

BÁO CÁO THƯỜNG NIÊN

2010





PHẦN MỞ ĐẦU

- 2 | Tóm tắt nội dung
- 4 | Thông điệp của Chủ tịch HĐQT

TỔNG QUAN DOANH NGHIỆP

- 10 | Thông tin doanh nghiệp
- 12 | Quá trình hình thành
- 14 | Tầm nhìn - Sứ mạng - Triết lý kinh doanh
- 16 | Danh hiệu và giải thưởng
- 18 | Đánh giá và xếp hạng PNJ của Plimsoll World Portfolio Analysis
Giới thiệu cơ cấu tổ chức
 - 22 | 1. Hội đồng quản trị
 - 24 | 2. Ban Tổng giám đốc
 - 25 | 3. Ban kiểm soát
 - 26 | 4. Sơ đồ tổ chức
 - 28 | 5. Cán bộ lãnh đạo chủ chốt
 - 30 | 6. Công ty liên kết và các công ty con

BÁO CÁO CỦA BAN TỔNG GIÁM ĐỐC

- 34 | Báo cáo hoạt động sản xuất kinh doanh
- 40 | Hệ thống phân phối
- 42 | Lợi thế cạnh tranh
- 44 | Các nhãn hàng

QUẢN TRỊ DOANH NGHIỆP

- 52 | Báo cáo của Hội đồng quản trị
- 55 | Thông tin cổ đông
- 56 | Quản trị phòng ngừa rủi ro
- 58 | Định hướng hoạt động 2011
- 60 | Quan hệ nhà đầu tư
- 62 | Văn hóa doanh nghiệp

BÁO CÁO TÀI CHÍNH

- 66 | Báo cáo của kiểm toán viên độc lập
- 68 | Trích báo cáo kiểm soát hoạt động PNJ năm 2010
- 70 | Báo cáo tài chính



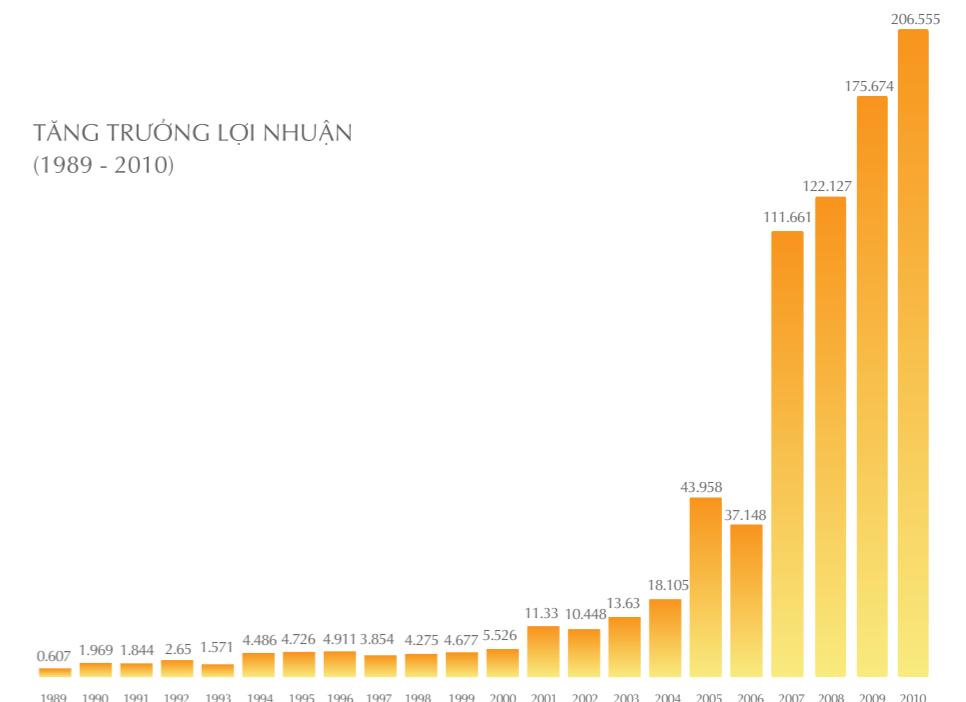
Bà Cao Thị Ngọc Dung
Chủ tịch HĐQT - Tổng giám đốc PNJ

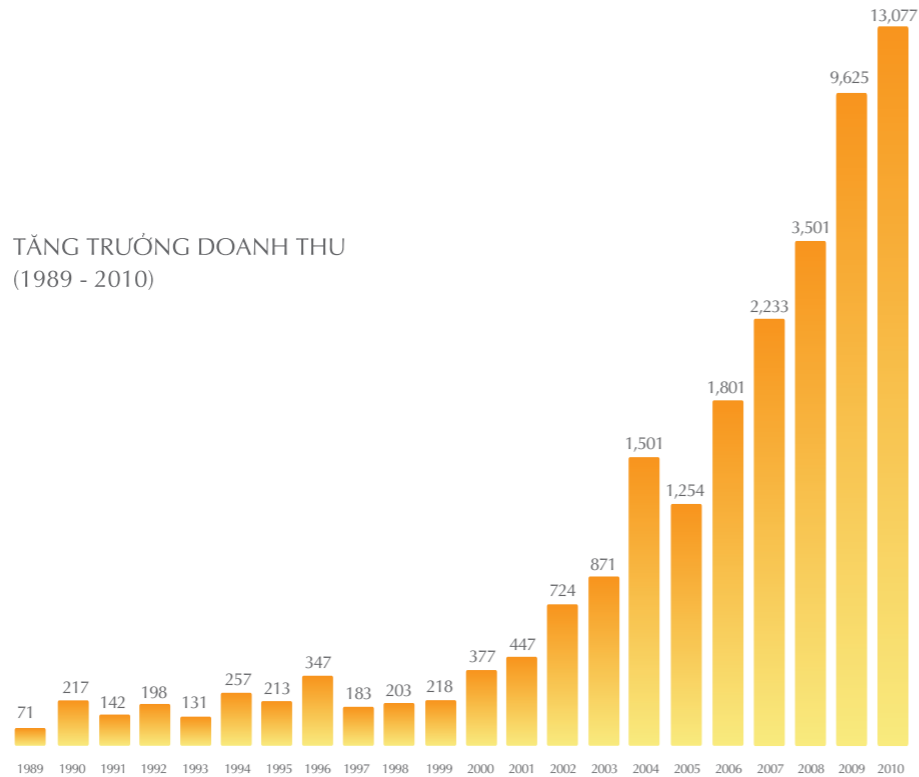
Kính thưa Quý vị Cổ đông,

Nền kinh tế Việt Nam trong năm 2010 mặc dù còn gặp nhiều khó khăn nhưng đã đạt được tốc độ tăng trưởng 6,78%, cao hơn chỉ tiêu kế hoạch đề ra 6,5%, giá trị sản xuất công nghiệp tăng 14%, cao hơn kế hoạch năm là 12%; tổng mức bán lẻ hàng hóa và doanh thu dịch vụ tiêu dùng đạt hơn 1.561,6 nghìn tỷ đồng, tăng 24,5% so với năm 2009; tổng kim ngạch xuất khẩu đạt hơn 71,6 tỷ USD, tăng 25,5% so năm 2009... Bên cạnh đó, nền kinh tế Việt Nam cũng đã đối mặt với nhiều khó khăn, thách thức như: lạm phát cao; lãi suất, tỷ giá biến động ngoài dự báo. Đặc biệt, năm 2010 được đánh dấu là năm biến động phức tạp của giá vàng. Lo ngại về một cuộc đua phá giá tiền tệ diễn ra trên quy mô toàn cầu, khiến giá vàng thế giới liên tục tăng cao. Trong xu hướng đó, giá vàng trong nước không ngừng biến động. So với thời điểm cuối năm 2009, giá vàng tại thời điểm cuối năm 2010 đã tăng 36%. Ngân Hàng Nhà Nước đã đưa ra hàng loạt các biện pháp nhằm bình ổn thị trường vàng như: cấm hoạt động kinh doanh vàng tài khoản, cấp quota nhập khẩu vàng cho một số doanh nghiệp, ban hành các chính sách về thuế nhập khẩu và xuất khẩu vàng, ban hành Thông tư 22 quy định về việc huy động và sử dụng vốn bằng vàng của các Ngân hàng thương mại...

Trong bối cảnh khó khăn chung của nền kinh tế và đặc biệt là sự tác động bất ổn của các yếu tố vĩ mô đã ảnh hưởng không nhỏ đến hoạt động sản xuất kinh doanh của các doanh nghiệp hoạt động trong lĩnh vực kinh doanh vàng bạc đá quý nói chung và của PNJ nói riêng. Tuy nhiên với những lợi thế nổi trội về uy tín thương hiệu, thiết kế phong phú, đa dạng phù hợp với nhu cầu thị trường và công nghệ sản xuất hiện đại, hệ thống quản trị được nâng cao và chuyên nghiệp hóa, cùng với mạng lưới được mở rộng hầu hết tại các địa bàn trọng điểm và sự nỗ lực của toàn thể CBCNV, kết quả hoạt động năm 2010 đạt được những thành tựu đáng kể. Tại thời điểm cuối năm 2010, tổng tài sản của Công ty là hơn 2.200 tỷ đồng, nguồn vốn chủ sở hữu hơn 1.000 tỷ đồng, tổng doanh thu thực hiện năm 2010 đạt 13.077 tỷ đồng tăng 35% so với cùng kỳ năm ngoái, tổng lợi nhuận sau thuế đạt mức 206,5 tỷ đồng, vượt 3% so với kế hoạch năm, tăng 17,71% so với năm 2009. Trong đó, lợi nhuận từ hoạt động kinh doanh các nhãn hàng chính đóng góp 72% tổng lợi nhuận.

TĂNG TRƯỞNG LỢI NHUẬN
 (1989 - 2010)



TĂNG TRƯỞNG DOANH THU
(1989 - 2010)

Trong năm 2010, công ty PNJ cũng đã dành được nhiều giải thưởng lớn như: giải thưởng Chất lượng Châu Á – Thái Bình Dương, Top 500 Nhà bán lẻ hàng đầu Châu Á – Thái Bình Dương, Thương hiệu trang sức hàng đầu Hàng Việt Nam chất lượng cao do người tiêu dùng bình chọn, top 7 Công ty tư nhân lớn nhất tại Việt Nam do VNR500 công bố, và đặc biệt là Plimsoll World, một tổ chức hàng đầu thế giới chuyên cung cấp báo cáo về các ngành công nghiệp đã thống kê, đánh giá và công bố PNJ xếp thứ 16 trong tổng số 500 công ty sản xuất và kinh doanh nữ trang lớn nhất thế giới.

Thành công trong năm 2010 của PNJ là kết quả của sự kết hợp đồng bộ giữa phương án kinh doanh linh hoạt, cụ thể cho từng giai đoạn với hoạt động sản xuất chuyên nghiệp của xí nghiệp nữ trang, đảm bảo hàng hóa được cung cấp đầy đủ, kịp thời, đáp ứng yêu cầu cao nhất cho khách hàng. Ngoài ra, cùng với chiến lược đúng hướng, kịp thời và hiệu quả các hoạt động về nghiên cứu tiếp thị, phát triển thị trường, phát triển hệ thống; các hoạt động thiết kế tạo mẫu; đào tạo nhân sự, quản trị tài chính... cũng đã góp phần vào thành công chung của toàn Công ty.

Kính thưa quý vị,

Năm 2011 với các dự báo tình hình kinh tế thế giới nói chung và Việt Nam nói riêng vẫn phải đối đầu với những khó khăn và thách thức, những nguy cơ bất ổn của các nền kinh tế lớn như Mỹ, các nước khu vực đồng tiền chung Châu Âu... và giá vàng thế giới cũng được dự báo sẽ lập đỉnh mới trong năm 2011. Nền kinh tế Việt Nam những tháng đầu năm 2011 vẫn còn nhiều bất ổn trong lĩnh vực tài chính, tiền tệ; những biến động phức tạp về lãi suất, tỷ giá ảnh hưởng đến hoạt động của các doanh nghiệp; chính sách quản lý trong lĩnh vực kinh doanh vàng miếng chưa rõ ràng, ảnh hưởng đến tâm lý, quyết định đầu tư, mua sắm của người dân...

Dù đứng trước nhiều khó khăn và thách thức nhưng chúng ta vẫn phải luôn khẳng định tinh thần vươn lên bằng nhiều chương trình hành động cụ thể cùng với các chỉ tiêu tăng trưởng tích cực là doanh thu đạt 8.400 tỷ đồng, tăng 15% (loại trừ doanh thu xuất khẩu vàng 24K), lợi nhuận sau thuế đạt 237 tỷ đồng, tăng

“ Thành công trong năm 2010 của PNJ là kết quả của sự kết hợp đồng bộ giữa phương án kinh doanh linh hoạt, cụ thể cho từng giai đoạn với hoạt động sản xuất chuyên nghiệp của xí nghiệp nữ trang, đảm bảo hàng hóa được cung cấp đầy đủ, kịp thời, đáp ứng yêu cầu cao nhất cho khách hàng. ”

15% , tổng tài sản đạt 2.700 tỷ đồng, tăng 22,7% so năm 2010. Để đạt được các chỉ tiêu này đòi hỏi sự kiên định của Hội Đồng Quản Trị, Ban Điều hành và toàn thể CBCNV PNJ trong việc thực thi chiến lược phát triển đã được đề ra, nhằm giữ vững vị trí dẫn đầu trong ngành sản xuất và kinh doanh trang sức tại VN và khu vực. Lấy hoạt động kinh doanh cốt lõi là vàng trang sức làm trọng tâm, xây dựng các kế hoạch phát triển hệ thống bán lẻ một cách bền vững và mở rộng, đặc biệt quan tâm đến các tỉnh thành phố đang phát triển có nhu cầu tiêu dùng tăng nhanh. Cần đầu tư mở rộng qui mô sản xuất đáp ứng đủ và kịp thời nhu cầu trong nước và đơn hàng xuất khẩu. Thu hẹp và cơ cấu lại các nguồn vốn đầu tư. Đồng thời với việc nâng cấp hệ thống quản trị điều hành theo hướng ngày càng chuyên nghiệp hơn và một đội ngũ nhân lực không những tăng lên về số đông mà đòi hỏi phải mạnh hơn về tri thức và năng lực...

Thay mặt Hội đồng Quản trị, chúng tôi xin trân trọng cảm ơn các cấp chính quyền, quý vị cổ đông, các đối tác, quý vị khách hàng và toàn thể CBCNV - những người đã tin nhiệm, ủng hộ, đồng hành, sát cánh và chung sức làm nên thành công cho Công ty Cổ phần Vàng Bạc Đá Quý Phú Nhuận - PNJ ngày hôm nay và chúng tôi rất mong tiếp tục nhận được sự hỗ trợ, hợp tác quý báu này.

Kính chúc Quý vị sức khỏe, hạnh phúc và thành công.

Trân trọng,

Chủ tịch Hội đồng Quản trị

Cao Thị Ngọc Dung

• Tốc độ tăng trưởng 6,78%, cao hơn chỉ tiêu kế hoạch đề ra 6,5%

• Giá trị sản xuất công nghiệp tăng 14%, cao hơn kế hoạch năm là 12%

• Tổng mức bán lẻ hàng hóa và doanh thu dịch vụ tiêu dùng đạt hơn 1.561,6 nghìn tỷ đồng, tăng 24,5% so với năm 2009

• Tổng doanh thu thực hiện năm 2010 đạt 13.077 tỷ đồng tăng 35% so với cùng kỳ năm ngoái

• Tổng lợi nhuận sau thuế đạt mức 206,5 tỷ đồng, vượt 3% so với kế hoạch năm, tăng 17,71% so với năm 2009.

Tinh hoa đất trời
hội tụ trong từng sản phẩm



Diamond
Diamond
Diamond

Diamond
Diamond
Diamond

Diamond



Tổng tài sản 2.201 tỷ đồng, tăng 27% so với năm 2009

Tên doanh nghiệp: CÔNG TY CỔ PHẦN VÀNG BẠC ĐÁ QUỲ PHÚ NHUẬN

Địa chỉ: 170E Phan Đăng Lưu – Phường 3 – Quận Phú Nhuận – Tp HCM

Điện thoại: 08.39951703 - Fax: 08.39951702

Giấy chứng nhận ĐKKD số: 0300521758

Nơi cấp: Sở Kế Hoạch Đầu Tư Tp.HCM

Đăng ký lần đầu: 02/01/2004; Đăng ký thay đổi lần thứ 12, ngày 16/02/2011

Loại hình doanh nghiệp: Công ty Cổ phần

Người đại diện theo pháp luật: Bà CAO THỊ NGỌC DUNG

Chức vụ: Chủ tịch Hội Đồng Quản Trị – Tổng giám đốc

Vốn điều lệ: 599.991.420.000 VNĐ

Tổng tài sản: 2.201 tỷ VNĐ

Ngành nghề kinh doanh:

Ngành, nghề kinh doanh của Giấy chứng nhận đăng ký kinh doanh: 0300521758 do Sở Kế hoạch và Đầu tư TP.Hồ Chí Minh cấp lần đầu ngày 02/01/2004 và đăng ký thay đổi lần thứ 12, ngày 16/02/2011.

- Hoạt động kinh doanh vàng, bạc, kim loại quý, đá quý và đá bán quý, đồ trang sức, kim loại quý nguyên liệu, hàng lưu niệm, hàng thủ công mỹ nghệ, các mặt hàng thời trang và phụ kiện thời trang.
- Xuất khẩu, nhập khẩu vàng trang sức, hàng mỹ nghệ bằng vàng, bạc, các kim loại quý khác, kim cương, đá quý, đá bán quý, vàng miếng, vàng nguyên liệu. Xuất khẩu, nhập khẩu đồ kim hoàn, đồ giả kim hoàn
- Sản xuất, gia công đồ kim hoàn. Sản xuất kim loại màu và kim loại quý, vàng miếng.
- Kinh doanh máy móc, thiết bị ngành kim hoàn.
- Dịch vụ kiểm định kim cương và đá quý. Dịch vụ kiểm định vàng, bạc, kim loại quý khác, đá bán quý.
- Dịch vụ cầm đồ.
- Đại lý đối ngoại tệ, dịch vụ nhận và chi trả ngoại tệ.
- Kinh doanh bất động sản.
- Kinh doanh nhà hàng, các dịch vụ liên quan
- Kinh doanh các loại xe ô tô, mô tô, xe máy và các dịch vụ liên quan
- Vận tải hàng hóa bằng đường bộ
- Dạy nghề

QUÁ TRÌNH HÌNH THÀNH

1988 - 2010

Thông tin doanh nghiệp
Quá trình hình thành
 Tầm nhìn - Sứ mạng - Triết lý kinh doanh
 Danh hiệu và giải thưởng
 Đánh giá và xếp hạng PNJ của Plimsoll World Portfolio Analysis
 Giới thiệu cơ cấu tổ chức:

1. Hội đồng quản trị
2. Ban Tổng giám đốc
3. Ban kiểm soát
4. Sơ đồ tổ chức
5. Cán bộ lãnh đạo chủ chốt
6. Công ty liên kết và các công ty con

Ngày 28/04/1988, cửa hàng Kinh Doanh Vàng bạc Phú Nhuận ra đời, trực thuộc UBND Quận Phú Nhuận với tài sản ban đầu là 7,4 lượng vàng và 20 nhân sự.

1988

PNJ chính thức mang tên Công ty Vàng Bạc Đá Quý Phú Nhuận, với chiến lược phát triển là nhà sản xuất kinh doanh trang sức chuyên nghiệp. Là một thành viên sáng lập Ngân hàng Đông Á.

1992

Song song với chiến lược xây dựng thương hiệu PNJ một cách chuyên nghiệp, năm 1995 còn đánh dấu lần đầu tiên PNJ xuất khẩu trang sức và đón nhận Huân chương Lao động Hạng 3.

