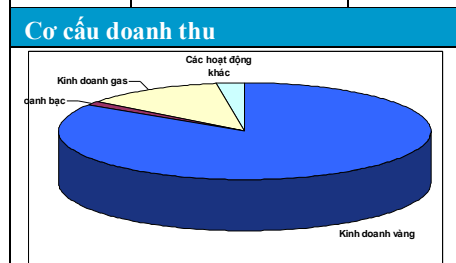


Ngày 14/1/2010	
Giá đóng cửa	58,500
P/E 2010	12.4
Giá mục tiêu	65,000

Thông tin cơ bản	
Sản phẩm chính	Nữ trang vàng, bạc
Vốn điều lệ (tỷ VND)	399
Vốn hóa thị trường (tỷ VND)	2,340
Sở hữu nước ngoài (%)	24.6%
Tỷ lệ HDQT và BKS (%)	7%

Khuyến nghị gần nhất		
Ngày xuất bản	Giá đóng cửa tại ngày ra khuyến nghị	Khuyến nghị



Tên công ty	CÔNG TY CP VÀNG BẠC ĐÁ QUÍ PHÚ NHUẬN
Khuyến nghị	MUA

Khuyến nghị đầu tư

PNJ là thương hiệu trang sức nổi tiếng hàng đầu Việt Nam, với các nhãn hiệu như: PNJ silver, PNJ gold, fine jewellery. Với trên 20 năm kinh nghiệm trong lĩnh vực kim hoàn, PNJ đã thiết lập cho mình một thị phần ổn định và hiện chỉ đứng sau SJC. Nhìn chung, các chỉ số tài chính cơ bản của công ty khá ổn định. Mức tăng trưởng bình quân doanh thu, lợi nhuận qua các năm tương đối cao, doanh thu hợp nhất trung bình hàng năm tăng trưởng 35%, lợi nhuận ròng bình quân tăng trưởng 30%.

EPS 2009 vào khoảng 4,900 đồng, EPS dự phóng 2010 đạt 4,700 đồng. Giá mục tiêu của cổ phiếu PNJ kỳ vọng là 65,000 đồng, cao hơn mức giá hiện tại 11%, ứng với P/E vào khoảng 13x. Chúng tôi khuyến nghị nhà đầu tư nên GIỮ hay chọn một mức giá hợp lý để MUA vào.

Những điểm chú ý

- **PNJ là thương hiệu trang sức hàng đầu Việt Nam. Chiếm khoảng 26% thị phần nữ trang vàng và 67% thị phần nữ trang bạc.**
- **Triển vọng phát triển nữ trang của thị trường Việt Nam rất cao.**
- **Ước tính cả năm 2009, PNJ đạt 9,111 tỷ đồng doanh thu (chưa hợp nhất), vượt 102% kế hoạch năm (4,500 tỷ) và 220 tỷ lợi nhuận trước thuế, vượt 18% kế hoạch năm (185 tỷ).**
- **Định hướng của PNJ trở thành một tập đoàn đa ngành, trong đó hoạt động kinh doanh trang sức được coi là cốt lõi. Hiện tại PNJ đang hoạt động trong lĩnh vực kinh doanh trang sức, gas và xe máy.**

Chỉ tiêu	Q4-08	Q1-09	Q2-09	Q3-09	Q4-09E	2009E	2010F
Doanh thu thuần (triệu đồng)	835,657	4,699,453	2,144,237	1,301,126	1,420,252	9,595,892	7,640,834
Tăng trưởng	-27%	462%	-54%	-39%	9%	130%	-20%
Tỷ lệ lợi nhuận gộp trên doanh thu	13.00%	4.00%	4.00%	8.00%	8.11%	5.12%	5.79%
Tỷ lệ lợi nhuận thuần trên doanh thu	6.00%	2.00%	2.00%	4.00%	4.61%	2.71%	3.27%
Lợi nhuận trước thuế (triệu đồng)	50,140	100,235	49,237	52,831	68,026	270,329	262,608
Lợi nhuận sau thuế (triệu đồng)	41,758	73,390	36,524	39,975	48,979	198,868	189,078
Tăng trưởng	29%	76%	-50%	9%	23%	44%	-5%
EPS (Đồng)	1,392	1,835	913	999	1,224	4,972	4,727

GIỚI THIỆU CÔNG TY



PNJ là thương hiệu trang sức hàng đầu Việt Nam, với 20 năm kinh nghiệm trong lĩnh vực kim hoàn.

