



KẾT QUẢ KINH DOANH CẢ NĂM 2021

1. Tổng quan:

- Năm 2021 là năm thử thách chưa từng có trong lịch sử hoạt động của MWG do tác động của các đợt bùng phát dịch Covid. Trong bối cảnh đó, MWG đã vượt cột mốc 5 tỷ USD doanh thu và xuất sắc hoàn thành mục tiêu lợi nhuận cả năm. Kết quả kinh doanh vượt mọi kỳ vọng của Công ty:
 - Doanh thu thuần hợp nhất là 122.958 tỷ đồng (+13% so với 2020) và đạt 98% kế hoạch 2021.
 - Doanh thu online đạt 14.370 tỷ đồng (+53% so với 2020). Với kết quả này, MWG là công ty có doanh số lớn nhất trong thị trường bán lẻ trực tuyến tại Việt Nam.
 - Lợi nhuận sau thuế là 4.901 tỷ đồng (+25% so với năm 2020), đạt 103% kế hoạch cả năm.
 - Quý 4-2021, Công ty ghi nhận mức doanh thu và lợi nhuận kỷ lục kể từ khi hoạt động đến nay, trong đó doanh thu tăng trưởng 33% và LNST tăng trưởng 66% so với cùng kỳ.
- MWG tiếp tục góp mặt trong Top 10 Doanh nghiệp lớn nhất Việt Nam theo bảng xếp hạng VNR500.
- Giữ vững vị thế nhà bán lẻ số 1 Việt Nam và là công ty Việt Nam duy nhất lọt vào Top 100 nhà bán lẻ hàng đầu châu Á – Thái Bình Dương với quy mô hơn 5.300 cửa hàng.

2. Những dấu ấn nổi bật trong năm 2021:

a) Thegioididong.com và Điện máy xanh:

- TGDD và ĐMX có sự bứt phá ngoạn mục trong quý 4, nhờ đó cả 2 chuỗi đều đạt tăng trưởng dương cho cả năm 2021, bất chấp ảnh hưởng nặng nề do có gần 2.000 cửa hàng phải tạm đóng hoặc hạn chế bán hàng trong hầu hết thời gian quý 3.
- Theo ngành hàng, thiết bị di động là động lực tăng trưởng chính nhờ hưởng lợi từ nhu cầu học tập và làm việc tại nhà trong mùa dịch. Máy tính xách tay (laptop) tăng trưởng 58% so với 2020, máy tính bảng (tablet) và điện thoại tăng trưởng lần lượt 40% và 17%.
- Sau khi thử nghiệm thành công, chuỗi ĐMX Supermini đã nhân rộng mạnh mẽ từ 300 cửa hàng và mức đóng góp 850 tỷ đồng năm 2020 lên 800 cửa hàng và doanh số 6.800 tỷ đồng năm 2021.
- Với sự tập trung cho hoạt động kinh doanh online, doanh thu online đạt mức cao nhất từ trước đến nay là 13.405 tỷ đồng (+47% so với 2020) và chiếm 14% tổng doanh thu của TGDD và ĐMX.
- Topzone – chuỗi cửa hàng ủy quyền cao cấp chuyên bán sản phẩm Apple – mang về cho Công ty trung bình 15-20 tỷ đồng/cửa hàng/tháng chỉ sau 3 tháng có mặt trên thị trường. Topzone được kỳ vọng là động lực tăng trưởng mới trong năm 2022 với doanh số 8-10 tỷ đồng/cửa hàng/tháng khi đi vào hoạt động ổn định.

b) Bách Hóa Xanh:

- BHX đạt doanh số hơn 28.200 tỷ đồng (+33% so với 2020), chính thức vượt mốc 1 tỷ USD và là Top 3 nhà bán lẻ thực phẩm và hàng tiêu dùng lớn nhất Việt Nam với hơn 2.000 điểm bán.
- Kênh BHX online phục vụ hơn 2,7 triệu đơn hàng thành công và đóng góp gần 1.000 tỷ đồng cho Công ty. Website bachhoaxanh.com lần đầu tiên lọt Top 10 trang thương mại điện tử hàng đầu Việt Nam và là chuyên trang duy nhất về bán lẻ trực tuyến thực phẩm và hàng tiêu dùng.
- Cùng với việc liên tục mở rộng quy mô và tăng trưởng doanh thu, BHX cũng không ngừng cải thiện hiệu quả hoạt động để đạt EBITDA dương (lợi nhuận trước thuế, lãi vay, và khấu hao) bền vững ở cấp độ công ty trong 3 quý liên tiếp và cho cả năm 2021.
- Trong quý 4, mặc dù thị trường thực phẩm và hàng tiêu dùng nhanh (FMCG) ghi nhận sự sụt giảm chung khiến doanh thu BHX thấp hơn các quý trước, biên EBITDA trong quý này vẫn cao thứ 2 trong lịch sử hoạt động của BHX nhờ thực hiện các giải pháp tối ưu chi phí.



KẾ HOẠCH KINH DOANH 2022

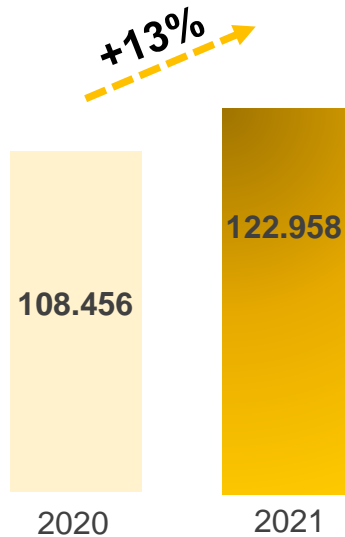
- HĐQT MWG đã thông qua kế hoạch kinh doanh năm 2022 để trình ĐHĐCĐ phê duyệt như sau:

STT	Chỉ tiêu	KẾ HOẠCH 2022 (tỷ đồng)	Tăng trưởng so với 2021
1	Doanh Thu Thuần	140.000	14%
2	Lợi Nhuận Sau Thuế (LNST)	6.350	30%