1995

PNJ được Chủ tịch nước trao tặng Huân chương Lao động Hạng 2. Được tổ chức DNV cấp chứng nhận Hệ thống quản trị chất lượng theo tiêu chuẩn ISO.

2000

1991

PNJ chính thức ra mắt sản phẩm Vàng miếng Phượng Hoàng góp vào thị trường một phương tiện thanh toán và cất giữ, phục vụ cho nhu cầu đầu tư của người dân.

1994

Mở đầu cho chiến lược phát triển mạng lưới hệ thống phân phối trên khắp các tỉnh thành toàn quốc, năm 1994 Chi nhánh PNJ tại Hà Nội ra đời.

1998

PNJ được trao chứng nhận danh hiệu “Hàng Việt Nam chất lượng cao” do báo Sài Gòn Tiếp Thị tổ chức, điều này cho thấy sự tin yêu của người tiêu dùng đối với thương hiệu PNJ.

Kí niệm 15 năm thành lập công ty với hơn 1000 nhân viên, PNJ vinh dự được Chủ tịch nước trao tặng Huân chương Lao động Hạng 1, tiếp tục chú trọng việc xây dựng Văn hóa Doanh nghiệp.

2003

Tháng 8, PNJSilver tái tung nhận diện mới, tháng 10 nhận hàng CAO Fine Jewelry với dòng trang sức cao cấp ra đời. Đồng thời PNJ trở thành cổ đông sáng lập Công ty An Cư Đông Á, tiền thân Đông Á Land.

2005

Ngày 03/04/2008, PNJ thay đổi logo mới cùng các hoạt động tái tung vàng miếng Phượng Hoàng PNJ – DongA Bank, tài trợ chính trang sức cho cuộc thi Hoa Hậu Hoàn Vũ Thế Giới 2008.

2008

Tháng 7/2010, PNJ đưa vào kinh doanh ngành đồng hồ cao cấp với các nhãn hiệu nổi tiếng, là nhà tài trợ chính trang sức cho cuộc thi Hoa Hậu Trái Đất 2010 cùng các chỉ số tăng trưởng ấn tượng.

2010

2001

Nhằm đáp ứng nhu cầu làm đẹp của các bạn trẻ, PNJ cho ra đời nhãn hàng PNJSilver với dòng trang sức bạc cao cấp, đã khẳng định được vai trò tiên phong của mình trong ngành kinh doanh nữ trang.

2004

PNJ cổ phần hóa thành Công ty Cổ Phần Vàng Bạc Đá Quý Phú Nhuận. Đạt danh hiệu Top 500 Doanh nghiệp bán lẻ hàng đầu Châu Á – Thái Bình Dương.

2007

Bước chân vào thị trường xuất khẩu Hoa Kỳ, nằm trong Top 200 Doanh nghiệp lớn nhất Việt Nam cùng nhiều giải thưởng giá trị khác là minh chứng cho mọi nỗ lực của PNJ.

2009

Tháng 3/2009, cổ phiếu PNJ niêm yết tại HOSE tăng vốn điều lệ lên 400 tỉ đồng. Tháng 8/2009, chính thức thành lập Công ty TNHH MTV Thời trang CAO.

Triết lý kinh doanh

Đặt lợi ích khách hàng và lợi ích xã hội vào lợi ích doanh nghiệp.

Tâm nhìn

Chúng tôi khẳng định vị trí dẫn đầu về sáng tạo, sự tinh tế và đáng tin cậy trong ngành kim hoàn và thời trang.

Sứ mạng

Không ngừng vận động để đạt được sự phát triển bền vững trong môi trường kinh doanh toàn cầu bằng hệ thống quản lý khoa học và tiên tiến, thiết bị máy móc và công nghệ hiện đại, đội ngũ công nhân lành nghề và tâm huyết để cung cấp cho khách hàng những sản phẩm và dịch vụ đa dạng với chất lượng tốt nhất và giá cả cạnh tranh.

Thông tin doanh nghiệp
Quá trình hình thành

Tâm nhìn - Sứ mạng - Triết lý kinh doanh

Danh hiệu và giải thưởng

Đánh giá và xếp hạng PNJ của Plimsoll World Portfolio Analysis

Giới thiệu cơ cấu tổ chức:

1. Hội đồng quản trị
2. Ban Tổng giám đốc
3. Ban kiểm soát
4. Sơ đồ tổ chức
5. Cán bộ lãnh đạo chủ chốt
6. Công ty liên kết và các công ty con



Thông tin doanh nghiệp
 Quá trình hình thành
 Tâm nhìn - Sứ mạng - Triết lý kinh doanh
 Danh hiệu và giải thưởng
 Đánh giá và xếp hạng PNJ của Plimsoll World Portfolio Analysis
 Giới thiệu cơ cấu tổ chức:

1. Hội đồng quản trị
2. Ban Tổng giám đốc
3. Ban kiểm soát
4. Sơ đồ tổ chức
5. Cán bộ lãnh đạo chủ chốt
6. Công ty liên kết và các công ty con

DANH HIỆU VÀ GIẢI THƯỞNG



Giải thưởng chất lượng Châu Á - Thái Bình Dương 2010



Giải thưởng Thương hiệu quốc gia 2010



Giải thưởng Top 500 nhà bán lẻ hàng đầu Châu Á - Thái Bình Dương

DANH HIỆU VÀ GIẢI THƯỞNG ĐẠT ĐƯỢC TRƯỚC 2010

- Huân chương độc lập hạng ba - Năm 2008
- Huân chương lao động hạng nhất, nhì và ba.
- Cờ thi đua của Chính phủ trao tặng qua các năm.
- Bằng khen của Thủ tướng Chính phủ qua các năm
- Cờ thi đua của UBND thành phố trao tặng qua các năm.
- Giải thưởng Top 500 Nhà bán lẻ hàng đầu Châu Á Thái Bình Dương 2003 – 2009.
- Giải thưởng Thương hiệu Việt Nam tốt nhất - Năm 2007
- Giải thưởng Sao Vàng Đất Việt năm 2003 – 2009.
- Giải thưởng thương hiệu trang sức dẫn đầu Hàng Việt Nam chất lượng cao do người tiêu dùng bình chọn từ 1998 - 2009
- Xác lập kỷ lục Việt Nam “Doanh nghiệp đầu tiên đầu tư công nghệ sản xuất nữ trang hiện đại và quy mô nhất Việt Nam” năm 2007
- Giải thưởng Chất lượng quốc gia 2006 - 2009
- Giải thưởng Thương hiệu mạnh từ năm 2004 – 2009
- Doanh nhân Sài Gòn tiêu biểu từ năm 2004 – 2009
- Bà Cao Thị Ngọc Dung – TGD PNJ đón nhận Huân chương lao động hạng nhì 2008 và danh hiệu Doanh nhân Việt Nam 2008.

DANH HIỆU VÀ GIẢI THƯỞNG TRONG NĂM 2010

1. Công đoàn PNJ được vinh dự đón nhận Huân chương lao động hạng 3
2. Bà Cao Thị Ngọc Dung – TGD PNJ được trao tặng Huân chương lao động hạng 1
3. PNJ đón nhận Giải vàng Chất lượng Quốc gia
4. Được Chính phủ công nhận là Thương hiệu quốc gia
5. Được người tiêu dùng bình chọn là thương hiệu trang sức số 1 hàng Việt Nam chất lượng cao do báo Sài Gòn Tiếp Thị công bố.
6. PNJ là 1 trong 3 doanh nghiệp của Việt Nam được nhận Giải thưởng Chất lượng Châu Á- Thái Bình Dương.
7. Giải thưởng Top 500 nhà bán lẻ hàng đầu Châu Á Thái Bình Dương và nằm trong top 3 doanh nghiệp bán lẻ hàng đầu tại Việt Nam
8. Xếp thứ 16 các công ty sản xuất và kinh doanh nữ trang lớn nhất thế giới do Plimsoll công bố.

PNJ xếp thứ 16
trong top 500

công ty nữ trang lớn nhất thế giới
do Plimsoll công bố.

ĐÁNH GIÁ VÀ XẾP HẠNG PNJ CỦA PLIMSOLL WORLD PORTFOLIO ANALYSIS

Thông tin doanh nghiệp
Quá trình hình thành
Tâm nhìn - Sứ mạng - Triết lý kinh doanh
Danh hiệu và giải thưởng
Đánh giá và xếp hạng PNJ của Plimsoll World Portfolio Analysis
Giới thiệu cơ cấu tổ chức:

1. Hội đồng quản trị
2. Ban Tổng giám đốc
3. Ban kiểm soát
4. Sơ đồ tổ chức
5. Cán bộ lãnh đạo chủ chốt
6. Công ty liên kết và các công ty con

I. GIỚI THIỆU PLIMSOLL

Plimsoll World Portfolio Analysis cung cấp các báo cáo phân tích ngành công nghiệp và kinh doanh tài chính trên tất cả các quốc gia từ năm 1987. Tổ chức này có trụ sở ở Anh và tập hợp một nhóm chuyên gia hoạt động trong nhiều lĩnh vực; chuyên cung cấp một loạt các báo cáo có giá trị cho tất cả các ngành công nghiệp toàn cầu, theo quốc gia, châu lục và trên toàn thế giới, được cập nhật liên tục, chính xác và dễ dàng truy cập.

Báo cáo phân tích Plimsoll World là một thương hiệu nổi tiếng trên thế giới về tính chính xác, độ tin cậy trong các báo cáo phân tích tình hình hoạt động sản xuất kinh doanh, tài chính của các công ty, tập đoàn trên toàn thế giới. Với Báo cáo phân tích Plimsoll World Top 500 doanh nghiệp lớn nhất ngành công nghiệp sản xuất trang sức (toàn cầu) vừa được công bố là một ví dụ điển hình.

Báo cáo phân tích Plimsoll top 500 doanh nghiệp sản xuất nữ trang hàng đầu thế giới bao gồm các nội dung chính sau:

Phần 1: Đối tác thương mại tốt nhất

Phần 2: Doanh thu và thị trường

Phần 3: Lợi nhuận

Phần 4: Phân tích cá nhân doanh nghiệp

Mỗi công ty trong Top 500 Ngành công nghiệp sản xuất nữ trang được đánh giá như sau:

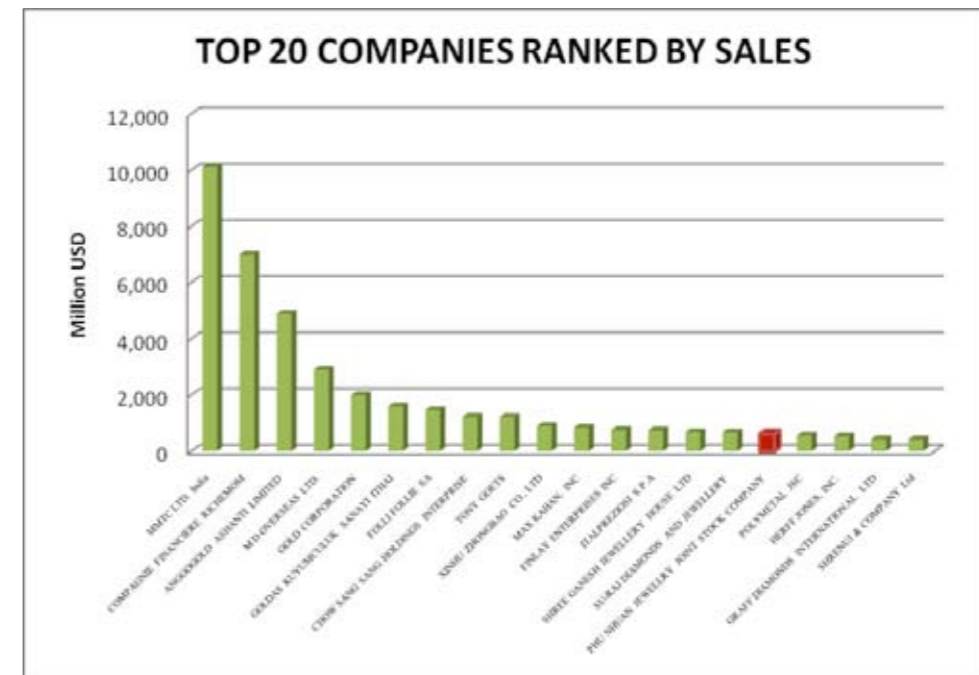
- a. Sức mạnh thương mại
- b. Sức mạnh tài chính:

II. ĐÁNH GIÁ CỦA PLIMSOLL VỀ PNJ

Báo cáo phân tích toàn cầu Plimsoll World được thực hiện dành cho Top 500 doanh nghiệp trong ngành sản xuất nữ trang với 39 quốc gia có ngành công nghiệp nữ trang phát triển như Ấn Độ, Italia, Trung Quốc, Mỹ, Nga, Nam Phi,... PNJ là doanh nghiệp duy nhất của Việt Nam nằm trong Top 500 doanh nghiệp sản xuất nữ trang hàng đầu thế giới. Không chỉ dừng lại ở đó, PNJ là công ty duy nhất ở Việt Nam và khu vực Đông Nam Á xuất sắc nằm trong top 16 công ty hàng đầu thế giới trong ngành công nghiệp nữ trang về tổng doanh thu trong ngành công nghiệp, tăng 14 bậc so với năm ngoái.

Đồng thời, là công ty duy nhất của Việt Nam và Đông Nam Á xuất sắc xếp vị trí thứ 23 về lợi nhuận trước thuế trong ngành công nghiệp, tăng 9 bậc so với năm ngoái - vượt qua cường quốc nữ trang hàng đầu trong khu vực là Thái Lan, Singapore, Malaysia.

PNJ xếp thứ 16 trong top 500 doanh nghiệp hàng đầu ngành nữ trang trên thế giới về tổng Doanh thu



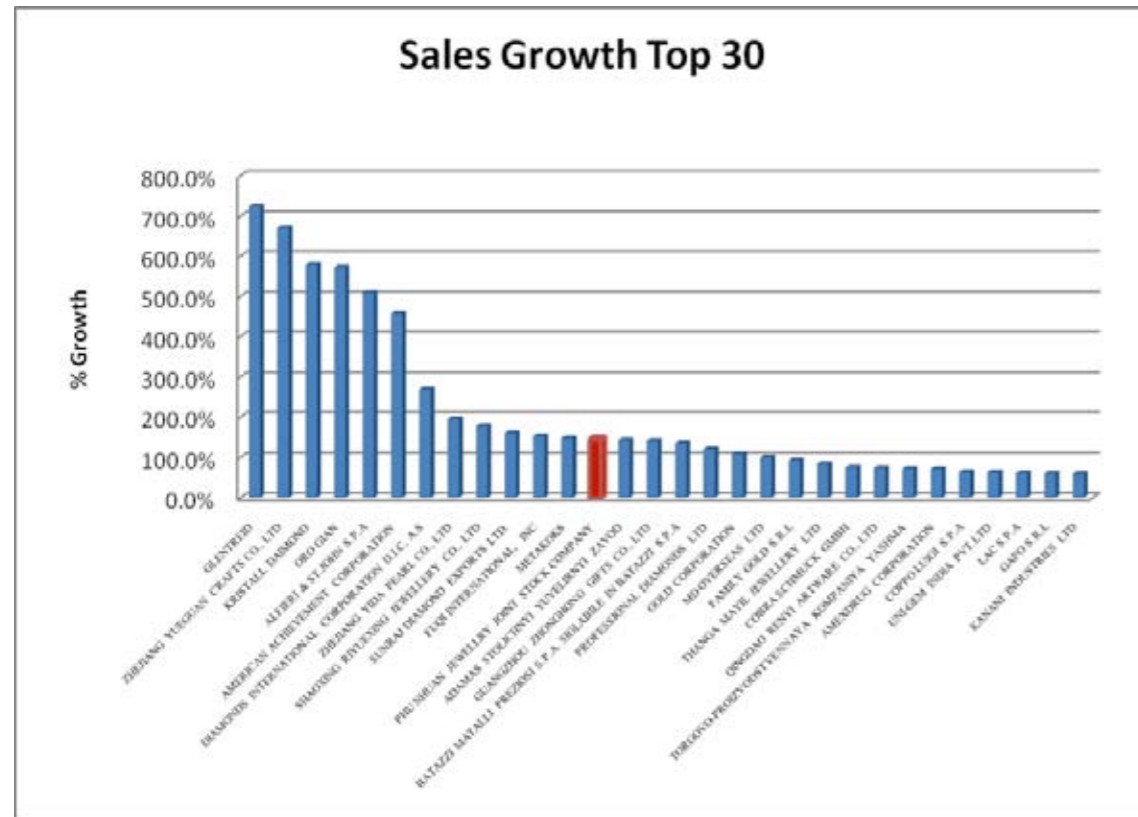
Cũng theo báo cáo phân tích Plimsoll, Doanh thu bán hàng của mỗi nhân viên PNJ là 258.000 USD, xếp trên mức trung bình của ngành công nghiệp là 183,000 USD.

Thông tin doanh nghiệp
 Quá trình hình thành
 Tầm nhìn - Sứ mạng - Triết lý kinh doanh
 Danh hiệu và giải thưởng
 Đánh giá và xếp hạng PNJ của Plimsoll World Portfolio Analysis
 Giới thiệu cơ cấu tổ chức:
 1. Hội đồng quản trị
 2. Ban Tổng giám đốc
 3. Ban kiểm soát
 4. Sơ đồ tổ chức
 5. Cán bộ lãnh đạo chủ chốt
 6. Công ty liên kết và các công ty con

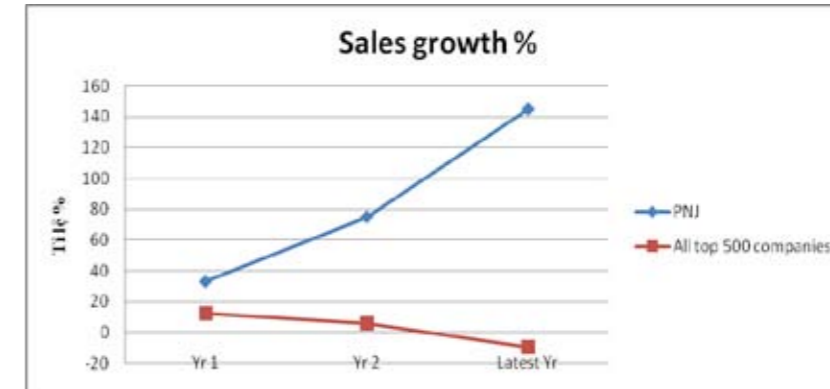
Top 10 công ty nữ trang lớn nhất thế giới về số lượng Công nhân viên

Comapny	Employees	Sales per Empl. (USD)
Anglogold ashanti limited	62895	78,000
compagnie financiere chiemont ag	19571	358,000
Findlay Enterprises Inc	7300	103,000
Folli Follie SA	5913	248,000
Cong Hua Donglin zuanshi You Xian Gong Si	4500	4000
Tse Sui Luen Jewellery Limited	3200	82,000
Phu Nhuan Jewelry Joint Stock Company	2391	258,000
Nixan lighting(Heyuan) Co., Ltd	2000	49,000
Chou Sang Sang Holdings International Limited	1934	635,000
Guangzhou Dongbao Jewelry Co., ltd	1824	3,000

Đồng thời, PNJ nằm trong top 13 công ty có tốc độ phát triển nhanh nhất dựa trên tỉ lệ tăng trưởng doanh thu vào năm ngoái.



