

## BÁO CÁO KẾT QUẢ HOẠT ĐỘNG KINH DOANH NĂM 2025

### 1. Doanh thu thuần theo kênh

Báo cáo kết quả hoạt động kinh doanh của Công ty Cổ phần Vàng Bạc Đá Quý Phú Nhuận (“Công ty”/ “PNJ”) năm 2025

*ĐVT: Triệu đồng*

CHỈ TIÊU	2024	2025	% Tăng trưởng	% Thực hiện kế hoạch 2025
Doanh thu	38.232.401	35.410.590	-7,4%	112,0%
Lợi nhuận gộp bán hàng và cung cấp dịch vụ	6.673.503	7.683.848	+15,1%	
Lợi nhuận thuần từ hoạt động kinh doanh	2.652.129	3.519.885	+32,7%	
Lợi nhuận khác	(1.117)	27.955		
Lợi nhuận trước thuế	2.651.012	3.547.839	+33,8%	
Lợi nhuận sau thuế	2.112.916	2.828.497	+33,9%	144,3%
Tỷ lệ chi trả cổ tức tiền mặt	20%	20%		

*Nguồn: Báo cáo tài chính năm 2025 đã được kiểm toán (Hợp nhất)*

Năm 2025, ngành vàng bạc đá quý tiếp tục đối mặt với những khó khăn thách thức hơn cả năm 2024, đến từ cơn bão kép với sức ép của thị trường đến từ cả đầu cung (nguồn nguyên vật liệu khan hiếm do giá vàng tăng trong khi hoạt động nhập khẩu vàng chưa được triển khai) và đầu cầu (sức mua chung của ngành hàng xa xỉ bị suy yếu trong nửa đầu năm do kinh tế chưa hồi phục, sức mua ngành hàng trang sức suy giảm nghiêm trọng do giá vàng thế giới liên tiếp tăng vượt các mức kỷ lục và dự báo). Thêm vào đó, các yêu cầu tuân thủ được nâng cao với toàn ngành khi các hoạt động kiểm tra, thanh tra được tiến hành liên tục cũng tạo nên nhiều áp lực cho toàn ngành, nhiều doanh nghiệp đã rời ngành hay chuyển sang trạng thái “ngủ đông” hay hoạt động cầm chừng cũng làm cho toàn ngành bị co hẹp đáng kể. Trong năm 2025, Nghị Định 232/2025/NĐ-CP ra đời góp phần hoàn thiện các cơ chế quản lý và nâng cao các yêu cầu tuân thủ của hoạt động kinh doanh vàng. Tuy nhiên, các quy định mới cũng nâng cao các yêu cầu tuân thủ đặc biệt trong hoạt động thanh toán, từ đó phần nào làm suy giảm sức tiêu thụ của ngành trong những tháng cuối năm. Theo báo cáo của World Gold Council, thị trường vàng và trang sức vàng Việt Nam năm 2025 suy giảm 15,5 %, trong đó vàng đầu tư giảm 14% và trang sức giảm mạnh 20%. Đây là mức suy giảm đáng kể trong vòng hàng chục năm qua.

Trong bối cảnh thị trường đối mặt với rất nhiều các biến động và thách thức đó, PNJ đã phải siết chặt đội hình, quyết tâm mạnh mẽ để vượt qua những thách thức to lớn. PNJ đã không ngừng linh hoạt ứng phó để vượt qua các khó khăn và xuất sắc tạo nên các kỳ tích rất đáng ghi nhận

trong năm 2025 vừa qua. PNJ đã chủ động thực hiện hàng loạt đổi mới và các chương trình tối ưu vận hành và chi phí để hoàn thành kế hoạch doanh thu và lợi nhuận, tận dụng các cơ hội thị trường để tăng tốc vượt kế hoạch về doanh thu bán lẻ và đạt được sự tăng trưởng ngoạn mục về lợi nhuận. Năm 2025, doanh thu đạt 35.411 tỷ đồng, chỉ giảm 7,4% so với cùng kỳ - Đạt 112% kế hoạch năm, và lợi nhuận sau thuế đạt 2.828 tỷ đồng, tăng 33,9% so với 2024 - Đạt 144,3% kế hoạch năm.

