

MUA [+24%]

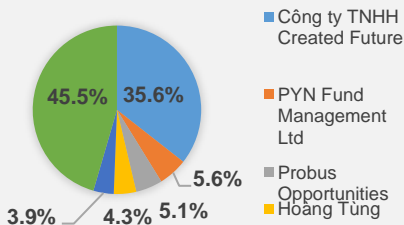
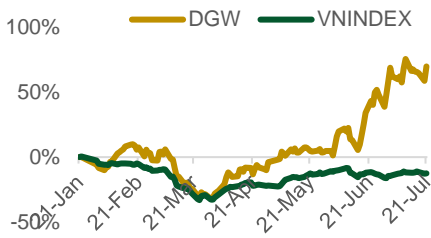
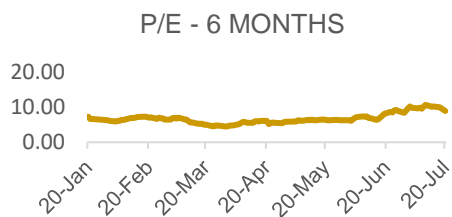
Ngày cập nhật: 27/07/2020

Giá mục tiêu	47,200	VND
Giá hiện tại	37,900	VND

PHS

 (+82-28) 5 413 5479- support@phs.vn
Thông tin cổ phiếu

CP đang lưu hành (triệu)	40.0
Free-float (triệu)	20.9
Vốn hóa (tỷ đồng)	1,885
KLGD TB 3 tháng	603,069
Sở hữu nước ngoài	26.45%
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

DGW gạt hái “quả ngọt” từ ngành hàng công nghệ
Cập nhật KQKD 6 tháng đầu năm 2020:

DGW ghi nhận kết quả kinh doanh Q2/2020 vô cùng ấn tượng với Doanh thu thuần (DTT) và Lợi nhuận sau thuế (LNST) lần lượt đạt 2,583 tỷ (+29% YoY) và đạt 48.2 tỷ (+35% YoY). Mức tăng trưởng này hoàn toàn đến từ các ngành hàng cốt lõi. Trong đó, mảng máy tính xách tay (MTXT) và máy tính bảng (MTB) tăng trưởng 65% nhờ nhu cầu sử dụng thiết bị công nghệ cho các chương trình học tập, làm việc trực tuyến tăng cao trong mùa dịch Covid-19, mảng điện thoại di động (ĐTDD) tăng 19% nhờ hoạt động phát triển thị trường hiệu quả đối với thương hiệu Xiaomi. Lũy kế 6 tháng đầu 2020, Doanh thu thuần của DGW đạt 4,894 tỷ đồng (+45% YoY) và LNST đạt 93 tỷ đồng (+55% YoY), hoàn thành 48% kế hoạch doanh thu và 46% kế hoạch LNST. Biên lợi nhuận gộp đạt 6.5%, cải thiện hơn với mức 6.1% của 6 tháng đầu 2019.

Điểm nhấn đầu tư:

Duy trì tăng trưởng ngành hàng ĐTDD: Mặc dù ảnh hưởng của Covid-19 làm sức tiêu thụ của phân khúc điện thoại bị giảm xuống nhưng DGW vẫn đạt tỷ lệ tăng trưởng hai chữ số nhờ hoạt động phát triển thị trường hiệu quả đối với Xiaomi. Ngoài ra, công ty dự kiến phân phối 50,000 sản phẩm Apple trong nửa cuối năm 2020. Với lợi thế về quy mô, công ty kỳ vọng có thể giúp giá bán hàng Iphone chính hãng “mềm” hơn và gần với giá hàng xách tay hơn. Bên cạnh đó, hàng chính hãng do DGW phân phối đảm bảo mới 100%, bảo hành dễ dàng nhanh chóng.

Mở rộng danh mục mảng MTXT: Chủ tịch DGW cho biết do đầu năm nay, nhu cầu mua laptop cho làm việc tại nhà tăng cao nên dự báo quý III khó tăng mạnh như năm trước. Vì vậy, DGW có kế hoạch giới thiệu các sản phẩm có giá bán cao hơn để tăng doanh thu dù sản lượng có thể không tăng. Công ty dự kiến phân phối thêm các sản phẩm từ Huawei hay Macbook của Apple.

