

Tài sản

Tài sản cố định của Công ty (Hợp nhất)

Đơn vị: Triệu đồng

STT	Chi tiêu	31/12/2024			31/12/2025			31/03/2026		
		Nguyên giá	Khấu hao lũy kế	Giá trị còn lại	Nguyên giá	Khấu hao lũy kế	Giá trị còn lại	Nguyên giá	Khấu hao lũy kế	Giá trị còn lại
I	Tài sản cố định hữu hình	9.938.145	(8.376.381)	1.561.764	9.454.540	(8.640.065)	814.474	9.473.325	(8.747.727)	725.598
1	Nhà cửa, vật kiến trúc	8.712.376	(7.275.277)	1.437.099	8.221.878	(7.554.235)	667.642	8.255.767	(7.661.895)	593.872
2	Phương tiện vận tải	295.005	(225.836)	69.169	360.539	(261.326)	99.213	360.539	(270.648)	89.891
3	Thiết bị văn phòng	930.764	(875.268)	55.496	872.123	(824.504)	47.619	857.019	(815.184)	41.835
II	Tài sản cố định vô hình	90.298	(26.830)	63.468	36.771	(10.772)	25.999	36.771	(10.772)	25.999
1	Quyền sử dụng đất	25.999	-	25.999	25.999	-	25.999	25.999	-	25.999
2	Phần mềm máy tính	10.772	(10.772)	-	10.772	(10.772)	-	10.772	(10.772)	-
3	Thương hiệu	53.527	(16.058)	37.469	-	-	-	-	-	-
	Tổng cộng	10.028.443	(8.403.212)	1.625.231	9.491.311	(8.650.387)	840.473	9.510.096	(8.758.499)	751.597

Nguồn: BCTC kiểm toán hợp nhất 2024 và 2025, BCTC hợp nhất Q1/2026 của Công ty

Tài sản cố định của Công ty (Riêng lẻ)

Đơn vị: Triệu đồng

STT	Chỉ tiêu	31/12/2024			31/12/2025			31/03/2026		
		Nguyên giá	Khấu hao lũy kế	Giá trị còn lại	Nguyên giá	Khấu hao lũy kế	Giá trị còn lại	Nguyên giá	Khấu hao lũy kế	Giá trị còn lại
I	Tài sản cố định hữu hình	9.622.024	(8.215.796)	1.406.229	9.378.248	(8.630.257)	747.990	9.397.088	(8.734.163)	662.925
1	Nhà cửa, vật kiến trúc	8.403.887	(7.118.759)	1.285.128	8.212.467	(7.552.023)	660.444	8.246.511	(7.659.226)	587.285
2	Phương tiện vận tải	295.005	(225.836)	69.169	294.387	(253.933)	40.453	294.387	(259.994)	34.392
3	Thiết bị văn phòng	923.132	(871.201)	51.932	871.394	(824.301)	47.093	856.190	(814.943)	41.247
II	Tài sản cố định vô hình	36.771	(10.772)	25.999	36.771	(10.772)	25.999	36.771	(10.772)	25.999
1	Quyền sử dụng đất	25.999	-	25.999	25.999	-	25.999	25.999	-	25.999
2	Phần mềm máy tính	10.772	(10.772)	-	10.772	(10.772)	-	10.772	(10.772)	-
	Tổng cộng	9.658.796	(8.226.568)	1.432.228	9.415.019	(8.641.030)	773.989	9.433.859	(8.744.935)	688.924

Nguồn: BCTC kiểm toán riêng lẻ 2024 và 2025, BCTC riêng lẻ Q1/2026 của Công ty

Danh sách tài sản cố định lớn của Công ty

Đơn vị: Triệu đồng

Tài sản	31/12/2024			31/12/2025			31/03/2026		
	Nguyên giá	Khấu hao lũy kế	Giá trị còn lại	Nguyên giá	Khấu hao lũy kế	Giá trị còn lại	Nguyên giá	Khấu hao lũy kế	Giá trị còn lại
ĐML_VLO_VLO - 210 Lê Thái Tổ	11.681	(11.445)	236	13.444	(13.174)	270	13.444	(13.200)	243
ĐML_DON_BHO - 205C Phạm Văn Thuận	13.002	(13.002)	-	14.402	(14.402)	-	14.311	(14.311)	-
ĐML_HCM_Q07 - 677 Huỳnh Tấn Phát	11.680	(11.345)	335	13.013	(12.841)	172	13.282	(12.749)	533
ĐML_QNA_TKY - Phan Bội Châu	12.405	(12.095)	310	13.352	(12.992)	360	14.303	(13.080)	1.223
ĐML_BDU_DAN - 530/7A Tân Đông Hiệp	15.752	(12.365)	3.387	17.102	(14.914)	2.188	17.102	(15.188)	1.914
ĐML_NTH_PRA - 279 Ngô Gia Tự	10.962	(9.259)	1.703	11.878	(10.697)	1.181	12.771	(10.912)	1.859
ĐML_HCM_Q06 - 416 Hậu Giang	13.751	(13.613)	138	15.161	(15.043)	118	15.692	(15.094)	599
ĐML_NBI_NBI - 2 Trần Hưng Đạo	11.441	(11.351)	90	12.418	(12.279)	139	13.172	(12.317)	855
ĐML_LDO_DLA - 25 Lê Đại Hành	18.061	(8.102)	9.959	18.254	(11.908)	6.346	18.254	(12.811)	5.443
HCM_BCH - Kho Media Bình Chánh	22.294	(9.137)	13.157	25.046	(13.724)	11.322	25.139	(14.979)	10.161

Nguồn: DMX

Thị trường hoạt động

Công ty Cổ phần Đầu tư Điện Máy Xanh sở hữu hệ thống các chuỗi cửa hàng bán lẻ Điện thoại – điện máy trên khắp Việt Nam. Ngoài ra, từ cuối năm 2022 Công ty tiến hành đầu tư ra thị trường Indonesia dưới hình thức đầu tư liên doanh với chuỗi cửa hàng bán lẻ mang thương hiệu EraBlue. Mô hình của EraBlue tương đồng với mô hình của Điện Máy Xanh tại Việt Nam. Đến cuối năm 2025, EraBlue đã mở và vận hành 181 cửa hàng tại Indonesia, đánh dấu một bước quan trọng trong chiến lược toàn cầu của DMX. Sự hợp tác này không chỉ giúp DMX củng cố sự hiện diện tại thị trường Đông Nam Á mà còn thể hiện chiến lược dài hạn của Công ty trong việc mở rộng phạm vi hoạt động và gia tăng quy mô tại các thị trường mới.

Doanh thu theo thị trường

Đơn vị: Tỷ đồng

Thị trường	Riêng lẻ				Hợp nhất			
	2024	2025	Quý 1/ 2026	% tăng/ (giảm) 2025- 2024	2024	2025	Quý 1/ 2026	% tăng/ (giảm) 2025- 2024
Thị trường miền Bắc	21.974	26.182	8.196	19,1%	22.035	26.322	8.231	19,5%
Thị trường miền Trung	19.074	23.354	7.592	22,4%	19.500	23.857	7.617	22,3%
Thị trường miền Nam	50.052	57.787	16.648	15,5%	51.822	59.300	16.694	14,4%
Tổng cộng doanh thu	91.100	107.323	32.436	17,8%	93.357	109.479	32.542	17,3%

Nguồn: DMX

Lợi nhuận theo thị trường

Đơn vị: Tỷ đồng

Thị trường	Riêng lẻ				Hợp nhất			
	2024	2025	Quý 1/ 2026	% tăng/ (giảm) 2025- 2024	2024	2025	Quý 1/ 2026	% tăng/ (giảm) 2025- 2024
Thị trường miền Bắc	3.905	4.751	1.559	21,7%	3.913	4.771	1.565	21,9%
Thị trường miền Trung	3.798	4.587	1.488	20,8%	3.893	4.694	1.493	20,6%

Thị trường	Riêng lẻ				Hợp nhất			
	2024	2025	Quý 1/ 2026	% tăng/ (giảm) 2025- 2024	2024	2025	Quý 1/ 2026	% tăng/ (giảm) 2025- 2024
Thị trường miền Nam	8.931	9.738	3.175	9,0%	9.284	10.021	3.183	7,9%
Tổng cộng lợi nhuận gộp	16.634	19.076	6.222	14,7%	17.090	19.486	6.241	14,0%

Nguồn: DMX

Trong 2 năm vừa qua và đến thời điểm hiện tại, toàn bộ doanh thu và lợi nhuận gộp của Công ty được ghi nhận từ thị trường trong nước. Hoạt động tại thị trường nước ngoài chủ yếu được thực hiện thông qua khoản đầu tư vào công ty liên doanh.

Cụ thể, Công ty đầu tư vào thị trường Indonesia thông qua Công ty PT Era Blu Elektronik (“Era Blue”), trong đó Công ty nắm giữ 45% tỷ lệ sở hữu và được phân loại là công ty liên doanh. Theo đó, phần lợi nhuận hoặc lỗ từ Era Blue được ghi nhận vào khoản mục lãi/lỗ từ công ty liên doanh trên báo cáo tài chính hợp nhất. Tình hình hoạt động kinh doanh của Era Blue và phần lợi nhuận ghi nhận từ khoản đầu tư này trong hai năm gần nhất và đến thời điểm hiện tại chi tiết như sau:

Kết quả kinh doanh của Era Blue

Đơn vị: Triệu đồng

	2024	2025	Quý 1/ 2026	% tăng/(giảm) 2025 – 2024
Kết quả kinh doanh của Era Blue				
Doanh thu thuần	2.288.197	3.705.708	1.394.895	61,9%
Lợi nhuận gộp	300.785	491.704	193.096	63,5%
Lợi nhuận sau thuế	(99.103)	54.114	20.026	Không áp dụng
Lợi nhuận đóng góp vào DMX				
Lợi nhuận đầu tư vào công ty liên doanh của DMX	(44.596)	24.351	9.012	Không áp dụng

Đối với MWG (Cambodia) Co., Ltd, như đã trình bày tại Mục V-5.3, công ty này không phát sinh hoạt động kinh doanh trong năm 2024 và đã hoàn tất thủ tục giải thể vào ngày 27/01/2025 theo thông báo của Bộ Thương mại.

10.4 Báo cáo tình hình đầu tư, hiệu quả đầu tư, hiệu quả sản xuất kinh doanh, cung cấp dịch vụ trong các lĩnh vực hoạt động chính

Công ty MWG (Cambodia) Co., Ltd: MWG (Cambodia) Co., Ltd là một công ty được thành lập theo Luật Thương mại và Luật Doanh nghiệp, Luật Dân sự và Hình sự của Vương quốc Campuchia theo Giấy Chứng nhận Đăng ký Kinh doanh số 00020766 do Bộ Thương mại Vương quốc Campuchia cấp vào ngày 26/10/2016. Công ty có trụ sở chính tại Số 12, Phố 478, Xã Toul Tompoung I, Quận Chamkamon, Thủ đô Phnom Penh, Vương quốc Campuchia. Vào ngày 31 tháng 12 năm 2017, Công ty nắm giữ 100% quyền biểu quyết gián tiếp tại công ty này.

Công ty đánh giá về hiệu quả đầu tư vào Công ty MWG (Cambodia) Co., Ltd như sau:

- Đây là lần đầu tiên Công ty thử nghiệm mô hình kinh doanh tại thị trường nước ngoài. Tuy nhiên, hoạt động tại thị trường Campuchia không đạt được kết quả như kỳ vọng trong bối cảnh chịu tác động bất lợi từ dịch bệnh cũng như những khác biệt về hành vi tiêu dùng và điều kiện thị trường.
- Mặc dù, Công ty đã chủ động triển khai nhiều biện pháp điều chỉnh về danh mục sản phẩm, mô hình vận hành và chiến lược kinh doanh nhằm cải thiện hiệu quả, các kết quả đạt được vẫn chưa đáp ứng kỳ vọng đề ra. Do đó, đến năm 2024, Công ty quyết định chấm dứt hoạt động tại thị trường này nhằm hạn chế thua lỗ và tái phân bổ nguồn lực vào các thị trường có tiềm năng tăng trưởng và hiệu quả cao hơn. Công ty hoàn tất giải thể vào ngày 27/01/2025 theo thông báo của Bộ Thương Mại.

Thời điểm	Tổng số tiền đầu tư (đồng)	Lỗ lũy kế (đồng)
31/12/2024	702.488.640.000	(723.432.940.932)
31/12/2025	Đã hoàn tất giải thể ngày 27/01/2025 theo thông báo của Bộ Thương Mại	

Nguồn: DMX

Dự án EraBlue: PT Era Blu Elektronik là một công ty được thành lập theo Giấy Chứng nhận Đăng ký Đầu tư ra nước ngoài số 202200996 do Bộ Kế hoạch và Đầu tư cấp ngày 04/03/2022. Hoạt động chính của PT Era Blu Elektronik là kinh doanh bán lẻ điện thoại và điện máy tại Indonesia. Tại 31/12/2025, Công ty nắm giữ 45% quyền sở hữu và quyền biểu quyết tương ứng trong EraBlue.

Công ty đánh giá về hiệu quả đầu tư vào Era Blue như sau:

- Cửa hàng đầu tiên được mở vào năm 2022, và sau 3 năm vận hành, chuỗi đã mở rộng lên gần 181 cửa hàng, phản ánh tốc độ phát triển tương đối nhanh và khả năng thích ứng với thị trường địa phương.
- Công ty bắt đầu ghi nhận lợi nhuận ổn định từ Quý III/2024 và chuyển sang giai đoạn tăng tốc mở rộng đồng thời tối ưu hiệu quả vận hành của các cửa hàng hiện hữu. Kết quả này đến từ việc cải thiện doanh thu trên mỗi cửa hàng, kiểm soát chi phí tốt hơn cũng như tối ưu danh mục sản phẩm phù hợp với nhu cầu tiêu dùng tại thị trường Indonesia.

- Đến cuối năm 2025, doanh thu đạt 3.705 tỷ đồng, qua đó khẳng định mô hình kinh doanh của EraBlue đã đạt được nền tảng tăng trưởng bền vững và từng bước xây dựng vị thế vững chắc tại thị trường Indonesia. Đây được xem là tiền đề quan trọng để Công ty tiếp tục mở rộng quy mô, đồng thời duy trì hiệu quả hoạt động trong các giai đoạn tiếp theo.
- Đến cuối quý 1/2026, EraBlue ghi nhận mức doanh thu đạt 1.395 tỷ đồng, tăng trưởng gấp đôi so với cùng kỳ với tổng số địa điểm đang vận hành là 212 cửa hàng. Ngoài 31 cửa hàng mở mới trong năm, các cửa hàng mở trước đó ghi nhận 25% tăng trưởng doanh số bán hàng, cho thấy Công ty đang tiếp tục duy trì đà tăng trưởng tích cực và đi đúng định hướng phát triển đã đề ra. Đây là tín hiệu khả quan, củng cố thêm niềm tin vào chiến lược mở rộng quy mô và nâng cao hiệu quả hoạt động của EraBlue trong dài hạn.

Thời điểm	Tổng số tiền đầu tư (đồng)	Lô lũy kế (đồng)
31/12/2024	286.632.252.729	(44.596.454.899)
31/12/2025	391.404.440.229	(20.245.375.701)
31/03/2026	513.794.797.484	(11.233.633.773)

Nguồn: DMX

Chuỗi nhà thuốc An Khang: Công ty Cổ phần Dược phẩm An Khang Pharma (“An Khang”) là một công ty cổ phần được thành lập theo Luật doanh nghiệp của Việt Nam theo Giấy Chứng nhận Đăng ký doanh nghiệp số 0314587300 do Sở Kế hoạch và Đầu tư Thành phố Hồ Chí Minh cấp ngày 21/8/2017. Hoạt động kinh doanh chính là cung cấp dược phẩm, thực phẩm chức năng, trang thiết bị y tế, dược phẩm, và các sản phẩm chăm sóc sức khỏe, tiêu dùng hàng ngày.

Công ty đánh giá về hiệu quả đầu tư vào chuỗi An Khang như sau:

- Năm 2021, Công ty tiến hành hợp nhất chuỗi An Khang với quy mô ban đầu 178 cửa hàng. Sang năm 2022, Công ty đẩy mạnh mở rộng nhanh chóng lên khoảng 500 cửa hàng nhằm gia tăng độ phủ thị trường. Tuy nhiên, quá trình mở rộng diễn ra trong bối cảnh dịch bệnh, ảnh hưởng tiêu cực đến sức mua và hành vi tiêu dùng, từ đó tác động đến hiệu quả hoạt động của chuỗi.
- Trong giai đoạn 2023–2024, Công ty đã chủ động rà soát và đánh giá lại toàn bộ hệ thống, tạm ngừng mở rộng để tập trung vào việc tối ưu hiệu quả. Trọng tâm được đặt vào các cửa hàng có khả năng đạt biên lợi nhuận dương, đồng thời kiểm soát chặt chẽ chi phí vận hành nhằm giảm thiểu thua lỗ và từng bước đưa toàn chuỗi tiến tới điểm hòa vốn.
- Đến năm 2025, quy mô chuỗi An Khang được điều chỉnh còn 400 cửa hàng, phản ánh định hướng tái cấu trúc theo hướng tinh gọn và hiệu quả hơn. Trong giai đoạn này, Công ty tập trung hoàn thiện danh mục sản phẩm, nâng cao năng lực chuyên môn dược và củng cố năng lực vận hành. Chiến lược phát triển được chuyển dịch sang ưu tiên “chất lượng hơn số lượng”, tập trung nâng cao hiệu quả từng cửa hàng, đồng thời chỉ mở rộng một cách thận trọng sau khi đạt được điểm hòa vốn.
- Đáng chú ý, đến cuối năm 2025, phù hợp với định hướng chuyên biệt hóa hoạt động trong hệ sinh thái, chuỗi An Khang đã được chuyển giao sang một pháp nhân độc lập. Bước đi

này được kỳ vọng sẽ giúp nâng cao tính tự chủ trong quản trị, linh hoạt hơn trong chiến lược phát triển và tạo nền tảng cho việc tối ưu hiệu quả hoạt động của chuỗi trong giai đoạn tiếp theo.

Theo Nghị quyết Hội đồng Quản trị số 13/NQ/HĐQT-2025 ngày 12/12/2025, Hội đồng Quản trị MWG đã thông qua chủ trương tái cấu trúc các công ty con theo hướng chuyên biệt hóa hoạt động kinh doanh. Theo đó, các mảng kinh doanh được tổ chức, quản lý và vận hành bởi các pháp nhân độc lập, nhằm nâng cao tính tập trung, tính tự chủ và hiệu quả điều hành, cụ thể như sau:

- Công ty Cổ phần Đầu tư Điện Máy Xanh: mảng bán lẻ điện thoại – điện máy
- Công ty TNHH MTV Đầu tư An Nhiên: mảng sản phẩm mẹ & bé
- Công ty Cổ phần Dược phẩm An Khang: mảng dược phẩm

Theo Nghị quyết HĐQT số 04/NQ/HĐQT/DMX-2025 ngày 20 tháng 11 năm 2025, Công ty đã hoàn tất việc chuyển nhượng 201.294.010 cổ phần (tỷ lệ sở hữu là 99,999994%) của An Khang với giá chuyển nhượng là 2.012.940.100.000 đồng cho Công ty TNHH Một Thành viên Thương mại Thiện Tâm (công ty con của Công ty Cổ phần Đầu tư Thế giới Di động) vào ngày 25 tháng 12 năm 2025. Tỷ lệ giá trị chuyển nhượng của An Khang trên vốn chủ sở hữu DMX tính tại thời điểm 31/12/2025 là 10,3%.

Thời điểm	Tổng số tiền đầu tư (đồng)	Lỗ lũy kế (đồng)
31/12/2024	2.078.423.751.737	(1.025.969.771.535)
31/12/2025	Đến ngày 31/12/2025, An Khang không còn là công ty con trực tiếp của Công ty	

Nguồn: DMX

10.5 Các hợp đồng lớn

STT	Tên hợp đồng	Giá trị thực hiện 2024 (tỷ đồng)	Giá trị thực hiện 2025 (tỷ đồng)	Giá trị thực hiện Q1/2026 (tỷ đồng)	Thời điểm ký kết hợp đồng	Thời gian kết thúc trong hợp đồng	Sản phẩm, dịch vụ đầu vào đầu ra	Đối tác tham gia	Các điều khoản quan trọng khác
1	VN-1077146, SCC-SA-VN-606420	14.865	25.756	5.031	26/06/2025	30/04/2026	Điện thoại, máy tính bảng, Laptop (Apple)	Công ty TNHH Apple Việt Nam	Không có
2	SEVT-S230328_0001	9.886	10.604	3.105	01/03/2023	31/03/2026	Điện thoại, máy tính bảng, đồng	Công ty TNHH Samsung	Không có

STT	Tên hợp đồng	Giá trị thực hiện 2024 (tỷ đồng)	Giá trị thực hiện 2025 (tỷ đồng)	Giá trị thực hiện Q1/2026 (tỷ đồng)	Thời điểm ký kết hợp đồng	Thời gian kết thúc trong hợp đồng	Sản phẩm, dịch vụ đầu vào đầu ra	Đối tác tham gia	Các điều khoản quan trọng khác
							hồ thông minh, phụ kiện (Samsung)	Electronics Việt Nam Thái Nguyên – Chi nhánh Thành phố Hồ Chí Minh	
3	04/2024/HĐNT/D GW-TGDD	7.548	7.883	2.202	09/02/2024	31/12/2026	Điện thoại (Wiko, Obi, Asus, Lenovo, Xiaomi, v.v.), Laptop, Tablet, Máy in (Lenovo, Dell, Acer, Asus, HP, v.v.), linh kiện thiết bị di động (Totolink), Gia dụng (robot hút bụi, máy lọc không khí, đèn thông minh, cân, bàn chải thông minh, ổ cắm điện mang thương hiệu Xiaomi)	Công ty Cổ Phần Thế Giới Số	Không có

BẢN CÁO BẠCH

CÔNG TY CỔ PHẦN ĐẦU TƯ ĐIỆN MÁY XANH



STT	Tên hợp đồng	Giá trị thực hiện 2024 (tỷ đồng)	Giá trị thực hiện 2025 (tỷ đồng)	Giá trị thực hiện Q1/2026 (tỷ đồng)	Thời điểm ký kết hợp đồng	Thời gian kết thúc trong hợp đồng	Sản phẩm, dịch vụ đầu vào đầu ra	Đối tác tham gia	Các điều khoản quan trọng khác
4	SEHC-S230117_0002	7.126	6.163	1.734	01/01/2023	31/03/2026	Điện tử, Điện lạnh, Điện gia dụng (Samsung)	Công ty TNHH Điện Tử Samsung HCMC CE Complex - Chi nhánh Tp. Hồ Chí Minh	Không có
5	2024/VN 005154	5.790	6.151	2.279	20/12/2023	31/12/2025	Điện tử, Điện lạnh, Laptop (LG), Màn hình máy tính LG	Công ty TNHH LG Electronics Việt Nam Hải Phòng	Không có
6	37/2025/HĐNT/V K-TGDD	4.792	6.361	1.157	01/01/2025	31/12/2027	Điện thoại (Oppo, Oneplus), Đồng hồ (OPPO)	Công ty Cổ phần Kỹ Thuật & Khoa Học Vĩnh Khang	Không có
7	09/2025/HĐNT/P ANASO NIC-TGDD	3.824	3.329	858	01/01/2025	31/03/2028	Điện tử, Điện lạnh, Điện gia dụng (Panasonic)	Công ty TNHH Panasonic Việt Nam	Không có
8	28/2025/HĐNT/T OSHIBA -TGDD (HĐ cũ 053/HĐ-2022/HĐ NT/TVC P-TGDD ký ngày 02/01/2022)	3.391	4.248	1.721	01/01/2025	31/12/2027	Tủ lạnh, máy lạnh, máy giặt, tủ đông, máy rửa chén, hàng gia dụng (TOSHIBA, A, Comfee)	Công ty TNHH Sản Phẩm Tiêu Dùng Toshiba Việt Nam	Không có

STT	Tên hợp đồng	Giá trị thực hiện 2024 (tỷ đồng)	Giá trị thực hiện 2025 (tỷ đồng)	Giá trị thực hiện Q1/2026 (tỷ đồng)	Thời điểm ký kết hợp đồng	Thời gian kết thúc trong hợp đồng	Sản phẩm, dịch vụ đầu vào đầu ra	Đối tác tham gia	Các điều khoản quan trọng khác
9	Hợp đồng hợp tác kinh doanh số 0081/CD	293	529	140	01/01/2015	31/12/2026	Dịch vụ hỗ trợ khách hàng mua hàng trả chậm	Công ty tài chính TNHH Ngân Hàng Việt Nam Thịnh Vượng SMBC	Không có
10	Thỏa thuận hợp tác kinh doanh ngày 31/12/2014	765	854	262	31/12/2014	30/06/2026	Dịch vụ hỗ trợ khách hàng mua hàng trả chậm	Công ty tài chính TNHH MTV HomeCredit Việt Nam	Không có

Nguồn: DMX

Các hợp đồng trên không có mối quan hệ với thành viên Hội đồng Quản trị, thành viên Ủy ban kiểm toán, Tổng Giám đốc, Phó Tổng Giám đốc, cổ đông lớn của Tổ Chức Đăng Ký Niêm Yết.

10.6 Các khách hàng, nhà cung cấp lớn

10.6.1 Các khách hàng lớn

Do đặc thù kinh doanh bán lẻ của Công ty Cổ phần Đầu tư Điện Máy Xanh, khách hàng của Công ty bao gồm các khách hàng cá nhân và tệp khách hàng này phân mảnh. Công ty không có tệp khách hàng là doanh nghiệp, ngoại trừ các công ty cùng tập đoàn MWG.

