

**ATOM**  
**NETWORK**

# From a tiny “atom”

2007



**A+ Communication**  
the predecessor of TAAD  
& CAM

2013-2014



**TAAD** was established with the mission of providing brand experience and solution for business growth



**CAM** was created as TAAD extended arm on legal, focuses on integrated media services

2015



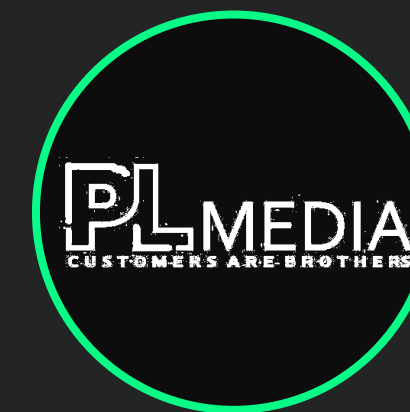
Connected with **Rainstorm Film** as strategic partners in 3D production



Acquired **Mask Codex**, a full stack technologies firm



Connected with **IRIS** in TV show production & talent management



Developed a joint venture with **PLM** to forming TV oriented businesses



Linked by 24 years old trade agency **TCM**



Form a new representative in HN with name **ATOM Media**

2025

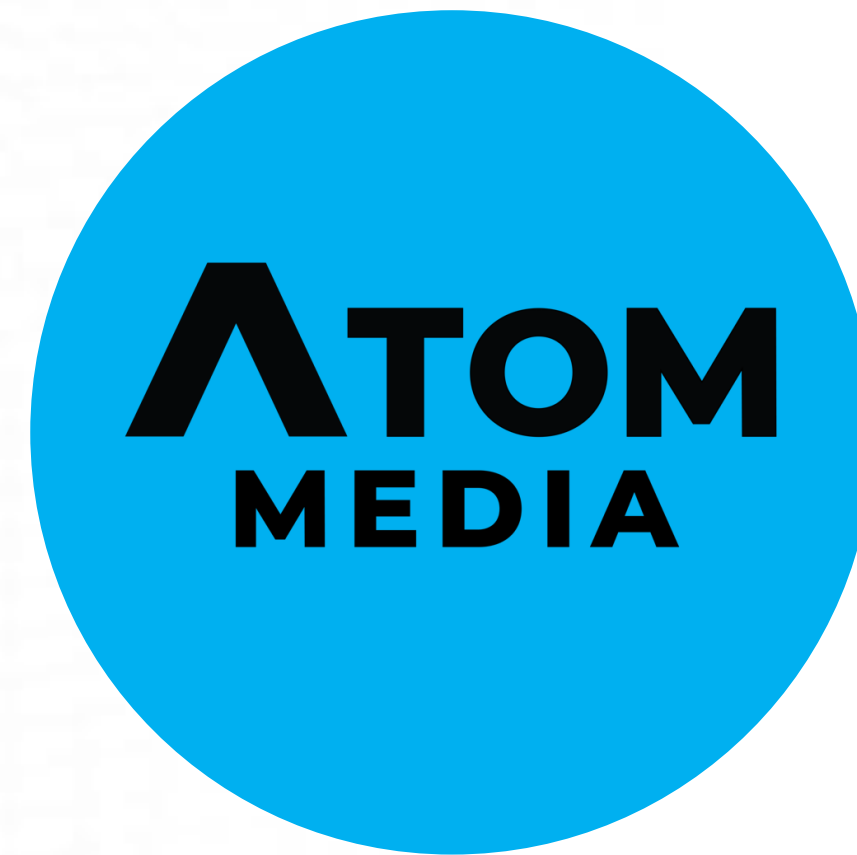
we created  
**ATOM Network**



# ATOM ECOSYSTEM



**Mask Codex** is a young team that passionate in new technologies, focus on platform development, system integration, digital transformation and other tech oriented projects as well.



**ATOM Media** was setup by media specialists whom are all 10 years experience and more, focus in omni-channel media campaigns, business performance and OTT omni approach (TV360, FTP Play, MyTV).



**TAAD** was established from 2013 as a back services provider for many global ads agencies, with many veterans in integration strategic planning, brand experience developing, content creating and business performance based solution providing.



**IRIS** strengthen our network capacity tv-show production, music production, event management, talent casting, entertainment business development.



**Base Academy** is a team of talented and experienced producers and art directors, skilled in creating media and creative products, as well as organizing various types of events.



# OUR CORE TEAM HAS RICH EXPERIENCE IN TALENT MANAGEMENT ENTERTAINMENT, SHOW PRODUCTION, BRANDING, BUSINESS PERFORMANCE

Our network was found 10 years with key persons are experience veterans of banks, tech firms, ad networks, creative agencies with deep knowledge about banking, securities and fintech products from diverse projects with Bentley, Mirae Asset, LG, Samsung, PVCombank, Home Credit, Sony, Viettel, THP, MyTV ...





# **WE CONNECTED BY SHARING THE SAME GOAL**

**CLIENT'S BUSINESS GROWTH  
VIA COMMUNICATION AND  
TECHNOLOGIES**





# We offer 360° INTEGRATED BRANDING – COMMUNICATION SERVICES



**ATOM  
NETWORK**

## DIGITAL & ART PRODUCTION

- Digital video producing
- Digital art production
- Packaging design



- Media-mix planning & booking
- Sponsorship management
- Media Relationship

## INTEGRATED MEDIA



- Channel optimization
- Media performance
  - Ads Network Connector
  - O2O Solution

## PERFORMANCE



## SOCIAL MEDIA

- Community management
- Social content production
- Influencers management



- UXUI
- Web & App Development
- Ecommerce
  - Digital transformation

## TECHNOLOGY

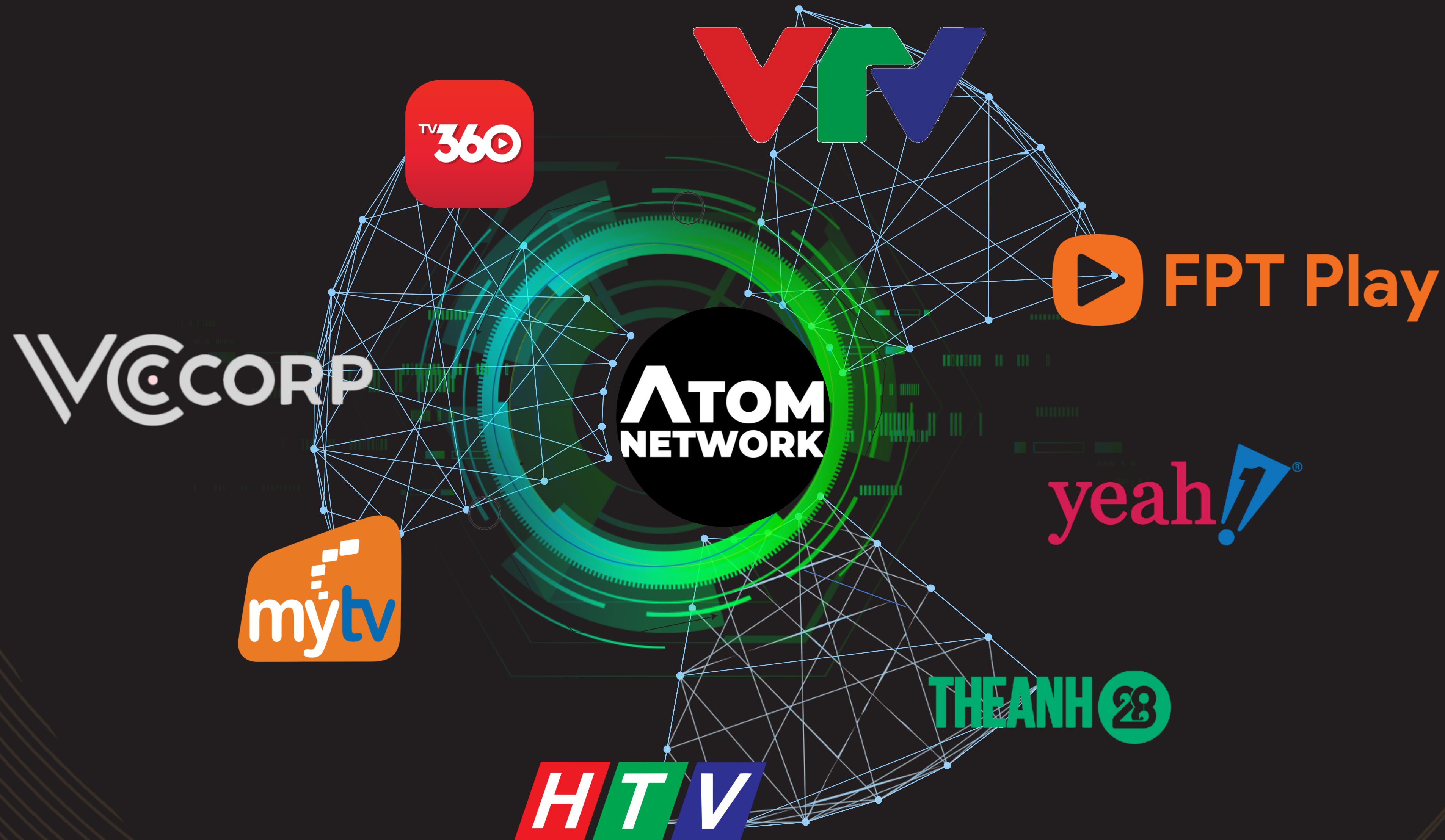
## BRAND & GROWTH

- Integrated brand comm planning
- Creative solution providing
  - Business consulting





# linked by wide range of MEDIA NETWORKS





# AND STRONG ARTIST RELATIONSHIP



From the A & A+ grade celebs of showbiz

to many young artists with great potential



and musicians  
with diverse and brand-friendly styles



# WITH DEDICATED TEAMS FOR

## MV / TVC / TV-series / TV-Show PRODUCTION

### TV MEDIA BOOKING & ARTIST MANAGEMENT

**IRIS** strengthen our network capacity in music production, event management, talent casting, entertainment business development



**PLM** strengthen our network capacity in TV-series production, media mix planning and other TV content management services

# WE HAD EXPERIENCE IN DIFFERENT TYPES OF WORK





# WITH LOTS OF INTERESTING STORIES



- HOME APPLIANCES
- DAIRY PRODUCTS
- CONFECTIONERY
- SPIRITS & WINE
- MOM & BABY
- COSMETIC
- TOBACCO
- JEWELRY
- RETAIL
- BEER
- TELCO
- AIRLINE
- GAMING
- LOGISTICS
- EDUCATION
- REAL ESTATE
- TECH BUSINESS
- TRAVEL & LEISURE
- PHARMACEUTICAL
- BANKING & FINANCE





# MOMENT MUSEUM



**Moment Museum series project** serves as a catalyst for this vision, embarking on a mission to inspire and empower young people to actively engage in the cultural sector. Through immersive experiences, creative platforms, and meaningful discussion, the project encourages youth to explore the value of culture, bringing it on the global stage.





