

# KẾT QUẢ KINH DOANH NĂM 2018

## HỆ SINH THÁI TRUYỀN THÔNG SỐ TOÀN CẦU

# Thống kê giao dịch YEG

## Thông tin cổ phiếu

<b>Ngành nghề</b>	Truyền thông công nghệ
<b>Mã cổ phiếu</b>	YEG
<b>Sàn niêm yết</b>	HOSE
<b>Khối lượng cổ phiếu đang lưu hành</b>	31.279.968
<b>Vốn hóa thị trường</b>	7.382 tỷ đồng / 314 triệu USD
<b>KLGD/ngày (1 tháng)</b>	8.083
<b>Tỉ lệ cổ phiếu tự do chuyển nhượng (%)</b>	33,51%
<b>% nước ngoài sở hữu</b>	45,22%
<b>Giới hạn sở hữu nước ngoài (%)</b>	100,0%
<b>Phát hành cổ phiếu thưởng (1:2)</b>	Dự kiến Tháng 4/2019
<b>CTCK theo dõi</b>	HSC, SSI
<b>Rủ chỉ số được thêm vào</b>	MSCI Frontier Markets Small Cap

## BIỂU ĐỒ GIÁ



Nguồn: Bloomberg, giá đóng cửa ngày 25/01/2019

# Cấu trúc của Tập đoàn Yeah1



## Mảng truyền thông truyền thống

- Sở hữu và vận hành 4 kênh ti vi hàng đầu Việt Nam



- Các kênh truyền hình phủ sóng toàn quốc
- Yeah1 TV, Yeah1 Family, iMovie TV & UM Channel



- Nội dung tập trung vào giới trẻ và gia đình

- Đơn vị sản xuất và đầu tư phim chiếu rạp có tốc độ tăng trưởng nhanh nhất Việt Nam



- Quy trình làm phim khép kín từ đầu tư, sản xuất, quảng bá và phân phối phim



- Đại lý mua bán quảng cáo trên ti-vi đứng đầu Việt Nam
- Đại diện cho 16 kênh truyền hình khắp cả nước

## Mảng truyền thông kỹ thuật số



- Hệ thống đa kênh YouTube đứng đầu châu Á
- 3.000+ kênh YouTube, 610 triệu người đăng ký và hơn 6,9 tỷ lượt xem hàng tháng



- 3 nút kim cương, 122 nút vàng và 919 nút bạc
- Thâm nhập mạnh mẽ ở thị trường Mỹ và Mỹ Latinh thông qua ScaleLab



- Mạnh về hệ thống quản lý người có ảnh hưởng lớn

- Đơn vị xuất bản nội dung số



- Vận hành Netlink, **1 trong tổng số 35** đối tác xuất bản chính thức của Google

- Khai thác mạng quảng cáo toàn cầu WAP dưới quản lý của đơn vị Webface

- 1.300+ đối tác xuất bản nội dung số

- 4,0 tỷ lượt xem hàng tháng

## Mảng thương mại truyền thông

- Dự án liên doanh với AKS Nhật Bản để mang mô hình nhóm nhạc thần tượng nữ về Việt Nam



- Buổi trình diễn đầu tiên đã diễn ra vào ngày 22/12/2018 và gặt hái được thành công lớn khi thu hút hơn 1.500 khán giả

- SGO48 được mời tham gia nhiều sự kiện lớn và sẽ có buổi công diễn nước ngoài đầu tiên trong tháng 1/2019

- Vườn ươm khởi nghiệp thông qua các chương trình nơi mà YEG thử nghiệm, nghiên cứu và đầu tư vào các ý tưởng mới hỗ trợ cho sự phát triển của YEG



- Giá trị cốt lõi của Yeah1 Ventures nằm ở việc không ngừng phát triển nội dung kỹ thuật số để nắm bắt thị hiếu người xem





Chúng tôi cung cấp  
cho các đối tác và  
đơn vị quảng cáo  
quyền truy cập độc  
nhất vào một trong  
những hệ sinh thái  
truyền thông số  
**LỚN NHẤT** toàn cầu

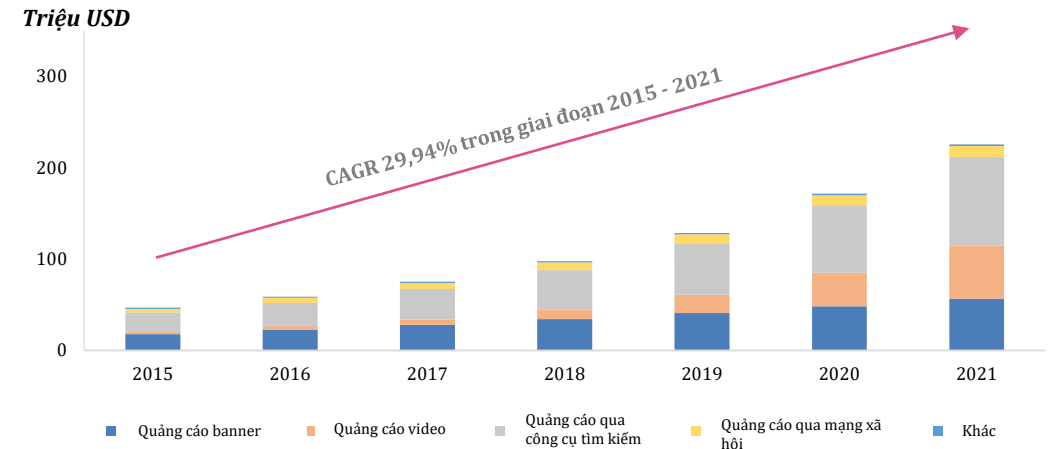


# Động lực hỗ trợ tầm nhìn của YEG

## ĐỘNG LỰC HỖ TRỢ NGÀNH

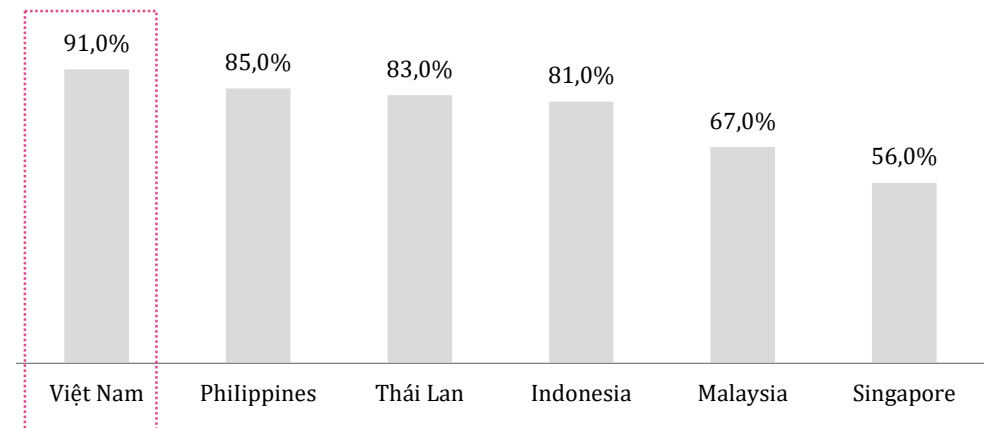
- ✓ Việt Nam có cơ cấu dân số trẻ, yêu thích truyền thông mạng xã hội cũng như **nhu cầu cao về nội dung và các chương trình giải trí**
- ✓ YEG là tập đoàn truyền thông **DUY NHẤT** ở Việt Nam hiện đang hoạt động với hệ sinh thái truyền thông hoàn thiện nhất với tầm ảnh hưởng đa dạng ở các nền tảng như TV, Phim chiếu rạp, Đại lý quảng cáo truyền hình, Video số và Quản lý xã hội và các tài năng trẻ
- ✓ Hiện tại, truyền thông kỹ thuật số mới chỉ đóng góp chưa đến 10% của tổng ngân sách quảng cáo ở Việt Nam, do đó, thị trường còn nhiều **địa điểm tăng trưởng tốt hơn** so với các thị trường các nước Đông Nam Á khác
- ✓ Các nhãn hàng cũng như các đại lý quảng cáo sẽ ngày càng **phụ thuộc vào kết quả phân tích từ cơ sở dữ liệu lớn** để đưa ra các chiến dịch quảng cáo tiếp thị phù hợp
- ✓ YEG là doanh nghiệp hoạt động trên **phạm vi toàn cầu thực thụ** với gần 75% doanh thu kỹ thuật số đến từ thị trường quốc tế và sẽ tiếp tục tận dụng lợi thế chi phí vận hành thấp ở thị trường Việt Nam để phát triển mạnh mẽ hơn

## BÙNG NỔ VỀ KỸ THUẬT SỐ Ở VIỆT NAM



Nguồn: Statista

## TỶ LỆ NGƯỜI DÙNG XEM VIDEO TRỰC TUYẾN



Nguồn: eMarketer

# Thị trường quảng cáo kỹ thuật số ở Mỹ

Trong năm 2018, video trực tuyến tiếp tục gia tăng thị phần cũng như dẫn đầu về tính đột phá, đứng đầu là YouTube

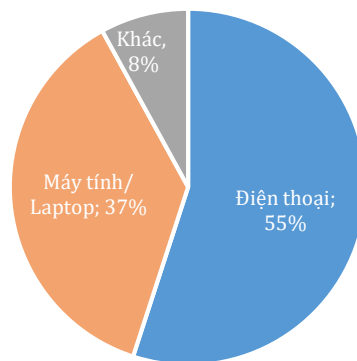
01 Người tiêu dùng xem video trên máy tính hàng ngày **70%**

02 Người tiêu dùng xem video trên điện thoại hàng ngày **67%**

03 Nhà xuất bản dự kiến tăng ngân sách cho video trên điện thoại ít nhất 25% **79%**

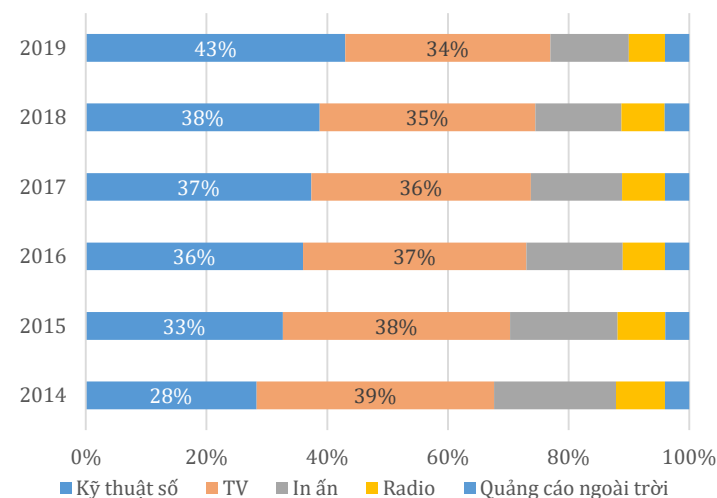
04 Đơn vị quảng cáo dự kiến tăng ngân sách cho video trên điện thoại ít nhất 25% **70%**

