

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

Ngày: 30 tháng 10, 2025

Mã chứng khoán: HOSE - TLG

Thiên Long Cập nhật Hoạt động Kinh doanh Quý III và 9 Tháng 2025

Lợi nhuận sau thuế đạt 84% kế hoạch nhờ phục hồi tích cực của thị trường nội địa và đà tăng ổn định của xuất khẩu.

I. KẾT QUẢ KINH DOANH NỔI BẬT

- **Doanh thu thuần hợp nhất** Quý III/2025 đạt **1.184,5 tỷ đồng**, tăng **32,2%** so với cùng kỳ năm trước. Trong đó, **doanh thu nội địa** đạt **893,5 tỷ đồng** (+34,7% YoY) và **doanh thu quốc tế** đạt **291,0 tỷ đồng** (+25,1% YoY).
- **Lợi nhuận sau thuế hợp nhất (sau LNST CĐTTS)** Quý III/2025 đạt **76,1 tỷ đồng**, giảm **16,9% YoY** do Công ty chủ động tăng chi phí bán hàng nhằm củng cố hệ thống phân phối và thúc đẩy tiêu dùng.
- **Lũy kế 9 tháng đầu năm 2025**, doanh thu đạt **3.224,8 tỷ đồng** (+10,7% YoY) và lợi nhuận sau thuế đạt **377,7 tỷ đồng** (-10,6% YoY), tương ứng **84% kế hoạch năm**.
- **Biên lợi nhuận gộp** cải thiện lên **49,6%**, phản ánh một phần từ hiệu quả từ việc tái cơ cấu danh mục sản phẩm và nâng cao năng suất sản xuất.

II. BỐI CẢNH KINH DOANH

Thị trường nội địa – Phục hồi nhẹ trong môi trường biến động

Sau giai đoạn chịu ảnh hưởng từ các quy định mới về thuế và chiến dịch kiểm soát hàng giả, hàng nhái trong Quý II/2025, thị trường nội địa đã ghi nhận tín hiệu phục hồi rõ nét trong tháng 7 và tháng 8 khi hoạt động của kênh bán lẻ truyền thống dần ổn định trở lại. **Doanh thu nội địa Quý III đạt 893,5 tỷ đồng, tăng 229,9 tỷ đồng (+34,7% YoY)**, phần lớn nhờ **các đơn hàng bị trì hoãn từ Quý II được ghi nhận trong kỳ này**, cùng với tác động tích cực từ các chương trình hỗ trợ thương mại và mùa cao điểm tiêu dùng tựu trường.

Tuy nhiên, **tình hình kinh doanh trong tháng 9 có phần chậm lại** do ảnh hưởng của các đợt **bão lũ tại khu vực miền Bắc và Bắc Trung Bộ**, gây gián đoạn cục bộ hoạt động vận chuyển và phân phối hàng hóa. Dù vậy, xét tổng thể, **kết quả Quý III vẫn cho thấy sự ổn định và khả năng thích ứng của hệ thống bán hàng nội địa**, trong bối cảnh thị trường vẫn còn nhiều yếu tố biến động.

Thị trường quốc tế – Tiếp tục tăng trưởng ổn định

Doanh thu xuất khẩu Quý III đạt 291 tỷ đồng, tăng 25,1% YoY, phản ánh nỗ lực thích ứng của Công ty tại các thị trường chủ lực sau nửa đầu năm nhiều biến động.

III. TÌNH HÌNH TÀI CHÍNH

Lợi nhuận gộp ghi nhận tăng trưởng Trong Quý III/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. Thiên Long tiếp tục đầu tư mạnh cho hoạt động bán hàng và các chương trình kích cầu nhằm củng cố thị phần và độ phủ thương hiệu. Chi phí bán hàng tăng là kết quả của chiến lược đầu tư chủ động, giúp đảm bảo sự ổn định của hệ thống phân phối trong bối cảnh cạnh tranh ngày càng tăng cao. Bên cạnh đó, Từ tháng 5 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 doanh thu và một phần của chi phí bán hàng, nhưng không ảnh hưởng nhiều đến lợi nhuận thuần của Công ty.

Chi phí quản lý doanh nghiệp tăng nhẹ 4,4% trong Quý III/2025, cho thấy Công ty vẫn duy trì kiểm soát chi phí hiệu quả.

