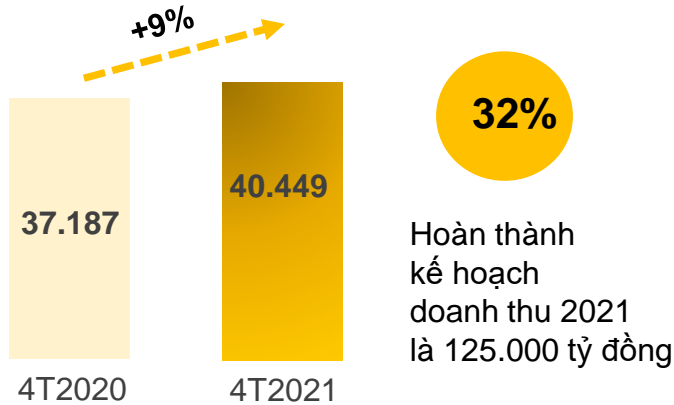


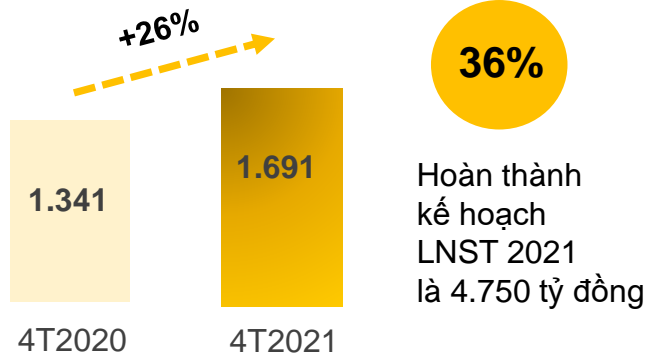


## TÌNH HÌNH KINH DOANH 4 THÁNG ĐẦU NĂM 2021

### DOANH THU THUẦN (tỷ đồng)

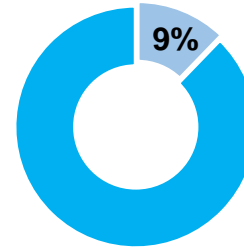


### LỢI NHUẬN SAU THUẾ (tỷ đồng)

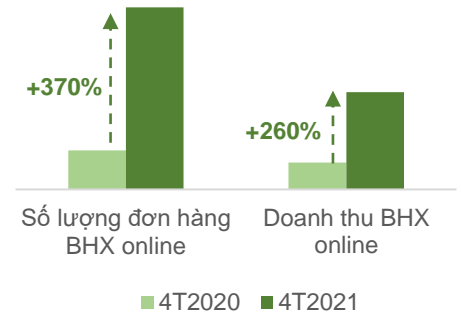


### HOẠT ĐỘNG KINH DOANH ONLINE

Tỷ trọng doanh thu online trong chuỗi TGDD & ĐMX



Kênh online đóng góp **3%** trong doanh thu chuỗi BHX



4.354 cửa hàng tính tới cuối T4/2021

CHUỖI	SỐ LƯỢNG CỬA HÀNG	CƠ CẤU DOANH THU	TĂNG TRƯỞNG DOANH THU 4T2021 SO VỚI CÙNG KỲ
TGDD	923	26,8%	+5%
ĐMX	1.628	53,2%	+3%
BHX	1.803	20,0%	+31%

