

Dự báo KQKD Q2/2024: Toàn ngành tăng trưởng mạnh

Trần Hương Mỹ
Giám Đốc, Ngành Hàng Tiêu Dùng
my.th@hsc.com.vn
+84 28 3823 3299 Ext. 362

Bùi Nguyên Cẩm Giang, CFA
Trưởng phòng
giang.bnc@hsc.com.vn
+84 28 3823 3299 Ext. 369

Trần Đăng Mạnh
Chuyên viên
manh.tdang@hsc.com.vn
+84 28 3823 3299 Ext. 369

- Theo dự báo của HSC, KQKD của ngành hàng tiêu dùng sẽ tăng trưởng ở mức tương đối cao trong Q2/2024. Chúng tôi dự báo tổng doanh thu thuần và lợi nhuận thuần của các công ty hàng tiêu dùng tăng lần lượt 12% và 44% so với cùng kỳ.
- Trong số 9 công ty, thì có đến 8 công ty được dự báo có lợi nhuận thuần tăng. Chúng tôi kỳ vọng MWG và MSN có lợi nhuận thuần tăng mạnh nhất trong ngành.
- Chúng tôi duy trì quan điểm tích cực và dự báo ngành hàng tiêu dùng sẽ ghi nhận lợi nhuận thuần tăng trưởng 48% trong năm 2024 và 24% trong năm 2025. Trong năm 2024, thị phần tăng, sự phục hồi nhẹ về nhu cầu và tỷ suất lợi nhuận được cải thiện là động lực tăng trưởng chính của ngành. Sang năm 2025, chúng tôi cho rằng sức mua phục hồi mạnh hơn sẽ thúc đẩy tăng trưởng.

Dự báo lợi nhuận thuần tăng 44% so với cùng kỳ

Chúng tôi cho rằng ngành hàng tiêu dùng sẽ tiếp tục đà tăng trưởng trong Q2/2024 và dự báo tổng doanh thu thuần tăng 12% so với cùng kỳ trong khi tổng lợi nhuận thuần tăng 44% so với cùng kỳ. Ngoại trừ QNS, tất cả công ty được dự báo sẽ có tăng trưởng lợi nhuận, trong đó MWG và MSN là những công ty có KQKD tốt nhất với lợi nhuận thuần tăng lần lượt 5.613% và 298% so với cùng kỳ.

Sự phục hồi về nhu cầu ở một số phân ngành, thị phần cao hơn, sự mở rộng HKDK và tỷ suất lợi nhuận cải thiện là những động lực tăng trưởng chính.

Triển vọng: Lợi nhuận thuần dự báo tăng trưởng 48% trong năm 2024 và 24% trong năm 2025

Các chỉ số kinh tế của Việt Nam đang khả quan, với kim ngạch xuất khẩu và chỉ số việc làm trong lĩnh vực sản xuất bắt đầu cải thiện trong nửa đầu năm 2024, nhờ tăng trưởng xuất khẩu các sản phẩm công nghệ. HSC kỳ vọng kim ngạch xuất khẩu các sản phẩm sử dụng nhiều lao động như dệt may, da giày và các sản phẩm nông nghiệp sẽ tăng trong nửa cuối năm 2024, mở đường cho sự cải thiện chung về thu nhập của người lao động.

Do đó, chúng tôi dự báo sức tiêu dùng trong nước sẽ phục hồi trong nửa cuối năm 2024 và năm 2025. Chúng tôi duy trì quan điểm tích cực về triển vọng lợi nhuận của các công ty ngành hàng tiêu dùng. Theo đó, tổng lợi nhuận thuần dự báo tăng trưởng mạnh 48% cho năm 2024 và 24% cho năm 2025. Trong năm 2024, thị phần tăng, sự phục hồi nhẹ về nhu cầu và tỷ suất lợi nhuận được cải thiện là động lực tăng trưởng chính của ngành. Sang năm 2025, chúng tôi cho rằng sức mua phục hồi mạnh hơn sẽ thúc đẩy tăng trưởng.

Các lựa chọn hàng đầu của chúng tôi vẫn là: **MWG** (Mua vào; giá mục tiêu 77.800đ), **MSN** (Mua vào; giá mục tiêu 92.900đ), **PNJ** (Mua vào, giá mục tiêu 122.100đ) và **VNM** (Mua vào, giá mục tiêu 85.300đ).

Bản gốc bằng tiếng Anh của báo cáo này được phát hành vào ngày 4/7.

