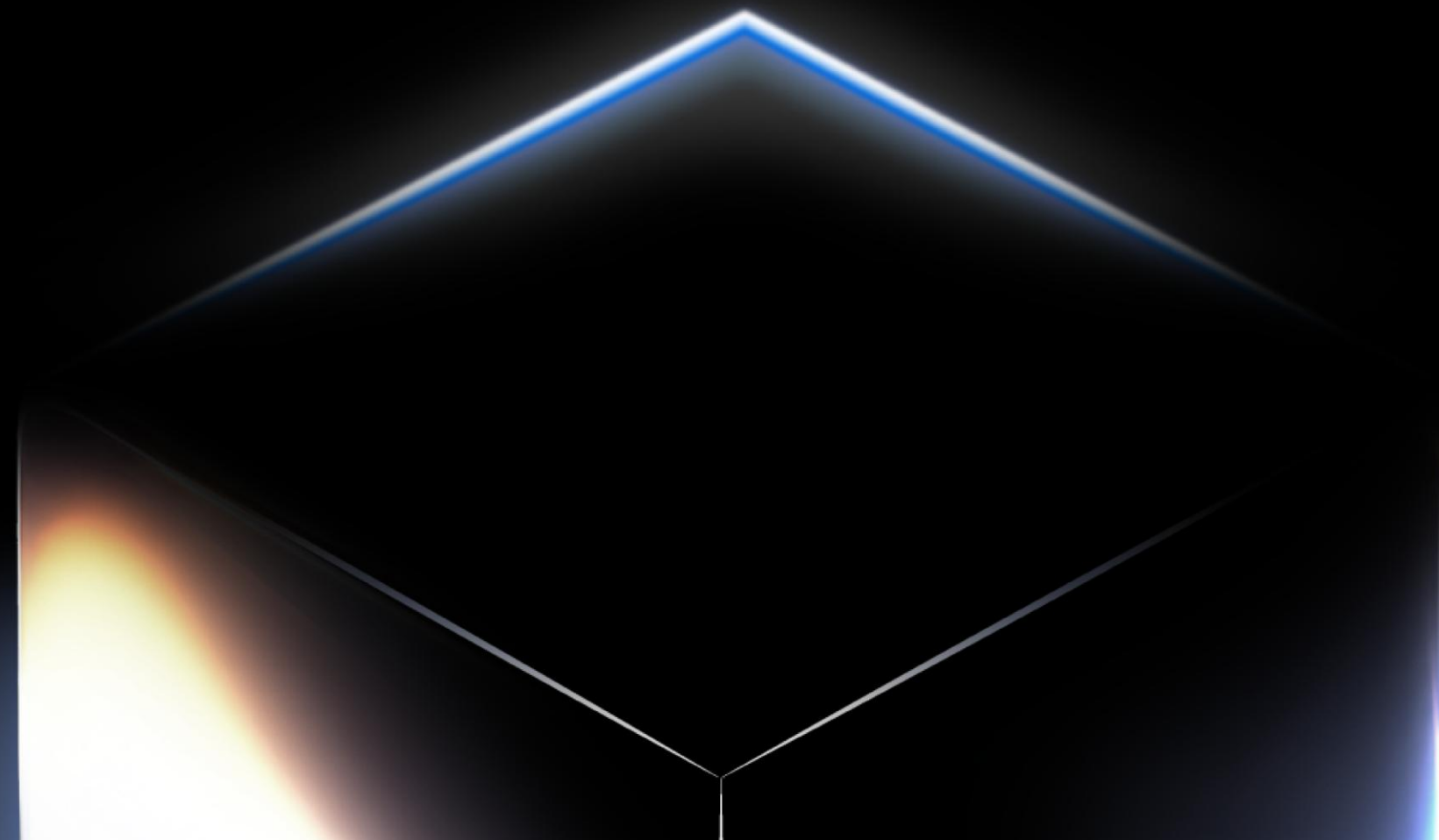


DatVietVAC
PREMIERE
'SAY HI'
THE IPO OF V-CULTURE

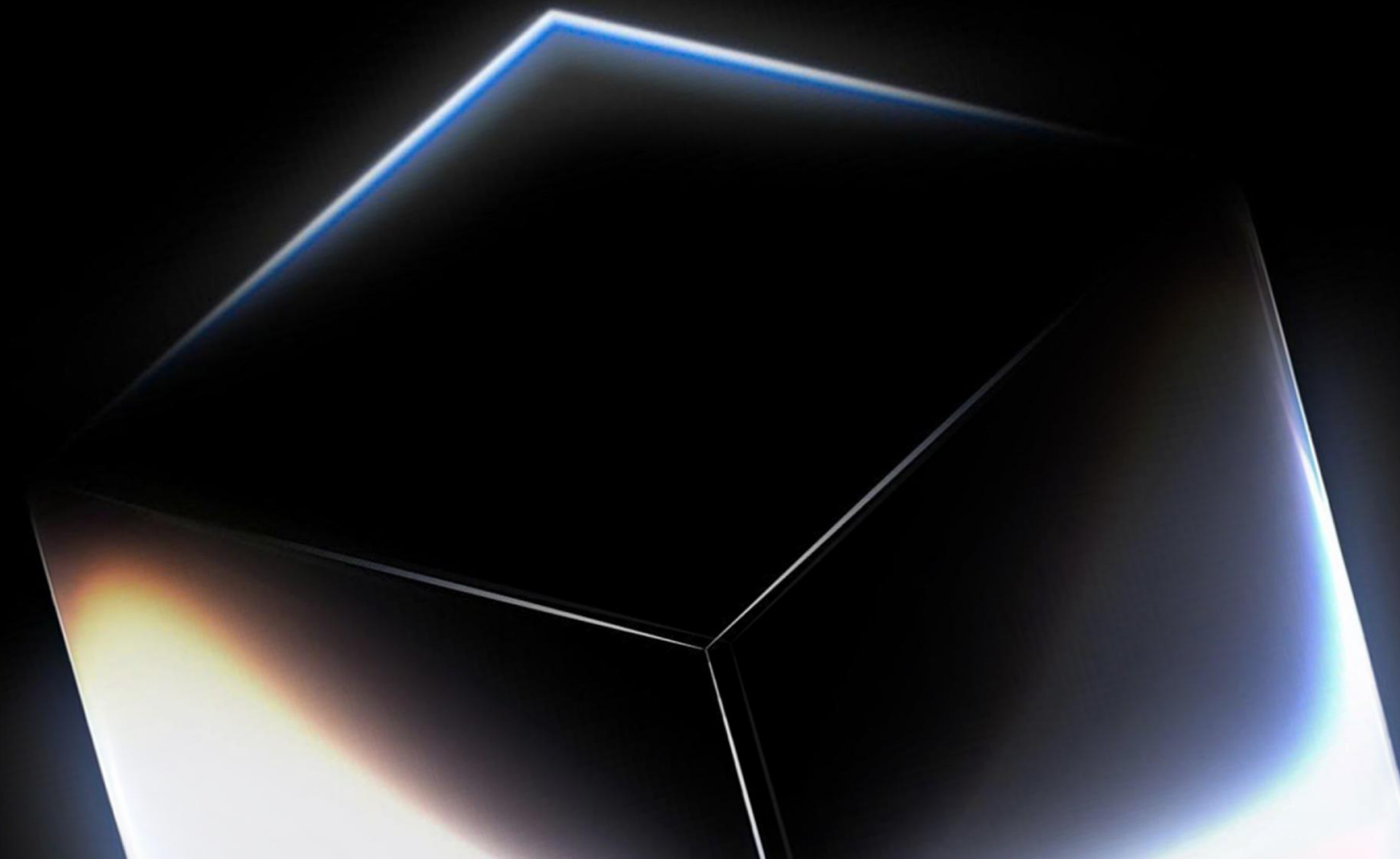
DatVietVAC PREMIERE 'SAY HI'

THE IPO OF V-CULTURE

DatVietVAC
PREMIERE
'SAY HI'
THE IPO OF V-CULTURE



1. XU THẾ VÀ CÁCH DATVIETVAC NHÌN
2. MÔ HÌNH KINH DOANH & ĐỘNG LỰC
TĂNG TRƯỞNG 5 NĂM TỚI
3. KẾT QUẢ TÀI CHÍNH



XU THẾ VÀ CÁCH DATVIETVAC NHÌN



**HOW BIG IS THIS WORLD
AND HOW FAR IT MAY GO BEYOND?**



**30 năm DatVietVAC, 30 năm thay đổi xu thế,
dẫn dắt và dẫn đầu làn sóng giải trí tại Việt Nam**

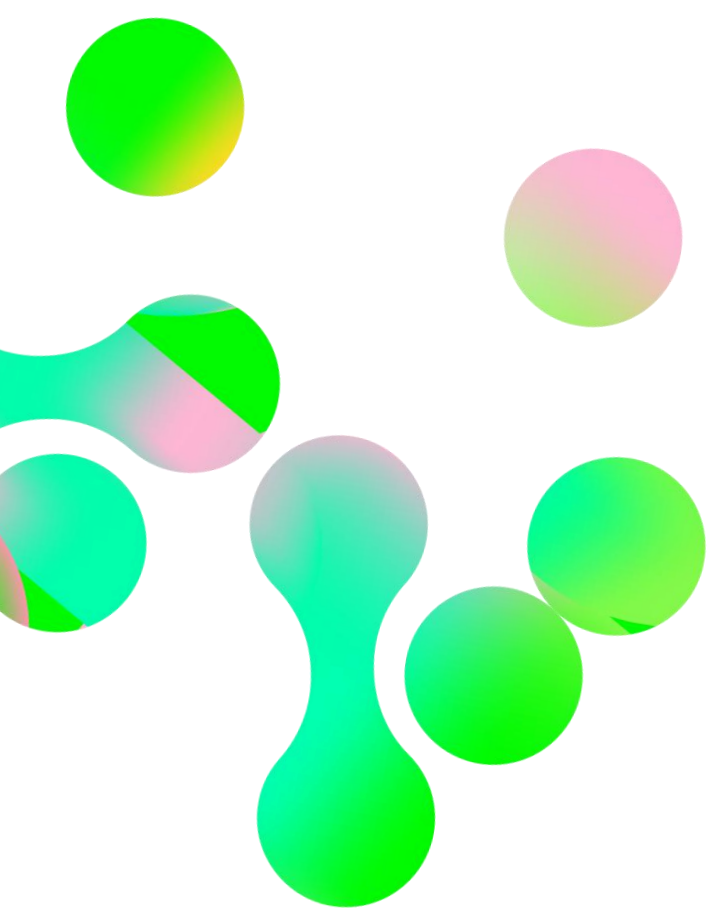
First with Charisma, Thay đổi cách nhìn về truyền thông và giải trí



**“LAS VEGAS, WE COME HERE NOT
TO MAKE HITS, WE MAKE HISTORY”**

CÁCH DATVIETVAC NHÌN

DISRUPTIVE INNOVATION. IP. TẠO CHUỖ GIÁ TRỊ



THIỀN THỜI

Các lớp chính sách quốc gia về Công nghiệp văn hóa

Nghị quyết 80 “Phát triển văn hóa ngang tầm với chính trị, kinh tế, xã hội”

Thể hiện tầm nhìn mới về vị thế của văn hóa trong định vị quốc gia.

2. Chính sách và hạ tầng

Chỉ thị 30 của Chính phủ, xây dựng mega complex để thi đấu thể thao và biểu diễn âm nhạc.

3. Động lực tăng trưởng mang tính cấu trúc

- Quy mô thị trường truyền thông và giải trí (TAM) 2,2 tỷ USD lên 3,4 tỷ USD năm 2030 (CAGR ~9%)
- GDP Việt Nam 1H26 tăng 8,18%
- Gen Y và Gen Z chiếm 51% dân số

Các chỉ tiêu tăng trưởng theo NQ 80-NQ/TW và QĐ 2486/QĐ-TTg

5 Thương hiệu quốc gia và Kỳ lân CNVH

+10% Tăng trưởng ngành

+7% Xuất khẩu văn hóa

7% Đóng góp cho GDP

2% Tối thiểu tổng chi ngân sách nhà nước hằng năm cho phát triển CNVH

Ưu đãi về chính sách*

2 năm

Miễn thuế TNDN

4 năm

Giảm 50% thuế TNDN

5%

Giảm thuế VAT

Tham luận của DatVietVAC – DN duy nhất trình bày trước Bộ trưởng Bộ VH TT & DL, các Thứ trưởng và lãnh đạo 34 tỉnh thành tháng 7/2026

1. Đề trình **tiêu chí Thương hiệu quốc gia và Kỳ lân CNVH cạnh tranh toàn cầu.**

2. **Chính sách biệt đãi quốc gia** dành cho Trung tâm tài chính quốc tế & Khu công nghệ cao **cần áp dụng cho Kỳ lân CNVH.**

3. **Cơ chế thẩm định 360° để chọn Kỳ lân CNVH - DN tư nhân đầu ngành và tiệm cận nhất vốn hóa 1 tỷ USD.**

4. **Xây dựng cơ chế định giá IP:** Sàn giao dịch IP.

Nguồn: Tổng cục Thống kê, QĐ 2486/QĐ-TTg, Nghị quyết 80-NQ/TW, Statista, Google E-Conomy SEA 2024, AVIA, MIC, nghiên cứu công ty

Nguồn: NQ 80-NQ/TW, QĐ 2486/QĐ-TTg, NQ 28/2026/QH16
* Dành cho tổ chức, cá nhân đầu tư vào hạ tầng số, phát triển các giải pháp công nghệ cao cho văn hóa và phát triển trọng tâm một số ngành, lĩnh vực CNVH.

ĐỊA LỢI

Ngành Truyền thông & Giải trí toàn cầu đạt 3.500 tỷ USD năm 2029

DatVietVAC, Một tài sản thật sự hiếm hoi

Vị thế DatVietVAC*

DN giải trí niêm yết toàn cầu
1,600+ Doanh Nghiệp

DN giải trí châu Á doanh thu >100tr USD
76 Doanh Nghiệp

Biên LN Gộp 20%+
64 Doanh Nghiệp

Biên LN Ròng 10%+
16 Doanh Nghiệp

ROE hơn 40%

Kinh doanh Talent – IP/Fandom

- **Asset-light tạo ROIC cao, tăng trưởng dựa trên IP :**
JYP Korea đạt ROIC 46%
DatVietVAC với tiền mặt ròng hơn 2.000 tỷ VND sau IPO.
- **Concert (Live Experience) là động lực tăng trưởng chính:**
HYBE Korea doanh thu concert 2025 tăng 69% so với 2024.
Mảng tăng trưởng nhanh nhất của DatVietVAC với doanh thu X4 (2023-2025)
- **Bài học từ FIFA World Cup 2026**
- **Fandom/D2C cải thiện biên lợi nhuận khi đạt quy mô:**
Nền tảng Fandom giúp tỷ trọng doanh thu D2C trong mảng nội dung tăng 26% - 50%.

Định giá DatVietVAC

Công ty	P/E
HYBE (KR)	26x
JYP (KR)	16x
SM (KR)	15x
YG (KR)	16x
COVER (JP)	29x
DatVietVAC	13x

Nguồn: Dữ liệu thị trường ngày 20/4/2026.