# ACTIVATING THE FUTURE OF CULTURAL INDUSTRY

**2 MILLIONS**

STUDENTS

**100+**

UNIVERSITIES & COLLEGES







# STARTING FROM HUẾ THROUGH OUT WHOLE NATION WITH 3 ACTIVITIES

#mainactivity  
NATIONAL UNITOUR

#supportingactivity1  
CONFERENCE

#supportingactivity2  
ARTMAP: KODO | GIA DINH | CHAM | HANOI



# UNITOUR AS PARTNERSHIP WITH UNESCO



As part of UNESCO's activities in Vietnam, university students have the valuable opportunity to engage directly with UNESCO experts, gain inspiration, and take meaningful first steps toward understanding, preserving, and promoting cultural heritage. Through these interactions, students are encouraged to explore the vital role of heritage in shaping the future and contribute to sustainable heritage development in their communities.





## UNESCO'S EXPERT SHARING

These interactive sessions provide insights into the significance of cultural heritage and its role in shaping the future. Students are encouraged to take an active role in preserving and promoting cultural heritage, contributing to the development of a sustainable heritage economy.

## UNESCO TALENT GATHERING

A hub to cultivate new generation dedicated to preserving, promoting, and innovating within the Hue heritage economy.





# UNITOUR ACTIVITIES



## BRAND TALK

Brands will share their reasons for sponsorship and their roles in Vietnam Cultural Economy development.



## WORKSHOPS

Led by experienced researchers and speakers, the workshops focus on Hue's challenges and opportunities, sparking students' passion and encouraging innovative ideas to help Hue reach its potential and become a cultural game-changer.



## PERFORMANCES

During breaks, young performers passionate about Hue's traditional attire, performing arts, and music will showcase their talents.



# 2

**MULTI V<sup>TM</sup> i**  **LG** | Business Solutions

## CUSTOMER CONFERENCE

Strategic Approach, Event Concept, Design & Production,  
Event Planning, Event Organizing and Management



# CAMPAIGN OVERVIEW

- A full campaign to introduce the new product LG High power air conditioner with event, media press, dealer conference activities.





# CORE FACTORS OF THE EVENT

**MULTI V™ i**  **LG** | Business Solutions



**LG products  
For Business**



**Disruption of  
AI Technology**



**Value of  
Cooperation**





## EVENT'S KEY MESSAGE



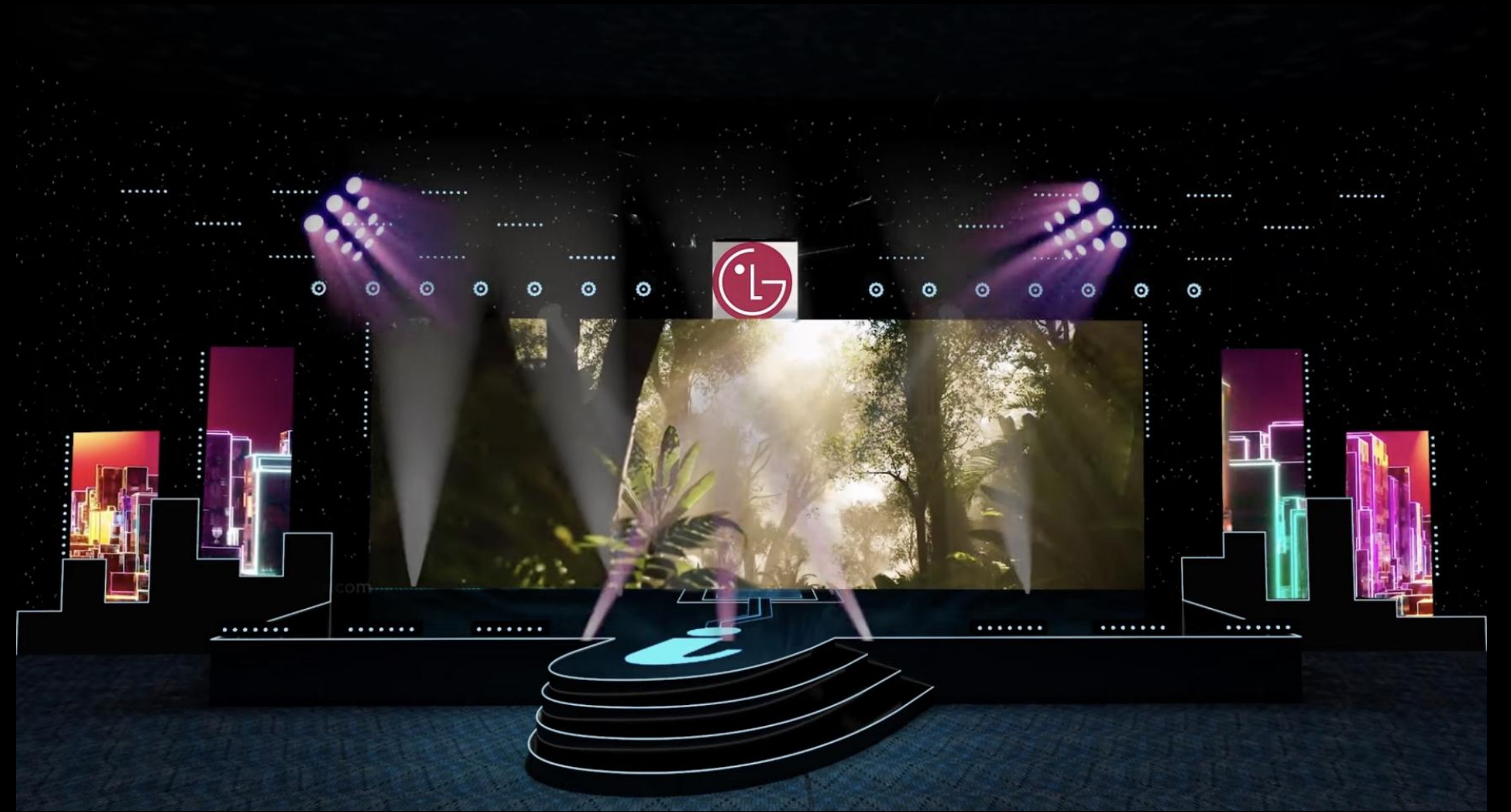
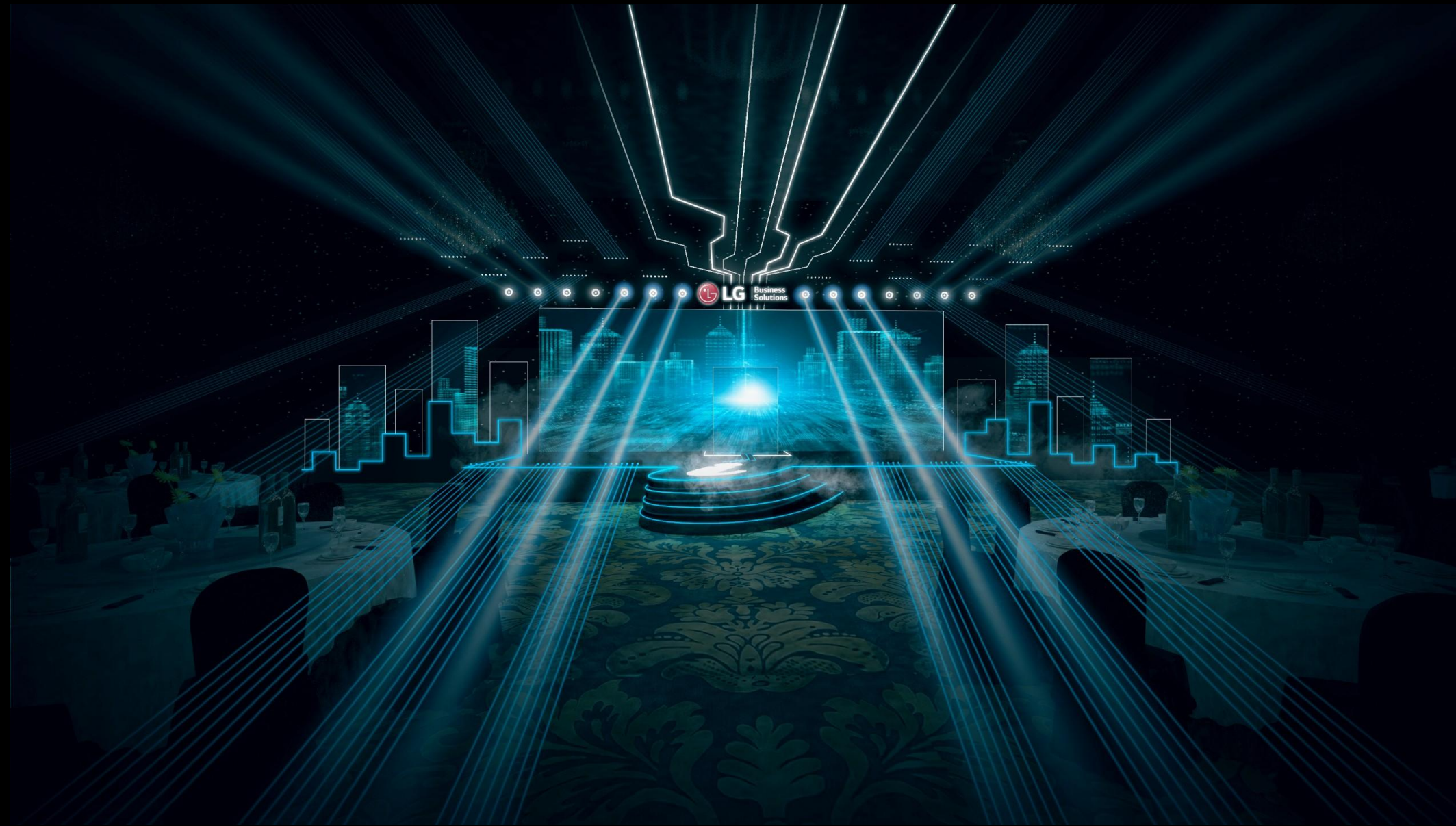
***MULTI V<sup>TM</sup> i***

**Sức mạnh từ AI, vững bước tới tương lai  
(Leverage AI Power, Take Firm Steps to Future)**





# KEY ACTIVITY CONCEPT







THƯ MỜI

INVITATION

THAM DỰ SỰ KIỆN

Attend our event

LỄ RA MẮT ĐIỀU HOÀ HỆ THỐNG

**MULTI V<sup>TM</sup> i**  
Launching event



THỜI GIAN & ĐỊA ĐIỂM  
Time & Venue

Thứ 6 | Friday  
23 | June | 2023  
17:00-21:00

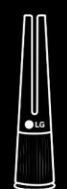
Vinpearl Landmark 81, Autograph Collection  
The Grand Ballroom  
720A Dien Bien Phu St, Ward 22, Binh Thanh Dist, HCMC

Chương trình/Agenda	Thời gian/Time
① Đón khách/Welcome guests	17:00 - 17:30
② Trải nghiệm sản phẩm/Product line tour	17:30 - 19:00
③ Lễ ra mắt ĐHHT Multi V i/Launching Multi V i	19:00 - 19:05
④ Phát biểu khai mạc/Opening speech	19:05 - 19:10
⑤ Giới thiệu sản phẩm ĐHHT Multi V i/Multi V i Introduction	19:10 - 19:20
⑥ Thảo luận/Q&A	19:20 - 19:30
⑦ Tiệc tối/Gala Dinner - Với sự góp mặt của ca sĩ Lam Trường & Vũ Thảo My Lam Truong & Vu Thao My Performance - Bốc thăm may mắn Lucky draw	19:30 - 21:00
⑧ Kết thúc & Tặng quà/Closing & Door gift giving	21:00

