cũng như các nguyên tắc khác theo quy định của pháp luật.
- Thẩm định báo cáo tình hình kinh doanh, báo cáo tài chính sáu tháng và cả năm của Công ty, báo cáo đánh giá công tác quản lý của Hội đồng Quản trị; Thẩm định các Tài liệu họp Đại hội đồng cổ đông;
- Giám sát nhằm bảo đảm Công ty tuân thủ quy định của pháp luật, yêu cầu của cơ quan quản lý và quy định nội bộ khác của Công ty.
- Trong năm 2025, Ủy ban Kiểm toán đã họp hai lần để thảo luận các vấn đề thuộc thẩm quyền.
- Năm 2025, Ủy ban Kiểm toán hoạt động không có thù lao.

### Ban Tổng Giám đốc, Giám đốc Tài chính, Kế toán trưởng

Tên thành viên	Chức vụ	Số cổ phần	Tỷ lệ cổ phần sở hữu
Ông Nguyễn Quốc Trung	Tổng Giám đốc (đến ngày 22/02/2026)	636 . 816	0 , 19%
Ông Nguyễn Anh Thi	Tổng Giám đốc (từ ngày 23/02/2026)	0	0%
Bà Nguyễn Thị Hồng Điểm	Giám đốc tài chính	362 . 773	0 , 11%
Bà Mã Hồng Kim	Kế toán trưởng	198 . 483	0 , 06%

*(Số liệu được tính tại ngày 31/12/2025)*

Trong năm 2025, Ban Giám đốc có nhiệm vụ thực thi chiến lược của Công ty, 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, kiểm soát nội bộ và quản lý hoạt động kinh doanh hàng ngày.

### Giao dịch cổ phiếu của người nội bộ

STT	Người thực hiện giao dịch	Số cổ phiếu sở hữu đầu kỳ		Số cổ phiếu sở hữu cuối kỳ	
		Số cổ phiếu	Tỷ lệ	Số cổ phiếu	Tỷ lệ
1	Nguyễn Quốc Trung	238 . 440	0 , 070%	636 . 816	0 , 19%
2	Nguyễn Thị Hồng Điểm	5 . 000	0 , 001%	362 . 773	0 , 11%
3	Mã Hồng Kim	75 . 000	0 , 022%	198 . 483	0 , 06%
4	Đỗ Thị Thu Nga	75	0 , 000%	37 . 831	0 , 01%

### Phát hành chứng khoán

Trong năm 2025, Công ty đã thực hiện phát hành cổ phiếu theo Chương trình lựa chọn cho người lao động (ESOP) với số lượng cổ phiếu đã phân phối: 11.264.265 cổ phiếu.

## Thông tin cổ đông

Vào ngày 31 tháng 12 năm 2025, vốn điều lệ của Masan MEATLife là 3.403.168.580.000 đồng, được chia thành 340.316.858 cổ phần phổ thông.

Số lượng cổ phiếu quỹ: 0 cổ phần.

Số lượng cổ phần có quyền biểu quyết đang lưu hành: 340.316.858 cổ phần, trong đó số cổ phần bị hạn chế chuyển nhượng là 11.264.265, số cổ phần được tự do chuyển nhượng là 329.052.593 cổ phần.

Tổng số lượng cổ đông: 2.990

### Cổ đông lớn

STT	Cổ đông	Số cổ phần	Tỷ lệ (%)
1	Công ty TNHH Masan Agri	257.342.269	75,62
2	Công ty TNHH Đầu tư Sản xuất Phát triển Nông nghiệp WinEco	52.955.559	15,56
<b>Tổng cộng</b>		<b>327.417.947</b>	<b>91,18</b>

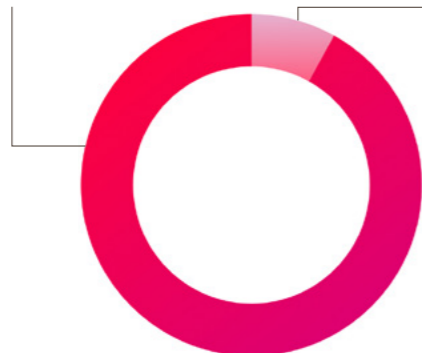
### Cơ cấu cổ đông

Tính trên cơ sở cổ đông tổ chức và cổ đông cá nhân: Masan MEATLife có 2.971 cổ đông cá nhân nắm giữ 26.543.623 cổ phần tương ứng với 7,8%; và 19 cổ đông tổ chức nắm giữ 313.773.235 cổ phần tương ứng với 92,2%.

Tính trên cơ sở cổ đông trong nước và cổ đông nước ngoài: Masan MEATLife có 2.956 cổ đông trong nước nắm giữ 336.360.098 cổ phần tương ứng với 98,84%; và 34 cổ đông nước ngoài nắm giữ 3.956.760 cổ phần tương ứng với 1,16%.

