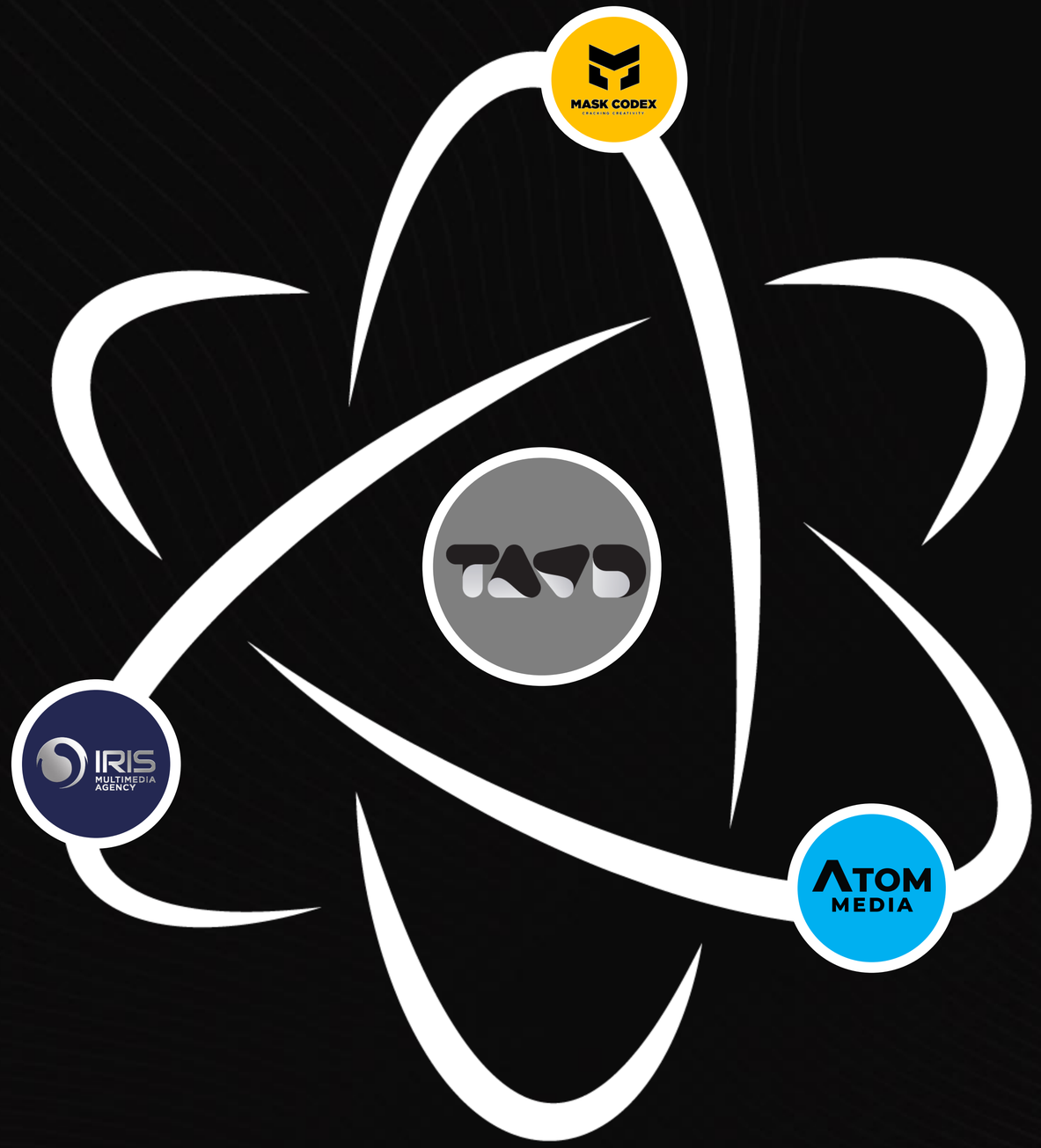
ATOM NETWORK



Từ một “atom”

2007

A+ Communication
Tiền thân của TAAD & CAM Media

2013-2014

TAAD được thành lập với sứ mệnh mang đến trải nghiệm thương hiệu và giải pháp thúc đẩy tăng trưởng cho doanh nghiệp

CAM được thành lập như một cánh tay nối dài của TAAD về mặt pháp lý, đơn vị này tập trung vào các dịch vụ truyền thông tích hợp

2015

Hợp tác **Rainstorm Film** với tư cách là đối tác chiến lược sản xuất 3D

Đã mua lại **Mask Codex**, một công ty công nghệ full-stack

Hợp tác với **IRIS** trong lĩnh vực sản xuất chương trình TV & quản lý nghệ sĩ

Liên doanh cùng **PLM** nhằm xây dựng các hoạt động kinh doanh xoay quanh lĩnh vực truyền hình.

2025

Liên kết với trade agency **TCM** 24 năm trên thị trường

Thành lập văn phòng đại diện tại Hà Nội với tên **ATOM Media**

Chúng tôi tạo ra **ATOM Network**

HỆ SINH THÁI ATOM

Mask Codex là một đội ngũ trẻ đam mê các công nghệ mới, tập trung chuyên môn vào phát triển nền tảng và các hệ thống tích hợp cũng như chuyển đổi số cùng các dự án khác theo định hướng công nghệ.

ATOM Media được thành lập bởi các chuyên gia truyền thông trên 10 năm kinh nghiệm, tập trung vào việc lập kế hoạch, thực thi hoạt động quảng cáo đa kênh.

TAAD được thành lập năm 2013 với vai trò là đơn vị cung cấp dịch vụ hỗ trợ cho nhiều công ty quảng cáo toàn cầu, với các chuyên gia kỳ cựu trong hoạch định chiến lược truyền thông tích hợp, phát triển thương hiệu, sáng tạo nội dung và cung cấp giải pháp dựa trên hiệu quả kinh doanh.

IRIS tăng cường năng lực mạng lưới trong lĩnh vực sản xuất âm nhạc, tổ chức sự kiện, tuyển chọn tài năng và phát triển mảng kinh doanh giải trí.

Base Academy là đội ngũ các nhà sản xuất, giám đốc nghệ thuật tài năng, giàu kinh nghiệm trong việc sản xuất các sản phẩm truyền thông -sáng tạo, cũng như tổ chức nhiều loại hình sự kiện khác nhau.

ĐỘI NGŨ NÒNG CỐT CỦA CHÚNG TÔI CÓ KINH NGHIỆM DÀY DẠN TRONG QUẢN LÝ TÀI NĂNG, SẢN XUẤT CHƯƠNG TRÌNH GIẢI TRÍ, XÂY DỰNG THƯƠNG HIỆU VÀ PHÁT TRIỂN HIỆU QUẢ KINH DOANH.

Mạng lưới của chúng tôi được thành lập cách đây 10 năm, quy tụ các nhân sự chủ chốt là những người dày dạn kinh nghiệm đến từ các ngân hàng, công ty công nghệ, công ty quảng cáo và agency sáng tạo. Chúng tôi sở hữu kiến thức sâu rộng về ngân hàng, chứng khoán và các sản phẩm fintech thông qua việc tham gia nhiều dự án đa dạng cùng các thương hiệu như Bentley, Mirae Asset, LG, Samsung, PVCombank, Home Credit, Sony, Viettel, THP, MyTV...