#### LUCKY DRAW



LG Styler



LG PuriCare  
AeroTower



LG DUALCOOL™



LG PuriCare  
360 Hit



Vui lòng quét mã QR xác nhận tham dự trước  
Please scan QR code to RSVP before  
06/06/2023

Mọi thắc mắc về sự kiện xin liên hệ  
For all enquiries relating to this event, please contact  
Ms Bui Bao Ngoc - Tel: 0902250990 - Email: ngoc.bui@lge.com

Trang phục: Trang trọng (Đen, Trắng hoặc Đỏ)  
Dress code: Formal (Black, White or Red)

Thiệp mời chỉ dành cho một người  
This invitation is for one person only



LỄ RA MẮT  
ĐIỀU HOÀ HỆ THỐNG

**MULTI V<sup>TM</sup> i**  
Launching event

HCMC, 23/06/2023



ASSET DESIGN



**MULTI V<sup>TM</sup> i**

GIẢI NHẤT



LG Styler S5MB  
TRỊ GIÁ

**65.000.000** VNĐ



Invitation – Standee – Paper bag –  
Prize Banner



# EVENT LOCATION



## LANDMARK 81

- B2 – SG1 & SG2 Ballroom
- 250 guests





# EVENT KEY HIGHLIGHTS



## Welcoming

- Guests check-in
- Photoshoot at backdrop
- Tea break (before main event)



# EVENT KEY HIGHLIGHTS



## Experience Booth



- Booth displaying Multi V i
- Real-life Simulation Experience Booths (Home Setting – Office Setting)



# EVENT KEY HIGHLIGHTS

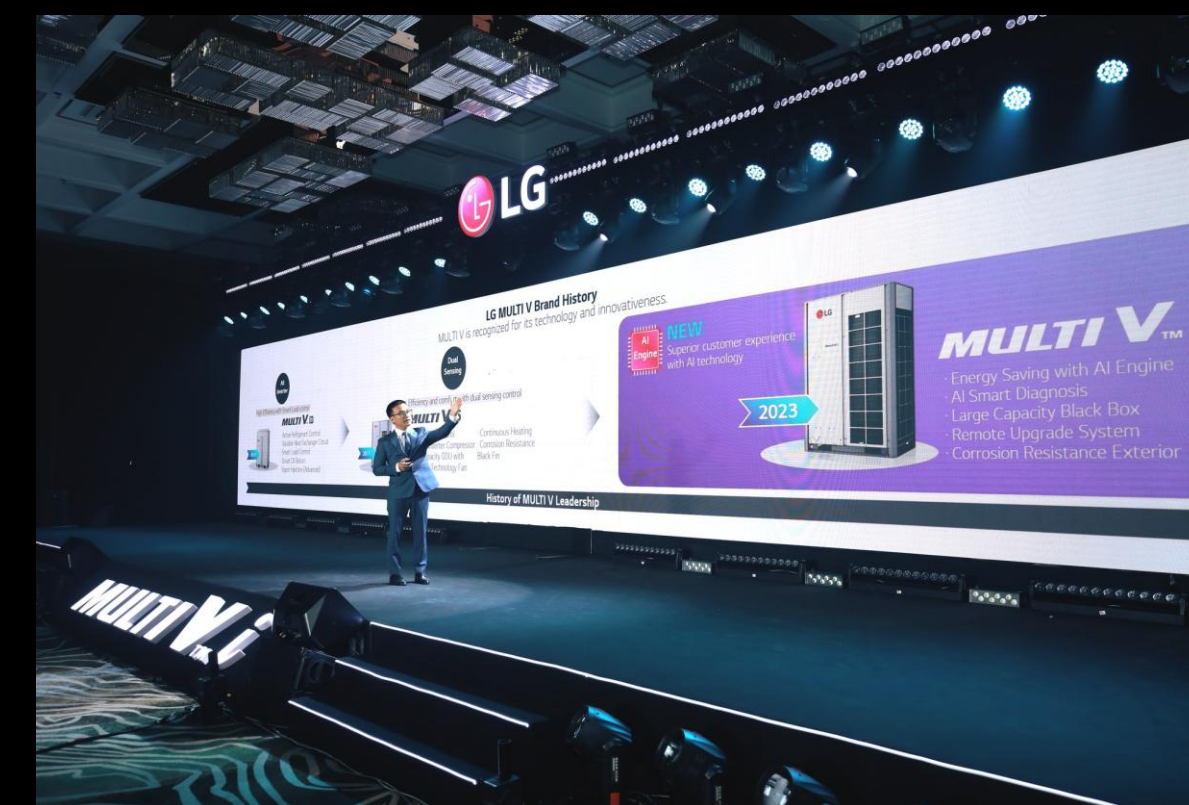


## Event Opening Performance

- Dance crew performance
- Laser Cut light performance



# EVENT KEY HIGHLIGHTS



## Representatives speeches

- Opening speech – Mr. Yoon, Business Director AC
- Product introducing – Mr. Hiếu, Sales Director
- Expert speech – Mr. Tuyền, Consulting Engineer



# EVENT KEY HIGHLIGHTS



MAIN DINNER







THỰC ĐƠN

MENU

MÓN KHAI VỊ - GỎI | APPETIZER - COLD

Gỏi Cù Hủ Dừa Tôm Thịt

Coconut Core Salad With Shrimp And Meat

MÓN KHAI VỊ - NÓN | GAPPETIZER - HOT

Chà Cua Long Vương

Long Vương Crab Cake

SÚP | SOUP

Súp Măng Tây Cua

Asparagus And Crab Meat Soup

CÁC MÓN CHÍNH | MAIN COURSES

Gà Tiềm Ngũ Quả - Bánh Mì

Chicken Stew In Five Kinds Of Fruit, Served With Bread

Sườn Bò Mỹ Hầm Nước Tương Hàn Quốc

American Beef Short Ribs Stew With Korean Soya Sauce

Bông Cải Xào Hải Sâm Sốt Dấu Hào

Stir Fried Cauliflower With Sea Cucumber In Oyster Sauce

Cơm Chiên Cá Mặn

Salted Fish Fried Rice

TRÁNG MIỆNG | DESSERT

Chè Xoài Lạnh Bánh Gao

Mango And Rice Ball Sweet Soup

Intelligent, Innovative, Interactive

MULTI V.i with AI Technology







# EVENT KEY HIGHLIGHTS



Singer performance – Lam Trường





# EVENT KEY HIGHLIGHTS



Singer performance – Vũ Thảo My



# EVENT KEY HIGHLIGHTS



Lucky draw



# VIDEO RECAP



[Link video](#)





WEARNES

# 3 CT-Wearnes Digital Campaign

Product Shooting, Event Shooting,  
PR Online, Media, Website for  
Bentley, Aston Martin.





# BACKGROUND



CT-Wearnes Vietnam is a subsidiary of Wearnes Automotive Pte, Ltd, who currently holds the distribution rights for many luxury car brands in the region. In the 2nd and 3rd quarters of 2021, we carry out integrated media campaigns for Bentley & Aston Martin, include launching the latest model **BENTLEY FLYING SPUR V8** with only 5 products in Vietnam.



# ASSET PRODUCTION – PRODUCT SHOOTING



Produce shooting images to showing new product – Bentley Flying Spur V8. The output must both meet the standards of luxury car brand and represent the story of the Bentley's owner.



# ASSET PRODUCTION – EVENT SHOOTING



Produce shooting images for Bentley Flying Spur V8 hand-over event. The output must both meet the standards of luxury car brand and represent the story of the Bentley's owner.



# PR ONLINE – HIGHLIGHT ARTICLES



## Bentley Flying Spur V8 2021 được ra mắt Việt Nam, giá từ 18 tỷ đồng

Thương Tâm (Anh: Bentley) • Thứ tư, 23/6/2021 11:55 (GMT+7)

**Bentley Flying Spur V8 2021 phiên bản First Edition có giá 18-21 tỷ đồng, cạnh tranh với Rolls-Royce Ghost.**

Bentley vừa giới thiệu mẫu sedan siêu sang Flying Spur V8 First Edition tại Việt Nam. Mẫu sedan này được phân phối chính hãng với mức giá 18-21 tỷ đồng, tùy vào trang bị đi kèm. Trước đó, một số doanh nghiệp tư nhân đã mang Bentley Flying Spur V8 First Edition về Việt Nam.



Bentley Flying Spur V8 thế hệ thứ 3 được ra mắt vào tháng 10/2020 tại Anh. Ở năm đầu tiên phân phối, mẫu xe này được gắn mác First Edition.

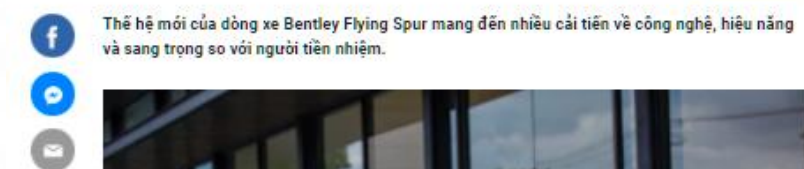
Ở thế hệ mới, Flying Spur được Bentley phát triển dựa trên nền tảng riêng. Nhờ vậy, mẫu sedan đời mới trở thành một chiếc limousine thực thụ, đối thủ xứng tầm với Rolls-Royce Ghost.

Tổng thể, Bentley Flying Spur 2021 trông sang trọng nhưng vẫn thể thao với các đường gân dập nổi cùng các hốc bánh mở rộng. Xe sở hữu kết cấu khung sườn mới bằng nhôm và composite, giúp cắt giảm khối lượng nhưng vẫn đảm bảo độ chắc chắn.



## Bentley Flying Spur V8 First Edition chính hãng đầu tiên Việt Nam giá từ 18 tỷ đồng: Toàn trang bị xịn xò cho giới nhà giàu

22/06/2021 04:00 PM - Hoàng Long - Theo Pháp luật và bạn đọc | TIN TỨC



Bentley Việt Nam vừa giới thiệu phiên bản mới của dòng xe Bentley Flying Spur tại thị trường trong nước. Đây là mẫu xe sang được thiết kế tập trung vào trải nghiệm của người lái thông qua việc tăng khả năng vận hành, đồng cơ mành mẽ hơn, tiết kiệm nhiên liệu và giúp giảm lượng khí thải CO2 ra môi trường.



Để đạt được điều này, Bentley dựa trên nguyên cấu và kiến tạo toàn cầu kéo dài suốt mười năm của hãng về trải nghiệm sử dụng của những chủ xe sang tại Mỹ và Trung Quốc. Ngoài việc nâng tầm trải nghiệm cho người lái, hãng xe sang nước Anh vẫn giữ được không gian cabin mới hợp sự sang trọng tinh tế, tích hợp công nghệ thế hệ mới nhất.