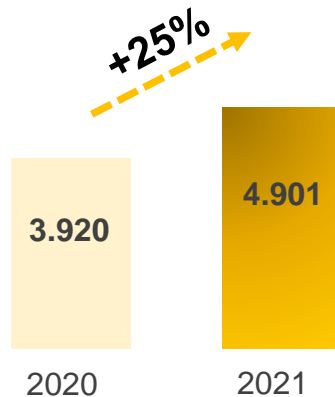
- Kế hoạch kinh doanh 2022 được MWG đưa ra dựa trên giả định dịch bệnh tiếp tục diễn biến phức tạp nhưng không dẫn đến sự ngưng trệ do phong tỏa hoặc tác động trầm trọng hơn đối với hoạt động sản xuất kinh doanh so với 2 năm vừa qua.
- **MWG đặt mục tiêu rất thách thức cho năm 2022: doanh thu đạt 140.000 tỷ đồng và LNST đạt 6.350 tỷ đồng, tăng trưởng lần lượt là 14% và 30% so với kết quả thực hiện năm 2021.** Để hiện thực hóa mục tiêu này, MWG sẽ triển khai các hành động chính như sau:
 - Các công ty tập trung vào bán hàng sản lượng lớn để tăng doanh thu và lợi nhuận tuyệt đối, không chú trọng tăng biên lợi nhuận khi người tiêu dùng đang thắt chặt chi tiêu và nguồn cung hàng hóa đang khan hiếm.
 - Với chiến lược bán lẻ Omni-channel, MWG sẽ tận dụng thế mạnh sẵn có về công nghệ, liên tục đổi mới để tạo ra những khác biệt thú vị, đơn giản hóa trải nghiệm mua sắm trên các kênh online để giúp khách hàng giao dịch nhanh chóng - thuận tiện hơn và tăng sự gắn bó với các thương hiệu của tập đoàn.
 - TGDD và ĐMX vẫn là trụ cột mang lại dòng tiền cho MWG thông qua việc: (i) khai thác thêm sản phẩm – dịch vụ mới để gia tăng doanh số trên mỗi cửa hàng hiện hữu; (ii) nâng cao thị phần điện thoại – điện máy trong năm 2022 bằng cách tiếp tục mở mới ĐMX Supermini (vận hành khoảng 1.000 cửa hàng vào cuối năm), Topzone (vận hành 200 cửa hàng vào cuối năm) và phát triển mạng lưới cộng tác viên đại lý; (iii) tiếp tục triển khai chuỗi điện máy tại thị trường nước ngoài; và (iv) thử nghiệm kinh doanh các ngành hàng mới để chuẩn bị động lực tăng trưởng cho tương lai.
 - BHX tạm ngưng mở mới để tập trung: (i) hoàn thiện nền tảng vận hành; (ii) tối ưu năng lực mua hàng; (iii) phát triển chương trình chăm sóc khách hàng; (iv) tích cực gia tăng doanh thu và cải thiện mạnh mẽ hiệu quả hoạt động của từng điểm bán; (v) đẩy mạnh doanh thu và thị phần của kênh BHX online; và (vi) xây dựng đội ngũ kế thừa để tiếp tục phát triển và đưa BHX mở rộng ra toàn quốc từ năm 2023.
 - Sau khi đạt hiệu quả kinh doanh tích cực ở cấp độ công ty với 178 cửa hàng cuối năm 2021 và chính thức hợp nhất vào kết quả kinh doanh của MWG, chuỗi nhà thuốc An Khang sẽ đầu tư cả về nguồn lực tài chính và đội ngũ lãnh đạo chuyên trách để phát triển mạnh mẽ.
 - Các chuỗi mới được ra mắt tháng 01/2022 là AVAKids, AVASport, AVAFashion, AVAJi và AVACycle đang có bước khởi đầu thuận lợi và kỳ vọng sau khi thử nghiệm thành công có thể đóng góp doanh thu và lợi nhuận cho MWG đáng kể từ năm 2023.
 - MWG sẽ tiếp tục đầu tư cho các lĩnh vực kinh doanh là “hạt giống” mới như dịch vụ sửa chữa – bảo hành Tận Tâm, dịch vụ logistics Toàn Tín và mảng nông nghiệp an toàn 4KFarm.



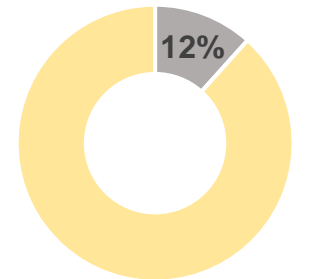
DOANH THU THUẦN
(tỷ đồng)



LỢI NHUẬN SAU THUẾ
(tỷ đồng)



