



NGÀNH HÀNG TIÊU DÙNG

Địa chỉ: Lầu 8-9, 58 Nguyễn Đình Chiểu, Phường Đakao, Quận 1, TP.HCM

Điện thoại: (84.8) 62 836 888 Fax: (84.8) 62 838 666

Email: support@phugiasc.vn Website: www.phugiasc.vn

TỔNG QUAN NGÀNH

CONSUMER GOODS

FOOD &
DRINK

ĐỒ GIA
DỤNG

HÀNG
CÁ
NHÂN



TỔNG QUAN NGÀNH

- Cũng giống như những ngành lớn và lâu đời, lĩnh vực này tăng trưởng một cách chậm chạp: thị trường hàng tiêu dùng thông thường tăng trưởng không nhanh hơn tốc độ tăng trưởng GDP, thậm chí còn chậm hơn. Mặc dù tốc độ tăng trưởng chậm, cổ phiếu của những công ty sản xuất hàng tiêu dùng thường có khuynh hướng đem lại lợi nhuận vững chắc và khá ổn định
- Những công ty sản xuất hàng tiêu dùng tạo ra lợi nhuận theo kiểu truyền thống: chúng sản xuất ra sản phẩm và bán cho người tiêu dùng thông qua hệ thống siêu thị, những khách hàng bán sỉ và các cửa hàng bán lẻ. Còn các công ty sản xuất đồ uống thì bán sản phẩm của họ thông qua hệ thống phân phối.
- Hoạt động trong ngành nhanh chóng đạt đến trạng thái bão hòa, các công ty trong ngành thường hay thôn tính và hợp nhất lại với nhau. Các công ty trong lĩnh vực này chi phí khá tốn kém cho phát triển sản phẩm mới.
- Do tăng trưởng doanh thu của các công ty trong ngành thấp nên tăng trưởng lợi nhuận phải dựa trên một cơ cấu tổ chức hoạt động sản xuất, kinh doanh hợp lý. Các công ty trong ngành luôn tìm cách giữ cho mức hàng hóa tồn kho thấp và giá rẻ, những nhà sản xuất hàng tiêu dùng phải có cơ cấu sản xuất tinh gọn và linh động.
- Một phương pháp hiệu quả và đã được thử nghiệm để trở thành một nhà sản xuất tinh gọn là phải tái cấu trúc trên diện rộng, vốn rất tốn kém trong ngắn hạn nhưng lại được đền bù bằng hiệu quả trong dài hạn.

MỘT SỐ VẤN ĐỀ CẦN QUAN TÂM

Vấn đề về sản phẩm

Những công ty đã tồn tại từ lâu, có tốc độ phát triển ổn định sẽ không phải là một lựa chọn tốt cho đầu tư. Các nhà đầu tư nên xem xét cẩn thận một số rủi ro tiềm ẩn mà công ty phải đối mặt.

Sức mạnh gia tăng của các nhà bán lẻ

Sức mạnh gia tăng của nhà bán lẻ đã chèn ép các công ty sản xuất hàng tiêu dùng về việc kiểm soát giá. Mọi người đều muốn sản phẩm của mình có mặt trong các cửa hàng cho nên họ bị chèn ép giá cả. Các công ty này phải cải thiện cơ cấu chi phí để cạnh tranh với các nhà bán lẻ nhưng không có khả năng chuyển sự tăng giá lên vai của người tiêu dùng.

Lợi thế kinh tế về quy mô

Nhờ lợi thế về quy mô mà các công ty trong lĩnh vực này có thể mở rộng những nhà máy sản xuất trên thị trường, bằng những kỹ thuật và công nghệ mới với giá rẻ. Ở đây lưu ý là, mở rộng các nhà máy chứ không phải thành lập mới các công ty để khai thác thị trường đó.