Đẩy mạnh mảng chăm sóc sức khỏe: Ngành hàng này dự kiến sẽ tăng trưởng mạnh trong nửa cuối năm 2020 khi DGW sẽ phân phối thêm thuốc về xương khớp của đối tác Italia và thực phẩm chức năng từ đối tác Canada.

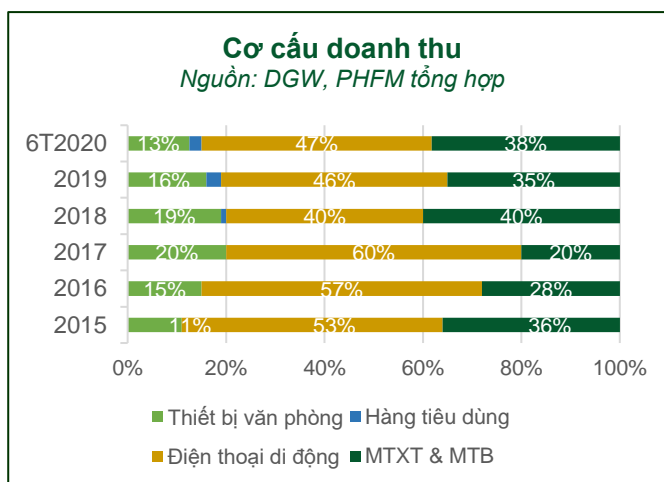
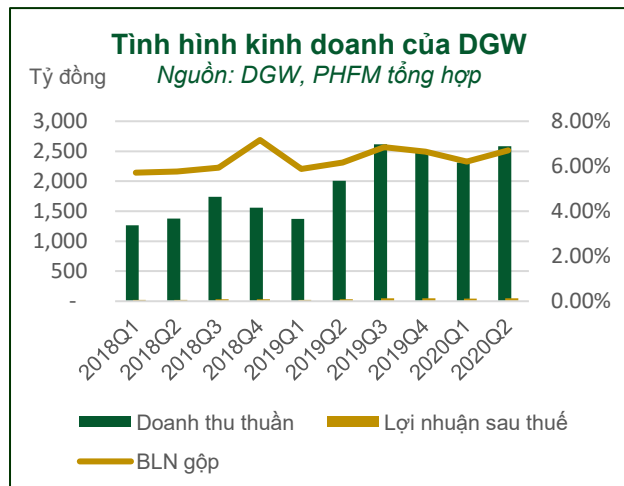
Định giá & khuyến nghị: Chúng tôi dự phóng DTT của DGW trong năm 2020 có thể vượt 4% kế hoạch năm, đạt 10,601 tỷ đồng (+25%YoY) nhờ sự tăng trưởng vượt bậc của ngành hàng cốt lõi. Ngoài ra, chúng tôi nhận định chi phí bán hàng sẽ tăng mạnh vào thời điểm cuối năm do công ty gia tăng quảng bá cho sản phẩm mới. Từ đó, chúng tôi nâng mức tỷ trọng chi phí bán hàng/ DTT lên 2.9%, tăng 0.3% so với dự phóng trước đó. LNST ước tính giảm nhẹ khoảng 17 tỷ đồng so với con số ước tính trong báo cáo trước, đạt 205 tỷ đồng (+26% YoY).

Với việc quản lý tốt hàng tồn kho trong 6 tháng đầu năm đã giúp DGW giảm được khoản nợ vay và vốn lưu động so với cuối năm ngoái. Do đó, chúng tôi nâng mức giá cổ phiếu DGW lên **47,200 đồng/cổ phiếu**, cao hơn +24% so với giá hiện tại, và 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)** Mỗi quan hệ hợp tác giữa DGW với Nokia, Nestle đều chỉ dừng lại ở mức phân phối chiến lược; **(3)** Rủi ro kinh doanh khi phân phối ngành hàng mới; **(4)** Rủi ro mất vị thế phân phối độc quyền ở các ngành hàng, nhất là mảng ĐTDD.

