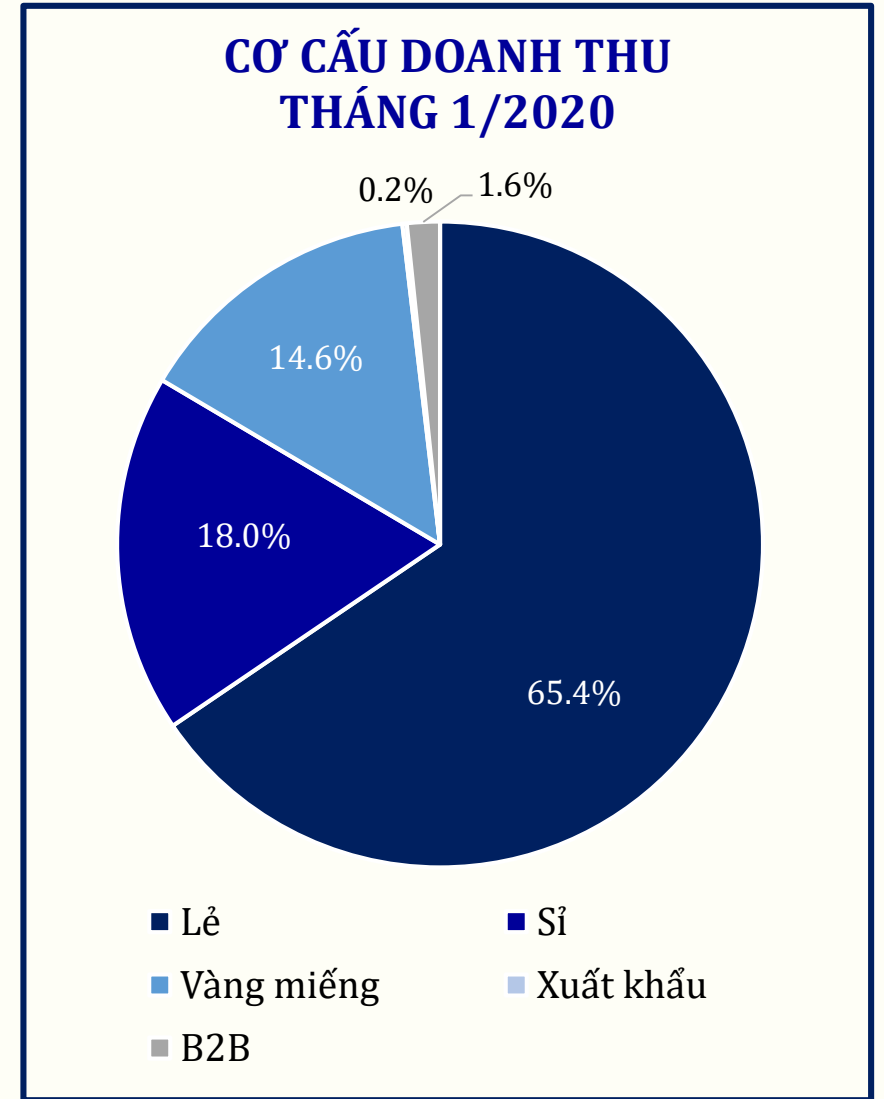
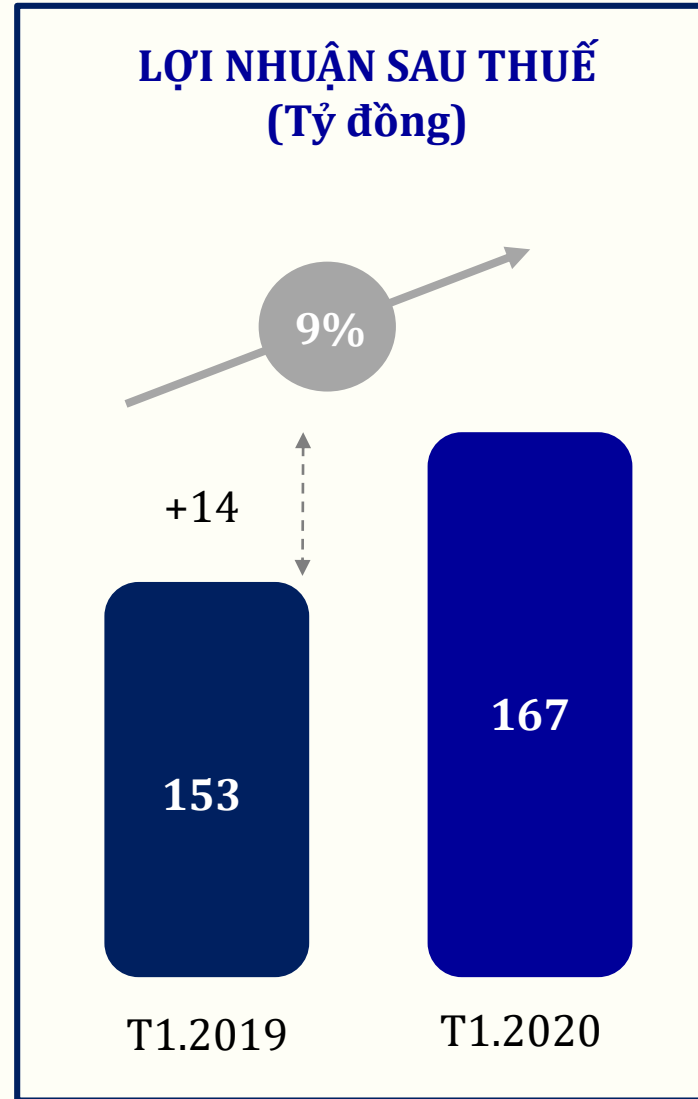
