

Ngành : Bán lẻ | RETAIL RESEARCH

Khuyến nghị

MUA

Công ty Cổ phần Thế giới số - CTCP (HSX: DGW) CÁ HỒI VƯỢT THÁC

Giá hiện tại:	111,900
Giá mục tiêu trước đây	126,000
Giá mục tiêu mới:	143,000
Tỷ suất cổ tức	4.7%
Tiềm năng tăng giá	28%

Ngày viết báo cáo:	23/02/2022
Cổ phiếu lưu hành (Triệu)	88
Vốn hóa (tỷ đồng)	9,892
Thanh khoản bình quân 6 tháng:	360,210
Sở hữu nước ngoài	27.63%

CƠ CẤU CỔ ĐÔNG	
CT TNHH Created future	33.59%
CT TNHH MTV DKP	5.32%

Bộ phận Research:

Phạm Thị Minh Châu
Chauptm@bsc.com.vn

Chuyên viên phân tích kỹ thuật:

Vũ Việt Anh
Anhvv@bsc.com.vn
Giá khuyến nghị: 130,000 VND
Giá cắt lỗ: 103,000 VND

QUAN ĐIỂM ĐỊNH GIÁ

Chúng tôi khuyến nghị **MUA** mã cổ phiếu **DGW** với giá **143,000 VND/CP**, upside 28% so với giá ngày 22/02/2021 với phương pháp DCF và P/E, với tỷ trọng là 50% - 50%.

DỰ BÁO KQKD

Chúng tôi kỳ vọng DTT và LNST năm 2022 lần lượt đạt 27,008 tỷ đồng (+29% YoY) và 803 Tỷ đồng (+22% YoY), EPS FW = 9,069 đồng và PE FW= 12.3 lần .

LUẬN ĐIỂM ĐẦU TƯ

- Xu hướng cao cấp hoá các sản phẩm điện thoại, laptop và SP lots nhờ sự phát triển nhanh chóng của ngành công nghiệp game và thế giới ảo.
- Mảng điện thoại:** Động lực tăng trưởng của mảng điện thoại đến từ (1) dòng Iphone và dòng Xiaomi (lợi thế người tiên phong) sẽ tiếp tục cải thiện thị phần (2) xu hướng chuyển đổi từ điện thoại phổ thông sang điện thoại thông minh.
- Mảng Laptop và tablet:** Tăng trưởng nhờ xu hướng cao cấp hoá và thói quen làm việc, học tập tại nhà kết hợp với chơi game;
- Mảng thiết bị văn phòng:** (1) xu hướng chuyển đổi số sẽ được đẩy mạnh sau dịch Covid 19; (2) Đóng góp tích cực của các nhãn hàng mới của mảng đồ gia dụng;
- Yếu tố cần chú ý:** Tiếp tục đa dạng hóa theo chiều ngang (mở rộng sang mảng F&B, công nghiệp và thiết bị), tiến hành M&A tăng quy mô và độ phủ.

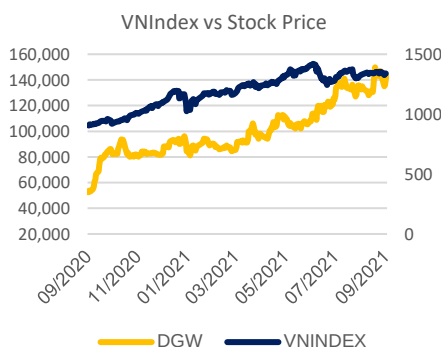
RỦI RO

- Miếng bánh thị phần của xiaomi có nguy cơ bị chia sẻ với các nhà phân phối khác;
- Tăng trưởng của các nhãn hàng mới thấp hơn kì vọng.