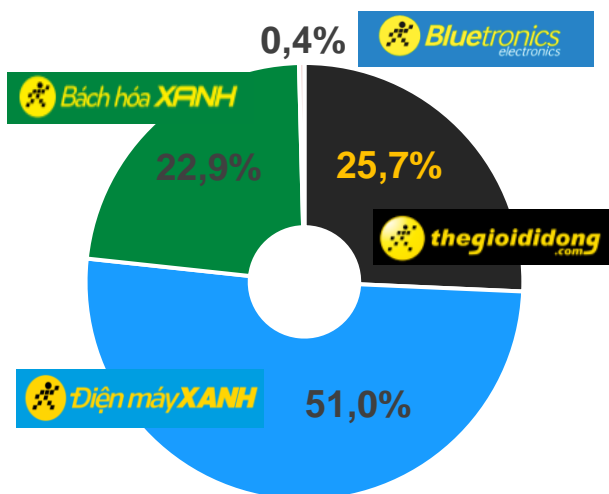
HOẠT ĐỘNG KINH DOANH ONLINE



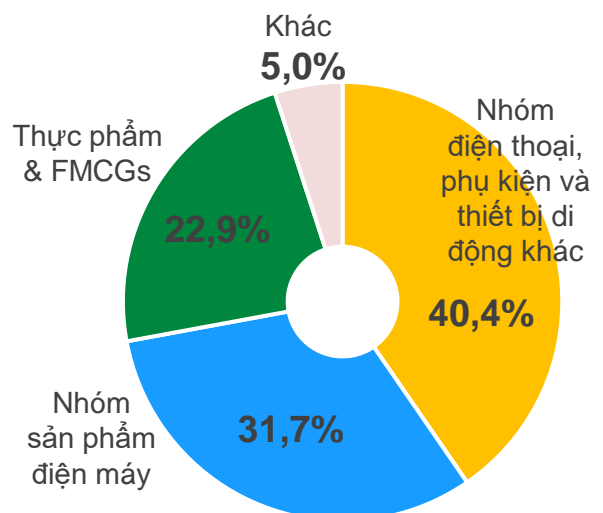
Doanh thu online 2021
14.370 tỷ đồng
↑ **+53%** sv. 2020

MWG có **5.306** cửa hàng cuối năm 2021 (+1.140 cửa hàng so với cuối năm 2020)

CƠ CẤU DOANH THU THEO CHUỖI



CƠ CẤU DOANH THU THEO SẢN PHẨM KINH DOANH



(**) Dịch vụ khác bao gồm; sim, thẻ cào, trả góp, thu hộ, máy cũ...



TỔNG QUAN DOANH THU

DT 2021(*)
94.742
tỷ đồng

Đóng góp **77%**
tổng doanh thu của MWG

+9% sv. 2020

TĂNG TRƯỞNG THEO NGÀNH HÀNG CHÍNH

Nhóm tăng trưởng dương



**ĐIỆN
THOẠI**



MTXT



**ĐIỆN
LẠNH**



**GIA
DỤNG**

Nhóm tăng
trưởng âm



**ĐIỆN
TỬ**

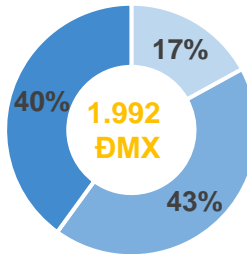
TĂNG TRƯỞNG THEO CHUỖI

TGDD	+7%
ĐMX	+9%
Bluetronics	+135%

(*) Tổng doanh thu bao gồm doanh thu Bluetronics

HỆ THỐNG CỬA HÀNG

Điện máy XANH	1.992
thegioididong	970
Bluetronics electronics	50
topzone	10



- Lớn (ĐML)
- Mini (ĐMM)
- Supermini (ĐMS)

Điểm kinh doanh điện thoại,
tablets, phụ kiện... **2.972**

Điểm kinh doanh điện máy
và sản phẩm gia dụng **1.992**

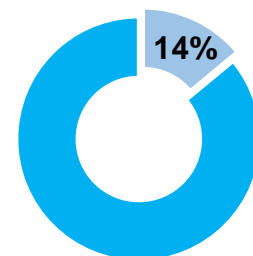
Điểm kinh doanh laptop
và thiết bị văn phòng khác **1.420**

KINH DOANH ONLINE

DT online
13.405
tỷ đồng

+47% sv. 2020

TỶ TRỌNG ĐÓNG GÓP TRONG TỔNG DOANH THU CỦA TGDD & ĐMX





KHÔNG NGỪNG THỬ NGHIỆM ĐỂ TÌM ĐỘNG LỰC TĂNG TRƯỞNG MỚI...

Tháng 3/2019

Thử nghiệm mô hình shop-in-shop kinh doanh đồng hồ

Tháng 12/2019

Ra mắt cửa hàng bán lẻ điện máy đầu tiên – **Bluetronics** tại Campuchia

Tháng 5/2021

(a) Triển khai mô hình **Đại lý - cộng tác với các cửa hàng nhỏ lẻ**
(b) Thử nghiệm kinh doanh **xe đạp**

Tháng 1/2022

a) Thử nghiệm cửa hàng độc lập kinh doanh đồ thể thao (**AVASports**), sản phẩm cho Mẹ & Bé (**AVAKids**), thời trang (**AVAFashion**)

(b) triển khai shop-in-shop kinh doanh trang sức (**AVAJi**) và xe đạp (**AVACycle**)

Tháng 9/2019

Triển khai trung tâm laptop và nâng số lượng điểm bán **laptop** trong cửa hàng TGDD/ĐMX

Tháng 7/2020

Thử nghiệm mô hình **ĐMX Supermini (ĐMS)**

Tháng 10/2021

Ra mắt chuỗi cửa hàng ủy quyền cao cấp chuyên bán sản phẩm Apple - **Topzone**.

