

MUA

Giá mục tiêu 2026: **117.000 VND**
% tăng giá: **50,2%**
Cập nhật: **02/06/2026**

TRIỂN VỌNG 2026

Tích cực: (1) Mảng ICT tăng trưởng vượt kỳ vọng và (2) BHX còn nhiều dư địa tăng trưởng

Rủi ro: Dư địa tăng trưởng từ chiến lược "tăng trưởng bằng chất" đã đạt gần đến giới hạn, phụ thuộc vào các chiến lược tăng trưởng mới

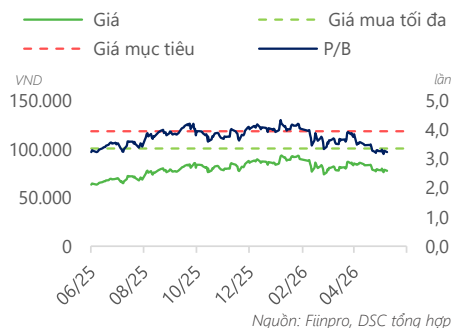
Đơn vị: tỷ VND	Q4/24	Q1/26	2026F
DTT	34.574	46.462	185.296
% YoY	10%	29%	19%
LNNT	1.035	3.328	10.470
% YoY	373%	72%	21%

Tổng quan doanh nghiệp

MWG là doanh nghiệp hàng đầu trong lĩnh vực bán lẻ. MWG sở hữu hệ thống phân phối rộng khắp cả nước tập trung phân phối sản phẩm điện thoại, phụ kiện điện thoại, điện máy, thực phẩm & FMCG. Ngoài ra, doanh nghiệp còn hoạt động trong lĩnh vực bán lẻ dược phẩm, sản phẩm mẹ và bé

Dữ liệu thị trường

Ngành nghề:	Phân phối hàng chuyên dụng
Giá hiện tại:	77.900 VND
Vốn hóa:	114.390 tỷ VND
Số lượng CPLH:	1.468 triệu CP
EPS 4 quý gần nhất:	5.553 VND
P/E:	14,0 lần
Cổ tức tiền mặt 2026:	10,0%
Cổ tức cổ phiếu 2026:	0,0%



Nguồn: Fiinpro, DSC tổng hợp

MWG

CTCP Đầu tư Thế Giới Di Động

DSC

KHUYẾN NGHỊ

DSC khuyến nghị Mua đối với MWG với giá mục tiêu 117.000 VND (tiềm năng tăng giá 50%) dựa trên định giá DCF cho mảng ICT và P/S cho các mảng kinh doanh còn lại.

Với kỳ vọng (1) mảng ICT tiếp tục duy trì vị thế dẫn đầu trong ngành, (2) BHX tiếp tục tăng trưởng khi mở rộng địa bàn ra khu vực phía Bắc, DSC dự phóng doanh thu thuần và LNST của MWG trong năm 2026 lần lượt đạt mức 185.296 tỷ (+19% YoY) và 8.376 tỷ (+18% YoY).

LUẬN ĐIỂM ĐẦU TƯ

Cập nhật những điểm chính trong ĐHCĐ 2026

MWG hướng đến mục tiêu tăng trưởng trong các năm tới với các trụ cột bao gồm: (1) ĐMX tăng trưởng doanh thu 70-80% trong 5 năm tới, (2) BHX tiếp tục mở rộng ở miền Trung và miền Bắc với mục tiêu IPO trong 3 năm tới, (3) An Khang hòa vốn trong năm 2026, (4) AvaKids tăng trưởng tập trung ở kênh online và (5) EraBlue đóng góp lớn hơn vào cơ cấu doanh thu.

Mảng ICT giữ vững đà tăng trưởng nhờ vào sự tăng trưởng của thương mại điện tử và mở rộng hệ sinh thái tiêu dùng

Theo Bain & Company, nền kinh tế số Việt Nam đang tăng trưởng với tốc độ nhanh, được hỗ trợ bởi xu hướng thanh toán số ngày càng phổ biến như ví điện tử, thẻ và "mua trước - trả sau" (BNPL). Trong bối cảnh đó, MWG đang đẩy mạnh phát triển hệ sinh thái tiêu dùng gồm BNPL, Thợ ĐMX và Super App nhằm gia tăng tiện ích và giữ chân khách hàng, qua đó hỗ trợ tăng trưởng kết quả kinh doanh trong thời gian tới.

BHX mở rộng trên toàn quốc

Trong trung hạn, BHX tiếp tục là động lực tăng trưởng chính của MWG khi khi doanh nghiệp đẩy mạnh mở rộng mạng lưới cửa hàng tại khu vực miền Trung và miền Bắc. MWG đặt mục tiêu mở mới khoảng 1.000 cửa hàng mỗi năm, trong đó khoảng 50% số cửa hàng mới sẽ tập trung tại các khu vực mới.

