

**GIỮ [+7.4%]**

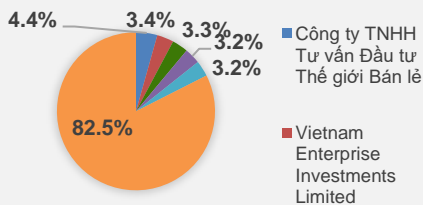
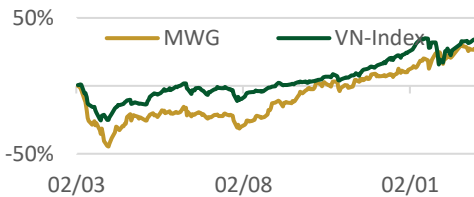
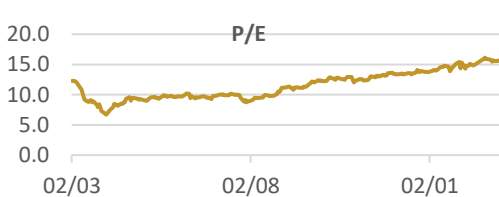
Ngày cập nhật: 08/03/2021

Giá mục tiêu	140,600	VND
Giá hiện tại	130,900	VND

**PHS**  
 (+82-28) 5 413 5479 – [support@phs.vn](mailto:support@phs.vn)

**Thông tin cổ phiếu**

CP đang lưu hành (triệu)	452.8
Free-float (triệu)	294.2
Vốn hóa (tỷ đồng)	44,544
KLGD TB 3 tháng	1,161,251
Sở hữu nước ngoài	49.00%
Ngày niêm yết đầu tiên	14/07/2014

**Cổ đông lớn**

**Biến động giá cổ phiếu so với Index**

**Lịch sử định giá**


Nguồn: Blommborg, PHFM tổng hợp

**Kỳ vọng tăng trưởng hai chữ số trong 2021**

**Cập nhật KQKD 2 tháng đầu năm 2021:** MWG ghi nhận doanh thu lũy kế 2 tháng đầu năm 2021 đạt 21,549 tỷ đồng (+ 4.9%YoY). Dù đợt bùng phát dịch Covid lần này có gần 100 cửa hàng TGDD & ĐMX nằm trong các khu vực bị phong tỏa hoặc thực hiện giãn cách xã hội phải đóng cửa hoặc hạn chế số lượng khách hàng được phục vụ, tổng doanh số của TGDD & ĐMX lũy kế 2 tháng đầu năm xấp xỉ cùng kỳ năm trước khoảng 17,528 tỷ đồng. Điện Máy Xanh Supermini (ĐMS) đã có 388 cửa hàng và đang theo đúng tiến độ để đạt mốc 1,000 cửa hàng vào cuối năm nay. Chuỗi BHX ghi nhận doanh thu khoảng 3,900 tỷ cho 2 tháng đầu năm, tăng 50% so với cùng kỳ. Công ty sẽ duy trì tốc độ mở mới trung bình khoảng 30 cửa hàng/ tháng để tập trung nâng cấp cửa hàng 500m<sup>2</sup> và cải thiện biên lợi nhuận.

**Điểm nhấn đầu tư:**

**Tiếp tục theo đuổi chiến lược mở rộng chuỗi ĐMX:** Ban lãnh đạo MWG đã có những kế hoạch cụ thể sau: (1) Tập trung mở rộng chuỗi ĐMS thêm 700 cửa hàng trong 10 tháng tiếp theo để hoàn thành mục tiêu 1,000 cửa hàng vào cuối năm 2021. Mục tiêu cuối năm 2022, thị phần điện thoại của MWG ở mức 50% - 55%, điện máy 55% - 60%; (2) Công ty cố gắng cân đối để đưa thêm nhiều nhóm hàng điện thoại và điện máy, sắp xếp lại layout để có thể kinh doanh thêm nhiều sản phẩm khác; (3) Nỗ lực tối giản chi phí ở mức thấp nhất có thể và tìm thấy cơ hội gia tăng lợi nhuận, đảm bảo hiệu quả kinh doanh cho 2 chuỗi, ước tính biên lợi nhuận gộp của 2 chuỗi trong 2021 có thể đạt hơn 23% .

**Đặt mục tiêu hoà vốn EBITDA chuỗi BHX ở cấp độ công ty trong cuối năm 2021:** Ban lãnh đạo MWG sẽ chú trọng cải thiện biên lãi gộp trong năm nay nhờ (1) khả năng thương lượng mua hàng từ các nhà cung cấp đang ngày càng được nâng cao do tầm quan trọng của Bách hóa Xanh với nhà cung cấp ngày càng lớn; (2) BHX cũng đang đẩy nhanh việc phát triển các mặt hàng có thương hiệu riêng. Cuối năm 2020, trong khoảng 3,000 – 3,500 nhãn hàng trong cửa hàng Bách hóa Xanh thì đã có tới 500 - 600 nhãn hàng là mang thương hiệu riêng - đây là những sản phẩm có biên lãi gộp tốt. Công ty phấn đấu đến cuối năm 2021 sẽ có khoảng 1,000 nhãn hàng riêng.