PNJ định hướng trở thành một tập đoàn đa ngành, trong đó kinh doanh trang sức được coi là cốt lõi. Mạng kinh doanh vàng, bạc chiếm trên 80% doanh thu.

PNJ có hệ thống phân phối rộng khắp cả nước với 100 cửa hàng và 15 chi nhánh.

Chiến lược phát triển của công ty

Thành phần sở hữu

Tên công ty : Công ty cổ phần vàng bạc đá quý Phú Nhuận

Mã giao dịch : PNJ

Sàn GD: HOSE

Tên viết tắt : PNJ

Địa chỉ : 170E Phan Đăng Lưu, P.3, Quận Phú Nhuận, Tp HCM

Điện thoại : +84 - 08 3.9951703 – 3.9951704

Website : Website: www.pnj.com.vn

PNJ được thành lập vào ngày 28/04/1988, tiền thân là Cửa hàng Kinh doanh Vàng bạc Đá quý Quận Phú Nhuận. Tháng 01/2004, PNJ chính thức chuyển sang hoạt động theo mô hình công ty cổ phần với tên gọi là Công ty Cổ phần Vàng bạc Đá quý Phú Nhuận. Ngày 26/12/2008, 30 triệu cổ phiếu PNJ chính thức niêm yết trên sàn HOSE.

Trải qua 20 năm hình thành và phát triển, từ một cửa hàng kinh doanh vàng bạc đá quý cấp quận, đến nay PNJ đã là một thương hiệu lớn trong ngành kim hoàn và nằm trong Top 200 doanh nghiệp lớn của Việt Nam.

PNJ định hướng trở thành một tập đoàn đa ngành, trong đó kinh doanh trang sức được coi là cốt lõi. Hiện hoạt động chính của công ty vẫn là kinh doanh vàng, bạc chiếm trên 80% doanh thu của công ty; hoạt động kinh doanh gas và xe máy chiếm khoảng 12% doanh thu.

PNJ là doanh nghiệp bán lẻ hàng đầu Việt Nam, với 3 thương hiệu nổi tiếng PNJ silver, PNJ gold và fine jewellery, hiện tại PNJ chiếm khoảng 26% thị phần nữ trang vàng và 67% thị phần nữ trang bạc.

Tốc độ tăng trưởng doanh thu các nhãn hiệu rất ngoạn mục: PNJ silver (2005 tăng 81%, 2006 tăng 76%, 2007 tăng 9% và 2008 tăng 30%), PNJ gold (2005 tăng 19%, 2006 tăng 23%, 2007 tăng 25% và 2008 tăng 29%), nhãn hiệu CAO fine jewellery tuy mới chỉ có 2 năm hoạt động, nhưng đã khẳng định được thương hiệu của mình và ngày càng đáp ứng được nhu cầu của phân khúc thị trường cao cấp.

Hiện tại hệ thống phân phối của PNJ gồm trên 100 cửa hàng, 15 chi nhánh và 3 chi nhánh lớn hiện đang trong quá trình xây dựng tại Hà Nội, Đà Nẵng và Cần Thơ.

Sản phẩm của công ty không chỉ được tiêu thụ trong nước mà còn được xuất khẩu sang các nước khác. Thị trường xuất khẩu khá ổn định như: Mỹ, Đan Mạch, Đức...

