Cập nhật ngành

ĐIỂM SÁNG BÁN LẺ HIỆN ĐẠI TRONG BỐI CẢNH TIÊU DÙNG THẬN TRỌNG

Lương Thị Kim Chi
Giám đốc phân tích ngành
chiltk@acbs.com.vn

Mặc dù thị trường phục hồi chậm, các doanh nghiệp bán lẻ niêm yết là điểm sáng với tăng trưởng nổi bật

Lương Thị Kim Chi
(+84 28) 7300 7000 - Ext: 1042
chiltk@acbs.com.vn

Những điểm chính:

- Sức mua của người tiêu dùng được kỳ vọng cải thiện thêm trong năm 2026, dù với tốc độ chậm.
- Mặc dù kênh phân phối truyền thống vẫn chiếm ưu thế, sự dịch chuyển thói quen mua sắm từ kênh thương mại truyền thống sang kênh thương mại hiện đại đang tạo thuận lợi cho các nhà bán lẻ tại Việt Nam. Kênh bán hàng trực tuyến cũng duy trì đà phát triển nhanh chóng.
- Các chính sách thuế mới dành cho các hộ kinh doanh có thể thúc đẩy sự cạnh tranh công bằng hơn giữa các doanh nghiệp bán lẻ và khu vực phi chính thức.
- Các công ty bán lẻ niêm yết bao gồm MWG, FRT, PNJ tiếp tục mở rộng mạng lưới và được dự phóng đạt mức tổng tăng trưởng lợi nhuận sau thuế 26,5% svck trong năm 2026.

Các cổ phiếu niêm yết :

Mã CK	Vốn hóa (tỷ đồng)	Doanh thu thuần 2026 (tỷ đồng)	Tăng trưởng doanh thu svck	LNST 2026 (tỷ đồng)	Tăng trưởng LNST svck	PE dựa trên dự phóng 2026	Giá mục tiêu	Tỷ suất lợi nhuận (bao gồm cổ tức)
MWG	129.812	182.001	16,3%	9.140	29,2%	14,5	106.000	21,0%
FRT	27.316	61.388	20,2%	1.347	36,9%	26,4	172.000	7,2%
PNJ	37.151	38.654	10,5%	3.288	16,2%	12,6	132.000	23,1%

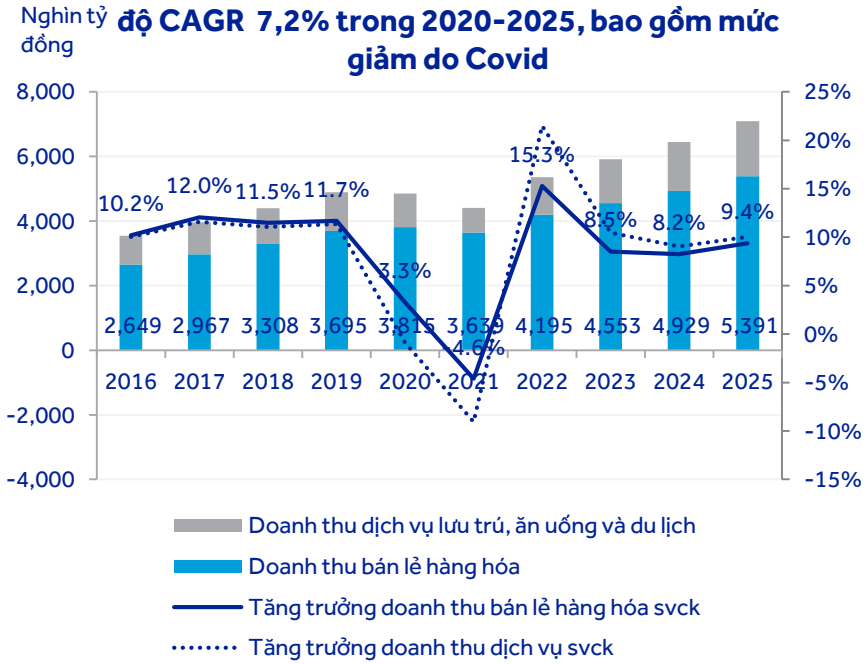
(Giá cổ phiếu tại ngày 6/2/2026)

Tiêu dùng phục hồi với tốc độ chậm

Lương Thị Kim Chi
(+84 28) 7300 7000 - Ext: 1042
chiltk@acbs.com.vn

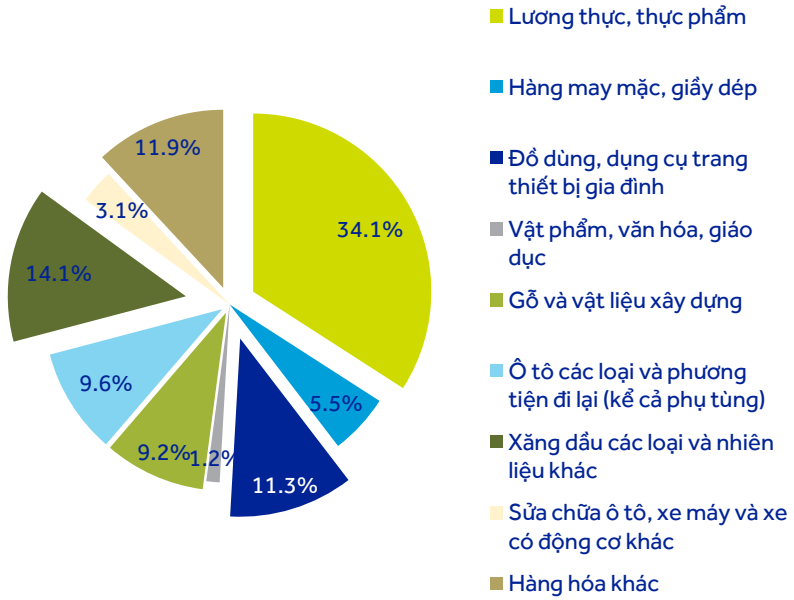
- **Doanh thu bán lẻ hàng hóa của Việt Nam đạt 5.391 nghìn tỷ đồng (+9,4% svck; ~203 tỷ USD),** chiếm tỷ trọng lớn nhất (76%) trong tổng doanh thu bán lẻ hàng hóa và dịch vụ năm 2025, tốt hơn mức tăng của một số nước trong khu vực (vd: Indonesia, Thái Lan, Philippines, v.v.). Sự phục hồi sau dịch Covid-19 nhưng trong bối cảnh bất ổn kinh tế toàn cầu, căng thẳng địa chính trị và chiến tranh thương mại tạo nên mức tăng trưởng CAGR cho giai đoạn 2022-2025 là 8,7% (hoặc 7,2% trong 2020-2025), mặc dù vẫn chậm hơn so với giai đoạn trước Covid-19.
- Cơ cấu bán lẻ hàng hóa 2025 ghi nhận mức tăng mạnh hơn (so với 2024) ở các mặt hàng phi thực phẩm, mặc dù nhóm hàng thực phẩm và tiêu dùng vẫn chiếm tỷ trọng lớn nhất.
- **Chiến lược phát triển thị trường bán lẻ Việt Nam đến năm 2030 và tầm nhìn đến năm 2050** (theo Quyết định số 2326/QD-TTg ngày 21/10/2025) đặt mục tiêu doanh số bán lẻ hàng hóa và dịch vụ sẽ tăng trưởng 11%-11,5%/năm, phù hợp với định hướng của Chính phủ nhằm thúc đẩy tiêu dùng để hỗ trợ tăng trưởng kinh tế.