#### ❖ **Doanh thu sản phẩm trang sức**

Doanh thu mảng bán lẻ Trang sức tiếp tục đóng góp phần lớn trong doanh thu của PNJ năm 2025, chiếm 70% tổng doanh thu và tăng trưởng tốt trong điều kiện ngược gió, tăng 11% so với cùng kỳ. **Các động lực tăng trưởng chính của doanh thu bán lẻ bao gồm:**

- **PNJ tiếp tục chủ động phát triển và nâng cấp sức cạnh tranh theo chiều sâu của các mô hình cửa hàng, tập trung nâng cấp sang mô hình cửa hàng hiện đại** nhằm tối đa hóa điểm chạm với các nhóm khách hàng khác nhau, đồng thời tối ưu hóa diện tích sử dụng và hiệu quả chi phí đầu tư. Trong năm 2025, công ty đã mở 17 cửa hàng mới, đồng thời đóng và chuyển đổi 15 cửa hàng. Tính đến cuối năm 2025, PNJ có tổng cộng 431 điểm bán ở 31/34 tỉnh thành với chất lượng hệ thống điểm bán được nâng lên một tầm cao mới. Việc phát triển hệ thống cửa hàng một cách có chiến lược và chọn lọc sẽ giúp Công ty khai thác dư địa thị trường trang sức Việt Nam một cách bền vững. Theo báo cáo World Gold Council 2025, trung bình một người dân Việt Nam mua 0,1 gram vàng trang sức một năm. Trong khi đó, các nước phát triển khác trong khu vực có mức tiêu thụ cao hơn nhiều lần so với Việt Nam, điển hình như UAE 2,92 gram, Singapore 1,0 gram, Malaysia 0,31 gram, Ấn Độ 0,30 gram, và Trung Quốc 0,27 gram. Điều này cho thấy dư địa phát triển của thị trường khi kinh tế Việt Nam tăng trưởng trong giai đoạn phát triển mới.
- **Vượt qua cơn gió ngược của sức mua suy yếu, công ty đã thành công trong việc thu hút khách hàng mới bằng một loạt các bộ sưu tập được thiết kế riêng cho từng phân nhóm khách hàng với nhiều mức giá khác nhau. PNJ cũng đã nâng cao hiệu quả chăm sóc khách hàng hiện hữu nhờ thiết kế những trải nghiệm khách hàng phù hợp với nhu cầu từng phân khúc.** Công ty đẩy mạnh cá nhân hóa chương trình chăm sóc khách hàng dựa trên phân tích dữ liệu chuyên sâu. Đồng thời, Công ty đa dạng hóa các chương trình khuyến mãi, ưu đãi và quà tặng dành cho Khách hàng thân thiết, tạo thêm động lực mua sắm và củng cố sự yêu mến của khách hàng với thương hiệu.
- **Công ty chủ động điều chỉnh linh hoạt chiến lược sản phẩm và danh mục hàng hóa theo diễn biến thị trường và hành vi tiêu dùng khách hàng.** Công ty chủ động cơ cấu lại danh mục sản phẩm, cân đối giữa các dòng sản phẩm phục vụ nhu cầu đa dạng của khách hàng bao gồm cả trang sức vàng 24K và trang sức thiết kế, trang sức gắn đá, trang sức phụ kiện... nhằm đáp ứng tốt hơn nhu cầu đa dạng của khách hàng trong bối cảnh giá vàng biến động. Việc linh hoạt trong phát triển và quản trị danh mục hàng hóa giúp PNJ duy trì sức hấp dẫn của sản phẩm và đồng thời, nâng cao hiệu quả kinh doanh bán lẻ và nâng cao được biên lợi nhuận gộp lên mức cao kỷ lục trong nhiều năm qua. Trong năm 2025, công ty đã giới thiệu nhiều bộ sưu tập, sản phẩm mới cho mảng phát triển kinh doanh mới, điển hình như làm mới thương hiệu Style by PNJ hướng đến nhóm khách hàng trẻ, chính thức ra mắt

Mancode by PNJ hướng đến tệp khách hàng nam, giới thiệu Bộ nhận diện thương hiệu mới cho nhãn trang sức cao cấp CAO Fine Jewellery. Đặc biệt, cuối năm 2025, PNJ chính thức ra mắt ARTA by PNJ mang tầm nhìn trở thành “Thương hiệu nghệ phẩm nâng tầm giao tế”.