Nguồn: Capital IQ, Báo cáo Quy ước 2025 của DatVietVAC, nghiên cứu của Vietcap và DatVietVAC

* Số liệu năm 2025

NHÂN HOÀ

Sở hữu một nền tảng đặc biệt để đi trước, một hệ sinh thái độc nhất, vững chắc, vô đối

Mô hình thương mại hóa IP 360°

- Sở hữu đồng thời hệ sinh thái nội dung
- Công ty quản lý nghệ sĩ
- Mạng lưới phân phối hoàn chỉnh
- Khai thác giá trị trên toàn bộ chuỗi từ B2B, B2B2C đến D2C.

Chuyển dịch cơ cấu doanh thu sang các mảng có biên lợi nhuận cao. Cơ sở cho mức định giá cao hơn.

- Doanh thu D2C + B2B2C trong mảng nội dung tăng từ 26% (2025) lên 50% (Dự phóng 2030).
- Live Experience +17% CAGR
- Talent +26% CAGR
- Merchandise +51% CAGR

Vòng quay tăng trưởng từ IP

IP Vũ Trụ “Say Hi” đạt 606 tỷ VND trong năm 2025 với động lực tăng trưởng từ nghệ sĩ, biểu diễn trực tiếp và thương mại hóa IP.

Cơ chế hạn chế rủi ro cho từng dự án

- Tỷ lệ tài trợ đạt khoảng 1,3 – 1,5 lần chi phí
- 50% nhà tài trợ quay lại

Biên lợi nhuận & ROE đứng đầu thế giới

BLN Gộp 23%, BLN Ròng 12%, ROE +40%*

Hiệu quả tài chính dẫn đầu

Gấp 5x so với doanh nghiệp thứ 2 trong ngành

LNST 380 tỷ

Gấp 5x so với doanh nghiệp thứ 2 trong ngành

Tăng trưởng kép LNST ~16%

Dự phóng tăng trưởng từ 2026-2030

Trả cổ tức đều đặn và bền vững

Dự kiến chi trả 2.500/cp trong năm 2026

Nguồn: Báo cáo Quy ước 2025 của DatVietVAC Group Holdings

CHIẾN LƯỢC 5 NĂM 2026-2030. HƯỚNG ĐẾN 2035

SỞ HỮU THỜI GIAN, TÂM TƯỞNG VÀ “MỞ VÍ” NGƯỜI TIÊU DÙNG
QUA ĐẦU TƯ ALL-IN VÀO TÀI NĂNG RẤT TRẺ VÀ TỐI ĐA HÓA THƯƠNG MẠI IP

VIỆT HOÁ THẾ GIỚI

Chuyển biến từ hưởng thụ nội dung blockbuster, trở thành một **nhu cầu văn hóa sử dụng toàn cầu mỗi ngày**, dựa trên **sáng tạo nguyên bản** và **sức hút của văn hóa VN**.

Hưởng thụ - Tham gia - Sở hữu - Lan tỏa.

Việt hóa thế giới nhờ xu hướng Tinh hoa lịch sử VN 4.000 năm văn hiến vs các nền văn hóa khác.

1

AI-FIRST MEDIA INTELLIGENCE ECOSYSTEM

Ứng dụng AI vào chuỗi giá trị nội dung, từ sáng tạo sản xuất, phân phối và tiêu thụ.

D2C – E2E Platform

Fandom, Ticketing, Merchandising

Dự đoán được khả năng thành công của sản phẩm/ dịch vụ. Phân tích hiệu quả trước quyết định đầu tư IP.

2

ĐƯA V-CULTURE LÀ TRẢI NGHIỆM TIÊU DÙNG ĐA GIÁC QUAN, ĐA NỀN TẢNG VÀ ĐA TẦNG LIÊN NGÀNH CNVH

Như ngành CN bán dẫn, **CN nội dung phải là động lực phát triển mới và là cốt lõi thúc đẩy tăng trưởng kinh tế***.

Điều hướng nội dung blockbuster Make in Vietnam có IP toàn diện vào những lĩnh vực tiêu dùng (F&B, Du lịch văn hóa, Thời trang - Beauty & Accessories, Phim - Game - Anime - Digital IP)

DN tăng thêm nguồn thu từ chính sách xử phạt vi phạm bản quyền gần đây.

3

DATVIETVAC

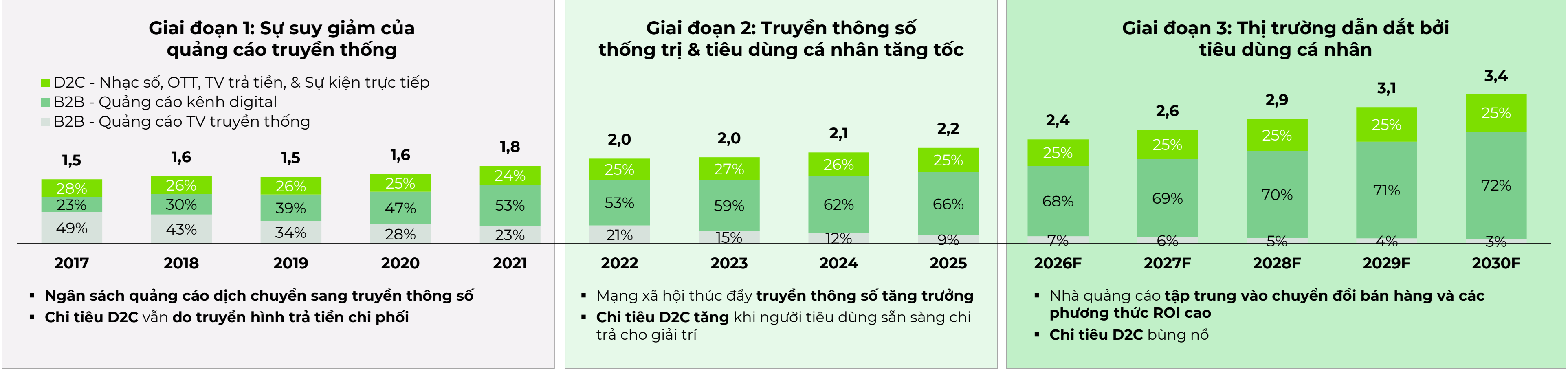


XU THẾ ĐÁM ĐÔNG

MÔ HÌNH KINH DOANH & ĐỘNG LỰC TĂNG TRƯỞNG 5 NĂM TỚI

Thị trường Truyền thông & Giải trí Việt Nam đang bước vào kỷ nguyên của tiêu dùng cá nhân, dự kiến đạt 3,4 tỷ USD vào năm 2030

Quy mô thị trường Truyền thông & Giải trí Việt Nam (tỷ USD)



Nguồn: Statista, Kantar, Bộ Thông tin và Truyền thông, nghiên cứu và dự phóng của Công ty
Chú: (1) Bán hàng trực tiếp đến người tiêu dùng (D2C), (2) Thị trường truyền hình trả tiền (Pay TV) gồm Cáp, IPTV, DTT, Vệ tinh, Di động và Internet

Tổng quan mô hình kinh doanh của DatVietVAC

Mảng kinh doanh	Hoạt động kinh doanh	Doanh thu và Lợi nhuận 2025 (tỷ VND)	Vai trò tài chính
Mảng Nội dung	- Sản xuất & phát sóng nội dung giải trí - Tổ chức & bán vé sự kiện giải trí - Quản lý & khai thác thương mại nghệ sĩ - Khai thác IP - Khai thác kênh truyền hình Mảng nội dung sáng tạo và sở hữu các sản phẩm giải trí ăn khách	1.727 Doanh thu 421 LN từ HĐKD	Động lực tăng trưởng chính, chiếm 85%-90% lợi nhuận của tập đoàn
Mảng Dịch vụ Truyền thông	- Tư vấn kế hoạch truyền thông và mua bán thời lượng quảng cáo - Dịch vụ giải pháp Influencer Marketing Mảng Dịch vụ truyền thông giúp quảng bá, kết nối các sản phẩm giải trí của mảng Nội dung với nhân hàng, công chúng, và nghệ sĩ	1.687 Doanh thu 53 LN từ HĐKD	Mảng kinh doanh tạo dòng tiền ổn định

Nguồn: Báo cáo tổng hợp thông tin tài chính hợp nhất theo quy ước đã được kiểm toán

Mô hình kinh doanh mảng Nội dung



Nguồn: Báo cáo tổng hợp thông tin tài chính hợp nhất theo quy ước đã được kiểm toán

1

Mô hình Sản xuất chương trình có tài trợ – quan hệ win-win với nhà tài trợ

Mô hình sản xuất chương trình có tài trợ

Doanh thu tài trợ chương trình **1,3x – 1,5x**

Chi phí sản xuất **-1,0x**

Lợi nhuận gộp (trước phát sóng) **0,3x – 0,5x**



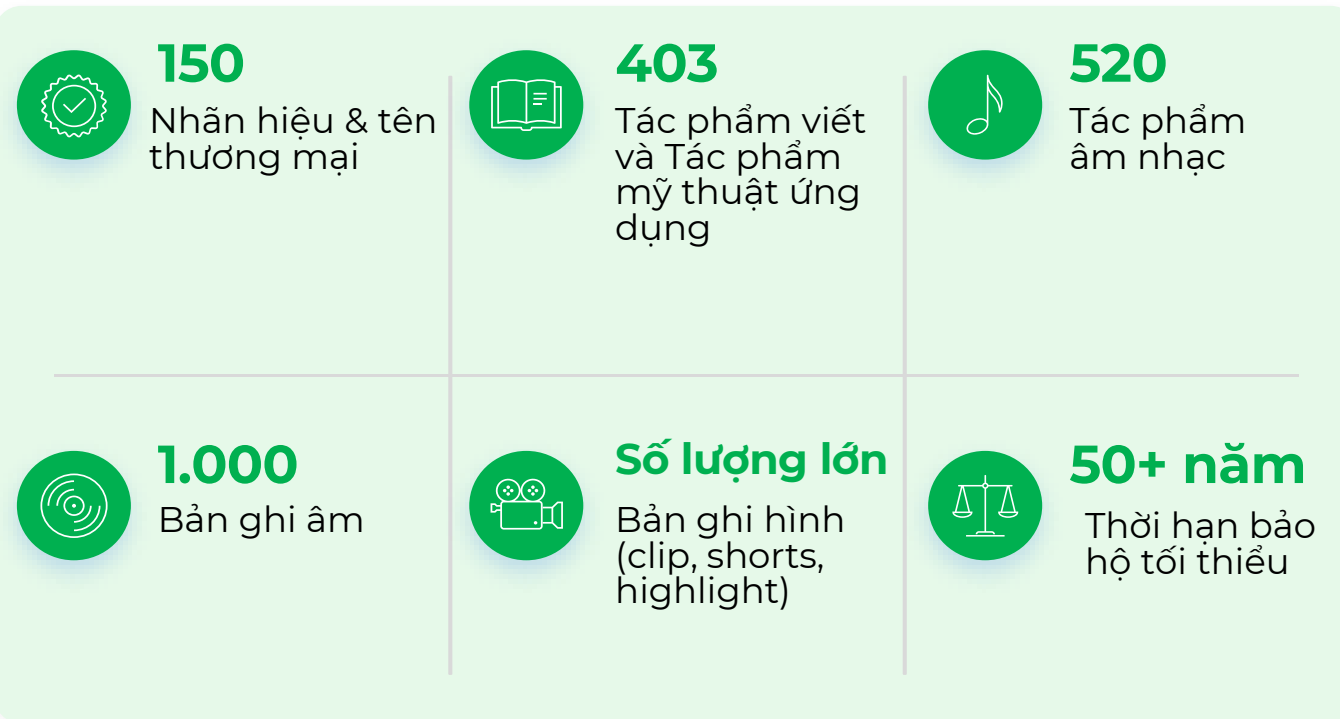
Giúp đảm bảo chương trình có lời trước phát sóng

Tài trợ chương trình có hiệu quả vượt trội khi so sánh với quảng cáo truyền thống

	Hình thức	Thời lượng	Hiệu quả truyền thông	Chuyển hóa mua hàng
Tài trợ chương trình của DatVietVAC	Nhãn hiệu được lồng ghép tự nhiên vào chương trình Khán giả tương tác với nhãn hiệu 	Hiện diện suốt chương trình phát sóng Duy trì sau thời gian phát sóng (event, đại diện thương hiệu, xem lại) 	Hiệu quả vượt trội khi chương trình trở nên nổi tiếng, viral 	Tỷ lệ chuyển hóa cao với các phương thức conversion tích hợp cho nhà tài trợ (mua vé concert bằng app ngân hàng tài trợ) 
Quảng cáo thông thường	“Cưỡng ép”, gián đoạn nội dung chính Không thể tương tác	Campaign ngắn (3-6 tháng)	Hiệu quả không thay đổi	Thấp
Nhà tài trợ nhận về quyền lợi vượt trội hơn quảng cáo thông thường Ngoài hiệu quả quảng bá, còn có hiệu quả tương tác và chuyển hóa thành mua hàng				

