

MCH - Doanh thu và lợi nhuận quý 2/2026 phục hồi so với cùng kỳ từ mức nền thấp - Báo cáo KQKD

Doanh Nghiệp • 27/07/2026

Doanh thu: Doanh thu quý 2/2026 đạt 7.165 tỷ đồng, tăng 14% YoY nhờ mức tăng trưởng xấp xỉ 10% của sản lượng, trong khi LNST sau lợi ích CĐTS tăng 11% YoY lên mức 1.471 tỷ đồng. Nhu cầu ghi nhận khởi đầu tích cực trong tháng 4, hạ nhiệt dần qua tháng 5, sau đó trở lại bình thường vào tháng 6. Ngoài ra, việc đà tăng trưởng trong quý 2 có phần suy yếu hơn so với tốc độ của quý trước cũng phản ánh biến động thường thấy trong nội bộ một quý.

Công ty ghi nhận doanh thu nửa đầu năm 2026 (6T 2026) tăng 14% YoY, và LNST sau lợi ích CĐTS đạt 3.249 tỷ đồng (+12% YoY), lần lượt hoàn thành 44% và 41% dự báo cả năm của chúng tôi. Mặc dù KQKD quý 2/2026 phục hồi từ mức nền thấp, nhưng mức tăng tại tất cả các ngành hàng chủ chốt đều chưa đạt kỳ vọng của chúng tôi. Chiến lược Retail Supreme đã được tái tập trung chủ yếu vào các điểm bán có lưu lượng khách hàng cao nhất. Chúng tôi nhận thấy rủi ro điều chỉnh giảm đối với các dự báo hiện tại của chúng tôi, mặc dù vẫn cần chờ thêm các đánh giá chi tiết.

Mảng Gia vị: Doanh thu quý 2/2026 tăng 17% YoY, đạt 2.325 tỷ đồng. CHIN-SU dẫn dắt xu hướng cao cấp hóa của ngành hàng, với doanh thu tăng mạnh 27% YoY nhờ đà tăng hai chữ số của sản lượng. Nam Ngư tiếp tục phục hồi phần thị phần đã mất trong năm 2025, qua đó hỗ trợ ngành hàng với sản lượng nước mắm ghi nhận đà tăng trưởng ở mức 7%-9%. Doanh thu ngành gia vị tăng 17% YoY lên mức 5.416 tỷ đồng trong 6T 2026 (hoàn thành 45% dự báo năm 2026 của chúng tôi).

Mảng Thực phẩm tiện lợi: Doanh thu quý 2/2026 tăng 7% YoY lên mức 2.100 tỷ đồng. Omachi dẫn dắt xu hướng cao cấp hóa với doanh thu tăng 18% YoY nhờ sản lượng ghi nhận mức tăng trưởng xấp xỉ 4%-6%, qua đó đóng góp phần lớn vào mức doanh thu tăng thêm của ngành hàng. Thị phần theo giá trị của Omachi tăng +1,3 điểm % trong 6T 2026, qua đó củng cố vị thế của công ty trong phân khúc cao cấp. Thị phần theo giá trị của Kokomi tăng +0,3 điểm % trong 6T 2026, bất chấp sự thu hẹp của phân khúc mì phổ thông, qua đó giúp duy trì nền tảng doanh thu trong khi các phân khúc cao cấp trở thành động lực thúc đẩy đà tăng trưởng. Doanh thu thực phẩm tiện lợi trong 6T 2026 tăng 11% YoY lên mức 4.173 tỷ đồng (hoàn thành 44% dự báo năm 2026 của chúng tôi).

Mảng Đồ uống đóng chai: Doanh thu quay trở lại quỹ đạo tăng trưởng với mức tăng 18% YoY (lên mức 1.291 tỷ đồng), nhờ mức tăng (7%-9%) của sản lượng. Kết quả này một phần đến từ hiệu ứng mức nền thấp, nhưng cũng cho thấy nhu cầu đã thực sự đảo chiều khi đà tăng trưởng tiếp tục được củng cố. Wake-up 247 đóng vai trò nền tảng về sản lượng cho ngành hàng, trong khi các sản phẩm mới ra mắt đóng góp thêm vào nhu cầu. Doanh thu 6T 2026 tăng 7% YoY, đạt

2.469 tỷ đồng, hoàn thành 43% dự báo năm 2026 của chúng tôi. Triển vọng nửa cuối năm 2026 được hỗ trợ bởi hai động lực, trong đó có danh mục sản phẩm đổi mới hướng đến sức khỏe và thể chất sắp được tung ra thị trường, với Retail Supreme đóng vai trò là kênh kích hoạt tại điểm bán để triển khai chương trình dùng thử đối với sản phẩm của công ty.

Mảng hoá mỹ phẩm (HPC): Đây tiếp tục là ngành hàng nổi bật nhất, với doanh thu quý 2/2026 tăng 33% YoY lên mức 587 tỷ đồng, chủ yếu nhờ đà tăng trưởng được dẫn dắt bởi sản lượng. Chanté, chiếm khoảng một nửa doanh thu HPC, đóng góp phần lớn mức tăng trong khi tiếp tục mở rộng quy mô. Trong khi đó, Homey (chiếm khoảng 10% danh mục) nhanh chóng tăng trưởng từ mức nền gần như bằng không lên khoảng 20 tỷ đồng/tháng, nhờ độ phủ phân phối sâu rộng hơn của Retail Supreme. Việc ra mắt Chanté Active vào tháng 6/2026 giúp mở rộng tệp khách hàng và tạo nền tảng để tiếp tục gia tăng thị phần tại kênh thương mại truyền thống. Doanh thu HPC trong 6T 2026 tăng 33% YoY lên mức 1.206 tỷ đồng (hoàn thành 46% dự báo năm 2026 của chúng tôi).

