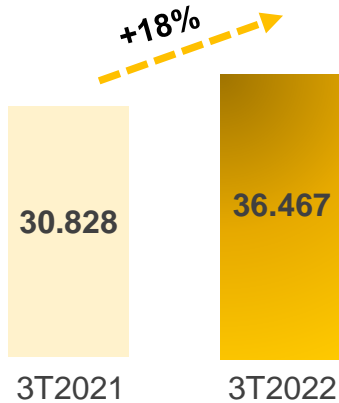




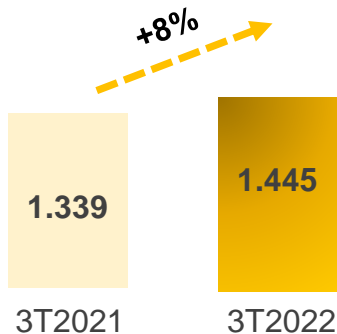
### DOANH THU THUẦN (tỷ đồng)



26%

Hoàn thành  
kế hoạch  
doanh thu 2022  
là 140.000 tỷ đồng

### LỢI NHUẬN SAU THUẾ (tỷ đồng)



23%

Hoàn thành  
kế hoạch  
LNST 2022  
là 6.3500 tỷ đồng

KQKD tiếp tục tăng trưởng từ nền so sánh rất cao của Q1/2021. Doanh thu quý lập kỷ lục mới và LNST không chênh lệch nhiều sv. vùng đỉnh Q4/2021

### NHỮNG ĐIỂM NỔI BẬT

Tổng doanh số của TGDD, ĐMX và Topzone tăng 21% so với cùng kỳ, trong đó:



Doanh thu ĐMX supermini gấp đôi sv. quý 1/2021, vượt **2.700** tỷ đồng



**29** cửa hàng đóng góp doanh số **470** tỷ đồng trong 3 tháng đầu năm

Tháng 3/2022, doanh thu BHX tăng 10% so với cùng kỳ và đã quay lại mức trước đợt bùng phát dịch Covid.



BHX hợp tác cùng C.P. Việt Nam để mang đến cho khách hàng các sản phẩm thịt an toàn, có nguồn gốc xuất xứ rõ ràng, độ tươi ngon được bảo đảm với giá bán cực kỳ hấp dẫn.