2 Kho tài sản IP được bảo hộ và thương mại hóa

2.000+ tài sản IP được bảo hộ và liên tục gia tăng



Bảo hộ bởi

Quy trình nội bộ, Luật pháp Việt Nam và các Công ước Quốc tế



Các tài sản IP và phương thức khai thác chính



Bản quyền nội dung



Nhượng quyền nội dung



Bản quyền hình ảnh



Nhượng quyền sử dụng hình ảnh



Bản quyền âm nhạc



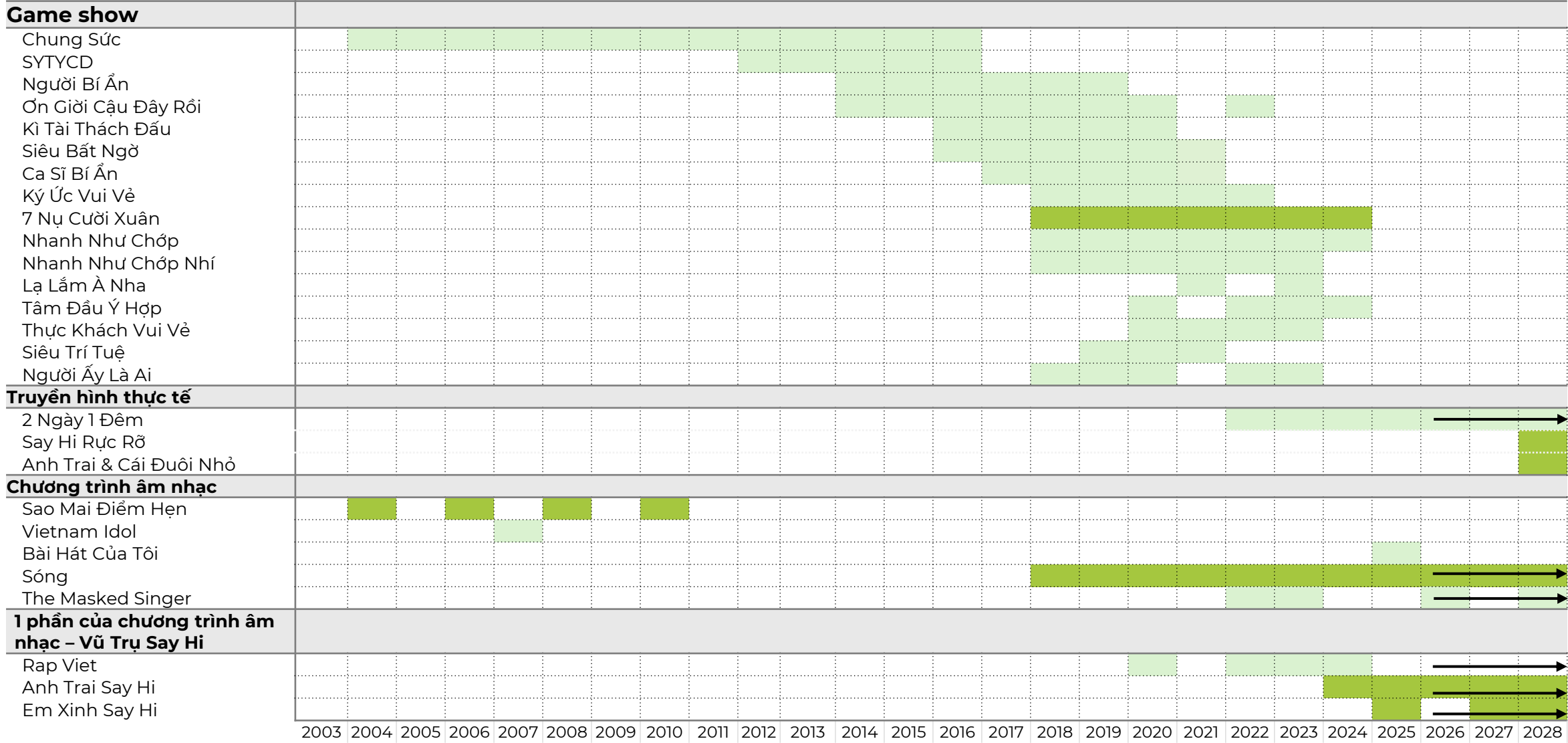
Nhượng quyền khai thác âm nhạc



Lịch sử sản xuất chương trình hàng đầu trong suốt 20 năm



Các chương trình tiêu biểu DatVietVAC sản xuất trong hơn 20 năm qua



Format nhượng quyền

Format sở hữu → Tiếp tục phát sóng

Tuổi thọ trung bình chương trình: 5+ năm



Các tiêu chí trọng yếu phát triển chương trình

- Khai thác thương mại 360°
- Phù hợp với thị hiếu khán giả, có khả năng kéo dài nhiều mùa
- Phù hợp với nhóm nhãn hàng tài trợ mục tiêu

Ảnh hưởng COVID

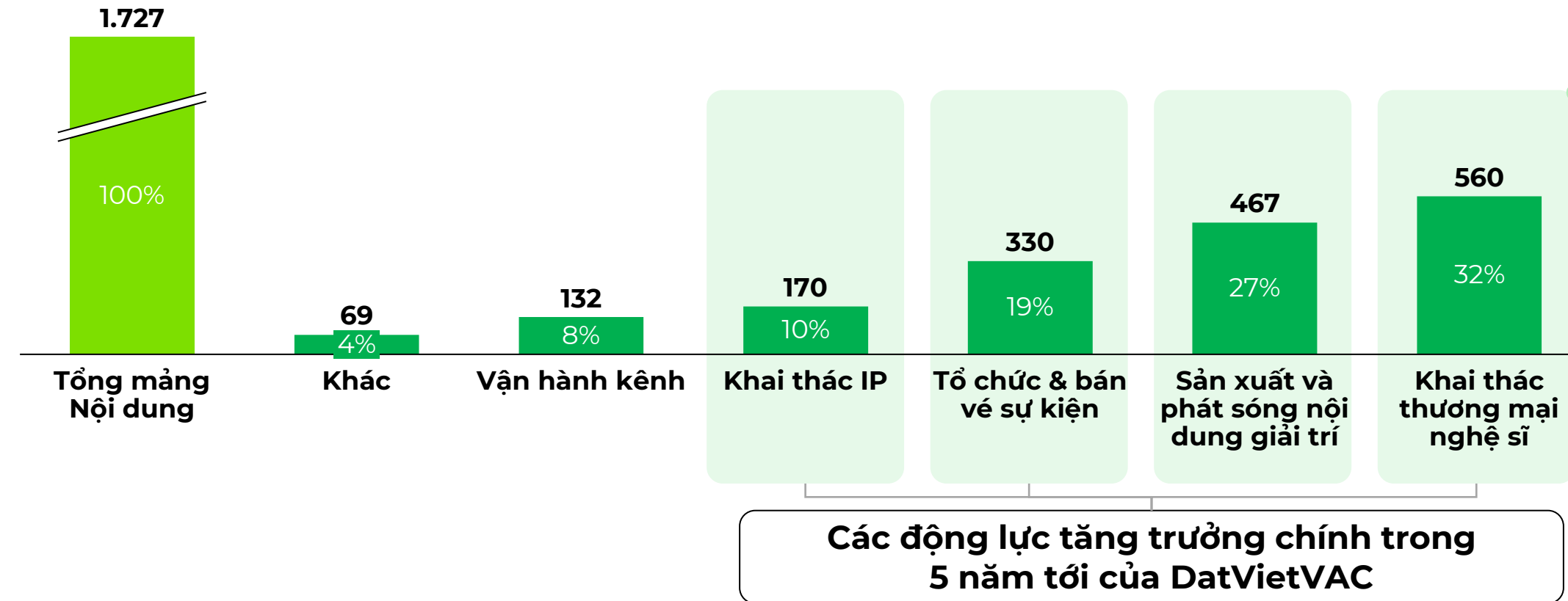


Nguồn doanh thu		Thông số tiêu biểu	
Sản xuất & phát sóng nội dung	- Tài trợ chương trình - Quảng cáo đến từ phát sóng chương trình trên truyền thông	2,6x Tăng trưởng doanh thu tài trợ chương trình (22-25)	58% Thị phần show và tài trợ năm 2025
Tổ chức concert	- Tài trợ concert - Bán vé chương trình	>310 ngàn Vé tiêu thụ 22-25	13 Concert đã tổ chức 22-25
Khai thác thương mại nghệ sĩ	Phí quản lý thương mại	15-30% Chia sẻ doanh thu	>100 Nghệ sĩ đang quản lý độc quyền
Khai thác IP	- Lượt nghe/xem trên nền tảng âm nhạc & truyền thông - Phí sử dụng và chia sẻ doanh thu từ nhượng quyền - Doanh thu bán vật phẩm	2.000+ Tài sản IP	1.000 Bản ghi âm bài hát
Vận hành kênh	Quảng cáo trên kênh truyền hình	Top 3 kênh truyền hình toàn quốc	

Khai thác thương mại 360°

Cơ cấu doanh thu mảng nội dung của DatVietVAC theo tính chất, tỷ VND

Mô hình kiếm tiền 360° của DatVietVAC giúp đa dạng hóa nguồn doanh thu trên toàn bộ chuỗi giá trị nội dung



Điểm nhấn là mảng quản lý và khai thác thương mại nghệ sĩ – với nhiều nghệ sĩ còn dư địa phát triển lớn



15-30%
Chia sẻ doanh thu với nghệ sĩ

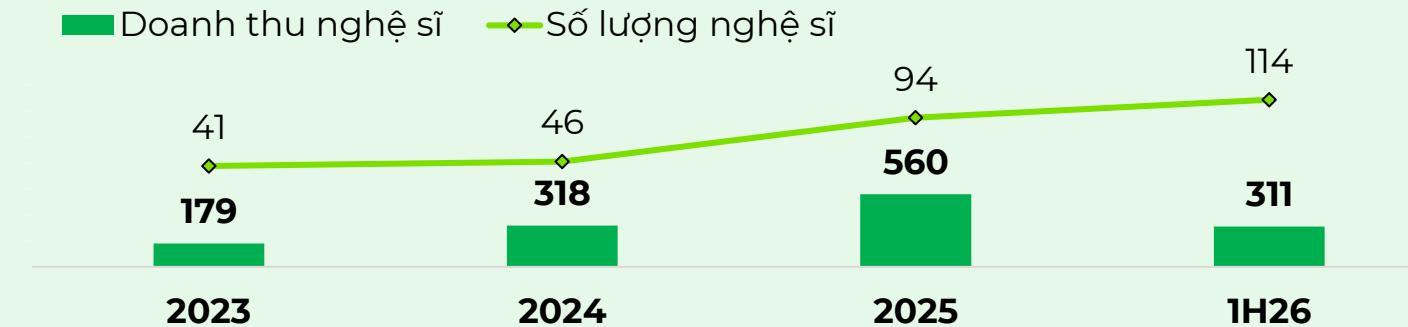


60%
Doanh thu 2025 đến từ top 10 nghệ sĩ



500
Nghệ sĩ được casting mỗi năm để tạo nguồn

Doanh thu & số nghệ sĩ thuộc DatVietVAC



Nguồn: Báo cáo tổng hợp thông tin tài chính hợp nhất theo quy ước đã được kiểm toán

Các thông số biết nói về mảng Nội dung



Thư viện nội dung hàng đầu Việt Nam

11 ngàn giờ
Nội dung/năm

2.000+
Tài sản trí tuệ

Phân phối truyền thông đa kênh

270 triệu
người theo
dõi

67 tỷ
lượt xem / năm

Kênh truyền hình



Kênh Digital



Công ty quản lý nghệ sĩ hàng đầu

114
Nghệ sĩ quản lý

4,4x
số lần tăng trưởng doanh thu
22-25

Tập khách hàng doanh nghiệp uy tín, gắn kết



Mô hình D2C tăng trưởng nhanh với nhiều kênh thương mại hóa đa dạng

>310 ngàn
Vé tiêu thụ
22-25

>250 ngàn
Merch bán
22-25

13
Concert đã tổ chức
22-25

Mô hình kinh doanh mảng Dịch vụ truyền thông

Đối tác truyền thông

Các kênh truyền thông

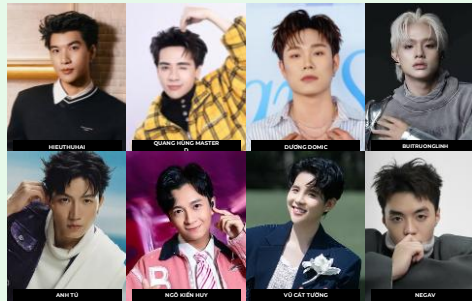
Kênh digital



Kênh TV



Nghệ sĩ



Thương mại
quảng cáo

Kết nối
nghệ sĩ



Tạo lợi nhuận
bền vững

Mảng DVTT

1. Tư vấn kế hoạch truyền thông và mua bán quảng cáo

Lập kế hoạch & mua quảng cáo
Giải pháp tiếp thị nội dung

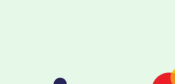


2. Dịch vụ giải pháp Influencer Marketing



Quan hệ kinh doanh sâu rộng trong
ngành truyền thông & quảng cáo VN

Khách hàng

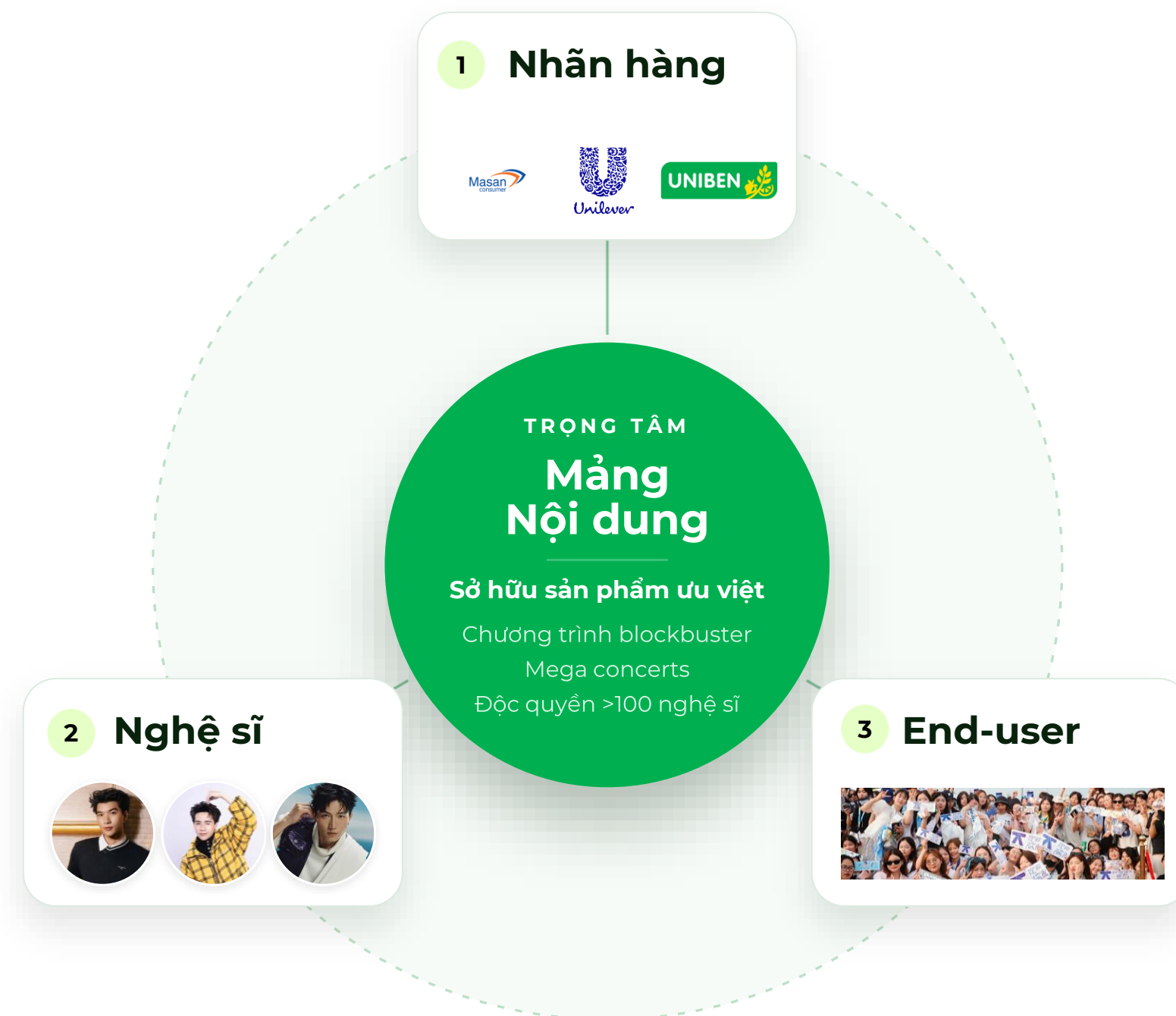


Tư vấn
truyền thông



Mảng Nội dung và Mảng DVTT – Hai mảng kinh doanh tạo hợp lực (Synergy)

Mảng Nội dung nằm ở **trọng tâm** —
Mảng DVTT **kết nối** với các stakeholders chính



Mảng DVTT - Kết nối Mảng Nội dung với các stakeholders quan trọng

1 Nhãn hàng

Tư vấn các sản phẩm của Content Hub (chương trình, nghệ sĩ, concert) trong tư vấn truyền thông với nhãn hàng

2 Nghệ sĩ

Hợp tác với Nomad cho các dịch vụ truyền thông có sự tham dự của nghệ sĩ Nomad

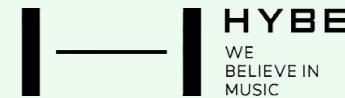
3 End-user

Hỗ trợ các chiến dịch quảng cáo cho các blockbuster shows

So với các doanh nghiệp quốc tế với mô hình kinh doanh tương tự, DatVietVAC còn nhiều dư địa phát triển