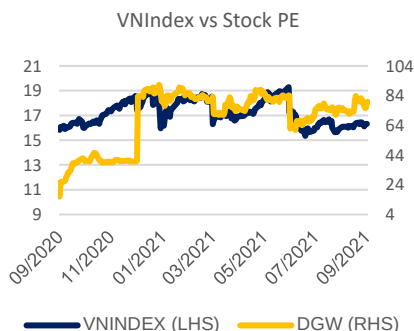
CẬP NHẬT DOANH NGHIỆP

- DTT và LNST năm 2021 lần lượt đạt 20,971 tỷ đồng(+67% YoY) và 658 tỷ đồng (+160% YoY)**, do (1) Laptop (82% YoY) nhờ xu hướng làm việc và học tập tại nhà và nguồn cung đứt gãy do thiếu chip; (2) Điện thoại (+54% YoY) nhờ tăng trưởng của nhãn hàng Xiaomi đóng góp tuyệt đối của nhãn hàng Apple và Huawei trong 2021; (3) Thiết bị văn phòng (+85% YoY) do các doanh nghiệp tái đầu tư vào các sản phẩm công nghệ hỗ trợ hoạt động làm việc trực tuyến; (4) Hàng tiêu dùng (42% YoY) nhờ nhu cầu chi tiêu các sản phẩm y tế chống dịch.

Bảng so sánh giá CP và VN- Index



Bảng so sánh P/E và VN index



	2020	2021	2022	VN-Index		2019	2020	2021	2022
PE (x)	18.07	15.07	12.34	17.04	Doanh thu	8,493	12,536	20,971	27,008
PB (x)	4.17	5.56	3.91	2.58	Lợi nhuận gộp	550	803	1,511	1,906
PS (x)	0.2	0.47	0.37	2.11	Lợi nhuận sau thuế	163	267	657	803
ROE (%)	21%	37%	32%	15%	EPS	3,882	6,191	7,424	9,069
ROA (%)	21%	10%	11%	2%	Tăng trưởng EPS	43%	59%	20%	22%

CẬP NHẬT DOANH NGHIỆP

DTT và LNST năm 2021 lần lượt đạt 20,971 tỷ đồng (+67% YoY) và 658 tỷ đồng (+160% YoY), chủ yếu đến từ đóng góp (1) Laptop (+82% YoY) được hưởng lợi từ xu hướng làm việc và học tập tại nhà do dịch bệnh và nguồn cung đứt gãy do thiếu chip; (2) Điện thoại (+54% YoY) tiếp tục ghi nhận tăng trưởng 33% DT của nhãn hàng Xiaomi nhờ tăng thị phần từ 10% lên 13% và đóng góp tuyệt đối của nhãn hàng Apple và Huawei trong 2021; (3) Thiết bị văn phòng (+85% YoY) do tăng nhu cầu sử dụng các sản phẩm gia dụng thông minh trong giai đoạn trong và sau giãn cách, các doanh nghiệp tái đầu tư vào các sản phẩm công nghệ hỗ trợ hoạt động làm việc trực tuyến; (4) Hàng tiêu dùng (42% YoY) nhờ nhu cầu chi tiêu các sản phẩm y tế chống dịch.

Biên ròng tăng từ 2.13% lên 3.13% trong 2021 nhờ (1) Biên lợi nhuận gộp tăng 80 điểm cơ bản (từ 6.3% lên 7.2%) nhờ tăng tỷ trọng các đóng góp của các sản phẩm thiết bị văn phòng từ 12.3% lên 13.5% và vấn đề thiếu chip khiến các nhà sản xuất sản phẩm IOTs tập trung vào dòng trung -cao cấp có biên lợi nhuận tốt hơn và giảm các hoạt động khuyến mãi trong 2021; (2) Đóng góp hơn 48 tỷ đồng vào LNST đến từ lợi nhuận một lần từ chênh lệch tỷ giá (+62% YoY) và chiết khấu thanh toán được hưởng từ nhà cung cấp (+106% YoY).

Tỷ đồng	Q4/2021	Q4/2020	%	2021	2020	%
Máy tính xách tay	3,340	1,199	179%	7,899	4,350	82%
Điện thoại di động	3,497	2,228	57%	9,857	6,384	54%
Thiết bị văn phòng	992	509	95%	2,840	1,536	85%
Hàng Tiêu dùng	93	81	15%	376	265	42%
	Q4/2021	Q4/2020	%	2021	2020	%
Doanh số thuần	7,922	4,017	97%	20,971	12,534	67%
Lãi gộp	613	255	141%	1,511	795	90%
GPM	7.70%	6.30%		7.20%	6.30%	
Chi phí bán hàng	-212	-147	45%	-708	-447	59%
Chi phí QLDN	-41	-13	224%	-114	-68	67%
SG&A/Rev	3.20%	4.00%		3.90%	4.10%	
EBIT	360	95	278%	689	280	146%
Biên EBIT	0	0	92%	0	0	47%
Thu nhập tài chính	68	22	214%	180	84	114%
Chi phí tài chính	-22	-3	582%	-42	-37	14%
Thu nhập khác, ròng	-1	0	1417%	-2	2	-183%
LNTT	407	113	259%	823	332	148%
LNST	327	85	284%	658	253	160%
BLNST	4.10%	2.10%		3.10%	2.00%	