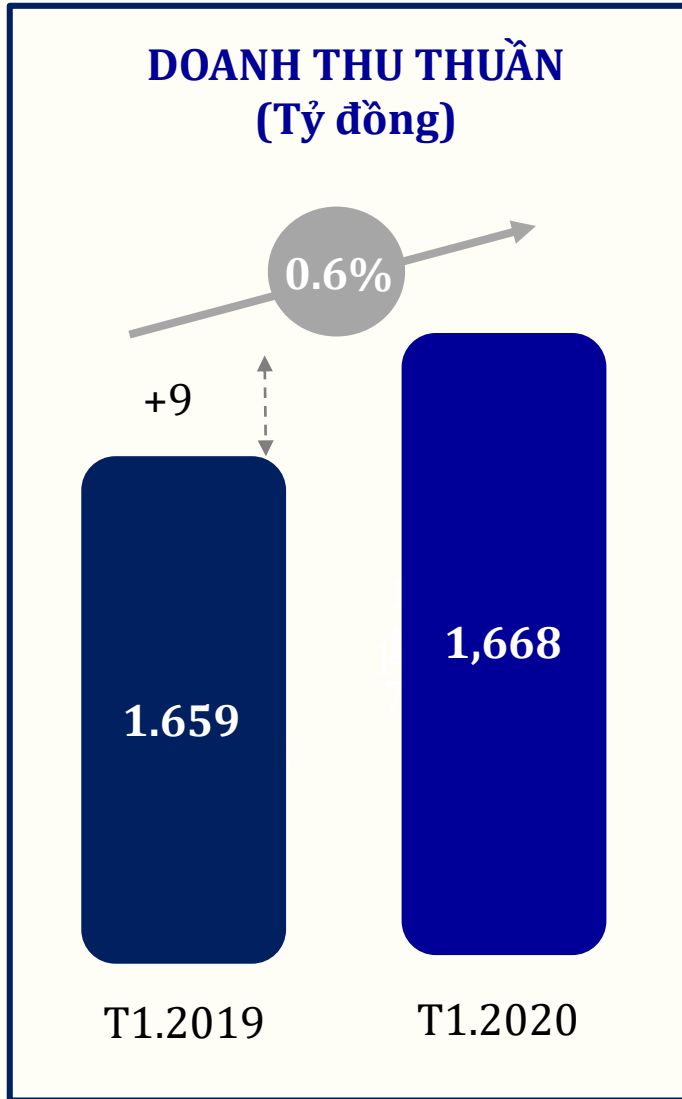