Các mô hình giải trí quốc tế

Đào tạo nghệ sĩ và khai thác fandom

6,3 tỷ USD
Vốn hóa

Sản phẩm nổi bật



Sản xuất nội dung dài kỳ, theo đơn đặt hàng




4,1 tỷ USD
Vốn hóa

Sản phẩm nổi bật

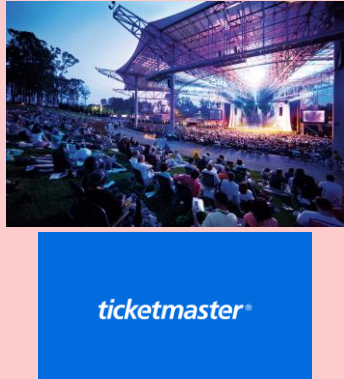


Sáng tạo nội dung và khai thác thương mại




44,1 tỷ USD
Vốn hóa

Sản phẩm nổi bật



So sánh với mô hình quốc tế & dư địa cho DatVietVAC

Năng lực/mảng kinh doanh

- Năng lực sản xuất nội dung Việt chất lượng**
DatVietVAC là doanh nghiệp hàng đầu về sáng tạo content giải trí tại VN (reality show, MV, digital content)
- Năng lực Sản xuất Mega concerts**
Tổ chức chuỗi 13 concerts 2022-2025 (ATSH, EXSH, Sóng), 2 concerts ATSH tại Mỹ - Las Vegas; quy mô 30K-60K khán giả
- Sở hữu & phát triển Nghệ sĩ**
HYBE sở hữu label đào tạo nghệ sĩ từ đầu. DatViet sẽ phát triển mảng artist management để tạo nguồn cung tài năng ổn định.
- Platform tương tác giữa nghệ sĩ và fan**
HYBE có Weverse sở hữu 11 triệu người dùng. DatVietVAC sẽ xây dựng platform để sở hữu data fan, tạo nguồn thu trực tiếp từ fan
- Sản xuất nội dung theo yêu cầu**
Thị trường lớn tiềm năng (theo mô hình của Banijay), mang lại dòng tiền ổn định cho doanh nghiệp

Hình mẫu



Hiện trạng

 **Đã sở hữu**

 **Đã sở hữu**

 **Đang phát triển**

 **Đang phát triển**

 **Tiềm năng dài hạn**

DatVietVAC

Hệ sinh thái Công nghệ Truyền thông Giải trí - Chỉ số cạnh tranh khu vực

**DN giải trí
niêm yết toàn cầu**
1,600+ Doanh Nghiệp



**DN giải trí châu Á
doanh thu >USD100tr⁽¹⁾**
76 Doanh Nghiệp



Biên LN Gộp⁽¹⁾ 20%+
64 Doanh Nghiệp



Biên LN Ròng⁽¹⁾ 10%+
16 Doanh Nghiệp



ROE hơn 40%



Chiến lược 5 năm 2026-2030: Phát triển lĩnh vực khán giả/người tiêu dùng và thương mại hóa IP độc quyền với mục tiêu x2 LNST

2025

- **3.235 tỷ** doanh thu
- **380 tỷ** LNST
- **Cổ tức: 3.032 VND / cổ phiếu**

Kế hoạch 2026

- **3.500 tỷ** doanh thu
- **420 tỷ** LNST
- **Cổ tức: tối thiểu 2.500 VND / cổ phiếu**

Dự phóng 2030

- **5.000 tỷ** doanh thu
- **780 tỷ** LNST
- Duy trì chi trả cổ tức đều đặn

x2 LNST

Doanh thu D2C là động lực tăng trưởng chính. Mang văn hóa Việt Nam ra toàn cầu

1

Đa dạng hóa chương trình, phục vụ mọi lứa tuổi

Mở rộng tập khán giả

Giữ vững vị trí #1 với nhóm khán giả 13-30 tuổi

Phát triển thêm các chương trình blockbuster phục vụ **nhóm khán giả nhỏ tuổi, trung niên**

2

Đa dạng hóa khai thác concert, event từ chương trình & nghệ sĩ

351.000

Số vé bán ra năm 2030

Đa dạng hóa hình thức event: fans meeting, nhạc hội, mang sự kiện quốc tế đến Việt Nam

3

Đa dạng hóa khai thác thương mại nghệ sĩ

1.500 tỷ VND

Doanh thu từ khai thác thương mại nghệ sĩ năm 2030

Tăng tương tác với người hâm mộ: event, vật phẩm, tương tác độc quyền

4

Đẩy mạnh khai thác IP

Global reach

Mô hình **hợp tác với nhãn hàng, khai thác & nhượng quyền IP** trên các nền tảng số (Spotify, TikTok,...) và buổi biểu diễn trên toàn cầu

5

Các phát kiến kinh doanh mới

Đào tạo nghệ sĩ, Fandom platform

Hợp tác **đào tạo nghệ sĩ với đối tác quốc tế** (Mỹ, Hàn Quốc)

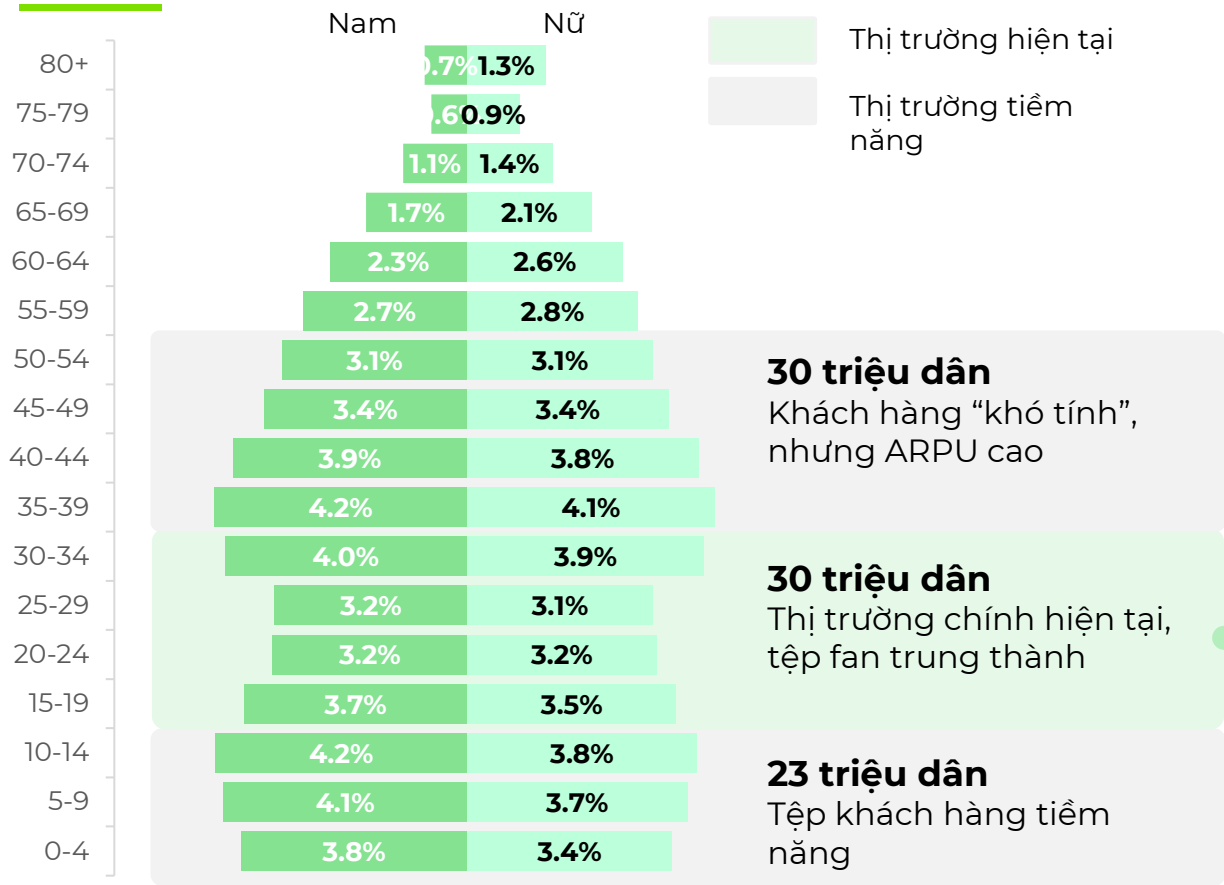
Xây dựng **D2C (Fandom) platform**, kết nối trực tiếp người tiêu dùng với nghệ sĩ và nhãn hàng

Đa dạng hóa chương trình, phục vụ mọi lứa tuổi

Thị trường giải trí truyền thông cho tệp 35-60 tuổi và dưới 13 còn nhiều dư địa

Song song đó, tiếp tục đa dạng hóa thể loại

Tháp dân số Việt Nam năm 2025



Đang được khai thác rất thành công với các chương trình thuộc IP Vũ Trụ “Say Hi”



Nội dung gia đình

- Thị trường thiếu nội dung có chiều sâu cảm xúc, có thể xem cùng con cái
- Sẵn sàng chi trả cho các nội dung, vật phẩm, quần áo premium để tăng gắn kết gia đình



Đang được khai phá bằng chương trình Anh Trai & Cái Đuôi Nhỏ mùa 1

Nội dung âm nhạc

- Tìm kiếm sự hoài niệm với các bài hát cũ nhưng được làm mới bản phối
- Nội dung cân cân đối giữa yếu tố giải trí, cảm xúc và sự chần chu



Đang được tiếp tục đẩy mạnh bằng chương trình Ca Sĩ Mặt Nạ mùa 3



Say Hi Rục Rỡ - Chương trình sinh tồn lên sóng năm 2026

Khoảng trống thị trường còn rất lớn, với nhu cầu giải trí chưa được đáp ứng của hơn 53 triệu người Việt ở lứa tuổi từ 35-60 và dưới 13

Kế hoạch chương trình dự kiến trong vòng 3-5 năm tới

	2024	2025	2026	2027	2028	2029-2030
Vũ Trụ “Say Hi”	Mùa 1 Mùa 4 Mùa 2 Mùa 1 Mùa 1 All-star Chu kỳ của Vũ Trụ Say Hi			Mùa 3 Mùa 2 Mùa 1 All-star Chu kỳ của Vũ Trụ Say Hi		Mùa 4 Mùa 3
Ca Sĩ Mặt Nạ			Mùa 3 Vietnamese Artists		Mùa 4 Regional Artists	Mùa 5
Vũ Trụ 2N1D	Mùa 3	Mùa 4	Mùa 5	Mùa 6	Mùa 7	Mùa 8
Sóng	Mùa 7	Mùa 8	Mùa 9	Mùa 10	Mùa 11	Mùa 12
Các chương trình khác			Say Hi Rục Rò Anh Trai Cười Ước Mơ	Các dự án đang phát triển		

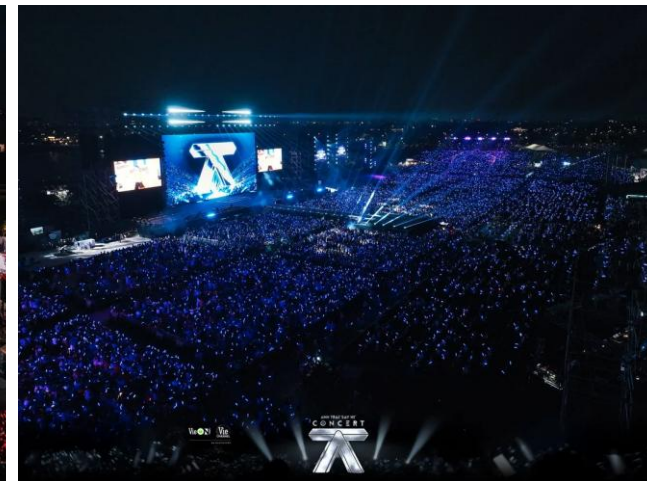
Pipeline chương trình **3-5 năm tới**, gồm **các chương trình ăn khách đã có track record**

Công ty sẽ tiếp tục cho ra đời các chương trình **đáp ứng thị hiếu khán giả & nhu cầu nhà tài trợ**, với khả năng khai thác 360°

2

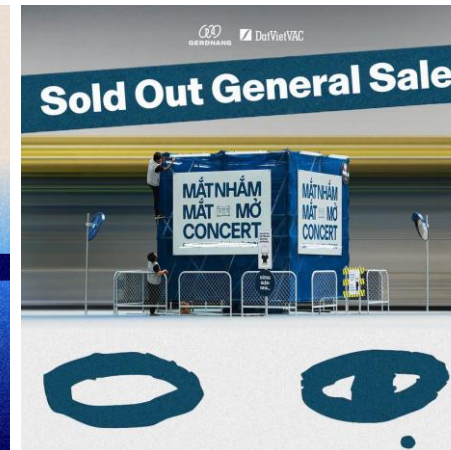
Đa dạng hóa khai thác concert, event từ chương trình & nghệ sĩ

Tiếp tục tổ chức các Đại Nhạc Hội (“mega concert”) thuộc IP của DatViet...



Chuỗi concert trong IP Anh Trai “Say Hi”, đã tổ chức 11 đêm và thu hút hơn 300 ngàn khán giả

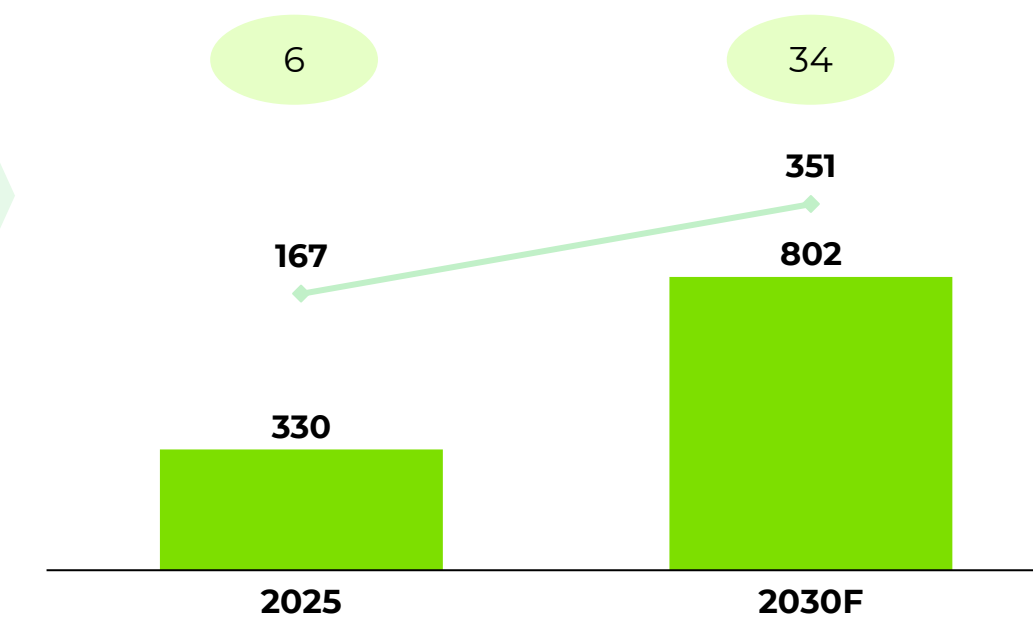
...đồng thời tăng cường mở rộng ra các event quy mô nhỏ hơn như solo-concert, fan meeting...