Trong một
THẾ GIỚI
không ngừng
KẾT NỐI

THƯƠNG HIỆU
MUỐN
Ý TƯỞNG

CHUYỂN HÓA
THÀNH CÁC
TRẢI NGHIỆM,
TƯƠNG TÁC VÀ
TĂNG TRƯỞNG.

ĐA LĨNH VỰC
ĐA KẾT NỐI
VÌ MỘT MỤC TIÊU

NÂNG CAO HIỆU QUẢ KINH DOANH
DỰA TRÊN SỨC MẠNH CỦA
TRUYỀN THÔNG & CÔNG NGHỆ

Chúng tôi cung cấp DỊCH VỤ BRANDING – TRUYỀN THÔNG TÍCH HỢP 360⁰

ATOM NETWORK

INTEGRATED MEDIA

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

DIGITAL & ART PRODUCTION

- Digital video producing
- Digital art production
- Packaging design

PERFORMANCE

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

SOCIAL MEDIA

- Community management
- Social content production
- Influencers management

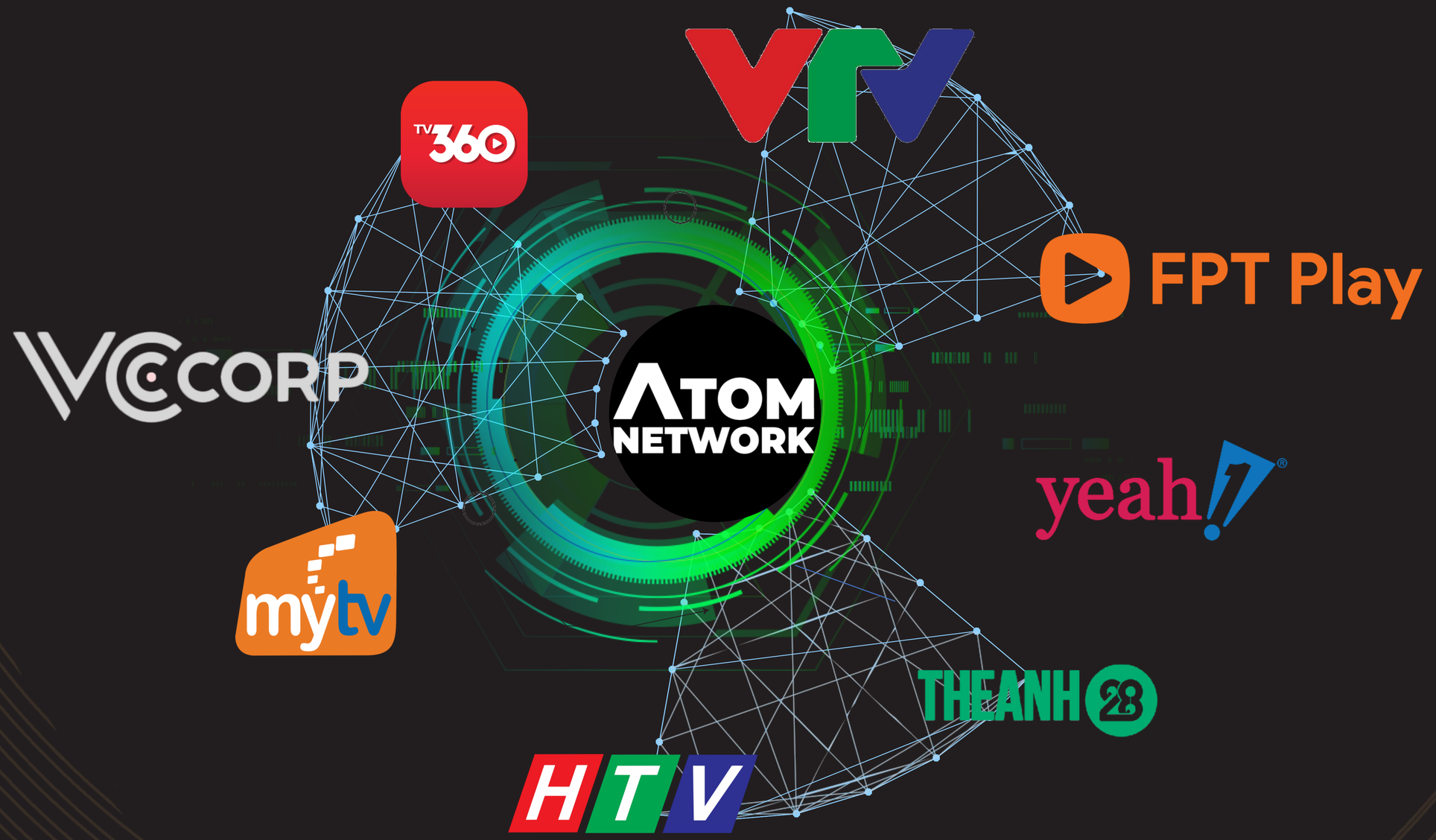
TECHNOLOGY

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

BRAND & GROWTH

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

Liên kết với nhiều ĐƠN VỊ TRUYỀN THÔNG



VÀ MỐI QUAN HỆ VỚI CÁC NGHỆ SĨ

Từ celeb hạng A & A+ trong showbiz

Cùng nhiều nghệ sĩ trẻ triển vọng

Và các nhạc sĩ đa dạng phong cách phù hợp với các thương hiệu

LĨNH VỰC HOẠT ĐỘNG KHÔNG NGỪNG MỞ RỘNG

TÀI CHÍNH & NGÂN HÀNG
MỸ PHẨM – LÀM ĐẸP
THIẾT BỊ GIA ĐÌNH
BẤT ĐỘNG SẢN
TRANG SỨC
LOGISTICS
THUỐC LÁ
DI ĐỘNG
BÁN LẺ
RƯỢU
BIA
GAME
MẸ & BÉ
GIÁO DỤC
BÁNH KẸO
DƯỢC PHẨM
HÀNG KHÔNG
SẢN PHẨM SỮA
DU LỊCH & GIẢI TRÍ
CÔNG NGHỆ KINH DOANH

DỰ ÁN
NỔI BẬT

Truyền thông DOANH NGHIỆP

QUẢNG CÁO
Performance

QUAN HỆ
Công chúng

Sản xuất
SHOW &
SỰ KIỆN

Truyền thông
thương hiệu
TÍCH HỢP

Công nghệ và
PLATFORM

BẢO TÀNG Ý NIỆM 1

Dự án chuỗi hoạt động Moment Museum khởi xướng sứ mệnh truyền cảm hứng và trao quyền cho giới trẻ tích cực tham gia vào lĩnh vực văn hóa. Thông qua các trải nghiệm thực tế, sáng tạo và những cuộc thảo luận ý nghĩa, dự án khuyến khích giới trẻ khám phá giá trị của văn hóa và đưa văn hoá Việt Nam vươn ra sân khấu toàn cầu.