## Tiêu dùng kỹ thuật số bởi người lớn ở Mỹ

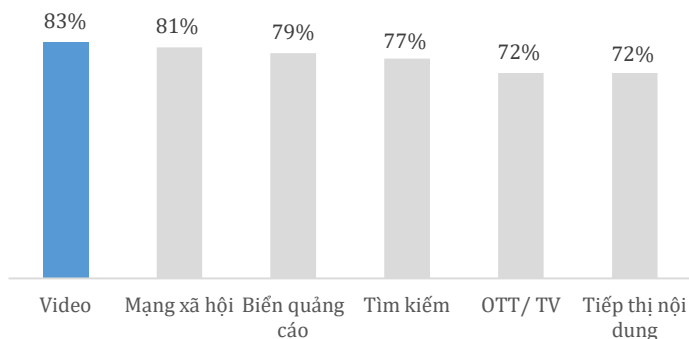


Người lớn ở Mỹ trung bình giành hơn 6 giờ hàng ngày trên các nền tảng kỹ thuật số

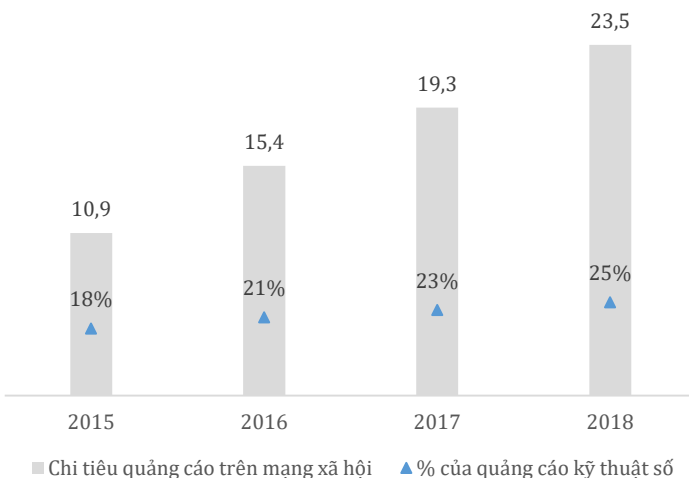
## Chi tiêu quảng cáo theo phương tiện truyền thông



## % người mua tăng tiêu dùng sau xem quảng cáo



## Chi tiêu quảng cáo trên mạng xã hội (tỷ USD)

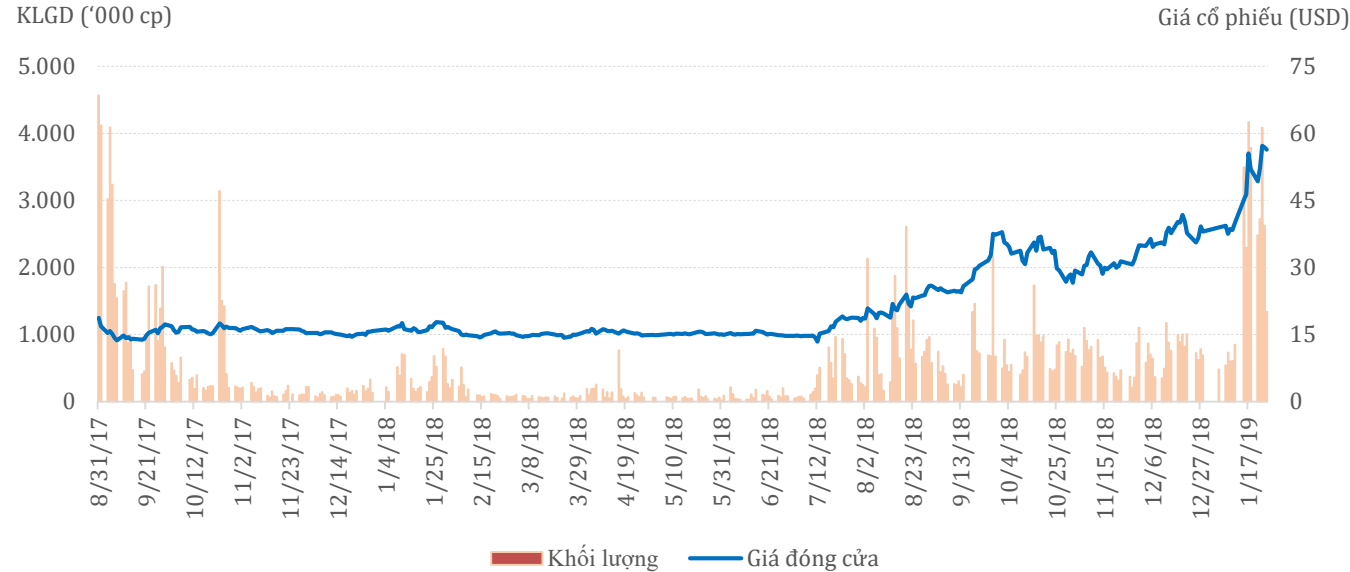




# Nhà đầu tư chú ý gì trong Truyền thông Số

UUUM là một Mạng đa kênh YouTube ở Nhật Bản có mô hình hoạt động tương tự với Yeah1 Network (Công ty con của YEG)

## Biểu đồ giao dịch của UUUM



Source: Bloomberg, @ 25 January 2019

## Thống kê giao dịch của UUUM

CHỈ TIÊU	GIÁ TRỊ
GIÁ ĐÓNG CỬA	56,4 USD/cp
VỐN HÓA	1.059 triệu USD
P/E	<b>272,81x</b>

## UUUM và Yeah1 Group

CHỈ TIÊU	UUUM	YEG
LƯỢT XEM	3,6 tỷ	6,9 tỷ
DOANH THU 2018	107,1 triệu USD	71,2 triệu USD
LNST 2018	3,7 triệu USD	7,7 triệu USD

## CÁC THƯƠNG VỤ SÁP NHẬP NỔI BẬT

### YouTube channels are selling for millions

And more are expected this year

By Chris Stokel-Walker | Jan 23, 2019, 8:20am EST

### Moonbug buys one of the world's biggest YouTube channels

News Desk, [bdnews24.com](http://bdnews24.com)

Published: 15 Sep 2018 04:20 PM BdST | Updated: 15 Sep 2018 04:20 PM BdST

### Sorrell's S4 Capital reveals prospectus to stock market: what you need to know

By Jennifer Faulk - 12 September 2018 09:40am

### Verizon to Acquire 24.5% Stake in AwesomenessTV for \$159 Million

DreamWorks Animation to remain majority owner, with Hearst holding remaining 24.5% stake

### RTL Takes Control of BroadbandTV with \$36 Million Investment

Media conglom, which owns FremantleMedia, plans series of investments in YouTube multichannel network company

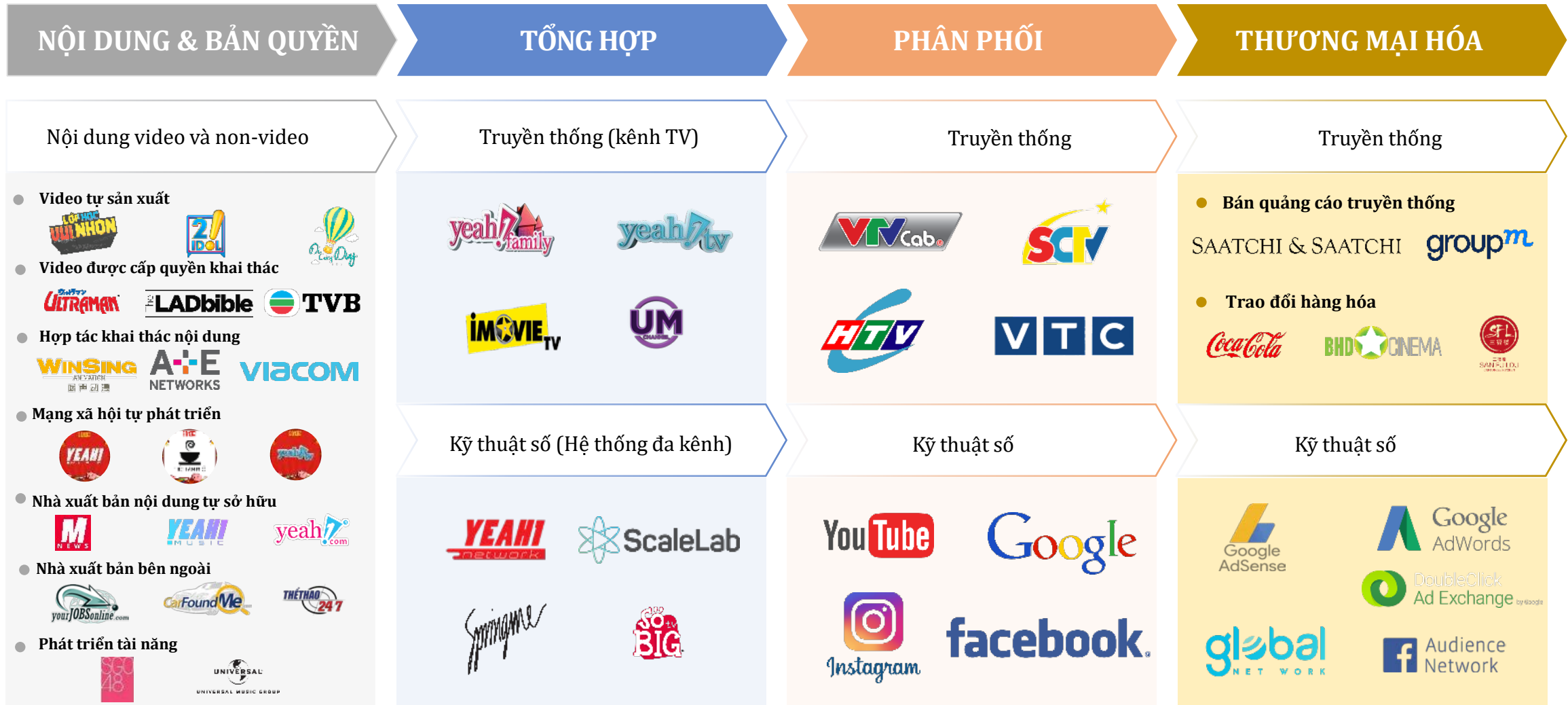


Y1N và VIMN đã hợp tác để phát hành các nội dung của Nickelodeon trên các nền tảng kỹ thuật số của YEG