- **Công ty đã sáng tạo trong hoạt động truyền thông hướng đến khách hàng và củng cố thương hiệu trên thị trường.** PNJ được Brand Finance xếp vào “Top 10 Thương hiệu Việt Nam mạnh nhất năm 2025” với giá trị thương hiệu đạt 523 triệu USD, tăng 9% so với năm trước và đạt mức xếp hạng cao trong nhóm doanh nghiệp bán lẻ trang sức tại Việt Nam. Một số hoạt động nổi bật của PNJ trong năm bao gồm:

- **Các chương trình theo mùa và dịp lễ hội được triển khai hiệu quả**, nổi bật là chiến dịch “Vui như Tết, Quý như Vàng” đầu năm 2025, Chương trình “Bên nhau mình là nhà” được triển khai trong Tháng Gia đình Việt Nam và Chương trình “Mùa lễ hội mới, mùa niềm tin mới” cuối năm 2025. Các chương trình đã thành công trong việc chạm đến cảm xúc của khách hàng và nhận được nhiều sự quan tâm và yêu mến của khách hàng.
- **PNJ tiếp tục phát huy thế mạnh ở phân khúc trang sức cưới** bằng sự kết hợp giữa các bộ sưu tập tinh tế và đẳng cấp với những chương trình truyền thông sáng tạo và giàu cảm xúc. Trong năm 2025, PNJ ra mắt bộ sưu tập cưới mới mang tên Lá Ngọc Cành Vàng và giới thiệu MV “Có nhau. Mình cưới 2025”. Ngoài ra, PNJ khai thác các nền tảng mạng xã hội với chuỗi livestream phong cách sống – làm đẹp và tạo hiệu ứng lan tỏa tích cực, góp phần nâng cao mức độ gắn kết của khách hàng với thương hiệu.
- **Trong năm, PNJ ghi nhận nhiều thành tựu nổi bật trong hoạt động marketing và truyền thông.** Tại Event Marketing Award, PNJ được vinh danh cao nhất tại hạng mục “The Best Cost-Effective Event” khu vực Châu Á. Sau đó, PNJ tiếp tục thắng lớn với Giải Best PR Campaign tại ASEAN PR Excellence Awards 2025 nhờ thành công toàn diện và dấu ấn đổi mới của chiến dịch “Có nhau. Mình cưới!”. Đặc biệt, PNJ tiếp tục khẳng định vị thế và uy tín thương hiệu của Công ty trên thị trường quốc tế khi góp mặt trong danh sách Fortune 500 Đông Nam Á trong năm thứ hai liên tiếp.

#### ❖ **Doanh thu Sản phẩm 24K**

Trong bối cảnh nguồn nguyên liệu và nguồn cung sản phẩm 24K vẫn còn bị hạn chế kéo dài từ nửa cuối 2024 đến hết 2025, PNJ đã chủ động ưu tiên phân bổ nguồn lực cho mảng trang sức bán lẻ – lĩnh vực kinh doanh cốt lõi với giá trị gia tăng và biên lợi nhuận gộp tốt. Đồng thời, xu hướng tiêu dùng của khách hàng cũng tác động đến doanh thu mảng này. Từ đó, doanh thu các sản phẩm vàng 24K năm 2025 chịu nhiều ảnh hưởng, suy giảm 43% so với cùng kỳ.

#### ❖ **Doanh thu kênh sĩ**

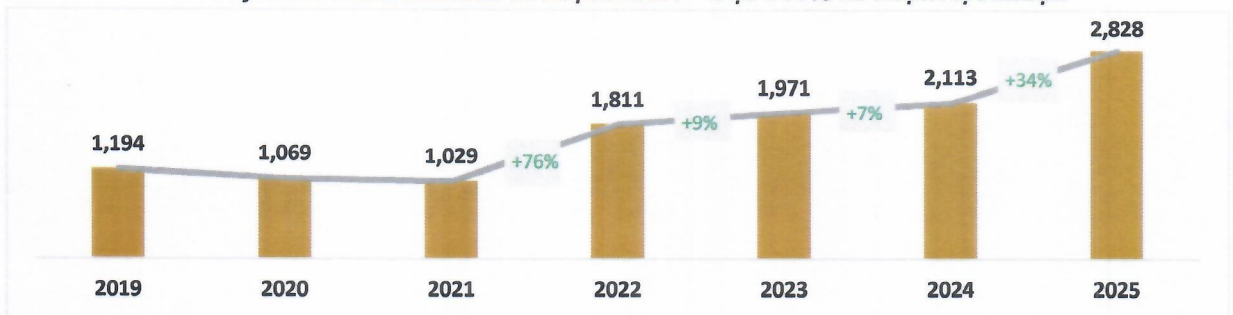
Trong bối cảnh giá vàng tăng, PNJ tiếp tục duy trì mức độ tin tưởng cao từ khách hàng nhờ đảm bảo các quy định về hoá đơn. Tuy nhiên, thị trường kênh sĩ chịu nhiều tác động về nhu cầu khi giá vàng liên tục tăng cao trong năm 2025. Trước những khó khăn này, PNJ đã chủ động điều chỉnh một cách linh hoạt danh mục hàng hóa sĩ của mình để phù hợp với nhu cầu thị trường. Do đó, doanh thu kênh sĩ vẫn tiếp tục đà tăng trưởng dương 2% so với cùng kỳ. Bên cạnh đó, Công ty tiếp tục củng cố các nền tảng công nghệ sản xuất, mạng lưới khách hàng và thương hiệu trên thị trường sĩ trong năm 2025.