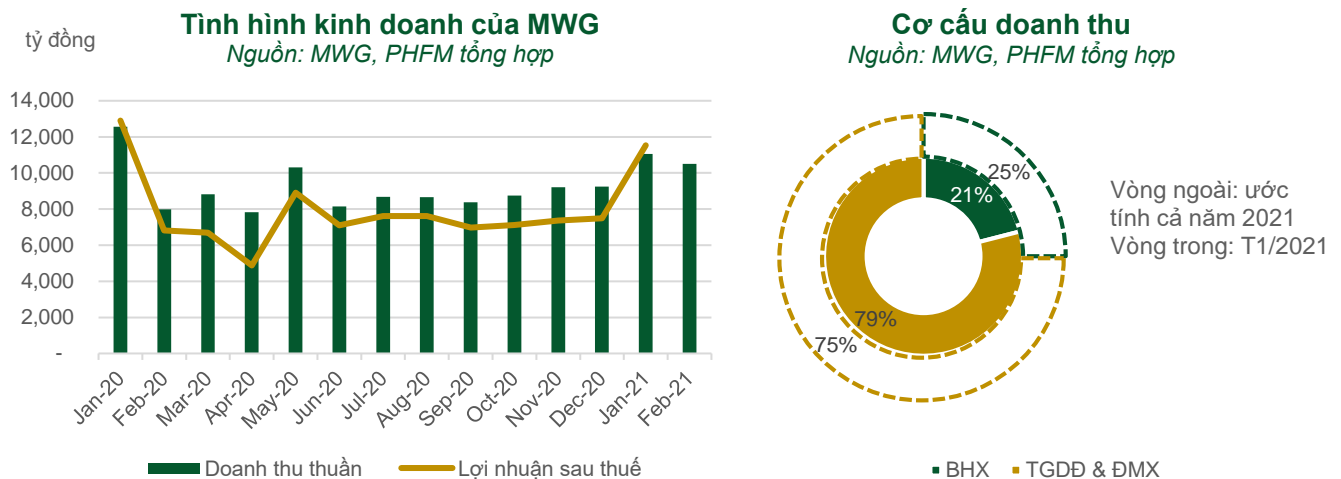
**Định giá & khuyến nghị:** Bước sang năm 2021, thị trường bán lẻ còn nhiều rủi ro tiềm ẩn do tình hình dịch Covid chưa hoàn toàn chấm dứt. Tuy nhiên, chúng tôi kỳ vọng MWG có thể trở lại đà tăng trưởng hai chữ số nhờ tập trung triển khai mô hình mới và tăng độ phủ cho cả hai chuỗi ĐMX và BHX. Chúng tôi dự phóng kết quả của MWG trong năm 2021 lần lượt đạt 130,836 tỷ đồng (+20.5%YoY) DTT và 4,546 tỷ đồng (+16%YoY) LNST với giá định biên lãi gộp ở mức 21.5%.

Bảng phương pháp định giá DCF và P/E, mức giá hợp lý cho cổ phiếu MWG khoảng **140,600 đồng/cổ phiếu** (+7.4% so với giá hiện tại). Từ đó, khuyến nghị **GIỮ** cho cổ phiếu này.

**Rủi ro: (1)** Mảng điện thoại di động đang bão hòa; **(2)** Chi phí vận hành BHX khá cao, chiếm khoảng hơn 23% doanh thu của BHX; **(3)** BHX đang chịu sức ép từ nhiều đối thủ cạnh tranh trong ngành FMCG như Vinmart, Co food.

Chỉ số tài chính	2016A	2017A	2018A	2019A	2020F	2021F
Doanh thu thuần (tỷ VND)	44,613	66,340	86,516	102,174	108,546	130,836
LNST (tỷ VND)	1,578	2,207	2,882	3,837	3,924	4,546
EPS (VND)	10,246	7,162	6,689	8,657	8,662	10,036
Tăng trưởng EPS (%)	47%	-30%	-7%	29%	0%	17%
Giá trị sổ sách (VND)	24,949	19,187	20,857	27,413	34,178	41,716
P/E	15.23	18.29	13.01	13.17	13.73	14.02
P/B	6.25	6.83	4.17	4.16	3.48	3.37
Cổ tức tiền mặt (%)	15%	15%	15%	15%	15%	15%

## Tình hình kinh doanh của 2 tháng đầu năm của MWG



### Doanh số của MWG trong 2 tháng đầu năm 2021 tăng trưởng nhẹ so với cùng kỳ năm ngoái

Lũy kế 2 tháng đầu năm 2021, MWG ghi nhận 21,549 tỷ đồng doanh thu thuần, tăng gần 5% so với cùng kỳ 2020. Trong đó:

- Tổng doanh số của TGDD & ĐMX trong 2 tháng đầu năm 2021 đạt 17,528 tỷ đồng, xấp xỉ cùng kỳ năm trước bất chấp đợt bùng phát dịch Covid lần thứ 3 khiến gần 100 cửa hàng TGDD & ĐMX nằm trong các khu vực bị phong tỏa hoặc thực hiện giãn cách xã hội phải đóng cửa hoặc hạn chế số lượng khách hàng được phục vụ. Tuy nhiên, nhờ mở rộng mạnh mẽ chuỗi ĐMX supermini (ĐMS), tác động tiêu cực của dịch Covid lên hoạt động kinh doanh của MWG đã được hạn chế. Trong 2 tháng đầu năm, MWG tiếp tục mở thêm chuỗi Điện Máy Xanh Supermini (ĐMS) tiếp tục mở thêm 83 cửa hàng mới. Hiện chuỗi ĐMS đã có 388 cửa hàng và đang theo đúng tiến độ để đạt mốc 1,000 cửa hàng vào cuối năm nay.
- Chuỗi BHX ghi nhận doanh thu khoảng 3,900 tỷ cho 2 tháng đầu năm, tăng 50% so với cùng kỳ, đóng góp 18% trong tổng doanh thu của Tập đoàn. BHX chỉ hoạt động 20/28 ngày trong tháng 2. Chuỗi BHX dự kiến có hơn 2,000 cửa hàng, trong đó có hơn 500 cửa hàng diện tích lớn 500m<sup>2</sup> vào cuối năm 2021. Công ty sẽ duy trì tốc độ mở mới trung bình khoảng 30 cửa hàng/ tháng để tập trung nâng cấp cửa hàng 500m<sup>2</sup> và cải thiện biên lợi nhuận.