Tổng doanh thu của PNJ tăng 145.1% trong năm 2009, xếp trên mức trung bình của ngành công nghiệp nữ trang là -9.8%

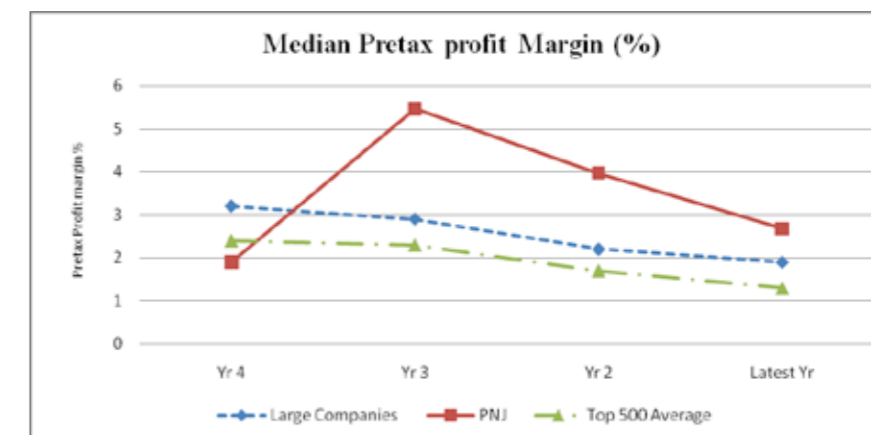


Theo báo cáo phân tích toàn cầu của Plimsoll World về top 500 doanh nghiệp trong ngành sản xuất nữ trang. Trong năm 2009, mức trung bình tăng trưởng của top 500 công ty trong ngành công nghiệp sản xuất nữ trang bị giảm sút với con số -9.8% thì ngược lại, PNJ trong top 16 doanh nghiệp dẫn đầu trong ngành công nghiệp này lại có bước tăng trưởng ngoạn mục với 145.1%.

Biểu đồ so sánh tổng doanh thu của PNJ so với mức trung bình Top 500



Biểu đồ so sánh Lợi nhuận trước thuế của các doanh nghiệp lớn, PNJ và Top 500 doanh nghiệp trong ngành.



Thông tin doanh nghiệp
 Quá trình hình thành
 Tâm nhìn - Sứ mạng - Triết lý kinh doanh
 Danh hiệu và giải thưởng
 Đánh giá và xếp hạng PNJ của Plimsoll World Portfolio Analysis
Giới thiệu cơ cấu tổ chức:

1. Hội đồng quản trị
2. Ban Tổng giám đốc
3. Ban kiểm soát
4. Sơ đồ tổ chức
5. Cán bộ lãnh đạo chủ chốt
6. Công ty liên kết và các công ty con

GIỚI THIỆU HỘI ĐỒNG QUẢN TRỊ



Bà Cao Thị Ngọc Dung
 Chủ tịch HĐQT
 8/10/1957
 Cử nhân



Bà Nguyễn Thị Cúc
 Ủy viên HĐQT
 2/12/1960
 Thạc Sĩ



Bà Nguyễn Thị Ngo
 Thành viên HĐQT
 5/8/1954
 Cử nhân

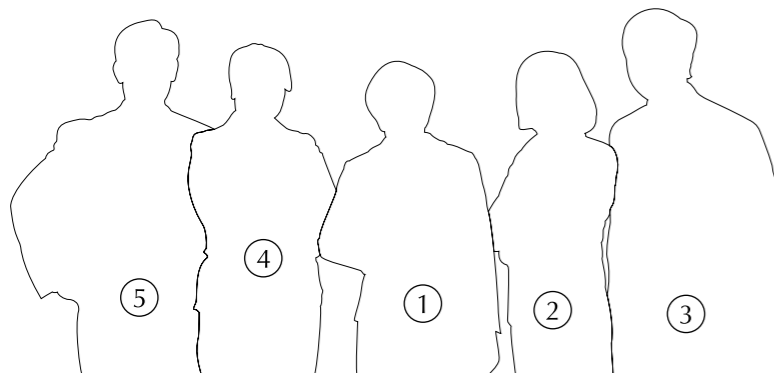


Ông Bùi Việt
 Thành viên HĐQT
 21/1/1964
 Tiến Sĩ



Ông Nguyễn Vũ Phan
 Phó Chủ tịch HĐQT
 4/1/1956
 Thạc Sĩ

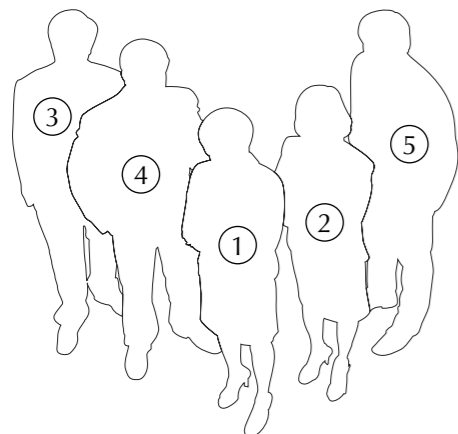
HỘI ĐỒNG QUẢN TRỊ



1. Bà **Cao Thị Ngọc Dung**
 Chủ tịch HĐQT
2. Bà **Nguyễn Thị Cúc**
 Ủy viên HĐQT
3. Ông **Nguyễn Vũ Phan**
 Phó Chủ tịch HĐQT
4. Bà **Nguyễn Thị Ngo**
 Thành viên HĐQT
5. Ông **Bùi Việt**
 Thành viên HĐQT

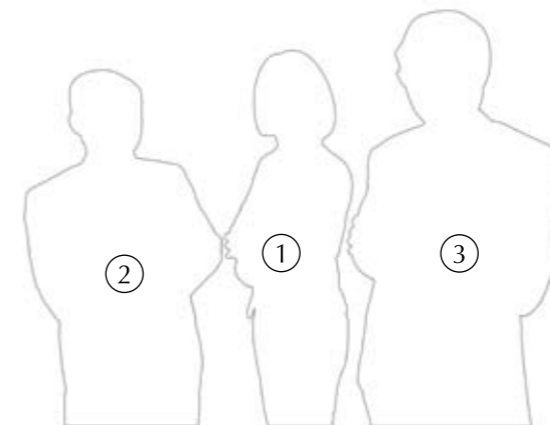
Thông tin doanh nghiệp
 Quá trình hình thành
 Tâm nhìn - Sứ mạng - Triết lý kinh doanh
 Danh hiệu và giải thưởng
 Đánh giá và xếp hạng PNJ của Plimsoll World Portfolio Analysis
Giới thiệu cơ cấu tổ chức:

1. Hội đồng quản trị
2. Ban Tổng giám đốc
3. Ban kiểm soát
4. Sơ đồ tổ chức
5. Cán bộ lãnh đạo chủ chốt
6. Công ty liên kết và các công ty con



BAN TỔNG GIÁM ĐỐC

1. Bà Cao Thị Ngọc Dung
Tổng Giám Đốc
2. Bà Nguyễn Thị Cúc
Phó TGD Thường trực
3. Ông Nguyễn Vũ Phan
Phó TGD Kỹ thuật và sản xuất
4. Ông Lê Hữu Hạnh
Phó TGD Kinh doanh
5. Ông Nguyễn Tuấn Quỳnh
Phó TGD Nhân lực và nghiên cứu phát triển

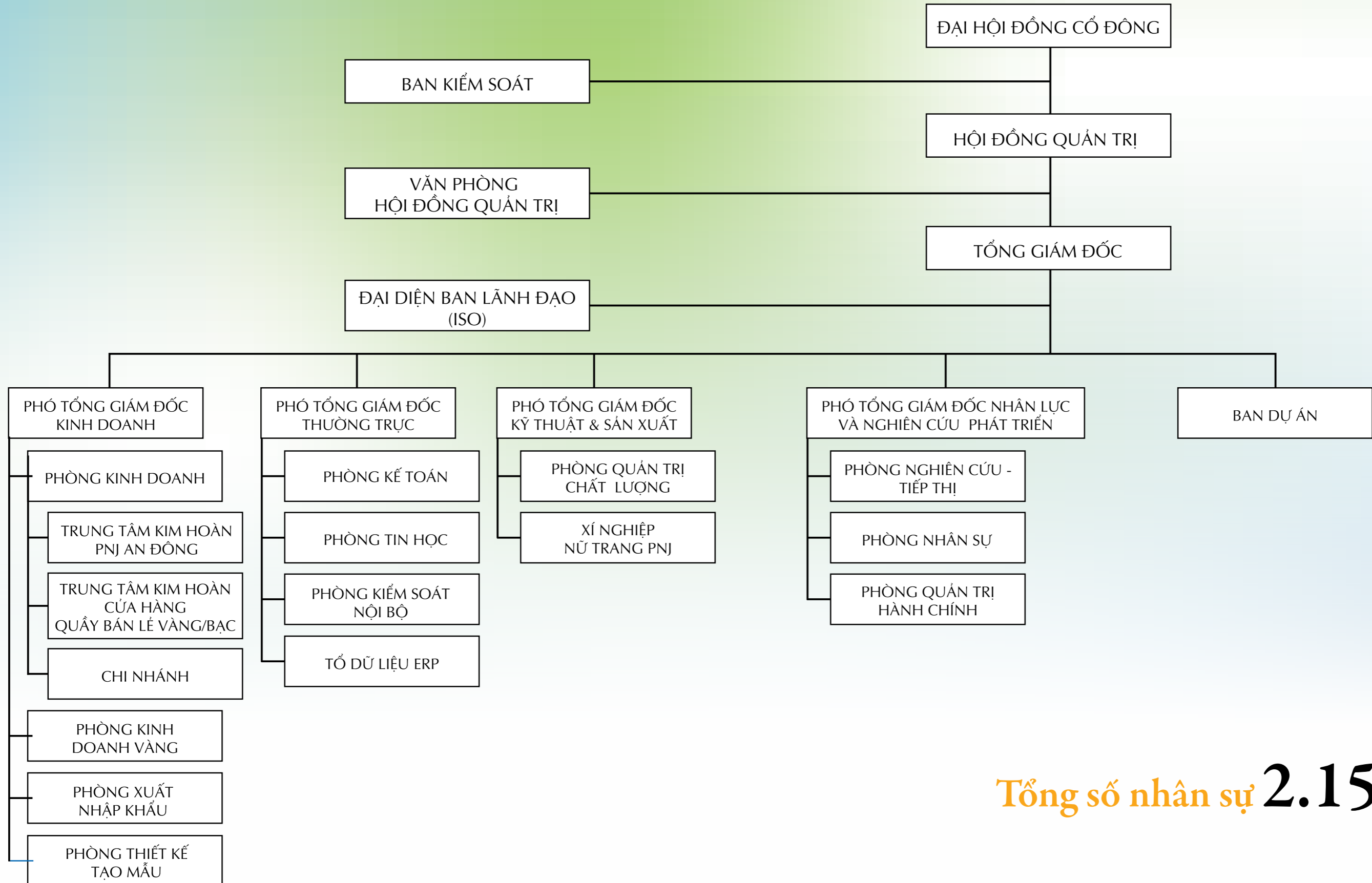


BAN KIỂM SOÁT

1. Bà Trương Nguyễn Thiên Kim
Trưởng Ban kiểm soát
2. Ông Võ Như Tố
Thành viên Ban kiểm soát
3. Ông Trần Văn Dân
Thành viên Ban kiểm soát

Thông tin doanh nghiệp
 Quá trình hình thành
 Tâm nhìn - Sứ mạng - Triết lý kinh doanh
 Danh hiệu và giải thưởng
 Đánh giá và xếp hạng PNJ của Plimsoll World Portfolio Analysis
 Giới thiệu cơ cấu tổ chức:
 1. Hội đồng quản trị
 2. Ban Tổng giám đốc
 3. Ban kiểm soát
 4. Sơ đồ tổ chức
 5. Cán bộ lãnh đạo chủ chốt
 6. Công ty liên kết và các công ty con

SƠ ĐỒ TỔ CHỨC



Tổng số nhân sự 2.158

Thông tin doanh nghiệp
Quá trình hình thành
Tầm nhìn - Sứ mạng - Triết lý kinh doanh
Đánh hiệu và giải thưởng
Đánh giá tổ chức bằng DN của PricewaterhouseCoopers
Giới thiệu cơ cấu tổ chức:
1. Hội đồng quản trị
2. Ban Tổng giám đốc
3. Ban kiểm soát
4. Sơ đồ tổ chức
5. Cán bộ lãnh đạo chủ chốt
6. Công ty liên kết và công ty con

CÁN BỘ QUẢN LÝ



CÔNG TY LIÊN KẾT VÀ CÁC CÔNG TY CON



CÔNG TY CỔ PHẦN ĐỊA ỐC ĐÔNG Á

Tiền thân là Công ty Cổ phần An Cư Đông Á, được thành lập vào năm 2003, với phương châm hoạt động “Giải pháp toàn diện cho một chốn an cư”

Tên quốc tế: Dong A Land Joint Stock Company

Tên viết tắt: Dong A Land JSC

Trụ sở: 43R/12 Hồ Văn Huê, Phường 9

Q. Phú Nhuận, TP. HCM

Điện thoại: (08) 3845 6858

Fax: (08) 3845 7341

Email: doda@diaocdonga.com

Website: www.diaocdonga.com



CÔNG TY CỔ PHẦN NHIÊN LIỆU SÀI GÒN

Ngày 01/10/2000, Công ty Chất Đốt TP. HCM chính thức chuyển đổi thành Công ty Cổ phần Nhiên liệu Sài Gòn. Năm 2010, SFC vinh dự được trao tặng Huân chương Lao động Hạng 3.

Tên quốc tế: SAIGON FUEL CORPORATION

Tên viết tắt: SFC

Trụ sở chính: 1A Phạm Ngọc Thạch, P. Bến Nghé,
Quận 1, TP. HCM

Điện thoại: (08) 38.241.520

Fax: (08) 38.241.521

Email: info@sfc.com.vn



Thông tin doanh nghiệp
Quá trình hình thành
Tầm nhìn - Sứ mạng - Triết lý kinh doanh
Danh hiệu và giải thưởng
Đánh giá và xếp hạng PNJ của Plimsoll World Portfolio Analysis
Giới thiệu cơ cấu tổ chức:

1. Hội đồng quản trị
2. Ban Tổng giám đốc
3. Ban kiểm soát
4. Sơ đồ tổ chức
5. Cán bộ lãnh đạo chủ chốt
6. Công ty liên kết và các công ty con



CÔNG TY CỔ PHẦN NĂNG LƯỢNG ĐẠI VIỆT

Thành lập từ tháng 06/2007. Hiện tại, Đại Việt có trên 200 Tổng Đại lý, 2.000 Đại lý cấp 1, cấp 2; 500 Khách hàng công nghiệp trải dài từ phía Nam tới Nha Trang.

Tên quốc tế: Dai Viet Energy Joint Stock Company

Tên viết tắt: Dai Viet Energy

Trụ sở chính: Lô A 87/1 Đường số 5

Khu công nghiệp Vĩnh Lộc, Tp. HCM

Điện thoại: (08) 37.65.65.65

Fax: (08) 37.65.65.61

Email: info@nangluongdaiviet.com

Website: www.nangluongdaiviet.com



CÔNG TY TNHH MỘT THÀNH VIÊN THỜI TRANG CAO

Tháng 08/2009, phát triển thành lập Công ty TNHH MTV Thời trang CAO. Sau 2 năm phát triển, hiện nay CAO Fine Jewelry đã có 19 cửa hàng trên toàn quốc.

Tên quốc tế: CAO Fashion Company Limited

Tên viết tắt: CAF

Trụ sở chính: 170E Phan Đăng Lưu – Phường 3

Quận Phú Nhuận – Tp HCM

Điện thoại: (08) 3990 0776

Fax: (08) 3995 1702

Website: www.caofinejewellery.com



CÔNG TY TNHH MỘT THÀNH VIÊN GIÁM ĐỊNH PNJ

Được thành lập ngày 11/01/2011, công ty giám định PNJ đã và đang khẳng định vị trí của mình qua những tiêu chuẩn kiểm định khắt khe nhất của Quốc tế.

Trụ sở: 205 Phan Đăng Lưu, Phường 01

Q. Phú Nhuận, TP. HCM

Điện thoại: (08)-38446199

Fax: (08) 39956123

Website: www.pnj.com.vn



PNJ là thương hiệu trang sức số 1

hàng Việt Nam chất lượng cao

do người tiêu dùng bình chọn



BÁO CÁO CỦA BAN TỔNG GIÁM ĐỐC

BÁO CÁO HOẠT ĐỘNG SẢN XUẤT KINH DOANH

Năm 2010 là năm tăng kỷ lục của vàng khi mỗi lượng vàng trong nước tăng đến 9,5 triệu đồng do giá vàng thế giới tăng hơn 300 USD/ounce, từ 1.100 USD lên trên mốc 1.400 USD/ounce. Việc biến động liên tục của giá Vàng đã ảnh hưởng không nhỏ đến kết quả hoạt động sản xuất kinh doanh của các doanh nghiệp nói chung và doanh nghiệp trong ngành kim hoàn nói riêng, tuy nhiên hoạt động sản xuất kinh doanh của PNJ đã đạt kết quả rất tốt đẹp với nhiều chỉ tiêu vượt kế hoạch đặt ra.

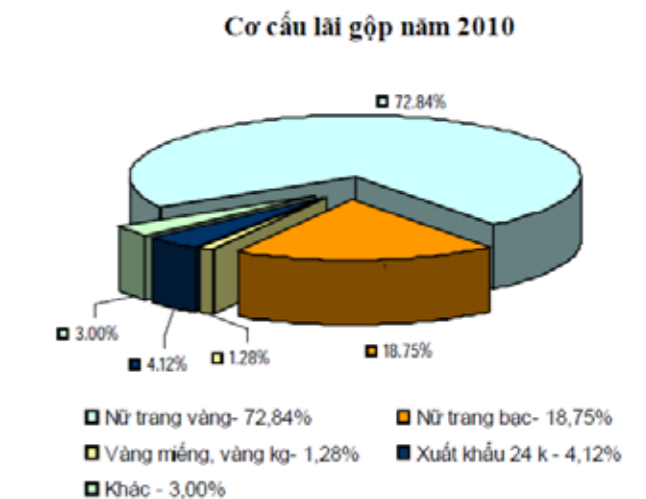
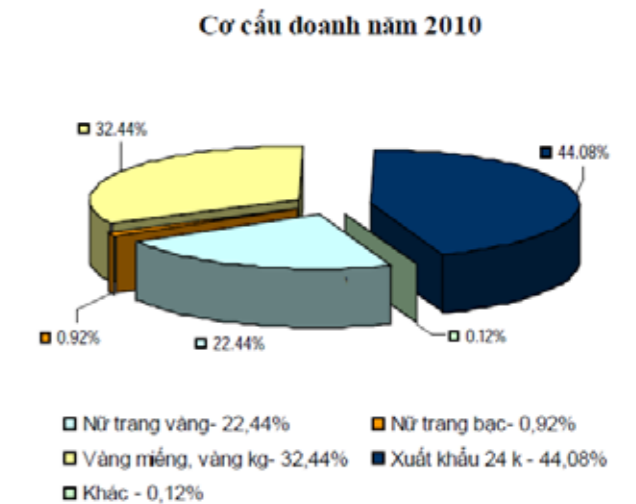
1. KẾT QUẢ THỰC HIỆN KẾ HOẠCH NĂM

- Tổng tài sản cuối năm 2010 là 2.201 tỷ đồng, tăng 27% so với năm 2009. Tốc độ tăng trưởng bình quân cả năm là 25%
- Tổng doanh thu đạt 13.077 ngàn tỷ đồng, tăng 25% so với kế hoạch và 35.87% so năm 2009.
- Lợi nhuận trước thuế (chưa hợp nhất) đạt 257,918 tỷ đồng, vượt 5% so với kế hoạch, tăng 16,28% so với năm 2009.
- Lợi nhuận sau thuế (chưa hợp nhất) đạt 206,555 tỷ đồng, vượt 3% so với kế hoạch, tăng 17,71% so với năm 2009.
- Lợi nhuận trước thuế (hợp nhất) đạt 263,892 tỷ đồng, tương đương 95,98% so năm 2009.
- Lợi nhuận sau thuế (hợp nhất) đạt 212,018 tỷ đồng, tương đương 104% so năm 2009.
- Lãi cơ bản trên cổ phiếu đạt 3.443 đồng, tăng 17,5% so với năm 2009
- Tăng vốn điều lệ theo hình thức phát hành cổ phiếu thưởng cho cổ đông hiện hữu theo tỷ lệ 2:1, theo đó PNJ đã phát hành gần 20 triệu cổ phiếu thưởng mệnh giá 10.000 đồng/cổ phiếu từ nguồn vốn thặng dư, tăng vốn điều lệ lên gần 600 tỷ đồng.
- Tỷ lệ chia cổ tức của PNJ trong năm là 25%/tổng vốn điều lệ.