Mã CK	Giá (đồng)	Khuyến nghị		Giá mục tiêu (đồng)		Tiềm năng tăng/giảm (%)	P/E (lần)		EV/EBITDA (lần)		L.suất cổ tức (%)	
		Mới	Cũ	Mới	Th.đổi (%)		2024F	2025F	2024F	2025F	2024F	2025F
DGW	63,900	Tăng tỷ trọng	-	69,400	-	8.61	20.8	17.3	15.4	12.5	1.56	1.56
FRT	179,000	Tăng tỷ trọng	-	191,600	-	7.04	124	45.3	33.5	21.2	0	0.28
MSN	76,500	Mua vào	-	92,900	-	21.4	52.4	23.4	16.9	14.1	-	-
MWG	65,500	Mua vào	-	77,800	-	18.8	21.9	16.2	12.5	10.7	0.76	0.76
PNJ	94,600	Mua vào	-	122,100	-	29.1	14.3	12.2	10.6	8.90	2.11	2.12
QNS	49,600	Tăng tỷ trọng	-	55,000	-	10.9	6.19	6.20	5.68	5.53	8.06	7.06
SAB	61,500	Tăng tỷ trọng	-	69,600	-	13.2	18.1	17.2	15.0	14.2	5.69	5.69
TLG	55,500	Nắm giữ	-	51,300	-	(7.57)	13.3	12.3	9.04	8.43	6.31	6.31
VNM	66,200	Mua vào	-	85,300	-	28.9	15.3	14.0	10.5	9.56	5.82	5.82

Giá cổ phiếu tại ngày 3/7/2024.
Nguồn: Công ty, FactSet, HSC

Dự báo KQKD Q2/2024: Toàn ngành tăng trưởng mạnh

HSC dự báo KQKD của ngành hàng tiêu dùng sẽ tăng trưởng ở mức tương đối cao trong Q2/2024. Chúng tôi dự báo tổng doanh thu thuần và lợi nhuận thuần của các công ty hàng tiêu dùng sẽ tăng lần lượt 12% và 44% so với cùng kỳ. Trong tổng số 9 công ty trong danh sách khuyến nghị, có đến 8 công ty có tăng trưởng lợi nhuận. Và MWG và MSN nhiều khả năng tăng trưởng tốt nhất ngành. Chúng tôi duy trì quan điểm tích cực về triển vọng lợi nhuận của các công ty và dự báo tổng lợi nhuận sẽ tăng mạnh 48% cho năm 2024 và 24% cho năm 2025. Các động lực tăng trưởng chính bao gồm (1) thị phần mới giành thêm, (2) nhu cầu phục hồi nhẹ và (3) tỷ suất lợi nhuận tăng. Các lựa chọn hàng đầu của chúng tôi bao gồm MWG, MSN, PNJ và VNM.

Dự báo lợi nhuận thuần tăng 44% so với cùng kỳ

Chúng tôi dự đoán ngành hàng tiêu dùng tiếp tục tăng trưởng trong Q2/2024 và dự đoán tổng doanh thu thuần tăng 12% so với cùng kỳ trong khi tổng lợi nhuận thuần tăng 44% so với cùng kỳ. Ngoại trừ QNS, tất cả công ty được dự báo sẽ có lợi nhuận tăng trưởng, trong đó MWG và MSN là những công ty có KQKD tốt nhất với lợi nhuận thuần tăng lần lượt 5.613% và 298% so với cùng kỳ.

So với Q1/2024 thì lợi nhuận của ngành trong Q2/2024 cũng cải thiện, với doanh thu thuần và lợi nhuận thuần được dự báo tăng trưởng lần lượt 4% và 12% so với quý Q1/2024. Nhìn chung, ngành đang có triển vọng tích cực.

Bảng 1: Dự báo KQKD Q2/2024, các công ty ngành hàng tiêu dùng trong danh sách khuyến nghị

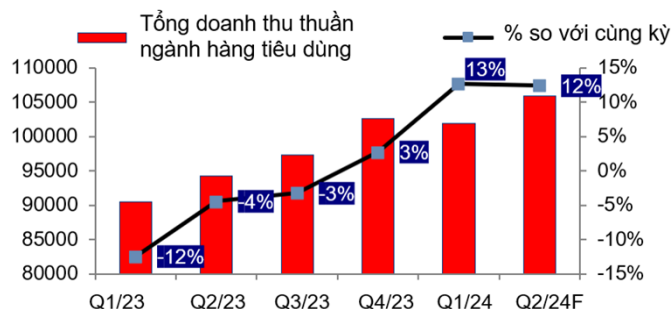
Trong 9 công ty, thì có đến 8 công ty được dự báo có lợi nhuận thuần tăng. HSC kỳ vọng MWG và MSN có lợi nhuận thuần tăng mạnh nhất trong ngành

