



NHỮNG KẾT QUẢ NỔI BẬT NĂM 2020

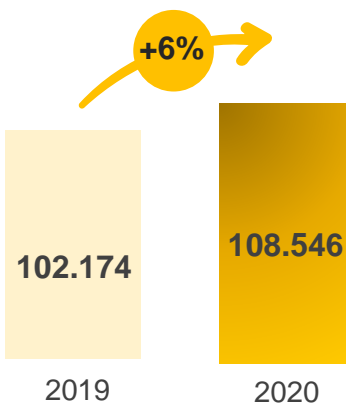
1. Vị thế và quy mô:

- Top 10 Doanh nghiệp lớn nhất Việt Nam theo bảng xếp hạng VNR500.
- Giữ vững vị thế nhà bán lẻ số 1 Việt Nam với khoảng cách vượt trội so với DN cùng ngành.
- Là công ty có doanh số lớn nhất trong tổng giá trị thị trường bán lẻ trực tuyến tại Việt Nam.
- Là công ty Việt Nam duy nhất lọt vào Top 100 nhà bán lẻ hàng đầu châu Á – Thái Bình Dương.
- Quy mô hơn 4.000 cửa hàng. Trong đó, chuỗi Điện Máy Xanh vượt mốc 1.400 cửa hàng và chuỗi Bách Hóa Xanh vượt mốc 1.700 cửa hàng vào cuối tháng 12/2020.

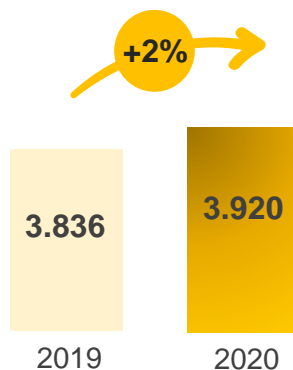
2. Doanh thu và lợi nhuận:

- Năm 2020 là năm đặc biệt khó khăn do ảnh hưởng từ dịch bệnh toàn cầu cùng với tình hình thiên tai liên tục diễn ra tại Việt Nam. Bất chấp các khó khăn, MWG tiếp tục ghi nhận mức tăng trưởng 6% doanh thu đạt 108.546 tỷ đồng, và tăng trưởng 2% LNST đạt 3.920 tỷ đồng so với 2019.
- Đặc biệt trong suốt giai đoạn bị ảnh hưởng bởi dịch Covid, chưa một tháng nào Công ty phải ghi nhận lỗ. Đây là điểm khác biệt lớn của MWG với các doanh nghiệp cùng ngành, thể hiện nền tảng tài chính tốt, sự bền vững, cũng như tinh thần chiến đấu kiên cường của toàn thể nhân viên. Trong nửa sau năm 2020, khi tình hình dịch bệnh được kiểm soát và nền kinh tế phần nào hoạt động bình thường trở lại, MWG đã triển khai thần tốc hàng loạt dự án mới như chuỗi ĐMX supermini, Bluetronics Campuchia, mô hình BHX diện tích lớn hơn 500 m². Nhờ sự bứt phá này, Công ty ghi nhận tăng trưởng lợi nhuận ròng 10% trong 6 tháng cuối năm so với cùng kỳ.
- Để đạt được kết quả như trên, ngoài nỗ lực tối ưu chi phí, việc cải thiện biên lợi nhuận gộp có đóng góp vô cùng quan trọng, đạt mức 22,1% và là mức cao nhất từ trước tới nay. Biên lợi nhuận gộp của hầu hết các ngành hàng chính được cải thiện nhờ MWG: (i) chủ động đa dạng hóa danh mục sản phẩm (bao gồm cả nhãn hàng riêng, sản phẩm nhập khẩu trực tiếp và sản phẩm độc quyền phân phối) với nhiều thương hiệu và phân khúc giá khác nhau; (ii) tập trung đẩy mạnh doanh số các sản phẩm có biên lợi nhuận tốt, và (iii) cải thiện các điều khoản thương mại với nhà cung cấp do lợi thế quy mô doanh thu ngày càng lớn.
- Trong 6 tháng cuối năm 2020, MWG tập trung mở rộng mạng lưới cửa hàng mạnh mẽ, liên tục thử nghiệm các mô hình mới, tăng cường sức mạnh cho đội ngũ mua hàng, đầu tư cho hệ thống kho vận và các nền tảng hỗ trợ vận hành. Việc này làm tăng chi phí bán hàng và chi phí quản lý doanh nghiệp trong ngắn hạn nhưng là sự đầu tư cần thiết giúp Công ty quay lại đà tăng trưởng nhanh và phát triển bền vững trong tương lai.