## Bộ đôi Bentley Flying Spur V8 First Edition đến tay đại gia Việt

Bentley bàn giao bộ đôi Flying Spur V8 First Edition chính hãng giá 18 tỷ đồng đến 21 tỷ đồng cho đại gia ngành bất động sản, bánh kẹo tại Việt Nam.

Đại diện nhà phân phối Bentley Hồ Chí Minh cho biết, bộ đôi sedan hạng sang lần này là hai chiếc Flying Spur V8 First Edition chính hãng đầu tiên lần bánh tại Việt Nam. Hai chiếc siêu sedan này có giá bán từ 18 tỷ đồng đến 21 tỷ đồng.



Bentley Flying Spur V8 First Edition bàn giao cho khách hàng tại TP HCM.

Hai đại gia sở hữu xe lần này là khách hàng quen thuộc của Bentley, trước đó từng sở hữu nhiều dòng xe cao cấp của hãng. Flying Spur V8 First Edition là lựa chọn tiếp theo nằm trong bộ sưu tập siêu xe của họ.

Mẫu sedan hạng sang mới nhất được Bentley cải tiến tập trung vào trải nghiệm người lái, tăng tính thực dụng nhưng vẫn đảm bảo sự sang trọng vốn có của hãng Anh quốc. Hai mẫu Flying Spur V8 vừa lần bánh tại Việt Nam thuộc bản First Edition, trang bị những logo độc quyền trong nội thất, tại cột C và bảng táp-lô.



08:30 | 26/06/2021

## HAI ĐẠI GIA VIỆT CHI 40 TỶ ĐỒNG TẬU HAI CHIẾC BENTLEY FLYING SPUR V8 FIRST EDITION CHÍNH HÃNG

Bentley Việt Nam vừa bàn giao hai chiếc Bentley Flying Spur V8 First Edition tổng giá trị gần 40 tỷ đồng tới hai đại gia ngành bất động sản và bánh kẹo.



Vừa qua, Bentley Việt Nam chính thức giới thiệu tới giới siêu giàu trong nước mẫu sedan siêu sang Bentley Flying Spur V8 First Edition thế hệ mới. Ngay sau đó, hãng xe sang Anh quốc cũng cho biết hai chiếc xe đầu tiên cũng tìm được chủ nhân. Buổi lễ bàn giao được tổ chức tại showroom và trung tâm dịch vụ của Bentley Hồ Chí Minh thuộc khu chế xuất Tân Thuận, quận 7.

Cũng theo Bentley, hai vị đại gia này là khách hàng quen thuộc của hãng, khi đang sở hữu nhiều dòng xe siêu sang khác như Bentayga hay Mulsanne. Vì thế, những vị chủ nhân này tiếp tục tin tưởng và lựa chọn hai chiếc Flying Spur V8 First Edition thế hệ mới.



**30+** TOP-TIER & SPECIALIZED CAR MEDIA

**45** OUTCOMES (ARTICLES & NEWS)

**236%** over KPIs



## THE REQUIREMENT

- Spread the news about the launch of Bentley Flying Spur V8 in the press with pitching articles showing diverse content
- Appear in top-tier media & specialized car media

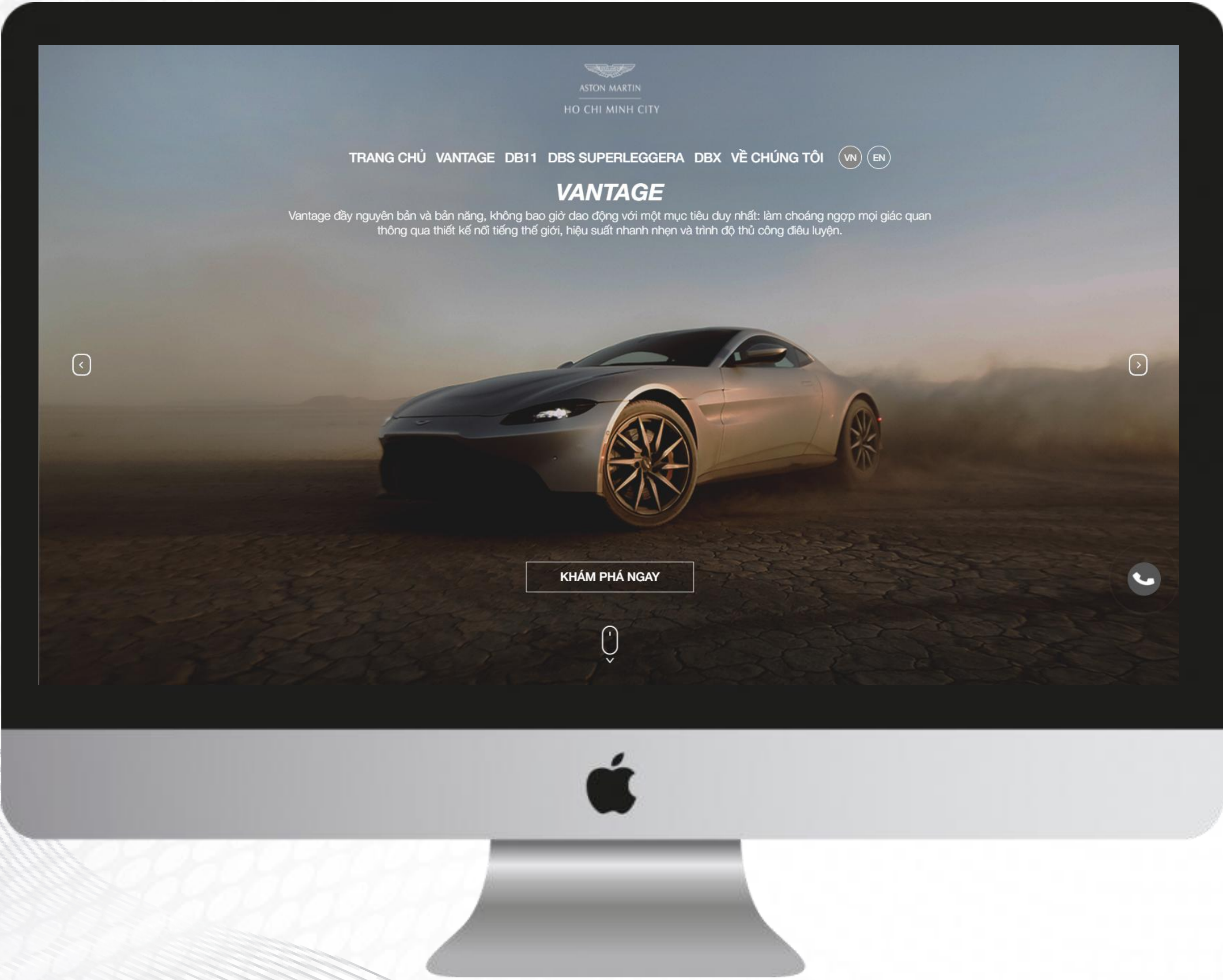
## THE EXECUTION

Work with top-tier media and specialized car media to develop content with 3 angles:

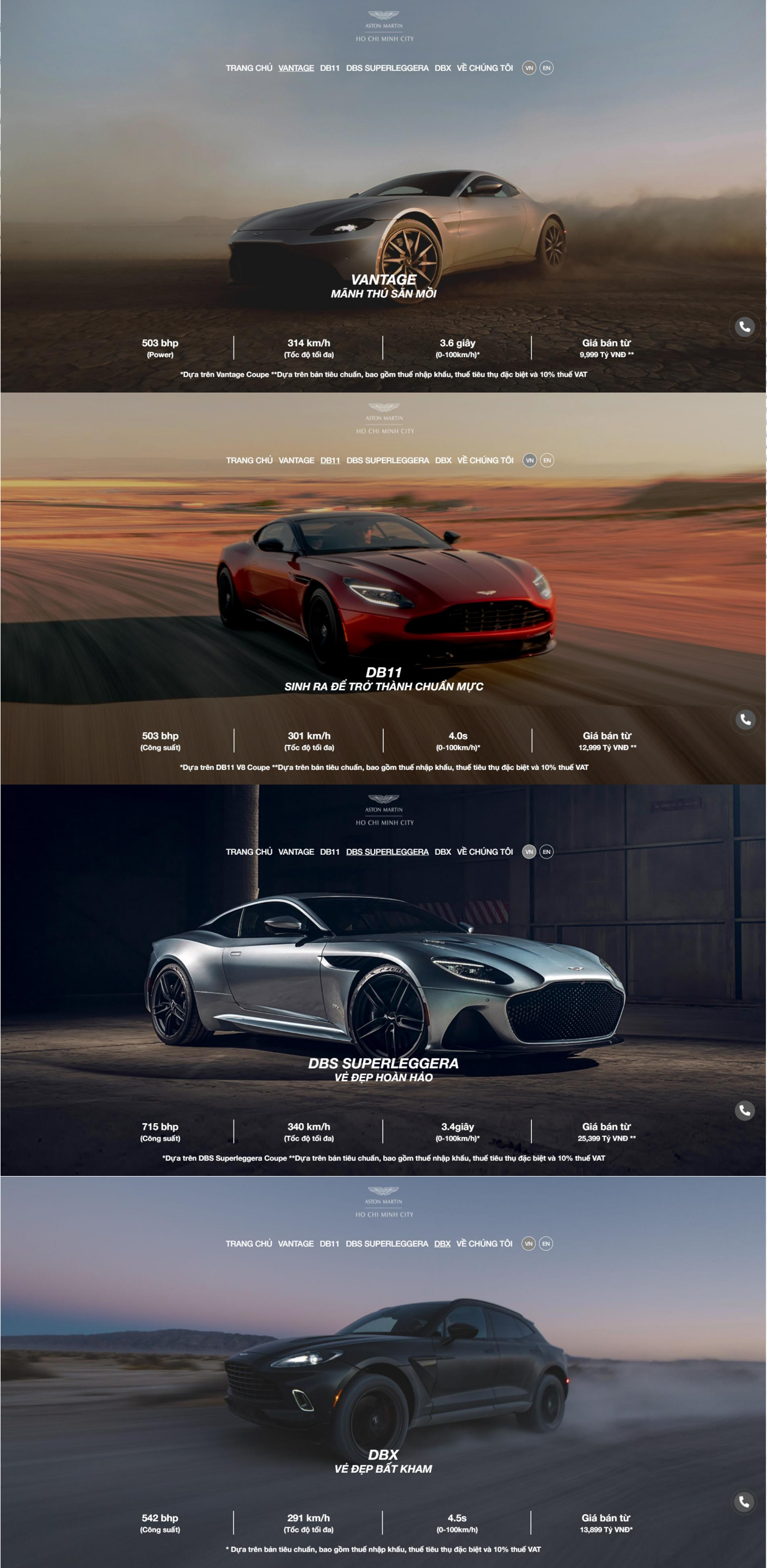
1. Bentley FSV8 was present in Vietnam with global standards at showroom Phu My Hung, Dist. 7 (News coverage, pitching news)
2. The first generation FSV8s handed over in Vietnam (News coverage, pitching news/articles)
3. Bentley HCM received orders MY2022 (booking articles)



# WEBSITE – ASTON MARTIN



Create and adapt the website for Aston Martin Ho Chi Minh based on brand’s template & standard







3D Architectural Animation, TVC Production, Integrated Marketing Communication (Branding, PR content, KOL, Social engagement, Event, Video series, Event, Activities, Performance...)