Công ty	Doanh thu thuần		Lợi nhuận thuần		Bình luận
	Q2/2024F	% sv cùng kỳ	Q2/2024F	% sv cùng kỳ	
Tổng	105,917	12%	6,592	44%	
VNM	16,028	5%	2,515	14%	Giành thêm thị phần ở hai thị trường trong nước và xuất khẩu. Tỷ suất lợi nhuận cải thiện nhờ giá sửa nguyên liệu thấp.
SAB	8,564	-3%	1,189	3%	Ngành bia phục hồi nhẹ, trong khi SAB giành thêm thị phần.
MWG	33,599	14%	994	5613%	TGDD & ĐMX có chuyển biến tích cực về lợi nhuận sau khi tái cơ cấu. BHX giảm lỗ nhờ doanh thu trên mỗi cửa hàng tốt hơn và tỷ suất lợi nhuận cải thiện.
QNS	2,900	-8%	680	-4%	Lợi nhuận từ mảng đường đi ngang, trong khi lợi nhuận từ mảng sửa đầu nạnh giảm nhẹ.
PNJ	9,600	44%	465	38%	Lợi nhuận tăng nhờ kênh bán lẻ vững chắc và thị phần tăng.
MSN	20,063	8%	419	298%	Các động lực tăng trưởng chính bao gồm (1) lợi nhuận thuần của MCH tăng trưởng 2 con số, (2) MHT giảm lỗ và (3) sự phục hồi của TCB
TLG	1,119	5%	186	10%	Nhu cầu văn phòng phẩm phục hồi nhẹ.
DGW	4,988	9%	96	16%	Sản phẩm ngoài CNTT dẫn dắt tăng trưởng doanh thu trong khi tỷ suất lợi nhuận cải thiện nhờ cơ cấu doanh thu tốt hơn.
FRT	9,056	26%	47	Từ lỗ thành lãi	Doanh thu chuỗi nhà thuốc Long Châu cải thiện, phần nào bù trừ sự sụt giảm của tỷ suất lợi nhuận. Tình trạng thua lỗ của FPT Shop giảm sau các nỗ lực tái cấu trúc.

Nguồn: HSC ước tính

Biểu đồ 2: Tổng doanh thu thuần, các công ty hàng tiêu dùng trong danh sách khuyến nghị

Doanh thu thuần dự báo tăng 12% so với cùng kỳ



Nguồn: HSC ước tính

Biểu đồ 3: Tổng lợi nhuận thuần, các công ty hàng tiêu dùng trong danh sách khuyến nghị

Lợi nhuận thuần dự báo tăng mạnh 44% so với cùng kỳ



Nguồn: HSC ước tính

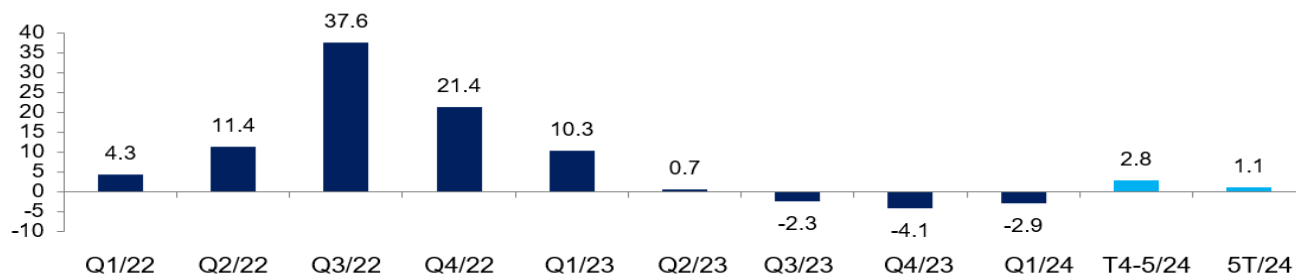
Các động lực tăng trưởng bao gồm:

- (1) Sự phục hồi về nhu cầu ở một số phân ngành như: Phân khúc hàng tiêu dùng nhanh (sữa, bia, thức uống không có cồn, thực phẩm thiết yếu, thực phẩm đóng gói và sản phẩm chăm sóc gia đình & cá nhân).

According to Theo kết quả khảo sát của Nielsen, sản lượng tiêu thụ hàng tiêu dùng nhanh của Việt Nam tăng trở lại ở mức 2,8% so với cùng kỳ trong tháng 4-5/2024 sau nhiều quý giảm liên tiếp. Lũy kế 5 tháng đầu năm 2024, sản lượng tiêu thụ của toàn phân khúc cải thiện ở mức 1,1% so với cùng kỳ.

