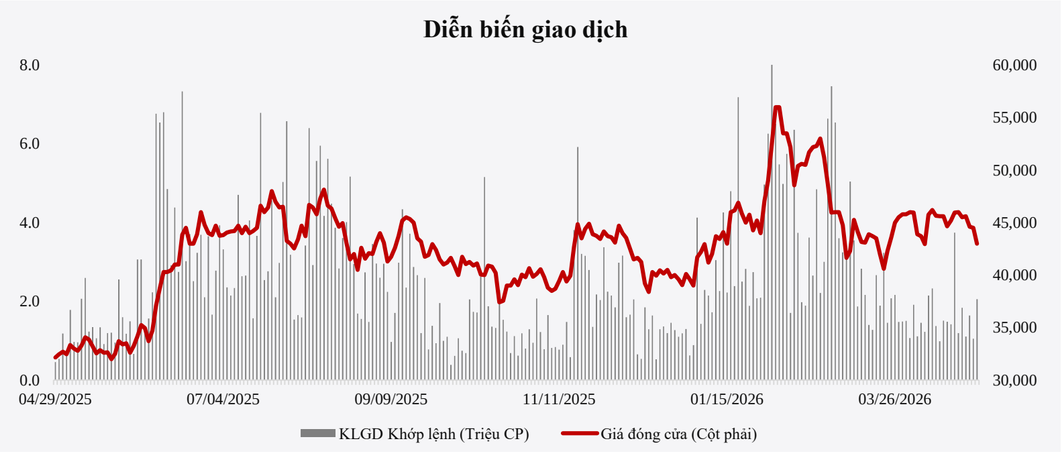
PBSV

PHÂN TÍCH CỔ PHIẾU

CTCP THẾ GIỚI SỐ - DGW

Ngày 29 tháng 04 năm 2026

CTCP THẾ GIỚI SỐ - DGW



Ngày báo cáo	29/04/2026
Giá hiện tại (VND)	43,450
Giá mục tiêu (VND)	51,400
Upside (%)	+ 18.30%
Vốn hóa thị trường (Tỷ VND)	9,609.78
Biến động 1 năm (%)	+ 33.72%
Khối lượng trung bình 52 tuần (Cổ phiếu)	2,526,978

Nhận định

Chúng tôi khuyến nghị MUA đối với cổ phiếu DGW, giá mục tiêu 51,400 VND/cổ phiếu (+18.30%), với các điểm đáng chú ý sau:

- **Ở mảng ICT (laptop, máy tính bảng và điện thoại), chúng tôi kỳ vọng tăng trưởng duy trì ở mức ổn định với CAGR 2026-2030 đạt khoảng 4%.** Laptop tiếp tục là động lực chính nhờ xu hướng cao cấp hóa và giá bán trung bình tăng, trong khi mảng máy tính bảng kém tích cực nhưng ảnh hưởng tới doanh nghiệp không đáng kể do tỷ trọng trong doanh thu thấp (~3% trong cơ cấu doanh thu MTXT và MTB). Với điện thoại, thị trường đã bước vào giai đoạn trưởng thành, tăng trưởng chủ yếu đến từ việc tăng giá bán, trong khi cạnh tranh gia tăng có thể hạn chế khả năng mở rộng thị phần của DGW. Việc bổ sung thương hiệu Motorola được kỳ vọng tạo thêm động lực tăng trưởng mới, với mục tiêu đạt khoảng 5% thị phần trong 3 năm.

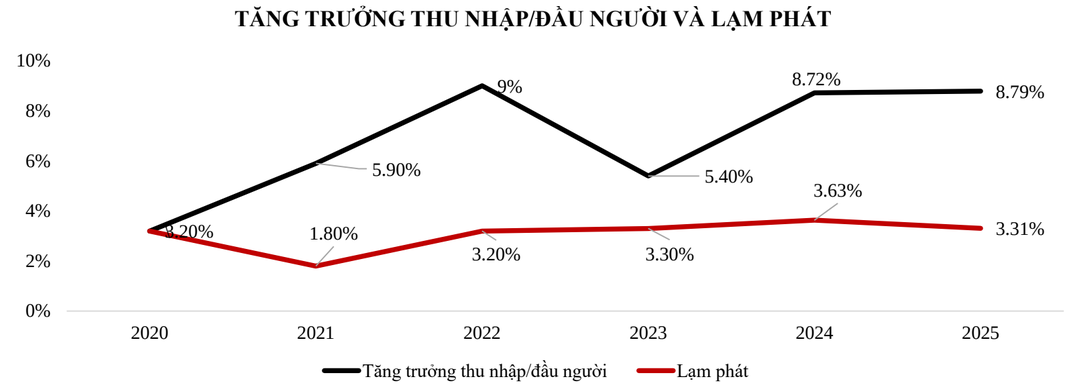
- **Ở các mảng ngoài ICT (thiết bị văn phòng và gia dụng), chúng tôi đánh giá đây là động lực tăng trưởng quan trọng trong giai đoạn tới với CAGR 2026-2030 đạt khoảng 20%.** Mảng thiết bị văn phòng được hưởng lợi từ nhu cầu đầu tư vào hạ tầng công nghệ, AI, data center và chuyển đổi số đang thúc đẩy tiêu thụ các sản phẩm có giá trị cao như máy chủ, thiết bị mạng và giải pháp lưu trữ. DGW có thể tăng trưởng vượt trung bình ngành nhờ nền doanh thu còn thấp, năng lực triển khai kênh B2B và việc liên tục mở rộng danh mục đối tác trong lĩnh vực hạ tầng công nghệ. Trong khi đó, mảng gia dụng được kỳ vọng tăng trưởng cao hơn ngành trong giai đoạn đầu, nhờ nhu cầu điều hòa gia tăng trong bối cảnh thời tiết nắng nóng đột biến năm 2026 và yếu tố World Cup hỗ trợ tiêu thụ các sản phẩm tivi.