Các chiến lược phát triển của công ty:

- ❖ Tăng cường mở rộng qui mô, nâng cao số lượng và chất lượng lao động để đáp ứng nhu cầu mở rộng sản xuất kinh doanh.
- ❖ Ưu tiên phát triển về công nghệ, đẩy mạnh đầu tư về dây chuyền sản xuất cho hai xí nghiệp nữ trang PNJ1 và PNJ2.
- ❖ Đầu tư vào khâu thiết kế và phát triển sản phẩm mới.
- ❖ Đầu tư tài chính vẫn là một kênh đầu tư sinh lời mà PNJ hướng đến.

Hiện tại, tỷ lệ sở hữu của cổ đông trong nước là 76.4%, cổ đông nước ngoài là 24.6%. Cổ phiếu của PNJ rất được nhà đầu tư nước ngoài quan tâm. Cụ thể quỹ đầu tư VAF chiếm 6.67%, VOF chiếm 4%, VIL sở hữu 4.15% cổ phiếu của PNJ

PHÂN TÍCH NGÀNH

Ngành công nghiệp trang sức, tiềm năng phát triển còn rất cao.

Định hướng phát triển của ngành kim hoàn Việt Nam là không chỉ phát triển trong nội địa mà còn vươn ra thị trường quốc tế.

Ngành kinh doanh nữ trang sẽ phát triển tốt trong dài hạn.

Nguyên liệu đầu vào của ngành kim hoàn là vàng, bạc, đá quý. Chính vì vậy mà giá cả đầu vào phụ thuộc rất nhiều vào biến động giá thế giới.

Giá vàng trong nước



Ngày nay, khi đời sống người dân càng nâng cao, với mức thu nhập được cải thiện, nhu cầu về làm đẹp cũng được chú trọng đáng kể. Đây là cơ hội để ngành trang sức vàng, bạc ngày càng phát triển.

Tuy ngành công nghiệp trang sức vẫn là một ngành mới ở Việt Nam nhưng tốc độ tăng trưởng đang có chiều hướng tăng mạnh trong vài năm qua. Theo số liệu của Tổng cục Thống kê, năm 2008 tốc độ tăng trưởng của ngành tăng 31.5% so với năm 2007. Hệ thống các cửa hàng, tiệm bán lẻ truyền thống dần chuyển thành các cửa hàng kinh doanh hiện đại.

Các doanh nghiệp hàng đầu ngành kim hoàn Việt Nam là SJC, PNJ, VJC... Trong đó thị phần của SJC khá cao, chiếm 86%. Tiếp theo là đến thị phần của PNJ khoảng 6%. Hiện tại, trong ngành kim hoàn, PNJ là doanh nghiệp vàng đầu tiên niêm yết

Cùng với sự phát triển và hội nhập của nền kinh tế Việt Nam, ngành nữ trang sẽ có nhiều cơ hội phát triển cả thị trường nội địa lẫn quốc tế. Với những thế mạnh mà không phải quốc gia nào cũng có, đó là lợi thế về nguồn nhân công rẻ, các nghệ nhân kim hoàn lại có tay nghề cao. Hiện tại sản phẩm của Việt Nam đã có thể cạnh tranh với các nước trong khu vực như: Indonesia, Malaysia...

Để đẩy mạnh xuất khẩu vàng nữ trang, các chuyên gia trong lĩnh vực kim hoàn cho rằng, doanh nghiệp cần phải thực hiện kết hợp cả 2 quá trình: Tích tụ vốn và tập trung vốn. Trong quá trình tích tụ vốn, mỗi doanh nghiệp phải trích một phần lợi nhuận để hiện đại hoá, nâng cao năng lực sản xuất kinh doanh. Nếu thực hiện tốt hai quá trình này thì xuất khẩu trang sức sẽ đem lại nguồn lợi nhuận lớn cho các doanh nghiệp trong ngành kim hoàn.

Triển vọng của ngành nữ trang trong dài hạn sẽ rất tốt khi kinh tế tăng trưởng. Tuy nhiên, trong ngắn hạn khi kinh tế đang trong giai đoạn suy thoái, ngành nữ trang sẽ gặp nhiều khó khăn khi phải đối đầu với việc sức mua các mặt hàng cao cấp giảm sút.

