

Bán lẻ

Kênh bán lẻ hiện đại chiếm ưu thế trong tháng 4

Tổng doanh số hàng hóa và dịch vụ tháng 4 bị ảnh hưởng, đặc biệt là dịch vụ lễ hành

— Doanh số bán lẻ hàng hóa và dịch vụ tiêu dùng tháng 4 giảm 21% MoM và 26% YoY theo dữ liệu từ Tổng cục Thống kê. Các dịch vụ lễ hành bị ảnh hưởng nặng nề nhất và giảm 98% YoY trong tháng 4 do chịu thiệt hại nặng nề từ yêu cầu giãn cách xã hội vào ngày 01/04. Lũy kế 4 tháng đầu năm, doanh số bán lẻ và dịch vụ đã giảm 4.3% YoY còn 1,520 tỷ đồng. Một điểm sáng là doanh số bán lẻ hàng hóa tăng nhẹ 1% lên 1,228 tỷ đồng trong bốn tháng đầu năm khi khách hàng chuyển sang kênh thương mại điện tử để mua hàng. Xu hướng này đã được thấy rõ tại CTCP Đầu tư Thế giới Di động (MWG, một trong những nhà bán lẻ hàng đầu Việt Nam) khi doanh số giảm 20% trong tháng 4 do đóng cửa cửa hàng nhưng doanh số bán hàng trực tuyến cho chuỗi điện thoại và điện máy tăng lên chiếm hơn 20% tổng doanh thu của chuỗi.

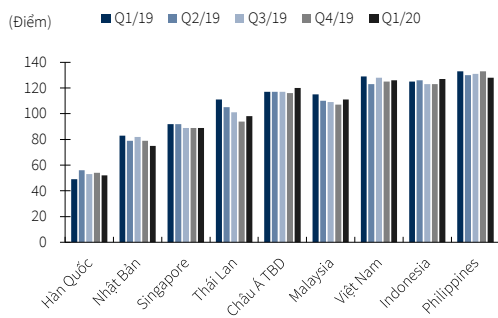
Người tiêu dùng Việt Nam vẫn lạc quan, nhưng lo ngại về đại dịch đã thay đổi thói quen sinh hoạt và tiêu dùng

— Việt Nam là quốc gia lạc quan thứ tư thế giới trong bối cảnh đại dịch Covid-19 (sau Pakistan, Philippines và Indonesia) sau khi đạt được 126 điểm về chỉ số niềm tin của người tiêu dùng trong *Cuộc khảo sát niềm tin người tiêu dùng toàn cầu* tháng 2 do The Conference Board và Nielsen thực hiện. Một khảo sát khác của Nielsen cũng thực hiện vào tháng 2 cho thấy COVID-19 khiến 47% người tiêu dùng Việt Nam thay đổi thói quen ăn uống, 60% thay đổi hoạt động giải trí và 70% đánh giá lại kế hoạch du lịch. Nghiên cứu cũng cho thấy 44% số người được hỏi có thu nhập bị ảnh hưởng.

Các kênh thương mại hiện đại chiếm ưu thế trong đại dịch COVID-19 và sẽ được hưởng lợi nhiều nhất từ sự phục hồi

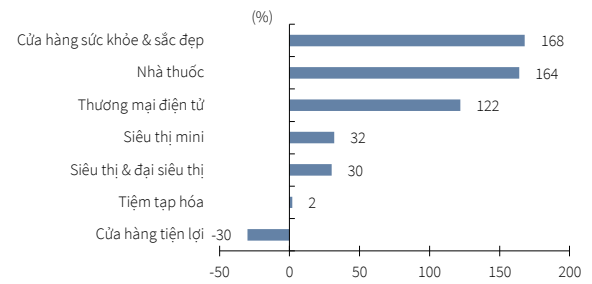
— Mặc dù dữ liệu tháng 4 có thể là quá sớm để tìm thấy bất kỳ dấu hiệu phục hồi nào, sự xuất hiện liên tục của kênh thương mại hiện đại đã rõ ràng. Doanh số thương mại điện tử đã tăng 122% YoY theo nghiên cứu từ Kantar Worldpanel khi người tiêu dùng hạn chế đi lại trong bối cảnh giãn cách xã hội. Các ngành hàng bán lẻ khác có doanh số tăng trong COVID-19 là các cửa hàng sức khỏe & sắc đẹp (+168% YoY) và nhà thuốc (+ 164% YoY) khi có sự gia tăng nhu cầu mua khẩu trang và nước rửa tay. Đại siêu thị, siêu thị và siêu thị mini là những nơi mua sắm sạch sẽ, vệ sinh, có giao hàng tận nhà và giá sản phẩm ổn định nên cũng chiếm lợi thế trong cuộc chiến với thương mại truyền thống. Với việc tiếp tục mở rộng bán lẻ hiện đại và tăng cường niềm tin của người tiêu dùng Việt Nam, các nhà bán lẻ và tiêu dùng lớn có chiến lược mở rộng mạnh mẽ sẽ có lợi nhất từ sự phục hồi sau đại dịch.

