

MUA [+16%]

Ngày cập nhật: 13/02/2020

Giá mục tiêu	31,500	VND
Giá hiện tại	27,100	VND

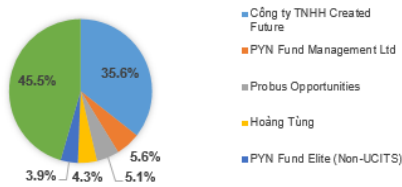
PHS

(+82-28) 5 413 5479- support@phs.vn

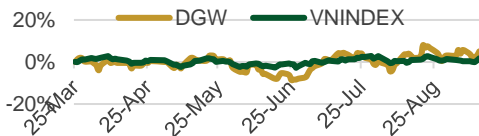
Thông tin cổ phiếu

CP đang lưu hành (triệu)	41.8
Free-float (triệu)	20.9
Vốn hóa (tỷ đồng)	997
KLGD TB 3 tháng	664,741
Sở hữu nước ngoài	10.77%
Ngày niêm yết đầu tiên	03/08/2015

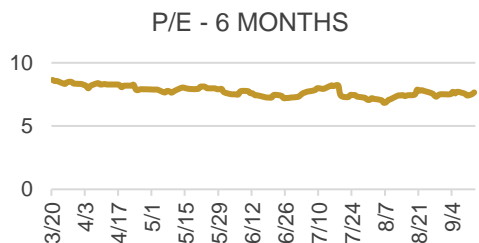
Cổ đông lớn



Biến động giá cổ phiếu so với Index



Lịch sử định giá



Nguồn: FiinPro

Duy trì động lực tăng trưởng từ thiết bị văn phòng và Xiaomi

Sơ lược về công ty:

Digiworld với vai trò là Nhà phân phối và cung cấp dịch vụ Phát triển Thị trường chủ yếu trong lĩnh vực Công nghệ (ICT).

Vị thế của công ty trong ngành: Digiworld dẫn đầu trong lĩnh vực phân phối máy tính xách tay (chiếm 24% thị phần cả nước) và chiếm khoảng 8% toàn thị trường trong phân khúc phân phối điện thoại di động (ĐTDD).

Cập nhật KQKD 2019:

DGW ghi nhận kết quả kinh doanh Q4/2019 vô cùng ấn tượng với doanh thu thuần và LNST lần lượt đạt 2,492 tỷ (+61% YoY) và đạt 57 tỷ (+58% YoY). Nhìn chung, mức tăng trưởng doanh thu đến từ tất cả các ngành hàng. Trong đó, mảng điện thoại di động có CAGR lớn nhất khoảng 128% trong giai đoạn 2017-2019, chủ yếu tăng trưởng ở phân khúc sản phẩm tầm trung, đặc biệt là thương hiệu Xiaomi. Lũy kế cả năm 2019, doanh thu thuần của DGW đạt 8,493 tỷ đồng (+44% YoY) và LNST đạt 161 tỷ đồng (+43% YoY), vượt 19% so với kế hoạch doanh thu và 17.5% so với mục tiêu lợi nhuận. Biên lợi nhuận gộp đạt 6.5%, cải thiện hơn với mức 6.2% của năm 2018.

Điểm nhấn đầu tư:

Mảng điện thoại di động: DGW hồi phục trở lại trong năm 2019 nhờ vào việc tăng thị phần sản lượng tiêu thụ điện thoại Xiaomi tại Việt Nam từ 3.9% vào T10/2018 lên 10.3% vào T10/2019. Bên cạnh đó, mảng smartphone từ việc ký kết hợp đồng mới với Nokia hồi cuối năm 2018, nâng mức tỷ trọng điện thoại di động lên 46% trong cơ cấu doanh thu.

Mảng thiết bị văn phòng: Digiworld đã xác định động lực tăng trưởng dài hạn của công ty là mảng Thiết bị văn phòng đang được hưởng lợi từ xu hướng chuyển đổi số năm 2019. Sự kiện hợp tác chiến lược giữa Digiworld và Seagate vào giữa T9/2019 được xem như là bước khởi đầu mang đến những cơ hội rộng mở dành cho mảng kinh doanh này.

Mảng hàng tiêu dùng: Mức tăng trưởng kép của hàng tiêu dùng đạt 126% trong giai đoạn 2017-2019 nhờ vào việc ký hợp tác chiến lược với Nestle Việt Nam vào đầu năm 2019.

