

Dự báo KQKD Q1/26 ngành Tiêu dùng - Bán lẻ: Bán lẻ hiện đại tiếp đà mở rộng

- Q1/2026, cầu tiêu dùng phục hồi nhẹ giúp cho các lĩnh vực bán lẻ (thiết yếu, không thiết yếu) đều ghi nhận sự tăng trưởng, đặc biệt mảng đồ xa xỉ (bán lẻ trang sức) ghi nhận tăng trưởng tích cực nhờ mức nhu cầu mua vàng tích trữ tăng cao.
- Nhiều CP tiêu dùng, bán lẻ đã về mức giá chiết khấu hấp dẫn với P/E thấp hơn TB 5 năm với triển vọng tăng trưởng LN 2026 vẫn trên 20%. Trong bối cảnh định giá nhiều cổ phiếu đã về vùng hấp dẫn, chúng tôi ưa thích **MSN, MWG**.

Q1/26, Cầu tiêu dùng trong nước đã có những tín hiệu đầu phục hồi tốt hơn, đặc biệt là lĩnh vực tiêu dùng thiết yếu

3T26, tổng mức bán lẻ hàng hóa và doanh thu dịch vụ tiêu dùng tăng 10.9% svck (7% nếu loại trừ yếu tố giá). Trong đó, doanh thu bán lẻ hàng hóa tăng 10.9% svck, đã có sự phục hồi nhẹ tuy nhiên vẫn ở nền thấp. Trong nhóm tiêu dùng thiết yếu: Ngành sữa phục hồi khả quan từ mức nền thấp nhờ việc thắt chặt nguồn cung sữa lậu và các doanh nghiệp lớn đã ổn định hệ thống phân phối. Giai đoạn này, mô hình của WCM và BHX nhận được nhiều sự chuyển dịch lượng giao dịch từ các khu vực truyền thống do lợi thế về (1) hàng hóa thương hiệu, (2) giá cả cạnh tranh, nhờ vậy doanh thu TB/CH ở các chuỗi vẫn ghi nhận khả quan. Tiếp tục nắm bắt xu hướng chuyển đổi, Q1/2026, chúng tôi kỳ vọng các chuỗi bán lẻ thiết yếu sẽ tiếp tục mở rộng mạnh mẽ để tăng tốc độ bao phủ ở 2 miền Bắc – Trung, duy trì tăng trưởng ổn định ở phía Nam, nhờ vậy LN ròng tiếp đà tăng trưởng tích cực. Bên cạnh đó, chuỗi bán lẻ dược phẩm bắt đầu ghi nhận thêm mở rộng quy mô của An Khang, Pharmacity sau hơn 2 năm đi ngang, cạnh tranh tăng cao có khả năng gia tăng chi phí khuyến mãi và hỗ trợ bán hàng, do vậy LN ròng có thể bị ảnh hưởng từ Q1/26.

...Ở lĩnh vực không thiết yếu, bán lẻ trang sức tăng trưởng tích cực nhất nhờ tận dụng sự biến động của giá vàng tích trữ trong nước.

Ở phía bán lẻ hàng không thiết yếu, chúng tôi nhận thấy đã dần có sự phục hồi từ số liệu chuỗi TGDD&DMX, cụ thể DT TB/cửa hàng +32% svck. Q1/2026, chúng tôi dự báo doanh thu TB/cửa hàng +15% svck nhờ và (1) danh mục sản phẩm đa dạng của các nhà bán lẻ, với tập trung đẩy mạnh hàng gia dụng với phân khúc bình dân – trung bình để tiếp cận được đa dạng cầu, (2) các chương trình cho vay tiêu dùng hấp dẫn sẽ kích thích nhu cầu thay đổi sản phẩm ICT - CE. Bên cạnh đó, quy mô bán lẻ điện tử tiêu dùng sẽ được duy trì ổn định. Một điểm sáng trong Q1/2026 đến từ bán lẻ trang sức với việc tận dụng biến động giá vàng thất thường, nhu cầu vàng tích trữ gia tăng và các nhà bán lẻ đẩy mạnh bán các sản phẩm này, đặc biệt trong mùa lễ thần tài. Bên cạnh đó, chúng tôi nhận thấy bối cảnh thuận lợi sẽ giúp cho các thương hiệu có thể bắt đầu mở rộng quy mô CH sau thời gian dài đi ngang, hàng tồn kho giá tốt và giá bán thuận lợi giúp LN ròng được dự báo có mức tăng trưởng rất tích cực trên mức nền thấp cùng kỳ.