Các mảng khác: Doanh thu mảng kinh doanh quốc tế tăng 24% YoY lên mức 408 tỷ đồng trong quý 2/2026, với đóng góp tăng trưởng trên diện rộng từ ASEAN, EU, Mỹ và Nhật Bản. Trong khi đó, mảng cà phê tương đối trầm lắng, với doanh thu chỉ tăng 1% (đạt 402 tỷ đồng).

Biên lợi nhuận gộp giảm QoQ từ mức 46,7% trong quý 1/2026 xuống 44,6% trong quý 2/2026. Mức giảm chủ yếu tập trung ở ngành gia vị (do hoạt động kinh doanh trở lại trạng thái bình thường theo mùa vụ sau Tết), và ngành HPC (do chi phí nguyên liệu đầu vào tăng). Biên lợi nhuận của các ngành hàng còn lại nhìn chung ổn định. Các tác động này được bù đắp một phần nhờ việc điều chỉnh tăng giá có chọn lọc.

Chi phí logistics trong quý 2/2026 tăng lên mức tương đương 4,4% doanh thu (so với 3,2% doanh thu trong cùng kỳ năm trước), do giá cước vận chuyển và chi phí phân phối cố định tăng. Tuy nhiên, tác động này được giảm nhẹ một phần nhờ quá trình tối ưu hóa mạng lưới đang được triển khai. Do đó, **tăng trưởng lợi nhuận (11% YoY) ghi nhận ở mức thấp hơn so với tăng trưởng doanh thu (14% YoY).**

Phân phối – Retail Supreme:

Doanh thu kênh truyền thống tăng 11% YoY trong quý 2/2026. Kênh hiện đại và HORECA lần lượt tăng 29% và 30% YoY, trong khi thương mại điện tử tăng mạnh 202% từ mức nền thấp.

Các chỉ số triển khai chủ chốt của Retail Supreme tiếp tục cải thiện:

(i) Độ phủ: Số điểm bán hoạt động (ASO) đạt khoảng 550.000 điểm.

(ii) Mức độ thâm nhập: Số SKU trên mỗi điểm bán đạt khoảng 5,8, so với mục tiêu cuối năm là 7,0. Khoảng 43.000 điểm bán hiện phân phối hơn sáu ngành hàng (so với mục tiêu cuối năm là 100.000 điểm).

Trọng tâm hiện đang chuyển từ mở rộng độ phủ sang nâng cao năng suất tại từng điểm bán. MCH đang siết chặt hiệu quả vận hành của đội ngũ bán hàng, cải thiện hoạt động triển khai và trưng bày tại cửa hàng, đồng thời tập trung danh mục sản phẩm đổi mới vào 30.000 điểm bán hoạt động có lưu lượng khách hàng cao nhất.

Báo cáo KQKD quý 2 & 6T 2026 của MCH

Tỷ đồng	Q1 2026	Q2 2025	Q2 2026	Q2 2026 YoY	6T 2025	6T 2026	6T 2026 YoY	Dự báo 2026	KQ 6T/dự báo 2026
Doanh thu thuần	8.472	6.276	7.165	14%	13.764	15.637	14%	35.278	44%
Gia vị	3.136	1.985	2.325	17%	4.663	5.461	17%	12.029	45%
Thực phẩm tiện lợi	2.525	1.956	2.100	7%	4.173	4.626	11%	10.540	44%
Đồ uống đóng chai	1.178	1.096	1.291	18%	2.308	2.469	7%	5.783	43%
Cà phê hòa tan	511	398	402	1%	866	912	5%	2.003	46%
Hoá mỹ phẩm	619	443	587	33%	904	1.206	33%	2.609	46%
Xuất khẩu & khác	503	397	461	16%	851	962	13%	2.315	42%
Lợi nhuận gộp	3.956	2.769	3.193	15%	6.269	7.150	14%	16.150	44%
SG&A	-2.051	-1.387	-1.628	17%	-3.165	-3.679	16%	-7.965	46%
LN từ HĐKD	1.905	1.382	1.565	13%	3.104	3.471	12%	8.185	42%
Thu nhập tài chính ròng	158	138	152	10%	242	310	28%	816	38%

Thu nhập tài chính	317	269	337	25%	525	654	25%	1.397	47%
Chi phí tài chính	-159	-131	-184	40%	-283	-344	22%	-581	59%
CTLK & khác	26	26	23	-12%	37	48	26%	65	74%
LNTT	2.089	1.546	1.740	13%	3.384	3.829	13%	9.066	42%
LNST sau lợi ích CĐTS	1.778	1.326	1.471	11%	2.912	3.249	12%	7.857	41%
Biên LN gộp	46,7%	44,1%	44,6%	+0,4điểm %	45,5%	45,7%	+0,2điểm %	45,8%	
Biên LN từ HĐKD	22,5%	22,0%	21,8%	-0,2điểm %	22,5%	22,2%	-0,4điểm %	23,2%	
SG&A/doanh thu	-24,2%	-22,1%	-22,7%	-0,6điểm %	-23,0%	-23,5%	-0,5điểm %	-22,6%	
Thuế suất hiệu quả	-14,9%	-12,8%	-14,7%	-1,8điểm %	-12,5%	-14,2%	-1,7điểm %	-13,3%	
Biên LNST sau lợi ích CĐTS	21,0%	21,1%	20,5%	-0,6điểm %	21,2%	20,8%	-0,4điểm %	22,3%	

Nguồn: MCH, Vietcap