Những thương hiệu lớn mạnh và kênh phân phối

Những công ty sản xuất hàng tiêu dùng thường đầu tư nhiều thời gian và tiền bạc để xây dựng mối quan hệ vững chắc với người tiêu dùng cuối cùng dưới dạng các thương hiệu. Thương hiệu mang rất nhiều ý nghĩa, bao gồm một cụm từ diễn giải một nhu cầu, một sự cam kết về chất lượng, một khát khao nào đó hay sự khẳng định về một hình tượng nào đó. Những thương hiệu mạnh nuôi dưỡng mối liên kết với người tiêu dùng để có thể tồn tại qua thời gian. Hệ thống mạng lưới mà nhà sản xuất sử dụng để phân phối hàng hóa của họ đến được trên kệ của các cửa hàng có thể là một lợi thế mà rất khó cho đối thủ trong việc sao chép lợi thế này.

DẤU HIỆU DỰ BÁO SỰ THÀNH CÔNG CỦA CÁC CÔNG TY

Thị phần

- Những công ty với thương hiệu mạnh hiện đang thống trị thị trường thông thường sẽ tiếp tục ở vị trí thống lĩnh đó, do sự thay đổi về thị phần giữa các công ty thường khá nhỏ từ năm này sang năm khác.

Dòng tiền tự do

- Trong lĩnh vực đã bão hòa này, những tên tuổi lớn tạo ra nhiều dòng tiền tự do - dòng tiền từ hoạt động sản xuất, kinh doanh trừ đi các chi tiêu vốn. Không giống như các công ty còn non trẻ phải đầu tư phần lớn dòng tiền ngược trở lại vào hoạt động kinh doanh để tăng quy mô và đáp ứng nhu cầu đang gia tăng. Thêm vào đó, các công ty này có được những lợi thế kinh tế như trên nên bạn có thể kỳ vọng công ty sẽ duy trì mức ROE trên chi phí sử dụng vốn trong tương lai.

Niềm tin vào công tác xây dựng thương hiệu

- Sức mạnh, niềm tin của ban quản lý vào việc xây dựng thương hiệu cung cấp nền tảng vững chắc cho việc xây dựng thương hiệu mạnh. Một công ty thường xuyên đầu tư vào thương hiệu thông qua quảng cáo và những hình thức truyền thông phi bán hàng khác sẽ gây dựng được giá trị cảm nhận của thương hiệu.
- Tuy nhiên, hãy coi chừng những công ty đi tắt bằng cách liên tục bán giảm giá sản phẩm. Mặc dù điều này trong thời gian đầu sẽ làm tăng doanh số bán ra và giành được thị phần cao hơn, nhưng sẽ làm suy giảm lợi nhuận và sau cùng, liên tục bán hàng giảm giá sẽ xói mòn giá trị thương hiệu.

Đổi mới

- Xem xét khía cạnh trong đó những công ty tốt dựa vào một chuỗi vững chắc những sản phẩm mới để có thể cạnh tranh, mức độ đổi mới của công ty là mang tính sống còn.
- Hãy để ý đến những công ty liên tục cho ra đời những sản phẩm mới thành công trên thị trường và những công ty nào luôn đi trước trong việc đưa ra sản phẩm mới. Cũng cần phân biệt việc đưa ra sản phẩm mới bằng cách cải thiện sản phẩm cũ sẽ không làm thay đổi gì.

CHỈ SỐ TÀI CHÍNH CÁC NHÓM NGÀNH (2010)