2. KẾT QUẢ CÁC HOẠT ĐỘNG CHUYÊN MÔN:

a. Phát triển mạnh nguồn nhân lực của hệ thống kinh doanh, hướng đến PNJ trở thành nhà bán lẻ chuyên nghiệp hàng đầu. Trong năm 2010, PNJ đã tập trung cho công tác đào tạo nâng cao nghiệp vụ cho hơn 700 nhân viên bán hàng và năng lực của đội ngũ giám sát của hệ thống. Đặc biệt là việc tái cấu trúc xây dựng bộ máy hệ thống kinh doanh đủ tầm để quản trị hệ thống gần 140 cửa hàng bán lẻ và kinh doanh sỉ hiện nay.

b. Tái cơ cấu xí nghiệp nữ trang PNJ, tạo đột phá trong hoạt động sản xuất, chế tác nữ trang. Tái đào tạo, nâng cao tay nghề cho một bộ phận thợ kim hoàn, hướng đến tăng cường đội ngũ nghệ nhân lành nghề. Bên cạnh công tác tăng cường đầu tư công nghệ phục vụ cho sản xuất, các

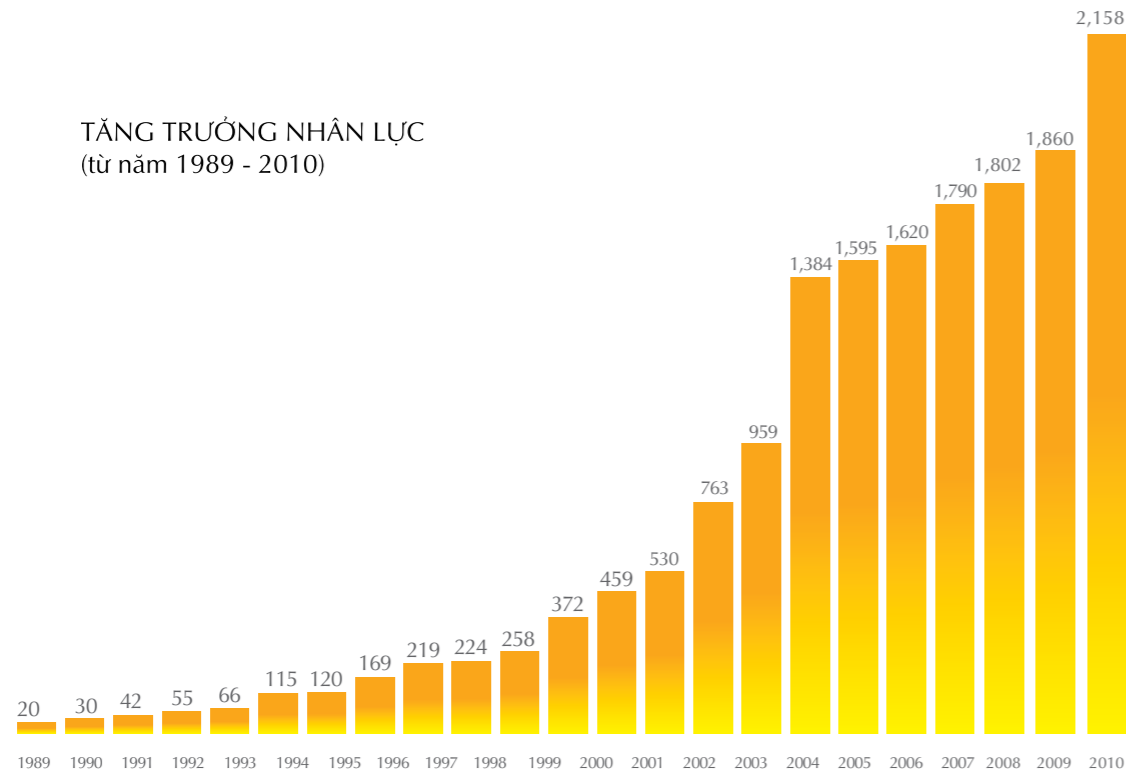


kỹ sư PNJ còn tự chế tạo thêm một số máy công cụ nhằm nâng cao tỷ lệ công nghiệp hoá trong chế tác nữ trang, tăng khả năng thu hồi nguyên liệu, tăng tỷ lệ tiết kiệm hao hụt toàn quy trình được 30% so với năm 2009, cụ thể đã tiết kiệm được 2.372 chỉ vàng tương đương 7 tỷ đồng, triệt để tiết kiệm các chi phí sản xuất, rút ngắn các công đoạn, nâng cao năng suất, đã giảm được giá thành sản xuất trong điều kiện đã tăng lương công nhân và các chi phí đầu vào đều tăng cao, sản lượng năm 2010 là 2,3 triệu sản phẩm, tăng 15,6%. Cải tiến công tác quản trị điều hành Xí Nghiệp một cách khoa học và triệt để, tạo tiền đề tách Xí Nghiệp thành một đơn vị độc lập khi xây xong Xí Nghiệp tại Gò Vấp vào năm 2011.

Tổng doanh thu đạt **13.077** tỷ đồng,
tăng **35,87%** so năm 2009

Báo cáo hoạt động sản xuất kinh doanh
Hệ thống phân phối
Lợi thế cạnh tranh
Các nhân hàng

TĂNG TRƯỞNG NHÂN LỰC
(từ năm 1989 - 2010)



c. Chuyên nghiệp hoá công tác quản trị tài chính:

- Hệ thống quản trị, giám sát tài chính được triển khai đến từng phòng ban, từng cửa hàng, chi nhánh; thường xuyên soát xét, điều chỉnh, cập nhật kịp thời các quy trình, quy định phù hợp tình hình hoạt động thực tế, quản lý chặt chẽ doanh thu, chi phí, nâng cao hiệu quả hoạt động của công ty.

- Hệ thống kiểm soát nội bộ được tổ chức hoạt động tập trung, theo mô hình khu vực, với mục tiêu kiểm soát việc thực hiện các quy trình, quy định; các chính sách của Công ty và của các cơ quan quản lý nhà nước tại tất cả các đơn vị, các công ty thành viên.

- Thực hiện tốt công tác huy động, điều chuyển vốn, quản lý chặt chẽ dòng tiền đáp ứng nhu cầu sản xuất – kinh doanh và đầu tư cho hệ thống các cửa hàng, chi nhánh và các Công ty thành viên, đảm bảo cân đối nguồn vốn một cách tối ưu, hiệu quả. Thường xuyên đánh giá hiệu quả của việc sử dụng vốn, hiệu quả sử dụng vật tư, công cụ, máy móc thiết bị, tài sản cố định... đảm bảo mọi nguồn lực của Công ty được sử dụng một cách tối ưu, có hiệu quả.

- Với mục tiêu thực hiện tin học hóa toàn bộ các hoạt động, trong năm 2010 Công ty đã triển khai xây dựng chương trình quản lý hệ thống ERP, dự kiến đến quý 3 năm 2011 triển khai ứng dụng trên toàn hệ thống, đáp ứng yêu cầu quản lý nhanh chóng, kịp thời và hiệu quả.

d. Các siêu phẩm do PNJ thiết kế và chế tác được xác lập kỷ lục Việt Nam.

Các chuyên gia thiết kế được đào tạo nâng cao trình độ ứng dụng công nghệ thông tin trong công tác thiết kế và tạo mẫu, đội ngũ thiết kế tạo mẫu PNJ được đặc biệt chú

trọng nâng cao trình độ và chuyên môn hóa thiết kế theo từng ngành hàng, sự cải tiến theo quy trình thiết kế chuyên nghiệp cùng với sự phối hợp hệ thống kinh doanh và công tác marketing trong việc định hướng mẫu mã theo xu hướng thị trường... Tổng số mẫu trang sức thiết kế tăng 30% so với năm 2009, sản phẩm thiết kế tăng cả về số lượng và chất lượng, các chuyên gia thiết kế của PNJ đã thiết kế 2 tác phẩm gây tiếng vang trên thị trường là Sim điện thoại vàng và 2 hoa Atiso bằng vàng 999.9 được xác lập kỷ lục Việt Nam.

e. Phát triển ngành hàng mới, đẩy mạnh kinh doanh vàng miếng và mở rộng thị trường xuất khẩu.

Đầu năm 2010, Công ty thời trang CAO đưa ra thị trường dòng sản phẩm JEMMA được thiết kế theo phong cách thời trang và năng động, nhằm phục vụ cho giới văn phòng có thu nhập cao. Ngành hàng đồng hồ được khởi động từ tháng 7/2010 trước mắt triển khai bán lẻ các nhãn hiệu đồng hồ uy tín tại một số cửa hàng khu vực, đã có tín hiệu khả quan. Năm 2010, hoạt động xuất khẩu có thêm 4 đối tác mới và mở rộng thị trường sang Nhật và Canada. Đẩy mạnh quảng bá và tăng doanh thu kinh doanh vàng miếng PNJ với kết quả rất khả quan với tỷ lệ tiêu thụ vàng miếng PNJ chiếm 74%/ tổng sản lượng tiêu thụ vàng miếng trên toàn hệ thống PNJ (tăng 22% so với cùng kỳ năm 2009), cho thấy tính thanh khoản và uy tín thương hiệu vàng miếng Phượng hoàng PNJ – DongA Bank ngày càng khẳng định trên thị trường.

f. Thương hiệu PNJ là niềm tự hào của trang sức Việt.

Uy tín, đẳng cấp thương hiệu PNJ càng được quảng bá rộng rãi thông qua các sự kiện PNJ chính thức giới thiệu TVC được phủ sóng rộng khắp các kênh truyền hình cá

nước để truyền tải thông điệp mới, vẻ đẹp mới của thương hiệu trang sức PNJ chính là sự hội tụ của ngũ hành kim, mộc, thủy, hỏa, thổ trong trời đất, là niềm tự hào của trang sức Việt sau 1 năm PNJ phát động đồng hành cùng hàng Việt, website www.pnj.com.vn được nâng cấp xây dựng mới với hình ảnh chuyên nghiệp và xứng tầm là ngôi nhà online của một thương hiệu trang sức lớn nhất cả nước, các hoạt động tài trợ Hoa hậu trái đất 2010 tại Việt Nam, Miss PNJ đăng quang Á Hậu 1 Miss Earth 2010, các cuộc thi karaoke online Lấp lánh ước mơ, hoạt động thành lập Fan club và cuộc thi Miss PNJSilver...là các hoạt động marketing gây tiếng vang và đóng vai trò rất lớn trong việc khẳng định vị thế các nhãn hiệu của PNJ trên thị trường.

g. PNJ tiếp tục dẫn đầu là công ty có hệ thống phân phối trang sức rộng khắp và lớn nhất cả nước.

Với sự đầu tư nâng cấp các cửa hàng hiện tại, thay đổi hệ thống quầy tủ, màu sắc cửa hàng và nội thất bên trong nhằm tạo ra những không gian mua sắm thật sự sang trọng và hiện đại. Tổng số cửa hàng chính thức đưa vào hoạt động tính đến cuối năm 2010 là 138 cửa hàng, tăng 15 cửa hàng so với năm 2009. Trong đó phải kể đến sự phát triển vượt bậc và ngày càng lớn mạnh của các chi nhánh như Hà Nội, Đà Nẵng và Cần Thơ trở thành các chi nhánh đại diện cho từng khu vực và các vùng lân cận... cũng đã góp phần rất quan trọng vào kết quả chung của PNJ. Đặc biệt là hoạt động thương mại điện tử (bán trang sức qua mạng internet) đã phát triển khá mạnh và có sự tăng trưởng mạnh mẽ, trong năm 2010, thương mại điện tử PNJ đã phục vụ thành công 2.567 đơn hàng, tăng 83% so với năm 2009 và tổng doanh thu đạt 3,385 tỷ; tăng 338% so với năm 2009.

h. “Giấc mơ không biên giới” của CAO Fine Jewellery sau 5 năm đã thành hiện thực.

Năm 2010 cũng là năm kỷ niệm sinh nhật lần thứ 5 của nhãn hiệu CAO Fine Jewellery (nay là nhãn hiệu trang sức cao cấp của Công ty Thời trang CAO – đơn vị thành viên của PNJ được thành lập vào tháng 8/2009). Với giấc mơ là xây dựng được một nhãn hiệu trang sức cao cấp Việt Nam đủ sức cạnh tranh với các nhãn hiệu nổi tiếng vươn ra thị trường thế giới. Sau 5 năm ra đời, CAO đã biến Giấc mơ không biên giới của mình thành hiện thực. CAO cũng đã giới thiệu gương mặt đại sứ cho nhãn hàng trong năm 2011 – cô Stephen Pamali, Miss Air của cuộc thi HHTĐ 2010, người đẹp đến từ Ecuador.

PNJ cũng đón chào thêm 01 thành viên mới - Công Ty TNHH Một thành viên Giám Định PNJ chính thức khai trương, tiền thân là Trung Tâm Kiểm Định PNJ được thành lập năm 1996, do PNJ làm chủ sở hữu. Qua 15 năm hoạt động, với đội ngũ chuyên gia giàu kinh nghiệm, thiết bị công nghệ hiện đại theo các tiêu chuẩn kiểm định quốc tế, công ty Giám định PNJ đã và đang khẳng định uy tín của mình và trở thành một trong những công ty kiểm định vàng và đá quý hàng đầu hiện nay.

i. Văn hóa doanh nghiệp – mái nhà chung PNJ tiếp tục được củng cố và phát triển mạnh,

qua các hoạt động gắn kết nội bộ như Ngày hội gia đình Mái nhà chung PNJ, các hoạt động văn hóa thể thao... Đặc biệt là sự ra đời của forum PNJ – như là một diễn đàn mới, nơi chia sẻ, lắng nghe và thấu hiểu những tâm tư, tình cảm và nguyện vọng của mọi thành viên trong đại gia đình PNJ. Cùng với chương trình khảo sát, đánh giá mức độ hiểu biết và sự hài lòng của mỗi thành viên trong gia đình PNJ về văn hóa doanh nghiệp đã góp phần rất lớn trong việc phát triển mái nhà chung PNJ. Bên cạnh đó, các hoạt động tài trợ xã hội, công tác từ thiện vẫn luôn được quan tâm sâu sát và kịp thời, thông qua hoạt động của quỹ từ thiện PNJ trong các chương trình như trao tặng học bổng Bay đến ước mơ, ủng hộ quỹ đi bộ vì người nghèo của MTTQTPHCM, hỗ trợ cho các Phụ nữ bị ung thư tại miền Trung, quyền góp và cứu trợ bão lụt tại Quảng Bình, chương trình bán đấu giá trang sức của CAO làm từ thiện, tặng quà tết cho bà con nghèo... với tổng trị giá trên 3,5 tỷ đồng trong năm 2010.

j. Uy tín, đẳng cấp và sự lớn mạnh của PNJ tiếp tục được quốc tế và trong nước công nhận và tôn vinh,

qua các giải thưởng lớn có uy tín như: giải vàng Chất lượng quốc gia, Thương hiệu quốc gia, tiếp tục được người tiêu dùng bình chọn là thương hiệu trang sức số 1 Việt Nam do báo Sài Gòn Tiếp Thị công bố. Và gần đây nhất là 2 giải thưởng mang tầm vóc quốc tế: PNJ là 1 trong 3 doanh nghiệp của Việt Nam được nhận Giải thưởng Chất lượng Châu Á- Thái Bình Dương năm 2010 và giải thưởng Top 500 nhà bán lẻ hàng đầu Châu Á Thái Bình Dương và năm trong top 3 doanh nghiệp bán lẻ hàng đầu tại Việt Nam. Đặc biệt, PNJ được PLIMSOLL đánh giá và xếp hạng thứ 16 trong 500 công ty trang sức lớn nhất thế giới, và PNJ là doanh nghiệp Việt Nam duy nhất có mặt trong bảng xếp hạng này.

Lợi nhuận sau thuế đạt

206,555 tỷ đồng
tăng **17,71%** so năm 2009

3. HOẠT ĐỘNG ĐẦU TƯ TÀI CHÍNH:

STT	Doanh Thu	31/12/2010			Năm 2009		Tăng / Giảm	
		Giá trị đầu tư (tỷ)	Giá mua (đồng / cổ)	% Sở hữu	Giá trị (tỷ)	% Sở hữu	Giá trị	%
I	Công ty con	80.000			80.000		(10.990)	-12%
1	CTCP Năng lượng ĐạiViệt	70.000	10.000	70,00%	70.000	70,00%	-	-
2	CTCP Hải sản SG	-			17.290	57,63%	(17.290)	-100%
3	CT TNHH MTV Thời trang CAO	10.000		100%	3.700	100%	6.300	170%
II	Công ty liên kết	230.475			110.885		119.589	108%
1	CTCP Nhiên liệu Sài Gòn	138.609	26.920	49,99%	40.819	49,99%	97.789	240%
2	CTCP Địa Ốc Đông Á	91.866	10.000	30,62%	70.066	30,62%	21.800	31%
III	Đầu tư cổ phiếu	485.988			401.297		84.691	21%
1	CTCP Quê Hương Liberty	40.833	49.000	2,60%	40.833	2,60%	-	-
2	Ngân Hàng Đông Á	356.775	10.298	7,70%	272.084	7,70%	84.691	24%
3	CTCP Địa ốc Saigon MC	65.380	25.000	5,00%	65.380	5,00%	-	-
3	CTCP Địa ốc Địa Ốc Kinh Đô	23.000	115.000	3,33%	23.000	3,33%	-	-
IV	Trái phiếu, khác	11.756			200		11.556	
	Tổng cộng	808.219			603.372		204.847	34%

Ghi chú: Đã trích lập dự phòng cổ phiếu Quê Hương 10,8 tỷ

- Trong năm 2010, Công ty đã chuyển nhượng toàn bộ phần vốn của mình trong công ty Hải sản SG. Đầu tư thêm bao gồm: 2,203 tr cổ phiếu SFC với tổng giá trị 97,789 tỷ đồng, nâng tỷ lệ nắm giữ lên 49,99%; 2,18 tr cổ phiếu của Địa Ốc Đông Á, nâng tỷ lệ nắm giữ lên 30,62%; 8,469 triệu cổ phiếu DAB tương đương 84,69 tỷ.
- Công ty cổ phần nhiên liệu Sài Gòn (SFC) với kết quả hoạt động năm 2010 rất ấn tượng, doanh thu đạt 1.462 tỷ đồng vượt 6% so với kế hoạch, LNTT đạt 73,18 tỷ đồng vượt 22% kế hoạch, LNST đạt 55,06 tỷ đồng, tăng 23,87% so với năm 2009, vượt 21,25% so với kế hoạch cả năm.
- Công ty cổ phần năng lượng Đại Việt: năm 2010 được xem là một năm khó khăn của ngành Gas nói chung và của Đại Việt nói riêng, giá gas biến động tăng liên

tục, các hãng gas lớn tạo áp lực cạnh tranh gay gắt, nạn gas giá ngày càng biến tướng phức tạp, ngoài tầm kiểm soát... do vậy, mặc dù tổng doanh thu năm 2010 đạt 568 tỷ đồng, vượt 3,27% so với kế hoạch, tăng 75% so với năm 2009 nhưng công ty vẫn lỗ 3,4 tỷ đồng.

