

CẬP NHẬT ANALYST MEETING PNJ QUÝ IV/2023

1. Thông tin cập nhật

- Quý IV/2023, PNJ ghi nhận doanh thu 9,760 tỷ đồng, tăng trưởng 17.6% so với cùng kỳ. Lợi nhuận gộp đạt 1,751 tỷ đồng tương ứng biên lợi nhuận gộp đạt 17.9%. Lợi nhuận sau thuế quý IV/2023 đạt 632 tỷ đồng, tăng 34.4% so với quý IV/2022.
- Lũy kế cả năm 2023, PNJ ghi nhận doanh thu 33,137 tỷ đồng, giảm 2.2% so với cùng kỳ và hoàn thành 93.1% kế hoạch năm. Đáng chú ý biên lợi nhuận gộp ghi nhận sự cải thiện khi tăng 2.2% so với cùng kỳ đạt 6,059 tỷ đồng nhờ sự chuyển dịch trong cơ cấu sản phẩm bán hàng. Cụ thể, doanh số bán vàng 24K của PNJ tăng gần 21% và chiếm khoảng 31.5% cơ cấu doanh thu vào cuối năm 2023, cải thiện so với mức 25.3% vào cuối năm 2022. Trong khi đó, doanh thu vàng bán lẻ tiếp tục chiếm tỷ trọng cao nhất trong cơ cấu doanh thu của PNJ vào cuối năm 2023 với 58.2% trong khi con số này của mảng bán sỉ là 8.6%, giảm nhẹ từ mức 12% của năm 2022. Kết thúc năm 2023, PNJ báo lãi sau thuế 1,971 tỷ đồng, tăng trưởng 8.9% so với cùng kỳ và vượt 2% so với kế hoạch năm 2023 đã được ĐHCĐ thông qua.

2. Câu hỏi Q&A

- **Nguyên nhân giúp KQKD quý IV/2023 cải thiện?** Chương trình marketing tiếp cận được các nhóm khách hàng mới hoàn toàn (chủ yếu là các khách hàng trẻ ở nông thôn) với mức tăng trưởng một chữ số; đồng thời tỷ lệ khách hàng quay trở lại cũng đạt mức cao. Cơ cấu sản phẩm cũng đa dạng hơn giúp giảm thiểu tác động tiêu cực từ sức mua tổng giảm đi (khoảng 20%). Đồng thời, PNJ thực hiện một số chương trình giúp tối ưu hóa chi phí trong quý IV/2023 giúp tốc độ tăng lợi nhuận cao hơn hẳn so với các quý trước.
- **Công ty có kế hoạch tăng vốn điều lệ trong tương lai hay không?** PNJ vẫn đang đi theo lộ trình nhiều năm và vẫn tiếp tục thực hiện kế hoạch từ các năm trước.
- **Biên lợi nhuận gộp có kỳ vọng cải thiện so với dữ liệu lịch sử không?** PNJ sẽ duy trì sự cân bằng trong việc duy trì tỷ lệ % lợi nhuận gộp cao khi các khách hàng cũ tăng cường mua các sản phẩm có biên gộp tốt hơn khi sức mua toàn nền kinh tế phục hồi. Đồng thời, với các sản phẩm có biên lợi nhuận gộp thấp, PNJ sẽ tăng cường thực hiện các biện pháp marketing để gia tăng số lượng sản phẩm bán được giúp cải thiện lợi nhuận gộp về mặt con số.
- **Kịch bản năm 2024:** PNJ sẽ tiếp tục quan sát sức mua của thị trường trong các mốc quan trọng sắp tới như ngày vía thần tài, ngày 14/2 để lên các kịch bản kinh doanh (dự kiến trình ĐHCĐ vào tháng 4). Trong điều kiện sức mua thị trường hồi phục thuận lợi, PNJ sẽ tập trung vào việc khai thác tiềm năng từ các khách hàng (nằm trong cơ sở dữ liệu đã lưu trữ sẵn của công ty). Trong trường hợp sức mua tiếp tục sụt giảm, PNJ sẽ tiếp tục chiến lược marketing vào các thị trường ngách và thực hiện tiết giảm các chi phí để tiếp tục duy trì sự thành công như năm 2023.
- **Biện pháp tối ưu hiệu quả vận hành trong năm 2023:** PNJ đã tiến hành tối ưu các chi phí và thực hiện các sáng kiến kinh doanh, từ các khâu như sản xuất đến tiến hành lập chiến lược để trữ hàng tồn kho trong bối cảnh giá vàng liên tục biến động mạnh.
- **Tiến trình mở rộng thị phần tại miền Bắc:** đây là khu vực PNJ ghi nhận tốc độ tăng trưởng tốt nhất trong năm 2023 do sức mua tại thị trường miền Bắc ghi nhận khả năng hấp thụ tốt hơn so với các thị trường

còn lại. Do vậy, PNJ sẽ tiếp tục đầu tư mạnh vào thị trường này bất chấp cơ cấu doanh thu tại thị trường miền Bắc vẫn chiếm tỷ trọng thấp.

- **Dự địa mở rộng thị phần của PNJ:** dự địa mở rộng là rất lớn, tỷ lệ người dân ở hữu vàng của VN vẫn ở mức rất thấp so với các quốc gia trong khu vực như Thái, Sing, v.v... Bên cạnh đó, đặc thù của ngành trang sức có thể cho phép khách hàng mua các loại sản phẩm khác nhau tùy vào điều kiện kinh tế tại từng thời điểm. Ví dụ, anh A vào năm 2023 mua sản phẩm vàng, nhưng sang năm tiếp theo kinh doanh thuận lợi nên upgrade sản phẩm mua, chuyển sang mua một bộ sản phẩm kim cương. Do vậy, “room” để cải thiện doanh thu và thị phần của PNJ rất khác so với câu chuyện thị phần bị chững lại và hạn chế đà tăng trưởng như ngành sữa của VNM.