## BACKGROUND

Happy Home is one of the biggest supercity in Ca Mau, which a potent new market in Real Estate. Cause it is new to both investors and the mass audience, the communication has been challenged when there are not many documents about Ca Mau itself.

## IMPLEMENTATION

Carry out communication campaigns, along with the continuous creation of new materials with completely new content & activities (in the field of Communication for Real Estate), to both show a comprehensive landscape of Ca Mau and attract investors to learn and invest in the project.



# 3D ARCHITECTURAL ANIMATION - TVC

Ver 1 – 90 sec



Link: <https://youtu.be/wlUhvx7lpJs>

Ver 2 – 30 sec



Link: <https://youtu.be/Yjy44tVWSWg>



# PR CONTENT – HIGHLIGHT ARTICLES



# SALE EVENT & COMMUNICATION FOR SALE SUPPORTING

Media firms & KOL management, television video shooting, communication asset development



Chú đầu tư: SC, Đơn vị phát triển dự án: CIT, Đơn vị phân phối độc quyền: DAT XANH MIỀN TÂY, Hợp tác phân phối: MIA, AX, B.

**HAPPY HOME**  
CÀ MAU

Trân trọng kính mời Quý khách hàng đến tham dự sự kiện

LỄ GIỚI THIỆU  
**PHÂN KHU HƯNG GIA**  
*Đại đô thị kết nối trọn tinh hoa*



KHÁCH MỜI ĐẶC BIỆT  
CA SĨ - DIỄN VIÊN LÝ HẢI & MINH HẢI  
CHUYÊN GIA PHONG THỦY NGUYỄN HỮU HỒNG KỶ

THÁNG 01  
8H00 **10** CHỦ NHẬT  
NĂM 2021

Tại **ĐẠI ĐÔ THỊ HAPPY HOME**  
Đ. Trần Hưng Đạo (nối dài), P. Tân Thành, Tp. Cà Mau

**ĐẠI TIỆC QUÀ TẶNG**

TRỊ AN KHÁCH HÀNG

01 GIẢI NHẤT 01 GIẢI NHÌ 01 GIẢI BA





1<sup>st</sup> sale event for Hung Gia project, with participation of 500 guests from PVCOMBANK, CIT and DX Group



# PHOTO CONTEST (ONLINE & OFFLINE)

**HAPPY HOME CÀ MAU**  
12 tháng 1 · 🌐

📸 CUỘC THI ẢNH CÀ MAU 2021 - “CÀ MAU ĐỔI MỚI”  
CÙNG KHÁM PHÁ MỘT CÀ MAU RẤT KHÁC! 📸

🏠 Những năm gần đây, Thành phố Cà Mau có những thay đổi vượt bậc về mọi mặt. Là một trong 4 vùng kinh tế trọng điểm ĐBSCL bên cạnh Cần Thơ, An Giang, Kiên Giang, đồng thời cũng là tứ giác du lịch của châu thổ sông Cửu Long, Cà Mau cũng đang trước thềm nâng cấp lên đô thị loại I, trở thành niềm tự hào của người dân Đất Mũi. Tuy vậy, những điểm sáng của Cà Mau - vùng đất cực Nam Tổ quốc, vì nhi... Xem thêm



**YÊU CẦU & THỂ LỆ**

**GIẢI THƯỞNG**

**CUỘC THI ẢNH Cà Mau ĐỔI MỚI**  
Thời gian: 11/01/2020 - 27/01/2020

**HÀNH TRÌNH CHỤP ẢNH TẠI CÀ MAU**

37.632  
Số người tiếp cận được

2.278  
Lượt tương tác

👍❤️👍 528

17 bình luận 12 lượt chia sẻ

Photo contest about New Ca Mau

**HAPPY HOME CÀ MAU**  
26 tháng 1 · 🌐

📸 HÀNH TRÌNH CHỤP ẢNH TẠI CÀ MAU 📸  
2 NGÀY KHÁM PHÁ MỘT CÀ MAU RẤT MỚI

BTC cuộc thi ảnh “Cà Mau Đổi Mới” chân thành cảm ơn các thí sinh đã nhiệt tình tham gia chuyến hành trình chụp ảnh tại Cà Mau. Cảm ơn mọi người đã không ngại đường xa, dành thời gian cuối tuần quý giá để có mặt tại Cà Mau vào ngày 23-24/1/2021 vừa qua, để trở thành một phần quan trọng của hành trình này.... Xem thêm



+56


Free trip to Ca Mau for participants

Album **TỔNG HỢP ẢNH THAM DỰ CUỘC THI ẢNH “CÀ MAU ĐỔI MỚI”** · 🌐

**HAPPY HOME CÀ MAU** đã thêm 61 ảnh mới.  
27 tháng 1 · 🌐

BÌNH CHỌN cho những tác phẩm mà bạn thích! Mời bạn xem kỹ cách thức tính điểm bên dưới nhé!

👉 Đăng ký tham gia và gửi ảnh ngay tại: <http://bit.ly/dang-ky-du-thi-cuoc-thi-anh-ca-mau-doi-moi>  
Thời hạn tham gia gửi ảnh: 18h ngày 31/1/2021... Xem thêm



+58

More than **400** photos submitted, provide a huge source of Ca Mau province



# VIDEO SERIES – A TOTALLY NEW CA MAU



**Tập 8 - CÀ MAU NƠI THỊNH VƯỢNG BẮT ĐẦU | Series...**

363K views • 3 months ago



**Tập 7 - ĐẤT MŨI CÀ MAU | Series CÀ MAU ĐỔI MỚI**

216K views • 4 months ago



**Tập 6 - VIẾNG CHÙA CÀ MAU | Series CÀ MAU ĐỔI...**

214K views • 4 months ago



**Tập 5 - VÙNG BIỂN CÀ MAU**

235K views • 4 months ago



**Tập 4 - RỪNG U MINH HẠ | Series CÀ MAU ĐỔI MỚI ...**

408K views • 7 months ago



**Tập 3 - ẨM THỰC CÀ MAU | Series CÀ MAU ĐỔI MỚI ...**

478K views • 8 months ago



**Tập 2 - CHỢ DẦU XUÂN | Series CÀ MAU ĐỔI MỚI ...**

345K views • 8 months ago



**"Cà Mau xa lắm"? Xưa rồi! - CÀ MAU hiện tại, KHÁC...**

415K views • 8 months ago



**[TVC 30s] HAPPY HOME CÀ MAU - VIÊN NGỌC ĐẰNG...**

902K views • 8 months ago



**[TVC] HAPPY HOME CÀ MAU - ĐẠI ĐÔ THỊ KẾT NỐI...**

585K views • 9 months ago

Video series on a new look of Ca Mau, to maximize the awareness about the whole project and its potential





5

**GO TRUST**

YOUR TRUST ON THE GO

**BRANDING &  
COMMUNICATION  
PLAN**



# LOGO & BRAND IDENTITY FOR

**Brand:** GoTRUST (belonging to HD Insurance) is a technology company operating under the Business Platform, focusing on Health, Digital Insurance and Utility Services.

**Requirement:** Design logo and brand identity that reflect brand positioning through slogan: Your Trust on the Go

**Idea:** The GO in yellow and the green band contain the word TRUST are connected to each other through letter O, which is stylized into a moving circle. The stylized O symbolizes the cycle of life and the constant development which creates TRUST block – the commitment from brand to build customer trust.

GO TRUST  
YOUR TRUST ON THE GO

GO TRUST  
YOUR TRUST ON THE GO

THE  
FINAL  
WINNER

GO TRUST  
YOUR TRUST ON THE GO

GO TRUST  
YOUR TRUST ON THE GO

GO TRUST  
YOUR TRUST ON THE GO

GO TRUST  
YOUR TRUST ON THE GO

GOTRUST  
YOUR TRUST ON THE GO

GO TRUST  
YOUR TRUST ON THE GO

GO  
TRUST  
YOUR TRUST ON THE GO



# GUIDELINE FOR LOGO & BRAND IDENTITY



## Giới thiệu về logo

**VỀ HÌNH KHỐI:**  
Khối logo gồm chữ GO màu vàng và khối màu xanh có chứa chữ TRUST, được kết nối với nhau thông qua chữ O. Trong đó, chữ O được cách điệu thành hình vòng tròn chuyển động tượng trưng cho vòng quay cuộc sống, sự không ngừng phát triển và hoàn thiện của thương hiệu để tạo nên khối TRUST - cam kết vững chắc từ thương hiệu và lòng tin của khách hàng.

**VỀ MÀU SẮC:**  
- Màu vàng của chữ GO mang đến hình ảnh tươi sáng và năng lượng tích cực  
- Màu xanh của khối TRUST mang ý nghĩa sự phát triển, an yên và thịnh vượng



1. Full Logo | 2. Logo Symbol | 3. Logo Type

02 | Brand Guideline

## Font chữ dùng trong brand logo

**FONT VÀ CÁC KIỂU CHỮ**  
GO TRUST chọn font SVN-Product Sans (Việt Hóa) làm bộ font đại diện cho thương hiệu của mình. Với những nét chữ cứng cáp, hiện đại, đại diện cho sự mạnh mẽ, vững chắc, đáng tin cậy với người dùng

### FONT CHỮ

SVN-PRODUCT SANS

Aa01

### CÁC KIỂU CHỮ

REGULAR	A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z 0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 ! @ # \$ % ^ & * ( ) { } _ - +
BOLD	A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z 0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 ! @ # \$ % ^ & * ( ) { } _ - +

06 | Brand Guideline

## Các phiên bản logo

GO TRUST

Logo nguyên bản

GO TRUST

Logo phiên bản vuông, gọn gàng, chỉ dùng trong một số trường hợp đặc biệt của GO TRUST.

GO TRUST

Logo phiên bản icon cho app của GO TRUST.