Doanh thu đến từ các giao dịch online trong dịp Tết Nguyên Đán chiếm hơn 8% tổng doanh số của TGDD và ĐMX do khách hàng có xu hướng đến trực tiếp cửa hàng nhiều hơn mua online vì cần được tư vấn và hỗ trợ kỹ thuật nhanh chóng, không phải chờ đợi giao hàng, có nhiều lựa chọn mua trả góp dễ dàng vào dịp Tết. Đặc biệt là lượng khách hàng mới của ĐMS ở vùng sâu, vùng xa hầu hết chỉ quen mua sắm tại cửa hàng.

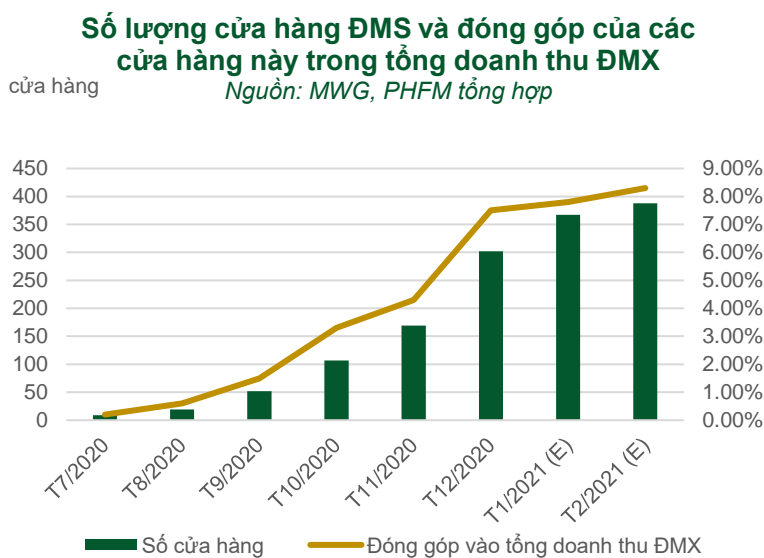
### Biên lãi ròng đạt đỉnh trong 2 tháng đầu năm

Lợi nhuận sau thuế (LNST) trong 2 tháng đầu năm 2021 ước tính hơn 870 tỷ đồng. Như vậy, biên lợi nhuận ròng của Công ty đạt 4%, biên lợi nhuận thường đạt đỉnh vào tháng 1 hàng năm.

## Tiếp tục theo đuổi chiến lược mở rộng chuỗi ĐMX:

TGDD và ĐMX đã đạt thị phần trong nước 48% đối với điện thoại di động và 44% đối với điện máy vào cuối năm 2020. Trong năm 2021, Ban lãnh đạo MWG duy trì quan điểm thận trọng về việc chi tiêu xã hội cho điện thoại di động vì dịch Covid-19 vẫn còn diễn biến phức tạp. Ban lãnh đạo ước tính mức tăng trưởng chung của điện thoại di động và điện tử tiêu dùng giảm 5% - 10%YoY trong năm 2021. Tuy nhiên, MWG kỳ vọng doanh thu của TGDD và ĐMX vẫn có thể tăng một chữ số trong năm 2021 nhờ những kế hoạch cụ sau:

**(1) ĐMS - động lực gia tăng thị phần điện thoại/ điện máy năm 2021:** Tập trung mở rộng chuỗi ĐMS thêm 700 cửa hàng trong 10 tháng tiếp theo để hoàn thành mục tiêu 1,000 cửa hàng vào cuối năm 2021.



Cuối tháng 2/2021, ĐMX Supermini (ĐMS) đã có mặt tại 37/63 tỉnh thành khắp cả nước với tổng số 388 cửa hàng (trong đó, 83 cửa hàng mở mới chỉ trong tháng 2 tháng đầu năm 2021). Ước tính ĐMS mang về gần 500 tỷ đồng cho MWG, kể từ khi bắt đầu triển khai đến hết tháng 2/2021, tương đương doanh thu bình quân mỗi cửa hàng ổn định từ 1-1.2 tỷ đồng/tháng. Biên lợi nhuận gộp của ĐMS khoảng 23% (cao hơn mức trung bình tính chung cho TGDD/ĐMX là hơn 21%).

Trong năm 2021, ĐMX Supermini có thể thâm nhập ra miền Bắc thay vì chỉ tập trung ở miền Tây và Đông Nam Bộ.

