

HƯỚNG ĐI MỚI, CƠ HỘI MỚI

18/03/2025

KHUYẾN NGHỊ	MUA
Giá hợp lý	48,500
Giá hiện tại	40,100
Tiềm năng tăng/giảm	21%

THÔNG TIN CỔ PHIẾU

CP đang lưu hành (triệu)	219.2
Free float (%)	59%
Vốn hóa (tỷ VND)	9,018.79
KL GDTB 3 tháng (cổ phiếu)	1,217,314
Sở hữu nước ngoài (%)	19.00%
Ngày niêm yết đầu tiên	03/08/2015

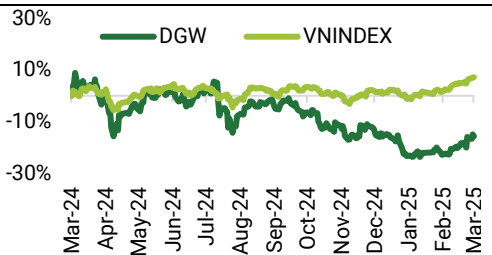
CƠ CẤU CỔ ĐÔNG

Công ty TNHH Created Future	31.73%
Công ty TNHH MTV DKP	5.03%
Công ty TNHH MTV DHV	4.13%
Công ty TNHH TOHT	3.11%
Khác	56.00%

KHÍA CẠNH TRỌNG YẾU

TTM EPS (VND)	2,025
BVPS (VND)	13,592
Nợ/VCSH	82.56%
ROA (%)	5.56%
ROE (%)	15.93%
P/E	19.93
P/B	3.03
Tỷ suất cổ tức (%)	1.25%

BIẾN ĐỘNG GIÁ CỔ PHIẾU



SƠ LƯỢC VỀ CÔNG TY

Công ty cổ phần Thế Giới Số (HSX: DGW) có tiền thân là công ty TNHH Hoàng Phương thành lập năm 1997, chủ yếu phân phối các sản phẩm linh kiện điện tử. Sau 28 năm xây dựng và phát triển, DGW hiện là một trong hai nhà phân phối sản phẩm công nghệ thông tin lớn nhất Việt Nam, hợp tác với hơn 30 thương hiệu công nghệ hàng đầu thế giới. Từ khi thành lập đến nay, Công ty luôn được biết đến như là một trong những nhà cung cấp dịch vụ phát triển thị trường hàng đầu của Việt Nam.

CHUYÊN VIÊN PHÂN TÍCH

Dương Trung Hoa
hoaduong@phs.vn

- Kết thúc năm 2024, DGW ghi nhận mức tăng trưởng tích cực ở tất cả các ngành hàng, với doanh thu thuần tăng 17.3% YoY đạt 22,078 tỷ đồng và LNST tăng 25.3% YoY đạt 444 tỷ đồng, hoàn thành 96% kế hoạch doanh thu và 91% kế hoạch lợi nhuận.
- DGW sở hữu lợi thế cạnh tranh mạnh mẽ với dịch vụ phát triển thị trường (MES), chiến lược D2C (Direct-to-Customer) và hệ sinh thái phân phối đa kênh hiệu quả. Về triển vọng năm 2025F, chúng tôi kỳ vọng ngành hàng ICT sẽ bước vào chu kỳ nâng cấp thiết bị mới đối với nhóm người dùng mua máy trong giai đoạn 2020 – 2021 và được thúc đẩy khi Windows 10 ngừng hỗ trợ từ tháng 10/2025. Ngoài ra, xu hướng cao cấp hóa diễn ra mạnh mẽ sẽ là động lực tăng trưởng cho ngành.
- Bên cạnh đó, chúng tôi kỳ vọng ngành hàng thiết bị văn phòng và đồ gia dụng sẽ đóng góp lớn vào tốc độ tăng trưởng chung của DGW qua xu hướng chuyển đổi số, quá trình đô thị hóa mạnh mẽ tại Việt Nam và sự hợp tác với các thương hiệu lớn như Xiaomi, Philips...
- Tại Forward P/E 25E là 14.9x, DGW đang giao dịch thấp hơn mức trung bình 5 năm là 16.8x. Sử dụng phương pháp DCF và P/E, chúng tôi ước tính giá hợp lý đối với DGW là 48,500 VND/cổ phiếu. Do đó, chúng tôi đưa ra khuyến nghị **MUA** với mức tăng giá tiềm năng là 21%.

Dự phóng KQKD 2025F và 2026F

Chúng tôi dự phóng DGW sẽ ghi nhận doanh thu thuần năm 2025F/26F lần lượt tăng 10.2%/10.5% YoY đạt 24,335/26,899 tỷ đồng. Mảng máy tích xách tay, máy tính bảng và điện thoại dự kiến tăng trưởng chậm dựa trên (1) thị trường bước vào chu kỳ nâng cấp thiết bị đối với nhóm người dùng mua máy trong giai đoạn 2020 – 2021 và Windows 10 ngừng hỗ trợ từ tháng 10/2025, (2) xu hướng cao cấp hóa diễn ra mạnh mẽ, được dẫn dắt bởi thiết bị tích hợp AI có giá bán cao hơn 10 – 15% và đóng góp từ dòng iPhone (Apple). Trong khi đó, mảng thiết bị văn phòng và đồ gia dụng có triển vọng tăng trưởng khả quan hơn nhờ xu hướng chuyển đổi số và quá trình đô thị hóa mạnh mẽ tại Việt Nam. Đóng góp của 2 mảng này trong cơ cấu doanh thu DGW được kỳ vọng tăng lên mức 21.6%/4.7% trong năm 2025 (từ mức 19.9%/4.5% năm 2024), dẫn đến biên lợi nhuận gộp DGW mở rộng lên mức 10.0% nhờ 2 ngành hàng này có biên lợi nhuận cao hơn.

Điểm nhấn đầu tư

(1) Dịch vụ phát triển thị trường là lợi thế cạnh tranh của DGW: Khác với các nhà bán sỉ thông thường chỉ nhập hàng và phân phối lại cho các đơn vị bán lẻ, dịch vụ phát triển thị trường (MES) của DGW bao gồm nghiên cứu thị trường, marketing, hậu cần (nhập khẩu, kho bãi...), phân phối và hậu mãi, mang lại giá trị gia tăng cao hơn cho cả khách hàng và chính bản thân DGW. Mô hình kinh doanh của công ty độc đáo, mang tính linh hoạt giúp tận dụng cơ hội mở rộng ngành, tránh rơi vào tình trạng bão hòa.

(2) Chiến lược D2C (Direct-to-Customer) tối ưu hóa chuỗi giá trị doanh nghiệp: DGW đang đẩy mạnh phát triển theo chiều dọc với chiến lược D2C tiếp cận trực tiếp với khách hàng, bao gồm 2 hướng: vận hành Brandshops và đầu tư cổ phần không chi phối vào các đơn vị kinh doanh trên các sàn thương mại điện tử. Với nền tảng dịch vụ MES sẵn có, chúng tôi cho rằng