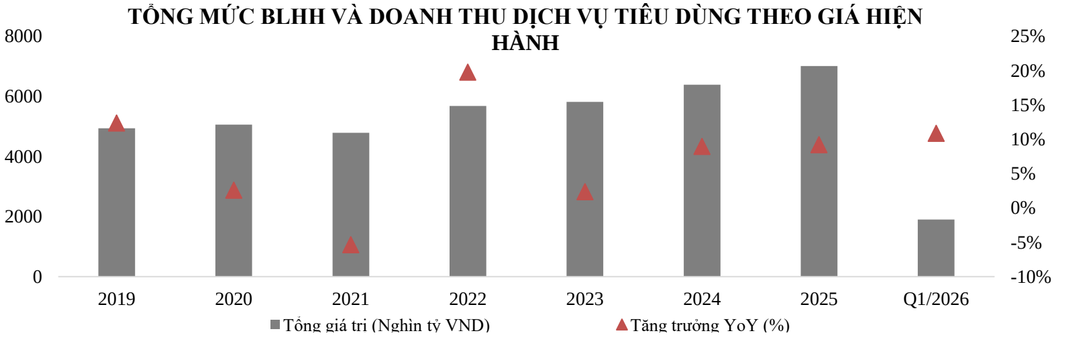
- **Digiworld ghi nhận kết quả kinh doanh Q1/2026 tích cực, với doanh thu thuần đạt hơn 8.500 tỷ đồng (+54% YoY) và LNST đạt hơn 200 tỷ đồng (+89% YoY),** hoàn thành khoảng 27% kế hoạch doanh thu và 30% kế hoạch lợi nhuận cả năm. Chúng tôi dự phóng doanh thu thuần và LNST hợp nhất 2026F của DGW lần lượt là 30,527 tỷ đồng (+14.63% svck) và 730 tỷ đồng (+29.87% svck).

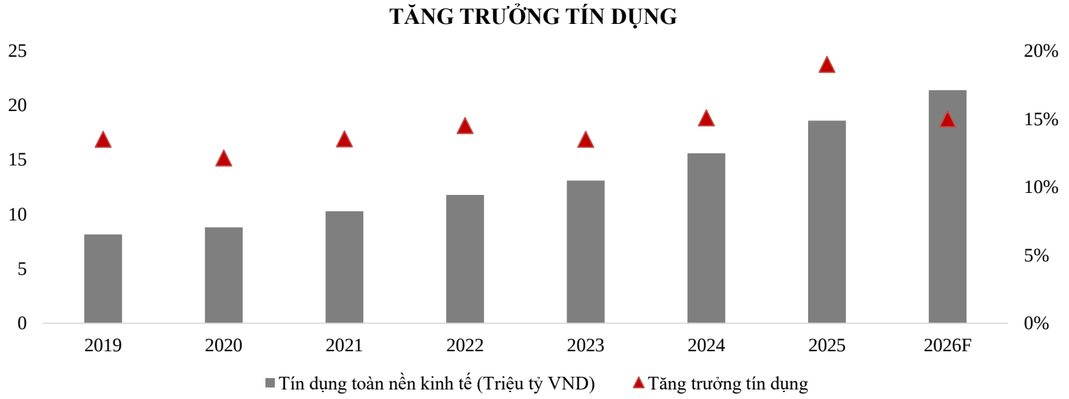
Phân tích kỹ thuật

- Cổ phiếu DGW hiện đang trong trạng thái tích lũy sau nhịp tăng mạnh trước đó, với xu hướng ngắn hạn chuyển sang đi ngang trong vùng giá khoảng 42–46. Giá hiện tại (~43.5) đang nằm dưới đường trung bình MA20 và tiệm cận dải dưới của Bollinger Bands, cho thấy áp lực điều chỉnh vẫn còn nhưng chưa hình thành xu hướng giảm rõ rệt. Thanh khoản có xu hướng suy giảm trong các phiên gần đây cho thấy dòng tiền chưa thực sự quay lại, do đó khả năng cao cổ phiếu sẽ tiếp tục dao động trong biên độ hẹp trong ngắn hạn.

BỐI CẢNH VĨ MÔ & TỔNG QUAN TRIỂN VỌNG TIÊU DÙNG VIỆT NAM







- **Chúng tôi kỳ vọng đà tăng trưởng tiêu dùng sẽ tiếp tục được duy trì trong năm 2026, nhờ hiệu quả của các chính sách an sinh xã hội và thúc đẩy kinh tế được triển khai mạnh mẽ.** Thực tế, số liệu tích cực trong tháng đầu năm 2026 đã bước đầu xác nhận xu hướng này. Trong năm 2026, động lực tăng trưởng chính sẽ đến từ sự kết hợp giữa nền kinh tế ổn định, thu nhập tăng thực, tín dụng tiêu dùng mở rộng và các chính sách tài khóa hỗ trợ. Về dài hạn, chúng tôi đánh giá ngành bán lẻ Việt Nam sở hữu nền tảng tăng trưởng vững chắc nhờ ba yếu tố cốt lõi: (1) quy mô dân số lớn (gần 100 triệu người), (2) thu nhập bình quân đầu người tăng nhanh (CAGR 8.5% giai đoạn 2022–2030F), và (3) hành vi tiêu dùng đang dịch chuyển mạnh mẽ.

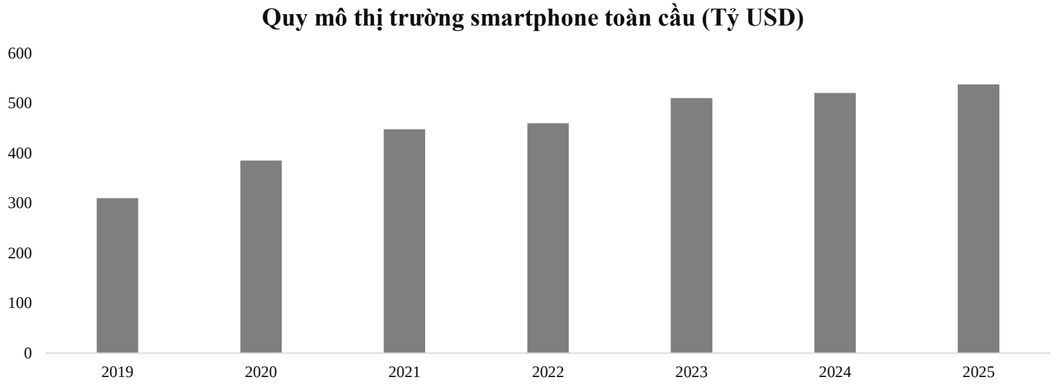
- **Trong bối cảnh kinh tế toàn cầu còn nhiều biến động, xuất khẩu chịu áp lực từ suy giảm nhu cầu bên ngoài và xu hướng bảo hộ thương mại gia tăng, việc thúc đẩy tiêu dùng trong nước được xem là giải pháp then chốt để duy trì đà tăng trưởng.** Theo đánh giá của Tổng cục Thống kê, tăng trưởng tiêu dùng nội địa trong hai năm gần đây mới chỉ phục hồi ở mức vừa phải, và các biện pháp như giảm thuế VAT, tăng giảm trừ gia cảnh hay nới rộng thuế với hộ kinh doanh hiện chỉ đóng góp khoảng 0.5 điểm phần trăm vào GDP, cho thấy dư địa kích cầu vẫn còn để khai thác sâu hơn nhằm thúc đẩy tăng trưởng chung của nền kinh tế.