Định giá & khuyến nghị:

Chúng tôi kỳ vọng DGW có thể đạt mức doanh thu thuần và LNST như kế hoạch đã đề ra trong 2020. Cụ thể, doanh thu thuần có thể đạt 10,200 tỷ đồng (+20%YoY) và Lợi nhuận sau thuế đạt 202 tỷ đồng (+25.5% YoY) với giả định DGW duy trì biên lợi nhuận gộp duy trì ở mức 6.5%.

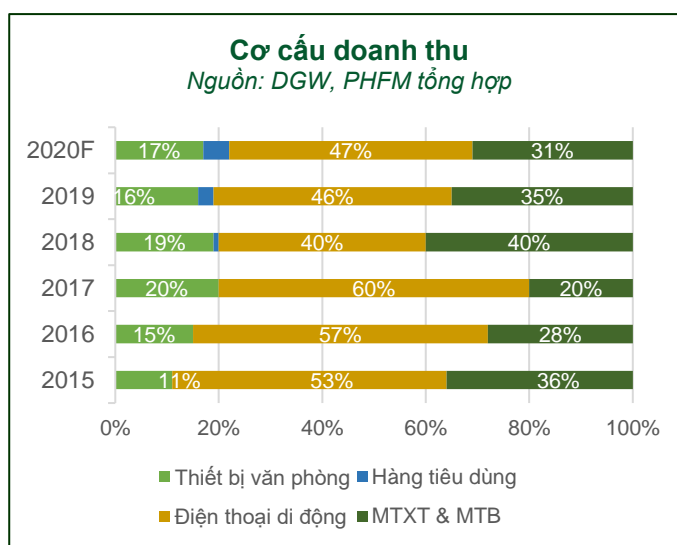
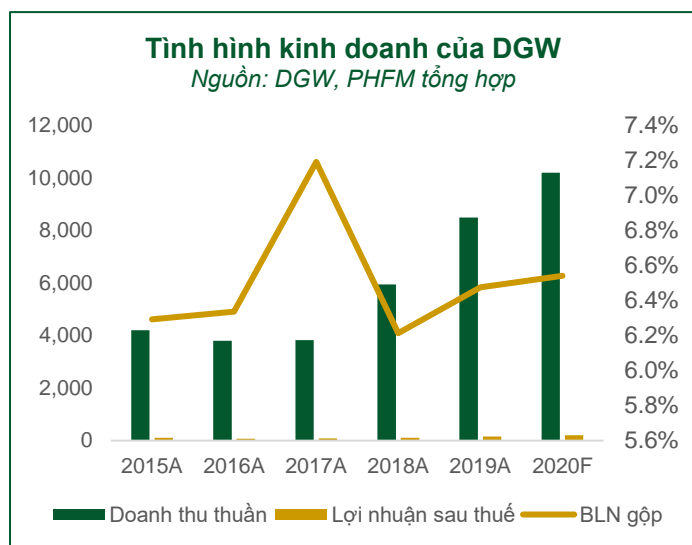
Bằng phương pháp định giá DCF và P/E, ước tính mức giá hợp lý cho cổ phiếu DGW vào khoảng **31,500 đồng/cổ phiếu**, cao hơn +16% so với giá hiện tại. Từ đó đưa ra khuyến nghị **MUA** cho cổ phiếu này.

Rủi ro:

(1) Thị trường phân phối, bán lẻ hàng công nghệ điện tử đang dần tiến tới bão hòa (2) Rủi ro pha loãng cổ phiếu (3) Mối quan hệ hợp tác giữa DGW với Nokia, Nestle đều chỉ dừng lại ở mức phân phối chiến lược (4) Rủi ro kinh doanh khi gia nhập ngành hàng mới.

Chỉ số tài chính	2015A	2016A	2017A	2018A	2019A	2020F
Doanh thu thuần (tỷ VND)	4,203	3,800	3,821	5,937	8,493	10,200
LNST (tỷ VND)	104	67	78	110	161	202
EPS (VND)	3,454	2,225	1,955	2,730	3,896	4,837
Tăng trưởng EPS (%)		-36%	-12%	40%	43%	24%
Giá trị sổ sách (VND)	20,290	20,998	17,187	19,091	22,066	26,814
P/E	9.76	7.37	10.75	8.39	6.00	6.51
P/B	1.66	0.78	1.22	1.20	1.0	1.17
Cổ tức tiền mặt (%)	10%	15%	7%	8%	5%	5%