**Biểu đồ 1: Tổng doanh thu Công ty PNJ qua các năm**  
 PNJ nỗ lực hoàn thành kế hoạch doanh thu – Đạt 112% kế hoạch Doanh thu



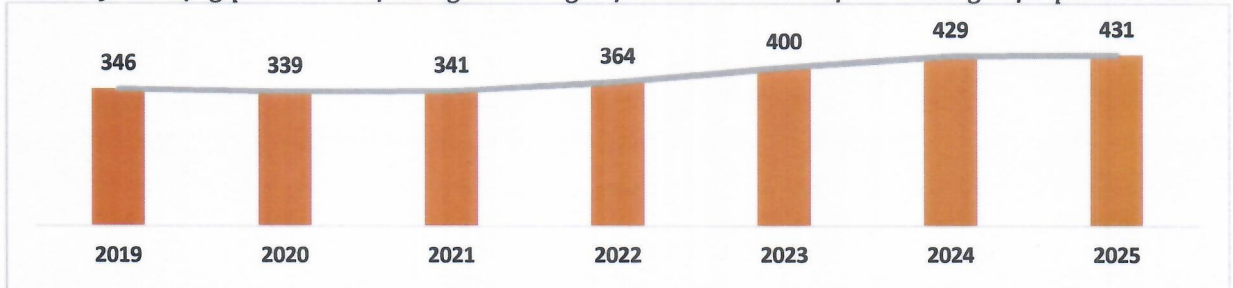
Đơn vị: Tỷ VND

**Biểu đồ 2: Tổng Lợi nhuận sau thuế Công ty PNJ qua các năm**  
 PNJ hoàn thành xuất sắc kế hoạch LNST – Đạt 144% kế hoạch lợi nhuận



Đơn vị: Tỷ VND

**Biểu đồ 3: Số lượng cửa hàng Công ty PNJ qua các năm**  
 PNJ chủ động phát triển hệ thống cửa hàng một cách có chiến lược – Gia tăng hiệu quả điểm bán



Đơn vị: số lượng cửa hàng

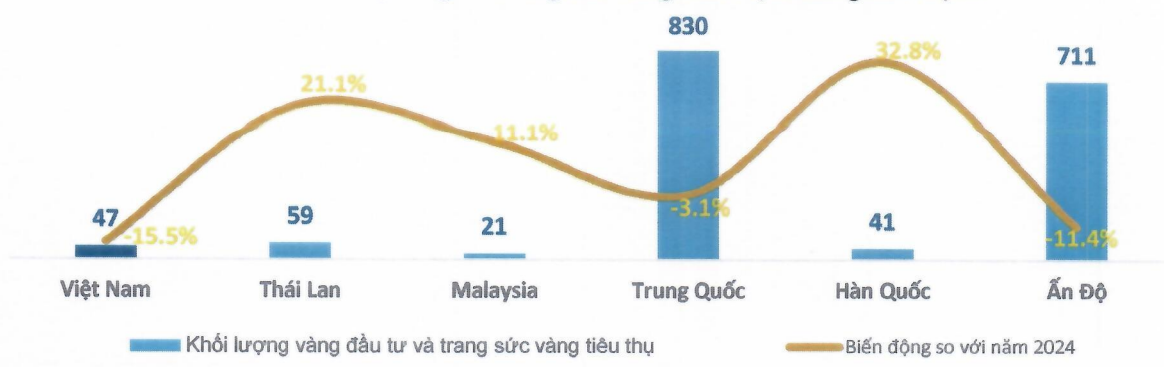
**Biểu đồ 4: Giá trị thương hiệu của Công ty PNJ theo Brand Finance**  
 PNJ được Brand Finance xếp vào “Top 10 Thương hiệu Việt Nam mạnh nhất năm 2025”