Biểu đồ 4: Doanh thu ngành hàng tiêu dùng nhanh, Việt Nam

Chuyển từ giảm sang tăng trong tháng 4-5/2024, sau 4 quý giảm liên tiếp

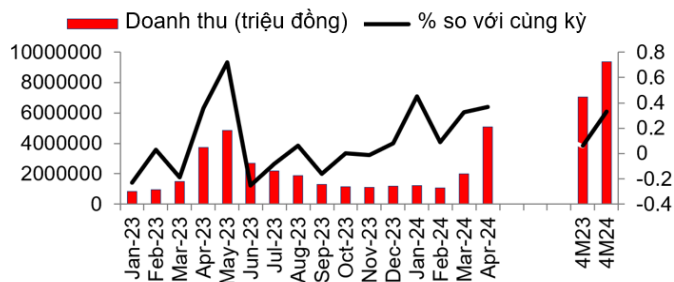


Nguồn: Nielsen

Trong 4 tháng đầu năm 2024, doanh thu bán máy lạnh tăng mạnh 33% so với mức tăng chậm hơn nhiều 6% trong năm 2023.

Biểu đồ 5: Doanh thu máy lạnh, Việt Nam

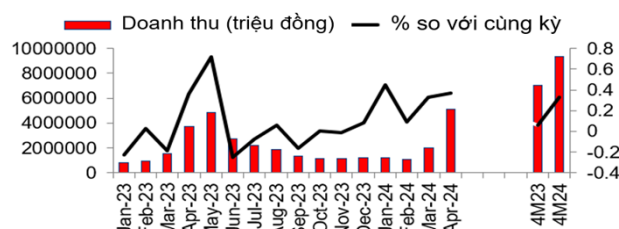
Tăng 33% trong 4 tháng đầu năm 2024, so với 6% năm 2023



Nguồn: HSC ước tính

Biểu đồ 6: Doanh thu điện thoại thông minh, Việt Nam

Giảm 2% trong 4 tháng đầu năm 2024, so với mức giảm 12% trong năm 2023



Nguồn: HSC ước tính

(2) Hầu hết các công ty trong danh sách khuyến nghị đều giành thêm thị phần.

Ở phân khúc bán lẻ:

- TGDĐ giành thêm thị phần ở mảng điện tử tiêu dùng và bách hóa.
- FRT giành được thêm thị phần ở mảng dược phẩm nhờ tăng trưởng doanh thu/cửa hàng và chuỗi nhà thuốc tây được mở rộng.
- PNJ tiếp tục giành thêm thị phần từ các cửa hàng trang sức gia đình có quy mô nhỏ.

Ở phân khúc bán lẻ hàng tiêu dùng:

- Mảng kinh doanh hàng tiêu dùng của MSN vượt trội so với toàn ngành với mức tăng trưởng doanh thu 14-15% nhờ có thêm thị phần ở sản phẩm mì ăn liền, cao cấp hóa sản phẩm, tung sản phẩm mới (trà trái cây Bupnon365, lẩu tự sôi v.v.)
- Mặc dù thị phần của VNM vẫn giữ nguyên ở mức 42% từ đầu năm đến nay, nhưng vẫn cao hơn so với Q2/2023 ở mức 41% nhờ chiến lược tiếp thị hiệu quả và làm mới sản phẩm.
- SAB cũng đã giành thị phần trên thị trường bia vì quy định nghiêm ngặt cấm lái xe sau khi uống bia rượu ảnh hưởng đến sức mua kênh nhà hàng, thể mạnh của đối thủ cạnh tranh của SAB là Heineken.

(3) Mở rộng HĐKD: Việc mở rộng chuỗi bách hóa Winmart+ giúp cải thiện doanh thu của MSN. Trong khi đó, DGW thêm nhiều sản phẩm và thương hiệu mới vào danh mục sản phẩm. FRT mở thêm 163 nhà thuốc và 70 trung tâm tiêm chủng mới.

(4) Có nhiều nguyên nhân giúp các công ty đạt tỷ suất lợi nhuận thuần cao như nỗ lực tái cơ cấu của MWG, FRT, chi phí đầu vào thấp với VNM, cũng như cải thiện cơ cấu sản phẩm tại DGW và TLG.

Bình luận chi tiết

MWG: TGDĐ & ĐMX tiếp tục có chuyển biến tích cực về lợi nhuận sau tái cơ cấu, tình trạng thua lỗ của BHX được hạn chế ở mức tối đa.

