

HNI: Doanh thu giảm, May Hữu Nghị vẫn đạt 82% kế hoạch lợi nhuận sau nửa đầu năm

CTCP May Hữu Nghị (Mã: HNI | Sàn: UPCOM)

1. Kế hoạch kinh doanh 2025 và kết quả 6 tháng đầu năm

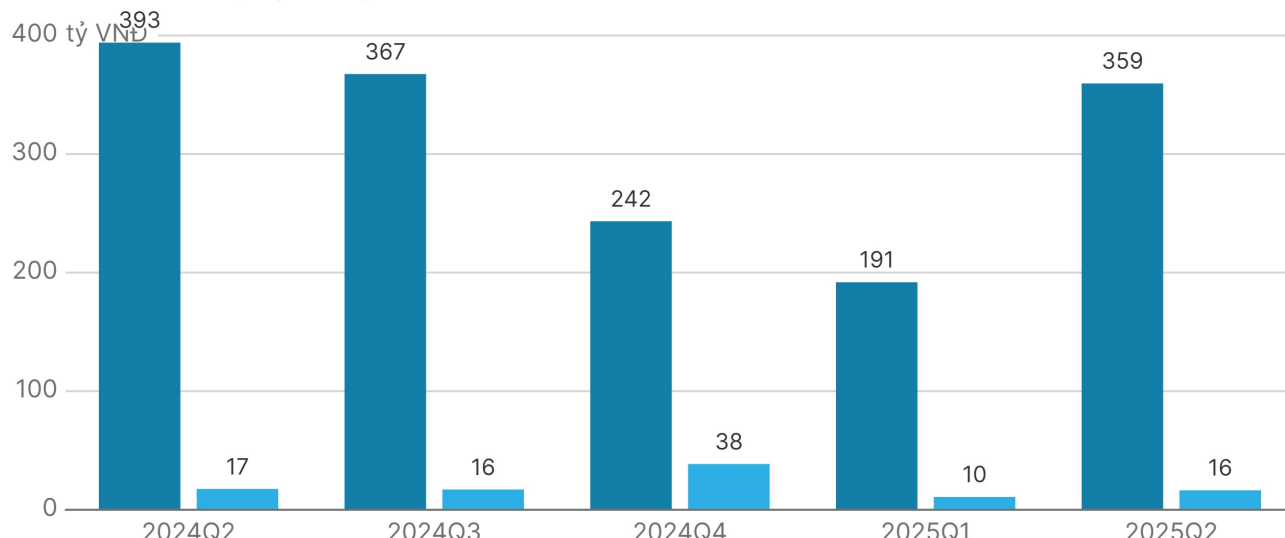
🚩 Mục tiêu 2025:

Chỉ tiêu	Giá trị
Doanh thu	952 tỷ đồng
Lợi nhuận trước thuế	31 tỷ đồng

🚩 Kết quả kinh doanh Q2/2025:

Chỉ tiêu	Giá trị	So với cùng kỳ 2024
Doanh thu thuần	358.67 tỷ đồng	-9.5%
Lợi nhuận sau thuế	15.5 tỷ đồng	-7.2%
Giá vốn	316 tỷ đồng	+89.2%

Doanh thu thuần, Lợi nhuận sau thuế (HNI)



Nguồn, tổng hợp: BCTC HNI, fireant.vn.

📌 Kết quả kinh doanh 6 tháng 2025:

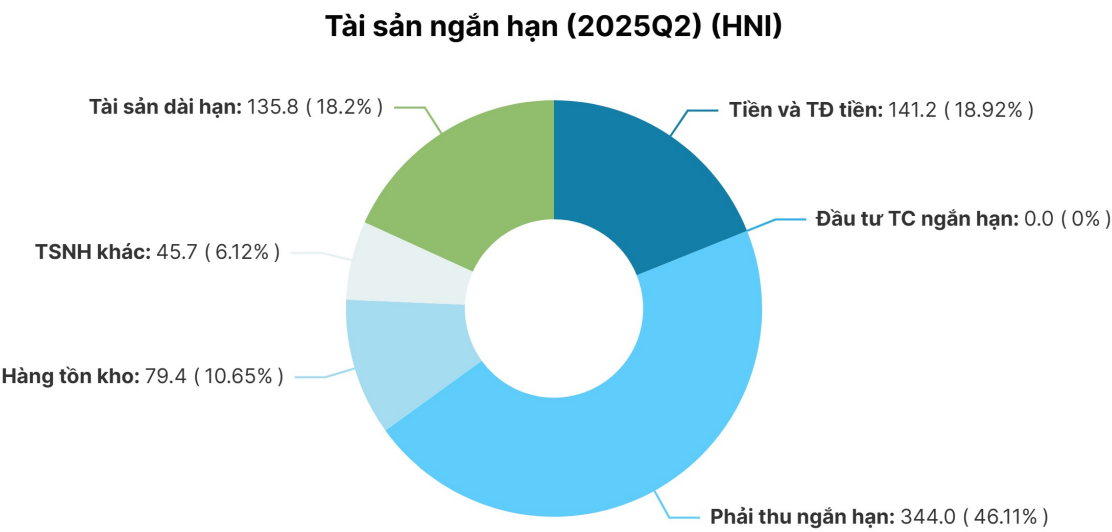
Chỉ tiêu	Giá trị	So với cùng kỳ 2024
Doanh thu thuần	549.6 tỷ đồng	-4.2%
Lợi nhuận sau thuế	25.48 tỷ đồng	100%

👉 Doanh nghiệp đạt **57.7%** chỉ tiêu doanh thu và **82%** kế hoạch lợi nhuận sau nửa đầu năm

2. Tình hình tài chính tại ngày 30/06/2025

📌 Tổng tài sản: hơn **746** tỷ đồng, không thay đổi so với đầu năm. Trong đó:

- Phải thu ngắn hạn: **315** tỷ đồng, chiếm **42.2%** tổng tài sản – chủ yếu từ khách hàng Columbia (**300** tỷ đồng).

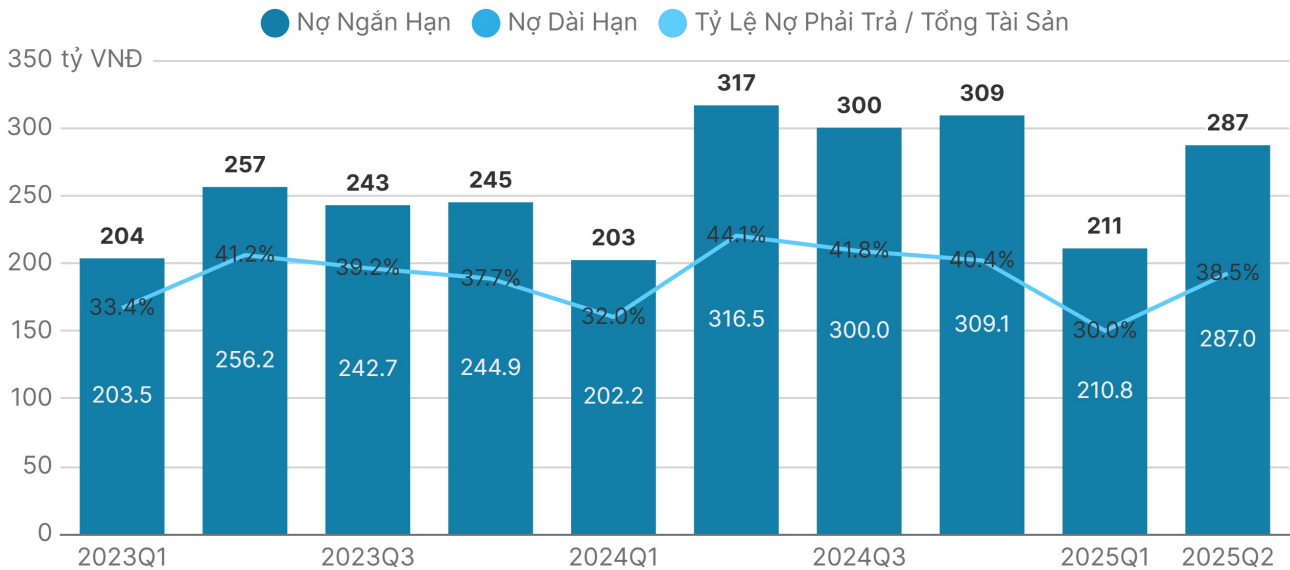


Nguồn, tổng hợp: BCTC HNI, fireant.vn.