Doanh thu bán lẻ hàng hóa tăng trưởng với tốc độ CAGR 7,2% trong 2020-2025, bao gồm mức giảm do Covid



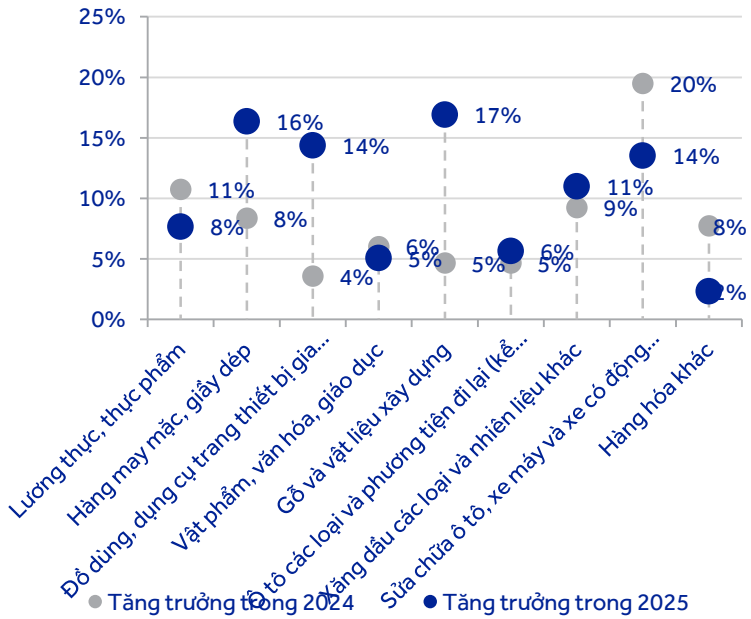
Nguồn: TCTK; BCT; ACBS

Cơ cấu bán lẻ hàng hóa của Việt Nam trong 2025



Nguồn: TCTK; BCT; ACBS

Bán lẻ hàng hóa 2025 ghi nhận mức tăng mạnh hơn ở các mặt hàng phi thực phẩm



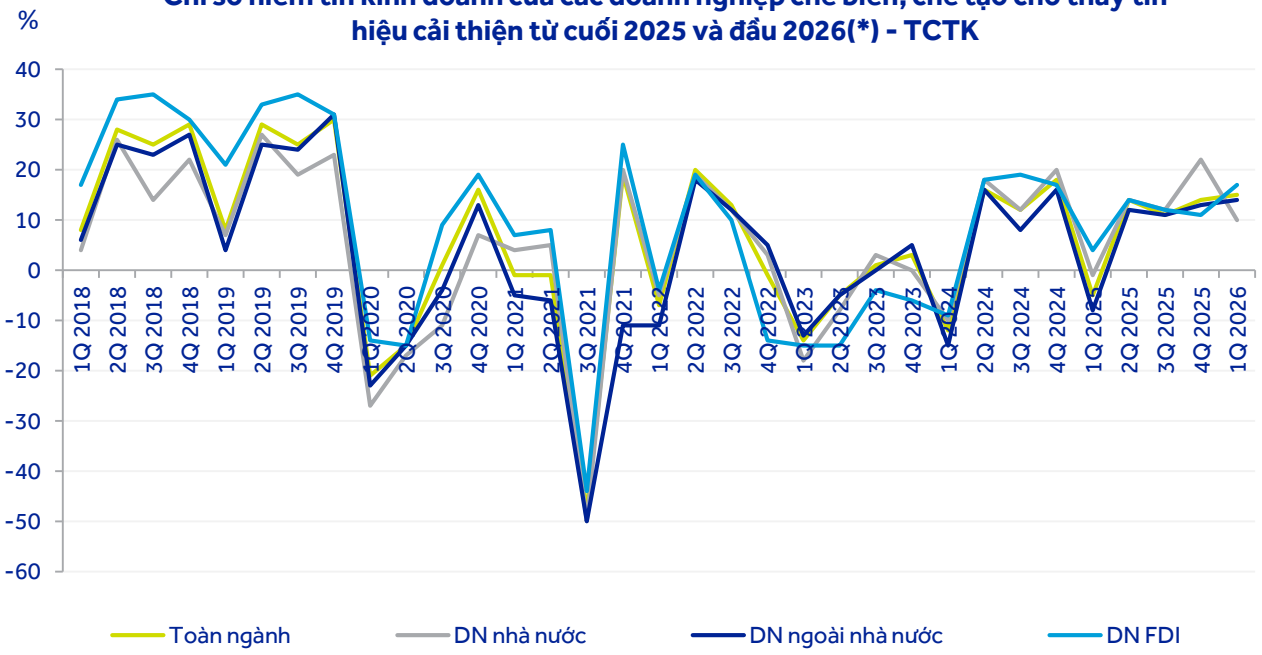
Nguồn: Tổng Cục thống kê - TCTK; Bộ Công thương- BCT ; ACBS