Chiến lược đầu tư cổ phiếu bán lẻ: MWG và MSN

Chúng tôi ưu tiên các cổ phiếu đầu ngành hàng thiết yếu, vẫn còn tiềm năng tăng trưởng tốt (>20%) và định giá đang ở mức hợp lý. Ngoài ra, chúng tôi lựa chọn thêm các cổ phiếu câu chuyện riêng như (1) có mảng IPO, ví dụ như MW của MWG, (2) room khối ngoại còn nhiều để đón nhận dòng vốn ngoại khi VN được chính thức nâng hạng vào Q2/26, do đó chúng tôi lựa chọn 2 cổ phiếu: **MWG, MSN**. Theo chiều hướng phòng thủ hơn, **VNM** là lựa chọn hàng đầu với lợi suất cổ tức 7%.

Chuyên viên phân tích

Nguyễn Quỳnh Ly

Ly.NguyenQuynh@mbs.com.vn

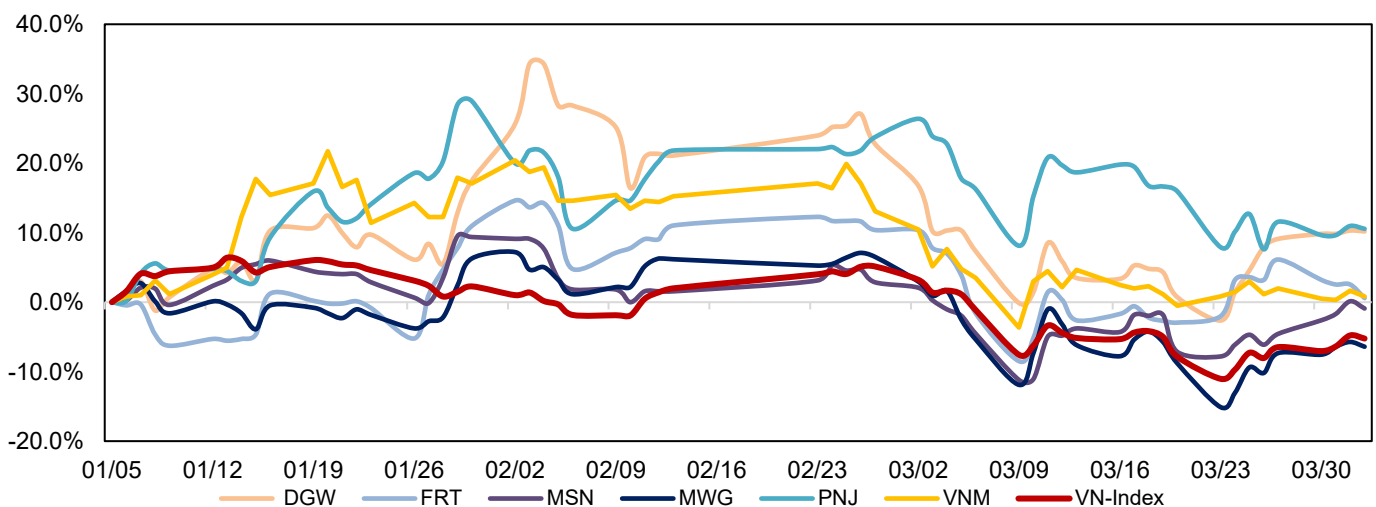
Tổng hợp dự phóng KQKD Q1/2026 và cả năm 2026

