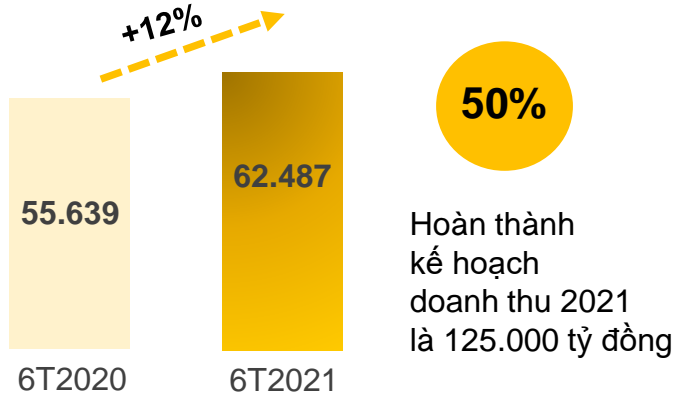


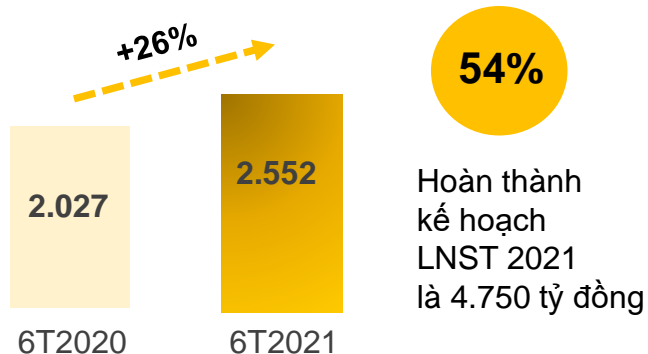


## TÌNH HÌNH KINH DOANH 6 THÁNG ĐẦU NĂM 2021

### DOANH THU THUẦN (tỷ đồng)

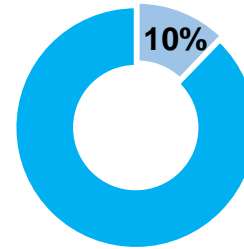


### LỢI NHUẬN SAU THUẾ (tỷ đồng)

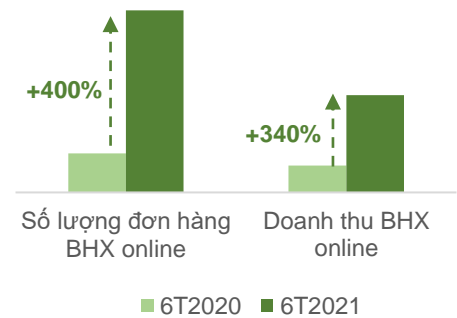


### HOẠT ĐỘNG KINH DOANH ONLINE

Tỷ trọng doanh thu online trong chuỗi TGDD & ĐMX 6T2021



Kênh online đóng góp **3%** trong doanh thu chuỗi BHX



**4.610** cửa hàng tính tới cuối T6/2021

CHUỖI	SỐ LƯỢNG CỬA HÀNG	CƠ CẤU DOANH THU	TĂNG TRƯỞNG DOANH THU 6T2021 SV. CÙNG KỲ
TGDD	936	25,0%	+7%
ĐMX	1.731	53,3%	+5%
BHX	1.888	21,4%	+42%
Bluetronics	55	0,3%	+281%