TIẾP CẬN THẾ HỆ TƯƠNG LAI CỦA CÔNG NGHIỆP VĂN HOÁ

2 TRIỆU

Sinh viên

100+

Đại học & Cao đẳng

KHỞI ĐẦU TỪ HUẾ VÀ LAN TOẢ KHẮP 3 MIỀN VỚI

3 HOẠT ĐỘNG CHÍNH

#hoatdongchinh

UNITOUR TOÀN QUỐC

#hoatdonghotro1

HỘI THẢO

#hoatdonghotro2

ARTMAP: KODO | GIA DINH | CHAM | HANOI

VỚI SỰ HỢP TÁC CÙNG UNESCO

UNESCO × HUẾ MOMENT MUSEUM

Là một phần trong các hoạt động của UNESCO tại Việt Nam, sinh viên đại học có cơ hội quý giá được trực tiếp giao lưu với các chuyên gia từ UNESCO, nhận nguồn cảm hứng và thực hiện những bước đi đầu tiên có ý nghĩa trong việc tìm hiểu, bảo tồn và phát huy giá trị di sản văn hóa. Thông qua những tương tác này, sinh viên được khuyến khích khám phá vai trò thiết yếu của di sản trong việc định hình tương lai và đóng góp vào sự phát triển bền vững của di sản tại cộng đồng của mình.

UNITOUR x UNESCO

ĐỒNG HÀNH TỪ CHUYÊN GIA UNESCO

Các buổi trao đổi tương tác, workshop, cơ hội thực tập mang đến những hiểu biết sâu sắc về tầm quan trọng của di sản văn hóa và vai trò của nó trong việc định hình tương lai. Sinh viên được khuyến khích chủ động tham gia vào việc bảo tồn và phát huy di sản văn hóa, góp phần xây dựng một nền kinh tế di sản bền vững.

ƯƠM MẦM TÀI NĂNG

Một trung tâm nuôi dưỡng thế hệ mới tận tâm bảo tồn, phát huy và đổi mới trong nền kinh tế di sản.

CÁC HOẠT ĐỘNG TẠI UNITOUR

BRAND TALK

Các thương hiệu chia sẻ lý do đồng hành tài trợ và vai trò của mình trong việc phát triển nền kinh tế văn hóa Việt Nam.

WORKSHOPS

Dưới sự dẫn dắt của các chuyên gia và diễn giả giàu kinh nghiệm, chuỗi workshop tập trung vào những thách thức và cơ hội của di sản, khơi dậy đam mê trong sinh viên và thúc đẩy những ý tưởng sáng tạo nhằm giúp di sản văn hoá phát huy tiềm năng, trở thành điểm sáng trong bức tranh kinh tế văn hóa.

BIỂU DIỄN

Trong giờ giải lao, những nghệ sĩ trẻ đam mê trang phục truyền thống, nghệ thuật biểu diễn và âm nhạc sẽ trình diễn tài năng của mình.

2

MULTI V™ i LG Business Solutions

HỘI NGHỊ KHÁCH HÀNG

Chiến lược tiếp cận, Concept sự kiện, Thiết kế & Sản xuất,
Lên kế hoạch, Tổ chức và Quản lý sự kiện

TỔNG QUAN CHIẾN DỊCH

Chiến dịch ra mắt sản phẩm Điều hòa hệ thống Multi V *i* - với hoạt động chính là sự kiện ra mắt kết hợp hội nghị khách hàng LG, tiếp nối bằng hoạt động PR báo chí.

TỪ NHỮNG YẾU TỐ CỐT LÕI CỦA SỰ KIỆN

MULTI V™ i

LG | Business Solutions

Sản phẩm LG
cho Doanh nghiệp

Bước đột phá của
Công nghệ AI

Giá trị của
Sự hợp tác

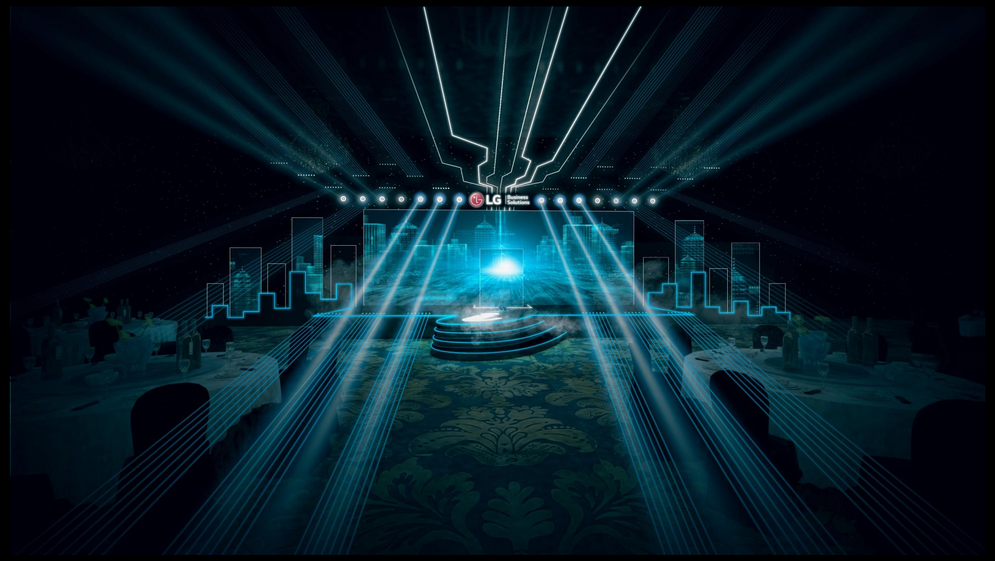
THÔNG ĐIỆP CHÍNH CỦA SỰ KIỆN

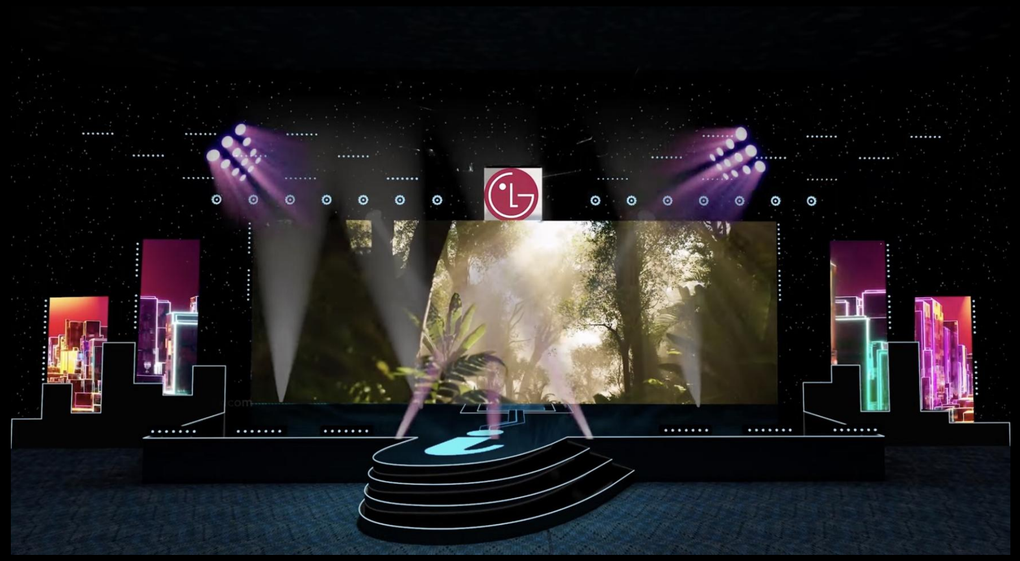
MULTI V™ i

Sức mạnh từ AI, vững bước tới tương lai

(Leverage AI Power, Take Firm Steps to Future)