Những Chuỗi/ Ngành hàng mới đóng góp cho TGDD & ĐMX
HƠN 15.000 TỶ ĐỒNG trong năm 2021



800 **ĐMS** trên toàn quốc,
Doanh thu: 6.800 tỷ đồng



Chuỗi bán lẻ **#1 Campuchia**
về điện thoại và điện máy
Doanh thu: 450 tỷ đồng



Sản lượng bán: 25 ngàn **sản phẩm**
Doanh thu: 280 tỷ đồng (tính từ 22/10/2021)



Sản lượng bán: 1,2 triệu **đồng hồ**
Doanh thu: 1.500 tỷ đồng



Sản lượng bán: 350 ngàn **laptop**
Doanh thu: 5.500 tỷ đồng



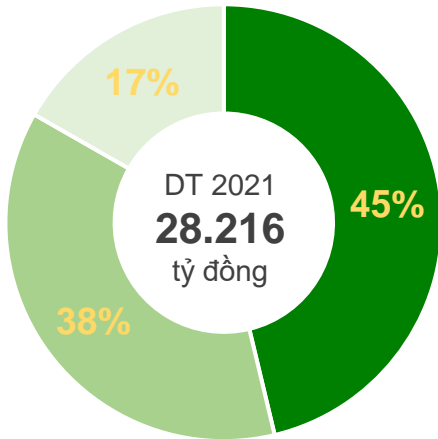
4.400 **cộng tác viên**
Doanh thu: 550 tỷ đồng



Điểm bán: 150 (cuối tháng 12)
Sản lượng bán: 30 ngàn **xe đạp**



TỔNG QUAN DOANH THU



- Hàng tươi sống, hàng mát và đông lạnh
- Thực phẩm và đồ uống khác
- Hóa mỹ phẩm và sản phẩm khác



Đóng góp **23%**
tổng doanh thu của MWG



+33% sv. 2020



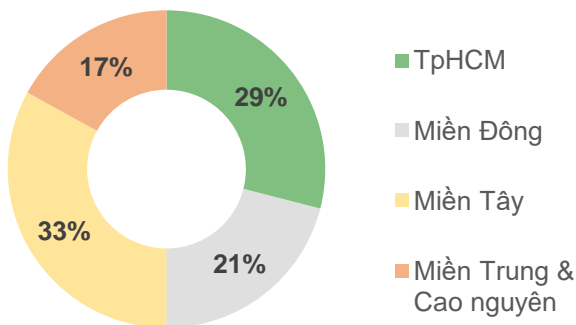
2.106 cửa hàng
cuối tháng 12/2021



Doanh thu trung bình/tháng
hơn **1,2 tỷ** đồng/ cửa hàng

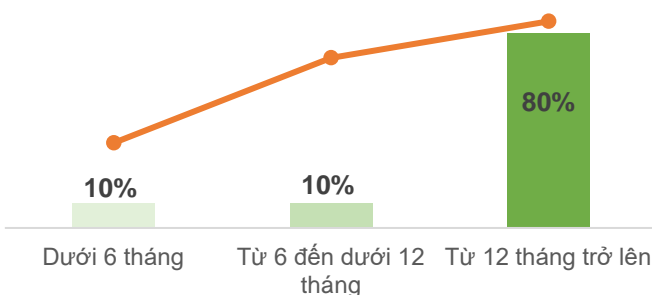
CƠ CẤU CỬA HÀNG

THEO MIỀN



THEO THỜI GIAN HOẠT ĐỘNG

- Biên EBITDA tại cửa hàng tăng dần theo thời gian hoạt động
- 90%** số cửa hàng hiện hữu có lời EBITDA