Chỉ số tài chính	2015A	2016A	2017A	2018A	2019A	2020F
Doanh thu thuần (tỷ VND)	4,203	3,800	3,821	5,937	8,488	10,601
LNST (tỷ VND)	104	67	79	109	162	205
EPS (VND)	3,539	1,701	1,982	2,735	3,961	4,759
Tăng trưởng EPS (%)	-31%	-52%	17%	38%	45%	20%
Giá trị sổ sách (VND)	20,834	16,049	17,138	18,975	22,372	25,703
P/E	9.52	9.65	10.61	8.37	5.90	9.91
P/B	1.62	1.02	1.23	1.21	1.04	1.83
Cổ tức tiền mặt (%)	20%	8%	5%	20%	10%	20%

Tình hình hoạt động kinh doanh 6 tháng đầu năm 2020 của DGW:



Doanh số của DGW trong 6 tháng đầu năm 2020 đạt 4,894 tỷ đồng (+45% YoY), hoàn thành 48% so với kế hoạch doanh thu năm 2020. Mức tăng trưởng doanh thu của DGW trong 6 tháng đầu năm chủ yếu đến tất cả các nhóm ngành. Trong đó, mảng MTXT & MTB tăng 67%, điện thoại di động tăng 48%, thiết bị văn phòng tăng 4% và hàng tiêu dùng tăng 5%.

Doanh thu của mảng MTXT&MTB trong Q2/2020 đạt 1,080 tỷ đồng, với mức tăng trưởng 65% - đây là mức tăng cao nhất trong tất cả các ngành hàng. Lũy kế 6 tháng đầu năm, doanh thu mảng MTXT&MTB khoảng 1,871 tỷ đồng (+67% YoY), hoàn thành 59% kế hoạch doanh thu của năm 2020. Mức tăng trưởng này nhờ có được nhờ nhu cầu sử dụng thiết bị công nghệ cho các chương trình học tập, làm việc trực tuyến tăng cao.

Trong Đại hội cổ đông thường niên 2020, Chủ tịch DGW cho biết ngành hàng laptop vẫn sẽ tiếp tục tăng trưởng trong quý 3 bởi đây là mùa tựu trường, song mức tăng trưởng được dự báo sẽ thấp hơn các năm trước do nhu cầu đã tăng mạnh vào đầu năm. Vì vậy, DGW có kế hoạch giới thiệu các sản phẩm mới có giá bán cao hơn để tăng doanh thu dù sản lượng có thể không tăng. Công ty dự kiến phân phối các sản phẩm của Huawei hay Macbook của Apple trong nửa cuối năm 2020.

Ngành hàng điện thoại di động kết thúc 6 tháng đầu 2020 với doanh thu đạt 2,288 tỷ đồng (+48% YoY). Mặc dù ảnh hưởng của Covid-19 làm sức tiêu thụ của phân khúc điện thoại bị giảm xuống nhưng công ty vẫn đạt tỷ lệ tăng trưởng cao nhờ hoạt động phát triển thị trường hiệu quả đối với Xiaomi, thương hiệu hiện chiếm khoảng 10% thị phần điện thoại tại Việt Nam.

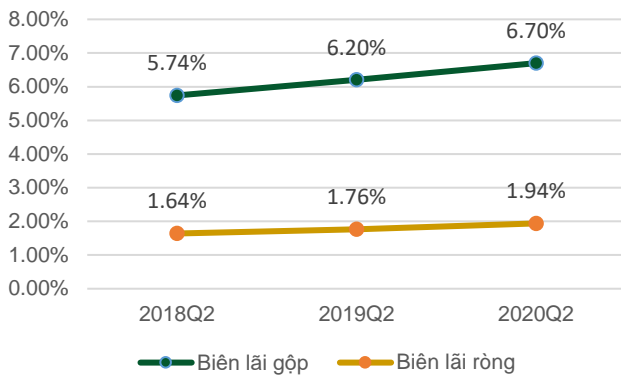
Ngoài ra, công ty đã ký kết hợp tác chiến lược với Apple vào cuối tháng 6/2020, dự kiến phân phối 50,000 sản phẩm Apple trong nửa cuối năm 2020. Theo báo cáo từ GfK, từ tháng 1/2020 - 4/2020, thị phần Apple đứng thứ 3 tại Việt Nam và đứng thứ 2 về giá trị doanh thu đóng góp cho thị trường. Việt Nam được nhận định là một trong những "mỏ vàng" đối với Apple. Dù vậy, thị trường Apple chính hãng trên thị trường Việt Nam hiện nay mới chiếm khoảng 60%, và việc mua các sản phẩm xách tay từ các nước khác vẫn tồn tại rất nhiều rủi ro như hàng không đảm bảo chất lượng hoặc không được bảo hành tại Việt Nam. Chủ tịch DGW cho biết đây chính là cơ hội cho DGW khi "tấn công" vào 40% thị phần còn lại. Với lợi thế về quy mô, công ty kỳ vọng có thể giúp giá bán hàng Iphone chính hãng "mềm" hơn và gần với giá hàng xách tay hơn. Bên cạnh đó, hàng chính hãng do DGW phân phối đảm bảo mới 100%, bảo hành dễ dàng nhanh chóng.

