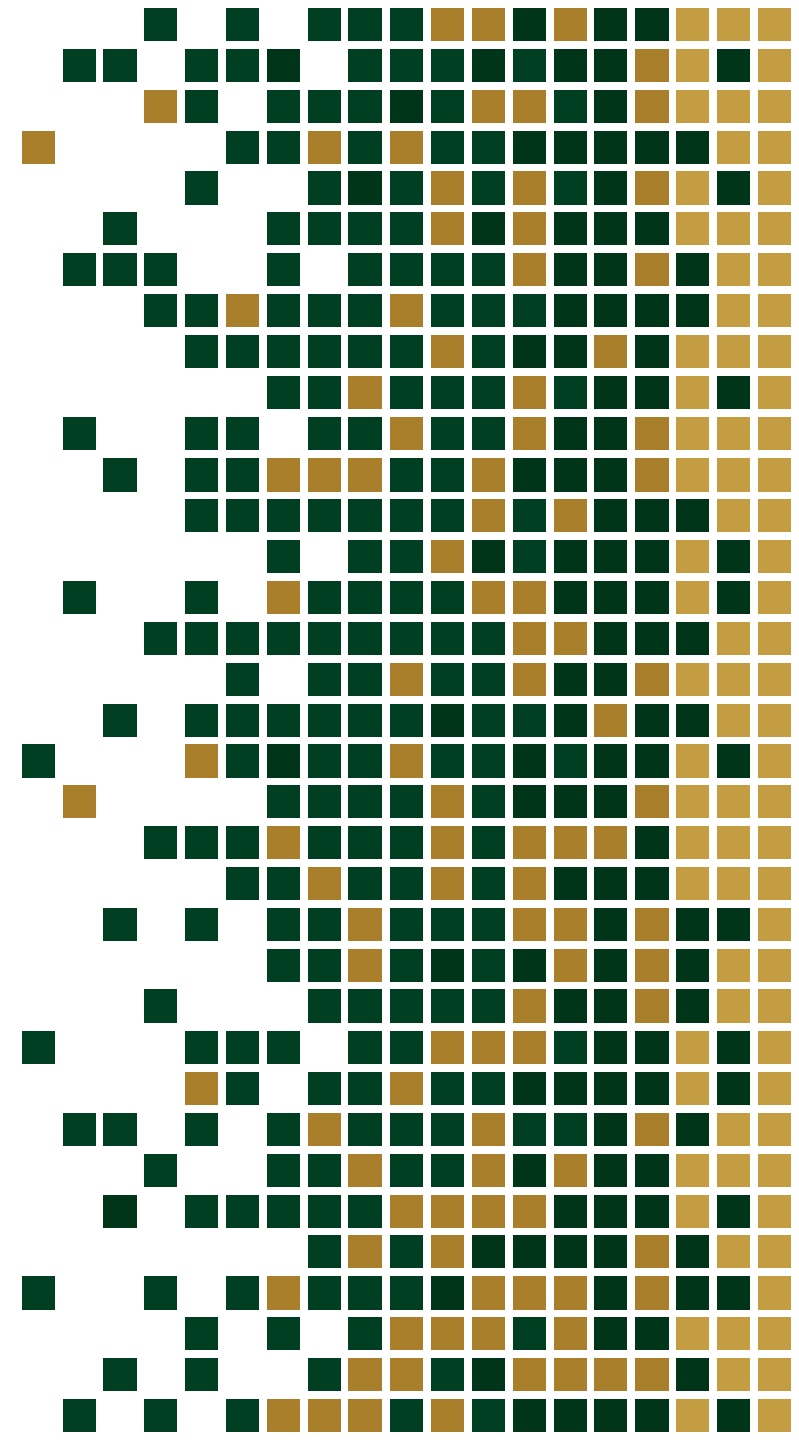


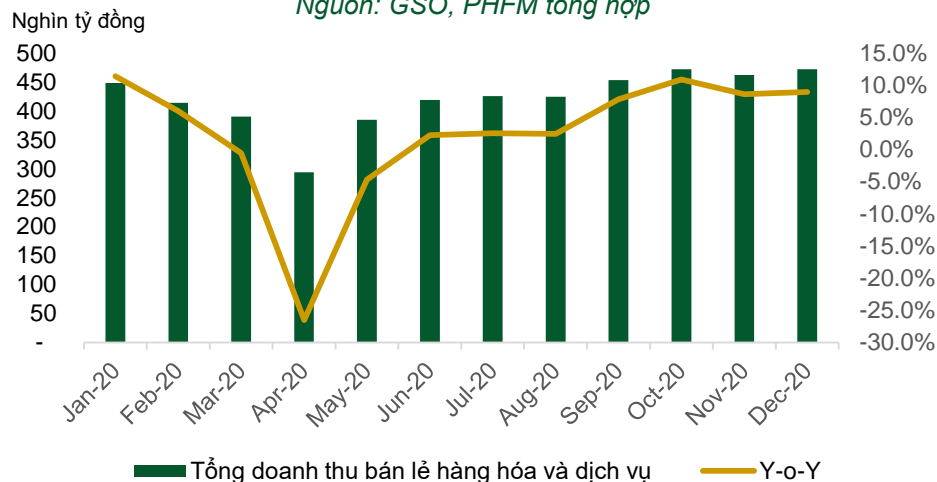
NGÀNH BÁN LẺ

Triển vọng tích cực



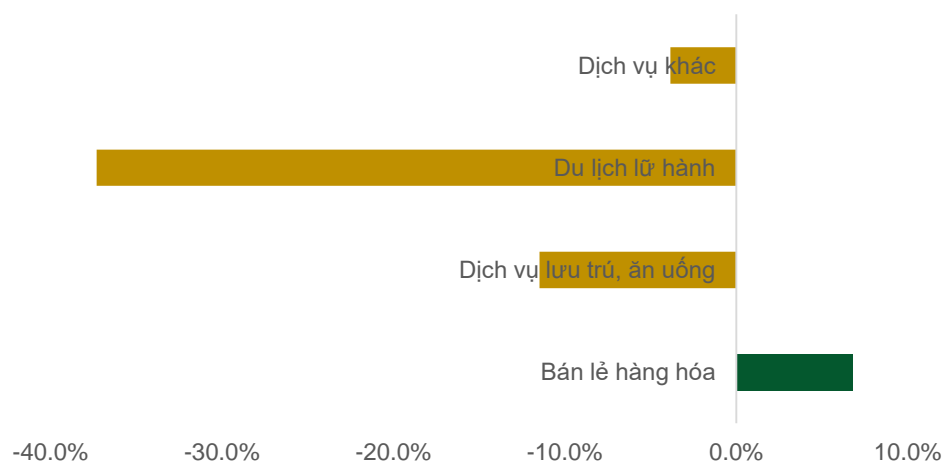
Tổng mức bán lẻ hàng hóa và dịch vụ theo tháng