Nguồn: Fiin Pro, BSC Research

Cập nhật khác: Sự kiện Xiaomi kí kết hợp tác với FPT Synnex, phân phối các sản phẩm điện thoại và gia dụng thông minh, khiến DGW mất vị trí độc quyền phân phối sản phẩm Xiaomi trong 2022. Theo Xiaomi, tăng cường hợp tác với nhiều nhà phân phối nhằm chinh phục tham vọng tăng thị phần từ 13% lên 25% - Trở thành thương hiệu điện thoại thông minh số một trên thị trường Việt Nam (thị trường sở hữu nhiều cơ hội phát triển các dịch vụ internet), bằng việc tăng số lượng sản phẩm IoTs thuộc hệ sinh thái Xiaomi từ hơn 75 sản phẩm lên 100 sản phẩm trong 2022.

Chúng tôi cho rằng sự kiện này chưa ảnh hưởng đáng kể đến triển vọng kinh doanh của DGW trong 2022, khi

- (1) DGW đã tiến hành đa dạng hoá ngành hàng và giảm mức độ phụ thuộc vào một thương hiệu với tỷ trọng đóng góp của Xiaomi trong cơ cấu doanh thu có xu hướng giảm từ 43% xuống còn 34% trong 2021;
- (2) Dựa trên chiến lược của Xiaomi, miếng bánh thị phần chung của Xiaomi sẽ được nở ra nhanh trong năm 2022, nên DGW với vị thế là người tiên phong và nắm giữ thói quen tiêu dùng của khách hàng Xiaomi sẽ giúp công ty duy trì và mở rộng thị phần; trong khi các nhà phân phối khác cần thời gian để triển khai bán hàng và giành thị phần.

Tuy nhiên, sự kiện này vẫn tiềm ẩn rủi ro tăng trưởng của DGW trong trung hạn, khi nhiều nhà cung cấp các nhà phân phối tham gia thị trường, miếng bánh thị phần có thể bị chia nhỏ khi mục tiêu của Xiaomi gặp khó khăn sau 2022.

Triển vọng 2022

DGW đặt mục tiêu doanh thu đạt 26,300 tỷ đồng (+25% YoY) và LNST đạt 800 tỷ đồng (+22% YoY) trong năm 2022, dựa trên tăng trưởng hai chữ số của tất cả các ngành hàng. Trong đó, động lực tăng trưởng tiếp tục duy trì nhờ (1) Nhu cầu laptop được dự báo tăng trưởng khả quan khi mức độ thâm nhập thấp của laptop tại thị trường Việt Nam so với các quốc gia khác trong khu vực như Thái Lan và tốc độ tăng trưởng hai chữ số của laptop kết hợp làm việc và chơi game; (2) Apple tiếp tục chiếm thị phần của hàng Xách tay, Xiaomi tiếp tục mở rộng thị phần từ 13% lên 25% và DGW sẽ chiếm tối thiểu hơn 50% tổng doanh thu của Xiaomi trong 2022; (3) Đóng góp tích cực của nhiều ngành hàng mới.

Chúng tôi điều chỉnh dự phóng DTT và LNST năm 2022 lần lượt đạt 27,008 tỷ đồng (+29% YoY) và 803 tỷ đồng (+22% YoY), EPS fw = 9,069 đồng và PE fw = 12.3 lần – Thấp hơn P/E trung bình giai đoạn bắt đầu phân phối Apple từ Q3/2020 là 16.8x - Cao hơn lần lượt 9% DT và 8% LNST so với [báo cáo chiến lược của chúng tôi](#)*. Dựa trên những giả định tăng trưởng

(1) Máy Laptop (+20% YoY) tiếp tục được hưởng lợi từ (1.1) xu hướng học tập và làm việc online kết hợp chơi game tiếp tục duy trì kì vọng khả quan và (1.2) xu hướng trung- cao cấp hoá kéo dài khi nguồn cung chip tiếp tục thiếu hụt.