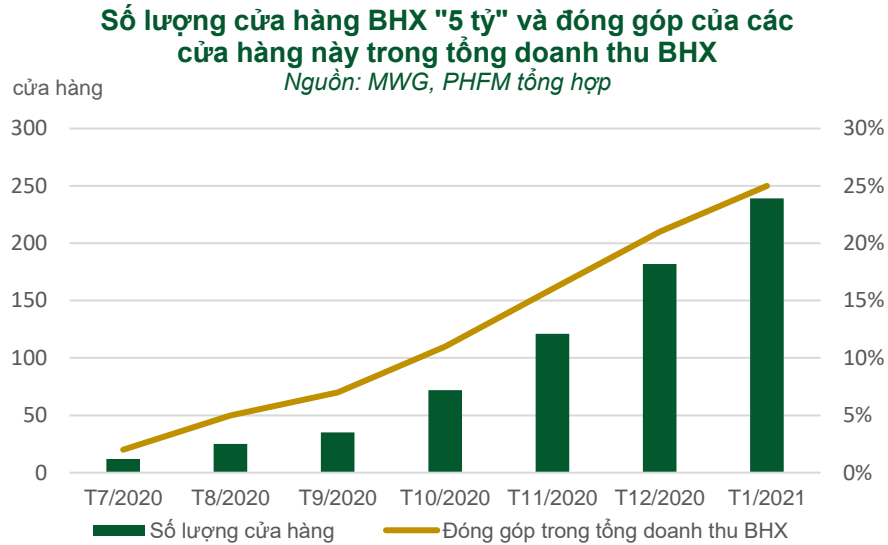
**(2) Đa dạng hóa sản phẩm, dịch vụ và thay đổi layout cửa hàng:** Công ty cố gắng cân đối để đưa thêm nhiều nhóm hàng điện thoại và điện máy, đặc biệt là các nhãn hàng smartphone 4G và 5G độc quyền (hiện các sản phẩm độc quyền chiếm khoảng 30% doanh thu của chuỗi TGDD). Ngoài ra, việc sắp xếp lại layout phù hợp với từng địa phương và kinh doanh thêm nhiều sản phẩm khác sẽ giúp công ty gia tăng doanh thu và cải thiện biên lãi gộp.

Từ T4/2021, MWG sẽ bắt đầu thử nghiệm phân phối sản phẩm điện thoại cho một số cửa hàng nhỏ lẻ thay vì cạnh tranh trực tiếp. Nếu chiến lược này hiệu quả, Công ty sẽ triển khai rộng rãi hơn vào tháng 6 năm nay.

**(3) Cải thiện biên lợi nhuận cho 2 chuỗi TGDD và ĐMX:** Công ty sẽ nỗ lực tối giản chi phí ở mức thấp nhất có thể và tìm thấy cơ hội gia tăng lợi nhuận, đảm bảo hiệu quả kinh doanh cho 2 chuỗi, ước tính biên lợi nhuận gộp của 2 chuỗi trong 2021 có thể đạt hơn 23% .

## Đặt mục tiêu hoà vốn EBITDA chuỗi BHX ở cấp độ công ty trong cuối năm 2021

### (1) BHX “5 tỷ” – động lực chính giúp gia tăng doanh thu bình quân 1 cửa hàng/ tháng



Doanh thu trung bình của BHX “5 tỷ” hiện tại khoảng trên 2 tỷ đồng/tháng với lượng khách ổn định từ 600-700 khách/ngày. Doanh thu cửa hàng lớn cao tại Tp.HCM là xấp xỉ 5.8 tỷ đồng/tháng và tại thị trường tỉnh là 4.8 tỷ đồng trong tháng 1/2021. Ban lãnh đạo MWG sẽ tiếp tục chiến lược mở rộng BHX “5 tỷ” trong năm 2021 lên 1,000 cửa hàng

Tính tới hết tháng 1/2021, MWG đã hoàn tất nâng cấp thêm 57 cửa hàng diện tích hơn 500m<sup>2</sup> chủ yếu tại khu vực tỉnh, nâng tổng số cửa hàng loại này lên 239 tại 19 tỉnh thành khu vực Nam Bộ. Tỷ trọng của nhóm cửa hàng này trong tổng doanh thu BHX tăng từ 21% cuối tháng 12/2020 lên 25% vào tháng 1/2021.

### (2) Cải thiện biên lãi gộp

Ban lãnh đạo MWG sẽ chú trọng cải thiện biên lãi gộp trong năm nay nhờ (1) khả năng thương lượng mua hàng từ các nhà cung cấp đang ngày càng được nâng cao do tầm quan trọng của Bách hóa Xanh với nhà cung cấp ngày càng lớn; (2) BHX cũng đang đẩy nhanh việc phát triển các mặt hàng có thương hiệu riêng. Cuối năm 2020, trong khoảng 3,000 – 3,500 nhãn hàng trong cửa hàng Bách hóa Xanh thì đã có tới 500 - 600 nhãn hàng là mang thương hiệu riêng - đây là những sản phẩm có biên lãi gộp tốt. Công ty phấn đấu đến cuối năm 2021 sẽ có khoảng 1,000 nhãn hàng riêng. Ước tính các sản phẩm có thương hiệu riêng của BHX sẽ chiếm 30% tổng doanh thu của BHX trong 2021.

### (3) Thử nghiệm tối ưu hóa chi phí vận hành tại cửa hàng

Hiện chi phí vận hành tại shop BHX khá cao, dao động từ 23-34% tổng doanh thu/ cửa hàng. Trong đó, chi phí chiếm tỷ trọng lớn nhất tại BHX là chi phí lương, thưởng cho nhân viên. Vì vậy, Ban lãnh đạo MWG bắt đầu thử nghiệm chiến lược mới nhằm nỗ lực giảm chi phí vận hành tại shop vào cuối năm 2020. Cụ thể, BHX chủ động giảm đi 40-50% lượng giờ công, từ đó thay đổi sắp xếp quy trình công việc để phù hợp với số giờ công mới nhưng vẫn đảm bảo phục vụ tốt cho khách hàng tại shop. Mục tiêu thử nghiệm này là chỉ tiêu tốn 1h công lao động nhưng mang lại khoảng 750-800 nghìn đồng doanh thu, gấp đôi với mức hiện tại là 450 nghìn đồng doanh thu/giờ công. Ban lãnh đạo cho biết nếu chiến lược được triển khai trơn tru, mang lại hiệu quả tốt thì đến tháng 7/2021 có thể triển khai diện rộng.