Fans Meeting của Dương Domic
Solo-concert của HIEUTHUHAİ, tổ chức bởi DatVietVAC

Dự phóng tăng trưởng doanh thu, số sự kiện và số vé bán ra đến 2030

- Số vé tiêu thụ
- Doanh thu từ sự kiện (tỷ VND)
- Số sự kiện trực tiếp



Trải nghiệm trực tiếp là nhu cầu giải trí thiết yếu, đi theo xu hướng toàn cầu

Mục tiêu: Tối ưu hóa trải nghiệm cho fan hâm mộ Việt

2

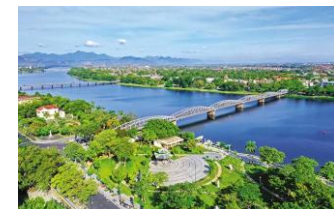
Các dự án hợp tác phát triển du lịch & hợp tác tư nhân là upside của DatViet

Tổ chức các dự án phát triển văn hóa & du lịch quốc gia...

Gia Lai – DatViet hợp tác tổ chức năm 2026



... với tiềm năng hợp tác với các địa phương du lịch trọng điểm



Huế



Đà Nẵng



Hạ Long

Hợp tác tư nhân với các đối tác phát triển hạ tầng



...để mang các sự kiện âm nhạc tầm cỡ quốc tế về Việt Nam



Tomorrowland



Coachella



Glastonbury

Ước tính doanh thu mang về cho DatVietVAC

>50 tỷ

Doanh thu ước tính tổ chức 1 sự kiện

10-15 sự kiện

Năng lực tổ chức sự kiện của DatViet mỗi năm

>500-800 tỷ

Doanh thu upside ước tính

Mục tiêu đưa Việt Nam trở thành điểm đến du lịch của khu vực và thế giới

Đa dạng hóa khai thác thương mại nghệ sĩ

Đa dạng hình thức khai thác thương mại



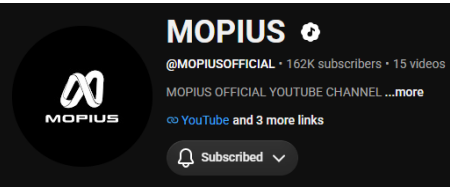
Tập trung phát triển nguồn nghệ sĩ trẻ

- Nguồn đầu vào cho franchise Say Hi và các IP khác



Đẩy mạnh khai thác D2C

- Đẩy mạnh concert tour & fan meeting
- Quản lý & khai thác hệ thống social media của nghệ sĩ
- Tương tác độc quyền cho fan (subscribe / donate)



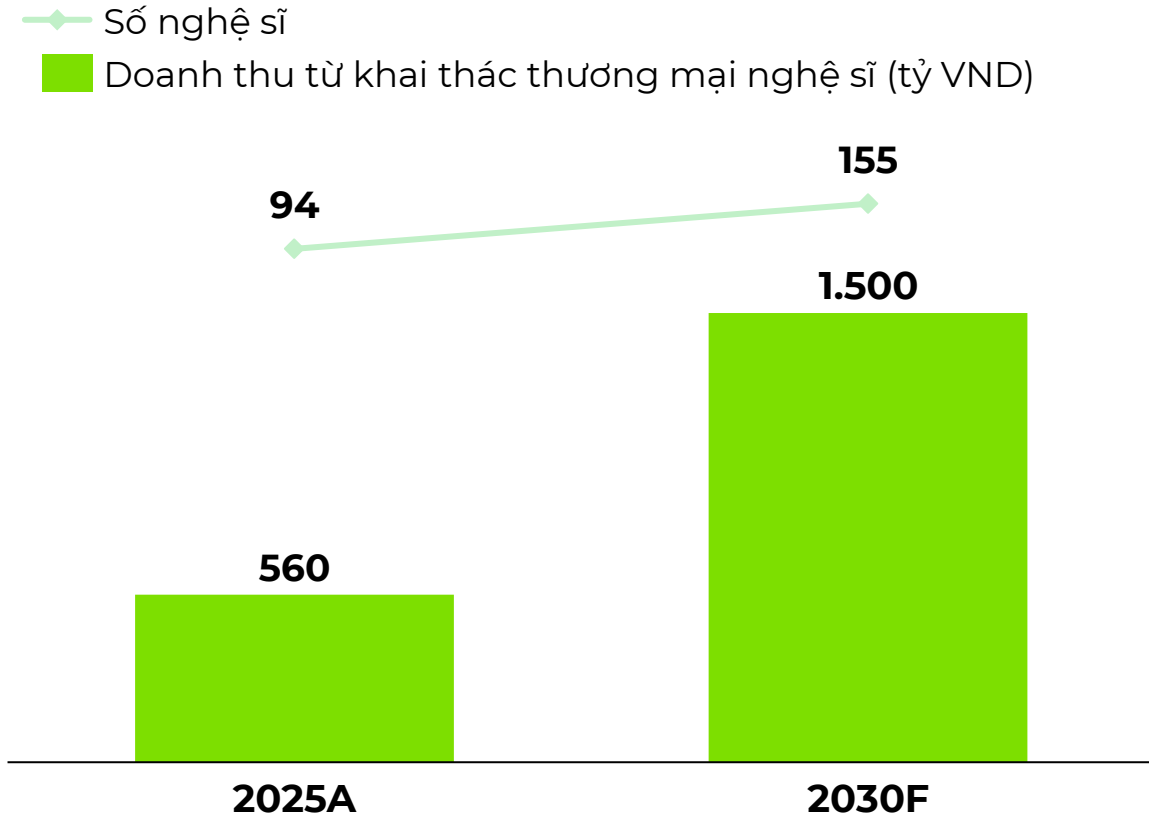
Đẩy mạnh tìm kiếm, quảng bá, khai thác thương mại các nhóm nghệ sĩ ngoài category âm nhạc



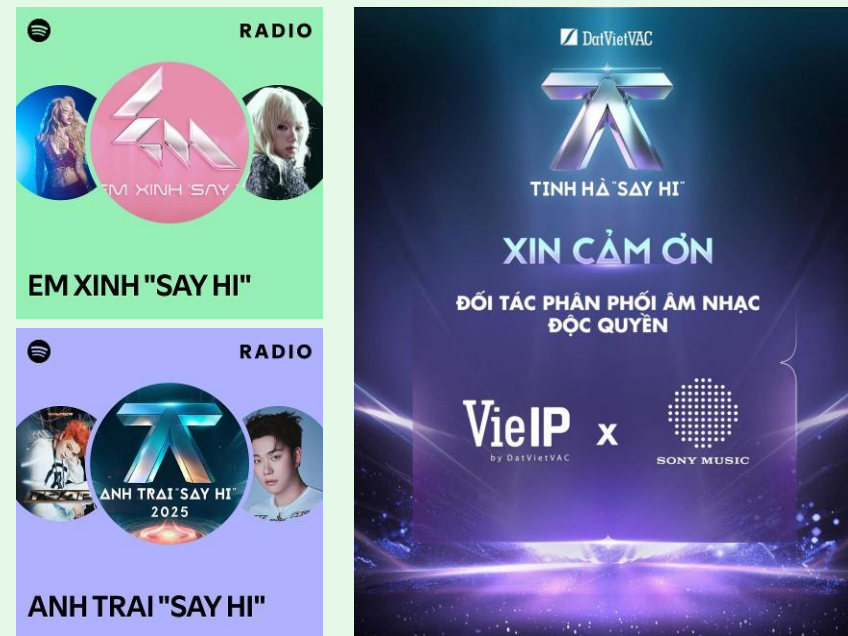
Khai thác các nhóm nghệ sĩ mới với tiêu chí:

- Vòng đời khai thác dài hạn
- Nguồn thu khai thác đa dạng (bao gồm tour diễn, vật phẩm, hình ảnh, v.v.)
- Ngoài tệp khán giả đại chúng, tạo thêm được tệp fan trung thành

Dự phóng tăng trưởng mảng khai thác thương mại nghệ sĩ đến 2030



Đẩy mạnh khai thác thương mại trên các nền tảng số



1H26 – đã ký kết hợp đồng phân phối nhạc với Sony với giá trị thương vụ trên **1 triệu USD**

Đẩy mạnh khai thác IP

Đẩy mạnh tự kinh doanh + hợp tác với nhãn hàng các sản phẩm liên quan đến IP



1H26 – đã ký kết hợp đồng nhượng quyền hình ảnh Tinh Hà với hãng nước hoa Niche Perfume, với giá trị hợp đồng trên **500 ngàn USD**

Tiếp tục phát triển các IP chất lượng, mục tiêu xuất khẩu quốc tế



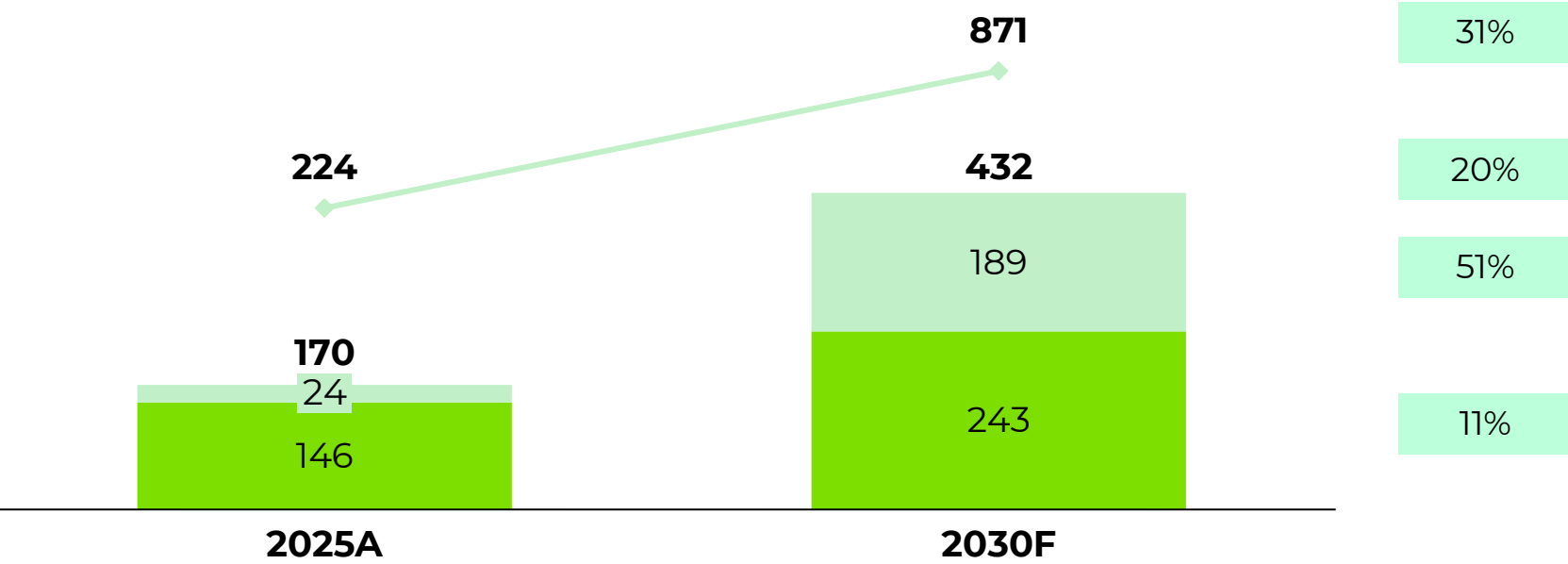
Tiếp tục nhượng quyền concert thuộc vũ trụ “Say Hi” tại Mỹ, và tiến ra các thị trường khác như Úc, Hàn Quốc, Nhật Bản,...

4

Đẩy mạnh khai thác IP

Dự phóng tăng trưởng doanh thu mảng khai thác IP

- Số vật phẩm bán ra (ngàn)
- Doanh thu từ bán vật phẩm
- Doanh thu từ streaming & licensing (tỷ VND)



80-100% Doanh thu được chuyển hóa thành lợi nhuận, chất lượng doanh thu cực cao



5 Trụ cột 5: Các phát kiến kinh doanh cho tăng trưởng trong trung dài hạn

Sở hữu & Đào tạo nghệ sĩ

Tạo nguồn cung nghệ sĩ, sở hữu kho IP nghệ sĩ

Ra mắt

Mô hình hoạt động

Quý 4/2026

- Sở hữu & đào tạo nghệ sĩ, band nhạc với khả năng “go global”. Mục tiêu debut năm 2028/2029
- Hợp tác (JV, M&A) với các đối tác quốc tế từ Hàn Quốc, Mỹ với kinh nghiệm và công thức đào tạo & khai thác thương mại nghệ sĩ trên toàn cầu



Mô hình thành công trên thế giới



BTS



Seventeen



Katseye

Phát triển nền tảng fandom tương tác trực tiếp với fans

Tương tác trực tiếp, sở hữu data, cá nhân hóa trải nghiệm

Ra mắt

Tính năng tiêu biểu

2026/2027

Sau 2027

Quý 4/2026

Bán vé sự kiện & vật phẩm

Bình chọn nghệ sĩ & chương trình

Tương tác giữa fan, nghệ sĩ, chương trình, nhãn hàng: fan page, fan call, content độc quyền, ...

weverse
Official for All Fans

by



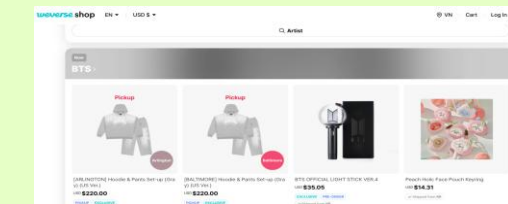
Mô hình thành công trên thế giới



11 triệu
MAU

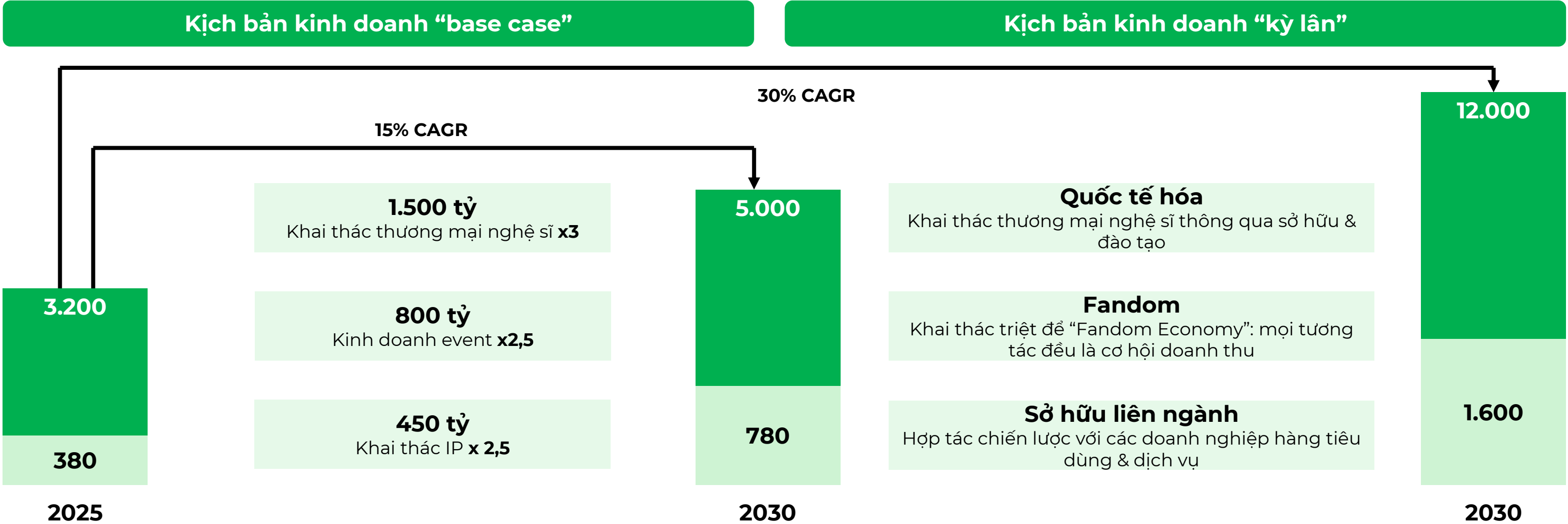


150 triệu
Lượt tải về



50 triệu+/năm
Hàng hóa mua bán

“Kỳ lân” công nghiệp văn hóa năm 2030: cơ hội ở đâu?



