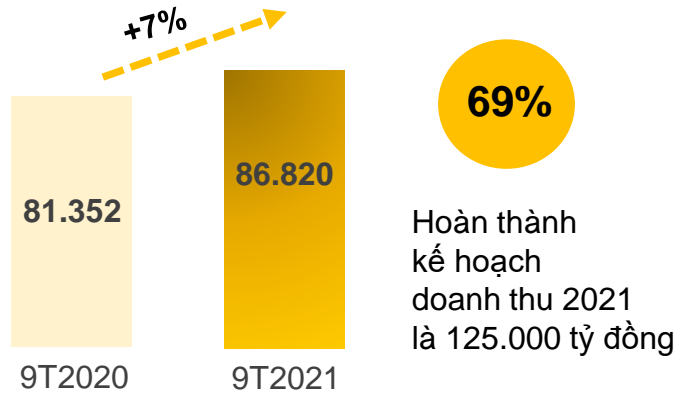


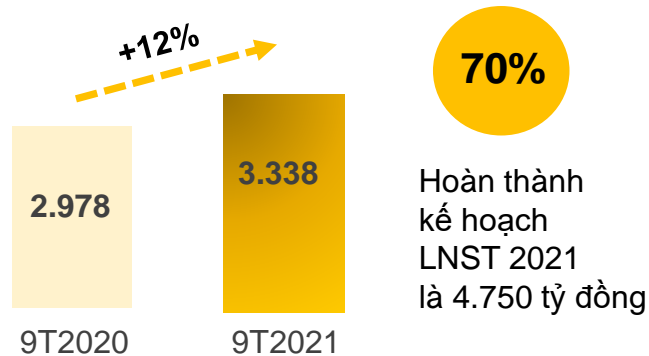


## TÌNH HÌNH KINH DOANH 9 THÁNG ĐẦU NĂM 2021

### DOANH THU THUẦN (tỷ đồng)

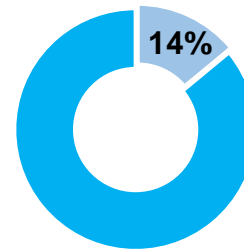


### LỢI NHUẬN SAU THUẾ (tỷ đồng)

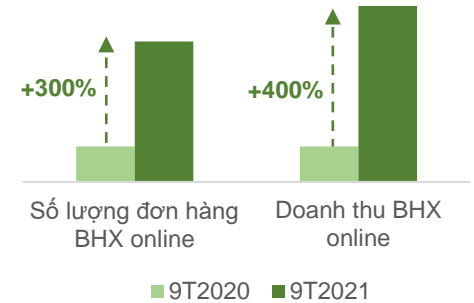


### HOẠT ĐỘNG KINH DOANH ONLINE

Tỷ trọng doanh thu online trong chuỗi TGDD & ĐMX 9T2021



Kênh online đóng góp 3% trong doanh thu chuỗi BHX



4.715 cửa hàng tính tới cuối T9/2021

CHUỖI	SỐ LƯỢNG CỬA HÀNG	CƠ CẤU DOANH THU	TĂNG TRƯỞNG DOANH THU 9T2021 SV. CÙNG KỲ
TGDD	950	23,6%	- 7%
ĐMX	1.781	50,0%	- 2%
BHX	1.934	26,0%	+50%
Bluetronics	50	0,4%	+263%



