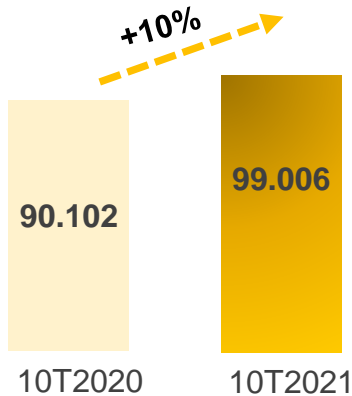




## TÌNH HÌNH KINH DOANH 10 THÁNG ĐẦU NĂM 2021

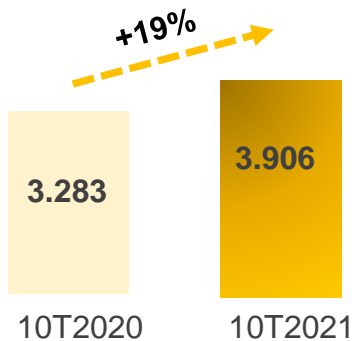
### DOANH THU THUẦN (tỷ đồng)



**79%**

Hoàn thành  
kế hoạch  
doanh thu 2021  
là 125.000 tỷ đồng

### LỢI NHUẬN SAU THUẾ (tỷ đồng)

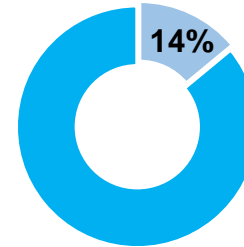


**82%**

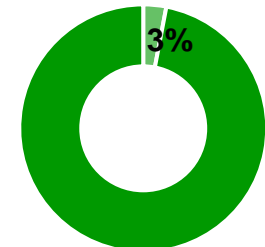
Hoàn thành  
kế hoạch  
LNST 2021  
là 4.750 tỷ đồng

### DOANH THU ONLINE 10T2021 CHIẾM 11% DOANH THU THUẦN CỦA MWG VÀ TĂNG 40% SV. CÙNG KỲ

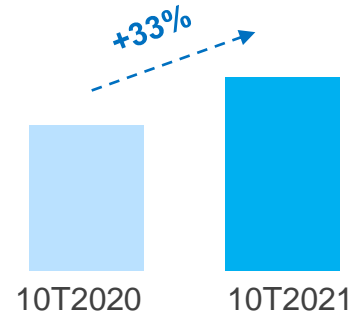
Tỷ trọng doanh thu online  
trong chuỗi TGDD & ĐMX



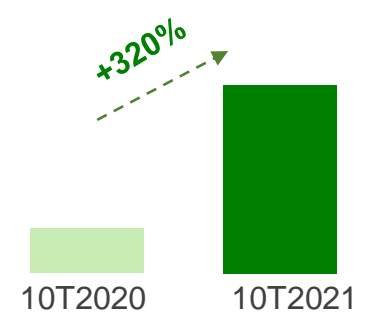
Tỷ trọng doanh thu online  
trong chuỗi BHX



Tăng trưởng doanh thu online  
chuỗi TGDD & ĐMX



Tăng trưởng doanh thu  
online chuỗi BHX



MWG có **4.921** cửa hàng tính tới cuối tháng 10 năm 2021.

Trong đó: 958 TGDD, 1.802 ĐMX, 1.976 BHX, 50 Bluetronics, 4 Topzone và 131 nhà thuốc An Khang