Tiêu dùng phục hồi với tốc độ chậm

Lương Thị Kim Chi
(+84 28) 7300 7000 - Ext: 1042
chiltk@acbs.com.vn

- **Các quan sát về chỉ số niềm tin kinh doanh và tiêu dùng cho thấy tín hiệu cải thiện** từ cuối năm 2025 mặc dù, tính chất mùa vụ của nhu cầu cuối năm được nhận thấy là một trong những yếu tố hỗ trợ.
- Tuy nhiên, triển vọng cả năm 2026 vẫn được kỳ vọng tốt hơn ở một số khảo sát, ví dụ khảo sát quan điểm của các doanh nghiệp châu Âu đang hoạt động tại Việt Nam của EuroCharm.

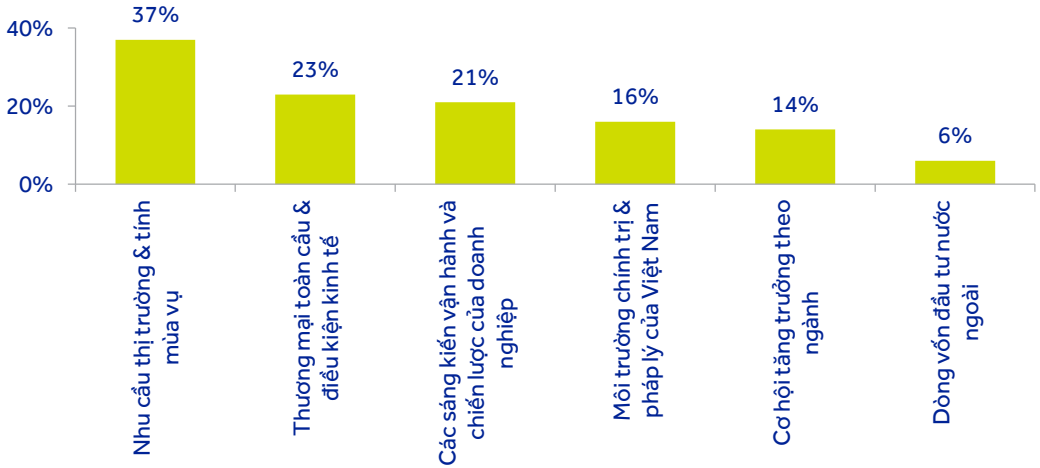
Chỉ số niềm tin kinh doanh của các doanh nghiệp chế biến, chế tạo cho thấy tín hiệu cải thiện từ cuối 2025 và đầu 2026(*) - TCTK



Nguồn: TCTK; ACBS. (*) TCTK khảo sát hàng quý với 6.207 doanh nghiệp ngành công nghiệp chế biến, chế tạo. Tổng số doanh nghiệp trả lời trong kỳ điều tra quý IV/2025 là 6.090 doanh nghiệp.

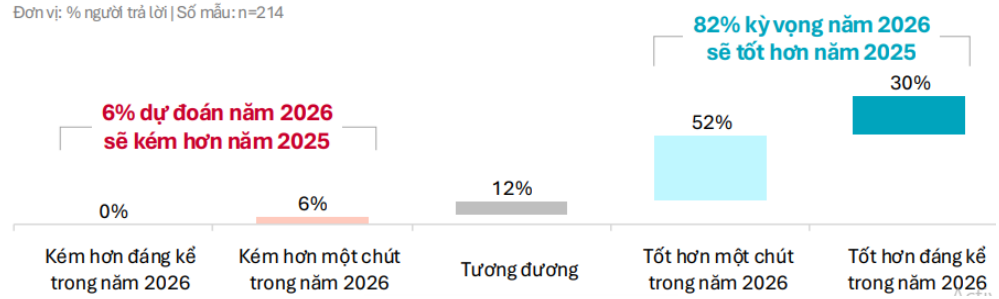
Yếu tố ảnh hưởng đến kỳ vọng kinh doanh (Q1 2026) - EuroCharm

Đơn vị: % người trả lời | Mẫu khảo sát: n = 118 người trả lời



Kỳ vọng tổng thể về hiệu quả kinh doanh trong năm 2026

Câu hỏi: Đến cuối năm 2026, Ông/Bà kỳ vọng kết quả hoạt động của doanh nghiệp sẽ như thế nào so với năm 2025?
Đơn vị: % người trả lời | Số mẫu: n=214



Nguồn: Báo cáo Chỉ số niềm tin kinh doanh được thực hiện bởi Euro Charm, nhằm khảo sát quan điểm của các doanh nghiệp châu Âu về tình hình hoạt động kinh doanh tại Việt Nam.

Kênh hiện đại tiếp tục mở rộng

Lương Thị Kim Chi
(+84 28) 7300 7000 - Ext: 1042
chiltk@acbs.com.vn

- **Sự mở rộng của kênh thương mại hiện đại (bao gồm kênh trực tuyến) là điểm nổi bật trong bức tranh hoạt động bán lẻ tại Việt Nam**, tương tự như những gì được nhìn thấy ở các nước đang phát triển trong khu vực với kênh truyền thống vẫn chiếm ưu thế. Theo Kantar Worldpanel, kênh hiện đại được ước tính chiếm 35%-40% ở khu vực thành thị và 15%-20% ở khu vực nông thôn, đi cùng với sự mở rộng của các chuỗi bán lẻ trong và ngoài nước với những tên tuổi hàng đầu là thegioididong.com, dienmayxanh.com, bachhoaxanh.com, WinCommerce, Long Châu, v.v..

- **Xu hướng chuyển dịch từ kênh truyền thống sang kênh hiện đại tại Việt Nam được dự đoán sẽ tiếp diễn**, với tỷ trọng gần như ngang nhau như tại Singapore hay Hồng Kông hiện nay có thể được xem là tầm nhìn dài hạn để hướng đến. Sự chuyển dịch này được thúc đẩy bởi kênh hiện đại ngày càng nhận được sự quan tâm người tiêu dùng với tiềm năng lấy thị phần từ kênh truyền thống còn rất lớn.