- HSC kỳ vọng KQKD Q2/2024 của MWG sẽ vững chắc, với doanh thu thuần 14% so với cùng kỳ, còn lợi nhuận thuần tăng 5.613% so với cùng kỳ và 10% so với quý trước lên 994 tỷ đồng.
- Chúng tôi dự báo HĐKD của TGDĐ & ĐMX tiếp tục phục hồi và có thể ghi nhận 1.086 tỷ đồng lợi nhuận trong Q2/2024, tăng 169% so với cùng kỳ.
- Mức thua lỗ tại BHX dường như được thu hẹp đáng kể xuống 29 tỷ đồng trong Q2/2024 (thấp hơn mức lỗ 305 tỷ đồng trong Q2/2023 và 104 tỷ đồng trong Q1/2024).

MSN: MCH và TCB tăng trưởng mạnh; MHT giảm lỗ thúc đẩy lợi nhuận

- HSC dự báo lợi nhuận thuần Q2/2024 của MSN đạt 419 tỷ đồng, tăng 298% so với cùng kỳ trên doanh thu thuần 20.063 tỷ đồng, tăng 8% so với cùng kỳ.
- MCH đóng góp nhiều nhất vào mức tăng trưởng trên. Chúng tôi dự báo EBITDA của Công ty tổng quý tăng 10% so với cùng kỳ và đóng góp 49% trên EBITDA của MSN.
- Trong Q2/2024, mức thua lỗ của MHT được dự báo giảm xuống 500 tỷ đồng, so với mức lỗ 718 tỷ đồng trong Q1/2024 nhờ triển khai trở lại dịch vụ nổ mìn tại mỏ Núi Pháo.

PNJ: Doanh thu bán lẻ vững chắc nhờ tăng thị phần thúc đẩy lợi nhuận

- Doanh thu thuần và lợi nhuận thuần của PNJ trong Q2/2024 được dự báo đạt lần lượt 9.600 tỷ đồng (tăng 44% so với cùng kỳ) và 465 tỷ đồng (tăng 38% so với cùng kỳ).
- HSC dự báo doanh thu bán lẻ sẽ tăng mạnh do PNJ đang giành được thị phần từ các cửa hàng nhỏ lẻ nhờ liên tục ra mắt sản phẩm thành công và tiếp thị hiệu quả. Công ty đang hoạt động tốt ở thị trường miền Bắc nhờ danh mục sản phẩm đa dạng so với các thương hiệu khác.
- Doanh thu bán vàng 24K được dự báo tăng gần gấp đôi so với cùng kỳ khi nhu cầu vàng miếng tăng.
- BLĐ không có mối lo ngại nào liên quan đến việc thanh tra ngành vàng đang diễn ra.

VNM: Giành được thêm thị phần ở cả thị trường trong nước và xuất khẩu, tỷ suất lợi nhuận tăng nhờ giá sữa nguyên liệu giảm

- Cho Q2/2024, HSC dự báo doanh thu thuần và lợi nhuận thuần tăng lần lượt 5% và 14% so với cùng kỳ đạt 16.028 tỷ đồng và 2.515 tỷ đồng)
- Doanh thu trong nước và xuất khẩu đều được dự báo vững chắc, với mức tăng lần lượt 4% và 20% so với cùng kỳ.
- Giá sữa nguyên liệu giảm hỗ trợ tỷ suất lợi nhuận. Chúng tôi dự báo tỷ suất lợi nhuận gộp sẽ tăng lên 42,7% trong Q2/224 (cao hơn so với 40,5% trong Q2/2023 và 41,9% trong Q1/2024).

DGW: Các sản phẩm ngoài CNTT trở thành động lực tăng trưởng doanh thu, cơ cấu doanh thu tốt hơn cải thiện tỷ suất lợi nhuận thuần

- HSC dự báo doanh thu thuần Q2/2024 của DGW sẽ tăng 9% so với cùng kỳ (không thay đổi so với quý trước), nhờ doanh thu sản phẩm ngoài CNTT tăng mạnh hơn, phần nào bù trừ cho doanh thu sản phẩm CNTT kém do nhu cầu giảm theo thời vụ. Lợi nhuận thuần được dự báo tăng 16% so với cùng kỳ lên 96 tỷ đồng.
- Đáng chú ý, nền doanh thu điện thoại di động trong Q2/2023 của DGW rất cao do Công ty tăng doanh thu bán iPhone cho MWG trong cuộc chiến về giá bán.
- Về mặt tỷ suất lợi nhuận, chúng tôi kỳ vọng cơ cấu doanh thu tốt hơn (tức là sản phẩm ngoài CNTT có tỷ suất lợi nhuận cao hơn đóng góp nhiều hơn vào doanh thu) sẽ tiếp tục thúc đẩy tỷ suất lợi nhuận của Công ty.