Các khách hàng doanh nghiệp lớn của Công ty trong 2 năm vừa qua như sau:

S T T	Khách hàng	Giá trị giao dịch (đồng)	% Tổng doanh thu	Sản phẩm/ dịch vụ	Mối quan hệ (*)
Năm 2024					
1	Công ty Cổ phần dịch vụ lắp đặt – sửa chữa – bảo hành Tận Tâm	30.716.300.000	0,03%	Dịch vụ thuê xe	Tại thời điểm phát sinh giao dịch: - Công ty trong cùng Tập đoàn

S T T	Khách hàng	Giá trị giao dịch (đồng)	% Tổng doanh thu	Sản phẩm/ dịch vụ	Mối quan hệ (*)
	(sau đổi tên thành Công ty Cổ phần Thợ Điện Máy Xanh)				
2	Công ty Cổ phần Thương mại Bách Hoá Xanh	226.241.498.495	0,25%	Bán hàng hóa	Tại thời điểm phát sinh giao dịch: - Công ty trong cùng Tập đoàn - Ông Nguyễn Đức Tài – Chủ tịch HĐQT Công ty Cổ Phần Thương mại Bách Hóa Xanh - Ông Vũ Đăng Linh – Giám đốc Tài Chính Công ty Cổ Phần Thương mại Bách Hóa Xanh
		23.048.400.000	0,02%	Dịch vụ thuê xe, sửa chữa	
Năm 2025					
1	Công ty Cổ phần Thương mại Bách Hoá Xanh	226.241.498.495	0,21%	Bán hàng hóa	Tại thời điểm phát sinh giao dịch: - Công ty trong cùng Tập đoàn - Ông Nguyễn Đức Tài – Thành viên HĐQT Công ty Cổ Phần Thương mại Bách Hóa Xanh - Ông Vũ Đăng Linh – Chủ tịch HĐQT Công ty Cổ Phần Thương mại Bách Hóa Xanh
		23.048.400.000	0,02%	Dịch vụ thuê xe	
2	Công ty TNHH Thương Mại AVAkids	373.104.733.014	0,34%	Bán hàng hoá, chuyển dịch do tái cấu trúc	Tại thời điểm phát sinh giao dịch: - Công ty trong cùng Tập đoàn - Ông Đoàn Văn Hiếu Em – Tổng Giám đốc Công ty TNHH Thương Mại AVAkids
Quý 1/2026					
1	Công ty Cổ phần Thương mại Bách Hóa Xanh	128.000.597.947	0,39%	Thẻ cào, thuê xe, bảo trì cửa hàng	Tại thời điểm phát sinh giao dịch: - Công ty trong cùng Tập đoàn - Ông Nguyễn Đức Tài – Thành viên HĐQT Công ty Cổ Phần Thương mại Bách Hóa Xanh Ông Vũ Đăng Linh – Chủ tịch HĐQT Công ty Cổ Phần Thương mại Bách Hóa Xanh
2	Công ty TNHH Thương Mại AVAkids	45.000.100.969	0,14%	Thẻ cào, sản phẩm mẹ và bé,	Tại thời điểm phát sinh giao dịch: - Công ty trong cùng Tập đoàn

S T T	Khách hàng	Giá trị giao dịch (đồng)	% Tổng doanh thu	Sản phẩm/ dịch vụ	Mối quan hệ (*)
				bảo trì cửa hàng	- Ông Đoàn Văn Hiếu Em – Tổng Giám đốc Công ty TNHH Thương Mại AVAkids
3	Công ty Cổ phần Dược phẩm An Khang Pharma	7.139.060.473	0,02%	Thẻ cào, bảo trì cửa hàng	Tại thời điểm phát sinh giao dịch: - Công ty trong cùng Tập đoàn - Ông Nguyễn Đức Tài – Chủ tịch HĐQT Công ty Cổ phần Dược phẩm An Khang Pharma - Ông Vũ Đăng Linh – Phó Chủ tịch HĐQT Công ty Cổ phần Dược phẩm An Khang Pharma - Ông Đoàn Văn Hiếu Em – Thành viên HĐQT và Tổng Giám đốc Công ty Cổ phần Dược phẩm An Khang Pharma

Nguồn: DMX

(*) Mối quan hệ với thành viên Hội đồng Quản trị, thành viên Ủy ban kiểm toán, Tổng Giám đốc, Phó Tổng Giám đốc, cổ đông lớn của Tổ Chức Đăng Ký Niêm Yết

10.6.2 Các nhà cung cấp lớn

Danh sách một số nhà cung cấp lớn của Công ty trong 02 năm liên tục liền trước năm đăng ký niêm yết và đến thời điểm hiện tại như sau:

Các nhà cung cấp lớn của Công ty

STT	Nhà cung cấp lớn	Giá trị giao dịch	% Tổng mua hàng trong năm	Sản phẩm/ dịch vụ
Năm 2024				
1	Công ty TNHH Apple Việt Nam	14.864.887	17,4%	Điện thoại, Tablet, Laptop (Apple)
2	Công ty TNHH Samsung Electronics Việt Nam Thái Nguyên – Chi nhánh Thành phố Hồ Chí Minh	9.886.259	11,6%	Điện thoại, Tablet, wearable, Phụ kiện (Samsung)
3	Công ty Cổ Phần Thế Giới Số	7.547.682	8,8%	Điện thoại (Wiko, Obi, asus, lenovo, Xiaomi, v.v.), Laptop, Tablet, Máy in (Lenovo, dell, acer, asus, HP, v.v.), linh kiện thiết bị di động (Totolink), Gia

STT	Nhà cung cấp lớn	Giá trị giao dịch	% Tổng mua hàng trong năm	Sản phẩm/ dịch vụ
				dụng (robot hút bụi, máy lọc không khí, đèn thông minh, cân, bàn chải thông minh, ổ cắm điện mang thương hiệu Xiaomi)
4	Công ty TNHH Điện Tử Samsung HCMC CE Complex - Chi nhánh Tp. Hồ Chí Minh	7.126.300	8,3%	Điện tử, Điện lạnh, Điện gia dụng (Samsung)
5	Công ty TNHH LG Electronics Việt Nam Hải Phòng	5.789.980	6,8%	Điện tử, Điện lạnh, Laptop (LG), Màn hình máy tính LG
6	Công ty Cổ phần Kỹ Thuật & Khoa Học Vĩnh Khang	4.791.941	5,6%	Điện thoại (Oppo, Oneplus), Đồng hồ (OPPO)
7	Công ty TNHH Panasonic Việt Nam	3.823.714	4,5%	Điện tử, Điện lạnh, Điện gia dụng (Panasonic)
8	Công ty TNHH Sản Phẩm Tiêu Dùng Toshiba Việt Nam	3.391.067	4,0%	Tủ lạnh, máy lạnh, máy giặt, tủ đông, máy rửa chén, hàng gia dụng (Toshiba, Comfee)
9	Chi Nhánh Công ty TNHH Phân Phối Synnex FPT	3.086.322	3,6%	Điện thoại (Asus, Lenovo..), Laptop (HP, Dell, Acer, Lenovo...), Đồng hồ thông minh (Garmin), Phụ kiện, Wearable
10	Chi Nhánh Công ty TNHH Nhà Nước MTV Thương Mại và Xuất Nhập Khẩu Viettel - Trung Tâm Phân Phối	2.918.480	3,4%	Điện thoại VIVO, Phụ kiện Huawei, Điện thoại di động, Phụ kiện (Nokia, Apple), Xe đạp, phụ tùng xe đạp, xe đạp điện
Năm 2025				
1	Công ty TNHH Apple Việt Nam	25.966.641	24,4%	Điện thoại, Tablet, Laptop (Apple)
2	Công ty TNHH Samsung Electronics Việt Nam Thái Nguyên – Chi nhánh Thành phố Hồ Chí Minh	9.968.098	9,4%	Điện thoại, Tablet, wearable, Phụ kiện (Samsung)
3	Công ty Cổ Phần Thế Giới Số	6.655.172	6,3%	Điện thoại (Wiko, Obi, asus, lenovo, Xiaomi, v.v.), Laptop, Tablet, Máy in

STT	Nhà cung cấp lớn	Giá trị giao dịch	% Tổng mua hàng trong năm	Sản phẩm/ dịch vụ
				(Lenovo, dell, acer, asus, HP, v.v.), linh kiện thiết bị di động (Totolink), Gia dụng (robot hút bụi, máy lọc không khí, đèn thông minh, cân, bàn chải thông minh, ổ cắm điện mang thương hiệu Xiaomi)
4	Công ty TNHH Điện Tử Samsung HCMC CE Complex - Chi nhánh Tp. Hồ Chí Minh	5.513.048	5,2%	Điện tử, Điện lạnh, Điện gia dụng (Samsung)
5	Công ty TNHH LG Electronics Việt Nam Hải Phòng	2.851.781	2,7%	Điện tử, Điện lạnh, Laptop (LG), Màn hình máy tính LG
6	Công ty Cổ phần Kỹ Thuật & Khoa Học Vĩnh Khang	3.982.787	3,7%	Điện thoại (Oppo, Oneplus), Đồng hồ (OPPO)
7	Công ty TNHH Panasonic Việt Nam	2.309.149	2,2%	Điện tử, Điện lạnh, Điện gia dụng (Panasonic)
8	Công ty TNHH Sản Phẩm Tiêu Dùng Toshiba Việt Nam	3.868.603	3,6%	Tủ lạnh, máy lạnh, máy giặt, tủ đông, máy rửa chén, hàng gia dụng (TOSHIBA, Comfee)
9	Chi Nhánh Công ty TNHH Phân Phối Synnex FPT	3.117.002	2,9%	Điện thoại (Asus, Lenovo..), Laptop (HP, Dell, Acer, Lenovo...), Đồng hồ thông minh (Garmin), Phụ kiện, Wearable
10	Chi Nhánh Công ty TNHH Nhà Nước MTV Thương Mại và Xuất Nhập Khẩu Viettel- Trung Tâm Phân Phối	5.612.544	5,3%	Điện thoại VIVO, Phụ kiện Huawei, Điện thoại di động, Phụ kiện (Nokia, Apple), Xe đạp, phụ tùng xe đạp, xe đạp điện
Quý 1/2026				
1	Công ty TNHH Apple Việt Nam	4.657.951	16,1%	Điện thoại, Tablet, Laptop (Apple)
2	Công ty TNHH Samsung Electronics Việt Nam Thái Nguyên – Chi nhánh Thành phố Hồ Chí Minh	2.875.238	9,9%	Điện thoại, Tablet, wearable, Phụ kiện (Samsung)

STT	Nhà cung cấp lớn	Giá trị giao dịch	% Tổng mua hàng trong năm	Sản phẩm/ dịch vụ
3	Công ty Cổ Phần Thế Giới Số	1.765.439	6,1%	Điện thoại (Wiko, Obi, asus, lenovo, Xiaomi...), Laptop, Tablet, Máy in (Lenovo, dell, acer, asus, HP...), linh kiện thiết bị di động (Totolink), Gia dụng (robot hút bụi, máy lọc không khí, đèn thông minh, cân, bàn chải thông minh, ổ cắm điện mang thương hiệu Xiaomi)
4	Công ty TNHH Điện Tử Samsung HCMC CE Complex - Chi nhánh Tp. Hồ Chí Minh	1.605.173	5,5%	Điện tử, Điện lạnh, Điện gia dụng (Samsung)
5	Công ty TNHH LG Electronics Việt Nam Hải Phòng	2.110.546	7,3%	Điện tử, Điện lạnh, Laptop (LG), Màn hình máy tính LG
6	Công ty Cổ phần Kỹ Thuật & Khoa Học Vĩnh Khang	873.609	3,0%	Điện thoại (Oppo, Oneplus), Đồng hồ (OPPO)
7	Công ty TNHH Panasonic Việt Nam	176.387	0,6%	Điện tử, Điện lạnh, Điện gia dụng (Panasonic)
8	Công ty TNHH Sản Phẩm Tiêu Dùng Toshiba Việt Nam	1.593.300	5,5%	Tủ lạnh, máy lạnh, máy giặt, tủ đông, máy rửa chén, hàng gia dụng (TOSHIBA, Comfee)
9	Chi Nhánh Công ty TNHH Phân Phối Synnex FPT	870.349	3,0%	Điện thoại (Asus, Lenovo..), Laptop (HP, Dell, Acer, Lenovo...), Đồng hồ thông minh (Garmin), Phụ kiện, Wearable
10	Chi Nhánh Công ty TNHH Nhà Nước MTV Thương Mại và Xuất Nhập Khẩu Viettel- Trung Tâm Phân Phối	1.697.052	5,9%	Điện thoại VIVO, Phụ kiện Huawei, Điện thoại di động, Phụ kiện (Nokia, Apple), Xe đạp, phụ tùng xe đạp, xe đạp điện

Nguồn: DMX

Các nhà cung cấp lớn trên không có mối quan hệ với thành viên Hội đồng quản trị, thành viên Ủy ban kiểm toán, Tổng Giám đốc, Phó Tổng Giám đốc, cổ đông lớn của Tổ Chức Đăng Ký Niêm Yết.

10.7 Vị thế của Tổ Chức Đăng Ký Niêm Yết trong ngành

10.7.1 Ngành hoạt động

DMX hiện là doanh nghiệp bán lẻ sản phẩm công nghệ và điện thoại, điện máy tiêu dùng dẫn đầu thị trường Việt Nam về doanh thu và số lượng điểm bán. Sau hơn hai thập kỷ phát triển, DMX đã sở hữu mạng lưới hơn 3.020 điểm bán trên toàn quốc (gồm chuỗi Thế Giới Di Động chuyên điện thoại và các sản phẩm công nghệ khác, chuỗi Điện Máy Xanh chuyên điện máy, và TopZone chuyên sản phẩm Apple). Thị phần của DMX hiện ước tính vào khoảng một nửa thị trường bán lẻ điện máy tại Việt Nam⁴. Trong mảng điện thoại di động, hệ thống Thế Giới Di Động và Điện Máy Xanh cũng chiếm khoảng 50–55% thị phần cả nước⁵. Đây là những con số ấn tượng trên thị trường, khẳng định vị thế đầu ngành của Công ty về bán lẻ sản phẩm công nghệ và điện máy.

Thị trường bán lẻ điện thoại và điện máy Việt Nam hiện có sự cạnh tranh quyết liệt nhưng đang định hình với lợi thế nghiêng về nhóm doanh nghiệp dẫn đầu. Bên cạnh DMX, thị trường hiện diện một số chuỗi bán lẻ quy mô lớn khác, tập trung chủ yếu vào nhóm sản phẩm ICT như điện thoại và laptop, với mạng lưới hàng trăm cửa hàng trên toàn quốc và doanh thu ở mức hàng chục nghìn tỷ đồng mỗi năm. Ngoài ra, tại từng khu vực địa lý, thị trường còn có sự tham gia của các chuỗi bán lẻ điện máy quy mô vừa, vận hành mạng lưới hàng chục siêu thị và phục vụ các thị trường địa phương. Tuy nhiên, thị phần của các nhà bán lẻ này nhìn chung vẫn ở mức đơn lẻ và phân tán. Song song đó, kênh thương mại điện tử ngày càng đóng vai trò quan trọng trong thị trường điện máy, khi các nền tảng trực tuyến thu hút một bộ phận người tiêu dùng nhờ sự tiện lợi và đa dạng lựa chọn. Xu hướng này thúc đẩy các nhà bán lẻ truyền thống tăng cường tích hợp kênh online, phát triển mô hình bán hàng đa kênh nhằm đáp ứng hành vi mua sắm ngày càng linh hoạt của khách hàng. Nhìn chung, thị trường đang do nhóm dẫn đầu nắm phần lớn – DMX chiếm khoảng 35–40% thị phần điện máy tùy ngành hàng⁶, phần còn lại phân tán giữa nhiều nhà bán lẻ khác. Kết quả kinh doanh năm 2025 cho thấy sự bứt phá khi DMX mang về 109.479 tỷ đồng doanh thu thuần hợp nhất, tăng trưởng 17,3% so với năm 2024. Lợi nhuận trước thuế đạt 7.269 tỷ đồng, giúp DMX củng cố vị thế dẫn đầu và nằm trong nhóm Công ty bán lẻ hiệu quả hàng đầu Việt Nam.

Trên thị trường hiện nay, số lượng doanh nghiệp niêm yết hoặc đại chúng có mô hình tương đồng trực tiếp với DMX là tương đối hạn chế, đặc biệt trong phân khúc bán lẻ điện máy quy mô lớn. Do đó, Công ty lựa chọn các công ty như trình bày dưới đây cho mục đích so sánh và tham khảo.

Ngoài CTCP Bán lẻ Kỹ thuật số FPT (FRT) và CTCP Thế giới số (DGW), Tổng CTCP Dịch vụ Tổng hợp Dầu khí (PET) là tập đoàn dịch vụ đa ngành với mảng phân phối điện thoại, điện máy cho các chuỗi bán lẻ như (Điện Máy Xanh, Nguyễn Kim, MediaMart và Điện Máy Chợ Lớn) chiếm 75.8% tổng doanh thu và đạt 16.545 tỷ đồng trong năm 2025. Danh mục của công ty bao gồm các thương hiệu điện thoại, thiết bị điện tử, điện lạnh và điện gia dụng như Apple, Samsung, Dell, Lenovo, Asus, LG, Hitachi, Casper, AOC, Philips.

CTCP Dịch vụ phân phối Tổng hợp Dầu khí (PSD) là công ty chuyên thực hiện hoạt động phân phối điện thoại và điện máy tiêu dùng trong hệ sinh thái Petrosetco. Toàn bộ doanh thu đến từ hoạt động phân phối điện thoại thông minh, điện lạnh, và điện gia dụng vào các chuỗi bán lẻ. Trong

⁴ <https://cafef.vn/dien-may-xanh-truoc-ipo-dung-o-dau-tren-thi-truong-dien-may-188251215203245592.chn>

⁵ <https://www.dnse.com.vn/senses/tin-tuc/the-gioi-di-ong-ang-nam-50-thi-phan-iphone-tai-viet-nam-35115787>

⁶ <https://www.dnse.com.vn/senses/tin-tuc/the-gioi-di-ong-ang-nam-50-thi-phan-iphone-tai-viet-nam-35115787>

năm 2025, PSD đạt doanh thu 7.819 tỷ đồng, với doanh thu mảng điện máy tăng 46% so với năm 2024.

Mặc dù PET và PSD là hai doanh nghiệp hoạt động theo mô hình bán buôn, trong khi DMX vận hành theo mô hình bán lẻ, các doanh nghiệp này đều tham gia vào thị trường điện thoại và điện máy tại Việt Nam. Do đó, Công ty cho rằng các doanh nghiệp này có mức độ tương đồng nhất định với DMX về phạm vi thị trường hoạt động và cùng chịu tác động bởi các yếu tố thị trường, ngành và vĩ mô tương tự.

Vị thế của DMX so với các doanh nghiệp cùng ngành trên thị trường

Đơn vị: Triệu đồng

ST T	Tên công ty	Mã chứng khoán	Vốn chủ sở hữu	Tổng tài sản	Doanh thu thuần	Lợi nhuận sau thuế
1	CTCP Đầu tư Điện Máy Xanh	Chưa có	17.800.572	56.916.238	109.479.188	5.801.785
2	CTCP Bán lẻ Kỹ thuật số FPT	FRT	5.139.071	23.714.236	51.082.868	984.240
3	CTCP Thế giới số	DGW	3.472.366	11.259.355	26.631.546	554.897
4	Tổng CTCP Dịch vụ Tổng hợp Dầu khí	PET	2.658.539	13.417.520	21.815.238	350.014
5	CTCP Dịch vụ phân phối Tổng hợp Dầu khí	PSD	716.644	4.671.304	7.819.398	143.098

Nguồn: BCTC kiểm toán hợp nhất 2025 của các Công ty

10.7.2 Triển vọng phát triển của ngành

Kinh tế vĩ mô thuận lợi, thu nhập người dân tăng ổn định đang tạo nền tảng cho ngành bán lẻ điện máy phục hồi và tăng trưởng bền vững trong trung hạn. Việt Nam đã bước vào nhóm các nước có thu nhập trung bình cao với GDP bình quân đầu người năm 2025 ước đạt khoảng 5.000 USD (gấp 1,4 lần năm 2020)⁷. Quy mô nền kinh tế dự kiến vượt 510 tỷ USD, tăng trưởng GDP giữ vững mục tiêu trên 7%/năm⁸. Thu nhập cải thiện và tầng lớp trung lưu mở rộng (dân số thành thị chiếm khoảng 41% năm 2025) giúp cải thiện sức mua tiêu dùng, đặc biệt ở các mặt hàng điện thoại, điện máy. Thống kê cho thấy tổng mức bán lẻ hàng hóa và doanh thu dịch vụ tiêu dùng năm 2025 đạt 7,0 triệu tỷ đồng (khoảng 270 tỷ USD), tăng 9,2% so với 2024⁹. Trong đó, doanh thu bán lẻ hàng

⁷ <https://vietnamfinance.vn/quy-mo-nen-kinh-te-dat-510-ty-usd-gdp-binh-quan-dau-nguoi-uoc-dat-5000-usd-d134358.html>

⁸ <https://laodong.vn/thoi-su/du-kien-nam-2025-kinh-te-viet-nam-vuot-qua-muc-thu-nhap-trung-binh-thap-1549945.laod>

⁹ <https://www.nso.gov.vn/du-lieu-va-so-lieu-thong-ke/2026/01/bao-cao-tinh-hinh-kinh-te-xa-hoi-quy-iv-va-nam-2025/>

hóa (bao gồm điện thoại, điện máy) tăng 8,0% và chiếm ~76% tổng mức bán lẻ¹⁰, phản ánh xu hướng tiêu dùng hồi phục rõ rệt sau đại dịch. Bước sang 2025, đà tăng trưởng vẫn tích cực với doanh thu bán lẻ 11 tháng đầu năm 2025 tăng ~9,1% so cùng kỳ¹¹. Sự ổn định kinh tế vĩ mô – lạm phát kiểm soát quanh 3-4%, tỷ giá ổn định – đã củng cố niềm tin người tiêu dùng, khuyến khích chi tiêu cho cả hàng hóa thiết yếu lẫn sản phẩm công nghệ. Chính phủ đặt trọng tâm vào việc duy trì ổn định kinh tế, kiểm soát lạm phát hợp lý và đảm bảo các cân đối lớn (ngân sách, cán cân thương mại...), tạo môi trường thuận lợi cho doanh nghiệp và người dân mạnh dạn đầu tư, mua sắm¹². Những yếu tố này đều là bệ đỡ quan trọng giúp thị trường bán lẻ nói chung và ngành điện thoại và điện máy nói riêng phát triển bền vững trong giai đoạn tới.

Thị trường điện thoại, điện máy bước vào giai đoạn phát triển mới: Sau giai đoạn “bùng nổ” khoảng 2015–2020, thị trường bán lẻ điện thoại, điện máy hiện đã bớt tăng nóng và chuyển sang trạng thái ổn định hơn. Nhu cầu sắm mới các sản phẩm điện máy cơ bản (như TV, tủ lạnh, máy giặt) tại thành thị chủ yếu đến từ nhu cầu thay thế, nâng cấp. Tuy nhiên, tại nông thôn và thị trấn nhỏ, tỷ lệ sở hữu các thiết bị hiện đại còn thấp, là dư địa để các nhà bán lẻ khai phá. Theo số liệu của Bộ Công Thương, khu vực nông thôn, miền núi hiện chiếm trên 60% dân số nhưng doanh thu bán lẻ chỉ khoảng 20% tổng mức; vì vậy định hướng đến 2030 là ưu tiên phát triển thị trường bán lẻ ở nông thôn, vùng sâu vùng xa¹³. Các doanh nghiệp bán lẻ điện thoại, điện máy đã và đang mở rộng độ phủ về huyện, xã để đón đầu nhu cầu này – đây cũng là chiến lược mà DMX từng tiên phong và thu được thành công lớn giai đoạn 2015–2020¹⁴.

Chính sách phát triển thị trường bán lẻ đến 2030 vừa được Chính phủ ban hành cũng vạch ra triển vọng tích cực cho ngành. Ngày 21/10/2025, Thủ tướng Chính phủ đã phê duyệt “Chiến lược phát triển thị trường bán lẻ Việt Nam đến năm 2030, tầm nhìn 2050”, đặt mục tiêu tổng mức bán lẻ hàng hóa và doanh thu dịch vụ tiêu dùng tăng bình quân 11–11,5%/năm đến 2030¹⁵. Với tốc độ này, quy mô thị trường bán lẻ Việt Nam sẽ đạt khoảng 10 triệu tỷ đồng vào năm 2030 (tương đương ~400 tỷ USD), tạo không gian tăng trưởng rộng lớn cho các doanh nghiệp phân phối. Chiến lược cũng định hướng phát triển thị trường bán lẻ văn minh, hiện đại, bền vững, gắn với xu hướng chuyển đổi số¹⁶. Cụ thể, doanh số thương mại điện tử B2C đặt mục tiêu tăng 15–20%/năm, chiếm 15–20% tổng mức bán lẻ vào năm 2030¹⁷. Đây vừa là thách thức vừa là cơ hội cho ngành bán lẻ điện thoại và điện máy, theo đó các nhà bán lẻ truyền thống buộc phải phát triển kênh bán hàng online mạnh mẽ để không mất thị phần vào tay các sàn TMĐT. Đồng thời, sự phổ cập của thương

¹⁰ <https://vneconomy.vn/tong-muc-ban-le-hang-hoa-va-doanh-thu-dich-vu-tieu-dung-nam-2025-can-moc-hon-7-trieu-ty-dong.htm>

¹¹ <https://kinhdothi.vn/tong-muc-ban-le-hang-hoa-va-doanh-thu-dich-vu-tieu-dung-tang-9-1p-trong-11-thang-nam-2025.933288.html>

¹² <https://tapchicongthuong.vn/chien-luoc-phat-trien-thi-truong-ban-le-viet-nam-den-nam-2030--tam-nhin-den-nam-2050-chinh-thuc-duoc-phe-duyet-279989.htm>

¹³ <https://tapchicongthuong.vn/chien-luoc-phat-trien-thi-truong-ban-le-viet-nam-den-nam-2030--tam-nhin-den-nam-2050-chinh-thuc-duoc-phe-duyet-279989.htm>

¹⁴ <https://cafef.vn/dien-may-xanh-truc-ipo-dung-o-dau-tren-thi-truong-dien-may-188251215203245592.chn>

¹⁵ <https://tapchicongthuong.vn/chien-luoc-phat-trien-thi-truong-ban-le-viet-nam-den-nam-2030--tam-nhin-den-nam-2050-chinh-thuc-duoc-phe-duyet-279989.htm>

¹⁶ <https://tapchicongthuong.vn/chien-luoc-phat-trien-thi-truong-ban-le-viet-nam-den-nam-2030--tam-nhin-den-nam-2050-chinh-thuc-duoc-phe-duyet-279989.htm>

¹⁷ <https://tapchicongthuong.vn/chien-luoc-phat-trien-thi-truong-ban-le-viet-nam-den-nam-2030--tam-nhin-den-nam-2050-chinh-thuc-duoc-phe-duyet-279989.htm>

mại điện tử sẽ giúp mở rộng thị trường đến những địa phương chưa có điểm bán vật lý, qua đó kích thích tiêu dùng ở mọi vùng miền.

10.7.3 Đánh giá về sự phù hợp định hướng phát triển của Tổ Chức Đăng Ký Niêm Yết so với định hướng của ngành, chính sách của Nhà nước, xu thế chung trên thế giới

Chiến lược kinh doanh của DMX giai đoạn 2026–2030 đã được hoạch định thể hiện trên các khía cạnh sau:

- **Định hướng tối ưu hóa vận hành để gia tăng lợi nhuận:** DMX triển khai đồng bộ các giải pháp nhằm tối ưu hóa vận hành, bao gồm việc đẩy mạnh xây dựng văn hóa làm chủ trong toàn bộ đội ngũ nhân sự để nuôi dưỡng tinh thần trách nhiệm, chủ động và gắn kết, áp dụng cơ chế đãi ngộ gắn với hiệu suất làm việc để nâng cao năng suất lao động và tăng tính linh hoạt trong quản trị; đồng thời điều chỉnh trọng tâm danh mục sản phẩm theo hướng ưu tiên các nhóm hàng chiến lược và có hiệu quả kinh doanh cao nhằm cải thiện chất lượng doanh thu; song song với tăng cường ứng dụng công nghệ trong vận hành và quản trị để cải thiện hiệu suất và tiết giảm chi phí. Trên cơ sở lợi thế quy mô và vị thế thị trường, DMX tối ưu điều kiện thương mại với nhà cung cấp và phân bổ lại không gian bán hàng theo hiệu quả sinh lời của từng nhóm sản phẩm. Song song đó, DMX tiếp tục nâng cấp mô hình cửa hàng theo hướng trải nghiệm, chuyển dịch từ mô hình trưng bày – lưu kho sang mô hình tập trung vào tư vấn và dịch vụ, qua đó gia tăng tỷ lệ chuyển đổi và mức độ gắn kết của khách hàng. Bên cạnh các giải pháp vận hành, DMX thúc đẩy văn hóa hợp tác “familyship” dựa trên minh bạch và lợi ích dài hạn, coi đối tác là các bên đồng hành chiến lược, qua đó nâng cao hiệu quả vận hành và xây dựng nền tảng phát triển bền vững trong dài hạn.
- **Gia tăng giá trị cho khách hàng thông qua phát triển hệ sinh thái dịch vụ tài chính và thanh toán tích hợp:** Văn hóa lấy khách hàng làm trung tâm tiếp tục được duy trì và tăng cường xuyên suốt hoạt động vận hành, từ hoạch định danh mục sản phẩm, dịch vụ bán hàng đến hậu mãi, nhằm gia tăng giá trị, mức độ hài lòng và sự an tâm cho khách hàng, qua đó tạo khác biệt rõ nét so với các nhà bán lẻ khác trên thị trường. Bên cạnh hoạt động bán lẻ điện thoại – điện máy, DMX định hướng mở rộng sang các dịch vụ tài chính tiêu dùng và thanh toán tích hợp, tận dụng mạng lưới cửa hàng rộng khắp và nền tảng bán hàng đa kênh để gia tăng giá trị trên mỗi điểm bán. Công ty triển khai các giải pháp trả chậm tích hợp trực tiếp tại điểm bán thông qua hợp tác với các đối tác tài chính, qua đó hỗ trợ khả năng tiếp cận sản phẩm của khách hàng và cải thiện tỷ lệ chuyển đổi, đặc biệt đối với các sản phẩm có giá trị cao. Song song đó, DMX phát triển các dịch vụ thu hộ – chi hộ và thanh toán tiện ích, vận hành như một điểm thanh toán một cửa cho các nhu cầu sinh hoạt hàng ngày của khách hàng. Đồng thời, Công ty từng bước mở rộng vai trò như một mạng lưới đại lý dịch vụ thanh toán, cho phép thực hiện các giao dịch tài chính cơ bản tại cửa hàng, kể cả ngoài giờ hành chính. Thông qua việc tích hợp các dịch vụ tài chính và thanh toán vào hệ sinh thái bán lẻ hiện hữu, DMX đa dạng hóa nguồn doanh thu, tăng tần suất tương tác với khách hàng và nâng cao hiệu quả khai thác mạng lưới cửa hàng trong dài hạn.

