Dự báo KQKD Q2/26 ngành Tiêu dùng - Bán lẻ: Một quý ghi nhận KQKD tích cực của doanh nghiệp bán lẻ

- Q2/2026, tiêu dùng nội địa đang có nhiều sự hỗ trợ từ xu hướng mua hàng nội địa chất lượng tốt của người dùng, hỗ trợ cho sản lượng tiêu thụ các doanh nghiệp sản xuất trong nước, giúp lợi nhuận của nhóm tiêu dùng duy trì tăng trưởng ổn định.
- Bên cạnh đấy, mức giá bán được cải thiện đáng kể (do yếu tố giá NVL còn nhiều khó khăn) giúp cho các doanh nghiệp bán lẻ không thiết yếu ghi nhận mức tăng trưởng đáng kể, đặc biệt là ngành hàng tiêu dùng điện tử.

Q2/26, cầu tiêu dùng trong nước đã có những tín hiệu đầu phục hồi tốt hơn, đặc biệt là lĩnh vực tiêu dùng thiết yếu

5T26, tổng mức bán lẻ hàng hóa và doanh thu dịch vụ tiêu dùng tăng 11.2% svck (6.1% loại trừ yếu tố giá). Trong đó, doanh thu bán lẻ hàng hóa tăng 11.1% svck. Cầu tiêu dùng nội địa chưa ghi nhận tín hiệu tăng trưởng tích cực khi bối cảnh vĩ mô còn nhiều khó khăn (lạm phát cao, thu nhập cải thiện chậm). Trong nhóm tiêu dùng thiết yếu: Ngành sữa phục hồi khả quan từ mức nền thấp nhờ (1) việc thắt chặt nguồn cung sữa lậu, sản lượng phục hồi 1 chữ số với xu hướng chủ đạo từ các sản phẩm nội địa giàu dinh dưỡng, (2) mức giá bán được linh hoạt điều chỉnh nhờ cơ cấu các sản phẩm giàu dinh dưỡng tăng mạnh mẽ trong năm 2026, tiêu biểu từ VNM và MCM. 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 bên cạnh quy mô duy trì tăng trưởng >20% svck, chúng tôi nhận thấy doanh thu TB/CH ở các chuỗi duy trì khả quan. Bên cạnh đấy, chuỗi bán lẻ dược phẩm bắt đầu ghi nhận thêm việc mở rộng quy mô của An Khang, Pharmacity sau hơn 2 năm đi ngang, nhờ đó tổng quy mô cửa hàng dự báo tăng 15% svck. Tuy nhiên, 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 nhẹ trong giai đoạn này. Tại thị trường chăn nuôi, nguồn cung heo ra ngoài thị trường ổn định do dịch bệnh được kiểm soát nhờ điều kiện thuận lợi từ thời tiết, tuy nhiên do sức cầu còn suy yếu nên tổng doanh thu các DN chăn nuôi chưa ghi nhận tín hiệu tích cực. Bên cạnh đấy, đến cuối T5/26, giá NVL tăng mạnh svck (đậu tương +14.5%, ngô +6.0%) trong bối cảnh giá heo hơi giảm 6% svck, gây áp lực lên biên LN gộp của các DN, do vậy LN ròng Q2/2026 dự báo không nhiều khả quan.

…Ở lĩnh vực không thiết yếu, các doanh nghiệp tiếp đà tăng trưởng khả quan nhờ sự linh hoạt điều chỉnh giá bán trên mức nền thấp.