## Dự báo KQKD Quý 1 của MWG

(tỷ đồng)	Q1/2020	Q1/2021F	g%	Nhận định
<b>Doanh thu</b>	<b>29,353</b>	<b>31,407</b>	<b>7%</b>	
- TGDD	8,366	6,972	-20%	Sức mua chung đối với thị trường điện thoại vẫn còn yếu do chịu ảnh hưởng tiêu cực của Covid-19.
- ĐMX	16,496	16,990	3%	Tăng trưởng dương nhờ mô hình mới Điện máy Xanh Supermini.
- BHX	4,491	7,445	65%	Chuyển đổi mô hình kinh doanh mới BHX "5 tỷ" tại TP HCM, miền Tây và các tỉnh Đông Nam Bộ, Thử nghiệm Mô hình nhà thuốc An Khang kế bên BHX
<b>Lợi nhuận gộp</b>	<b>6,129</b>	<b>6,753</b>	<b>10%</b>	Đẩy mạnh các sản phẩm có tỷ suất lợi nhuận gộp cao như thiết bị gia dụng, phụ kiện, đồng hồ tại 2 chuỗi TGDD và ĐMX. Cải thiện biên lãi gộp chuỗi BHX nhờ (1) khả năng thương lượng mua hàng từ các nhà cung cấp và (2) đẩy nhanh việc phát triển các mặt hàng có thương hiệu riêng lên 1,000 sản phẩm trong năm 2021.
<b>Chi phí bán hàng</b>	<b>3,782</b>	<b>4,297</b>	<b>14%</b>	Thử nghiệm tối ưu hóa chi phí vận hành tại cửa hàng thông qua việc giảm đi 40-50% lượng giờ công, từ đó thay đổi sắp xếp quy trình công việc để phù hợp với số giờ công mới nhưng vẫn đảm bảo phục vụ tốt cho khách hàng tại shop.
<b>Chi phí quản lý doanh nghiệp</b>	<b>779</b>	<b>810</b>	<b>4%</b>	
<b>EBIT</b>	<b>1,568</b>	<b>1,646</b>	<b>5%</b>	
<b>Lợi nhuận sau thuế</b>	<b>1,132</b>	<b>1,248</b>	<b>7%</b>	

## Dự báo kết quả kinh doanh 2021:

Bước sang năm 2021, thị trường bán lẻ còn nhiều rủi ro tiềm ẩn do tình hình dịch Covid chưa hoàn toàn chấm dứt. Tuy nhiên, chúng tôi kỳ vọng MWG có thể trở lại đà tăng trưởng hai chữ số nhờ tập trung triển khai mô hình mới và tăng độ phủ cho cả hai chuỗi ĐMX và BHX. Chúng tôi dự phóng kết quả của MWG trong năm 2021 lần lượt đạt 130,836 tỷ đồng (+20.5%YoY) DTT và 4,546 tỷ đồng (+ 16%YoY) LNST với giả định biên lãi gộp ở mức 21.5%.

(tỷ đồng)	2020	2021F	g%	Nhận định
<b>Doanh thu</b>	<b>108,546</b>	<b>130,836</b>	<b>21%</b>	
- TGDD	29,525	29,820	1%	Sức mua thị trường chung có thể phục hồi nửa cuối năm 2021. Tập dụng đội ngũ nhân viên hùng hậu thực hiện những dịch vụ mới cho chuỗi TGDD như trả góp, chuyển tiền, thu chi hộ tiền điện nước Đưa thêm nhiều nhóm hàng điện thoại và điện máy, đặc biệt là các nhãn hàng smartphone 4G và 5G độc quyền (hiện các sản phẩm độc quyền chiếm khoảng 30% doanh thu của chuỗi TGDD). Phân phối sản phẩm điện thoại cho các cửa hàng nhỏ lẻ thay vì cạnh tranh trực tiếp.
- ĐMX	57,746	58,466	3%	Tăng trưởng dương nhờ mô hình mới Điện máy Xanh Supermini. Sắp xếp lại layout phù hợp với từng địa phương (trưng bày nhiều đồ gia dụng ở những cửa hàng tỉnh lẻ) và kinh doanh thêm nhiều sản phẩm khác.
- BHX	21,275	42,550	65%	Chuyển đổi mô hình kinh doanh mới BHX "5 tỷ" tại TP HCM, miền Tây và các tỉnh Đông Nam Bộ. Thử nghiệm Mô hình nhà thuốc An Khang kế bên BHX
<b>Lợi nhuận gộp</b>	<b>23,954</b>	<b>28,130</b>	<b>17%</b>	Đẩy mạnh các sản phẩm có tỷ suất lợi nhuận gộp cao như thiết bị gia dụng, phụ kiện, đồng hồ tại 2 chuỗi TGDD và ĐMX. Cải thiện biên lãi gộp chuỗi BHX nhờ (1) khả năng thương lượng mua hàng từ các nhà cung cấp và (2) đẩy nhanh việc phát triển các mặt hàng có thương hiệu riêng lên 1,000 sản phẩm trong năm 2021.
<b>Chi phí bán hàng</b>	<b>15,334</b>	<b>17,940</b>	<b>17%</b>	Thử nghiệm tối ưu hóa chi phí vận hành tại cửa hàng thông qua việc giảm đi 40-50% lượng giờ công, từ đó thay đổi sắp xếp quy trình công việc để phù hợp với số giờ công mới nhưng vẫn đảm bảo phục vụ tốt cho khách hàng tại shop.
<b>Chi phí quản lý doanh nghiệp</b>	<b>3,404</b>	<b>4,041</b>	<b>18%</b>	
<b>EBIT</b>	<b>5,216</b>	<b>6,149</b>	<b>5%</b>	
<b>Lợi nhuận sau thuế</b>	<b>3,920</b>	<b>4,546</b>	<b>16%</b>	

## Chi tiết định giá và khuyến nghị:

Bằng phương pháp định giá DCF và P/E, mức giá hợp lý dành cho cổ phiếu MWG khoảng **140,600 đồng/cổ phiếu** (+7.4% so với giá hiện tại). Từ đó đưa ra khuyến nghị **GIỮ** cho cổ phiếu này.