(2) Điện thoại (+28% YoY), tăng trưởng đến từ của các sản phẩm mới của Apple, Xiaomi trước kì vọng (1) Hàng chính hãng nhanh chóng chiếm được thị phần của hàng xách tay do nhà cung cấp tạo các điều kiện thuận lợi về chính sách bảo hành và thời gian giao hàng đối với hàng chính hãng và các quy định về an toàn trong điều kiện dịch bệnh và chi phí vận chuyển tăng khiến thị phần hàng xách tay thu hẹp (2.2) tập trung vào phân khúc ngách chú trọng về độ bền (3) Tất sáng 2g sẽ tạo ra xu hướng chuyển đổi sang điện thoại thông minh trong ngắn và trung hạn.

(3) Thiết bị Văn Phòng (+39% YoY) và ~500 tỷ doanh thu từ các nhãn hàng gia dụng mới với quy mô hơn 1 tỷ USD, khi các doanh nghiệp tăng cường chuyển đổi số, xu hướng tiện lợi và cao cấp được đẩy mạnh sau dịch; Cùng với đóng góp tuyệt đối của các nhãn hàng mới như Samsung, Whirlpool (tham vọng chiếm 10% thị trường đồ gia dụng không có 1tivi trong 3 năm tới),...

(4) Hàng tiêu dùng (+20% YoY) nhờ nhu cầu tiêu dùng các sản phẩm phòng dịch tiếp tục diễn biến khả quan và tiềm năng đóng góp cầu các nhãn hàng mới.

Tỷ đồng	2020	2021	2022	KH 2022	2023
Doanh Thu Thuần	12,535	20,972	27,008	26,300	32,330
% YoY		67%	29%	25%	20%
(1) Máy tính xách tay	4,350	7,899	9,479	9,740	10,427
% YoY	46%	82%	20%	23%	10%
(2) Điện thoại di động	6,384	9,857	12,605	12,330	14,024
% YoY	64%	54%	28%	25%	11%
(3) Thiết bị văn phòng	1,536	2,840	3,940	3,770	6,230
% YoY	12%	85%	39%	33%	58%
(4) Hàng Tiêu dùng	265	376	451	460	541
% YoY	4%	42%	20%	22%	20%
Lợi nhuận gộp	803	1,511	1,906		2,282
GPM	6.4%	7.2%	7.1%		7.1%
Chi phí bán hàng	434	708	903		1,081
Chi phí QLDN	90	114	121		145
EBIT	278	689	881		1,055
Doanh thu tài chính	83	180	156		177
Chi phí tài chính	33	42	35		37
LN trước thuế	334	823	1,004		1,197
Lợi nhuận sau thuế	267	657	803	800	958
% YoY		146%	22%	22%	20%
Biên lợi nhuận ròng	2.13%	3.13%	2.97%	3.04%	2.96%
EPS cơ bản (đồng)	6,191	7,424	9,069	9,034	10,817

Nguồn: BSC Research

Xu hướng cao cấp hoá các dòng sản phẩm điện tử được đẩy mạnh, dựa trên những điều kiện (1) Vấn đề thiếu hụt chip dự kiến tiếp tục duy trì trong ngắn hạn (2) xu hướng học tập, làm việc online kết hợp giải trí được đẩy mạnh và tốc độ tăng trưởng trên 30%/năm của ngành thương mại điện tử (3) xu hướng chuyển đổi số trong trung và dài hạn của doanh nghiệp.

Xu hướng này mang lại kỳ vọng khả quan cho DGW trong 2022:

Apple (+30% YoY) nhờ (i) Quy mô thị trường dự kiến tăng trưởng trên 6% nhờ mức tăng chi tiêu của tầng lớp trung lưu sau dịch và những bước đột phá trong model mới của Iphone; (ii) Thị phần của hàng xách tay tiếp tục bị thu hẹp nhờ nỗ lực cải thiện thị phần của Apple tại Việt Nam thông qua

(1) những chính sách hỗ trợ từ Apple đối với hàng chính hãng: Trong năm 2021, các chuỗi được ủy quyền đã được rút ngắn thời gian mở bán Iphone 13 từ 2 đến 3 tháng xuống còn 1 tháng sau khi sản phẩm này được chính thức ra mắt cùng với chính sách bảo hành chính hãng thuận tiện đã khiến nhiều người dùng lựa chọn các sản phẩm được phân phối chính hãng hơn,