- **Mở rộng hệ sinh thái dịch vụ giá trị gia tăng:** DMX đang triển khai dịch vụ sau bán hàng như một phần mở rộng trực tiếp của hoạt động bán lẻ, nhằm hỗ trợ quá trình sử dụng sản phẩm và nâng cao hiệu quả khai thác danh mục điện thoại, điện máy. Nền tảng Thợ Điện Máy Xanh cung cấp các dịch vụ lắp đặt, sửa chữa, bảo trì và bảo hành tại nhà, được tổ chức và vận hành thống nhất trên toàn hệ thống. Từ cuối năm 2025, việc tập trung toàn bộ hoạt động dịch vụ Thợ Điện Máy Xanh về CTCP Đầu tư Điện Máy Xanh cho phép Công ty chuẩn hóa quy trình, kiểm soát chất lượng dịch vụ và tối ưu sự phối hợp giữa khâu bán hàng và sau bán hàng. Ngoài việc phục vụ hoạt động bán lẻ nội bộ, Thợ Điện Máy Xanh cũng định hướng phát triển thành một nền tảng dịch vụ kỹ thuật độc lập, cung cấp dịch vụ cho khách hàng bên ngoài và các đối tác doanh nghiệp thông qua hợp tác với các đối tác bán lẻ, chủ đầu tư bất động sản và các đơn vị phát triển hạ tầng, đồng thời cung cấp các dịch vụ hỗ trợ trong vận hành và triển khai kỹ thuật cho nhà cung cấp. Cách tiếp cận này cho phép DMX khai thác hiệu quả đội ngũ kỹ thuật và hạ tầng hiện có, mở rộng quy mô doanh thu ngoài hệ sinh thái bán lẻ, đồng thời nâng cao mức độ gắn kết của khách hàng và củng cố vai trò của mảng dịch vụ hậu mãi như một động cơ tăng trưởng bổ trợ, đặc biệt trong bối cảnh biên lợi nhuận bán lẻ sản phẩm chịu áp lực cạnh tranh ngày càng gia tăng.
- **Phát triển và hoàn thiện ứng dụng “Quà tặng VIP” nhằm nâng cao trải nghiệm khách hàng:** DMX phát triển ứng dụng “Quà tặng VIP” như một nền tảng số trung tâm nhằm kết nối toàn bộ hệ sinh thái và nâng cao trải nghiệm tiêu dùng của khách hàng trên các kênh bán hàng. Ứng dụng tích hợp xuyên suốt các hoạt động từ mua sắm sản phẩm, sử dụng dịch vụ sau bán hàng đến tiếp cận các giải pháp tài chính, qua đó hình thành hành trình tiêu dùng liền mạch và nhất quán. Đồng thời, ứng dụng đóng vai trò như một đầu mối chăm sóc khách hàng tập trung, hỗ trợ tiếp nhận yêu cầu, điều phối dịch vụ và quản lý trải nghiệm sau bán hàng, giúp nâng cao chất lượng phục vụ và mức độ hài lòng của khách hàng. Thông qua việc đồng bộ dữ liệu và tương tác trên một nền tảng thống nhất, DMX có điều kiện phân tích hành vi, thói quen và nhu cầu của khách hàng để cá nhân hóa đề xuất sản phẩm, chương trình marketing và ưu đãi phù hợp, từ đó gia tăng tần suất giao dịch, nâng cao hiệu quả marketing, tối ưu chi phí bán hàng và củng cố mối quan hệ dài hạn với khách hàng.
- **Phát triển và mở rộng thị trường nước ngoài:** DMX đã bắt đầu triển khai chiến lược mở rộng hoạt động kinh doanh ra nước ngoài tại Indonesia hợp tác cùng đối tác liên doanh để mở chuỗi cửa hàng bán lẻ điện máy EraBlue từ năm 2022. Indonesia được nhận định là thị trường đông dân cư, nhu cầu sử dụng đồ điện máy vẫn ở mức cao, đặc biệt là ở tệp khách hàng thu nhập vừa và thấp. Hiện tại, hầu hết các chuỗi bán lẻ điện máy hiện đại tại Indonesia tập trung chủ yếu phục vụ khách hàng thu nhập cao, và tệp khách hàng phổ thông hiện vẫn do các cửa hàng bán lẻ truyền thống nhỏ lẻ và phân mảnh phục vụ. Vì vậy, đây là cơ hội để EraBlue khai thác được một thị trường tiềm năng mô hình bán lẻ hiện đại dạng chuỗi với chất lượng dịch vụ vượt trội nhắm đến tệp khách hàng phổ thông chiếm tỷ trọng lớn ở Indonesia. Đến cuối năm 2025, EraBlue đã mở và vận hành 181 cửa hàng tại Indonesia, đánh dấu một bước quan trọng trong chiến lược toàn cầu của DMX. Sự hợp tác này không chỉ giúp DMX củng cố sự hiện

diện tại thị trường Đông Nam Á mà còn thể hiện chiến lược dài hạn của Công ty trong việc mở rộng phạm vi hoạt động và gia tăng quy mô tại các thị trường mới.

Định hướng phát triển của Công ty Cổ phần Đầu tư Điện Máy Xanh hoàn toàn phù hợp với xu thế hiện đại hóa của ngành bán lẻ. DMX nỗ lực duy trì vị thế dẫn đầu trên thị trường nội địa và sẵn sàng vươn ra khu vực, đóng góp tích cực vào sự phát triển chung của ngành bán lẻ Việt Nam.

10.8 Hoạt động Marketing

DMX triển khai chiến lược marketing bài bản, đồng bộ và xuyên suốt năm, đồng bộ với định hướng kinh doanh của Tập đoàn MWG. Các chương trình truyền thông được xây dựng theo mùa vụ, theo tháng và theo từng nhóm ngành hàng/sản phẩm trọng điểm điện thoại và điện máy, kết hợp linh hoạt giữa quảng cáo online và offline nhằm tối đa hóa độ phủ thương hiệu và hiệu quả chuyển đổi.

Công ty chủ động phối hợp cùng các nhà cung cấp lớn để tổ chức các chiến dịch đồng thương hiệu (co-branding) và sự kiện ra mắt sản phẩm quy mô lớn như chương trình iPhone mới, mùa cao điểm “Back to School”, Tết, mùa nóng, v.v. kết hợp với các chương trình ưu đãi sâu, trả góp 0%, thu cũ đổi mới, qua đó kích thích mạnh nhu cầu mua sắm và nâng cao giá trị đơn hàng bình quân.

Bên cạnh các thiết bị điện thoại, DMX đặc biệt đẩy mạnh chiến lược marketing đối với nhóm thiết bị điện máy thiết yếu như máy lạnh, tủ lạnh, máy giặt, máy lọc nước, nồi cơm điện, quạt điện, bếp từ, v.v. Đây là nhóm ngành mang tính thiết yếu cao, có nhu cầu mua sắm ổn định và đóng góp tỷ trọng lớn trong cơ cấu doanh thu của DMX. Chiến lược marketing của DMX đối với nhóm hàng này tập trung mạnh vào tính thời điểm và nhu cầu thực tiễn của người tiêu dùng thông qua các chiến dịch và sự kiện như “Combo nhà mới – sắm sửa đẳng cấp”, “Ngày hội máy lọc nước” tại Gò Công, các chương trình giảm giá theo mùa, gian hàng thương hiệu, v.v. để quảng bá gần hơn đến các khách hàng tiềm năng.

Song song đó, DMX đẩy mạnh quảng cáo ngoài trời (Out-of-home hoặc OOH) trên toàn quốc, bao phủ tại các khu vực đông dân cư, trục đường chính và trung tâm thương mại, nhằm tăng độ nhận diện và củng cố vị thế thương hiệu bán lẻ điện thoại, điện máy hàng đầu tại Việt Nam.

DMX được kế thừa định hướng chiến lược Omni-channel khép kín – lợi thế cạnh tranh vượt trội từ Tập đoàn MWG. Theo đó, DMX sở hữu:

- Hệ thống cửa hàng vật lý trải rộng toàn quốc, đóng vai trò là điểm trưng bày, trải nghiệm thực tế, tư vấn trực tiếp và hỗ trợ kỹ thuật tại chỗ cho khách hàng;
- Nền tảng thương mại điện tử riêng (website, ứng dụng), kết nối xuyên suốt với hệ thống cửa hàng;
- Mạng lưới kho vận và logistics nội bộ, tối ưu tồn kho và thời gian giao hàng;
- Dịch vụ giao nhận – lắp đặt – hậu mãi tự vận hành, giúp Công ty chủ động kiểm soát chất lượng dịch vụ tại mọi điểm chạm với khách hàng.

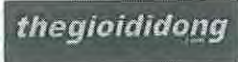
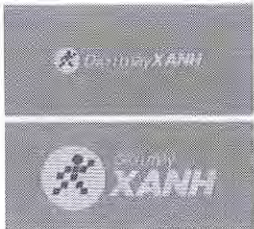
Nhờ đó, DMX không phụ thuộc vào bên thứ ba, đảm bảo trải nghiệm mua sắm liền mạch, nhất quán giữa kênh online và offline. Khách hàng có thể tìm hiểu sản phẩm online – đặt hàng – nhận

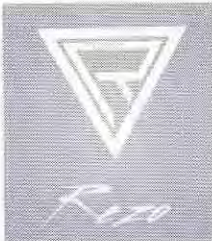


tại cửa hàng hoặc giao tận nơi – bảo hành tại điểm bán gần nhất, tạo nên trải nghiệm omnichannel thuận tiện và khác biệt.

Với lợi thế này, Công ty tiếp tục đầu tư, đổi mới công nghệ và cá nhân hóa trải nghiệm khách hàng, từ đó thúc đẩy tăng trưởng doanh số kênh online.

10.9 Quyền sở hữu trí tuệ, nhãn hiệu, tên thương mại, sáng chế

STT	Tên quyền SHTT, nhãn hiệu, tên thương mại, sáng chế	Hình dạng mô tả	Nội dung
1	thegioididong.com		Nhãn hiệu được bảo hộ bởi Cục Sở Hữu Trí Tuệ - Bộ Khoa học và Công nghệ theo Giấy chứng nhận đăng ký nhãn hiệu số 4-0173332-000
2	hình nhân		Nhãn hiệu được bảo hộ bởi Cục Sở Hữu Trí Tuệ - Bộ Khoa học và Công nghệ theo Giấy chứng nhận đăng ký nhãn hiệu số 4-0116773-000
3	Xmobile		Nhãn hiệu được bảo hộ bởi Cục Sở Hữu Trí Tuệ - Bộ Khoa học và Công nghệ theo Giấy chứng nhận đăng ký nhãn hiệu số 4-0149881-000
4	Điện Máy Xanh		Nhãn hiệu được bảo hộ bởi Cục Sở Hữu Trí Tuệ - Bộ Khoa học và Công nghệ theo Giấy chứng nhận đăng ký nhãn hiệu số 4-0284041-000
5	DELITEs	Không có	Nhãn hiệu được bảo hộ bởi Cục Sở Hữu Trí Tuệ - Bộ Khoa học và Công nghệ theo Giấy chứng nhận đăng ký nhãn hiệu số 4-0393953-000
6	MOZARD		Nhãn hiệu được bảo hộ bởi Cục Sở Hữu Trí Tuệ - Bộ Khoa học và Công nghệ theo Giấy chứng nhận đăng ký nhãn hiệu số 4-0408371-000
7	Xmobile		Nhãn hiệu được bảo hộ bởi Cục Sở Hữu Trí Tuệ - Bộ Khoa học và Công nghệ theo Giấy chứng nhận đăng ký nhãn hiệu số 4-0395458-000

STT	Tên quyền SHTT, nhãn hiệu, tên thương mại, sáng chế	Hình dạng mô tả	Nội dung
8	MOZARDX		Nhãn hiệu được bảo hộ bởi Cục Sở Hữu Trí Tuệ - Bộ Khoa học và Công nghệ theo Giấy chứng nhận đăng ký nhãn hiệu số 4-0575022-000
9	KORLEX		Nhãn hiệu được bảo hộ bởi Cục Sở Hữu Trí Tuệ - Bộ Khoa học và Công nghệ theo Giấy chứng nhận đăng ký nhãn hiệu số 4-0479467-000
10	ELIO, hình		Nhãn hiệu được bảo hộ bởi Cục Sở Hữu Trí Tuệ - Bộ Khoa học và Công nghệ theo Giấy chứng nhận đăng ký nhãn hiệu số 4-0406371-000
11	MVW MOVE THE WORLD		Nhãn hiệu được bảo hộ bởi Cục Sở Hữu Trí Tuệ - Bộ Khoa học và Công nghệ theo Giấy chứng nhận đăng ký nhãn hiệu số 4-0406370-000
12	Smil Kid, hình		Nhãn hiệu được bảo hộ bởi Cục Sở Hữu Trí Tuệ - Bộ Khoa học và Công nghệ theo Giấy chứng nhận đăng ký nhãn hiệu số 4-0416840-000
13	Rezo, hình		Nhãn hiệu được bảo hộ bởi Cục Sở Hữu Trí Tuệ - Bộ Khoa học và Công nghệ theo Giấy chứng nhận đăng ký nhãn hiệu số 4-0470598-000
14	PUWA, hình		Nhãn hiệu được bảo hộ bởi Cục Sở Hữu Trí Tuệ - Bộ Khoa học và Công nghệ theo Giấy chứng nhận đăng ký nhãn hiệu số 4-0422593-000
15	CLARI, hình		Nhãn hiệu được bảo hộ bởi Cục Sở Hữu Trí Tuệ - Bộ Khoa học và Công nghệ theo Giấy chứng nhận đăng ký nhãn hiệu số 4-0421629-000

STT	Tên quyền SHTT, nhãn hiệu, tên thương mại, sáng chế	Hình dạng mô tả	Nội dung
16	DMAX, hình		Nhãn hiệu được bảo hộ bởi Cục Sở Hữu Trí Tuệ - Bộ Khoa học và Công nghệ theo Giấy chứng nhận đăng ký nhãn hiệu số 4-0416820-000
17	DMAX, hình		Nhãn hiệu được bảo hộ bởi Cục Sở Hữu Trí Tuệ - Bộ Khoa học và Công nghệ theo Giấy chứng nhận đăng ký nhãn hiệu số 4-0564447-000
18	HYDRUS		Nhãn hiệu được bảo hộ bởi Cục Sở Hữu Trí Tuệ - Bộ Khoa học và Công nghệ theo Giấy chứng nhận đăng ký nhãn hiệu số 4-0446878-000
19	Delites		Nhãn hiệu được bảo hộ bởi Cục Sở Hữu Trí Tuệ - Bộ Khoa học và Công nghệ theo Giấy chứng nhận đăng ký nhãn hiệu số 4-0458199-000
20	TOPZONE		Nhãn hiệu được bảo hộ bởi Cục Sở Hữu Trí Tuệ - Bộ Khoa học và Công nghệ theo Giấy chứng nhận đăng ký nhãn hiệu số 4-0465783-000
21	AVA Nhóm 25,35		Ngày 08/09/2025, Cục Sở Hữu Trí Tuệ ban hành thông báo kết quả thẩm định nội dung số 132177/SHTT-NH cho đơn đăng ký nhãn hiệu số 4-2022-04117
22	AVA nhóm 18, 25,35		Ngày 23/3/2022, Cục Sở Hữu Trí Tuệ ban hành quyết định chấp nhận đơn hợp lệ hình thức với đơn đăng ký nhãn hiệu số 4-2022-04118
23	BEFIT		Nhãn hiệu được bảo hộ bởi Cục Sở Hữu Trí Tuệ - Bộ Khoa học và Công nghệ theo Giấy chứng nhận đăng ký nhãn hiệu số 4-0483551-000
24	BEFIT		Nhãn hiệu được bảo hộ bởi Cục Sở Hữu Trí Tuệ - Bộ Khoa học và Công nghệ theo Giấy chứng nhận đăng ký nhãn hiệu số 4-0483552-000

STT	Tên quyền SHTT, nhãn hiệu, tên thương mại, sáng chế	Hình dạng mô tả	Nội dung
25	Điện Máy Xanh		Nhãn hiệu được bảo hộ bởi Cục Sở Hữu Trí Tuệ - Bộ Khoa học và Công nghệ theo Giấy chứng nhận đăng ký nhãn hiệu số 4-0549471-000
26	DELITEs		Nhãn hiệu được bảo hộ bởi Cục Sở Hữu Trí Tuệ - Bộ Khoa học và Công nghệ theo Giấy chứng nhận đăng ký nhãn hiệu số 4-0522954-000
27	AVA Paylater		Ngày 13/06/2025 Cục Sở Hữu Trí Tuệ ban hành quyết định chấp nhận đơn hợp lệ số 107465/QĐ-SHTT cho đơn đăng ký nhãn hiệu số 4-2025-08592
28	Topzone		Ngày 08/10/2025 Cục Sở Hữu Trí Tuệ ban hành quyết định chấp nhận đơn hợp lệ số 219526/QĐ-SHTT cho đơn đăng ký nhãn hiệu số 4-2025-42926

Nguồn: DMX

10.10 Chính sách nghiên cứu và phát triển

Trong hai năm qua, Công ty tập trung nghiên cứu và phát triển (R&D), đặc biệt trong việc ứng dụng công nghệ và chuyển đổi số, là một trong những trụ cột quan trọng nhằm nâng cao hiệu quả vận hành, tối ưu chi phí và cải thiện trải nghiệm khách hàng tại các chuỗi bán lẻ do Công ty sở hữu và vận hành.

Giai đoạn 2023: Củng cố nền tảng công nghệ và tự động hóa vận hành chuỗi

Trong năm 2023, DMX tập trung triển khai các giải pháp R&D nhằm chuẩn hóa và tự động hóa các khâu vận hành cốt lõi của chuỗi bán lẻ điện thoại, điện máy và thiết bị công nghệ, bao gồm:

- **Hệ thống dự báo và mua hàng bán tự động:** Ứng dụng công nghệ xử lý dữ liệu lớn (Big Data) để dự báo nhu cầu mua hàng theo ngành hàng, khu vực và từng cửa hàng, hỗ trợ công tác lập kế hoạch mua hàng, tối ưu hóa tồn kho và giảm thiểu rủi ro thiếu hụt hoặc dư thừa hàng hóa.
- **Hệ thống điều phối hàng hóa nội bộ:** Tự động phân bổ hàng hóa giữa các kho và cửa hàng trong hệ thống các chuỗi cửa hàng Thế Giới Di Động, Điện Máy Xanh và TopZone, giúp giảm chi phí logistics, rút ngắn thời gian luân chuyển hàng tồn kho và nâng cao độ sẵn sàng sản phẩm tại điểm bán.

- **Hoàn thiện các hệ thống ERP, CRM, POS và nền tảng báo cáo phân tích (BI):** Hỗ trợ quản trị tập trung, theo dõi hiệu quả kinh doanh theo thời gian thực và nâng cao chất lượng ra quyết định ở cả cấp điều hành và cửa hàng.

Các sáng kiến này đóng vai trò nền tảng trong việc tối ưu hóa mô hình vận hành, tinh gọn bộ máy và nâng cao hiệu suất lao động tại các chuỗi bán lẻ do DMX quản lý và vận hành.

Giai đoạn 2024: Mở rộng ứng dụng công nghệ tại cửa hàng và nâng cao trải nghiệm khách hàng

Trong năm 2024, DMX tiếp tục đẩy mạnh hoạt động R&D theo hướng đưa công nghệ đi sâu vào hoạt động tại điểm bán và tương tác trực tiếp với khách hàng, phù hợp với định hướng phát triển mô hình bán lẻ đa kênh (Omni-channel), cụ thể:

- **Hệ thống trưng bày hàng hóa tự động:** Ứng dụng công nghệ thị giác máy tính (Computer Vision) và cảm biến IoT để hỗ trợ nhân viên tối ưu cách sắp xếp hàng hóa trên kệ, giúp khách hàng dễ dàng tiếp cận sản phẩm và nâng cao hiệu suất bán hàng.
- **Bảng giá điện tử (Electronic Shelf Label – ESL):** Cho phép cập nhật giá bán tức thời, đồng bộ trên toàn hệ thống cửa hàng, giảm thiểu sai sót thủ công và tối ưu chi phí vận hành.
- **Hệ thống quản trị quảng cáo tại cửa hàng:** Quản lý và điều phối nội dung quảng cáo theo thời gian thực, tự động điều chỉnh theo các chương trình khuyến mãi và đồng bộ với các chiến dịch tiếp thị đa kênh.
- **Hệ thống kết nối đối tác tài chính:** Tích hợp các giải pháp thanh toán, trả góp và dịch vụ tài chính tiêu dùng tại điểm bán, góp phần nâng cao trải nghiệm khách hàng và mở rộng khả năng tiếp cận sản phẩm.
- **Hệ thống IoT tối ưu năng lượng:** Giám sát và điều chỉnh mức tiêu thụ điện năng tại cửa hàng, góp phần giảm chi phí vận hành và phù hợp với định hướng phát triển bền vững của Công ty.

Nhìn chung, chính sách nghiên cứu và phát triển của DMX thể hiện định hướng lấy công nghệ làm nền tảng cho tăng trưởng bền vững, giúp Công ty nâng cao hiệu quả vận hành, tăng khả năng thích ứng với biến động thị trường và củng cố vị thế dẫn đầu trong lĩnh vực bán lẻ điện thoại, điện máy và sản phẩm công nghệ tại Việt Nam.

10.11 Chiến lược kinh doanh

10.11.1 Tổng quan về các chiến lược

Trong giai đoạn 5 năm tiếp theo, Công ty đặt mục tiêu tiếp tục củng cố và duy trì vị thế dẫn đầu trong lĩnh vực bán lẻ điện thoại – điện máy tại Việt Nam với mô hình kinh doanh đã được kiểm chứng trong hơn 20 năm hoạt động với tăng trưởng doanh thu và lợi nhuận bền vững. Công ty dự kiến tập trung nâng cao năng lực quản trị và cải thiện hệ thống quản lý, tối ưu hiệu quả vận hành từng cửa hàng, nâng cao trải nghiệm khách hàng, tích hợp dịch vụ, tạo nền tảng vững chắc cho chiến lược mở rộng ra thị trường nước ngoài.

Để thực hiện hóa các mục tiêu đề ra, Công ty xác định các trọng tâm cho kế hoạch hành động như sau:

- (1) Xây dựng văn hóa làm chủ trong toàn bộ đội ngũ nhân sự đi kèm với các chính sách khuyến khích phù hợp để gia tăng sự gắn kết của người lao động và đóng góp trực tiếp vào hiệu quả kinh doanh của Công ty. Đồng thời nâng cao chất lượng danh mục sản phẩm, trải nghiệm mua hàng, và ứng dụng công nghệ
- (2) Văn hóa lấy khách hàng làm trung tâm tiếp tục được duy trì và tăng cường xuyên suốt trong mọi hoạt động trong và sau khi bán hàng, tạo trải nghiệm vượt trội so với các nhà bán lẻ khác trên thị trường dựa trên hệ sinh thái dịch vụ cung cấp giải pháp tài chính và thanh toán tích hợp bán lẻ hiện hữu
- (3) Chuyển dịch dịch vụ sau bán hàng thành nền tảng dịch vụ quy mô toàn quốc hỗ trợ tăng trưởng bền vững;
- (4) Phát triển và hoàn thiện ứng dụng “Quà tặng VIP” nhằm đem đến trải nghiệm xuyên suốt và mang tính cá nhân hóa cho người dùng trong toàn hệ sinh thái;
- (5) Tiếp tục mở rộng hoạt động tại thị trường Indonesia thông qua công ty liên doanh EraBlue, từng bước hiện thực hóa mục tiêu tăng trưởng tại thị trường nước ngoài.

Tập trung nâng cao chất lượng hoạt động kinh doanh trên nền tảng hiện hữu

- Thứ nhất, Công ty áp dụng cơ chế đãi ngộ gắn với hiệu suất làm việc nhằm nâng cao năng suất lao động và tối ưu hóa cấu trúc chi phí, đồng thời từng bước ứng dụng các công cụ quản trị và theo dõi hiệu quả dựa trên dữ liệu để nâng cao tính minh bạch và hiệu quả trong quản lý nhân sự. Theo đó, DMX từng bước chuyển dịch từ mô hình trả lương cố định sang mô hình thu nhập gắn với kết quả bán hàng và hiệu quả công việc, qua đó tạo động lực thúc đẩy năng suất và chất lượng phục vụ của đội ngũ nhân sự. Cách tiếp cận này giúp đồng bộ lợi ích giữa Công ty và người lao động, tăng tính linh hoạt trong quản trị chi phí nhân sự và nâng cao khả năng thích ứng của mô hình vận hành trong các điều kiện thị trường khác nhau.
- Với lợi thế về quy mô hệ thống bán lẻ và sức mua lớn, Công ty hợp tác chiến lược với các nhà sản xuất, qua đó mang đến cho khách hàng các sản phẩm chiến lược và các chương trình ưu đãi khác biệt. Trong thời gian qua, Công ty đã liên tục ký kết hợp tác và triển khai các chương trình “mở bán đặc biệt” đối với nhiều mẫu smartphone mới ra mắt trên thị trường đồng thời mở rộng hợp tác với các thương hiệu laptop uy tín và các thương hiệu điện máy lớn để phân phối các sản phẩm chiến lược góp phần đa dạng hóa danh mục sản phẩm và nâng cao khả năng đáp ứng nhu cầu tiêu dùng.
- Tiếp tục nâng cấp mô hình cửa hàng theo hướng trải nghiệm nhằm gia tăng hiệu quả bán hàng và củng cố giá trị thương hiệu. Theo định hướng này, các cửa hàng được chuyển dịch từ mô hình trưng bày – lưu kho sang mô hình tập trung vào tư vấn, dùng thử và dịch vụ hỗ trợ trước, trong và sau bán hàng. Thay vì cạnh tranh chủ yếu bằng các chương trình khuyến mại ngắn hạn, DMX chú trọng nâng cao trải nghiệm mua sắm và chất lượng dịch vụ, qua đó gia tăng tỷ

lệ chuyển đổi, giá trị đơn hàng và mức độ gắn kết của khách hàng. Song song đó, Công ty tăng cường ứng dụng công nghệ trong quản lý vận hành cửa hàng, hỗ trợ dự báo nhu cầu, tối ưu tồn kho và nâng cao hiệu quả phối hợp giữa cửa hàng và chuỗi cung ứng.

- Cuối cùng, Công ty thúc đẩy văn hóa hợp tác “familyship” nhằm xây dựng nền tảng phát triển bền vững trong dài hạn. DMX coi đối tác và nhà cung cấp là các bên đồng hành chiến lược, cùng hướng tới mục tiêu lợi ích dài hạn thay vì các lợi ích ngắn hạn. Việc đề cao tính minh bạch, trách nhiệm chung và sự hợp tác chặt chẽ trong toàn bộ chuỗi giá trị giúp Công ty nâng cao hiệu quả vận hành, giảm thiểu rủi ro và tạo ra giá trị bền vững cho tất cả các bên liên quan.

Phát triển hệ sinh thái dịch vụ tài chính và thanh toán tích hợp

- Bên cạnh hoạt động bán lẻ điện thoại - điện máy, DMX định hướng mở rộng sang các dịch vụ tài chính tiêu dùng và thanh toán tích hợp nhằm gia tăng giá trị trên mỗi điểm bán và khai thác hiệu quả mạng lưới cửa hàng hiện hữu. Thông qua việc tận dụng độ phủ rộng khắp và nền tảng bán hàng đa kênh, các dịch vụ này được tích hợp trực tiếp vào hành trình mua sắm của khách hàng, góp phần mở rộng vai trò của DMX từ điểm bán lẻ sản phẩm sang điểm cung cấp dịch vụ tiêu dùng – tài chính.
- DMX triển khai các giải pháp trả chậm được tích hợp trực tiếp tại điểm bán thông qua hợp tác với các đối tác tài chính, qua đó hỗ trợ khách hàng tiếp cận sản phẩm có giá trị cao với phương thức thanh toán linh hoạt hơn. Việc tích hợp các giải pháp tài chính ngay tại điểm bán giúp cải thiện khả năng ra quyết định mua sắm, nâng cao tỷ lệ chuyển đổi và gia tăng doanh thu, đặc biệt đối với các nhóm sản phẩm điện thoại và điện máy.
- Song song đó, DMX phát triển các dịch vụ thu hộ – chi hộ và thanh toán tiện ích, vận hành như một điểm thanh toán một cửa cho các nhu cầu sinh hoạt hàng ngày của khách hàng. Việc cung cấp các dịch vụ thanh toán gắn với hệ sinh thái bán lẻ giúp gia tăng tần suất tương tác với khách hàng, đồng thời tạo ra nguồn doanh thu bổ trợ có tính lặp lại và ít phụ thuộc vào chu kỳ tiêu dùng điện thoại, điện máy.
- Đồng thời, DMX từng bước mở rộng vai trò như một mạng lưới đại lý dịch vụ thanh toán, cho phép khách hàng thực hiện các giao dịch tài chính cơ bản tại cửa hàng, bao gồm rút tiền, nộp tiền và chuyển khoản, kể cả ngoài giờ hành chính. Cách tiếp cận này tận dụng lợi thế về thời gian hoạt động linh hoạt và độ phủ điểm bán của DMX, đáp ứng nhu cầu giao dịch tài chính thuận tiện của khách hàng tại nhiều khu vực.

