

Monthly Newsletter

Thien Long Group Corporation (HOSE: TLG)





Revenue Summary (11M 2025)

| VND bn | 11M 2024 | 11M 2025 | YoY |
|------------------------------|----------|----------|-------|
| Net revenue | 3,470 | 3,808 | 9.8% |
| Domestic | 2,545 | 2,766 | 8.7% |
| • Export | 925 | 1,042 | 12.7% |



In 11M 2025, Thien Long recorded net revenue of VND 3,808 billion, representing a 9.8% year-on-year increase. Domestic revenue reached VND 2,766 billion, up 8.7% YoY, while international revenue amounted to VND 1,042 billion, growing 12.7% YoY. These results highlight a clear recovery in business performance during November, particularly in the international segment, and reflect the Company's effective management and ability to adapt to market conditions amid an environment that remains dynamic and challenging.

In the domestic market, although the traditional retail channel continues to be affected by external factors such as changes in tax regulations, anti-counterfeit enforcement, and the prolonged impact of flooding across several regions, overall consumption has become more stable in recent months. This improvement has been supported by positive contributions from modern trade channels, especially e-commerce, where revenue continues to grow and the customer base is expanding. Performance in these channels has helped ease pressure on general trade and supported the domestic market's growth momentum toward year-end.

In international markets, revenue recorded strong growth and a noticeable improvement in November, with double-digit year-on-year expansion. This performance was driven by a recovery in orders from key traditional export markets, supported by Thien Long's flexible manufacturing capabilities, strong brand reputation, and proactive order allocation. While certain Southeast Asian markets continued to experience weather-related disruptions in late Q3 and early Q4, the impact has gradually eased, creating more favorable conditions for trade activity and revenue recognition in recent months.

Alongside the improvement in revenue, **Thien Long has maintained strict financial discipline and effective control over production and operating costs**. As a result, the Company continues to preserve operational efficiency and strengthen its financial foundation toward the end of the year. This provides a solid basis for continued investment in product development, brand building, and channel expansion, while maintaining a prudent approach to risk management and operations.

BOOST BRAND AFFECTION AND DRIVE SALES DURING THE SEASON OF APPRECIATION







During one of the peak sales seasons of the stationery industry—the Season of Appreciation—Thien Long launched a wide range of comprehensive activities aimed at boosting sales. These included releasing gift sets for appreciation, running impactful media campaigns, increasing channel presence, offering consumer promotions, and integrating with the social initiative "Sharing with Teachers 2025." Notably, the community program "Sharing with Teachers" reached millions of consumers across multiple platforms, inspiring gratitude and deepening brand affection.

The combination of aggressive sales efforts and sustained brand love-building activities enabled Thien Long not only to achieve short-term revenue goals but also to reinforce its long-term brand position in the market.



| Kết a | ıuả d | loanh | thu (| 11T | 2025) | |
|-------|-------|-------|-------|-----|-------|---|
| | | | | | | / |

| Tỷ đồng | 11T 2024 | 11T 2025 | SVCK |
|-----------------------------|----------|----------|-------|
| Doanh thu thuần | 3.470 | 3.808 | 9,8% |
| Nội địa | 2.545 | 2.766 | 8,7% |
| • Quốc tế | 925 | 1.042 | 12,7% |



Trong **11 tháng năm 2025**, Thiên Long ghi nhận **doanh thu thuần đạt 3.808 tỷ đồng**, tăng **9,8%** so với cùng kỳ. Trong đó, **doanh thu thị trường nội địa đạt 2.766 tỷ đồng**, tăng **8,7% YoY**, và **doanh thu thị trường quốc tế đạt 1.042 tỷ đồng**, tăng **12,7% YoY**. Kết quả này cho thấy **đà phục hồi rõ nét của hoạt động kinh doanh trong tháng 11**, đặc biệt tại mảng quốc tế, đồng thời phản ánh hiệu quả trong công tác điều hành và thích ứng thị trường của Công ty trong bối cảnh môi trường kinh doanh vẫn còn nhiều biến động.