### Phương pháp DCF

Chỉ tiêu (tỷ đồng)	2021F	2022F	2023F	2024F	2025F
Lợi nhuận sau thuế	4,546	5,652	6,537	7,417	7,964
Lãi vay sau thuế	901	1,036	1,161	1,275	1,377
CAPEX	(4,332)	(4,678)	(5,038)	(6,158)	(6,400)
Khấu hao	2,716	3,523	4,393	3,674	3,322
WC	(1,950)	(1,413)	(1,216)	(2,987)	(872)
FCFF	1,891	4,120	5,836	3,221	5,390
DCF (WACC 9%)	1,734	3,399	4,421	2,240	3,442
Giá trị cuối cùng (3% g)	61,187				
Nợ ròng	(11,185)				
Giá trị vốn cổ phần	65,238				
SLCP	452,605,894				
<b>Giá hợp lý (VNĐ/cp)</b>	<b>144,138</b>				

### Phương pháp P/E

		DCF	P/E	Giá mục tiêu
EPS forward	10,036			
P/E ngành	12.66			
<b>Giá mục tiêu</b>	<b>127,057</b>			
		144,138	127,057	<b>140,600</b>
				<b>VNĐ/CP</b>
		80%	20%	
				<b>VNĐ/CP</b>

### Rủi ro:

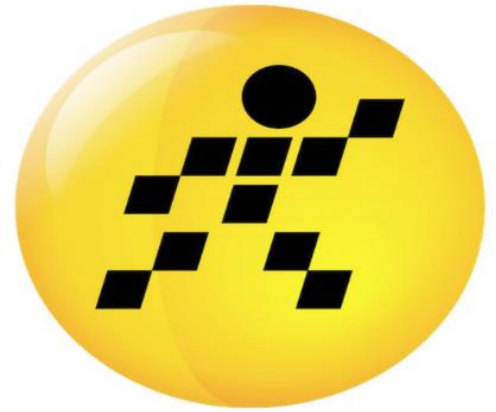
- (1) Mạng điện thoại di động đang bão hòa;
- (2) Chi phí vận hàng BHX khá cao, chiếm khoảng hơn 23% doanh thu của BHX;
- (3) BHX đang chịu sức ép từ nhiều đối thủ cạnh tranh trong ngành FMCG như Vinmart, Co food.

## Sơ lược công ty

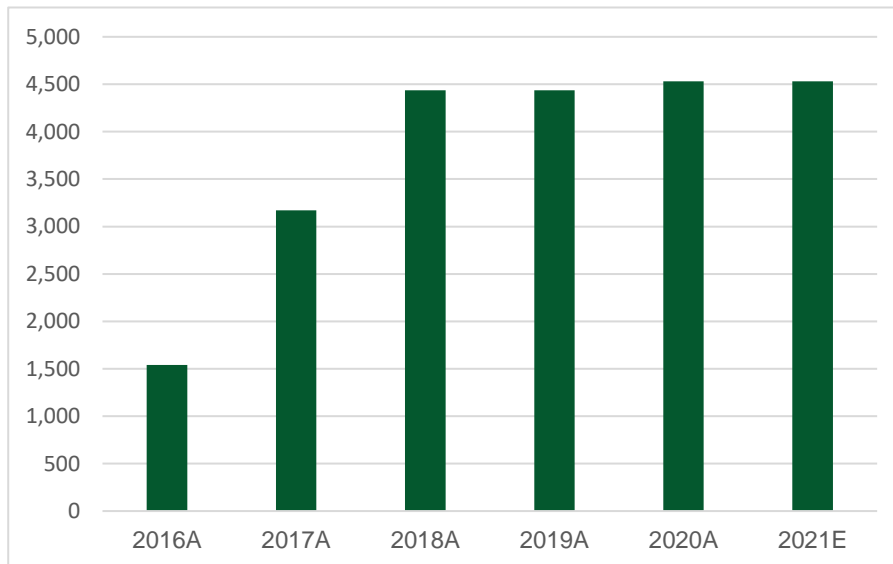
Khởi đầu là Công ty TNHH Thế Giới Di Động được thành lập vào tháng 3/2004 với ba cửa hàng nhỏ ở TP. HCM. Năm 2007 Công ty tiếp nhận vốn đầu tư từ Quỹ Mekong Capital và chuyển sang hình thức cổ phần.

Lĩnh vực kinh doanh chính của công ty là kinh doanh sản phẩm di động, phụ kiện, sản phẩm hòa mạng (SIM) qua chuỗi cửa hàng Thegioididong.com và kinh doanh sản phẩm điện máy qua chuỗi siêu thị Dienmayxanh.com. Bên cạnh đó MWG vừa bắt đầu thử nghiệm kinh doanh bán lẻ thực phẩm qua chuỗi siêu thị Bách Hóa Xanh từ cuối năm 2016. Tính đến giai đoạn hiện tại, công ty đã mở thành công 4,157 cửa hàng. Từ cuối năm 2018, công ty bắt đầu chú trọng mở rộng đối với chuỗi Điện Máy Xanh và Bách Hóa Xanh khi chuỗi Thế Giới Di Động có sự chững lại trong tốc độ tăng trưởng trong thời gian gần đây.