Phát triển nền tảng dịch vụ hậu mãi quy mô toàn quốc

Thợ Điện Máy Xanh được DMX định hướng phát triển thành một nền tảng dịch vụ hậu mãi đa dịch vụ, quy mô lớn với khả năng phục vụ nhu cầu khách hàng trên toàn quốc, triển khai theo lộ trình từng giai đoạn nhằm mở rộng năng lực cốt lõi, phát triển các dịch vụ liên kết cho doanh nghiệp và người tiêu dùng:

- Thợ Điện Máy Xanh tập trung cung cấp các dịch vụ hậu mãi cốt lõi cho khách hàng mua sắm trong hệ sinh thái DMX, bao gồm lắp đặt, sửa chữa, bảo trì và bảo hành sau mua hàng, được

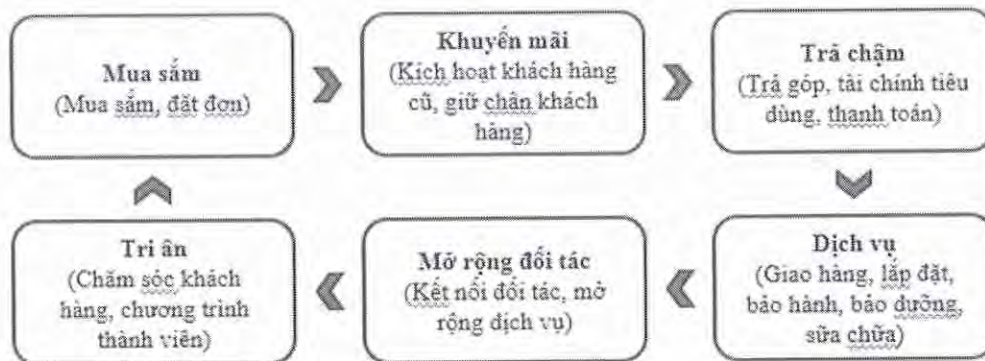
tổ chức theo mô hình một điểm tiếp xúc và triển khai trên mạng lưới cửa hàng hiện hữu cùng đội ngũ kỹ thuật viên đông đảo nhằm chuẩn hóa trải nghiệm dịch vụ, gia tăng tần suất tương tác với khách hàng sau bán hàng và nâng cao hiệu quả khai thác danh mục điện máy.

- Trên cơ sở hạ tầng vận hành đã được thiết lập, Thợ Điện Máy Xanh từng bước mở rộng cung cấp các dịch vụ kỹ thuật và hậu mãi cho khách hàng bên ngoài hệ sinh thái và các đối tác doanh nghiệp, bao gồm các dịch vụ sửa chữa điện thoại, điện máy, logistics và kho bãi cho nhà cung cấp, cũng như các dịch vụ hậu mãi, bảo trì và vận hành cho đối tác bán lẻ và các đối tác doanh nghiệp khác, qua đó gia tăng quy mô doanh thu ngoài hệ sinh thái bán lẻ nội bộ và nâng cao hiệu quả khai thác nguồn lực kỹ thuật hiện có. Thông qua việc phát triển dịch vụ hậu mãi theo hai hướng song song là phục vụ khách hàng trong hệ sinh thái và mở rộng sang khách hàng bên ngoài, Thợ Điện Máy Xanh từng bước chuyển dịch từ mô hình dịch vụ hỗ trợ bán lẻ sang nền tảng dịch vụ hậu mãi đa dịch vụ quy mô toàn quốc, đóng vai trò là động cơ tăng trưởng bổ trợ dài hạn cho DMX.

Phát triển và hoàn thiện ứng dụng “Quà tặng VIP” nhằm đem lại trải nghiệm hoàn chỉnh cho người dùng

- Ứng dụng “Quà tặng VIP” được Công ty định hướng phát triển trở thành trung tâm kết nối toàn bộ hệ sinh thái DMX, đóng vai trò là nền tảng số cốt lõi trong chiến lược tăng trưởng bền vững. Thông qua việc tích hợp các hoạt động mua sắm, giải pháp tài chính, dịch vụ sau bán hàng, đối tác liên kết và chăm sóc khách hàng trên cùng một nền tảng, ứng dụng góp phần hình thành hệ sinh thái tiêu dùng liền mạch, nhất quán và lấy khách hàng làm trung tâm.
- Ứng dụng được vận hành xuyên suốt toàn bộ hành trình tiêu dùng của khách hàng, bắt đầu từ giai đoạn mua sắm và đặt đơn hàng, tiếp cận các chương trình ưu đãi và kích hoạt khách hàng, sử dụng các giải pháp thanh toán và tài chính tiêu dùng, cho đến các dịch vụ hậu mãi như giao hàng, lắp đặt, bảo hành, bảo trì và sửa chữa. Song song đó, nền tảng đóng vai trò kết nối các đối tác dịch vụ và đối tác kinh doanh nhằm mở rộng danh mục dịch vụ cung cấp cho khách hàng, đồng thời hỗ trợ triển khai các hoạt động hợp tác và phân phối dịch vụ trên quy mô rộng hơn. Trên nền tảng dữ liệu và tương tác được đồng bộ, ứng dụng tiếp tục đảm nhiệm chức năng chăm sóc và duy trì mối quan hệ với khách hàng thông qua các chương trình thành viên, chăm sóc khách hàng và cơ chế khuyến khích quay lại mua sắm, qua đó hình thành một vòng đời tiêu dùng bền vững.
- Trên nền tảng dữ liệu được đồng bộ, DMX phân tích và cá nhân hóa các đề xuất sản phẩm, chương trình marketing và ưu đãi phù hợp với từng nhóm khách hàng, qua đó tiếp cận hiệu quả hơn nhu cầu thực tế. Đồng thời, ứng dụng “Quà tặng VIP” hỗ trợ duy trì và kích hoạt tệp khách hàng hiện hữu thông qua các chương trình tri ân và ưu đãi chuyên biệt, góp phần gia tăng tần suất giao dịch, nâng cao hiệu quả marketing và củng cố mối quan hệ dài hạn với khách hàng. Cách tiếp cận dựa trên dữ liệu này giúp tối ưu phân bổ nguồn lực bán hàng và hỗ trợ định hướng tăng trưởng theo hướng nâng cao chất lượng.

Quy trình ứng dụng “Quà tặng VIP” tiếp cận và đem lại trải nghiệm hoàn chỉnh cho người dùng



Nguồn: DMX

Tiếp tục mở rộng tại thị trường Indonesia với EraBlue

- Indonesia sở hữu tiềm năng tăng trưởng vượt trội, là nền kinh tế lớn nhất Đông Nam Á với GDP đạt khoảng 1.404,5 tỷ USD và dân số hơn 282 triệu người (tính đến cuối năm 2024), qua đó hình thành một thị trường tiêu dùng điện thoại, điện máy có quy mô lớn và còn nhiều dư địa phát triển. Quy mô dân số đông, cơ cấu tiêu dùng đại chúng và mức độ thâm nhập điện thoại, điện máy chưa cao tạo nền tảng thuận lợi cho tăng trưởng dài hạn, đặc biệt theo mô hình mở rộng chuỗi bán lẻ đã được kiểm chứng tại các thị trường trong khu vực như Việt Nam.
- Đáng chú ý, thị trường điện máy ở Indonesia hiện vẫn còn đang ở trạng thái khá phân mảnh, với khoảng hơn 50% thị phần thuộc về các cửa hàng truyền thống¹⁸ và chưa có chuỗi bán lẻ nào thống lĩnh thị trường, tạo ra cơ hội cho các doanh nghiệp có tiềm lực tài chính và năng lực vận hành.
- Trong năm 2025, EraBlue ghi nhận doanh thu 3.705 tỷ đồng và lợi nhuận sau thuế 54 tỷ đồng với 181 cửa hàng bán lẻ. Kết quả này là sự kết hợp hiệu quả giữa năng lực vận hành và quản trị bán lẻ của DMX cùng hiểu biết địa phương và mạng lưới phân phối sâu rộng của Erajaya.
- Trong giai đoạn tiếp theo, EraBlue chỉ sẽ tiếp tục đà tăng trưởng mạnh mẽ hướng tới mục tiêu đạt 330 cửa hàng trong năm 2026 và đạt 500 cửa hàng vào năm 2027.

10.11.2 Thời gian dự kiến thực hiện

Công ty dự kiến thực hiện các chiến lược này trong 5 năm tiếp theo, giai đoạn 2026-2030.

10.11.3 Nguồn vốn và nguồn lực dự kiến

Công ty dự kiến nguồn vốn và nguồn lực cho chiến lược kinh doanh này đến từ dòng tiền từ hoạt động kinh doanh và đầu tư của Công ty. Đồng thời, Công ty dự kiến sẽ huy động đa dạng từ các nguồn vốn hợp pháp khác để thực hiện chiến lược kinh doanh như sau:

¹⁸ <https://vts.com.vn/mwg-muon-bien-chuoi-dien-may-tai-indonesia-thanh-bieu-tuong-ban-le-moi-cua-dong-nam-a.html>

- Nguồn vốn vay của các tổ chức tín dụng trong và ngoài nước;
- Chào bán cổ phiếu riêng lẻ và/hoặc chào bán cổ phiếu ra công chúng; và/hoặc
- Nguồn vốn từ cổ đông chiến lược/đối tác khác (nếu có).

10.12 Trường hợp Tổ Chức Đăng Ký Niêm Yết hoạt động trong lĩnh vực ngành nghề kinh doanh có điều kiện, nêu thông tin về việc đáp ứng các điều kiện kinh doanh theo quy định pháp luật liên quan

Không có

11. Chính sách đối với người lao động

Chất lượng nguồn nhân lực là một trong những yếu tố quan trọng quyết định sự phát triển lâu dài và bền vững, do vậy Công ty luôn đặt mục tiêu xây dựng đội ngũ nhân viên có trình độ chuyên môn, tay nghề cao, tác phong phục vụ chuyên nghiệp lên hàng đầu trong chiến lược phát triển của mình.

11.1 Số lượng và cơ cấu lao động trong Công ty

Số lượng lao động của Công ty trong hai năm liên tục liền trước năm đăng ký niêm yết là 2024 và 2025 lần lượt là 24.139 người và 32.157 người. Bức sang quý 1/2026, tổng số lao động của Công ty đạt 34.700 người, tăng nhẹ so với cuối năm 2025.

Cơ cấu lao động của Công ty phân theo trình độ chuyên môn, tính chất hợp đồng, và theo giới tính được thể hiện trong bảng sau:

Cơ cấu lao động Công ty

Số lượng người lao động	31/12/2024	31/12/2025	31/03/2026
Theo trình độ chuyên môn			
Trên đại học	19	17	12
Đại học	3.572	4.711	4.867
Cao đẳng	3.189	5.868	6.077
Trung cấp	2.211	3.096	3.004
Trung học phổ thông	8.408	9.795	8.633
Khác/Chưa có thông tin	6.740	8.670	12.107
Theo tính chất hợp đồng			
Lao động thường xuyên	23.943	30.583	32.329
Lao động thời vụ	196	1.574	2.371
Theo giới tính			
Nam	13.088	21.378	22.542
Nữ	11.051	10.779	12.158
Tổng cộng	24.139	32.157	34.700

Nguồn: DMX

11.2 Chế độ làm việc

Thời gian làm việc: Thời giờ làm việc của Công ty được quy định theo từng khối cụ thể. Đối với nhân viên văn phòng, ngày làm việc bình thường từ Thứ Hai đến Thứ Bảy, giờ làm việc từ 08:00 đến 17:00, trong đó giờ nghỉ trưa từ 12:00 đến 13:00. Đối với nhân viên khối Showroom (khối cửa hàng), làm việc theo ca căn cứ theo lịch phân công. Nhân viên Showroom phải có mặt đúng giờ để nhận bàn giao ca. Một số bộ phận đặc thù như An ninh, tài xế và các bộ phận có tính chất công việc không cố định có thể được điều chỉnh thời gian làm việc linh hoạt theo sự phân công của Trưởng bộ phận và phê duyệt của Ban Giám đốc.

Trường hợp làm thêm giờ, người lao động chỉ được thực hiện khi có sự chấp thuận trước của Quản lý trực tiếp và phải được ghi nhận đầy đủ bằng biểu mẫu theo quy định của Công ty làm căn cứ chi trả lương ngoài giờ.

Người lao động được nghỉ và vẫn hưởng nguyên lương trong các trường hợp:

- Bản thân kết hôn: 03 ngày
- Con kết hôn: 01 ngày
- Bố mẹ (cả bên vợ/chồng), vợ hoặc chồng, con mất: 03 ngày

Nghỉ phép năm: Người lao động làm việc đủ 12 tháng liên tục được hưởng 12 ngày phép/năm, số ngày phép được tính lũy kế theo tháng kể từ thời điểm thử việc. Mỗi 04 năm làm việc được cộng thêm 01 ngày phép thâm niên. Ngày nghỉ phép được sử dụng trong năm, không ứng trước và không quy đổi thành tiền, trừ trường hợp chấm dứt hợp đồng lao động mà chưa sử dụng hết số ngày phép, khi đó sẽ được thanh toán bằng tiền. Thời gian tính phép năm từ 01/01 đến 31/12 hằng năm. Việc xin nghỉ phép phải được sự chấp thuận của Trưởng bộ phận và Phòng Nhân sự, đồng thời thực hiện đúng thời hạn thông báo theo quy định của Công ty.

Nghỉ không hưởng lương: Người lao động được nghỉ 01 ngày không hưởng lương trong các trường hợp: ông, bà nội ngoại; anh, chị, em ruột qua đời; cha hoặc mẹ kết hôn; anh, chị, em ruột kết hôn. Các trường hợp nghỉ không lương khác phải được Giám đốc bộ phận phê duyệt, và người lao động chỉ được xem xét nghỉ khi đã sử dụng hết phép năm. Trường hợp người lao động làm việc và hưởng lương dưới 14 ngày trong tháng thì không tham gia đóng bảo hiểm xã hội tháng đó.

11.3 Chính sách tuyển dụng, đào tạo

Công ty triển khai các chương trình đào tạo định kỳ nhằm nâng cao kiến thức chuyên môn, kỹ năng nghiệp vụ và năng lực thực thi công việc cho đội ngũ nhân sự, đáp ứng yêu cầu vận hành và phát triển hệ thống. Nội dung đào tạo bao gồm kiến thức sản phẩm, dịch vụ, chương trình kinh doanh tại cửa hàng, kỹ năng tin học văn phòng, kỹ năng trình bày, xử lý tình huống, tư duy bán hàng và làm việc với dữ liệu, cũng như đào tạo hội nhập, văn hóa doanh nghiệp và năng lực quản lý.

Hình thức đào tạo được tổ chức linh hoạt theo hình thức online, offline hoặc đào tạo trực tiếp từ Phòng Đào tạo, phù hợp với từng nhóm đối tượng như nhân viên văn phòng, nhân sự kinh doanh, nhân viên showroom và cán bộ quản lý.

Việc tham gia đào tạo là cơ sở để đánh giá năng lực, nâng cao hiệu quả công việc và định hướng phát triển nghề nghiệp lâu dài cho người lao động.

11.4 Chính sách đào tạo, lương thưởng, trợ cấp

DMX cam kết xây dựng môi trường làm việc công bằng - minh bạch - đảm bảo quyền lợi cho người lao động, trong đó hệ thống lương, thưởng và phúc lợi được triển khai thống nhất trên toàn hệ thống, cụ thể như sau:

Tuân thủ đầy đủ quy định pháp luật về tiền lương

Công ty đảm bảo 100% người lao động được trả lương đúng quy định của pháp luật, tuyệt đối không có trường hợp trả lương thấp hơn mức lương tối thiểu vùng theo quy định của Nhà nước.

Chi trả lương đúng hạn

Thu nhập của người lao động được thanh toán đầy đủ và đúng thời gian quy định hoặc sớm hơn, giúp nhân viên chủ động trong kế hoạch tài chính cá nhân và an tâm công tác.

Thu nhập cạnh tranh, gắn với năng lực và đóng góp

Chính sách thu nhập được xây dựng theo hướng ghi nhận đúng năng lực, vị trí và mức độ cống hiến của từng cá nhân, đảm bảo tính cạnh tranh so với mặt bằng chung của ngành bán lẻ, qua đó tạo động lực thúc đẩy hiệu suất làm việc và sự gắn bó lâu dài.

Chính sách phúc lợi thiết thực, chăm lo toàn diện đời sống người lao động

Bên cạnh thu nhập, Công ty triển khai nhiều chính sách phúc lợi nhằm nâng cao chất lượng cuộc sống vật chất và tinh thần cho nhân viên, bao gồm:

- Hỗ trợ lao động nữ về tài chính trong thời gian mang thai và sinh con, giúp người lao động yên tâm trước và sau thai sản.
- Chương trình thưởng thâm niên dành cho các cá nhân gắn bó lâu dài với Công ty.
- Chính sách mua bảo hiểm sức khỏe giá ưu đãi, kết hợp các chương trình hỗ trợ chi phí tiêm vaccine theo mùa.
- Ưu đãi mua hàng nội bộ dành riêng cho cán bộ nhân viên.
- Du lịch hằng năm và các hoạt động gắn kết tập thể nhằm tái tạo năng lượng làm việc, tăng cường sự gắn kết giữa các phòng ban.
- Phúc lợi hiếu – hỷ – tang chế, đồng hành, sẻ chia cùng người lao động trong các sự kiện quan trọng của cuộc sống.

- Các chính sách lương thưởng và phúc lợi cạnh tranh không chỉ góp phần nâng cao năng suất lao động, chất lượng phục vụ khách hàng, mà còn là nền tảng để xây dựng đội ngũ nhân sự gắn bó, chuyên nghiệp và phát triển bền vững cùng Công ty.

11.5 Quy chế phát hành cổ phiếu cho người lao động

Công ty không có quy chế phát hành cổ phiếu cho người lao động áp dụng chung cho toàn bộ quá trình hoạt động. ĐHĐCĐ và HĐQT quyết định và ban hành quy chế phát hành cổ phiếu cho người lao động cho từng đợt phát hành đảm bảo tuân thủ quy định pháp luật.

12. Chính sách cổ tức

Căn cứ theo quy định của Luật Doanh nghiệp, Điều lệ tổ chức và hoạt động của Công ty đã được Đại hội đồng cổ đông thông qua, chính sách phân phối cổ tức do Hội đồng Quản trị đề nghị và Đại hội đồng cổ đông quyết định như sau:

- Công ty chỉ được chi trả cho cổ đông khi kinh doanh có lãi và đã hoàn thành nghĩa vụ nộp thuế và các nghĩa vụ tài chính khác theo quy định của pháp luật.
- Cổ đông được chia cổ tức tương đương với phần vốn góp và tùy theo đặc điểm tình hình kinh doanh theo quyết định của Đại hội đồng cổ đông.
- Tỷ lệ cổ tức sẽ được Đại hội đồng cổ đông quyết định dựa trên đề xuất của Hội đồng Quản trị, với căn cứ là kết quả hoạt động kinh doanh của năm hoạt động và phương án hoạt động kinh doanh của các năm tới.

Trong giai đoạn 5 năm gần nhất, Công ty duy trì việc chi trả cổ tức tiền mặt ở mức 70% lợi nhuận sau thuế cho giai đoạn 2021-2025 (được tính bằng tổng cổ tức tiền mặt chi trả trong giai đoạn 2021-2025 trên tổng LNST tạo ra trong giai đoạn 2021-2025), thể hiện cam kết phân phối lợi nhuận hợp lý cho cổ đông, đồng thời vẫn đảm bảo nguồn lực cho hoạt động kinh doanh và mở rộng. Tuy nhiên, chính sách cổ tức được Hội đồng Quản trị tính toán kỹ lưỡng trước khi trình Đại hội đồng cổ đông và việc chi trả cổ tức điều hành theo hướng linh hoạt và thận trọng, bám sát diễn biến kết quả kinh doanh và bối cảnh kinh tế vĩ mô, nhằm đảm bảo tính bền vững dài hạn. Điều này được thể hiện qua các năm trong quá khứ, cụ thể như sau:

Năm 2022, mặc dù lợi nhuận sau thuế tăng trưởng 13% so với năm 2021, Công ty đã chủ động giảm mức chi trả cổ tức 29%, phản ánh quan điểm thận trọng trước những bất định của môi trường kinh tế trong năm tài chính tiếp theo. Trong bối cảnh kết quả kinh doanh suy giảm của năm 2023, Công ty tiếp tục điều chỉnh mạnh cổ tức (giảm 91% so với năm 2022) nhằm bảo toàn nguồn lực tài chính. Bước sang năm 2024 và 2025, khi hoạt động kinh doanh phục hồi và tăng trưởng mạnh, Công ty đã tăng mức chi trả cổ tức đáng kể trong giai đoạn 2024-2025, qua đó bù đắp cho giai đoạn trước và đảm bảo mục tiêu cổ tức giai đoạn 2021-2025 và lợi ích cổ đông.

Trên cơ sở đó, có thể thấy Công ty theo đuổi mục tiêu cổ tức mang tính ổn định theo chu kỳ, trong đó ưu tiên cân đối giữa (i) duy trì mức chi trả hấp dẫn cho cổ đông và (ii) đảm bảo năng lực tài chính để ứng phó với biến động thị trường.

Trong thời gian tới, đặc biệt từ năm 2026 khi Công ty dự kiến trở thành công ty đại chúng, Công ty định hướng duy trì chính sách cổ tức ổn định và hấp dẫn, phù hợp với kỳ vọng của các nhà đầu tư trên thị trường vốn, qua đó góp phần nâng cao sức hấp dẫn của cổ phiếu Công ty và mở rộng tệp các nhà đầu tư trong và ngoài nước. Theo đó, Công ty đặt mục tiêu duy trì cổ tức tiền mặt tối thiểu 50% lợi nhuận sau thuế trong giai đoạn 2026-2030.

Tình hình chi trả cổ tức của DMX

	Năm 2024	Năm 2025	Quý 1/2026
Tỷ lệ theo mệnh giá cổ phiếu	63,1%	349,5%	0,0%
Hình thức chi trả	Tiền mặt	199,5% theo mệnh giá bằng Tiền mặt (*) và; 150,0% theo mệnh giá bằng phát hành cổ phiếu	-
Số tiền (đồng)	2.749.999.999.995	8.700.000.000.000 đồng cổ tức Tiền mặt và; 6.542.278.210.000 đồng cổ tức bằng phát hành cổ phiếu tính theo mệnh giá	-

Nguồn: DMX

Công ty thực hiện chi trả cổ tức tiền mặt năm 2024 theo Nghị quyết ĐHĐCĐ thường niên số 01/NQ/ĐHĐCĐ/TGĐĐ-2024 ngày 19/03/2024, Nghị quyết ĐHĐCĐ số 03/NQ/ĐHĐCĐ/TGĐĐ-2024 ngày 11/6/2024, Nghị quyết ĐHĐCĐ số 04/NQ/ĐHĐCĐ/TGĐĐ-2024 ngày 11/9/2024 và Nghị quyết ĐHĐCĐ số 05/NQ/ĐHĐCĐ/TGĐĐ-2024 ngày 01/11/2024.

(*) Công ty thực hiện chi trả cổ tức tiền mặt 8.700 tỷ (2024: 4.000 tỷ và 2025: 4.700 tỷ) theo Nghị quyết ĐHĐCĐ số 01/NQ/ĐHĐCĐ/TGĐĐ-2025 ngày 17/01/2025, Nghị quyết ĐHĐCĐ thường niên số 02/NQ/ĐHĐCĐ/TGĐĐ-2025 ngày 03/4/2025, Nghị quyết ĐHĐCĐ số 03/NQ/ĐHĐCĐ/TGĐĐ-2025 ngày 10/7/2025, Nghị quyết ĐHĐCĐ số 04/NQ/ĐHĐCĐ/TGĐĐ-2025 ngày 01/10/2025, và Nghị quyết ĐHĐCĐ số 06/NQ/ĐHĐCĐ/TGĐĐ-2025 ngày 5/11/2025.

Theo Nghị quyết ĐHĐCĐ số 08/NQ/ĐHĐCĐ/ĐMX-2025 03/12/2025, Công ty đã hoàn thành việc phát hành 654.227.821 cổ phiếu phổ thông với mệnh giá là 10.000 đồng/cổ phiếu để trả cổ tức cho cổ đông hiện hữu với tổng giá trị 6.542.278.210.000 đồng, được trích từ nguồn lợi nhuận sau thuế chưa phân phối.

13. Thông tin về những cam kết nhưng chưa thực hiện của Tổ Chức Đăng Ký Niêm Yết Cam kết thuê hoạt động

Công ty hiện đang thuê văn phòng, cửa hàng và các trung tâm phân phối theo các hợp đồng thuê hoạt động. Vào ngày kết thúc kỳ kế toán năm, các khoản tiền thuê phải trả trong tương lai theo các hợp đồng thuê hoạt động được trình bày như sau:

Đơn vị tính: đồng

	Ngày 31 tháng 12 năm 2024	Ngày 31 tháng 12 năm 2025	Ngày 31 tháng 01 năm 2026
Đến 1 năm	2.222.354.638.429	2.149.789.570.650	2.186.271.216.484
Trên 1 – 5 năm	6.210.842.143.143	5.864.629.759.677	5.947.869.590.827
Trên 5 năm	1.983.888.658.902	1.678.824.520.706	1.670.535.080.994
Tổng cộng	10.417.085.440.474	9.693.243.851.033	9.804.675.888.305

Nguồn: BCTC kiểm toán hợp nhất 2024 và 2025, BCTC hợp nhất Q1/2026 của Công ty

Công ty cam kết việc thực hiện các cam kết nêu trên sẽ không ảnh hưởng đến việc đáp ứng các điều kiện niêm yết cổ phiếu của Công ty.

14. Các thông tin, nghĩa vụ nợ tiềm ẩn, tranh chấp kiện tụng liên quan tới Tổ Chức Đăng Ký Niêm Yết có thể ảnh hưởng đến hoạt động kinh doanh, tình hình tài chính của Tổ Chức Đăng Ký Niêm Yết và việc niêm yết cổ phiếu

Công ty Cổ phần Đầu tư Điện Máy Xanh hiện đang xử lý 11 vụ việc pháp lý tại Tòa án và Cơ quan Điều tra. Các vụ việc tập trung vào hai nhóm rủi ro chính, bao gồm tranh chấp hợp đồng thương mại và thất thoát tài sản nội bộ. Qua đó, phản ánh sự chủ động và quyết liệt của Công ty trong việc bảo vệ tài sản và lợi ích thương mại.

Nhóm	Số vụ việc	Giá trị	Thuyết minh
Tranh chấp hợp đồng thương mại (Dân sự)	06	Giá trị Công ty yêu cầu thanh toán/bồi thường: 2.052.794.695 đồng Giá trị Công ty bị yêu cầu bồi thường: 2.263.510.128 đồng	Trong tổng số 06 vụ việc dân sự, Công ty tham gia tố tụng với tư cách Nguyên đơn trong 04 vụ việc và Bị đơn trong 02 vụ việc. Nội dung tranh chấp chủ yếu phát sinh từ việc đối tác hoặc bên cho thuê không thực hiện hoặc thực hiện không đầy đủ nghĩa vụ theo hợp đồng đã ký kết, bao gồm không hoàn trả tiền đặt cọc, tiền thuê hoặc khoản bồi thường khi hợp đồng bị chấm dứt trước thời hạn. Căn cứ hồ sơ pháp lý hiện có, Công ty đã và đang thực hiện đầy đủ các quyền khởi kiện, phản tố nhằm bảo vệ quyền và lợi ích hợp pháp của mình theo quy định pháp luật hiện hành.
Thất thoát Tài sản Nội bộ (Hình sự)	05	Tổng giá trị yêu cầu thu hồi: 4.928.641.562 đồng	05 vụ án hình sự này đang trong giai đoạn điều tra và khởi tố. Các vụ việc phản ánh rủi ro thất thoát tài sản do (i) hành vi cố ý chiếm đoạt thông qua hành vi vi phạm quy trình, lạm

Nhóm	Số vụ việc	Giá trị	Thuyết minh
			dụng chức vụ của nhân viên hoặc (ii) trộm cắp từ các đối tượng bên ngoài. Công ty đã chủ động phát hiện, thu thập chứng cứ và tố cáo các đối tượng liên quan tới cơ quan điều tra.

Với quy mô hoạt động và tình hình tài chính của Công ty, giá trị của các khoản tranh chấp nêu trên tương đương khoảng 0,16% lợi nhuận sau thuế năm 2025 của Công ty theo Báo cáo tài chính hợp nhất đã được kiểm toán. Trên cơ sở đó, các nghĩa vụ tiềm ẩn phát sinh từ các vụ việc ảnh hưởng nhỏ đến lợi nhuận và hoàn toàn nằm trong khả năng kiểm soát, xử lý của Công ty.