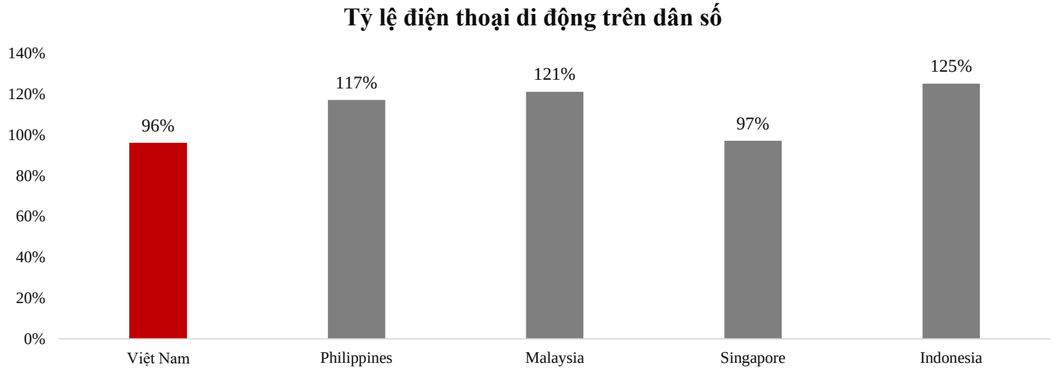
- **Thu nhập bình quân đầu người tại Việt Nam đang tăng trưởng ổn định, tạo nền tảng bền vững cho nhu cầu tiêu dùng nội địa.** Thu nhập quốc dân (GNI) bình quân đầu người Việt Nam tăng từ 3.400 USD năm 2020 lên 4.750 USD năm 2025, bước vào nhóm các nước có thu nhập trung bình cao. Tốc độ tăng trưởng thu nhập đang vượt xa lạm phát – vốn được kiểm soát quanh mức 3–3.5%. Bên cạnh đó, tỷ lệ thất nghiệp vẫn duy trì ở mức thấp – đạt 2.22% vào cuối năm 2025, giảm 0.02% svck. Điều này cho thấy thị trường lao động đang duy trì trạng thái "toàn dụng", phản ánh khả năng tạo thu nhập ổn định và liên tục cho người dân, tạo nên một môi trường nội địa tương đối vững chắc để hỗ trợ tăng trưởng tiêu dùng.

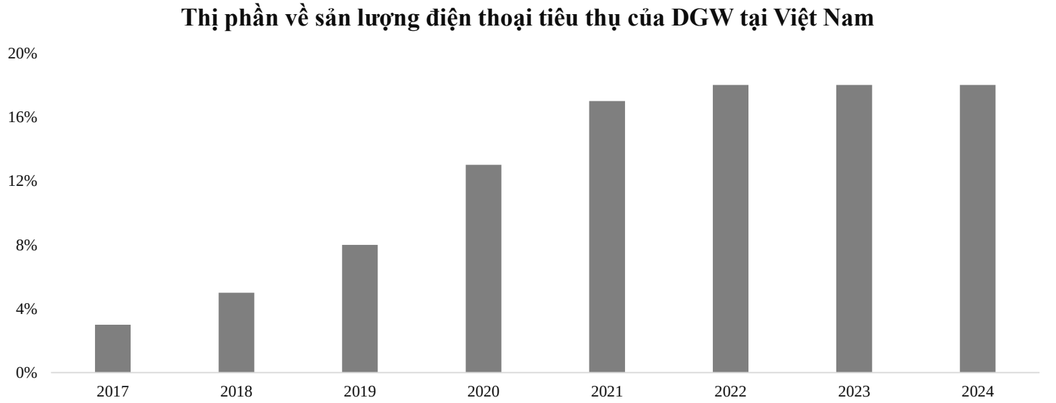
- **Năm 2026, mục tiêu tăng trưởng tín dụng được định hướng ở mức 15%.** Dòng vốn sẽ ưu tiên cho khu vực sản xuất – kinh doanh và các ngành phục vụ nhu cầu trong nước, đồng thời tiếp tục kiểm soát chặt tín dụng vào các lĩnh vực tiềm ẩn rủi ro như bất động sản đầu cơ hoặc dự án kém hiệu quả. Trên cơ sở đó, chúng tôi kỳ vọng tăng trưởng tín dụng ổn định và có định hướng sẽ hỗ trợ hoạt động sản xuất, tạo thêm thu nhập và việc làm, qua đó góp phần duy trì đà phục hồi của cầu tiêu dùng nội địa trong năm 2026.

Nguồn: PBSV Research, Fiinpro, IDC, Euromonitor, DGW, Tổng cục Thống kê, Grandvieu Research

MẢNG ĐIỆN THOẠI DI ĐỘNG







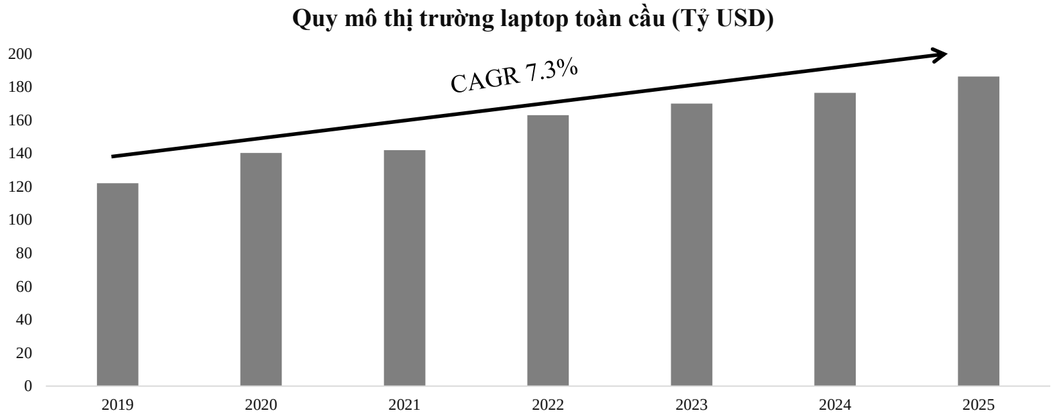
- **Thị trường điện thoại di động tại Việt Nam đã bước vào giai đoạn trưởng thành, khi tỷ lệ sở hữu điện thoại trên dân số trưởng thành đã ở mức cao, khoảng 96%, nhưng vẫn thấp hơn một số thị trường trong khu vực như Philippines, Malaysia và Indonesia.** Điều này cho thấy dư địa tăng trưởng về số lượng không còn quá lớn, nhưng vẫn còn khoảng trống nhất định từ khu vực nông thôn và quá trình chuyển đổi từ điện thoại 2G (tắt sóng vào tháng 10/2024) và 3G (tắt sóng từ tháng 9/2028) sang smartphone. Bên cạnh đó, động lực tăng trưởng dài hạn của ngành không còn đến từ tăng sản lượng, mà chuyển sang xu hướng cao cấp hóa khi xu hướng người tiêu dùng chuyển sang các sản phẩm có chất lượng, thương hiệu và tính năng tốt hơn.

