

CrownX - át chủ bài của Masan

16:43 05/07/2020

Nhiều quân bài đã được Masan tung ra sau thương vụ nhận chuyển nhượng lại toàn bộ chuỗi bán lẻ Vinmart, Vinmart+, VinEco, trong đó CrownX - công ty do Masan mới thành lập được cho là át chủ bài.



Chỉ góp 1% doanh số Masan Consumer Corporation

Giữa những ảnh hưởng nặng nề từ đại dịch Covid-19, thị trường bán lẻ Việt Nam trong quý I/2020 ghi nhận những điểm sáng đến từ ngành thương mại điện tử, kinh doanh mua sắm trực tuyến và dịch vụ giao hàng tận nơi.

Doanh số bán lẻ giảm đã trở thành đòn bẩy cho lĩnh vực thương mại điện tử và kinh doanh mua sắm trực tuyến tăng trưởng, hỗ trợ các hoạt động buôn bán của nhiều cửa hàng trong thời gian dịch bệnh.

Mặc dù lượng người mua sắm nhiều, nhưng Công ty cổ phần Phát triển thương mại và Dịch vụ VCM (công ty sở hữu VinCommerce, sở hữu Vinmart và Vinmart+, VinEco) vẫn lỗ.

Ông Danny Le, Tổng giám đốc Masan Group khẳng định có thể hòa vốn cho chuỗi bán lẻ này trong năm nay, sau đó sẽ có tăng trưởng. Tính đến ngày 31/12/2019, VCM vận hành 132 siêu thị Vinmart, gần 2.900 cửa hàng Vinmart+ và 14 nông trại công nghệ cao VinEco cung cấp rau củ quả tươi. VCM đang có số lượng điểm bán lớn nhất và chiếm gần 30% thị phần kênh bán lẻ hiện đại.

Riêng ở thị trường Hà Nội, chuỗi bán lẻ này đã hòa vốn, trong khi ở thị trường phía Nam chưa như kỳ vọng. Hơn nữa, do tác động hợp nhất kinh doanh với VCM cuối năm 2019 khiến quý I/2020, Masan Group báo lỗ ròng 216 tỷ đồng, trong khi cùng kỳ năm trước lãi 1.000 tỷ đồng. Đây là lần đầu Masan thua lỗ trong 6 năm qua.

Masan Group đang có nhiều động thái cơ cấu lại mảng bán lẻ để đạt mục tiêu hòa vốn và tăng trưởng mạnh mẽ hơn trong tương lai.

Lộ trình cụ thể để đạt lợi nhuận và bắt đầu xây dựng hạ tầng để số hóa toàn bộ nền tảng của VCM đã được đưa ra. Chuỗi bán lẻ này cũng sẽ tiếp tục củng cố thị phần tại Hà Nội, mở cửa hàng một cách có chọn lọc ở các tỉnh, thành phố ngoài Hà Nội để thúc đẩy lợi nhuận, cùng với đó sẽ đóng cửa các cửa hàng không có khả năng hòa vốn. Hiện VCM đóng góp 1% doanh số Masan Consumer Corporation.

Mục tiêu của VCM là đạt biên lợi nhuận trước thuế (EBITDA) từ -3% đến 0% trong năm 2020, doanh thu hơn 42.000 tỷ đồng, hòa vốn vào nửa cuối năm. Trong đó, tăng trưởng doanh thu đến từ 24-25% các cửa hàng VinMart và VinMart+ hiện hữu, còn lại là đóng góp từ các cửa hàng được mở trong năm 2020.

Ngoài ra, thay vì chiến lược mở rộng liên tục để chiếm địa bàn như chủ cũ Vingroup, Masan sẽ mở rộng chuỗi cửa hàng theo cách chọn lọc và tập trung vào việc nâng cao hiệu quả kinh doanh của các cửa hàng hiện hữu. Theo đó, Masan dự kiến mở mới 20-30 siêu thị VinMart và 300-500 cửa hàng VinMart+ trong năm. Ở chiều ngược lại, Masan sẽ đóng cửa tối đa 10 siêu thị và 150-300 cửa hàng kém hiệu quả.