FRT: Doanh thu Long Châu tiếp tục nhưng lợi nhuận quay trở lại mức bình thường, FPT Shop giảm lỗ nhờ nỗ lực tái cơ cấu

- HSC dự báo doanh thu thuần trong Q2/2024 của FRT đạt 9.056 tỷ đồng, tăng 26% và doanh thu thuần đạt 47 tỷ đồng, chuyển biến tích cực từ lỗ 219 tỷ đồng trong Q2/2023. Lợi nhuận thuần cũng tăng 21% so với quý trước.

- Đối với FPT Shop, chúng tôi dự báo doanh thu trong Q2/2024 sẽ tiếp tục kém do mùa thấp điểm và mạng lưới cửa hàng bị thu hẹp xuống khoảng 640 cửa hàng (giảm 103 cửa hàng trong Q2/2024 và 120 cửa hàng trong 6 tháng đầu năm 2024). Chúng tôi cho rằng tỷ suất lợi nhuận thuần của FPT Shop sẽ tiếp tục được cải thiện nhờ cuộc chiến về giá đã bớt căng thẳng, mức đóng góp ngày càng cao từ mảng thiết bị gia dụng và hàng điện tử tiêu dùng vốn có tỷ suất lợi nhuận cao, đồng thời chi phí hoạt động/doanh thu giảm sau khi đóng cửa các cửa hàng hoạt động kém hiệu quả.
- Đối với Long Châu, chúng tôi kỳ vọng doanh thu bán hàng sẽ tiếp tục tăng mạnh tăng trưởng doanh thu/cửa hàng vững chắc và việc tích cực mở thêm các cửa hàng mới tại các đô thị loại 2 và loại 3 (khoảng 163 cửa hàng trong Q2/2024 và khoảng 250 cửa hàng trong 6 tháng đầu năm 2024 lên tổng số 1.750 cửa hàng). Tỷ suất lợi nhuận gộp vẫn ổn định ở mức 22-23%, giảm trở lại mức tăng trưởng bình thường từ mức cao 24,3% trong Q1/2024 do yếu tố thời vụ.

QNS: Lợi nhuận giảm do mảng đường hạ nhiệt

- HSC dự báo doanh thu thuần và lợi nhuận thuần Q2/2024 giảm lần lượt 8% và 4% so với cùng kỳ xuống 2.900 tỷ đồng và 680 tỷ đồng.
- Lợi nhuận mảng đường có vẻ không thay đổi so với quý trước, trong tình trạng giá đường hạ nhiệt.
- Lợi nhuận mảng sữa đậu nành dự báo giảm nhẹ. Chúng tôi cho rằng Công ty đã đánh mất một ít thị phần vào tay VNM

TLG: Nhu cầu văn phòng phẩm phục hồi nhẹ

- Cho Q2/2024, HSC dự báo doanh thu thuần và lợi nhuận thuần của TLG tăng lần lượt 5% và 10% so với cùng kỳ đạt 1.119 tỷ đồng và 186 tỷ đồng.
- Tại thị trường trong nước, bắt đầu có một số tín hiệu phục hồi trong tháng 6, với sản lượng tiêu thụ mỗi ngày đều tăng so với cùng kỳ.
- Trong khi đó, chúng tôi ước tính doanh thu xuất khẩu tăng vọt 15% so với cùng kỳ từ mức nền thấp trong năm 2023.
- Tỷ suất lợi nhuận thuần dường như được cải thiện lên mức 16,6% so với cùng kỳ nhờ cơ cấu sản phẩm tốt hơn.

Triển vọng: Lợi nhuận thuần dự báo tăng trưởng 48% trong năm 2024 và 24% trong năm 2025

Chúng tôi duy trì quan điểm tích cực về triển vọng lợi nhuận của các công ty ngành hàng tiêu dùng trong danh sách khuyến nghị. Theo đó, tổng lợi nhuận thuần dự báo tăng trưởng mạnh 48% cho năm 2024 và 24% cho năm 2025. Các động lực tăng trưởng chính bao gồm (1) thị phần mới giành thêm, (2) nhu cầu phục hồi nhẹ và (3) tỷ suất lợi nhuận tăng.

Các lựa chọn hàng đầu của chúng tôi vẫn là: **MWG** (Mua vào; giá mục tiêu 77.800đ), **MSN** (Mua vào; giá mục tiêu 92.900đ), **PNJ** (Mua vào, giá mục tiêu 122.100đ) và **VNM** (Mua vào, giá mục tiêu 85.300đ).