Tại **thị trường nội địa**, dù kênh bán lẻ truyền thống tiếp tục chịu tác động từ các yếu tố bên ngoài như thay đổi về quy định thuế, chiến dịch chống hàng giả hàng nhái và ảnh hưởng kéo dài của bão lũ tại nhiều địa phương, nhu cầu tiêu thụ nhìn chung đã **ổn định hơn trong những tháng gần đây**. Sự cải thiện này đến từ đóng góp tích cực của các **kênh hiện đại**, đặc biệt là **thương mại điện tử**, nơi doanh thu duy trì tăng trưởng tốt và tệp khách hàng tiếp tục mở rộng. Diễn biến khả quan tại các kênh này đã góp phần **thu hẹp áp lực tại kênh truyền thống** và hỗ trợ duy trì đà tăng trưởng của thị trường nội địa trong giai đoạn cuối năm.

Ở thị trường quốc tế, doanh thu ghi nhận tăng trưởng tích cực và cải thiện rõ rệt trong tháng 11, với mức tăng hai chữ số so với cùng kỳ. Kết quả này đến từ sự phục hồi đơn hàng tại các thị trường xuất khẩu truyền thống, cùng với năng lực sản xuất linh hoạt, uy tín thương hiệu và khả năng chủ động điều phối đơn hàng của Thiên Long. Mặc dù một số thị trường Đông Nam Á vẫn chịu ảnh hưởng từ thiên tai trong giai đoạn cuối quý III – đầu quý IV, mức độ tác động đã giảm dần, tạo điều kiện thuận lợi hơn cho hoạt động giao thương và ghi nhận doanh thu trong những tháng gần đây.

Song song với sự cải thiện về doanh thu, Thiên Long tiếp tục **duy trì kỷ luật tài chính và kiểm soát tốt chi phí sản xuất – vận hành**. Nhờ đó, Công ty giữ vững hiệu quả hoạt động và củng cố nền tảng tài chính ổn định cho giai đoạn cuối năm. Kết quả này tạo dư địa thuận lợi để Công ty tiếp tục đầu tư vào phát triển sản phẩm, nâng cao năng lực thương hiệu và mở rộng kênh phân phối, đồng thời vẫn giữ định hướng thận trọng trong quản trị rủi ro và vận hành.

GIA TĂNG TÌNH YÊU THƯƠNG HIỆU, HỖ TRỢ BÁN HÀNG TRONG MÙA TRI ÂN





Vào một trong những mùa bán hàng cao điểm nhất năm của ngành văn phòng phẩm – mùa tri ân, Thiên Long thực hiện các hoạt động đa dạng – toàn diện nhắm thúc đẩy doanh số bao gồm tung các bộ sản phẩm quà tặng tri ân, chiến dịch truyền thông ấn tượng, gia tăng hiện diện trên kênh, chương trình khuyến mãi cho người tiêu dùng kết hợp với chương trình xã hội Chia sẻ cùng thầy cô 2025....Đặc biệt, chương trình cộng đồng Chia sẻ cùng thầy cô tiếp cận hàng triệu người tiêu dùng trên đa nền tảng, tạo cảm hứng tri ân, gia tăng tình yêu thương hiệu.

Sự kết hợp giữa việc đẩy mạnh bán hàng và duy trì các hoạt động gia tăng tình yêu thương hiệu giúp Thiên Long không chỉ đạt được mục tiêu về doanh số trong ngắn hạn mà còn củng cố vị thế thương hiệu bền vững trên thị trường.



International Activities



Flexoffice has built a well-established and deeply rooted distribution network across SEA, supported by long-term partnerships in traditional export markets





















The photos illustrate how our distributors actively localize the brand by adapting signage, retail displays, and product messaging to local languages and retail formats. This localized execution not only strengthens brand visibility but also enhances consumer trust and relevance in each market, reinforcing the foundation for sustainable international growth.