Nguồn: GSO, PHFM tổng hợp



Tăng trưởng tiêu dùng

Nguồn: GSO, PHFM tổng hợp

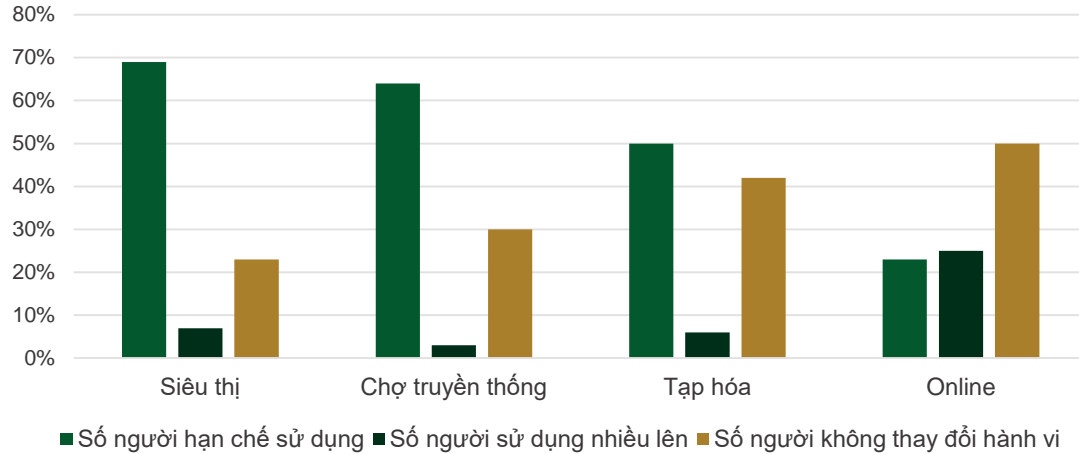


NĂM 2020 – VIỆT NAM LẦN ĐẦU GHI NHẬN MỨC TĂNG TRƯỞNG BÁN LẺ ÂM

- ❖ COVID-19 đã tác động tiêu cực đến ngành bán lẻ do (1) chi tiêu cho các sản phẩm không thiết yếu giảm; (2) lượt khách tới cửa hàng giảm; (3) các cửa hàng không thiết yếu bị buộc phải đóng cửa trong thời gian phong tỏa; và (4) gián đoạn chuỗi cung ứng toàn cầu.
- ❖ Doanh số bán lẻ Việt Nam lần đầu ghi nhận mức tăng trưởng âm vào tháng 3/2020 khi đại dịch Covid-19 bắt đầu lan rộng. Việc thực thi giãn cách xã hội đã khiến ngành bán lẻ giảm 26% trong tháng 4.
- ❖ Tuy nhiên, ngành bán lẻ đã lấy lại được đà tăng trưởng tích cực từ tháng 5 trở đi nhờ chi tiêu bùng nổ mạnh mẽ sau khi đại dịch Covid-19 được kiểm soát tốt hơn tại Việt Nam.
- ❖ Trong 2020, tổng mức bán lẻ hàng hóa và doanh thu dịch vụ tiêu dùng đạt 5,059.8 nghìn tỷ đồng (+2.6% YoY). Trong đó, doanh thu bán lẻ hàng hóa ghi nhận 3,996 nghìn tỷ đồng (+6.8% YoY) do người dân ưu tiên chi tiêu nhiều hơn nhóm sản phẩm thiết yếu, đặc biệt là nhóm thực phẩm tăng cường sức khỏe.

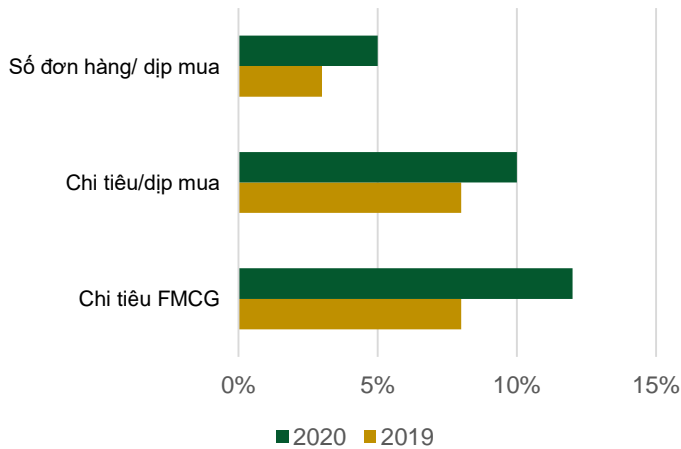
Khảo sát hành vi tiêu dùng trong mùa dịch Covid-19

Nguồn: Nielsen, PHFM tổng hợp



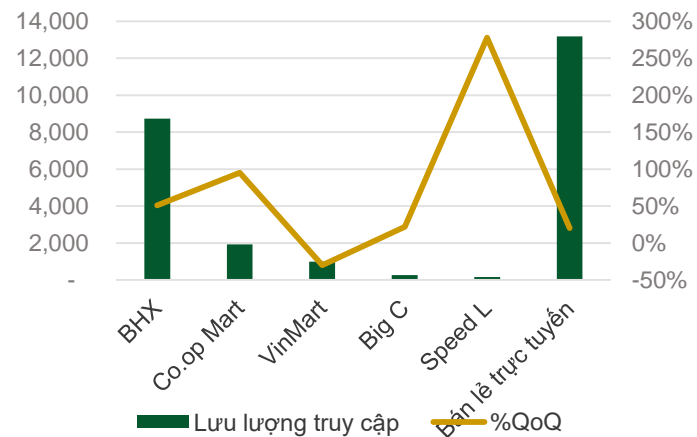
%Thay đổi giá trị trong chi tiêu dùng

Nguồn: Kantar, PHFM tổng hợp



Lưu lượng truy cập trong 2020Q1

Nguồn: YouNet, PHFM tổng hợp



XU HƯỚNG TIÊU DÙNG MỚI TRONG ĐẠI DỊCH COVID-19

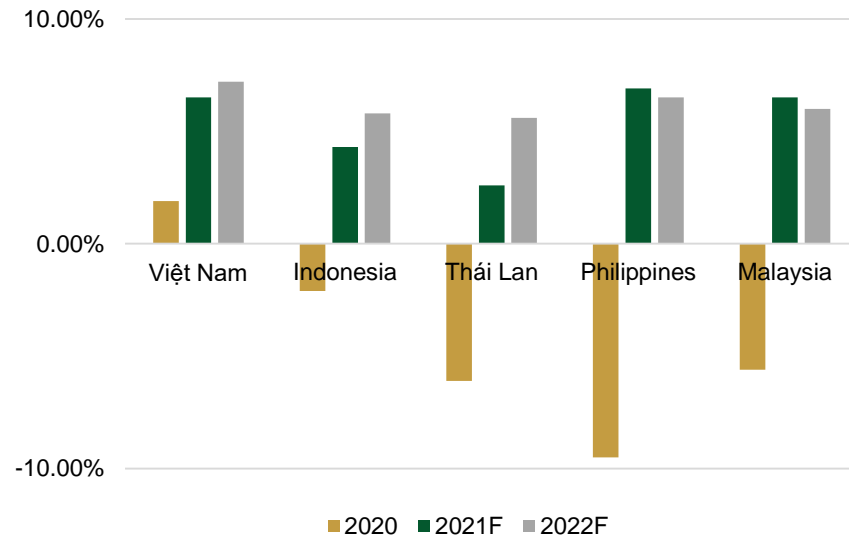
- ❖ **Người tiêu dùng thay đổi hành vi và cơ cấu tiêu dùng:** (1) Hạn chế ở nơi công cộng, tần suất mua sắm tại siêu thị / trung tâm thương mại giảm nhưng quy mô giỏ hàng tăng, (2) Dịch chuyển từ mua sắm tại chợ truyền thống sang thương mại điện tử, (3) Tăng chi tiêu cho thực phẩm / sản phẩm chăm sóc sức khỏe thiết yếu, giảm ngân sách cho hàng điện tử (trừ máy tính xách tay do nhu cầu học trực tuyến và làm việc từ xa).
- ❖ **Kênh thương mại điện tử được hưởng lợi từ nhu cầu mua sắm trực tuyến tăng lên:** Theo báo cáo của Nielsen, số lượng người sử dụng kênh mua sắm trực tuyến tăng 25%. Điển hình là Tiki với 4,000 đơn hàng/phút. SpeedL cũng có lượng đơn đặt hàng tăng 100-200%.