Bảng 8: Lợi nhuận thuần thực tế và dự báo, các công ty hàng tiêu dùng trong danh sách khuyến nghị

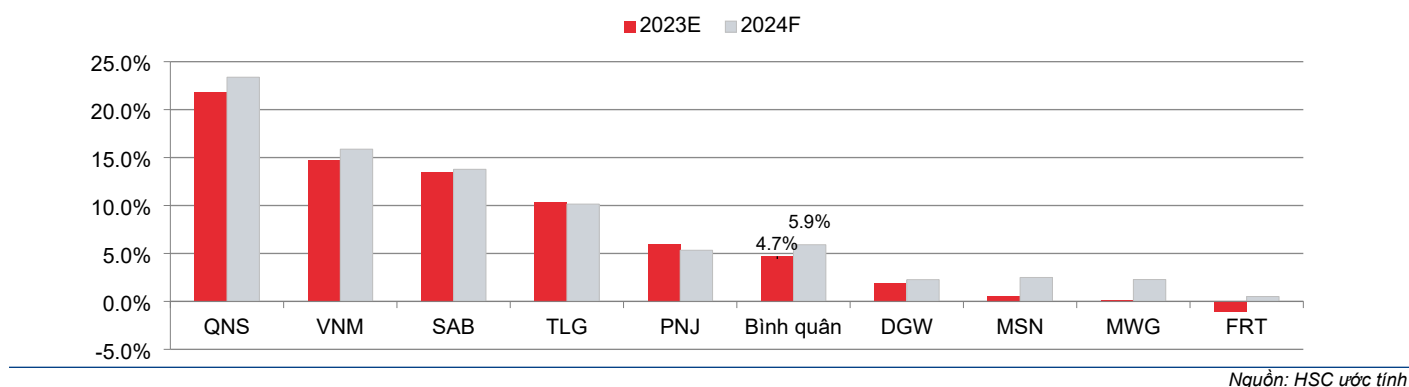
HSC dự báo tất cả công ty đều ghi nhận lợi nhuận thuần tăng trưởng trong năm 2024-2025

Công ty	2023	% sv cùng kỳ	2024F	% sv cùng kỳ	2025F	% sv cùng kỳ
VNM	8,874	4%	10,026	13%	10,951	9%
SAB	4,118	-21%	4,435	8%	4,689	6%
QNS	2,183	70%	2,441	12%	2,435	0%
PNJ	1,971	9%	2,330	18%	2,721	17%
MSN	418	-88%	2,088	400%	4,680	124%
DGW	354	-48%	518	46%	630	22%
TLG	359	-11%	365	2%	395	8%
MWG	168	-96%	4,381	2508%	6,058	38%
FRT	(346)	N/m	197	Chuyển biến lợi nhuận	538	173%

Nguồn: HSC ước tính

Biểu đồ 9: Tỷ suất lợi nhuận thuần, các công ty hàng tiêu dùng trong danh sách khuyến nghị

Tỷ suất lợi nhuận thuần chung dự kiến tăng 5,9% trong năm 2024, cao hơn 4,7% trong năm 2023. Ngoại trừ PNJ, tất cả công ty còn lại ghi nhận tỷ suất lợi nhuận tăng mạnh.



Nguồn: HSC ước tính

Tuyên bố miễn trách

Bản quyền thuộc về CTCP Chứng khoán Thành phố Hồ Chí Minh (HSC) 2021.

Báo cáo này được HSC hoặc một trong các chi nhánh viết và phát hành để phân phối tại Việt Nam và nước ngoài; phục vụ cho các nhà đầu tư tổ chức chuyên nghiệp là khách hàng của HSC và đồng ý nhận các sản phẩm nghiên cứu phân tích dành cho khách hàng tổ chức của HSC. Nếu quý độc giả không thuộc đối tượng nhà đầu tư nói trên, báo cáo này sẽ không nhằm phục vụ quý độc giả và quý độc giả không nên đọc hoặc dựa vào nội dung báo cáo này.