15. Thông tin về cam kết của Tổ Chức Đăng Ký Niêm Yết không thuộc trường hợp đang bị truy cứu trách nhiệm hình sự hoặc đã bị kết án về một trong các tội xâm phạm trật tự quản lý kinh tế mà chưa được xóa án tích

Công ty cam kết không thuộc trường hợp đang bị truy cứu trách nhiệm hình sự hoặc đã bị kết án về một trong các tội xâm phạm trật tự quản lý kinh tế mà chưa được xóa án tích.

16. Thông tin về việc Tổ Chức Đăng Ký Niêm Yết, người đại diện theo pháp luật của Tổ Chức Đăng Ký Niêm Yết không bị xử lý vi phạm trong thời hạn 02 năm tính đến thời điểm đăng ký niêm yết do thực hiện hành vi bị nghiêm cấm trong hoạt động về chứng khoán và thị trường chứng khoán quy định tại Điều 12 Luật Chứng khoán năm 2019 và Khoản 5 Điều 1 Luật sửa đổi, bổ sung một số điều của Luật Chứng khoán

Không có.

VI. KẾT QUẢ HOẠT ĐỘNG KINH DOANH, TÌNH HÌNH TÀI CHÍNH VÀ DỰ KIẾN KẾ HOẠCH

1. Kết quả hoạt động kinh doanh

1.1 Tóm tắt một số chỉ tiêu về hoạt động kinh doanh của Tổ Chức Đăng Ký Niêm Yết

Các chỉ tiêu hoạt động kinh doanh của Công ty (Hợp nhất)

Đơn vị: Triệu đồng

Chỉ tiêu	Năm 2024	Năm 2025	Quý 1/2026	% tăng/ (giảm) 2025- 2024
Tổng giá trị tài sản	49.472.143	56.916.238	57.327.010	15,0%
Doanh thu thuần	93.356.608	109.479.188	32.541.950	17,3%
Lợi nhuận thuần từ hoạt động kinh doanh	5.084.037	7.240.396	2.772.693	42,4%
Doanh thu hoạt động tài chính ^(*)	1.673.178	1.842.890	512.117	10,1%
Chi phí tài chính	(700.526)	(973.378)	(326.142)	38,9%

Chỉ tiêu	Năm 2024	Năm 2025	Quý 1/2026	% tăng/ (giảm) 2025- 2024
Lợi nhuận/(Lỗ) khác	(337.523)	28.303	2.749	Không áp dụng
Lợi nhuận trước thuế	4.746.514	7.268.699	2.775.441	53,1%
Lợi nhuận sau thuế	3.716.571	5.801.785	2.218.567	56,1%
Tỷ lệ lợi nhuận trả cổ tức	74,0%	150,0%	0,0%	102,7%
Tỷ lệ cổ tức (% trên mệnh giá cổ phiếu)	63,1%	349,5%	0,0%	454,3%

Nguồn: BCTC kiểm toán hợp nhất 2024 và 2025, BCTC hợp nhất Q1/2026 của Công ty
(*) Doanh thu ghi nhận chiết khấu thanh toán trong doanh thu hoạt động tài chính đến từ việc Công ty thực hiện thanh toán tiền hàng sớm cho nhà cung cấp. Chiết khấu này sẽ được căn trừ vào công nợ của Công ty và nhà cung cấp.

Doanh thu tài chính (Hợp nhất)

Đơn vị: Triệu đồng

	Năm 2024	Năm 2025	Quý 1/2026
Lãi tiền gửi, cho vay và trái phiếu	1.495.875	1.688.542	469.235
Chiết khấu thanh toán	174.721	152.032	41.726
Lãi chênh lệch tỷ giá hối đoái	1.302	2.315	1.144
Khác	1.280	-	13
Tổng	1.673.178	1.842.890	512.117

Nguồn: BCTC kiểm toán hợp nhất 2024 và 2025, BCTC hợp nhất Q1/2026 của Công ty
Thu nhập từ hoạt động đầu tư tài chính, bao gồm thu nhập lãi tiền gửi, lãi từ hoạt động cho vay và đầu tư trái phiếu, chiếm tỷ trọng tương đối nhỏ trong cơ cấu hoạt động kinh doanh của Công ty. Cụ thể, thu nhập lãi tiền gửi, lãi từ hoạt động cho vay và đầu tư trái phiếu đạt 1.496 tỷ đồng trong năm 2024, 1.688 tỷ đồng trong năm 2025 và 469 tỷ đồng trong Quý 1/2026, tương ứng chỉ chiếm khoảng 1,60%, 1,54% và 1,44% tổng doanh thu thuần và chiếm khoảng 8,75%, 8,67% và 7,52% lợi nhuận gộp trong cùng kỳ. Lợi nhuận thuần từ hoạt động tài chính lần lượt đạt 973 tỷ đồng, 870 tỷ đồng và 186 tỷ đồng trong giai đoạn 2024 – Quý 1/2026, tương đương khoảng 20%, 12% và 7% lợi nhuận trước thuế của Công ty trong cùng kỳ. Tỷ trọng lợi nhuận từ hoạt động tài chính có xu hướng giảm chủ yếu do quy mô và hiệu quả của hoạt động kinh doanh cốt lõi tăng trưởng nhanh hơn so với hoạt động đầu tư tài chính. Đồng thời, hoạt động đầu tư tài chính của Công ty được triển khai theo hướng thận trọng, chủ yếu nhằm tối ưu hóa hiệu quả sử dụng dòng tiền và nguồn vốn tạm thời nhàn rỗi, thay vì là hoạt động tạo lợi nhuận trọng yếu. Công ty cam kết tuân thủ đầy đủ các quy định pháp luật liên quan đến hoạt động đầu tư tài chính trong quá trình triển khai và vận hành.

Các chỉ tiêu hoạt động kinh doanh của Công ty (Riêng lẻ)

Đơn vị: Triệu đồng

Chỉ tiêu	Năm 2024	Năm 2025	Quý 1/2026	% tăng/ (giảm) 2025- 2024
Tổng giá trị tài sản	50.232.787	56.343.851	56.748.530	12,2%
Doanh thu thuần	91.100.237	107.323.240	32.435.984	17,8%
Lợi nhuận thuần từ hoạt động kinh doanh	5.338.400	7.270.056	2.723.383	36,2%
Doanh thu hoạt động tài chính	1.651.587	1.811.909	500.802	9,7%
Chi phí tài chính	(729.376)	(1.032.317)	(323.829)	41,5%
Lợi nhuận/(Lỗ) khác	(204.300)	6.792	6.120	Không áp dụng
Lợi nhuận trước thuế	5.134.100	7.276.848	2.729.502	41,7%
Lợi nhuận sau thuế	4.104.156	5.809.935	2.180.109	41,6%
Tỷ lệ lợi nhuận trả cổ tức	67,0%	149,7%	0,0%	123,5%
Tỷ lệ cổ tức (% trên mệnh giá cổ phiếu)	63,1%	349,5%	0,0%	454,3%

Nguồn: BCTC kiểm toán riêng lẻ 2024 và 2025, BCTC riêng lẻ Q1/2026 của Công ty

Trong năm 2024, Công ty triển khai chiến lược tái cấu trúc hệ thống cửa hàng, bao gồm việc tinh gọn mạng lưới với tổng số 221 cửa hàng được đóng. Quá trình này làm phát sinh các chi phí liên quan đến thanh lý tài sản cố định và xử lý các hạng mục vận hành không còn phù hợp. Theo đó, tổng chi phí khác trong năm 2024 ghi nhận mức tăng đáng kể, đạt 357 tỷ đồng trong năm 2024, trong đó phần lớn đến từ chi phí thanh lý tài sản cố định phát sinh là 347 tỷ đồng. Trong khi đó, thu nhập khác chỉ ghi nhận ở mức 20 tỷ đồng, không đủ bù đắp phần chi phí phát sinh. Do đó, Công ty ghi nhận lỗ khác thuần 338 tỷ đồng trong năm 2024. Khoản lỗ này mang tính chất một lần, phát sinh trong quá trình tái cấu trúc nhằm tối ưu hóa hệ thống vận hành và tạo nền tảng cho hiệu quả hoạt động trong các giai đoạn tiếp theo.

Trong năm 2025, Công ty thực hiện chi trả cổ tức bằng tiền mặt với tổng giá trị 8.700 tỷ đồng (bao gồm 4.000 tỷ đồng cho năm 2024 và 4.700 tỷ đồng thực hiện trong năm 2025), tương ứng tỷ lệ chi trả cổ tức đạt khoảng 150% trên lợi nhuận sau thuế hợp nhất năm 2025 là 5.802 tỷ đồng. Mức chi trả cổ tức cao nêu trên được thực hiện trên cơ sở kết quả kinh doanh tích cực và xu hướng tăng trưởng rõ nét của Công ty trong giai đoạn năm 2024 - 2025, sau khi hoàn tất quá trình tái cấu trúc và định hình lại chiến lược phát triển. Cụ thể, doanh thu thuần hợp nhất năm 2025 đạt 109.479 tỷ đồng, tăng 17,3% so với năm 2024 và doanh thu thuần riêng lẻ đạt 107.323 tỷ đồng, tăng 17,8% so với cùng kỳ. Ngoài ra, lợi nhuận sau thuế hợp nhất đạt 5.802 tỷ đồng, tăng 56,1%, trong khi lợi nhuận sau thuế riêng lẻ đạt 5.809 tỷ đồng, tăng 41,6% so với năm trước. Từ kết quả kinh doanh tích cực, việc chi trả cổ tức cũng bù đắp cho các giai đoạn khó khăn năm 2022 và năm 2023. Tổng mức chi trả cổ tức tiền mặt trên tổng LNST của Công ty trong giai đoạn 2021-2025 đạt 70%.

Với kết quả Quý 1/2026 đạt doanh thu thuần hợp nhất 32.542 tỷ đồng, đóng góp phần lớn mảng điện thoại và điện máy lần lượt đạt 49,5%, và 41,4% doanh thu, ngoài ra, sự gia tăng chủ yếu đến từ gia tăng trong giá trị đơn hàng với động lực đến từ trình trạng thiếu hụt chip toàn cầu và sản phẩm nâng cấp thêm tính năng mới (như AI) làm giá bán tăng và khách hàng dùng giải pháp tài chính để mua các sản phẩm cao cấp hơn. Từ đó, lợi nhuận sau thuế hợp nhất 2.219 tỷ đồng. Công ty đang bám sát tiến độ so với kế hoạch năm 2026 đã được ĐHĐCĐ thông qua với mục tiêu doanh thu thuần 122.500 tỷ đồng (doanh thu thuần Quý I/2026 đạt 26,6% tổng kế hoạch toàn năm) và lợi nhuận sau thuế 7.350 tỷ đồng (lợi nhuận sau thuế Quý I/2026 đạt 30,2% tổng kế hoạch toàn năm). Đây là tín hiệu tích cực, cho thấy Công ty có cơ sở thuận lợi để hoàn thành kế hoạch kinh doanh năm 2026 theo đúng định hướng đã đề ra. Bên cạnh đó, tổng giá trị tài sản hợp nhất thể hiện tăng trưởng so với cuối năm 2025 khi đạt 57.327 tỷ đồng, tăng 0,7%, giúp củng cố thêm nền tảng tài chính vững chắc của Công ty.

Trên cơ sở đó, Công ty chủ động gia tăng tỷ lệ chi trả cổ tức nhằm tối ưu hóa giá trị cho cổ đông, đồng thời phản ánh năng lực tạo lợi nhuận và dòng tiền ổn định sau giai đoạn tái cấu trúc. Công ty đặt mục tiêu duy trì cổ tức tiền mặt trên 50% LNST cho giai đoạn 2026-2030.

- Các chỉ tiêu khác: Không có
- Ý kiến của Tổ chức kiểm toán độc lập (nếu có): Không có

1.2 Những nhân tố ảnh hưởng đến hoạt động kinh doanh của Tổ Chức Đăng Ký Niêm Yết

1.2.1 Những nhân tố chính tác động đến tình hình hoạt động kinh doanh của Tổ Chức Đăng Ký Niêm Yết trong 02 năm liên tục liền trước năm đăng ký niêm yết

Quá trình chuyển đổi số được nhà nước đẩy mạnh và chu kỳ nâng cấp thiết bị điện thoại

Thị trường điện thoại thông minh tại Việt Nam năm 2024 ghi nhận sự phục hồi đáng kể sau giai đoạn suy giảm của năm 2023, nhờ sự cộng hưởng của tiến trình chuyển đổi số quốc gia, các chính sách hỗ trợ của Chính phủ và sự thay đổi trong xu hướng tiêu dùng. Đây được xem là một trong những động lực quan trọng thúc đẩy sự phát triển của kinh tế số, đồng thời nâng cao năng lực cạnh tranh quốc gia¹⁹. Theo đó, Thành phố Hồ Chí Minh tập trung đầu tư mở rộng vùng phủ sóng 5G tại các khu vực trung tâm, khu vực hành chính công, khu công nghệ cao, khu công nghệ thông tin, khu/cụm công nghiệp, v.v. phần đầu hơn 90% phủ sóng 5G cho người dân²⁰.

Sau giai đoạn chững lại, doanh số điện thoại thông minh năm 2024 đạt ~4 tỷ USD, với 21,4 triệu máy bán ra. Trong năm 2024, Việt Nam chính thức cất sóng 2G từ ngày 15/10/2025, tạo nên thay đổi lớn tại thị trường điện thoại thông minh tại Việt Nam. Xu hướng này đã góp phần đáng kể vào sự gia tăng nhu cầu đối với các dòng điện thoại thông minh hỗ trợ 4G và 5G.

Bước sang đầu năm 2025, xu hướng ứng dụng trí tuệ nhân tạo (AI) trong học tập và công việc ngày càng trở nên phổ biến tại Việt Nam. Các dòng điện thoại tích hợp AI nhanh chóng thu hút sự

¹⁹ <https://hcmcpv.org.vn/tin-tuc/viet-nam-tang-toc-phu-song-5g-dong-luc-moi-cho-tang-truong-gdp-va-chuyen-doi-so-1491937626>

²⁰ <https://vneconomy.vn/tp-ho-chi-minh-phai-trien-ha-tang-phu-song-hon-90-mang-5g-ung-dung-voi-giai-loan-2025-2027.htm>

quan tâm của người tiêu dùng và trở thành lợi thế cạnh tranh rõ rệt của các hãng sản xuất. Nhờ đó, người dùng có thể trải nghiệm nhiều tính năng nâng cao như xử lý hình ảnh thông minh, chỉnh sửa và xóa phông nền, dịch thuật theo thời gian thực, tìm kiếm thông tin nâng cao và tăng cường khả năng của trợ lý ảo, v.v.²¹

Đặc biệt, trong năm 2025, thị trường điện thoại thông minh tiếp tục sôi động khi Apple mở bán dòng sản phẩm iPhone 17 tại Việt Nam gần như đồng thời với thị trường Mỹ. Xu hướng này góp phần hạn chế tình trạng hàng xách tay, đồng thời thúc đẩy doanh số bán hàng chính ngạch thông qua các hệ thống phân phối chính thức tại Việt Nam.

Các doanh nghiệp phân phối, trong đó có DMX, đã và đang hưởng lợi rõ rệt từ những xu hướng nêu trên, khi nhu cầu nâng cấp lên các dòng sản phẩm công nghệ cao cấp ngày càng gia tăng. Trong bối cảnh đó, nhóm sản phẩm điện thoại thông minh và máy tính xách tay ghi nhận mức tăng trưởng tích cực. Cụ thể, trong năm 2024, doanh thu của Công ty từ nhóm sản phẩm điện thoại và máy tính xách tay tăng lần lượt 8,5% và 3,3% so với năm 2023. Tiếp tục đà tăng trưởng cùng với hưởng lợi từ chu kỳ thay mới thiết bị, doanh thu từ điện thoại và máy tính xách tay ghi nhận mức tăng trưởng cao tương ứng 23,8% và 29,4% trong năm 2025 so với năm 2024.

Mức sống người dân tại Việt Nam ngày càng tăng cao thúc đẩy nhu cầu các thiết bị điện máy hiện đại nhằm giải phóng sức lao động

Năm 2024, mức sống người dân Việt Nam có xu hướng cải thiện với thu nhập bình quân đầu người tăng 9,1% lên khoảng 5,4 triệu đồng/người/tháng, chi tiêu tăng trở lại, nhà ở và điều kiện sống được nâng cao (diện tích nhà ở bình quân 29m²/người). Từ tháng 7/2024, lương cơ bản của người lao động Việt Nam cũng được tăng 6% so với mức trước đó²².

Chỉ tiêu của người dân đã tăng trở lại sau thời gian sụt giảm do dịch bệnh Covid-19 với tốc độ tăng 6,5% so với 2022, trung bình 1 năm trong giai đoạn 2022-2024 tăng 3,2%. Nhà ở và điều kiện sống của người dân ngày càng được cải thiện²³.

Nhu cầu sử dụng thiết bị hiện đại, tích hợp tính năng thông minh và tự động để tiết kiệm thời gian và công sức ngày càng tăng, thúc đẩy xu hướng thay thế sản phẩm. Năm 2024, quy mô thị trường điện máy đạt khoảng 43.000 tỷ đồng, tăng 31% so với năm trước, trong đó 53% doanh số đến từ sản phẩm AI và IoT²⁴. Đây là lĩnh vực hấp dẫn không chỉ với doanh nghiệp nội địa mà còn thu hút nhiều thương hiệu quốc tế, đặc biệt ở phân khúc trung và cao cấp. Theo Bộ Công Thương, nhóm ngành thiết bị và đồ dùng gia đình hiện đứng thứ tư trong 11 nhóm ngành tiêu dùng chính, với tốc độ tăng trưởng ấn tượng trên 10%/năm²⁵.

²¹ <https://thanhnienvn/nhung-thay-doi-cua-thi-truong-dien-thoai-viet-nam-trong-nam-2024-185241225113654451.htm>

²² <https://www.nso.gov.vn/tin-tuc-thong-ke/2025/05/thong-cao-bao-chi-ket-qua-khao-sat-muc-song-dan-cu-nam-2024/>

²³ <https://www.nso.gov.vn/tin-tuc-thong-ke/2025/05/thong-cao-bao-chi-ket-qua-khao-sat-muc-song-dan-cu-nam-2024/>

²⁴ <https://www.tinnhanhchungkhoan.vn/cuoc-dua-tren-thi-truong-ban-le-do-gia-dung-post368438.html>

²⁵ <https://trungtamwto.vn/tin-tuc/29586-thi-truong-do-gia-dung-viet-nam-tang-truong-manh-manh-dat-mau-mo-voi-cac-doanh-nghiep-noi-dia>

Bên cạnh giá cả, xu hướng người tiêu dùng trẻ ngày càng có kiến thức hơn về sản phẩm, đồng thời quan tâm đến dịch vụ và trải nghiệm mua sắm. Về dài hạn, người tiêu dùng có xu hướng lựa chọn các doanh nghiệp lớn, thương hiệu tốt và có khả năng cam kết với dịch vụ bảo hành hậu mãi.

Ảnh hưởng của thiên tai đến hoạt động kinh doanh của Công ty

Tính đến thời điểm cuối năm 2024 và 2025, Công ty lần lượt có 3.047 cửa hàng và 3.020 cửa hàng trên khắp ba miền đất nước. Trong năm 2024 và 2025, Việt Nam hứng chịu các đợt bão lũ lớn làm ảnh hưởng đến người dân và hoạt động kinh doanh bình thường của các cửa hàng tại các địa phương, đồng thời làm giảm nhu cầu mua sắm của địa phương chịu ảnh hưởng của bão lũ trong ngắn hạn. Từ tháng 11/2025, thời tiết xấu với mưa bão và lũ lụt tại khu vực miền Trung/Tây Nguyên gây ảnh hưởng hoạt động kinh doanh tại một số khu vực bị ảnh hưởng, tuy nhiên, Công ty đã nhanh chóng ứng phó và khắc phục thiệt hại sau bão lũ. Tính đến hiện tại, các cửa hàng tại các khu vực bị ảnh hưởng đã hoạt động trở lại bình thường.

1.2.2 Những biến động lớn có thể ảnh hưởng tới kết quả hoạt động kinh doanh của Tổ Chức Đăng Ký Niêm Yết kể từ thời điểm kết thúc năm tài chính gần nhất, trường hợp không có cần nêu rõ

Các xu hướng hình thành trong năm 2025 được kỳ vọng sẽ tiếp tục duy trì và lan tỏa trong những năm tới, nổi bật là quá trình chuyển đổi số mạnh mẽ và sự dịch chuyển trong hành vi tiêu dùng từ mua sắm trực tiếp tại cửa hàng sang mua sắm trực tuyến. Những xu hướng này mở ra nhiều cơ hội cho các nhà bán lẻ quy mô lớn như DMX nhờ lợi thế về thương hiệu, độ phủ thị trường, năng lực vận hành và hệ thống bán hàng khép kín. Tuy nhiên, đây cũng đồng thời là thách thức khi hoạt động bán hàng không còn bị giới hạn bởi mặt bằng vật lý, khiến mức độ cạnh tranh trong ngành ngày càng gia tăng. Trong bối cảnh đó, các doanh nghiệp có khả năng nhanh chóng thích ứng với xu hướng số hóa, xây dựng hệ thống phân phối đa kênh hiệu quả và sở hữu chuỗi cung ứng tối ưu sẽ là những bên hưởng lợi bền vững trong dài hạn.

Từ ngày 1/1/2026, Việt Nam đã chấm dứt cơ chế thuế khoán đối với hộ kinh doanh và chuyển sang phương pháp tự kê khai, tự nộp thuế theo doanh thu thực tế. Các hoạt động này giúp ổn định giá cả hàng hóa và sản phẩm minh bạch hơn, lợi thế cho các Nhà bán lẻ chuyên nghiệp như Công ty.

Bên cạnh đó, chính sách giảm 2% thuế VAT được gia hạn đến ngày 31/12/2026, đồng thời các sản phẩm công nghệ thông tin được bổ sung vào diện áp dụng thuế suất ưu đãi kể từ ngày 01/07/2025 theo Nghị định 74/2025/NĐ-CP đóng vai trò hỗ trợ quan trọng cho thị trường để kích thích tiêu dùng trong nước.

Biến đổi khí hậu cũng là một trong những biến số ảnh hưởng đến hoạt động kinh doanh mà DMX phải có phương án phòng ngừa để giảm bớt thiệt hại, đặc biệt là khi DMX có mức độ bao phủ trên toàn quốc. Công ty nhận thấy rằng biến đổi khí hậu không chỉ là thách thức môi trường mà còn là một rủi ro lớn đối với hoạt động kinh doanh. Để đối phó với các nguy cơ thiên tai bất ngờ và không thể kiểm soát, Công ty đã triển khai chiến lược quản trị rủi ro toàn diện như sau:

- Tăng cường năng lực ứng phó khẩn cấp: Xây dựng các kịch bản ứng phó chi tiết và tập huấn định kỳ để bảo đảm nhân sự và cơ sở hạ tầng sẵn sàng đối mặt với các tình huống khẩn cấp.
- Phát triển hệ thống quản lý rủi ro khí hậu: Tích hợp các tiêu chí rủi ro khí hậu vào quy trình quản lý doanh nghiệp, đảm bảo khả năng phục hồi nhanh chóng sau thiên tai.
- Đầu tư bảo hiểm và quỹ dự phòng: Thiết lập các quỹ dự phòng và mở rộng phạm vi bảo hiểm thiên tai để giảm thiểu tổn thất tài chính khi có sự cố xảy ra.

2. Tình hình tài chính

2.1 Các chỉ tiêu cơ bản

2.1.1 Báo cáo về vốn điều lệ, vốn kinh doanh và tình hình sử dụng vốn điều lệ, vốn kinh doanh:

- Báo cáo về vốn điều lệ

STT	Chỉ tiêu	31/12/2024	31/12/2025	31/03/2026
1	Tổng số cổ phiếu đã phát hành	436.151.881	1.101.283.500	1.101.283.500
2	Tổng số cổ phiếu đang lưu hành	436.151.881	1.101.283.500	1.101.283.500
3	Vốn điều lệ (đồng)	4.361.518.810.000	11.012.835.000.000	11.012.835.000.000

Nguồn: BCTC kiểm toán hợp nhất 2024 và 2025, BCTC hợp nhất Q1/2026 của Công ty

- Báo cáo về vốn kinh doanh

Báo cáo về vốn kinh doanh của Công ty (Hợp nhất)

Đơn vị: Triệu đồng

STT	Chỉ tiêu	31/12/2024	31/12/2025	31/03/2026
A	Nợ phải trả	29.955.726	39.115.666	37.307.872
I	Nợ ngắn hạn	29.955.726	39.115.666	37.307.872
1	Phải trả người bán ngắn hạn	6.325.110	9.701.594	8.598.547
2	Người mua trả tiền trước ngắn hạn	88.507	210.361	192.515
3	Thuế và các khoản phải nộp Nhà nước	585.548	811.242	776.657
4	Phải trả người lao động	141.425	190.068	166.991
5	Chi phí phải trả ngắn hạn	2.109.806	3.304.054	3.290.179

STT	Chỉ tiêu	31/12/2024	31/12/2025	31/03/2026
6	Doanh thu chưa thực hiện ngắn hạn	21.723	536.937	612.716
7	Phải trả ngắn hạn khác	683.194	842.798	1.412.995
8	Vay ngắn hạn	19.930.173	23.429.114	22.158.891
9	Dự phòng phải trả ngắn hạn	70.240	89.498	98.381
B	Vốn chủ sở hữu	19.516.417	17.800.572	20.019.138
1	Vốn góp của chủ sở hữu	4.361.519	11.012.835	11.012.835
2	Vốn khác của chủ sở hữu ^(*)	0	1.073.331	1.073.331
3	Lợi nhuận sau thuế chưa phân phối	15.154.898	5.714.405	7.932.972
	Tổng cộng	49.472.143	56.916.238	57.327.010

Nguồn: BCTC kiểm toán hợp nhất 2024 và 2025, BCTC hợp nhất Q1/2026 của Công ty

(*) Về khoản phụ trội hợp nhất được trình bày tại mục Vốn khác năm 2025 trên báo cáo tài chính, Công ty xin được giải trình như sau:

“Cơ sở hạch toán kế toán đối với khoản phụ trội hợp nhất kinh doanh được trình bày tại mục “Vốn khác” của Vốn chủ sở hữu tại Bảng cân đối kế toán hợp nhất của Nhóm Công ty tại ngày 31 tháng 12 năm 2025

1. Chi tiết nghiệp vụ liên quan:

Theo Nghị quyết HĐQT số 04/NQ/HĐQT/ĐMX-2025 ngày 20 tháng 11 năm 2025, Công ty đã hoàn tất việc nhận chuyển nhượng 9.999.890 cổ phần (tỷ lệ sở hữu là 99,9989%) của Công ty Cổ phần Thợ Điện Máy Xanh (trước kia là Công ty Cổ phần Dịch vụ Lắp đặt – Sửa chữa – Bảo hành Tận Tâm) với giá chuyển nhượng là 99.998.900.000 VND từ Công ty Cổ phần Đầu tư Thế Giới Di Động (Công ty mẹ của Công ty hoặc “MWIC”) vào ngày 30 tháng 12 năm 2025. Theo đó, Công ty Cổ phần Thợ Điện Máy Xanh (“Thợ ĐMX”) đã trở thành công ty con trực tiếp của Công ty. Tại thời điểm mua, Công ty Cổ phần Thợ Điện Máy Xanh có tài sản thuần là 100.000.000.000 VND.

Theo Nghị quyết HĐQT số 04/NQ/HĐQT/ĐMX-2025 ngày 20 tháng 11 năm 2025, Công ty đã hoàn tất việc chuyển nhượng 201.294.010 cổ phần (tỷ lệ sở hữu là 99,999994%) của Công ty Cổ phần Dược phẩm An Khang Pharma (“An Khang”) với giá chuyển nhượng là 2.012.940.100.000 VND cho Công ty TNHH Một Thành viên Thương mại Thiện Tâm (công ty con của MWIC) vào ngày 25 tháng 12 năm 2025. Theo đó, An Khang không còn là công ty con trực tiếp của Công ty. Tại thời điểm chuyển nhượng, An Khang có tài sản thuần là 939.610.025.620 VND.

Tổng chênh lệch giữa giá phí hợp nhất kinh doanh và giá trị tài sản thuần của bên được chuyển nhượng trong hai nghiệp vụ nêu trên trị giá 1.073.331.174.380 VND đã được ghi nhận như khoản phụ trội hợp nhất kinh doanh vào khoản mục “414 – Vốn khác của chủ sở hữu” trên bảng cân đối kế toán hợp nhất.