Các phiên bản định dạng cơ bản được quy định của GO TRUST

Các định dạng logo để nghị: eps | ai | pdf | psd | png | jpeg

03 | Brand Guideline

## Quy định màu trong logo

**MÀU CHÍNH**  
Colour code:  
#019748

CMYK : 85 15 100 2  
HSB : 148 99 59  
RGB : 1151 72  
Web : 01 97 48

**MÀU PHỤ**  
Colour code:  
#FFCC09

CMYK : 0 20 99 0  
HSB : 46 96 100  
RGB : 255 204 9  
Web : ff cc 09

**TÔNG MÀU**  
100% 80% 60% 40% 20%

**CHUYỂN MÀU**

**TÔNG MÀU**  
100% 80% 60% 40% 20%

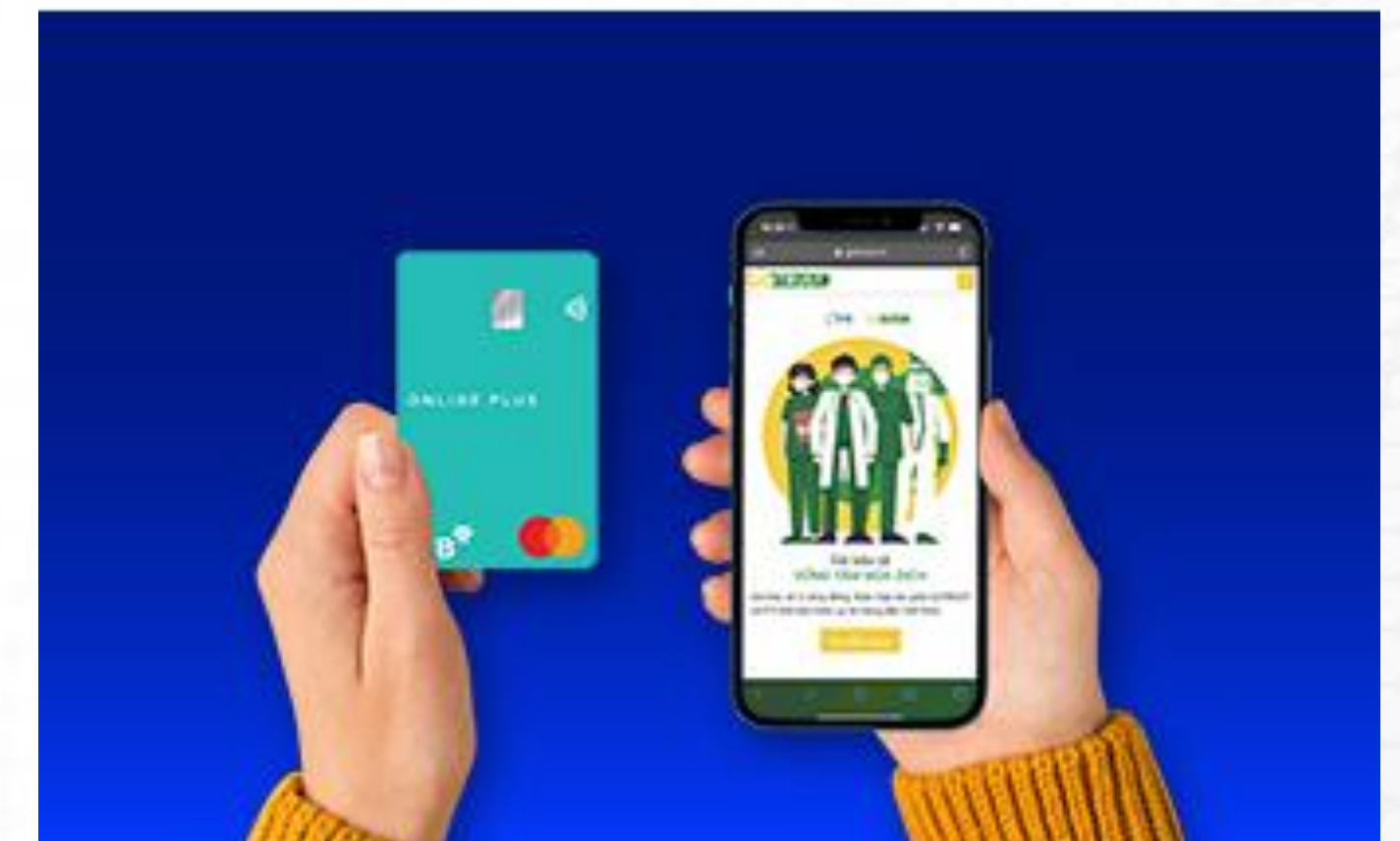
**CHUYỂN MÀU**

07 | Brand Guideline

For full version: [Link](#)



# WELL-APPLIED ON BRANDING & COMMUNICATION ASSETS







# **SAMSUNG**

# **6**

# **LAUNCHING TV**

# **THE TERRACE**

PR Strategy, Content PR , Press  
Relationship, Organizing Media Workshop



# CONTEXT

When The Terrace – the world's first outdoor QLED 4K TV – was launched in Vietnam, Samsung wanted to organize a special event for local media and press to introduce the product and offer an impressive opportunity to experience its outstanding features firsthand.

# EXECUTION

A Media Workshop was held at the Samsung 68 showroom, inviting top-tier journalists and tech-focused news outlets to experience the outstanding features of The Terrace, guided by Samsung technicians. The Terrace's water resistance was demonstrated through a live 'experiment' where water was splashed onto the TV screen and its soundbar.





# MEDIA WORKSHOP AT SHOWROOM SAMSUNG 68



22

Articles from top newspapers

25

Pitching

100%

Positive sentiment



# HIGHLIGHT ARTICLE



## TV ngoài trời giá trăm triệu của Samsung về Việt Nam

Thứ năm, 15/10/2020 19:48 (GMT+7)

The Terrace có khả năng kháng nước, kháng bụi chuẩn IP55, độ sáng cao 2.000 nits và chống lóa, phù hợp giải trí ngoài trời. Tuy nhiên, độ phân giải chỉ dừng ở mức 4K.



## GENK

## Ảnh thực tế TV QLED xối nước không hỏng của Samsung: Để ngoài trời mưa gió "chill" thoải mái, giá thấp nhất 99,9 triệu đồng

TUẦN LÊ, THEO PHÁP LUẬT & BẠN ĐỌC 3 GIỜ TRƯỚC

Nằm trong dòng sản phẩm phong cách sống của Samsung, chiếc TV Terrace mang trải nghiệm hình/âm ra khỏi khu vực phòng khách của gia đình.

Chiếc TV này được Samsung Vina giới thiệu cách đây 1 tháng và hôm nay đã được chính thức trưng bày tại khu vực trải nghiệm Samsung 68 (tòa nhà Bitexco, TP. HCM).



Khác với các dòng TV hiện nay vốn dùng cho việc đặt trong nhà, Samsung mang The Terrace đến với những môi trường có phần đặc biệt hơn: sân vườn. Với chiếc TV này, các hộ gia đình có thể đặt ở khu vực sân vườn để cùng thưởng thức phim ảnh hoặc nghe nhạc và không bị hạn chế về mặt không gian.



## Sáng Rõ Đến Từng Chi Tiết Với The Terrace TV QLED 4K

Độ Sáng Vượt Bậc 2000 nits

The Terrace không chỉ mang đến chất lượng hiển thị trong nhà đỉnh cao, mà còn hoàn hảo với môi trường hiển thị bên ngoài. Sở hữu chất lượng QLED 4K ấn tượng cùng độ sáng vượt trội đến 2000 nits, The Terrace kiến tạo trải nghiệm xem hoàn mỹ và tối ưu hiển thị trong khu vực ngoài trời.



Smart TV Tích Hợp Với Kho Ứng Dụng Giải Trí Phong Phú

The Terrace cho phép bạn thưởng thức mọi nội dung yêu thích dễ dàng và thông minh hơn. Kiểm soát TV bằng điều lệnh giọng nói và tận hưởng thế giới giải trí hấp dẫn chỉ với một lần nhấn. The Terrace cung cấp nhiều cách thức cho phép bạn trải nghiệm TV một cách đơn giản và thoải mái.





# HIGHLIGHT ARTICLE

**TechSign.in**  
Simplify Knowledge



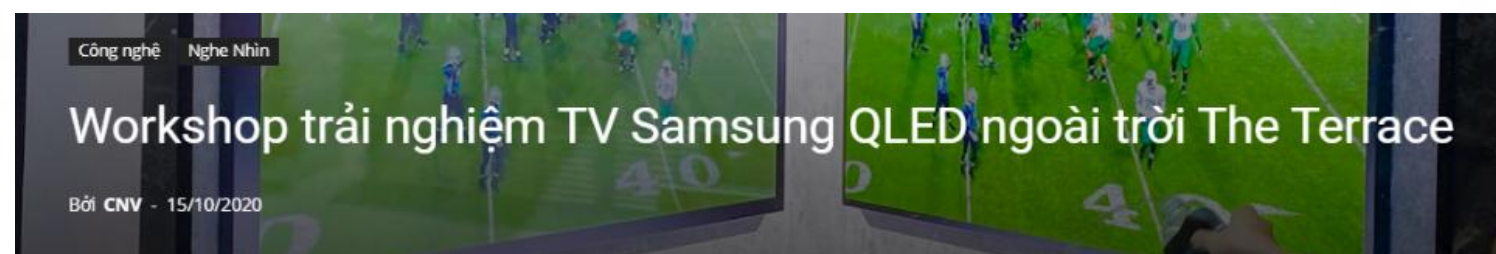
Samsung tổ chức workshop trải nghiệm TV QLED ngoài trời The Terrace được thiết kế đặc biệt, đồng bộ đi kèm.

Với kích thước 65 inch và 75 inch, TV The Terrace có khả năng kháng nước, kháng bụi (chuẩn IP55) và kháng nhiệt. Dòng TV này tích hợp đầy đủ công nghệ tiên tiến nhất của dòng TV QLED 4K và các tính năng thông minh của TV Samsung.



Đi cùng TV là loa thanh The Terrace, với chất âm cải tiến tối ưu cho không gian ngoài trời, âm thanh sống động với công suất 210W, 3.0 kênh. Được thiết kế riêng cho TV The Terrace, loa thanh The Terrace cũng sở hữu khả năng kháng nước, kháng bụi chuẩn IP55 và đồng bộ với TV dễ dàng nhờ kết nối không dây (Wi-fi và

**Công Nghệ Việt**



Hôm nay, Samsung Vina tổ chức buổi workshop giới thiệu TV QLED 4K ngoài trời đầu tiên – The Terrace và Dòng loa thanh Ngoài trời The Terrace được thiết kế đặc biệt, đồng bộ đi kèm. Đây là thiết bị nằm trong bộ sưu tập sản phẩm TV Phong cách 2020 đậm dấu ấn sáng tạo của Samsung.



TV QLED The Terrace có 2 kích thước 65 inch và 75 inch, nổi bật với khả năng kháng nước, kháng bụi (chuẩn IP55) và kháng nhiệt. Dòng TV này tích hợp đầy đủ công nghệ tiên tiến và tính năng thông minh của dòng TV QLED 4K từ Samsung.

Đi cùng TV là loa thanh The Terrace, với chất âm cải tiến tối ưu cho không gian ngoài trời, âm thanh sống động công suất 210W, 3.0 kênh. Được thiết kế riêng cho TV The Terrace, loa thanh The Terrace cũng sở hữu khả năng kháng nước, kháng bụi chuẩn IP55 và đồng bộ với TV dễ dàng nhờ kết nối không dây (Wi-fi và Bluetooth) và điều khiển One Remote cao cấp (đạt chuẩn IP56), tạo ra sự hài hòa tuyệt vời cho trải nghiệm giải trí đỉnh cao.

**Điện tử**  
TIÊU DÙNG

## Samsung The Terrace – TV QLED ngoài trời đầu tiên đã sẵn sàng tại Samsung 68 để khách hàng trải nghiệm

18:25 | 15/10/2020

(ĐTĐD) Chiếc TV QLED ngoài trời đầu tiên được Samsung giới thiệu ra thị trường vào trung tuần tháng 9 vừa qua nay đã có sẵn tại Samsung 68 (tòa nhà Bitexco – số 2 Hải Triều – Tp HCM) để khách hàng có thể tham quan và trải nghiệm.