Năm 2009, có thể coi là một năm biến động dữ dội của giá vàng và để lại nhiều dấu ấn.

Vàng được xem là nơi trú ẩn an toàn cho đồng vốn mỗi khi nền kinh tế biến động. Chính vì vậy, từ khi khủng hoảng kinh tế toàn cầu xảy ra, giá vàng tăng đột biến. Giá vàng ngày 31/12/2009 tăng 48.8% so với cùng kỳ 2008, tháng 12/2009 có lúc giá vàng lên đến 29 triệu một lượng. Trong khi trong thời gian tương ứng, giá tiêu dùng tăng 6.52% và giá USD tăng 10.7%.

Trước những biến động bất ổn, nhu cầu mua vàng để đầu tư ngày càng tăng. Đây là cơ hội cho doanh nghiệp kinh doanh vàng, bạc. Tuy nhiên, nếu không có một chính sách hợp lý để ổn định giá đầu vào thì sẽ ảnh hưởng rất lớn đến tình hình kinh doanh của doanh nghiệp, vì giá vốn hàng bán chiếm trên 90% doanh thu của các doanh nghiệp hoạt động trong lĩnh vực này.

Năm 2010, dự kiến giá vàng thế giới sẽ giảm so với 2009, do nền kinh tế toàn cầu đang trên đà phục hồi.

PHÂN TÍCH CẠNH TRANH

Mức độ cạnh tranh trong lĩnh vực kim hoàn khá cao.

Trải qua 20 năm kinh nghiệm, PNJ trở thành doanh nghiệp hàng đầu trong lĩnh vực kinh doanh trang sức Việt Nam.

PHÂN TÍCH SWOT

Mức độ cạnh tranh trong lĩnh vực kim hoàn khá cao. Hiện nay, cả nước có khoảng 8,000 doanh nghiệp hoạt động trong lĩnh vực sản xuất, kinh doanh và xuất nhập khẩu vàng bạc đá quý. Các doanh nghiệp trong nước còn chịu sự cạnh tranh gay gắt từ các tập đoàn nước ngoài (nhãn hiệu nữ trang nổi tiếng Kabana đến từ Mỹ, Garavelli từ Ý ...) đang thâm nhập vào thị trường Việt Nam với những dòng sản phẩm cao cấp, mẫu mã đẹp.

Từ đầu năm 2009, việc nhập khẩu các mặt hàng nữ trang giá rẻ từ Trung Quốc, kim cương giá rẻ từ Ấn Độ đã gây sức ép rất lớn cho các doanh nghiệp kinh doanh trong ngành kim hoàn của Việt Nam.

Là một doanh nghiệp sản xuất và kinh doanh nữ trang chuyên nghiệp, trong thời gian qua, PNJ đã không ngừng đầu tư phát triển trên tất cả các lĩnh vực từ đội ngũ nhân sự, quy trình quản lý, máy móc thiết bị, công nghệ... đặc biệt là xây dựng hệ thống phân phối rộng khắp cả nước nhằm khẳng định vị trí hàng đầu của mình trong ngành kinh doanh trang sức.

Điểm mạnh

- 20 năm kinh nghiệm, PNJ được mọi người biết đến là một doanh nghiệp hàng đầu trong lĩnh vực kinh doanh trang sức và là thương hiệu mạnh của Việt Nam.
- Hệ thống phân phối rộng khắp cả nước với 100 cửa hàng và 15 chi nhánh.
- PNJ tập trung đẩy mạnh đầu tư vào khâu phát triển công nghệ và nghiên cứu sản phẩm mới, chính vì vậy mà sản phẩm của PNJ luôn đáp ứng được nhu cầu ngày càng cao của người tiêu dùng, và dành nhiều giải thưởng như: Doanh nghiệp dẫn đầu hàng Việt Nam chất lượng cao, ... và được tạp chí Retail Asia bình chọn top 500 doanh nghiệp bán lẻ hàng đầu Châu Á- Thái Bình Dương.

