

IPO chuỗi Thế Giới Di Động - Điện Máy Xanh: Bước đi chiến lược của MWG cho giai đoạn 2026-2030

06:19 09/08/2025

Thị trường IPO Việt Nam năm 2025 tiếp tục sôi động với loạt thương vụ quy mô lớn, sau Vinpearl (VPL) và F88, nay đến lượt CTCP Đầu tư Thế Giới Di Động (MWG) hé lộ kế hoạch đưa chuỗi bán lẻ Thế Giới Di Động - Điện Máy Xanh (MW) lên sàn trước năm 2030. Đây là hai mảng kinh doanh cốt lõi, đóng góp gần 70% doanh thu hợp nhất và giữ vị trí “xương sống” trong hệ sinh thái của tập đoàn suốt nhiều năm qua.

Nửa đầu năm 2025, chuỗi MW đạt doanh thu 49.400 tỷ đồng, tăng 12% so với cùng kỳ, bất chấp số lượng cửa hàng giảm. Sự cải thiện đến từ tăng trưởng doanh thu tại các điểm bán hiện hữu, biên lợi nhuận cải thiện và chi phí vận hành được tối ưu hóa. Với tỷ trọng 67% doanh thu hợp nhất, MW tiếp tục giữ vai trò dẫn dắt, trong khi các mảng mới như Bách Hóa Xanh hay dược phẩm vẫn đang trong quá trình mở rộng.



IPO chuỗi Thế Giới Di Động – Điện Máy Xanh: Bước đi chiến lược của MWG cho giai đoạn 2026-2030 (Ảnh: internet)

Về tổng thể, 6 tháng đầu năm, MWG ghi nhận 73.755 tỷ đồng doanh thu thuần (+12%) và 3.205 tỷ đồng lợi nhuận sau thuế (+54%), hoàn thành gần một nửa kế hoạch doanh thu và 66% mục tiêu lợi nhuận cả năm. Quý II/2025, lợi nhuận sau thuế đạt 1.658 tỷ đồng – mức cao kỷ lục, nhờ tăng trưởng doanh thu và chiến lược vận hành tinh gọn.

Theo lãnh đạo MWG, mục tiêu IPO chuỗi MW không đặt nặng yếu tố huy động vốn, mà nhằm định giá đúng giá trị, nâng tầm thương hiệu và tạo điều kiện để chuỗi vận hành độc lập, phù hợp từng giai đoạn phát triển. Đây là bước chuẩn bị cho chiến lược mở rộng ra Đông Nam Á, đồng thời chuyển từ tăng trưởng “lượng” sang tăng trưởng “chất” giai đoạn 2026-2030.

Chiến lược mới tập trung tối ưu nền tảng hiện hữu, cá nhân hóa trải nghiệm khách hàng, tích hợp dịch vụ và đẩy mạnh quốc tế hóa. MWG định hướng rời khỏi cuộc đua giá, chuyển sang cung cấp giá trị gia tăng: sự an tâm, tốc độ, trải nghiệm và dịch vụ hậu mãi. Mô hình bán lẻ sẽ tiến tới giải pháp “tròn vòng đời” sản phẩm – từ bán hàng, tài chính, bảo hành, bảo trì đến nâng cấp – kèm giải pháp tài chính linh hoạt.

TopZone sẽ là “cầu nối” chiến lược với Apple, hướng tới đưa Việt Nam tiệm cận nhóm thị trường Tier-1 của hãng. Tập đoàn đồng thời tái cấu trúc theo cơ chế

khoán linh hoạt, nâng cao văn hóa “Familyship” và văn hóa phục vụ khác biệt.

Đến năm 2030, MW đặt mục tiêu lợi nhuận gấp đôi năm 2025, duy trì tốc độ tăng trưởng tối thiểu 15%/năm. Nếu IPO diễn ra thuận lợi, chuỗi Thế Giới Di Động – Điện Máy Xanh có thể trở thành một trong những thương hiệu bán lẻ niêm yết có quy mô lớn nhất khu vực, tạo sức hút đáng kể đối với nhà đầu tư trong và ngoài nước.

L.T (t/h)