Nhóm ngành	Số công ty	+/-	PE	EPS	ROA	ROE	Beta	P/B	Tổng Khối lượng	Nước ngoài sở hữu	Vốn thị trường (tỷ)
Bia rượu & Nước giải khát	7	-0.90%	6.5	3,476	10%	16.40%	0.3	95%	61,093,862	4,379,706	737
Bánh kẹo	4	0.70%	7.3	3,618	11.80%	20.80%	0.8	99%	154,453,525	52,814,649	5,284
Hàng công nghiệp	5	0%	7.9	908	2%	6.20%	0.7	64%	43,302,587	1,702,618	374
Hàng gia dụng	9	0%	5	5,999	12.20%	20.90%	0.7	93%	162,083,630	44,002,786	3,266
Hàng tiêu dùng	3	-6.00%	9.9	3,556	9%	15.30%	1.1	212%	539,009,769	107,897,862	77,970
May mặc & Giày dép	5	0.30%	6.2	3,476	8.60%	21.20%	0.8	123%	74,790,612	22,751,838	1,195
Sản phẩm sữa	2	0%	5.6	5,647	13.50%	17.50%	0.7	230%	383,214,130	183,038,104	47,159
Thiết bị điện và điện tử	8	1.80%	7.9	2,547	4.50%	13.10%	0.4	72%	39,976,097	3,029,695	437
Thuốc lá	2	2.00%	3.3	3,555	7%	19.50%	0.3	70%	20,016,963	498,478	239
Điện tử gia dụng	2	5.50%	9.1	1,586	8.50%	10.50%	0.4	109%	13,922,660	119,106	156
Đồ trang sức	1	0%	9.1	4,023	9%	21.00%	0.7	192%	59,998,433	20,390,227	2,190

CÁC CÔNG TY ĐANG NIÊM YẾT

Ghi chú: các chỉ số Trailing đến 23/09/2011

ĐIỆN TỬ TIÊU DÙNG	Mã	Giá hôm nay	Vốn hóa Tỷ VND	Sở hữu N Ngoại	+/- Giá Hôm nay	+/- Giá 30 Ngày qua	P/E cơ bản	P/B	ROA	ROE	Lãi ròng/ Doanh T	Lãi gộp	Công nợ/ Tài sản
KT Điện Toàn Cầu	GLT	13,700	126	20.5%	0.0%	17%	3.9	1.0	16.8%	24.0%	16.9%	30.9%	23.6%
ĐỒ UỐNG VÀ GIẢI KHÁT	Mã	Giá hôm nay	Vốn hóa Tỷ VND	Sở hữu N Ngoại	+/- Giá Hôm nay	+/- Giá 30 Ngày qua	P/E cơ bản	P/B	ROA	ROE	Lãi ròng/ Doanh T	Lãi gộp	Công nợ/ Tài sản
Giải khát Chương Dương	CDC	14,900	126	8.4%	-4.5%	-17%	5.9	0.8	10.9%	13.8%	5.4%	20.2%	22.5%
HÀNG CÁ NHÂN	Mã	Giá hôm nay	Vốn hóa Tỷ VND	Sở hữu N Ngoại	+/- Giá Hôm nay	+/- Giá 30 Ngày qua	P/E cơ bản	P/B	ROA	ROE	Lãi ròng/ Doanh T	Lãi gộp	Công nợ/ Tài sản
XNK Bình Thạnh	GIL	27,200	313	15.1%	0.0%	10%	5.8	0.9	9.6%	14.8%	10.5%	20.9%	41.9%
Vàng Phú Nhuận	PNJ	36,500	2,190	36.5%	-2.1%	22%	6.0	1.9	9.6%	21.7%	1.5%	4.0%	57.8%
Bột giặt Lix	LIX	38,000	342	20.2%	-4.5%	-14%	4.7	1.5	20.9%	32.0%	6.3%	16.7%	32.2%
Tập đoàn Thiên Long	TLG	18,100	319	5.1%	4.0%	-2%	3.8	0.7	9.7%	18.8%	8.7%	39.5%	50.0%