---



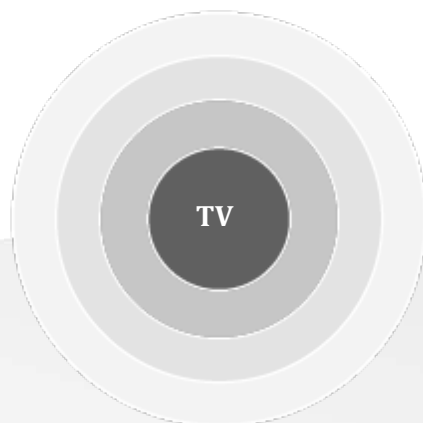
# Mô hình kinh doanh



Hoạt động của YEG bao phủ toàn bộ chuỗi giá trị từ sản xuất nội dung, phát triển cộng đồng, phân phối và khai thác thương mại

# Bốn chiến lược trụ cột

## TRUYỀN THỐNG



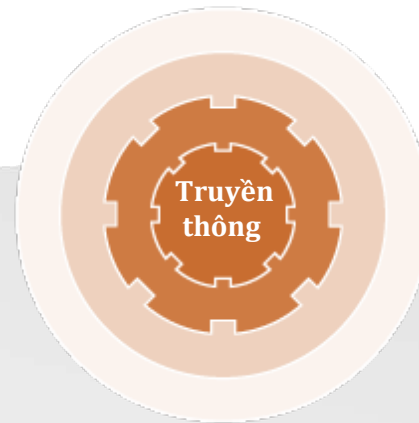
Các kênh truyền hình với mức độ nhận diện cao

## TRỰC TUYẾN



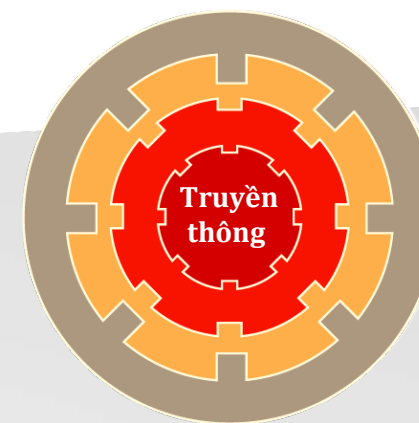
Tăng khả năng khai thác và liên tục cập nhật mô hình hoạt động kinh doanh

## NỘI DUNG



Nội dung là trọng nhất, đặc biệt là các nội dung độc quyền, trực tiếp và nội địa để xuất khẩu toàn cầu

## CÔNG NGHỆ & THÔNG TIN



Công nghệ & thông tin là thiết yếu trong việc thương mại hóa nội dung

Nuôi dưỡng

Mở rộng

Phát triển

Quy mô

Tương lai của nội dung trực tuyến và thương mại hóa các nội dung dựa vào khả năng phân tích xu hướng, thông tin và thói quen xem của người xem



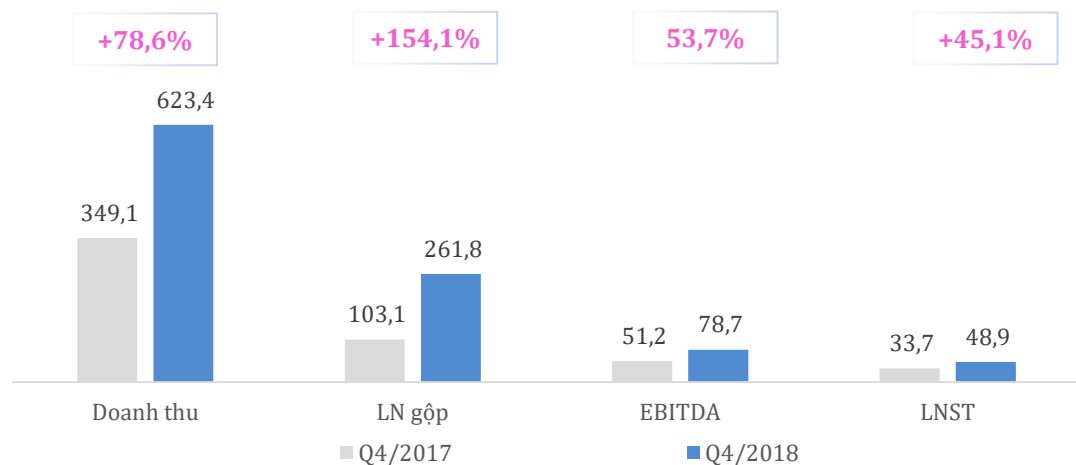


# KẾT QUẢ KINH DOANH NĂM 2018

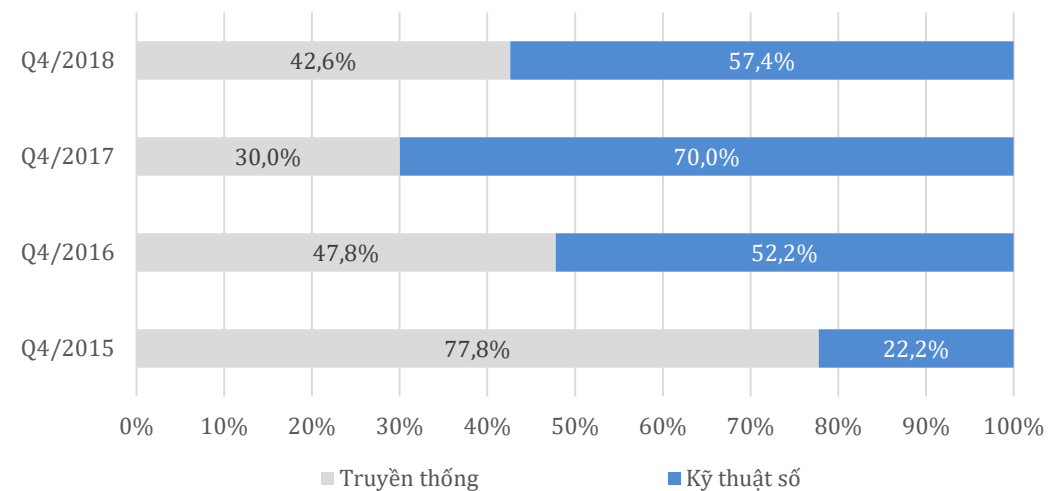


# KQKD quý 4/2018

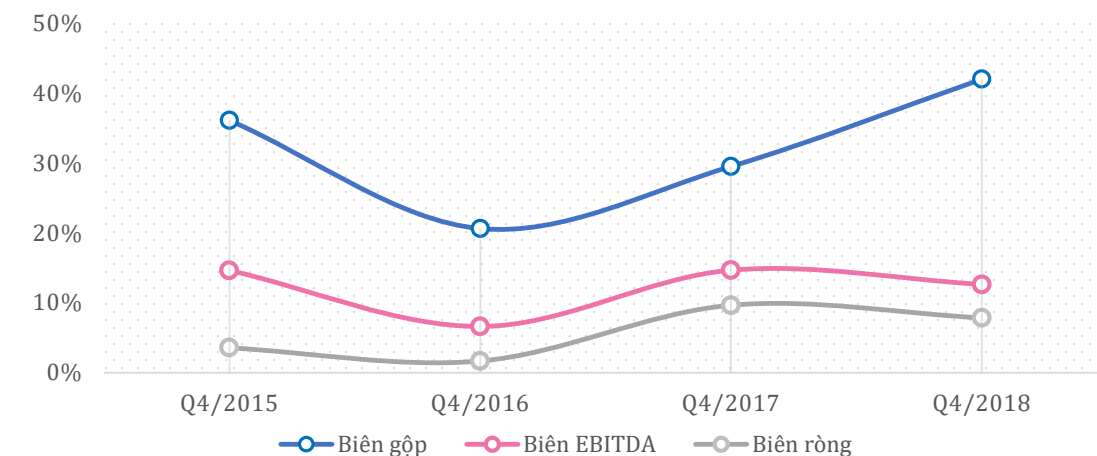
## Tóm tắt kết quả kinh doanh quý 4/2018 (tỷ đồng)



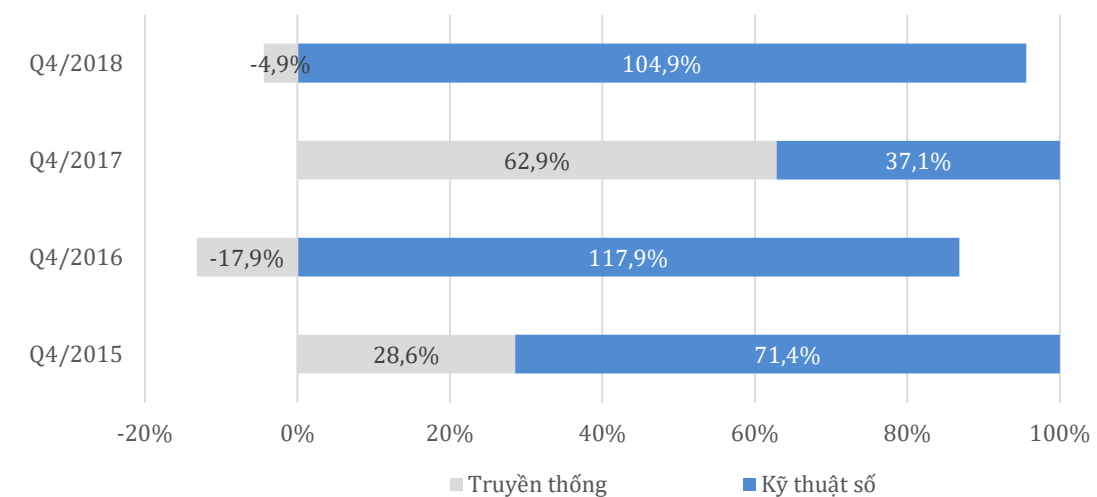
## Cơ cấu doanh thu thuần Q4 (%)



