



TÓM TẮT TÌNH HÌNH KINH DOANH 10 THÁNG 2018

NHỮNG THÔNG TIN NỔI BẬT

- MWG ghi nhận doanh thu thuần hợp nhất đạt 72.275 tỷ đồng và lợi nhuận sau thuế hợp nhất đạt 2.413 tỷ đồng trong 10 tháng năm 2018, tương đương với mức tăng trưởng 36% doanh thu thuần và 33% lợi nhuận sau thuế so với cùng kỳ năm 2017. MWG đã hoàn thành 84% kế hoạch doanh thu và 93% kế hoạch lợi nhuận năm 2018.
- Tốc độ tăng trưởng doanh thu theo ngành hàng so với 10T2017 lần lượt là 74% cho nhóm sản phẩm điện máy (so với tốc độ tăng trưởng của thị trường khoảng 20%); 18% cho nhóm sản phẩm điện thoại, máy tính bảng (so với tốc độ tăng trưởng của thị trường khoảng 3%); và 224% cho nhóm thực phẩm và hàng tiêu dùng.
- Doanh thu online 10 tháng 2018 đạt 9.848 tỷ đồng, tương đương với 13,5% tổng doanh thu của MWG. Doanh thu online tăng trưởng 117% so với cùng kỳ năm trước và hoàn thành 98% kế hoạch cả năm 2018. Với đà tăng trưởng này, doanh thu online của MWG sẽ tăng gần như gấp đôi mỗi năm, liên tiếp kể từ năm 2015 đến nay. Kết quả tăng trưởng vượt trội này so với mức tăng trưởng chung của thị trường đến từ việc vận hành hiệu quả mô hình bán lẻ đa kênh (Omni-channel). Trong đó, mạng lưới cửa hàng khắp cả nước là sức mạnh quan trọng của MWG để phân phối sản phẩm nhanh chóng với chi phí tối ưu và cung cấp dịch vụ thuận tiện cho khách hàng.
- Sự tăng trưởng mạnh mẽ của các giao dịch online là phù hợp với xu hướng phát triển của Thương Mại Điện Tử (TMĐT). Theo Sách trắng Thương Mại Điện Tử Việt Nam, doanh thu TMĐT năm 2017 đạt 6,2 tỷ USD, chiếm 3,6% tổng mức bán lẻ hàng hóa và dịch vụ tiêu dùng cả nước. Dự kiến vào năm 2020, doanh số TMĐT sẽ đạt khoảng 10 tỷ USD, chiếm 5% tổng quy mô thị trường bán lẻ. Tốc độ tăng trưởng doanh thu TMĐT (B2C) trung bình mỗi năm tại Việt Nam ước tính khoảng 28% cho giai đoạn 2014-2017 và được dự báo tiếp tục duy trì khoảng 20% cho giai đoạn 2018-2020.
- Đối với nhóm sản phẩm điện thoại và điện máy tiêu dùng; dựa trên dữ liệu thống kê của GFK từ đầu năm đến nay, khoảng 16% giá trị sản phẩm điện thoại và chỉ có khoảng 5% giá trị sản phẩm điện máy được bán thông qua các kênh online tại Việt Nam (50% giá trị sản phẩm bán online là qua các website của MWG). Các sản phẩm được giao dịch online đa phần là hàng hoá nhỏ gọn như điện thoại hoặc có giá trị tương đối thấp như phụ kiện, gia dụng. Các mặt hàng điện tử, điện lạnh là sản phẩm có giá trị cao nên khách hàng vẫn muốn ra cửa hàng trải nghiệm và được tư vấn để chọn mua trực tiếp. Giao dịch mua bán hàng công nghệ điện máy qua kênh online diễn ra chủ yếu ở một số thành phố lớn do tính chất phức tạp trong hoạt động vận chuyển, giao nhận và lắp đặt.