MWG	6.044 cửa hàng
• Tiếp tục mở rộng mạng lưới, đặc biệt là chuỗi Bách Hóa Xanh.	
WinCommerce	4.592 cửa hàng (WinMart, WinMart+, Win)
• Hướng đến đạt 10.000 cửa hàng tới 2030, hiện diện ở mọi xã/thôn/bản.	
FRT	3,263 cửa hàng
• Tiếp tục mở rộng mạng lưới chuỗi Long Châu.	
PNJ	431 cửa hàng
• Tiếp tục mở rộng mạng lưới một cách chọn lọc.	
Central Retail	>330 siêu thị và cửa hàng (Go, Big C, Tops Market)
• Dự kiến đầu tư từ 1,38 -1,44 tỷ USD từ nay đến năm 2027 để mở rộng hệ thống phân phối tại Việt Nam.	
Aeon Vietnam	278 cửa hàng với nhiều quy mô
• Dự kiến đầu tư 1,5 tỷ USD trong 10 năm tới, đặt mục tiêu tăng trưởng doanh thu hàng năm 30% và tăng gấp ba quy mô vào năm 2030.	
Lotte Mart	15 siêu thị
• Dự kiến mở them 2 trung tâm mua sắm lớn tới 2030.	
Saigon Co.op	>800 cửa hàng với nhiều quy mô.
Circle K	>460 cửa hàng
GS25	>200 cửa hàng
• Tập trung mở rộng mạng lưới với mục tiêu đạt 700 cửa hàng tới 2027.	
7-Eleven	Khoảng 150 cửa hàng

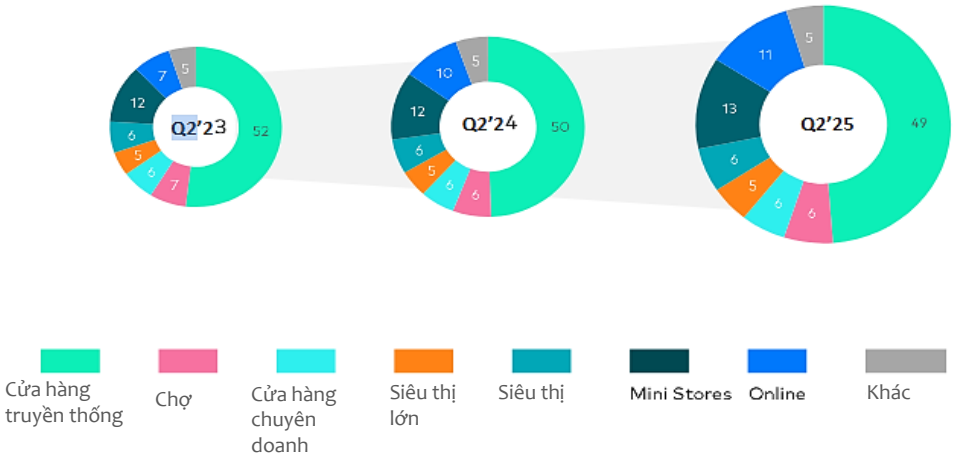
Nguồn: Báo cáo thị trường nội địa – Bộ Công thương; ACBS