Tình hình hoạt động kinh doanh 2019 của DGW



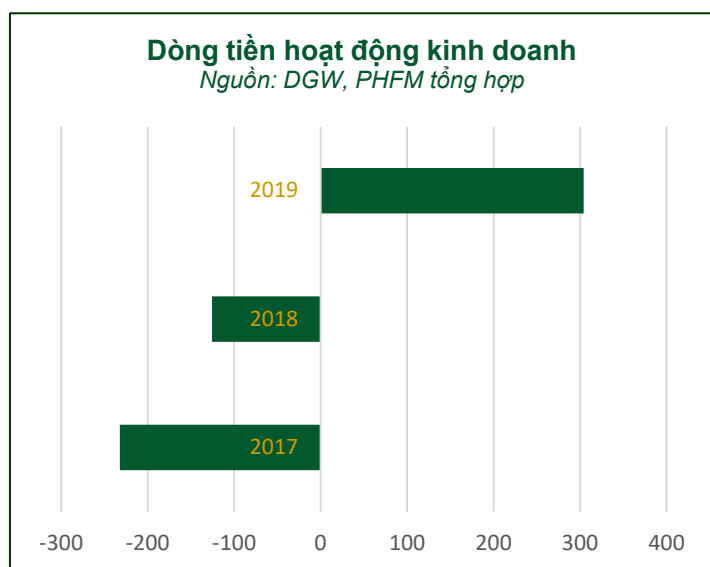
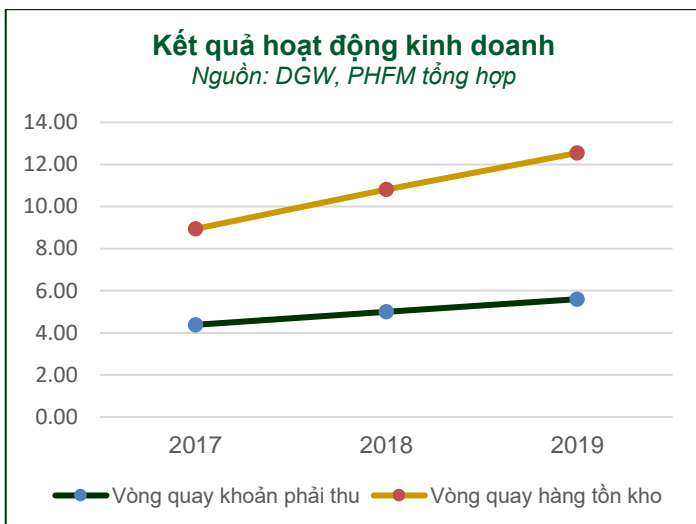
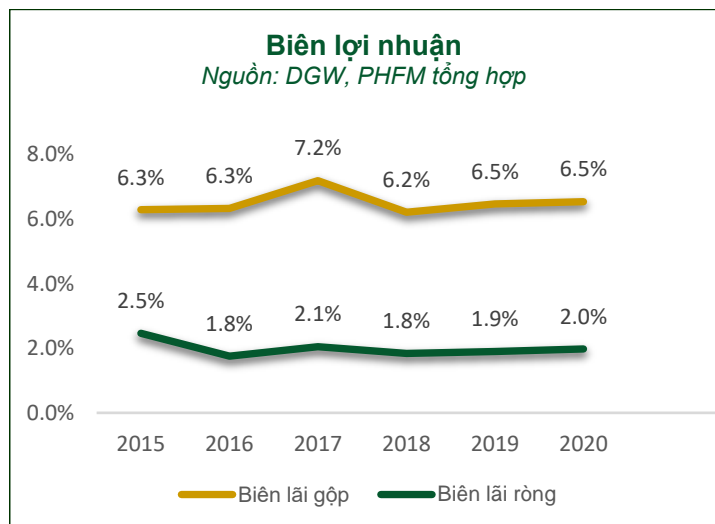
Doanh số của DGW năm 2019 đạt 8,493 tỷ đồng (+44% YoY), vượt 19% kế hoạch. Mức tăng trưởng doanh thu của DGW trong năm 2019 chủ yếu đến tất cả các nhóm ngành. Trong đó, mảng MTXT & MTB tăng 23.9%, điện thoại di động tăng 65.4%, thiết bị văn phòng tăng 23.3% và hàng tiêu dùng tăng 231.2%.