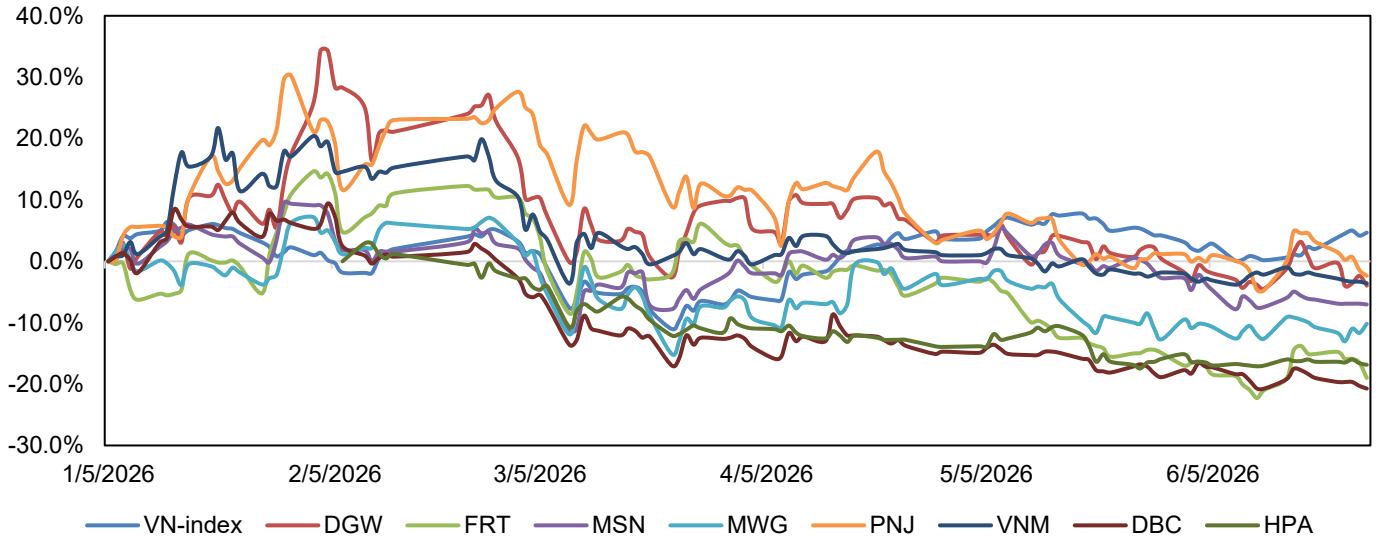
Ở phía bán lẻ hàng không thiết yếu, ở lĩnh vực điện tử tiêu dùng, chu kỳ thay thế sản phẩm đang diễn ra mạnh mẽ ở các sản phẩm điện lạnh và gia dụng, tập trung tiêu thụ các sản phẩm có mức giá hợp lý với công năng đầy đủ, kết hợp với sản lượng laptop tăng 2 chữ số (do những lo sợ về giá bán tăng vượt trội trong thời gian tới) nhờ đó DT TB/CH +25% svck. Bên cạnh đấy, các doanh nghiệp sở hữu hệ thống tài chính tiêu dùng với các gói trả chậm hấp dẫn (không phí, không trả trước, 0 lãi) sẽ giành được thị phần tốt hơn trong thời gian này. Ngoài ra, trong bối cảnh xu hướng mua sắm trực tuyến đang gia tăng mạnh mẽ thì quy mô cửa hàng vật lý sẽ tiếp tục được duy trì trong trung – dài hạn. Ở lĩnh vực bán lẻ trang sức, việc linh hoạt chính sách thu mua sẽ giúp cho doanh nghiệp có thêm nguyên vật liệu để đa dạng hóa danh mục sản phẩm vàng tích trữ, sẽ thúc đẩy lượng giao dịch của các nhà bán lẻ trang sức trong thời gian tới khi giá vàng còn nhiều bất động thất thường. Ngoài ra, bối cảnh này cũng tạo tiền đề cho việc linh hoạt giá bán của các doanh nghiệp bán lẻ trang sức, nhờ đó doanh thu tiếp đà tăng trưởng 40% svck, nhờ đó LN ròng dự báo tăng 26% svck.