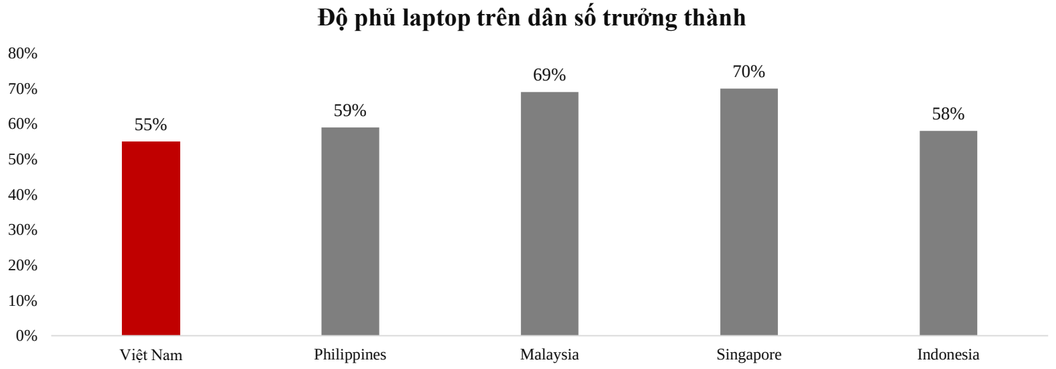
- **Trong giai đoạn 2025–2026, DGW đẩy mạnh chiến lược mở rộng danh mục sản phẩm thông qua việc hợp tác với các thương hiệu mới, nổi bật là Motorola trong mảng điện thoại.** Theo thông tin từ doanh nghiệp, DGW đã ký kết hợp đồng phân phối Motorola với danh mục sản phẩm trải dài từ phân khúc giá rẻ đến cao cấp, bao gồm cả dòng điện thoại gập – phân khúc đang tăng trưởng nhanh trên toàn cầu. Đây được xem là bước đi chiến lược nhằm tái cơ cấu động lực tăng trưởng trong bối cảnh mảng điện thoại truyền thống đang bước vào giai đoạn bão hòa. Ban lãnh đạo DGW đánh giá Motorola là một trong những thương hiệu có tiềm năng lớn nhờ (i) thị trường mục tiêu rộng, (ii) định vị sản phẩm cạnh tranh về giá và (iii) khả năng đầu tư mạnh vào thị trường Việt Nam. DGW đặt mục tiêu Motorola đạt khoảng 5% thị phần trong vòng 3 năm tới, phản ánh kỳ vọng chiếm lĩnh một phần thị trường smartphone tầm trung và giá rẻ – nơi cạnh tranh vẫn còn phân mảnh. Tuy nhiên, trong ngắn hạn, chúng tôi cho rằng đóng góp doanh thu từ Motorola còn hạn chế do hiệu ứng xây dựng thương hiệu và mở rộng kênh phân phối cần thời gian.

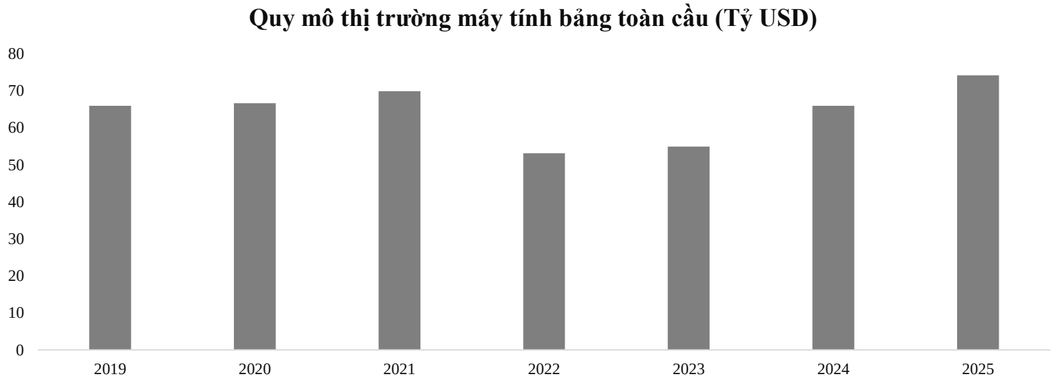
- **Theo IDC, thị trường smartphone toàn cầu dự kiến suy giảm mạnh trong năm 2026 do tác động của tình trạng thiếu hụt chip nhớ và giá thành linh kiện tăng cao, với sản lượng có thể giảm tới hai chữ số.** Tuy nhiên, thị trường được kỳ vọng phục hồi nhẹ trong năm 2027 và tăng trưởng trở lại từ năm 2028. Chúng tôi cho rằng mảng thiết bị di động của DGW sẽ duy trì tăng trưởng ở mức thấp trong giai đoạn 2026–2030, phản ánh đặc điểm bão hòa của thị trường smartphone cũng như sự gia tăng cạnh tranh trong kênh phân phối. Mặc dù nhu cầu tiêu thụ thiết bị di động vẫn duy trì ổn định, việc suy giảm vai trò phân phối độc quyền và áp lực từ các chuỗi bán lẻ lớn có thể hạn chế khả năng mở rộng thị phần của DGW. Do đó, chúng tôi dự phóng tăng trưởng doanh thu của mảng này đi ngang và tăng nhẹ 2% trong trung hạn do giá bán tăng và có thể giảm nhẹ trong 2026.