Mục tiêu MWG trong 3-4 năm tới của MWG là trở thành tập đoàn bán lẻ đa ngành hàng hùng mạnh nhất, có vị thế số 1 trong lĩnh vực thương mại điện tử, mở rộng kinh doanh ở Lào, Campuchia và Myanmar với doanh thu 10 tỷ USD.



## Quá trình tăng vốn (tỷ VNĐ)



Nguồn: MWG, PPFM tổng hợp



**Báo cáo tài chính (tỷ VNĐ)**

<b>Kết quả kinh doanh</b>	<b>2017A</b>	<b>2018A</b>	<b>2019A</b>	<b>2020A</b>	<b>2021E</b>
Doanh thu thuần	66,340	86,516	102,174	108,546	130,836
Giá vốn hàng bán	(55,198)	(71,224)	(82,686)	(84,592)	(102,706)
Lợi nhuận gộp	11,142	15,292	19,488	23,954	28,130
Chi phí bán hàng	(7,017)	(9,660)	(12,437)	(15,334)	(17,663)
Chi phí QLDN	(1,345)	(1,762)	(2,074)	(3,404)	(4,318)
Lợi nhuận từ HĐKD	2,779	3,871	4,977	5,216	6,149
Lợi nhuận tài chính	16	(94)	61	200	(181)
Chi phí lãi vay	(233)	(436)	(568)	(591)	(726)
Lợi nhuận trước thuế	2,809	3,788	5,054	5,410	5,987
Lợi nhuận sau thuế	2,207	2,882	3,837	3,920	4,546
LNST của cổ đông Công ty mẹ	2,206	2,881	3,835	3,918	4,544
<b>Cân đối kế toán</b>	<b>2017A</b>	<b>2018A</b>	<b>2019A</b>	<b>2020A</b>	<b>2021E</b>
<b>Tài Sản Ngắn Hạn</b>	<b>18,863</b>	<b>23,372</b>	<b>35,011</b>	<b>37,426</b>	<b>44,342</b>
Tiền và tương đương tiền	3,411	3,750	3,177	7,348	7,850
Đầu tư tài chính ngắn hạn	-	51	3,075	8,057	13,084
Phải thu ngắn hạn	2,766	1,543	1,815	1,703	2,284
Hàng tồn kho	12,050	17,446	25,744	19,422	21,029
Tài sản ngắn hạn khác	636	583	1,199	895	995
<b>Tài Sản Dài Hạn</b>	<b>3,960</b>	<b>4,751</b>	<b>6,697</b>	<b>8,714</b>	<b>7,352</b>
Phải thu dài hạn	242	314	375	439	480
Tài sản cố định	3,464	3,333	5,404	7,295	5,952
Bất động sản đầu tư	-	-	-	-	-
Chi phí xây dựng dở dang	35	257	87	133	87
Đầu tư tài chính dài hạn	-	60	56	53	39
Tài sản dài hạn khác	219	787	775	794	792
<b>Tổng cộng tài sản</b>	<b>22,823</b>	<b>28,123</b>	<b>41,708</b>	<b>46,139</b>	<b>51,694</b>
<b>Nợ phải trả</b>	<b>16,914</b>	<b>19,139</b>	<b>29,565</b>	<b>30,658</b>	<b>30,896</b>
Nợ ngắn hạn	15,714	17,929	28,442	29,531	31,686
Nợ dài hạn	1,200	1,210	1,122	1,127	1,122
<b>Vốn chủ sở hữu</b>	<b>5,909</b>	<b>8,983</b>	<b>12,144</b>	<b>15,482</b>	<b>18,886</b>
Vốn góp	3,170	4,435	4,435	4,532	4,532
Lợi ích cổ đông thiểu số	-	-	8	-	-
<b>Tổng nguồn vốn</b>	<b>22,823</b>	<b>28,122</b>	<b>41,708</b>	<b>46,139</b>	<b>51,694</b>

Lưu chuyển tiền tệ	2017A	2018A	2019A	2020A	2021E
Lưu chuyển tiền thuần từ HĐ Kinh doanh	2,664	2,263	(1,286)	10,793	5,437
Lưu chuyển tiền thuần từ HĐ Đầu tư	(2,120)	(2,344)	(5,873)	(8,574)	(4,332)
Lưu chuyển tiền thuần từ HĐ Tài chính	1,871	422	6,525	2,014	(603)
Lưu chuyển tiền thuần trong kỳ	2,414	341	(634)	4,233	502
Tiền & tương đương tiền đầu kỳ	997	3,411	3,750	3,115	7,348
Tiền & tương đương tiền cuối kỳ	3,411	3,752	3,115	7,348	7,850
Chỉ số tài chính (%)					
Tăng trưởng					
Doanh thu	48.7%	30.4%	18.1%	6.2%	20.5%
Lợi nhuận sau thuế	39.8%	30.6%	33.1%	2.2%	16.0%
Tổng tài sản	53.6%	23.2%	48.3%	10.6%	19.8%
Tổng vốn chủ sở hữu	53.8%	52.0%	35.2%	27.5%	21.9%
Khả năng sinh lời					
Tỷ suất lãi gộp	16.8%	17.7%	19.1%	22.1%	21.5%
Tỷ suất EBIT	4.2%	4.5%	4.9%	4.8%	4.7%
Tỷ suất lãi ròng	3.3%	3.3%	3.8%	3.6%	3.5%
ROA	9.7%	10.2%	9.2%	8.5%	8.8%
ROE	37.3%	32.1%	31.6%	25.3%	24.1%
Hiệu quả hoạt động					
Số ngày phải thu	8	2	1	1	1
Số ngày tồn kho	80	90	114	85	75
Số ngày phải trả	48	42	48	48	32
Khả năng thanh toán					
Tỷ suất thanh toán hiện thời	1.20	1.30	1.23	1.27	1.39
Tỷ suất thanh toán nhanh	0.43	0.33	0.33	0.61	0.74
Cấu trúc tài chính					
Tổng nợ/Tổng tài sản	0.74	0.68	0.71	0.66	0.65
Tổng nợ/Vốn chủ sở hữu	2.86	2.13	2.43	1.98	1.68
Vay ngắn hạn/VCSH	0.95	0.65	1.07	1.01	1.04
Vay dài hạn/VCSH	0.20	0.13	0.09	0.07	0.06