Hai nghiệp vụ nói trên, sau đây được gọi chung là giao dịch chuyển nhượng. Các giao dịch này xảy ra giữa MWIC và các công ty con của MWIC (“Nhóm Công ty MWIC”).

Theo Ban Tổng Giám đốc Công ty các giao dịch chuyển nhượng này phát sinh từ mục đích tái cấu trúc lại Nhóm Công ty MWIC để tập trung hóa các hoạt động kinh doanh theo hướng (i) chuyển Thợ DMX là công ty chuyên về cung cấp dịch vụ lắp đặt, sửa chữa, bảo hành thiết bị điện tử vào Nhóm Công ty và (ii) chuyển An Khang là công ty bán lẻ dược mỹ phẩm ra khỏi Nhóm Công ty vì không thuộc hoạt động kinh doanh chính của Nhóm Công ty. Trước và sau khi được tái cơ cấu, Công ty và các công ty con của DMX đều nằm dưới sự kiểm soát chung của MWIC.

2. Phân tích về kế toán

2.1. Xác định giao dịch

Tham chiếu đến **Khoản 2, Điều 47, Thông tư 202/2014/TT-BTC hướng dẫn về các hình thức tái cấu trúc tập đoàn:**

“Việc tái cấu trúc tập đoàn có thể thực hiện dưới các hình thức:

... c) Chuyển giao toàn bộ hoặc một phần vốn của một công ty con cho một (hoặc nhiều) đơn vị khác trong nội bộ tập đoàn, như việc công ty con cấp 1 bán một công ty con cấp 2 cho công ty mẹ hoặc công ty mẹ bán một công ty con cho một công ty con khác (giao dịch hợp nhất kinh doanh dưới sự kiểm soát chung).”

Tham chiếu đến **Chuẩn mực Kế toán Việt Nam (“CMKTVN”) số 11 - Hợp nhất Kinh doanh** hướng dẫn khái niệm về hợp nhất kinh doanh chịu sự kiểm soát chung:

“10. Hợp nhất kinh doanh liên quan đến các doanh nghiệp hoặc các hoạt động kinh doanh chịu sự kiểm soát chung là hợp nhất kinh doanh, trong đó tất cả các doanh nghiệp hoặc các hoạt động kinh doanh tham gia hợp nhất chịu sự kiểm soát lâu dài bởi cùng một bên hoặc nhiều bên kể cả trước hoặc sau khi hợp nhất kinh doanh và việc kiểm soát là lâu dài.”

Căn cứ các quy định trên và dựa vào các thông tin cụ thể của 2 giao dịch chuyển nhượng, Ban Tổng Giám đốc Công ty đánh giá các giao dịch này là việc tái cấu trúc được thực hiện dưới hình thức giao dịch hợp nhất kinh doanh chịu sự kiểm soát chung.

2.2. Xác định hướng dẫn kế toán áp dụng

Tham chiếu đến **CMKTVN số 11 - Hợp nhất Kinh doanh:**

“11. Nhóm cá nhân có quyền kiểm soát một doanh nghiệp khác khi họ có quyền chi phối các chính sách tài chính và hoạt động của doanh nghiệp nhằm thu được lợi ích kinh tế từ các hoạt

động của doanh nghiệp đó, theo thoả thuận hợp đồng. Do đó, việc hợp nhất kinh doanh theo hình thức này sẽ không thuộc phạm vi áp dụng của chuẩn mực này trong trường hợp cùng một nhóm cá nhân có quyền lợi chung cao nhất chi phối các chính sách tài chính và hoạt động của từng đơn vị tham gia hợp nhất nhằm đạt được lợi ích từ hoạt động của các đơn vị đó theo thoả thuận hợp đồng và quyền lợi chung cao nhất đó là lâu dài.”

Tham chiếu đến Mục 12, CMKTVN số 21-Trình bày báo cáo tài chính:

“12. Doanh nghiệp phải lựa chọn và áp dụng các chính sách kế toán cho việc lập và trình bày báo cáo tài chính phù hợp với quy định của từng chuẩn mực kế toán. Trường hợp chưa có quy định ở chuẩn mực kế toán và chế độ kế toán hiện hành, thì doanh nghiệp phải căn cứ vào chuẩn mực chung để xây dựng các phương pháp kế toán hợp lý nhằm đảm bảo báo cáo tài chính cung cấp được các thông tin đáp ứng các yêu cầu sau:

a/ Thích hợp với nhu cầu ra các quyết định kinh tế của người sử dụng;

b/ Đáng tin cậy, khi:

- Trình bày trung thực, hợp lý tình hình tài chính, tình hình và kết quả kinh doanh của doanh nghiệp;

- Phản ánh đúng bản chất kinh tế của các giao dịch và sự kiện không chỉ đơn thuần phản ánh hình thức hợp pháp của chúng;

- Trình bày khách quan, không thiên vị;

- Tuân thủ nguyên tắc thận trọng;

- Trình bày đầy đủ trên mọi khía cạnh trọng yếu.

....

14. Trong trường hợp không có chuẩn mực kế toán hướng dẫn riêng, khi xây dựng các phương pháp kế toán cụ thể, doanh nghiệp cần xem xét:

a) Những yêu cầu và hướng dẫn của các chuẩn mực kế toán đề cập đến những vấn đề tương tự và có liên quan;

b) Những khái niệm, tiêu chuẩn, điều kiện xác định và ghi nhận đối với các tài sản, nợ phải trả, thu nhập và chi phí được quy định trong chuẩn mực chung;

c) Những quy định đặc thù của ngành nghề kinh doanh chỉ được chấp thuận khi những qui định này phù hợp với các điểm (a) và (b) của đoạn này.”

Căn cứ vào các quy định trên, tìm hiểu các CMKTVN và Chế độ Kế toán Doanh nghiệp cũng như cân nhắc thông tin cụ thể của 2 giao dịch chuyển nhượng, Công ty xác định rằng:

- 2 nghiệp vụ chuyển nhượng không thuộc phạm vi hướng dẫn của các quy định kế toán tại CMKTVN số 11; và

- CMKTVN và Chế độ Kế toán Doanh nghiệp Việt Nam hiện tại chưa có hướng dẫn cụ thể cho trường hợp hợp nhất kinh doanh chịu sự kiểm soát chung. Do đó, Công ty cần xây dựng phương pháp kế toán phù hợp cho giao dịch này trên cơ sở tham khảo các yêu cầu và hướng dẫn kế toán có liên quan đảm bảo phản ánh đúng bản chất của giao dịch.

2.3. Chính sách kế toán của Công ty

Công ty đã cân nhắc các yếu tố sau để xác định chính sách kế toán cho giao dịch chuyển nhượng:

- Hai giao dịch chuyển nhượng được thực hiện để công ty mẹ cao nhất (MWIC) bố trí lại nguồn lực trong Nhóm Công ty phù hợp các mảng kinh doanh và không nhằm tạo ra tài sản mới hay bán ra cho bên thứ ba cũng như không có lãi hay lỗ nào phát sinh cho toàn bộ Nhóm Công ty từ giao dịch này.
- Trong bối cảnh của các giao dịch chuyển nhượng cụ thể này, sự thay đổi chỉ diễn ra trong nội bộ Nhóm Công ty MWIC (giữa Công ty và chủ sở hữu của Công ty), nên phần chênh lệch giữa giá phí đầu tư của bên mua/giá thanh lý của bên bán và giá trị ghi sổ của tài sản thuần của đơn vị được nhận chuyển nhượng về/được chuyển nhượng đi không phản ánh hoạt động kinh doanh thật sự. Thay vào đó, nó chỉ là sự điều chỉnh trong cách chủ sở hữu phân bổ nguồn lực giữa các công ty trong Nhóm Công ty.

Theo đó, Công ty ghi nhận khoản phụ trội hợp nhất kinh doanh phát sinh từ giao dịch chuyển nhượng vào vốn chủ sở hữu, nơi thể hiện quyền lợi của chủ sở hữu.

Theo xác nhận của Đơn vị kiểm toán E&Y tại Công văn ngày 28/03/2026 về khoản phụ trội hợp nhất trình bày tại mục vốn khác của chủ sở hữu năm 2025 như sau:

“Về việc xác nhận cơ sở hạch toán kế toán đối với khoản phụ trội hợp nhất kinh doanh được trình bày tại mục “Vốn khác” của Vốn chủ sở hữu tại bảng cân đối kế toán hợp nhất của Nhóm Công ty tại ngày 31 tháng 12 năm 2025 đã được chúng tôi kiểm toán.

Chúng tôi xác nhận cơ sở hạch toán kế toán đối với khoản phụ trội hợp nhất kinh doanh này, như được trình bày ở Công văn số 14 – Phụ lục II, là phù hợp với các bằng chứng kiểm toán mà chúng tôi được cung cấp trong quá trình kiểm toán BCTC hợp nhất của Nhóm Công ty cho năm 2025.”

Báo cáo về vốn kinh doanh của Công ty (Riêng lẻ)

Đơn vị: Triệu đồng

STT	Chỉ tiêu	31/12/2024	31/12/2025	31/03/2026
A	Nợ phải trả	29.630.944	38.523.035	36.747.605
I	Nợ ngắn hạn	29.630.944	38.523.035	36.747.605
1	Phải trả người bán ngắn hạn	6.158.176	9.818.045	8.637.650
2	Người mua trả tiền trước ngắn hạn	88.507	190.584	146.148

STT	Chỉ tiêu	31/12/2024	31/12/2025	31/03/2026
3	Thuế và các khoản phải nộp Nhà nước	584.027	788.136	749.584
4	Phải trả người lao động	132.002	155.621	126.801
5	Chi phí phải trả ngắn hạn	2.081.533	2.950.957	3.049.804
6	Doanh thu chưa thực hiện ngắn hạn	21.723	536.937	612.716
7	Phải trả ngắn hạn khác	660.361	782.867	1.365.161
8	Vay ngắn hạn	19.834.374	23.210.389	21.961.361
9	Dự phòng phải trả ngắn hạn	70.240	89.498	98.381
B	Vốn chủ sở hữu	20.601.843	17.820.816	20.000.925
1	Vốn góp của chủ sở hữu	4.361.519	11.012.835	11.012.835
2	Lợi nhuận sau thuế chưa phân phối	16.240.324	6.807.981	8.988.090
	Tổng cộng	50.232.787	56.343.851	56.748.530

Nguồn: BCTC kiểm toán riêng lẻ 2024 và 2025, BCTC riêng lẻ Q1/2026 của Công ty

Lợi nhuận sau thuế chưa phân phối của Công ty hợp nhất và riêng lẻ lần lượt đạt 5.714 tỷ đồng và 6.807 tỷ đồng tại cuối năm 2025, tương ứng giảm lần lượt 62,3% và 58,1% so với số dư hợp nhất và riêng lẻ tại cuối năm 2024. Biến động này chủ yếu do Công ty thực hiện chi trả cổ tức tiền mặt 8.700 tỷ (năm 2024: 4.000 tỷ và năm 2025: 4.700 tỷ) cho các cổ đông hiện hữu.

Bên cạnh đó, Công ty sử dụng nguồn lợi nhuận sau thuế chưa phân phối để phát hành 654.227.821 cổ phiếu phổ thông với mệnh giá là 10.000 đồng/cổ phiếu để trả cổ tức cho cổ đông hiện hữu với tổng giá trị 6.542 tỷ đồng, qua đó làm giảm tương ứng số dư lợi nhuận chưa phân phối. Việc giảm lợi nhuận chưa phân phối nêu trên được bù đắp một phần bởi lợi nhuận sau thuế của Công ty hợp nhất và Công ty riêng lẻ lần lượt đạt 5.802 tỷ đồng và 5.810 tỷ đồng, được ghi nhận trong năm 2025.

• **Tình hình sử dụng vốn điều lệ, vốn kinh doanh:**

Tình hình sử dụng vốn điều lệ, vốn kinh doanh (Hợp nhất)

Đơn vị: Triệu đồng

STT	Chỉ tiêu	31/12/2024	31/12/2025	31/03/2026
I	Tài sản ngắn hạn	47.063.192	53.565.566	53.656.943
1	Tiền và các khoản tương đương tiền	3.780.128	3.578.155	3.312.679
2	Đầu tư tài chính ngắn hạn	19.463.431	20.414.245 ⁽¹⁾	25.255.709

STT	Chỉ tiêu	31/12/2024	31/12/2025	31/03/2026
3	Các khoản phải thu ngắn hạn	5.005.016	6.264.835 ⁽¹⁾	1.612.051
4	Hàng tồn kho ^(**)	18.445.616	22.759.102	23.054.447
5	Tài sản ngắn hạn khác	369.001	549.230	422.059
II	Tài sản dài hạn	2.408.951	3.350.672	3.670.067
1	Phải thu dài hạn	256.708	238.776	242.355
2	Tài sản cố định	1.625.231	840.473	751.597
3	Tài sản dở dang dài hạn	4.942	54.109	10.252
4	Đầu tư tài chính dài hạn	242.036	1.771.159	2.002.064
5	Tài sản dài hạn khác	280.034	446.155	663.800
	Tổng cộng	49.472.143	56.916.238	57.327.010

Nguồn: BCTC kiểm toán hợp nhất 2024 và 2025, BCTC hợp nhất Q1/2026 của Công ty

(1) Ngày 27 tháng 10 năm 2025, Bộ Tài chính đã ban hành Thông tư số 99/2025/TT-BTC hướng dẫn Chế độ kế toán doanh nghiệp (“Thông tư 99”), thay thế Thông tư số 200/2014/TT BTC hướng dẫn Chế độ kế toán doanh nghiệp do Bộ Tài chính ban hành ngày 22 tháng 12 năm 2014 và một số quy định khác có liên quan. Thông tư 99 có hiệu lực từ ngày 1 tháng 1 năm 2026. Một số dữ liệu tương ứng trong báo cáo tình hình tài chính tại ngày 31 tháng 12 năm 2025, đã được phân loại lại cho phù hợp với cách trình bày theo hướng dẫn của Thông tư 99 của báo cáo tài chính của kỳ này. Chi tiết như sau:

Chỉ tiêu	31/12/2025 (đã được trình bày trước đây)	Trình bày lại	31/12/2025 (được trình bày lại)
Đầu tư nắm giữ đến ngày đáo hạn	20.414.244.731.666	4.832.270.392.374	25.246.515.124.040
Phải thu về cho vay ngắn hạn	4.180.000.000.000	(4.180.000.000.000)	-
Phải thu ngắn hạn khác	1.649.972.498.017	(652.270.392.374)	997.702.105.643

Nguồn: BCTC hợp nhất Q1/2026 của Công ty

Công ty chủ động cân đối giữa tiền mặt và các khoản đầu tư tài chính, chủ yếu là đầu tư ngắn hạn, nhằm phục vụ hoạt động kinh doanh và tối ưu hiệu quả sử dụng vốn, qua đó cải thiện dòng tiền, lợi nhuận và gia tăng giá trị cho nhà đầu tư. Đồng thời, Công ty luôn duy trì nguồn lực tài chính chủ động và đảm bảo thanh khoản để triển khai hoạt động cốt lõi cũng như đáp ứng đầy đủ nghĩa vụ tài chính. Các khoản đầu tư tài chính được Công ty lựa chọn thận trọng, phân bổ phù hợp với nhu cầu thanh khoản. Chi tiết danh mục đầu tư và đánh giá của Công ty về rủi ro liên quan được cụ thể như sau:

Đầu tư tài chính nắm giữ đến ngày đáo hạn (Hợp nhất)

Đơn vị: Triệu đồng

STT	Chỉ tiêu	31/12/2024	31/12/2025	31/03/2026
I	Ngắn hạn	19.463.431	20.414.245	25.255.709
1	Tiền gửi có kỳ hạn	13.214.115	13.626.300	14.185.338
2	Đầu tư khác(*)	6.249.316	6.787.945	11.070.371
II	Dài hạn	-	1.400.000	1.499.502
1	Đầu tư khác(*)	-	1.400.000	1.499.502
	Tổng cộng	19.463.431	21.814.245	26.755.211

Nguồn: BCTC kiểm toán hợp nhất 2024 và 2025, BCTC hợp nhất Q1/2026 của Công ty

(*) Các khoản đầu tư khác nắm giữ đến ngày đáo hạn được trình bày trên báo cáo tài chính hợp nhất năm 2024 và 2025 chủ yếu bao gồm trái phiếu doanh nghiệp và sản phẩm đầu tư khác được phân loại tại bảng bên dưới, nhờ dòng tiền từ hoạt động kinh doanh duy trì ổn định, Công ty tích lũy được lượng tiền nhàn rỗi đáng kể. Do đó, với mục tiêu tối ưu hóa hiệu quả sử dụng vốn, Công ty chủ động tìm kiếm các cơ hội đầu tư bên ngoài nhằm gia tăng thu nhập tài chính. Công ty ưu tiên lựa chọn các sản phẩm có mức độ rủi ro thấp, do các tổ chức hoạt động trong những lĩnh vực có khung pháp lý rõ ràng và minh bạch về tài chính như ngân hàng, chứng khoán, v.v. cung cấp. Chi tiết như sau:

Phân loại các khoản đầu tư khác nắm giữ đến ngày đáo hạn theo kỳ hạn

Đơn vị: Triệu đồng

	Tại 31/12/2024		Tại 31/12/2025	
	Số dư	Tỷ lệ (%)	Số dư	Tỷ lệ (%)
Ngắn hạn (3 tháng – 1 năm)	6.249.316	100,0%	6.787.945	82,9%
Dài hạn (2 năm – 7 năm)		-	1.400.000	17,1%
Tổng cộng	6.249.316	100,0%	8.187.945	100,0%

Nguồn: DMX

Phân loại các khoản đầu tư khác nắm giữ đến ngày đáo hạn theo loại sản phẩm đầu tư

Đơn vị: Triệu đồng

Phân loại	Tại 31/12/2024		Tại 31/12/2025	
	Số dư	Tỷ lệ (%)	Số dư	Tỷ lệ (%)
Trái phiếu				

Phân loại	Tại 31/12/2024		Tại 31/12/2025	
	Số dư	Tỷ lệ (%)	Số dư	Tỷ lệ (%)
Ngành Ngân hàng	2.025.256	32,4%	2.844.715	34,7%
Ngành Chứng khoán	512.138	8,2%	2.276.972	27,8%
Ngành Bất động sản	843.717	13,5%	756.249	9,2%
Ngành Du lịch và nghỉ dưỡng	104.377	1,7%	300.000	3,7%
Ngành Sản xuất ô tô	505.131	8,1%	208.600	2,5%
Ngành Năng lượng	87.238	1,4%	207.271	2,5%
Các công ty đa ngành	474.221	7,6%	161.211	2,0%
Ngành Bất động sản khu công nghiệp	100.662	1,6%	102.927	1,3%
Ngành Nông nghiệp	495.936	7,9%	-	-
Ngành tiêu dùng	50.640	0,8%	-	-
Sản phẩm đầu tư khác				
Do công ty chứng khoán phát hành	1.050.000	16,8%	1.330.000	16,2%
Tổng cộng	6.249.316	100,0%	8.187.945	100,0%

Nguồn: DMX

Các khoản đầu tư khác nắm giữ đến ngày đáo hạn được trình bày ở bảng trên bao gồm:

- Các khoản trái phiếu dài hạn nắm giữ và đầu tư khác có kỳ hạn từ 3 tháng đến 1 năm và hưởng lãi suất áp dụng.
- Các khoản trái phiếu nắm giữ có kỳ hạn từ 2 năm đến 7 năm và hưởng lãi suất áp dụng.

Hoạt động đầu tư trái phiếu của Công ty được triển khai với mục tiêu tối ưu hóa việc sử dụng dòng tiền, qua đó nâng cao hiệu quả quản lý vốn và gia tăng thu nhập tài chính ổn định. Bên cạnh đó, việc đầu tư vào các công cụ nợ có chất lượng cao giúp Công ty tạo thêm giá trị cho cổ đông, thông qua việc cải thiện lợi nhuận và tối ưu hóa cơ cấu tài sản trong khi vẫn duy trì mức độ rủi ro hợp lý. Đồng thời, thông qua việc tham gia vào thị trường trái phiếu, đặc biệt là trái phiếu doanh nghiệp và các tổ chức tài chính uy tín, Công ty góp phần hỗ trợ thanh khoản và thúc đẩy sự phát triển của thị trường tài chính Việt Nam, phù hợp với định hướng phát triển dài hạn của nền kinh tế.

Các khoản đầu tư trái phiếu của Công ty có thể phát sinh một số rủi ro tài chính, bao gồm rủi ro tín dụng, rủi ro thanh khoản, và rủi ro lãi suất, đặc biệt trong bối cảnh thị trường trái phiếu doanh nghiệp còn tiềm ẩn các biến động. Tuy nhiên, các rủi ro này được Công ty đánh giá là không cao và trong tầm kiểm soát nhờ vào việc đầu tư thận trọng kèm theo các quy tắc phòng ngừa rủi ro rõ ràng. Cụ thể, Công ty duy trì tỷ trọng đầu tư trái phiếu ở mức giới hạn dưới 15% tổng tài sản (đạt 12,6% trong năm 2024 và 14,4% trong năm 2025), qua đó hạn chế tác động tiêu cực tiềm tàng đến tình hình tài chính tổng thể.

Về rủi ro tín dụng, Công ty lựa chọn trái phiếu của các tổ chức phát hành uy tín, có lịch sử tài chính lành mạnh và khả năng trả nợ ổn định, qua đó giảm thiểu nguy cơ mất vốn hoặc chậm thanh toán. Đồng thời, danh mục đầu tư được tập trung chủ yếu vào trái phiếu ngắn hạn (kỳ hạn dưới 1 năm), giúp hạn chế rủi ro thanh khoản và rủi ro lãi suất.

Trong năm 2025, Công ty có mở rộng đầu tư trái phiếu dài hạn, tuy nhiên tỷ trọng vẫn được kiểm soát ở mức hợp lý (chiếm khoảng 17% danh mục trái phiếu). Các khoản đầu tư dài hạn này chỉ tập trung vào trái phiếu do các ngân hàng và công ty chứng khoán phát hành, là các tổ chức có mức độ tín nhiệm cao và chịu sự giám sát chặt chẽ, qua đó đảm bảo chất lượng danh mục.

Việc phân bổ danh mục trái phiếu theo lĩnh vực cũng được Công ty lựa chọn theo hướng thận trọng và có chọn lọc. Cụ thể, Công ty ưu tiên đầu tư vào các tổ chức phát hành có nền tảng tài chính vững mạnh và dòng tiền ổn định, trong đó nhóm ngân hàng và công ty chứng khoán chiếm tỷ trọng chủ đạo trong danh mục. Tỷ trọng của nhóm này đã tăng từ 57% trong năm 2024 lên 79% trong năm 2025, phản ánh định hướng nâng cao chất lượng tín dụng và tính an toàn của danh mục đầu tư.

Bên cạnh đó, Công ty thực hiện đa dạng hóa ngành nghề và chủ động giảm mức độ tập trung vào các lĩnh vực tiềm ẩn rủi ro cao hơn. Cụ thể, tỷ trọng trái phiếu bất động sản đã giảm từ 14% xuống 9% trong cùng giai đoạn, qua đó hạn chế rủi ro chu kỳ và cải thiện tính thanh khoản của danh mục.

Trên cơ sở này, Công ty duy trì cách tiếp cận đầu tư trái phiếu theo hướng thận trọng, ưu tiên bảo toàn vốn và đảm bảo thanh khoản, đồng thời tận dụng hiệu quả nguồn vốn nhàn rỗi để gia tăng thu nhập tài chính trong phạm vi rủi ro chấp nhận được.

(**) Biến động hàng tồn kho 2025 tăng mạnh do Công ty chủ động gia tăng quy mô hàng tồn kho và mở rộng hoạt động mua hàng nhằm đáp ứng nhu cầu tiêu thụ tăng cao tại các ngành hàng trọng điểm, bao gồm nhóm sản phẩm điện thoại di động, máy tính bảng và máy tính xách tay, v.v

Trong năm 2025, giá trị hàng tồn kho tăng chủ yếu gắn với chiến lược chủ động đảm bảo nguồn cung nhằm đáp ứng nhu cầu tại các ngành hàng trọng điểm, đặc biệt là nhóm sản phẩm công nghệ cao như điện thoại di động, máy tính bảng và máy tính xách tay. Nhu cầu thị trường đối với các sản phẩm này được thúc đẩy bởi xu hướng nâng cấp thiết bị, sự ra mắt các dòng sản phẩm mới cũng như chu kỳ thay thế thiết bị, qua đó kéo theo nhu cầu dự trữ hàng hóa ở mức cao hơn để đảm bảo khả năng đáp ứng kịp thời. Ngoài ra, nhu cầu đối với các sản phẩm điện máy thường gia tăng vào các giai đoạn cao điểm trong năm (như dịp lễ, Tết hoặc mùa nắng nóng), dẫn đến việc Công ty cần chuẩn bị trước nguồn hàng để đảm bảo khả năng đáp ứng thị trường và phát triển doanh thu.

Kết quả cho thấy vòng quay hàng tồn kho năm 2025 có sự cải thiện nhờ tốc độ tiêu thụ nhanh của các sản phẩm chính như điện thoại di động, thiết bị điện tử, gia dụng, máy tính xách tay, v.v. Tăng từ 4,2 vòng quay năm 2024 lên 4,4 vòng quay năm 2025, tương đương với việc thời gian lưu kho bình quân được rút ngắn, cho thấy hàng hóa được tiêu thụ nhanh hơn và dòng vốn lưu động được quay vòng hiệu quả hơn. Trong khi đó, mặt hàng phụ kiện vì đặc thù sản phẩm có giá trị thấp hơn, danh mục đa dạng và cần liên tục cập nhật theo sản phẩm mới nên số ngày tồn kho của nhóm sản phẩm này thường lâu hơn so với các sản phẩm chủ lực của Công ty.

Hàng tồn kho tại 31/12/2024 và 31/12/2025 và 31/03/2026 (Hợp nhất)

Đơn vị: Triệu đồng

	31/12/2024	31/12/2025	31/03/2026	% Tăng (giảm) 25/24
Điện thoại di động	6.308.559	10.436.900	9.079.371	65%
Thiết bị điện tử	5.642.434	5.455.503	6.201.895	-3%
Thiết bị gia dụng	2.987.823	3.278.784	3.475.420	10%
Máy tính xách tay	1.394.857	2.038.788	2.695.952	46%
Phụ kiện	1.135.937	1.332.468	1.394.358	17%
Máy tính bảng	246.874	381.398	332.680	54%
Đồng hồ mắt kính	183.440	181.715	202.069	-1%
Vật tư lắp đặt	-	99.658	218.083	Không áp dụng
Dược phẩm	430.955	-	-	Không áp dụng
Vitamin và thực phẩm chức năng	114.364	-	-	Không áp dụng
Mỹ phẩm	42.490	-	-	Không áp dụng
Trang thiết bị y tế cá nhân	30.178	-	-	Không áp dụng
Hàng hóa khác	350.802	163.481	203.651	-53%
Tổng cộng	18.868.714	23.368.696	23.803.479	24%
Dự phòng giảm giá hàng tồn kho	(423.098)	(609.594)	(749.032)	44%
Giá trị thuần	18.445.616	22.759.102	23.054.447	23%

Nguồn: BCTC kiểm toán hợp nhất 2024 và 2025, BCTC hợp nhất Q1/2026 của Công ty

Công ty đánh giá rủi ro liên quan đến hàng tồn kho, bao gồm các mặt hàng có tính chất đặc thù, được kiểm soát ở mức thấp. Đánh giá này dựa trên những yếu tố sau:

- Chất lượng tiêu thụ hàng hóa duy trì tích cực gắn liền với đà tăng trưởng mạnh tại các ngành hàng công nghệ chủ lực như điện thoại di động, máy tính bảng và máy tính xách tay, phản ánh nhu cầu thị trường thực tế. Các yếu tố như chu kỳ nâng cấp thiết bị, xu hướng công nghệ mới và hoạt động bán hàng theo mùa đã hỗ trợ sức mua, qua đó giúp hàng hóa được tiêu thụ với tốc độ tốt.
- Hiệu quả bán hàng và năng lực triển khai tại điểm bán đóng vai trò quan trọng trong việc duy trì tốc độ luân chuyển hàng tồn kho. Đội ngũ bán hàng, kết hợp với các chương trình thúc đẩy tiêu thụ và định hướng danh mục sản phẩm phù hợp với từng tập khách hàng, đã góp phần chuyển hóa hàng tồn kho thành doanh thu trong thời gian ngắn, hạn chế rủi ro tồn đọng hoặc giảm giá trị.
- Công ty sở hữu hệ thống quản trị hàng tồn kho tương đối hoàn thiện, bao gồm việc ứng dụng các công cụ dự báo nhu cầu, hệ thống ERP và cơ chế điều phối hàng hóa nội bộ, qua đó tối ưu hóa phân bổ tồn kho theo khu vực và điểm bán. Đồng thời, Công ty thực hiện kiểm soát vòng đời sản phẩm và đánh giá định kỳ để trích lập dự phòng khi cần thiết.