Điểm yếu

- Sự không ổn định của chi phí đầu vào, ảnh hưởng rất lớn đến tình hình kinh doanh của công ty. Do giá vàng, tỷ giá trong thời gian gần đây biến động rất lớn.
- Những rủi ro kèm theo của việc đa dạng hóa đầu tư.

Cơ hội

- Đời sống ngày càng nâng cao, người ta càng quan tâm hơn đến những trang sức làm đẹp có chất lượng và thương hiệu.

Thách thức

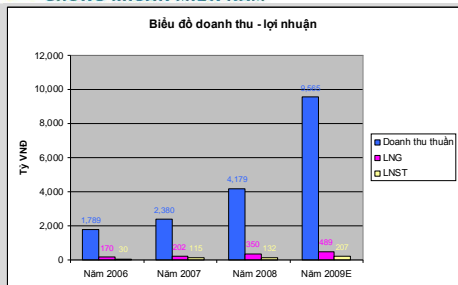
- Mức độ cạnh tranh trong ngành khá cao.
- Trước tình hình khó khăn của nền kinh tế, người dân thắt chặt chi tiêu, nhu cầu tiêu thụ các sản phẩm trang sức của PNJ sẽ giảm đáng kể.

PHÂN TÍCH TĂNG TRƯỞNG

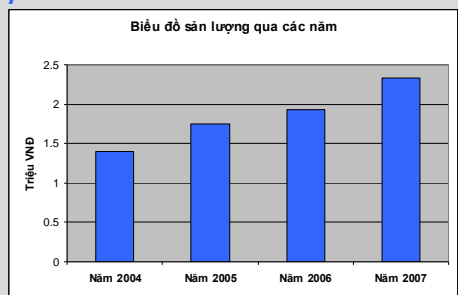
Mức tăng trưởng giữa doanh thu và lợi nhuận hàng năm của tương đối cao.

1. Tốc độ tăng trưởng doanh thu và lợi nhuận:

Nhìn vào biểu đồ ta thấy, doanh thu và lợi nhuận hàng năm của PNJ tăng trưởng mạnh. Doanh thu hợp nhất trung bình hàng năm tăng trưởng 35%, lợi nhuận ròng bình quân tăng trưởng 30%.

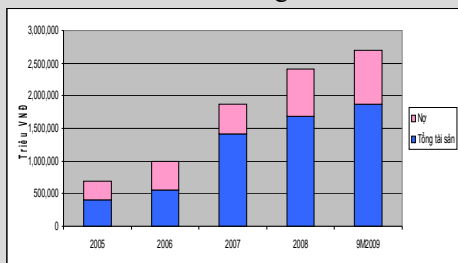


Tốc độ tăng trưởng sản lượng bình quân 20% năm.



Tốc độ tăng trưởng tổng tài sản của PNJ khá cao. Bình quân 50%/năm.

Biểu đồ cơ cấu nguồn vốn



Năm 2008, có thể nói là một năm đầy khó khăn đối với cả Việt Nam và quốc tế, chúng ta đang lâm vào cuộc khủng hoảng kinh tế toàn cầu. Tuy nhiên PNJ lại có một năm kinh doanh thành công rực rỡ. Doanh thu năm 2008 đạt 4,179 tỷ đồng tăng 76% so với cùng kỳ năm ngoái, LNTT đạt 167 tỷ đồng tăng 26% so với năm 2007. PNJ có kết quả kinh doanh tốt như vậy là do PNJ tái tung vàng miếng Phượng Hoàng vào tháng 4/2008 và nhu cầu mua vàng miếng tích trữ ngày càng tăng trước những biến động bất ổn của tình hình kinh tế.