Flexoffice continues to strengthen its presence in MT through consistent instore activations, product demonstrations, and Back-to-School campaigns















flexoffice











These activities enhance brand visibility and consumer engagement, while ensuring localized execution tailored to each market. The strong collaboration between Flexoffice teams and MT retail partners helps drive trial, boost conversion at the point of sale, and reinforce the brand's position in key international markets.















Philippines Shopee





Thailand Shopee



Malaysia Shopee





Tailored Back-to-School campaigns, localized promotional mechanics, and attractive bundles help strengthen online visibility and drive conversion. The brand's consistent execution across markets highlights its capability to adapt to local consumer behaviors while building a unified regional identity, contributing meaningfully to international growth.

Thien Long actively showcases its products at major international exhibitions



Creativeworld Germany





ISOT Japan





Scofex Nigeria & Escolar Brazil





These events serve as key platforms to present our portfolio to global buyers, strengthen brand visibility, and build new partnerships across regions. By engaging directly with international distributors, retailers, and OEM partners, Thien Long expands its customer base for both traditional export and contract manufacturing, reinforcing the Company's ambition to bring Vietnamese-made products to the world.



Domestic Activities





"B2S – A JOURNEY ACROSS VIETNAM WITH THIEN LONG" CAMPAIGN



INSPIRING THE NATIONWIDE DISTRIBUTION NETWORK DURING THE PEAK SEASON











During the peak sales season of the year, Thien Long proactively ensures product supply, launches new products, enhances in-store branding, and implements marketing campaigns and sales activation programs to drive revenue growth.

A highlight of this campaign series is the "B2S – A Journey Across Vietnam with Thien Long" communications campaign, featuring a range of first-time initiatives. The campaign has brought renewed energy across the distribution network, strengthening the connection between Thien Long's internal teams and nationwide distributors under the shared goal of "serving Vietnamese consumers."

Key activities include the launch of the "A Journey Across Vietnam" music video and accompanying CapCut challenge, D-Day — a day in the life of a sales representative at traditional trade channels, and creative in-store displays in modern trade (MT) channels. These initiatives have significantly boosted the morale of Thien Long's sales network, fostering motivation, cohesion, and growth across distribution channels during the peak season.

Effective FLEXIO marketing campaign boosts back-to-school sales



~ 9 MILLION

CROSS-PLATFORM IMPRESSIONS

CASHBACK PROMO RESULT

10x INCREASE

IN WARRANTY ACTIVATIONS VS. PREVIOUS MONTHS



During August—September, FLEXIO calculator sales experienced significant growth, driven by an effective combination of enhanced marketing efforts and a compelling promotional campaign. These activities not only boosted sales during the back-to-school season but also increased brand awareness and strengthened consumer trust in FLEXIO. Specifically:

- Multi-channel media outreach included product reviews from KOLs/KOCs, a video series highlighting FLEXIO's features, and digital advertising across platforms such as TikTok, Facebook, and YouTube, allowing the brand to effectively reach its target audience.
- The promotional campaign "Hunt for FLEXIO 24h Cashback" was widely implemented, stimulating consumer demand. As a result, warranty activations surged 10 times compared to previous months, demonstrating high customer engagement and strong promotional impact.



Appendix



Thien Long Group: A Market Leader for 45 Years



Company name **Thien Long Group Corporation**

Establishment 1981

Manufacturing, Trading Stationery Industry

Ticker TLG

Exchange **Ho Chi Minh Stock Exchange**

Share outstanding* 96,528,340 shares

Foreign ownership limit 100%

Market capitalization* VND4.7tn (USD178mn)

EPS (9M 2025) VND3,874

Number of employees 3,044 (including factory workers)

Major Shareholders*

Mr. Co Gia Tho (Chairman) 6.6%

Thien Long An Thinh Investment

JSC.