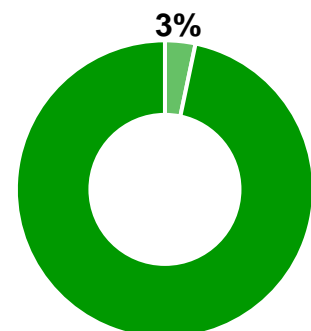
KINH DOANH ONLINE

2,7 triệu
đơn hàng
online
phục vụ
thành công



hơn **7.500** đơn hàng online
thực hiện trung bình/ ngày

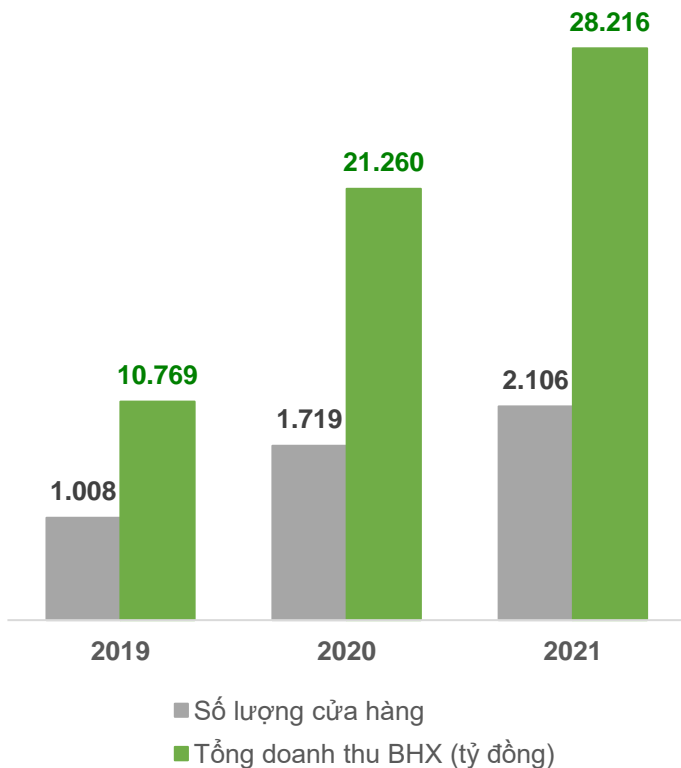
TỶ TRỌNG ĐÓNG GÓP TRONG TỔNG DOANH THU BHX



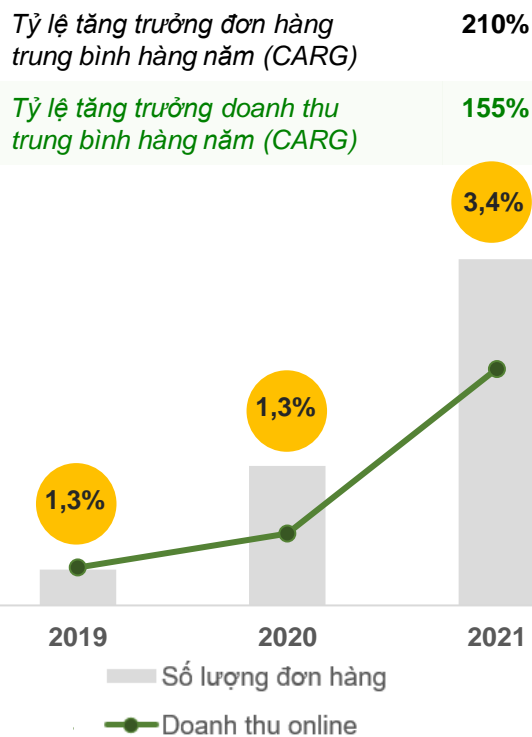


LIÊN TỤC TĂNG QUY MÔ DOANH THU VÀ CẢI THIỆN HIỆU QUẢ HOẠT ĐỘNG TẠI CỬA HÀNG VÀ TRÊN KÊNH ONLINE

SỐ LƯỢNG CỬA HÀNG VÀ TỔNG DOANH THU BHX



SỐ LƯỢNG ĐƠN HÀNG DOANH THU, VÀ TỶ TRỌNG ĐÓNG GÓP CỦA BHX ONLINE



LỢI NHUẬN TRƯỚC THUẾ, LÃI VAY VÀ KHẤU HAO