Đơn vị: tỷ VND

Nguồn: Báo cáo tổng hợp thông tin tài chính hợp nhất theo quy ước đã được kiểm toán & dự phóng công ty

Hội Đồng Quản Trị



Ông
Đinh Bá Thành
Chủ Tịch HĐQT

- Sáng lập DatVietVAC vào năm 1994. Định hướng tầm nhìn và chiến lược phát triển của doanh nghiệp
- Phụ trách sáng tạo và xây dựng văn hóa doanh nghiệp
- Phó chủ tịch Hiệp hội Dữ liệu Quốc gia Việt Nam đặc trách về văn hóa
- Thành viên HĐQT Tập đoàn Ngân hàng UOB Singapore
- Chủ tịch Hiệp hội CEO Thế giới tại Việt Nam
- Cử nhân Kiến trúc tại Đại học Kiến Trúc TP. Hồ Chí Minh



Ông
Đào Văn Kính
Phó Chủ tịch HĐQT

- Đồng sáng lập DatVietVAC
- Được công nhận là một trong những người có nhiều kinh nghiệm và ảnh hưởng nhất trong ngành truyền thông
- Chịu trách nhiệm về chiến lược kinh doanh tổng thể của DatVietVAC
- Cử nhân Kinh tế tại Đại học Kinh tế TP. Hồ Chí Minh



Ông
Hoàng Trọng Khải
Thành viên HĐQT

- Bắt đầu sự nghiệp tại DatVietVAC ngay từ khi công ty được thành lập
- Được bổ nhiệm làm Giám đốc Tài chính từ tháng 12/1999. Chịu trách nhiệm giám sát các hoạt động và nghiệp vụ tài chính của DatVietVAC
- Cử nhân Kinh tế tại Đại học Kinh tế TP. Hồ Chí Minh



Ông
Thng Tien Tat
Thành viên HĐQT

- Quốc tịch Singapore; Cử nhân chuyên ngành Kinh doanh
- Hơn 25 năm kinh nghiệm trong lĩnh vực tài chính – ngân hàng, gắn bó với UOB Group từ 10/1996 với vai trò Giám đốc điều hành
- Thành viên HĐQT DatVietVAC Group Holdings từ năm 2020
- Hiện đồng thời giữ vai trò Giám đốc điều hành tại MET VM Holding Pte Ltd và thành viên HĐQT không điều hành tại UOB Asset Management (Vietnam), UOB (Vietnam), Buymed Pte Ltd, Vietnam Singapore Business Association và Alliance for Microfinance in Myanmar



Ông
Ngô Thế Triệu
Thành viên HĐQT độc lập kiêm
Chủ tịch Ủy ban Kiểm toán

- Hơn 25 năm kinh nghiệm trong lĩnh vực tài chính, đầu tư, kiểm toán và bảo hiểm
- Khởi đầu sự nghiệp tại Ngân hàng TMCP Eximbank, Công ty Kiểm toán Arthur Andersen và Prudential Việt Nam
- Gắn bó với Eastspring Việt Nam từ 2007–2025, thăng tiến từ chuyên viên đầu tư đến Tổng Giám đốc kiêm Tổng điều hành đầu tư (2018–2025)
- Từ 2026: Thành viên HĐQT độc lập kiêm Chủ tịch Ủy ban Kiểm toán tại DatVietVAC Group Holdings
- Hiện đồng thời là Chủ tịch HĐQT kiêm Tổng Giám đốc Công ty CP Optima Wealth Partners (từ 9/2025)



Hệ sinh thái công nghệ - truyền thông - giải trí hàng đầu VN

Cơ hội đầu tư hấp dẫn vào hệ sinh thái công nghệ - truyền thông – giải trí hàng đầu Việt Nam Tái định nghĩa mô hình giải trí thế hệ mới

1. Công nghiệp giải trí Việt Nam đang bùng nổ, với tiềm năng tăng trưởng hai chữ số, đến từ bùng nổ tiêu dùng giải trí và các chính sách hỗ trợ mạnh mẽ của chính phủ
2. DatVietVAC là doanh nghiệp hàng đầu của ngành truyền thông giải trí, với lịch sử hình thành & phát triển hơn 30 năm
3. Sở hữu kho IP đồ sộ, năng lực sản xuất nội dung blockbuster, hệ sinh thái truyền thông bao phủ, quan hệ kinh doanh với các nhà quảng cáo lớn nhất, hệ thống quản lý nghệ sĩ hàng đầu Việt Nam
4. Mô hình khai thác thương mại 360°: khai thác thương mại chương trình, tổ chức sự kiện & concert, khai thác thương mại nghệ sĩ, khai thác IP & bán vật phẩm, kinh doanh vận hành kênh
5. Mô hình kinh doanh ROE cao, trả cổ tức tiền mặt cao & đều đặn

KẾT QUẢ TÀI CHÍNH

Giải đáp các câu hỏi thường gặp của Nhà đầu tư

1

- Cơ cấu & chất lượng doanh thu

2

- Triển vọng tăng trưởng

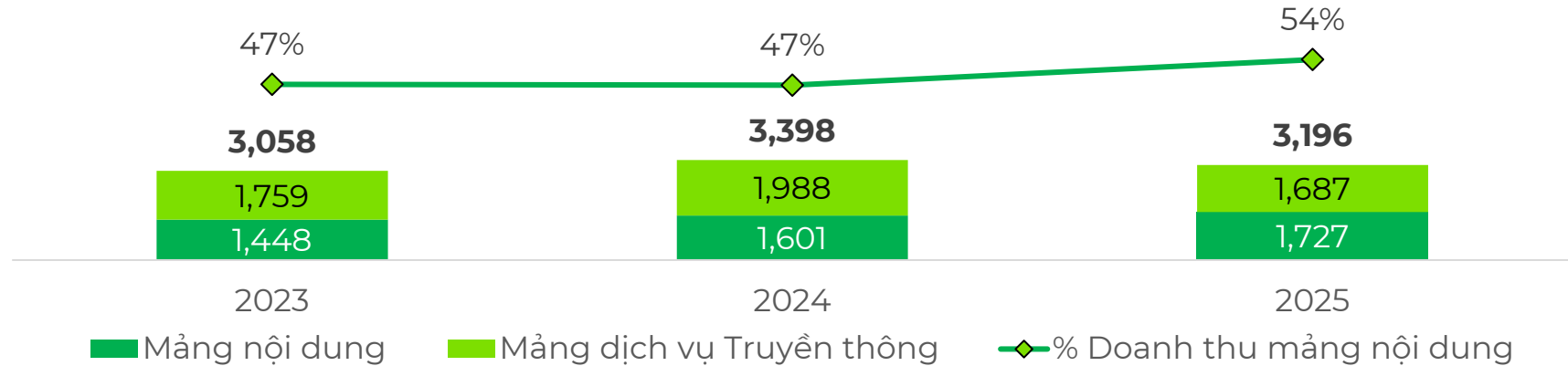
3

- Kế hoạch IPO 2026

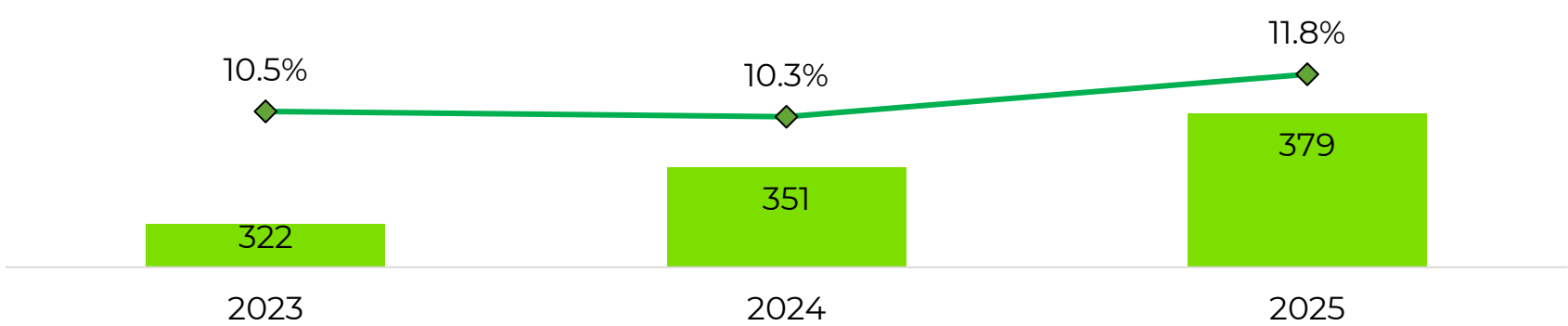


Kết quả hoạt động kinh doanh 2023 - 2025

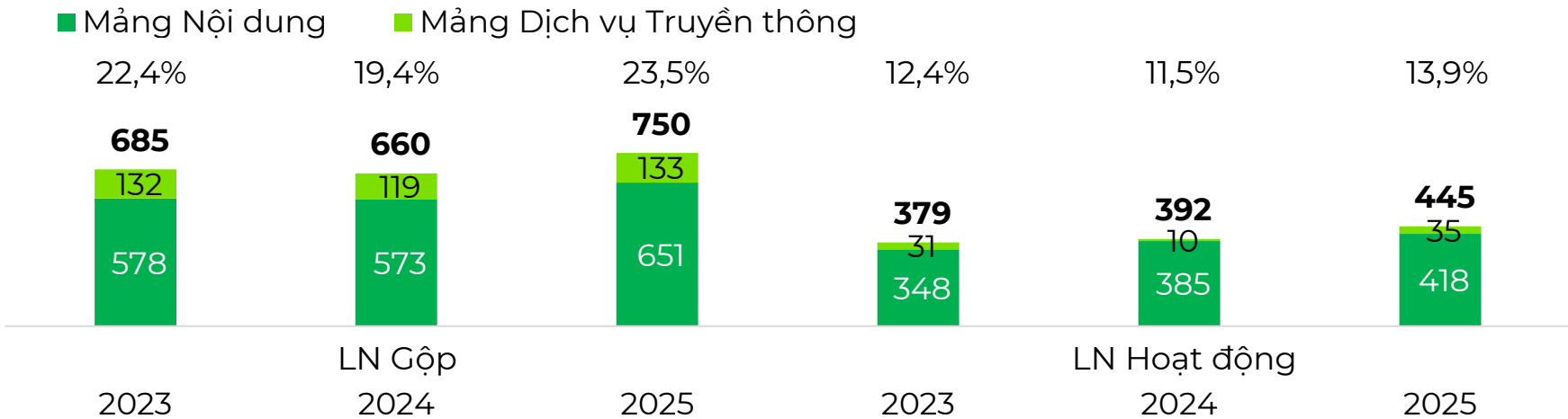
Doanh thu thuần – Chuyển dịch tăng trưởng sang mảng Nội dung (tỷ VND, %)



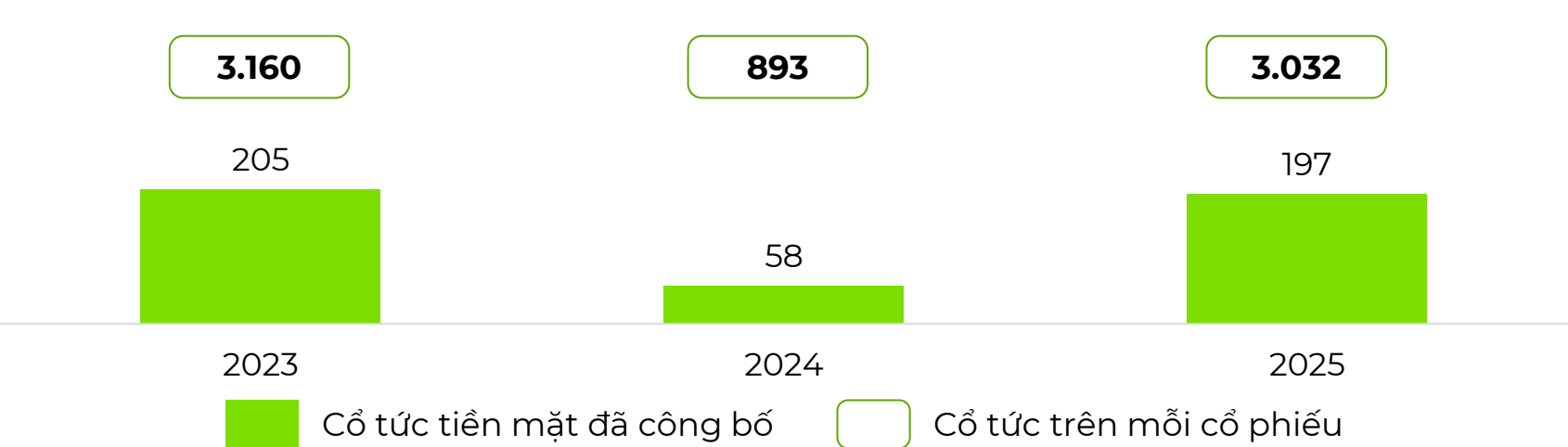
Lợi nhuận sau thuế - Tăng trưởng bền vững qua các năm (tỷ VND)



Lợi nhuận gộp và lợi nhuận hoạt động tăng theo tỷ trọng mảng nội dung (tỷ VND và %)