## TÌNH HÌNH KINH DOANH 6 THÁNG ĐẦU NĂM 2021

- Lũy kế 6 tháng đầu năm 2021, MWG ghi nhận **doanh thu thuần hợp nhất là 62.487 tỷ đồng (tăng 12% so với cùng kỳ) và lợi nhuận sau thuế (LNST) là 2.552 tỷ đồng (tăng 26% so với cùng kỳ)**. Với kết quả này, Công ty đã hoàn thành **50% kế hoạch doanh thu và 54% kế hoạch LNST cả năm**.
  - Riêng tháng 6/2021, doanh thu thuần đạt hơn 10.650 tỷ đồng và LNST đạt 380 tỷ đồng, tăng lần lượt 31% và 25% so với cùng kỳ năm trước, chủ yếu nhờ sự đóng góp của hơn 1.000 cửa hàng tăng thêm so với cuối tháng 6/2020.
- Lũy kế 6 tháng, doanh thu online đóng góp gần 5.300 tỷ đồng cho MWG, tăng trưởng 6% so với cùng kỳ năm 2020. Doanh thu online riêng tháng 6 tăng 30% so với tháng 5 và tăng 67% so với mức trung bình 4 tháng đầu năm do nhu cầu mua sắm trực tuyến tăng trong mùa dịch.
- Doanh thu TGDĐ/ĐMX riêng tháng 6 đạt hơn 7.880 tỷ đồng, tăng 21% so với cùng kỳ. Đây là nỗ lực vượt bậc của hai chuỗi này trong bối cảnh gần 1.000 cửa hàng phải tạm đóng cửa để phòng dịch hoặc hạn chế bán hàng. Doanh thu online tăng 30% so với tháng trước, chiếm 15% tổng doanh thu của TGDĐ/ĐMX trong tháng 6.
- Đối với chuỗi TGDĐ/ĐMX, lũy kế 6 tháng đầu năm 2021:
  - Ngoài điện thoại tăng 16%; laptop, điện lạnh và gia dụng duy trì mức tăng trưởng một chữ số so với 6 tháng 2020.
  - Điện tử (tivi) vẫn tăng trưởng âm nhưng mức giảm đã được cải thiện, chỉ còn giảm 3% so với cùng kỳ năm trước.
- Cuối tháng 6, ĐMX Supermini (ĐMS) có 566 cửa hàng (trong đó, 29 cửa hàng mở mới chỉ trong tháng 6). ĐMS đóng góp gần 3.000 tỷ đồng doanh thu lũy kế sau 6 tháng và chiếm 9% doanh thu của chuỗi ĐMX.
- **Khi bệnh ngày càng diễn biến phức tạp và lan rộng ra nhiều địa phương, việc giãn cách xã hội nghiêm ngặt theo Chỉ thị 16 đối với toàn bộ 19 tỉnh thành phía Nam và Hà Nội có tác động lớn đến kết quả kinh doanh của MWG trong thời gian tới** do gần 2.000 cửa hàng TGDĐ/ĐMX phải tạm đóng cửa để phòng dịch hoặc hạn chế bán hàng vào thời điểm cuối tháng 7 trong khi các chuỗi này đang là trụ cột đem lại lợi nhuận cho Công ty.
- **Kể từ đợt giãn cách xã hội đầu tiên vào tháng 4/2020, MWG đã chủ động xây dựng các kịch bản ứng phó với nhiều cấp độ của dịch bệnh.** Trong giai đoạn khó khăn, Công ty nhanh chóng kích hoạt những biện pháp kiểm soát chi phí để đảm bảo dòng tiền kinh doanh bao gồm: (i) đàm phán giảm giá thuê mặt bằng; (ii) triển khai chính sách điều chỉnh thu nhập của nhân viên theo nguyên tắc “thu nhập càng cao thì điều chỉnh giảm càng nhiều”; (iii) điều chuyển nhân sự giữa các chuỗi để tối ưu năng suất lao động và phục vụ khách hàng hiệu quả nhất. MWG cũng chuẩn bị sẵn sàng các phương án thúc đẩy bán hàng để triển khai mạnh mẽ ngay sau khi dịch bệnh được kiểm soát.



