

BÁO CÁO KẾT QUẢ HOẠT ĐỘNG KINH DOANH NĂM 2024

"TAY LÁI VỮNG VÀNG – KIÊN ĐỊNH VƯỢT KHÓ"

1. Báo cáo kết quả hoạt động kinh doanh của Công ty Cổ phần Vàng bạc đá quý Phú Nhuận ("Công ty/PNJ") năm 2024:

1.1. Doanh thu thuần theo kênh

Báo cáo kết quả hoạt động kinh doanh của Công ty năm 2024

Đơn vị tính: triệu đồng

Chỉ tiêu	2023	2024	% thay đổi	% thực hiện kế hoạch 2024
Doanh thu thuần	33.136.929	37.822.837	+14,1%	101,8%
Lợi nhuận thuần từ hoạt động kinh doanh	2.484.131	2.652.129	+6,8%	
Lợi nhuận khác	4.629	-1.117		
Lợi nhuận trước thuế	2.488.760	2.651.012	+6,5%	
Lợi nhuận sau thuế	1.971.099	2.112.916	+7,2%	101,1%
Tỷ lệ chi trả cổ tức tiền mặt	20%	20%		

Nguồn: Báo cáo tài chính năm 2024 đã được kiểm toán (Hợp nhất)

Năm 2024, ngành trang sức đối mặt với những khó khăn khắc nghiệt chưa từng có của một "cơn bão kép" đến từ cả 2 đầu cung (nguồn nguyên vật liệu khan hiếm do giá vàng tăng) và đầu cầu (sức mua chung của ngành trang sức, ngành bán lẻ hàng xa xỉ suy giảm). Rất nhiều doanh nghiệp trong ngành đã đóng cửa, chuyển ngành nghề hay thu hẹp đáng kể hoạt động kinh doanh của mình. Trong bối cảnh hết sức khó khăn đó, PNJ đã phải xoay trở linh hoạt, tiến hành một loạt các đổi mới và tự cải cách để Tái Tạo chính mình một cách mạnh mẽ để có thể tiếp tục duy trì sức tăng trưởng tốt một cách bền vững trong cả doanh thu và lợi nhuận. Năm 2024, Doanh thu thuần đạt 37.823 tỷ đồng, tăng trưởng 14,1% so với cùng kỳ; và lợi nhuận sau thuế đạt 2.113 tỷ đồng, tăng 7,2% so với năm 2023.

❖ Doanh thu kênh lẻ

Doanh thu mảng bán lẻ (Trang sức và Vàng 24k) tiếp tục đóng góp phần lớn doanh thu của PNJ trong năm 2024. Doanh thu mảng bán lẻ chiếm 89,1% tổng doanh thu và tăng trưởng 13,4% so với cùng kỳ. Trong đó, doanh thu bán lẻ trang sức chiếm 58,3% tổng doanh thu và bán lẻ vàng 24k chiếm 31% tổng doanh thu. Hai mảng này lần lượt tăng trưởng 14,4% và tăng 11,5% so với cùng kỳ. Các động lực tăng trưởng chính của doanh thu bán lẻ bao gồm:

i. **Chiến lược phát triển hệ thống cửa hàng với những mô hình bán lẻ khác nhau** Trong năm 2024, Công ty mở mới 41 cửa hàng, nâng tổng số lượng cửa hàng cuối năm 2024 lên 429, hiện diện tại 58/63 tỉnh và thành phố của Việt Nam (tăng 2 tỉnh/thành so với năm 2023). Đồng thời, công ty cũng nghiên cứu để đóng và chuyển đổi 12 cửa hàng để tối ưu hiệu quả vận hành. Trong hệ sinh thái cửa hàng và nhãn hàng, PNJ chủ động phát triển các mô hình cửa hàng khác nhau cả về vị trí, quy mô và nhận diện thương hiệu để khai thác tối đa điểm chạm với các nhóm khách hàng khác nhau, đồng thời tối ưu hóa diện tích cửa hàng và chi phí đầu tư. Việc phát triển hệ thống cửa hàng sẽ giúp Công ty khai thác được thị trường trang sức Việt Nam với dư địa phát triển. Theo số liệu của World Gold Council, năm 2024, tiêu dùng vàng trang sức bình quân đầu người của Việt Nam đạt 0,13 gram/người/năm. Chỉ số này thấp hơn các nước Trung Đông như UAE 3,15 gram, các nước Châu Âu và Châu Mỹ như Mỹ 0,38 gram, Ý 0,30 gram, Anh 0,25 gram, các nước Châu Á như Singapore 1,17 gram, Ấn Độ 0,39 gram, Trung Quốc 0,36 gram, và Malaysia 0,32 gram.