Hình 1: Dự phóng KQKD một số doanh nghiệp Tiêu dùng & Bán lẻ

STT	Mã CP	Ngành	Dự báo tăng trưởng LNST công ty mẹ				Nhận định
			Q1/26	% svck	2026	% svck	
14	PNJ	Bán lẻ	1320 ↑	95%	3,618 ↑	28%	Chúng tôi kỳ vọng chính sách linh hoạt mới về việc thu mua vàng trang sức PNJ sẽ giúp cho số lượng giao dịch gia tăng, cùng mảng vàng miếng tăng trưởng mạnh mẽ khi sản lượng bán vàng thần tài có khả năng được đẩy mạnh trong bối cảnh giá vàng thuận lợi, từ đó tổng DT ước tăng 60% trên mức nền thấp cùng kỳ, LN ròng tăng 95% svck
15	DGW	Bán lẻ	150 ↑	42%	691 ↑	26%	Với DGW, các mảng điện tử tiêu dùng đều sẽ ghi nhận doanh thu tích cực trong Q1/26 nhờ nhu cầu gom hàng của các nhà bán lẻ, đặc biệt mảng thiết bị văn phòng có khả năng tăng trưởng mạnh, nhờ vậy tổng doanh thu ước tính tăng 50% svck. Tuy nhiên, chúng tôi nhận thấy khả năng cao về việc trích lập chi phí bán hàng cùng doanh thu tài chính giảm do đầu tư chứng khoán, do vậy LN ròng ước tăng 42% svck.
16	FRT	Bán lẻ	219 ↑	30%	1,050 ↑	32%	Chúng tôi cho rằng cả 2 mảng LC và ICT-CE tiếp đà phục hồi khả quan, trong đó LC vẫn tiếp tục thành công mở mới ~70 nhà thuốc mới, trong khi FPT Shop tập trung vào cải thiện doanh thu/CH. Tổng kết, LN ròng ước tăng 30% svck.
17	MWG	Bán lẻ	1950 ↑	26%	9,000 ↑	28%	MWG đang triển khai thần tốc các chiến dịch bán hàng thuận lợi, bằng việc đẩy nhanh các gói trả chậm cho người tiêu dùng, giúp cho doanh thu mảng ICT-CE ước tính tăng trưởng ~25% svck. Bên cạnh đấy, BHX tiếp đà mở rộng tại miền Trung và mở mới tại khu vực miền Bắc, khởi đầu bắc các khu vực cấp 2, ước tính mở mới ~250 cửa hàng, doanh thu TB/CH ước giảm 5% svck. Tổng kết, chúng tôi ước tính LN ròng MWG tăng trưởng 26% svck với động lực tăng trưởng đều ở cả 2 lĩnh vực ICT-CE và BHX, bên cạnh đấy An Khang tiếp đà giảm lỗ.
18	MSN	Tiêu dùng/F&B	1149 ↑	192%	5,471 ↑	33%	Q1/26 chủ yếu nhờ vào mảng MSR khi giá vonfram của MSN x3 svck trong bối cảnh sản lượng vẫn đang bán đều và dự kiến bằng năm trước, MSR dự phóng lãi 300 tỷ đồng (Q1/25 lỗ 200 tỷ đồng). MCH tăng sv mức nền thấp năm trước vì Q1+Q2/25 là thời điểm hệ thống lại hệ thống phân phối bán lẻ, dự kiến LN ròng tăng 10% svck. Ngoài ra thì không còn các chi phí khác ~250 tỷ đồng do thanh lý tài sản (đợt Q4/24 +Q1/25 có ghi nhận thanh lý do chuyển nhượng HC.S) nên tổng kết lại là LN ròng ~1,150 tỷ đồng.
19	VNM	Tiêu dùng/F&B	1750 ↗	12%	10,058 ↗	7%	Chúng tôi kỳ vọng doanh thu nội địa tăng trưởng 2 chữ số trên mức nền thấp cùng kỳ, khi hệ thống phân phối đã đi vào ổn định, bù đắp cho sự thiếu hụt của xuất khẩu do căng thẳng chính trị ảnh hưởng đến vận chuyển hàng hóa. Biên LN góp kỳ vọng được duy trì với giá bột sữa NVL tốt từ Q3-4/26, tổng kết chúng tôi ước tính LN ròng VNM tăng 12% svck
20	DBC	Tiêu dùng/F&B	485 →	-5%	1,040 ↓	-31%	Giá heo hơi trung bình Q1/2026 ước đạt khoảng 70,200 đồng/kg, giảm nhẹ 2% svck, song vẫn là mức giá tốt giúp doanh nghiệp duy trì lợi nhuận. Bên cạnh đó, giá nguyên vật liệu đầu vào tương đối ổn định trong giai đoạn cuối 2025 và đầu 2026, góp phần củng cố biên lợi nhuận của doanh nghiệp.

Nguồn: MBS Research dự phóng

Hình 2: Diễn biến giá các cổ phiếu bán lẻ từ đầu năm 2025 đến nay: Hầu hết các cổ phiếu quay về mức đầu năm, bên cạnh đấy có MWG được chiết khấu khá sâu trong khi PNJ giữ được nhịp tăng trưởng.



Nguồn: FiinProX, MBS Research

Chiến lược đầu tư ngành Bán lẻ: Chọn lọc các cổ phiếu có tiềm năng tăng trưởng hấp dẫn với mức định giá hợp lý