THIẾT KẾ CONCEPT SỰ KIỆN

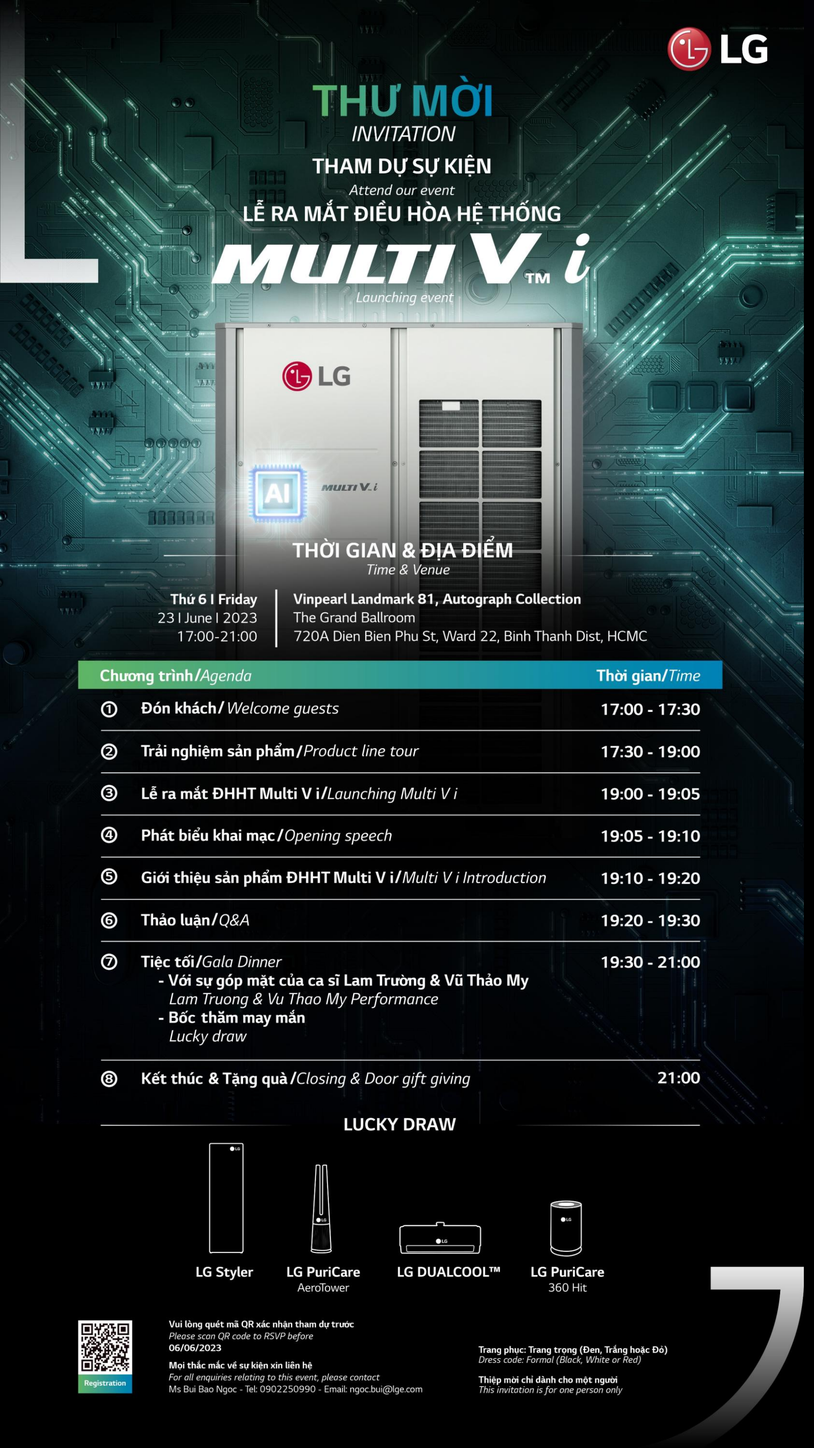




- Sân khấu
- Foyer
- Booth check-in
- Booth trải nghiệm
- …

→ Thể hiện tinh thần hiện đại, công nghệ cao xuyên suốt các trải nghiệm tại sự kiện

THIẾT KẾ ASSET



Thư mời (giấy và điện tử) – Standee – Túi giấy – Banner giải thưởng

ĐỊA ĐIỂM DIỄN RA SỰ KIỆN

LANDMARK 81

- Tầng B2 – SG1 & SG2 Ballroom
- 250 khách mời

NHỮNG ĐIỂM NỔI BẬT TẠI SỰ KIỆN

Đón khách

- Khách mời check-in sự kiện
- Chụp ảnh tại backdrop
- Tea break (trước khi vào tiệc chính)

NHỮNG ĐIỂM NỔI BẬT TẠI SỰ KIỆN

Booth trải nghiệm

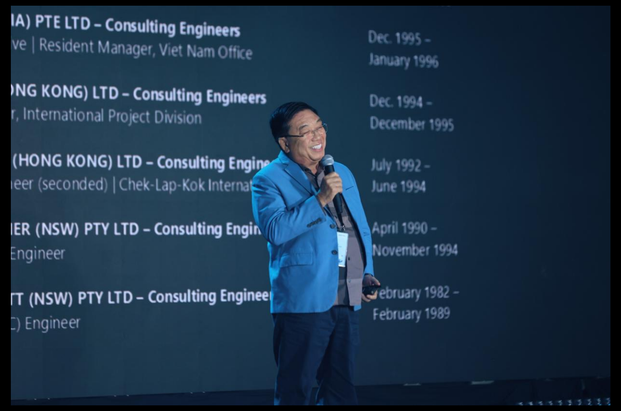
- Booth trưng bày sản phẩm Multi V *i*
- Booth trải nghiệm mô phỏng không gian thực tế (Booth Gia đình – Booth Văn phòng)

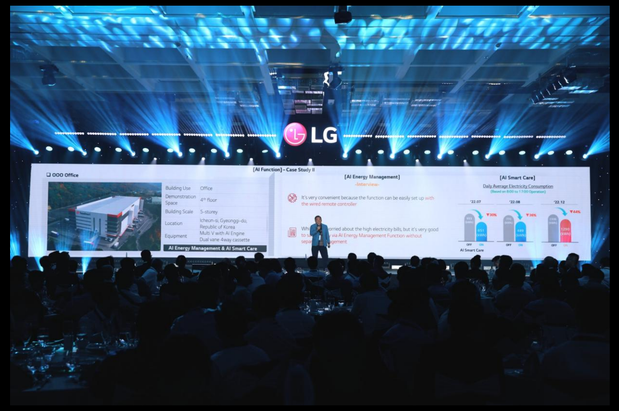
NHỮNG ĐIỂM NỔI BẬT TẠI SỰ KIỆN

Biểu diễn mở màn sự kiện

- Vũ đoàn biểu diễn mở màn
- Biểu diễn ánh sáng Laser Cut

NHỮNG ĐIỂM NỔI BẬT TẠI SỰ KIỆN





Đại diện phát biểu

- Phát biểu chào mừng – Ông Yoon, Giám đốc Thương mại AC
- Giới thiệu sản phẩm – Anh Hiếu, Giám đốc Bán hàng
- Phát biểu của chuyên gia – Anh Tuyền, Kỹ sư chuyên môn