- ❖ **Tăng trưởng GDP VIỆT NAM đứng thứ hai khu vực:** IMF dự báo Việt Nam sẽ là nền kinh tế phát triển nhanh thứ hai trong ASEAN với GDP tăng 6.5% vào năm 2021, cao hơn mức trung bình toàn cầu là 6% và sau đó phục hồi lên 7.2% vào 2021

- ❖ **Chi tiêu hộ gia đình hồi phục sau Covid được kiểm soát tốt:** Theo Fitch Solutions Tốc độ tăng trưởng chi tiêu hộ gia đình của Việt Nam vào năm 2021 dự báo là 7% so với cùng kỳ năm trước, tăng 0.8% điểm phần trăm so với năm ngoái

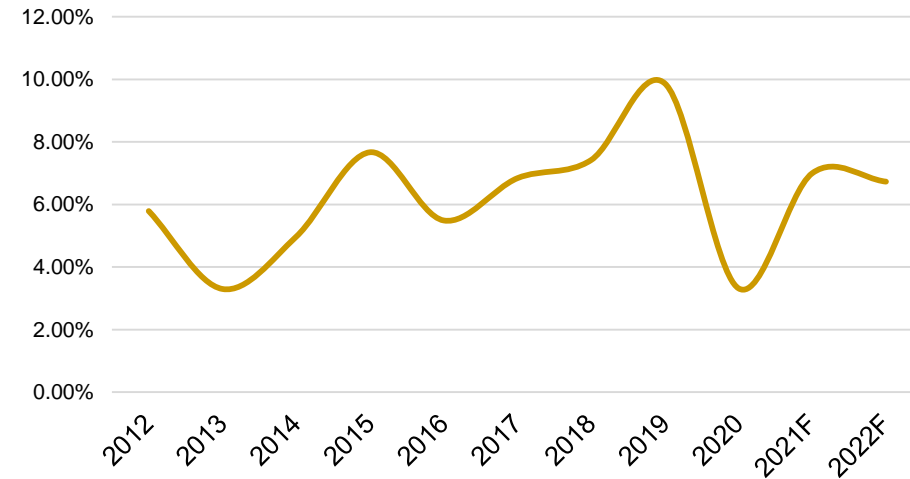
Dự báo tốc tăng trưởng GDP 2021

Nguồn: IMF, PHFM tổng hợp



Tốc độ tăng trưởng chi tiêu hộ gia đình

Nguồn: Fintch solution, PHFM tổng hợp



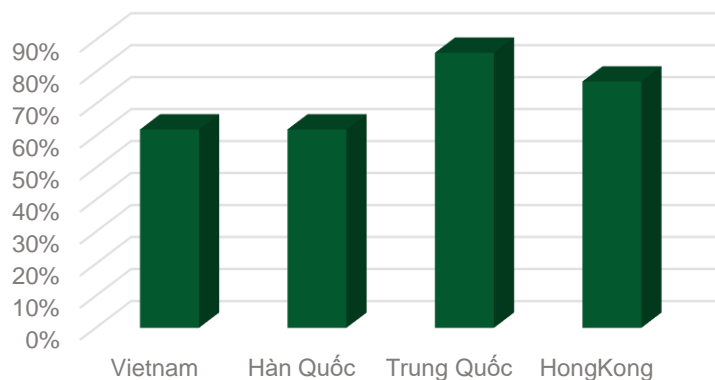
ĐỘNG LỰC TĂNG TRƯỞNG NGÀNH BÁN LẺ 2021

- ❖ Ngành bán lẻ có khả năng thích ứng nhanh với thay đổi thói quen mua sắm của người tiêu dùng, số lượng sản phẩm đa dạng của các nhà sản xuất trong nước.
- ❖ FMCG sẽ là động lực chính thúc đẩy tăng trưởng doanh số bán lẻ 2021

Người tiêu dùng tìm kiếm “sản phẩm tốt cho sức khỏe”, “Hỗ trợ hệ thống miễn dịch”, “Vitamin, thực phẩm bổ sung”

- 65%** Chi tiêu nhiều hơn cho các sản phẩm “tốt cho sức khỏe”
- 49%** Sức khỏe là mối quan tâm hàng đầu
- 26%** Sẽ cân nhắc mua Bảo hiểm y tế sau đại dịch Covid-19

% Số người sẽ ăn cơm nhà nhiều hơn sau đại dịch



PUSH

Các nhà sản xuất và nhà bán lẻ thay đổi danh sách sản phẩm / phương thức phân phối để đáp ứng nhu cầu mới của khách hàng

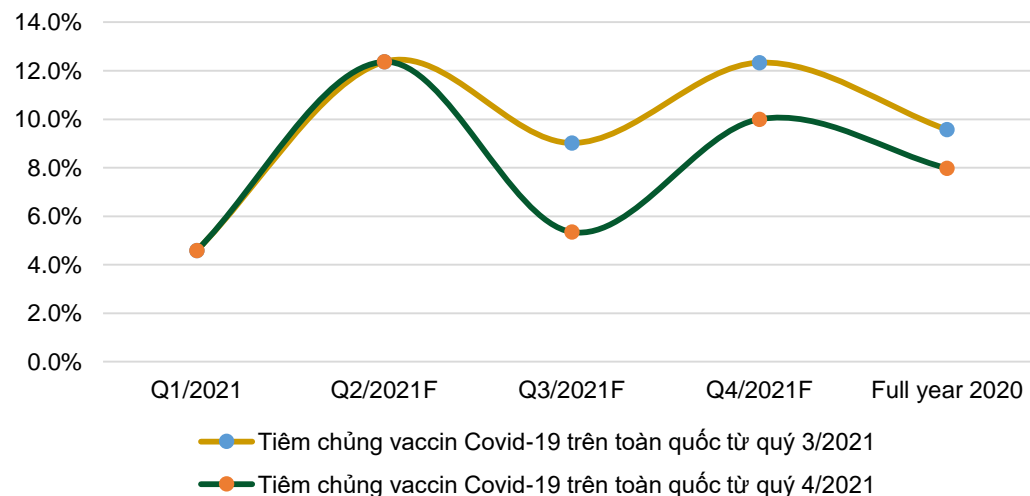


DỰ BÁO TĂNG TRƯỞNG NGÀNH BÁN LẺ 2021

- ❖ Đại dịch Covid-19 vẫn còn diễn biến phức tạp và hiện Việt Nam vẫn chưa có triển khai tiêm vaccine Covid-19 cho toàn dân. Điều này ảnh hưởng tới sức mua của người tiêu dùng. Ngoài ra, thu nhập của một bộ phận người tiêu dùng bị sụt giảm do dịch Covid-19 vẫn chưa thể cải thiện trong ngắn hạn. Dù Fitch Solutions dự báo chi tiêu hộ gia đình tăng 7%YoY nhưng vẫn giảm so với trước đại dịch.
- ❖ Chúng tôi ước tính tốc độ tăng trưởng tổng doanh thu bán lẻ hàng hóa và dịch vụ theo hai kịch bản sau:
 - **Kịch bản 1:** Tiêm chủng vaccine toàn dân được triển khai trong quý 3, tốc độ tăng trưởng bán lẻ Việt Nam có thể đạt 9.6%YoY.
 - **Kịch bản 2:** Tiêm chủng vaccine toàn dân được triển khai trong quý 4, tốc độ tăng trưởng ngành bán lẻ Việt Nam có thể đạt 8%YoY.
- ❖ Kantar cũng đưa ra dự báo mức tăng trưởng ngành bán lẻ Việt Nam từ 9-10% trong 2021.

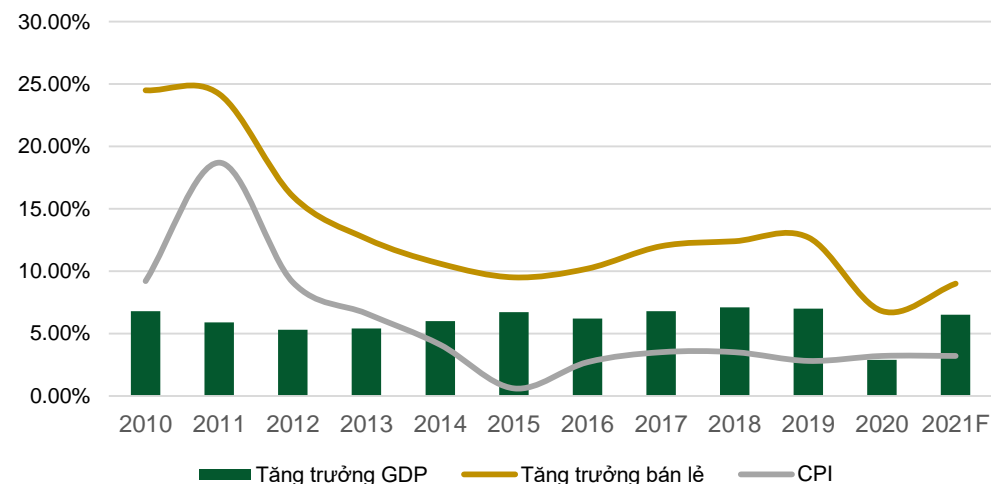
Dự báo tốc độ tăng trưởng ngành bán lẻ Việt Nam 2021