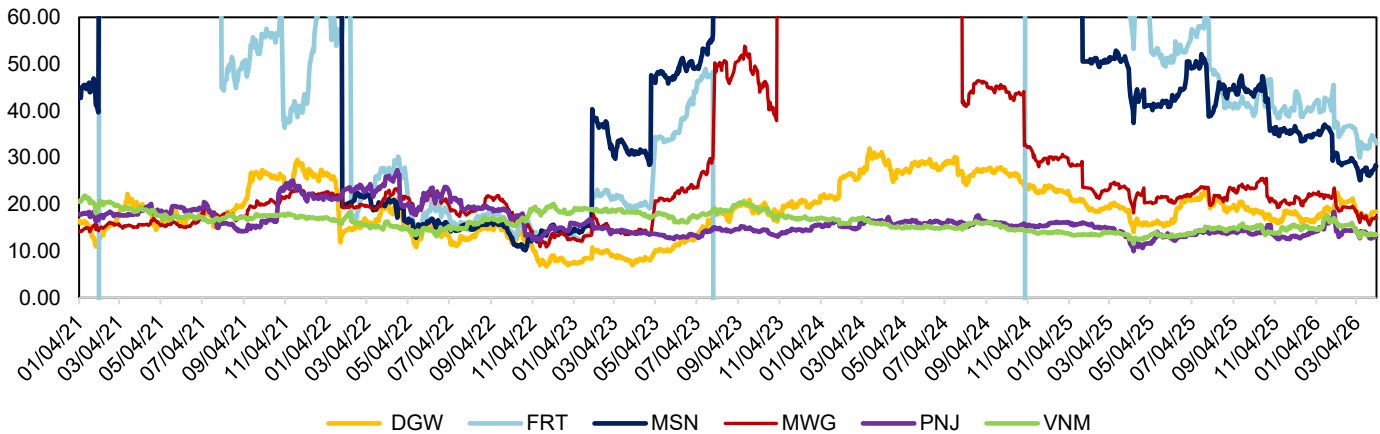
Thị trường chung chịu ảnh hưởng từ việc lãi suất tăng, căng thẳng địa chính trị kéo dài có thể khiến cho CPI tăng cao, ảnh hưởng trực tiếp đến chi tiêu hàng ngày của người tiêu dùng. Do vậy, trong giai đoạn này, chúng tôi ưu tiên các cổ phiếu đầu ngành hàng thiết yếu, vẫn còn tiềm năng tăng trưởng tốt (>20%) và định giá đang ở mức hợp lý. Ngoài ra, chúng tôi lựa chọn thêm các cổ phiếu câu chuyện riêng như (1) có mảng IPO, ví dụ như MW của MWG, (2) room khối ngoại còn nhiều để đón nhận dòng vốn ngoại khi VN được chính thức nâng hạng vào Q2/26, do đó chúng tôi lựa chọn 2 cổ phiếu: **MWG, MSN**. Theo chiều hướng phòng thủ hơn, **VNM** là lựa chọn hàng đầu với lợi suất cổ tức 7%.

Hình 3: Chi tiết dự phóng kết quả kinh doanh một số doanh nghiệp tiêu dùng bán lẻ GD 2026-27

Mã CP	Chỉ tiêu	2025	2026 %svck	%sv dự báo trước	2027 %svck	Đánh giá	
MSN	Doanh thu	81,621	92,540	13.4%	100%	113,628	22.8%
	LN góp	25,581	30,475	19.1%	105%	36,425	19.5%
	Biên LN góp	31.3%	32.9%	1.6%	105%	32.1%	-0.9%
	Thu nhập tài chính ròng	(4,822)	(4,652)	-3.5%	97%	(4,842)	4.1%
	Chi phí bán hàng & QLDN	17,916	21,084	17.7%	103%	25,325	20.1%
	LN ròng	4,108	5,471	33.2%	100%	7,541	37.8%
MWG	Doanh thu	156,458	183,365	17.2%	100%	217,902	18.8%
	LN góp	30,294	37,590	24.1%	100%	45,106	20.0%
	Biên LN góp	19.4%	20.5%	1.1%	100%	20.7%	0.2%
	Thu nhập tài chính ròng	1,565	1,766	12.9%	113%	2,224	25.9%
	Chi phí bán hàng & QLDN	23,215	27,748	19.5%	98%	33,677	21.4%
	LN ròng	7,037	9,000	27.9%	107%	10,624	18.0%
VNM	Doanh thu	63,645	67,088	5.4%		72,160	7.6%
	LN góp	26,209	28,405	8.4%		30,584	7.7%
	Biên LN góp	41.2%	42.3%	1.2%		42.4%	0.0%
	Thu nhập tài chính ròng	1,147	1,001	-12.7%		1,059	5.8%
	Chi phí bán hàng & QLDN	15,546	16,616	6.9%		17,727	6.7%
	LN ròng	9,410	10,058	7.0%		10,760	7.0%
PNJ	Doanh thu	34,976	47,227	35.0%		58,081	23.0%
	LN góp	7,703	9,645	25.2%		11,889	23.3%
	Biên LN góp	22.0%	20.4%	-1.6%		20.5%	0.0%
	Thu nhập tài chính ròng	(17)	(96)	469.8%		(111)	15.4%
	Chi phí bán hàng & QLDN	4,165	5,044	21.1%		6,113	21.2%
	LN ròng	2,829	3,618	28.0%		4,553	25.7%
DGW	Doanh thu	26,632	31,978	20.1%	105%	38,235	19.6%
	LN góp	2,311	2,791	20.8%	96%	3,341	19.7%
	Biên LN góp	8.7%	8.7%	0.0%	92%	8.7%	0.0%
	Thu nhập tài chính ròng	(53)	21	-139.7%	-140%	29	37.0%
	Chi phí bán hàng & QLDN	1,593	1,963	23.2%	97%	2,347	19.6%
	LN ròng	547	691	26.2%	100%	833	20.5%
FRT	Doanh thu	51,083	61,702	20.8%	102%	72,321	17.2%
	LN góp	10,010	12,436	24.2%	101%	14,886	19.7%
	Biên LN góp	19.6%	20.2%	0.6%	99%	20.6%	0.4%
	Thu nhập tài chính ròng	(101)	(176)	74.5%	100%	(250)	41.9%
	Chi phí bán hàng & QLDN	8,696	10,627	22.2%	99%	12,570	18.3%
	LN ròng	795	1,050	32.0%	113%	1,304	24.0%