Chiếm lĩnh thị trường bằng mô hình đúng

Ông Danny Le cho rằng, muốn chiếm lĩnh ngành bán lẻ thì phải xây dựng mô hình kết hợp đúng. Cụ thể, Masan Consumer Corporation sẽ kết hợp những lợi

điểm của VCM để tăng tốc hiện đại hóa kênh bán lẻ truyền thống. Chẳng hạn, 100% danh mục nhu yếu phẩm, chuyên môn về vận hành bán lẻ, quy mô mua hàng cũng như các điểm cung cấp dịch vụ.

Trong đó, sản phẩm độc quyền được tên tuổi này coi là chìa khóa trong việc thiết lập danh mục hàng hóa. Nhìn ra nước ngoài, chiến lược này đã thành công khi hợp tác đổi mới sáng tạo với nhà cung cấp, không phải đặt hàng sản xuất. Đây là chiến lược đã được Walmart (số 1 toàn cầu) áp dụng thành công.

Masan Consumer Corporation dự kiến thực hiện chiến lược danh mục hàng độc quyền lên đến 40%, trở thành top 50 thương hiệu toàn cầu. Theo đó, liên minh tất cả nhà cung cấp lớn trên các lĩnh vực trong nước sẽ được thiết lập như thực phẩm tươi sống, thực phẩm đóng gói, đồ uống, sữa và sản phẩm từ sữa, chăm sóc gia đình và các ngành khác.

Để đạt được nền tảng đó, Masan Group đã thành lập The CrownX (CrownX) tận dụng thế mạnh là nhà sản xuất có thương hiệu và nhà bán lẻ hàng đầu của VCM và Masan Consumer. Đây được coi là quân bài chiến lược chủ chốt.

CrownX sở hữu 83,74% cổ phần của VCM - công ty sở hữu hệ thống VinMart, VinMart+ và VinEco cùng 85,71% phần vốn góp tại Masan Consumer Holdings (MCH) - công ty quản lý toàn bộ mảng sản xuất, kinh doanh hàng tiêu dùng của Masan Group. Masan Group sẽ mua thêm 15% cổ phần của The CrownX. Giao dịch đang được cân nhắc thực hiện bằng tiền mặt với giá trị lên đến 1 tỷ USD, dự kiến được hoàn tất trong quý II và quý III.

Sức nặng của quân bài CrownX càng rõ rệt khi mục tiêu đặt ra đến năm 2025 là doanh thu 150.000 - 200.000 tỷ đồng, biên lợi nhuận vận hành khoảng 14%, đóng góp doanh thu từ online đạt 5-10%, độ phủ mạng lưới đạt 8.000 cửa hàng cửa hàng nhượng quyền (kịch bản trung bình).

Trước đó, Masan tuyên bố sẽ rót 15 triệu USD để “cải tổ” hệ thống siêu thị và số hóa, trong đó hàng tồn kho sẽ được quản lý theo thời gian thực.

Có thể nói, với việc gia nhập lĩnh vực bán lẻ, Masan hiện đã sở hữu hầu hết yếu tố cần thiết để xây dựng nền tảng tiêu dùng - bán lẻ thực sự. Vấn đề còn lại là phương thức bán hàng đa kênh (omni-channel) sẽ được tên tuổi này vận hành ra sao trong 5 năm tới để kích cầu tiêu dùng ở thị trường 100 triệu dân. Trong khi, các tên tuổi bán lẻ nước ngoài cũng ráo riết đầu tư để chiếm lĩnh thị trường.

Masan đặt mục tiêu năm 2020 doanh thu của Vinmart sẽ tăng 48%, tăng trưởng các cửa hàng hiện hữu 24%, trong khi con số này của Vinmart+ là 78% và 25%.

Tổng doanh thu của Vincommerce đạt 42.000 tỷ đồng, tăng 61,5% so với năm 2019, trong đó 17.000 tỷ đồng đến từ chuỗi siêu thị Vinmart và 25.000 tỷ đồng còn lại đến từ các cửa hàng Vinmart+.

Theo Báo Đầu tư