Doanh thu online lũy kế đạt **5.935** tỷ đồng

**+138%** sv. cùng kỳ



**211** nhà thuốc cuối tháng 3

**3,7X** doanh số Q1/2021



- Lũy kế 3 tháng đầu năm 2022, MWG ghi nhận **doanh thu thuần hợp nhất 36.467 tỷ đồng và lợi nhuận sau thuế (LNST) 1.445 tỷ đồng**. Doanh thu online đạt 5.935 tỷ đồng, tăng 138% so với cùng kỳ, chiếm 16% tổng doanh thu của MWG. Như vậy, Công ty đã hoàn thành 26% kế hoạch doanh thu và 23% kế hoạch LNST cả năm.
- **MWG đạt kỷ lục doanh thu mới trong quý 1/2022**, tăng 18% so với cùng kỳ và tăng 2% so với quý 4/2021. Trong quý này, Công ty ghi nhận **LNST cao thứ 2 trong lịch sử hoạt động**, tăng trưởng 8% từ nền so sánh rất cao của quý 1/2021. So với quý trước, LNST của MWG không chênh lệch nhiều trong bối cảnh các doanh nghiệp cùng ngành đã giảm 30-40%. Biên lợi nhuận ròng đạt xấp xỉ 4%, phản ánh đúng chiến lược của Công ty ưu tiên các hoạt động đẩy mạnh thu hút khách hàng và tăng sản lượng tiêu thụ cho BHX.
- Cuối tháng 3/2022, MWG vận hành 5.497 cửa hàng, bao gồm 985 cửa hàng TGDD, 2.077 cửa hàng ĐMX, 29 cửa hàng Topzone, 2.127 cửa hàng BHX, 211 nhà thuốc An Khang, 44 cửa hàng Bluetronics và 24 cửa hàng AVA độc lập.
- Trong quý 1/2022, TGDD, ĐMX và Topzone ghi nhận hơn 30.000 tỷ đồng doanh thu, tăng 21% so với cùng kỳ. Trong đó:
  - ĐMX supermini (ĐMS) đóng góp hơn 2.700 tỷ đồng, gấp đôi doanh thu quý 1/2021. Với 874 điểm bán, ĐMS tiếp tục là động lực tăng trưởng mạnh mẽ cho chuỗi Điện Máy Xanh.
  - Topzone đóng góp gần 470 tỷ đồng chỉ trong 3 tháng đầu năm, với 28 cửa hàng ủy quyền AAR và 1 cửa hàng cao cấp APR.
  - Doanh thu online đạt hơn 5.700 tỷ đồng, tăng gần 150% so với cùng kỳ và chiếm khoảng 19% tổng doanh số của các chuỗi.
- Đối với BHX, chuỗi ghi nhận doanh thu lũy kế 6.040 tỷ đồng, tăng 2% so với cùng kỳ và tăng 8% so với quý 4/2021.
  - Mục tiêu của MWG là đưa BHX trở thành lựa chọn đầu tiên khi khách hàng nghĩ tới thực phẩm tươi sống. Do đó, chuỗi đã triển khai nhiều chương trình hấp dẫn để khuyến khích khách hàng đến mua sắm và trải nghiệm những thay đổi tích cực gần đây. Điều này ảnh hưởng ngắn hạn tới doanh thu và biên lợi nhuận của chuỗi, nhưng là sự đầu tư cần thiết trong chiến lược tái định vị BHX.
  - Tính riêng tháng 3/2022, sản lượng hàng tươi sống bán ra tăng gấp đôi, lượt khách tới cửa hàng tăng gần 40% so với trung bình 2 tháng đầu năm. Mặc dù áp dụng nhiều khuyến mãi, doanh thu BHX trong tháng 3 đã quay lại mức trước đợt bùng phát dịch Covid và tăng 10% so với cùng kỳ. Tháng 4/2022, BHX đã ký kết hợp tác cùng C.P. Việt Nam để cung cấp các sản phẩm thịt an toàn, có nguồn gốc, độ tươi ngon bảo đảm, giá bán cạnh tranh ngay cả so với chợ truyền thống.
  - Trong quý 1/2022, doanh thu BHX Online tăng 12% so với cùng kỳ và chiếm 3% tổng doanh thu của BHX. Hiện nay, khách hàng có thể mua thực phẩm tươi sống online dễ dàng, chọn chính xác hàng có trong ngày và hàng sẽ về trong ngày tiếp theo, với 6 khung giao hàng trong ngày (mỗi khung giao 2 giờ), điều chưa nhà bán lẻ thực phẩm nào khác trên thị trường có thể thực hiện.
  - Từ đầu tháng 4/2022, BHX triển khai diện rộng việc thay đổi layout cửa hàng, tiện lợi và thân thiện với khách hàng cũng như nhân viên. Đối với một số cửa hàng đã hoạt động ổn định 2 tháng với mô hình mới này, doanh thu đã tăng trưởng 15%-30% tùy nhóm hàng. BHX hướng tới tăng trưởng doanh thu trung bình trên mỗi cửa hàng tối thiểu 30% vào cuối năm từ mức hiện tại.