Năm 2009, mặc dù tình hình kinh tế vẫn tiếp tục khó khăn, đặt ra nhiều thách thức cho doanh nghiệp, kết quả kinh doanh cả năm của công ty vẫn rất khả quan, tổng doanh thu chưa hợp nhất của công ty đạt 9,111 tỷ đồng, vượt 102 % so với kế hoạch năm là 4,500 tỷ đồng và lợi nhuận trước thuế đạt 220 tỷ đồng, vượt 18.9% kế hoạch, tăng 45% so với năm 2008. Doanh thu tăng mạnh là do hoạt động xuất khẩu vàng vào quý 1/ 2009 đã đem về cho PNJ một khoảng doanh thu lớn 3,450 tỷ đồng chiếm 38% doanh thu cả năm 2009. Doanh thu tăng trưởng cao, nhưng lợi nhuận trước thuế chỉ tăng trưởng 45% do mảng kinh doanh vàng có lợi nhuận gộp khá thấp, tỷ suất lợi nhuận biên của vàng miếng xuất khẩu là 2.5%, tỷ suất lợi nhuận biên vàng miếng bán trong nước 0.4%. Trong khi đó, doanh thu của mảng kinh doanh vàng lại chiếm khoảng 80%, vì vậy tỷ suất lợi nhuận biên cả năm 2009 chỉ vào khoảng 5.12%, giảm so với mức 8.4% năm 2008.

2. Tốc độ tăng trưởng sản lượng:

PNJ hiện đang có 2 xí nghiệp, PNJ1 và PNJ2 với dây chuyền sản xuất hiện đại, có khả năng đáp ứng được các đơn hàng lớn (200,000 sản phẩm/tháng). PNJ dự kiến sẽ sáp nhập hai xưởng này lại với nhau để nâng cao năng lực sản xuất, thiết lập một phân xưởng mới có qui mô lớn và hiện đại, chuyên gia công trang sức vàng, bạc, đá quý.

Tốc độ tăng trưởng sản lượng sản xuất bình quân của PNJ là 20%/ năm. Tốc độ tăng trưởng này khá cao, chứng tỏ sản phẩm PNJ ngày càng được sự quan tâm nhiều hơn của người tiêu dùng.

3. Tốc độ tăng trưởng tài sản, nguồn vốn:

Giai đoạn 2006-2009, tốc độ tăng trưởng tài sản của PNJ khá cao, bình quân 50%/ năm. Mức tăng trưởng cao nhất vào năm 2007, tổng tài sản của PNJ tăng từ 560 tỷ đồng lên 1,415 tỷ đồng, tăng trưởng 152% (trong năm 2007 PNJ 3 lần nâng vốn điều lệ từ 100 – 300 tỷ đồng)

Tốc độ tăng trưởng vốn chủ sở hữu khá cao, bình quân giai đoạn 2006-2009 là 150%. Trong quá trình hoạt động của mình, PNJ đã 7 lần nâng vốn điều lệ từ 40 tỷ năm 2004 lên 400 tỷ năm 2009.

PNJ không ngừng mở rộng qui mô, đây là một trong những chiến lược phát triển của công ty, khẳng định vị thế hàng đầu của mình trong ngành công nghiệp trang sức.

Do đặc điểm của ngành kinh doanh vàng, bạc, đá quý nên tỷ lệ tài sản ngắn hạn khá cao, chiếm khoảng 50% tổng tài sản, trong đó các khoản tiền và tương đương tiền chiếm khoảng 65% tài sản ngắn hạn, nhưng quý 3/2009 giảm chỉ còn 35%.

Trong tài sản dài hạn của công ty, bên cạnh tài sản cố định, PNJ còn đầu tư vào các công ty con: CTCP Năng Lượng Đại Việt (70% vốn cổ phần), Công ty TNHH Bình khí đốt Hong Vina (70% vốn cổ phần), CTCP Hải sản SG (57.63% vốn cổ phần) và đầu tư dài hạn vào Ngân hàng TMCP Đông Á,

CTCP Sài Gòn M&C, CTCP Địa ốc Đông Á... PNJ đang hướng tới một tập đoàn đa ngành, nhưng hoạt động chính vẫn là kinh doanh trang sức.