Mảng MTXT & MTB của DGW đạt 2,795 tỷ đồng doanh thu với mức tăng trưởng 24%, cao hơn mức tăng trưởng chung của thị trường MTXT tại Việt Nam là 5.5% trong năm 2019. Mức tăng trưởng này đạt được nhờ vào phân khúc sản phẩm MTXT có giá trên 14 triệu đồng. Thị phần tính theo số lượng sản phẩm của phân khúc này tăng từ 37.7% trong năm 2018 lên 44.3% trong năm 2019, đóng góp 58.6% tổng giá trị doanh thu MTXT. Bên cạnh đó, DGW cũng liên tục tung ra thị trường những sản phẩm mới với nhiều tính năng hấp dẫn như Lenovo IdeaPad S540, Dell XPS 13 7390 2in1 và HP EliteBook x360 1040 G6. Kế hoạch doanh thu mảng MTXT&MTB trong năm 2020 đạt khoảng 3,150 tỷ đồng (+6% YoY), chiếm 31% trong cơ cấu doanh thu.

Trong bối cảnh thị trường điện thoại di động đã bước vào ngưỡng bão hòa và có chiều hướng sụt giảm nhẹ khoảng 2.8% so với năm ngoái, doanh thu mảng điện thoại di động của DGW vẫn có mức tăng trưởng kép lên tới 3 chữ số khoảng 128% trong giai đoạn 2017-2019 và đạt 3,896 tỷ đồng (+65%YoY) doanh thu. Phân khúc điện thoại di của DGW hồi phục từ năm 2018 và tăng trưởng mạnh trong năm 2019 nhờ thương hiệu điện thoại Xiaomi và Nokia. Cụ thể, thị phần điện thoại Xiaomi tại Việt Nam tăng lên mức 10.3% trong T10/2019, cao hơn gấp 2 lần so với mức 4% đầu năm 2019. DGW kỳ vọng mảng điện thoại di động tiếp tục tăng trưởng mạnh trong năm 2020 với mục tiêu doanh thu khoảng 4,850 tỷ đồng (+24% YoY), đóng góp tỷ trọng cao nhất trong cơ cấu doanh thu khoảng 47%.

Hưởng lợi từ dự án “Chuyển đổi số Quốc gia” của Bộ Thông tin và Truyền thông vào năm 2019, doanh thu mảng này đạt 1,367 tỷ đồng (+23%YoY) nhờ vào các sản phẩm như internet vạn vật-IoTS, giải pháp mạng và bảo mật, các sản phẩm máy chủ-máy trạm và phần cứng. Các sản phẩm này lần lượt tăng trưởng 70%, 41% và 27% trong năm 2019. DGW kỳ vọng mảng thiết bị văn phòng được kỳ vọng sẽ tăng cao trong năm 2020 với mức tăng trưởng 24%, đóng góp 17% tổng doanh thu. Trong dài hạn, DGW mong muốn tập trung và phát triển ngành hàng này và ước tính có khả năng vượt doanh số của mảng MTXT và MTB.

Ngành hàng tiêu dùng của DGW bắt đầu tăng trưởng mạnh trong năm 2019 với doanh thu đạt 257 tỷ đồng (+204% YoY) nhờ các sản phẩm ngành hàng Chăm sóc sức khỏe của PNKids và Nestle. Trong năm 2019, DGW cũng phân phối thêm một số sản phẩm của Unilver như sữa tắm, dầu gội đầu cho trẻ em và nam giới.



Đặc thù của ngành phân phối có giá vốn hàng bán cao do các nhà bán lẻ thường ép biên lợi nhuận của nhà phân phối xuống mức cực thấp và DGW cũng không ngoại lệ khi giá vốn hàng bán của doanh nghiệp thường dao động khoảng 93% - 94% so với doanh thu thuần. Biên lợi nhuận gộp của DGW đạt 6.5% trong năm 2019, cải thiện hơn mức 6.2% của 2018

Biên lợi nhuận ròng cũng cải thiện hơn so với năm ngoái, đạt 2% trong năm 2019 nhờ vào hệ thống SAP ERP hoạt động ổn định, có thể tối ưu hóa được chi phí bán hàng, chi phí quản lý doanh nghiệp tăng. Từ đó, công ty không chỉ tăng được biên lợi nhuận mà còn minh bạch tài chính, dữ liệu báo cáo. Ngoài ra, hệ thống còn giúp DGW đánh giá được sức mua của từng kênh phân phối, vòng đời hàng hóa tồn kho để có kế hoạch đầu tư hay là đẩy hàng nhanh, cũng như nhận diện được vấn đề quản lý công nợ khách hàng, dòng tiền mặt hoặc quy trình xuất hàng, trả hàng của

nhân viên. Kết thúc năm 2019, vòng quay hàng tồn kho và khoản phải thu lần lượt đạt 5.6 lần và 12.5 lần, tăng cao hơn 2018. Dòng tiền từ hoạt động kinh doanh công ty cũng ghi nhận chuyển biến tích cực từ -137 tỉ đồng trong 2018 ngoài lên 304 tỉ đồng trong 2019. Nhờ đó, Nợ phải trả giảm 26% so với đầu năm, xuống 620 tỷ đồng, trong đó phần lớn là nợ ngắn hạn.