## Biên lợi nhuận Q4 (%)



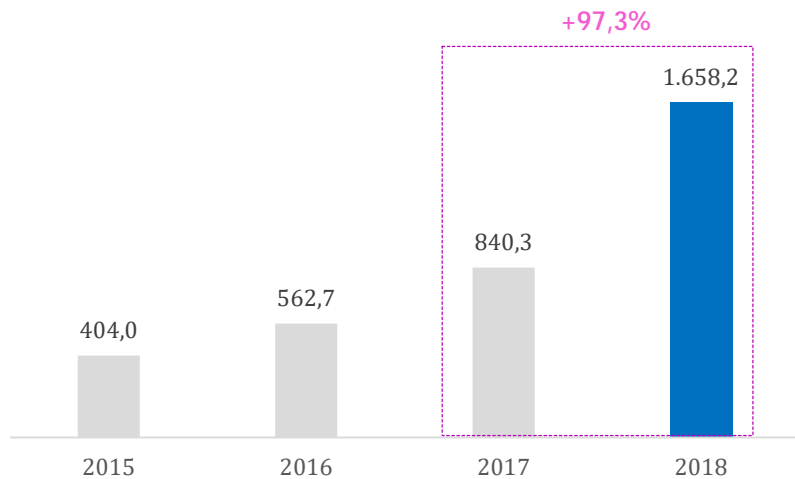
## Cơ cấu lợi nhuận ròng Q4 (%)