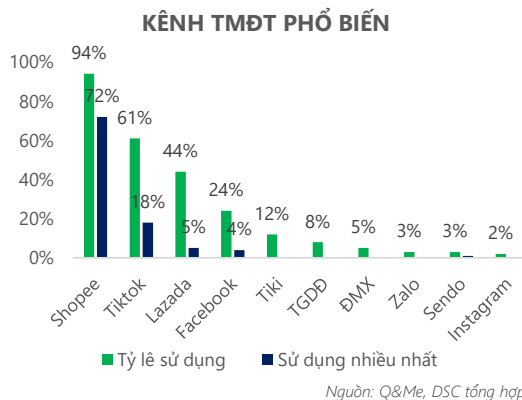
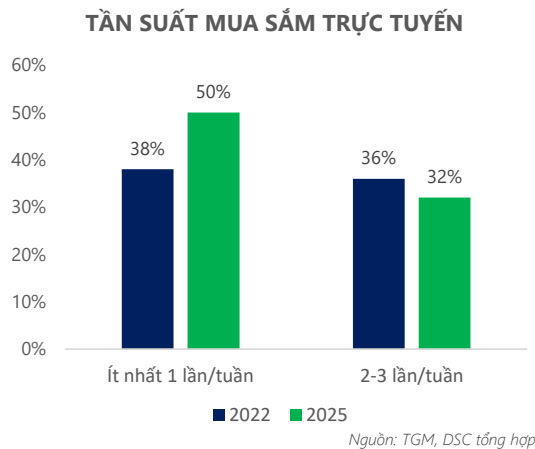
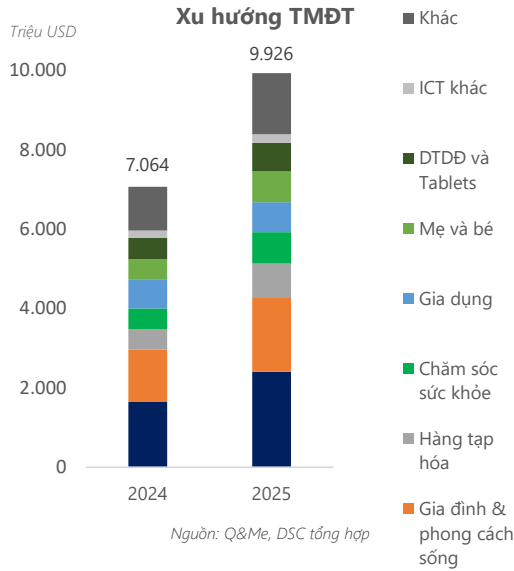
QUAN ĐIỂM NGÀNH:

Thương mại điện tử là xu thế mới

MWG

CTCP Đầu tư Thế Giới Di Động

DSC



Mảng ICT tăng trưởng nhờ vào sự tăng trưởng của thương mại điện tử

Theo Q&Me, quy mô thương mại điện tử Việt Nam đạt 9,9 tỷ USD trong năm 2025, trong đó nhóm sản phẩm làm đẹp và đồ gia dụng hiện là hai danh mục mua sắm trực tuyến phổ biến nhất. DSC đánh giá dư địa tăng trưởng của thương mại điện tử vẫn còn rất lớn khi doanh thu toàn thị trường hiện chủ yếu tập trung ở các sản phẩm giá trị thấp, trong khi nhóm hàng điện máy và ICT (CE&ICT) vẫn chưa được khai thác tương xứng với tiềm năng.

Trong bối cảnh đó, DSC cho rằng MWG đang sở hữu nhiều lợi thế cạnh tranh để mở rộng hiện diện trên kênh trực tuyến nhờ thương hiệu uy tín, mạng lưới hơn 3.000 điểm chạm vật lý trên toàn quốc, hệ sinh thái dịch vụ hỗ trợ như Thợ ĐMX và các giải pháp trả chậm, cùng tệp khoảng 18 triệu khách hàng định danh. Bên cạnh đó, môi trường kinh doanh thương mại điện tử đang có những thay đổi theo hướng thuận lợi hơn cho các doanh nghiệp bán lẻ quy mô lớn. Cụ thể, phí nền tảng trên các sàn thương mại điện tử tiếp tục gia tăng, nghĩa vụ khấu trừ và nộp thuế được siết chặt hơn, trong khi chính sách miễn thuế đối với hàng nhập khẩu giá trị thấp đã được bãi bỏ. Những yếu tố này có thể làm giảm lợi thế của các nhà bán hàng nhỏ lẻ và tạo điều kiện cho chiến lược Super App của MWG phát triển. Theo định hướng của doanh nghiệp, Super App không được xây dựng như một sàn thương mại điện tử đại trà mà hướng tới mô hình “Đại siêu thị trực tuyến”, tập trung cung cấp đúng sản phẩm khách hàng có nhu cầu thay vì theo đuổi chiến lược bán mọi mặt hàng. Đồng thời, các thay đổi pháp lý như Luật Thương mại điện tử dự kiến có hiệu lực từ năm 2026 được kỳ vọng sẽ thúc đẩy môi trường cạnh tranh minh bạch hơn, tăng cường bảo vệ người tiêu dùng và nhà bán hàng.

DSC cũng cho rằng các quy định mới về hóa đơn điện tử và lộ trình xóa bỏ thuế khoán từ năm 2026 sẽ làm gia tăng chi phí tuân thủ cũng như rủi ro pháp lý đối với các hộ kinh doanh và cửa hàng nhỏ lẻ. Trong khi đó, MWG gần như không chịu ảnh hưởng đáng kể nhờ hệ thống quản trị và vận hành đã được chuẩn hóa, qua đó hưởng lợi từ xu hướng dịch chuyển thị phần sang kênh bán lẻ hiện đại.

