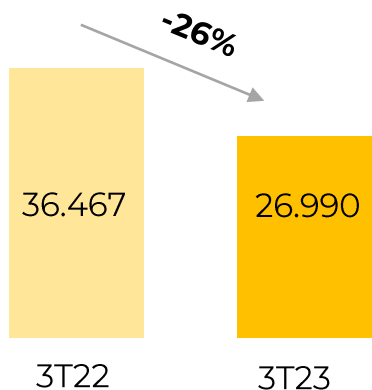




CÔNG TY CỔ PHẦN ĐẦU TƯ THẾ GIỚI DI ĐỘNG – CẬP NHẬT TÌNH HÌNH KINH DOANH 3 THÁNG ĐẦU NĂM 2023

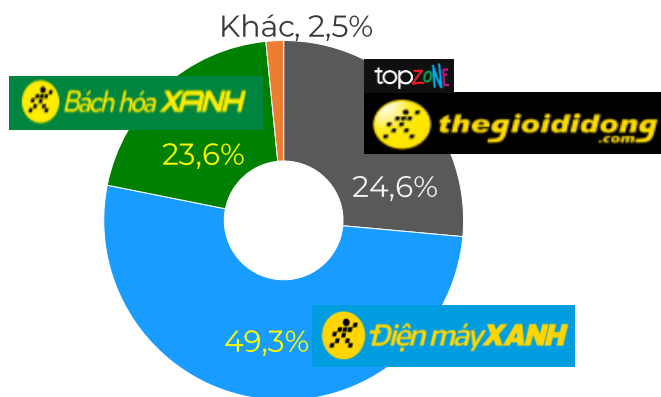
Doanh thu thuần (Tỷ đồng)



20%

Hoàn thành
kế hoạch
doanh thu
2023 là 135.000
tỷ đồng

Cơ cấu doanh thu



Các thông tin khác



THẾ GIỚI DI ĐỘNG

Tổng 1.188 cửa hàng, bao gồm 100 Topzone



ĐIỆN MÁY XANH

Tổng 2.291 cửa hàng, bao gồm 1.035 ĐMS



BÁCH HÓA XANH

Tổng 1.710 cửa hàng đang hoạt động



AN KHANG

Tổng 510 nhà thuốc đang hoạt động



AVA KIDS

64 cửa hàng AVAKids



ONLINE

Doanh thu lũy kế giảm 38% sv. cùng kỳ, chiếm 14% tổng doanh thu của MWG.

• Chuỗi TGDD và ĐMX:

- Tổng doanh thu lũy kế hai chuỗi giảm 34% từ nền cơ sở rất cao của quý 1 năm 2022.
- Doanh thu của hầu hết sản phẩm điện thoại và điện máy giảm từ 25% đến 35% so với cùng kỳ, ngoại trừ máy tính bảng, máy tích xách tay giảm mạnh khoảng 40%-50%.
- Các sản phẩm ICT chiếm tỷ trọng lớn trong doanh số từ kinh doanh online của TGDD & ĐMX. Do đó, doanh thu online cũng sụt giảm 40% so với cùng kỳ.
- Tháng 4 bắt đầu vào mùa nắng nóng là đợt bán hàng cao điểm đối với sản phẩm điện lạnh, dự kiến doanh số máy lạnh trong tháng 4 năm nay có thể tăng khoảng 20%-30% so với cùng kỳ.
- Với kết quả khá tích cực của 5 shop điện máy EraBlue đầu tiên (4,5-5 tỷ đồng/ cửa hàng/ tháng duy trì ổn định từ tháng 12/2022 đến nay), trong tháng 4, Ban Lãnh đạo MWG đã có chuyến làm việc thực địa cùng đối tác liên doanh và gặp gỡ 62 nhà cung cấp hàng đầu trong lĩnh vực viễn thông và điện tử tiêu dùng tại Indonesia. Đây là dịp để chia sẻ tầm nhìn, sứ mệnh và các giá trị khác biệt mà EraBlue cam kết mang lại cho người tiêu dùng tại thị trường này. EraBlue đang từng bước hoàn thiện mô hình kinh doanh và sẽ bắt đầu mở rộng một cách thận trọng từ nửa cuối 2023.



• **Chuỗi BHX:**

- ❑ Doanh thu lũy kế của BHX trong quý 1/2023 tăng 5% mặc dù chuỗi đã giảm 20% về số điểm bán so với quý 1/2022. Riêng kênh online tăng trưởng 19%.
- ❑ Theo ngành hàng:
 - Thực phẩm tươi sống là động lực chính, tăng trưởng 40% so với cùng kỳ. Điều này phản ánh đúng chiến lược của Công ty trong năm 2023 là tập trung nâng cao chất lượng và sản lượng hàng tươi sống để trở thành điểm đến thu hút khách hàng tại BHX.
 - Doanh thu FMCGs tương đương cùng kỳ trong khi đóng góp từ sản phẩm gia dụng giảm so với quý 1 năm trước do BHX đã tối ưu lại danh mục sản phẩm, bỏ không kinh doanh một số mặt hàng gia dụng sau tái cấu trúc.
- ❑ Doanh thu bình quân tháng 3 đạt hơn 1,3 tỷ đồng/cửa hàng và dự kiến sẽ tiếp tục cải thiện trong tháng 4. Số lượng hóa đơn và sản lượng tiêu thụ đang duy trì ổn định trong khi giá trị hóa đơn chỉ bằng khoảng 85% so với cùng kỳ do khách hàng có tâm lý thắt chặt chi tiêu.

TUYÊN BỐ MIỄN TRỪ TRÁCH NHIỆM

- Thông tin trong bản tin này được thu thập từ nhiều nguồn khác nhau và chưa được kiểm toán, không đảm bảo về sự hoàn chỉnh, đầy đủ cũng như độ chính xác tuyệt đối.
- Cá nhân/tổ chức cần lưu ý rằng bản tin này không mang tính chất mời chào mua hay bán bất cứ chứng khoán, quyền chọn, hợp đồng tương lai hay công cụ phái sinh nào.
- Công ty không chịu trách nhiệm về mọi thiệt hại (nếu có) do việc sử dụng bản tin này gây ra. Cá nhân/tổ chức sử dụng thông tin trong bản tin này tự chịu trách nhiệm về quyết định của mình.