Nguồn: PBSV Research, Fiinpro, IDC, Euromonitor, DGW, Tổng cục Thống kê, Grandvieu Research

MẢNG MÁY TÍNH XÁCH TAY & MÁY TÍNH BẢNG







- **Thị trường máy tính xách tay toàn cầu nhìn chung đã bước vào giai đoạn ổn định, thể hiện qua tốc độ tăng trưởng ổn định với CAGR khoảng 7–8% trong giai đoạn gần đây.** Tại Việt Nam, thị trường đang ở pha chậm hơn so với thế giới, khi tỷ lệ thâm nhập laptop trên dân số trưởng thành mới đạt khoảng 55%, thấp hơn so với nhiều quốc gia trong khu vực như Malaysia hay Singapore. Điều này cho thấy dư địa tăng trưởng vẫn còn, đặc biệt trong bối cảnh thu nhập bình quân đầu người cải thiện và nhu cầu số hóa trong học tập, làm việc tiếp tục gia tăng. Tuy nhiên, chúng tôi cho rằng tăng trưởng về sản lượng được dự báo sẽ ở mức thấp do thị trường đã tiệm cận trạng thái bão hòa, trong khi động lực chính trong dài hạn đến từ xu hướng cao cấp hóa – thể hiện qua việc giá bán trung bình các sản phẩm laptop tăng với CAGR 9% giai đoạn 2019-2024.

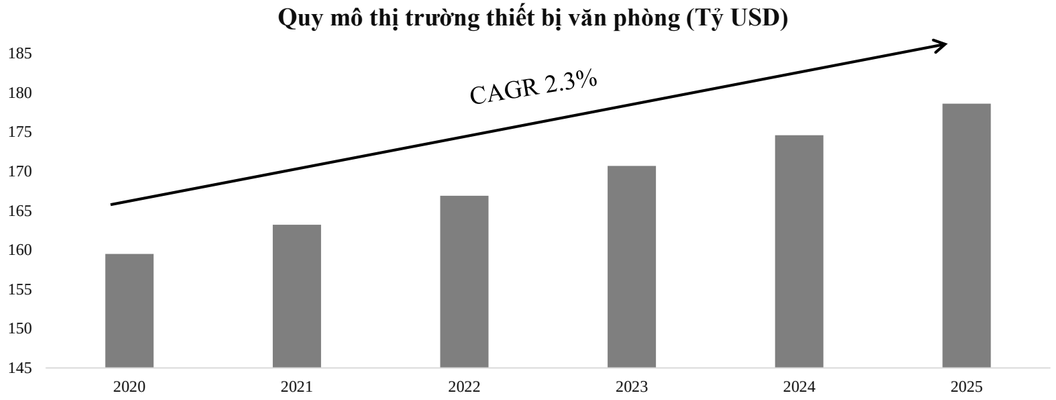
- **Thị trường máy tính bảng có xu hướng kém tích cực hơn so với máy tính xách tay trong trung và dài hạn.** Theo Euromonitor, sản lượng tiêu thụ máy tính bảng được dự báo suy giảm với CAGR khoảng -5%/năm trong giai đoạn 2023–2028, chủ yếu do (i) sự thay thế từ smartphone với kích thước màn hình lớn và tính năng tương đương, và (ii) chu kỳ đổi dài hơn, thường kéo dài 5–6 năm so với khoảng 3 năm đối với laptop. Ngoài ra, vai trò của máy tính bảng chủ yếu tập trung vào nhu cầu giải trí, dẫn đến tần suất sử dụng thấp hơn và ít tạo ra nhu cầu nâng cấp thường xuyên.

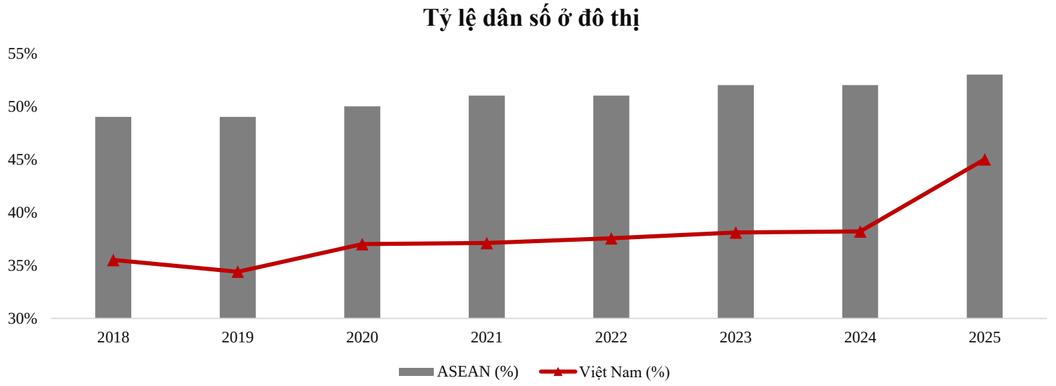
- **Trên cơ sở đó, chúng tôi cho rằng thị trường máy tính bảng tại Việt Nam sẽ tiếp tục suy giảm trong trung hạn, với tốc độ giảm khoảng 3–5%/năm, phù hợp với xu hướng toàn cầu.** Tuy nhiên, tác động của mảng này đến DGW là không đáng kể do tỷ trọng doanh thu máy tính bảng hiện chỉ chiếm khoảng 3% trong tổng doanh thu mảng MTXT & MTB của công ty. Do đó, triển vọng tăng trưởng của DGW trong mảng này sẽ chủ yếu phụ thuộc vào diễn biến của thị trường laptop.