- Công ty Cổ phần Địa Ốc Đông Á: Do ảnh hưởng khó khăn từ thị trường bất động sản, dự án trọng điểm của Đông Á Land là Khu phức hợp Golden Square và khu dân cư Phú Thuận, quận 7 cũng bị ảnh hưởng về tiến độ triển khai thực hiện. Kết quả hoạt động năm 2010 chủ yếu đến từ hoạt động xây dựng, dịch vụ tư vấn, tổng doanh thu thực hiện 2010 là 72 tỷ đồng, LNST đạt mức 2,9 tỷ đồng.

4. CÁC YẾU TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN KẾT QUẢ KINH DOANH

a. Công tác nghiên cứu, đánh giá và phát triển thị trường, phát triển khách hàng được thực hiện thường xuyên và có hiệu quả. Các chương trình quảng bá thương hiệu, chương trình khuyến mại được triển khai đúng thời điểm, đồng bộ tạo sự cộng hưởng tốt trong việc kích cầu, mang lại hiệu quả cao.

b. Hệ thống các cửa hàng thường xuyên được cải tạo, nâng cấp, tạo dựng hình ảnh, hệ thống nhận diện thống nhất trên toàn hệ thống, góp phần đáng kể vào việc gia tăng lượng khách hàng đến thăm quan và mua sắm tại các cửa hàng, đóng góp vào hiệu quả chung của Công ty.

c. Công tác thiết kế, tạo mẫu được chú trọng đầu tư về con người, máy móc thiết bị, công nghệ... đáp ứng nhu cầu ngày càng cao và xu hướng tiêu dùng của khách hàng. Công ty thường xuyên tung ra thị trường các mẫu mới, mang tính định hướng, phù hợp với nhu cầu của từng đối tượng khách hàng và từng thời điểm, mùa vụ bán hàng trong năm.

d. Đầu tư máy móc thiết bị, công nghệ mới phục vụ nhu cầu sản xuất, đáp ứng yêu cầu kỹ thuật của các dòng sản phẩm cao cấp, tăng năng xuất lao động, đảm bảo tỷ suất lợi nhuận, đáp ứng kịp thời tất cả các đơn hàng theo yêu cầu của khách hàng.

e. Đội ngũ bán hàng thường xuyên được đào tạo các kỹ năng giao tiếp, kỹ năng bán hàng, thường xuyên được cập nhật thông tin về các dòng sản phẩm mới, các kỹ thuật mới nhằm đáp ứng yêu cầu cung cấp thông tin đầy đủ và chính xác đến cho người tiêu dùng.

f. Chính sách mua bán, trả, đổi, bảo hành được quy định phù hợp với đặc thù ngành phù hợp giữa lợi ích của khách hàng và Công ty; được áp dụng thống nhất trên toàn hệ thống, tạo niềm tin và thuận tiện cho các giao dịch của khách hàng.

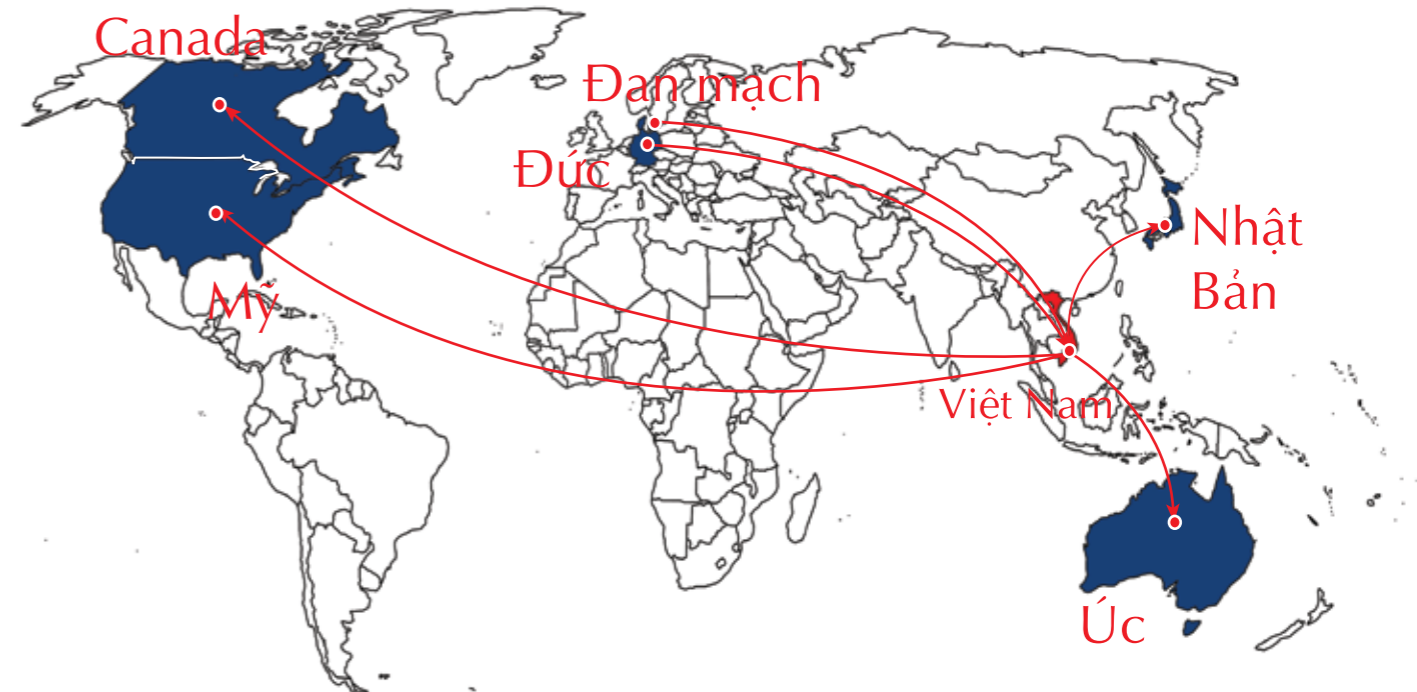


Hệ thống bán lẻ trang sức lớn nhất Việt Nam với 142 cửa hàng



Cửa hàng PNJ Gò Vấp nhộn nhịp mua sắm trong chương trình Valentine

Báo cáo hoạt động sản xuất kinh doanh
 Hệ thống phân phối
 Lợi thế cạnh tranh
 Các nhân hàng



Thị trường xuất khẩu 2010

HỆ THỐNG BÁN LẺ

TP.HCM

- Quận 1:**
174 Lê Thánh Tôn
Vincom Center (tầng L1)
292 Hai Bà Trưng
Thương xá TAX - Nguyễn Huệ
Cití Plaza - Nguyễn Trãi
Nowzone - Nguyễn Văn Cừ
- Q.Phú Nhuận:**
52 Nguyễn Văn Trỗi
159 Phan Đăng Lưu
Co.opMart Nguyễn Kiềm
- Quận 3:**
652 Nguyễn Đình Chiểu
4A Cao Thắng; 132 CMT8
- Quận 5:**
7 An Dương Vương
Parkson Hùng Vương
- Quận 6:**
255A - 255B Hậu Giang
- Quận 7:**
Lotte Mart
- Quận 9:**
Co.opMart Xa lộ Hà Nội
- Quận 10:**
Maximark 3/2
- Quận 11:**
Parkson Flemington - Lê Đại Hành;
Lotte Everich - Lê Đại Hành

- Q.Tân Bình:**
47-49 Lý Thường Kiệt
230B Lê Văn Sỹ
Maximark Cộng Hòa
Sân bay Tân Sơn Nhất
- Q.Tân Phú:**
BigC Phú Thạnh
- Q.Gò Vấp:**
362A Nguyễn Văn Nghi
21/3 Quang Trung
- Q. Bình Thạnh:**
127A Đinh Tiên Hoàng
- Q.Thủ Đức:**
141 Võ Văn Ngân

HÀ NỘI

- Q.Hai Bà Trưng:**
37B Trần Nhân Tông
TTTM Tráng Tiên
TTTM Vincom
- Q.Cầu Giấy:**
TTTM BigC
- Q.Đống Đa:**
129 Chùa Bộc

HẢI PHÒNG

- Parkson Hải Phòng - TD Plaza
BigC Hải Phòng

TP.VINH

- BigC Vinh

TP.ĐÀ NẴNG

- 70-72 Trần Phú - Hải Châu
123 Hùng Vương
Co.opMart Đà Nẵng

TP.HUẾ

- Co.opMart Huế

TP.BIÊN HÒA

- BigC Biên Hòa

TP.VŨNG TÀU

- Co.op Mart Vũng Tàu

LONG AN

- Co.opMart Long An

TP.CẦN THƠ

- 46 Ngô Quyền
Co.opMart Cần Thơ

TP.LONG XUYỀN

- Co.opMart Long Xuyên

KIÊN GIANG

- 38 Hoàng Hoa Thám
Co.opMart Kiên Giang

KHÁCH HÀNG SĨ

An Giang	66	Hải Phòng	28	Quảng Ninh	29
Bắc Giang	1	HCM	550	Quảng Trị	29
Bạc Liêu	21	Hoà Bình	2	Sóc Trăng	27
Bắc Ninh	15	Huế	23	Son La	1
Bến Tre	36	Hưng Yên	9	Tây Ninh	89
Bình Định	36	Khánh Hoà	56	Thái Bình	12
Bình Dương	94	Kiên Giang	21	Thái Nguyên	5
Bình Phước	9	KonTum	16	Thanh Hoá	17
Bình Thuận	40	Lâm Đồng	31	Tiền Giang	40
Cà Mau	28	Lạng Sơn	1	Trà Vinh	19
Cần Thơ	89	Lào Cai	1	Tuyên Quang	2
Đà Nẵng	72	Long An	51	Vĩnh Long	65
Đắc Lắc	19	Nam Định	49	Vĩnh Phúc	5
Đồng Nai	84	Nghệ An	32	Vũng Tàu	32
Đồng Tháp	39	Ninh Bình	16	Campuchia	3
Gia Lai	23	Ninh Thuận	5	Thái Lan	1
Hà Giang	2	Phú Thọ	1		
Hà Nam	9	Phú Yên	38		
Hà Nội	169	Quảng Bình	18		
Hà Tĩnh	13	Quảng Nam	53		
Hải Dương	40	Quảng Ngãi	42		

Đặt trọng tâm trong chiến lược phát triển hệ thống phân phối rộng khắp cả nước, PNJ hiện nay đã sở hữu hơn 142 điểm phân phối bán lẻ độc quyền trên cả nước, và có gần 3000 bạn hàng sĩ; tập trung ở 56 tỉnh thành cả nước.

Tất cả các điểm phân phối bán lẻ được thiết kế theo phong cách riêng, bắt mắt và bán sản phẩm của riêng PNJ. Đây là kênh chủ lực xây dựng nên thương hiệu PNJ và là ưu thế vượt trội của công ty, góp phần lớn tạo nên sự phát triển bền vững của công ty.

THỊ TRƯỜNG XUẤT KHẨU 2010

Năm 2010 thị trường xuất khẩu thêm 4 đối tác và mở rộng thị trường sang Nhật Bản và Canada. Hiện nay, PNJ là doanh nghiệp xuất khẩu trang sức lớn nhất tại Việt Nam.

LỢI THẾ CẠNH TRANH

1. Nguồn nhân lực và văn hoá doanh nghiệp: Là chìa khoá đầu tiên, lợi thế cạnh tranh đầu tiên và quan trọng nhất của PNJ. Công ty PNJ tự hào có một nguồn nhân lực đông về số lượng, mạnh về chất lượng và toàn diện trong tất cả các lĩnh vực quan trọng.

Trong suốt 23 năm xây dựng và phát triển, PNJ luôn coi trọng yếu tố nguồn nhân lực với các tiêu chí: Nhiệt tình và yêu nghề, đoàn kết và phối hợp làm việc tập thể và có kiến thức, kỹ năng chuyên môn cao. PNJ có hơn 1.000 công nhân kỹ thuật lành nghề, hàng chục kỹ sư và chuyên viên giỏi và đội ngũ cán bộ quản lý năng động và am hiểu công việc phân bố đều trong tất cả các lĩnh vực từ thiết kế, tạo mẫu, chế tạo nữ trang đến marketing, bán hàng và quản lý nghiệp vụ với văn hoá nhân bản “Mái nhà chung PNJ”, tập thể Cán bộ - Công nhân viên là một tập thể yêu nghề, nhiệt tình với công việc và đoàn kết, gắn bó nhau trong các hoạt động chuyên môn cũng như cuộc sống đời thường. Các kế hoạch đào tạo thường kỳ hàng năm cũng như các hoạt động xã hội, đoàn thể đủ gắn kết các thành viên với nhau trở thành một tập thể năng động và sáng tạo.

2. Công nghệ tiên tiến và hệ thống máy móc, thiết bị hiện đại: Hiện tại, PNJ đang làm chủ các công nghệ sản xuất nữ trang tiên tiến nhất trên thế giới trong tất cả các lĩnh vực như dây chuyền máy, hàng đúc, hàng dập và chế tác. Công nghệ này được hỗ trợ bởi hệ thống máy móc hiện đại nhất hiện nay như máy tạo mẫu Laze & UV, máy CNC, máy xi mạ và các loại máy khác và được phát huy tác dụng với đội ngũ kỹ sư giỏi và công nhân kỹ thuật lành nghề. Nhờ có mối quan hệ chiến lược với các nhà cung cấp và các khách hàng nổi tiếng trên thế giới; hàng năm hệ thống công nghệ và thiết bị này luôn được nâng cấp và bổ sung để theo kịp với các tiến bộ kỹ thuật mới nhất.

3. Hệ thống quản trị khoa học: Tất cả nguồn nhân lực công nghệ và thiết bị của PNJ được điều hành với một hệ thống quản trị hiện đại và khoa học bao gồm hệ thống quản lý chất lượng

theo tiêu chuẩn quốc tế ISO – 9001; hệ thống quản lý môi trường ISO – 14001; hệ thống quản trị tài chính và quản trị rủi ro linh hoạt, chặt chẽ và mang tính đặc thù cao; tất cả các hệ thống quản trị đó được hợp nhất thành một hệ thống quản trị thống nhất, tinh gọn và hiệu quả nên đã phát huy được tối đa sức mạnh của nguồn nhân lực cũng như của hệ thống công nghệ và thiết bị hiện đại. Với tiêu chí “khắc phục – phòng ngừa và cải tiến liên tục” hàng năm hệ thống quản trị của Công ty đều được xem xét và cải tiến kịp thời.

4. Uy tín, thương hiệu và thị trường: Trải qua 23 năm xây dựng và phát triển, PNJ đã trở thành một thương hiệu dẫn đầu trong ngành trang sức của Việt Nam và tạo được uy tín vững chắc trong tâm trí người tiêu dùng. Nói đến PNJ là nói đến chất lượng đảm bảo, đến sự tinh tế và sáng tạo của mẫu mã và sản phẩm. Các nhãn hiệu PNJGold, PNJSilver, CAO Fine Jewellery, JEMMA, vàng miếng Phượng Hoàng PNJ – DongA Bank luôn tạo được sự tin nhiệm cao đối với người tiêu dùng và là một thế mạnh đáng kể của PNJ trên thương trường nội địa. Không những thế, PNJ còn tạo được uy tín tốt với các khách hàng nước ngoài khó tính đến từ Mỹ, Đức, Nhật, Úc và là nền tảng vững chắc cho việc phát triển thị trường xuất khẩu của PNJ.

Mạng lưới 142 cửa hàng bán lẻ và gần 3.000 khách hàng sỉ của PNJ trong cả nước vừa là điều kiện đảm bảo cho việc tiêu thụ sản phẩm vừa là công cụ quảng cáo tốt nhất cho PNJ trong kinh doanh.

Tóm lại: Các thế mạnh bên trong (nguồn nhân lực, công nghệ và thiết bị hiện đại, hệ thống quản trị tiên tiến) và các thế mạnh bên ngoài (uy tín, thương hiệu và thị trường) kết hợp với nhau tạo nên một lợi thế cạnh tranh mạnh mẽ và bền vững cho PNJ. Duy trì và phát triển các thế mạnh đó chính là chìa khoá của thành công.



CÁC NHÃN HÀNG

Đội ngũ nghệ nhân lành nghề
với gần **1000** nghệ nhân



Báo cáo hoạt động sản xuất kinh doanh
Hệ thống phân phối
Lợi thế cạnh tranh
Các nhãn hàng

Vàng miếng Phượng Hoàng PNJ - DongA Bank

Vàng miếng PNJ hiệu Phượng Hoàng đã có mặt tại Việt Nam từ năm 1991. Năm 2008, sự liên kết uy tín của hai thương hiệu trong lĩnh vực kinh doanh vàng và tài chính ngân hàng tại Việt Nam: Công ty Cổ Phần Vàng Bạc Đá Quý Phú Nhuận - PNJ và Ngân hàng TMCP Đông Á, sản phẩm Vàng miếng Phượng Hoàng PNJ – DongA Bank được tái tung ra thị trường vào tháng 4/2008 và đã nhanh chóng trở nên thông dụng, đáp ứng nhu cầu của thị trường trong nước.

Sản phẩm vàng miếng Phượng Hoàng PNJ – DongA Bank với các ưu điểm có tính thanh khoản cao, hệ thống kinh doanh rộng khắp và chính sách thu mua hấp dẫn, cạnh tranh.



1 CHỈ

2 CHỈ

5 CHỈ

1 LƯỢNG



Chính thức có mặt tại thị trường Việt Nam năm 1989, nhân hàng trang sức vàng PNJ luôn nỗ lực không ngừng trong vị thế của người tiên phong, đi đầu trong việc đầu tư trang thiết bị hiện đại, nguồn nhân lực tay nghề cao góp phần phát triển và chuyên nghiệp hóa ngành kim hoàn truyền thống của Việt Nam.

Gần 23 năm miệt mài lao động và sáng tạo không ngừng, nhân hiệu trang sức vàng PNJ liên tục cho ra mắt hàng trăm bộ sưu tập mới với thiết kế đột phá về mẫu mã, kiểu dáng, chất liệu ...khởi xướng xu hướng thời trang mới. Trên nền vàng đúng tuổi 10k,14k, 18k, 24k với đầy đủ các dòng trang sức cưới Hạnh Phúc Vàng, trang sức Kim Cương, Đá Màu,Cz... góp phần tôn vinh nét đẹp, sang trọng và đẳng cấp cho người tiêu dùng Việt, cũng như minh chứng, kết nối yêu thương cho tình yêu của đôi lứa.

Tổng doanh thu thực hiện năm 2010 của nhân hàng trang sức vàng PNJ đạt 2.934 tỷ đồng, tăng 36,58% so với cùng kỳ.



Báo cáo hoạt động sản xuất kinh doanh
Hệ thống phân phối
Lợi thế cạnh tranh
Các nhân hàng

pnjSilver
lấp lánh ước mơ

Sự ra đời của nhân hàng trang sức Bạc cao cấp PNJSilver năm 2001 đánh dấu bước đột phá mới trong việc phục vụ nhu cầu làm đẹp cho phân khúc khách hàng trẻ – một thị trường bỏ ngỏ lúc bấy giờ. Năm 2005, với hệ thống nhận diện mới trên nền hồng chủ đạo cùng slogan “Lấp lánh ước mơ” nhân hàng PNJSilver đã tạo ra xu hướng tiêu dùng mới về trang sức Bạc cho đối tượng khách hàng này.