Trên cơ sở các yếu tố nêu trên, mặc dù quy mô hàng tồn kho tăng theo chiến lược kinh doanh, Công ty vẫn duy trì khả năng kiểm soát rủi ro hiệu quả, đặc biệt đối với các nhóm sản phẩm có đặc thù trong ngành bán lẻ thiết bị công nghệ.

Về biến động trích lập dự phòng giảm giá hàng tồn kho trong năm 2024 chủ yếu đến từ mặt hàng phụ kiện. Vòng quay hàng tồn kho của mặt hàng phụ kiện trong năm 2024 là 2,8 vòng thấp hơn nhiều so với vòng quay hàng tồn kho của toàn Công ty trong năm 2024 là 4,2. Đây là nhóm sản phẩm có vòng đời ngắn, chịu ảnh hưởng lớn từ xu hướng tiêu dùng và tốc độ đổi mới sản phẩm chính như điện thoại, laptop, điện máy, v.v., do đó có rủi ro về lỗi thời, chậm luân chuyển, dẫn đến việc trích lập dự phòng giảm giá hàng tồn kho tăng trong năm 2024.

Trích lập dự phòng giảm giá hàng tồn kho trong năm 2024 (Hợp nhất)

	31/12/2023 (Chưa kiểm toán)	31/12/2024 (Đã kiểm toán)
Số dư đầu năm (chưa kiểm toán)	(362.054)	(204.449)
Cộng: Dự phòng trích lập trong năm	(204.449)	(423.098)
Trừ: Sử dụng và hoàn nhập dự phòng trong năm	362.054	204.449
Số dư cuối năm	(204.449)	(423.098)

Nguồn: BCTC hợp nhất 2023 và 2024 của Công ty

Tình hình sử dụng vốn điều lệ, vốn kinh doanh (Riêng lẻ)

Đơn vị: Triệu đồng

STT	Chỉ tiêu	31/12/2024	31/12/2025	31/03/2026
I	Tài sản ngắn hạn	45.902.381	52.547.391	52.643.317

STT	Chỉ tiêu	31/12/2024	31/12/2025	31/03/2026
1	Tiền và các khoản tương đương tiền	3.754.806	3.403.398	3.196.851
2	Đầu tư tài chính ngắn hạn	19.102.381	19.899.245 ⁽¹⁾	24.626.681
3	Các khoản phải thu ngắn hạn	4.936.885	6.066.737 ⁽¹⁾	1.587.874
4	Hàng tồn kho	17.799.510	22.644.526	22.824.036
5	Tài sản ngắn hạn khác	308.800	533.486	407.876
II	Tài sản dài hạn	4.330.406	3.796.460	4.105.212
1	Phải thu dài hạn	249.489	238.569	242.148
2	Tài sản cố định	1.432.228	773.989	688.924
3	Tài sản dở dang dài hạn	4.942	54.109	10.252
4	Đầu tư tài chính dài hạn	2.365.056	2.291.403	2.513.296
5	Tài sản dài hạn khác	278.692	438.389	650.593
	Tổng cộng	50.232.787	56.343.851	56.748.530

Nguồn: BCTC kiểm toán riêng lẻ 2024 và 2025, BCTC riêng lẻ Q1/2026 của Công ty

- (i) Ngày 27 tháng 10 năm 2025, Bộ Tài chính đã ban hành Thông tư số 99/2025/TT-BTC hướng dẫn Chế độ kế toán doanh nghiệp (“Thông tư 99”), thay thế Thông tư số 200/2014/TT BTC hướng dẫn Chế độ kế toán doanh nghiệp do Bộ Tài chính ban hành ngày 22 tháng 12 năm 2014 và một số quy định khác có liên quan. Thông tư 99 có hiệu lực từ ngày 1 tháng 1 năm 2026. Một số dữ liệu tương ứng trong báo cáo tình hình tài chính tại ngày 31 tháng 12 năm 2025, đã được phân loại lại cho phù hợp với cách trình bày theo hướng dẫn của Thông tư 99 của báo cáo tài chính của kỳ này. Chi tiết như sau:

Khoản mục	31/12/2025 (đã được trình bày trước đây)	Trình bày lại	31/12/2025 (được trình bày lại)
Đầu tư nắm giữ đến ngày đáo hạn	19.899.244.731.666	4.696.319.967.713	24.595.564.699.379
Phải thu về cho vay ngắn hạn	4.055.000.000.000	(4.055.000.000.000)	-
Phải thu ngắn hạn khác	1.612.883.874.634	(641.319.967.713)	971.563.906.921

Nguồn: BCTC riêng lẻ Q1/2026 của Công ty

2.1.2 Trích khấu hao tài sản cố định

Khấu hao tài sản cố định hữu hình và hao mòn tài sản cố định vô hình được trích theo phương pháp khấu hao đường thẳng trong suốt thời gian hữu dụng ước tính của các tài sản như sau:

▪ Nhà cửa, vật kiến trúc	:	5 năm
▪ Phương tiện vận tải	:	6 năm
▪ Thiết bị văn phòng	:	3 – 8 năm
▪ Phần mềm máy tính	:	4 năm
▪ Quyền sử dụng đất	:	Vô thời hạn

Công ty cam kết việc thực hiện thời gian khấu hao phù hợp với quy định tại Thông tư số 45/2013/TT-BTC ngày 25/04/2013 của Bộ Tài chính về hướng dẫn chế độ quản lý, sử dụng và trích khấu hao tài sản cố định và Thông tư 147/2016/TT-BTC ngày 13/10/2016 về sửa đổi và bổ sung một số điều của Thông tư 45/2013/TT-BTC ngày 25/04/2013 của Bộ Tài chính về hướng dẫn chế độ quản lý, sử dụng và trích khấu hao tài sản cố định. Chính sách trích khấu hao của Công ty được thực hiện xuyên suốt, không thay đổi theo quy định của pháp luật.

2.1.3 Mức lương bình quân

Mức lương bình quân của người lao động trong Công ty trong hai năm gần nhất và đến thời điểm hiện tại như sau:

Mức lương bình quân của Công ty (Hợp nhất)

Đơn vị: Đồng

Chỉ tiêu	Năm 2024	Năm 2025	31/03/2026
Mức lương bình quân (đồng/người/tháng)	18.349.434	19.199.966	21.677.421

Nguồn: DMX

Mức lương bình quân của người lao động của Công ty trong năm 2024, năm 2025 lần lượt là: 18,3 triệu đồng/người/tháng và 19,2 triệu đồng/người/tháng. Trong Quý 1/2026, mức lương bình quân của người lao động là 21,7 triệu đồng/người/tháng.

Căn cứ theo Nghị định 38/2022/NĐ-CP quy định mức lương tối thiểu đối với người lao động làm việc theo hợp đồng lao động áp dụng từ ngày 01/07/2022, mức lương tối thiểu tại Việt Nam dao động từ 3,25 triệu đồng/người/tháng đến 4,68 triệu đồng/người/tháng.

Căn cứ theo Nghị định 74/2024/NĐ-CP quy định mức lương tối thiểu của người lao động làm việc theo hợp đồng lao động áp dụng từ ngày 01/07/2024, mức lương bình quân tối thiểu tại Việt Nam dao động trong khoảng 3,45 triệu đồng/người/tháng đến 4,96 triệu đồng/người/tháng.

Căn cứ theo số liệu của Cục Thống kê, thu nhập bình quân đầu người tại Việt Nam năm 2024 và 2025 lần lượt là 5,4 triệu đồng/người/tháng và 5,9 triệu đồng/người/tháng²⁶.

Theo đó, mức lương bình quân của người lao động trong Công ty trong giai đoạn hai năm gần nhất và đến hiện tại cao hơn mức tối thiểu được quy định bởi pháp luật.

2.1.4 Tình hình công nợ

Tình hình công nợ của Công ty (Hợp nhất)

Đơn vị: Triệu đồng

Chỉ tiêu	31/12/2024	31/12/2025	31/03/2026	% Tăng/(giảm) 2025-2024
Tổng các khoản phải thu và cho vay	5.261.724	6.503.611	1.854.406	23,6%
Tổng số nợ phải trả (bao gồm dư nợ vay)	29.955.726	39.115.666	37.307.872	30,6%

Nguồn: BCTC kiểm toán hợp nhất 2024 và 2025, BCTC hợp nhất Q1/2026 của Công ty

Tình hình công nợ của Công ty (Riêng lẻ)

Đơn vị: Triệu đồng

Chỉ tiêu	31/12/2024	31/12/2025	31/03/2026	% Tăng/(giảm) 2025-2024
Tổng các khoản phải thu và cho vay	5.186.373	6.305.306	1.830.022	21,6%
Tổng số nợ phải trả (bao gồm dư nợ vay)	29.630.944	38.523.035	36.747.605	30,0%

Nguồn: BCTC kiểm toán riêng lẻ 2024 và 2025, BCTC riêng lẻ Q1/2026 của Công ty

²⁶ <https://thuvienphapluat.vn/chinh-sach-phap-luat-moi/vn/ho-tro-phap-luat/chinh-sach-moi/102644/thong-ke-thu-nhap-binh-quan-cua-nguoi-lao-dong-nam-2025>

2.1.5 Các khoản phải thu

Các khoản phải thu của Công ty (Hợp nhất)

Đơn vị: Triệu đồng

Chỉ tiêu	31/12/2024	31/12/2025	31/03/2026	% Tăng/(giảm) 2025-2024
Các khoản phải thu ngắn hạn	5.005.017	6.264.834	1.612.051	25,2%
Phải thu ngắn hạn của khách hàng	241.769	394.564	293.386	63,2%
Trả trước cho người bán ngắn hạn	7.626	40.298	27.494	428,5%
Phải thu về cho vay ngắn (*)	3.198.000	4.180.000	-	30,7%
Phải thu ngắn hạn khác	1.557.622	1.649.972	1.291.171	5,9%
Các khoản phải thu dài hạn	256.708	238.776	242.355	-7,0%
Phải thu dài hạn khác	256.708	238.776	242.355	-7,0%
Tổng các khoản phải thu	5.261.724	6.503.611	1.854.406	23,6%

Nguồn: BCTC kiểm toán hợp nhất 2024 và 2025, BCTC hợp nhất Q1/2026 của Công ty

(*) Các khoản phải thu về cho vay ngắn hạn ghi nhận trên báo cáo tài chính hợp nhất năm 2024 và 2025 chủ yếu phát sinh từ các khoản cho vay đối với nhóm công ty hoạt động trong lĩnh vực chứng khoán, lần lượt chiếm 76,5% và 95,2% tổng dư nợ cho vay ngắn hạn tại từng thời điểm. Bên cạnh đó, Công ty cũng phát sinh các khoản cho vay đối với một số doanh nghiệp hoạt động trong lĩnh vực dịch vụ tài chính, tuy nhiên tỷ trọng không đáng kể, tương ứng chiếm 23,5% năm 2024 và 4,8% năm 2025. Chi tiết cơ cấu theo phân loại theo loại công ty được trình bày như sau:

Đơn vị: Triệu đồng

Phân loại	Tại 31/12/2024		Biến động trong năm 2025		Tại 31/12/2025	
	Số dư	Tỷ lệ (%)	Tăng	Giảm	Số dư	Tỷ lệ (%)
Cho vay các công ty cổ phần chứng khoán	2.448.000	76,5%	6.397.600	(4.865.600)	3.980.000	95,2%
Cho vay công ty ngành dịch vụ tài chính	750.000	23,5%	-	(550.000)	200.000	4,8%
Tổng cộng	3.198.000	100,0%	6.397.600	(5.415.600)	4.180.000	100,0%

Nguồn: DMX

Tại thời điểm 31/12/2024 và 31/12/2025, số dư các khoản phải thu về cho vay ngắn hạn của Công ty lần lượt đạt 3.180 tỷ đồng (tương đương 3,4% doanh thu thuần) và 4.180 tỷ đồng (tương đương

3,8% doanh thu thuần). Các khoản cho vay này chủ yếu được cấp cho các công ty chứng khoán – nhóm đối tác có nhu cầu vốn ngắn hạn cao và khả năng quay vòng nhanh với kỳ hạn dưới 12 tháng, phù hợp với chiến lược quản trị thanh khoản linh hoạt của Công ty. Đồng thời, đây cũng là công cụ tối ưu hóa nguồn tiền và đa dạng hóa nguồn doanh thu tài chính ngoài việc đầu tư trái phiếu.

Bên cạnh lợi ích về hiệu quả sử dụng vốn, hoạt động cho vay ngắn hạn có thể phát sinh một số rủi ro, bao gồm rủi ro tín dụng, rủi ro thanh khoản và rủi ro tập trung đối tác. Tuy nhiên, các rủi ro này được đánh giá ở mức thấp và trong tầm kiểm soát, nhờ định hướng triển khai thận trọng và cơ chế quản trị chặt chẽ.

Cụ thể, Công ty cho vay các công ty chứng khoán hoạt động trong hành lang pháp lý vững chắc, chịu sự giám sát của cơ quan quản lý và tuân thủ các tiêu chuẩn về an toàn tài chính và thanh khoản. Đây là nhóm đối tác có quy trình nghiệp vụ rõ ràng, dòng tiền luân chuyển nhanh và khả năng thu hồi vốn cao, qua đó giảm thiểu đáng kể rủi ro tín dụng.

Đồng thời, Công ty cũng chú trọng kiểm soát rủi ro thông qua việc lựa chọn đối tác phù hợp, bao gồm đánh giá năng lực tài chính, theo dõi liên tục tình hình hoạt động của bên vay nhằm bảo vệ quyền lợi của Công ty. Việc duy trì kỳ hạn cho vay ngắn cũng giúp tăng tính linh hoạt trong điều phối dòng tiền, hạn chế rủi ro biến động thị trường và đảm bảo khả năng thu hồi vốn kịp thời.

Trên cơ sở đó, danh mục cho vay ngắn hạn không chỉ mang lại lợi suất cạnh tranh và ổn định, mà còn được quản trị theo hướng an toàn, kiểm soát rủi ro hiệu quả, phù hợp với khẩu vị rủi ro và chiến lược quản lý vốn tổng thể của Công ty.

Các khoản phải thu của Công ty (Riêng lẻ)

Đơn vị: Triệu đồng

Chi tiêu	31/12/2024	31/12/2025	31/03/2026	% Tăng/(giảm) 2025-2024
Các khoản phải thu ngắn hạn	4.936.884	6.066.738	1.587.874	22,9%
Phải thu ngắn hạn của khách hàng	242.858	379.183	286.626	56,1%
Trả trước cho người bán ngắn hạn	7.159	19.671	27.009	174,8%
Phải thu về cho vay ngắn hạn	3.148.000	4.055.000	-	28,8%
Phải thu ngắn hạn khác	1.538.867	1.612.884	1.274.238	4,8%
Các khoản phải thu dài hạn	249.489	238.569	242.148	-4,4%
Phải thu dài hạn khác	249.489	238.569	242.148	-4,4%
Tổng các khoản phải thu	5.186.373	6.305.307	1.830.022	21,6%

Nguồn: BCTC kiểm toán riêng lẻ 2024 và 2025, BCTC riêng lẻ Q1/2026 của Công ty

Tính đến thời điểm của Bản cáo bạch này, Công ty không có khoản phải thu quá hạn nào.

Tổng các khoản phải thu của Công ty hợp nhất đạt 6.504 tỷ đồng tại cuối năm 2025, tăng 21,6% từ mức 5.262 tỷ đồng tại cuối năm 2024. Biến động tăng này chủ yếu đến từ:

- Phải thu ngắn hạn của khách hàng tăng 153 tỷ đồng (tương ứng tăng trưởng 56,1% so với cùng kỳ), đạt 379 tỷ đồng tại cuối năm 2025. Nguyên nhân chủ yếu đến từ việc Công ty ghi nhận các khoản phải thu ngắn hạn đạt 131 tỷ đồng từ việc bán hàng hoá cho Công ty TNHH Thương mại Avakids (một công ty liên quan là công ty con của MWG) nhằm phục vụ mục đích chuyển dịch hàng hoá liên quan tới hoạt động vận hành của thương hiệu Avakids do quyết định tái cấu trúc của Công ty mẹ MWG.
- Phải thu về cho vay ngắn hạn tăng 982 tỷ đồng (tương ứng tăng trưởng 28,8% so với cùng kỳ), đạt 4.180 tỷ đồng tại cuối năm 2025, chủ yếu do Công ty thực hiện cho vay với các đối tác nhằm tối ưu hoá nguồn tiền hiệu hữu, gia tăng nguồn thu từ lãi vay và đồng thời củng cố quan hệ hợp tác phục vụ định hướng phát triển kinh doanh dài hạn.
- Phải thu ngắn hạn khác tăng 92 tỷ đồng (tương ứng tăng trưởng 4,8% so với cùng kỳ), đạt 1.613 tỷ đồng tại cuối năm 2025. Biến động này chủ yếu đến từ 178 tỷ đồng gia tăng từ lãi tiền gửi và cho vay đạt 652 tỷ đồng trong năm 2025, tương ứng tăng trưởng 37,6% từ 474 tỷ đồng tại thời điểm cuối năm 2024. Mức tăng này được bù trừ bởi mức giảm 110 tỷ đồng từ các khoản phải thu khác từ nhà cung cấp liên quan đến các khoản chiết khấu thương mại và chiết khấu thanh toán, dẫn đến số dư phải thu khác từ các nhà cung cấp đạt 923 tỷ đồng tại cuối năm 2025, giảm so với 1.034 tỷ đồng tại cuối năm 2024.

Tổng các khoản phải thu của Công ty hợp nhất đạt 1.854 tỷ đồng tại ngày 31/03/2026, giảm so với mức 6.504 tỷ đồng tại cuối năm 2025. Biến động giảm này chủ yếu đến từ việc phân loại lại số tiền Phải thu về cho vay ngắn hạn sang khoản mục đầu tư nắm giữ đến ngày đáo hạn theo quy định mới tại Thông tư 99 (số dư các khoản phải thu cho vay được phân loại lại tại 31/12/2025 là 4.180 tỷ đồng và số dư tại 31/3/2026 là 4.403 tỷ đồng)

2.1.6 Các khoản phải trả

Các khoản phải trả của Công ty (Hợp nhất)

Đơn vị: Triệu đồng

Chỉ tiêu	31/12/2024	31/12/2025	31/03/2026	% Tăng/(giảm) 2025-2024
Nợ phải trả				
1. Nợ phải trả ngắn hạn	29.955.726	39.115.666	37.307.872	30,6%
Phải trả người bán ngắn hạn	6.325.110	9.701.594	8.598.547	53,4%
Người mua trả tiền trước ngắn hạn	88.507	210.361	192.515	137,7%
Thuế và các khoản phải nộp Nhà nước	585.548	811.242	776.657	38,5%

Chỉ tiêu	31/12/2024	31/12/2025	31/03/2026	% Tăng/(giảm) 2025-2024
Phải trả người lao động	141.425	190.068	166.991	34,4%
Chi phí phải trả ngắn (*)	2.109.806	3.304.054	3.290.179	56,6%
Doanh thu chưa thực hiện ngắn hạn	21.723	536.937	612.716	2371,7%
Phải trả ngắn hạn khác	683.194	842.798	1.412.995	23,4%
Vay và nợ thuê tài chính ngắn hạn	19.930.173	23.429.114	22.158.891	17,6%
Dự phòng phải trả ngắn hạn	70.240	89.498	98.381	27,4%
2. Nợ phải trả dài hạn	-	-	-	0,0%
Tổng cộng	29.955.726	39.115.666	37.307.872	30,6%

Nguồn: BCTC kiểm toán hợp nhất 2024 và 2025, BCTC hợp nhất Q1/2026 của Công ty

(*) Chi phí phải trả ngắn hạn (Hợp nhất)

Đơn vị: Triệu đồng

	31/12/2023 (chưa kiểm toán)	31/12/2024 (Đã kiểm toán)	31/12/2025 (Đã kiểm toán)	31/03/2026	% Tăng giảm 23/24	% Tăng giảm 25/24
Thưởng nhân viên	375.221	1.539.706	2.479.282	2.338.005	310%	61%
Chi phí tiếp thị quảng cáo	109.088	224.958	365.570	429.801	106%	63%
Chi phí hỗ trợ lãi suất	77.444	118.427	172.645	199.539	53%	46%
Các khoản phải trả nhân viên	18.735	81.764	80.137	95.757	336%	-2%
Chi phí lãi vay	42.248	55.468	73.960	83.162	31%	33%
Chi phí tiện ích	64.794	51.253	65.782	91.546	-21%	28%
Khác	30.372	38.230	66.677	52.368	26%	74%
Tổng	717.902	2.109.806	3.304.054	3.290.179	194%	57%

Nguồn: BCTC kiểm toán hợp nhất 2024 và 2025, BCTC hợp nhất Q1/2026 của Công ty

Năm 2024, Công ty ghi nhận sự phục hồi rõ nét so với năm 2023 với kết quả kinh doanh khả quan hơn, thể hiện qua Lợi nhuận sau thuế hợp nhất tăng trưởng 176% so với cùng kỳ. Kết quả này nhờ

vào sự thành công của chiến lược tái cấu trúc lại Công ty. Theo đó, Công ty thực hiện đóng cửa các cửa hàng hoạt động không hiệu quả, đồng thời gia tăng hiệu quả hoạt động và doanh số bán hàng của từng cửa hàng thông qua việc quản trị nhân sự, và tối ưu chi phí vận hành. Bên cạnh đó, Công ty cũng chủ động gia tăng đầu tư cho các hoạt động tiếp thị và quảng cáo nhằm thúc đẩy nhận diện thương hiệu và kích cầu tiêu dùng, đặc biệt trong các mùa bán hàng cao điểm trong năm. Đồng thời, chi phí thưởng cho nhân viên vào cuối năm 2024 tăng so với 2023 thể hiện việc ghi nhận đóng góp của đội ngũ nhân sự trong việc đối với các kết quả kinh doanh vượt trội đạt được trong năm 2024 và tạo động lực cho tăng trưởng trong các năm tiếp theo.

Chi phí thưởng tại thời điểm cuối năm 2025 tiếp tục tăng so với năm 2024 nhờ Công ty tiếp tục duy trì đà tăng trưởng tích cực sau quá trình tái cấu trúc thành công trong năm trước, thể hiện qua Lợi nhuận sau thuế hợp nhất tăng trưởng 56,1% so với năm 2024. Bên cạnh đó, Công ty tiếp tục gia tăng đầu tư cho các hoạt động tiếp thị, quảng bá thương hiệu và các chương trình kích cầu bán hàng nhằm mở rộng thị phần và thúc đẩy doanh thu trong các mùa bán hàng cao điểm.

() Vay và nợ thuê tài chính ngắn hạn (Hợp nhất)**

Đơn vị: Triệu đồng

Vay ngắn hạn	Tại 31/12/2024		Biến động trong năm 2025		Tại 31/12/2025	
	Giá trị	Số có khả năng trả nợ	Tăng	Giảm	Giá trị	Số có khả năng trả nợ
Ngân hàng thương mại cổ phần	9.115.201	9.115.201	38.371.042	(38.268.469)	9.217.775	9.217.775
Chi nhánh ngân hàng nước ngoài tại Việt Nam	10.814.971	10.814.971	44.024.213	(41.566.089)	13.273.095	13.273.095
Ngân hàng nước ngoài	-	-	2.049.700	(1.111.455)	938.245	938.245
Tổng cộng	19.930.173	19.930.173	84.444.955	(80.946.013)	23.429.114	23.429.114

Nguồn: DMX

Số dư vay ngắn hạn bao gồm các khoản vay để bổ sung vốn phục vụ hoạt động kinh doanh của Công ty.

Thời hạn vay tại các ngân hàng này trong khoảng từ 3 tháng đến 6 tháng.

Tất cả các khoản vay ngắn hạn ngân hàng của Nhóm Công ty được nêu đều không có tài sản đảm bảo và được sử dụng với mục đích bổ sung vốn lưu động.

(***) Doanh thu chưa thực hiện ngắn hạn tại 31/12/2025 bao gồm các gói bảo hành mở rộng, bảo dưỡng dài hạn mới được triển khai trong năm 2025. Bắt đầu từ năm 2025, Công ty giới thiệu các

gói bảo hành mở rộng bán kèm theo sản phẩm. Theo đó, phần giá trị dịch vụ bảo hành tương ứng với các nghĩa vụ thực hiện trong tương lai được ghi nhận vào doanh thu chưa thực hiện và sẽ được phân bổ dần vào doanh thu theo thời gian cung cấp dịch vụ.

Việc triển khai các gói bảo hành mở rộng này dẫn đến số dư doanh thu chưa thực hiện tại thời điểm cuối năm 2025 tăng đáng kể so với năm 2024. Điều này phản ánh sự thay đổi trong mô hình kinh doanh của Công ty theo hướng gia tăng tỷ trọng doanh thu dịch vụ hậu mãi, đồng thời giúp cải thiện khả năng dự báo dòng tiền và tạo nguồn doanh thu ổn định trong các kỳ tiếp theo.

Doanh thu chưa thực hiện ngắn hạn (Hợp nhất)

Đơn vị: Triệu VND

Chi tiết	Số dư tại cuối năm (đồng)		Thông tin về sản phẩm/dịch vụ cung cấp
	31/12/2024	31/12/2025	
Gói bảo dưỡng máy lọc nước	21.723	195.987	Dịch vụ bảo dưỡng mở rộng
Gói bảo hành sản phẩm điện máy	-	172.913	Dịch vụ bảo hành mở rộng
Gói vệ sinh Máy lạnh	-	147.006	Dịch vụ vệ sinh máy lạnh
Gói bảo hành Đồ gia dụng khác	-	20.469	Dịch vụ bảo hành mở rộng
Gói bảo hành điện thoại	-	561	Dịch vụ bảo hành mở rộng
Tổng	21.723	536.937	

Nguồn: DMX

Ghi chú:

- Các sản phẩm điện máy bao gồm tủ lạnh, tủ đông, tủ mát, máy giặt, máy sấy, máy lạnh, v.v
- Các sản phẩm đồ gia dụng khác bao gồm máy lọc nước, máy nước nóng, máy rửa chén, v.v

Các khoản phải trả của Công ty (Riêng lẻ)

Đơn vị: Triệu đồng

Chỉ tiêu	31/12/2024	31/12/2025	31/03/2026	% Tăng/(giảm) 2025-2024
Nợ phải trả				
1. Nợ phải trả ngắn hạn	29.630.943	38.523.034	36.747.605	30,0%
Phải trả người bán ngắn hạn	6.158.176	9.818.045	8.637.650	59,4%
Người mua trả tiền trước ngắn hạn	88.507	190.584	146.148	115,3%
Thuế và các khoản phải nộp Nhà nước	584.027	788.136	749.584	34,9%

Chỉ tiêu	31/12/2024	31/12/2025	31/03/2026	% Tăng/(giảm) 2025-2024
Phải trả người lao động	132.002	155.621	126.801	17,9%
Chi phí phải trả ngắn hạn	2.081.533	2.950.957	3.049.804	41,8%
Doanh thu chưa thực hiện ngắn hạn	21.723	536.937	612.716	2371,7%
Phải trả ngắn hạn khác	660.361	782.867	1.365.161	18,6%
Vay và nợ thuê tài chính ngắn hạn	19.834.374	23.210.389	21.961.361	17,0%
Dự phòng phải trả ngắn hạn	70.240	89.498	98.381	27,4%
2. Nợ phải trả dài hạn	-	-	-	0,0%
Tổng cộng	29.630.944	38.523.035	36.747.605	30,0%

Nguồn: BCTC kiểm toán riêng lẻ 2024 và 2025, BCTC riêng lẻ Q1/2026 của Công ty

Trong năm 2025, tổng nợ phải trả hợp nhất của Công ty đạt 39.116 tỷ đồng tại ngày 31/12/2025, tăng 30,6% so với mức 29.956 tỷ đồng tại ngày 31/12/2024. Mức tăng này chủ yếu đến từ sự gia tăng của các khoản phải trả người bán, chi phí phải trả và vay nợ ngắn hạn, phản ánh nhu cầu vốn lưu động gia tăng nhằm phục vụ hoạt động kinh doanh mở rộng trong kỳ. Cụ thể:

- Phải trả người bán ngắn hạn đạt 9.702 tỷ đồng tại cuối năm 2025, tăng 53,4% so với mức 6.325 tỷ đồng tại thời điểm cuối năm 2024. Biến động này chủ yếu xuất phát từ việc Công ty chủ động gia tăng quy mô hàng tồn kho và mở rộng hoạt động mua hàng nhằm đáp ứng nhu cầu tiêu thụ tăng cao tại các ngành hàng trọng điểm, bao gồm nhóm sản phẩm điện thoại di động, máy tính bảng và máy tính xách tay, v.v. Theo đó, các khoản phải trả đối với nhà cung cấp tăng tương ứng tại thời điểm cuối kỳ.
- Chi phí phải trả ngắn hạn ghi nhận 3.304 tỷ đồng tại ngày 31/12/2025, tăng 56,6% so với mức 2.110 tỷ đồng tại ngày 31/12/2024. Mức tăng này chủ yếu liên quan đến chi phí thưởng cho người lao động theo cơ chế lương khoán do Công ty ghi nhận kết quả kinh doanh tích cực trong năm 2025, cụ thể chi phí thưởng đạt 2.479 tỷ đồng tại cuối năm 2025, tăng 61,0% so với cùng kỳ cuối năm 2024 là 1.540 tỷ đồng.
- Vay và nợ thuê tài chính ngắn hạn từ các ngân hàng đạt 23.429 tỷ đồng tại ngày 31/12/2025, tăng 17,6% so với 19.930 tỷ đồng tại ngày 31/12/2024. Sự gia tăng này chủ yếu nhằm tài trợ cho nhu cầu vốn lưu động, đặc biệt là phục vụ việc gia tăng hàng tồn kho và mở rộng quy mô nhập hàng trong bối cảnh Công ty đẩy mạnh hoạt động kinh doanh tại các ngành hàng chủ lực.

