

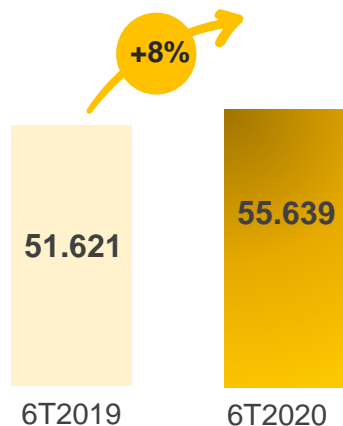
Công ty Cổ Phần Đầu Tư Thế Giới Di Động (MWG)

TÌNH HÌNH KINH DOANH 6 THÁNG ĐẦU NĂM 2020



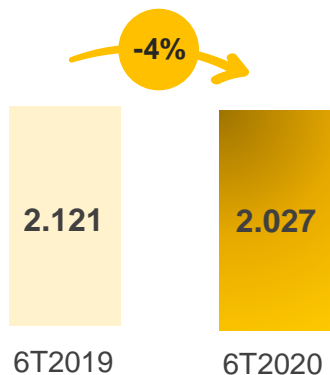
DOANH THU THUẦN

(tỷ đồng)

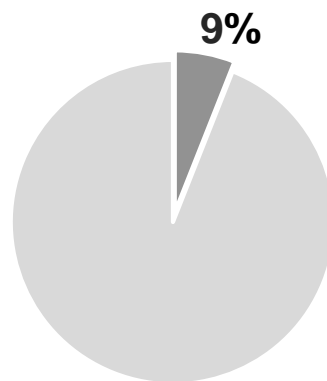


LỢI NHUẬN SAU THUẾ

(tỷ đồng)



ĐÓNG GÓP CỦA CÁC GIAO DỊCH ONLINE



Doanh thu online: 4.993 (tỷ đồng)



3.501 cửa hàng tính tới cuối T6/2020

DOANH THU THEO CHUỖI	SỐ LƯỢNG CỬA HÀNG	CƠ CẤU	TĂNG TRƯỞNG DOANH THU 6T2020 SO VỚI CÙNG KỲ
TGDĐ	971	26%	-15%
ĐMX	1.044	57%	4%
BHX	1.486	17%	132%

* Cơ cấu doanh thu chưa bao gồm doanh thu Bigphone



TÌNH HÌNH KINH DOANH 6 THÁNG ĐẦU NĂM 2020

- Lũy kế 6 tháng đầu năm 2020, MWG ghi nhận **doanh thu thuần hợp nhất đạt 55.639 tỷ đồng (tăng trưởng 8%) và lợi nhuận sau thuế (LNST) đạt 2.027 tỷ đồng (giảm 4%)** so với cùng kỳ năm 2019. Với kết quả này, MWG đã hoàn thành 51% kế hoạch doanh thu và 59% kế hoạch LNST cả năm.
- Doanh thu online chiếm hơn 9% tổng doanh thu 6 tháng đầu năm của MWG. Nếu chỉ tính riêng TGDĐ và ĐMX, tỷ trọng doanh thu online của hai chuỗi này đạt khoảng 11% (tương đương giai đoạn từ tháng 5 đến tháng 12/2019).
- Kết thúc mùa cao điểm máy lạnh, doanh thu riêng tháng 6/2020 của MWG giảm 8% so với cùng kỳ do sức cầu tiêu thụ các sản phẩm điện tử tiêu dùng bắt đầu bị ảnh hưởng rõ rệt. Tuy nhiên, Công ty vẫn nỗ lực bảo vệ được biên lợi nhuận ròng ở mức 3,7%, tương đương biên lợi nhuận ròng tháng 6/2019.
- Để đảm bảo hiệu quả kinh doanh trong bối cảnh khách hàng đang thắt chặt chi tiêu do ảnh hưởng của dịch bệnh, MWG đã chủ động (i) đa dạng hóa danh mục sản phẩm với nhiều lựa chọn về nhãn hàng và mức giá hợp lý để đáp ứng nhu cầu của người tiêu dùng, song song với (ii) tích cực đẩy mạnh nhóm sản phẩm có biên lợi nhuận gộp tốt như gia dụng, phụ kiện, đồng hồ, thực phẩm và hàng tiêu dùng. Nhờ đó, biên lợi nhuận gộp lũy kế 6 tháng đầu năm đạt trên 21% (tăng mạnh so với mức 17,8% cùng kỳ 2019), giúp Công ty bù đắp được tỷ lệ chi phí vận hành đang tăng lên (do tỷ trọng đóng góp doanh thu của BHX ngày càng lớn) và duy trì biên lợi nhuận ròng lũy kế 6 tháng ở mức 3,6%.
- Theo ngành hàng, lũy kế 6 tháng đầu năm:
 - a. Nhóm sản phẩm gia dụng và điện lạnh tiếp tục duy trì mức tăng trưởng doanh thu dương so với cùng kỳ.
 - b. Doanh số máy tính xách tay tăng mạnh 95%.
 - c. Ngành hàng đồng hồ mang về hơn 620 tỷ đồng với sản lượng bán ra hơn 400 ngàn chiếc (bao gồm cả đồng hồ thời trang và đồng hồ thông minh – smartwatch) trong nửa đầu năm nay.
 - d. Doanh số từ thực phẩm và hàng FMCGs gấp 2,3 lần so với 6 tháng 2019.
- Trong 6 tháng đầu năm, MWG đã tăng thêm 26 cửa hàng ĐMX, phần lớn do chuyển đổi từ cửa hàng TGDĐ. Cuối tháng 6/2020, Công ty đã quyết định đóng toàn bộ các cửa hàng Điện Thoại Siêu Rẻ do chưa đạt được hiệu quả kinh doanh như kỳ vọng. Tuy nhiên, thử nghiệm này cũng mang lại nhiều giá trị cho MWG như:
 - a. Công ty đã có nhiều cải tiến trong quy trình vận hành cửa hàng, hoàn thiện các công cụ/ứng dụng để tăng năng suất lao động của nhân viên, tiết giảm chi phí nhân sự đáng kể để triển khai cho toàn hệ thống TGDĐ – ĐMX.
 - b. Đây cũng là tiền đề cho mô hình Supermini ĐMX với diện tích nhỏ (120-150m²), cung cấp khoảng 60% danh mục các sản phẩm điện thoại – điện máy cơ bản, với đầy đủ các dịch vụ hậu mãi, hướng đến phục vụ khách hàng ở khu vực nông thôn, đi sâu vào những tuyến huyện - xã chưa có sự xuất hiện của các cửa hàng điện máy hiện đại.