Bên cạnh việc mang đến những món trang sức trên nền chất liệu 92.5% Bạc nguyên chất được xi bảo vệ Rodium, với thiết kế hiện đại, trẻ trung và mới lạ cho giới trẻ, nhân hàng PNJSilver còn tạo ra nhiều sản chơi bổ ích với mong muốn đồng hành và chấp cánh ước mơ cho thế hệ trẻ Việt.

Tổng lãi gộp năm 2010 của nhân hàng PNJSilver là 86,31 tỷ đồng, tăng 37,85% so với cùng kỳ và tỷ lệ lãi gộp đạt mức 71,63%/doanh thu.





CAO Fine Jewellery – nhân hàng trang sức cao cấp nhất được giới thiệu ra thị trường năm 2005. Mỗi món trang sức CAO Fine Jewellery được xem như một kiệt tác nghệ thuật độc đáo mà nghệ nhân kim hoàn khéo léo tạo hồn trong từng chi tiết tinh xảo trên nền chất liệu kim loại quý cùng những viên đá quý thiên nhiên.

Năm 2009, CAO Fine Jewellery chính thức trở thành một trong những công ty thành viên của PNJ với định hướng phát triển là một công ty thời trang cao cấp với các thương hiệu đẳng cấp quốc tế.



Báo cáo hoạt động sản xuất kinh doanh
Hệ thống phân phối
Lợi thế cạnh tranh
Các nhân hàng



Là nhân hàng trang sức và phụ kiện thời trang cao cấp thuộc Công ty Thời trang CAO – công ty thành viên của PNJ, JEMMA mang đến sự lựa chọn mới cho phụ nữ trẻ, đặc biệt là giới văn phòng.

Nhãn hàng Jemma bao gồm hai dòng hàng chính là trang sức - phụ kiện và túi xách. Tất cả các sản phẩm đều được thiết kế bởi các nhà thiết kế nước ngoài theo xu hướng thời trang mới nhất, trên nền nguyên liệu cao cấp ngoại nhập cùng quy trình sản xuất hiện đại. Mỗi sản phẩm Jemma không chỉ là bắt kịp xu hướng thời trang mà còn là biểu trưng của đẳng cấp và sang trọng.



PNJ là doanh nghiệp

Việt Nam

xuất khẩu trang sức lớn nhất



BÁO CÁO HỘI ĐỒNG QUẢN TRỊ

Tăng vốn điều lệ lên

599.991.420.000 đồng



BÁO CÁO QUẢN TRỊ

Hội đồng quản trị:

Hội đồng quản trị công ty năm 2010 là 05 thành viên, gồm Chủ tịch HĐQT và 04 thành viên do bà Cao Thị Ngọc Dung làm Chủ tịch HĐQT kiêm Tổng Giám đốc Công ty; trong đó, có 03 thành viên HĐQT trực tiếp làm việc tại công ty và 02 thành viên không trực tiếp làm việc tại công ty.

Ngày 25/02/2011 ông Đặng Phước Dừa xin từ chức thành viên Hội đồng quản trị vì lý do bận việc gia đình và ngày 08/03/2011 Hội đồng quản trị đã chấp thuận đơn xin từ nhiệm của ông Đặng Phước Dừa và bổ nhiệm ông Bùi Việt làm Ủy viên Hội đồng quản trị nhiệm kỳ 2007 – 2012.

Ban kiểm soát:

Ban kiểm soát công ty gồm 03 thành viên, gồm 01 Trưởng ban và 02 thành viên do bà Trương Nguyễn Thiên Kim làm Trưởng ban; trong đó, có 01 thành viên làm việc trực tiếp tại công ty và 02 thành viên không trực tiếp làm việc tại công ty.

Thực hiện nhiệm vụ 2010:

Kết quả sản xuất kinh doanh của công ty năm 2010:

Sau khi Đại hội đồng cổ đông thường niên năm 2010 thông qua Nghị quyết, trong đó có phương hướng sản xuất – kinh doanh năm 2010 của công ty và giao cho Hội đồng quản trị tổ chức triển khai thực hiện Nghị quyết, HĐQT đã xác định chiến lược, mục tiêu phát triển sản xuất kinh doanh và giao cho Tổng Giám đốc điều hành, triển khai thực hiện.

Trong năm qua, HĐQT thực hiện tốt chức năng giám sát để đảm bảo kết quả đạt được từ công tác điều hành của Tổng Giám đốc theo đúng mục tiêu, định hướng và kế hoạch đã đề ra. Đồng thời, HĐQT đã có chủ trương giải quyết kịp thời những vướng mắc, khó khăn từ thực tế.

Kết quả sản xuất kinh doanh năm 2010 của riêng Công ty PNJ đạt được như sau:

- Doanh thu thực hiện đạt 13.077 tỷ đồng, vượt 18,8% so với kế hoạch năm 2010 và tăng 35,87% so với năm 2009.
- Lợi nhuận trước thuế đạt 257,9 tỷ đồng, vượt 5,26% so với kế hoạch năm 2010 và tăng 16,69% so với năm 2009.
- Thu nhập bình quân của người lao động đạt: 5.200.000 đồng/người/tháng.

Báo cáo thực hiện Nghị quyết của Đại hội cổ đông năm 2010:

• **Điều chỉnh ngành nghề kinh doanh:** Ngày 19/07/2010, theo Giấy chứng nhận đăng ký kinh doanh do Sở Kế hoạch Đầu tư TP.HCM cấp, PNJ đã điều chỉnh, bổ sung một số ngành nghề kinh doanh. Đồng thời, PNJ đã thực hiện chỉnh sửa Điều lệ cho phù hợp với ngành nghề kinh doanh đã được điều chỉnh.

• **Phát hành cổ phiếu thưởng tăng vốn điều lệ:** từ 399.999.210.000 đồng lên 599.991.420.000 đồng theo tỷ lệ thực hiện quyền 2:1 và niêm yết bổ sung cổ phiếu phát hành thêm. Đã hoàn tất ngày 11/8/2010.

• **Phát hành trái phiếu chuyển đổi trong năm 2010:** Hội đồng quản trị Công ty đã thực hiện thủ tục dừng phát hành 1.000.000 trái phiếu chuyển đổi cho cổ đông hiện hữu và các nhà đầu tư bên ngoài trong năm 2010 theo Nghị quyết Đại hội đồng cổ đông lần 13 – năm 2010 số 1331/2010/NQ-ĐHĐCĐ-CTY ngày 01/11/2010.

• **Cổ phần hóa Công ty TNHH MTV Thời trang CAO:** Hội đồng quản trị Công ty đã thực hiện việc không cổ phần hóa Công ty TNHH Một thành viên Thời trang CAO theo Nghị quyết Đại hội đồng cổ đông lần 13 – năm 2010 số 1331/2010/NQ-ĐHĐCĐ-CTY ngày 01/11/2010.

• **Thành lập Công ty TNHH Kiểm định PNJ** và ủy quyền Chủ tịch Hội đồng quản trị quyết định thời điểm thực hiện phù hợp, ủy quyền Chủ tịch Hội đồng quản trị đặt lại tên công ty hoặc điều chỉnh hồ sơ phù hợp quy định pháp luật. Hội đồng quản trị Công ty đã thành lập Công ty TNHH Một thành viên Giám định PNJ theo Nghị quyết Đại hội đồng cổ đông lần 13 – năm 2010 số 1331/2010/NQ-ĐHĐCĐ-CTY ngày 01/11/2010, kết quả cụ thể như sau:

- Tên công ty:
Công ty TNHH Một thành viên Giám định PNJ
- Tên giao dịch bằng tiếng Việt:
Công ty TNHH Một thành viên Giám định PNJ
- Tên giao dịch bằng tiếng Anh:
PNJ Laboratory Company Limited
- Tên viết tắt:
PNJL Co., Ltd.
- Số GCNĐKKD:
0310521330 do Sở Kế hoạch và Đầu tư Tp.HCM cấp ngày 16/12/2010
- Địa chỉ trụ sở:
205 Phan Đăng Lưu, P.1, Q.Phú Nhuận, Tp.HCM
- Ngành, nghề hoạt động kinh doanh:
 - ❖ Thực hiện các dịch vụ giám định kim cương, vàng, hợp kim vàng, bạc, kim loại quý, kim loại màu, đá quý, đá bán quý và các khoáng vật; các loại đá màu; cẩm thạch.
 - ❖ Bán lẻ máy móc, thiết bị vật tư ngành giám định, ngành đá quý, đá bán quý.
 - ❖ Tư vấn về kim cương, đá quý, đá bán quý, vàng, bạc, kim loại màu, kim loại mại, kim loại quý.
 - ❖ Khắc chữ trên kim cương, đá quý, đá bán quý, vàng, bạc, kim loại mại, kim loại quý.

Lãi cơ bản trên cổ phiếu đạt

3.443 đồng

tăng 17,5% so với năm 2009

- ❖ Dạy nghề.
- ❖ Bán buôn máy móc, thiết bị vật tư ngành giám định, ngành đá quý, đá bán quý.
- Vốn điều lệ: 10.000.000.000 (mười tỷ) Việt Nam đồng.
- Người đại diện theo ủy quyền: ông Lê Hữu Hạnh – Chủ tịch Công ty.
- Người đại diện theo pháp luật: Chủ tịch Công ty.
- Thời gian bắt đầu hoạt động: từ ngày 01/01/2011.

Tổ chức các cuộc họp Hội đồng quản trị:

- Trong năm 2010, Hội đồng quản trị Công ty đã tổ chức 56 cuộc họp; qua đó đã ban hành được 31 Nghị quyết HĐQT công ty. Các cuộc họp đã được thực hiện đúng trình tự, thủ tục theo quy định của Điều lệ công ty và Luật Doanh nghiệp nhằm giải quyết kịp thời những phát sinh.

- Biên bản các cuộc họp HĐQT được lập đầy đủ có chữ ký của các thành viên HĐQT tham gia dự họp, đảm bảo đúng hình thức theo quy định của pháp luật; hồ sơ, tài

liệu đã được gửi đầy đủ đến các thành viên HĐQT dự họp để tham khảo, nghiên cứu trước theo Điều lệ.

- Các thành viên HĐQT có tinh thần đoàn kết đã thể hiện hết tinh thần trách nhiệm và thực hiện tốt quyền, nghĩa vụ của thành viên HĐQT theo quy định của Điều lệ.

THÔNG TIN CỔ ĐÔNG

1. Tỷ lệ sở hữu cổ phần và những thay đổi trong tỷ lệ nắm giữ cổ phần của thành viên hội đồng quản trị:

Họ và Tên	Chức Vụ	Số lượng cổ phần sở hữu	Tỷ lệ
Cao Thị Ngọc Dung	Chủ tịch HĐQT	6.088.920	10,15%
Nguyễn Vũ Phan	Phó chủ tịch HĐQT	399.999	0,67%
Nguyễn Thị Cúc	UV HĐQT	399.999	0,67%
Nguyễn Thị Ngọc	UV HĐQT	543.639	0,91%
Đặng Phước Dừa	UV HĐQT (đến hết ngày 07/03/2011)	45.195	0,08%
Bùi Việt	UV HĐQT (từ ngày 08/03/2011)	20.000	0,03%

2. Cổ đông lớn (sở hữu từ 5% Vốn điều lệ trở lên):

Tên cổ đông	Địa chỉ	Số lượng cổ phần sở hữu	Tỷ lệ
Cao Thị Ngọc Dung	82/138 Lý Chính Thắng P.8, Q.3, TpHCM	6.088.920	10,15%

3. Cổ đông trong nước:

Tên cổ đông	Số lượng cổ phần sở hữu	Tỷ lệ
Cá nhân	30.941.564	51,57%
Tổ chức	8.635.271	14,39%
Tổng cộng	39.576.835	65,96%

4. Cổ đông nước ngoài:

Tên cổ đông	Số lượng cổ phần sở hữu	Tỷ lệ
Cá nhân	153.033	0,26%
Tổ chức	20.269.274	33,78%
Tổng cộng	20.422.307	34,04%

“Các hệ thống quản trị hiện đại, khoa học, linh hoạt, chặt chẽ, mang tính đặc thù cao và hợp thành một hệ thống quản trị thống nhất, tinh gọn và hiệu quả, được xây dựng trên tiêu chí: khắc phục – phòng ngừa và cải tiến liên tục.”



QUẢN TRỊ PHÒNG NGỪA RỦI RO

Rủi ro về thị trường:

Cạnh tranh ngày càng cao, trong đó có sự cạnh tranh không lành mạnh của một số doanh nghiệp kinh doanh sản phẩm nữ trang không giữ đúng chất lượng nhưng lại không có cơ quan kiểm chứng, xử lý. Giữa doanh nghiệp kê khai thuế sòng phẳng và doanh nghiệp đóng thuế khoán. Sản phẩm nữ trang nước ngoài nhập lậu vào VN ngày càng nhiều, nhà nước chưa có đủ biện pháp ngăn chặn cũng như kiểm định chất lượng.

Biện pháp khắc phục: Cam kết và tuyệt đối giữ vững chất lượng sản phẩm và tuổi vàng. Mẫu mã sản phẩm phong phú đa dạng phục vụ nhiều đối tượng khách hàng mục tiêu, lấy chất lượng, mẫu mã và giá cả làm lợi thế cạnh tranh. Áp dụng công nghệ hiện đại và quản lý khoa học để giảm giá thành nhằm đảm bảo quyền lợi người tiêu dùng, đảm bảo được chỉ tiêu nộp thuế đầy đủ và đảm bảo được lợi nhuận cho doanh nghiệp

Rủi ro về giá vàng, ngoại tệ.

Rủi ro về giá vàng là rủi ro lớn nhất trong kinh doanh vì hiện nay giá vàng biến động từng giờ. Và giá ngoại tệ cũng thường xuyên thay đổi.

Biện pháp phòng ngừa:

- PNJ không có chủ trương đầu cơ trong kinh doanh vàng.
- Có bộ phận thường trực theo dõi biến động giá vàng, có hệ thống nối mạng trong toàn công ty để cân đối kịp thời lượng mua bán trong ngày. Luôn đảm bảo cân đối lượng hàng tồn kho trong toàn hệ thống với lượng vàng vay của các Ngân hàng.
- Ngoại tệ được cân đối bởi các hợp đồng mua kỳ hạn.

Rủi ro về nguồn nhân lực:

Là ngành kinh doanh đặc biệt nên nguồn nhân lực của PNJ phần lớn phải được đào tạo thực tiễn tại PNJ trong thời gian dài (từ công nhân đến cán bộ quản lý) mới có thể phát huy được năng lực. Ngành Kim hoàn VN trong thời gian gần đây và trong tương lai đang trên đà phát triển, nhiều doanh nghiệp mới gia nhập thị trường, thiếu nguồn lực có kinh nghiệm nên có xu hướng thu hút nguồn nhân lực từ PNJ bằng tiền lương và các chế độ đãi ngộ.

Biện pháp phòng ngừa

- Củng cố văn hóa doanh nghiệp,
- Cải thiện môi trường làm việc.
- Quan tâm chính sách tiền lương và động viên khen thưởng kịp thời.
- Tuyển dụng và đào tạo bổ sung

Rủi ro về cháy nổ, mất cắp, gian lận.

Biện pháp phòng ngừa:

- Trang bị đầy đủ phương tiện công cụ PCCC, thường xuyên tập huấn, huấn luyện và nâng cao ý thức PCCC tại đơn vị.
- Mua đầy đủ các loại bảo hiểm, phòng ngừa cho những sự cố xảy ra.
- Ban hành đầy đủ các qui chế và qui trình quản lý hàng hóa tại cửa hàng, kho hàng và vận chuyển trên đường để ràng buộc trách nhiệm cá nhân và xây dựng phòng kiểm soát nội bộ đủ mạnh để quản lý rủi ro.

Rủi ro về công nghệ, chất lượng sản phẩm và dịch vụ không đúng cam kết.

Biện pháp khắc phục: Thiết lập hệ thống quản trị chất lượng tiên tiến và đủ mạnh để kiểm soát trước, trong và sau quá trình. Có bộ phận chăm sóc khách hàng, thường xuyên lắng nghe ý kiến phản hồi từ phía khách hàng để kịp thời khắc phục những thiếu sót.

Rủi ro về đầu tư:

Rủi ro về các khoản đầu tư do tác động của thị trường tài chính và chính sách.

Biện pháp khắc phục:

- Không đầu tư tài chính ngắn hạn.
- Không đầu tư vào những lĩnh vực mà PNJ không có kinh nghiệm và lợi thế.
- Có kế hoạch thanh lý các khoản đầu tư xét thấy không có hiệu quả cao.



ĐỊNH HƯỚNG HOẠT ĐỘNG NĂM 2011

Bước vào năm 2011, dự đoán tình hình kinh tế thế giới vẫn chưa thoát khỏi giai đoạn khủng hoảng, nền kinh tế nước ta bước sang năm 2011 vẫn còn nhiều bất ổn, nhất là trong lĩnh vực tài chính, tiền tệ; lãi suất vẫn còn quá cao, vượt quá sự chịu đựng của các doanh nghiệp, sức mua giảm, tình hình giá vàng và ngoại tệ tiếp tục biến động phức tạp. Các chính sách đối với ngành kinh doanh vàng vẫn chưa được xác định một cách rõ nét. Tuy nhiên PNJ vẫn tiếp tục khẳng định tăng tốc trong các mặt hoạt động nhằm giữ vững và củng cố vị trí dẫn đầu trong ngành công nghiệp kim hoàn tại Việt Nam, bằng các chương trình hành động và mục tiêu cụ thể:

Mục tiêu chất lượng:

- Nâng cao vị thế PNJ ở thị trường trong và ngoài nước bằng tính chuyên nghiệp và tính sáng tạo trong mọi hoạt động, nâng cao chất lượng nguồn nhân lực, đồng bộ hóa chất lượng hoạt động của các lĩnh vực và các đơn vị.
- Tối đa hóa lợi nhuận, kết hợp hài hòa giữa việc nâng cao đời sống CBCNV và quyền lợi của cổ đông.

Các chỉ tiêu kế hoạch:

Mức tăng trưởng chung toàn công ty	15%
Lợi nhuận trước thuế (chưa hợp nhất)	295 tỷ đồng, tăng 15%
Lợi nhuận sau thuế (chưa hợp nhất)	237 tỷ đồng, tăng 15%
Lợi nhuận trước thuế (hợp nhất)	303 tỷ đồng, tăng 15%
Lợi nhuận sau thuế (hợp nhất)	245 tỷ đồng, tăng 15%
Cổ tức năm 2011	25%

Các chương trình hành động

1. Tăng cường công tác quản trị điều hành hệ thống, nâng cao chất lượng phục vụ khách hàng, tiếp tục đầu tư phát triển hệ thống bán lẻ, ưu tiên phát triển các cửa hàng lớn tại vị trí trung tâm thời trang, trung tâm mua sắm tại các thành phố lớn. Đặc biệt quan tâm phát triển tại các tỉnh thành phố có mức tăng trưởng về tiêu dùng. Đầu tư nâng cấp các cửa hàng hiện tại, nhằm tạo ra những không gian mua sắm thật sự sang trọng và hiện đại, đáp ứng nhu cầu ngày càng cao của khách hàng.

Lấy nhiệm vụ phát triển hệ thống bán lẻ vàng trang sức làm nhiệm vụ trọng tâm. Phấn đấu đến năm 2013 hệ thống phân phối đạt 200 cửa hàng.