Báo cáo nghiên cứu này được viết với mục tiêu duy nhất là cung cấp những thông tin khái quát đến nhà đầu tư tổ chức. Báo cáo này không nhằm tới những mục tiêu đầu tư cụ thể, tình trạng tài chính cụ thể hay nhu cầu cụ thể của bất kỳ người nào nhận được hoặc đọc báo cáo này. Nhà đầu tư phải có quyết định của riêng mình dựa trên tình hình tài chính và mục tiêu đầu tư cụ thể của mình. Các thông tin cũng như ý kiến trong báo cáo không mang tính chất mời chào mua hay bán bất cứ chứng khoán, quyền chọn, hợp đồng tương lai hay công cụ phái sinh nào tại bất kỳ lãnh thổ có quyền tài phán nào. Đồng thời, các thông tin cũng như ý kiến trong báo cáo cũng không nhằm mục đích quảng cáo cho bất cứ công cụ tài chính nào.

Ý kiến, dự báo và ước tính chỉ thể hiện quan điểm của người viết tại thời điểm phát hành, không được xem là quan điểm của HSC và có thể thay đổi mà không cần thông báo. HSC có thể đưa ra khuyến nghị hoặc nhận định khác đối với các đối tượng nhà đầu tư không đồng ý với nội dung của báo cáo này. HSC không có nghĩa vụ phải cập nhật, sửa đổi báo cáo này dưới mọi hình thức cũng như thông báo với người đọc trong trường hợp các quan điểm, dự báo và ước tính trong báo cáo này thay đổi hoặc trở nên không chính xác. Thông tin trong báo cáo này được thu thập từ nhiều nguồn khác nhau và chúng tôi không đảm bảo về sự hoàn chỉnh cũng như độ chính xác của thông tin.

HSC có thể sử dụng các nghiên cứu trong báo cáo này cho hoạt động mua bán chứng khoán tự doanh hoặc mua bán chứng khoán cho các quỹ mà HSC đang quản lý. HSC có thể giao dịch cho chính công ty theo những gợi ý về giao dịch ngắn hạn của các chuyên gia phân tích trong báo cáo này và cũng có thể tham gia vào các giao dịch chứng khoán trái ngược với ý kiến tư vấn và quan điểm thể hiện trong báo cáo này. Nhân viên của HSC có thể có lợi ích tài chính ở những chứng khoán được đề cập trong báo cáo này hoặc các công cụ có liên quan. HSC có thể có nghiệp vụ ngân hàng đầu tư hoặc tìm kiếm mối quan hệ hợp tác kinh doanh với những công ty được đề cập đến trong báo cáo này.

Nhà đầu tư phải lưu ý rằng giá và khối lượng giao dịch của các công cụ tài chính luôn biến động, có thể lên hoặc xuống. Những diễn biến trong quá khứ, nếu có, không hàm ý cho những kết quả tương lai.

Báo cáo này là tài sản của HSC và không được công bố rộng rãi ra công chúng, vì vậy không ai được phép sao chép, tái sản xuất, phát hành cũng như tái phân phối bất kỳ nội dung nào của báo cáo hay toàn bộ báo cáo vì bất kỳ mục đích nào nếu không có văn bản chấp thuận của HSC. Mọi cá nhân, tổ chức sẽ chịu trách nhiệm đối với HSC về bất kỳ tổn thất hoặc thiệt hại nào mà HSC hoặc khách hàng của HSC phải chịu do bất kỳ hành vi vi phạm theo Tuyên bố miễn trách này và theo quy định của pháp luật.

Giải thích các mức đánh giá cổ phiếu dành cho khách hàng tổ chức

Mua vào: Kỳ vọng tăng giá trên 20% trong khoảng thời gian 12 tháng
Tăng tỷ trọng: Kỳ vọng tăng giá từ 5% đến 20% trong khoảng thời gian 12 tháng
Nắm giữ: Kỳ vọng tăng giá hoặc giảm giá dưới 5% trong khoảng thời gian 12 tháng
Giảm tỷ trọng: Kỳ vọng giảm giá từ 5% đến 20% trong khoảng thời gian 12 tháng
Bán ra: Kỳ vọng giảm giá trên 20% trong khoảng thời gian 12 tháng



CÔNG TY CHỨNG KHOÁN TỐT NHẤT VÀ ĐỘI NGŨ PHÂN TÍCH HÀNG ĐẦU VIỆT NAM
Được trao bởi Finance Asia, Asiamoney, Institutional Investor & Thomson Reuters

TRỤ SỞ CHÍNH

Tầng 5 & 6, Tòa nhà AB
76 Lê Lai, Quận 1, TPHCM
T: (+84 28) 3823 3299
F: (+84 28) 3823 3301

CHI NHÁNH HÀ NỘI

Tầng 2, Tòa nhà Cornerstone
16 Phan Chu Trinh, Quận Hoàn Kiếm
T: (+84 24) 3933 4693
F: (+84 24) 3933 4822

E: info@hsc.com.vn W: www.hsc.com.vn