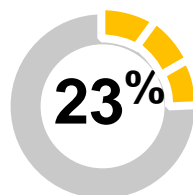
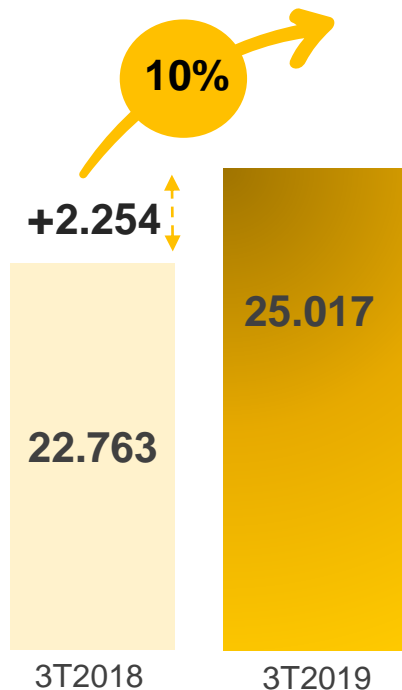


# Công ty Cổ Phần Đầu Tư Thế Giới Di Động (MWG)

## TÌNH HÌNH KINH DOANH 3 THÁNG ĐẦU NĂM 2019

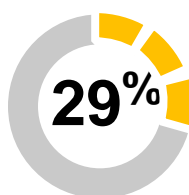
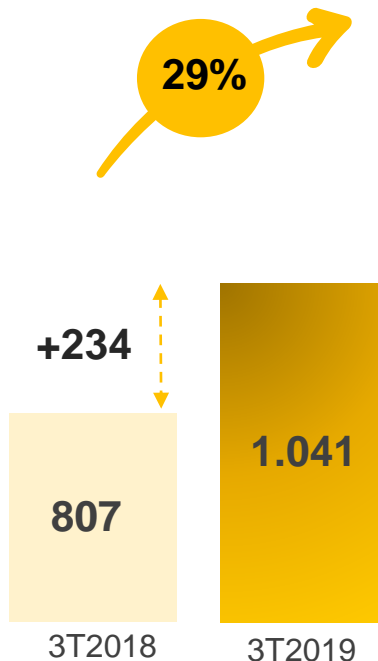