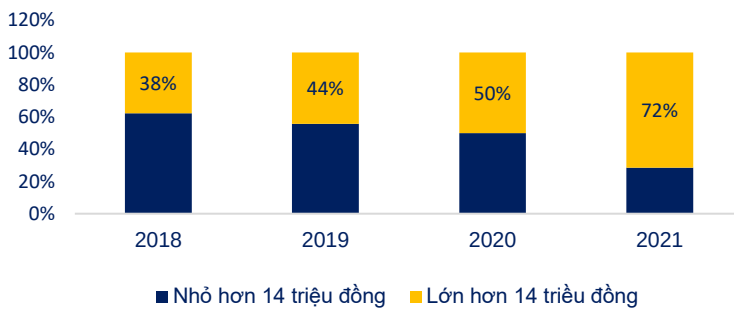
(2) Sự phát triển các cửa hàng bán lẻ ủy quyền: Apple đã bắt tay với những nhà bán lẻ lớn để khai trương các cửa hàng “mono” chỉ bán các sản phẩm của hãng này như TopZone, ShopDunk, F.Studio, eDigi,... và kỳ vọng sẽ đẩy mạnh việc mở cửa hàng trong 2022. Ngoài ra, nhiều cửa hàng này trước đây chuyên kinh doanh các sản phẩm iPhone “xách tay”, hiện cũng dần chuyển sang bán hàng chính hãng do hàng xách tay mất đi nhiều lợi thế như sự chênh lệch về thời gian giao hàng và giá cả không đáng kể; nguồn cung hàng bị thắt chặt do các quy định kiểm soát dịch bệnh và chi phí vận chuyển tăng cao và chính sách bán hàng nghiêm ngặt của Apple cũng hạn chế các nhà bán lẻ này kinh doanh đồng thời các sản phẩm Apple xách tay. Do đó, chúng tôi kỳ vọng thị phần hàng xách tay tiếp tục suy giảm từ 25-30% (-50% so với 2020) xuống còn dưới 25% trong 2022-2023.

Xiaomi (+15% YoY) nhờ vào:

(1) Tham vọng tăng thị phần theo sản lượng của Xiaomi từ 13% lên 25% bằng việc tung ra các dòng sản phẩm mới (+25% YoY), tăng các nhà phân phối mới và siết chặt hàng xách tay.

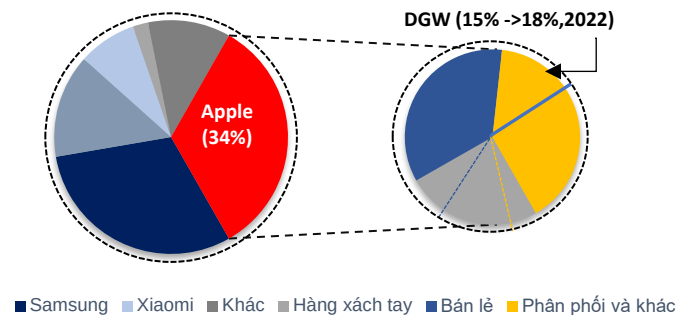
(2) Tận dụng lợi thế cấu hình mạnh trong khi giá cả hợp lý giúp Xiaomi, khi (2.1) nhu cầu kết hợp làm việc và chơi game tăng lên và (2.2) Thông tư số 43/2020/TT-BTTTT có hiệu lực có quy định các điện thoại di động sản xuất, nhập khẩu vào Việt Nam phải hỗ trợ công nghệ 4G trở lên và tắt sóng 2G khiến 8 triệu máy điện thoại phổ thông chiếm 40% tiêu thụ trung bình mỗi năm của Việt Nam, sẽ được chuyển đổi thành điện thoại thông minh.