Nguồn: PHFM ước tính



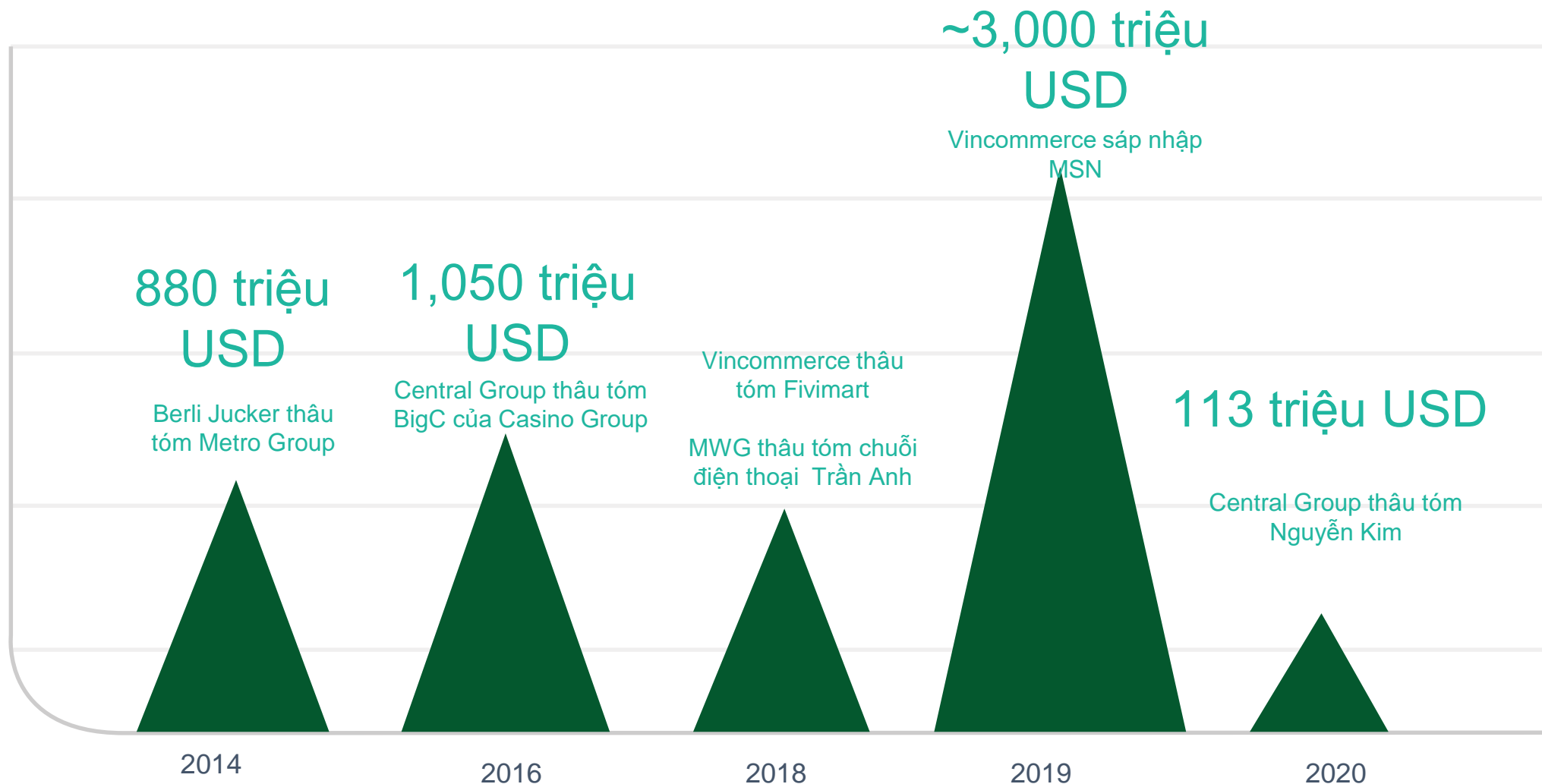
Kantar dự báo nền kinh tế Việt Nam 2021

Nguồn: Kantar ước tính, PHFM tổng hợp



Xu hướng M&A trong ngành bán lẻ

- ❖ Các doanh nghiệp lớn trong ngành bán lẻ gia tăng thị phần thông qua M&A
- ❖ Ngành bán lẻ Việt Nam hấp dẫn với các nhà đầu tư ngoại

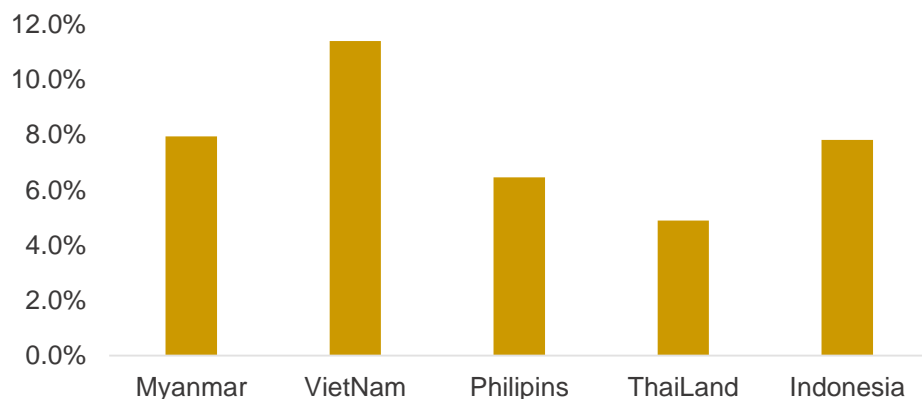


Thị trường bán lẻ Việt Nam là một trong năm thị trường bán lẻ tiềm năng nhất Châu Á và toàn cầu

- ❖ Tập đoàn tư vấn Boston (Mỹ) dự báo tăng trưởng của nhóm MAC (tầng lớp trung lưu và khá giả) tại Việt Nam có thể đạt 11.4%/năm, là mức tăng trưởng cao nhất trong khu vực Đông Nam Á.
- ❖ Tốc độ đô thị hóa vẫn còn thấp, nhưng vẫn còn nhiều dư địa để tăng trưởng: các thành phố thứ cấp sẽ trở thành động lực tăng trưởng chính cho các doanh nghiệp bán lẻ thay vì các thành phố lớn

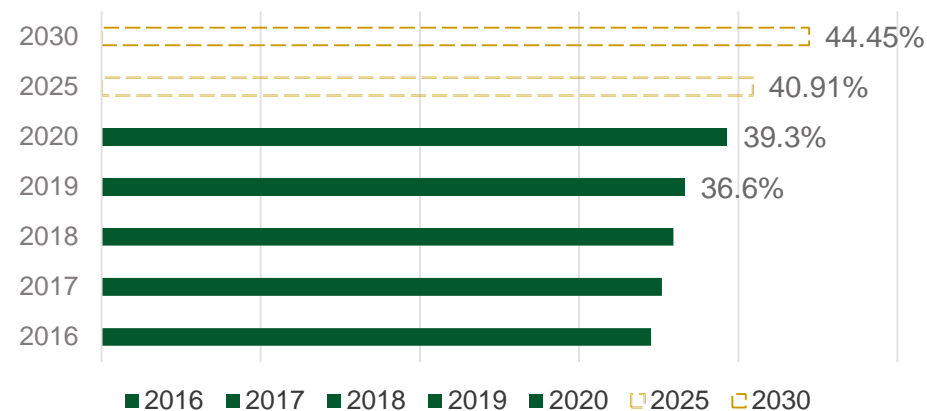
Tăng trưởng nhóm MAC của khu vực Đông Nam Á

Nguồn: Boston, PHFM tổng hợp



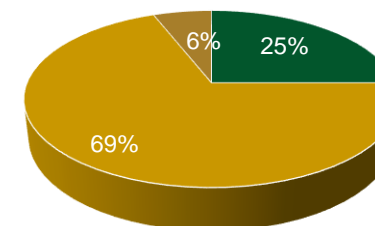
Tỷ lệ đô thị hóa

Nguồn: Statista, PHFM tổng hợp



Cơ cấu dân số Việt Nam

Nguồn: GSO, PHFM tổng hợp



- ❖ Việt Nam có dân số đông (> 97 triệu người), cơ cấu dân số trẻ với 60% dân số từ 18-50 tuổi.