Nguồn: PHFM

## Đảm bảo phân tích

Báo cáo được thực hiện bởi Tôn Nữ Nhật Minh, Chuyên viên phân tích – Công ty Cổ phần Quản lý Quỹ Phú Hưng. Mỗi nhân viên phụ trách về phân tích, chiến lược hay nghiên cứu chịu trách nhiệm cho sự chuẩn bị và nội dung của tất cả các phần có trong bản báo cáo nghiên cứu này đảm bảo rằng, tất cả các ý kiến của những người phân tích, chiến lược hay nghiên cứu đều phản ánh trung thực và chính xác ý kiến cá nhân của họ về những vấn đề trong bản báo cáo. Mỗi nhân viên phân tích, chiến lược hay nghiên cứu đảm bảo rằng họ không được hưởng bất cứ khoản chi trả nào trong quá khứ, hiện tại cũng như tương lai liên quan đến các khuyến cáo hay ý kiến thể hiện trong bản báo cáo này.

## Định nghĩa xếp loại

Mua = cao hơn thị trường nội địa trên 10%

Giữ = bằng thị trường nội địa với tỉ lệ từ +10%~ -10%

Bán = thấp hơn thị trường nội địa dưới 10%.

Không đánh giá = cổ phiếu không được xếp loại trong Phú Hưng hoặc chưa niêm yết.

Biểu hiện được xác định bằng tổng thu hồi trong 12 tháng (gồm cả cổ tức).

## Miễn trách

Công ty Cổ phần Quản lý Quỹ Phú Hưng/Công ty Cổ phần Chứng khoán Phú Hưng không chịu trách nhiệm về sự hoàn chỉnh hay tính chính xác của báo cáo. Đây không phải là bản chào hàng hay sự nài khẩn mua của bất cứ cổ phiếu nào. Chứng khoán Phú Hưng/Quản lý Quỹ Phú Hưng và các chi nhánh và văn phòng và nhân viên của mình có thể có hoặc không có vị trí liên quan đến các cổ phiếu được nhắc tới ở đây. Chứng khoán Phú Hưng/Quản lý Quỹ Phú Hưng (hoặc chi nhánh) đôi khi có thể có đầu tư hoặc các dịch vụ khác hay thu hút đầu tư hoặc các hoạt động kinh doanh khác cho bất kỳ công ty nào được nhắc đến trong báo cáo này. Tất cả các ý kiến và dự đoán có trong báo cáo này được tạo thành từ các đánh giá của Công ty Cổ phần Quản lý Quỹ Phú Hưng vào ngày này và có thể thay đổi không cần báo trước.

### © Công ty Cổ phần Chứng khoán Phú Hưng (PHS).

Tòa nhà CR3-03A, Tầng 3, 109 Tôn Dật Tiên, Phường Tân Phú, Quận 7, Tp. HCM

Điện thoại: (+84-28) 5 413 5479

Fax: (+84-28) 5 413 5472

Customer Service: (+84-28) 5 411 8855

Call Center: (+84-28) 5 413 5488

E-mail: [info@phs.vn](mailto:info@phs.vn) / [support@phs.vn](mailto:support@phs.vn)

Web: [www.phs.vn](http://www.phs.vn)

### PGD Phú Mỹ Hưng

Tòa nhà CR2-08, 107 Tôn Dật Tiên, P. Tân Phú, Quận 7, Tp. HCM

Điện thoại: (+84-28) 5 413 5478

Fax: (+84-28) 5 413 5473

### Chi nhánh Quận 3

Tầng 2, Tòa nhà Phương Nam, 157 Võ Thị Sáu, Quận 3, Tp. HCM

Điện thoại: (+84-28) 3 820 8068

Fax: (+84-28) 3 820 8206

### Chi nhánh Thanh Xuân

Tầng 5, Tòa nhà UDIC Complex, Trung Hòa Nhân Chính, Quận Thanh Xuân, Hà Nội.

Phone: (84-24) 6 250 9999

Fax: (84-24) 6 250 6666

### Chi nhánh Tân Bình

Tầng trệt, P. G.4A, Tòa nhà E-Town 2, 364 Cộng Hòa, Phường 13, Quận Tân Bình, Tp.HCM.

Điện thoại: (+84-28) 3 813 2405

Fax: (+84-28) 3 813 2415

### Chi nhánh Hà Nội

Tầng 5, Tòa nhà Vinafor, Số 127 Lò Đúc, Phường Đồng Mác, Quận Hai Bà Trưng

Phone: (84-24) 3 933 4566

Fax: (84-24) 3 933 4820

### Chi nhánh Hải Phòng

Tầng 2, Tòa nhà Eliteco, 18 Trần Hưng Đạo, Quận Hồng Bàng, Hải Phòng

Phone: (+84-22) 384 1810

Fax: (+84-22) 384 1801

### Chi nhánh Quận 1

Phòng 1003A, Tầng 10, Tòa nhà Ruby

81-83-83B-85 Hàm Nghi,

Phường Nguyễn Thái Bình, Quận 1, TP HCM

Điện thoại: (+84-28) 3 535 6060

Fax: (+84-28) 3 535 2912