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



## TÌNH HÌNH KINH DOANH 4 THÁNG ĐẦU NĂM 2021

- Lũy kế 4 tháng đầu năm 2021, MWG ghi nhận **doanh thu thuần hợp nhất là 40.449 tỷ đồng (tăng 9% so với cùng kỳ) và lợi nhuận sau thuế (LNST) là 1.691 tỷ đồng (tăng 26% so với cùng kỳ)**. Với kết quả này, MWG đã hoàn thành 32% kế hoạch doanh thu và 36% kế hoạch LNST cả năm.
  - Tháng 4/2021, doanh thu thuần của Công ty đạt hơn 9.620 tỷ đồng và LNST đạt hơn 350 tỷ đồng, tăng lần lượt 23% và 69% so với cùng kỳ. Mức tăng trưởng cao này có phần do tháng 4/2020 là tháng thấp điểm khi Công ty lần đầu tiên phải hơn 600 cửa hàng theo yêu cầu của CQNN để phối hợp chống dịch.
  - So với tháng trước, doanh thu và lợi nhuận của MWG đều ghi nhận tăng trưởng, lần lượt là 6% và 4%, do bắt đầu vào mùa cao điểm bán hàng điện lạnh và tiêu dùng hàng FMCGs tăng trở lại sau Tết.
- Lũy kế 4 tháng, doanh thu online đóng góp 3.047 tỷ đồng, giảm 7% so với cùng kỳ chủ yếu do giao dịch online đạt đỉnh vào tháng 4 năm trước.
- Đối với chuỗi TGDD và ĐMX, lũy kế 4 tháng đầu năm 2021:
  - Điện thoại ghi nhận mức tăng trưởng doanh thu 2 chữ số nhờ sự đóng góp lớn đến từ các sản phẩm Iphone.
  - Nhóm điện lạnh và gia dụng duy trì đà tăng trưởng tích cực.
  - Với hơn 850 cửa hàng kinh doanh đồng hồ, ngành hàng này mang về cho Công ty hơn 670 tỷ đồng từ khoảng 540 ngàn sản phẩm bán ra, tương đương mức tăng trưởng 50% về doanh số và 100% về sản lượng so với 4 tháng đầu năm 2020.
  - Doanh thu máy tính xách tay giảm so với cùng kỳ do nền so sánh cao đột biến trong tháng 4/2020.
  - Sản phẩm điện tử tiếp tục ghi nhận sức cầu yếu do các hoạt động thể thao lớn chưa được tổ chức.
- Cuối tháng 4/2021, ĐMX Supermini (ĐMS) có 473 cửa hàng (trong đó, 63 cửa hàng mở mới chỉ trong tháng 4). ĐMS đóng góp hơn 1.760 tỷ đồng doanh thu lũy kế sau 4 tháng, chiếm 8% doanh thu của chuỗi ĐMX.
- Trong bối cảnh thiếu hụt chip toàn cầu, MWG đang chủ động tăng tồn kho các sản phẩm công nghệ - điện máy để tránh rủi ro thiếu hàng. Là nhà bán lẻ số 1 với năng lực tài chính vững mạnh, Công ty có lợi thế lớn khi làm việc với các nhà cung cấp để tích trữ nguồn hàng, đảm bảo doanh thu và tiếp tục gia tăng thị phần.
- Từ tháng 5/2021, Công ty sẽ bắt đầu thử nghiệm: (i) kinh doanh thêm ngành hàng xe đạp tại một số cửa hàng ĐMX và (ii) triển khai mô hình đại lý - cộng tác với các cửa hàng nhỏ lẻ để phát triển thị trường tại những địa bàn không đủ nhu cầu để mở cửa hàng TGDD/ĐMX (ngay cả mô hình siêu nhỏ ĐMS).



## TÌNH HÌNH KINH DOANH 4 THÁNG ĐẦU NĂM 2021

- Chuỗi BHX ghi nhận doanh thu hơn 8.000 tỷ đồng cho 4 tháng đầu năm 2021, tăng 31% so với cùng kỳ.
- Tính riêng tháng 4, doanh thu BHX tăng 9% so tháng 3 và tăng 29% so với cùng kỳ năm trước. Doanh thu trung bình trên mỗi cửa hàng trong tháng này đạt xấp xỉ 1,2 tỷ đồng và dự kiến sẽ tiếp tục tăng trong tháng 5.
- Kể từ tháng 4, BHX ghi nhận cải thiện trong một số chỉ tiêu hoạt động quan trọng:
  - Biên lợi nhuận gộp của BHX sau hủy hàng và mất mát tháng 4/2021 là 26%, tăng 0,5% so với mức trung bình trong quý 1/2021. BHX hướng đến mục tiêu biên lợi nhuận gộp 27% vào cuối năm 2021 thông qua (i) thương thảo các điều khoản thương mại mới với các nhà cung cấp FMCGs và (ii) đẩy mạnh đóng góp của nhóm nhãn hàng riêng, hàng nhập khẩu và độc quyền phân phối từ mức hơn 10% hiện tại lên khoảng 20% doanh thu hàng FMCGs vào cuối năm.
  - BHX bắt đầu triển khai các giải pháp nhằm tăng năng suất lao động từ cuối quý 1. Thử nghiệm này đang tạo ra kết quả ban đầu khá khả quan khi năng suất lao động của nhân viên đã tăng hơn 20% so với mức đầu năm.
- Tại thời điểm 30/04/2021, BHX có tổng cộng 1.803 điểm bán (tăng 36 cửa hàng trong tháng 4) tại 25 tỉnh thành.
  - Theo phạm vi phân bố, 70% số cửa hàng hoạt động ở tỉnh, so với tỷ lệ 62% cùng kỳ năm trước.
  - Theo loại cửa hàng, 40% số cửa hàng có diện tích từ 300m<sup>2</sup> trở lên, so với tỷ lệ 18% vào cuối tháng 4/2020. Đến cuối tháng 4/2021, chuỗi này có 318 cửa hàng diện tích từ 500m<sup>2</sup> trở lên, mô hình này đã xuất hiện ở 24 tỉnh thành.
  - Theo thời gian hoạt động, 65% số cửa hàng đã hoạt động tối thiểu 12 tháng (khai trương trước 01/05/2020).
- Kênh BHX online tiếp tục tăng trưởng mạnh mẽ về cả số lượng đơn hàng và doanh thu đóng góp. Số lượng và giá trị giao dịch của BHX online trong 4 tháng đầu năm nay gấp lần lượt là 4,7 lần và 3,6 lần số lượng và giá trị giao dịch trên kênh này cùng kỳ năm 2020. Số lượng giao dịch trung bình khoảng 7.000 đơn hàng/ ngày và giá trị trung bình khoảng 250-300 ngàn đồng/ 1 đơn hàng.
- Cuối tháng 4, An Khang có 86 nhà thuốc đang hoạt động (trong đó có 71 điểm bán được sắp xếp đi cùng với mô hình BHX diện tích lớn). Doanh thu chuỗi An Khang 4 tháng đầu năm 2021 đạt xấp xỉ 3 lần so với cùng kỳ năm trước.