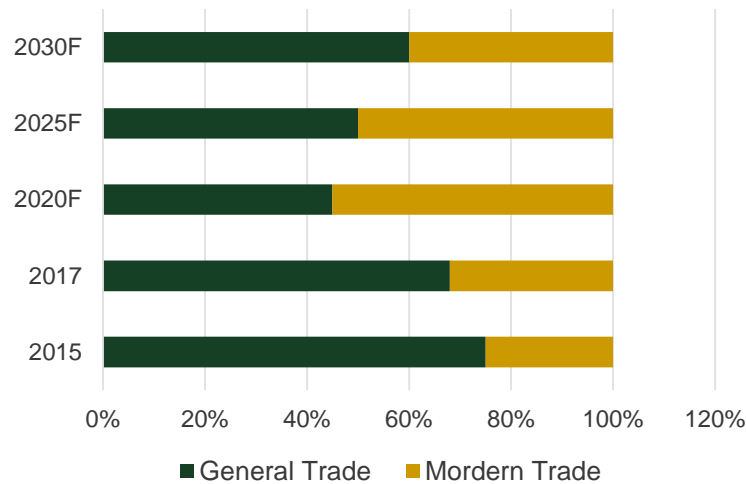
■ <15 tuổi ■ 15- 64 tuổi ■ >64 tuổi

Kênh thương mại hiện đại có nhiều tiềm năng phát triển

- ❖ Mặc dù kênh bán lẻ truyền thống chiếm 74%, nhưng tốc độ tăng trưởng chỉ ở mức 1%, trong khi kênh bán lẻ hiện đại chiếm 26% thị phần nhưng đang tăng trưởng hai con số ở mức 11.8%/năm.
- ❖ Kênh bán lẻ hiện đại sẽ “soán ngôi” kênh bán lẻ truyền thống trong thời gian tới. Cụ thể, tỷ trọng bán lẻ hàng hóa theo các loại hình phân phối hiện đại (trung tâm thương mại, siêu thị...) có thể đạt 50% vào năm 2025 và 60% vào năm 2030.
- ❖ Tốc độ tăng trưởng số cửa hàng tiện lợi và siêu thị mini giai đoạn 2017-2021 cao nhất Đông Nam Á, khoảng 37.4%.

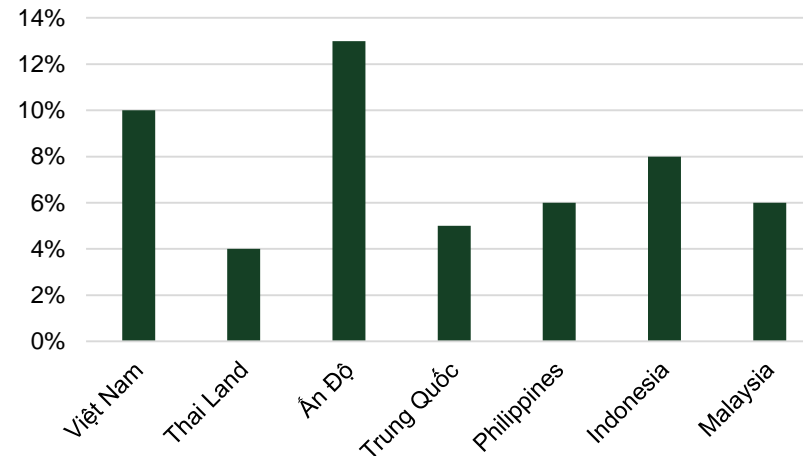
Thị phần của kênh bán lẻ hiện đại

Nguồn: Bộ Công Thương, PHFM tổng hợp



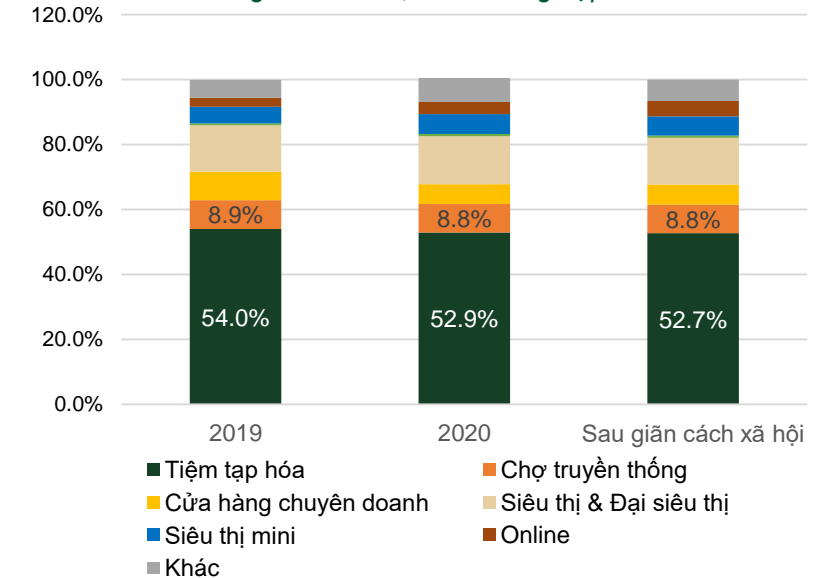
Tốc độ tăng trưởng 2020 – 2025F của mô hình bán lẻ bách hóa hiện đại