Xu hướng trung - cao cấp hoá các sản phẩm điện thoại+ laptop được thúc đẩy bởi sự thiếu hụt chip toàn cầu



Nguồn: GFK

Thị Phần của các nhà cung cấp - kênh phân phối



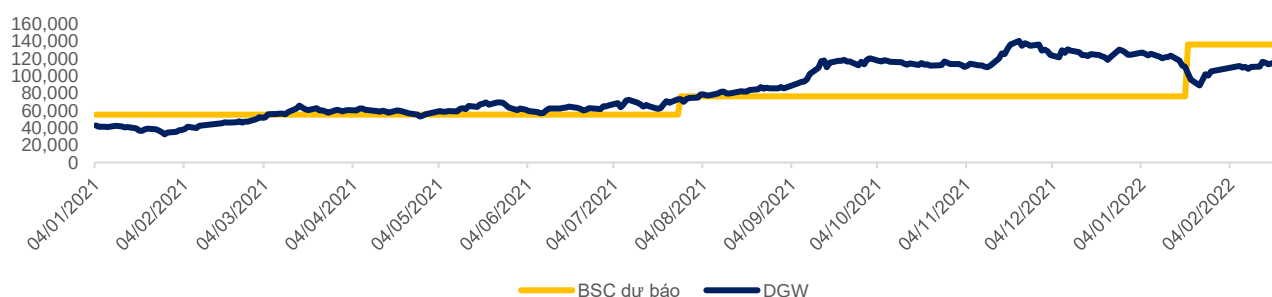
Nguồn: DGW, Statcounter

ĐỊNH GIÁ

Chúng tôi khuyến nghị **MUA** mã cổ phiếu DGW với giá **143,000 VND/CP**, upside 28% so với giá ngày 22/02/2021 với phương pháp DCF và P/E, với tỷ trọng là 50% - 50%. Dựa trên những kỳ vọng tích cực của 2022 và tăng trưởng dài hạn đến từ ngành hàng tiêu dùng.

Phương pháp	Định giá (đồng/ CP)	Tỷ trọng (%)	Đóng góp (đồng/ CP)		
DCF	140,800	50%	70,400		
P/E với P/E mục tiêu 16x	145,100	50%	72,550		
Gía mục tiêu (đồng/ CP)			143,000		
Gía đóng cửa ngày			111,900		
Tỷ lệ cổ tức			5.0%		
TSR			27.8%		
P/E từ khi phân phối Apple			16.8		
Chiết khấu dòng tiền FCFF (tỷ đồng)	2022	2023	2024	2025	2026
EBIT	1,032	1,227	1,495	1,878	2,390
EBIT*(1-T)	825	981	1,195	1,502	1,911
(+) DEP & AMO	9	9	9	10	10
(+/-) Change in WC	(185)	(376)	(304)	(354)	(409)
(+/-) Change in CAPEX	(27)	(32)	(39)	(47)	(57)
FCF	622	582	862	1,111	1,455
PV of FCFF	575	491	663	780	933
Chi phí sử dụng vốn bình quân (%)		FCFF (Tỷ đồng)			
Beta	1.12	Gía trị hiện tại của FCF			3,443
Lãi suất phi rủi ro	2.3%	Gía trị thanh lý (chiết khấu)			8,629
Phản bù rủi ro thị trường	7.8%	Tổng giá trị hiện tại FCF			12,072
Chi phí VCSH	11%	(+) Tiền và các khoản đầu tư ngắn hạn			1,494
Chi phí nợ	3.6%	(-) Nợ vay ngắn và dài hạn			1,117
Thuế TNDN	20%	(-) Lợi ích của cổ đông thiểu số			1
% Nợ	17.1%	EV			12,449
% VCSH	82.9%	Số lượng CP lưu hành (triệu CP)			88
WACC	9.6%	Gía trị 1 CP, VND			140,824
Phương pháp P/E					
EPS 2022 (đồng/CP)					9,069
P/E mục tiêu (lần)					16.0
Gía mục tiêu cho 2020 (đồng)					145,111

Nguồn: BSC Research



PHỤ LỤC

KQKD (Tỷ đồng)	2020	2021	2022	2023
Doanh thu thuần	12,536	20,971	27,008	32,330
Giá vốn hàng bán	11,733	19,460	25,102	30,048
Lợi nhuận gộp	803	1,511	1,906	2,282
Chi phí bán hàng	434	708	903	1,081
Chi phí QLDN	90	114	121	145
Lãi/lỗ HĐKD	278	689	881	1,055
Doanh thu tài chính	83	180	156	177
Chi phí tài chính	33	42	35	37
Chi phí lãi vay	27	32	30	32
Lợi nhuận từ CTLD/LK	-	-	-	-
Lãi/lỗ khác	2	(2)	2	2
Lợi nhuận trước thuế	334	823	1,004	1,197
Thuế thu nhập DN	86	221	201	240
LN sau thuế	267	658	804	958
CĐTS	0	1	1	1
LNST - CĐTS	267	657	803	958
EBITDA	284	695	890	1,064
EPS	6,191	7,424	9,069	10,817