Kênh hiện đại tiếp tục mở rộng

Lương Thị Kim Chi
(+84 28) 7300 7000 - Ext: 1042
chiltk@acbs.com.vn

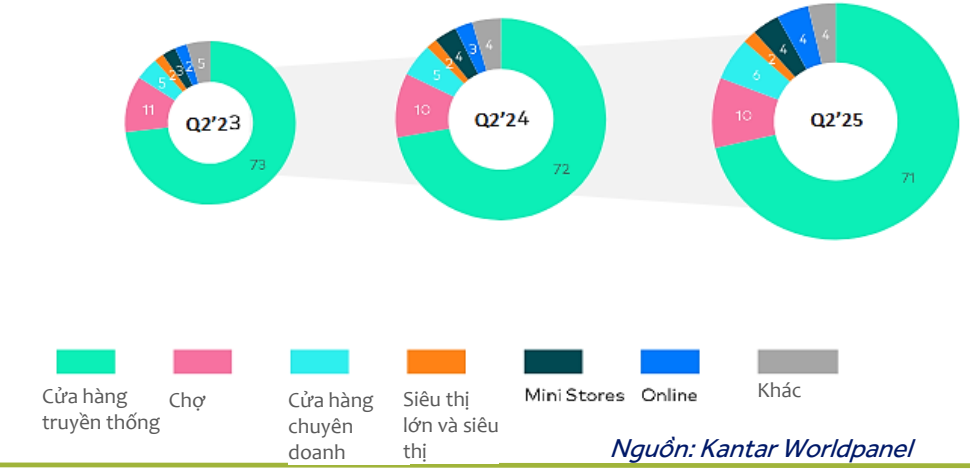
Channel Importance – % Value

Thành thị VN



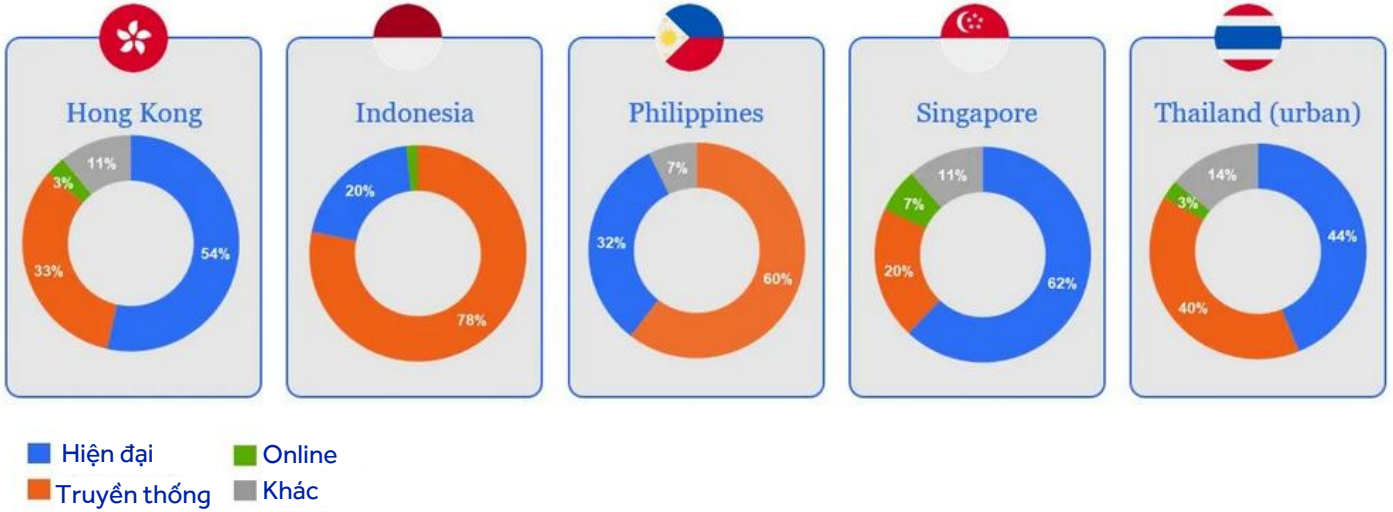
Channel Importance – % Value

Nông thôn VN



Nguồn: Kantar Worldpanel

Đóng góp chi tiêu theo kênh tại các quốc gia (% chi tiêu FMCG)



Nguồn: https://nielseniq.com

Kênh trực tuyến gia tăng ảnh hưởng

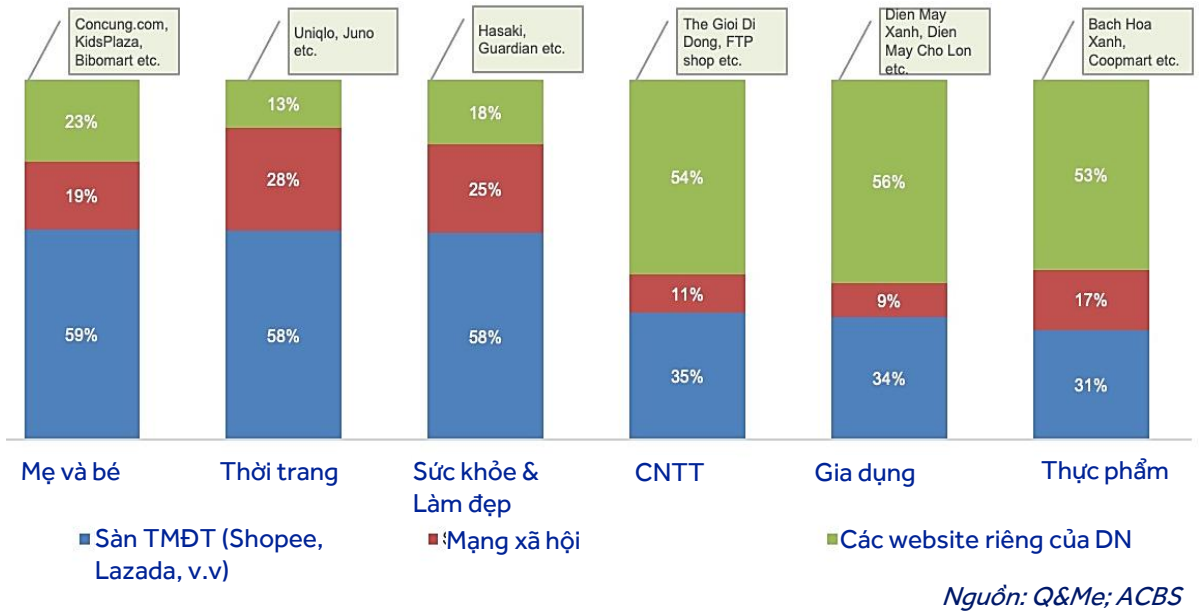
Lương Thị Kim Chi
(+84 28) 7300 7000 - Ext: 1042
chiltk@acbs.com.vn

- **Kênh trực tuyến đã tăng tốc đáng kể,** trở thành hoạt động không thể thiếu đối với các nhà bán lẻ hiện đại trong bối cảnh cạnh tranh gia tăng và là một phần của chiến lược bán hàng đa kênh. Động lực thúc đẩy cho xu hướng này là sự ưa thích tiện lợi của người tiêu dùng, tỷ lệ sử dụng internet cao và sự bùng nổ của dịch vụ logistics và chuyển phát nhanh, mặc dù thị phần của kênh online vẫn còn khiêm tốn so với kênh truyền thống và hiện chỉ chiếm 5%-10%+ doanh thu của các nhà bán lẻ Việt Nam.

- Theo Báo cáo thị trường nội địa của Bộ Công Thương, thị trường bán lẻ trực tuyến ước tính đạt 32 tỷ USD năm 2024 (tăng 27% svck), chiếm khoảng 12% tổng doanh thu bán lẻ hàng hóa và dịch vụ. Trong đó, bán lẻ hàng hóa trực tuyến đóng góp 22,5 tỷ USD.

- **Kế hoạch phát triển thương mại điện tử quốc gia giai đoạn 2026-2030 của Bộ Công Thương (Quyết định số 1568/QD-BCT) định hướng thúc đẩy thương mại điện tử** trở thành lĩnh vực tiên phong của nền kinh tế số. Các mục tiêu bao gồm: 70% dân số trưởng thành tham gia mua sắm trực tuyến; doanh thu bán lẻ thương mại điện tử tăng trưởng 20%-30%/năm, chiếm 20% tổng doanh thu bán lẻ; 60% doanh nghiệp vừa và nhỏ hoạt động trên các nền tảng thương mại điện tử, v.v.

