

CÔNG TY CỔ PHẦN ĐẦU TƯ THẾ GIỚI DI ĐỘNG

**HỢP NĐT – TỔNG KẾT
KQKD 2021 VÀ
CẬP NHẬT KẾT QUẢ
SƠ BỘ THÁNG 1/2022**



www.mwg.vn

CÔNG TY TƯ VẤN CÔNG NGHỆ THÔNG TIN
THẾ GIỚI DI ĐỘNG
TRỤ SỞ: 12 NGUYỄN VĂN AN, QUẬN CẦU GIẤY, HÀ NỘI



I. NỘI DUNG CHÍNH

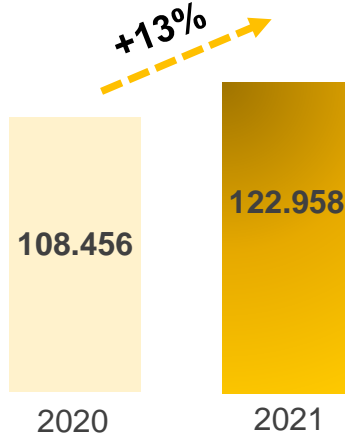
- I. KẾT QUẢ KINH DOANH TỔNG QUAN NĂM 2021
- II. SỨC KHỎE TÀI CHÍNH
- III. KẾ HOẠCH KINH DOANH 2022
- IV. CẬP NHẬT KẾT QUẢ SƠ BỘ THÁNG 1/2022



I. KẾT QUẢ KINH DOANH TỔNG QUAN NĂM 2021

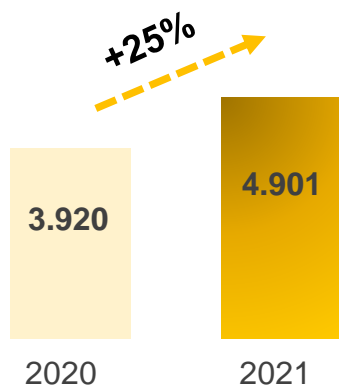
DOANH THU THUẦN

(tỷ đồng)



LỢI NHUẬN SAU THUẾ

(tỷ đồng)

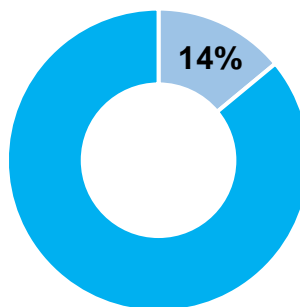


HOẠT ĐỘNG KINH DOANH ONLINE



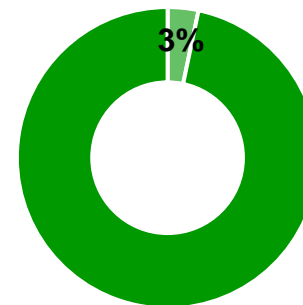
Doanh thu online TGĐĐ & ĐMX

+47%
sv. 2020



Doanh thu online BHX

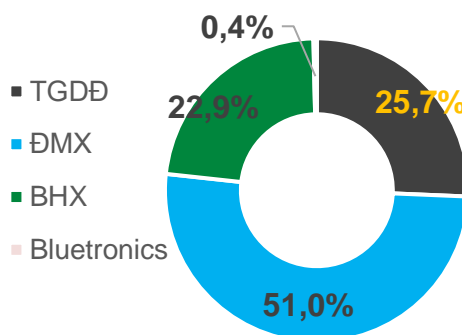
+240%
sv. 2020



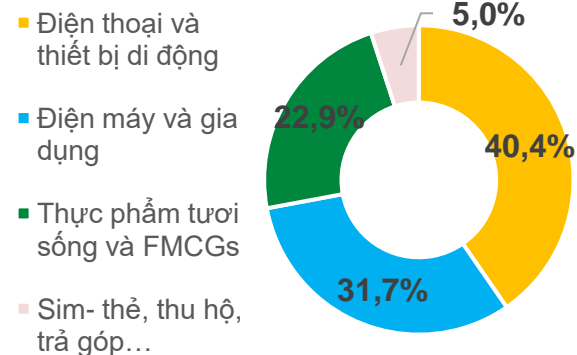
Doanh thu online 2021 là **14.370** tỷ đồng, chiếm **12%** doanh thu của **MWG** và tăng **53%** so với 2020