Quý 3/ 2009 tỷ lệ nợ của PNJ là 44%, trong đó tỷ lệ nợ ngắn hạn chiếm khoảng 90% tổng nợ, chủ yếu là do chính sách của công ty về việc kiểm soát giá đầu vào của nguyên liệu, PNJ luôn vay vàng đối ứng với các ngân hàng, khi nào có khách hàng đặt thì mới mua về.

TRIỂN VỌNG KINH DOANH

Dự kiến năm 2010, doanh thu khoảng 7,640 tỷ đồng, LNST khoảng 189 tỷ đồng.

Năm 2010, chúng tôi dự kiến doanh thu PNJ sẽ vào khoảng 7,640 tỷ đồng, giảm 20% và LNST vào khoảng 189 tỷ đồng, giảm 8% so với năm 2009.

Cơ bản thì Việt Nam là nước nhập khẩu vàng. Theo số liệu thống kê NHNN, năm 2005 nhập 48 tấn, năm 2006 nhập 91 tấn, năm 2007 nhập 51 tấn và năm 2008 là 90.5 tấn. Riêng năm 2009, chính phủ cấp phép cho doanh nghiệp xuất khẩu 26.7 tấn vàng miếng để giải quyết vấn đề thâm hụt cán cân thương mại. Vì vậy năm 2010 PNJ sẽ khó có khoảng doanh thu bất thường từ xuất khẩu vàng. Doanh thu năm 2010 PNJ có khả năng sẽ giảm 20% so với năm 2009.

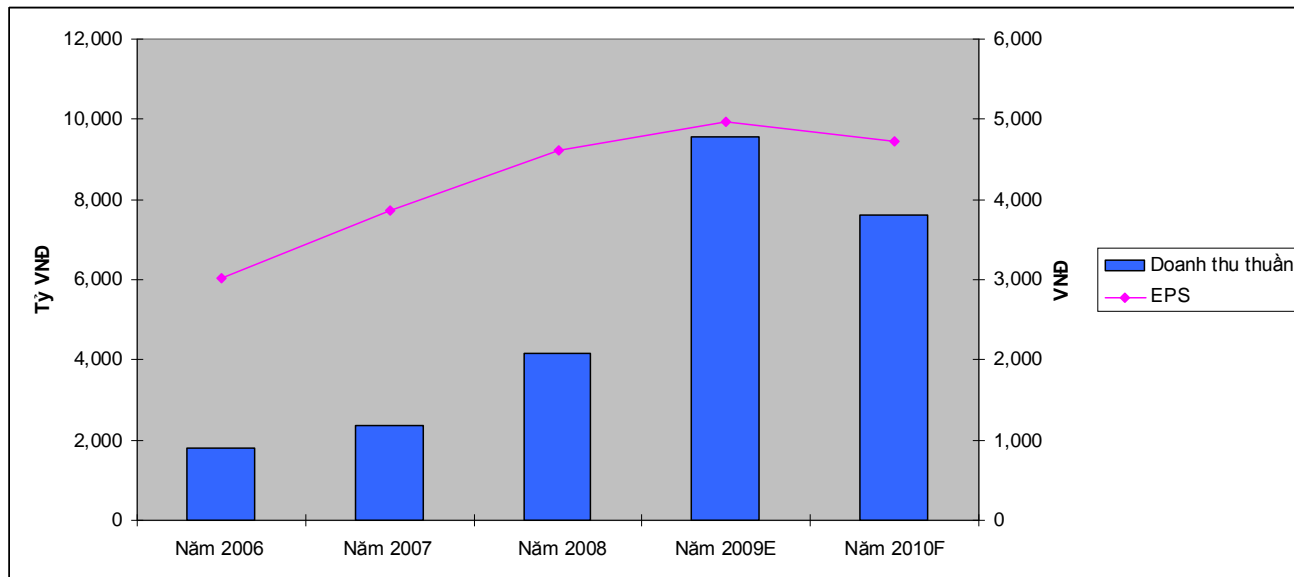
Năm 2010, kỳ vọng GDP tăng trưởng 6%, nền kinh tế sẽ phục hồi trở lại, nhu cầu các sản phẩm cao cấp ngày càng tăng, tình hình kinh doanh của PNJ sẽ khả quan hơn. Tuy doanh thu từ mảng kinh doanh vàng miếng giảm, nhưng doanh thu từ kinh doanh nữ trang vàng, bạc sẽ tăng lên, mảng kinh doanh này đem lại tỷ suất lợi nhuận gộp cao cho công ty, khoảng 40%, vì vậy doanh thu 2010 giảm 20% so với 2009 nhưng lợi nhuận sau thuế chỉ giảm 8%.

