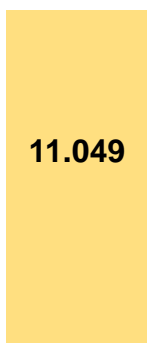




TÌNH HÌNH KINH DOANH THÁNG 1 NĂM 2021

DOANH THU THUẦN

(tỷ đồng)

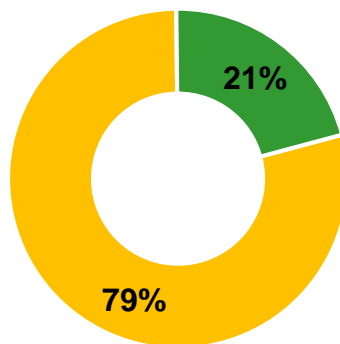


1T2021

9%

Hoàn thành kế hoạch doanh thu 2021 là 125.000 tỷ đồng

CƠ CẤU DOANH THU THEO CHUỖI



■ TGDD+ĐMX ■ BHX



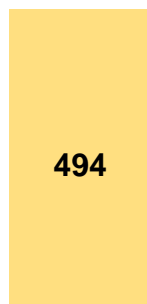
4.157 tại cuối T1/2021

THEO CHUỖI	SỐ LƯỢNG CỬA HÀNG
TGDD	908
ĐMX	1.500
BHX	1.749

Cơ cấu doanh thu và số lượng cửa hàng chưa bao gồm Bluetronics

LỢI NHUẬN SAU THUẾ

(tỷ đồng)

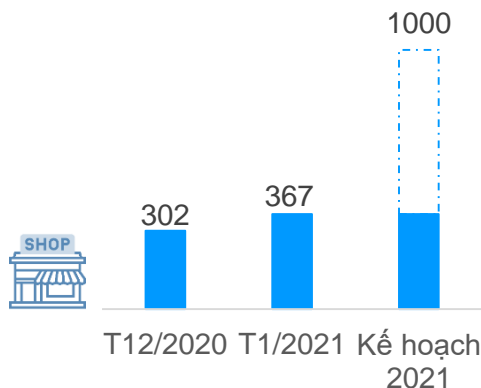


1T2021

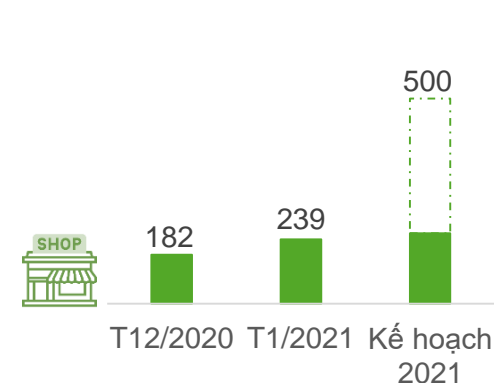
10%

Hoàn thành kế hoạch LNST 2021 là 4.750 tỷ đồng

SỐ CỬA HÀNG ĐMX Supermini (ĐMS)



SỐ CỬA HÀNG BHX DIỆN TÍCH LỚN HƠN 500M2





TÌNH HÌNH KINH DOANH THÁNG 1 NĂM 2021

- Tháng 1/2021, MWG ghi nhận **doanh thu thuần hợp nhất là 11.049 tỷ đồng và lợi nhuận sau thuế (LNST) là 494 tỷ đồng. Như vậy, biên lợi nhuận ròng của Công ty đạt 4,5%, biên lợi nhuận thường đạt đỉnh vào tháng 1 hàng năm.** Với kết quả này, MWG đã hoàn thành 9% kế hoạch doanh thu và 10% kế hoạch LNST cả năm.
- Nhu cầu mua sắm của khách hàng thường tăng mạnh trong khoảng 2 tuần trước Tết Nguyên Đán. Theo đó, mùa cao điểm bán hàng năm nay bắt đầu từ cuối tháng 1 và kéo dài đến hết ngày 10 tháng 2 thay vì tập trung vào tháng Giêng như năm trước. Do vậy, việc so sánh tăng trưởng so với cùng kỳ tháng 1 không có nhiều ý nghĩa. **Kết quả lũy kế 2 tháng đầu năm sẽ phản ánh đúng bức tranh tổng thể cho mùa kinh doanh Tết.**
- Cuối tháng 1/2021, đợt bùng phát dịch Covid lần thứ 3 khiến nhiều tỉnh thành phải thực hiện việc giãn cách xã hội, phong tỏa các khu vực có ca nhiễm đã tác động không nhỏ tới tình hình kinh doanh của các mặt hàng không thiết yếu. Tuy nhiên, nhờ mở rộng mạnh mẽ chuỗi ĐMX supermini (ĐMS) và sự đóng góp tích cực các ngành hàng chính, tác động của dịch Covid lên hoạt động kinh doanh của MWG đã được hạn chế.
- TGDĐ và ĐMX đạt hơn 8.700 tỷ doanh thu (tăng 24% so với tháng 12/2020 và tăng 20% so với mức trung bình của 12 tháng trong năm 2020). Trong đó, chuỗi ĐMS - động lực tăng trưởng của mảng bán lẻ điện tử tiêu dùng trong năm 2021- tiếp tục mở 65 điểm bán mới trong tháng 1, nâng tổng số cửa hàng lên 367 và mang về hơn 450 tỷ đồng doanh thu cho Công ty. Doanh thu bình quân mỗi cửa hàng đạt hơn 1,2 tỷ đồng trong tháng cao điểm.
- Doanh thu đến từ các giao dịch online chiếm hơn 8% tổng doanh số của TGDĐ và ĐMX. Vào dịp Tết, khách hàng có xu hướng đến trực tiếp cửa hàng nhiều hơn mua online vì cần được tư vấn - hỗ trợ kỹ thuật nhanh chóng, không phải chờ đợi giao hàng, có nhiều lựa chọn mua trả góp dễ dàng. Đặc biệt là lượng khách hàng mới của ĐMS ở vùng sâu, vùng xa hầu hết chỉ quen mua sắm tại cửa hàng.
- Với 1749 cửa hàng tại ngày 31/01/2021 và kênh BHX online, chuỗi BHX ghi nhận doanh thu gần 2.300 tỷ đồng, tương đương mức đóng góp gần 21% tổng doanh thu của MWG. Trong tháng 1, doanh thu bình quân mỗi cửa hàng đạt gần 1,3 tỷ đồng.
- Ngoài 30 cửa hàng mở mới trong tháng, BHX đã hoàn tất nâng cấp thêm 57 cửa hàng diện tích hơn 500m² chủ yếu tại khu vực tỉnh, nâng tổng số cửa hàng loại này lên 239 tại 19 tỉnh thành khu vực Nam Bộ. Tỷ trọng của nhóm cửa hàng này trong tổng doanh thu BHX tăng từ 21% cuối tháng 12/2020 lên 25% vào tháng 1/2021.
- Trên kênh BHX online, số lượng đơn hàng và doanh thu tháng 1/2021 tăng lần lượt là 18% và 20% so với tháng 12/2020. Tỷ trọng đóng góp của kênh online trên tổng doanh thu BHX đã tăng đáng kể lên 3% so với mức 1% đầu năm 2020.
- Cuối tháng 1, An Khang có 75 nhà thuốc đang hoạt động (trong đó có 60 điểm bán được sắp xếp đi cùng với mô hình BHX diện tích lớn).