Dự báo kết quả kinh doanh 2020:

Năm 2020 ước tính doanh thu cả năm đạt 10,200 tỷ đồng (+20% YoY) và lợi nhuận sau thuế đạt 202 tỷ đồng (+25% YoY).

(tỷ đồng)	2019A	2020F	%g	Điểm nhấn đầu tư
Doanh thu	8,493	10,200	20%	
Máy tính xách tay và máy tính bảng	2,975	3,150	6%	Tăng trưởng 6% nhờ phối chủ yếu các thương hiệu uy tín, chiếm thị phần cao.
Điện thoại di động	3,896	4,850	24%	Tiếp tục tăng trưởng tích cực nhờ vào: <ul style="list-style-type: none"> Tái phân phối thương hiệu Nokia kỳ vọng gặt hái doanh thu phân khúc điện thoại cơ bản; Thương hiệu Xiaomi với hệ số giá trị trên giá vượt trội, thời hạn bảo hành cao tiếp tục thâm nhập sâu hơn vào phân khúc bình dân – trung cấp.
Thiết bị văn phòng	1,367	1,700	24%	Hưởng lợi từ dự thảo – đề án “Chuyển đổi số Quốc gia”
Hàng tiêu dùng	255	500	96%	Động lực mới nhờ ngành hàng Chăm sóc sức khỏe với sản phẩm cao cấp kẹo dẻo PNKids và thực phẩm dinh dưỡng y học từ Nestle
Lợi nhuận sau thuế	161	202	25%	

Chi tiết định giá và khuyến nghị:

Bằng phương pháp định giá DCF và P/E, mức giá hợp lý dành cho cổ phiếu DGW sẽ vào khoảng **31,500 đồng/cổ phiếu** trong năm 2020, tăng 16% so với giá hiện tại. Từ đó đưa ra khuyến nghị **MUA** cho cổ phiếu này.

Phương pháp DCF

Chỉ tiêu (tỷ đồng)	2020F	2021F	2022F	2023F	2024F
EBIT*(1-t)	214	253	303	363	435
CAPEX	(7.74)	(6.98)	(7.28)	(10.96)	(12.93)
Khấu hao	5.36	6.65	7.15	8.10	7.29
WC	(877)	(609)	(776)	(758)	(1,002)
Vay nợ ròng	348	420	549	715	874
FCFE	(317)	64	76	317	301
Giá trị hiện tại của FCFE (Ke 11%)	(285)	52	55	207	177
Giá trị cuối cùng (2% g)	1,140				
Giá trị vốn cổ phần	1,345				
SLCP	41,809,805				
Giá hợp lý (VND/cp)	32,174				

Phương pháp P/E

EPS 2020	4,837
P/E lịch sử	6
Giá mục tiêu	29,002

	DCF	P/E	Giá mục tiêu
Giá mục tiêu (VND/CP)	32,174	29,002	31,500 VND/CP
Tỷ trọng	80%	20%	

Rủi ro:

(1) Thị trường phân phối, bán lẻ hàng công nghệ điện tử đang dần tiến tới bão hòa.

(2) **Rủi ro pha loãng:** Dự kiến DGW sẽ phát hành 1.2 triệu cổ phiếu ESOP vào năm 2020. Từ đó hình thành nguy cơ pha loãng giá cổ phiếu.

(3) **Rủi ro phân phối cạnh tranh:** Mối quan hệ hợp tác giữa DGW với Nokia, Nestle, PNKids... đều chỉ dừng lại ở mức phân phối chiến lược. Khi sản phẩm thâm nhập được thị trường đến một mức độ nhất định, nhà sản xuất sẽ có xu hướng nâng số nhà phân phối lên, điều này khiến lợi ích của DGW sẽ bị giảm thiểu đáng kể.

(4) **Rủi ro kinh doanh khi gia nhập ngành hàng mới:** Dòng tiền của doanh nghiệp dễ biến động khi công ty phải tập trung vào xây dựng đội ngũ bán hàng, kênh phân phối và nâng cao nhận thức thương hiệu cho người tiêu dùng. Bên cạnh đó, khả năng đàm phán đối với nhà cung cấp và bán lẻ trong mảng hàng tiêu dùng vẫn còn hạn chế.