TÓM TẮT TÌNH HÌNH KINH DOANH 10 THÁNG 2018

NHỮNG THÔNG TIN NỔI BẬT

- Kể từ tháng 4/2018 đến nay, BHX đã liên tục triển khai những thay đổi mang tính chiến lược bao gồm:
 - 1) Tạm hoãn việc mở mới và di dời các cửa hàng sâu trong khu dân cư, lựa chọn mặt bằng cho các cửa hàng mới khai trương nằm ở các trục đường phụ, trên đường đi làm về nhà của người nội trợ;
 - 2) Chuẩn hoá mô hình “thịt tươi-cá lợi” với sự đầu tư đa dạng các chủng loại hàng tươi sống và FMCGs;
 - 3) Triển khai thử nghiệm mô hình cửa hàng quy mô lớn 300m², được đầu tư với tổng số lượng hơn 3000 mặt hàng (hơn 300 mặt hàng tươi sống) đặt gần chợ truyền thống, khu vực đông dân cư;
 - 4) Mở rộng thử nghiệm mô hình chuẩn đi các tỉnh lân cận cách TPHCM 30-40km kể từ tháng 7/2018;
 - 5) Tập trung tối ưu doanh thu trên mỗi cửa hàng thông qua việc nâng cấp nâng cấp các cửa hàng từ mô hình cũ (không có “thịt tươi, cá lợi”) lên mô hình chuẩn và cửa hàng từ quy mô chuẩn lên quy mô lớn;
 - 6) Chủ động rà soát để đóng các cửa hàng không đạt kết quả kinh doanh như kỳ vọng kể từ cuối tháng 8/2018. Mặc dù quyết định này tức thời làm tăng chi phí cho BHX và phần nào ảnh hưởng đến biên lợi nhuận ròng của cả tập đoàn (do bồi thường trả mặt bằng và khấu hao phân bổ của các cửa hàng đóng cửa sẽ ngay lập tức chuyển thành chi phí) nhưng lại tác động tích cực đến hiệu quả hoạt động của toàn chuỗi trong tương lai (do doanh thu trung bình tính trên số cửa hàng còn lại được cải thiện và các cửa hàng đang hoạt động hiệu quả không phải tiếp tục bù lỗ cho các cửa hàng đã đóng cửa này).
- Kết quả là, doanh thu tính bình quân một tháng cho các cửa hàng khai trương trước ngày 1/10/2018 đã vượt mức 1.050.000.000 đồng/cửa hàng, tăng 24% kể từ mức 850.000.000 đồng/cửa hàng cuối tháng 6/2018 và tăng 62% kể từ mức 650.000.000 đồng/cửa hàng cuối tháng 3/2018. Với 412 cửa hàng đang hoạt động tại ngày 31/10/2018, BHX đạt 467 tỷ đồng doanh thu tính riêng cho tháng 10.
- Từ hơn 20 cửa hàng “thịt tươi – cá lợi” được triển khai thử nghiệm đầu năm nay, đến cuối tháng 10, BHX đã có 270 cửa hàng chuẩn và cửa hàng quy mô lớn (tương đương với 65% số cửa hàng hiện hữu) tại Tp.HCM, Bình Dương, Long An và Đồng Nai; trong đó bao gồm 18 cửa hàng lớn và 15 cửa hàng tại các tỉnh lân cận.
- Các cửa hàng chuẩn đã hoạt động ổn định tiếp tục tăng trưởng doanh thu bình quân, đạt khoảng 1.150.00 đồng/cửa hàng/tháng

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

TÓM TẮT TÌNH HÌNH KINH DOANH 10 THÁNG 2018



TỔNG QUAN KẾT QUẢ KINH DOANH 10T2018 SO VỚI 10T2017

DOANH THU HỢP NHẤT

72,3

Doanh Thu Thuần
10T2018
(Nghìn tỷ đồng)

36%

Tăng trưởng
Doanh Thu Thuần
so với cùng kỳ 2017

84%

Hoàn thành
kế hoạch doanh thu
2018 là **86.390 tỷ**

DOANH THU ONLINE

9,8

Doanh Thu Online
10T2018
(Nghìn tỷ đồng)

117%

Tăng trưởng
Doanh Thu Online
so với cùng kỳ 2017

98%

Hoàn thành
kế hoạch doanh thu
online là **10.000 tỷ**

LỢI NHUẬN HỢP NHẤT

2,4

Lợi Nhuận Ròng
10T2018
(Nghìn tỷ đồng)

33%

Tăng trưởng
Lợi Nhuận Ròng
so với cùng kỳ 2017

93%

Hoàn thành
kế hoạch lợi nhuận
ròng 2018 là **2.603 tỷ**

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

TÓM TẮT TÌNH HÌNH KINH DOANH 10 THÁNG 2018



PHÂN TÍCH DOANH THU



DOANH THU THEO CHUỖI 10T2018

| | |
|--|----------------|
| | 29.386 tỷ đồng |
| | 39.565 tỷ đồng |
| | 3.267 tỷ đồng |



SỐ LƯỢNG CỬA HÀNG THEO CHUỖI

| | |
|--|----------------|
| | 1.038 cửa hàng |
| | 740 cửa hàng |
| | 412 cửa hàng |

TĂNG TRƯỞNG DOANH THU THEO NGÀNH HÀNG SO VỚI CÙNG KỲ 2017

| | | |
|--|--|--------|
| | Điện thoại, máy tính bảng và máy tính xách tay | ↑ 18% |
| | Điện tử, điện lạnh và gia dụng | ↑ 74% |
| | Thực phẩm và hàng tiêu dùng | ↑ 224% |

TĂNG TRƯỞNG DOANH THU THEO CHUỖI SO VỚI CÙNG KỲ 2017

| | |
|--|--------|
| | ↑ 2% |
| | ↑ 70% |
| | ↑ 224% |

Ghi chú:

- Các số liệu tổng hợp của Điện Máy Xanh đã bao gồm số liệu của Trần Anh.
- Doanh thu theo chuỗi chưa bao gồm doanh thu của Big Phone