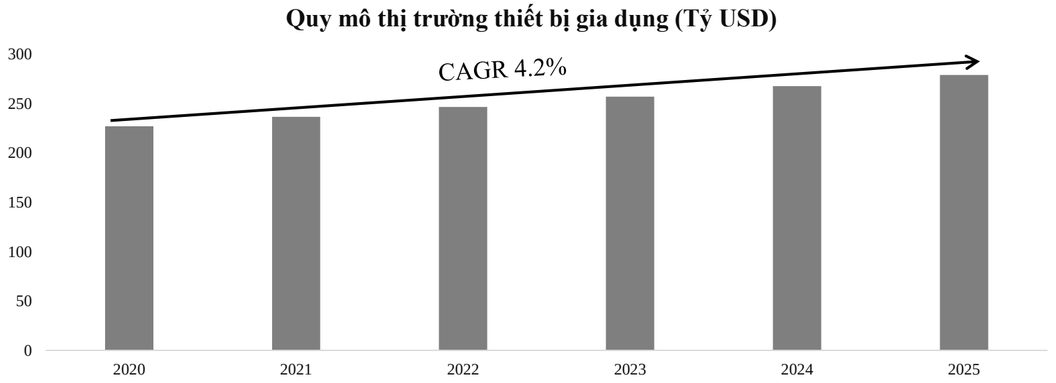
- **Chúng tôi cho rằng DGW có thể ghi nhận mức tăng trưởng cao hơn trung bình ngành trong mảng máy tính xách tay,** nhờ (i) quá trình chuẩn hóa thị trường phân phối (NĐ70) giúp các nhà phân phối quy mô lớn gia tăng thị phần, (ii) năng lực triển khai dịch vụ phát triển thị trường (MES) giúp DGW thu hút thêm các đối tác mới, và (iii) khả năng tận dụng nhu cầu từ kênh doanh nghiệp. Tuy nhiên, mức độ gia tăng thị phần được kỳ vọng ở mức vừa phải do cạnh tranh từ các nhà bán lẻ lớn và các nhà phân phối khác. Mức CAGR hợp lý chúng tôi đưa ra là khoảng 9% trong giai đoạn 2025–2029, trước khi dần hội tụ về mức tăng trưởng chung của thị trường trong dài hạn

Nguồn: PBSV Research, Fiinpro, IDC, Euromonitor, DGW, Tổng cục Thống kê, Grandview Research

MẢNG THIẾT BỊ VĂN PHÒNG & THIẾT BỊ GIA DỤNG







- **Thị trường thiết bị văn phòng và gia dụng toàn cầu nhìn chung đã bước vào giai đoạn trưởng thành, với tăng trưởng chủ yếu đến từ nhu cầu thay thế, nâng cấp sản phẩm và xu hướng số hóa, thay vì mở rộng nhanh về sản lượng.** Tuy nhiên, tại Việt Nam, dư địa tăng trưởng vẫn còn nhờ hai yếu tố chính: (1) quá trình chuyển đổi số của doanh nghiệp thúc đẩy nhu cầu đầu tư vào hệ thống server, dữ liệu và nền tảng cloud, và (2) dòng vốn FDI tiếp tục mở rộng hoạt động sản xuất. Đối với thiết bị văn phòng, doanh số ngành tại Việt Nam có thể duy trì tăng trưởng hai chữ số trong giai đoạn 2025–2028, được hỗ trợ bởi nhu cầu đầu tư thiết bị phục vụ hạ tầng công nghệ. Song song đó, nhu cầu thiết bị bảo hộ lao động được thúc đẩy bởi hoạt động FDI, bất động sản công nghiệp và xây lắp công nghiệp. Đối với thiết bị gia dụng, thị trường Việt Nam vẫn còn dư địa tăng trưởng nhờ thu nhập hộ gia đình cải thiện và tỷ lệ đô thị hóa tiếp tục tăng. Theo Grand View Research, quy mô thị trường thiết bị gia dụng Việt Nam sẽ tăng từ 5,16 tỷ USD năm 2025 lên 5,50 tỷ USD năm 2026, tương ứng tăng khoảng 6,6% YoY, và đạt CAGR 7,9% trong giai đoạn 2026–2033.

- **Hai mảng thiết bị văn phòng và thiết bị gia dụng có ý nghĩa chiến lược đối với DGW trong việc giảm dần sự phụ thuộc vào các ngành ICT truyền thống**. Đối với mảng thiết bị văn phòng, chúng tôi cho rằng DGW có khả năng tăng trưởng vượt trung bình ngành trong trung hạn nhờ việc doanh nghiệp đang ở giai đoạn mở rộng nhanh với mức nền doanh thu còn thấp, đồng thời doanh nghiệp liên tục bổ sung các đối tác trong lĩnh vực hạ tầng công nghệ như máy chủ, thiết bị mạng và giải pháp dữ liệu. Bên cạnh đó, xu hướng đầu tư vào AI, data center và chuyển đổi số đang tạo ra nhu cầu ngày càng lớn trong kênh doanh nghiệp (B2B), qua đó mở ra cơ hội cho DGW tận dụng lợi thế về quy mô phân phối và năng lực triển khai.

- **Đối với mảng thiết bị gia dụng, chúng tôi cho rằng dù tăng trưởng ngành chỉ duy trì ở mức trung bình một chữ số, DGW vẫn có thể ghi nhận tốc độ tăng trưởng cao hơn trong giai đoạn đầu nhờ mở rộng danh mục sản phẩm và gia tăng độ phủ thị trường.** DGW đã bắt đầu phân phối các sản phẩm gia dụng Xiaomi như tivi, máy lạnh, máy giặt và các thiết bị điện tử tiêu dùng khác. Chúng tôi cho rằng lợi thế của Xiaomi nằm ở khả năng định vị sản phẩm với mức giá cạnh tranh đi kèm thiết kế hiện đại và hệ sinh thái kết nối thông minh, phù hợp với nhóm khách hàng trẻ và tầng lớp trung lưu đang gia tăng nhanh tại Việt Nam. Đồng thời, việc tận dụng hệ thống phân phối sẵn có của DGW sẽ giúp rút ngắn thời gian thâm nhập thị trường và gia tăng độ phủ của các sản phẩm này. Trong dài hạn, chúng tôi cho rằng thiết bị văn phòng sẽ đóng vai trò là động lực tăng trưởng mang tính cấu trúc, trong khi mảng gia dụng sẽ đóng vai trò bổ trợ, giúp đa dạng hóa danh mục và tạo nguồn thu ổn định hơn cho DGW.