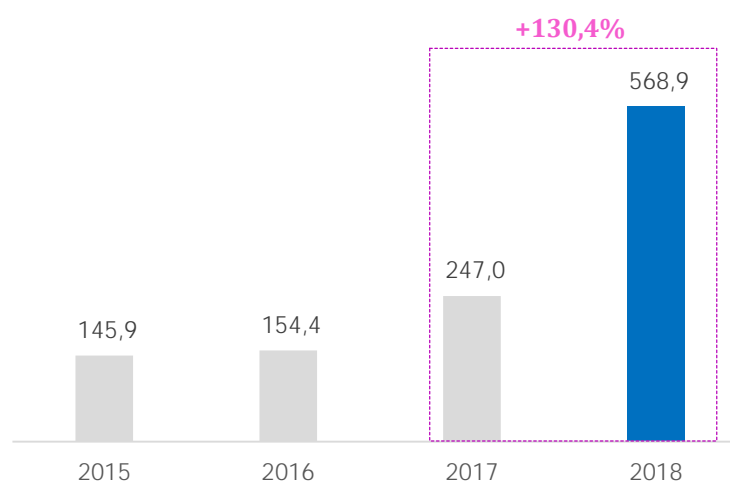


# KQKD năm 2018

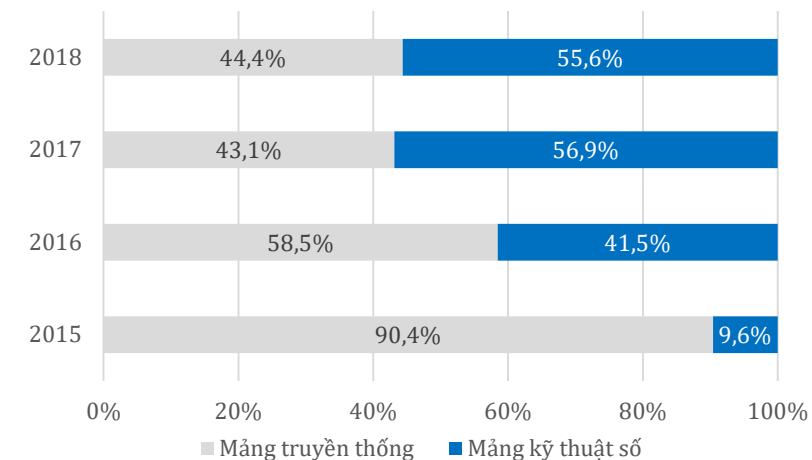
**Doanh thu thuần (tỷ đồng)**



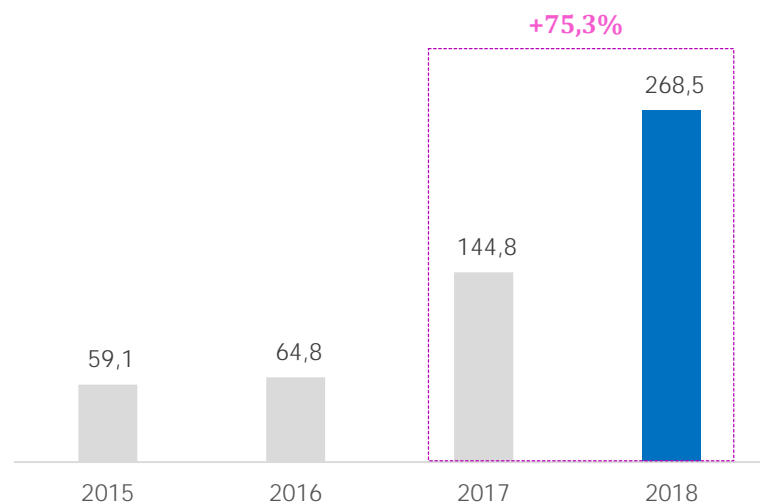
**LN gộp (tỷ đồng)**



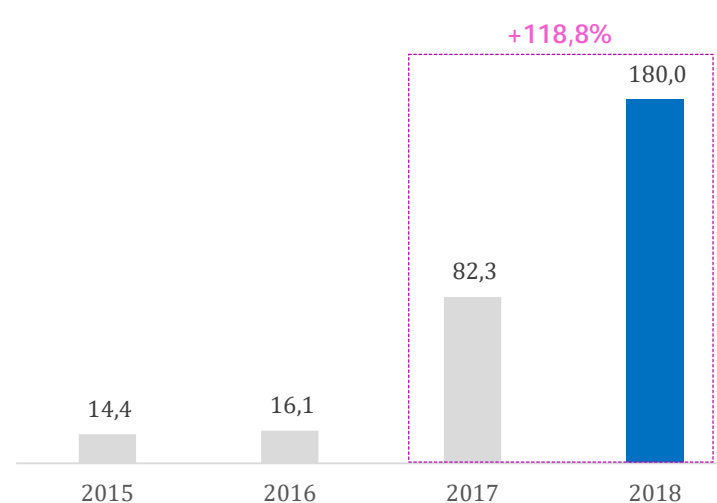
**Cơ cấu doanh thu thuần (%)**



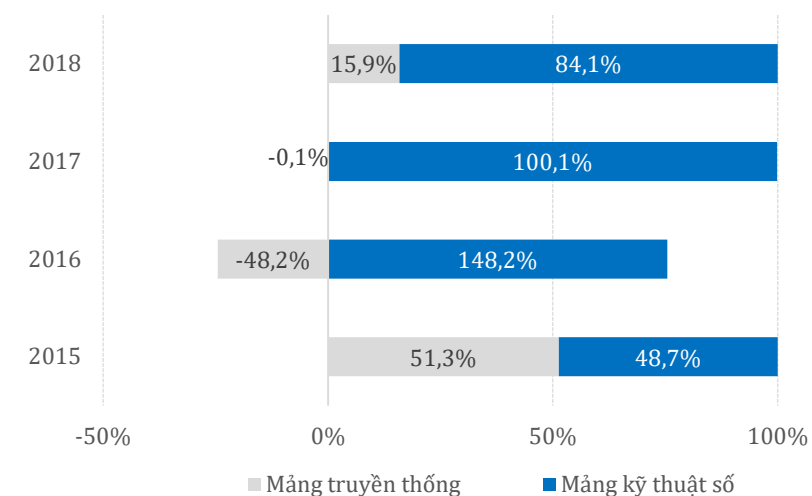
**EBITDA (tỷ đồng)**



**LNST (tỷ đồng)**

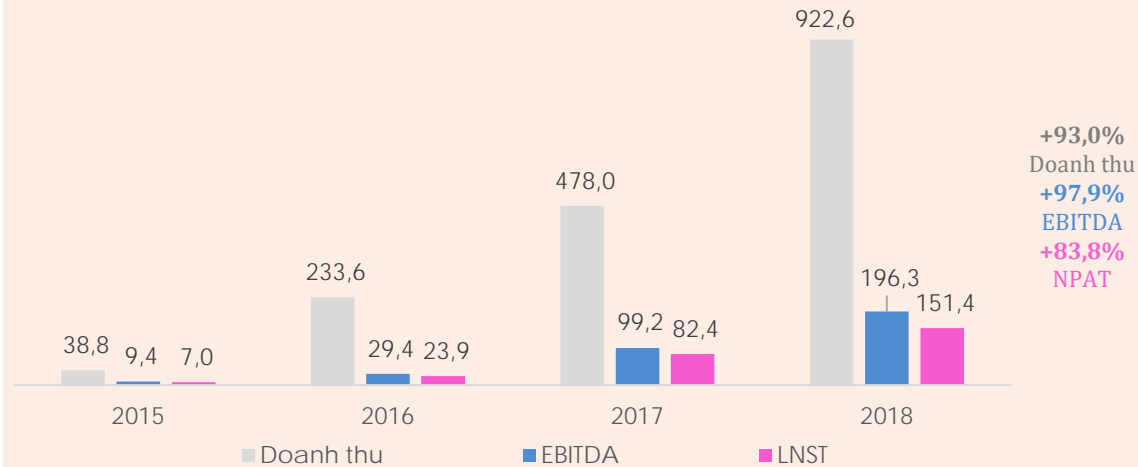


**Cơ cấu lợi nhuận ròng (%)**

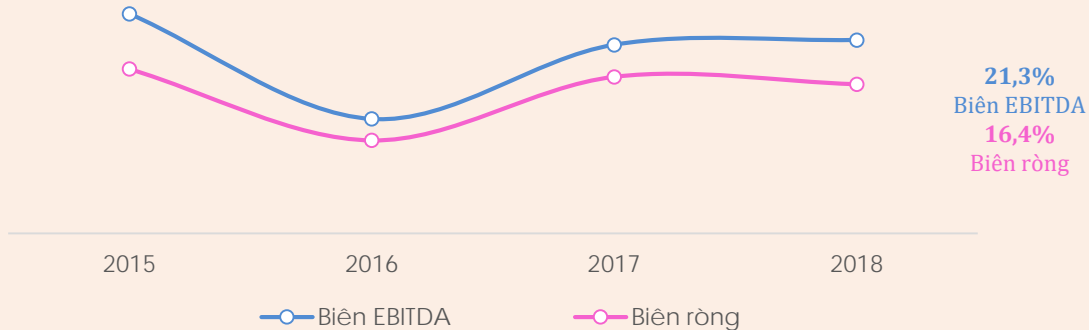


# Kết quả mảng truyền thông kỹ thuật số

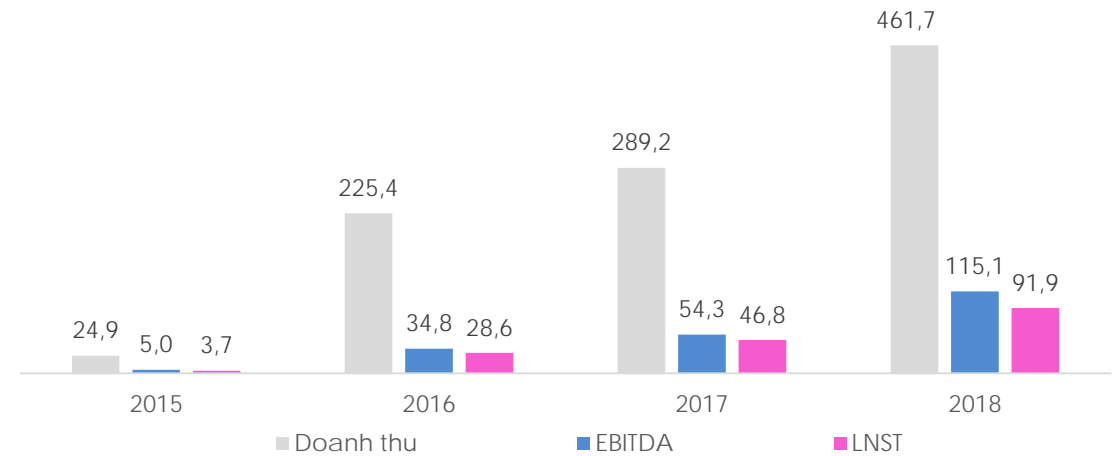
Mảng truyền thông kỹ thuật số (tỷ đồng)



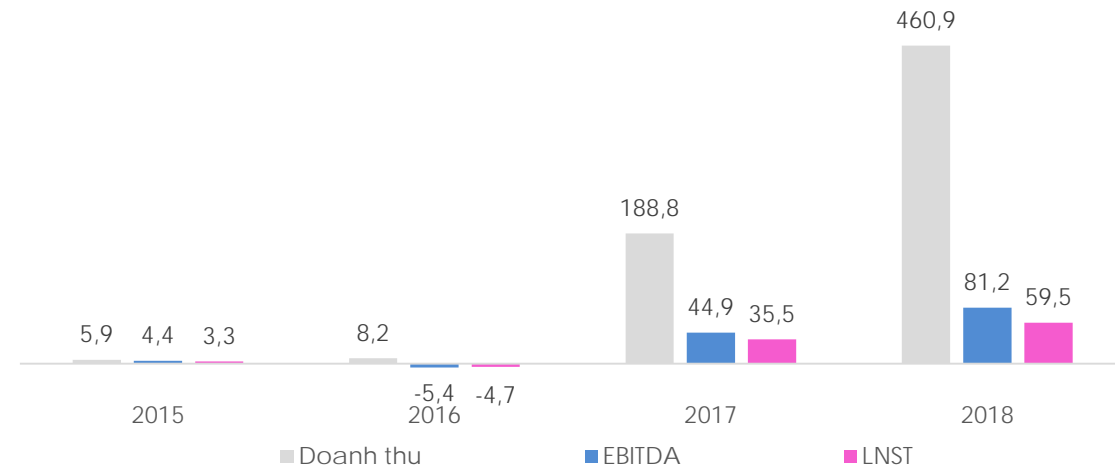
Tỷ suất lợi nhuận (%)



YouTube: Yeah 1 Network (tỷ đồng)



Non-YouTube: Yeah1 Publishing (tỷ đồng)





# Kết quả mảng truyền thông kỹ thuật số

Lợi nhuận của cả YouTube và Yeah1 Publishing tăng mạnh trong năm 2018



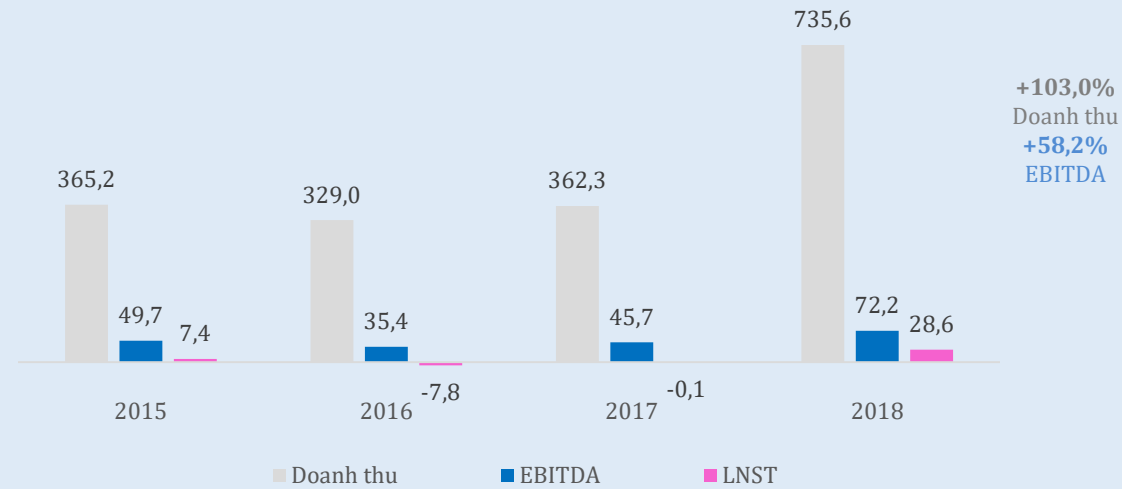
- Yeah1 Network, SpringMe và So Big có sự tăng trưởng doanh thu mạnh mẽ trong năm 2018 nhờ vào sự việc gia tăng số lượng kênh và lượt xem từ các nước có CPM cao
- Việc tăng trong đầu tư và mua bản quyền các nội dung cao cấp để khai thác hệ sinh thái Yeah1 cũng như việc đầu tư sản xuất các nội dung mới giúp tăng lượt xem và số lượng người đăng ký
- Việc sở hữu cộng đồng lớn (25% lượt xem YouTube ở Việt Nam) đã hỗ trợ mạnh mẽ cho sự tăng trưởng doanh thu của mảng khai thác quảng cáo trực tiếp (trên các kênh khai thác độc quyền và quảng cáo trong nội dung video)



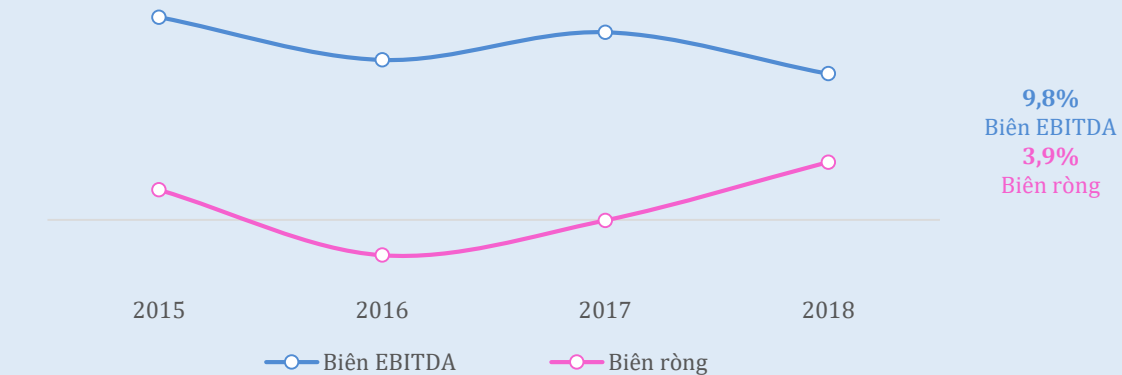
- Trong năm 2018, doanh thu tăng 145% so với năm trước chủ yếu dựa vào:
  - Số lượng đối tác xuất bản nội dung ở trên các nền tảng kỹ thuật số từ các nước có CPM tăng trưởng mạnh mẽ ở cả Netlink và Webface
  - Khai thác hệ thống quảng cáo toàn cầu WAP và tăng cường phát triển các công cụ hỗ trợ nhà xuất bản nội dung
  - Tập trung đầu tư vào các tài sản truyền thông tự sở hữu (trang web, Facebook và YouTube) như yeah1.com, Yeah1music.com, ...
  - Duy trì mối quan hệ hợp tác tốt đẹp với Facebook & Google trong việc mở rộng các sản phẩm và dịch vụ ở các thị trường trọng điểm
- Đẩy mạnh việc tuyển chọn đối tác xuất bản nội dung mới cũng như tối ưu hóa các nội dung hiện tại của đối tác và các nội dung tự sở hữu

# Kết quả mảng truyền thông truyền thống

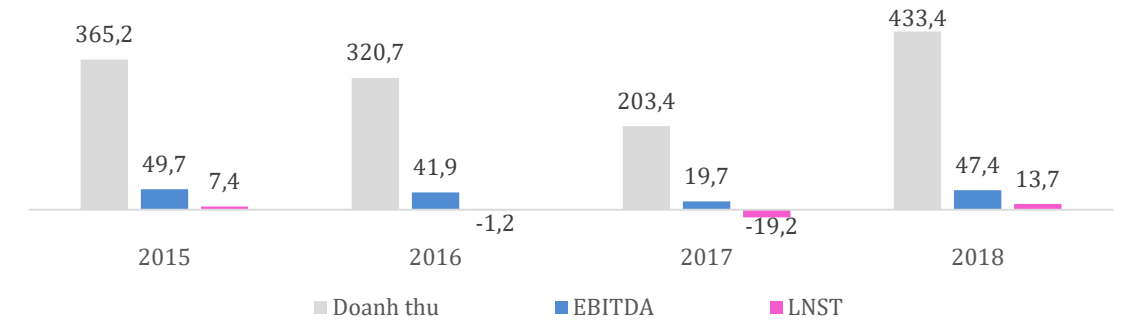
Truyền thông truyền thống (tỷ đồng)



