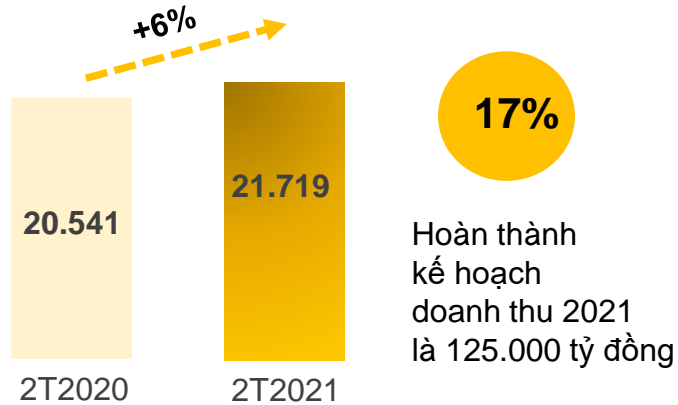


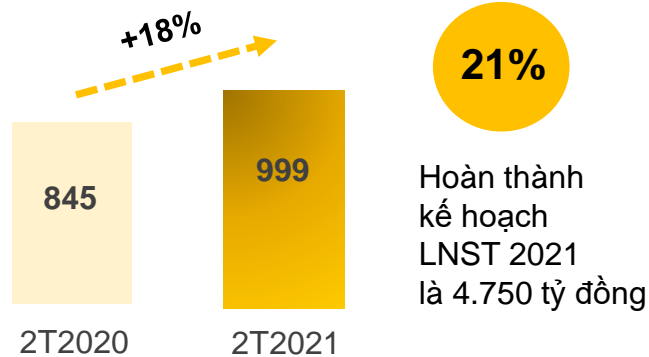


## TÌNH HÌNH KINH DOANH 2 THÁNG ĐẦU NĂM 2021

### DOANH THU THUẦN (tỷ đồng)

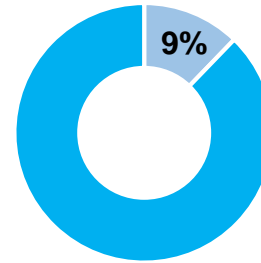


### LỢI NHUẬN SAU THUẾ (tỷ đồng)

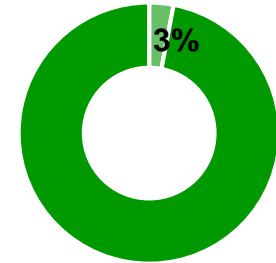


### HOẠT ĐỘNG KINH DOANH ONLINE

Tỷ trọng doanh thu online trong chuỗi TGDD & ĐMX



Tỷ trọng doanh thu online trong chuỗi BHX



Tổng doanh thu online là **1.635 tỷ đồng**, **+34%** so với cùng kỳ 2020



**4.195** cửa hàng tính tới cuối T2/2021

CHUỖI	SỐ LƯỢNG CỬA HÀNG	CƠ CẤU DOANH THU	TĂNG TRƯỞNG DOANH THU 2T2021 SO VỚI CÙNG KỲ
TGDD	908	26,0%	-5%
ĐMX	1.531	55,7%	0%
BHX	1.756	18,3%	+54%

