

7M 2022 BUSINESS RESULTS



• In 7M'22, TLG recorded consolidated revenue of more than **VND2.2tn, up 35% YoY**. Profit after tax reached more than **VND357bn, up 83% YoY**.

• In July 2022 alone, TLG's net revenue grew by **62% YoY** and profit after tax increased by **195% YoY**. At this time last year, the COVID-19 epidemic was tense in Vietnam and the rest of the World, leading to modest business results of TLG. In 2022, economies have

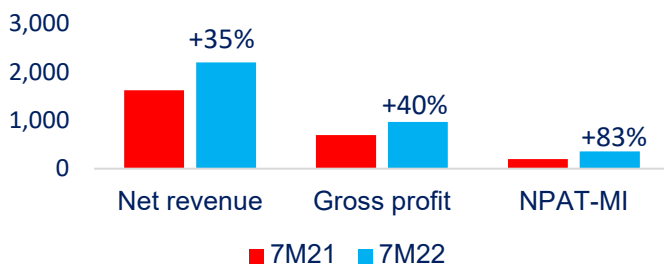
gradually recovered, and students are preparing to go back to schools in September which has boosted demand for Thien Long's products in both domestic and export markets.

- TLG's gross margin in 7M'22 increased to 44% compared to 42.7% in the same period last year. Net margin also rose to 16.2% from 12%.
- Towards the Back2school sales, from the end of Q2'22, TLG has promoted marketing projects for selected brands. Among all, Colokit brand will launch the **Mega Color Event** – the largest family event ever of TLG on **September 1 - 4, 2022**, expecting to attract a large number of participations of kids and parents, besides increasing the local awareness of Colokit brand. Marketing expenses, accordingly, will gradually increase over the next two quarters.

KẾT QUẢ KINH DOANH 7T 2022

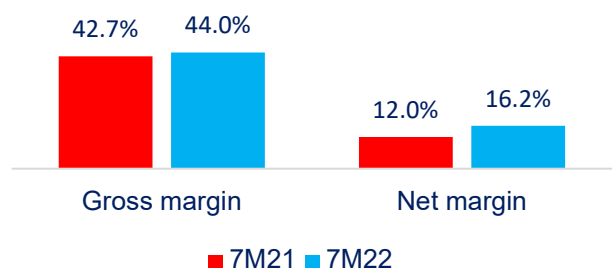
- Trong 7T 2022, TLG ghi nhận doanh thu hợp nhất hơn **2,2 nghìn tỷ đồng, tăng trưởng 35%** so với cùng kỳ năm 2021. Lợi nhuận sau thuế đạt **hơn 357 tỷ đồng, tăng trưởng 83%** so với cùng kỳ năm ngoái.
- Tính riêng T7 2022, doanh thu thuần của TLG **tăng trưởng 62%** và lợi nhuận sau thuế **tăng 195%**. Tại thời điểm này năm ngoái, tình hình dịch COVID-19 căng thẳng cả ở trong và ngoài nước, dẫn đến kết quả kinh doanh kém khả quan. Năm 2022, các nền kinh tế đều dần phục hồi, học sinh và sinh viên chuẩn bị đi học lại đã đẩy mạnh nhu cầu cho các sản phẩm của Thien Long ở cả hai thị trường nội địa và xuất khẩu.
- Biên lãi gộp của TLG trong 7T 2022 tăng lên 44% so với 42,7% trong cùng kỳ năm ngoái. Biên lãi thuần cũng tăng lên 16,2% từ mức 12%.
- Tiến tới mùa cao điểm bán hàng Back2school, từ cuối Q2, TLG đã xúc tiến đầu tư marketing các thương hiệu của Tập đoàn. Trong số đó, nhãn hàng Colokit sẽ ra mắt sự kiện **Ngày hội sắc màu** dành cho gia đình lớn nhất từ trước tới nay của TLG vào **01 - 04/09/2022**, kỳ vọng thu hút sự tham gia của nhiều em nhỏ và ba mẹ, bên cạnh đó tăng độ nhận diện của thương hiệu Colokit với người tiêu dùng trong nước. Chi phí marketing, theo đó, sẽ tăng dần trong hai quý tới.

Revenue and Profits (YTD) (VND bn)



Source: TLG

Margins (YTD)



Source: TLG