### DOANH THU THUẦN (tỷ đồng)



Hoàn thành  
kế hoạch doanh thu  
2019 là 108.468 tỷ

### LỢI NHUẬN SAU THUẾ (tỷ đồng)



Hoàn thành  
kế hoạch LNST  
2019 là 3.571 tỷ

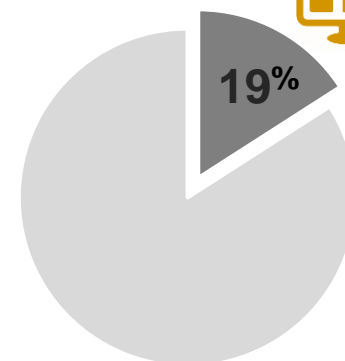


**4.650** tỷ đồng  
DOANH THU  
ONLINE 3T2019



**+67%**

So với  
DOANH THU  
ONLINE 3T2018



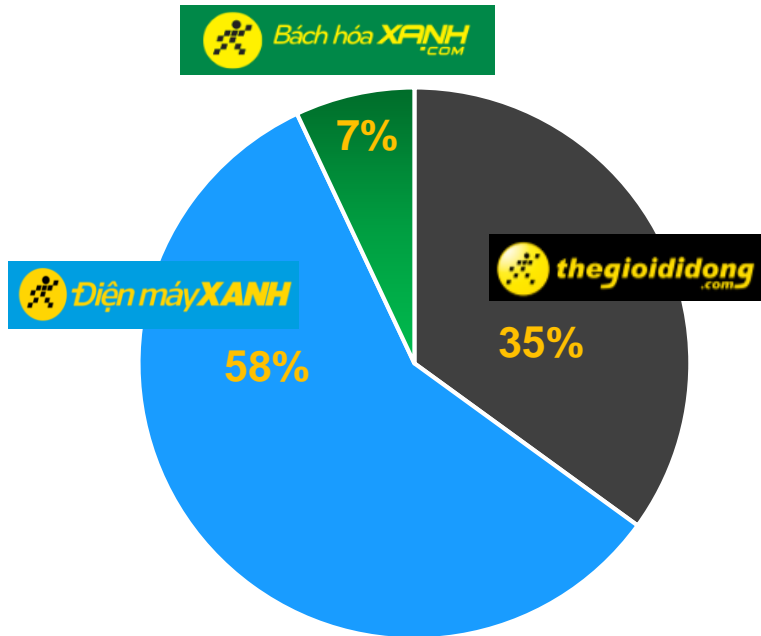
TỔNG: 25.017 tỷ đồng

# Công ty Cổ Phần Đầu Tư Thế Giới Di Động (MWG)

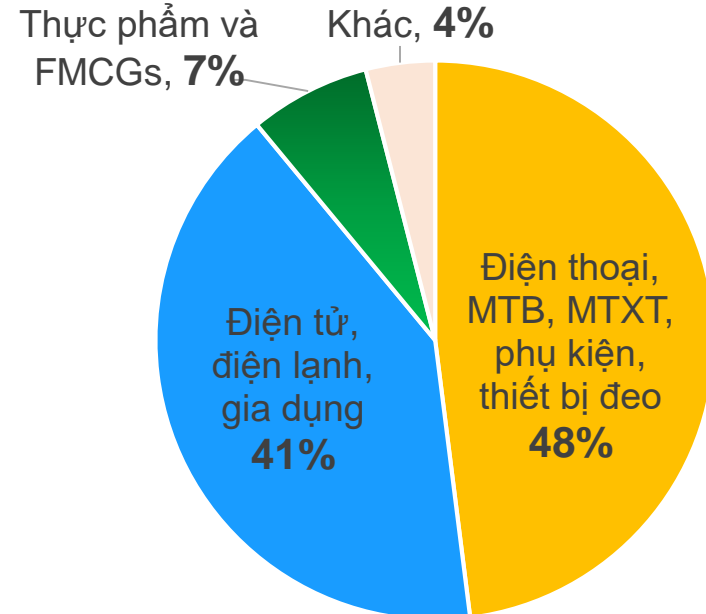
## TÌNH HÌNH KINH DOANH 3 THÁNG ĐẦU NĂM 2019



### CƠ CẤU DOANH THU THEO CHUỖI



### CƠ CẤU DOANH THU THEO NGÀNH HÀNG



(\* Các ngành hàng khác bao gồm: sim, thẻ cào, trả góp, thu hộ, máy cũ...

### SỐ CỬA HÀNG

**2.266**

	1.023 cửa hàng
	774 cửa hàng
	469 cửa hàng

(\* Chuỗi TGDD giảm 4 cửa hàng do chuyển đổi thành ĐMX mini



## TÌNH HÌNH KINH DOANH 3 THÁNG ĐẦU NĂM 2019

- MWG ghi nhận doanh thu thuần hợp nhất đạt 25.017 tỷ đồng và lợi nhuận sau thuế (LNST) đạt 1.041 tỷ đồng trong 3 tháng đầu năm 2019, tương đương với mức tăng trưởng 10% doanh thu thuần và 29% LNST so với cùng kỳ năm 2018. MWG đã hoàn thành 23% kế hoạch doanh thu và 29% kế hoạch LNST cả năm 2019. Doanh thu online 3 tháng đầu năm đạt 4.650 tỷ đồng, đóng góp 19% trong tổng doanh thu của MWG. Doanh thu online tăng trưởng 67% so với cùng kỳ năm trước.
- Tại ngày 31/03/2019, MWG có 2.266 cửa hàng. Chỉ trong T3, MWG đã mở thêm 50 cửa hàng mới, trong đó có 46 cửa hàng BHX. Chuỗi DMX tăng thêm 8 cửa hàng, bao gồm 4 cửa hàng mở mới và 4 cửa hàng được chuyển đổi từ TGDĐ.
- Biên lợi nhuận gộp và biên lợi nhuận ròng lũy kế 3 tháng đầu năm đều được cải thiện so với cùng kỳ năm trước. Trong đó, biên lợi nhuận ròng gần 4.2% của Q1/2019 là cao nhất trong tất cả các quý tính từ đầu năm 2017 đến nay. Biên lợi nhuận ròng của quý 1 thường cao hơn các quý khác trong năm.
- Sản lượng điện thoại bán ra trong 3 tháng đầu năm tăng trưởng 3% trong khi giá trị đi ngang so với cùng kỳ năm trước do MWG đẩy mạnh chương trình khuyến khích bán hàng trong dịp Tết Nguyên Đán đối với các sản phẩm ra mắt cuối năm 2018 và các hãng ít tung ra sản phẩm mới trong thời điểm quý 1/2019. Đối với các mặt hàng điện tử và điện lạnh, công ty ghi nhận mức tăng trưởng 27% về sản lượng và 14% về giá trị trong Q1/2019 so với Q1/2018.
- Chiến lược tăng doanh thu thông qua việc “bán những sản phẩm chưa từng bán” tại chuỗi TGDĐ & DMX bước đầu ghi nhận kết quả khá khả quan:
  - Mô hình shop-in-shop kinh doanh đồng hồ được đưa vào thử nghiệm tại cửa hàng TGDĐ ở TP.HCM từ 08/03/2019. MWG hiện có 2 cửa hàng đang bán trên 50 mẫu đồng hồ thông minh và trên 1.000 mẫu đồng hồ thời trang của hơn 20 thương hiệu. Công ty tập trung phục vụ nhóm khách hàng phổ thông và trung cấp với giá một sản phẩm chủ yếu dao động từ 1 triệu đến 6 triệu đồng. Sản phẩm được đảm bảo chính hãng 100% và cam kết bảo hành đến 1 năm.
  - Đối với nhóm gia dụng và dụng cụ nhà bếp, trong quý 1/2019 đã có hơn 10 triệu sản phẩm được bán ra tại các cửa hàng DMX và mang về cho MWG hơn 1.700 tỷ đồng doanh thu, tương đương với mức tăng trưởng 130% về sản lượng và 50% về giá trị so với cùng kỳ năm 2018.
- Khác với các năm trước, năm 2019 MWG chủ yếu tập trung bán hàng phục vụ mùa cao điểm trong quý 1 và sẽ triển khai mạnh mẽ việc mở rộng/chuyển đổi chuỗi TGDĐ và DMX bắt đầu từ tháng 4 để khai thác hiệu quả doanh số của các cửa hàng mới trong mùa cao điểm nắng nóng và 6 tháng cuối năm. Cụ thể, MWG đã chuẩn bị hơn 100 mặt bằng để mở mới và sẽ thay đổi cách sắp xếp tại hơn 200 siêu thị DMX mini để tối ưu hoá số lượng và diện tích trưng bày sản phẩm, dự kiến hoàn tất trước ngày 30/06/2019.