ii. **Nghiên cứu những khu vực còn dư địa để tiếp tục tạo ra những trải nghiệm khách hàng phù hợp, thu hút khách hàng mới và nâng cao hiệu quả chăm sóc khách hàng hiện tại.** Trong năm, PNJ tổ chức “Hành trình trang sức xuyên Việt” để tiếp tục mang trang sức đến với khách hàng khắp mọi miền đất nước và được sự chào đón nhiệt tình của khách hàng mới. Công ty tiếp tục cá nhân hóa chương trình chăm sóc khách hàng và đa dạng hóa các chương trình khuyến mãi, quà tặng cho khách hàng khi tham gia chương trình Khách hàng thân thiết của PNJ. Kết quả, số lượng khách hàng cũ và khách hàng mới đều tăng trưởng tốt trong năm 2024.

iii. **PNJ tiếp tục khai thác và phát triển nền tảng dữ liệu và công nghệ mà công ty đã chuẩn bị trong nhiều năm để gia tăng “độ phân giải” trong phân tích nhu cầu thị trường.** Đặc biệt, trong một năm nhiều luồng gió ngược như năm 2024, PNJ đã đặt những đề bài có độ phân giải sâu và sử dụng nền tảng dữ liệu để đưa ra lời giải cho thị trường. PNJ đã giới thiệu các bộ sưu tập mới và triển khai các chương trình truyền thông sáng tạo, hướng tới cảm xúc khách hàng, góp phần gia tăng giá trị thương hiệu của PNJ. Theo Brand Finance, giá trị thương hiệu PNJ tăng 10 lần trong vòng một thập kỷ. Giai đoạn tăng trưởng mạnh nhất được ghi nhận trong hai năm trở lại đây, định giá năm 2023 đạt 428 triệu USD và năm 2024 lên đến 480 triệu USD, tức tăng hơn 30% giai đoạn 2022 - 2024. Ngoài ra, trong nguyên năm 2024, PNJ liên tục dẫn đầu về social brand of voice với khoảng cách gấp nhiều lần so với đối thủ theo sau. Một số hoạt động nổi bật của PNJ trong năm bao gồm:

- **Trong Chương trình Xuân – Thần Tài đầu năm 2024, PNJ đã tăng tốc với thông điệp “Vui như Tết – Quý như vàng”** và giới thiệu Bộ sưu tập Kim Bảo Như Ý, Long Đáo Kim Niên và Tiểu Lộc Đại Phát. Movie dẫn đầu tỷ lệ thảo luận thị phần trang sức và đạt top 8 các video chiến dịch Tết 2024 (Brand Vietnam).
- **Trong mùa cưới 2024, PNJ giới thiệu Movie “Chỉ cần có nhau”** gần gũi và có mức lan tỏa cao trên các nền tảng mạng xã hội của giới trẻ như Youtube, Zing MP3 và TikTok. Chiến dịch truyền thông chiến thắng giải thưởng truyền thông lớn Grand Prix Vẹn Xuân 2024.

Ngoài ra, Bộ Sưu Tập Trang sức cưới Trầu cau PNJ tiếp tục nhận được sự yêu mến của khách hàng và đạt giải Best Contemporary Heritage Wedding Jewelry tại lễ trao giải Vietnam Wedding Awards 2024.