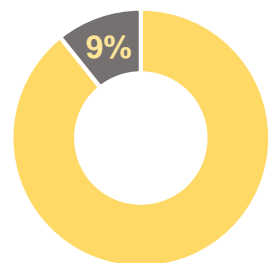
DOANH THU THUẦN (tỷ đồng)



LỢI NHUẬN SAU THUẾ (tỷ đồng)



HOẠT ĐỘNG KINH DOANH ONLINE

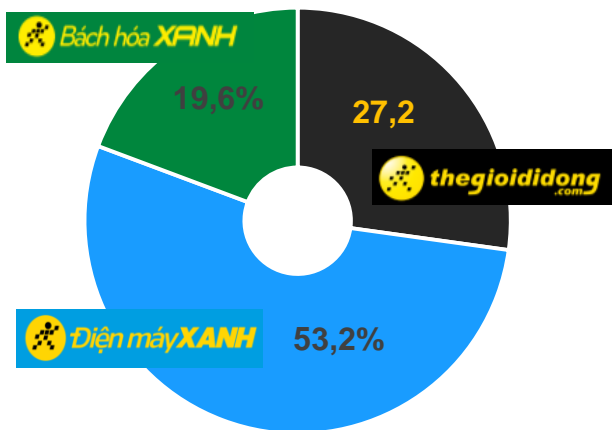


Doanh thu online 2020 là **9.386 tỷ đồng**



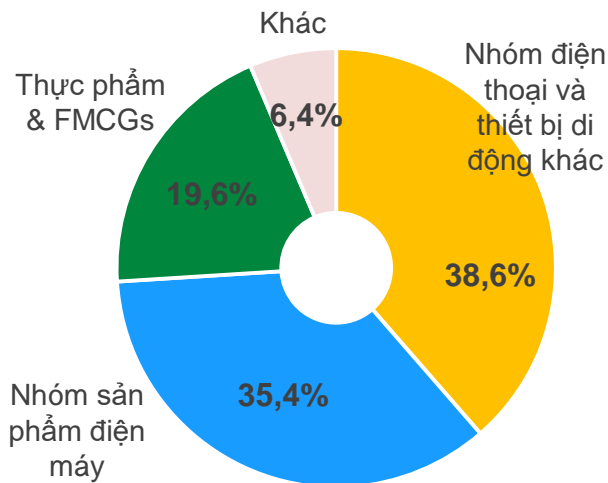
NHỮNG KẾT QUẢ NỔI BẬT NĂM 2020

CƠ CẤU DOANH THU THEO CHUỖI



(*) Cơ cấu doanh thu chưa bao gồm doanh thu Bigphone

CƠ CẤU DOANH THU THEO SẢN PHẨM KINH DOANH



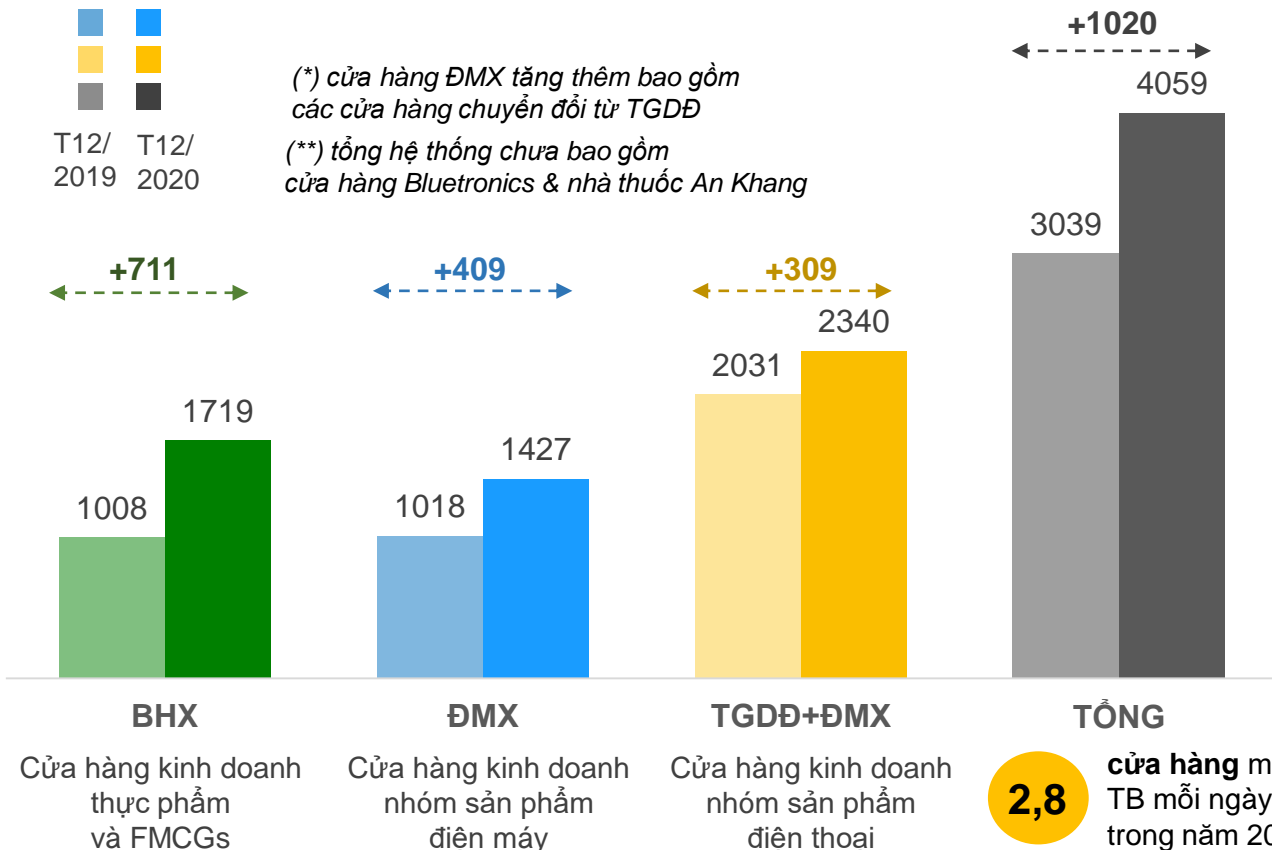
(**) Dịch vụ khác bao gồm; sim, thẻ cào, trả góp, thu hộ, máy cũ...