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
			Q2/2026	% svck	2026	% svck	
1	PNJ	Bán lẻ	550	26%	3,618	28%	Doanh thu bán lẻ tiếp đà tăng trưởng từ Q4/2025 nhờ sự linh hoạt trong điều chỉnh giá bán và đa dạng hóa thiết kế sản phẩm, cùng việc danh mục sản phẩm lưu trữ khả quan giúp cho tổng doanh thu kỳ vọng tăng trưởng 40% svck, biên LN gộp giảm 1d% svck do tỷ trọng vàng tích trữ gia tăng.
2	FRT	Bán lẻ	190	60%	1,087	37%	LN ròng dự báo tăng trưởng 60% svck chủ yếu nhờ (1) mảng Long Châu tiếp đà mở mới với ~180 nhà thuốc mở mới trong Q1/26, doanh thu/trbinh CH duy trì và LN ròn giữ vững đà tăng trưởng, (2) Mảng FPT Shop phục hồi nhờ đó LN ròng chuyển từ -28 tỷ đồng sang +20 tỷ đồng.
3	MWG	Bán lẻ	2205	34%	9,490	35%	Doanh thu TGDD&DMX tăng trưởng tốt nhờ việc giành lại được thị phần, đặc biệt ở mảng gia dụng, điện lạnh và máy tính xách tay. Bên cạnh đấy, BHX thành công tiếp cận khu vực miền Bắc và gia tăng bao phủ tại miền Nam với ~250 cửa hàng, nhờ vậy LN ròng MWG ước tăng 34% svck
4	DGW	Bán lẻ	160	38%	722	32%	Doanh thu tăng trưởng khả quan nhờ mảng thiết bị văn phòng nhờ nhu cầu mua mới/nâng cấp server mạnh mẽ ở các doanh nghiệp SmE cùng doanh thu mảng laptop&máy tính bảng tăng mạnh mẽ, bù đắp cho sự duy trì ở mảng điện thoại thông minh. Chi phí được duy trì, nhờ đó LN ròng tăng trưởng 38% svck
5	VNM	Tiêu dùng/F&B	2550	3%	10,058	7%	Doanh thu nội địa tiếp đà tăng trưởng khả quan nhờ việc đẩy mạnh các sản phẩm cao đạm và giàu dinh dưỡng cho thấy sự thành công của R&D trong thời gian vừa qua, doanh thu xuất khẩu tăng trưởng 11% svck, chủ yếu nhờ sản lượng tiêu thụ tại Campuchia vượt trội khi có được thêm thị phần từ các sản phẩm nguồn gốc từ Thái Lan. Biên LN gộp chịu ảnh hưởng do chi phí vận chuyển xuất khẩu gia tăng khi eo biển Helmuz gặp vấn đề, do vậy chúng tôi dự báo LN ròng tăng ~3% svck.
6	MSN	Tiêu dùng/F&B	1350	31%	5,471	33%	LN ròng ước tính tăng 31% svck với động lực chủ yếu từ mảng MSR (khi giá Vonfram tăng cao và chi phí duy trì, hỗ trợ biên LN gộp cải thiện đáng kể và ghi nhận LN ròng) cùng mảng MCH (tăng trưởng LN ròng 2 chữ số sau mức nền thấp cùng kỳ, với doanh thu tích cực ở mảng gia vị, đồ uống và thực phẩm tiện lợi
7	DBC	Tiêu dùng/F&B	315	-38%	977	-35%	Áp lực chi phí nguyên liệu đầu vào dự kiến phản ánh rõ nét hơn từ quý này khi giá đậu tương và ngô đến cuối tháng 5 đã tăng lần lượt 14.5% và 6% so với cùng kỳ. Trong khi đó, giá heo hơi trung bình Q2/2026 ước đạt khoảng 66,200 đồng/kg (-5.8% so với cùng kỳ). Do đó, biên lợi nhuận mảng TACN thu hẹp vì khả năng chuyển giá hạn chế trong bối cảnh cạnh tranh gay gắt; mảng chăn nuôi heo chịu áp lực kép khi giá vốn tăng cùng lúc giá bán đầu ra suy yếu.
8	HPA	Tiêu dùng/F&B	300	-44%	1,109	-31%	Trong Q2/2026, sản lượng heo xuất chuồng dự kiến tiếp tục sụt giảm do trại Minh Đức dù đã hoàn tất cải tạo nhưng chưa có heo xuất bán trong quý này. Bên cạnh đó, giá heo hơi bình quân Q2 ước đạt 66,200 đồng/kg (-5.8% svck), trong khi chi phí nguyên vật liệu đầu vào tăng đáng kể (đậu tương +14.5%, ngô +6% svck đến cuối tháng 5). Áp lực kép từ giá đầu ra suy yếu và giá vốn leo thang khiến biên lợi nhuận mảng chăn nuôi heo cũng như mảng thức ăn chăn nuôi bị thu hẹp đáng kể.

Nguồn: MBS Research dự phóng

Hình 2: Diễn biến giá các cổ phiếu tiêu dùng bán lẻ từ đầu năm 2026 đến nay: Hầu hết các cổ phiếu đều giảm so với mức đầu năm, bên cạnh đấy các cổ phiếu chăn nuôi có chiết khấu khá sâu trong khi PNJ, DGW giảm ít hơn sv các cổ phiếu bán lẻ tiêu dùng khác.



Nguồn: 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	**Trưởng phòng**
Trần Thị Khánh Hiền	*Nguyễn Tiến Dũng*