CĐKT (Tỷ đồng)	2020	2021	2022	2023
Tiền và tương đương tiền	878	1,494	2,206	2,968
Đầu tư ngắn hạn	-	-	-	-
Phải thu ngắn hạn	1,131	1,834	1,894	2,178
Tồn kho	827	2,843	2,849	3,328
TS ngắn hạn khác	25	87	380	455
TS ngắn hạn	2,862	6,259	7,329	8,929
TS hữu hình	88	94	113	136
Khấu hao	6	6	9	9
TS dở dang dài hạn	-	0	0	0
ĐT dài hạn	60	65	65	65
TS dài hạn khác	50	(22)	24	75
TS dài hạn	207	289	259	295
Tổng TS	3,069	6,548	7,588	9,223
Nợ phải trả	941	2,844	2,970	3,443
Vay ngắn hạn	630	1,117	1,053	1,120
Nợ ngắn hạn khác	335	792	1,021	1,222
Tổng Nợ ngắn hạn	1,906	4,753	5,044	5,786
Vay dài hạn	-	-	-	-
Nợ dài hạn khác	5	10	10	10
Tổng Nợ	5	10	10	10
Tổng Nợ	1,910	4,764	5,054	5,796
Vốn góp	432	886	886	886
Thặng dư vốn cổ phần	61	61	61	61
LN chưa phân phối	670	841	1,590	2,484
Vốn chủ khác	(6)	(6)	(6)	(6)
Cổ đông thiểu số	2	2	2	2
Tổng Vốn chủ sở hữu	1,157	1,782	2,531	3,425
Tổng nguồn vốn	3,069	6,548	7,588	9,223
Số lượng cổ phiếu lưu hành	43	89	89	89

LCTT (Tỷ đồng)	2020	2021	2022	2023
(Lỗ)/LNST	267	657	803	958
Khấu hao và phân bổ	6	6	9	9
Thay đổi vốn lưu động	568	(470)	45	(175)
Điều chỉnh khác	(15)	(47)	-	-
LCTT từ HĐ KD	826	146	857	792
Tiền chi mua TSCĐ	(13)	(12)	(27)	(32)
Đầu tư khác	2	0	-	-
LCTT từ HĐ Đầu tư	(48)	27	-	-
Tiền chi trả cổ tức	(43)	(44)	(54)	(64)
Tiền từ vay ròng	3,834	4,902	(64)	67
Tiền thu khác	(3,813)	(4,403)	-	-
LCTT từ HĐ Tài chính	(22)	455	(118)	3
Dòng tiền đầu kỳ	131	878	1,495	2,206
Tiền trong kì	746	616	712	762
Dòng tiền cuối kỳ	878	1,495	2,206	2,968

Chỉ số (%)	2020	2021	2022	2023
Khả năng thanh toán				
Hố TT ngắn hạn	1.50	1.32	1.45	1.54
Hố TT nhanh	0.46	0.31	0.44	0.51
Cơ cấu vốn				
Hố Nợ/TTS	0.21	0.17	0.14	0.12
Hố Nợ/VCSH	1.47	1.27	1.20	1.28
Năng lực hoạt động				
Số ngày HTK	26.00	34.42	41.42	40.42
Số ngày phải thu	24.4	25.3	25.3	24.3
Số ngày phải trả	31.0	32.2	43.2	41.2
CCC	19.4	27.6	23.6	23.6
Tỉ suất lợi nhuận				
Lợi nhuận gộp	6.4%	7.2%	7.1%	7.1%
Lợi nhuận LNST	2.1%	3.1%	2.9%	2.9%
ROE	23.1%	36.9%	31.7%	28.0%
ROA	8.7%	10.0%	10.6%	10.4%
Định Giá				
PE	18.07	15.07	12.34	10.34
PB	4.17	5.56	3.91	2.89
Tăng trưởng				
Tăng trưởng DTT	47.6%	67.3%	28.8%	19.7%
Tăng trưởng EBIT	38.8%	142.0%	20.2%	18.9%
Tăng trưởng LNTT	58.9%	146.6%	22.0%	19.3%
Tăng trưởng EPS	59.5%	19.9%	22.2%	19.3%