Tổng tài sản đến cuối kỳ đạt **3.792,8 tỷ đồng** (+12,9% so với đầu năm) và **vốn chủ sở hữu** đạt **2.550,3 tỷ đồng** (+8,7%), phản ánh nền tảng tài chính vững chắc và thanh khoản ổn định.

Triển vọng 3 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 ĐHĐCĐ 2024.

IV. CÁC DỰ ÁN QUAN TRỌNG

1. 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.

2. 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.

3. Trong Quý III/2025, Hội đồng Quản trị Tập đoàn Thiên Long đã thông qua chủ trương góp vốn thành lập pháp nhân nhập khẩu và kinh doanh văn phòng phẩm tại Philippines. Đây là một cột mốc đánh dấu bước tiến chiến lược sau nhiều năm Thiên Long đã xây dựng nền tảng vững chắc về sản phẩm, thương hiệu và hệ thống phân phối tại quốc gia này. Việc thành lập pháp nhân tại Philippines không chỉ giúp Thiên Long tiến gần hơn đến người tiêu dùng bản địa, mà còn mở ra một kênh phân phối trực tiếp, linh hoạt và hiệu quả hơn, từ đó gia tăng khả năng kiểm soát thị trường, tối ưu chi phí logistics và phản ứng nhanh với nhu cầu địa phương. Trong giai đoạn đầu, Thiên Long sẽ tập trung phát triển danh mục sản phẩm chủ lực mang thương hiệu Flexoffice và Colokit, hướng đến nhóm khách hàng có quy mô lớn và nhu cầu ổn định tại Philippines. Song song đó, Công ty sẽ từng bước hoàn thiện hệ sinh thái bán hàng đa kênh (GT, MT, e-commerce), tạo nền tảng cho tăng trưởng bền vững và đóng góp tích cực vào doanh thu quốc tế trong các năm tới.

Bảng tóm tắt Báo cáo tài chính

I. Kết quả kinh doanh

Số liệu (tỷ VNĐ)	Q3 2025	Q3 2024	Thay đổi	9T 2025	9T 2024	Thay đổi
Doanh thu thuần	1.184,5	896,0	32,2%	3.224,8	2.911,8	10,7%
- Doanh thu Nội địa	893,5	663,5	34,7%	2.336,4	2.105,1	11,0%
- Doanh thu Quốc tế	291,0	232,5	25,1%	888,5	806,7	10,1%
Lợi nhuận gộp	588,1	384,6	52,9%	1.598,6	1.314,0	21,7%
Doanh thu hoạt động tài chính	13,9	6,5	112,5%	42,1	36,0	16,9%
Chi phí tài chính	9,2	10,4	-11,0%	27,5	20,8	31,9%
Chi phí bán hàng	415,2	190,9	117,5%	904,8	553,5	63,5%
Chi phí quản lý doanh nghiệp	81,3	77,8	4,4%	242,6	251,0	-3,4%
Lợi nhuận sau thuế - Lợi ích CĐTS	76,1	91,6	-16,9%	377,7	422,5	-10,6%
Lợi nhuận trên cổ phiếu (EPS) (VNĐ)				3,874	4,398	-11,9%
Biên lợi nhuận gộp	49,6%	42,9%		49,6%	45,1%	
Biên lợi nhuận ròng	6,4%	10,2%		11,7%	14,5%	

II. Tình hình tài sản & vốn

Số liệu (tỷ VNĐ)		Cuối kỳ	Đầu kỳ	Thay đổi
Tổng tài sản		3.792,8	3.359,6	12,9%
- Tiền mặt và các khoản tương đương tiền		389,5	700,1	-44,4%
- Các khoản đầu tư tài chính ngắn hạn		740,6	360,9	105,2%
Tổng nợ phải trả		1.242,4	1.012,3	22,7%
Vốn chủ sở hữu		2.550,3	2.347,2	8,7%

III. Tình hình dòng tiền

Số liệu (tỷ VNĐ)		9T 2025	9T 2024	Thay đổi
Dòng tiền từ HĐKD		239,3	361,0	-33,7%
Dòng tiền từ đầu tư		-566,2	-289,6	95,5%
Dòng tiền từ tài chính		5,6	83,5	-93,3%
Thay đổi tiền cuối kỳ		389,5	399,2	-2,4%

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 sản xuất và 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 và Truyền thông: +84 28 3750 5555; ir@thienlongvn.com; www.thienlonggroup.com