2. Triển khai chương trình nghiên cứu hành vi người tiêu dùng và xu hướng nữ trang trong và ngoài nước để đáp ứng ngày càng tốt hơn nhu cầu cho khách hàng. Đồng thời xây dựng các chương trình tiếp thị phù hợp từng thời điểm trong năm, tạo được dấu ấn cho các dòng sản phẩm và thương hiệu PNJ.
3. Trong công tác thiết kế tạo mẫu khẳng định sự tinh tế, sáng tạo, nghiên cứu cho ra đời các dòng sản phẩm mới, phù hợp với xu hướng tiêu dùng, với nhu cầu của từng đối tượng khách hàng nhằm đa dạng các dòng sản phẩm của PNJ, đáp ứng nhu cầu đa dạng và phong phú của thị trường.
4. Đầu tư xây dựng mới Xí nghiệp nữ trang có qui mô về sản lượng gấp đôi hiện tại và qui trình công nghệ hiện đại. Hoàn thiện quy trình và đưa vào sản xuất đại trà dòng hàng Non - Silver. Củng cố hệ điều hành theo bằng các công cụ quản lý như ISO, TQM, 5S và triệt để thực hiện dự án LEAN.

5. Đầu tư phát triển nâng cao chất lượng nguồn nhân lực, đặc biệt là cán bộ quản lý cấp trung và cấp cao, chính sách lương, thưởng sẽ được điều chỉnh đảm bảo phù hợp với mặt bằng chung, thu hút và phát triển nhân tài. Tập trung công tác đào tạo lực lượng nhân viên bán hàng trở thành đội ngũ bán hàng chuyên nghiệp - xứng đáng là những đại sứ PNJ. Thuê công ty tư vấn đánh giá và hoàn thiện chính sách lương. Thực hiện chương trình đào tạo nâng cao trình độ lãnh đạo cho cán bộ quản lý theo tiêu chuẩn quốc tế. Dự kiến chi cho các chương trình đào tạo với kinh phí 3 tỷ cho đến hết năm 2012.
6. Chuẩn hóa các quy trình hoạt động, phục vụ triển khai ứng dụng chương trình quản lý ERP cho tất các đơn vị trên toàn hệ thống. Tăng cường công tác kiểm tra, quản lý và sử dụng hiệu quả nguồn vốn, đảm bảo các nguồn lực của Công ty được sử dụng một cách tối ưu và tốt nhất.
7. Tập trung mọi nguồn lực cho hoạt động sản xuất kinh doanh chính, cơ cấu lại danh mục đầu tư, chuyển nhượng một số khoản đầu tư trong thời điểm phù hợp.
8. Hoàn thiện dự án thành lập Trung Tâm bán hàng phục vụ khách du lịch.

QUAN HỆ NHÀ ĐẦU TƯ



Hơn 50 nhà đầu tư đã đến thăm và làm việc tại PNJ trong năm 2010

PNJ luôn duy trì kênh thông tin rất hiệu quả và kịp thời đến nhà đầu tư thông qua Đại hội đồng cổ đông được tổ chức thường niên và chức năng của bộ phận Ban quan hệ nhà đầu tư – IR của PNJ được thành lập vào đầu năm 2010 với các thành viên:

- | | |
|---------------------------|--------------------------------------|
| 1. Bà Nguyễn Thị Cúc | Phó TGD làm Trưởng ban |
| 2. Ông Nguyễn Tuấn Quỳnh | Phó TGD đầu tư làm Phó ban |
| 3. Ông Phạm Ngọc Hùng | Phó GD Phòng kế toán là thành viên |
| 4. Ông Huỳnh Văn Tấn | Phó GD Marketing là thành viên |
| 5. Bà Trịnh Thị Ngọc Hiếu | Thư ký HĐQT và Ban TGD là thành viên |

Bộ phận quan hệ Nhà đầu tư có chức năng thông tin đến các nhà đầu tư trong và ngoài nước định kỳ và thường xuyên các kết quả kinh doanh theo tháng, quý và năm của PNJ, cung cấp những thông tin quan trọng về định hướng chiến lược phát triển, giải đáp, lắng nghe, cập nhật và xử lý những thông tin, vấn đề nhà đầu tư quan tâm, kèm theo đó là hoạt động tham gia tiếp xúc với rất nhiều các nhà đầu tư tiềm năng phù hợp với sự phát triển lớn mạnh không ngừng của quy mô hoạt động sản xuất kinh doanh.

Trong năm 2011 đã tiếp đón và làm việc với gần 50 nhà đầu tư là các công ty chứng khoán, các quý đầu tư trong và ngoài nước cũng như các nhà đầu tư cá nhân đến thăm và làm việc tại PNJ. Đồng thời bộ phận IR cũng tích cực tham dự các buổi hội thảo lớn do các đơn vị trong và ngoài nước tổ chức như hội thảo Gate Way to Viet Nam do SSI tổ chức phổ biến thông tin về công ty PNJ đến rất nhiều nhà đầu tư lớn trong và ngoài nước. Kết quả là nhiều nhà đầu tư lớn và chuyên nghiệp ở Việt Nam và nước ngoài đã tìm hiểu, đến tham quan và quyết định trở thành cổ đông của công ty PNJ.

Ngoài ra, các thông tin về kết quả hoạt động kinh doanh và những thông tin quan trọng của PNJ còn được cập nhật phổ biến kịp thời lên trang chủ của website PNJ www.pnj.com.vn, các phương tiện truyền thông báo đài, các website của HOSE... và duy trì việc cung cấp thông tin cho các nhà đầu tư qua email và trao đổi qua điện thoại.

Có thể nói, trong năm 2010, công ty PNJ đã chú trọng đến hoạt động quan hệ với nhà đầu tư/cổ đông và đã thông tin, kịp thời, minh bạch những kết quả hoạt động cũng như những thay đổi, phát triển nhằm giúp các nhà đầu tư/cổ đông có cái nhìn và đánh giá chính xác về hoạt động, sự phát triển của công ty.

VĂN HÓA DOANH NGHIỆP



Văn hóa Mái nhà chung PNJ

PNJ luôn đề cao uy tín, chất lượng và kích thích sáng tạo, tận dụng mọi nguồn lực của doanh nghiệp, trong đó nguồn nhân lực luôn được chú trọng. Xây dựng nếp văn hóa Mái Nhà Chung PNJ mà ở đó mỗi thành viên trong gia đình PNJ đều sống có nghĩa tình, đoàn kết thương yêu giúp đỡ nhau, được khuyến khích nâng cao trình độ văn hóa, trình độ chuyên môn và quản lý thông qua các lớp đào tạo bên trong và bên ngoài. Sự nỗ lực trong học tập và công tác của các thành viên được tưởng thưởng xứng đáng bằng thù lao vật chất, bằng động viên tinh thần và bằng việc bổ nhiệm vào những vị trí xứng đáng. Thông qua các hoạt động đoàn thể, PNJ luôn giáo dục cán bộ, nhân viên của mình sống trong một nền văn hóa mà ở đó Nhân - Lễ - Nghĩa - Trí - Tín được đề cao, có tinh thần trách nhiệm đối với xã hội và cộng đồng, là những công dân tôn trọng pháp luật.

Hoạt động cộng đồng

Với triết lý kinh doanh "PNJ đặt lợi ích khách hàng, cộng đồng vào lợi ích của doanh nghiệp", bên cạnh các hoạt động sản xuất kinh doanh cũng như công tác chăm lo về đời sống tinh thần và vật chất cho toàn thể cán bộ, nhân viên trong Công ty, hàng năm PNJ cũng dành rất nhiều hoạt động chăm lo công đồng như: luôn đi đầu trong công tác cứu trợ đồng bào bị lũ lụt, thiên tai; chăm lo tết cho người nghèo; các hoạt động hiến máu nhân đạo, khám chữa bệnh cho người nghèo; trao học bổng; tài trợ các chương trình phát hiện tài năng trẻ, Chăm sóc trẻ em nghèo khuyết tật, xây nhà tình thương, tình nghĩa ... với tổng kinh phí năm 2010 trên 3,5 tỷ đồng.

Đây là những chia sẻ mang ý nghĩa sâu sắc và nhân văn của tập thể CB.CNV PNJ, thể hiện ý thức trách nhiệm rất cao của PNJ đối với cộng đồng và xã hội.

Quy trình sản xuất theo tiêu chuẩn

ISO 9001:2008

ISO 14 001



BÁO CÁO CỦA KIỂM TOÁN VIÊN ĐỘC LẬP



KPMG Limited

10th Floor, Sunwah Tower
115 Nguyen Hue Street
District 1,
Ho Chi Minh City
Vietnam
Tel: +84 8 3821 9266
Fax: +84 8 3821 9267
www.kpmg.com.vn

Kính gửi các Cổ đông

Công ty Cổ phần Vàng bạc Đá quý Phú Nhuận và các công ty con

Phạm vi kiểm toán

Chúng tôi đã kiểm toán bảng cân đối kế toán hợp nhất đính kèm của Công ty Cổ phần Vàng bạc Đá quý Phú Nhuận và các công ty con ("Tập đoàn") và bảng cân đối kế toán riêng của Công ty Cổ phần Vàng bạc Đá quý Phú Nhuận ("Công ty") tại ngày 31 tháng 12 năm 2010 và các báo cáo kết quả hoạt động kinh doanh, báo cáo thay đổi vốn chủ sở hữu và báo cáo lưu chuyển tiền tệ liên quan cho năm cùng ngày và các thuyết minh kèm theo được Ban Giám đốc Công ty phê duyệt phát hành ngày 30 tháng 3 năm 2011. Các báo cáo tài chính này thuộc trách nhiệm của Ban Giám đốc Công ty. Trách nhiệm của chúng tôi là đưa ý kiến về báo cáo tài chính này căn cứ trên kết quả kiểm toán của chúng tôi.

Chúng tôi đã thực hiện công việc kiểm toán theo các Chuẩn mực Kiểm toán Việt Nam. Các chuẩn mực này yêu cầu chúng tôi phải lập kế hoạch và thực hiện công việc kiểm toán để có được sự đảm bảo hợp lý rằng báo cáo tài chính không chứa đựng các sai sót trọng yếu. Công việc kiểm toán bao gồm việc kiểm tra, trên cơ sở chọn mẫu, các bằng chứng xác minh cho các số liệu và thuyết minh trong báo cáo tài chính. Công việc kiểm toán cũng bao gồm việc đánh giá các nguyên tắc kế toán được áp dụng và các ước tính trọng yếu của Ban Giám đốc, cũng như việc đánh giá cách trình bày tổng quát của báo cáo tài chính. Chúng tôi cho rằng công việc kiểm toán đã đưa ra những cơ sở hợp lý để làm căn cứ cho ý kiến của chúng tôi.

Ý kiến kiểm toán

Theo ý kiến của chúng tôi, các báo cáo tài chính hợp nhất và riêng đã phản ánh trung thực và hợp lý, trên các khía cạnh trọng yếu, tình hình tài chính của Công ty Cổ phần Vàng bạc Đá quý Phú Nhuận và các công ty con tại ngày 31 tháng 12 năm 2010, kết quả hoạt động kinh doanh và báo cáo lưu chuyển tiền tệ cho năm kết thúc cùng ngày phù hợp với các Chuẩn mực Kế toán Việt Nam, Hệ thống Kế toán Việt Nam và các quy định pháp lý có liên quan.

Công ty TNHH KPMG
Việt Nam
Giấy Chứng nhận Đầu tư số: 011043000345
Báo cáo kiểm toán số: 10-01-208


Chàng Hưng Chun
Chứng chỉ kiểm toán viên số N0863/KTV
Phó Tổng Giám đốc



Hà Vũ Định
Chứng chỉ kiểm toán viên số 0414/KTV

Thành phố Hồ Chí Minh, ngày 30 tháng 3 năm 2011

TRÍCH BÁO CÁO KIỂM SOÁT HOẠT ĐỘNG PNJ NĂM 2010

Tổng mức trích chi cổ tức là 25%
tương ứng 149.996.082.500 đồng

Trong năm 2010, tình hình kinh tế thế giới nói chung và tình hình kinh tế Việt Nam tiếp tục gặp trở ngại như giá vàng và ngoại tệ biến động mạnh, lãi suất tăng cao... Những trở ngại này ảnh hưởng không nhỏ đối với hoạt động sản xuất kinh doanh của một doanh nghiệp kinh doanh trong lĩnh vực vàng, bạc đá quý và trang sức như PNJ. Mặc dù vậy, HĐQT, Ban Tổng giám đốc và toàn thể cán bộ nhân viên PNJ đã có những nỗ lực rất lớn để đạt được các kết quả hoạt động kinh doanh vượt mức kế hoạch như phân tích, đánh giá nêu trên.

Bên cạnh đó, qua việc kiểm soát, đánh giá tình hình hoạt động về mọi mặt của PNJ, Ban Kiểm soát có một số kiến nghị đến HĐQT và Ban Tổng giám đốc PNJ như sau:

Về việc huy động và sử dụng vốn:

Hiện nay, PNJ khai thác tốt hiệu quả đòn bẩy tài chính và vẫn kiểm soát được rủi ro. Tuy nhiên, PNJ cũng xây dựng kế hoạch huy động vốn phù hợp để cân đối nguồn vốn hoạt động, đáp ứng nhu cầu đầu tư dài hạn, đảm bảo mục tiêu tăng trưởng bền vững và lâu dài của PNJ.

Thị trường chứng khoán thời gian gần đây có nhiều biến động và cũng có ảnh hưởng đến giá cổ phiếu PNJ; vì vậy, khi có nguồn vốn phù hợp, đề nghị HĐQT cân nhắc về việc mua cổ phiếu quỹ vào những thời điểm và mức giá hợp lý để tạo sự ổn định về giá của cổ phiếu PNJ và tạo sự an tâm với các nhà đầu tư.

Về công tác tổ chức, quản lý và hoạt động sản xuất kinh doanh:

Trong những năm gần đây, PNJ đã mở rộng hoạt động trên nhiều lĩnh vực và cũng đã có nhiều chính sách để cải thiện và tăng cường công tác tổ chức, quản lý. Tuy nhiên, kính đề nghị HĐQT và Ban Tổng giám đốc PNJ hoàn thiện thêm chiến lược củng cố thêm về chính sách thu nhập phù hợp nhằm tránh sự biến động về lao động, xây dựng lòng tin cho nhân viên cùng PNJ phát triển bền vững. Đồng thời, Ban Tổng giám đốc cần xây dựng chính sách đào tạo, khuyến khích đội ngũ thợ sản xuất không ngừng nâng cao kỹ năng lao động, tạo dựng một đội ngũ nghệ nhân giỏi kỹ năng, uy tín và tâm huyết với nghề cống hiến nhiều hơn vào sự phát triển sản xuất của PNJ.

Trong năm 2010, PNJ tiếp tục đẩy mạnh và tập trung đầu tư cho bán lẻ. Vì vậy, đề nghị HĐQT tiếp tục tìm mua thêm những mặt bằng có lợi thế kinh doanh tốt tại các tỉnh/thành phố mà PNJ có khả năng hoặc đã mở cửa hàng/chi nhánh để mở rộng hệ thống kinh doanh. Bên cạnh đó, PNJ cần đẩy mạnh quyết tâm đầu tư xây dựng mới nhà xưởng sản xuất tại Gò Vấp để giúp PNJ tăng năng lực sản xuất, tạo cơ hội phát triển vượt bậc vào những năm tiếp theo.

Đồng thời, đề nghị Ban Tổng giám đốc PNJ sớm có phương án khai thác hiệu quả mặt bằng trụ sở hiện tại sau khi dời Xí nghiệp Nữ trang về nhà xưởng mới.

Đến thời điểm này, PNJ đã tiếp tục triển khai dự án ERP qua sự phối hợp với đối tác mới là FBS (Công ty Phương Bắc) - đây là dự án lớn, cần nhiều thời gian và khá phức tạp để triển khai và thực hiện đối với một doanh nghiệp có quy mô như PNJ. Theo ý kiến của Ban kiểm soát, việc thay đổi nhà tư vấn và cung cấp phần mềm đồng thời thu hẹp phạm vi của dự án là phù hợp với thực tế. Tuy nhiên, cần đẩy nhanh tiến độ thực hiện và sớm áp dụng để việc quản lý trong sản xuất được hiệu quả hơn.

Qua phân tích và đánh giá của Ban kiểm soát, tỷ lệ Lợi nhuận trên Doanh thu từ hoạt động bán sỉ nữ trang vàng của PNJ hiện nay rất thấp (khoảng 2%) so với hoạt động bán lẻ (hơn 22,5%), mặc dù doanh số của bán sỉ và bán lẻ tương đương nhau. Vậy kính đề nghị Ban Tổng giám đốc điều chỉnh xây dựng những chính sách thích hợp nhằm nâng cao lợi nhuận từ hoạt động kinh doanh bán sỉ.

Trên đây là trích báo cáo của Ban Kiểm soát trình ĐHĐCĐ trong cuộc họp thường niên 2011. Nhân đây, Ban Kiểm soát cũng xin chân thành cảm ơn HĐQT, Ban Tổng Giám đốc, các Bộ phận và Phòng ban của PNJ đã tạo điều kiện cho Ban kiểm soát thực hiện nhiệm vụ của mình trong thời gian vừa qua.