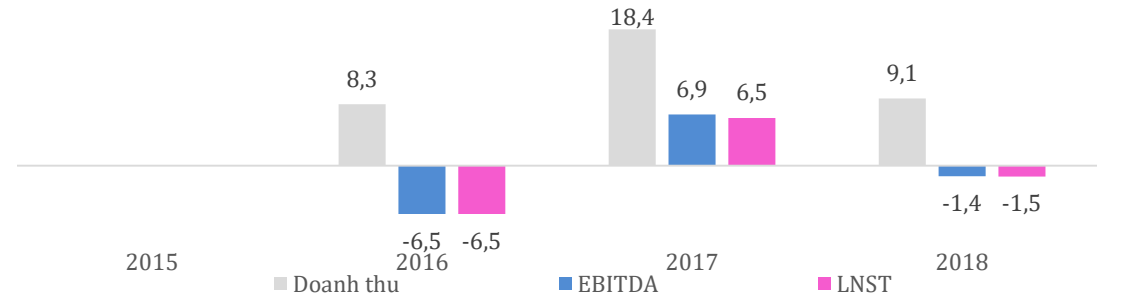
Tỷ suất lợi nhuận (%)



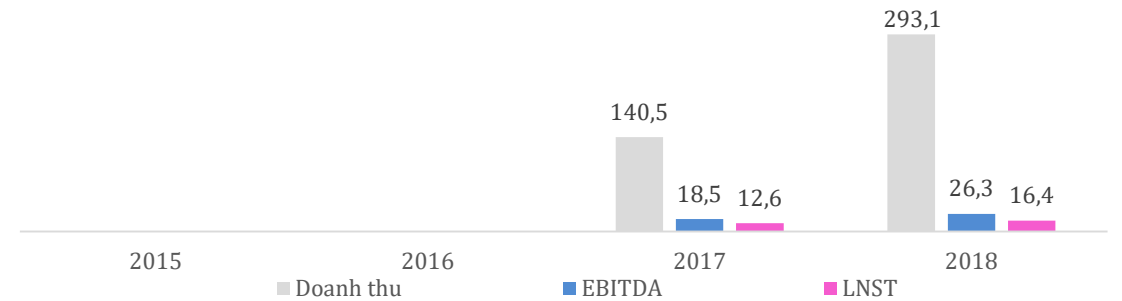
TV: Yeah1 Entertainment (tỷ đồng)



Phim truyện: Yeah 1 CMG (tỷ đồng)



Đại lý quảng cáo truyền hình: TNT Media (tỷ đồng)





# Kết quả mảng truyền thông truyền thống

Truyền thông truyền thống có sự bứt phá trong năm 2018, chủ yếu được đóng góp mảng ti vi (Yea1 Entertainment)



- Nửa cuối năm 2018, đơn vị tập trung vào việc xây dựng lại hệ thống kênh với việc tăng đầu tư để cải thiện ratings của kênh, ra mắt kênh truyền hình mới và đầu tư vào các nội dung mới
- Mảng ti vi có sự cải thiện rõ nét với việc ghi nhận lợi nhuận dương thay vì lỗ như các năm trước nhờ vào việc tăng doanh thu quảng cáo trực tiếp của các đại lý booking cũng như từ các nhãn hàng
- Việc điều chỉnh cho doanh thu từ quảng cáo đổi hàng (barter deal) đã có ảnh hưởng lớn đến lợi nhuận quý 4, tuy nhiên, việc ghi nhận này là bất thường và không thường xuyên
- Năm 2019, mảng ti vi sẽ tập trung vào việc cải thiện biên lợi nhuận với kế hoạch lợi nhuận năm là hơn 1 triệu USD



- Có sự ảnh hưởng lớn trong thị trường phim với sự tham gia vào 08 phim, tuy nhiên chủ yếu là quảng cáo và tiếp thị
- Hạn chế đầu tư trực tiếp vào phim trong năm 2018 (chỉ 3 phim: Siêu Sao Siêu Ngổ, Trường Học Bá Vương và Mặt Trời Con Ở Đâu) do chưa tìm được nhiều dự án triển vọng cũng như do tập đoàn đẩy mạnh vào phát triển nội dung số
- Dự kiến sẽ phát hành 3-4 phim mới trong năm 2019
- Tăng trưởng mạnh mẽ về doanh thu trong năm 2018 nhờ việc thành công hợp tác được với các kênh truyền hình nhà nước lớn, cụ thể là HTV7

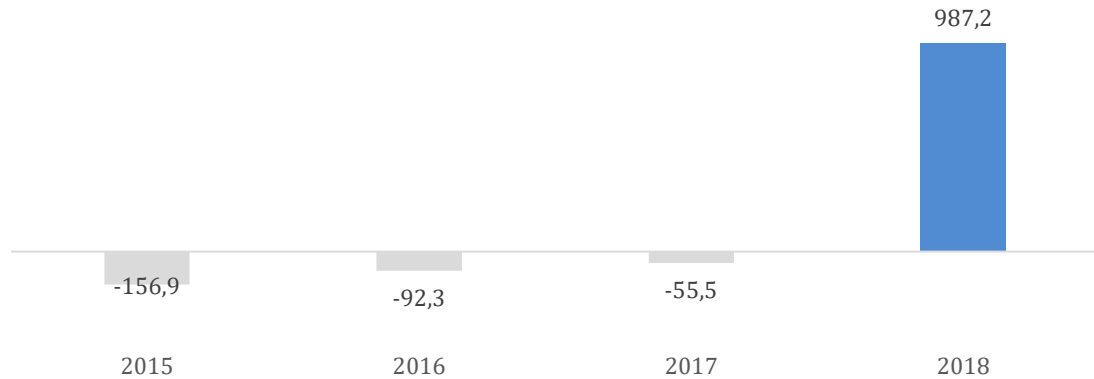


- Do môi trường kinh doanh khá cạnh tranh nên biên lợi nhuận vẫn còn khá mỏng, tuy nhiên, việc tái cấu trúc ngành gần đây kỳ vọng sẽ cải thiện biên lợi nhuận cho TNT trong năm 2019
- Chiến lược sẽ vẫn tập trung vào việc hợp tác khai thác hàng tồn kho quảng cáo của các đài truyền hình lớn

# Các chỉ số quan trọng của YEG

## Lượng tiền thuần dồi dào ủng hộ chiến lược phát triển toàn cầu

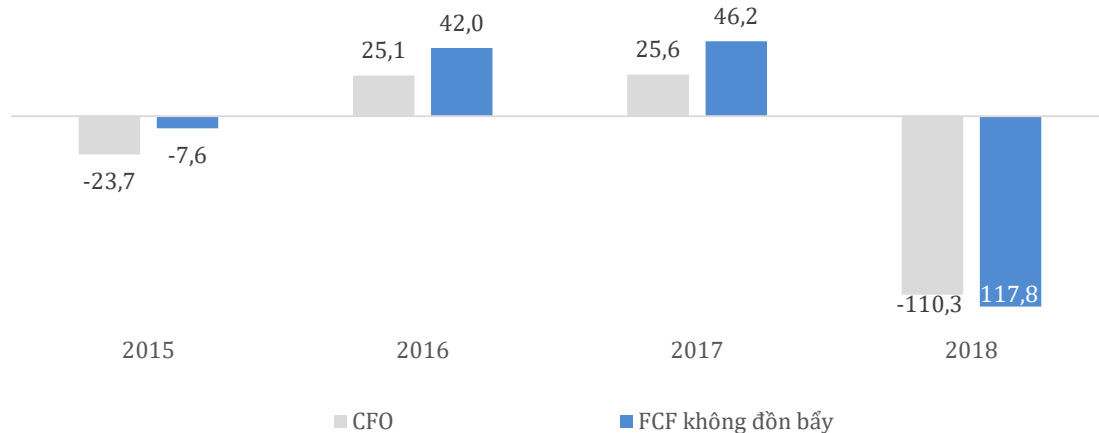
Giá trị tiền thuần (tỷ đồng)



Lưu ý: Giá trị tiền thuần có bao gồm khoản đầu tư ngắn hạn, là những khoản tiền gửi ngân hàng có tính thanh khoản cao

## Dòng tiền âm do việc liên tục mở rộng doanh nghiệp và đầu tư nội dung

CFO và FCF không đồn bẩy (tỷ đồng)



	2018	2017
<b>Chỉ số lợi nhuận</b>		
ROE	81,38%	8,58%
ROA	35,58%	6,29%
<b>Chỉ số hoạt động</b>		
Kỳ chuyển đổi các khoản phải thu	24,53	87,99
Kỳ chuyển đổi các khoản tồn kho	20,62	64,65
Kỳ chuyển đổi các khoản phải trả	34,23	73,21
Chu kỳ tiền mặt	10,92	79,44
<b>Chỉ số thanh khoản</b>		
Tỷ số thanh toán hiện thời	449,04%	151,44%
Tỷ số thanh khoản nhanh	412,72%	126,17%
Tỷ số thanh toán tiền mặt	51,28%	14,24%
<b>Hệ số thanh toán nợ</b>		
Vốn chủ sở hữu/Tài Sản	80,91%	50,63%
EBITDA/Chi phí lãi vay	2.210,56%	891,41%

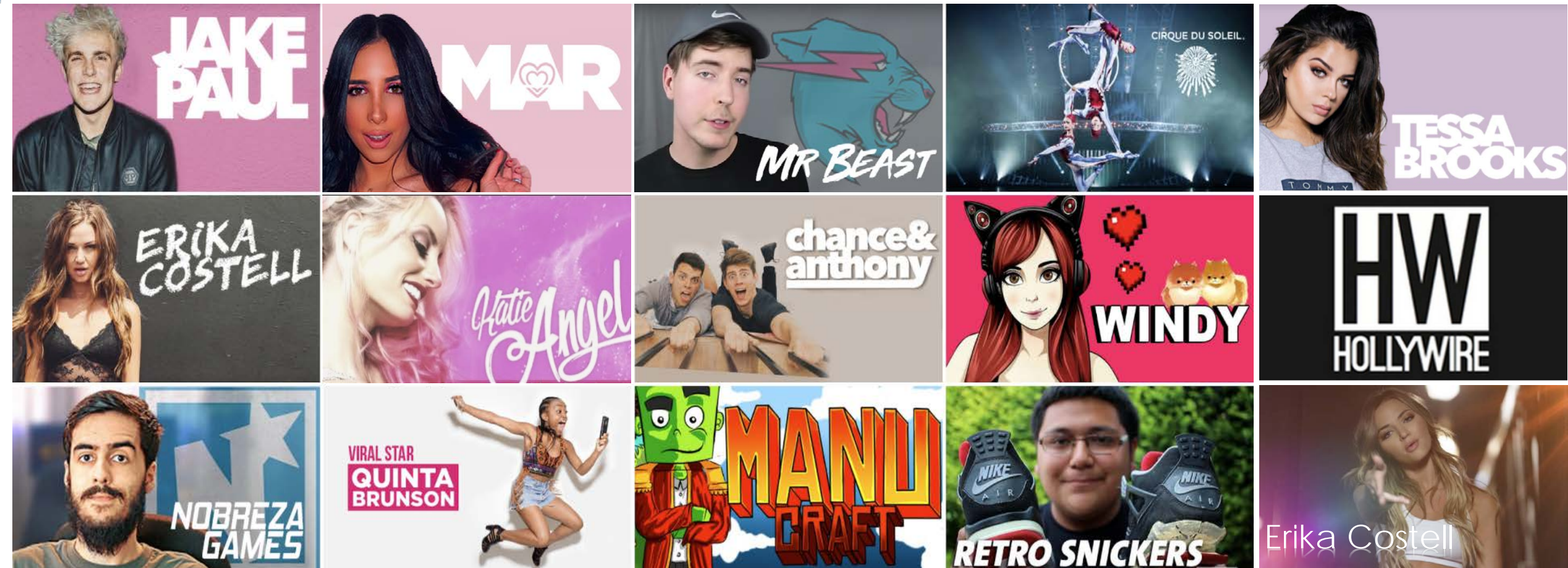
- Vào ngày 31/12/2018, Công ty có lượng tiền thuần dồi dào
- YEG vẫn duy trì vị thế tài chính mạnh, sẵn sàng cho các kế hoạch phát triển trong nước và thị trường quốc tế
- Vào đầu năm 2019, YEG đã chi 12 triệu USD tiền mặt để mua lại 100% cổ phần tại Công ty TNHH ScaleLab