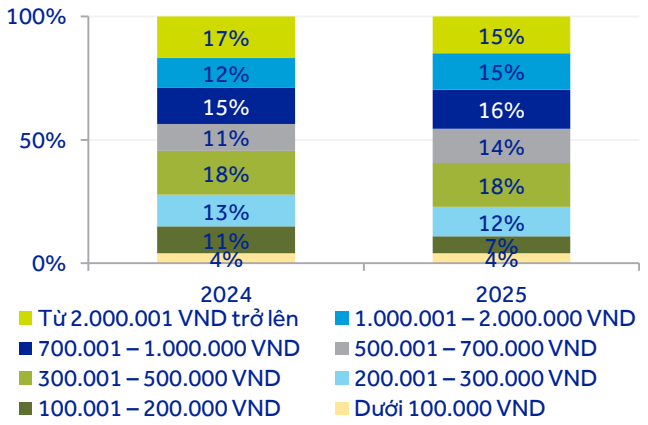
Các kênh mua sắm online phổ biến theo nhóm hàng



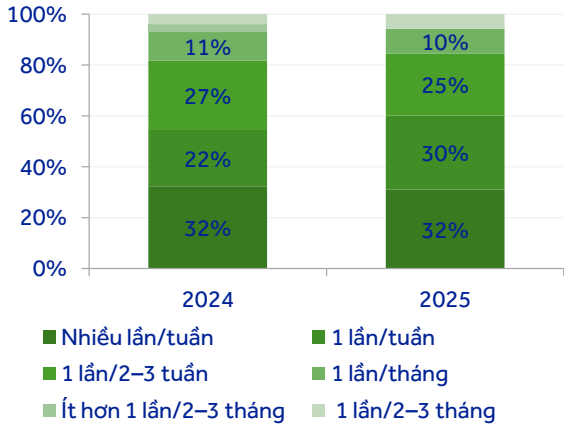
Nguồn: Q&Me; ACBS

Câu hỏi:
Bạn mua sắm trực tuyến với tần suất như thế nào (trung bình 3 tháng gần nhất)?/Bạn chi tiêu bao nhiêu cho mua sắm trực tuyến (trung bình 3 tháng gần nhất)? – Q&Me
(n = 300; người trả lời đều là người có mua sắm trực tuyến)

Mức chi tiêu trung bình hàng tháng cho online tăng nhẹ trong 2025



Tần suất mua sắm online tăng trong 2025 so với 2024



Triển vọng ngành

Lương Thị Kim Chi
(+84 28) 7300 7000 - Ext: 1042
chiltk@acbs.com.vn

Sức mua của người tiêu dùng được kỳ vọng tiếp tục cải thiện, dù với tốc độ chậm, nhờ các biện pháp kích thích kinh tế của chính phủ, điều chỉnh chính sách thuế thu nhập cá nhân, gia hạn việc giảm thuế giá trị gia tăng (VAT) và các lo ngại liên quan đến thuế quan dịu bớt.

Các chính sách thuế mới đối với hộ kinh doanh có thể thúc đẩy sự cạnh tranh công bằng hơn giữa các doanh nghiệp bán lẻ và khu vực phi chính thức.

Các nhà bán lẻ hiện đại có thể hưởng lợi từ sự chuyển dịch thói quen mua sắm của người tiêu dùng từ kênh truyền thống sang kênh hiện đại, và được thúc đẩy thêm khi các chính sách thuế mới đối với hộ kinh doanh có thể dẫn đến sự thu hẹp của khu vực kinh tế phi chính thức. Tuy nhiên, việc gia tăng thị phần sẽ phụ thuộc vào vị thế thị trường hiện tại của mỗi công ty và mức độ phân mảnh của ngành.

Các yếu tố hỗ trợ khác cho triển vọng ngành gồm quá trình đô thị hóa, lợi thế về nhân khẩu học với dân số đông và trẻ (mặc dù những lợi thế này có thể giảm dần trong 10 năm tới và sau đó do giai đoạn già hóa dân số), mức sống và thu nhập tăng dần.

Nghị quyết số 198/2025/QH15; Quyết định số 3389/QD-BTC: Bãi bỏ thuế khoán (các hộ kinh doanh và cá nhân kinh doanh không còn áp dụng phương pháp thuế khoán từ ngày 1/1/2026 và phải chuyển sang phương pháp tự kê khai và tự nộp thuế theo luật định); Khuyến khích các hộ kinh doanh chuyển đổi thành doanh nghiệp.

Nghị định 70/2025/NĐ-CP sửa đổi Nghị định 123/2020/NĐ-CP: Từ 1/6/2025, hộ kinh doanh, cá nhân kinh doanh có mức doanh thu hằng năm từ 01 tỷ đồng trở lên và doanh nghiệp có hoạt động bán hàng hóa, cung cấp dịch vụ, trong đó có bán hàng hóa, cung cấp dịch vụ trực tiếp đến người tiêu dùng (trung tâm thương mại; siêu thị; bán lẻ (trừ ô tô, mô tô, xe máy và xe có động cơ khác); ăn uống; nhà hàng; khách sạn; dịch vụ vận tải hành khách, dịch vụ hỗ trợ trực tiếp cho vận tải đường bộ, dịch vụ nghệ thuật, vui chơi, giải trí, hoạt động chiếu phim, dịch vụ phục vụ cá nhân khác theo quy định về Hệ thống ngành kinh tế Việt Nam) phải sử dụng hóa đơn điện tử khởi tạo từ máy tính tiền kết nối chuyển dữ liệu điện tử với cơ quan thuế.

Triển vọng các doanh nghiệp trong 2026

Lương Thị Kim Chi
(+84 28) 7300 7000 - Ext: 1042
chiltk@acbs.com.vn

MWG

- Công ty đặt mục tiêu tăng trưởng doanh thu thuần và LNST lần lượt là 18% và 30% svck trong năm 2026.
- BHX sẽ tiếp tục gia tăng lợi nhuận, mở thêm cửa hàng mới và dự kiến đóng góp 30% doanh thu vào kế hoạch công ty trong 2026.
- TGDD&DMX tiếp tục củng cố hiệu quả hoạt động, vẫn đóng góp lớn nhất cho kết quả chung và được dự kiến tăng trưởng 15% svck về doanh thu và 20% svck về LNST.
- Các công nghệ mới như AI, 5G, ... có thể thúc đẩy nhu cầu các sản phẩm CNTT. Tuy vậy, tình trạng thiếu chip nhớ và RAM hiện nay có thể gây ra những tác động trái chiều lên giá sản phẩm và việc tiêu thụ các sản phẩm này.
- TGDD&DMX đang xúc tiến kế hoạch IPO trong 2026.

