

CTCP TẬP ĐOÀN THIÊN LONG (“Thiên Long” hoặc “Công ty”)

Ngày: 04 tháng 08, 2025

Mã chứng khoán: HOSE - TLG

Thiên Long Cập nhật Hoạt động Kinh doanh Quý II và 6 Tháng 2025

Xuất khẩu tăng trưởng mạnh, lợi nhuận sau thuế đạt 67% kế hoạch năm

I. KẾT QUẢ KINH DOANH NỔI BẬT

Q2 2025: Doanh thu thuần đạt 1.245,9 tỷ đồng, **tăng 3,2%** so với cùng kỳ, với điểm sáng là doanh thu quốc tế tăng mạnh **+20,6%**. Lợi nhuận sau thuế đạt 222,7 tỷ đồng, giảm nhẹ 8,1%.

6T 2025: Doanh thu thuần đạt 2.040,3 tỷ đồng, **tăng 1,2%** so với cùng kỳ, hoàn thành **49% kế hoạch năm**. Lợi nhuận sau thuế đạt 301,6 tỷ đồng, giảm nhẹ 8,8%, hoàn thành **67% kế hoạch năm**.

II. BỐI CẢNH KINH DOANH

Thị trường Nội địa: nhu cầu tiêu dùng phục hồi nhẹ, kéo theo sự sôi động của thị trường, các nhà sản xuất trong nước và quốc tế, đặc biệt là làn sóng dịch chuyển từ Trung Quốc do ảnh hưởng của chính sách thuế từ Mỹ, đổ về Việt Nam, đã tạo ra một thị trường cạnh tranh khốc liệt. Trong bối cảnh đó, Quý II, vốn là mùa cao điểm bán hàng truyền thống của Thiên Long, lại trùng với thời điểm thị trường chịu ảnh hưởng từ các quy định mới về thuế và chiến dịch kiểm soát hàng giả hàng nhái từ Chính phủ. Hai yếu tố này dẫn tới sự gián đoạn ngắn hạn của kênh bán lẻ truyền thống, vốn là nguồn đóng góp doanh thu lớn nhất cho Tập đoàn. Tuy nhiên, nhờ vào việc **Thiên Long và hệ thống nhà phân phối đã chủ động tuân thủ tốt các quy định thuế**, cũng như kiên định trong việc đảm bảo chất lượng sản phẩm và minh bạch nguồn gốc, chúng tôi tin rằng những biến động ngắn hạn này sẽ góp phần làm lành mạnh hóa thị trường trong dài hạn, từ đó tạo lợi thế bền vững cho những doanh nghiệp vận hành bài bản như Thiên Long.

Thị trường Quốc tế: Thiên Long phải đối mặt với những tác động đồng thời từ biến động địa chính trị, rào cản thuế quan, cùng với thiên tai, thời vụ tại các quốc gia xuất khẩu chủ lực. Dù vậy, **doanh thu xuất khẩu trong Quý II đã cho thấy những tín hiệu phục hồi tích cực**, cho thấy năng lực thích ứng nhanh của doanh nghiệp và mở ra kỳ vọng tăng trưởng rõ rệt hơn trong những quý tiếp theo.

III. TÌNH HÌNH TÀI CHÍNH

Lợi nhuận gộp ghi nhận tăng trưởng Trong 6 tháng đầu năm 2025, **lợi nhuận tăng trưởng tích cực** tại cả thị trường nội địa và quốc tế. Kết quả này chủ yếu đến từ việc **tái cơ cấu danh mục sản phẩm theo hướng tối ưu biên lợi nhuận**, cùng với việc **nâng cao hiệu suất sản xuất và kiểm soát tốt chi phí đầu vào**. Ở thị trường quốc tế, **diễn biến tỷ giá thuận lợi** là yếu tố hỗ trợ bổ sung cho tăng trưởng lợi nhuận gộp.

Chi phí bán hàng tăng trong kỳ là kết quả của chiến lược đầu tư chủ động nhằm củng cố hiện diện thương mại và mở rộng hệ thống phân phối, đặc biệt tại các thị trường tăng trưởng cao. Đây là các khoản đầu tư có chủ đích, mang tính dài hạn, nhằm tạo tiền đề cho tăng trưởng doanh thu bền vững trong các quý tiếp theo.

Từ Quý II 2025, Công ty đã thực hiện điều chỉnh chính sách hỗ trợ thương mại cho hệ thống Nhà phân phối tại thị trường nội địa. Theo đó, các khoản hỗ trợ được ghi nhận vào chi phí bán hàng. Thay đổi này làm tăng biên lợi nhuận gộp và chi phí bán hàng tương ứng, nhưng không ảnh hưởng đến lợi nhuận thuần của Công ty.

Chi phí vận hành và quản lý giảm 8,7%, khẳng định nỗ lực kiểm soát nội bộ chặt chẽ và tái phân bổ nguồn lực hiệu quả. Nhờ đó, **lợi nhuận sau thuế chỉ ghi nhận mức giảm nhẹ**, dù doanh thu tăng không nhiều, và Công ty vẫn duy trì nền tảng tài chính ổn định, lành mạnh.

Triển vọng 6 tháng cuối năm 2025: Dù thị trường còn nhiều biến động khó lường, Tập đoàn Thiên Long tiếp tục bám sát định hướng chiến lược và nỗ lực hoàn thành các chỉ tiêu kinh doanh đã được thông qua tại ĐHCĐ 2024, với mục tiêu **doanh thu thuần đạt 4.200 tỷ đồng và lợi nhuận sau thuế 450 tỷ đồng**.