Ngành hàng thiết bị văn phòng trong quý 2 sụt giảm 7% so với cùng kỳ, đạt 298 tỷ đồng do các doanh nghiệp cắt giảm chi tiêu vào thiết bị văn phòng. Lũy kế 6 tháng, doanh thu thuần của ngành hàng này đạt 613 tỷ đồng (+4 %YoY), hoàn thành 36% kế hoạch năm.

Doanh thu ngành hàng hàng tiêu dùng của DGW trong 6 tháng đầu năm 2020 đạt 122 tỷ đồng, chỉ tăng nhẹ 5% so với cùng kỳ do công ty tạm thời ngưng triển khai phân phối sản phẩm mới trong quý 2. Tuy nhiên, DGW đã có kế hoạch phát triển ngành hàng này vào cuối năm thông qua việc phân phối thêm thuốc về xương khớp của đối tác Italia và thực phẩm chức năng từ đối tác Canada. Công ty sẽ phát triển kênh phân phối như bệnh viện, nhà thuốc cho ngành chăm sóc sức khỏe và triển khai thương mại điện tử;

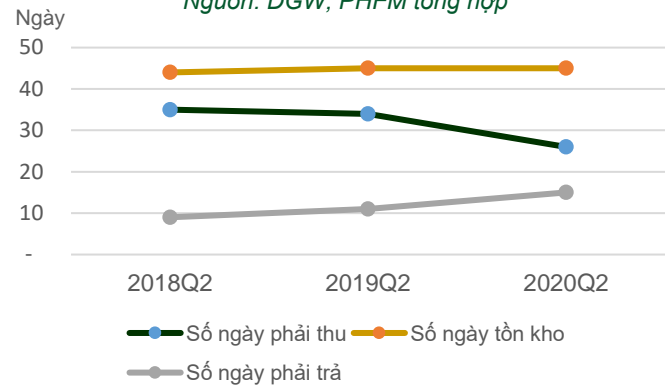
Biên lợi nhuận quý 2, 2018-2020

Nguồn: DGW, PHFM tổng hợp



Hiệu quả hoạt động kinh doanh quý 2, 2018-2020

Nguồn: DGW, PHFM tổng hợp



Lợi nhuận gộp trong Q2/2020 đạt 173.7 tỷ đồng (+ 40.3% YoY). Biên lãi gộp được cải thiện lên mức 6.7%, tăng 0.5% so với cùng kỳ. Kết quả này có được nhờ quản lý tốt hàng tồn kho nên công ty hạn chế được việc giảm giá sản phẩm, và phân phối thêm những dòng laptop cao cấp có biên lợi nhuận cao.

Kiểm soát tốt hàng tồn kho cũng giúp nợ vay trong Q2/2020 giảm 43% so với Q2/2019, kết quả là chi phí lãi vay giảm 49%. Mặt khác, chi phí bán hàng và chi phí quản lý doanh nghiệp trong quý 2 đều tăng mạnh so với năm ngoái. Trong đó, chi phí bán hàng tăng 81% YoY và chi phí bán hàng tăng 62%, chủ yếu đến từ gia tăng quảng cáo sản phẩm mới. Dù vậy, lợi nhuận ròng vẫn tăng 37%, đạt 48 tỷ đồng. Biên lãi ròng đạt được cải thiện, tăng 0.2% so với Q2/2019.