Sơ lược công ty

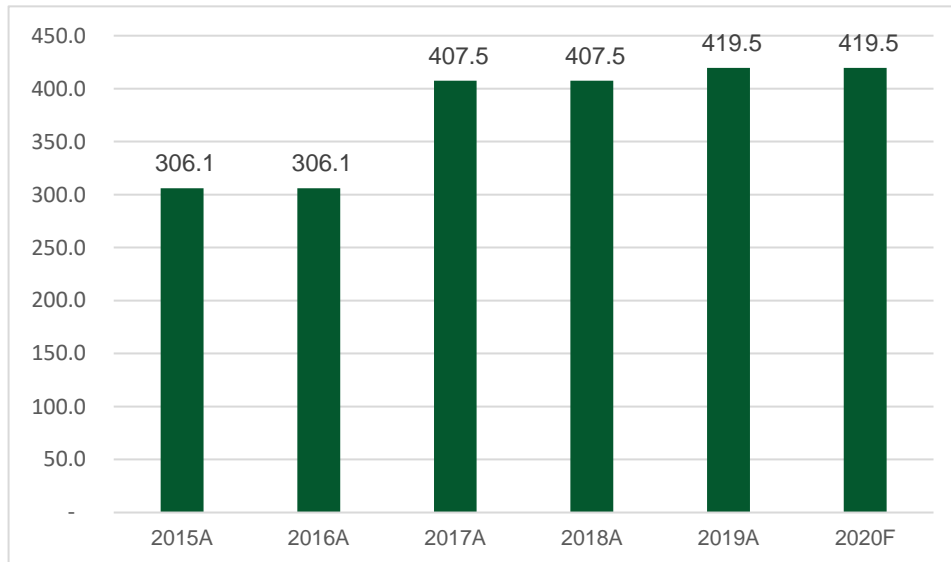
Công ty cổ phần Thế giới số tiền thân là công ty Trách nhiệm hữu hạn Hoàng Phương thành lập năm 1997, chủ yếu phân phối các sản phẩm linh kiện điện tử. Năm 2003, công ty Trách nhiệm hữu hạn Hoàng Phương cổ phần hóa thành công ty cổ phần Thế giới số. Từ khi thành lập đến nay, Công ty luôn được biết đến như là một trong những nhà cung cấp dịch vụ phát triển thị trường hàng đầu của Việt Nam. Dịch vụ phát triển thị trường của DGW bao gồm:

- ✓ Phân tích thị trường & Hoạch định chiến lược Marketing;
- ✓ Triển khai Marketing;
- ✓ Nhập khẩu, kho bãi, hậu cần;
- ✓ Bán hàng và phân phối;
- ✓ Dịch vụ hậu mãi



DGW cung cấp dịch vụ phát triển thị trường dành cho các nhà sản xuất và cung cấp trong và ngoài nước muốn mở rộng kinh doanh tại thị trường Việt Nam với sản phẩm thuộc các ngành hàng sau: công nghệ thông tin và viễn thông (máy tính xách tay, máy tính bảng, điện thoại di động, thiết bị văn phòng), hàng tiêu dùng (chăm sóc sức khỏe, hàng tiêu dùng nhanh FMCG).

Quá trình tăng vốn (tỷ VNĐ)



Nguồn: DGW, PHFM tổng hợp

Báo cáo tài chính (tỷ VNĐ)