## TÌNH HÌNH KINH DOANH 3 THÁNG ĐẦU NĂM 2019

- Trong 469 cửa hàng tại ngày 31/03/2019, BHX có 95 cửa hàng tại 12 tỉnh miền Tây và Đông Nam Bộ (tương đương với 20% tổng số cửa hàng của toàn chuỗi). Trong cơ cấu chia theo loại cửa hàng, chuỗi BHX có 52 cửa hàng lớn 300m<sup>2</sup>, chiếm khoảng 11% tổng số cửa hàng toàn chuỗi.
- Doanh thu trung bình các cửa hàng khai trương trước ngày 1/3/2019 vượt mức 1,25 tỷ đồng/cửa hàng/tháng.
- Tuỳ theo loại cửa hàng chuẩn hoặc lớn 300m<sup>2</sup>, sức bán của các cửa hàng ở tỉnh vào khoảng 85%-90% so với các cửa hàng ở Tp.HCM.
- BHX tiếp tục đa dạng hoá danh mục lựa chọn sản phẩm để phục vụ tốt hơn nhu cầu của khách hàng. Các cửa hàng lớn đang bày bán khoảng 500 mặt hàng tươi sống và 3.000 mặt hàng FMCGs, cửa hàng chuẩn cung cấp khoảng 350 mặt hàng tươi sống và hơn 2.000 mặt hàng FMCGs.
- Trong T3/2019, BHX bán ra khoảng 6.000 tấn hàng tươi sống, tăng 20% so với sản lượng gần 5.000 tấn cuối năm 2018 và tháng 1/2019. Hàng tươi sống đóng góp khoảng 40% trong tổng doanh thu chuỗi BHX quý 1/2019.
- BHX đẩy mạnh tiếp cận trực tiếp nguồn cung tại các vùng nuôi trồng, đánh bắt nhằm rút ngắn thời gian trung chuyển, nâng cao chất lượng và độ tươi của hàng hoá khi đến tay người tiêu dùng. Đặc biệt đối với mặt hàng thịt-cá, cách thức mua hàng “tại nguồn” này đã giúp sản lượng và doanh số bán ra trong tháng 3 của nhóm sản phẩm này tăng hơn 50% so với trung bình 2 tháng đầu năm.
- Trong Q2/2019, BHX sẽ tập trung xử lý việc mua hàng trực tiếp cho nhóm trái cây & bánh kẹo nhập khẩu.

### **TUYÊN BỐ MIỄN TRỪ TRÁCH NHIỆM**

- Báo cáo này được viết nhằm mục đích cung cấp thông tin định kỳ hàng tháng cho mọi cổ đông của MWG. Mọi thông tin và ý kiến nhận định trong báo cáo này thể hiện quan điểm và góc nhìn CHỦ QUAN của người viết tại thời điểm phát hành.
- Thông tin trong báo cáo này được thu thập từ nhiều nguồn khác nhau và không đảm bảo về sự hoàn chỉnh, sự đầy đủ cũng như độ chính xác tuyệt đối của thông tin.
- Các thông tin trong báo cáo này chưa được kiểm toán.
- Cá nhân/tổ chức sử dụng báo cáo này cần lưu ý rằng báo cáo 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.
- Người viết không chịu trách nhiệm về mọi thiệt hại (nếu có) do việc sử dụng báo cáo này gây ra. Cá nhân/tổ chức sử dụng báo cáo này tự chịu trách nhiệm về quyết định của mình.