TĂNG TRƯỞNG SỐ LƯỢNG CỬA HÀNG

T12/2019 T12/2020

(*) cửa hàng ĐMX tăng thêm bao gồm các cửa hàng chuyển đổi từ TGĐĐ

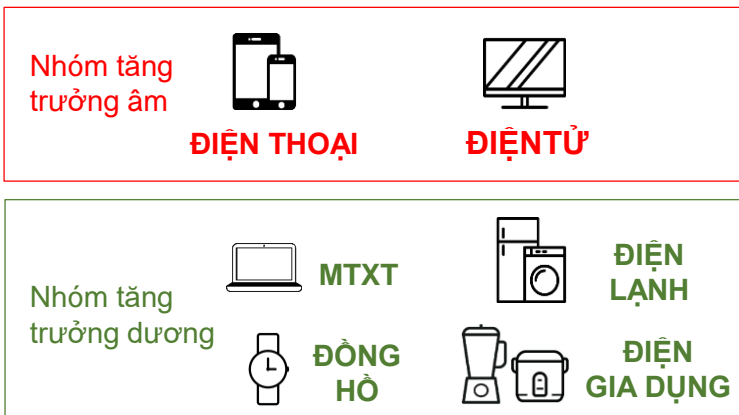
(**) tổng hệ thống chưa bao gồm cửa hàng Bluetronics & nhà thuốc An Khang