Thực tế, doanh thu qua Super App của MWG đã đạt khoảng 2.400 tỷ đồng trong 4T/2026. Doanh nghiệp đặt mục tiêu doanh thu kênh này lên 55 nghìn tỷ đồng vào năm 2030, tương ứng tốc độ tăng trưởng kép (CAGR) khoảng 44%.

LUẬN ĐIỂM:

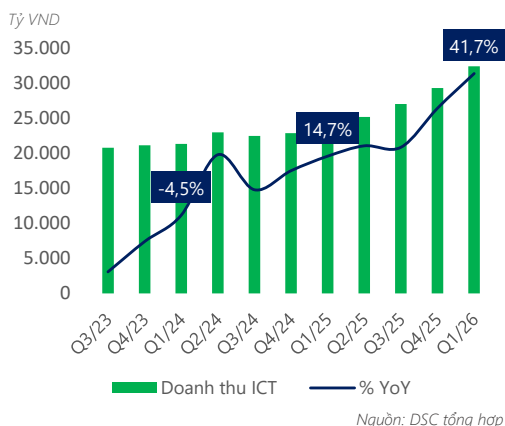
Điên Máy Xanh hưởng lợi từ chu kỳ mới

MWG

CTCP Đầu tư Thế Giới Di Động

DSC

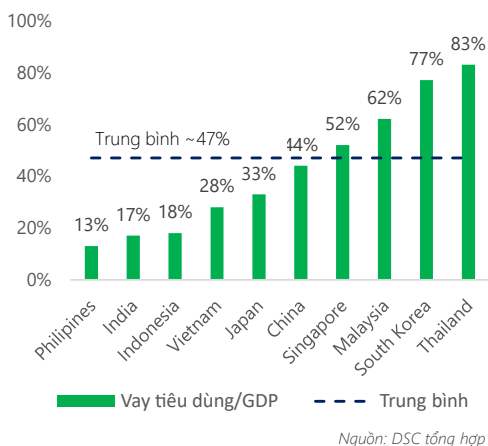
KẾT QUẢ KINH DOANH MẢNG ICT



Mảng ICT tăng trưởng nhờ vào sự tăng trưởng của thương mại điện tử và chu kỳ thay thế thiết bị mới

Theo MWG, quy mô thị trường ICT Việt Nam hiện đạt khoảng 9,9 tỷ USD và dự kiến tăng lên 15 tỷ USD vào năm 2030, tương ứng tốc độ tăng trưởng kép (CAGR) 8,2% giai đoạn 2025–2030, thuộc nhóm cao nhất Đông Nam Á. DSC cho rằng sau giai đoạn tăng trưởng bùng nổ, ngành ICT Việt Nam đang bước vào chu kỳ phát triển mới với động lực đến từ nhu cầu thay thế và nâng cấp thiết bị, quá trình phổ cập smartphone 5G, sự phát triển của hệ sinh thái smarthome, các thiết bị tích hợp AI và xu hướng cá nhân hóa trải nghiệm người dùng. Bên cạnh các ngành hàng truyền thống như ĐTDĐ, máy tính và máy tính bảng, thị trường vẫn còn nhiều dư địa tăng trưởng ở nhóm điện gia dụng và thiết bị tiện ích. Điều này xuất phát từ việc tỷ lệ thâm nhập của nhiều phân khúc sản phẩm tại Việt Nam vẫn ở mức thấp so với các quốc gia khác trong khu vực châu Á – Thái Bình Dương (APAC), tạo dư địa đáng kể cho tăng trưởng trong những năm tới.

VAY TIÊU DÙNG/GDP



Mở rộng hệ sinh thái tài chính - tiêu dùng cùng cố tăng trưởng trong trung và dài hạn

Trong bối cảnh xu hướng tiêu dùng dịch chuyển sang các hình thức thanh toán trả chậm, MWG đang đẩy mạnh phát triển hệ sinh thái tài chính nhằm nâng cao khả năng tiếp cận khách hàng và gia tăng lợi thế cạnh tranh. Dư địa tăng trưởng của thị trường vẫn còn đáng kể khi tỷ lệ dư nợ cho vay tiêu dùng/GDP của Việt Nam chỉ đạt 28%, thấp hơn đáng kể so với mức trung bình khu vực (47%) cũng như các thị trường phát triển hơn như Hong Kong (88%), Thái Lan (83%) và Hàn Quốc (77%) cho thấy nhu cầu tiếp cận tín dụng của người dân vẫn đang mở rộng. Tận dụng xu hướng này, MWG hiện hợp tác với hơn 40 tổ chức tài chính để cung cấp đa dạng giải pháp thanh toán cho khách hàng. MWG đặt mục tiêu nâng tỷ trọng doanh thu từ các giao dịch trả chậm lên 55% vào năm 2030, so với khoảng 38% hiện nay. Đáng chú ý, tỷ lệ khách hàng lựa chọn hình thức trả chậm đã đạt mức tương đương với thanh toán trực tiếp (50:50), trong khi tỷ lệ phê duyệt hồ sơ duy trì trên 85%. Mô hình hợp tác này giúp ĐMX hạn chế rủi ro nợ xấu khi chỉ đóng vai trò trung gian kết nối khách hàng với các tổ chức tài chính như Home Credit hay FE Credit. Ngoài ra, với khoảng 64 triệu lượt truy cập trên toàn hệ sinh thái, MWG kỳ vọng có thể tận dụng các điểm chạm về thanh toán để mở rộng tệp khách hàng, gia tăng mức độ gắn kết và nâng cao tỷ lệ chuyển đổi sang người mua sắm trong tương lai.

