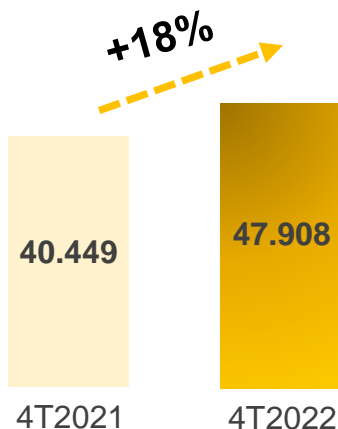




### DOANH THU THUẦN

(tỷ đồng)

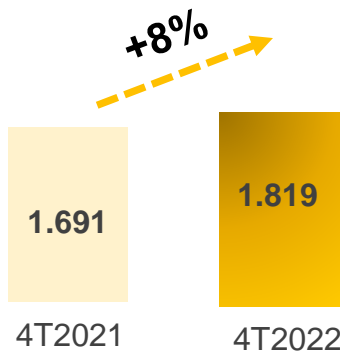


34%

Hoàn thành kế hoạch doanh thu 2022 là 140.000 tỷ đồng

### LỢI NHUẬN SAU THUẾ

(tỷ đồng)



29%

Hoàn thành kế hoạch LNST 2022 là 6.350 tỷ đồng

### NHỮNG ĐIỂM NỔI BẬT



Doanh thu online đạt 7,5 ngàn tỷ đồng, tăng **145%** so với cùng kỳ, chiếm 16% tổng doanh thu của MWG.



**901** cửa hàng ĐMS, doanh số lũy kế gấp đôi cùng kỳ.



**35** cửa hàng Topzone, đóng góp 670 tỷ đồng doanh thu 4 tháng đầu năm.



**460** trong tổng số 2.140 cửa hàng BHX đã thay layout mới. Doanh thu trung bình theo ngày của các cửa hàng đã hoạt động ổn định với layout mới tăng khoảng 10% so với trước khi thay đổi.



**250** nhà thuốc An Khang, doanh số lũy kế gấp 3,7 lần cùng kỳ. An Khang đang hướng đến cột mốc **500** nhà thuốc trong tháng 7/2022.



**21** cửa hàng AVAKids, doanh số trung bình 1,5-2 tỷ đồng/cửa hàng/tháng. AVAKids đang nỗ lực để hoàn tất **50** cửa hàng đầu tháng 6/2022.



- Lũy kế 4 tháng đầu năm 2022, MWG ghi nhận **doanh thu thuần hợp nhất là 47.908 tỷ đồng và lợi nhuận sau thuế (LNST) 1.819 tỷ đồng**. Doanh thu online đạt 7.468 tỷ đồng, tăng 145% so với cùng kỳ, chiếm 16% tổng doanh thu của MWG. Như vậy, Công ty đã hoàn thành 34% kế hoạch doanh thu và 29% kế hoạch LNST cả năm.
- TGDD, ĐMX và Topzone ghi nhận doanh thu lũy kế 39,1 ngàn tỷ đồng doanh thu, tăng 21% so với cùng kỳ. Trong đó:
  - Với 901 điểm bán, ĐMX supermini (ĐMS) đóng góp hơn 3,5 ngàn tỷ đồng doanh thu lũy kế, gấp đôi cùng kỳ năm 2021.
  - Topzone có 35 điểm bán và mang về gần 670 tỷ đồng trong 4 tháng đầu năm. Cùng với chuỗi TGDD, sự phát triển mạnh mẽ của Topzone đóng vai trò quan trọng giúp Công ty chinh phục mục tiêu doanh thu sản phẩm Apple đạt 650 triệu USD trong năm 2022 và chạm mốc 1 tỷ USD trong năm 2023. Nếu hiện thực hóa được mục tiêu này, MWG sẽ trở thành đối tác hàng đầu của Apple ở khu vực Châu Á.
  - Doanh thu online tiếp tục tăng trưởng mạnh 155% so với cùng kỳ và chiếm 18% trong tổng doanh số các chuỗi.
- BHX ghi nhận doanh thu lũy kế 8,2 ngàn tỷ đồng, tăng 2% so với cùng kỳ.
  - Tính đến cuối tháng 4, BHX đã triển khai việc thay đổi layout (cách bố trí - sắp xếp cửa hàng) theo chuẩn mới cho 460 trong tổng số 2.140 cửa hàng. Việc thay đổi này sẽ làm gián đoạn hoạt động kinh doanh tại cửa hàng trong khoảng 3-5 ngày. Doanh thu trung bình theo ngày của các cửa hàng đã hoạt động ổn định tối thiểu 30 ngày với layout mới tăng khoảng 10% so với trước khi thay đổi. BHX dự kiến sẽ hoàn tất việc thay layout cho toàn bộ cửa hàng trong quý 3.
  - Doanh thu online tăng 17% so với cùng kỳ và đóng góp 3% trong doanh số của BHX. Hiện nay, BHX đang là nhà bán lẻ duy nhất trên thị trường cung cấp cho khách hàng lựa chọn mua thực phẩm tươi sống online dễ dàng với cam kết thời gian chính xác (6 khung giao hàng trong ngày, mỗi khung giao 2 giờ). Trong thời gian tới, BHX sẽ thử nghiệm hình thức giao hàng nhanh theo yêu cầu dành cho những khách hàng mong muốn nhận hàng trong vòng 60 phút.
- Đối với các chuỗi còn lại:
  - An Khang có 250 nhà thuốc cuối tháng 4. Doanh số lũy kế gấp 3,7 lần cùng kỳ. Doanh thu trung bình mỗi nhà thuốc đã hoạt động ổn định là 700-800 triệu/tháng đối với mô hình độc lập và 400-500 triệu/tháng đối với mô hình bên cạnh cửa hàng BHX. An Khang đang hướng đến cột mốc 500 nhà thuốc trong tháng 7/2022.
  - Trong những mảng kinh doanh thử nghiệm, AVA Kids ghi nhận kết quả ban đầu khá khả quan với doanh thu 1,5-2 tỷ đồng/cửa hàng/tháng. AVAKids đang nỗ lực để hoàn tất 50 cửa hàng vào đầu tháng 6/2022.