46.8%

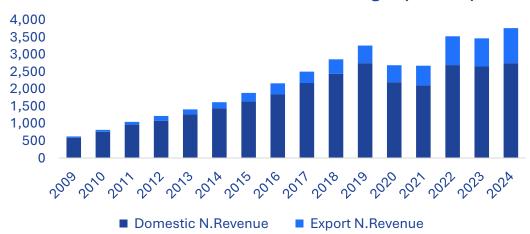


^{*}Data as of 26th December 2025

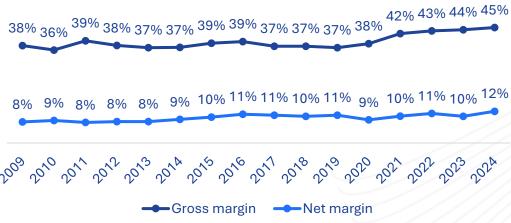
Thien Long Group: Solid Financial Position







Gross margin has consistently increased while net margin has remained solid above peers' level



Proven profitability since listed 14% CAGR 2010-24



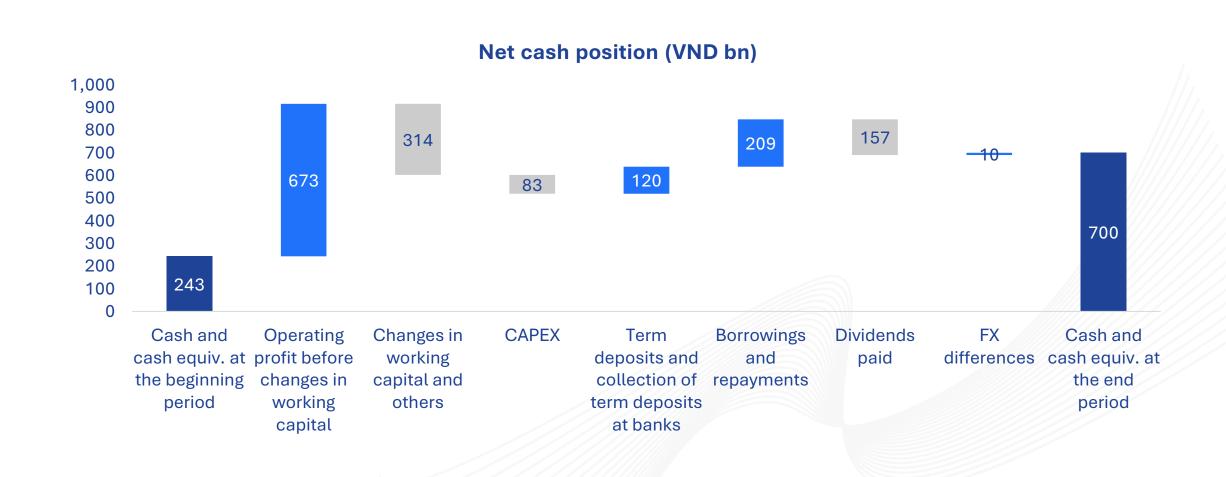
Delivers great results for investors



2009 2010 2011 2012 2013 2014 2015 2016 2017 2018 2019 2020 2021 2022 2023 2024











Subscribe our newsletter!



Investor Relations – Thien Long Group Corporation

• Email: IR@thienlongvn.com

• Website: https://thienlonggroup.com/quan-he-co-dong

• Address: Floor 10, Sofic Tower, No. 10 Mai Chi Tho Street, An Khanh Ward, Ho Chi Minh City

• **Phone:** (028) 3750.5555 (Ext: 203)

THANK YOU!

Disclaimer

This report is prepared by Thien Long Group Corporation (TLG) to provide updates on TLG for shareholders and investors. TLG always tries to provide accurate, transparent, timely, and complete information when issuing reports. However, there is no warranty on the accuracy or completion of the information in this report. Information in this report is not audited. TLG will not bear any liabilities whatsoever for any direct or consequential losses arising from any use of this report. Individuals and organizations using this report take full responsibility for any of their own decisions.