- **Thương hiệu PNJ ghi dấu với những giải thưởng lớn quốc tế;** đạt giải Thương hiệu truyền cảm hứng tại Lễ trao giải Doanh nghiệp châu Á - APEA AWARDS 2024 và Giải thưởng “Excellence In Magical Storytelling” tại The Walt Disney Showcase 2025.

iv. Sản phẩm 24k: Trong năm 2024, công ty đã nhạy bén nắm bắt được xu hướng thay đổi của thị trường vàng và trang sức trong nước để có kế hoạch đẩy mạnh doanh thu nhóm sản phẩm vàng 24k ngay trong nửa đầu năm. PNJ tiếp tục giới thiệu đến khách hàng nhiều mẫu mã đa dạng dựa trên sự phân tích về nhu cầu của nhiều nhóm khách hàng; sản phẩm nghệ thuật PNJ Art tiếp tục chinh phục thêm nhiều khách hàng mới với các sản phẩm đặc sắc như: phiên bản giới hạn “Kim Long Phi Vân” và đồng vàng “Kim Long Đại Cát”. Nhờ đó, lũy kế 6 tháng đầu năm 2024, doanh thu bán lẻ sản phẩm vàng 24k tăng trưởng kỷ lục 81% so với cùng kỳ, tăng trưởng 11,5% nguyên năm 2024 so với năm 2023.

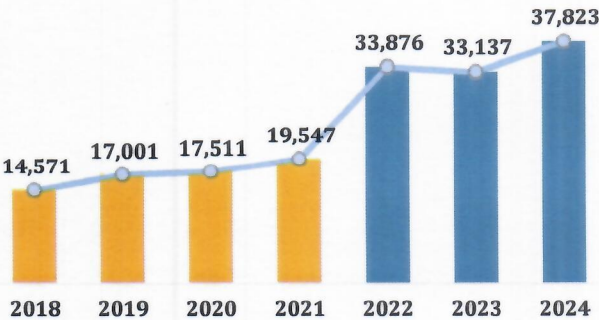
❖ **Doanh thu kênh sỉ**

Dựa trên nền tảng đã được củng cố trong năm 2023, PNJ đã tận dụng được những điều kiện thuận lợi nửa cuối năm 2024 để tăng tốc khi nhu cầu thị trường sỉ chuyển sang cho các sản phẩm có nguồn gốc xuất xứ rõ ràng, minh bạch khi các chính sách về quản lý thị trường vàng được siết chặt mạnh mẽ. Theo đó, PNJ đã phát triển danh mục hàng hóa sỉ đa dạng và phù hợp với nhu cầu khách hàng dựa trên nền tảng phân tích dữ liệu và cắt lớp nhu cầu thị trường. Công ty cũng làm mới thương hiệu PNJP trên thị trường bán sỉ và phát triển bền vững mạng lưới khách hàng. Kết quả năm 2024, doanh thu kênh sỉ đạt hơn 3.900 tỷ đồng, tăng trưởng 34,6% so với cùng kỳ.

Biểu đồ 1:

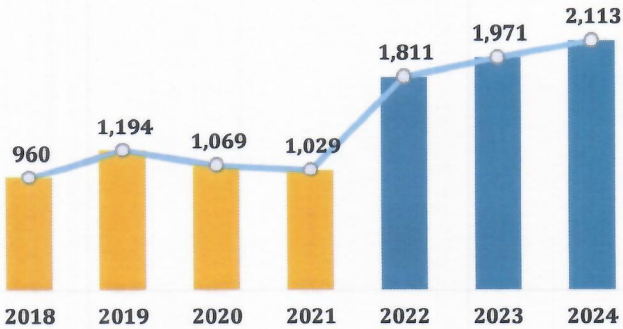
Doanh thu thuần PNJ tăng trưởng bền vững qua các năm (tỷ VND)

Giai đoạn 2022 – 2024: Doanh thu lên tầm cao mới



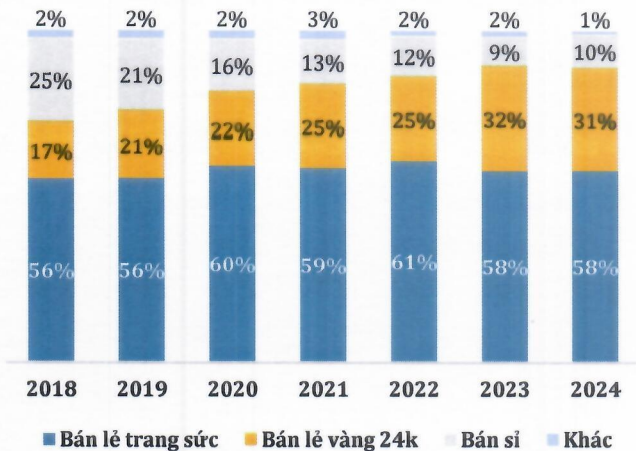
Lợi nhuận sau thuế PNJ tăng trưởng bền vững qua các năm (tỷ VND)