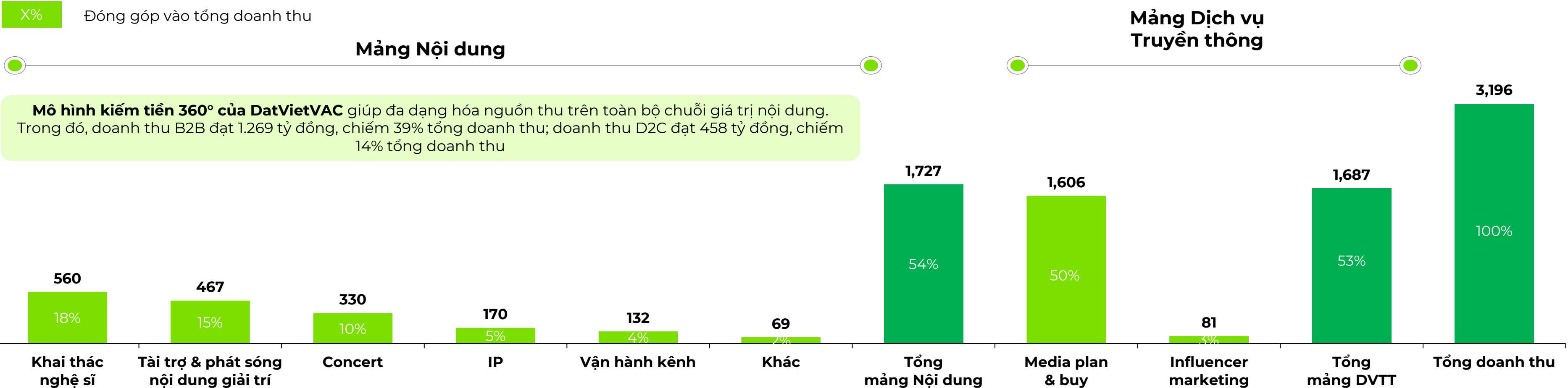
Cổ tức tiền mặt đều đặn cho cổ đông (cổ tức đã trả - tỷ VND, cổ tức trên mỗi cổ phiếu - VND)



Nguồn: Báo cáo tổng hợp thông tin tài chính hợp nhất theo quy ước đã được kiểm toán; số tổng lệch với số thành phần do các giao dịch loại trừ

Cơ cấu doanh thu 2025 của DatVietVAC theo mảng kinh doanh: đa dạng nguồn thu

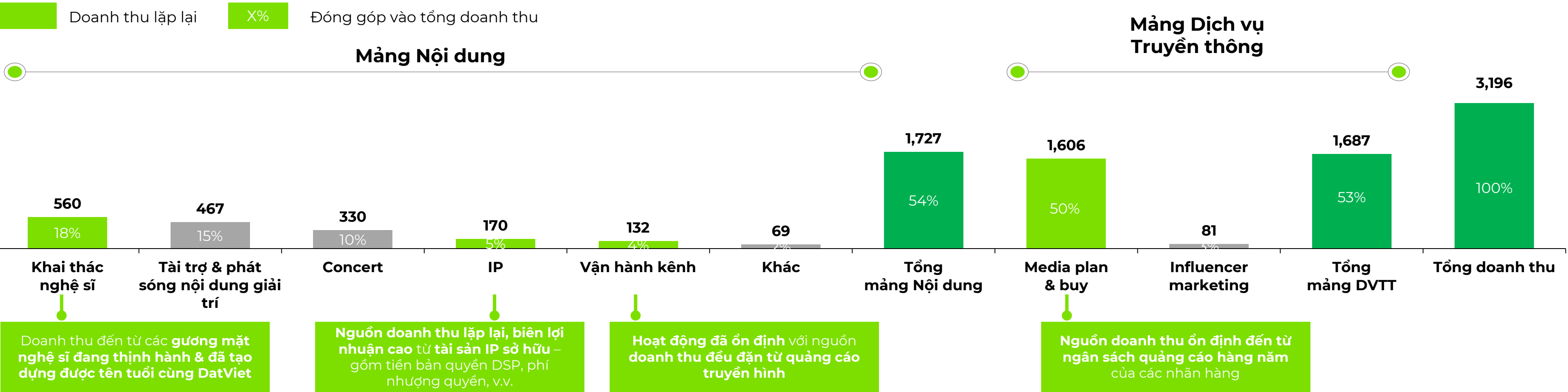
Cơ cấu doanh thu của DatVietVAC theo mảng kinh doanh và tính chất, tỷ VND



Nguồn: Báo cáo tổng hợp thông tin tài chính hợp nhất theo quy ước đã được kiểm toán

Cơ cấu doanh thu: 75% là doanh thu lặp lại

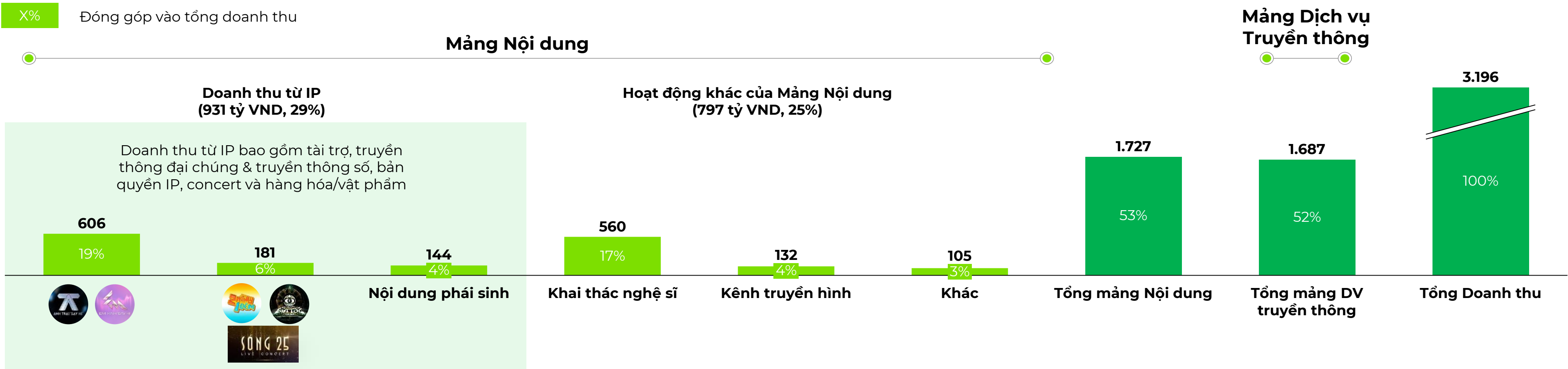
Cơ cấu doanh thu của DatVietVAC theo mảng kinh doanh và tính chất, tỷ VND



Nguồn: Báo cáo tổng hợp thông tin tài chính hợp nhất theo quy ước đã được kiểm toán

Cơ cấu doanh thu theo IP: không lệ thuộc vào 1 IP riêng rẽ

Cơ cấu doanh thu DatVietVAC theo IP và tính chất, tỷ VND



Nguồn: Báo cáo tổng hợp thông tin tài chính hợp nhất theo quy ước đã được kiểm toán

KQKD 2026: tự tin đạt kế hoạch năm và chi trả cổ tức 25%

Công ty đạt 1/3 kế hoạch năm trong 1H26, tự tin khả năng hoàn thành KHKD 2026...

Đơn vị: tỷ VND	THỰC HIỆN 6 THÁNG		CẢ NĂM		% HOÀN THÀNH	
	1H25	1H26	2025	2026B	1H25/FY25	1H26/26B
Doanh thu thuần	1.464	1.366	3.196	3.382	46%	40%
Lợi nhuận sau thuế	129	135	379	420	34%	32%

... với phần lớn chương trình và concert diễn ra trong 2H26.

Tháng	1H26 · ĐÃ PHÁT SÓNG						2H26 · PHẦN LỚN BOM TẤN & MEGA CONCERT					
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
CHƯƠNG TRÌNH												
Tình Hà Say Hi Mùa 1												
Ca Sĩ Mặt Nạ Mùa 3												
2 Ngày 1 Đêm Mùa 5												
Say Hi Rục Rỡ Mùa 1												
Anh Trai & Cái Đuôi Nhỏ Mùa 1												
Sóng 26												
CONCERT												
Anh Trai Say Hi Las Vegas												
Chuỗi concert Tình Hà Say Hi												
Chuỗi concert Vũ Trụ Say Hi												
DỰ ÁN HỢP TÁC TÌNH												
Gia Lai 2026												

Nguồn: Báo cáo soát xét 1H26

Các thông số kinh doanh đáng lưu ý trong 2H26

KPI tài trợ chương trình

Đạt 85% cho 3 blockbuster shows, sẽ được ghi nhận trong 2H

KPI tài trợ concert

Đạt 60% cho 6 mega concerts, sẽ được tổ chức trong 2H

Bùng nổ khai thác IP nhạc

Ký kết hợp đồng khai thác nhạc với Sony với mức phí lên đến hơn 1 triệu USD

Tiếp tục xuất khẩu IP

Năm thứ 2 liên tiếp mang IP Anh Trai “Say Hi” đến Las Vegas dưới hình thức phí nhượng quyền kèm chia sẻ doanh thu

Chi trả cổ tức tiền mặt

Chi tối thiểu 2.500 VND/cp trong Q4/26

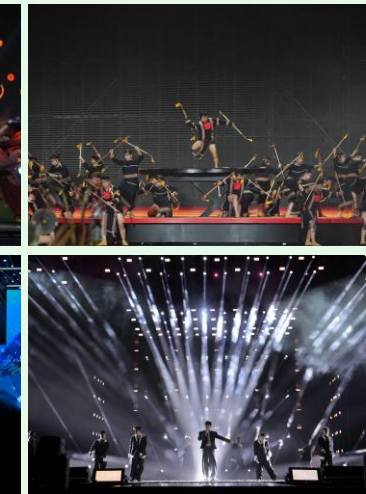
Tiềm năng vượt kế hoạch lợi nhuận 2026

Động lực tăng trưởng đáng kể vẫn còn đến từ đà phát triển của Tinh Hà Say Hi, các dự án hợp tác thương mại và các dự án với Chính phủ

Đà tăng trưởng từ các IP chủ lực



Dự án Gia Lai và các dự án với Chính phủ



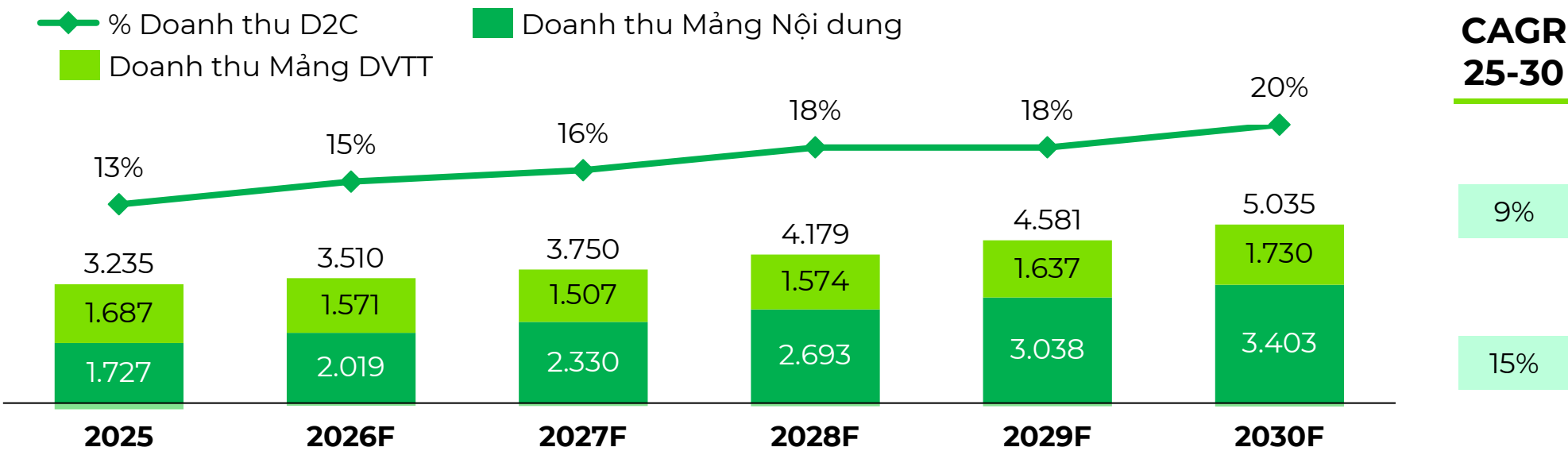
Tổ chức sự kiện và quảng cáo ngoài trời (OOH)



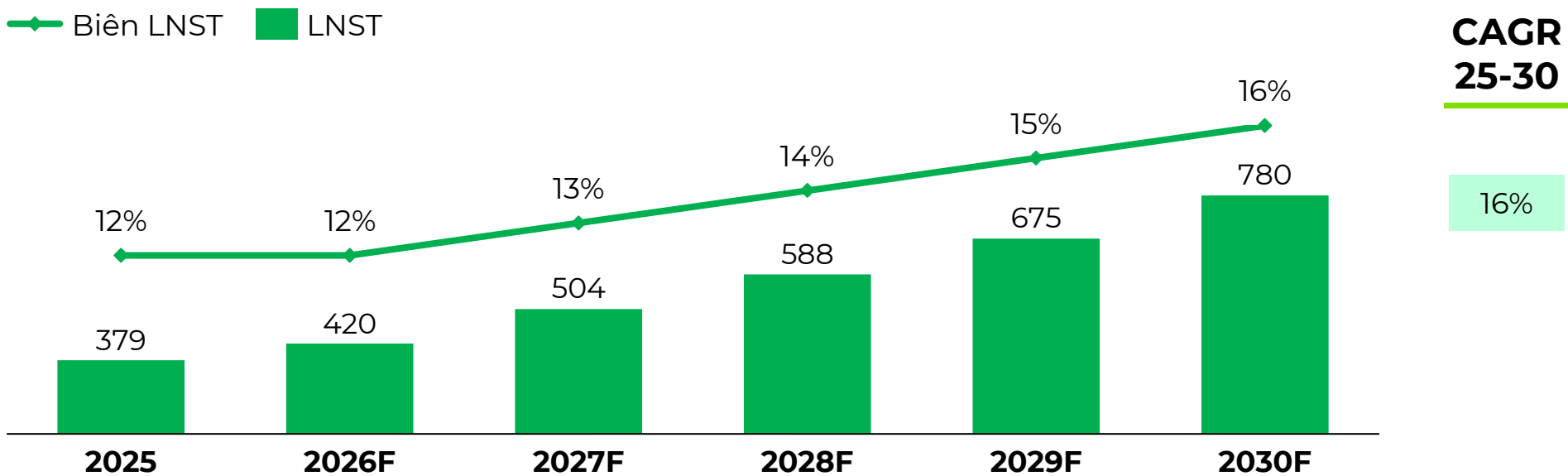
▲ **15–35% tăng trưởng LNST**
chưa tính trong kịch bản cơ sở

Dự phóng KQKD 2026-2030, dẫn dắt bởi doanh thu D2C

Cơ cấu doanh thu của DatVietVAC theo mảng kinh doanh và tính chất, tỷ VND



Cơ cấu doanh thu của DatVietVAC theo mảng kinh doanh và tính chất, tỷ VND



Mục tiêu

20%-30%

Doanh thu D2C
(Vé concert, vật phẩm, subscription, nhạc,...)