## TÌNH HÌNH KINH DOANH 10 THÁNG ĐẦU NĂM 2021

- Lũy kế 10 tháng đầu năm 2021, MWG ghi nhận **doanh thu thuần hợp nhất là 99.006 tỷ đồng (tăng 10% so với cùng kỳ) và lợi nhuận sau thuế là 3.906 tỷ đồng (tăng 19% so với cùng kỳ)**. Doanh thu online đóng góp 11.037 tỷ đồng (tăng 40% so với cùng kỳ). **Như vậy, Công ty đã hoàn thành 79% kế hoạch doanh thu và 82% kế hoạch LNST cả năm.**
- Riêng tháng 10, doanh thu đạt 12.186 tỷ đồng và LNST đạt 568 tỷ đồng, tăng lần lượt là 39% và 86% so với cùng kỳ. Đây là tháng có doanh thu cao thứ hai và lợi nhuận kỷ lục trong lịch sử hoạt động của MWG. So với tháng 9, doanh thu tháng này tăng 46% và LNST tăng 71% nhờ sự hồi phục ấn tượng của chuỗi TGDD/ĐMX sau khi được mở cửa bán hàng trở lại.
- Tổng doanh số của TGDD và ĐMX trong tháng 10 đạt gần 10.200 tỷ đồng, tăng 52% so với cùng kỳ. Lũy kế 10 tháng, hai chuỗi đóng góp gần 74.100 tỷ đồng doanh thu, tăng 2% so với cùng kỳ. Để có được thành quả này, TGDD và ĐMX đã:
  - Chủ động chuẩn bị nhân lực, điều chỉnh quy trình phục vụ để mở cửa bán hàng trở lại sớm nhất, đồng loạt và an toàn.
  - Nhận định rủi ro thiếu hàng từ sớm, công ty đã nỗ lực làm việc với nhà cung cấp, sâu sát trong khâu điều phối – luân chuyển hàng hóa. Trong bối cảnh thị trường Việt Nam và toàn cầu đang bị ảnh hưởng đáng kể về nguồn cung, việc có hàng để phục vụ người tiêu dùng là yếu tố then chốt giúp Công ty ghi nhận doanh thu khả quan ngay cả khi tổng nhu cầu của thị trường không tăng. Ở khía cạnh này, khả năng phân tích thị trường nhạy bén cùng với mối quan hệ đối tác chiến lược lâu dài và dòng tiền lành mạnh là những lợi thế vượt trội của MWG.
  - Triển khai chương trình khuyến mãi hấp dẫn để đáp ứng nhu cầu mua sắm của người dân sau nhiều tháng giãn cách.
- Giá trị giao dịch online lũy kế 10 tháng đầu năm đạt hơn 10.270 tỷ đồng, tăng 33% so với cùng kỳ và chiếm 14% tổng doanh thu của TGDD và ĐMX. Riêng tháng 10/2021, doanh thu online đạt hơn 1.640 tỷ đồng, tăng 168% so với cùng kỳ.
- Trong tháng 10, TGDD và ĐMX còn ghi nhận sự bứt phá mạnh mẽ của các ngành hàng so với cùng kỳ:
  - Điện thoại tăng trưởng 68% về doanh thu với chương trình chào bán sản phẩm Iphone 13 series và sự kiện ra mắt chuỗi Topzone thành công vượt kỳ vọng. Riêng điện thoại chiếm hơn 45% tổng doanh số của TGDD/ĐMX.
  - Laptop đem lại trên 1.000 tỷ đồng, tăng trưởng doanh thu 130%.
  - Gia dụng đóng góp gần 750 tỷ đồng, tăng trưởng doanh thu hơn 50%.
- Sau 10 ngày khai trương, 4 cửa hàng Topzone đóng góp 40 tỷ đồng (1 tỷ đồng/cửa hàng/ngày). Sản lượng Iphone 13 bán ra tại Topzone chiếm gần 10% tổng số Iphone13 bán ra trên toàn hệ thống TGDD/ĐMX.
- Với 618 cửa hàng tại thời điểm 31/10/2021, chuỗi ĐMS mang về hơn 5.100 tỷ doanh thu lũy kế cho MWG. Công ty dự kiến có 800 điểm bán mô hình này cuối năm 2021 và hoàn thành mục tiêu 1.000 cửa hàng ĐMS trong nửa đầu năm 2022.



## TÌNH HÌNH KINH DOANH 10 THÁNG ĐẦU NĂM 2021

- Chuỗi BHX ghi nhận tổng doanh thu lũy kế đạt gần 24.600 tỷ đồng, tăng 44% so với 10 tháng đầu năm 2020.
- Doanh thu riêng tháng 10/2021 là khoảng 2.000 tỷ đồng. Doanh thu bình quân trong tháng 10 đạt xấp xỉ 1 tỷ đồng/cửa hàng/tháng và chưa quay về mức bình quân thời điểm trước dịch, chủ yếu do:
  - Các địa bàn trọng yếu chiếm gần 50% doanh thu của chuỗi BHX là Tp.HCM, Đồng Nai, Bình Dương, Long An, Tiền Giang mặc dù đã hết giãn cách nhưng vẫn đang là những khu vực có số ca nhiễm Covid cao nhất cả nước. Do đó, sinh hoạt của người dân chưa quay về bình thường như trước và một bộ phận người lao động đã rời khỏi các “thủ phủ công nghiệp” này về quê.
  - Theo khảo sát thị trường, nhu cầu mua sắm thực phẩm tươi sống của các hộ gia đình đang có xu hướng giảm sau khi nhà hàng/quán ăn được dỡ bỏ các hạn chế hoạt động. Trong khi đó, việc chợ truyền thống mở cửa trở lại cùng với sự xuất hiện của nhiều cá nhân/cửa hàng nhỏ lẻ bán hàng tươi sống sau mùa dịch cũng tạo thêm nhiều lựa chọn cho người tiêu dùng.
- Doanh thu và giá trị đơn hàng trên kênh BHX online tháng 10 đã quay về mức bình thường sau khi tăng đột biến trong quý 3. Tuy nhiên, doanh thu online trong tháng này vẫn cao hơn 40% mức bình quân thời điểm trước dịch. Lũy kế sau 10 tháng đầu năm, doanh thu online gấp 4,2 lần và số lượng đơn hàng gấp 3,2 lần so cùng kỳ 2020. Các giao dịch online đóng góp hơn 3% trong tổng doanh thu lũy kế của BHX.
- Trong những tháng cuối năm, BHX sẽ tập trung kiểm soát chi phí để duy trì hiệu quả kinh doanh:
  - Chỉ mở mới các mặt bằng đã ký kết và đã có kế hoạch xây dựng, hướng tới vận hành hơn 2.000 cửa hàng cuối 2021.
  - Tối ưu hóa sắp xếp nhân sự và tiếp tục cải thiện năng suất nhân viên (chương trình tạm ngưng trong giai đoạn dịch bệnh để tập trung phục vụ khách hàng).
  - Tiếp tục gia tăng tỷ trọng đóng góp các sản phẩm nhãn hàng riêng và phân phối độc quyền, song song với kiểm soát tỷ lệ hủy hàng để duy trì biên lợi nhuận gộp.