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



## TÌNH HÌNH KINH DOANH 2 THÁNG ĐẦU NĂM 2021

- Lũy kế 2 tháng đầu năm 2021, MWG ghi nhận **doanh thu thuần hợp nhất là 21.719 tỷ đồng (tăng 6% so với cùng kỳ) và lợi nhuận sau thuế (LNST) là 999 tỷ đồng (tăng 18% so với cùng kỳ). Biên lợi nhuận ròng đạt mức kỷ lục 4,6% cho mùa Tết 2021.** Với kết quả này, MWG đã hoàn thành 17% kế hoạch doanh thu và 21% kế hoạch LNST cả năm.
- Đợt bùng phát dịch Covid lần này diễn ra ngay trong mùa cao điểm bán hàng kéo dài từ cuối tháng 1 đến ngày 10/02 khiến nhiều cửa hàng TGDD & ĐMX nằm trong các khu vực bị phong tỏa hoặc thực hiện giãn cách xã hội phải đóng cửa hoặc hạn chế số lượng khách hàng được phục vụ. Điều này cũng ảnh hưởng đến hoạt động kinh doanh của TGDD/ĐMX Tuy nhiên, nhờ các biện pháp quyết liệt của Chính Phủ trong việc kiểm soát dịch bệnh và nỗ lực vượt bậc của tất cả các chuỗi, MWG vẫn duy trì được mức tăng trưởng lợi nhuận đáng kể so với cùng kỳ. Nếu chỉ tính riêng tháng 2/2021, lợi nhuận ròng của Công ty đã tăng hơn 70% so với tháng 2/2020.
- Tổng doanh số của chuỗi TGDD và ĐMX đạt khoảng 17.700 tỷ đồng, xấp xỉ so với cùng kỳ. Trong đó:
  - Các ngành hàng tiếp tục ghi nhận mức tăng trưởng dương là gia dụng, máy tính xách tay, đồng hồ.
  - Nhóm điện thoại và điện lạnh duy trì mức doanh số tương đương 2 tháng đầu năm 2020.
  - Sản phẩm điện tử ghi nhận sự sụt giảm do sức cầu tiêu thụ yếu trong mùa Tết năm nay.
- Tại thời điểm cuối tháng 2, ĐMX Supermini (ĐMS) đã có mặt tại 62/63 tỉnh thành khắp cả nước với tổng số 388 cửa hàng (trong đó, 21 cửa hàng mở mới chỉ trong tháng 2). Lũy kế 2 tháng đầu năm, ĐMS đã đóng góp khoảng 950 tỷ đồng, chiếm 8% doanh thu của chuỗi ĐMX.
- Tính tới cuối tháng 2/2021, Bluetronics đã đạt cột mốc 50 cửa hàng bao phủ 13/25 tỉnh thành tại Campuchia. Bluetronics chính thức trở thành nhà bán lẻ thiết bị di động và điện tử tiêu dùng có số lượng cửa hàng cũng như doanh số lớn nhất tại Campuchia. Do diễn biến phức tạp của dịch bệnh tại nước này, các kế hoạch mở mới tiếp theo đang được hoãn lại, tuy nhiên chuỗi vẫn tiếp tục hướng đến mục tiêu đạt điểm hòa vốn EBITDA ở cấp độ công ty trong năm 2021.
- Lũy kế 2 tháng đầu năm, doanh thu đến từ các giao dịch online đóng góp hơn 1.635 tỷ đồng, tăng trưởng 34% so với cùng kỳ năm 2020 và chiếm khoảng 8% tổng doanh thu của MWG.



## TÌNH HÌNH KINH DOANH 2 THÁNG ĐẦU NĂM 2021

- Với 1.756 cửa hàng và kênh BHX online, chuỗi BHX ghi nhận doanh thu gần 4.000 tỷ đồng cho 2 tháng đầu năm, tăng 54% so với cùng kỳ. Doanh thu trung bình mỗi cửa hàng đạt hơn 950 triệu đồng cho 20 ngày hoạt động trong tháng 2.
- Tại thời điểm 28/02/2021, BHX có tổng cộng 1.756 điểm bán (tăng thêm 6 cửa hàng trong tháng 2), phân bố tại 25 tỉnh thành.
  - Theo phạm vi phân bố, 70% số cửa hàng hoạt động ở khu vực tỉnh, so với tỷ lệ 59% cùng kỳ năm trước.
  - Theo loại cửa hàng, 36% số cửa hàng có diện tích từ 300m<sup>2</sup> trở lên, so với tỷ lệ 19% vào cuối tháng 2/2020.
  - Theo thời gian hoạt động, 58% số cửa hàng đã hoạt động tối thiểu 12 tháng (khai trương trước 01/03/2020).
- Ngoài các cửa hàng mở mới trong tháng, BHX đã hoàn tất nâng cấp thêm 3 cửa hàng diện tích hơn 500m<sup>2</sup> chủ yếu tại khu vực tỉnh, nâng tổng số cửa hàng loại này lên 242 tại 19 tỉnh thành khu vực Nam Bộ.
- Kênh BHX online tiếp tục tăng trưởng mạnh mẽ về cả số lượng đơn hàng và doanh thu đóng góp. Lũy kế 2 tháng đầu năm, số lượng giao dịch tăng gấp 4 lần và giá trị gấp 3 lần so với cùng kỳ năm 2020.
- Chuỗi BHX dự kiến có hơn 2.000 cửa hàng, trong đó có hơn 500 cửa hàng diện tích lớn 500m<sup>2</sup> vào cuối năm 2021. Công ty sẽ duy trì tốc độ mở mới trung bình khoảng 30 cửa hàng/ tháng trong những tháng tới để tập trung nâng cấp cửa hàng 500m<sup>2</sup> và cải thiện biên lợi nhuận.
- Cuối tháng 2, 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).