Giai đoạn 2022 – 2024: Lợi nhuận lên tầm cao mới

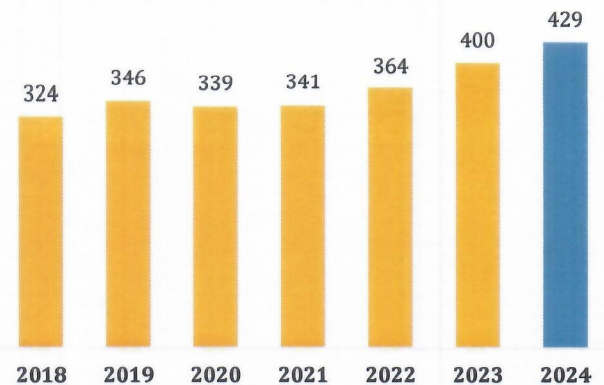


Biểu đồ 2

Cơ cấu doanh thu PNJ qua các năm
Doanh thu bán lẻ tiếp tục giữ tỷ trọng chi phối

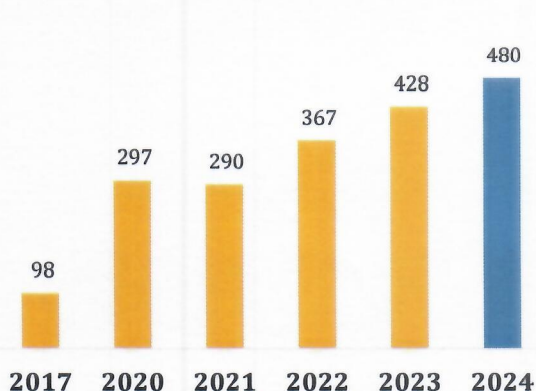


Số lượng Cửa hàng PNJ tăng trưởng qua các năm
Độ phủ khắp Việt Nam: Cửa hàng 58/63 tỉnh thành

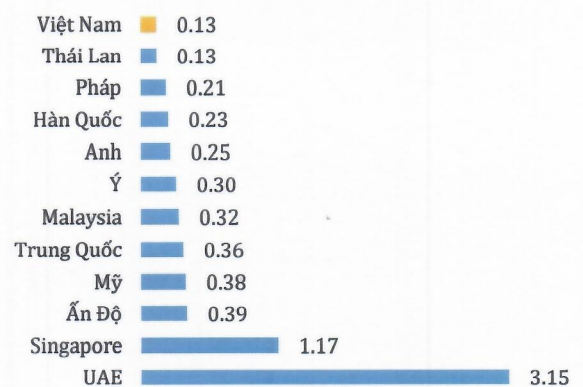


Biểu đồ 3

Giá trị thương hiệu theo Brand Finance (triệu USD)
Giai đoạn 2022 – 2024: Giá trị thương hiệu tăng trưởng liên tục



Tiêu dùng trang sức vàng trung bình các nước trong năm 2024 (gram/người)
Thị trường Việt Nam còn nhiều dư địa để phát triển



Nguồn: World Gold Council, Worldometers

1.2. Lợi nhuận gộp

PNJ tiếp tục tối ưu hài hòa biên lợi nhuận gộp và tăng trưởng giá trị tuyệt đối của lợi nhuận gộp. Trong năm 2024, Công ty đạt 6.674 tỷ đồng lợi nhuận gộp, tăng 10,1% so với cùng kỳ. Biên lợi nhuận gộp duy trì mức 17,6%, thấp hơn mức 18,3% của năm 2023 và cao hơn mức 17,3% của năm 2022.