KẾT QUẢ KINH DOANH THÁNG 1/2020



- ❑ PNJ ghi nhận **doanh thu thuần** tháng 1 đạt **1.668 tỷ đồng (tăng 0,6% so với cùng kỳ)** và **LNST** đạt **167 tỷ đồng (tăng 9% so với cùng kỳ)**.
- ❑ Năm nay, dịp Tết Nguyên Đán Canh Tý rơi vào cuối tháng 1 (24/01 – 28/01) thay vì đầu tháng 2 như năm ngoái (04/02 – 08/02). Mặc dù trùng với dịp nghỉ Tết và mất 5 ngày kinh doanh, PNJ vẫn ghi nhận mức doanh thu tăng nhẹ so với cùng kỳ, trong đó:
 - ❖ Doanh thu **kênh lẻ tăng 16,5% so với T1.2019** (hoạt động đủ 31 ngày) và **tương đương so với T12.2019** (tháng có mức doanh thu cao nhất trong năm 2019). Do đó, tỷ trọng đóng góp của kênh lẻ trong tổng doanh thu tăng từ 57% trong T1.2019 lên 65,4%. Tăng trưởng của kênh lẻ trong tháng 1 đến từ:
 - ✓ Ra mắt Bộ sưu tập cho Chương trình Xuân và Thần Tài với nhiều sản phẩm đa dạng cùng các chương trình khuyến mãi và quà tặng được khách hàng yêu thích.
 - ✓ Mức chi tiêu/giao dịch (ticket size) tăng 10% so với cùng kỳ.
 - ✓ Doanh thu cửa hàng mới (2019+2020) tăng 40% yoy trong tháng 1 nhờ sức hút của mùa mua sắm cuối năm và hàng hóa cung cấp đầy đủ hơn, đồng thời có nhiều chương trình khuyến mãi và marketing cho các cửa hàng mở mới, trong đó, các cửa hàng mở mới ở khu vực Miền Tây và Hồ Chí Minh tăng mạnh nhất.
 - ✓ Hoạt động online có nhiều đầu tư hơn (con người, quy trình, chương trình marketing và khuyến mãi).

- ✓ Doanh thu mảng đồng hồ mặc dù chiếm tỷ trọng nhỏ, nhưng ghi nhận mức tăng trưởng tốt, gấp 6 lần so với cùng kỳ năm 2019.
- ✓ Dù là mùa kinh doanh cao điểm nhưng PNJ đã có sự phối hợp nhịp nhàng trong quá trình triển khai các chương trình: Sản xuất - Cung ứng - Marketing - Bán lẻ.
- ❖ Doanh thu **kênh sỉ giảm 32% so với cùng kỳ năm 2019**. Do đó, tỷ trọng doanh thu kênh sỉ giảm từ 27% xuống 18% trong T1.2020. Nguyên nhân đến từ:
 - ✓ Kỳ nghỉ của khách hàng châu Âu liên kề với kỳ nghỉ tết nên thời gian kinh doanh xuất khẩu bị gián đoạn.
 - ✓ Giá vàng cao kỷ lục làm hạn chế nhu cầu nhập hàng của khách.
 - ✓ Tình hình dịch Corona diễn biến phức tạp dẫn đến nhu cầu mua sắm xa xỉ phẩm giảm, ảnh hưởng đến đầu ra của khách hàng sỉ.
- ❖ **Biên lợi nhuận gộp trong tháng 1 đạt mức cao kỷ lục 23,4%**, tăng mạnh so với mức 22% của cùng kỳ năm ngoái và 20,4% của cả năm 2019. Hoạt động cơ cấu danh mục sản phẩm và tối ưu hóa chi phí sản xuất tiếp tục phát huy hiệu quả, giúp biên LNG của công ty duy trì mức cao.
- ❖ **Chi phí:** Tổng chi phí hoạt động tăng nhẹ 0,4% so với T1.2019, khiến tỷ lệ chi phí/lợi nhuận gộp giảm từ 45,3% xuống mức 42,6%.



289 cửa hàng



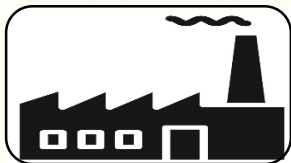
54 cửa hàng



4 cửa hàng



27 cửa hàng



**Công suất: 4 triệu
sản phẩm/năm**

347 Cửa hàng vào cuối tháng 1/2020 (*)

- ❑ Kết thúc tháng 1/2020, PNJ đã mở mới **2 cửa hàng vàng** và **đóng 1 cửa hàng**, nâng tổng số lượng cửa hàng lên **347**, bao phủ 52/63 tỉnh thành trên cả nước.
- ❑ Trong tháng 1, PNJ cũng mở thêm **01 cửa hàng PNJ Watch** ở Tây Nguyên, nâng tổng số lượng cửa hàng đồng hồ lên **27 cửa hàng**.

(): Bao gồm cửa hàng Sĩ Nhiêu Tâm*



PNJ

THANK YOU