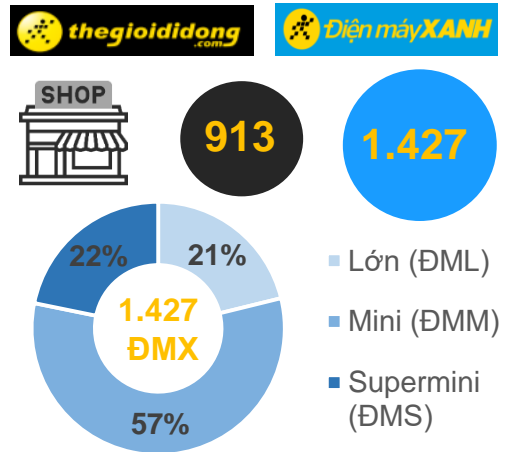


- Thị trường đa số các sản phẩm công nghệ và điện tử tiêu dùng năm 2020 tăng trưởng âm so với cùng kỳ (ngoại trừ máy tính xách tay và thiết bị đeo). Trong đó, điện thoại và điện tử bị ảnh hưởng nặng nhất, ghi nhận mức sụt giảm hai chữ số so với năm 2019. Việc TGDD/ĐMX đang làm tốt hơn thị trường ở hầu hết các sản phẩm chính giúp MWG củng cố vị thế số 1 về bán lẻ thiết bị di động và điện máy, liên tục nới rộng khoảng cách với các nhà bán lẻ khác.
- Công ty đẩy mạnh khai thác các ngành hàng có biên lợi nhuận tốt và còn dư địa tăng trưởng như:
 - Đồng hồ:** hơn 500 điểm bán mang về gần 1.600 tỷ đồng (gấp đôi so với năm 2019) từ 1,2 triệu sản phẩm bán ra. Như vậy, MWG là nhà bán lẻ đồng hồ - thiết bị đeo lớn nhất Việt Nam chỉ sau 2 năm gia nhập thị trường này.
 - Máy tính xách tay (MTXT):** 26 trung tâm Laptop và hơn 1.000 điểm trưng bày sản phẩm trong TGDD & ĐMX đóng góp hơn 3.500 tỷ đồng (tăng hơn 40% so với năm 2019). Với kết quả này, MWG ước tính chiếm gần 30% thị phần MTXT tại Việt Nam năm 2020.
 - Gia dụng:** Sự tập trung khai thác nhóm sản phẩm có giá trị tiêu thụ lớn là quạt điện, máy lọc nước và nồi cơm điện trong năm 2020 giúp nhóm này mang về hơn 3.500 tỷ đồng (tăng hơn 20% so với năm 2019) và đóng góp tới gần 50% doanh số gia dụng nói chung.
- Nỗ lực không ngừng thử nghiệm để tìm ra động lực tăng trưởng mới cho tương lai:
 - Điện Máy Xanh Supermini (ĐMS):** sau 6 tháng triển khai, chuỗi ĐMS đã phát triển thần tốc với 302 cửa hàng phục vụ nhu cầu mua sắm của người dân vùng nông thôn tại 61/63 tỉnh thành. Không chỉ tăng nhanh về số lượng (mở mới 200 cửa hàng chỉ trong 2 tháng cuối năm), chuỗi này đã đóng góp hơn 850 tỷ đồng doanh thu lũy kế cho Công ty, tương đương doanh thu bình quân mỗi cửa hàng đạt ổn định hơn 1 tỷ đồng/ tháng. Kết quả kinh doanh khả quan của ĐMS là tiền đề giúp Công ty tự tin nhân rộng mô hình này lên đến 1.000 điểm bán cuối năm 2021.
 - Bluetronics:** có mặt tại 8/25 tỉnh thành tại Campuchia với tổng số 37 cửa hàng. Doanh thu bình quân mỗi cửa hàng đạt 1,2 tỷ đồng/tháng vào tháng 12/2020. Tổng doanh thu của mảng kinh doanh này tại Campuchia năm 2020 tăng 80% so với năm 2019. Mục tiêu của Bluetronics là trở thành nhà bán lẻ số 1 về thiết bị di động và sản phẩm điện tử tiêu dùng tại Campuchia trong năm 2021 với khoảng 80 điểm bán trên toàn quốc.
- Hoàn thiện quy trình để vận hành hiệu quả: mô hình all-in-one (một nhân viên đảm nhận tất cả các khâu phục vụ khách hàng từ tư vấn bán hàng, thu tiền, thực hiện hồ sơ trả góp...) được áp dụng triệt để nhằm tăng năng suất lao động, tăng hoa hồng dịch vụ và tiết kiệm chi phí vận hành.