## TÌNH HÌNH KINH DOANH 9 THÁNG ĐẦU NĂM 2021

- Lũy kế 9 tháng đầu năm 2021, MWG ghi nhận **doanh thu thuần hợp nhất là 86.820 tỷ đồng (tăng 7% so với cùng kỳ) và lợi nhuận sau thuế là 3.338 tỷ đồng (tăng 12% so với cùng kỳ)**. Doanh thu online đóng góp gần 9.320 tỷ đồng (tăng 29% so với cùng kỳ). **Như vậy, Công ty đã hoàn thành 69% kế hoạch doanh thu và 70% kế hoạch LNST cả năm.**
- Riêng tháng 9/2021, doanh thu thuần đạt 8.325 tỷ đồng và LNST đạt gần 333 tỷ đồng, tăng lần lượt là 28% về doanh thu và 50% về lợi nhuận so với tháng 8 sau khi các cửa hàng được phép hoạt động trở lại tại một số tỉnh thành. So với cùng kì, LNST của MWG đã quay về mức tăng trưởng dương trong tháng 9 mặc dù vẫn giảm 17% tính cho cả quý 3 do tác động nghiêm trọng của đợt bùng phát dịch Covid trong thời gian qua.
- TGDD và ĐMX đóng góp 63.900 tỷ đồng doanh thu lũy kế sau 9 tháng, giảm 3% so với cùng kỳ năm trước.
  - Trong bối cảnh khoảng 60% tổng số điểm bán trên toàn quốc phải tạm đóng cửa hoặc hạn chế bán hàng trong tháng 9, hai chuỗi này mang về hơn 6.300 tỷ đồng, tương đương khôi phục gần 80% mức doanh số bình quân thời điểm trước dịch. Đây là thành quả của sự chuẩn bị kỹ lưỡng về nguồn hàng, nhân sự, chương trình khuyến mãi để tập trung đẩy mạnh bán hàng ngay sau khi các biện pháp giãn cách xã hội dần nới lỏng từ nửa sau tháng 9.
  - Tại những địa phương siết chặt giãn cách xã hội, hầu hết các cửa hàng phải tạm đóng hoặc hạn chế bán hàng đều ghi nhận lỗ và chi phí vận hành của hệ thống được gánh vác bởi các khu vực ít bị ảnh hưởng bởi dịch bệnh. Để giảm thiểu thiệt hại cho cổ đông, ngoài việc điều chỉnh giảm thu nhập của nhân viên, TGDD/ĐMX đã trao đổi và nhận được sự hỗ trợ thiện chí của hầu hết chủ mặt bằng, ngoại trừ một số rất ít chủ nhà.
- Với việc các thiết bị điện tử - điện máy được giao hàng thông suốt trở lại, hoạt động kinh doanh online bứt phá trong tháng 9, đóng góp 1.670 tỷ đồng và chiếm 27% tổng doanh thu của hai chuỗi. Doanh số online tăng mạnh 118% so với cùng kỳ và gấp đôi mức bình quân thời điểm trước dịch. Doanh thu online lũy kế 9 tháng đạt gần 8.630 tỷ đồng (tăng 21% so với cùng kỳ). TGDD và ĐMX cũng chủ động triển khai gian hàng chính hãng trên các sàn TMĐT để mở rộng tiếp cận nhóm khách hàng mới. Công ty đang hướng đến mục tiêu tăng trưởng doanh thu online 50% cho cả năm 2021.
- Máy tính xách tay (laptop) tăng trưởng vượt bậc do hưởng lợi từ nhu cầu học tập và làm việc tại nhà trong mùa dịch. Trong tháng 9, ngành hàng này ghi nhận sản lượng bán ra hơn 50 ngàn sản phẩm và doanh thu gần 1.000 tỷ đồng (tăng 128% so với tháng 9/2020). Lũy kế 9 tháng đầu năm, MWG ước tính chiếm khoảng 40% thị phần bán lẻ laptop với doanh số gần 3.300 tỷ đồng, tăng trưởng 30% so với cùng kỳ năm 2020.
- Với 601 cửa hàng tại thời điểm 30/09/2021, chuỗi ĐMS đóng góp hơn 4.400 tỷ doanh thu lũy kế và chiếm gần 12% doanh thu của chuỗi ĐMX. Công ty sẽ đẩy nhanh tiến độ mở mới trong quý 4 để đạt mốc 800 cửa hàng vào cuối năm.



## TÌNH HÌNH KINH DOANH 9 THÁNG ĐẦU NĂM 2021

- Từ 2 điểm bán thử nghiệm vào tháng 4/2021 tại Tp.HCM, Công ty đã có 43 cửa hàng ĐMX kinh doanh xe đạp cuối tháng 9 và dự kiến nâng lên 150 điểm bán trên toàn quốc vào cuối năm. Việc các cửa hàng ĐMX tận dụng phần diện tích sân trước để kinh doanh xe đạp dự kiến giúp mỗi cửa hàng tăng thêm 800 triệu – 1 tỷ đồng doanh thu/ tháng khi đi vào hoạt động ổn định mà không phát sinh thêm chi phí vận hành đáng kể. Quy mô thị trường này ước tính khoảng 5.000 tỷ đồng mỗi năm và đang có xu hướng tăng lên khi nhu cầu vận động nâng cao sức khỏe của người dân ngày càng lớn sau đại dịch.
- Với (i) việc hầu hết các cửa hàng được phép đón khách trực tiếp trở lại và (ii) sự ra đời của [Topzone](#) ngay trong đợt chào bán loạt sản phẩm Iphone 13, kết quả kinh doanh của TGDD và ĐMX kỳ vọng sẽ hồi phục mạnh mẽ trong tháng 10.
  - Topzone là chuỗi cửa hàng ủy quyền chuyên bán sản phẩm Apple cao cấp tại Việt Nam, bao gồm đầy đủ và đa dạng các sản phẩm trong hệ sinh thái Apple như iPhone, iPad, Apple Watch, Macbook và các phụ kiện chính hãng.
  - Topzone có 2 mô hình cửa hàng là (i) Apple Authorized Reseller - AAR với diện tích từ 100-120m2 tích hợp bên cạnh cửa hàng TGDD/ĐMX (khai trương trong tháng 10/2021) và (ii) Apple Premium Reseller – APR là các cửa hàng độc lập với quy mô lớn hơn từ 180-220m2 (dự kiến khai trương trong tháng 12/2021). Doanh thu dự kiến cho mỗi cửa hàng AAR là 2-3 tỷ đồng/tháng và mỗi cửa hàng APR là 8-10 tỷ đồng/tháng. Các cửa hàng được đầu tư và vận hành theo tiêu chuẩn cao cấp của Apple, từ thiết kế, sản phẩm kinh doanh đến nhân sự được trang bị kiến thức sản phẩm và kỹ năng bán hàng chuyên nghiệp như mô hình Apple store trên toàn cầu.
  - MWG đặt kế hoạch mở 50-60 cửa hàng Topzone từ nay đến hết quý 1/2022 để chiếm lĩnh thị trường bán lẻ sản phẩm Apple và tiếp tục gia tăng thị phần bán lẻ điện thoại nói chung tại Việt Nam.