Nguồn: Euromonitor, PHFM tổng hợp

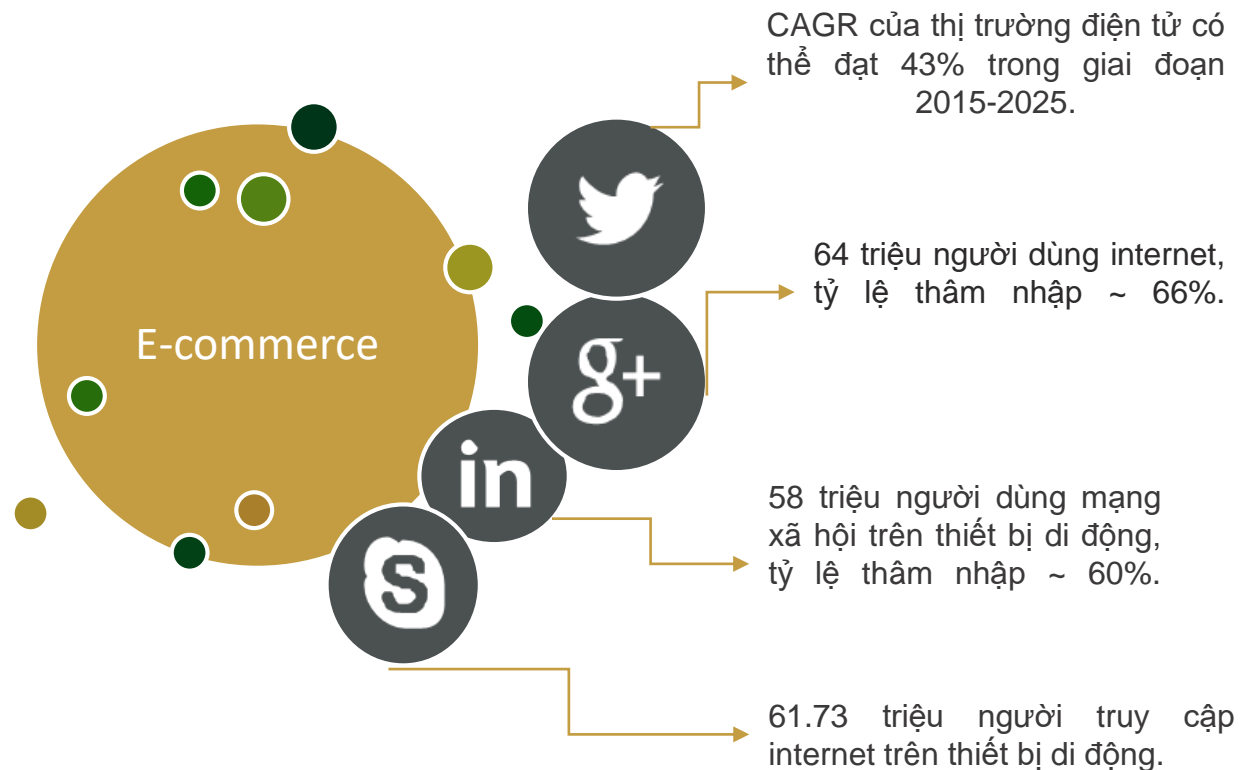


Thị phần kênh bán lẻ

Nguồn: Kantar, PHFM tổng hợp

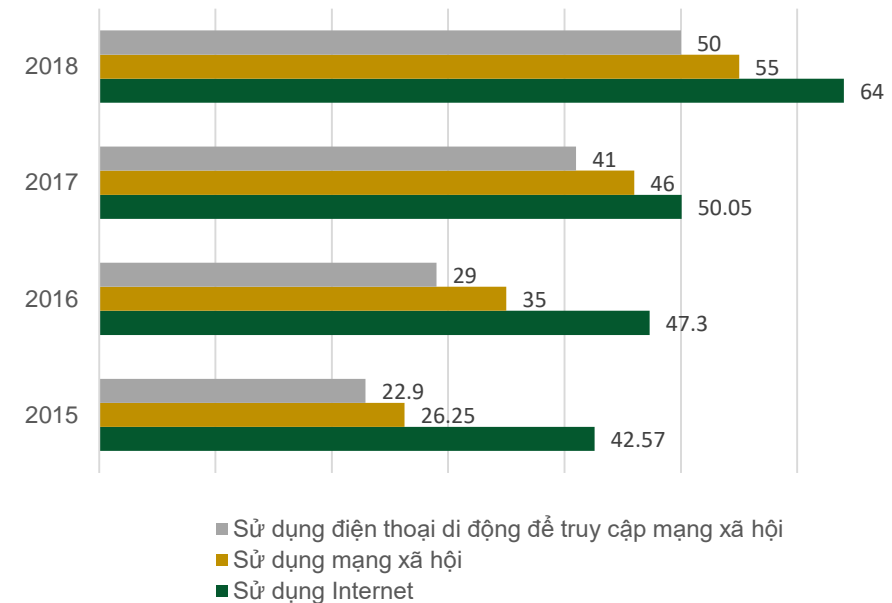


Thương mại điện tử duy trì sự tăng trưởng trong dài hạn



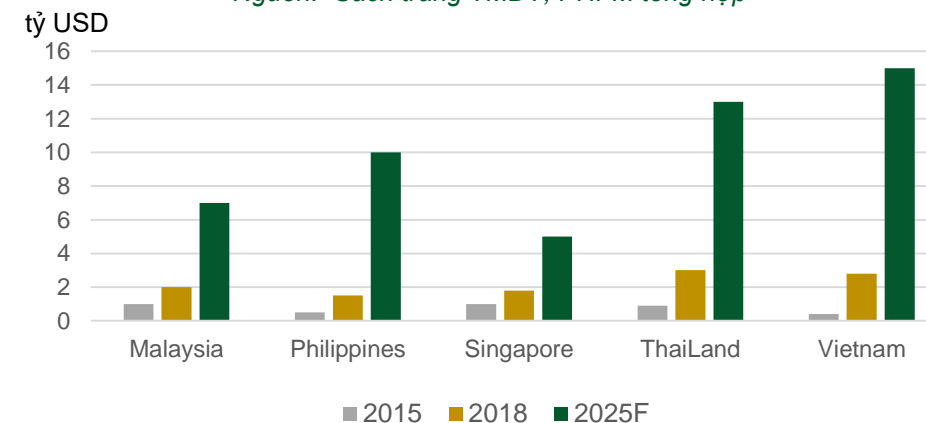
Mức độ thâm nhập Internet và mạng xã hội (%)

Nguồn: Sách trắng TMDT, PHFM tổng hợp



Quy mô thị trường thương mại điện tử DNA

Nguồn: Sách trắng TMDT, PHFM tổng hợp



CÁC DOANH NGHIỆP TRONG NGÀNH BÁN LẺ

MWG



909 cửa hàng Thế giới di động, chủ yếu kinh doanh các mặt hàng ICT. MWG đang thử nghiệm thêm kinh doanh 2 mặt hàng mới là đồng hồ và xe đạp

1,553 cửa hàng Điện Máy Xanh, chủ yếu kinh doanh các mặt hàng như điện tử, điện lạnh. Chuỗi điện máy xanh là động lực tăng trưởng của MWG trong ngắn hạn. Công ty đang đẩy mạnh thêm mô hình Điện máy Xanh supermini tại các khu vực tỉnh lẻ

1,767 cửa hàng Bách hóa xanh, chủ yếu kinh doanh các mặt hàng thực phẩm, đồ gia dụng. Chuỗi bách hóa xanh là động lực tăng trưởng của MWG trong dài hạn.

FRT



601 cửa hàng FPT Shop, chủ yếu kinh doanh các mặt hàng ICT, đóng góp 83% tổng doanh thu FRT.

222 nhà thuốc Long Châu, chủ yếu kinh doanh sản phẩm thuốc không kê đơn và thực phẩm chức năng.

PNJ



340 cửa hàng chuyên kinh doanh mặt hàng trang sức vàng, bạc, kim cương và vàng miếng. Mạng đồng hồ kinh doanh theo mô hình shop in shop.

DGW



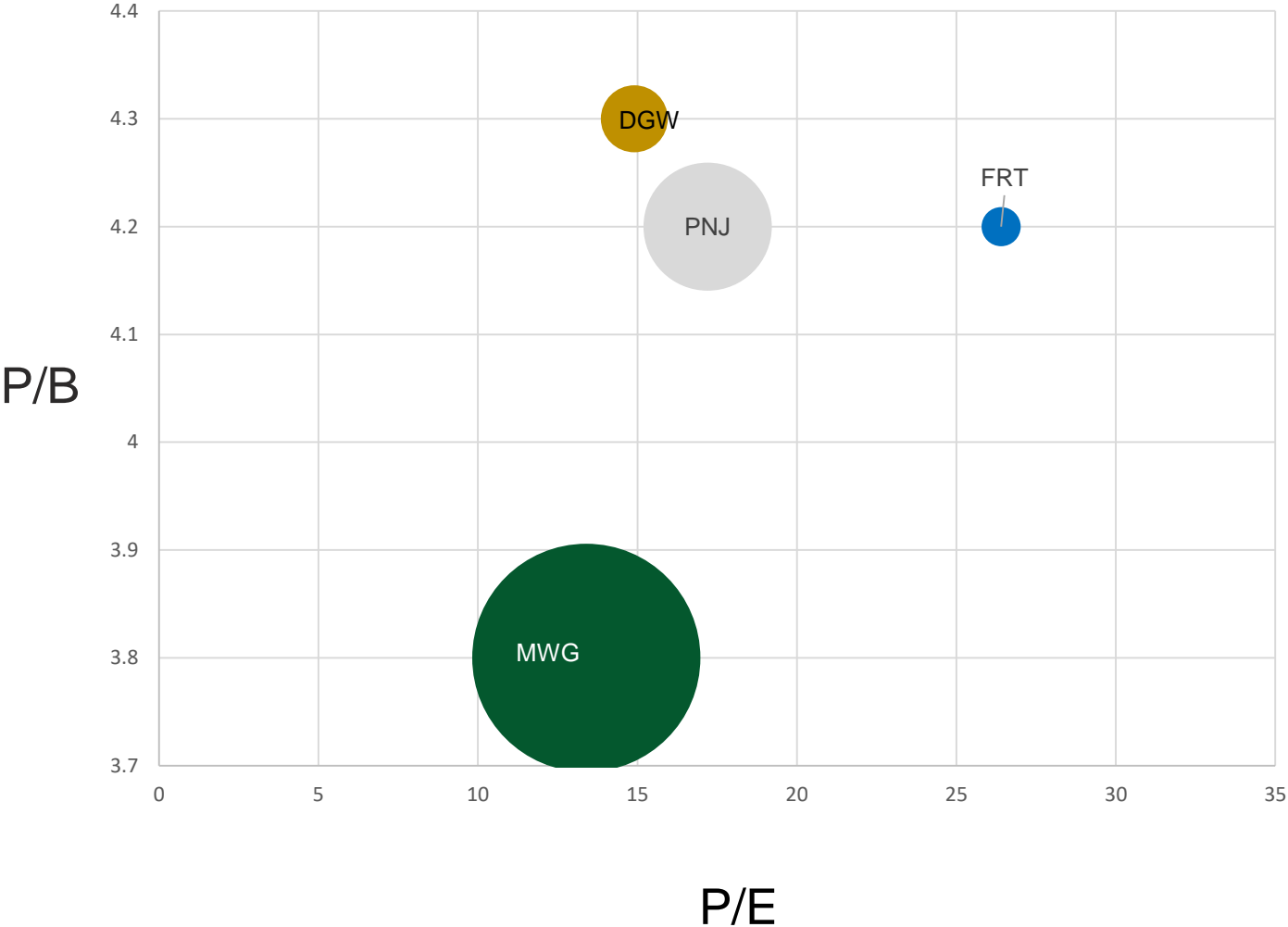
DGW đứng đầu phân phối sỉ độc quyền các sản phẩm ICT