TĂNG TRƯỞNG NGÀNH HÀNG CHÍNH 2020 SO VỚI 2019

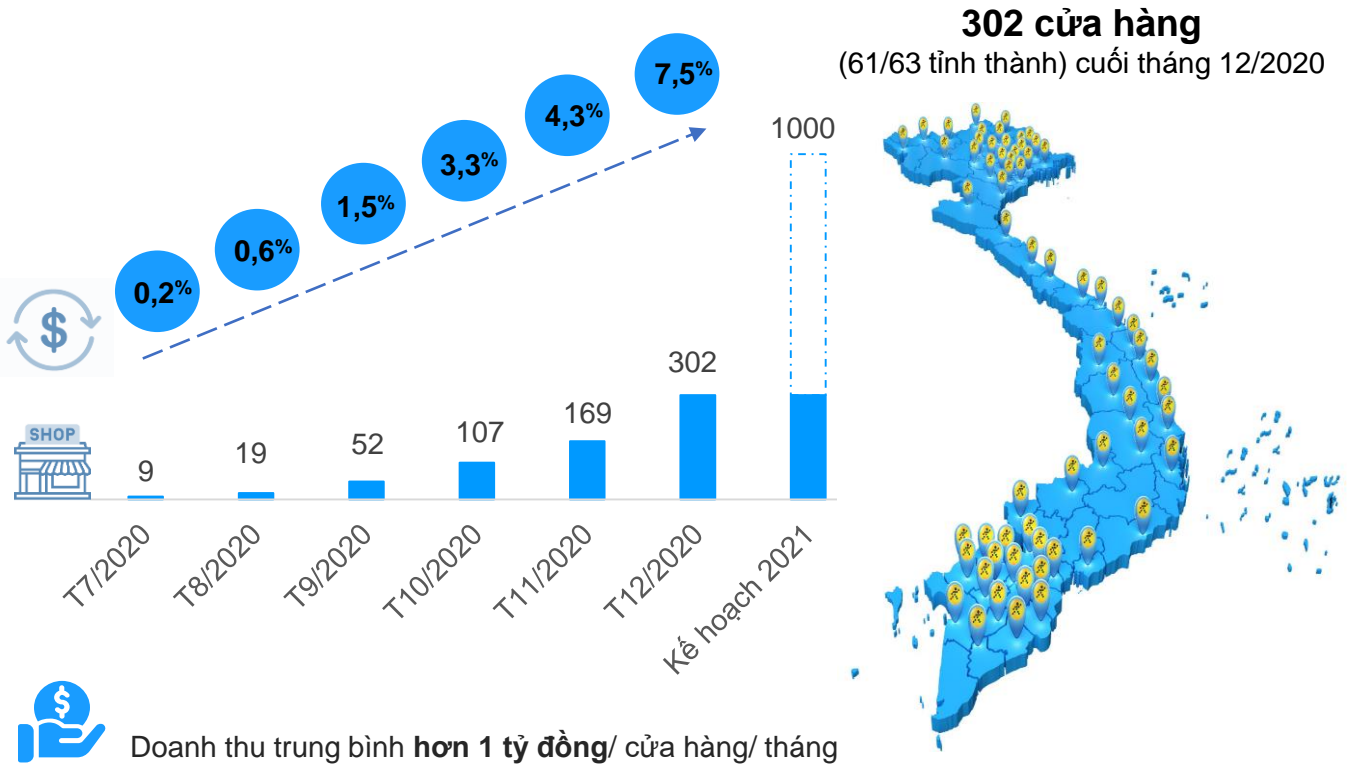


HỆ THỐNG CỬA HÀNG

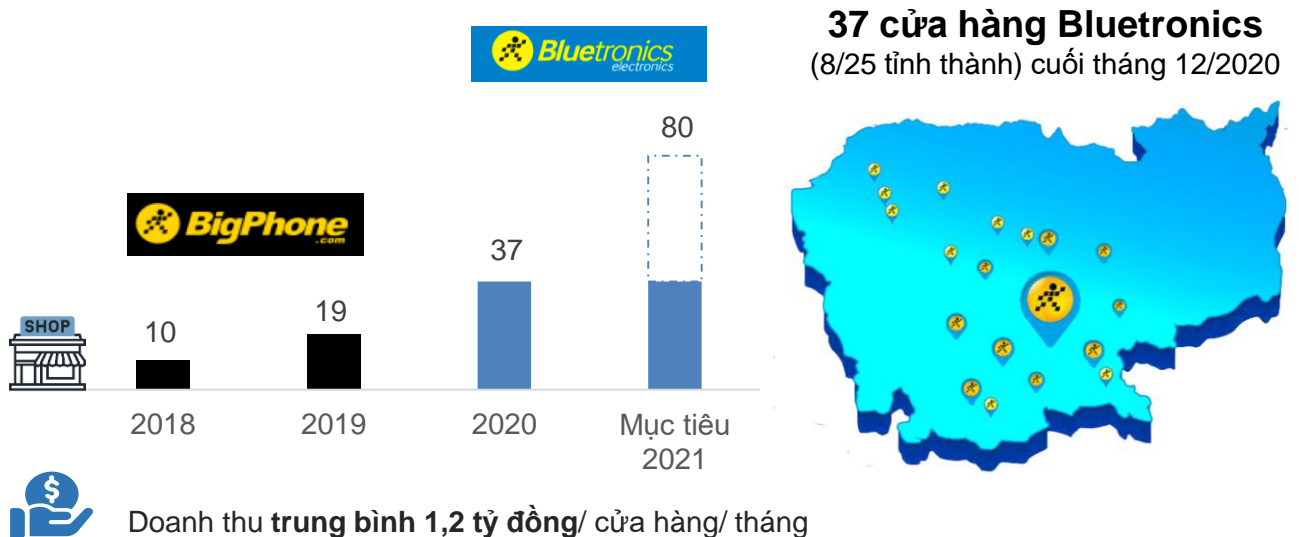




SỐ CỬA HÀNG ĐMS & ĐÓNG GÓP TRONG TỔNG DOANH THU ĐMX



SỐ LƯỢNG CỬA HÀNG BÁN LẺ ĐIỆN THOẠI & ĐIỆN MÁY TẠI CAMPUCHIA

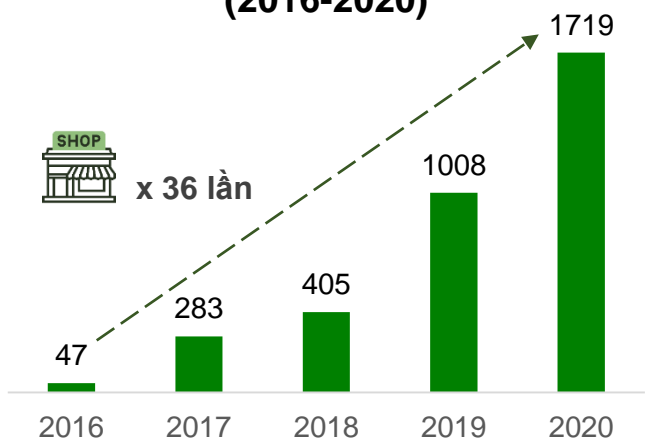




BÁCH HÓA XANH

- Chuỗi Bách Hóa Xanh (BHX) ghi nhận mức doanh thu gấp đôi so với năm 2019, đạt 21.260 tỷ đồng và đóng góp ~20% trong tổng doanh số của MWG. Trong năm 2020, BHX là động lực tăng trưởng chính của kênh cửa hàng hiện đại (MT) tại Việt Nam. Thị phần hàng tiêu dùng nhanh của BHX đã vượt mức 10% tại khu vực thành thị nói chung và trên 20% tại riêng Tp.HCM. Sự tăng trưởng vượt trội của BHX so với thị trường là do (i) mở rộng mạnh mẽ hệ thống cửa hàng tại nhiều tỉnh thành Nam Bộ và Nam Trung Bộ và (ii) tăng trưởng doanh số tích cực của các cửa hàng cũ.
- Tại thời điểm 31/12/2020, BHX có 1.719 cửa hàng có mặt tại 24/63 tỉnh thành (tăng 711 điểm bán so với cuối năm 2019) với doanh thu bình quân mỗi cửa hàng đạt xấp xỉ 1,25 tỷ đồng/ tháng.
- Biên lợi nhuận gộp sau hủy hàng và mất mát đạt trên 24% cả năm 2020 (+5% so với năm 2019). Sự gia tăng đáng kể biên lợi nhuận gộp của BHX chủ yếu đến từ (i) cải thiện các điều khoản thương mại với nhà cung cấp hàng FMCGs và (ii) nỗ lực tối ưu hiệu quả khâu mua hàng tươi sống. Với biên lợi nhuận gộp này, BHX đã có lời EBITDA (chưa bao gồm khấu hao) ở cấp độ cửa hàng và trung tâm phân phối (DC) cho cả năm 2020.