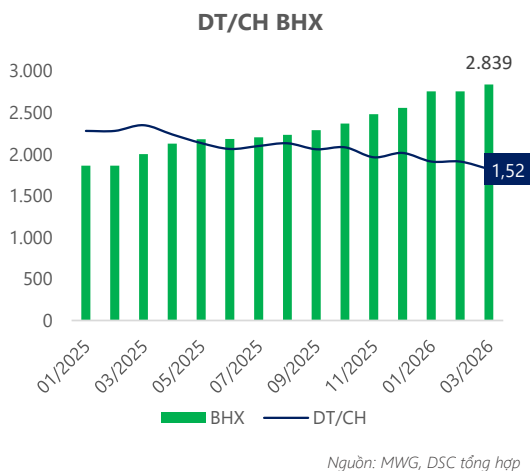
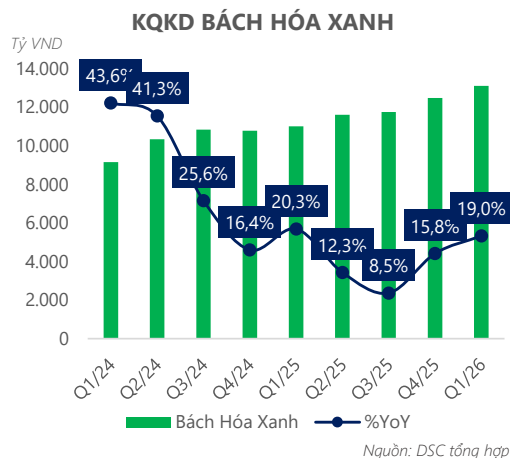
LUẬN ĐIỂM:

Bách Hóa Xanh tiếp tục mở rộng với quy mô lớn

MWG

CTCP Đầu tư Thế Giới Di Động

DSC



Sẽ mở lượng lớn cửa hàng tại khu vực miền Trung và miền Bắc

MWG đặt mục tiêu mở mới 1.000 cửa hàng trong năm 2026 với tỷ lệ 50% số cửa hàng mới sẽ tập trung tại các khu vực mới (miền Trung và miền Bắc) và 50% số lượng tiếp tục ở thị trường trọng điểm miền Nam. Tại miền Bắc, Bách Hóa Xanh (BHX) áp dụng mô hình cửa hàng vừa và nhỏ để tối ưu hóa chi phí đầu tư (Capex). Ban lãnh đạo BHX cho biết diện tích nhỏ hơn nhưng sức mua tại miền Bắc hiện được đánh giá tốt, thậm chí vượt trội hơn so với miền Trung. Ban lãnh đạo kỳ vọng hiệu quả các cửa hàng miền Bắc cũng sẽ tương đương với hai miền còn lại.

DSC đánh giá dư địa tăng trưởng của chuỗi BHX tại miền Bắc còn rất lớn, nhờ hưởng lợi từ lộ trình đóng hơn 200 chợ cóc, chợ tạm tại Hà Nội. Đồng thời, việc mở rộng ra thị trường phía Bắc được kỳ vọng thuận lợi hơn khi MWG đã tích lũy kinh nghiệm vận hành tại miền Trung.

Mặc dù với việc mở rộng nhanh số lượng cửa hàng khiến DT/CH của MWG suy giảm đáng kể về mức 1,55 tỷ đồng (~32% YoY) trong quý Q1/2026, tuy nhiên DSC kỳ vọng với việc sức mua tại khu vực miền Bắc cao hơn so với khu vực miền Trung trong khi DT/CH tại các cửa hàng mới mở ổn định dần, DT/CH BHX dự kiến duy trì ở mức hiện tại và khó có thể suy giảm thêm.

DỰ PHÓNG KẾT QUẢ KINH DOANH MWG

	2023	2024	2025	2026F	2027F
DTT (tỷ VND)	118.280	134.341	155.928	185.296	201.356
Lợi nhuận gộp (tỷ VND)	22.521	27.499	31.002	38.659	42.138
LNTT (tỷ VND)	690	4.826	8.633	10.470	11.222
LNST (tỷ VND)	168	3.733	7.073	8.376	8.978
LNST sau CĐTS (tỷ VND)	168	3.722	7.034	8.376	8.978
EPS (VND)	115	2.546	4.774	5.868	7.092
Biên lợi nhuận gộp	19%	20%	20%	21%	21%
Biên LNTT	1%	4%	6%	6%	6%
% DTT (YoY)	-11%	14%	16%	19%	9%
% LNTT (YoY)	-89%	600%	79%	21%	7%
% LNST (YoY)	-96%	2124%	89%	18%	7%
% LNST sau CĐTS (YoY)	-96%	2120%	89%	19%	7%

Giả định năm 2026

DSC dự phóng doanh thu thuần và LNST của MWG lần lượt đạt mức 185.296 tỷ (+19% YoY) và 8.376 tỷ (+18% YoY) cho năm 2025 dựa trên kỳ vọng (1) BHX tiếp tục duy trì tăng trưởng với số lượng cửa hàng mở mới ước tính là 850 cửa hàng với DT/CH đạt 1,45 tỷ và (2) doanh thu mảng CE&ICT tăng trưởng mạnh với động lực tăng trưởng từ chu kỳ thay đổi thiết bị tử và mở rộng hệ sinh thái tài chính - tiêu dùng giúp mở rộng thị phần của doanh nghiệp