Nguồn: Brand Finance. Đơn vị: Triệu USD

**Biểu đồ 5: Mức tiêu thụ vàng và trang sức vàng của Việt Nam năm 2025**

*Mức tiêu thụ vàng và trang sức vàng của Việt Nam giảm mạnh*



Nguồn: World Gold Council. Đơn vị: tấn

**Biểu đồ 6: Mức tiêu thụ trang sức vàng tại Việt Nam năm 2025**

*Mức tiêu thụ Trang sức vàng tại Việt Nam giảm sâu hơn nhiều quốc gia khác trong khu vực châu Á*



Nguồn: World Gold Council. Đơn vị: tấn

## 2. Lợi nhuận gộp

Trong năm 2025, lợi nhuận gộp của PNJ đạt mức tăng trưởng ấn tượng cả về giá trị tuyệt đối và biên lợi nhuận gộp. Cụ thể, lợi nhuận gộp Công ty đạt 7.684 tỷ đồng, tăng 15,1% so với cùng kỳ. Biên lợi nhuận gộp tăng đáng kể, đạt 22,0% so với mức 17,6% cùng kỳ năm 2024. Biên lợi nhuận gộp thay đổi chủ yếu nhờ:

- i. Sự thay đổi trong cơ cấu doanh thu. Cụ thể, tỷ trọng doanh thu từ trang sức bán lẻ đạt 69,6%, tăng 11,2% so với mức 58,3% trong năm 2024;
- ii. Giá trị thu hồi trong việc xử lý hàng hóa mua lại tăng so với cùng kỳ trong bối cảnh giá vàng tăng;
- iii. PNJ kiểm soát hiệu quả chi phí, ứng phó linh hoạt, tối ưu hiệu quả kinh doanh.

## 3. Chi phí bán hàng và quản lý doanh nghiệp

Dựa trên nền tảng của các hoạt động tối ưu vận hành liên tục được củng cố trong những năm trước, PNJ tiếp tục tiến hành một loạt các đổi mới và tự cải cách để Tái Tạo chính mình để đạt hiệu quả về sử dụng chi phí và đầu tư tốt hơn. Trong năm, công ty đã tối ưu hoạt động mở mới cửa hàng và gia tăng hiệu quả khai thác cửa hàng hiện hữu một cách chiến lược. Đồng thời, công ty gia tăng hiệu quả đầu tư các hoạt động nhận diện thương hiệu và nâng cao trải nghiệm khách

hàng tại các điểm bán. Kết quả, chi phí bán hàng và quản lý doanh nghiệp trên lợi nhuận gộp giảm từ 60,0% năm 2024 về mức 54,0% trong năm 2025. Song song, giá trị thương hiệu theo Brand Finance tiếp tục tăng trưởng tốt, đạt 523 triệu USD, tăng 9% so với năm trước. PNJ lần đầu tiên lọt Top 10 thương hiệu Việt Nam mạnh nhất. Đây là nền tảng giúp công ty tiếp tục khai thác tốt tiềm năng của thị trường trong dài hạn.

#### 4. Lợi nhuận sau thuế

Trước sức nóng của thị trường từ nhiều phía, bản lĩnh và sự quyết tâm của đội ngũ PNJ được tôi luyện để khai thác sức mạnh từ “Chất Vàng” của con người PNJ – Nỗ lực hết mình hướng tới kết quả vượt trội. Lợi nhuận sau thuế của PNJ tăng trưởng vượt bậc, đạt 2.828 tỷ đồng - tăng 34% so với năm 2024 và hoàn thành 144% kế hoạch năm. Biên lợi nhuận sau thuế trên doanh thu thuần tăng từ 5,6% lên 8,1% trong năm 2025. Đây là mức lợi nhuận kỷ lục trong lịch sử 37 năm hoạt động của công ty PNJ. Kết quả này một lần nữa minh chứng rõ nét cho sự trưởng thành của đội ngũ và tinh thần quyết chiến – quyết thắng của con người PNJ trước những thách thức của thị trường.