CƠ CẤU DOANH THU

Theo chuỗi



Theo sản phẩm kinh doanh



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



II. SỨC KHỎE TÀI CHÍNH

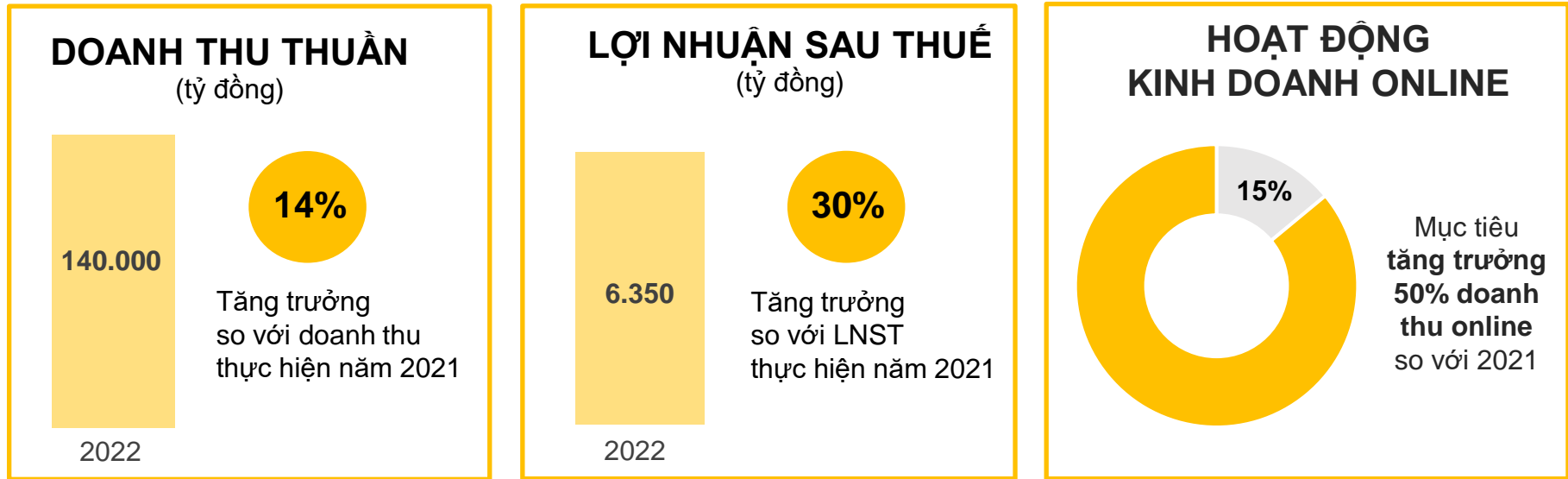
Do nguồn cung một số mặt hàng công nghệ - điện tử đang khan hiếm, Công ty đã chủ động tăng hàng tồn kho để đảm bảo sức bán cho mùa kinh doanh cao điểm Tết Nguyên Đán 2022. MWG luôn chú trọng việc cân đối tình hình tài chính để đảm bảo khả năng thanh khoản và dòng tiền kinh doanh lành mạnh.

| Tỷ đồng | 31/12/2021 | 31/12/2020 | Thay đổi |
|--|------------|------------|----------|
| Hàng tồn kho | 29.180 | 19.422 | +50% |
| Vay ngắn hạn | 21.879 | 15.625 | +40% |
| Nợ ngắn hạn | 39.836 | 29.423 | +35% |
| Tiền, các khoản tương đương tiền và đầu tư tài chính ngắn hạn (tiền gửi ngân hàng và trái phiếu có kỳ hạn từ 3 tháng đến 1 năm) | 18.379 | 15.405 | +19% |

| Chỉ tiêu | 31/12/2021 | 31/12/2020 |
|---------------------------------|------------|------------|
| Hệ số thanh toán ngắn hạn (lần) | 1,3 | 1,3 |
| Nợ ròng/vốn chủ sở hữu (lần) | 1,2 | 1,1 |