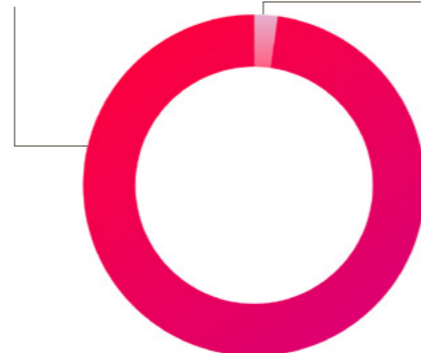
Cổ đông tổ chức  
**92,2%**

Cổ đông cá nhân  
**7,8%**



Cổ đông trong nước  
**98,84%**

Cổ đông nước ngoài  
**1,16%**



Tỷ lệ sở hữu nước ngoài tối đa: 100%

### Thông tin về quá trình tăng vốn điều lệ của Công ty

Thời điểm	Lần tăng	VĐL trước khi tăng (VND)	VĐL sau khi tăng (VND)	Hình thức tăng vốn	Thông tin cấp phép
2014	1	10.000.000	2.000.010.000.000	Tăng phần vốn góp của thành viên	Giấy chứng nhận đăng ký doanh nghiệp thay đổi lần 3 ngày 07/07/2014
2017 (lần 1)	2	2.000.010.000.000	2.162.172.970.000	Phát hành 16.216.297 cổ phần cho VN Consumer Meat II Pte. Ltd	Giấy chứng nhận đăng ký doanh nghiệp thay đổi lần 9 ngày 22/05/2017
2017 (lần 2)	3	2.162.172.970.000	2.162.182.990.000		Giấy chứng nhận đăng ký kinh doanh lần 10 ngày 27/09/2017
2019	4	2.162.182.990.000	3.243.274.470.000	Chào bán cổ phần phổ thông cho cổ đông hiện hữu	Giấy chứng nhận đăng ký kinh doanh thay đổi lần 15 ngày 29/8/2019
2020	5	3.243.274.470.000	3.267.148.470.000	Phát hành cổ phần theo chương trình lựa chọn cho người lao động	Giấy chứng nhận đăng ký kinh doanh thay đổi lần 16 ngày 23/10/2020
2021	6	3.267.148.470.000	3.269.884.470.000	Phát hành cổ phần theo chương trình lựa chọn cho người lao động	Giấy chứng nhận đăng ký kinh doanh thay đổi lần 18 ngày 1/11/2021
2022	7	3.269.884.470.000	3.271.329.400.000	Phát hành cổ phần theo chương trình lựa chọn cho người lao động	Giấy chứng nhận đăng ký kinh doanh thay đổi lần 20 ngày 12/09/2022
2024	8	3.271.329.400.000	3.274.179.470.000	Phát hành cổ phần theo chương trình lựa chọn cho người lao động	Giấy chứng nhận đăng ký kinh doanh thay đổi lần 21 ngày 1/04/2024
2024	9	3.274.179.470.000	3.290.525.930.000	Phát hành cổ phần theo chương trình lựa chọn cho người lao động	Giấy chứng nhận đăng ký kinh doanh thay đổi lần 22 ngày 15/11/2024
2025	10	3.290.525.930.000	3.403.168.580.000	Phát hành cổ phần theo chương trình lựa chọn cho người lao động	Giấy chứng nhận đăng ký kinh doanh thay đổi lần 23 ngày 1/10/2025

## Thuật ngữ/ Từ viết tắt

<b>Masan Group/Group/Masan</b>	Công ty Cổ phần Tập đoàn Masan
<b>MASAN MEATLife/Công ty/MML &amp; Masan MEATLife</b>	Công ty Cổ phần Masan MEATLife
<b>ANCO</b>	Công ty Cổ phần Dinh dưỡng Nông nghiệp Quốc tế
<b>ASF</b>	Dịch tả lợn Châu phi
<b>MML Farm Nghệ An</b>	Công ty TNHH MML Farm Nghệ An
<b>MEATDeli HN</b>	Tổ hợp chế biến thịt tại Hà Nam (nay là Ninh Bình)
<b>MEATDeli Sài Gòn</b>	Tổ hợp chế thịt tại Long An (nay là Tây Ninh)
<b>R&amp;D</b>	Nghiên cứu và phát triển
<b>USD</b>	Đô la Mỹ
<b>VNĐ</b>	Đồng Việt Nam

## Liên Hệ

	<b>Công ty Cổ phần Masan MEATLife</b>
<b>Giấy chứng nhận đăng ký doanh nghiệp</b>	0311224517 (đăng ký lần đầu ngày 07/10/2011, đăng ký thay đổi lần thứ 23 ngày 01/10/2025)
<b>Địa chỉ</b>	Lầu 10, Central Plaza, 17 Lê Duẩn, Phường Sài Gòn, Tp. Hồ Chí Minh, Việt Nam
<b>Điện thoại</b>	(84) 28 6256 3862
<b>Fax</b>	(84) 28 3827 4115
<b>Website</b>	www.masanMEATLife.com.vn
<b>Mã số thuế</b>	0311224517
<b>Mã cổ phiếu</b>	MML