## CHI TIẾT TÌNH HÌNH KINH DOANH 3 THÁNG ĐẦU NĂM VÀ TÓM TẮT NỘI DUNG QUAN TRỌNG TRONG KỲ HỌP ĐHĐCĐ 2022

- Đối với các chuỗi còn lại:
  - Chuỗi nhà thuốc An Khang ghi nhận doanh số trong 3 tháng đầu năm gấp 3,7 lần so với cùng kỳ năm trước. Trong năm 2022, An Khang cũng sẽ triển khai layout mới và nhân rộng mô hình, tăng tốc vũ bão cả về doanh thu cũng như số lượng cửa hàng, hướng tới cột mốc 400 cửa hàng trước quý 3/2022.
  - Trong những mảng kinh doanh thử nghiệm, AVA Kids đang có kết quả ban đầu khá khả quan với doanh thu trung bình khoảng 2 tỷ đồng/cửa hàng/tháng. Chuỗi này sẽ thử nghiệm giai đoạn 2 ở quy mô 50 cửa hàng dự kiến vào cuối tháng 6/2022.
- Một số điểm chính tại kỳ họp ĐHĐCĐ năm 2022:
  - Chiến lược xuyên suốt trong năm 2022 là đầu tư cho các hoạt động thúc đẩy bán hàng, chăm sóc khách hàng, nâng cấp trải nghiệm mua sắm để mở rộng tập khách hàng, tăng lượt mua sắm và sản lượng tiêu thụ, không chú trọng tăng biên lợi nhuận.
  - Mảng kinh doanh sản phẩm ICT và điện máy vẫn là trụ cột mang lại doanh thu và lợi nhuận chính cho MWG. Công ty tiếp tục kế hoạch mở mới (i) chuỗi ĐMX Supermini (vận hành 1.000 cửa hàng vào cuối năm) và phát triển mạng lưới cộng tác viên đại lý để khai thác thị trường khu vực nông thôn; (ii) các trung tâm điện máy với diện tích từ 3000-5000 m<sup>2</sup> để phục vụ phân khúc khách hàng cao cấp tại các đô thị lớn; (iii) chuỗi cửa hàng Topzone (mục tiêu 50 cửa hàng AAR và APR vào cuối quý 2), hướng đến gia tăng thị phần Apple từ 25% năm 2021 lên 30% cuối năm 2022.
  - Đối với BHX, sự tập trung trong năm nay sẽ là:
    - i. tạo ra trải nghiệm khách hàng thay đổi vượt trội đối với cả kênh offline (không gian mua sắm thoải mái; hàng hóa đầy đủ, sắp xếp ngăn nắp, dễ dàng tìm kiếm; quy trình vận hành cửa hàng mạch lạc, rõ ràng; nhân viên phục vụ tử tế) và kênh online (mua sắm hàng tươi sống dễ dàng, chất lượng và độ tươi được đảm bảo, đóng gói cẩn thận và rút ngắn thời gian giao hàng);
    - ii. tối ưu nền tảng quản trị back-end bằng hệ thống tự động, hạn chế tối đa tác động của con người để sẵn sàng tăng tốc mở rộng ra toàn quốc từ năm 2023 (hệ thống tự động dự báo sản lượng hàng hóa cần nhập hàng ngày theo từng loại sản phẩm, kiểm soát thiếu hàng và cảnh báo những mặt hàng bán chậm cần điều chuyển ra khỏi cửa hàng, chỉ định danh mục hàng hóa cho siêu thị mới khai trương tùy theo đặc tính tiêu dùng của khách hàng từng khu vực...)
  - Trong năm 2022-2023, CTCP Công nghệ & Đầu tư BHX sẽ chào bán vốn cổ phần sơ cấp (primary shares) với tỷ lệ tối đa 20% cho nhà đầu tư mới.
  - MWG sẽ thực hiện việc chia cổ tức ngay sau khi hoàn tất thủ tục và nhận được chấp thuận của Ủy Ban Chứng Khoán Nhà Nước. Dự kiến, cổ tức bằng tiền mặt với tỷ lệ chi trả 10%/cổ phiếu tương đương 1.000 đồng/cổ phiếu được trả trong tháng 6/2022. Cổ tức bằng cổ phiếu với tỷ lệ thực hiện quyền 1:1 trên số lượng cổ phiếu đang lưu hành được trả trong tháng 6-tháng 7/2022.