Nguồn: MBS Research dự phóng

Hình 4: Định giá một số cổ phiếu bán lẻ đã về mức hấp dẫn 5 năm như MWG, VNM hay PNJ sau thời gian cổ phiếu bị chiết khấu.



Nguồn: FiinProX, MBS Research

Hình 5: Chiến lược đầu tư ngành bán lẻ

Cổ phiếu	Khuyến nghị	Giá mục tiêu (VND/cp)	Luận điểm đầu tư
MSN	Khả quan	109,000	Vào năm 2026, chúng tôi kỳ vọng LN ròng tăng 33% svck, ghi nhận ~5,500 tỷ đồng với động lực chính từ (1) mảng MHT hưởng lợi lớn nhờ nguồn cung vonfram thiếu hụt trên thế giới, nhờ vậy giá bán ước tính tăng mạnh svck; cho đến hiện tại, giá bán tb từ đầu năm đang x3 sv giá tb năm 2025, (2) mảng MCH tăng trưởng 2 chữ số nhờ mức nền thấp cùng kì và sản lượng tiêu thụ tăng cao nhờ việc đẩy mạnh cung ứng vào hệ thống WCM và các hệ thống bán lẻ khác, (3) WCM tiếp đà mở rộng mạnh mẽ với quy mô cửa hàng ước tăng trưởng 17% svck, biên EBITDA duy trì mức 4.5% svck.
MWG	Khả quan	121,000	So với báo cáo T3/2026, chúng tôi điều chỉnh tăng giá mục tiêu thêm 2% để phản ánh điều chỉnh ở LN ròng năm 2026 thêm ~7% sv dự báo cũ. Năm 2026, chúng tôi kỳ vọng LN ròng đạt 9,000 (+28% svck) với động lực chủ yếu nhờ (1) Mảng TGDD&DMX tập trung tăng trưởng doanh thu/CH bằng lợi thế về sự đa dạng của danh mục sản phẩm, cùng chính sách trả góp tiện lợi, nhanh chóng sẽ thúc đẩy nhu cầu giao dịch người tiêu dùng, nhờ đó doanh thu ước tăng trưởng 12% svck. Ngoài ra, kế hoạch tồn kho hiệu quả trong bối cảnh giá cả biến động mạnh năm 2026-27F có khả năng giúp cho biên LN góp cải thiện 0.5đ% svck. Tổng kết, lợi nhuận ròng ước tính tăng trưởng 13% svck (2) Mảng Bách Hóa Xanh, mô hình “chợ hiện đại” đang nhận được sự yêu thích từ sự chuyên dịch của người tiêu dùng, do vậy chúng tôi kỳ vọng quy mô cửa hàng đạt tăng trưởng kép 25% trong năm 2026-27F với 2 động lực chính (1) thực hiện “Bắc tiến”, (2) gia tăng mật độ cửa hàng tại khu vực miền Trung. Kết hợp với danh mục hàng hóa phù hợp, chúng tôi dự báo LN ròng tăng 130% svck.
VNM	Khả quan	80,800	Năm 2026, LN ròng ước tăng 7% svck với động lực chính từ tăng trưởng khu vực nội địa khi hệ thống phân phối đi vào ổn định và VNM đẩy mạnh mở mới cửa hàng bán lẻ VNM để thúc đẩy doanh số bán hàng, cùng với biên LN góp cải thiện nhẹ 1đ% svck nhờ giá sữa NVL giảm nhiệt trong năm 2026. Do ảnh hưởng từ căng thẳng địa chính trị có thể khiến cho doanh thu xuất khẩu trực tiếp ảnh hưởng, đặc biệt là sản lượng đến khu vực Trung Đông. Do vậy chúng tôi ước tính doanh thu xuất khẩu trực tiếp giảm ~13% svck, được bù đắp bởi sự doanh thu nội địa (+6% svck), do vậy tổng doanh thu ước tăng 4% svck.
PNJ	Khả quan	156,300	Năm 2026, chúng tôi nhận thấy với sự hỗ trợ của chính sách linh hoạt thu mua mới, cùng với kỳ vọng lớn về việc PNJ giải quyết được bài toán nguyên liệu, nhờ vậy doanh thu TB/CH ước tăng 18% svck. Mảng vàng miếng cũng ghi nhận sự tích cực với sự tăng trưởng dự báo đạt 92% svck. Bên cạnh đó, nhờ sự thuận lợi của thị trường, chúng tôi kỳ vọng PNJ bắt đầu thực hiện mở rộng quy mô cửa hàng sau thời gian tạm ngưng với tốc độ tăng trưởng đạt 5% svck, mở mới 22 cửa hàng. Tổng kết, LN ròng dự báo đạt 3,618 tỷ đồng (+28% svck).