Đi cùng với The Terrace là chiếc loa thanh ngoài trời The Terrace được thiết kế đặc biệt, đồng bộ đi kèm để tạo nên một cặp đôi hoàn hảo trong bộ sưu tập sản phẩm TV Phong cách 2020 đậm dấu ấn sáng tạo của Samsung.



Tại đây, khách hàng cũng như khách tham quan sẽ được trải nghiệm đủ 2 kích thước khung hình của dòng TV này, đó là model 65 inch và model 75 inch), trong một không gian cực kỳ lý tưởng với màn phun nước, tẻ nước trải nghiệm không kém phần đặc sắc để thấy được rõ tính năng kháng bụi kháng nước chuẩn (chuẩn IP55).





# HIGHLIGHT ARTICLE



## Trải nghiệm TV QLED The Terrace với khả năng hiển thị tốt ngoài trời và chống nước



Buổi trải nghiệm mang đến cho người xem những cảm nhận đầu tiên về chất lượng hình ảnh và khả năng chống chịu với môi trường của dòng TV QLED ngoài trời The Terrace của Samsung.

Dòng TV QLED ngoài trời The Terrace được Samsung bán ra thị trường Việt Nam với hai kích thước màn hình 65inch và 75inch. Dòng TV mới này được trang bị tấm nền QLED 4K có khả năng trình chiếu với độ sáng lên đến 2.000nit. Nhờ đó, người dùng dù có sử dụng TV QLED The Terrace ở ngoài trời vẫn thưởng thức được trọn vẹn những khung hình sống động với hình ảnh sắc nét và màu sắc sống động. Minh chứng cho khả năng trình chiếu hình ảnh tốt ở ngoài trời, Samsung đã thiết kế không gian trưng bày dòng TV QLED The Terrace gần ngay bức tường kính ở tầng trệt tại không gian trải nghiệm Samsung 68.



## Samsung The Terrace – TV QLED ngoài trời đầu tiên trên thế giới ra mắt thị trường Việt giá từ 99,9 triệu

Thứ năm, 15/10/2020 20:10 GMT+7

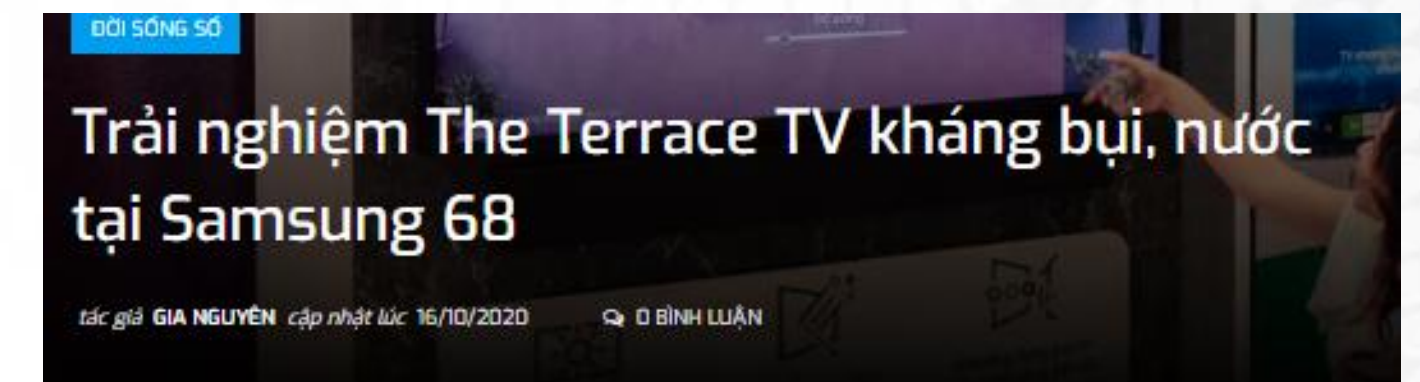
Chia sẻ Thích 0 Chia sẻ

Nhằm tạo ra không gian giải trí ngoài trời đỉnh cao, sản phẩm được thiết kế đặc biệt với hình ảnh QLED 4K chất lượng rực rỡ, sắc nét cùng trải nghiệm thông minh và độ bền vượt trội.



Công ty Điện tử Samsung Vina giới thiệu TV QLED 4K ngoài trời đầu tiên – The Terrace và Dòng loa thanh Ngoài trời The Terrace được thiết kế đặc biệt, đồng bộ đi kèm. Thiết bị nằm trong bộ sưu tập sản phẩm TV Phong cách 2020 đậm dấu ấn sáng tạo của Samsung. Với kích thước 65 inch và 75 inch, TV The Terrace sở hữu khả năng kháng nước, kháng bụi (chuẩn IP55) và kháng nhiệt, được thiết kế dễ dàng lắp đặt tại các không gian mở, tăng giá trị khu vực cảnh quan ngoại thất. The Terrace tích hợp đầy đủ công nghệ tiên tiến nhất của dòng TV QLED 4K và các tính năng thông minh của TV Samsung, mang đến trải nghiệm nghe nhìn chuẩn rạp tại không gian sân vườn, ban công, hồ bơi của người sử dụng.

Ông Suh Kyung Wook, Tổng Giám đốc Công ty Điện tử Samsung Vina cho biết: “Xu hướng giải trí và lối sống của người dùng đang thay đổi từng ngày. Giờ đây, TV không chỉ là nguồn tin tức mà còn là trung tâm kết nối và chia khóa của nhiều hoạt động giải trí khác nhau từ trong nhà đến ngoài trời. Do đó, những chiếc TV cũng cần phát triển và thay đổi để phù hợp hơn với những nhu cầu ngày càng đa dạng đó. Là thương hiệu 14 năm liên tiếp dẫn đầu thị trường TV toàn cầu và không ngừng hướng đến người dùng, Samsung The Terrace sẽ mở ra chương mới về trải nghiệm nội dung đỉnh cao trong một không gian mở, nhờ công nghệ hiện đại và khả năng kết nối tiên tiến. Thiết bị hứa hẹn sẽ góp phần định hình lối sống phong cách và nâng tầm trải nghiệm giải trí tại gia cho người dùng Việt.”



The Terrace TV là dòng sản phẩm mới của Samsung đánh mạnh vào khả năng giải trí tại gia ngoài trời với khả năng kháng chịu thời tiết tốt. Hiện khách hàng ở TP.HCM có thể tham quan, trải nghiệm tại Samsung 68, quận 1.

Hướng đến phân khúc người dùng yêu cầu một chiếc tivi đặt ngoài trời, có khả năng kháng chịu thời tiết tốt, The Terrace TV là dòng sản phẩm mới của Samsung đáp ứng không chỉ đủ đầy các tiêu chí mà còn nâng cấp về mặt hình ảnh lẫn âm thanh.



The Terrace TV được đặt ngay mặt tiền Samsung 68

Tại trung tâm trải nghiệm Samsung 68 tọa lạc tại toà nhà Bitexco, quận 1, TP. Hồ





# 7



## MULTI BRANDS IMC / TVC

Creative, Event, TVC Production  
Show production, Digital media



# THE STORY BOARD – 30-SECOND TVC



Express **Dr Thanh's** benefit (***Purify body, cool fresh everyday***) through funny and fantasy situation: **From the water basin to the waterpark** and enjoy the maximum freshness with friends at waterpark.



# TVC PRODUCTION





# UPCOMING SHOW

We are the key partner for **Tan Hiep Phat Group** in developing **entertaining campaign** as a new brand activation platform approach

Product:  
**TRÀ XANH KHÔNG ĐỘ**

Show type: **Music show**

Idea: Combine **Z** (zero in product name “Không độ”, means “cool”) to **Camping** trend to create a new concept: **ZAMPING** – go camping with “zero spirit”: no need too much, just with TXKD, we can chill & cool anywhere, anytime.

Execution: A **music show** includes 6 episodes with the participation of singers and musicians of *3 different styles*, and also record at *3 different famous camping sites*

**Không độ Show ZAMPING 2022**  
IDEA PROPOSAL – ROUND 2

**ZAMPING MUSIC CAMP**

LƯƠNG TRINH THỰC TẾ ghi lại những chuyến “zamping” của các nhóm bạn nghệ sĩ đã lâu ngày không gặp.

Nhóm bạn sẽ gặp nhau tại một nơi cắm trại cùng với những ca khúc được mashup hoặc cover theo phong cách mới, xóa tan căng thẳng mệt mỏi cùng với Trà Xanh Không Độ.  
Tên chương trình: Không Độ Chill & Cool

**TẬN DỤNG SỨC HÚT TỪ CÁC NGHỆ SĨ THAM GIA SHOW**

Tận dụng tối đa sức hút của các nghệ sĩ tham gia show để tăng lượng tiếp cận và lan tỏa cho chương trình.

Các nghệ sĩ tham gia đều sẽ chia sẻ về chương trình và câu chuyện, cảm nhận của chính họ trên các nền tảng mạng xã hội và kêu gọi các fan theo dõi.

**Digital** **Activation**

**Ý tưởng GAMESHOW**

**NUMBER 1 CHANH DẦU ĐẠI TRANH ĐẤU GAME BẢ THIÊN HẠ**

Show thực tế về giải đấu game tổng hợp, với sự tham gia của các đội chơi chuyên nghiệp lẫn nghiệp dư (game thủ, KOL yêu thích game). Các đội chơi trải qua nhiều vòng đấu với nhiều cách thức thi đấu khác nhau, để tìm ra đội “THẮNG NHANH VÀ TRỤ LÂU” nhất:  
**NHÀ VÔ ĐỊCH NUMBER 1 CHANH DẦU**

**Khung chương trình GAMESHOW**

**Casting** → **Các vòng thi đấu** → **Chung kết** → **All Star**

Tổ chức casting để chọn đội tham gia (đa dạng profile: giới tính, nghề nghiệp, chuyên nghiệp/bán chuyên không chuyên...)  
Hội đội cá nhân nhất 1 game thủ nổi tiếng có câu chuyện đặc biệt)  
KOL tham gia gameshow (vai trò leader hoặc khách mời bí mật) sẽ được chọn từ trước và tiết lộ dần trong thời gian casting.

Các game thủ vượt qua vòng casting sẽ tạo thành đội chơi (5 người/đội), trải qua các vòng đấu loại trực tiếp để đến với giải thưởng chung cuộc. Toàn bộ quá trình chuẩn bị và thi đấu sẽ được ghi hình và phát sóng trên online như một chương trình thực tế.

Chỉ 2 đội trụ lại cuối cùng được vào vòng chung kết tranh chức vô địch Chanh Dầu (giải thưởng 100 triệu đồng cho đội vô địch)

Vòng đấu đặc biệt từ team KOL (bị loại từ tập trước) thách đấu với đội vừa đạt chức vô địch.