III. KẾ HOẠCH KINH DOANH 2022



- TGDĐ/ĐMX vẫn là trụ cột mang lại dòng tiền chính, đóng góp 75%-80% doanh thu cho MWG thông qua: (i) mở mới Trung tâm Điện máy, ĐMX Supermini, Topzone và phát triển mạng lưới công tác viên đại lý; (ii) nâng size cửa hàng/ chuyển đổi từ TGDĐ sang ĐMX đối với những cửa hàng đang có doanh thu cao và ở khu vực còn nhiều tiềm năng; (iii) kinh doanh thêm sản phẩm mới để tăng doanh số cho cửa hàng hiện hữu; (iv) đẩy mạnh doanh thu để đưa Bluetronics đạt điểm hòa vốn và “lấn sân” sang thị trường Indo.
- BHX tạm ngưng mở mới để củng cố nền tảng vận hành, chuẩn bị cho mở rộng từ năm 2023. Trong năm 2022, chuỗi này sẽ tập trung vào thu hút lôi kéo khách hàng và tích cực cải thiện doanh thu, nâng cao chất lượng và triển khai nhiều chương trình khuyến mãi với giá bán cực kỳ cạnh tranh để biến hàng tươi sống trở thành thành điểm đến của BHX. BHX kỳ vọng đóng góp 20%-25% doanh số cho Tập đoàn.
- Sau khi An Khang được hợp nhất vào KQKD của tập đoàn, MWG sẽ đầu tư cho chuỗi này cả về tài chính và đội ngũ lãnh đạo chuyên trách để (i) xử lý những vấn đề trọng yếu ở những cửa hàng hiện tại nhằm cải thiện trải nghiệm khách hàng và (ii) nỗ lực xây dựng mô hình kinh doanh mới - nâng cấp hơn để tăng tốc nhân rộng sau khi hoàn thiện.
- Các chuỗi tập trung vào tối ưu năng lực mua hàng và đầu tư mạnh mẽ cho các chương trình thúc đẩy bán hàng sản lượng lớn để tăng doanh thu và lợi nhuận tuyệt đối. Công ty cũng tiếp tục thử nghiệm/phát triển các ngành hàng/chuỗi mới để chuẩn bị động lực tăng trưởng cho tương lai.



IV. CẬP NHẬT KẾT QUẢ KINH DOANH SƠ BỘ THÁNG 1/2022

- MWG lập kỷ lục mới trong tháng 1/2022 với hơn 16.000 tỷ đồng tổng doanh thu và 2.300 tỷ đồng doanh thu online do mùa bán hàng cao điểm phục vụ Tết Nguyên Đán 2022 diễn ra trọn trong tháng đầu năm. Như vậy, tháng 2 năm nay không có thời gian bán hàng trước Tết và chỉ mở cửa hoạt động 75% thời gian của tháng bình thường. Do đó, MWG sẽ công bố báo cáo kinh doanh cho cả mùa Tết (2 tháng đầu năm) để có ý nghĩa so sánh so với cùng kỳ.
- TGDD/ĐMX đạt doanh số cao nhất từ trước đến nay là 13.500 tỷ đồng, nhờ (i) sự tập trung chuẩn bị tốt hàng hóa, không để xảy ra tình trạng thiếu hàng bán trong bối cảnh nguồn cung khan hiếm, (ii) triển khai thành công các chương trình khuyến mãi hấp dẫn để thu hút khách hàng, và (iii) chuẩn bị chu đáo về nguồn lực để đảm bảo năng lực giao hàng – lắp đặt không bị gián đoạn trong mùa cao điểm.
- Topzone mở thêm 8 cửa hàng mô hình AAR và 1 cửa hàng độc lập APR mới trong tháng 1/2022, nâng tổng số điểm bán lên 19 và hiện diện tại 14 tỉnh thành. Như vậy, chỉ sau 4 tháng chính thức ra mắt trên thị trường, Topzone đã trở thành Đại lý ủy quyền cao cấp nhất của Apple tại Việt Nam với mạng lưới cửa hàng, độ phủ và thị phần lớn nhất. Sau khi hết hiệu ứng ra mắt sản phẩm mới và Topzone mở thêm nhiều cửa hàng ở thị trường tỉnh, doanh số cửa hàng đã đi vào ổn định ở mức 8-10 tỷ đồng/tháng.
- Ngày 10/1/2022, MWG thử nghiệm 12 cửa hàng độc lập bán lẻ: sản phẩm Mẹ & Bé (AVAKids); đồ thể thao (AVASport); thời trang (AVAFashion); đồng thời, triển khai shop-in-shop kinh doanh: trang sức (AVAJi) tại cửa hàng TGDD và xe đạp (AVACycle) tại cửa hàng ĐMX. Do khai trương ngay trong dịp Tết, các điểm bán thuộc chuỗi AVA đã có bước khởi đầu thuận lợi và đóng góp hơn 50 tỷ đồng doanh thu.
- Với hơn 2.100 cửa hàng và kênh online, BHX ghi nhận doanh thu hơn 2.400 tỷ trong tháng 1 nhờ nhu cầu mua sắm hàng FMCG tăng cao trong dịp Tết. Doanh số BHX dự kiến sẽ thấp nhất trong tháng 2 do sức mua FMCGs giảm mạnh ngay sau Tết và chuỗi tích cực triển khai promotion để xử lý hàng tồn kho.

Mời quý vị theo dõi
audio nội dung buổi họp
TẠI ĐÂY

Mọi ý kiến đóng góp, xin vui lòng
gửi email cho chúng tôi tại

investor@thegioididong.com

TRÂN TRỌNG CẢM ƠN!