TÌNH HÌNH KINH DOANH 6 THÁNG ĐẦU NĂM 2020

- Trong tổng số 1.486 cửa hàng BHX tại thời điểm cuối tháng 6:
 - a. Theo địa bàn hoạt động: chuỗi có 999 cửa hàng ở khu vực tỉnh, chiếm 67% tổng số cửa hàng (so với mức 36% cùng kỳ năm trước).
 - b. Theo loại cửa hàng: chuỗi có 245 cửa hàng lớn (>300m²), chiếm hơn 17% tổng số cửa hàng (tương đương tỷ lệ cuối tháng 6/2019).
- Tháng 6/2020, BHX đã khai trương thêm 121 cửa hàng (trung bình 4 cửa hàng mới mỗi ngày). Trong các tháng gần đây, mục tiêu của BHX là mở rộng mạnh mẽ, tăng cường độ phủ dày đặc nhằm nhanh chóng cải thiện công suất phục vụ của các kho/ trung tâm phân phối ở khu vực tỉnh, điều này dẫn đến doanh thu bình quân tính cho mỗi cửa hàng ghi nhận ở mức 1,1 tỷ đồng, trong đó:
 - a. 40% số cửa hàng đã hoạt động tối thiểu 12 tháng, bao gồm: (i) các cửa hàng đã kinh doanh từ 18 tháng trở lên (khai trương trước 1/1/2019) đạt doanh thu bình quân 1,4 tỷ đồng/cửa hàng; và (ii) các cửa hàng đã kinh doanh từ 12 đến dưới 18 tháng (khai trương trước 1/7/2019) đạt doanh thu bình quân 1,3 tỷ đồng/cửa hàng.
 - b. 60% số cửa hàng còn lại hoạt động dưới 12 tháng (khai trương từ tháng 7/2019 trở đi), chủ yếu ở các tỉnh mới, đi sâu vào nhiều tuyến huyện – tuyến xã ghi nhận mức doanh thu bình quân gần 1 tỷ đồng/cửa hàng. Tuy nhiên, chi phí vận hành các cửa hàng này cũng thấp hơn so với cửa hàng đang hoạt động tại các tỉnh thành lớn.
- Bên cạnh việc tập trung phát triển thị trường tỉnh dẫn tới cơ cấu doanh thu trung bình có sự thay đổi, BHX cũng đang chịu ảnh hưởng nhất định từ yếu tố mùa vụ (mùa mưa từ tháng 6), tác động tới nguồn cung thực phẩm cũng như tình hình tiêu thụ hàng hóa vào các khung giờ cao điểm buổi chiều tối.

TUYÊN BỐ MIỄN TRỪ TRÁCH NHIỆM

- Báo cáo này được viết nhằm mục đích cung cấp thông tin định kỳ cho mọi cổ đông của MWG.
- Thông tin trong báo cáo này được thu thập từ nhiều nguồn khác nhau và không đảm bảo về sự hoàn chỉnh, sự đầy đủ cũng như độ chính xác tuyệt đối của thông tin.
- Các thông tin trong báo cáo này chưa được kiểm toán.
- Cá nhân/tổ chức sử dụng báo cáo này cần lưu ý rằng báo cáo này không mang tính chất mời chào mua hay bán bất cứ chứng khoán, quyền chọn, hợp đồng tương lai hay công cụ phái sinh nào. Cá nhân/tổ chức sử dụng báo cáo này tự chịu trách nhiệm về quyết định của mình.