Kết quả kinh doanh	2016A	2017A	2018A	2019A	2020E
Doanh thu thuần	3,800	3,821	5,937	8,493	10,200
Giá vốn hàng bán	(3,559)	(3,546)	(5,568)	(7,943)	(9,533)
Lợi nhuận gộp	241	275	369	550	667
Chi phí bán hàng	(98)	(126)	(135)	(245)	(256)
Chi phí QLDN	(54)	(56)	(91)	(104)	(137)
Lợi nhuận từ HĐKD	80	93	137	211	261
Lợi nhuận tài chính	(9)	1	(6)	8	(13)
Chi phí lãi vay	(23)	(23)	(32)	(48)	(66)
Lợi nhuận trước thuế	84	100	140	210	263
Lợi nhuận sau thuế	67	78	110	161	202
LNST của cổ đông Công ty mẹ	67	79	111	163	203
Cân đối kế toán	2016A	2017A	2018A	2019A	2020E
Tài Sản Ngắn Hạn	1,218	1,502	2,085	2,306.64	3,040.3
Tiền và tương đương tiền	32.8	34.1	71.3	131.0	107.2
Đầu tư tài chính ngắn hạn	4.9	-	-	-	-
Phải thu ngắn hạn	360.9	482.2	574.5	570.1	708.2
Hàng tồn kho	714.3	883.0	1,306.9	1,484.4	2,079.5
Tài sản ngắn hạn khác	105.6	102.5	132.1	121.1	145.4
Tài Sản Dài Hạn	87.7	92.1	105.0	112.4	112.5
Phải thu dài hạn	2.3	2.3	4.4	4.2	6.1
Tài sản cố định	84.8	83.7	84.4	81.7	84.1
Bất động sản đầu tư	-	-	-	-	-
Chi phí xây dựng dở dang	-	-	-	-	-
Đầu tư tài chính dài hạn	-	-	4.1	6.7	10.2
Tài sản dài hạn khác	0.6	6.0	12.1	19.8	12.1
Tổng cộng tài sản	1,306	1,594	2,190	2,419	3,153
Nợ phải trả	676.6	904.2	1,456.9	1,496.4	2,031.7
Nợ ngắn hạn	342.6	620.9	836.9	620.3	1,306.8
Nợ dài hạn	4.1	2.6	5.0	4.5	9.2
Vốn chủ sở hữu	629.6	689.6	766.0	922.6	1,121.1
Vốn góp	306.1	407.5	407.5	419.5	418.1
Lợi ích cổ đông thiểu số	-	(0.7)	(1.4)	(1.6)	(0.7)
Tổng nguồn vốn	1,306	1,594	2,223	2,419	3,153

Lưu chuyển tiền tệ	2016A	2017A	2018A	2019A	2020E
Lưu chuyển tiền thuần từ HĐ Kinh doanh	165.8	(232.4)	(125.6)	303.8	(558.8)
Lưu chuyển tiền thuần từ HĐ Đầu tư	(6.9)	(14.0)	(10.7)	(6.7)	(34.7)
Lưu chuyển tiền thuần từ HĐ Tài chính	(157.7)	247.6	173.5	(236.9)	569.7
Lưu chuyển tiền thuần trong kỳ	1.2	1.3	37.1	60.1	(23.9)
Tiền & tương đương tiền đầu kỳ	31.4	32.5	33.8	70.9	131.0
Tiền & tương đương tiền cuối kỳ	32.5	33.8	70.9	131.0	107.2

Chỉ số tài chính (%)	2016A	2017A	2018A	2019A	2020E
Tăng trưởng					
Doanh thu	-9.6%	0.5%	55.4%	43.0%	20.0%
Lợi nhuận sau thuế	-35.6%	17.6%	39.6%	47.3%	25.4%
Tổng tài sản	4.0%	22.0%	39.5%	8.8%	30.3%
Tổng vốn chủ sở hữu	3.5%	9.5%	11.1%	20.4%	21.5%
Khả năng sinh lời					
Tỷ suất lãi gộp	6.3%	7.2%	6.2%	6.5%	6.5%
Tỷ suất EBIT	2.8%	3.2%	2.9%	3.0%	3.2%
Tỷ suất lãi ròng	1.8%	2.1%	1.8%	1.9%	2.0%
ROA	5.1%	4.9%	5.0%	6.7%	6.4%
ROE	10.6%	11.4%	14.3%	17.5%	18.0%
Hiệu quả hoạt động					
Số ngày phải thu	10.71	9.06	10.96	13.97	15.06
Số ngày tồn kho	5.14	4.44	5.07	5.66	5.33
Số ngày phải trả	16.80	14.70	15.45	13.00	15.74
Khả năng thanh toán					
Tỷ suất thanh toán hiện thời	3.56	2.42	2.49	3.72	2.33
Tỷ suất thanh toán nhanh	1.47	1.00	0.93	1.33	0.74
Cấu trúc tài chính					
Tổng nợ/Tổng tài sản	0.52	0.57	0.67	0.62	0.64
Tổng nợ/Vốn chủ sở hữu	1.07	1.31	1.90	1.62	1.81
Vay ngắn hạn/VCSH	0.54	0.90	1.09	0.67	1.17
Vay dài hạn/VCSH	0.01	0.00	0.01	0.00	0.01

