

8M 2022 BUSINESS RESULTS

- In 8M'22, TLG recorded positive consolidated net revenue of more than **VND2.5tn, up 48% YoY**. In particular, revenue from exports increased by 58%, contributing 24% of TLG's revenue. NPAT reached more than **VND396bn, up 137% YoY**.
- Gross margin remained high at 44.1% and the net margin reached 15.7% in 8M'22 compared to 41.4% and 9.8% in 8M'21, respectively.
- Looking back to Aug'21, Vietnam recorded serious COVID-19 outbreaks in most major cities. The peak of social distancing also took place during this time. The demand for goods decreased sharply in domestic market and overseas, and the supply chain and production were stagnant, leading to the Group's poor performance. In Aug'21, the Group recorded revenue of about VND80bn and a loss of more than VND28bn.
- In Aug'22, TLG promoted communication of the new **Pazto** product line and the **TL brand**, while launching the **Colokit** brand repositioning campaign with the Mega Color Event held recently. As a result, SG&A expenses were recorded to increase gradually during this period to 25.4% of 8M revenue compared to 24.7% in 7M'22.

KẾT QUẢ KINH DOANH 8T 2022



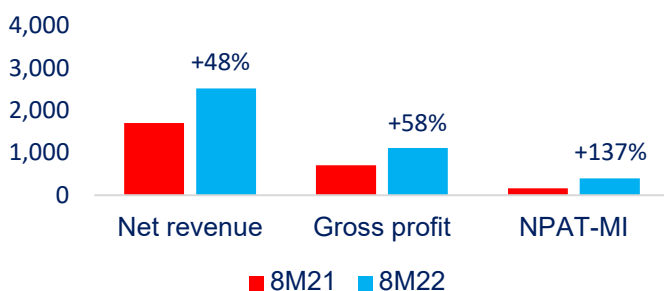
- Trong 8T 2022, TLG tiếp tục ghi nhận doanh thu thuần hợp nhất tích cực đạt hơn **2,5 nghìn tỷ đồng, tăng trưởng 48%** so với cùng kỳ năm 2021. Trong đó, doanh thu từ xuất khẩu tăng 58%, đóng góp 24% doanh thu cho TLG. LNST đạt **hơn 396 tỷ đồng, tăng trưởng 137%**.

- Biên lãi gộp duy trì cao ở mức 44,1% và biên lãi thuần đạt 15,7% so với cùng kỳ năm ngoái lần lượt là 41,4% và 9,8%.

- Nhìn lại T8 2021, Việt Nam ghi nhận sự bùng dịch nghiêm trọng tại hầu hết các Thành phố lớn. Cao điểm giãn cách xã hội cũng diễn ra trong thời gian này. Nhu cầu hàng hóa giảm mạnh cả ở hai thị trường nội địa và xuất khẩu, chuỗi cung ứng và sản xuất bị đình trệ dẫn tới KQKD của Tập đoàn kém khả quan. T8 2021, Tập đoàn ghi nhận doanh thu khoảng 80 tỷ và khoản lỗ ròng hơn 28 tỷ đồng.

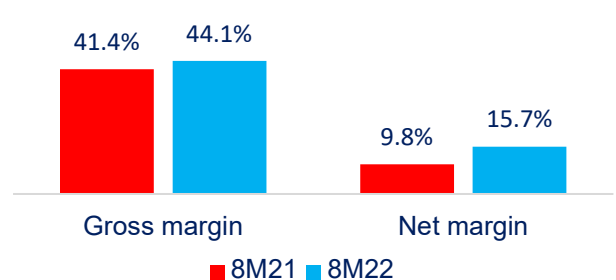
- Trong T8 2022, TLG đẩy mạnh truyền thông dòng sản phẩm mới **Pazto và nhãn hàng TL**, cùng lúc đó khởi động chiến dịch tái định vị thương hiệu **Colokit** với Mega Color Event được tổ chức trong T9 mới đây. Do vậy, chi phí bán hàng và quản lý đã được ghi nhận tăng dần trong giai đoạn này lên 25,4% doanh thu 8T so với 24,7% trong 7T 2022.

Revenue and Profits (YTD) (VND bn)



Source: TLG

Margins (YTD)



Source: TLG