Các khoản đầu tư tài chính kỳ vọng đem lại lợi nhuận cao cho PNJ.

PNJ có hệ thống quản lý chất lượng vận hành tốt, chất lượng sản phẩm được đảm bảo ở mức cao, tạo sự tin tưởng cho người tiêu dùng.

Bên cạnh hoạt động kinh doanh trang sức, PNJ còn đa dạng đầu tư vào các lĩnh vực: kinh doanh gas, xe máy, bất động sản, ngân hàng... thông qua các hoạt động đầu tư tài chính. Nền kinh tế Việt Nam 2010 kỳ vọng tăng trưởng tốt, thị trường chứng khoán cũng khá hơn năm 2009. Các khoản đầu tư tài chính của PNJ kỳ vọng sẽ đem lại lợi nhuận cao cho công ty.

TĂNG TRƯỞNG DOANH THU VÀ EPS



PHÂN TÍCH TỶ LỆ

Phân tích tỷ lệ					
	2006	2007	2008	2009(E)	2010(F)
Tăng trưởng					
Doanh thu		33.03%	75.61%	128.89%	-20.52%
Lợi nhuận biên bán hàng		-10.54%	-1.39%	-38.92%	13.16%
Lợi nhuận kinh doanh		347.74%	27.32%	66.00%	-4.04%
Lãi sau thuế		281.47%	14.65%	57.28%	-8.83%
Phân tích khả năng lợi nhuận					
Tỷ lệ lợi nhuận gộp trên doanh thu	9.50%	8.49%	8.38%	5.12%	5.79%
Tỷ lệ lợi nhuận từ HĐKD trên doanh thu	1.53%	5.16%	3.74%	2.71%	3.27%
Tỷ lệ lợi nhuận ròng trên doanh thu	1.69%	4.83%	3.16%	2.17%	2.49%

KHUYẾN CÁO

Nội dung bản tin này do Công ty Cổ phần Chứng khoán Miền Nam (MNSC) cung cấp chỉ mang tính chất tham khảo. Mặc dù mọi thông tin đều được thu thập từ các nguồn tin đáng tin cậy, nhưng MNSC không đảm bảo tuyệt đối độ chính xác của thông tin và không chịu trách nhiệm đối với bất kỳ vấn đề nào liên quan đến việc sử dụng bản tin này.

Các ý kiến, dự báo và ước tính chỉ thể hiện quan điểm của người viết tại thời điểm phát hành, báo cáo chỉ nhằm mục đích cung cấp thông tin tham khảo chứ không mang tính chất mời chào mua hay bán và nắm giữ bất cứ cổ phiếu nào.

Báo cáo này là tài sản của Công ty Cổ phần Chứng khoán Miền Nam (MNSC). Không ai được phép sao chép, tái sản xuất, phát hành cũng như tái phân phối báo cáo này vì bất cứ mục đích nào nếu không có sự đồng ý của MNSC. Xin vui lòng ghi rõ nguồn khi trích dẫn các thông tin trong báo cáo này.

LIÊN HỆ

PHÒNG PHÂN TÍCH CÔNG TY CỔ PHẦN CHỨNG KHOÁN MIỀN NAM

Địa chỉ: Tòa nhà N'ORCH lầu 2, 170 – 172 -172E, Bùi Thị Xuân, Q.1, Tp.HCM

Tel: (848) 2556518 – Fax (848) 2556519

Email: ppt-mnsc@miennamstocks.com.vn

Website : www.mnsc.vn