FRT

- Long Châu vẫn là động lực tăng trưởng chính của công ty, duy trì vị thế là thương hiệu được tin cậy với danh mục sản phẩm đa dạng, đặc biệt là thuốc kê đơn, và mạng lưới phân phối rộng.
- Long Châu sẽ tiếp tục gia tăng lợi nhuận và mở rộng mạng lưới cửa hàng.

PNJ

- Mảng bán lẻ trang sức vẫn là động lực tăng trưởng chính của công ty.
- Lợi nhuận từ việc bán hàng tồn kho giá thấp (đã tích lũy trước đó) ở mức giá cao hơn trong bối cảnh giá vàng tăng cao và việc công ty ưu tiên kinh doanh các sản phẩm trang sức hơn các sản phẩm có hàm lượng vàng cao đã hỗ trợ kết quả năm 2025 và có thể 2026, mặc dù mức độ hưởng lợi có thể thấp hơn nếu giá vàng không tiếp tục xu hướng tăng mạnh.
- Công ty vừa điều chỉnh chính sách mua lại một số dòng sản phẩm với giá vàng theo thị trường thay vì tỷ lệ cố định như trước đây. Chính sách này có thể tạo thuận lợi cho công ty gia tăng nguồn cung nguyên liệu trong khi chờ đợi các động thái tiếp theo từ chính phủ về việc cấp hạn ngạch nhập khẩu vàng.

Triển vọng các doanh nghiệp trong 2026

Lương Thị Kim Chi
(+84 28) 7300 7000 - Ext: 1042
chiltk@acbs.com.vn

	MWG			FRT			PNJ		
	2024	**2025U**	**2026F**	**2024**	**2025U**	**2026F**	**2024**	**2025U**	**2026F**
DT thuần (tỷ đồng)	134,341	156,458	182,001	40,104	51,083	61,388	37,823	34,976	38,654
Tăng trưởng	*13.6%*	*16.5%*	*16.3%*	*25.9%*	*27.4%*	*20.2%*	*14.1%*	*-7.5%*	*10.5%*
Gross margin	20.5%	19.4%	19.2%	18.9%	19.6%	19.9%	17.6%	22.0%	22.5%
LNST (tỷ đồng)	3,733	7,076	9,140	408	984	1,347	2,113	2,829	3,288
Tăng trưởng	*2126.2%*	*89.5%*	*29.2%*		*141.0%*	*36.9%*	*7.2%*	*33.9%*	*16.2%*
EPS (hiệu chỉnh VND)	2,545	4,790	6,114	1,864	4,667	6,085	5,710	7,517	8,649
Tăng trưởng	*2121.3%*	*88.2%*	*27.6%*		*150.4%*	*30.4%*	*5.0%*	*31.6%*	*15.1%*
ROE	14.6%	23.3%	24.9%	18.1%	26.1%	22.1%	20.1%	23.1%	22.5%
ROA	5.7%	9.1%	10.2%	2.2%	4.1%	4.2%	13.4%	15.1%	15.8%
Nợ ròng/EBITDA (x)	0.5	0.5	0.5	5.6	0.7	1.9	0.4	0.5	0.1
EV/EBITDA (x)	19.6	16.5	13.4	24.6	14.5	11.1	14.3	10.8	9.3
EV/Doanh thu (x)	1.0	0.9	0.8	0.6	0.5	0.4	1.0	1.1	1.0
PER (x)	34.7	18.5	14.5	86.0	34.4	26.4	19.1	14.5	12.6
PBR (x)	4.5	3.8	3.1	11.4	6.6	5.2	3.2	2.8	2.4
DPS (VND)	1,000	1,000	1,000	-	-	-	2,000	2,000	2,000
Suất sinh lợi cổ tức	1.1%	1.1%	1.1%	0.0%	0.0%	0.0%	1.8%	1.8%	1.8%
Giá mục tiêu (VND)			**106,000**			**172,000**			**132,000**

Nguồn: ACBS

Liên hệ

Trụ sở chính
Tầng 3, Tòa nhà Léman, 117 Nguyễn Đình Chiểu, Phường Xuân Hòa, TP.HCM
Tel: (+84 28) 7300 7000 Fax: (+84 28) 7300 375
Website: www.acbs.com.vn

Chi nhánh Hà Nội
10 Phan Chu Trinh, Phường Cửa Nam, Hà Nội
Tel: (+84 24) 3942 9396

PHÒNG PHÂN TÍCH & CHIẾN LƯỢC THỊ TRƯỜNG

Email: acbs_phantich@acbs.com.vn
trangdm@acbs.com.vn

KHỐI KHÁCH HÀNG ĐỊNH CHẾ

Trưởng phòng khối khách hàng định chế
Chu Thị Kim Hương
(+84 28) 7300 7000 (x1083)
huongctk@acbs.com.vn
groupis@acbs.com.vn

Chuyên viên GDKHĐC
Nguyễn Trần Như Huỳnh
(+84 28) 7300 6879 (x1088)
huynhntn@acbs.com.vn

Khuyến cáo

Xác Nhận Của Chuyên Viên Phân Tích

Chúng tôi,các tác giả của bản báo cáo phân tích này, xác nhận rằng (1) các quan điểm được trình bày trong bản báo cáo phân tích này là của chúng tôi (2) chúng tôi không nhận được bất kỳ khoản thu nhập nào, trực tiếp hoặc gián tiếp, từ các khuyến nghị hoặc quan điểm được trình bày đó.

Công Bố Thông Tin Quan Trọng

ACBS và các tổ chức có liên quan của ACBS (sau đây gọi chung là ACBS) đã có hoặc sẽ tiến hành các giao dịch theo giấy phép kinh doanh của ACBS với các công ty được trình bày trong bản báo cáo phân tích này. Danh mục đầu tư trên tài khoản tự doanh chứng khoán của ACBS cũng có thể có chứng khoán do các công ty này phát hành. Vì vậy nhà đầu tư nên lưu ý rằng ACBS có thể có xung đột lợi ích ở bất kỳ thời điểm nào.