Biên lợi nhuận gộp thay đổi do có sự dịch chuyển chủ động trong cơ cấu doanh thu trang sức và tác động của thị trường nguyên vật liệu. Một mặt, những khó khăn trong nguồn cung nguyên vật liệu làm thời gian và chi phí xử lý nguyên vật liệu tăng lên, từ đó làm giảm biên lợi nhuận gộp của một số dòng hàng. Mặt khác, trong năm 2024, công ty đã thực hiện nhiều hoạt động tối ưu hóa vận hành để cải thiện lợi nhuận: tối ưu quản lý hàng tồn kho, gia tăng ứng dụng công nghệ hiện đại, tăng tốc độ và sự chính xác trong giới thiệu các sản phẩm mới, bộ sưu tập mới tới tay khách hàng. Nhờ đó, biên lợi nhuận được cải thiện tích cực, giúp trung hòa bớt áp lực từ tác động tiêu cực của nguồn cung nguyên vật liệu.

1.3. Chi phí bán hàng và quản lý doanh nghiệp

Trong năm 2024, công ty tiếp tục đầu tư vào chiến lược phát triển hệ thống cửa hàng, nâng cao trải nghiệm khách hàng, và gia tăng sức mạnh thương hiệu. Đồng thời, PNJ cũng đầu tư thêm các ứng dụng công nghệ trong hoạt động quản lý và vận hành kinh doanh để gia tăng hiệu quả hoạt động. Cụ thể, trong năm 2024 công ty đã đầu tư thêm 41 cửa hàng và sửa chữa nâng cấp một số cửa hàng hiện tại, đồng thời giá trị thương hiệu theo Brand Finance cũng có sự tăng trưởng tốt từ 428 triệu USD lên 480 triệu USD. Việc này sẽ giúp công ty khai thác tốt tiềm năng của thị trường và đảm bảo tăng trưởng bền vững trong dài hạn. Do đó, trong ngắn hạn, Chi phí bán hàng và quản lý doanh nghiệp trên lợi nhuận gộp tăng từ 58,3% lên 60,0% năm 2024.

1.4. Lợi nhuận sau thuế

Trong bối cảnh bị ảnh hưởng tiêu cực nặng nề của “cơn bão” kép từ thị trường vàng và trang sức trong nước, PNJ đã vượt qua thách thức và tiếp tục tăng trưởng trong năm 2024. Lợi nhuận sau thuế tăng trưởng 7,2% so với năm 2023, đạt 2.113 tỷ đồng, hoàn thành 101% kế hoạch năm. Trước đó, lợi nhuận sau thuế đã tăng trưởng 8,9% trong năm 2023 và 76% trong năm 2022. Điều này, cho thấy nỗ lực của Ban lãnh đạo và tập thể nhân viên công ty trong việc duy trì sự ổn định của lợi nhuận sau thuế và thực hiện cam kết với nhà đầu tư và cổ đông.

2. Báo cáo hoạt động kinh doanh của các công ty con:

Tên công ty con	Tóm tắt về tình hình hoạt động và tình hình tài chính
Công ty TNHH Một Thành Viên Thời Trang CAO (“CAF”)	Công ty CAF tiếp tục phát triển đa dạng kênh bán hàng, tái thiết kế hình ảnh trên không gian mạng của công ty, phát triển dịch vụ thiết kế riêng CAO Bespoke – một giải pháp cao cấp, cá nhân hoá dành riêng cho từng khách hàng, và tiếp tục nâng cao chất lượng dịch vụ nhằm gia tăng hiệu quả bán hàng bền vững. Song song đó, CAF đã thành công giới thiệu các bộ sưu tập độc đáo, gây ấn tượng mạnh với khách hàng mục tiêu như ORIENTAL, MODARA, ELYSIAN SEA. Nhờ đó, doanh thu nhân