#### 5. Thương hiệu PNJ ghi dấu với những giải thưởng lớn và uy tín trong nước và quốc tế.

Bên cạnh kết quả ấn tượng về mặt tài chính, PNJ cũng ghi dấu với nhiều thành tích nổi bật trong các khía cạnh khác nhau, phản ánh sự tăng trưởng bền vững và sức khỏe toàn diện của PNJ. Các Giải thưởng nổi bật cụ thể như sau:



#### 6. Đánh giá hoạt động kinh doanh của các công ty thành viên

##### ❖ Công ty TNHH Một Thành Viên Chế tác và Kinh doanh trang sức PNJ (“PNJP”)

- **Vốn điều lệ:** 500 tỷ đồng
- **Tỷ lệ sở hữu của PNJ:** 100%
- **Ngành nghề kinh doanh chính:** Chế tác và kinh doanh trang sức

Năm 2025 ghi nhận nhiều thách thức đối với thị trường kinh doanh sỉ. Trong bối cảnh giá vàng tăng, nhu cầu tiêu thụ của thị trường này cũng bị tác động lớn. Với những nỗ lực điều chỉnh danh

mục phù hợp với nhu cầu thị trường, doanh thu trang sức bán sỉ của PNJP vẫn duy trì mức tăng trưởng 2% so với cùng kỳ.

Quan trọng hơn, năm 2025 PNJP đã triển khai nhiều chương trình để củng cố toàn diện các nền tảng doanh nghiệp từ nâng cao hiệu quả vận hành toàn chuỗi giá trị, nghiên cứu các công nghệ sản xuất mới đến phát triển và mở rộng mạng lưới khách hàng để phát triển một cách bền vững. Đây là nền tảng vững chắc cho giai đoạn phát triển tiếp theo bền vững và hiệu quả hơn.

❖ **Công ty TNHH Một Thành Viên Thời Trang CAO (“CAF”)**

- **Vốn điều lệ:** 211 tỷ đồng
- **Tỷ lệ sở hữu của PNJ:** 100%
- **Ngành nghề kinh doanh chính:** Kinh doanh trang sức

Năm 2025, CAF tập trung nâng cao hình ảnh và giá trị thương hiệu với bộ nhận diện thương hiệu mới "Symbol of Connections" - Biểu tượng của sự kết nối, mở ra bước chuyển mình mạnh mẽ, gắn kết những giá trị di sản và nghệ thuật với thế giới đương đại. Trong năm, CAF đã giới thiệu nhiều bộ sưu tập ấn tượng như Mobius, Spectrum và Origina tại các sự kiện lớn trong nước và quốc tế như Wedding Symphony 2025 và The Dream Voyage Wedding Fair 2025.

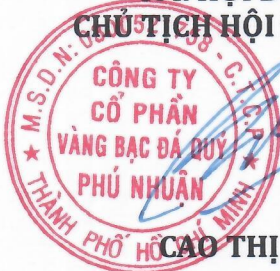
Song song, CAF tiếp tục phát triển dịch vụ thiết kế riêng CAO Bespoke phục vụ nhu cầu cá nhân hoá dành riêng cho từng khách hàng và tiếp tục nâng cao chất lượng dịch vụ và nâng cấp hệ thống cửa hàng đẳng cấp nhằm gia tăng hiệu quả bán hàng bền vững. Nhờ đó, doanh thu CAF đã tăng trưởng khá tốt trong 2025, từng bước khẳng định vị thế vươn tầm của một thương hiệu trang sức cao cấp Việt Nam trên bản đồ nghệ thuật kim hoàn thế giới.

❖ **Công ty TNHH Một Thành Viên Giám định PNJ (“PNJLab”)**

- **Vốn điều lệ:** 10 tỷ đồng
- **Tỷ lệ sở hữu của PNJ:** 100%
- **Ngành nghề kinh doanh chính:** Tư vấn và giám định vàng, bạc và đá quý

Trong bối cảnh thị trường trang sức và đá quý có nhiều khó khăn trong năm 2025, PNJLab đã chủ động thực hiện nhiều hoạt động tối ưu trên nền tảng các cải tiến đã triển khai trong những năm qua. PNJLab tập trung củng cố hệ thống kiểm định theo hướng ngày càng đồng bộ với các chuẩn mực quốc tế, qua đó gia tăng mức độ tin cậy và minh bạch của kết quả kiểm định. Đồng thời, PNJLab cũng di dời địa điểm công ty để tối ưu hiệu quả hoạt động và phù hợp với nhu cầu khách hàng.

Lợi nhuận của công ty vẫn duy trì đà tăng trưởng trong năm 2025. PNJLab từng bước khẳng định vai trò trong hệ sinh thái của PNJ và vị thế trên thị trường kiểm định của Việt Nam.

TM. HỘI ĐỒNG QUẢN TRỊ  
CHỦ TỊCH HỘI ĐỒNG QUẢN TRỊ *Thao*  
  
CAO THỊ NGỌC DUNG