Điều chỉnh giảm giá mục tiêu 3% do chúng tôi (1) Chuyển mô hình định giá sang năm 2026, (2) EPS 2027 giảm 5% sv dự báo cũ.

Năm 2026, LN ròng ước đạt 691 tỷ đồng (+26% svck) với động lực chính từ các mảng điện tử tiêu dùng. Cụ thể, doanh số mảng máy tính & máy tính bảng cùng với điện thoại di động sẽ tăng trưởng 16% svck, chủ yếu đến từ mức giá bán svck, có khả năng ảnh hưởng tích cực đến biên LN gộp của DGW. Doanh số mảng thiết bị văn phòng tăng 25% svck, với động lực từ cả các thiết bị IoT và lĩnh vực máy chủ (nhờ kí kết thêm thương hiệu mới với mức giá hợp lý - công năng đa dạng hơn) cho các doanh nghiệp SME, kích thích nhu cầu thay đổi trong bối cảnh đẩy mạnh chuyển đổi số. Bên cạnh đây, mảng hàng tiêu dùng, thiết bị gia dụng có mức tăng trưởng cao nhờ đẩy mạnh sản phẩm vào các chuỗi bán lẻ tại Việt Nam.

DGW Khả quan 54,600

Chúng tôi điều chỉnh tăng giá mục tiêu lên 5% sv giá trong báo cáo cũ do điều chỉnh LN ròng FRT lên 5% sv dự báo cũ (T4/2025).

Năm 2026, chúng tôi kỳ vọng LN ròng đạt 1,050 tỷ đồng (+32% svck) với động lực ở cả 2 mảng Long Châu và FPT Shop. Cụ thể, (1) Mảng Long Châu tiếp tục mở rộng quy mô cửa hàng nhà thuốc với mô hình nhỏ hơn, để tiếp cận các khu vực đông dân với danh mục sản phẩm đa dạng, ước tính LN ròng tăng trưởng 23% svck (2) Mảng FPT Shop tiếp đà phục hồi, mở rộng sang các sản phẩm gia dụng, điện lạnh với việc sắp xếp sản phẩm hợp lý trong cửa hàng bán lẻ, ước tính LN ròng tăng trưởng 120% svck.