ACBS phát hành nhiều loại báo cáo phân tích,bao gồm nhưng không giới hạn ở phân tích cơ bản, phân tích cổ phiếu, phân tích định lượng hoặc phân tích xu hướng thị trường.Các khuyến nghị trên mỗi loại báo cáo phân tích có thể khác nhau,nguyên nhân xuất phát từ sự khác biệt về thời hạn đầu tư, phương pháp phân tích áp dụng và các nguyên nhân khác.

Tuyên Bố Miễn Trách Nhiệm

Bản báo cáo phân tích này chỉ nhằm mục đích cung cấp thông tin, ACBS không cung cấp bất kỳ bảo đảm rõ ràng hay ngụ ý nào và không chịu trách nhiệm về sự phù hợp của các thông tin chứa đựng trong báo cáo cho một mục đích sử dụng cụ thể. ACBS sẽ không xem những người nhận báo cáo,không nhận trực tiếp từ ACBS, là khách hàng của ACBS.Giá chứng khoán được trình bày trong kết luận của báo cáo (nếu có) chỉ mang tính tham khảo.ACBS không đề nghị hoặc khuyến khích nhà đầu tư tiến hành mua hoặc bán bất kỳ chứng khoán nào dựa trên báo cáo này. **ACBS, các tổ chức liên quan của ACBS, ban quản lý, đối tác hoặc nhân viên của ACBS sẽ không chịu trách nhiệm cho bất kỳ (a) các thiệt hại trực tiếp, gián tiếp; hoặc (b) các khoản tổn thất do mất lợi nhuận, doanh thu, cơ hội kinh doanh hoặc các khoản tổn thất khác, kể cả khi ACBS đã được thông báo về khả năng xảy ra thiệt hại hoặc tổn thất đó, phát sinh từ việc sử dụng bản báo cáo phân tích này hoặc thông tin trong đó**. Ngoài các thông tin liên quan đến ACBS,các thông tin khác trong bản báo cáo này được thu thập từ các nguồn mà ACBS cho rằng đáng tin cậy, tuy nhiên ACBS không bảo đảm tính đầy đủ và chính xác của các thông tin đó, Các quan điểm trong báo cáo có thể bị thay đổi bất kỳ lúc nào và ACBS không có nghĩa vụ cập nhật các thông tin và quan điểm đã bị thay đổi đó cho nhà đầu tư đã nhận báo cáo này.

Bản báo cáo có chứa đựng các giả định,quan điểm của chuyên viên phân tích, tác giả của báo cáo, ACBS không chịu trách nhiệm cho bất kỳ sai sót nào của họ phát sinh trong quá trình lập báo cáo,đưa ra các giả định, quan điểm.Trong tương lai, ACBS có thể sẽ phát hành các bản báo cáo có thông tin mâu thuẫn hoặc thậm chí có nội dung kết luận đi ngược lại hoàn toàn với bản báo cáo này.Các khuyến nghị trong bản báo cáo này hoàn toàn là của riêng chuyên viên phân tích,các khuyến nghị đó không được đưa ra dựa trên các lợi ích của bất kỳ cá nhân tổ chức nào, kể cả lợi ích của ACBS.Bản báo cáo này không nhằm đưa ra các lời khuyên đầu tư cụ thể,cũng như không xem xét đến tình hình và điều kiện tài chính của bất kỳ nhà đầu tư nào, những người nhận bản báo cáo này. Vì vậy các chứng khoán được trình bày trong bản báo cáo có thể không phù hợp với nhà đầu tư. ACBS khuyến nghị rằng nhà đầu tư nên tự thực hiện đánh giá độc lập và tham khảo thêm ý kiến chuyên gia khi tiến hành đầu tư. Giá trị và thu nhập đem lại từ các khoản đầu tư có thể thay đổi hàng ngày tùy theo thay đổi của nền kinh tế và thị trường chứng khoán. Các kết luận trong báo cáo không nhằm tiên đoán thực tế do đó nó có thể khác xa so với thực tế, kết quả đầu tư của quá khứ không bảo đảm cho kết quả đầu tư của tương lai.

Bản báo cáo này có thể không được phát hành rộng rãi trên phương tiện thông tin đại chúng hay được sử dụng, trích dẫn bởi các phương tiện thông tin đại chúng mà không có sự đồng ý trước bằng văn bản của ACBS. Việc sử dụng không có sự đồng ý của ACBS sẽ bị xem là bất hợp pháp và cá nhân,tổ chức vi phạm có nghĩa vụ bồi thường mọi thiệt hại, tổn thất (nếu có) đã gây ra cho ACBS từ sự vi phạm đó.

Trong trường hợp quốc gia của nhà đầu tư nghiêm cấm việc phân phối hoặc nhận các báo cáo phân tích như thế này thì nhà đầu tư cần hủy bản báo cáo này ngay lập tức, nếu không nhà đầu tư sẽ hoàn toàn tự chịu trách nhiệm.

ACBS không cung cấp dịch vụ tư vấn thuế và không nội dung nào trong bản báo cáo này được xem như có nội dung tư vấn thuế. Do đó khi liên quan đến vấn đề thuế, nhà đầu tư cần tham khảo ý kiến của chuyên gia dựa trên tình hình và điều kiện tài chính cụ thể của nhà đầu tư.

Bản báo cáo này có thể chứa đựng các đường dẫn đến trang web của bên thứ ba, ACBS không chịu trách nhiệm đối với nội dung trên các trang web này. Việc đưa đường dẫn chỉ nhằm mục đích tạo sự thuận tiện cho nhà đầu tư trong việc tra cứu thông tin; do đó nhà đầu tư hoàn toàn chịu các rủi ro khi truy cập các trang web này.

© Copyright ACBS (2026).Mọi quyền sở hữu trí tuệ và quyền tác giả là của ACBS và/hoặc chuyên viên phân tích, Bản báo cáo phân tích này không được phép sao chép,toàn bộ hoặc một phần, khi chưa có sự đồng ý bằng văn bản của ACBS.