NHỮNG ĐIỂM NỔI BẬT TẠI SỰ KIỆN

LG

MULTI V.i

THỰC ĐƠN

MENU

MÓN KHAI VỊ - GỎI | APPETIZER – COLD

Gỏi Củ Hủ Dừa Tôm Thịt

Coconut Core Salad With Shrimp And Meat

MÓN KHAI VỊ - NÓN | GAPPETIZER – HOT

Chả Cua Long Vương

Long Vuong 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 Dầu 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 Gạo

Mango And Rice Ball Sweet Soup

Intelligent, Innovative, Interactive

MULTI V.i with AI Technology

Phục vụ tiệc chính

NHỮNG ĐIỂM NỔI BẬT TẠI SỰ KIỆN

Phần trình diễn của ca sĩ – Lam Trường

NHỮNG ĐIỂM NỔI BẬT TẠI SỰ KIỆN

Phần trình diễn của ca sĩ – Vũ Thảo My

NHỮNG ĐIỂM NỔI BẬT TẠI SỰ KIỆN

Rút thăm may mắn

VIDEO RECAP SỰ KIỆN

Link video

WEARNES

2 Chiến dịch Digital CT-Wearnes

Chụp ảnh sản phẩm, Chụp ảnh sự kiện, PR Online, Quảng cáo online, Trang web

BỐI CẢNH

CT-Wearnes Việt Nam là công ty con của Wearnes Automotive Pte, Ltd, hiện đang nắm giữ quyền phân phối cho nhiều thương hiệu xe hơi hạng sang trong khu vực. Trong quý 2 và quý 3 năm 2021, chúng tôi đã thực hiện các chiến dịch truyền thông tích hợp cho Bentley & Aston Martin, bao gồm việc ra mắt mẫu xe **BENTLEY FLYING SPUR V8** mới nhất, chỉ có 5 chiếc tại thị trường Việt Nam.

SẢN XUẤT ASSET TRUYỀN THÔNG – CHỤP ẢNH SẢN PHẨM

Sản xuất hình ảnh cho sản phẩm mới – Bentley Flying Spur V8, với yêu cầu vừa đáp ứng tiêu chuẩn của thương hiệu xe sang trọng, vừa thể hiện được câu chuyện của chủ nhân xe Bentley.

SẢN XUẤT ASSET TRUYỀN THÔNG – CHỤP ẢNH SỰ KIỆN

Chụp ảnh sự kiện bàn giao Bentley Flying Spur V8, với yêu cầu vừa đáp ứng tiêu chuẩn của thương hiệu xe sang, vừa thể hiện được câu chuyện của chủ nhân xe Bentley.

TIN ONLINE – CÁC TIN BÀI NỔI BẬT

30+ TRANG TIN CHUYÊN VỀ XE HÀNG ĐẦU

45 BÀI VIẾT (TIN & BÀI)

236% Vượt KPIs

Zing news

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

Thượng 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.

AutoPro WWW.AUTOPRO.COM.VN

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

Thế hệ mới của dòng xe Bentley Flying Spur mang đến nhiều cải tiến về công nghệ, hiệu năng và sang trọng so với người tiền nhiệm.

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, động cơ mạnh mẽ hơn, tiết kiệm nhiên liệu và giảm lượng khí thải CO2 ra môi trường.

Để đạt được điều này, Bentley dựa trên nghiên cứu và khảo sát toàn cầu kéo dài suốt mười năm của hãng về thói quen 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 kết hợp sự sang trọng tinh tế, tích hợp công nghệ thế hệ mới nhất.

VNEXPRESS TIN NHANH VIETNAM

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 lăn 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 lăn bánh tại Việt Nam thuộc bản First Edition, trang bị những logo độc quyền trong nội thất, tại cột C và bằng tập-lô.

OTOFUN news

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.

CAFEF · Cafebiz · DÂN TRÍ · Công lý (CƠ QUAN CỦA TÒA ÁN NHÂN DÂN TỐI CAO) · Vietnam+ · NGÔI SAO · BÁO MỚI · Điện tử TIÊU DÙNG · Pháp luật và bạn đọc (Chuyên trang của Báo điện tử Sức khỏe và Đời sống) · VN Review · Việt Nam nghe nhìn · AUTO TIMES · oto.com.vn · XE đời sống (www.xedoisong.vn) · AutoBikes.vn · lapchisieuxe.com (Cất cánh đam mê)

YÊU CẦU

– Đưa tin về sự kiện ra mắt Bentley Flying Spur V8 trên báo chí với đa dạng các góc độ nội dung

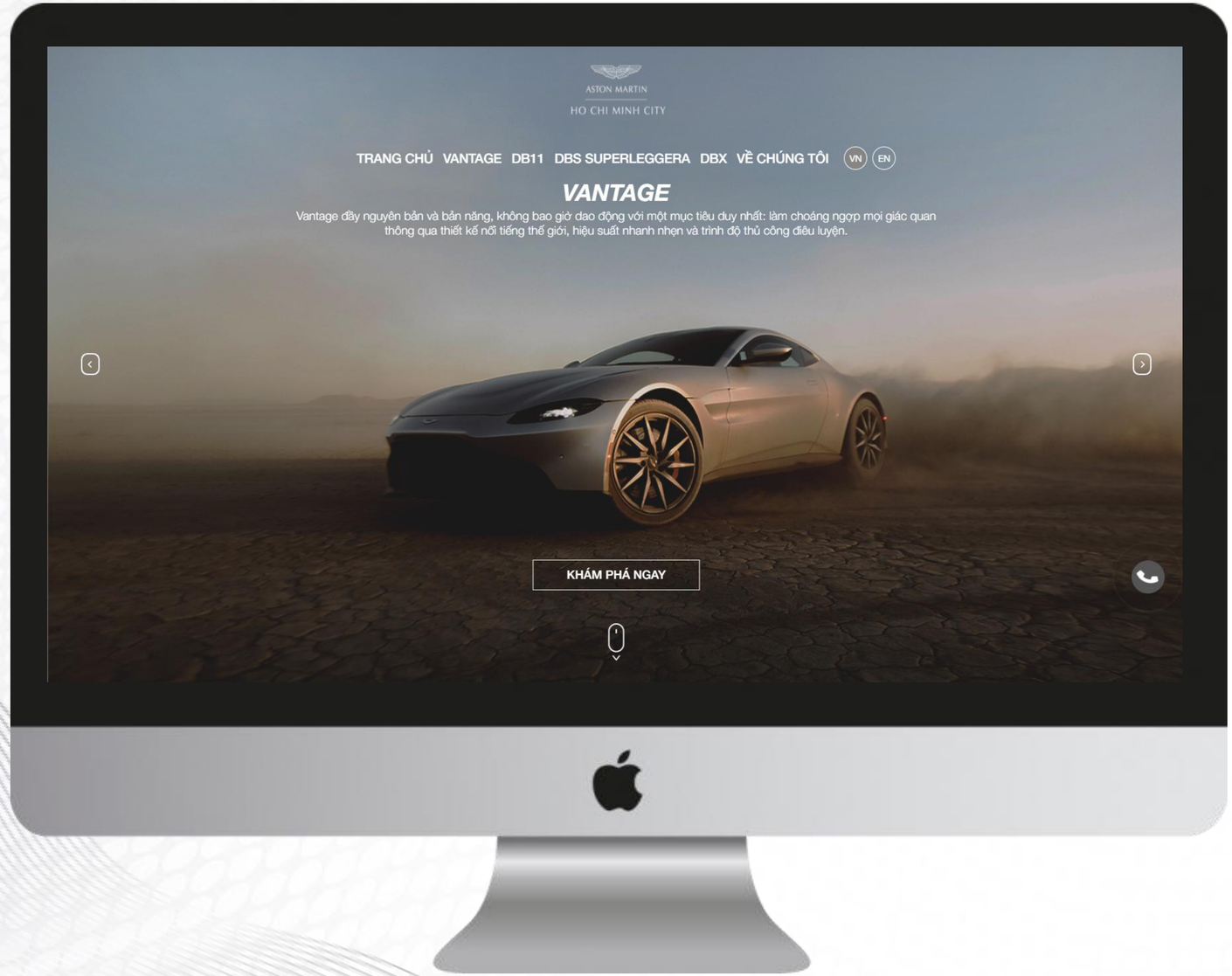
– Xuất hiện trên các trang báo lớn & các trang báo chuyên về xe ô tô