1.500 tỷ

Doanh thu từ khai thác thương mại nghệ sĩ

16% Biên LNST

Tập trung vào các mảng có biên LN cao: khai thác IP, D2C

Chi trả 50% LNST là cổ tức

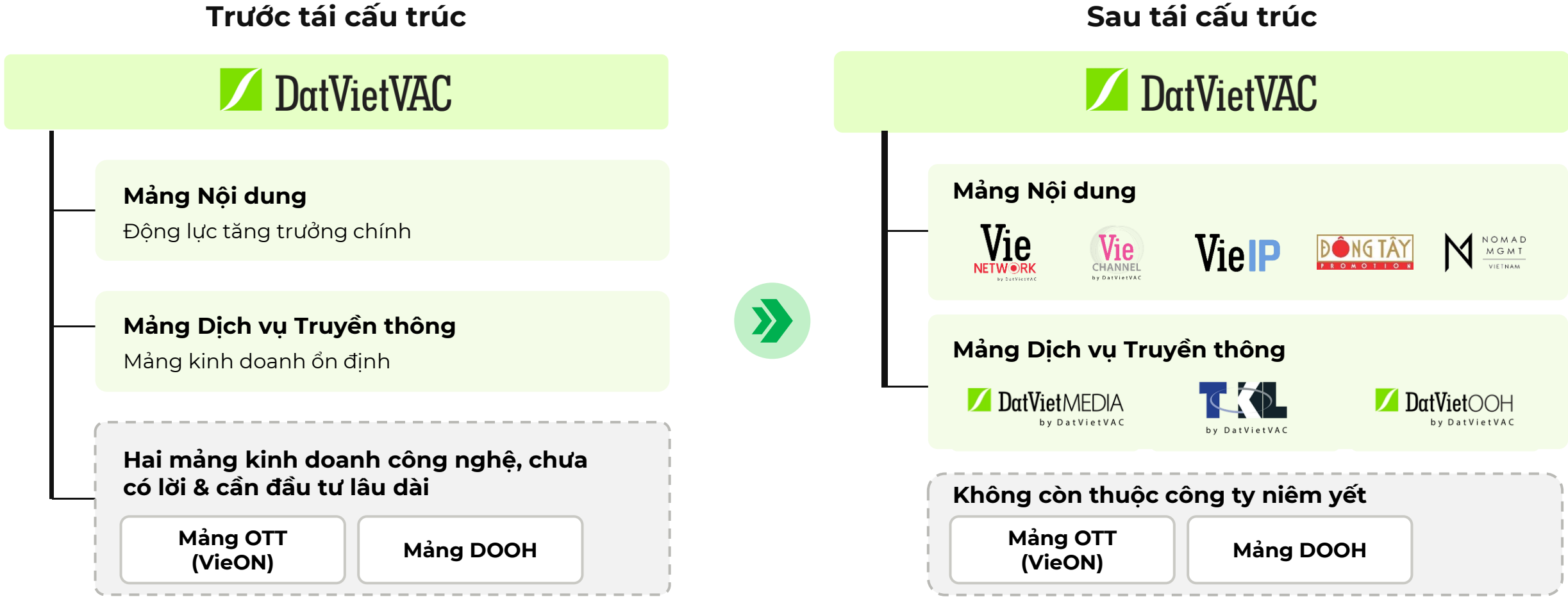
Mục tiêu chi trả cổ tức cho cổ đông

Nguồn: Báo cáo tổng hợp thông tin tài chính hợp nhất theo quy ước đã được kiểm toán & dự phóng công ty

DatViet VAC: Tái cấu trúc để hoạt động hiệu quả và tiếp cận thị trường vốn

Cơ cấu tổ chức của CTCP DatViet VAC Group Holdings trước & sau chia tách vào tháng 11/2025

Lý do chia tách và nguyên lý vận hành sau chia tách



Chia tách 2 mảng kinh doanh ở 2 chu kỳ phát triển khác nhau để tối ưu hóa vận hành và huy động vốn

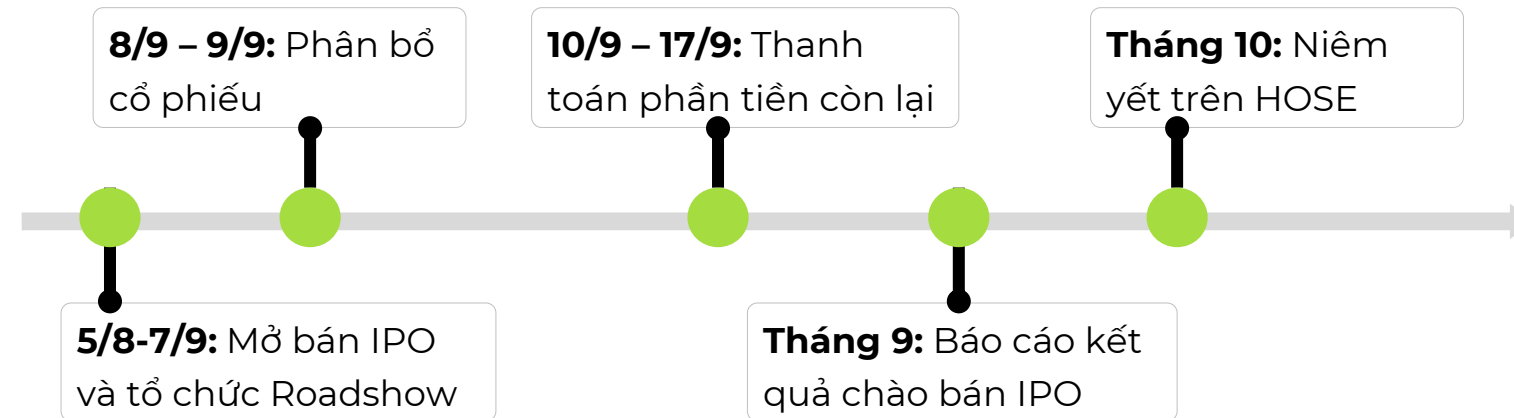
Tách bạch về hệ thống quản trị và vận hành

Các giao dịch liên quan theo cơ chế arms-length (giá thị trường)

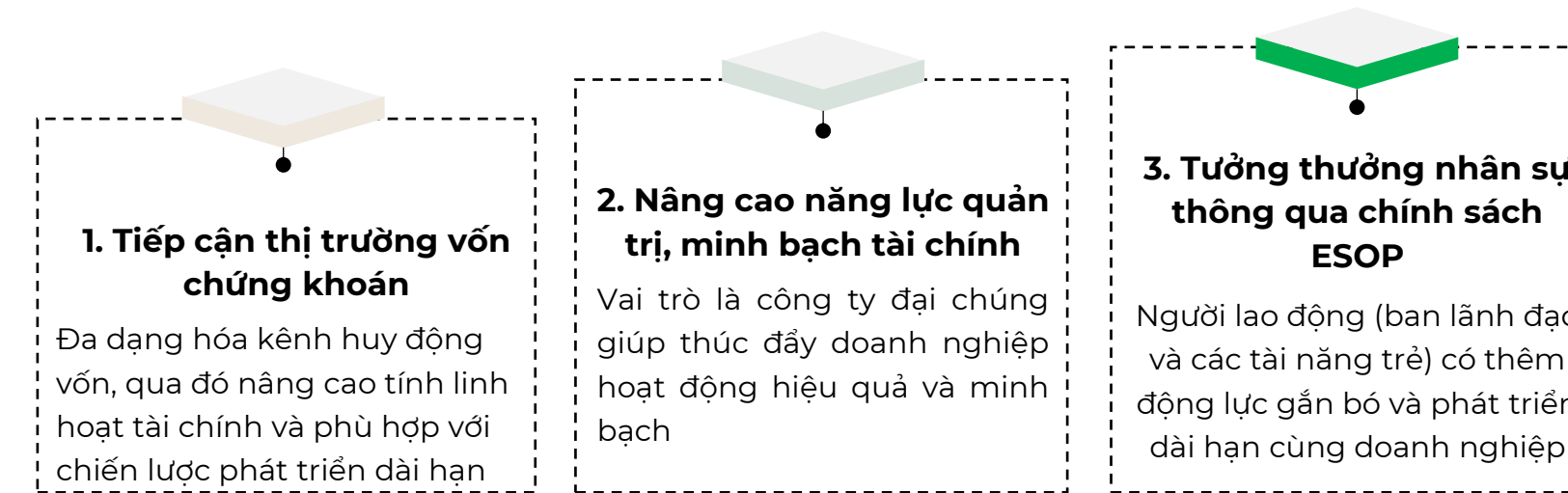
Các thông tin cơ bản về đợt phát hành lần đầu ra công chúng (IPO)

Thông tin về đợt phát hành lần đầu ra công chúng (IPO) năm 2026

Giá chào bán	54.800 VND / cổ phiếu
Sàn chứng khoán niêm yết (dự kiến)	HOSE (Ho Chi Minh Stock Exchange)
Số lượng cổ phiếu phát hành	11.150.000 cổ phiếu ~ 10,0% tổng số cổ phiếu lưu hành
Vốn hóa	Trước phát hành: 5.500 tỷ VND. Sau phát hành: 6.111 tỷ VND
Cổ tức tiền mặt	Tối thiểu 2.500 VND / cổ phiếu , chi trả trong quý IV/2026
Kế hoạch kinh doanh 2026	Doanh thu: 3.500 tỷ VND. Lợi nhuận sau thuế: 420 tỷ VND
Định giá cổ phiếu	13x 2026 P/E



Mục đích IPO của DVV, với bảo chứng từ các nhà đầu tư tổ chức



Nhà đầu tư tổ chức đang là cổ đông DatVietVAC

Quét QR truy cập chuyên trang IPO DatViet

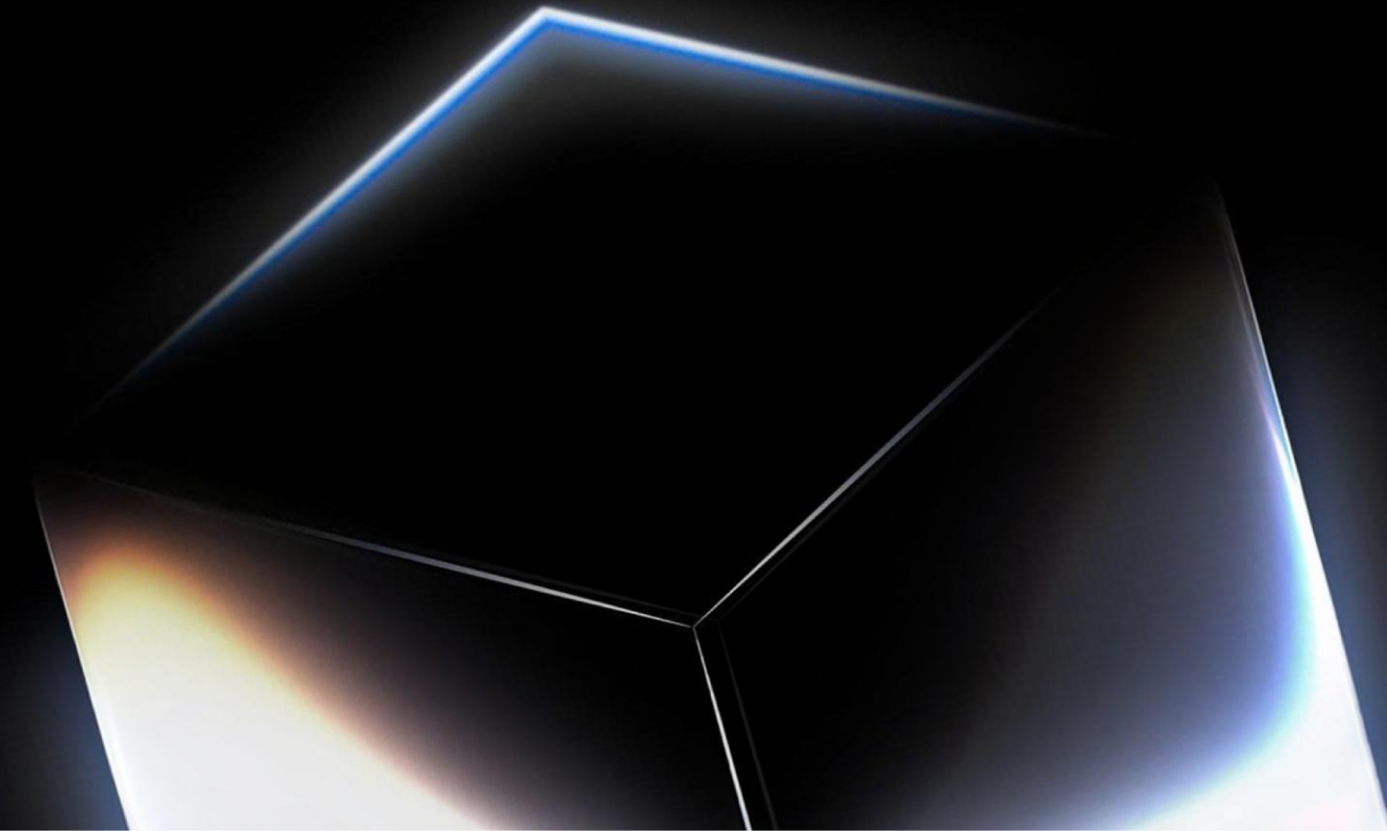
Đại lý phân phối chính

Vietcap

Cùng các Tổ chức nhận đăng ký đặt mua:

Trân trọng cảm ơn Quý Nhà Đầu Tư

Thông tin liên hệ:
ir@datvietvac.vn



Miễn trừ trách nhiệm

Tài liệu này do Công ty Cổ phần DatViet VAC Group Holdings (“Công ty”) và/hoặc các công ty trong cùng nhóm công ty chuẩn bị, nhằm cung cấp một số thông tin tổng quan về hoạt động kinh doanh, tình hình tài chính, định hướng phát triển và các nội dung liên quan đến Công ty. Tài liệu chỉ có giá trị tham khảo tại thời điểm công bố và không nhằm thay thế cho bất kỳ báo cáo, tài liệu công bố thông tin, hồ sơ pháp lý hoặc ý kiến tư vấn chuyên môn chính thức nào.

Các thông tin, số liệu, nhận định và phân tích trong tài liệu này được xây dựng trên cơ sở các nguồn mà Công ty cho là phù hợp tại thời điểm chuẩn bị. Tuy nhiên, Công ty không cam kết rằng các nội dung này là đầy đủ, chính xác tuyệt đối, đã được kiểm toán, soát xét hoặc xác minh độc lập, trừ khi được nêu rõ.

Tài liệu này có thể bao gồm các kế hoạch, mục tiêu, dự báo, giả định hoặc nhận định mang tính định hướng tương lai. Các nội dung này được xây dựng dựa trên những thông tin và giả định tại thời điểm chuẩn bị và có thể chịu ảnh hưởng bởi nhiều yếu tố khách quan, do đó kết quả thực tế có thể có sự khác biệt. Công ty có thể xem xét cập nhật hoặc điều chỉnh các nội dung này khi cần thiết hoặc theo yêu cầu của pháp luật.

Không nội dung nào trong tài liệu này được hiểu là bản cáo bạch, lời chào bán hoặc mời mua chứng khoán, khuyến nghị đầu tư, tư vấn pháp lý, tư vấn thuế, tư vấn tài chính hoặc bất kỳ cam kết nào về kết quả kinh doanh, giá trị doanh nghiệp, giá cổ phiếu, cổ tức hoặc hiệu quả đầu tư trong tương lai.

Người nhận cần tự thực hiện đánh giá độc lập và tham khảo ý kiến cố vấn chuyên môn khi cần thiết trước khi đưa ra bất kỳ quyết định đầu tư, giao dịch hoặc cam kết nào. Trong phạm vi pháp luật cho phép, Công ty và các bên liên quan không chịu trách nhiệm đối với bất kỳ tổn thất hoặc thiệt hại nào phát sinh từ việc sử dụng, diễn giải hoặc dựa vào tài liệu này.