📌 Nợ phải trả: hơn **287** tỷ đồng, tăng **3.4%**. Trong đó:

- Phải trả người bán ngắn hạn: **31.42** tỷ đồng (giảm **23.3%**)
- Người mua trả trước: **30** tỷ đồng
- Thuế và phí nộp Nhà nước: **10** tỷ đồng
- Lương phải trả cho người lao động: gần **148** tỷ đồng – chiếm một nửa tổng nguồn vốn

Nợ phải trả (HNI)



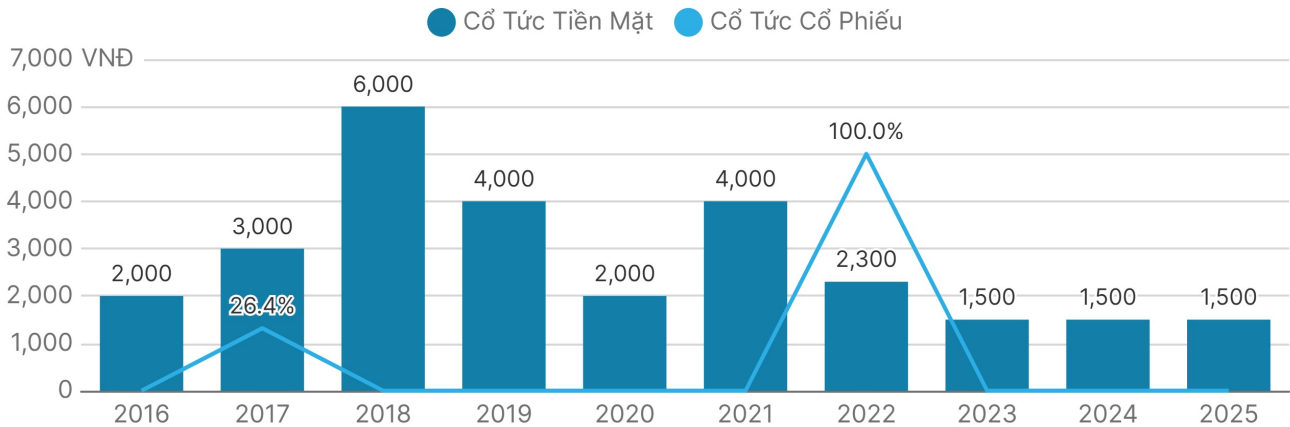
Nguồn, tổng hợp: BCTC HNI, fireant.vn.

3. Chia cổ tức

Ngày 05/06/2025, May Hữu Nghị thực hiện đợt thanh toán cổ tức bằng tiền năm 2024:

- Tỷ lệ: **15%** (1,500 đồng/cp)
- Tổng chi: **35.6 tỷ đồng** để thanh toán

Cổ tức hàng năm



Nguồn, tổng hợp: HNI, fireant.vn.

4. Bối cảnh ngành dệt may & chiến lược

- Xuất khẩu dệt may Việt Nam 6T/2025: gần **22** tỷ USD, tăng **10%**.
 - Xuất khẩu sang Mỹ: **8.77** tỷ USD (**+17.1%**)
 - Sang EU: **2.36** tỷ USD (**+14.8%**)
 - Sang Nhật: **2.24** tỷ USD
- Ngành dệt may có dấu hiệu **hồi phục nhưng không đồng đều**:
 - **6T đầu năm**: ổn định
 - **6T cuối năm**: đơn hàng ngắn, ít, giá thấp hơn **5–10%**
 - Nguồn hàng từ khách hàng truyền thống cung cấp được **60%** còn lại là tìm kiếm từ khách hàng mới.
 - Thị trường ngành dệt may toàn cầu có khả năng tốt hơn, song phần lớn đơn hàng cung cấp từ Mỹ, Canada, Nhật và Trung Quốc có đơn giá thấp và số lượng ít
- Chiến lược xuất khẩu 2025:
 - **65%** vào Mỹ và EU
 - **25%** gia công & xuất sang Nhật
 - **10%** tiêu thụ nội địa