CẬP NHẬT ĐỊNH GIÁ, KHUYẾN NGHỊ CÁC CỔ PHIẾU BÁN LẺ

Mã cổ phiếu	KQKD 2020				Dự phóng 2021					Định giá				Khuyến nghị
	Doanh thu		LNST		Doanh thu		LNST		Giá hợp lý (VND/ cp)	Giá đóng cửa 21/05 (VND/ cp)	P/E	P/B	Upside	
	Giá trị (b. VND)	YoY (%)	Giá trị (b. VND)	YoY (%)	Giá trị (b. VND)	YoY (%)	Giá trị (b. VND)	YoY (%)						
MWG	108,546	6%	3,920	2%	130,836	21%	6,019	54%	168,000	145,400	13.4	3.8	16%	MUA
PNJ	17,511	3%	1,069	-10%	23,059	32%	1,538	44%	116,000	101,800	17.2	4.2	14%	MUA
DGW	12,536	48%	263	63%	18,429	47%	448	70%	155,000	133,600	14.9	4.3	16%	MUA
FRT	14,661	-12%	10	-95%	16,845	14%	113	303%	37,700	25,800	26.4	2.4	46%	MUA
PET	13,453	34%	127	-9%	14,000	13%	280	36%	N/A	20,150	12	0.9	N/A	N/A
PSD	8,237	44%	46	0%	9,000	7%	96	109%	N/A	15,800	9	1.3	N/A	N/A
PSH	6,112	-33%	122	335%	10,151	66%	162	33%	N/A	25,800	162	1.8	N/A	N/A
VPG	2,331	1%	55	-37%	3,000	28%	150	172%	N/A	38,000	14	2.1	N/A	N/A
COM	2,899	-31%	51	37%	2,900	0%	35	-31%	N/A	40,150	16.6	1.3	N/A	N/A
ABS	1,108	40%	33	-35%	1,200	8%	60	81%	N/A	31,000	30	3.5	N/A	N/A
TOTAL	187,915	6%	5,765	-1%	229,420	22%	8,901	54%			16.4	3.5		

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.



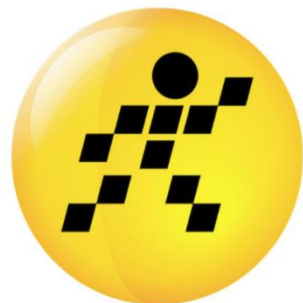
Giá hợp lý: 168,000 VNĐ/cp

Sơ lược công ty

- ❖ CTCP Đầu tư Thế giới Di động (HSX: MWG) là nhà bán lẻ hàng đầu Việt Nam, chiếm hơn 50% và 40% thị phần bán lẻ điện thoại và điện máy, với hơn 3,000 cửa hàng trên toàn quốc.

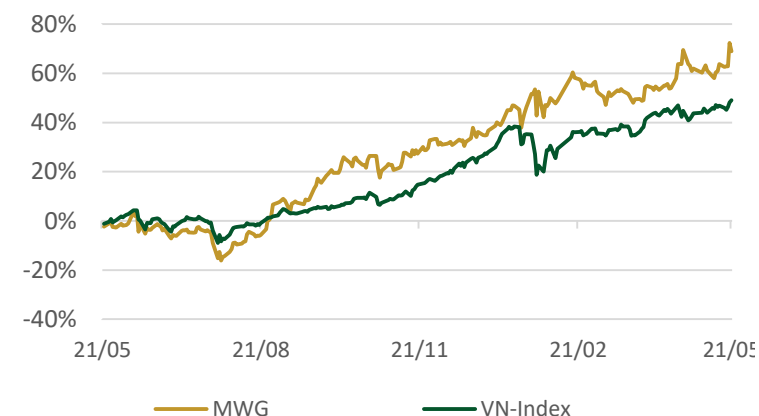
Điểm nhấn đầu tư

- ❖ **Thị phần gia tăng của chuỗi Điện Máy Xanh:** (1) Tiếp tục chuyển đổi một số cửa hàng TGDĐ sang cửa hàng DMX; (2) Mở cửa hàng Supermini DMX mới; (3) Nghiên cứu mở rộng chuỗi điện máy tại thị trường Indonesia.
- ❖ **Tăng trưởng doanh thu hai chữ số chuỗi BHX** nhờ mô hình BHX “5 tỷ” và phát triển BHX trực tuyến. Ngoài ra, BHX nỗ lực cải thiện biên lãi gộp để bù đắp chi phí khấu hao và chi phí chung.
- ❖ **Duy trì mức doanh thu ổn định và gia tăng thị phần chuỗi TGDĐ** nhờ (1) Tăng cường các dịch vụ mới như trả góp, chuyển tiền, thu hộ,.. (2) Nâng tỷ trọng hàng công ty (nhãn hàng riêng, OEM, độc quyền) lên đến 30% nhằm giảm dần sự phụ thuộc vào các hãng; (3) Thử nghiệm mô hình bán hàng thông qua hơn 30,000 đại lý nhỏ lẻ; (4) Tận dụng diện tích ngoài sân của mỗi cửa hàng để bán xe đạp.



Chỉ tiêu tài chính	2017A	2018A	2019A	2020A	2021F
Doanh thu (tỷ VND)	66,340	86,516	102,174	108,546	130,836
LNST (tỷ VND)	2,207	2,880	3,836	3,920	6,019
EPS (VND)	7,162	6,689	8,657	8,654	12,654
Tăng trưởng EPS (%)	-30%	-7%	29%	0%	46%
Giá trị sổ sách (VND/CP)	19,187	20,872	27,416	34,197	43,999
P/E	18.3	13.0	13.17	13.74	13.35
P/B	6.8	4.2	4.2	3.5	3.8
Cổ tức tiền mặt (%)	15%	15%	15%	15%	15%

Biến động giá cổ phiếu



Lịch sử định giá



Giá hợp lý: 116,000 VNĐ/cp

Sơ lược công ty

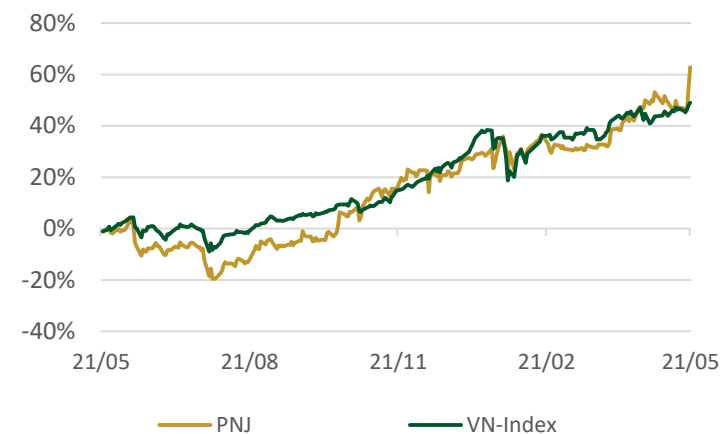
- ❖ Công ty Cổ phần Vàng bạc Đá quý Phú Nhuận (HSX: PNJ) là nhà bán lẻ trang sức số 1 Việt Nam. Sản phẩm chủ lực của PNJ bao gồm trang sức vàng, trang sức bạc, kim cương, vàng miếng và đồng hồ. Năng lực sản xuất của PNJ cao gấp 8 lần đối thủ.