Giả định năm 2027

DSC dự báo doanh thu thuần năm 2026 đạt 201.356 tỷ (+9% YoY) và LNST đạt 8.978 tỷ (+7%). Tốc độ tăng trưởng có phần chậm lại do nền so sánh cao của năm trước, đồng thời mảng ICT không còn được hưởng lợi đáng kể từ chu kỳ nâng cấp thiết bị điện tử như giai đoạn trước. Tuy nhiên, DSC vẫn duy trì quan điểm tích cực đối với triển vọng tăng trưởng của Bách Hóa Xanh khi chuỗi này tiếp tục mở rộng quy mô thông qua việc đẩy mạnh mở mới cửa hàng tại khu vực miền Trung và miền Bắc, qua đó đóng góp ngày càng lớn vào tăng trưởng chung của MWG.

Phương pháp định giá

Chúng tôi kết hợp sử dụng phương pháp định giá là DCF cho mảng ICT và bội số P/S cho mảng BHX và các mảng kinh doanh còn lại. Với tiềm năng tăng trưởng cao ở mảng bách hóa và khả năng duy trì vị thế hàng đầu ở mảng ICT trong nhiều năm tới, DSC đưa ra mức giá mục tiêu đối với MWG là mức 117.000 VND, upside 50% so với giá đóng cửa ngày 02/06/2026.

Chi phí sử dụng vốn bình quân

WACC (%)	9,90%
Ls phi rủi ro (%)	4,50%
Phần bù rủi ro vốn cổ phần (%)	9,00%
Beta	1,20
Chi phí VCSH	15,30%
Ls bình quân	3,81%
Thuế thu nhập DN	20,00%
Chi phí nợ	4,90%
Tỷ trọng VCSH	53,00%
Tỷ trọng nợ	47,00%

Định giá DCF ICT (tỷ VND)

Giá trị hiện tại thuần 2026-2030	80.429
Tốc độ tăng trưởng dài hạn	2%
Giá trị doanh nghiệp	113.272
Cộng: Tiền mặt	38.874
Trừ: Tổng nợ	29.931
Giá trị của VCSH	122.215

Tổng hợp định giá (03/06/2026)

Phương pháp	Phương pháp	Tỷ lệ sở hữu	Giá dự phóng theo tỷ trọng (VND)
ICT	FCFE	100,0%	122.000
Bách Hóa	P/S (0,9x)	95,0%	46.500
Dược phẩm	P/S (0,5x)	100,0%	2.035
Erablue	P/S (0,8x)	45,0%	1.000
Tổng cổ phiếu lưu hành (Triệu cổ)			1.468
Giá mục tiêu			117.000
Giá hiện tại			77.900
Upside			50%

Nguồn: DSC tổng hợp

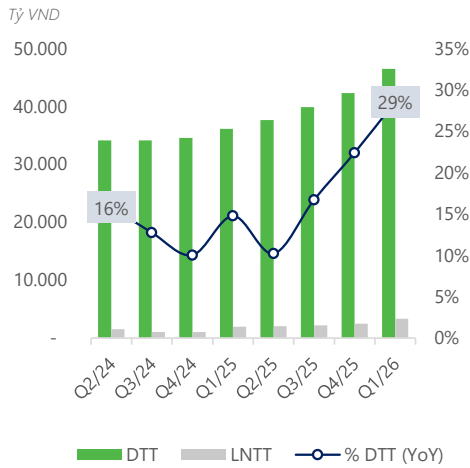
Bối cảnh định giá

Sau khi giá cổ phiếu giảm 18% từ đỉnh từ tháng 3/2026, MWG đang giao dịch với P/B ở mức 3,24 – thấp hơn TB 5 năm ở mức 3,69 lần. Với việc đã được chiết khấu về vùng giá hấp dẫn hơn, DSC khuyến nghị giải ngân ở vùng giá 77.000 VND/cp.