Nguồn: PHFM

Đảm bảo phân tích

Báo cáo được thực hiện bởi **Tôn Nữ Nhật Minh, Chuyên viên phân tích – Công ty Cổ phần Quản lý Quỹ Phú Hưng**. Mỗi nhân viên phụ trách về phân tích, chiến lược hay nghiên cứu chịu trách nhiệm cho sự chuẩn bị và nội dung của tất cả các phần có trong bản báo cáo nghiên cứu này đảm bảo rằng, tất cả các ý kiến của những người phân tích, chiến lược hay nghiên cứu đều phản ánh trung thực và chính xác ý kiến cá nhân của họ về những vấn đề trong bản báo cáo. Mỗi nhân viên phân tích, chiến lược hay nghiên cứu đảm bảo rằng họ không được hưởng bất cứ khoản chi trả nào trong quá khứ, hiện tại cũng như tương lai liên quan đến các khuyến cáo hay ý kiến thể hiện trong bản báo cáo này.

Định nghĩa xếp loại

Mua = cao hơn thị trường nội địa trên 10%

Giữ = bằng thị trường nội địa với tỉ lệ từ +10%~ -10%

Bán = thấp hơn thị trường nội địa dưới 10%.

Không đánh giá = cổ phiếu không được xếp loại trong Phú Hưng hoặc chưa niêm yết.

Biểu hiện được xác định bằng tổng thu hồi trong 12 tháng (gồm cả cổ tức).

Miễn trách

Công ty Cổ phần Quản lý Quỹ Phú Hưng/Công ty Cổ phần Chứng khoán Phú Hưng không chịu trách nhiệm về sự hoàn chỉnh hay tính chính xác của báo cáo. Đây không phải là bản chào hàng hay sự nài khẩn mua của bất cứ cổ phiếu nào. Chứng khoán Phú Hưng/Quản lý Quỹ Phú Hưng và các chi nhánh và văn phòng và nhân viên của mình có thể có hoặc không có vị trí liên quan đến các cổ phiếu được nhắc tới ở đây. Chứng khoán Phú Hưng/Quản lý Quỹ Phú Hưng (hoặc chi nhánh) đôi khi có thể có đầu tư hoặc các dịch vụ khác hay thu hút đầu tư hoặc các hoạt động kinh doanh khác cho bất kỳ công ty nào được nhắc đến trong báo cáo này. Tất cả các ý kiến và dự đoán có trong báo cáo này được tạo thành từ các đánh giá của Công ty Cổ phần Quản lý Quỹ Phú Hưng vào ngày này và có thể thay đổi không cần báo trước.

© Công ty Cổ phần Chứng khoán Phú Hưng (PHS).

Tòa nhà CR3-03A, Tầng 3, 109 Tôn Dật Tiên, Phường Tân Phú, Quận 7, Tp. HCM

Điện thoại: (+84-28) 5 413 5479

Fax: (+84-28) 5 413 5472

Customer Service: (+84-28) 5 411 8855

Call Center: (+84-28) 5 413 5488

E-mail: info@phs.vn / support@phs.vn

Web: www.phs.vn

PGD Phú Mỹ Hưng

Tòa nhà CR2-08, 107 Tôn Dật Tiên, P. Tân Phú, Quận 7, Tp. HCM

Điện thoại: (+84-28) 5 413 5478

Fax: (+84-28) 5 413 5473

Chi nhánh Quận 3

Tầng 2, Tòa nhà Phương Nam, 157 Võ Thị Sáu, Quận 3, Tp. HCM

Điện thoại: (+84-28) 3 820 8068

Fax: (+84-28) 3 820 8206

Chi nhánh Thanh Xuân

Tầng 1, Tòa nhà 18T2, Lê Văn Lương, Trung Hòa Nhân Chính, Quận Thanh Xuân, Hà Nội.

Phone: (+84-24) 6 250 9999

Fax: (+84-24) 6 250 6666

Chi nhánh Tân Bình

Tầng trệt, P. G.4A, Tòa nhà E-Town 2, 364 Cộng Hòa, Phường 13, Quận Tân Bình, Tp.HCM.

Điện thoại: (+84-28) 3 813 2405

Fax: (+84-28) 3 813 2415

Chi nhánh Hà Nội

Tầng 3, Tòa nhà Naforimex, 19 Bà Triệu, Q. Hoàn Kiếm, Hà Nội

Phone: (+84-24) 3 933 4560

Fax: (+84-24) 3 933 4820

Chi nhánh Hải Phòng

Tầng 2, Tòa nhà Eliteco, 18 Trần Hưng Đạo, Quận Hồng Bàng, Hải Phòng

Phone: (+84-225) 384 1810

Fax: (+84-225) 384 1801