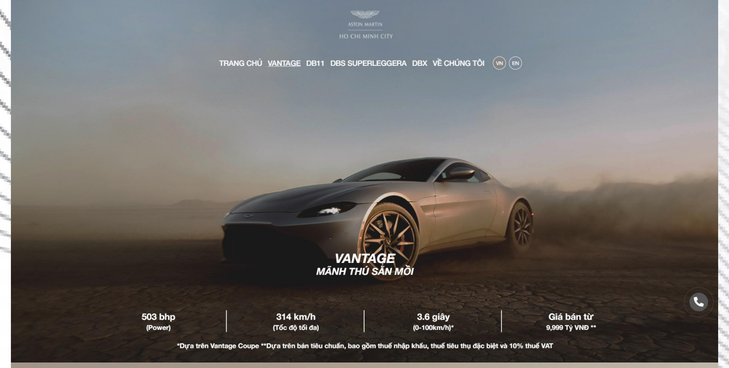
THỰC THI

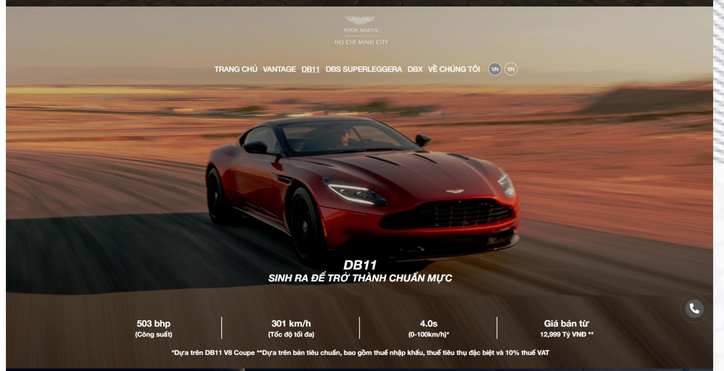
Làm việc với các trang báo lớn và các trang báo chuyên về xe ô tô, khai thác nội dung với 3 góc độ:

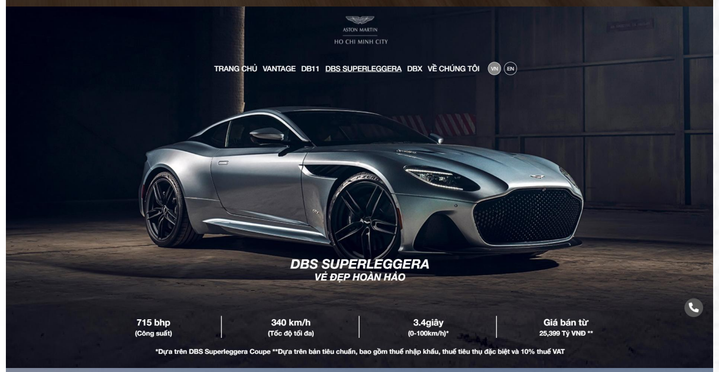
1. Bentley FSV8 đã có mặt tại Việt Nam theo tiêu chuẩn toàn cầu tại showroom Phú Mỹ Hưng, Q7 (phủ thông tin, tin pitching)
2. Bàn giao FSV8 thế hệ đầu tiên tại Việt Nam (phủ thông tin, tin và bài pitching)
3. Bentley HCM nhận đặt hàng MY2022 (bài booking)

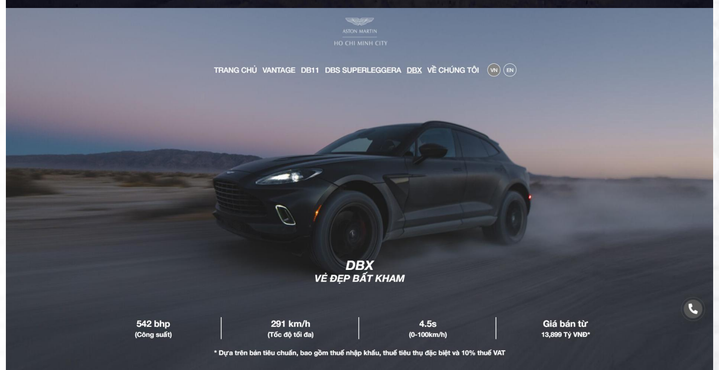
WEBSITE – ASTON MARTIN











Tạo và điều chỉnh trang web cho Aston Martin Hồ Chí Minh dựa trên mẫu & tiêu chuẩn của thương hiệu

3

PVcomBank

HAPPY HOME CÀ MAU

Diễn họa kiến trúc 3D, Sản xuất TVC, Truyền thông thương hiệu tích hợp (Xây dựng thương hiệu, Nội dung PR, KOL, Tương tác mạng xã hội, Sự kiện, Chuỗi video, Hoạt động, Chạy quảng cáo digital...)

BỐI CẢNH

Happy Home là một trong những dự án khu đô thị mới có quy mô lớn nhất tại Cà Mau, là thị trường mới đầy tiềm năng về bất động sản. Việc truyền thông cho dự án gặp nhiều khó khăn do tư liệu về thị trường Cà Mau chưa nhiều và chưa được phủ rộng trên các phương tiện truyền thông đại chúng.

THỰC THI

Tập trung đẩy mạnh các chiến dịch, hoạt động có khả năng tạo nhiều chất liệu cho truyền thông dự án, thử nghiệm các hình thức nội dung và hoạt động hoàn toàn mới (đối với lĩnh vực bất động sản), tạo nên khối lượng nội dung đủ lớn giúp khán giả đại chúng có cái nhìn tổng quan về Cà Mau, từ đó thu hút các nhà đầu tư quan tâm, tìm hiểu và đầu tư vào dự án.