IV. CÁC DỰ ÁN QUAN TRỌNG

Trong Quý I 2025, Thiên Long ký hợp tác liên doanh tại Indonesia với **Snapgreen (Indonesia) và Silver Lion (Singapore)**, đánh dấu bước quan trọng trong việc mở rộng thương hiệu Flexoffice và Colokit tại thị trường tiềm năng này. Với dân số gấp ba lần Việt Nam cùng sự tương đồng về kinh tế và văn hóa, Indonesia phù hợp với tầm nhìn của TLG trong việc dẫn đầu ngành sản xuất và phân phối bút viết tại Đông Nam Á. Mạng lưới rộng lớn của Snapgreen trong FMCG, bán lẻ và công nghệ, kết hợp với nền tảng dữ liệu từ công ty công nghệ Snapcart (công ty con), giúp TLG tiếp cận phân tích tiêu dùng theo thời gian thực, tối ưu hóa chiến lược thị trường và thúc đẩy tăng trưởng nhanh chóng tại Indonesia.

Trong Quý II 2025, Hội đồng Quản trị Thiên Long đã thông qua việc Công ty TNHH MTV Thương mại Dịch vụ Tân Lực Miền Nam, là Công ty con được Tập đoàn Thiên Long sở hữu 100%, **nhận chuyển nhượng cổ phần từ các cổ đông của CTCP Văn hóa Phương Nam (PNC)** – thương hiệu hàng đầu trong lĩnh vực bán lẻ sách tại Việt Nam với khoảng 50 cửa hàng tại các vị trí đắc địa ở những thành phố lớn. Tính đến ngày 06/06/2025, **Công ty Tân Lực Miền Nam nâng tỷ lệ sở hữu tại PNC lên 49,49%** và trở thành cổ đông lớn của doanh nghiệp. Sự hợp tác chiến lược này được kỳ vọng sẽ mang lại hiệu ứng cộng hưởng tích cực, kết hợp giữa hệ sinh thái sản phẩm của Thiên Long và mạng lưới bán lẻ rộng khắp của PNC, cùng chung sứ mệnh phục vụ nhu cầu học tập và sáng tạo của người Việt.

Bảng tóm tắt Báo cáo tài chính

I. Kết quả kinh doanh

Số liệu (tỷ VNĐ)	Q2 2025	Q2 2024	Thay đổi	6T 2025	6T 2024	Thay đổi
Doanh thu thuần	1.245,9	1.207,2	3,2%	2.040,3	2.015,8	1,2%
- Doanh thu Nội địa	932,0	947,0	-1,6%	1,442,9	1,441,7	0,1%
- Doanh thu Quốc tế	313,9	260,2	20,6%	597,4	574,1	4,1%
Lợi nhuận gộp	670,9	586,0	14,5%	1.010,5	929,4	8,7%
Chi phí tài chính	12,1	5,2	131,8%	18,3	10,5	74,2%
Chi phí bán hàng	325,0	206,5	57,4%	489,6	362,6	35,0%
Chi phí quản lý doanh nghiệp	82,4	90,9	-9,3%	161,3	173,2	-6,9%
Lợi nhuận sau thuế - Lợi ích CĐTS	222,7	242,3	-8,1%	301,6	330,7	-8,8%
Lợi nhuận trên cổ phiếu (EPS) (VNĐ)				3.139	3.442	-8,8%
Biên lợi nhuận gộp	53,8%	48,5%		49,5%	46,1%	
Biên lợi nhuận ròng	17,9%	20,1%		14,8%	16,4%	
ROA (Annualized)				16,9%	21,8%	
ROE (Annualized)				25,1%	29,4%	

II. Tình hình tài sản & vốn

Số liệu (tỷ VNĐ)		Cuối kỳ	Đầu kỳ	Thay đổi
Tổng tài sản		3.765,5	3.359,6	12,1%
- Tiền mặt và các khoản tương đương tiền		395,0	700,1	-43,6%
Tổng nợ phải trả		1.299,7	1.012,3	28,4%
Vốn chủ sở hữu		2.465,8	2.347,2	5,1%

III. Tình hình dòng tiền

Số liệu (tỷ VNĐ)		6T 2025	6T 2024	Thay đổi
Dòng tiền từ HĐKD		65,2	219,0	-70,2%
Dòng tiền từ đầu tư		-280,0	-184,9	51,4%
Dòng tiền từ tài chính		-97,7	61,4	
Thay đổi tiền cuối kỳ		395,0	344,6	14,6%

Về Tập đoàn Thiên Long:

Được thành lập từ năm 1981, Thiên Long là thương hiệu văn phòng phẩm hàng đầu Việt Nam với hơn 1.000 sản phẩm dưới các thương hiệu như **Thiên Long**, **Flexio**, **Colokit** và **FlexOffice**. Công ty xuất khẩu sản phẩm đến hơn 74 quốc gia. Thiên Long chú trọng vào đổi mới và sản xuất bền vững, nâng cao vị thế toàn cầu và cam kết bảo vệ môi trường.

Liên hệ Đầu tư: +84 28 3750 5555; ir@thienlongvn.com; www.thienlonggroup.com

Liên hệ Truyền thông: Chị Trần Thị Thanh Thảo - thao.ttt@thienlongvn.com