CHỨNG KHOÁN PHÚ GIA
PHUGIA SECURITIES

CÁC CÔNG TY ĐANG NIÊM YẾT

HÀNG MAY MẶC	Mã	Giá hôm nay	Vốn hóa Tỷ VND	Sở hữu N Ngoại	+/- Giá Hôm nay	+/- Giá 30 Ngày qua	P/E cơ bản	P/B	ROA	ROE	Lãi ròng/ Doanh T	Lãi gộp	Công nợ/ Tài sản
May Sài Gòn	GMC	15,000	132	9.2%	-1.3%	3%	3.6	0.9	10.9%	27.6%	5.3%	21.7%	69.7%
May Phú Thịnh - Nhà Bè	NPS	12,500	27	2.2%	-6.0%	18%	5.6	0.8	5.9%	14.1%	9.2%	22.6%	59.2%
Dệt may Thành Công	TCM	15,700	701	49.0%	2.6%	15%	2.9	0.9	13.1%	35.8%	10.9%	22.4%	63.2%
May mặc Miền Bắc	TET	29,300	182	0.0%	2.4%	0%	16.0	2.8	13.3%	16.1%	22.7%	43.5%	20.1%
ĐT & TM TNG	TNG	11,600	156	0.5%	-2.5%	18%	3.9	0.8	5.2%	18.8%	3.8%	20.1%	76.5%
SẢN XUẤT BIA, RƯỢU	Mã	Giá hôm nay	Vốn hóa Tỷ VND	Sở hữu N Ngoại	+/- Giá Hôm nay	+/- Giá 30 Ngày qua	P/E cơ bản	P/B	ROA	ROE	Lãi ròng/ Doanh T	Lãi gộp	Công nợ/ Tài sản
Bia Thanh Hóa	THB	11,100	127	1.6%	3.7%	3%	4.1	0.7	9.6%	17.1%	8.0%	19.3%	44.1%
Bia Hà Nội - Hải Dương	HAD	27,500	110	1.0%	0.0%	0%	4.5	1.2	19.4%	24.9%	10.7%	23.8%	27.8%
Thực phẩm Lâm Đồng	VDL	34,100	107	4.4%	6.9%	13%	5.8	1.4	13.4%	24.0%	6.6%	14.6%	59.4%
Vang Thăng Long	VTL	37,000	67	3.8%	0.0%	-5%	21.6	2.1	3.2%	9.4%	3.6%	22.2%	68.1%
XK Đông Nam Á Haminco	KSD	6,000	64	0.1%	-4.8%	28%	6.9	0.5	2.9%	6.4%	2.9%	12.0%	45.5%

CÁC CÔNG TY ĐANG NIÊM YẾT

THỰC PHẨM	Mã	Giá hôm nay	Vốn hóa Tỷ VND	Sở hữu N Ngoại	+/- Giá Hôm nay	+/- Giá 30 Ngày qua	P/E cơ bản	P/B	ROA	ROE	Lãi ròng/ Doanh T	Lãi gộp	Công nợ/ Tài sản
ANGIANG COFFEE	AGC	6,200	51	1.8%	0.0%	22%	(1.5)	0.8	-6.8%	-38.5%	-8.2%	7.5%	87.7%
Bánh kẹo BIBICA	BBC	12,200	188	49.0%	-0.8%	4%	3.8	0.3	6.9%	9.2%	5.5%	27.7%	21.0%
Đường Biên Hòa	BHS	31,500	584	5.4%	0.0%	-1%	4.2	1.2	10.6%	28.0%	6.1%	11.8%	67.6%
CADOVIMEX - VIETNAM	CAD	3,000	26	7.9%	3.4%	7%	(1.0)	0.2	-2.1%	-16.8%	-1.6%	18.6%	86.1%
Đồ hộp Hạ Long	CAN	22,000	110	7.0%	-0.5%	7%	5.8	1.1	9.1%	19.8%	2.9%	18.6%	58.4%
Nông sản DABACO	DBC	17,600	768	18.2%	1.1%	16%	5.9	0.7	4.4%	11.8%	4.0%	10.8%	61.8%
Bánh kẹo Hải Hà	HHC	18,100	149	0.1%	5.2%	37%	6.3	0.8	8.2%	13.8%	3.2%	15.6%	31.3%
HANOIMILK	HNM	5,900	74	10.8%	-1.7%	2%	(3.3)	0.6	-10.3%	-16.2%	-7.3%	15.1%	38.2%
Thực phẩm Quốc tế	IFS	5,000	146	49.0%	0.0%	6%	22.7	1.0	1.1%	6.0%	0.7%	23.7%	79.6%
Bánh kẹo Kinh đô	KDC	35,500	4,206	35.2%	0.0%	2%	14.5	1.1	5.7%	7.7%	11.4%	37.3%	26.4%
Chế biến Hàng XK Long An	LAF	16,500	243	23.5%	-1.8%	4%	1.5	0.9	21.8%	42.5%	11.2%	21.7%	63.8%
Mía đường Lam Sơn	LSS	22,000	1,100	13.8%	-1.8%	9%	3.0	0.9	20.5%	30.8%	19.6%	32.7%	41.3%
Tập đoàn Ma San	MSN	127,000	65,440	21.0%	-4.5%	32%	20.9	4.5	14.8%	27.5%	53.2%	42.9%	28.6%