Các chỉ số hoạt động của DGW cũng cải thiện trong nửa đầu năm nay. Cụ thể, số ngày phải thu là 26 ngày tính trong Q2/2020, giảm đáng kể so với con số 34 ngày của cùng kỳ năm trước. Công ty cho biết kết quả này là nhờ chính sách thu tiền đại lý và khách hàng ngày càng hiệu quả. Đồng thời, việc hai mảng đóng góp lớn là máy tính và điện thoại kinh doanh tích cực cũng giúp số ngày tồn kho duy trì ở mức thấp là 35 ngày trong Q2/2020, so với mức 45 ngày của quý 2/2019. Chủ tịch DGW cho biết công ty đang thực hiện cải tiến kho hàng nhằm tăng công suất trên cùng diện tích sử dụng và đảm bảo công suất cho tăng trưởng 1-2 năm tới. Bên cạnh đó, số ngày phải trả có xu hướng gia tăng, đạt 15 ngày trong quý 2 vừa qua, giúp cho khả năng xoay vòng hàng tồn kho của DGW nhanh hơn nhưng vẫn đảm bảo lượng hàng tồn kho cần thiết cho quý 3, khi các hợp đồng nhập hàng của Công ty đã được ký kết từ trước và các đối tác cũng đã trở lại làm việc sau dịch.

Dự báo kết quả kinh doanh 2020:

Năm 2020 ước tính doanh thu cả năm đạt 10,601 tỷ đồng (+25% YoY) và lợi nhuận sau thuế đạt 205 tỷ đồng (+26% YoY).

(tỷ đồng)	2019	2020F	%g	Nhận định
Doanh thu	8,493	10,601	26%	
- Máy tính xách tay và máy tính bảng	2,975	3,832	29%	Ngành hàng laptop vẫn sẽ tiếp tục tăng trưởng trong quý 3 bởi đây là mùa tựu trường Công ty tập trung phân phối các dòng sản phẩm laptop cao cấp, có giá bán cao hơn để tăng doanh thu. Các sản phẩm dự kiến được công ty phân phối vào nửa cuối năm 2020 là dòng laptop của Huawei hay Macbook của Apple.
- Điện thoại di động	3,896	5,061	30%	Phát triển thị trường thương hiệu Xiaomi và dự kiến phân phối sản phẩm ĐTĐĐ của Apple trong nửa cuối năm 2020.
- Thiết bị văn phòng	1,367	1,364	-0.2%	Do ảnh hưởng của Covid-19, các doanh nghiệp cắt giảm chi tiêu cho thiết bị văn phòng nên doanh số ngành hàng này trong quý 2 có sự sụt giảm nhẹ. Tuy nhiên, chúng tôi kỳ vọng doanh thu của thiết bị văn phòng sẽ phục hồi trong 2 quý cuối năm 2019 sau khi dịch Covid-19 đã được kiểm soát tốt từ cuối quý 2. Ngoài ra, ngành hàng này được kỳ vọng mang lại sự tăng trưởng dài hạn cho DGW do hưởng lợi từ dự thảo – đề án “Chuyển đổi số Quốc gia” của Bộ Thông tin và Truyền thông.
- Hàng tiêu dùng	255	344	35%	Doanh thu của hàng tiêu dùng sụt giảm 6% trong quý 2 do công ty tạm thời ngưng triển khai phân phối sản phẩm mới trong quý 2. DGW đã có kế hoạch phát triển ngành hàng này vào cuối năm thông qua việc phân phối thêm thuốc về xương khớp của đối tác Italia và thực phẩm chức năng từ đối tác Canada.
Lợi nhuận gộp	548	710	29.5%	Biên lãi gộp được cải thiện nhờ quản lý tốt hàng tồn kho và phân phối dòng laptop cao cấp có biên lợi nhuận cao.
Chi phí bán hàng	248	307	24%	Gia tăng quảng bá cho sản phẩm mới
Chi phí quản lý doanh nghiệp	101	134	33%	
Lợi nhuận trước thuế và lãi vay	209	264	26%	
Lợi nhuận sau thuế	162	205	26%	

Chi tiết định giá và khuyến nghị:

Với việc quản lý tốt hàng tồn kho trong 6 tháng đầu năm đã giúp DGW giảm được khoản nợ vay và vốn lưu động so với cuối năm ngoái. Do đó, chúng tôi nâng mức giá cổ phiếu DGW lên **47,200 đồng/cổ phiếu**, cao hơn +24% so với giá hiện tại, và đưa ra khuyến nghị **MUA** cho cổ phiếu này.