Nguồn: PBSV Research, Fiinpro, IDC, Euromonitor, DGW, Tổng cục Thống kê, Grandvieu Research

TỔNG QUAN CÔNG TY & CẬP NHẬT KẾT QUẢ KINH DOANH

Cơ cấu cổ đông

Công ty TNHH Created Future	Công ty	31.45%
Công ty TNHH MTV DKP	Công ty	4.99%
Công ty TNHH MTV DHV	Công ty	4.09%
Công ty TNHH MTV AQ	Công ty	3.87%
Khác		55.60%

Kết quả kinh doanh

	Q4/25	Q1/26	% svck	2024	2025
DTT	7,990.15	8,500.18	6.38%	22,078.83	26,631.55
LNST	161.44	201.88	25.05%	448.55	554.90
D/E	0.83	0.76	-8.43%	0.83	0.83
BLN Gộp	8.68%	8.89%	2.42%	9.31%	8.68%
BLN Ròng	2.08%	2.20%	5.77%	2.03%	2.08%
P/E	17.39	47.53	173.32%	21.74	17.39

Tổng quan công ty

- **Digiworld Corporation (DGW) là một trong những doanh nghiệp phân phối ICT hàng đầu tại Việt Nam, với hơn hai thập kỷ kinh nghiệm trong việc hỗ trợ các thương hiệu quốc tế thâm nhập và phát triển thị trường nội địa.** Khởi đầu từ hoạt động phân phối linh kiện điện tử, DGW đã từng bước mở rộng sang các ngành hàng máy tính, điện thoại di động và sau đó là hàng tiêu dùng, gia dụng và thiết bị văn phòng. Hiện DGW sở hữu mạng lưới hơn 6.000 điểm bán trên toàn quốc và duy trì vị thế top đầu trong thị trường phân phối ICT, bên cạnh các đối thủ như FPT Synnex, PET và Viettel Distribution.

- **Tính đến cuối năm 2025, cơ cấu cổ đông của DGW tương đối cô đặc.** Ông Đoàn Hồng Việt – Chủ tịch HĐQT gián tiếp nắm giữ khoảng 32% vốn thông qua Công ty TNHH Created Future, nơi ông giữ vai trò Chủ tịch. Nhóm cổ đông liên quan đến ban lãnh đạo, bao gồm Công ty TNHH DKP, DHV và TOHT, lần lượt gắn với bà Đặng Kiện Phương (Thành viên HĐQT kiêm Tổng Giám đốc), ông Đoàn Hồng Việt và bà Tô Hồng Trang (Thành viên HĐQT kiêm Phó Tổng Giám đốc). Nhóm cổ đông này hiện nắm giữ tổng cộng khoảng 13% vốn điều lệ.

Cập nhật kết quả kinh doanh

- **Digiworld ghi nhận kết quả kinh doanh quý 1/2026 tích cực, với doanh thu thuần đạt hơn 8.500 tỷ đồng (+54% YoY) và LNST đạt hơn 200 tỷ đồng (+89% YoY).** Động lực chính đến từ sự phục hồi của mảng máy tính xách tay và máy tính bảng, khi doanh thu tăng 102% so với cùng kỳ lên hơn 2.800 tỷ đồng, chiếm tỷ trọng lớn nhất trong cơ cấu doanh thu (33%). Mảng thiết bị văn phòng tiếp tục duy trì đà tăng trưởng cao với doanh thu đạt khoảng 2.447 tỷ đồng (+92% YoY), chiếm 29%. Mảng điện thoại di động tăng trưởng nhẹ 2% YoY lên 2.278 tỷ đồng (27% cơ cấu). Các mảng mới như thiết bị gia dụng và hàng tiêu dùng tiếp tục ghi nhận mức tăng trưởng cao lần lượt 80% và 14% YoY, dù quy mô đóng góp còn khiêm tốn. **Với kết quả này, công ty đã hoàn thành khoảng 27% kế hoạch doanh thu và 30% kế hoạch lợi nhuận cả năm 2026.** Ban lãnh đạo đặt kế hoạch quý 2/2026 tiếp tục tăng trưởng với doanh thu dự kiến tăng 29% YoY và lợi nhuận sau thuế tăng 38% YoY.

- **Ở các mảng kinh doanh mới, công ty dự kiến bổ sung thêm các thương hiệu lớn trong lĩnh vực FMCG và thiết bị gia dụng trong năm 2026 nhằm đa dạng hóa nguồn thu.** Trong lĩnh vực ô tô, DGW tập trung vào các sản phẩm vật tư tiêu hao như dầu nhớt, lốp xe, ắc quy và phụ kiện, với kế hoạch gia nhập mảng dầu nhớt từ quý 2/2026.

Nguồn: PBSV Research, Fiinpro, IDC, Euromonitor, DGW, Tổng cục Thống kê, Grandvieu Research

TÓM TẮT DỰ PHÓNG

Dựa vào các phân tích về hoạt động kinh doanh, tài chính và triển vọng của doanh nghiệp, chúng tôi dự phóng doanh thu thuần và LNST hợp nhất 2026F của DGW lần lượt là 30,527 tỷ đồng (+14.63% svck) và 730 tỷ đồng (+29.87% svck) dựa trên các giả định chính:

- Mảng MTXT và MTB tăng trưởng mạnh trong ngắn hạn đạt khoảng 15% do (i) quá trình chuẩn hóa thị trường phân phối (NĐ70) giúp các nhà phân phối quy mô lớn gia tăng thị phần, (ii) năng lực triển khai dịch vụ phát triển thị trường (MES) giúp DGW thu hút thêm các đối tác mới, và (iii) khả năng tận dụng nhu cầu từ kênh doanh nghiệp.
- Mảng Điện thoại di động giảm nhẹ 2% phản ánh đặc điểm bão hòa của thị trường smartphone cũng như sự gia tăng cạnh tranh trong kênh phân phối.
- Mảng thiết bị văn phòng được dự báo tăng trưởng khoảng 30% YoY, nhờ DGW đang ở giai đoạn mở rộng với nền doanh thu thấp, đồng thời liên tục mở rộng danh mục đối tác trong lĩnh vực hạ tầng công nghệ và hưởng lợi từ xu hướng đầu tư vào AI, server và thiết bị lưu trữ. Mảng thiết bị gia dụng được kỳ vọng tăng trưởng khoảng 50% YoY, nhờ nhu cầu điều hòa gia tăng trong bối cảnh mùa hè năm 2026 ghi nhận nhiệt độ cao kỷ lục cùng với yếu tố sự kiện như World Cup có thể kích cầu tiêu dùng đối với tivi Xiaomi – sản phẩm mà DGW đặt mục tiêu đạt 5% thị phần trong vòng 3 năm.