## TÌNH HÌNH KINH DOANH 6 THÁNG ĐẦU NĂM 2021

- BHX ghi nhận doanh thu hơn 13.360 tỷ đồng cho 6 tháng đầu năm 2021, tăng 42% so với cùng kỳ.
- Tháng 6/2021, BHX vượt mốc doanh thu 2.700 tỷ đồng, tăng 7% so tháng 5 và tăng 69% so với cùng kỳ năm trước. Doanh thu trung bình trên mỗi cửa hàng trong tháng 6 đạt hơn 1,4 tỷ đồng. Với kết quả này, BHX tiếp tục cải thiện biên EBITDA nhưng vẫn đang ghi nhận lỗ ở cấp độ công ty.
- Trong 6 tháng đầu năm 2021, kênh BHX online ghi nhận số lượng đơn hàng gấp 5 lần và doanh thu gấp 4,4 lần so với cùng kỳ năm trước. Sau một năm Công ty đầu tư nguồn lực để phát triển kênh này, BHX online đang phục vụ từ 8.000 đến 10.000 đơn hàng mỗi ngày tại 23 tỉnh thành. Theo Iprice, BHX online hiện đang đứng thứ 10 và là website chuyên bán lẻ thực phẩm và hàng tiêu dùng duy nhất có mặt trong Top 50 Bản đồ Thương mại Điện tử Việt Nam.
- Tại thời điểm 30/06/2021, chuỗi BHX có tổng cộng 1.888 điểm bán (tăng 37 cửa hàng trong tháng 6) tại 25 tỉnh thành.
  - Theo phạm vi phân bố, 70% số cửa hàng hoạt động ở tỉnh, so với tỷ lệ 67% cùng kỳ năm trước.
  - Theo loại cửa hàng, hơn 45% số cửa hàng có diện tích từ 300m<sup>2</sup> trở lên, so với tỷ lệ 17% vào cuối tháng 6/2020. Đến cuối tháng 6/2021, chuỗi có 435 cửa hàng diện tích từ 500m<sup>2</sup> trở lên.
  - Theo thời gian hoạt động, gần 80% số cửa hàng đã hoạt động tối thiểu 12 tháng (khai trương trước 01/07/2020).
- **Trong tháng 7, việc được phục vụ từ 800 ngàn đến 1 triệu lượt khách hàng trung bình mỗi ngày vừa là cơ hội lớn vừa là thách thức cho vận hành của BHX.** Khi nhu cầu tiêu dùng, nguồn cung và cả cách thức cung ứng hàng hóa đồng loạt thay đổi một cách đột ngột nhưng nhân lực thì có giới hạn chưa thể đáp ứng kịp tải công việc, nhiệm vụ nhập hàng và đưa hàng lên kệ nhanh nhất có thể được ưu tiên tập trung nguồn lực. Do đó, những thiếu sót trong quá trình phục vụ khách hàng là điều không thể tránh khỏi và BHX đang cố gắng rà soát để xử lý.
- Để tri ân sự thông cảm và ủng hộ của khách hàng, BHX đặt mục tiêu nỗ lực tìm kiếm nguồn cung với giá cả ổn định nhằm đáp ứng đủ nhu cầu sản lượng cho người tiêu dùng. BHX đã và đang tăng cường các biện pháp kiểm soát rủi ro dịch bệnh và chấn chỉnh những điểm chưa chính xác trong khâu vận hành để cải thiện chất lượng dịch vụ.
- Từ góc độ nhân viên, Ban Lãnh đạo trân trọng sự chia sẻ và hỗ trợ lẫn nhau của 70.000 thành viên, đặc biệt là tinh thần xung phong phục vụ của đội ngũ nhân viên kinh doanh (đang làm việc hàng ngày tại cửa hàng, kênh online, giao hàng, kho vận) trong giai đoạn rủi ro dịch bệnh. Khi hoạt động kinh doanh của MWG bị tác động lớn, điều tốt nhất mà Công ty có thể làm là nỗ lực bảo vệ việc làm cho tất cả nhân viên. Toàn bộ nhân sự từ cấp giám đốc trở lên tự nguyện làm việc mà không nhận thù lao nhằm hạn chế tối đa ảnh hưởng lên nhóm nhân viên có thu nhập thấp, triển khai việc điều chỉnh giảm thu nhập theo nguyên tắc “thu nhập càng cao thì điều chỉnh giảm càng nhiều” nhưng không áp dụng đối với nhân viên khối kinh doanh (nhóm được ghi nhận thu nhập theo doanh thu và điểm phục vụ).