Phiên bản Topzone - Apple Authorized Reseller



## TÌNH HÌNH KINH DOANH 9 THÁNG ĐẦU NĂM 2021

- Chuỗi BHX ghi nhận tổng doanh thu lũy kế hơn 22.600 tỷ đồng, tăng 50% so với 9 tháng đầu năm 2020.
- Doanh thu riêng tháng 9/2021 đạt gần 2.000 tỷ đồng, tăng 6% so với cùng kỳ. Trong suốt tháng 9, dưới tác động của việc giãn cách xã hội theo nguyên tắc “ai ở đâu ở yên đó” tại một số tỉnh thành, hơn 40% trên tổng số 1.934 điểm bán của BHX không thể phục vụ khách mua sắm trực tiếp tại cửa hàng và 42 điểm bán phải đóng cửa do nằm trong khu vực phong tỏa. Thực phẩm được cung ứng cho người dân qua phương thức “đi chợ hộ” hoặc đội ngũ giao hàng. Mặc dù đã nhanh chóng ứng dụng giải pháp công nghệ, BHX chưa thể đáp ứng hết nhu cầu của khách hàng tại những khu vực bị hạn chế này.
- Nhờ kiểm soát vận hành tốt hơn, BHX đã cải thiện hiệu quả hoạt động đáng kể so với thời điểm trước dịch. Với mức doanh thu bình quân trên mỗi cửa hàng khoảng 1 tỷ đồng, BHX vẫn duy trì được EBITDA dương trong tháng 9 và tiếp tục gia tăng biên EBITDA lũy kế sau 9 tháng ở cấp độ Công ty.
- Khi người tiêu dùng tìm đến kênh online nhiều hơn do việc mua sắm offline gặp khó khăn, BHX online tiếp tục phát huy sức mạnh và ghi nhận kết quả khả quan với tháng thứ 3 liên tiếp vượt mốc doanh số 100 tỷ đồng. Kênh bán hàng qua website bachhoaxanh.com có số lượng đơn hàng lũy kế gấp 4 lần và doanh thu lũy kế gấp 5 lần so cùng kỳ 2020. Tỷ trọng online trong tổng doanh thu BHX lần lượt là khoảng 3% lũy kế sau 9 tháng và 5% chỉ tính riêng tháng 9.
- Sau khi Tp.HCM và nhiều tỉnh thành phía Nam bắt đầu nới lỏng các biện pháp giãn cách xã hội, nhiều cuộc di chuyển lớn của người dân từ các “thủ phủ công nghiệp” về quê sẽ ảnh hưởng đến tình hình kinh doanh của Công ty trong thời gian tới do đây là những thị trường trọng yếu và đang đóng góp gần 50% doanh thu của chuỗi BHX. Tuy vậy, sức mua dự kiến sẽ dần hồi phục khi các địa phương này kiểm soát tốt dịch bệnh, tạo điều kiện để doanh nghiệp tiếp tục hoạt động sản xuất – kinh doanh và người lao động yên tâm quay lại làm việc trong thời kỳ “bình thường mới”.
- Tại ngày 30/09/2021, An Khang có 119 nhà thuốc đang hoạt động. Doanh thu lũy kế của An Khang gấp 5 lần so với 9 tháng đầu năm 2020. Cùng với sự tăng trưởng mạnh mẽ về doanh số, chuỗi này cũng bắt đầu ghi nhận hiệu quả hoạt động tích cực ở cấp độ Công ty.
- Song song với nỗ lực phát triển kinh doanh, MWG cũng triển khai các hoạt động chia sẻ trách nhiệm xã hội như: (i) Chiến dịch “Góp triệu yêu thương - Trao ngàn tấn gạo” đã trao 2.000 tấn gạo đến 100.000 hộ gia đình khó khăn tại 23 tỉnh thành phía Nam chịu ảnh hưởng nặng nề bởi dịch Covid-19; và (ii) hoạt động của chuỗi Bluetronics trao 100 tấn gạo cho người nghèo tại 13 tỉnh thành của Campuchia. Những chương trình có ý nghĩa nhân văn này nhận được sự hưởng ứng và đồng hành từ nhiều đối tác lớn của Công ty như Samsung, Oppo, Xiaomi, LG, Sony, Panasonic, Toshiba, Sharp...