Phương pháp DCF

Chỉ tiêu (tỷ đồng)	2020F	2021F	2022F	2023F	2024F
Lợi nhuận sau thuế	205	234	296	353	399
Lãi vay sau thuế	50	35	40	38	41
CAPEX	(8)	(10)	(10)	(12)	(14)
Khấu hao	2	2	3	3	3
WC	94	(149)	(272)	(251)	(288)
FCFF	343	111	56	131	140
DCF (WACC 7.6%)	205	234	296	353	399
Giá trị cuối cùng (2% g)	1,775				
Nợ ròng	(315)				
Giá trị vốn cổ phần	2,114				
SLCP	43,000,278				
Giá hợp lý (VNĐ/cp)	49,172				

Phương pháp P/E

		DCF	P/E	Giá mục tiêu
EPS 2020	4,759			
P/E forward	8.2			
Giá mục tiêu	39,115			
		Giá mục tiêu (VNĐ/CP)		47,200 VNĐ/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 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.

(3) **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.

(4) **Rủi ro mất vị thế phân phối độc quyền** ở các ngành hàng, nhất là mảng ĐTDD.

Sơ lược công ty

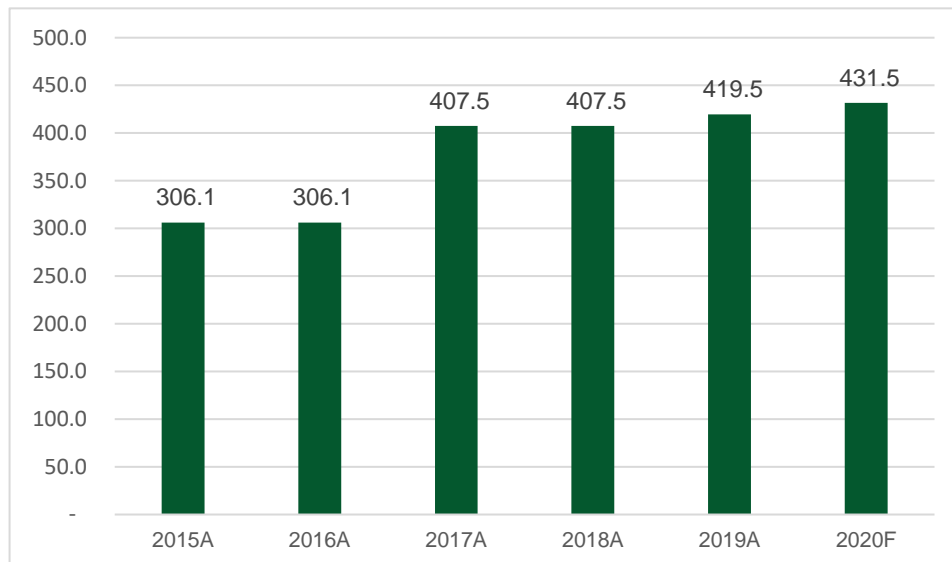
Công ty cổ phần Thế giới số tiền thân là công ty Trách nhiệm hữu hạn Hoàng Phương thành lập năm 1997, chủ yếu phân phối các sản phẩm linh kiện điện tử. Năm 2003, công ty Trách nhiệm hữu hạn Hoàng Phương cổ phần hóa thành công ty cổ phần Thế giới số. Từ khi thành lập đến nay, Công ty luôn được biết đến 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	8,488	10,601
Giá vốn hàng bán	(3,559)	(3,546)	(5,568)	(7,940)	(9,891)
Lợi nhuận gộp	241	275	369	548	710
Chi phí bán hàng	(98)	(126)	(135)	(248)	(307)
Chi phí QLDN	(54)	(56)	(91)	(101)	(134)
Lợi nhuận từ HĐKD	89	93	143	199	269
Lợi nhuận tài chính	(9)	1	(6)	9	(5)
Chi phí lãi vay	(23)	(23)	(32)	(48)	(64)
Lợi nhuận trước thuế	84	100	139	209	264
Lợi nhuận sau thuế	67	79	109	162	205
LNST của cổ đông Công ty mẹ	67	79	110	163	206
Cân đối kế toán	2016A	2017A	2018A	2019A	2020E
Tài Sản Ngắn Hạn	1,218	1,502	2,118	2,288	2,559
Tiền và tương đương tiền	33	34	71	131	530
Đầu tư tài chính ngắn hạn	5	-	-	-	-
Phải thu ngắn hạn	361	482	601	585	730
Hàng tồn kho	714	883	1,314	1,454	1,112
Tài sản ngắn hạn khác	106	103	132	118	187
Tài Sản Dài Hạn	88	92	105	118	128
Phải thu dài hạn	2	2	4	4	7
Tài sản cố định	85	84	84	81	87
Bất động sản đầu tư	-	-	-	-	-
Chi phí xây dựng dở dang	-	-	-	-	-
Đầu tư tài chính dài hạn	-	-	4	6	3
Tài sản dài hạn khác	1	6	12	26	32
Tổng cộng tài sản	1,306	1,594	2,223	2,405	2,687
Nợ phải trả	677	905	1,457	1,480	1,570
Nợ ngắn hạn	673	902	1,452	1,476	1,549
Nợ dài hạn	4	3	5	4	20
Vốn chủ sở hữu	630	687	766	921	1,117
Vốn góp	306	408	408	420	432
Lợi ích cổ đông thiểu số	-	-	-	-	-
Tổng nguồn vốn	1,305	1,592	2,222	2,401	2,687