- Sau 6 tháng thử nghiệm, mô hình cửa hàng diện tích lớn 500m² và cung cấp 6.000-8.000 lựa chọn hàng hóa (phần lớn nâng cấp từ các cửa hàng hiện hữu đang kinh doanh tốt) được lựa chọn là động lực tăng trưởng doanh thu cho chuỗi BHX trong năm tới. Cuối tháng 12, BHX có tổng cộng 182 cửa hàng loại này hiện diện tại 19 tỉnh thành (trong đó có 1/3 số cửa hàng đặt tại Tp.HCM). Doanh thu bình quân mỗi cửa hàng “500m²” tại Tp.HCM đạt ~3 tỷ đồng/ tháng và tính chung cho cả hệ thống là 2,5 tỷ đồng/tháng do BHX đang triển khai mô hình này với mật độ dày đặc hơn và mở rộng ra thị trường tỉnh. Mục tiêu đến cuối năm 2021, BHX sẽ có hơn 500 cửa hàng diện tích lớn đến từ cả nâng cấp và mở mới, phân bố khắp các đô thị khu vực Nam Bộ và Nam Trung Bộ.
- Năm 2020, kênh BHX online ghi nhận sự tăng trưởng đột phá về cả số lượng và doanh thu so với 2019. Tháng 12/2020, với 20 trung tâm phân phối, BHX online phục vụ trung bình 7.000 giao dịch mỗi ngày cho khách hàng tại 11 tỉnh thành, những ngày cao điểm lên đến 10.000 đơn hàng.
- Cuối năm 2020, An Khang có 68 nhà thuốc đang hoạt động (trong đó có 53 điểm bán mới, được sắp xếp đi cùng với mô hình BHX diện tích lớn).

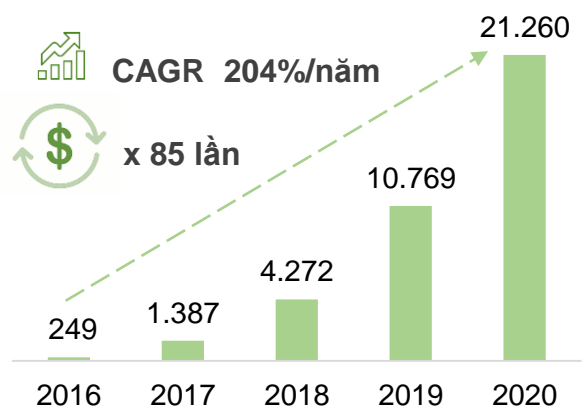
SỐ LƯỢNG CỬA HÀNG BHX (2016-2020)



Doanh thu trung bình tháng/ cửa hàng

~1,25 tỷ đồng

DOANH THU CHUỖI BHX (2016-2020) (tỷ đồng)



