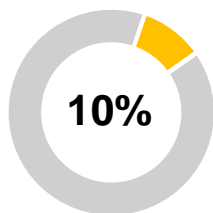
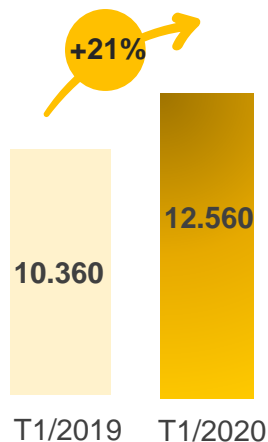




DOANH THU THUẦN

(tỷ đồng)

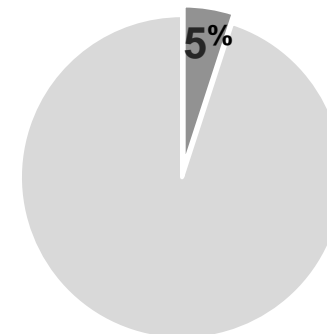


Hoàn thành kế hoạch doanh thu 2020 là **122.445 tỷ**

DOANH THU THEO NGÀNH HÀNG	TĂNG TRƯỞNG DOANH THU T1/2020 SO VỚI CÙNG KỲ
ĐIỆN THOẠI	↑ >10%
ĐIỆN TỬ	↑ >10%
ĐIỆN LẠNH	↑ >20%
ĐIỆN GIA DỤNG	↑ >20%
THỰC PHẨM & FMCGS	↑ >100%



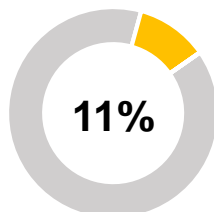
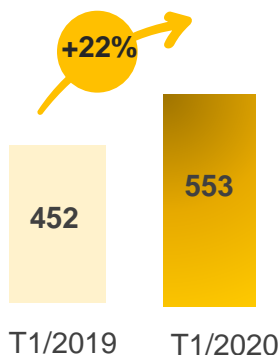
ĐÓNG GÓP CỦA CÁC GIAO DỊCH ONLINE



Doanh thu online: 658 (tỷ đồng)

LỢI NHUẬN SAU THUẾ

(tỷ đồng)



Hoàn thành kế hoạch LNST 2020 là **4.835 tỷ**



3.084 cửa hàng tính tới cuối T1/2020

DOANH THU THEO CHUỖI	SỐ LƯỢNG CỬA HÀNG	CƠ CẤU	TĂNG TRƯỞNG DOANH THU T1/2020 SO VỚI CÙNG KỲ
TGDD + ĐTSR từ 2020	1.015	26,4%	↑ 3%
ĐMX	1.028	63,1%	↑ 22%
BHX	1.041	10,5%	↑ 109%

* Cơ cấu doanh thu chưa bao gồm doanh thu Bigphone



TÌNH HÌNH KINH DOANH THÁNG 1 NĂM 2020

- Trong tháng 1, MWG ghi nhận **doanh thu thuần hợp nhất đạt 12.560 tỷ đồng (tăng trưởng 21%)** và **lợi nhuận sau thuế đạt 553 tỷ đồng (tăng trưởng 22%)** so với cùng kỳ năm 2019. Như vậy, **biên lợi nhuận ròng của Công ty đạt 4,4%**, nhỉnh hơn so với mức 4,36% vào tháng 1/2019. Với kết quả này, MWG **hoàn thành 10% kế hoạch doanh thu và 11% kế hoạch LNST cả năm**.
- **Mức tăng trưởng trên 20% so với cùng kỳ năm trước cho cả doanh thu và LNST là nỗ lực rất lớn của MWG**, do tháng 1/2019 Công ty kinh doanh đủ 31 ngày trong khi tháng 1 năm nay MWG chỉ hoạt động 27 ngày đối với chuỗi TGDD – ĐMX và 23 ngày đối với chuỗi BHX. Theo số liệu của tổng cục thống kê, tính chung toàn thị trường Việt Nam, doanh thu bán lẻ hàng hóa tháng 1/2020 ước tính tăng 10,7% (trong đó lương thực, thực phẩm tăng 7,2% và đồ dùng, dụng cụ, trang thiết bị gia đình chỉ tăng 6,1%) so với tháng 1/2019.
- Trong mô hình bán lẻ đa kênh (Omni-channel), MWG đang tận dụng nguồn nhân viên, hàng hóa tại các cửa hàng để đáp ứng hiệu quả các đơn hàng online. Tuy nhiên, **trong tháng Tết, Công ty đã tập trung nguồn lực để phục vụ lượng khách đến mua sắm tăng mạnh tại cửa hàng**. Khách chọn đến trực tiếp tại cửa hàng do có nhu cầu mua nhiều loại sản phẩm, cần được tư vấn - hỗ trợ kỹ thuật nhanh chóng, không phải chờ đợi giao hàng trong dịp cao điểm, muốn được mua hàng trả góp dễ dàng. Do đó, doanh thu đến từ các giao dịch online giảm so với các tháng trước, đóng góp 5% tổng doanh thu của MWG. Tỷ trọng này sẽ tăng khi hoạt động kinh doanh trở lại bình thường sau Tết.
- Về mặt ngành hàng, so với tháng 1/2019, **điện thoại tăng trưởng rất tích cực trên 10%** (đây là mức tăng trưởng so với cùng kỳ cao nhất của ngành hàng này kể từ đầu năm 2019 đến nay), **sản phẩm điện tử cũng tăng trên 10%, nhóm điện lạnh - gia dụng tăng trên 20% và máy tính xách tay tăng trên 30%**. Ngành hàng mới – đồng hồ mang về hơn 160 tỷ đồng doanh thu cho MWG với gần 100,000 đồng hồ các loại bán ra trong T1/2020.
- Chuỗi BHX ghi nhận doanh thu tăng hơn gấp đôi so với cùng kỳ. Trong số **1.041 cửa hàng** tại thời điểm cuối tháng 1 có:
 - **603 cửa hàng tại khu vực tỉnh**, tương đương **58% số cửa hàng của toàn chuỗi**.
 - **195 cửa hàng lớn 300m²**, chiếm **19% số cửa hàng toàn chuỗi** (gồm 90 cửa hàng BHX kết hợp bán gia dụng)
- **Doanh thu bình quân mỗi cửa hàng BHX đạt khoảng 1,25 tỷ đồng cho 23 ngày bán hàng trong tháng 1** (tính cho các cửa hàng khai trương trước 01/01/2020). Mức này tương đương với doanh thu trung bình hơn 53 triệu/cửa hàng/ngày, tăng 20% so với cùng kỳ tháng 1 năm 2019 (1,35 tỷ đồng trung bình một cửa hàng cho 31 ngày hoạt động, tương đương với gần 44 triệu đồng/cửa hàng/ngày).
- Kể từ cuối tháng 1 đến nay, dịch bệnh viêm phổi cấp Covid-19 đã làm ảnh hưởng ít nhiều tới tình hình kinh doanh của các doanh nghiệp tại Việt Nam. Ban Lãnh Đạo MWG cũng đã cân nhắc các tình huống có thể phát sinh và chuẩn bị các phương án đối phó phù hợp. Tuy nhiên, cho tới thời điểm hiện tại, Công ty chưa nhận thấy các tác động tiêu cực ảnh hưởng nghiêm trọng đến hoạt động kinh doanh và không có ý định điều chỉnh kế hoạch kinh doanh năm 2020.