Nguồn: BSC Research

Phân tích kĩ thuật

Giá mục tiêu: 130.0

Giá cắt lỗ: 103.0

Điểm nhấn kỹ thuật:

- Xu hướng hiện tại: Đi ngang
- Chỉ báo xu hướng MACD: MACD ở trên đường tín hiệu tuy nhiên đang có xu hướng đi ngang
- Chỉ báo RSI: ở vùng trung lập quanh ngưỡng RSI 50

Nhận định: DGW đang trong xu hướng đi ngang ở trong vùng 108-120. Mặc dù mức giá đã nằm trên MA 20, MA200 tuy nhiên vẫn đang ở dưới MA50 và MA100. Đường MA20 chưa cho thấy dấu hiệu cắt lên trên MA50. Thanh khoản hiện vẫn đang duy trì ở mức thấp khi KLGD thấp hơn trung bình 20 phiên gần nhất. Chỉ báo kỹ thuật RSI và MACD tương đối khả quan khi MACD vẫn đang ở trên đường tín hiệu còn đường RSI đang có xu hướng quanh vùng 50. Ngưỡng kháng cự gần nhất tại mức giá 120

Khuyến nghị: BSC khuyến nghị các nhà đầu tư mở vị thế với cổ phiếu tại ngưỡng 111.0, chốt lãi tại ngưỡng 130.0, cắt lỗ cổ phiếu tại mức giá 103.0.



Khuyến cáo sử dụng

Bản báo cáo này của Công ty Cổ phần Chứng khoán Ngân hàng Đầu tư và phát triển Việt Nam (BSC), chỉ cung cấp những thông tin chung và phân tích về doanh nghiệp. Báo cáo này không được xây dựng để cung cấp theo yêu cầu của bất kỳ tổ chức hay cá nhân riêng lẻ nào hoặc các quyết định mua bán, nắm giữ chứng khoán. Nhà đầu tư chỉ nên sử dụng các thông tin, phân tích, bình luận của Bản báo cáo như là nguồn tham khảo trước khi đưa ra những quyết định đầu tư cho riêng mình. Mọi thông tin, nhận định và dự báo và quan điểm trong báo cáo này được dựa trên những nguồn dữ liệu đáng tin cậy. Tuy nhiên Công ty Cổ phần Chứng khoán Ngân hàng đầu tư và phát triển Việt Nam (BSC) không đảm bảo rằng các nguồn thông tin này là hoàn toàn chính xác và không chịu bất kỳ một trách nhiệm nào đối với tính chính xác của những thông tin được đề cập đến trong báo cáo này, cũng như không chịu trách nhiệm về những thiệt hại đối với việc sử dụng toàn bộ hay một phần nội dung của bản báo cáo này. Mọi quan điểm cũng như nhận định được đề cập trong báo cáo này dựa trên sự cân nhắc cẩn trọng, công minh và hợp lý nhất trong hiện tại. Tuy nhiên những quan điểm, nhận định này có thể thay đổi mà không cần báo trước. Bản báo cáo này có bản quyền và là tài sản của Công ty Cổ phần Chứng khoán Ngân hàng Đầu tư và Phát triển Việt Nam (BSC). Mọi hành vi sao chép, sửa đổi, in ấn mà không có sự đồng ý của BSC đều trái luật. Bất kỳ nội dung nào của tài liệu này cũng không được (i) sao chụp hay nhân bản ở bất kỳ hình thức hay phương thức nào hoặc (ii) được cung cấp nếu không được sự chấp thuận của Công ty Cổ phần Chứng khoán BIDV.

BSC Trụ sở chính

Tầng 10&11 Tháp BIDV
35 Hàng Vôi, Hoàn Kiếm, Hà Nội
Tel: +84439352722
Fax: +84422200669

BSC Chi nhánh Hồ Chí Minh

Tầng 9 Tòa nhà 146 Nguyễn Công Trứ
Quận 1, Tp. Hồ Chí Minh
Tel: +84838218885
Fax: +84838218510

<https://www.bsc.com.vn>
<https://www.facebook.com/BIDVSecurities>

Bloomberg: RESP BSCV <GO>