DIỄN HỌA KIẾN TRÚC 3D - TVC

Phiên bản 1 – 90 giây

Link: https://youtu.be/wIUhvx7lpJs

Phiên bản 2 – 30 giây

Link: https://youtu.be/Yjy44tVWSWg

NỘI DUNG PR – CÁC BÀI VIẾT NỔI BẬT

NHỊP CẦU ĐẦU TƯ

Bất động sản

Sức hút "bất động sản miệt vườn"

Nam Minh Thứ Ba | 22/12/2020 07:30

Điểm sáng mới của thị trường bất động sản miền tây với nguồn cung đa dạng, được đầu tư bài bản.

Thực tế, thị trường TP.HCM giảm nhiệt, đi cùng chi phí phát triển ngày càng lớn khiến cho dòng vốn đầu tư nỗ lực tìm kiếm các vùng kinh tế mới.

Sức hút 00:00

Đất Xanh miền Tây vừa ký hợp tác với Công ty CIT Hà Nội triển khai dự án Happy Home Cà Mau quy mô 194 ha tại Thành phố Cà Mau. Hợp tác giữa hai công ty lớn này kỳ vọng sẽ tạo đột phá cho thị trường bất động sản Cà Mau trong năm 2021, đồng thời tiếp tục cho thấy sức hút mới với thị trường bất động sản Đất Mũi cũng như miền Tây nói chung.

Thực tế, thị trường TP.HCM giảm nhiệt, đi cùng chi phí phát triển ngày càng lớn khiến cho dòng vốn đầu tư nỗ lực tìm kiếm các vùng kinh tế mới. Đặc biệt, không chỉ có địa phương nổi danh như Đồng Nai, Bình Dương hay Long An, thị trường bất động sản đồng bằng sông Cửu Long có dấu hiệu tăng tốc theo cùng lộ trình triển khai nhiều đề án hạ tầng giao thông và sự đổ bộ của các dự án FDI lớn.

Thủ tướng đã đồng ý tăng thêm cho khu vực đồng bằng sông Cửu Long

2 tỉ USD

trong giai đoạn tới, đặc biệt là tập trung làm toàn bộ đường ven biển cho các tỉnh trong vùng.

Trong mắt của giới đầu tư, điều kiện thị trường còn sở khai lại là cơ hội để gia nhập thị trường. Hiện tại, với mức sống ngày càng cải thiện, người dân miền Tây có nhu cầu thụ hưởng nhiều sản phẩm có chất lượng, từ căn hộ, nhà phố, biệt thự hay trải nghiệm các trung tâm thương mại, shophouse, resort đẳng cấp. Chẳng hạn, chỉ tính riêng Cần Thơ đã đón lượng khách du lịch lên tới gần 9 triệu lượt/năm. Hay ngành du lịch Cà Mau mang về doanh thu gần 2.500 tỉ đồng vào năm 2019, với tốc độ tăng trưởng 16%/năm.

Đặc biệt loại hình khu đô thị tích hợp quy mô lớn hay khu đô thị sinh thái cũng có điều kiện thuận lợi để phát triển tại miền Tây đó khẳng hiểm.

Theo giới chuyên gia, đây được xem là mô hình tất yếu vì phù hợp với sự thay đổi hành vi sở hữu của người mua nhà. Thay vì tìm mua sản phẩm nhà đất tự do, các dự án riêng lẻ, quy mô nhỏ với tiện ích nội khu hạn chế, thiếu sự đồng bộ dịch vụ, người mua nhà và giới đầu tư ngày càng ưa chuộng tìm mua sản phẩm trong các khu đô thị quy mô lớn, được phát triển hệ thống tiện ích, dịch vụ bài bản, có thương hiệu và xây dựng chất lượng.

Xem nhiều

1. Sức hút "bất động sản miệt vườn"
2. Bàn lề giải áp lực chi phí mặt bằng
3. Lễ vinh danh Bất động sản tiêu biểu Việt Nam 2020
4. Hội nghị Bất động sản tiêu biểu Việt Nam 2020
5. Thứ hạng ngành xây dựng biến động "hậu Coteccons"?

Đất nền có sổ đỏ Vân Đồn

Hải Phát Land Mở >

Công Nghệ

28 12 Bảo Trung
Xiaomi cũng bỏ bộ sạc, Toyota ra nhà vệ sinh di động

25 12 Bảo Trung
California cho chạy xe tự hành thương mại, KFC ra máy tính để bàn

Phương Mỹ
Cổ phiếu Alibaba giảm mạnh sau báo cáo về cuộc điều tra chống độc quyền của Trung Quốc

KINH DOANH

18 **CHUYỂN ĐỘNG MỚI TRÊN THỊ TRƯỜNG PROPTECH**
Một số doanh nghiệp bất động sản đang tăng tốc chuyển đổi số.

20 **HOMESTAY XƯA RỒI, GIỜ LÀ THỜI CỦA HOMESTEAD**
Lối sống tự cung tự cấp ở nông trại bỗng trở thành trải nghiệm hấp dẫn và có thể đưa vào kinh doanh.

Việt Nam đang là thị trường đứng đầu Đông Nam Á của ngành công nghiệp gỗ cứng xuất sang Mỹ, với tỉ t[illegible] ký năm ngoái.

1,9 tỉ USD

68% Dù đã tì[illegible] quận sau thuế thuộc về cổ đông công ty mẹ đạt 353 tỉ đồng. Nguyên nhân chính là chi phí giá vốn tăng do ảnh hưởng từ giá nhiên liệu tăng cao.

TIN VẮN

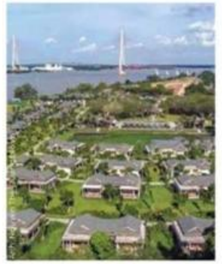
12 NHỊP CẦU ĐẦU TƯ | Thứ 2 21.12.2020

ĐIỂM SÁNG MỚI CỦA THỊ TRƯỜNG BẤT ĐỘNG SẢN MIỀN TÂY VỚI NGUỒN CUNG ĐA DẠNG, ĐƯỢC ĐẦU TƯ BÀI BẢN.

Thị trường TP.HCM giảm nhiệt, đi cùng chi phí phát triển ngày càng lớn khiến cho dòng vốn đầu tư nỗ lực tìm kiếm các vùng kinh tế mới. Đặc biệt, không chỉ có địa phương nổi danh như Đồng Nai, Bình Dương hay Long An, thị trường bất động sản đồng bằng sông Cửu Long có dấu hiệu tăng tốc theo cùng lộ trình triển khai nhiều đề án hạ tầng giao thông và sự đổ bộ của các dự án FDI khủng.

Trong ánh mắt của giới đầu tư, điều kiện thị trường còn hoang sơ lại là cơ hội để gia nhập thị trường. Hiện tại với mức sống ngày càng cải thiện, người dân miền Tây có nhu cầu thụ hưởng nhiều sản phẩm có chất lượng, từ căn hộ, nhà phố, biệt thự hay trải nghiệm các trung tâm thương mại, shophouse, resort đẳng cấp. Chỉ tính riêng Cần Thơ đã đón lượng khách du lịch lên tới gần 9 triệu lượt/năm.

Đặc biệt loại hình khu đô thị tích hợp quy mô lớn hay khu đô thị sinh thái cũng có điều kiện thuận lợi để phát triển ở đây do khan hiếm. Theo giới chuyên gia, đây được xem là mô hình tất yếu vì phù hợp với sự thay đổi hành vi sở hữu của người mua nhà.