**HIGHLIGHTS**



Sáp nhập với ScaleLab

Một trong những YouTube MCN hàng đầu thế giới





# Tổng quan về ScaleLab

## Giải thưởng YouTube



3

**Nút Kim Cương**

(>10 triệu người đăng ký)



85

**Nút Vàng**

(>1 triệu người đăng ký)



540

**Nút Bạc**

(>100.000 người đăng ký)

## Lượt xem theo quốc gia



Mỹ

**18,5%**



Mỹ Latinh

**33,6%**



Ấn Độ

**5,1%**



Nga

**4,4%**



Anh

**3,7%**

## Thời lượng xem trung bình



**3,38**

phút

## Hợp tác với các thương hiệu hàng đầu thế giới

VICTORIA'S SECRET



DISNEY · PIXAR

CIRQUE DU SOLEIL

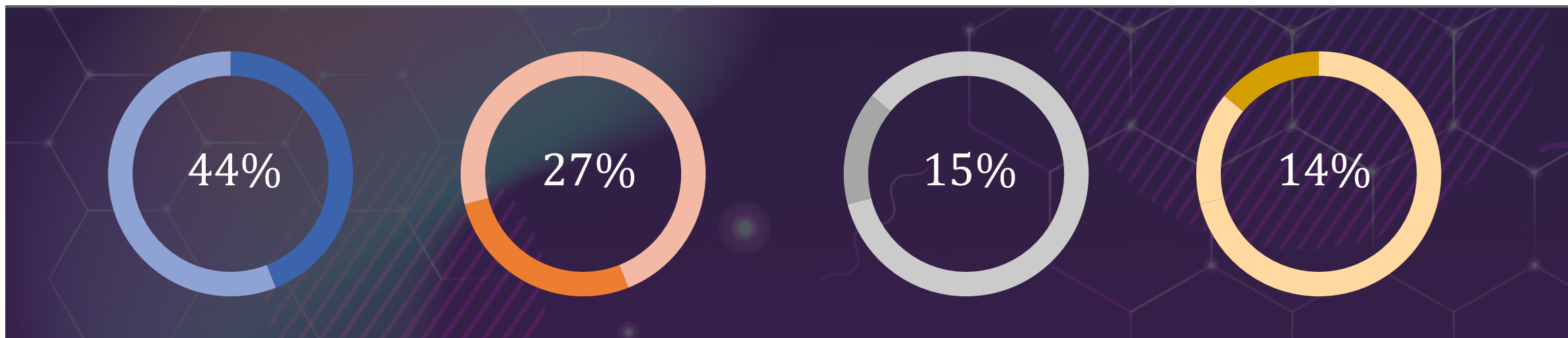


Casper



# Tổng quan về ScaleLab

ScaleLab có tổng cộng 1.750 kênh với hơn 408 triệu người đăng ký. Các mảng nội dung chú trọng phát triển bao gồm giải trí, công nghệ & Game và các trẻ em.



% của tổng lượt xem toàn hệ thống cho năm 2018

## Kênh giải trí

- **804** kênh
- **1,5 tỷ** lượt xem hàng tháng
- **242 triệu** người đăng ký
- **95 triệu** tổng giờ xem
- **361.365** video toàn hệ thống

## Kênh công nghệ & Game

- **782** kênh
- **930 triệu** lượt xem hàng tháng
- **122 triệu** người đăng ký
- **58 triệu** tổng giờ xem
- **416.673** video toàn hệ thống

## Kênh trẻ em

- **41** kênh
- **520 triệu** lượt xem hàng tháng
- **25 triệu** người đăng ký
- **32 triệu** tổng giờ xem
- **16.789** video toàn hệ thống

## Kênh khác

- **123** kênh
- **450 triệu** lượt xem hàng tháng
- **54 triệu** người đăng ký
- **30 triệu** tổng giờ xem
- **138.384** video toàn hệ thống

# Các kênh hàng đầu của ScaleLab



**Jake Paul**

Gia nhập tháng 12/2016  
5,0 tỷ lượt xem  
17,6 triệu người đăng ký



**Genevieve's Playhouse**

Gia nhập tháng 8/2016  
3,0 tỷ lượt xem  
8,0 triệu người đăng ký



**Sparkle Spice**

Gia nhập tháng 9/2016  
1,4 tỷ lượt xem  
2,6 triệu người đăng ký



**Manucraft**

Gia nhập tháng 11/2016  
1,4 tỷ lượt xem  
4,5 triệu người đăng ký



**Erika Costell**

Gia nhập tháng 6/2017  
535 triệu lượt xem  
4,6 triệu người đăng ký



**MrBeast**

Gia nhập tháng 6/2016  
1,0 tỷ lượt xem  
13,0 triệu người đăng ký



**DM Pranks**

Gia nhập tháng 8/2018  
840 triệu lượt xem  
5,0 triệu người đăng ký



**TVFilthyFrank**

Gia nhập tháng 1/2016  
814 triệu lượt xem  
6,1 triệu người đăng ký



**Mariale Marrero**

Gia nhập tháng 11/2017  
1,1 tỷ lượt xem  
16,6 triệu người đăng ký



**Katie Angel**

Gia nhập tháng 3/2018  
715 triệu lượt xem  
85 triệu người đăng ký



# Quy mô YEG sau khi sáp nhập với ScaleLab



SỐ LƯỢNG KÊNH	1.254+	1.750+	3.000+					
LƯỢT XEM HÀNG THÁNG	3,9 tỷ +	3,0 tỷ +	6,9 tỷ +					
NGƯỜI ĐĂNG KÝ	202 triệu +	408 triệu +	610 triệu +					
XẾP HẠNG TOÀN CẦU	#6	Top 10	Top 3					
GIẢI THƯỞNG YOUTUBE	 37 Nút vàng	 379 Nút bạc	 3 Nút kim cương	 85 Nút vàng	 540 Nút bạc	 3 Nút kim cương	 122 Nút vàng	 919 Nút bạc
MỨC ĐỘ PHỦ SÓNG	240 quốc gia +	240 quốc gia +	240 quốc gia +					

*Ghi chú: Chưa tính đến lợi ích cộng hưởng*

# Vai trò của ScaleLab

Đội ngũ ScaleLab giúp các đối tác tối ưu hóa nội dung và thu hút người xem để tăng sự ảnh hưởng trên YouTube và hơn thế nữa



## Tối ưu hóa kênh

Quản lý và cải thiện kênh để tăng trải nghiệm của người xem, tăng gắn kết và cải thiện doanh thu



## Phân tích Big Data

Được truy cập vào công cụ phân tích và báo cáo sử dụng dữ liệu từ big data



## Thư viện nội dung

Truy cập vào thư viện nội dung đồ sộ từ các đối tác nội dung toàn cầu của YEG như Nickelodeon, TVB,...



## Thúc đẩy tăng trưởng

Cung cấp các công cụ, kinh nghiệm và hỗ trợ các đối tác để thu hút người xem và tăng thu nhập



## Bảo vệ nội dung

Cung cấp các công cụ liên quan đến Content-ID để video của người tạo không bị đánh cắp. ScaleLab có đội ngũ làm việc với các đối tác về kiểm tiền và bảo vệ các kênh



## Thương hiệu cao cấp

ScaleLab có kết nối mạnh mẽ mà ít MCN khác có. Điều này sẽ giúp tăng sự gắn kết và hợp tác trên phạm vi toàn cầu, độc quyền hợp tác với các thương hiệu & nhà tài trợ với mức CPM cao



## Ứng dụng

Miễn phí truy cập vào các thư viện nhạc như Epidemia Sound, tối ưu hóa kênh với VidIQ, tạo ra các Outro với OutroMaker



## Hỗ trợ sát sao

Làm việc chặt chẽ với các đối tác nội dung. Không có hệ thống nào khác có hỗ trợ và phản hồi nhanh hơn ScaleLab



Sau khi sáp nhập với YEG,  
ScaleLab sẵn sàng để bứt phá  
mạnh mẽ hơn nữa



***Mariale Marrero***  
Đối tác của ScaleLab  
16,6 triệu người đăng ký

# Cập nhật Mạng kỹ thuật số



## Hệ thống mạng đa kênh YouTube (MCN)



3.000+	Các kênh tự sở hữu & liên kết
610 tr	Người đăng ký
82 tỷ	Tổng lượt xem trong 2018
6,9 tỷ	Lượt xem trung bình tháng năm 2018
3	Nút kim cương (>10triệu người đăng ký)
122	Nút vàng (>1 triệu người đăng ký)
919	Nút bạc (>100 ngàn người đăng ký)

### Mở rộng thị trường quốc tế

- Tập trung phát triển ra thị trường quốc tế thông qua:
  - ScaleLab (trụ sở Mỹ) – Có tầm ảnh hưởng lớn ở Mỹ và Mỹ Latinh
  - Tài sản ở Thái Lan của Thoughtful Media Group – MCN hàng đầu ở Thái Lan
  - SPRINGme (trụ sở Thái Lan) – Phát triển các kênh chuyên về làm đẹp
  - So Big TV (trụ sở ở Pháp) – Tập trung các nội dung cho trẻ em
  - Tiếp tục thương lượng để mua thêm các đơn vị triển vọng khác ở khu vực Đông Nam Á