Biểu đồ 1. Chỉ số niềm tin người tiêu dùng toàn cầu – Các nước châu Á TBD, Q1/19-Q1/20 (điểm)



Nguồn: *Khảo sát niềm tin người tiêu dùng toàn cầu* của The Conference Board phối hợp với Nielsen

Biểu đồ 2. Bán lẻ ở Việt Nam - % tăng trưởng giá trị trên các kênh mua sắm – Việt Nam, T2/20 (%)



*4 tuần kết thúc vào 23/2/2020 so với 4 tuần kết thúc vào 3/3/2019

Nguồn: Kantar Worldpanel

KHOẢNG PHÂN TÍCH CÔNG TY CHỨNG KHOẢN KB VIỆT NAM

Giám đốc Khối Phân Tích – Nguyễn Xuân Bình

binhnx@kbsec.com.vn

Phân tích Ví mô & Chiến lược Thị trường

Giám đốc Kinh tế Ví mô & Chiến lược thị trường – Trần Đức Anh

anhdt@kbsec.com.vn

Chuyên viên Phân tích Ví mô – Thái Thị Việt Trinh

trinhhtt@kbsec.com.vn

Chuyên viên Chiến lược Thị trường – Lê Anh Tùng

tungla@kbsec.com.vn

Phân tích Doanh nghiệp (Hà Nội)

Giám đốc Phân tích Doanh nghiệp (Hà Nội) – Dương Đức Hiếu

hieudd@kbsec.com.vn

Chuyên viên Phân tích Công nghệ & Logistics – Nguyễn Anh Tùng

tungna@kbsec.com.vn

Chuyên viên Phân tích Bất động sản – Phạm Hoàng Bảo Nga

ngaphb@kbsec.com.vn

Chuyên viên Phân tích Năng lượng & Vật liệu xây dựng – Lê Thành Công

congt@kbsec.com.vn

Chuyên viên Phân tích Ngân hàng Tài chính – Nguyễn Thị Thu Huyền

huyenntt@kbsec.com.vn

Phân tích Doanh nghiệp (Hồ Chí Minh)

Giám đốc Phân tích Doanh nghiệp (Hồ Chí Minh) – Harrison Kim

harrison.kim@kbf.com

Chuyên viên Phân tích Hàng tiêu dùng & Bán lẻ – Đào Phúc Phương Dung

dungdpp@kbsec.com.vn

Chuyên viên Phân tích Thủy sản & Dược phẩm – Nguyễn Thanh Danh

danhnt@kbsec.com.vn

Chuyên viên Phân tích Dầu Khí & Hóa chất – Nguyễn Vinh

vinhn@kbsec.com.vn

Bộ phận Marketing Research

Chuyên viên Marketing Hàn Quốc – Seon Yeong Shin

shin.sy@kbsec.com.vn

CTCP CHỨNG KHOÁN KB VIỆT NAM (KBSV)

Trụ sở chính:

Địa chỉ: Tầng G, tầng 2 và 7, Tòa nhà Sky City số 88 Láng Hạ, Đống Đa, Hà Nội
Điện thoại: (+84) 24 7303 5333 - Fax: (+84) 24 3776 5928

Chi nhánh Hà Nội:

Địa chỉ: Tầng 1, Tòa nhà VP, số 5 Điện Biên Phủ, Quận Ba Đình, Hà Nội
Điện thoại: (+84) 24 7305 3335 - Fax: (+84) 24 3822 3131

Chi nhánh Hồ Chí Minh:

Địa chỉ: Tầng 2, TNR Tower Nguyễn Công Trứ, 180-192 Nguyễn Trứ, Q1, TP Hồ Chí Minh
Điện thoại: (+84) 28 7303 5333 - Fax: (+84) 28 3914 1969

Chi nhánh Sài Gòn:

Địa chỉ: Tầng 1, Saigon Trade Center, 37 Tôn Đức Thắng, Phường Bến Nghé, Q1, Hồ Chí Minh
Điện thoại: (+84) 28 7306 3338 - Fax: (+84) 28 3910 1611

LIÊN HỆ

Trung Tâm Khách hàng Tổ chức: (+84) 28 7303 5333 – Ext: 2656

Trung Tâm Khách hàng Cá nhân: (+84) 24 7303 5333 – Ext: 2276

Email: ccc@kbsec.com.vn

Website: www.kbsec.com.vn

Hệ thống khuyến nghị

Hệ thống khuyến nghị đầu tư cổ phiếu

(dựa trên kỳ vọng tăng giá tuyệt đối trong 6 tháng tới)

| Mua: | Nắm giữ: | Bán: |
|-------------------|---------------------------|--------------------|
| +15% hoặc cao hơn | trong khoảng +15% và -15% | -15% hoặc thấp hơn |

Hệ thống khuyến nghị đầu tư ngành

(dựa trên kỳ vọng tăng giá tuyệt đối trong 6 tháng tới)

| Khả quan: | Trung lập: | Kém khả quan: |
|--------------------------|--------------------|--------------------|
| Vượt trội hơn thị trường | Phù hợp thị trường | Kém hơn thị trường |

Ý kiến trong báo cáo này phản ánh đánh giá chuyên môn của (các) chuyên viên phân tích kể từ ngày phát hành và dựa trên thông tin và dữ liệu thu được từ các nguồn mà KBSV cho là đáng tin cậy. KBSV không tuyên bố rằng thông tin và dữ liệu là chính xác hoặc đầy đủ và các quan điểm được trình bày trong báo cáo này có thể thay đổi mà không cần thông báo trước. Khách hàng nên độc lập xem xét các trường hợp và mục tiêu cụ thể của riêng mình và tự chịu trách nhiệm về các quyết định đầu tư của mình và chúng tôi sẽ không có trách nhiệm đối với các khoản đầu tư hoặc kết quả của chúng. Những tài liệu này là bản quyền của KBSV và không được sao chép, phân phối lại hoặc sửa đổi mà không có sự đồng ý trước bằng văn bản của KBSV. Nhận xét và quan điểm trong báo cáo này có tính chất chung và chỉ nhằm mục đích tham khảo và không được phép sử dụng cho bất kỳ mục đích nào khác.