Chỉ tiêu (tỷ đồng)	2025	Q1/2026	2026F		2027F	
Doanh thu thuần	26,632	8,500.18	30,527		34,490	
Giá vốn hàng bán	(24,321)	(7,696.77)	(27,780)		(31,317)	
Biên lợi nhuận gộp	8.68%	9.33%	9.00%	Chúng tôi dự phóng biên lợi nhuận gộp hợp nhất của DGW cải thiện trong năm 2026, chủ yếu nhờ sự dịch chuyển cơ cấu doanh thu sang các mảng có biên lợi nhuận cao hơn như thiết bị văn phòng và thiết bị gia dụng, cùng với việc mặt bằng giá bán tăng trong mảng laptop và điện thoại.	9.20%	Chúng tôi dự phóng biên lợi nhuận gộp hợp nhất của DGW tiếp tục cải thiện trong năm 2027, nhờ sự dịch chuyển cơ cấu doanh thu sang các mảng có biên lợi nhuận cao hơn và hiệu quả vận hành được tối ưu theo quy mô. Theo trao đổi với doanh nghiệp, tỷ lệ nợ trên vốn chủ sở hữu (D/E) của DGW luôn được duy trì ở mức an toàn dưới 1 và công ty sẽ tiếp tục giữ nguyên định hướng này trong thời gian tới. Chúng tôi cho rằng đây là tín hiệu tích cực khi chi phí lãi vay được kiểm soát ở mức thấp sẽ hỗ trợ cải thiện biên lợi nhuận ròng trong các năm tới.
Chi phí SG&A	(1,593)	(547.4)	(1,832)		(2,070)	
EBIT	827	306.7	1,044		1,239	
Lợi nhuận sau thuế	555	201.88	730		868	

Nguồn: PBSV Research, Fiinpro, IDC, Euromonitor, DGW, Tổng cục Thống kê, Grandview Research

ĐỊNH GIÁ DOANH NGHIỆP

Chúng tôi định giá doanh nghiệp dựa theo phương pháp định giá FCFF với các giả định như sau:

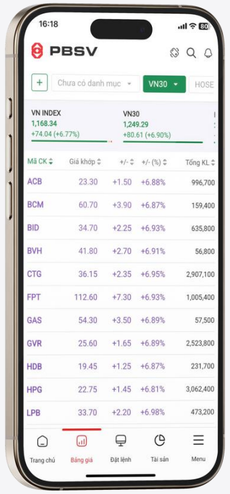
	Giá trị	Thuyết minh
Dòng tiền FCFF 2026	821 tỷ VND	Dòng tiền tự do được tính dựa theo EBIT, khấu hao, đầu tư tài sản cố định và đầu tư tài sản lưu động
Tốc độ tăng trưởng vĩnh viễn	1%	Tốc độ tăng trưởng vĩnh viễn tương đương với lạm phát trung bình và tiềm năng tăng trưởng dài hạn của ngành bán buôn.
EV/EBITDA	8.0x	EV/EBITDA được sử dụng theo tham chiếu của ngành bán buôn
Giá trị vĩnh viễn của doanh nghiệp trước chiết khấu	14,668 tỷ VND	Giá trị vĩnh viễn được sử dụng để xác định giá trị doanh nghiệp
Số lượng cổ phần	221.168.700 cổ phần	
Tỷ trọng vốn chủ	30.8%	Sử dụng theo cơ cấu vốn của doanh nghiệp thời điểm cuối năm 2025
Tỷ trọng vốn vay	69.2%	Sử dụng theo cơ cấu vốn của doanh nghiệp thời điểm cuối năm 2025
Chi phí lãi vay ngắn hạn	8%	
Chi phí lãi vay dài hạn	12%	
Chi phí vốn chủ	16%	
WACC	10.92%	Lợi suất chiết khấu doanh nghiệp
Giá trị doanh nghiệp	12,514.74 tỷ VND	
Giá trị hợp lý mỗi cổ phiếu	51,352.5 VND	

Nguồn: PBSV Research, Fiinpro, IDC, Euromonitor, DGW, Tổng cục Thống kê, Grandview Research

PHÂN TÍCH KỸ THUẬT

- Cổ phiếu DGW hiện đang trong trạng thái tích lũy sau nhịp tăng mạnh trước đó, với xu hướng ngắn hạn chuyển sang đi ngang trong vùng giá khoảng 42–46. Giá hiện tại (~43.5) đang nằm dưới đường trung bình MA20 và tiệm cận dải dưới của Bollinger Bands, cho thấy áp lực điều chỉnh vẫn còn nhưng chưa hình thành xu hướng giảm rõ rệt. Thanh khoản có xu hướng suy giảm trong các phiên gần đây cho thấy dòng tiền chưa thực sự quay lại, do đó khả năng cao cổ phiếu sẽ tiếp tục dao động trong biên độ hẹp trong ngắn hạn.

CTCP THẾ GIỚI SỐ - DGW



App Store

Google Play

Danh mục báo cáo

Bản tin thị trường: Cập nhật nhanh diễn biến thị trường, điểm nhấn phiên giao dịch và xu hướng dòng tiền.

Phân tích cổ phiếu: Đánh giá chi tiết về doanh nghiệp, triển vọng tăng trưởng và tiềm năng đầu tư.

Góc nhìn kỹ thuật: Phân tích biểu đồ giá, chỉ báo kỹ thuật và tín hiệu mua – bán.

Danh mục khuyến nghị: Tổng hợp các mã cổ phiếu được đề xuất đầu tư theo từng giai đoạn và chiến lược.

Cập nhật thị trường: Thông tin vĩ mô, chính sách, ngành và yếu tố ảnh hưởng đến tâm lý nhà đầu tư.

Thông tin liên hệ

Công ty Chứng khoán PBSV
research@pbsv.com.vn
https://pbsv.com.vn/trung-tam-phan-tich

Phạm Việt Duy
Trưởng phòng Phân tích

Đào Thị Hải Anh
Chuyên viên phân tích

Thông báo miễn trừ trách nhiệm

Tài liệu này được biên soạn phục vụ mục đích cung cấp thông tin, tuân thủ theo quy định pháp luật hiện hành. Nội dung được tổng hợp từ các nguồn được cho là đáng tin cậy tại thời điểm phát hành, tuy nhiên PBSV không đảm bảo tính chính xác, đầy đủ hoặc phù hợp của thông tin.

Các quan điểm thể hiện là nhận định cá nhân của chuyên viên phân tích và có thể thay đổi mà không cần thông báo. Tài liệu không cấu thành lời mời, khuyến nghị hay chào mua/bán bất kỳ chứng khoán nào. Người đọc cần tự đánh giá độc lập, cân nhắc mục tiêu đầu tư và tham khảo chuyên gia trước khi đưa ra quyết định.

PBSV và các bên liên quan có thể có lợi ích tài chính liên quan đến các công ty được đề cập. Chuyên viên phân tích cũng có thể nhận thù lao trong quá trình làm việc, có thể phát sinh xung đột lợi ích.