Tên công ty con	Tóm tắt về tình hình hoạt động và tình hình tài chính
	CAO đã tăng trưởng khá tốt trong 2024, góp phần khẳng định vị thế nhãn hàng trang sức cao cấp tại Việt Nam.
Công ty TNHH Một Thành Viên Giám định PNJ (“PNJL”)	<p>PNJL đã có những bước tiến quan trọng trong việc nâng cao chất lượng kiểm định và thay đổi nhận diện thương hiệu nhằm khẳng định vị thế trên thị trường. PNJL đã cải thiện quy trình kiểm định bằng cách áp dụng các công nghệ tiên tiến và tiêu chuẩn quốc tế, giúp nâng cao độ chính xác, minh bạch và độ tin cậy của dịch vụ. Điều này không chỉ đáp ứng yêu cầu ngày càng cao của khách hàng mà còn góp phần khẳng định cam kết về chất lượng của thương hiệu.</p> <p>Bên cạnh đó, PNJL đã thay đổi nhận diện thương hiệu nhằm mang đến hình ảnh hiện đại và chuyên nghiệp. Hình ảnh mới không chỉ thể hiện sự đổi mới mà còn phản ánh giá trị cốt lõi và tầm nhìn dài hạn của công ty. Việc thay đổi nhận diện thương hiệu giúp PNJL tạo dấu ấn mạnh mẽ hơn trong lòng khách hàng, đồng thời khẳng định sự phát triển bền vững và không ngừng đổi mới để phù hợp với xu hướng thị trường.</p>
Công ty TNHH Một Thành Viên Chế tác và kinh doanh trang sức PNJ (“PNJP”)	<p>PNJP đã có những bước phát triển mạnh mẽ được thể hiện trong năm 2024 tập trung vào tăng tốc mở rộng thị trường kênh sỉ, mở rộng nhà máy sản xuất và thay đổi nhận diện thương hiệu.</p> <p>Nhờ mở rộng mạng lưới phân phối và nâng cao chất lượng dịch vụ, mảng kinh doanh sỉ của PNJP đạt mức tăng trưởng ấn tượng hơn 3.900 tỷ, tăng trưởng 34,6% so với cùng kỳ. Đồng thời, công ty đã đầu tư mở rộng nhà máy với nhiều công nghệ hiện đại mới nhằm nâng cao công suất và đa dạng mẫu mã.</p> <p>Bên cạnh đó, PNJP cũng thay đổi nhận diện thương hiệu theo hướng chuyên nghiệp, hiện đại hơn, khẳng định sự đổi mới và phát triển bền vững.</p>

3. Danh hiệu và giải thưởng tiêu biểu năm 2024 của Công ty

Với tư duy lãnh đạo kiến tạo và thích ứng, PNJ tiếp tục khẳng định vai trò tiên phong trong ngành bằng tầm nhìn dẫn dắt sự thay đổi và kiến thiết tương lai bền vững. HĐQT và Ban điều hành đã

vận hành doanh nghiệp với một chiến lược sắc bén, linh hoạt nhưng kiên định, không chỉ giúp PNJ vượt qua những biến động thị trường mà còn tận dụng cơ hội, tái định vị lợi thế cạnh tranh.

PNJ không chỉ gia tăng giá trị vốn hóa mà còn xây dựng một nền tảng phát triển bền vững, nơi giá trị thương hiệu, sức mạnh cộng đồng và trách nhiệm xã hội hòa quyện để tạo ra tác động lâu dài. Công ty không chỉ ứng phó với thử thách mà còn chuẩn bị nền tảng kiến tạo tương lai, củng cố vị thế doanh nghiệp trang sức dẫn đầu khu vực Đông Nam Á, tiên phong trong quản trị bền vững và đổi mới mô hình kinh doanh.

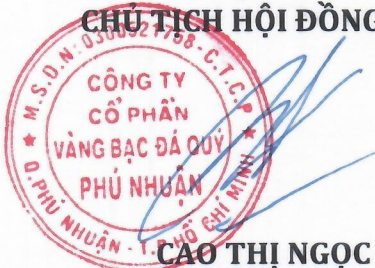
Năm 2024, PNJ tiếp tục khẳng định vị thế trong ngành khi liên tiếp được nhận nhiều giải thưởng trong nước và quốc tế trên khắp các lĩnh vực như:

- **Top 500 công ty lớn nhất khu vực Đông Nam Á (Fortune 500)**
- **Top 50 Công ty niêm yết tốt nhất Việt Nam**
- **Thương hiệu trang sức giá trị nhất Việt Nam**
- **Best Retail Event tại Event Marketing Awards 2024**

Những giải thưởng này phản ánh tầm nhìn chiến lược và hiệu quả điều hành của HĐQT trong việc dẫn dắt PNJ phát triển bền vững và không ngừng đổi mới. Ngoài ra, trong năm 2024, PNJ đã đạt được rất nhiều danh hiệu, giải thưởng ở đa dạng các lĩnh vực như sản xuất – kinh doanh, nhân sự, thương hiệu và tiếp thị bán lẻ (“Brand & Retail Marketing”), Môi trường - Xã hội – Quản trị (ESG), Trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp (CSR), quản trị công ty và các giải thưởng khác. Một số danh hiệu và giải thưởng tiêu biểu năm 2024 của PNJ được liệt kê tại Phụ lục đính kèm.