Lưu chuyển tiền tệ	2016A	2017A	2018A	2019A	2020E
Lưu chuyển tiền thuần từ HĐ Kinh doanh	166	(232)	(126)	285	345
Lưu chuyển tiền thuần từ HĐ Đầu tư	(7)	(14)	(11)	(2)	(8)
Lưu chuyển tiền thuần từ HĐ Tài chính	(158)	248	173	(226)	63
Lưu chuyển tiền thuần trong kỳ	1	2	37	58	400
Tiền & tương đương tiền đầu kỳ	32	33	34	71	130
Tiền & tương đương tiền cuối kỳ	33	34	71	130	530
Chỉ số tài chính (%)	2016A	2017A	2018A	2019A	2020E
Tăng trưởng					
Doanh thu	-9.6%	0.5%	55.4%	43.0%	24.9%
Lợi nhuận sau thuế	-35.6%	18.0%	38.4%	48.5%	26.5%
Tổng tài sản	4.0%	22.0%	39.5%	8.2%	11.7%
Tổng vốn chủ sở hữu	3.3%	9.1%	11.4%	20.3%	21.2%
Khả năng sinh lời					
Tỷ suất lãi gộp	6.3%	7.2%	6.2%	6.5%	6.7%
Tỷ suất EBIT	2.3%	2.4%	2.4%	2.3%	2.5%
Tỷ suất lãi ròng	1.8%	2.1%	1.8%	1.9%	1.9%
ROA	5.1%	4.9%	4.9%	6.7%	7.6%
ROE	10.6%	11.5%	14.2%	17.6%	18.3%
Hiệu quả hoạt động					
Số ngày phải thu	35.0	47.3	38.0	26.6	25.7
Số ngày tồn kho	72.4	90.0	85.4	66.6	42.4
Số ngày phải trả	27.5	22.2	32.8	31.2	26.5
Khả năng thanh toán					
Tỷ suất thanh toán hiện thời	1.81	1.67	1.46	1.55	1.65
Tỷ suất thanh toán nhanh	0.75	0.69	0.55	0.57	0.93
Cấu trúc tài chính					
Tổng nợ/Tổng tài sản	0.52	0.57	0.66	0.62	0.58
Tổng nợ/Vốn chủ sở hữu	1.07	1.32	1.90	1.61	1.41
Vay ngắn hạn/VCSH	1.07	1.31	1.90	1.60	1.39
Vay dài hạn/VCSH	0.01	0.00	0.01	0.00	0.02

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 5, Tòa nhà UDIC Complex, 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 5, Tòa nhà Vinafor, Số 127 Lò Đúc, Phường Đồng Mác, Quận Hai Bà Trưng, Số 127 Lò Đúc, Phường Đồng Mác, Quận Hai Bà Trưng

Phone: (84-24) 3 933 4566

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