Điểm nhấn đầu tư

- ❖ **Nhãn hiệu Style by PNJ – câu chuyện mới của PNJ trong năm 2021:** Ban lãnh đạo công ty cho biết đã có cửa hàng đạt break – even trong 1 tháng đầu tiên ra mắt thương hiệu mới.
- ❖ **Tham vọng trở thành nhà cung cấp bán sỉ hàng Ý:** PNJ nâng cao năng lực sản xuất thông qua việc mở phân xưởng thứ 2 tại Long Hậu, tạo nhiều sản phẩm mới đòi hỏi kỹ thuật gia công, chế tác cao hơn, thay thế được phần các sản phẩm nhập khẩu.
- ❖ **Tối ưu hóa hàng tồn kho:** Công ty tiếp tục duy trì chiến lược này trong năm 2021 nhờ hệ thống ERP, từ đó thiết kế và trưng bày sản phẩm theo nhu cầu của mỗi khách hàng ở từng vùng miền.



Biến động giá cổ phiếu



Lịch sử định giá



Chỉ tiêu tài chính	2017A	2018A	2019A	2020A	2021F
Doanh thu (tỷ VND)	10,977	14,571	17,000	17,511	23,059
LNST (tỷ VND)	726	952	1,191	1,069	1,538
EPS (VND)	6,443	6,429	5,286	4,698	6,762
Tăng trưởng EPS (%)	47%	0%	-18%	-11%	44%
Giá trị sổ sách (VND/CP)	26,181	25,285	20,305	23,026	27,589
P/E	21.3	14.5	16.27	17.24	17.17
P/B	5.2	3.7	4.2	3.52	4.21
Cổ tức tiền mặt (%)	10%	10%	8%	20%	20%

Giá hợp lý: 155,000 VNĐ/cp

Sơ lược công ty

- ❖ Digiworld là Nhà phân phối và cung cấp các Dịch vụ Thị trường hàng đầu tại Việt Nam, chủ yếu trong lĩnh vực Công nghệ (ICT). Trong đó, thị phần phân phối laptop và điện thoại mobie lần lượt là ~ 24% và ~ 8%.

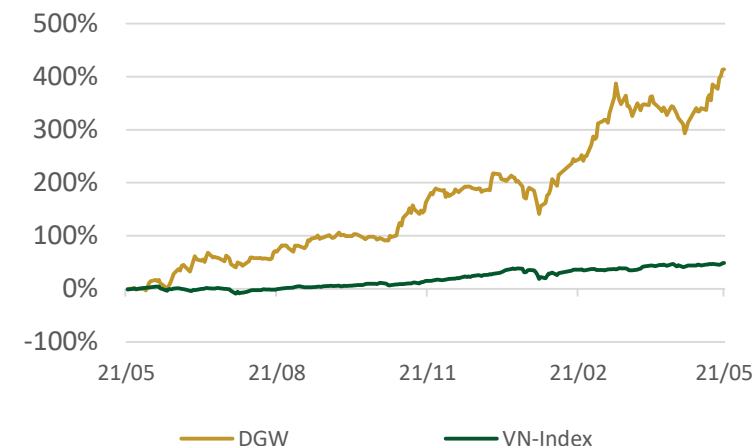
Điểm nhấn đầu tư

- ❖ Mạng điện thoại di động gặt hái kết quả kinh doanh ấn tượng từ Xiaomi và Apple
- ❖ Duy trì tốc độ tăng trưởng hai con số trong lĩnh vực Máy tính xách tay & Máy tính bảng nhờ phân phối nhiều sản phẩm giá cao hơn.
- ❖ Thúc đẩy mảng chăm sóc sức khỏe dự kiến sẽ tăng trưởng hai con số vào năm 2021 nhờ phân phối thuốc cơ xương khớp.
- ❖ Phát triển ngành hàng mới – thiết bị gia dụng (TV, điều hòa, tủ lạnh, máy giặt,..). Ngành hàng này dự kiến doanh thu khoảng hơn 1,000 tỷ trong năm 2021.



Chỉ tiêu tài chính	2017A	2018A	2019A	2020A	2021F
Doanh thu (tỷ VND)	3,821	5,937	8,488	12,536	18,429
LNST (tỷ VND)	79	109	162	263	448
EPS (VND)	1,982	2,735	3,961	6,213	10,410
Tăng trưởng EPS (%)	17%	38%	45%	57%	68%
Giá trị sổ sách (VND/CP)	17,138	18,975	22,372	26,913	36,323
P/E	10.61	8.37	5.9	13.79	14.89
P/B	1.23	1.21	1.04	3.2	4.3
Cổ tức tiền mặt (%)	5%	20%	10%	20%	20%

Biến động giá cổ phiếu



Lịch sử định giá



Giá hợp lý: 37,700 VNĐ/cp



Sơ lược công ty

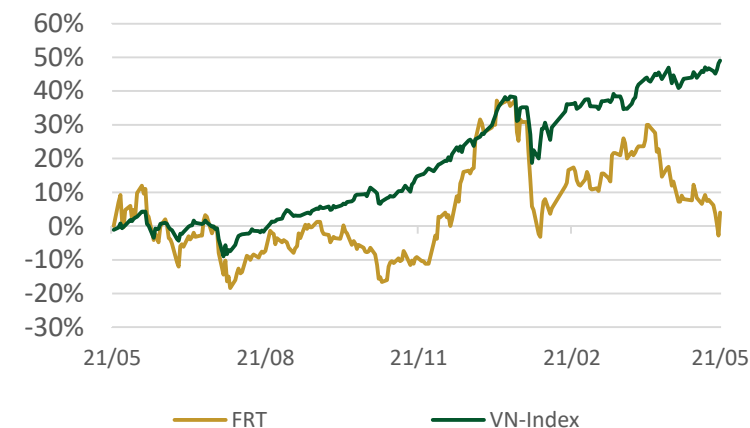
- ❖ FPT Retail (FRT) là nhà bán lẻ lớn thứ 2 trong ngành bán lẻ điện thoại di động tại Việt Nam (18% thị phần), chỉ sau MWG. FRT sở hữu 2 chuỗi bán lẻ là FPT Shop và F.Studio - chủ yếu kinh doanh mặt hàng ICT, riêng F.Studio chỉ kinh doanh sản phẩm của Apple. Một mảng kinh doanh mới của FRT từ Q1/2018 là chuỗi nhà thuốc Long Châu,.

Điểm nhấn đầu tư

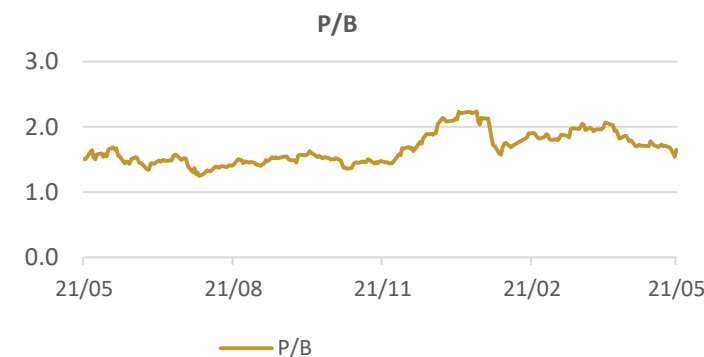
- ❖ **Kỳ vọng mảng ICT tăng trưởng trong vài năm tới** nhờ (1) Xu hướng cao cấp hoá của người dùng; (2) Hưởng lợi từ Nghị định 98/2020 tạo cơ hội lớn hơn cho các đại lý phân phối chính thức; và (3) Dự án Chuyển đổi số và phát triển 5G của Chính phủ.
- ❖ **Đẩy mạnh kế hoạch mở rộng chuỗi nhà thuốc Long Châu:** Ban lãnh đạo vẫn cam kết tiếp tục mở rộng chuỗi dược phẩm và số lượng cửa hàng sẽ đạt hơn 200 cửa hàng vào cuối 2020 và 500 cửa hàng trong 2021.

Chỉ tiêu tài chính	2017A	2018A	2019A	2020A	2021F
Doanh thu (tỷ VND)	13,147	15,298	16,634	14,661	16,845
LNST (tỷ VND)	290	348	204	10	113
EPS (VND)	7,030	4,961	2,500	129	1,426
Tăng trưởng EPS (%)	-30%	-29%	-50%	-95%	308%
Giá trị sổ sách (VND/CP)	19,315	16,531	15,688	15,575	15,852
P/E	-	11.9	8.08	168	26.47
P/B	-	3.6	1.3	1.4	2.38
Cổ tức tiền mặt (%)	10%	10%	8%	8%	10%

Biến động giá cổ phiếu



Lịch sử định giá



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.

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