Đánh giá rủi ro đối với khoản vay và nợ thuê tài chính ngắn hạn:

Các khoản vay và nợ thuê tài chính ngắn hạn gia tăng và có tỷ trọng cao trong nợ phải trả (chiếm 60% trong năm 2025) nhằm phục vụ nhu cầu vốn lưu động, các rủi ro liên quan được Công ty đánh giá ở mức thấp và trong tầm kiểm soát. Cụ thể như sau:

- Rủi ro tái cấp vốn được giảm thiểu nhờ Công ty duy trì quan hệ tín dụng ổn định với nhiều ngân hàng và hạn mức tín dụng linh hoạt.

- Rủi ro lãi suất có thể chịu tác động khi mặt bằng lãi suất tăng, ảnh hưởng này được đánh giá là không đáng kể nhờ (i) khả năng tiếp cận nguồn vốn với chi phí cạnh tranh của Công ty, và (ii) chi phí lãi vay kiểm soát hợp lý so với quy mô doanh thu (chiếm 13% trong năm 2025) và lợi nhuận trước thuế (chiếm 0,9% trong năm 2025). Đồng thời, Công ty chủ động theo dõi diễn biến lãi suất thị trường và điều chỉnh cơ cấu vay phù hợp khi cần thiết.
- Rủi ro lệch pha dòng tiền do nợ vay ngắn hạn chủ yếu được sử dụng để tài trợ vốn lưu động: Rủi ro này về cơ bản được giảm thiểu thông qua hiệu quả quản trị vốn lưu động. Công ty duy trì vòng quay hàng tồn kho ở mức hợp lý và hệ số thanh toán nhanh trong năm 2025 được kiểm soát ở mức 0,8 lần so với 1,0 lần năm 2024.

Mặc dù quy mô vay nợ gia tăng, Công ty vẫn duy trì các chỉ số thanh khoản và cơ cấu vốn ở mức an toàn. Cụ thể, hệ số thanh toán ngắn hạn tại thời điểm cuối năm 2024 và 2025 lần lượt đạt 1,6 lần và 1,4 lần. Đồng thời, hệ số nợ trên tổng tài sản duy trì ở mức thấp, lần lượt đạt 0,6 lần và 0,7 lần tại cuối năm 2024 và 2025. Các chỉ số này cho thấy Công ty vẫn kiểm soát tốt đòn bẩy tài chính, với rủi ro liên quan đến các khoản vay và nợ thuê tài chính ngắn hạn ở mức thấp.

▪ Tình hình thanh toán các khoản nợ

Các khoản vay ngắn hạn, trung hạn và dài hạn đều được Công ty thanh toán đầy đủ và đúng hạn. Công ty luôn thanh toán đúng hạn và đầy đủ các khoản nợ bao gồm lãi và gốc, đảm bảo uy tín của Công ty. Công ty không có bất kỳ khoản nợ quá hạn nào tính đến thời điểm lập Bản cáo bạch này.

Tại ngày kết thúc năm tài chính 31/12/2024, 31/12/2025, và thời điểm của Bản cáo bạch này, Công ty không có bất kỳ vi phạm các điều khoản trong hợp đồng liên quan đến các khoản phải trả.

2.1.7 Các khoản phải nộp theo luật định

Công ty thực hiện nghiêm túc việc kê khai và nộp đầy đủ các khoản phải nộp theo quy định hiện hành của Nhà nước.

Tại thời điểm kết thúc 31/03/2026

Thuế và các khoản phải nộp Nhà nước của Công ty (Hợp nhất)

Đơn vị: Triệu đồng

Chỉ tiêu	01/01/2026	Tăng trong kỳ	Giảm trong kỳ	31/03/2026
Thuế thu nhập doanh nghiệp	595.317	784.059	(780.265)	599.112
Thuế giá trị gia tăng	196.590	3.721.188	(3.801.959)	115.820
Thuế thu nhập cá nhân	17.975	134.772	(92.293)	60.454
Khác	1.360	5.880	(5.968)	1.272
Tổng cộng	811.242	4.645.899	(4.680.485)	776.657

Nguồn: BCTC hợp nhất Q1/2026 của Công ty

Thuế và các khoản phải nộp Nhà nước của Công ty (Riêng lẻ)

Đơn vị: Triệu đồng

Chi tiêu	01/01/2026	Tăng trong kỳ	Giảm trong kỳ	31/03/2026
Thuế thu nhập doanh nghiệp	580.726	771.137	(760.231)	591.631
Thuế giá trị gia tăng	191.451	3.662.081	(3.742.121)	111.411
Thuế thu nhập cá nhân	14.600	109.495	(78.825)	45.270
Khác	1.360	5.880	(5.968)	1.272
Tổng cộng	788.137	4.548.593	(4.587.145)	749.584

Nguồn: BCTC riêng lẻ Q1/2026 của Công ty

Tại thời điểm kết thúc 31/12/2025

Thuế và các khoản phải nộp Nhà nước của Công ty (Hợp nhất)

Đơn vị: Triệu đồng

Chi tiêu	01/01/2025	Tăng trong kỳ	Giảm trong kỳ	31/12/2025
Thuế thu nhập doanh nghiệp	420.389	1.677.424	(1.502.495)	595.317
Thuế giá trị gia tăng	180.003	14.554.360	(14.537.773)	196.590
Thuế thu nhập cá nhân	9.132	340.801	(331.958)	17.975
Khác	630	20.164	(19.434)	1.360
Tổng cộng	610.154	16.592.748	(16.391.660)	811.242

Nguồn: BCTC kiểm toán hợp nhất 2025 của Công ty

Thuế và các khoản phải nộp Nhà nước của Công ty (Riêng lẻ)

Đơn vị: Triệu đồng

Chi tiêu	01/01/2025	Tăng trong kỳ	Giảm trong kỳ	31/12/2025
Thuế thu nhập doanh nghiệp	403.208	1.638.903	(1.461.385)	580.726
Thuế giá trị gia tăng	172.557	14.332.986	(14.314.092)	191.451

Thuế thu nhập cá nhân	7.633	284.843	(277.876)	14.600
Khác	630	20.154	(19.424)	1.360
Tổng cộng	584.028	16.276.886	(16.072.777)	788.137

Nguồn: BCTC kiểm toán riêng lẻ 2025 của Công ty

Tại thời điểm kết thúc 31/12/2024

Thuế và các khoản phải nộp Nhà nước của Công ty (Hợp nhất)

Đơn vị: Triệu đồng

Chỉ tiêu	01/01/2024	Tăng trong kỳ	Giảm trong kỳ	31/12/2024
Thuế thu nhập doanh nghiệp	109.214	1.226.421	(932.427)	403.208
Thuế giá trị gia tăng	213.103	13.027.615	(13.066.810)	173.908
Thuế thu nhập cá nhân	14.975	155.638	(162.842)	7.771
Khác	1.241	16.585	(17.164)	662
Tổng cộng	338.533	14.426.259	(14.179.243)	585.549

Nguồn: BCTC kiểm toán hợp nhất 2024 của Công ty

Thuế và các khoản phải nộp Nhà nước của Công ty (Riêng lẻ)

Đơn vị: Triệu đồng

Chỉ tiêu	01/01/2024	Tăng trong kỳ	Giảm trong kỳ	31/12/2024
Thuế thu nhập doanh nghiệp	109.214	1.226.421	(932.427)	403.208
Thuế giá trị gia tăng	175.393	12.644.584	(12.647.420)	172.557
Thuế thu nhập cá nhân	14.721	150.808	(157.895)	7.634
Khác	1.202	15.688	(16.260)	630
Tổng cộng	300.530	14.037.501	(13.754.002)	584.029

Nguồn: BCTC kiểm toán riêng lẻ 2024 của Công ty

2.1.8 Trích lập, sử dụng các quỹ

Không có

2.1.9 Những biến động lớn có thể ảnh hưởng tới tình hình tài chính của Tổ Chức Đăng Ký Niêm Yết kể từ thời điểm kết thúc năm tài chính gần nhất, trường hợp không có cần nêu rõ

Không có

2.2 Các chỉ tiêu tài chính chủ yếu

Các chỉ tiêu tài chính chủ yếu của Công ty (Hợp nhất)

Chỉ tiêu	Năm 2024	Năm 2025
1. Khả năng thanh toán		
Hệ số thanh toán ngắn hạn: Tài sản ngắn hạn/Nợ ngắn hạn	1,6	1,4
Hệ số thanh toán nhanh: (Tài sản ngắn hạn - Hàng tồn kho)/Nợ ngắn hạn	1,0	0,8
2. Cơ cấu vốn		
Hệ số Nợ/Tổng tài sản	0,6	0,7
Hệ số Nợ/Vốn chủ sở hữu	1,5	2,2
3. Năng lực hoạt động		
Vòng quay tổng tài sản: Doanh thu thuần/Tổng tài sản bình quân	1,9	2,1
Vòng quay vốn lưu động: Doanh thu thuần/Tổng tài sản ngắn hạn bình quân	2,1	2,2
Vòng quay hàng tồn kho: Giá vốn hàng bán/Hàng tồn kho bình quân	4,2	4,4
4. Khả năng sinh lời		
Tỷ suất lợi nhuận trên doanh thu (ROS): Lợi nhuận sau thuế/Doanh thu thuần	4,0%	5,3%
Hệ số lợi nhuận sau thuế trên vốn kinh doanh (ROA): Lợi nhuận sau thuế/Tổng tài sản bình quân	7,8%	10,9%
Hệ số lợi nhuận sau thuế trên vốn chủ sở hữu (ROE): Lợi nhuận sau thuế/Vốn chủ sở hữu bình quân	19,5%	31,1%
Thu nhập trên cổ phần (EPS)	3.409	5.268

Nguồn: BCTC kiểm toán hợp nhất 2024 và 2025 của Công ty

Ghi chú: ROE và ROA năm 2024 được tính toán dựa trên số đầu kỳ của năm 2024 chưa kiểm toán

Nhận xét về các chỉ tiêu tài chính hợp nhất của Công ty

- Về khả năng thanh toán

Hệ số thanh toán ngắn hạn và hệ số thanh toán nhanh của Công ty (hợp nhất) có sự giảm nhẹ trong năm 2025 cụ thể như sau:

- Hệ số thanh toán ngắn hạn giảm từ 1,6 xuống còn 1,4
- Hệ số thanh toán nhanh giảm từ 1,0 xuống còn 0,8

Nguyên nhân chính của biến động này đến chủ yếu do Công ty chủ động gia tăng hàng tồn kho và mở rộng quy mô mua hàng nhằm đáp ứng nhu cầu gia tăng ở các ngành hàng trọng điểm.

Cụ thể, nhóm sản phẩm Apple gồm điện thoại, máy tính bảng và máy tính xách tay ghi nhận tăng trưởng nổi bật, trong đó ngành hàng điện thoại Apple tăng khoảng 52%. Ngoài ra đối với ngành hàng máy tính xách tay, chu kỳ thay thế mới cùng xu hướng AI laptop và các chương trình bán hàng theo mùa đã hỗ trợ tăng trưởng tích cực trong năm. Việc gia tăng quy mô kinh doanh dẫn đến hàng tồn kho điện thoại di động tăng khoảng 65%, trong khi tồn kho máy tính xách tay tăng khoảng 46% so với cuối năm trước. Đồng thời, số dư phải trả nhà cung cấp lớn tăng đáng kể, trong đó khoản phải trả đối với Apple tăng khoảng 63% và Samsung tăng khoảng 225%. Chi phí phải trả cũng tăng khoảng 61%, chủ yếu do gia tăng lương và thưởng cho nhân viên dựa vào kết quả kinh doanh 2025 tích cực.

▪ Về cơ cấu vốn

Chỉ tiêu	31/12/2024	31/12/2025	31/03/2026
Hệ số nợ/vốn chủ sở hữu	1,53	2,20	1,86
Hệ số nợ/tổng tài sản	0,61	0,69	0,65

Nguồn: BCTC kiểm toán hợp nhất 2024 và 2025 và BCTC hợp nhất Q1/2026 của Công ty

Hệ số nợ/Vốn chủ sở hữu hợp nhất của Công ty tăng từ 1,5 lần trong năm 2024 lên 2,2 lần trong năm 2025 chủ yếu xuất phát từ nhu cầu mở rộng hoạt động kinh doanh. Theo đó, Công ty gia tăng quy mô hàng tồn kho nhằm đáp ứng kế hoạch kinh doanh và nhu cầu thị trường, dẫn đến số dư các khoản phải trả tăng lên để tài trợ cho hoạt động mua hàng trong kỳ.

Bên cạnh đó, vốn chủ sở hữu của Công ty giảm trong năm 2025 do Công ty thực hiện chính sách chi trả cổ tức tiền mặt ở mức cao cho cổ đông. Cụ thể, tỷ lệ chi trả cổ tức trên lợi nhuận năm 2025 đạt 150%, trong khi mức chi trả cổ tức trên mệnh giá cổ phiếu năm 2024 là 74%. Việc duy trì chính sách cổ tức cao đã làm giảm quy mô vốn chủ sở hữu, qua đó góp phần làm hệ số nợ/Vốn chủ sở hữu tăng trong năm 2025.

Sự biến động của hệ số Tổng nợ phải trả/Vốn chủ sở hữu trong năm 2025 cũng xuất phát từ thay đổi trong cấu trúc nguồn vốn do tác động của việc chi trả cổ tức bằng tiền mặt với giá trị lớn. Cụ thể, sau giai đoạn ưu tiên giữ lại lợi nhuận để củng cố nền tảng tài chính, Công ty đã thực hiện chi trả cổ tức bổ sung trong năm 2025 nhằm tối ưu hóa lợi ích cho cổ đông hiện hữu. Việc giảm quy mô Vốn chủ sở hữu sau chi trả làm thay đổi hệ số nợ một cách tương đối, tuy nhiên tỷ trọng Vốn chủ sở hữu/Tổng tài sản của Công ty tại thời điểm cuối năm 2025 vẫn duy trì ở mức hợp lý và tương đồng với các doanh nghiệp cùng ngành. Đồng thời, dòng tiền từ hoạt

động kinh doanh luôn được duy trì ổn định, đảm bảo tốt năng lực thanh toán của Công ty đối với các nghĩa vụ tài chính trong ngắn và dài hạn.

Bên cạnh đó, Công ty chủ động sử dụng nguồn vốn vay ngắn hạn từ các tổ chức tín dụng để bổ sung vốn lưu động Công ty thông qua việc thanh toán các hợp đồng mua hàng hóa, dịch vụ cho các nhà cung cấp, nhằm tận dụng ưu thế về lãi suất vay ngắn hạn tại thời điểm đó. Tuy nhiên sang Quý 1/2026, hệ số Nợ/Vốn chủ sở hữu đã giảm từ 2,20 xuống còn 1,86, việc giảm tỷ lệ đòn bẩy này đến từ hai yếu tố chính (1) vốn chủ sở hữu tăng lên từ kết quả hoạt động kinh doanh Quý 1/2026 và (2) Công ty chủ động điều chỉnh tỷ lệ nợ vay xuống trong bối cảnh lãi suất thị trường trong giai đoạn này đang tăng cao.

Về kế hoạch giảm hệ số đòn bẩy nợ sau IPO, toàn bộ số tiền dự kiến thu được từ đợt chào bán (khoảng 14.360 tỷ đồng) sẽ được sử dụng để thanh toán các khoản vay ngắn hạn hiện hữu tại các tổ chức tín dụng trong năm 2026. Công ty dự kiến sẽ dùng số tiền huy động này để trả theo phương án sử dụng vốn đã được ĐHCĐ thông qua và 7 ngân hàng được HĐQT thông qua với số tiền phân bổ đã đăng ký với Ủy ban Chứng khoán Nhà nước.

Về kế hoạch dài hạn hơn, Công ty với lợi thế về quy mô và mối quan hệ lâu năm với các ngân hàng, Công ty dự kiến tiếp tục sử dụng linh hoạt các nguồn nợ vay có lãi suất thấp để tối ưu chi phí sử dụng vốn, gia tăng lợi nhuận hoạt động và tối ưu hóa lợi ích cho cổ đông.

▪ Về năng lực hoạt động

Với các điều kiện kinh doanh thuận lợi, Công ty trong năm 2025 ghi nhận các cải thiện đáng kể trong năng lực hoạt động, cụ thể các Hệ số hoạt động như sau:

- Vòng quay tổng tài sản: Tăng từ 1,9 vòng quay năm 2024 lên 2,1 vòng quay năm 2025.
- Vòng quay vốn lưu động: Tăng từ 2,1 vòng quay năm 2024 lên 2,2 vòng quay năm 2025.
- Vòng quay hàng tồn kho:

Trong năm 2025, giá trị hàng tồn kho tăng chủ yếu gắn với chiến lược chủ động đảm bảo nguồn cung nhằm đáp ứng nhu cầu tại các ngành hàng trọng điểm, đặc biệt là nhóm sản phẩm công nghệ cao như điện thoại di động, máy tính bảng và máy tính xách tay. Nhu cầu thị trường đối với các sản phẩm này được thúc đẩy bởi xu hướng nâng cấp thiết bị, sự ra mắt các dòng sản phẩm mới cũng như chu kỳ thay thế thiết bị, qua đó kéo theo nhu cầu dự trữ hàng hóa ở mức cao hơn để đảm bảo khả năng đáp ứng kịp thời. Ngoài ra, nhu cầu đối với các sản phẩm điện máy thường gia tăng vào các giai đoạn cao điểm trong năm (như dịp lễ, Tết hoặc mùa nắng nóng), dẫn đến việc Công ty cần chuẩn bị trước nguồn hàng để đảm bảo khả năng đáp ứng thị trường và phát triển doanh thu.

Kết quả cho thấy vòng quay hàng tồn kho năm 2025 có sự cải thiện nhờ tốc độ tiêu thụ nhanh của các sản phẩm chính như điện thoại di động, thiết bị điện tử, gia dụng, máy tính xách tay, v.v. tăng từ 4,2 vòng quay năm 2024 lên 4,4 vòng quay năm 2025, tương đương với việc thời gian lưu kho bình quân được rút ngắn, cho thấy hàng hóa được tiêu thụ nhanh hơn và dòng vốn lưu động được quay vòng hiệu quả hơn. Trong khi đó, mặt hàng phụ kiện vì đặc thù sản phẩm

có giá trị thấp hơn, danh mục đa dạng và cần liên tục cập nhật theo sản phẩm mới nên số ngày tồn kho của nhóm sản phẩm này thường lâu hơn so với các sản phẩm chủ lực của Công ty.

▪ **Về khả năng sinh lời**

Công ty là một trong các doanh nghiệp dẫn đầu ngành bán lẻ điện thoại, điện máy và độ phủ cửa hàng rộng khắp lãnh thổ Việt Nam. Nhờ đó, Công ty có các lợi thế rõ rệt về quy mô, giúp cải thiện biên lợi nhuận và khả năng sinh lời, cụ thể như sau:

- Tỷ suất lợi nhuận trên doanh thu (ROS): Tăng từ 4,0% năm 2024 lên 5,3% năm 2025.
- Hệ số lợi nhuận sau thuế trên vốn kinh doanh (ROA): Tăng từ 7,8% năm 2024 lên 10,9% năm 2025.
- Hệ số lợi nhuận sau thuế trên vốn chủ sở hữu (ROE): Tăng từ 19,5% năm 2024 lên 31,1% năm 2025.

Ý kiến của Tổ chức kiểm toán độc lập: Không có.

Các chỉ tiêu tài chính chủ yếu của Công ty (Riêng lẻ)

Chỉ tiêu	Năm 2024	Năm 2025
1. Khả năng thanh toán		
Hệ số thanh toán ngắn hạn: Tài sản ngắn hạn/Nợ ngắn hạn	1,5	1,4
Hệ số thanh toán nhanh: (Tài sản ngắn hạn - Hàng tồn kho)/Nợ ngắn hạn	0,9	0,8
2. Cơ cấu vốn		
Hệ số Nợ/Tổng tài sản	0,6	0,7
Hệ số Nợ/Vốn chủ sở hữu	1,4	2,2
3. Năng lực hoạt động		
Vòng quay tổng tài sản: Doanh thu thuần/Tổng tài sản bình quân	1,9	2,0
Vòng quay vốn lưu động: Doanh thu thuần/Tổng tài sản ngắn hạn bình quân	2,1	2,2
Vòng quay hàng tồn kho: Giá vốn hàng bán/Hàng tồn kho bình quân	4,2	4,4
4. Khả năng sinh lời		
Tỷ suất lợi nhuận trên doanh thu (ROS): Lợi nhuận sau thuế/Doanh thu thuần	4,5%	5,4%
Hệ số lợi nhuận sau thuế trên vốn kinh doanh (ROA): Lợi nhuận sau thuế/Tổng tài sản bình quân	8,5%	10,9%

Chỉ tiêu	Năm 2024	Năm 2025
Hệ số lợi nhuận sau thuế trên vốn chủ sở hữu (ROE):	20,6%	30,2%
Lợi nhuận sau thuế/Vốn chủ sở hữu bình quân		

Nguồn: BCTC kiểm toán riêng lẻ 2024 và 2025 của Công ty

Nhận xét về các chỉ tiêu tài chính riêng lẻ của Công ty

▪ Về khả năng thanh toán:

Trong giai đoạn 2024-2025, tỷ lệ thanh toán ngắn hạn của Công ty (riêng lẻ) giảm từ 1,5 xuống 1,4. Tuy nhiên, Công ty vẫn duy trì được tỷ lệ này trên 1,0 thể hiện đảm bảo khả năng thanh toán trong ngắn hạn.

Tỷ lệ thanh toán nhanh giảm nhẹ từ 0,9 xuống 0,8 do Công ty tăng cường hàng tồn kho.

▪ Về cơ cấu vốn

Về cơ cấu vốn, tỷ lệ nợ trên tổng tài sản của Công ty (riêng lẻ) sẽ tăng từ 0,6 lên 0,7, đồng thời tỷ lệ Nợ/ Vốn chủ sở hữu tăng mạnh từ 1,4 lên 2,2.

Nguyên nhân chính đến từ việc Công ty tăng nợ phải trả cho nhà cung cấp để tăng hàng tồn kho, và việc chi trả cổ tức tiền mặt cao trong năm của năm 2025.

▪ Về năng lực hoạt động

Các hệ số đánh giá năng lực hoạt động của Công ty (riêng lẻ) cũng ghi nhận sự cải thiện, cụ thể như sau:

- Vòng quay tổng tài sản: Tăng từ 1,9 vòng quay năm 2024 lên 2,0 vòng quay năm 2025.
- Vòng quay vốn lưu động: Tăng từ 2,1 vòng quay năm 2024 lên 2,2 vòng quay năm 2025.
- Vòng quay hàng tồn kho: Tăng từ 4,2 vòng quay năm 2024 lên 4,4 vòng quay năm 2025.

▪ Về khả năng sinh lời

Với các lợi thế rõ rệt về quy mô, giúp cải thiện biên lợi nhuận và khả năng sinh lời, cụ thể như sau:

- Tỷ suất lợi nhuận trên doanh thu (ROS): Tăng từ 4,5% năm 2024 lên 5,4% năm 2025.
- Hệ số lợi nhuận sau thuế trên vốn kinh doanh (ROA): Tăng từ 8,5% năm 2024 lên 10,9% năm 2025.
- Hệ số lợi nhuận sau thuế trên vốn chủ sở hữu (ROE): Tăng từ 20,6% năm 2024 lên 30,2% năm 2025.

Ý kiến của Tổ chức kiểm toán độc lập: Không có.

3. Ý kiến của Tổ chức kiểm toán đối với Báo cáo tài chính của Tổ Chức Đăng Ký Niêm Yết

3.1 Ý kiến của Tổ chức kiểm toán thực hiện kiểm toán Báo cáo tài chính riêng lẻ năm 2024 của Tổ Chức Đăng Ký Niêm Yết

Ý kiến của Công ty TNHH Ernst & Young Việt Nam - Chi nhánh Thành phố Hồ Chí Minh, tổ chức đã thực hiện báo cáo tài chính riêng lẻ năm 2024:

“Ý kiến của Kiểm toán viên:

Theo ý kiến của chúng tôi, báo cáo tài chính riêng đã phản ánh trung thực và hợp lý, trên các khía cạnh trọng yếu, tình hình tài chính riêng của Công ty vào ngày 31 tháng 12 năm 2024, cũng như kết quả hoạt động kinh doanh riêng và tình hình lưu chuyển tiền tệ riêng cho năm tài chính kết thúc cùng ngày, phù hợp với các Chuẩn mực kế toán Việt Nam, Chế độ kế toán doanh nghiệp Việt Nam và các quy định pháp lý có liên quan đến việc lập và trình bày báo cáo tài chính riêng”.

“Vấn đề cần nhấn mạnh

Chúng tôi lưu ý người đọc đến Thuyết minh số 2.1 của báo cáo tài chính riêng. Công ty đã phát hành báo cáo tài chính riêng kèm theo, thay thế cho báo cáo tài chính riêng cho năm tài chính kết thúc ngày 31 tháng 12 năm 2024 đã được phát hành trước đây vào ngày 31 tháng 3 năm 2025, cho mục đích tuân thủ các quy định liên quan đến việc đăng ký công ty đại chúng và chào bán cổ phiếu lần đầu ra công chúng theo quy định pháp luật về chứng khoán. Theo đó, chúng tôi phát hành báo cáo kiểm toán độc lập này để thay thế cho báo cáo kiểm toán độc lập đã được phát hành vào ngày 31 tháng 3 năm 2025 đối với báo cáo tài chính riêng trước đó của Công ty cho năm tài chính kết thúc ngày 31 tháng 12 năm 2024.

Ý kiến kiểm toán của chúng tôi không liên quan đến vấn đề cần nhấn mạnh này”

Theo Công văn ngày 28/03/2026 của Công ty TNHH Ernst & Young Việt Nam, Tổ chức kiểm toán đã có ý kiến trả lời về Vấn đề cần nhấn mạnh trên như sau:

“Theo Nghị quyết Đại hội Đồng cổ đông số 09/NQ/ĐHĐCĐ/ĐMX-2025 ngày 12 tháng 12 năm 2025 của DMX, Công ty sẽ triển khai phương án phát hành cổ phiếu lần đầu ra công chúng (“IPO”) và nộp hồ sơ đăng ký niêm yết cổ phiếu lên HOSE vào năm 2026.

Theo các quy định hiện hành, Công ty có trách nhiệm nộp các tài liệu theo yêu cầu của HOSE, trong đó bao gồm các BCTC đã được kiểm toán trong 02 năm gần nhất (là năm 2024 và 2025). Ngoài ra, căn cứ vào Điều 20 của Luật chứng khoán 2019 và Điều 1, Khoản 3 của Nghị định 245/2025/NĐ-CP, các BCTC dùng để nộp hồ sơ chào bán chứng khoán và đăng ký niêm yết phải được ký bởi tổ chức kiểm toán và kiểm toán viên được chấp thuận bởi Ủy ban Chứng khoán (“UBCK”) để thực hiện kiểm toán cho các đơn vị có lợi ích công chúng thuộc lĩnh vực chứng khoán (“KTV Chấp thuận”).

Tại thời điểm chúng tôi thực hiện kiểm toán và phát hành báo cáo kiểm toán cho BCTC riêng của Công ty cho năm 2024, Công ty chưa có kế hoạch IPO như trên. Do đó, báo cáo kiểm toán của