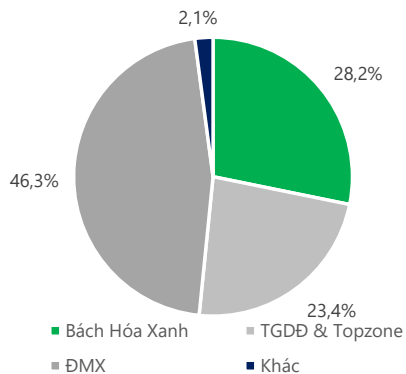
Nguồn: Finpro, DSC tổng hợp

KẾT QUẢ KINH DOANH



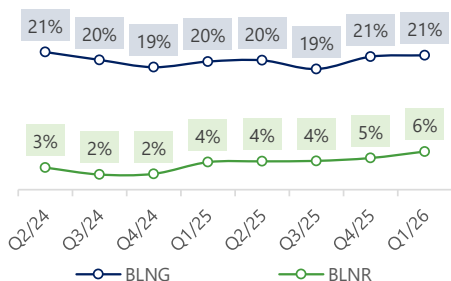
Nguồn: MWG, DSC tổng hợp

CƠ CẤU DOANH THU



Nguồn: MWG, DSC tổng hợp

BIÊN LỢI NHUẬN



Nguồn: MWG, DSC tổng hợp

Duy trì tốc độ tăng trưởng mạnh

Q1/2026, doanh thu thuần và LNST của MWG ghi nhận nhiều kết quả tích cực khi lần lượt đạt mức 46.462 tỷ (+29% YoY) và 2.758 tỷ (78% YoY), được hỗ trợ nhờ vào sự tăng trưởng mạnh của hầu hết các mảng kinh doanh chính. Cụ thể, doanh thu mảng ICT đạt 32.416 tỷ đồng (+33,5% YoY), hoàn thành 26% kế hoạch doanh thu năm 2026. Mức tăng trưởng này vượt xa tốc độ tăng trưởng chung của thị trường ICT-CE, chủ yếu nhờ doanh thu tại các cửa hàng hiện hữu cải thiện mạnh. Động lực tăng trưởng đến từ nhu cầu nâng cấp và thay thế thiết bị điện tử tích hợp AI ngày càng gia tăng, trong bối cảnh người tiêu dùng lo ngại nguy cơ gián đoạn nguồn cung chip trong thời gian qua, cùng với hiệu quả từ các chương trình trả chậm. Hiện nay, khoảng 38% doanh thu của mảng này đến từ các giao dịch trả góp/trả chậm. DSC cho rằng thị trường thiết bị điện tử đang bước vào giai đoạn có nhiều thay đổi khi làn sóng AI phát triển mạnh, thúc đẩy nhu cầu nâng cấp các thiết bị có khả năng hỗ trợ các tính năng AI mới cũng như những lo ngại liên quan đến nguy cơ thiếu hụt nguồn cung RAM có thể khiến một bộ phận người tiêu dùng đẩy nhanh quyết định mua sắm nhằm tránh rủi ro giá bán tăng trong tương lai. Ngoài ra, trong bối cảnh hoạt động mua sắm trực tuyến tiếp tục tăng trưởng, MWG được kỳ vọng hưởng lợi nhờ hệ sinh thái dịch vụ hậu mãi, đặc biệt là Thợ ĐMX, giúp người tiêu dùng dễ dàng tiếp cận dịch vụ lắp đặt và sửa chữa với mức giá minh bạch cùng chất lượng được đảm bảo. Trên cơ sở đó, DSC đánh giá KQKD mảng CE&ICT của MWG trong năm 2026 có khả năng vượt mục tiêu mà ban lãnh đạo đề ra.

Trong khi đó, chuỗi BHX ghi nhận doanh thu đạt 13.115 tỷ (+19% YoY). Trong kỳ, MWG đã mở thêm 280 cửa hàng BHX mới, đạt 28% so với kế hoạch 1,000 CH mới trong năm 2026. Do sự mở rộng nhanh chóng đó, doanh thu bình quân mỗi cửa hàng giảm về mức sắp xỉ 1,6 tỷ đồng/tháng (-16, 8% YoY). DSC đánh giá với việc mở cửa nhanh số lượng cửa hàng có thể gây áp lực trong ngắn hạn đến DT/CH của BHX tuy nhiên về trung và dài hạn đây vẫn là trụ cột tăng trưởng chính của MWG.

Biên lợi nhuận tiếp tục neo ở mức cao

BLNG của MWG trong Q1/2026 đạt 20,9%, tăng 100 điểm cơ bản so với cùng kỳ nhờ vào doanh thu từ các sản phẩm có BLNG cao như hàng tiêu dùng tăng mạnh cũng như doanh thu từ các hoạt động phụ trợ như Thợ ĐMX gia tăng. DSC dự báo BLNG năm 2026 có thể tăng lên 20–21% nhờ triển khai mô hình “family ship” giúp giảm 5–10% chi phí nhập hàng.

PHỤ LỤC:

Đánh giá Cơ cấu Cổ đông & Ban lãnh đạo

MWG

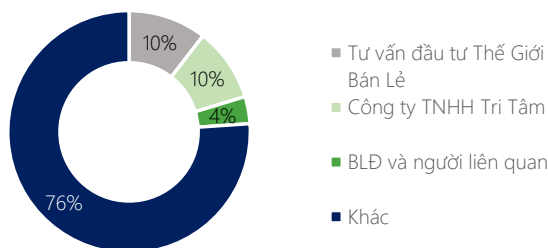
CTCP Đầu tư Thế Giới Di Động

DSC

CƠ CẤU CỔ ĐÔNG

Trong cơ cấu sở hữu của MWG, nhóm cổ đông lớn chiếm 25,26%. Trong đó, chiếm tỷ lệ cao nhất là Công ty TNHH MTV Tư vấn Đầu tư Thế giới Bán Lẻ với 10,44%, đây vốn là công ty thuộc sở hữu cá nhân của ông Nguyễn Đức Tài - Chủ tịch Hội đồng Quản trị của công ty. Ngoài ra, cá nhân ông Tài cũng sở hữu 2,21% cổ phần của công ty. Bên cạnh đó trong cơ cấu cổ đông của MWG còn xuất hiện khá nhiều cổ đông tổ chức là các quỹ tiêu biểu như nhóm quỹ Arisaig Asean Fund Limited (3,45%), Arisaig Global Emerging Markets Fund (1,07%),... Tỷ lệ sở hữu cổ phần của các nhà đầu tư khác là 76,08%.