TM. Ban kiểm soát



Trương Nguyễn Thiên Kim
Trưởng ban

BÁO CÁO TÀI CHÍNH

Tổng doanh thu tăng

35.87% so năm 2009

Công ty Cổ phần Vàng bạc Đá quý Phú Nhuận và các công ty con
Bảng cân đối kế toán tại ngày 31 tháng 12 năm 2010

	Mã số	Thuyết minh	Tập đoàn		Công ty	
			31/12/2010 VND	31/12/2009 VND	31/12/2010 VND	31/12/2009 VND
TÀI SẢN						
Tài sản ngắn hạn	100		1.176.638.742.453	982.017.730.615	1.091.212.414.489	867.823.005.658
Tiền và các khoản tương đương tiền	110	4	337.769.093.757	274.965.948.571	317.023.440.697	244.771.724.200
Tiền	111		51.495.543.237	88.229.893.131	30.749.890.177	58.035.668.760
Các khoản tương đương tiền	112		286.273.550.520	186.736.055.440	286.273.550.520	186.736.055.440
Đầu tư ngắn hạn	120		-	29.475.000.000	-	29.475.000.000
Các khoản phải thu	130	5	57.575.438.981	138.191.257.787	41.956.414.537	106.439.924.901
Phải thu thương mại	131		28.962.855.812	39.023.700.978	16.029.437.397	13.026.558.751
Trả trước cho người bán	132		14.165.423.476	21.221.519.128	11.348.628.701	19.760.327.591
Phải thu khác	135		16.058.429.474	79.519.332.424	16.174.833.370	75.226.333.302
Dự phòng phải thu khó đòi	139		(1.611.269.781)	(1.573.294.743)	(1.596.484.931)	(1.573.294.743)
Hàng tồn kho	140	6	751.709.044.884	520.649.533.349	718.714.872.670	477.039.657.212
Tài sản ngắn hạn khác	150		29.585.164.831	18.735.990.908	13.517.686.585	10.096.699.345
Chi phí trả trước ngắn hạn	151		12.765.289.565	6.952.661.989	6.587.463.910	3.555.743.505
Thuế giá trị gia tăng được khấu trừ	152		7.933.589.620	3.847.907.717	-	-
Thuế phải thu Nhà nước	154		576.939.248	-	115.590.835	-
Tài sản ngắn hạn khác	158		8.309.346.398	7.935.421.202	6.814.631.840	6.540.955.840

Công ty Cổ phần Vàng bạc Đá quý Phú Nhuận và các công ty con
Bảng cân đối kế toán tại ngày 31 tháng 12 năm 2010 (tiếp theo)

	Tập đoàn			Công ty	
	Mã số	Thuyết minh	31/12/2010 VNĐ	31/12/2009 VNĐ	31/12/2009 VNĐ
Tài sản dài hạn	200		1.287.569.967.482	1.043.636.942.969	865.772.260.671
Tài sản cố định	220		331.638.373.756	362.827.774.927	260.624.885.020
Tài sản cố định hữu hình	221	7	96.848.837.225	102.456.222.071	48.619.779.375
Nguyên giá	222		170.255.698.399	179.485.689.995	94.143.089.866
Giá trị hao mòn lũy kế	223		(73.406.861.174)	(77.029.467.924)	(45.523.310.491)
Tài sản cố định vô hình	227	8	193.164.202.785	210.294.141.155	202.582.212.236
Nguyên giá	228		193.653.741.363	211.669.894.351	202.832.509.251
Giá trị hao mòn lũy kế	229		(489.538.578)	(1.375.753.196)	(250.297.015)
Xây dựng cơ bản dở dang	230	9	41.625.333.746	50.077.411.701	9.422.893.409
Đầu tư dài hạn	250	10	749.471.560.231	520.427.787.830	592.572.191.080
Đầu tư vào các công ty con	251		-	-	90.990.000.000
Đầu tư vào các công ty liên kết	252		261.453.501.831	129.730.479.430	110.884.882.680
Đầu tư dài hạn khác	258		498.818.058.400	401.497.308.400	401.497.308.400
Dự phòng giảm giá đầu tư dài hạn	259		(10.800.000.000)	(10.800.000.000)	(10.800.000.000)
Tài sản dài hạn khác	260		206.460.033.495	160.381.380.212	12.575.184.571
Chi phí trả trước dài hạn	261	12	204.184.834.997	158.917.372.541	11.765.661.910
Tài sản thuế thu nhập hoãn lại	262	13	835.847.692	1.440.007.671	809.522.661
Tài sản dài hạn khác	244		1.439.350.806	24.000.000	-
TỔNG TÀI SẢN	270		2.464.208.709.935	2.025.654.673.584	1.733.595.266.329

Công ty Cổ phần Vàng bạc Đá quý Phú Nhuận và các công ty con
Bảng cân đối kế toán tại ngày 31 tháng 12 năm 2010 (tiếp theo)

	Tập đoàn			Công ty	
	Mã số	Thuyết minh	31/12/2010 VNĐ	31/12/2009 VNĐ	31/12/2009 VNĐ
NGUỒN VỐN					
Nợ Phải Trả	300		1.388.651.100.968	1.023.112.370.551	815.483.568.314
Nợ ngắn hạn	310		1.238.244.894.919	905.374.950.256	795.908.831.813
Vay ngắn hạn	311	14	950.160.880.361	667.924.282.992	621.165.721.214
Phải trả thương mại	312		126.195.900.645	114.450.655.153	46.318.496.483
Người mua trả tiền trước	313		7.499.868.870	5.806.792.297	4.631.804.900
Thuế phải nộp Ngân sách Nhà nước	314	15	18.554.741.321	18.815.119.762	10.038.660.363
Phải trả người lao động	315		26.829.448.932	4.477.600.706	2.736.400.718
Chi phí phải trả	316	16	9.974.319.640	13.638.665.427	10.611.063.796
Phải trả khác	319	17	85.484.874.814	44.565.367.975	65.759.622.922
Quỹ khen thưởng và phúc lợi	323	18	13.544.860.336	35.696.465.944	34.647.061.417
Nợ dài hạn	330		150.406.206.049	117.737.420.295	19.574.736.501
Nợ dài hạn khác	333		66.789.066.688	65.735.259.799	426.284.500
Vay dài hạn	334	19	80.143.593.277	48.222.514.236	15.383.000.000
Dự phòng trợ cấp thôi việc	336	20	3.473.546.084	3.779.646.260	3.765.452.001

Công ty Cổ phần Vàng bạc Đá quý Phú Nhuận và các công ty con
Bảng cân đối kế toán tại ngày 31 tháng 12 năm 2010 (tiếp theo)

	Tập đoàn			Công ty	
	Mã số	Thuyết minh	31/12/2010 VND	31/12/2009 VND	31/12/2009 VND
VỐN CHỦ SỞ HỮU	400		1.046.885.979.792	955.741.161.339	918.111.698.015
Vốn chủ sở hữu	410		1.046.885.979.792	955.741.161.339	918.111.698.015
Vốn cổ phần	411	21	599.991.420.000	399.999.210.000	399.999.210.000
Thặng dư vốn cổ phần	412	21	225.008.580.000	425.000.790.000	425.000.790.000
Cổ phiếu quỹ	414	21	(7.090.000)	(7.090.000)	(7.090.000)
Quỹ đầu tư phát triển	417		52.461.168.576	52.698.926.954	31.070.897.000
Quỹ dự phòng tài chính	418		25.704.156.577	25.704.156.577	24.129.654.000
Lợi nhuận chưa phân phối	420		143.727.744.639	52.345.167.808	124.476.583.608
LỢI ÍCH CỐ ĐÓNG THIỂU SỐ	439	22	28.671.629.175	46.801.141.694	-
TỔNG NGUỒN VỐN	440		2.464.208.709.935	2.025.654.673.584	1.733.595.266.329

Người lập


Đặng Thị Lài
Kế toán trưởng

Người duyệt


Cao Thị Ngọc Dung
Tổng Giám đốc



Công ty Cổ phần Vàng bạc Đá quý Phú Nhuận và các công ty con
Báo cáo kết quả hoạt động kinh doanh cho năm kết thúc ngày 31 tháng 12 năm 2010

	Tập đoàn			Công ty	
	Mã số	Thuyết minh	2010 VND	2009 VND	2009 VND
Tổng doanh thu	01	3	13.798.302.596.222	10.290.503.190.514	9.625.462.675.283
Các khoản giảm trừ doanh thu	02	3	(45.921.930.526)	(34.203.428.628)	(34.161.993.758)
Doanh thu thuần	10		13.752.380.665.696	10.256.299.761.886	9.591.300.681.525
Giá vốn hàng bán	11	3	(13.210.528.300.660)	(9.755.444.424.582)	(9.199.860.068.593)
Lợi nhuận gộp	20		541.852.365.036	500.855.337.304	391.440.612.932
Doanh thu hoạt động tài chính	21	23	64.650.321.180	74.014.998.344	57.619.629.324
Chi phí tài chính	22	24	(60.390.301.471)	(75.807.391.931)	(65.064.285.736)
Chi phí bán hàng	24		(243.304.931.356)	(185.512.985.806)	(124.140.261.830)
Chi phí quản lý doanh nghiệp	25		(79.166.636.200)	(61.079.143.055)	(41.984.654.676)
Lợi nhuận thuần từ hoạt động kinh doanh	30		223.640.817.189	252.470.814.856	217.871.040.014
Kết quả từ các hoạt động khác	40				
Thu nhập khác	31	25	30.711.526.150	12.101.550.024	4.150.582.716
Chi phí khác	32	26	(11.902.840.151)	(1.039.248.353)	(989.665.615)
Lợi nhuận từ các công ty liên kết	40	27	21.442.711.729	11.187.254.025	-
Lợi nhuận trước thuế	50		263.892.214.917	274.720.370.552	221.031.957.115

Công ty Cổ phần Vàng bạc Đá quý Phú Nhuận và các công ty con
Báo cáo kết quả hoạt động kinh doanh cho năm kết thúc ngày 31 tháng 12 năm 2010

	Tập đoàn			Công ty	
	Mã số	Thuyết minh	2010 VND	2009 VND	2009 VND
Chi phí thuế thu nhập hiện hành	51	27	(51.946.709.715)	(54.552.299.565)	(45.738.661.952)
(Chi phí)/lợi ích thuế thu nhập hoãn lại	52	27	(604.159.979)	(336.191.501)	380.378.858
Lợi nhuận thuần	60		211.341.345.223	219.831.879.486	175.673.674.021
Phân bổ cho:					
Cổ đông thiểu số	61	22	(676.831.791)	15.340.366.447	-
Chủ sở hữu của Công ty	62		212.018.177.014	204.491.513.039	175.673.674.021
Lãi trên cổ phiếu	70	28	3.533	3.408	3.443
Lãi cơ bản trên cổ phiếu					2.928

Người lập

Đặng Thị Lài
Kế toán trưởng

Người duyệt

Cao Thị Ngọc Dung
Tổng Giám đốc



Công ty Cổ phần Vàng bạc Đá quý Phú Nhuận và các công ty con
Báo cáo thay đổi vốn chủ sở hữu cho năm kết thúc ngày 31 tháng 12 năm 2010

Tập đoàn	Vốn cổ phần VND	Thặng dư vốn cổ phần VND	Cổ phiếu quỹ VND	Quỹ đầu tư phát triển VND	Quỹ dự phòng tài chính VND	Lợi nhuận chưa phân phối VND	Tổng VND
Số dư tại ngày 1 tháng 1 năm 2009	300.000.000.000	525.000.000.000	-	31.728.284.680	15.449.322.840	21.420.892.925	893.598.500.445
Phát hành cổ phiếu thường	-	-	-	-	-	-	-
Lợi nhuận thuần trong năm	99.999.210.000	(99.999.210.000)	-	-	-	204.491.513.039	204.491.513.039
Mua lại cổ phiếu quỹ	-	-	(7.090.000)	-	-	-	(7.090.000)
Trích lập các quỹ	-	-	-	21.525.003.613	10.363.627.186	(53.079.746.192)	(21.191.115.393)
Chuyển các quỹ sang lợi nhuận chưa phân phối	-	-	-	(425.337.274)	-	628.488.770	203.151.496
Cổ tức	-	-	-	(129.024.065)	(5.850.000)	(116.998.818.000)	(134.874.065)
Sử dụng các quỹ không thuộc vốn chủ sở hữu	-	-	-	-	-	(4.117.162.734)	(4.117.162.734)
Giảm do thanh lý hoạt động kinh doanh	-	-	-	-	(102.943.449)	-	(102.943.449)
Số dư tại ngày 1 tháng 1 năm 2010	399.999.210.000	425.000.790.000	(7.090.000)	52.698.926.954	25.704.156.577	52.345.167.808	955.741.161.339
Phát hành cổ phiếu thường	199.992.210.000	(199.992.210.000)	-	-	-	-	-
Lợi nhuận thuần trong năm	-	-	-	-	-	212.018.177.014	212.018.177.014
Trích lập các quỹ	-	-	-	130.509.333	-	(75.216.879)	55.292.454
Cổ tức	-	-	-	-	-	(119.996.866.000)	(119.996.866.000)
Trích lập các quỹ không thuộc vốn chủ sở hữu	-	-	-	-	-	(563.517.304)	(563.517.304)
Giảm do thanh lý hoạt động kinh doanh	-	-	-	(237.758.378)	(130.509.333)	-	(368.267.711)
Số dư tại 31 tháng 12 năm 2010	599.991.420.000	225.008.580.000	(7.090.000)	52.461.168.576	25.704.156.577	143.727.744.639	1.046.885.979.792

Công ty Cổ phần Vàng bạc Đá quý Phú Nhuận và các công ty con
Báo cáo thay đổi vốn chủ sở hữu cho năm kết thúc ngày 31 tháng 12 năm 2010 (tiếp theo)

Công ty	Vốn cổ phần VND	Thặng dư vốn cổ phần VND	Cổ phiếu quỹ VND	Quỹ đầu tư phát triển VND	Quỹ dự phòng tài chính VND	Lợi nhuận chưa phân phối VND	Tổng VND
Số dư tại ngày 1 tháng 1 năm 2009	300.000.000.000	525.000.000.000	-	31.070.897.000	15.120.629.000	18.858.200.994	890.049.726.994
Phát hành cổ phiếu thưởng	99.999.210.000	(99.999.210.000)	-	-	-	-	-
Lợi nhuận thuần trong năm	-	-	-	-	-	175.673.674.021	175.673.674.021
Mua lại cổ phiếu quỹ	-	-	(7.090.000)	-	-	-	(7.090.000)
Trích lập các quỹ	-	-	-	9.014.875.000	-	(36.329.501.000)	(27.314.626.000)
Cổ tức	-	-	-	-	-	(116.998.818.000)	(116.998.818.000)
Sử dụng quỹ dự phòng	-	-	-	-	(5.850.000)	-	(5.850.000)
Trích lập các quỹ không thuộc vốn chủ sở hữu	-	-	-	-	-	(3.285.319.000)	(3.285.319.000)
Số dư tại ngày 1 tháng 1 năm 2010	399.999.210.000	425.000.790.000	(7.090.000)	31.070.897.000	24.129.654.000	37.918.237.015	918.111.698.015
Phát hành cổ phiếu thưởng	199.992.210.000	(199.992.210.000)	-	-	-	-	-
Lợi nhuận thuần trong năm	-	-	-	-	-	206.555.212.593	206.555.212.593
Cổ tức	-	-	-	-	-	(119.996.866.000)	(119.996.866.000)
Số dư tại ngày 31 tháng 1 năm 2010	599.991.420.000	225.008.580.000	(7.090.000)	31.070.897.000	24.129.654.000	124.476.583.608	1.004.670.044.608

Người lập


Đặng Thị Lại
Kế toán trưởng

Người duyệt


Cao Thị Ngọc Dung
Tổng Giám đốc

Công ty Cổ phần Vàng bạc Đá quý Phú Nhuận và các công ty con
Báo cáo lưu chuyển tiền tệ cho năm kết thúc ngày 31 tháng 12 năm 2010

	Tập đoàn		Công ty	
	Mã số	Thuyết minh	2010 VND	2009 VND
LƯU CHUYỂN TIỀN TỪ HOẠT ĐỘNG KINH DOANH				
Lợi nhuận trước thuế	01		263.892.214.917	274.720.370.552
Điều chỉnh cho các khoản				
Khấu hao và phân bổ	02		43.922.848.994	41.018.313.453
Các khoản dự phòng	03		57.814.791	2.549.400.200
Lỗi chênh lệch tỷ giá chưa thực hiện	04		-	22.808.291.931
Lãi thanh lý tài sản cố định	05		(2.544.166.131)	(201.736.540)
Lãi từ chuyển giao tài sản cho công ty con	05		-	-
Lãi từ đầu tư chứng khoán	05		(25.893.396.000)	(900.000.000)
Lãi từ thanh lý công ty con	05		(3.229.607.274)	(1.286.857.437)
Thu nhập lãi tiền gửi và cổ tức	05		(41.503.821.527)	(33.929.329.028)
Thu nhập từ đầu tư qua quỹ đầu tư ủy thác	05		(15.125.454.250)	(10.342.193.078)
Lợi nhuận từ các công ty liên kết	05		(21.442.711.729)	(11.187.254.025)
Chi phí lãi vay	06		58.801.093.754	41.421.831.862
Lợi nhuận từ hoạt động kinh doanh trước những thay đổi vốn lưu động	08		282.828.211.545	299.677.441.890
Biến động các khoản phải thu và tài sản ngắn hạn khác	09		53.293.918.839	(105.161.138.461)
Biến động hàng tồn kho	10		(261.578.272.583)	(61.216.882.336)
Biến động các khoản phải trả và nợ phải trả khác	11		62.077.903.873	11.581.239.860
			136.621.761.674	144.880.660.953
Lợi nhuận từ hoạt động kinh doanh trước những thay đổi vốn lưu động	08		247.401.201.745	235.296.217.921
Biến động các khoản phải thu và tài sản ngắn hạn khác			61.039.332.936	(57.575.941.699)
Biến động hàng tồn kho			(241.675.215.458)	(59.983.363.941)
Biến động các khoản phải trả và nợ phải trả khác			2.118.611.364	(16.378.696.028)
			68.883.930.587	101.358.216.253

Công ty Cổ phần Vàng bạc Đá quý Phú Nhuận và các công ty con

Báo cáo lưu chuyển tiền tệ cho năm kết thúc ngày 31 tháng 12 năm 2010 (tiếp theo)

	Tập đoàn			Công ty		
	Mã số	Thuyết minh	2010 VND	2009 VND	2010 VND	2009 VND
Tiền lãi vay đã trả	13		(58.319.330.507)	(39.890.584.302)	(54.105.092.723)	(34.043.289.288)
Thuế thu nhập doanh nghiệp đã nộp	14		(51.918.613.481)	(45.712.047.230)	(42.347.212.409)	(41.993.107.219)
Tiền chi khác cho hoạt động kinh doanh	16		(23.312.694.402)	(13.743.552.956)	(21.361.462.177)	(11.445.997.496)
Tiền thuần thu từ/(chi cho) hoạt động kinh doanh	20		3.071.123.284	45.534.476.465	(48.929.836.722)	13.875.822.250
LƯU CHUYỂN TIỀN TỪ HOẠT ĐỘNG ĐẦU TƯ						
Chi mua tài sản cố định và tài sản dài hạn khác	21		(112.361.991.985)	(102.468.852.843)	(66.263.175.739)	(34.007.801.836)
Thu từ thanh lý tài sản cố định	22		13.571.368.595	751.500.000	13.571.368.595	743.500.000
Chi đầu tư vào các công ty khác	25		(217.110.697.000)	(125.568.170.000)	(222.337.797.000)	(112.824.881.000)
Thu hồi đầu tư vào các công ty khác	26		29.675.000.000	59.393.497.000	29.675.000.000	5.650.000.000
Thu lãi tiền gửi và cổ tức	27		51.388.081.132	33.929.329.028	55.962.749.172	41.429.423.343
Thu từ đầu tư qua quỹ đầu tư ủy thác	27		15.125.454.250	10.342.193.078	15.125.454.250	10.342.193.078
Thu từ bán công ty con, tiền thuần đã thanh lý			16.390.530.450	21.137.863.351	20.748.000.000	21.450.800.000
Tiền thuần chi cho hoạt động đầu tư	30		(203.322.254.558)	(102.482.640.386)	(153.518.400.722)	(67.216.766.415)

Công ty Cổ phần Vàng bạc Đá quý Phú Nhuận và các công ty con

Báo cáo lưu chuyển tiền tệ cho năm kết thúc ngày 31 tháng 12 năm 2010 (tiếp theo)

	Tập đoàn			Công ty		
	Mã số	Thuyết minh	2010 VND	2009 VND	2010 VND	2009 VND
Mua lại cổ phiếu quỹ	31		-	(7.090.000)	-	(7.090.000)
Tiền vay ngắn hạn và dài hạn nhận được	33		6.599.955.894.699	3.836.446.956.347	6.515.652.194.699	3.589.602.743.108
Chi trả nợ gốc vay	34		(6.254.018.176.391)	(3.613.830.205.036)	(6.160.235.898.208)	(3.386.915.781.612)
Chi trả cổ tức cho cổ đông thiểu số	35		(2.167.099.298)	(4.092.849.000)	-	-
Chi trả cổ tức	36		(80.716.342.550)	(96.911.091.000)	(80.716.342.550)	(137.086.545.000)
Tiền thuần thu từ hoạt động tài chính	40		263.054.276.460	121.605.721.311	274.699.953.941	65.593.326.496
Lưu chuyển tiền thuần trong năm	50		62.803.145.186	64.657.557.390	72.251.716.497	52.427.836.331
Tiền và các khoản tương đương tiền đầu năm	60	4	274.965.948.571	210.458.127.512	244.771.724.200	191.816.526.514
Ảnh hưởng của thay đổi tỷ giá hối đoái đối với tiền và các khoản tương đương tiền	61		-	(149.736.331)	-	527.361.355
Tiền và các khoản tương đương tiền cuối năm	70	4	337.769.093.757	274.965.948.571	317.023.440.697	244.771.724.200

Người lập


Đặng Thị Lại
Kế toán trưởng

Người duyệt

Cao Thị Ngọc Dung
Tổng Giám đốc

Giấc mơ không biên giới





CÔNG TY CỔ PHẦN VÀNG BẠC ĐÁ QUÝ PHÚ NHUẬN - PNJ

PHU NHUAN JEWELRY JOINT STOCK COMPANY

170E Phan Đăng Lưu – Phường 3 – Quận Phú Nhuận – Tp HCM

Điện thoại: 08.39951703 - Fax: 08.39951702

www.pnj.com.vn