CAGR 204%/năm



x 85 lần

Doanh thu đóng góp bởi hàng tươi sống, hàng mát và đông lạnh

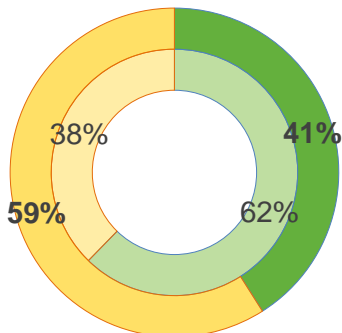
47%



BÁCH HÓA XANH

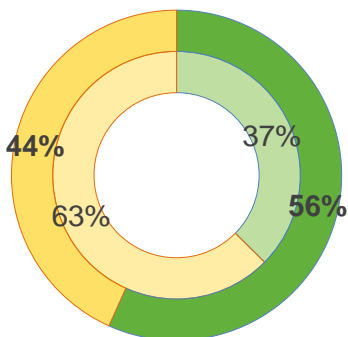
Vòng ngoài: Tháng 12/2020 (1.719 cửa hàng)
 Vòng trong: Tháng 12/2019 (1.008 cửa hàng)

CƠ CẤU CỬA HÀNG THEO TỈNH THÀNH



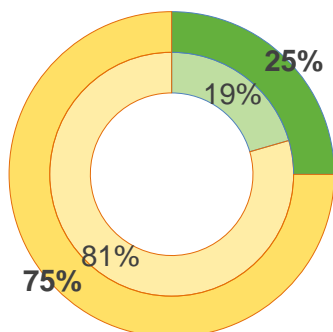
■ Tp.HCM, Đồng Nai, Bình Dương, Cần Thơ, BR-VT
 ■ Các tỉnh còn lại

CƠ CẤU CỬA HÀNG THEO THỜI GIAN HOẠT ĐỘNG



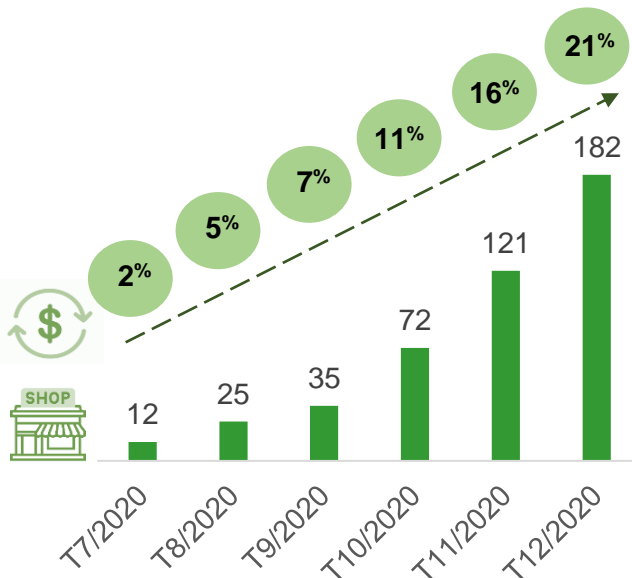
■ Hoạt động đủ 12 tháng trở lên
 ■ Hoạt động dưới 12 tháng

CƠ CẤU CỬA HÀNG THEO DIỆN TÍCH



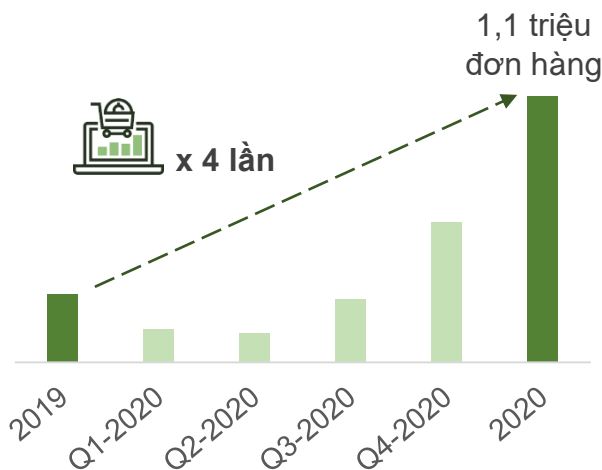
■ Cửa hàng lớn (>300m2 và >500m2)
 ■ Cửa hàng chuẩn

SỐ CỬA HÀNG DIỆN TÍCH >500M2 & ĐÓNG GÓP TRONG TỔNG DOANH THU BHX



Doanh thu trung bình 1 cửa hàng/ tháng ~3 tỷ đồng (Tp.HCM) và 2,5 tỷ đồng (toàn hệ thống)

SỐ LƯỢNG GIAO DỊCH KÊNH BHX ONLINE



Hơn 10.000 lựa chọn sản phẩm gồm hàng khô, mát, đông lạnh, đồ dùng gia đình và một số mặt hàng tươi sống