Product:  
**NUMBER 1 CHANH DẦU**  
(Energy Drink Fruit)

Show type:  
**Gameshow about game**

Idea: The reality show about game tournament, with the participation of professional and amateur teams, who play through many rounds with many different ways of playing, to find the team win **CHANH DAU CHAMPIONS** (highlight benefit product)

Execution: A **gameshow** attracts not only gamers but also audience to follow and support their favorite team by joining an **online campaign** linking players – viewers – brand, which help increase both **communication efficiency and sales**.

to be  
produced in  
2024





# 8



## TẾT 2021

Creative Concept, TVC Production, IMC Campaign  
(Branding, Mascot, PR Content, KOL, Social Content,  
Engagement, online ads...)



## Bringing a Modern and Youthful Spirit to Traditional Tết

The common ground between Richy and Tết lies in their representation of traditional values. In Tết 2021, those values were reimagined in a more modern and youthful way by combining them with RAP – the hottest trend at the time. With the goal of 'modernizing' Tết, we collaborated with young rapper R-Tee to launch a TVC featuring a rap-style chant for Tết, bringing a fresh twist to traditional culture. Richy's brand mascot was also introduced – the 'Rich God,' symbolizing wealth and luck – brought to life through various creative formats (such as chibi illustrations, stickers, comics...), successfully capturing the attention of a younger audience.





# BRAND MASCOT – “RICH” GOD



The Rich God appears in the TVC, handing out lucky money envelopes to everyone

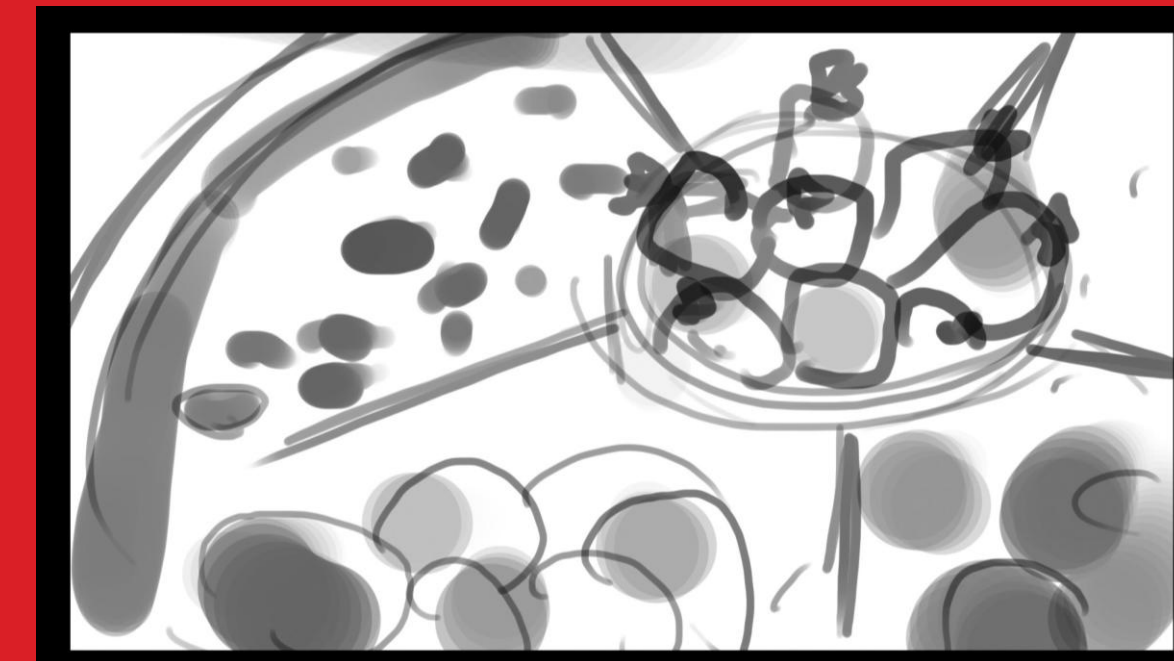


The chibi version of the Rich God appeared throughout Tết-related content on social media platforms (including the Rich God Tết Greeting Sticker Pack and the 'Celebrate Tết with Rich God' comic series).





# SHOOTING BOARD – TVC 15S



(based on rap lyric on TVC)



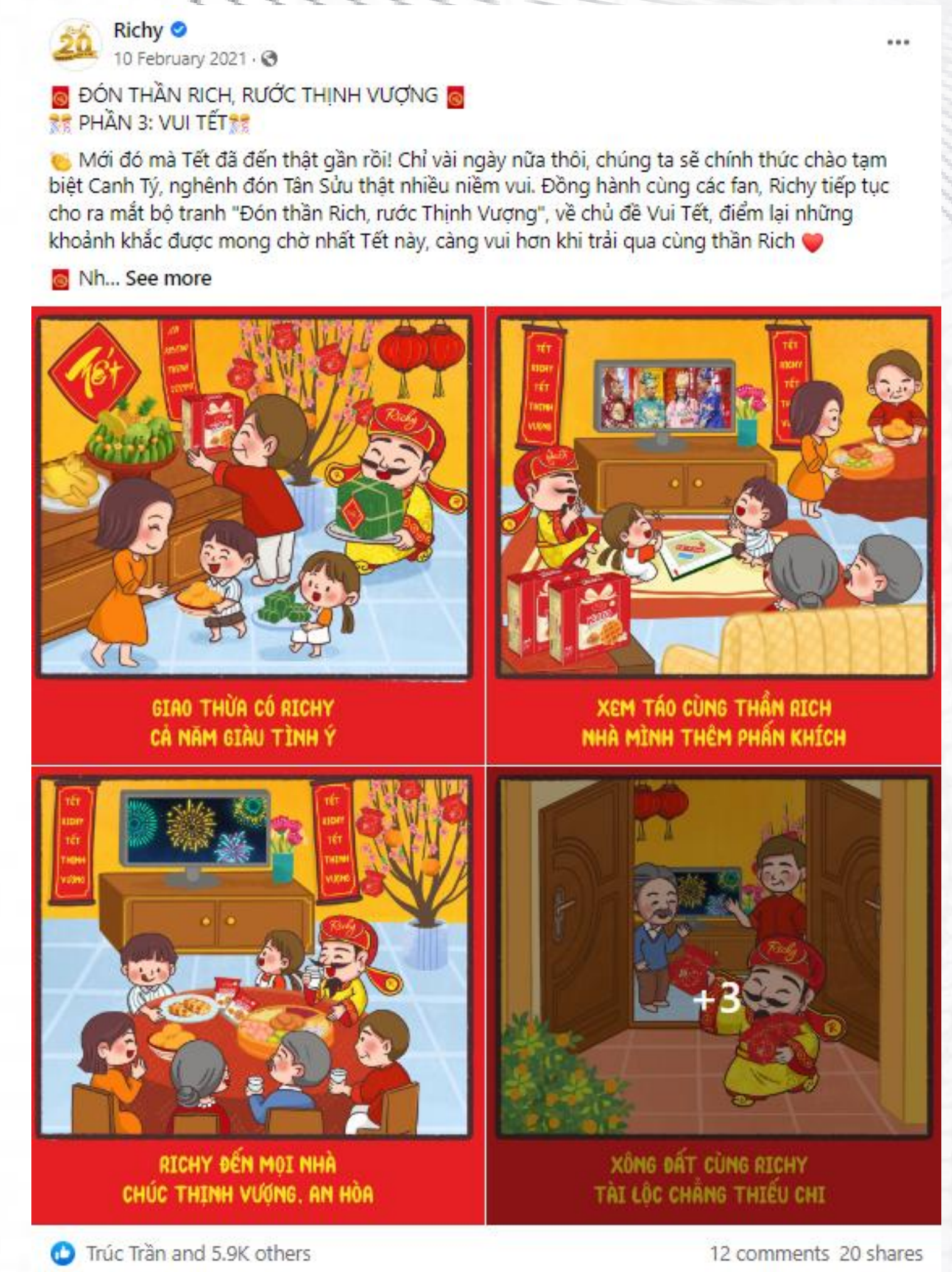
# TVC 15S



[Link TVC](#)



# CONTENT SOCIAL MEDIA (Richy Fanpage)



Closely associated with the image of the Rich God, presented in various fresh and youthful formats, it was well-received by audiences, widely loved, and continuously shared throughout the Tết season.



# ENGAGING ACTIVITY SOCIAL MEDIA

**Richy** 5 January 2021 · 🌐

[MINIGAME] 🎮 TRỞ TÀI GHÉP HÌNH - NHẬN NGAY QUÀ ĐỈNH 🎁

Loa loa, loa loa 📢  
Năm mới 2021 vừa đến thì vị thần Rich đây quyền năng cũng đã giả áo để ban sự thịnh vượng và an yên cho mọi nhà.  
👉 Cùng xem ai là người nhanh tay, lẹ mắt ghép đúng hình nhất để nhận được quà Tết hấp dẫn từ thần Rich nhé!

TH... See more



👍 Nguyen Le, Nguyễn Lý and 10K others · 1.9K comments 855 shares

**Richy** 27 January 2021 · 🌐

[MINIGAME] 💎 XEM MV, NHẬN NGAY QUÀ TẾT RICHY 💎

<https://fb.watch/3fwYib7s-d/>

👉 Đáp lại mong đợi của các fan, thần Rich sau khi mang đến một cái Tết giàu lộc, giàu tình trong MV, sẽ tiếp tục mang đến một thử thách thú vị cùng quà tặng vui Tết hoành tráng.

Th... See more




👍 Trúc Trần and 3.9K others · 776 comments 142 shares

**Richy** 25 January 2021 · 🌐

👉 BẠN MUỐN BIẾT VẬN SỐ CỦA MÌNH TRONG NĂM MỚI? 🤔

👉 Thử ngay filter đoán vận độc đáo từ Richy để xem thần Rich "phán" gì về 2021 của bạn nhé!

Cách thức xem vận:  
1... See more



👍 Nguyen Le, Trúc Trần and 2K others · 6 comments 62 shares

Multiple mini-games were held throughout the Tết holiday, inviting participants to join and win festive gifts from the Richy brand.



## RTEE đưa văn hóa tâm linh vào rap trong 'Khẩn tết' sau hit 'Rằm tháng 7'

QUANG VŨ, 🕒 19:30 27/01/2021



**f** Không chỉ là nổi bánh chưng xanh bên cầu đối đỏ mà còn là cách nhìn đầy hứng khởi và trách nhiệm của người trẻ đối với ngày Tết truyền thống.

**KOLs shared the TVC, spreading the Richy Tết message and promoting the product. (Rapper R-Tee and popular social media profiles continuously shared brand information and encouraged participation in activities.)**

A woman with short black hair and glasses, wearing a red dress, is sitting behind a table. On the table are several boxes of waffles. To her left are three boxes of Karo waffles, which are red and white. To her right are two boxes of Majestic waffles, which are blue and white. A large play button icon is overlaid in the center of the image. The background is a brick wall with yellow circular decorations.

119 comments 43 shares

☀ Mà phiên bản bánh karo và cả Majestic này số lượng có hạn nên mọi người muốn mua thì đặt hàng ngay trên link shopee nhé <https://shopee.vn/product/173513432/5676273915>



155 comments 19 shares



# MV LYRICS “KHẨN TẾT”





**ATOM**  
**NETWORK**  
**XIN CẢM ƠN**