CÁC CÔNG TY ĐANG NIÊM YẾT

THỰC PHẨM	Mã	Giá hôm nay	Vốn hóa Tỷ VND	Sở hữu N Ngoài	+/- Giá Hôm nay	+/- Giá 30 Ngày qua	P/E cơ bản	P/B	ROA	ROE	Lãi ròng/ Doanh T	Lãi gộp	Công nợ/ Tài sản
Thực Phẩm SAFOCO	SAF	19,700	90	3.4%	6.5%	9%	4.8	1.3	17.1%	29.6%	3.8%	9.6%	40.9%
Mía đường Tây Ninh	SBT	13,600	1,866	6.1%	-1.4%	4%	3.5	1.0	24.6%	30.2%	31.3%	34.6%	26.0%
Mía đường Gia Lai	SEC	20,500	357	0.3%	0.0%	0%	4.4	1.5	18.7%	39.2%	17.7%	26.7%	55.3%
Bánh phồng tôm Sa Giang	SGC	15,000	107	1.5%	0.0%	-6%	3.2	1.1	25.0%	36.6%	17.2%	24.0%	31.5%
Dầu Tường An	TAC	23,300	442	3.8%	0.4%	0%	5.9	1.3	8.2%	21.1%	1.8%	10.1%	62.2%
XNK Thiên Nam	TNA	22,000	176	1.7%	1.9%	-2%	2.3	0.8	13.6%	37.5%	7.8%	14.0%	57.8%
VINAMILK	VNM	129,000	47,822	49.0%	0.0%	11%	11.5	4.2	33.4%	44.9%	21.6%	31.8%	23.0%
THUỐC LÁ	Mã	Giá hôm nay	Vốn hóa Tỷ VND	Sở hữu N Ngoài	+/- Giá Hôm nay	+/- Giá 30 Ngày qua	P/E cơ bản	P/B	ROA	ROE	Lãi ròng/ Doanh T	Lãi gộp	Công nợ/ Tài sản
Thuốc lá Cát Lợi	CLC	13,300	174	2.5%	2.3%	4%	4.0	0.8	7.0%	21.5%	3.4%	11.9%	67.1%
Thuốc lá Ngân Sơn	NST	9,500	66	3.7%	0.0%	10%	1.7	0.6	5.3%	17.9%	3.5%	17.1%	61.0%
Tập đoàn Hoàng Long	HLG	11,700	519	0.2%	-0.8%	16%	10.0	0.9	2.9%	9.2%	3.6%	18.9%	69.8%



Xin chân thành cảm ơn !!!

Địa chỉ: Lầu 8-9, 58 Nguyễn Đình Chiểu, Phường Đakao, Quận 1, TP.HCM

Điện thoại: (84.8) 62 836 888 Fax: (84.8) 62 838 666

Email: support@phugiasc.vn Website: www.phugiasc.vn