HÀNH TRÌNH PHÁT TRIỂN VÀ TẦM NHÌN 2030

- **2004:** Thành lập Công ty TNHH Thế Giới Di Động. Cửa hàng **thegioididong.com** đầu tiên ra đời tại Tp.HCM.
- **2010:** Thử nghiệm **dienmay.com**, tiền thân của chuỗi cửa hàng bán lẻ sản phẩm điện tử tiêu dùng **Điện Máy Xanh**.
- **2014:** Công ty Cổ phần Đầu tư Thế Giới Di Động **niêm yết trên sàn chứng khoán Tp.HCM (HSX)**
- **Cuối 2015-2016:** Thử nghiệm mô hình bán lẻ thực phẩm và hàng tiêu dùng **Bách Hóa Xanh**. Cán mốc doanh thu 2 tỷ đô và chính thức trở thành **nhà bán lẻ số 1 Việt Nam (2016)**
- **2017:** Mở rộng sang thị trường nước ngoài với chuỗi cửa hàng bán lẻ thiết bị di động **Bigphone** tại Campuchia
- **2018:** Hoàn tất 2 dự án M&A chuỗi điện máy Trần Anh và chuỗi nhà thuốc An Khang
- **2019:** Triển khai ngành hàng Đồng hồ và trung tâm Laptop, thử nghiệm cửa hàng bán điện máy đầu tiên tại Campuchia.
- **2020:** Thử nghiệm và phát triển thần tốc chuỗi **DMS** phục vụ người dân khu vực nông thôn tại Việt Nam và **Bluetronics** tại Campuchia. Thử nghiệm mô hình **4KFarm** (chuyển giao công nghệ và hỗ trợ nông dân trồng rau an toàn 4 “Không”)

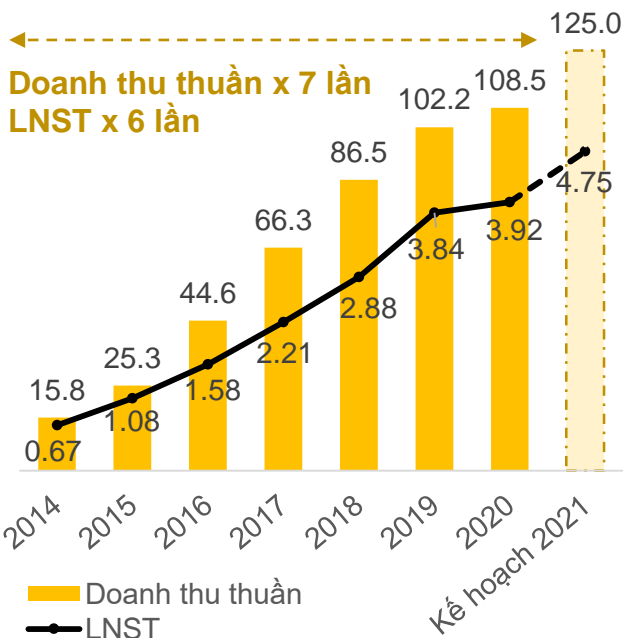
TƯƠNG LAI MWG 2030

- MWG 2030 là tập đoàn số 1 Đông Nam Á về bán lẻ, thương mại điện tử, và dịch vụ liên quan
- Được Khách Hàng tin yêu bởi sự phục vụ tận tâm và sản phẩm – dịch vụ vượt trội
- Mang lại cho Nhân Viên sự tử tế, niềm vui, sung túc và niềm tự hào
- Đóng góp to lớn vào Trách Nhiệm Xã Hội
- Là minh chứng cho vận hành có Integrity và nhân văn tại bất kỳ nơi nào mà MWG hiện diện

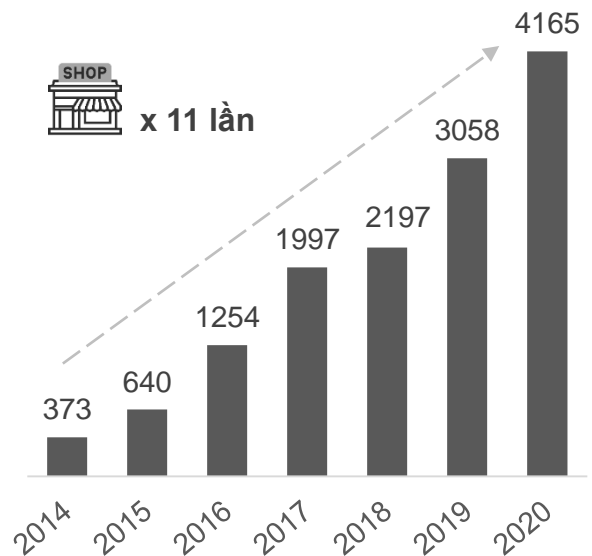
**Đây là MWG –
niềm tự hào của Việt Nam!**

DOANH THU THUẦN VÀ LỢI NHUẬN SAU THUẾ 2014-2020

(ngàn tỷ đồng)



SỐ LƯỢNG CỬA HÀNG 2014-2020



(* Tổng hệ thống năm 2020 đã bao gồm cửa hàng Bluetronics & nhà thuốc An Khang