### Phát triển các nội dung cao cấp

- Tiếp tục phát triển thư viện nội dung cao cấp để có khai thác và sử dụng trên toàn hệ thống
- Đã ký kết hợp tác nội dung với các đối tác khu vực và thế giới bao gồm: VIMN (nội dung của Nickelodeon), TVB, UMG, EBS và Lad Bible

### Tập trung khai thác quảng cáo trực tiếp

- Tiếp tục xây dựng đội ngũ bán hàng để tập trung cho việc khai thác quảng cáo trực tiếp (không thông qua YouTube) trên các kênh độc quyền khai thác hoặc quảng cáo trong nội dung video
- Biên lợi nhuận cao hơn



# Cập nhật Mạng kỹ thuật số

Yeah1 Publishing



1.300+	Đối tác xuất bản nội dung
Duy nhất	Đối tác xuất bản chính thức của Google ở Đông Nam Á
4,0 tỷ	Lượt xem trung bình hàng tháng
45 tỷ+	Tổng lượt xem năm 2018
69	Trang Facebook fan page
63 tr	Lượt theo dõi trên các trang Facebook
Đối tác Lớn	Của Google và facebook

## Mở rộng thị trường quốc tế

- Đàm phán để mua lại giấy phép của một số đối tác xuất bản chính thức khác của Google (GCPP) để phát triển thị trường Úc và các nước Châu Á khác
- Mở văn phòng ở Pakistan, quốc gia phát triển nhanh thứ hai ở Châu Á và chưa có đối tác xuất bản chính thức nào để khai thác thị trường đầy hứa hẹn này với sự trợ giúp từ Google

## Tập trung vào việc tối ưu hóa CPM

- Sản phẩm chính của WebFace, Mạng Toàn cầu WAP, đang tiếp tục tối ưu hóa để tăng CPM từ nhiều nguồn khác nhau – đặc biệt là từ các nội dung video in-stream
- Khai thác Ad Breaks – công cụ khai thác quảng cáo trên Facebook và tập trung đẩy mạnh phát triển mạng Facebook với CPM cao gấp 5-6 lần cao hơn Google
- Sáp nhập hoặc hợp tác với các đối tác xuất bản cao cấp toàn cầu để tối ưu hóa CPM và tăng biên lợi nhuận



## Nội dung tự phát triển

- Tiếp tục xây dựng các nội dung tự phát triển, bao gồm trang web, ứng dụng, game và fan trên mạng xã hội
- Các trang fan tự sở hữu luôn xếp hạng đứng đầu các trang Facebook ở Việt Nam (bởi SocialBakers)

# Cập nhật mảng Truyền thông Truyền thống



- Các kênh tiếp tục có sự cải thiện về xếp hạng (ranking) với việc kênh Yeah1 TV duy trì là một trong kênh truyền hình tư nhân hàng đầu toàn quốc ở các khung giờ vàng
- Kênh Universal Music đã bắt đầu được nhiều giới trẻ quan tâm và có kế hoạch xây dựng **UM Chart** để xếp hạng các video ca nhạc trong top 30 dựa trên số lượng lượt xem trên YouTube
- Ra mắt lại **2! Idol**, một trong những chương trình truyền hình được ưa thích nhất của giới trẻ, trên kênh Yeah1 TV ở giữa tháng 1/2019. Chương trình nhanh chóng thu hút người xem và có xếp hạng cao hơn mức trung bình của kênh Yeah1 TV. Một số chương trình truyền hình thực tế khác cũng sẽ được ra mắt vào Quý 1/2019
- Đang đàm phán với đài truyền hình để trả tiền phí cho thuê kênh dưới dạng **chia sẻ doanh thu** thay vì phí cố định
- Tiếp tục hợp tác với các nhà sản xuất toàn cầu nổi tiếng như KBS (Hàn Quốc), SBS (Hàn Quốc), GRAMMY (Thái Lan), ABS-CBN (Philippines), Humna TV (Trung Quốc), TVB (Hong Kong), ...



- Kế hoạch phát hành trong quý 1/2019: Yolo – Bạn Chỉ Sống Một Lần, Táo Quậy, Vu Quy Đại Náo, Tình Đầu Thơ Ngây, Mẹ Tuệ và Thiên Linh Cái
- Ra mắt Quỹ Giải trí Việt Nam (VEF) kết nối với các đơn vị trong ngành để tạo ra công cụ hỗ trợ về tài chính chính thức đầu tiên ở Việt Nam cho ngành sản xuất phim



- Hiện đang quản lý 16 kênh truyền hình trên khắp cả nước
- TNT đang nằm trong Top 3 đơn vị có đóng góp doanh thu lớn nhất của HTV7 chỉ sau thời gian ngắn hợp tác. TNT hướng đến là đối tác đứng đầu về quảng cáo của HTV7 trong năm 2019



# Cập nhật mảng Truyền thông Thương mại

PHÁT TRIỂN CÁC MẢNG THƯƠNG MẠI KHÁC DỰA VÀO HỆ SINH THÁI TRUYỀN THÔNG YEAH1



- YEG đã ký kết hợp tác với AKS từ Nhật Bản để ra mắt nhóm Idol toàn nữ đầu tiên của Việt Nam hoạt động theo mô hình nhóm nhạc nổi tiếng **AKB48**
- Màn trình diễn ra mắt được tổ chức vào ngày 22/12/2018 và có hơn **1,500 khán giả**. Sau lễ ra mắt thành công, nhóm nhạc SGO48 đã được mời dự nhiều sự kiện lớn của bao gồm Sự kiện của Honda (05/01/2019 – **30.000 khán giả**), Đại hội Âm nhạc tại Sân vận động Mỹ Đình (19/01/2019 – **hơn 35.000 khán giả**), lễ hội Nhật Bản – Việt Nam tại Công viên 23/9 (20/01/2019)
- Chuyển công diễn quốc tế đầu tiên ở Băng Cốc được tổ chức ngày 27/1/2019 với sự tham gia của tất cả các nhóm chị em của AKS từ Nhật Bản (AKB48), Thái Lan (BNK48), SNH48 (Trung Quốc), MNL48 (Philippines), ...



- Đầu tư và phát triển những nền tảng xã hội mới, có khả năng dẫn đầu và tạo ra dòng tiền từ việc khai thác **cộng đồng truyền thông lớn của Yeah1**
- Các ý tưởng phát triển có thể kể đến như:
  - ✓ Nền tảng livestream trực tuyến (hợp tác với các đối tác Quốc tế)
  - ✓ Nội địa hóa các nền tảng video (hợp tác với các đối tác Quốc tế)
  - ✓ Nền tảng phân tích dữ liệu người dùng để tối ưu hóa quảng cáo (đang trong quá trình phát triển)
  - ✓ Nền tảng Cộng đồng Game & Xuất bản Game (hợp tác với các đối tác khu vực)



yeah!

**Sự ra mắt gần đây của SGO48, nhóm nhạc hợp tác với nhóm idol lớn nhất từ Nhật Bản - AKB48, gặt hái được thành công vang dội chỉ sau thời gian ngắn**





# Tầm nhìn năm 2019



## MỤC TIÊU CHÍNH

1

**XÂY DỰNG VÀ CỨNG CỐ HỆ THỐNG PHÂN PHỐI:** Tiếp tục xây dựng nền tảng phân phối AVOD toàn cầu, tiến tới mục tiêu dẫn đầu thế giới

2

**KHAI PHÁ CÁC GIÁ TRỊ TIỀM TÀNG:** Làm việc với các chủ sở hữu để xuất khẩu các nội dung nội địa của họ ra toàn cầu

3

**SỬ DỤNG DỮ LIỆU ĐỂ TỐI ƯU HÓA:** Tạo ra và thu thập thông tin từ người xem nhằm tối ưu hóa và cải thiện hiệu quả của các kênh

4

**ĐẦU TƯ VÀO TÀI SẢN TRÍ TUỆ:** Sử dụng dữ liệu để (i) sản xuất các nội dung ngắn có thể phân phối toàn cầu và (ii) xây dựng các thương hiệu/kênh tự sở hữu

# Liên hệ với chúng tôi

Nếu bạn cần thêm thông tin, xin vui lòng liên hệ Bộ phận Quan hệ Cổ đông tại:



[ir@yeah1.vn](mailto:ir@yeah1.vn)



(+84) 28 73 006 071

## CÔNG TY CỔ PHẦN TẬP ĐOÀN YEAH1



### Trụ sở chính

Tầng 1, Tòa nhà MPLaza, 39 Lê Duẩn, Phường Bến Nghé, Quận 1, Thành phố Hồ Chí Minh, Việt Nam



### Văn phòng hoạt động chính

201A Nam Kỳ Khởi Nghĩa, Phường 7, Quận 3, Thành phố Hồ Chí Minh, Việt Nam



# Khuyến cáo

Bản công bố thương vụ sáp nhập (“Công bố”) được biên soạn bởi Công ty Cổ phần Tập đoàn Yeah1 (hay còn gọi là “YEG” hoặc “Công ty”) chỉ nhằm mục đích cung cấp thông tin. Thông tin được trình bày trong Bản công bố này chỉ mang tính chất chung, không cung cấp tất cả thông tin cần thiết và không dùng để thay thế báo cáo thẩm định thuế, pháp lý và tài chính. Người đọc không được sao chép hay sử dụng bản công bố này khi chưa được sự cho phép của Công ty. Bản công bố này là tài sản trí tuệ của Công ty. Công ty từ chối trách nhiệm xảy ra liên quan đến việc sử dụng không đúng mục đích các thông tin này.

Thông tin này trong Bản công bố này có thể bao gồm các tuyên bố và ước tính về hiệu quả hoạt động trong tương lai của Công ty. Những tuyên bố, ước tính và dự đoán phản ánh các giả định khác nhau của đội ngũ quản lý liên quan đến kết quả dự đoán; mà giả định này có thể chính xác hoặc không. Công ty không cam kết về tính chính xác của các tuyên bố, ước tính hoặc dự đoán đó.

Ngoài việc trình bày các dữ liệu quá khứ, Bản công bố này có thể bao gồm các thông tin ước tính hoặc kế hoạch trong tương lai. Kết quả thực tế của các ước tính này có thể thay đổi phụ thuộc vào nhiều yếu tố không lường trước.

Bên cạnh đó, Công ty không có nghĩa vụ phải sửa đổi hay công bố bất kỳ một sửa đổi nào liên quan đến các ước tính tương lai, trong trường hợp có thêm thông tin hay bất cứ sự kiện tương lai nào diễn ra.