FRT Khả quan 169,500

Nguồn: MBS Research dự phóng

Hình 6: So sánh một số doanh nghiệp cùng ngành

Tên công ty	Mã CP	Giá thị trường	Giá mục tiêu Khuyến nghị	Vốn hóa	P/E	P/B	ROA	ROE	PEG					
	Bloomberg	7/4/2026		tỷ VND	TTM	2026 TTM	2026 TTM	2026 TTM	2026					
		VND	VND											
Doanh nghiệp sản xuất tiêu dùng														
CTCP Sữa Việt Nam	VNM VN	61,000	80,800	Khả quan	126,860	13.3	13	4	4	17.4	18.8	26.6	29.1	1.9
Inner Mongolia Yili Industrial Group Co Ltd	600887 CH Equity	n/a	n/a	n/a	639,102	15.2	13.8	3	2.8	7.1	7.6	19.5	20.1	1.7
China Mengniu Dairy Co	2319 HK Equity	n/a	n/a	n/a	228,806	17.4	12.2	1.4	1.3	3.1	5.2	7.7	11.3	0.4
Yakult Honsha Co Ltd	2267 JT Equity	n/a	n/a	n/a	140,175	18.2	18.8	1.4	1.4	6.1	5.9	7.5	7.1	n/a
Fraser & Neave Holdings Bhd	FNH MK Equity	n/a	n/a	n/a	68,799	18.7	17.8	2.5	2.3	9.8	10.2	13.9	14.2	1.4
Bright Dairy & Food Co Ltd	600597 CH Equity	n/a	n/a	n/a	39,314	21.7	18.1	1	1	1.8	1.5	4.8	4.7	n/a
CTCP Hàng tiêu dùng Masan	MCH VN	140,100	n/a	n/a	180,965	27.2	23.7	10.1	9.8	21.6	23.2	46.4	45.6	1.9
CTCP Thực phẩm Cholimex	CMF VN	423,000	n/a	n/a	3,426	12.7	n/a	2.5	n/a	14.6	n/a	21	n/a	n/a
Indofood CPB SUK Equity	ICBP IJ Equity	n/a	n/a	n/a	131,559	9.3	8.4	1.7	1.4	7.1	7.1	19.1	17.9	37.2
Wilmar	WIL SP Equity	n/a	n/a	n/a	503,585	13.6	12.5	0.9	0.9	2.3	3.2	6.8	7.1	n/a
Trung bình						16.7	15.3	2.9	2.8	9.1	8.0	17.3	17.1	7.4
Doanh nghiệp bán lẻ đa ngành tại Việt Nam														
CTCP Đầu tư Thế giới Di động	MWG VN	78,000	121,000	Khả quan	113,215	16.6	15	3.6	2.9	9.1	10.2	23	24.6	0.6
CTCP Tập đoàn Masan	MSN VN	75,100	109,000	Khả quan	113,885	26.5	20.8	3.1	2.8	3	4	9.6	11.5	0.8
CTCP Bán lẻ Kỹ thuật số FPT	FRT VN	149,500	169,500	Khả quan	25,460	32.6	24	6.2	4.4	3.4	4.5	15.5	18.2	1.0
Trung bình						25.2	19.9	4.3	3.4	5.2	6.2	16.0	18.1	0.8
Doanh nghiệp bán lẻ dược phẩm														
CTCP Bán lẻ kỹ thuật số FPT	FRT VN	149,500	169,500	Khả quan	25,460	32.6	24	6.2	4.4	3.4	4.5	15.5	18.2	1.0
Yifeng Pharma-A	603939 CH Equity	n/a	n/a	n/a	108,110	16.5	14.5	2.4	2.1	6.4	6.9	15	15.4	5.5
Dashenlin Phar-A	603233 CH Equity	n/a	n/a	n/a	77,201	16.5	14	2.6	2.4	5	5.7	16.6	17.9	0.8
Laobaixing Pha-A Equity	603883 CH Equity	n/a	n/a	n/a	126,268	13.3	12.4	1.6	1.5	7.3	7.5	12.2	12.3	6.7
Yixintang Phar-A	002727 CH Equity	n/a	n/a	n/a	28,187	18.8	12.9	1	1	3.4	6	4.6	7	0.4
Trung Bình						19.5	15.6	2.8	2.3	5.1	6.1	12.8	14.2	2.9
Doanh nghiệp bán lẻ trang sức														
CTCP Vàng bạc Đá quý Phú Nhuận	PNJ VN	100,000	156,300	Khả quan	34,900	13.1	10	2.8	2.5	15.1	17.1	23.1	26.5	0.5
Chow Tai Fook JE Equity	1929 HK Equity	n/a	n/a	n/a	371,687	18.9	13	4.2	3.8	6.8	10.9	23	30.2	1.35
Chow Sang Sang Equity	116 HK Equity	n/a	n/a	n/a	31,675	6.1	4.5	0.7	0.6	7.5	9	11.6	13.7	0.1
Trung bình						12.7	9.2	2.6	2.3	9.8	12.3	19.2	23.5	0.6
Doanh nghiệp bán buôn														
CTCP Thế giới số	DGW VN	42,950	54,600	Khả quan	9,499	17.7	14.3	2.8	2.1	5.5	5.5	16.9	16.9	0.7
CTCP Dịch vụ phân phối Tổng hợp dầu khí	PSD VN	n/a	n/a	n/a	829	7.3	n/a	1.2	n/a	3.4	n/a	18.5	n/a	n/a
Trung bình						12.5	2.0	4.5	17.7					