CƠ CẤU CỔ ĐÔNG



Nguồn: MWG, DSC tổng hợp

BAN LÃNH ĐẠO

Hội đồng Quản trị và Ban điều hành của MWG quy tụ những nhà lãnh đạo giàu kinh nghiệm trong lĩnh vực bán lẻ, công nghệ và quản trị doanh nghiệp. Ông Nguyễn Đức Tài – Nhà sáng lập kiêm Chủ tịch HĐQT – được xem là nhân tố trung tâm định hình văn hóa doanh nghiệp và chiến lược phát triển dài hạn của MWG. Trong những năm gần đây, MWG đẩy mạnh trao quyền cho đội ngũ điều hành kế cận, đồng thời nâng cao tính chuyên nghiệp trong quản trị nhằm đáp ứng quy mô hoạt động ngày càng lớn. Sự kết hợp giữa kinh nghiệm của đội ngũ sáng lập và năng lực điều hành của thể hệ lãnh đạo mới được kỳ vọng sẽ tiếp tục là động lực giúp MWG duy trì tăng trưởng và củng cố vị thế dẫn đầu trong ngành bán lẻ Việt Nam.

CÔNG TY CON

MWG sở hữu 7 công ty con trực tiếp, 5 công ty con gián tiếp và 1 công ty liên doanh. Các công ty con còn lại đều hoạt động, phục vụ cho các mảng kinh doanh cốt lõi của doanh nghiệp là: bán lẻ CE&IC, thực phẩm&FMCGs, dịch vụ hỗ trợ và dược phẩm.

DANH SÁCH CÔNG TY CON VÀ CÔNG TY LIÊN KẾT		
Công ty con	Lĩnh vực kinh doanh	Tỷ lệ sở hữu
CTCP Đầu tư Điện Máy Xanh	Thương mại sản phẩm điện tử	98,95%
CTCP Công nghệ và Đầu tư Điện Máy Xanh	Quản lý đầu tư	94,99%
CTCP Thế Giới Số Trần Anh	Thương mại sản phẩm điện tử	99,33%
CTTNHH MTV Công nghệ Thông tin TGDD	CNTT	100%
CTCP Logistic Toàn Tín	Kho vận	99,99%
CTCP TNHH MTV Đầu tư Thiện Tâm	Quản lý đầu tư	100%
CTTNHH MTV Đầu tư An Nhi	Quản lý đầu tư	100%
Công ty con gián tiếp		
CTCP Thợ Điện Máy Xanh	Sửa chữa máy móc, thiết bị	98,94%
CTCP Thương mại BHX	Thương mại thực phẩm	94,94%
CTCP Dược phẩm An Khang	Bán lẻ dược phẩm	99,99%
CTTNHH MTV Thiện Tâm	Quản lý đầu tư	100%
CTTNHH Thương mại Avakids	Bán lẻ	100%
Công ty liên doanh		
PT Era Blu Elektronik	Thương mại sản phẩm điện tử	45%

PHỤ LỤC:

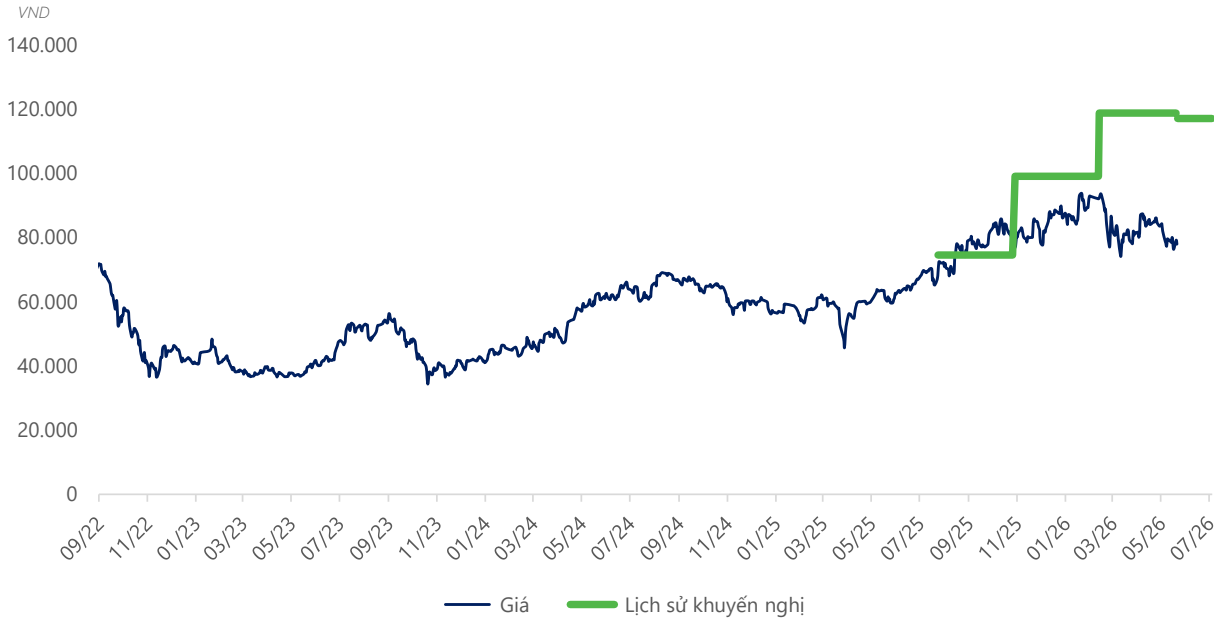
Lịch sử khuyến nghị Mô hình kinh doanh

MWG

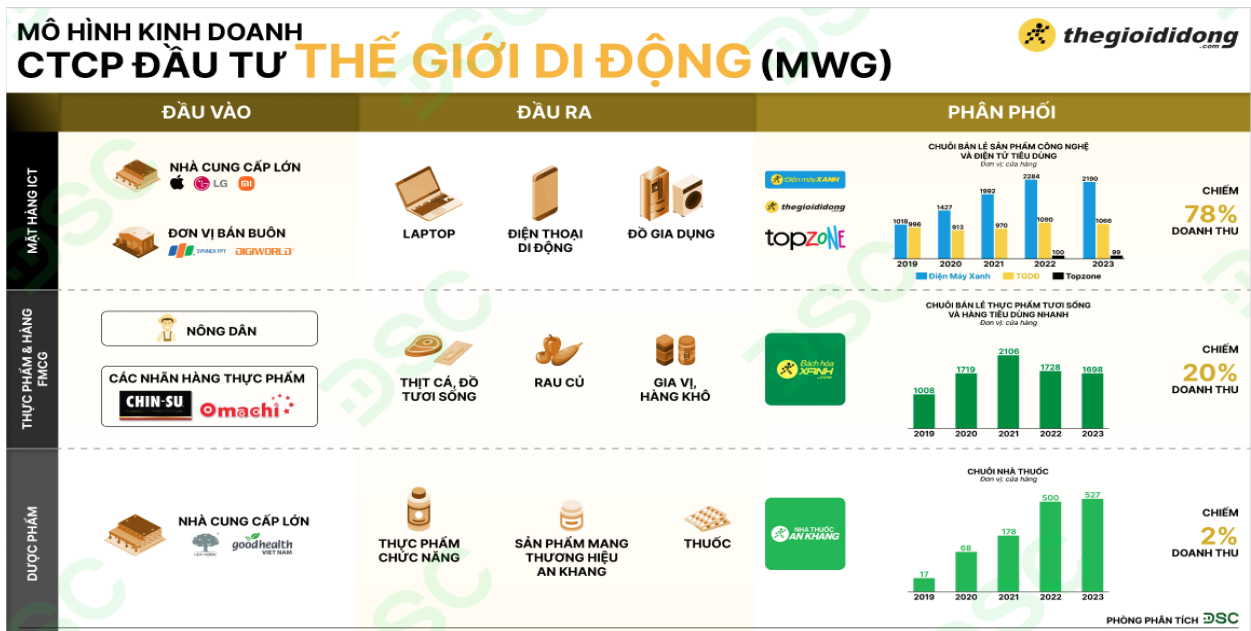
CTCP Đầu tư Thế Giới Di Động

DSC

LỊCH SỬ KHUYẾN NGHỊ



MÔ HÌNH KINH DOANH



Xác nhận của chuyên viên phân tích


Chúng tôi xác nhận rằng những quan điểm được trình bày trong báo cáo này phản ánh đúng quan điểm cá nhân của chúng tôi. Chúng tôi cũng xác nhận rằng không có phần thù lao nào của chúng tôi đã, đang, hoặc sẽ trực tiếp hay gián tiếp có liên quan đến các khuyến nghị hay quan điểm thể hiện trong báo cáo này. Các chuyên viên phân tích nghiên cứu phụ trách các báo cáo này nhận được thù lao dựa trên nhiều yếu tố khác nhau, bao gồm chất lượng, tính chính xác của nghiên cứu, và doanh thu của công ty, trong đó bao gồm doanh thu từ các đơn vị kinh doanh khác như bộ phận Môi giới tổ chức, hoặc Tư vấn doanh nghiệp.


Báo cáo miễn trừ trách nhiệm

Báo cáo này được viết và phát hành bởi Công ty Cổ phần Chứng khoán DSC. Báo cáo này được viết dựa trên nguồn thông tin đáng tin cậy vào thời điểm công bố. Công ty Cổ phần Chứng khoán DSC không chịu trách nhiệm về độ chính xác của những thông tin này. Quan điểm, dự báo và những ước lượng trong báo cáo này chỉ thể hiện ý kiến của tác giả tại thời điểm phát hành. Những quan điểm này không thể hiện quan điểm chung của Công ty Cổ phần Chứng khoán DSC và có thể thay đổi mà không cần thông báo trước. Báo cáo này chỉ nhằm mục đích cung cấp thông tin cho các tổ chức đầu tư cũng như các nhà đầu tư cá nhân của Công ty cổ phần chứng khoán DSC và không mang tính chất mời chào mua hay bán bất kỳ chứng khoán nào được thảo luận trong báo cáo này. Quyết định của nhà đầu tư nên dựa vào những sự tư vấn độc lập và thích hợp với tình hình tài chính cũng như mục tiêu đầu tư riêng biệt. Báo cáo này không được phép sao chép, tái tạo, phát hành và phân phối với bất kỳ mục đích nào nếu không được sự chấp thuận bằng văn bản của Công ty Cổ phần Chứng khoán DSC. Xin vui lòng ghi rõ nguồn trích dẫn nếu sử dụng các thông tin trong báo cáo này.

Liên hệ - Trung tâm phân tích DSC

HỘI SỞ CHÍNH

 Tầng 2, Thành Công Building, 80 Dịch Vọng Hậu, Cầu Giấy, Hà Nội

 (024) 3880 3456

 info@dsc.com.vn

Lê Công Nguyên,
Chuyên viên Phân tích
nguyen.lc@dsc.com.vn