Kính trình Đại hội đồng cổ đông xem xét và thông qua.

TM. HỘI ĐỒNG QUẢN TRỊ
CHỦ TỊCH HỘI ĐỒNG QUẢN TRỊ



CAO THỊ NGỌC DUNG

PHỤ LỤC: DANH HIỆU VÀ GIẢI THƯỞNG TIÊU BIỂU NĂM 2024

Sản xuất kinh doanh	Nhân sự	Brand & Retail Marketing	ESG/CSR	Quản trị Công ty/ khác
 <p>Huân chương lao động hạng Nhất cho PNJ</p>  <p>Top 500 công ty, tập đoàn lớn nhất khu vực Đông Nam Á (Fortune 500)</p>  <p>9 lần liên tiếp được vinh danh Thương hiệu quốc gia</p>  <p>Top 10 Sao Vàng Đất Việt 2024</p>  <p>Top 50 Công ty niêm yết tốt nhất 2024</p>  <p>Doanh nghiệp TPHCM tiêu biểu năm 2024</p>  <p>Doanh nghiệp xanh TPHCM năm 2024</p>  <p>Top 50 Công ty kinh doanh hiệu quả nhất Việt Nam</p>  <p>Thương hiệu vàng TPHCM năm 2024</p>	 <p>TOP 1 Employer Of Choice ngành bán lẻ - bán sỉ 2024</p> <p>•TOP 2 Vietnam Best Places To Work 2024, ngành bán sỉ/bán lẻ/thương mại</p> <p>•TOP 20 Vietnam Best Places To Work 2024 doanh nghiệp lớn</p>  <p>Chứng nhận Nơi làm việc xuất sắc 2024 (Great Place to Work)</p> 	 <p>Top 100 Thương hiệu giá trị nhất Việt Nam</p>  <p>Thương hiệu truyền cảm hứng 2024 tại APEA AWARDS 2024</p>  <p>Best Event & Experiential Marketing Campaign tại Dragons of Asia 2024</p>  <p>Best Retail Event tại Event Marketing Awards 2024</p>  <p>Sáng kiến tiếp thị bán lẻ của năm - tại Retail Asia Awards 2024</p>  <p>Giải thưởng lớn chung cuộc Grand Prix tại Vạn Xuân Awards 2024</p>	 <p>Winner hạng mục "Social Empowerment" Giải thưởng JWA 2024</p>  <p>Doanh nghiệp bền vững của năm tại Giải thưởng phát triển bền vững TOP50 CSA 2024</p>  <p>3 giải thưởng phụ ESG tại Giải thưởng phát triển bền vững TOP50 CSA 2024</p>  <p>9 năm liền trụ vững trong top 10 doanh nghiệp bền vững trong lĩnh vực thương mại - dịch vụ trong 100 doanh nghiệp phát triển bền vững 2024 tại CSI 2024</p>  <p>Doanh nghiệp tiên phong xây dựng, thực hiện tinh thần đa dạng, công bằng và bao trùm" tại CSI 2024</p>  <p>Thương hiệu Vàng trách nhiệm xã hội tại Giải thưởng Thương hiệu vàng TPHCM năm 2024</p>	 <p>Top 10 doanh nghiệp niêm yết quản trị công ty tốt nhất ở nhóm vốn hóa lớn (Large cap)</p>  <p>Top 20 báo cáo thường niên tốt nhất nhóm phi tài chính</p>  <p>Top 3 Doanh nghiệp được nhà đầu tư yêu thích nhất 2024 tại IR Awards 2024</p>  <p>Best Contemporary Heritage Wedding Jewelry tại lễ trao giải Vietnam Wedding Awards 2024 với Bộ sưu tập Trang sức cưới Trầu cau</p>  <p>Giải thưởng "Excellence In Magical Storytelling" tại The Walt Disney Showcase 2025</p>