Nguồn: Bloomberg, FiinProX, MBS Research

MIỄN TRỪ TRÁCH NHIỆM

Báo cáo này được viết và phát hành bởi Khối Nghiên cứu - Công ty Cổ phần Chứng khoán MBS (MBS). Thông tin trình bày trong báo cáo dựa trên các nguồn được cho là đáng tin cậy vào thời điểm công bố song MBS không chịu trách nhiệm hay bảo đảm nào về tính chính xác, tính đầy đủ, tính kịp thời của những thông tin này cho bất kỳ mục đích cụ thể nào. Những quan điểm trong báo cáo này không thể hiện quan điểm chung của MBS và có thể thay đổi mà không cần thông báo trước. Báo cáo này được phát hành chung, bất kỳ khuyến nghị nào trong tài liệu này không liên quan đến các mục tiêu đầu tư cụ thể, tình hình tài chính và nhu cầu cụ thể của bất kỳ người nhận cụ thể nào. Báo cáo này và tất cả nội dung là sản phẩm sở hữu của MBS; người nhận không được phép sao chép, tái xuất bản dưới bất kỳ hình thức nào hoặc phân phối lại toàn bộ hoặc một phần, cho bất kỳ mục đích nào mà không có sự đồng ý trước bằng văn bản của MBS.

HỆ THỐNG KHUYẾN NGHỊ ĐẦU TƯ MBS

Khuyến nghị đầu tư cổ phiếu

Khuyến nghị đầu tư của MBS được xây dựng dựa trên khả năng sinh lời dự kiến của cổ phiếu, được tính bằng tổng của (i) chênh lệch phần trăm giữa giá mục tiêu và giá thị trường tại thời điểm công bố báo cáo, và (ii) tỷ suất cổ tức dự kiến. Trừ khi được nêu rõ trong báo cáo, các khuyến nghị đầu tư có thời hạn đầu tư là 12 tháng.

KHẢ QUAN	Khả năng sinh lời của cổ phiếu từ 15% trở lên
TRUNG LẬP	Khả năng sinh lời của cổ phiếu nằm trong khoảng từ -15% đến 15%
KÉM KHẢ QUAN	Khả năng sinh lời của cổ phiếu thấp hơn 15%

Khuyến nghị đầu tư ngành

KHẢ QUAN	Các cổ phiếu trong ngành có khuyến nghị Mua tính trên cơ sở vốn hóa thị trường gia quyền
TRUNG LẬP	Các cổ phiếu trong ngành có khuyến nghị Nắm giữ, tính trên cơ sở vốn hóa thị trường gia quyền
KÉM KHẢ QUAN	Các cổ phiếu trong ngành có khuyến nghị Bán, tính trên cơ sở vốn hóa thị trường gia quyền

CÔNG TY CỔ PHẦN CHỨNG KHOÁN MB (MBS)

Được thành lập từ tháng 5 năm 2000 bởi Ngân hàng TMCP Quân đội (MB) với tên gọi tiền thân là Công ty CP chứng khoán Thăng Long, Công ty CP Chứng khoán MB (MBS) là một trong 6 công ty chứng khoán đầu tiên tại Việt Nam. Sau nhiều năm phát triển, MBS đã trở thành một trong những công ty chứng khoán hàng đầu Việt Nam, liên tục đứng trong Top 10 thị phần tại cả hai Sở Giao dịch (Hồ Chí Minh và Hà Nội).

Địa chỉ:

Tòa nhà MB, 21 Cát Linh, Ô Chợ Dừa, Hà Nội

Tel: + 8424 7304 5688 - Fax: +8424 3726 2601

Website: www.mbs.com.vn

KHỐI NGHIÊN CỨU CTCP CHỨNG KHOÁN MB (MBS)

Giám đốc Khối Nghiên cứu <i>Trần Thị Khánh Hiền</i>	Trưởng phòng <i>Nguyễn Tiến Dũng</i>	
Vĩ mô & Chiến lược thị trường <i>Nghiêm Phú Cường</i> <i>Ngô Quốc Hưng</i> <i>Đinh Hà Anh</i> <i>Vũ Lê Giang</i>	Ngân hàng – Dịch vụ Tài chính <i>Đinh Công Luyến</i> <i>Phạm Thị Thanh Hương</i>	Bất động sản - VLXD <i>Nguyễn Minh Đức</i> <i>Lê Hải Thành</i> <i>Phạm Thị Thanh Huyền</i>
	Công nghiệp – Năng lượng <i>Nguyễn Hà Đức Tùng</i> <i>Mai Duy Anh</i> <i>Võ Đức Anh</i>	Dịch vụ - Tiêu dùng <i>Nguyễn Quỳnh Ly</i>