Thay vì tìm mua sản phẩm nhà đất tự do, các dự án riêng lẻ, quy mô nhỏ với tiện ích nội khu hạn chế, thiếu sự đồng bộ dịch vụ, người mua nhà và giới đầu tư ngày càng ưa chuộng tìm mua sản phẩm trong các khu đô thị quy mô lớn, được phát triển hệ thống tiện ích, dịch vụ bài bản, có thương hiệu và xây dựng chất lượng.

Con số

Thủ tướng đã đồng ý tăng thêm cho khu vực đồng bằng sông Cửu Long 2 tỉ USD trong giai đoạn tới đặc biệt là tập trung làm toàn bộ đường ven biển cho các tỉnh trong vùng.

Đòn bẩy cho thị trường bất động sản miền Tây còn đến từ động thái nâng cấp mạnh mẽ về hạ tầng giao thông của chính phủ. Đơn cử cao tốc Trung Lương - Cần Thơ đang rộn rã triển khai, trong đó đoạn Trung Lương - Mỹ Thuận sẽ thông xe trước Tết Nguyên đán 2021, còn cầu Mỹ Thuận 2 dự kiến sẽ khởi công vào đầu tháng 2 năm sau. Hay như tuyến cao tốc Cần Thơ - Cà Mau đã được phê duyệt triển khai giai đoạn năm 2021-2025. Với chiều dài 130 km và tổng vốn đầu tư dự kiến 46.000 tỉ đồng. Khi tuyến cao tốc này hoàn thành sẽ kết nối cả đồng bằng sông Cửu Long với TP.HCM và các tỉnh Đông Nam Bộ, tạo sự thông thương gắn kết liên vùng.

Đặc biệt, Thủ tướng đã đồng ý tăng thêm cho khu vực đồng bằng sông Cửu Long 2 tỉ USD trong giai đoạn tới đặc biệt là tập trung làm toàn bộ đường ven biển cho các tỉnh trong vùng. Mỗi địa phương sẽ được hỗ trợ một dự án động lực quan trọng nhất của tỉnh có tính liên vùng để phát triển trong thời gian tới. Hiện Cà Mau đã đề xuất triển khai đoạn cao tốc Cà Mau - Bạc Liêu dài 46 km tổng vốn đầu tư dự kiến hơn 11.000 tỉ đồng.

Ảnh: Quảng Trị/vnexpress.net

SỨC HÚT CỦA MIỆT VƯỜN

Mặt bằng giá thuận lợi còn là cơ hội để chủ đầu tư gia nhập, đón đầu thị trường. Đơn cử như ngay tại thành phố trực thuộc trung ương Cần Thơ, mức giá đất nhiều khu vực gần trung tâm chỉ tầm 20-30 triệu đồng/m², thấp hơn nhiều lần so với các TP.HCM.

Dưới góc nhìn của các chủ đầu tư, nhu cầu sinh sống và học tập của khối các doanh nghiệp nước ngoài đang gia tăng tại khu vực này còn là cơ hội kinh doanh rõ ràng. Theo các chuyên gia của Savills Việt Nam, phân khúc bất động sản công nghiệp đang chứng kiến xu hướng quan tâm của nhiều đơn vị đầu tư nước ngoài đang dần dịch chuyển tới các tỉnh, thành phố không phải là các địa phương có bề dày về phát triển các khu công nghiệp như Tây Ninh, Vĩnh Long. Song song với đó, mô hình Trung Quốc +1 có thể ngày càng được các nhà sản xuất theo đuổi, dẫn đến nhu cầu lớn hơn đối với thị trường bất động sản công nghiệp Việt Nam.

Trong năm nay, Bạc Liêu đã cấp giấy chứng nhận đăng ký đầu tư cho Dự án Nhà máy Điện khí tự nhiên hóa lỏng (LNG) Bạc Liêu cho Công ty Delta Offshore Energy Pte. Ltd. Với quy mô công suất 3.200 MW, tổng vốn đầu tư đăng ký 4 tỉ USD, đây là dự án có quy mô lớn nhất vùng đồng bằng sông Cửu Long. Hay như Cà Mau đã quy hoạch các dự án trọng điểm khác như Quy hoạch Khu kinh tế Năm Căn, đầu tư cảng biển quốc tế Hòn Khoai (5 tỉ USD). Tốc độ phát triển kinh tế nhiều năm qua của cực Nam Tổ quốc này luôn lớn 7%, giúp Cà Mau vươn lên trở thành điểm sáng trên bản đồ kinh tế quốc gia.

Danh sách các dự án bất động sản đáng chú ý đổ vào miền Tây có thể kể đến như dự án khu đô thị biển tại Rạch Giá của Tập đoàn CEO Group. Tập đoàn Cát Tường đặt chân tới Hậu Giang với Khu Đô thị Cát Tường Western Pearl. Còn Cần Thơ đã có dấu ấn của Novaland, Nam Long, Vingroup, KITA Group. Tất nhiên, không thể loại trừ làn sóng bùng nổ các dự án ở miền Tây bao gồm sự tham gia của các thương hiệu kém năng lực triển khai. Một số doanh nghiệp đầu tư với mục đích giữ đất là chủ yếu, khiến tiến độ dự án kéo dài, làm giảm diện mạo phát triển của các địa phương. Nhưng với thực trạng khan hiếm sản phẩm của TP.HCM tiếp tục kéo dài và khuynh hướng đầu tư vào đô thị vệ tinh đang trở thành làn sóng chủ đạo, 2021 có thể là năm đáng xem cho thị trường bất động sản miền Tây. NCĐT

Nam Minh

> **Đồng bằng sông Cửu Long chính là điểm sáng mới của bất động sản với tốc độ tăng trưởng kinh tế cao hơn tốc độ tăng trưởng bình quân của cả nước 1,3-1,5 lần và nguồn cung mới đa dạng, được đầu tư bài bản.**
>
> Giáo sư **Đặng Hùng Võ - nguyên Thứ trưởng Bộ Tài nguyên Môi trường**

Thứ 2 21.12.2020 | NHỊP CẦU ĐẦU TƯ 13

NỘI DUNG PR – CÁC BÀI VIẾT NỔI BẬT

CAFEF
www.cafef.vn

Sức hút bất động sản mới từ thị trường Cà Mau

31-12-2020 - 10:00 AM | Bất động sản

Chia sẻ 28 | Thích 39

Hạ tầng phát triển đồng bộ cùng tốc độ đô thị hóa nhanh chóng giúp Cà Mau vươn lên thành một trong những thị trường bất động sản sôi động nhất khu vực ĐBSCL, theo JLL Việt Nam.

Sức hút mới từ thị trường ĐBSCL

Kể từ khi thị trường bất động sản (BĐS) Việt Nam hình thành, bà Trang Bùi – Giám đốc Thị trường Công ty tư vấn và khảo sát BĐS toàn cầu Jones Lang Lasalle (JLL) VN - cho biết, các nhà đầu tư hầu như chỉ quan tâm đến các thị trường trọng điểm như TP HCM, Hà Nội, Đà Nẵng… mà chưa mặn mà với thị trường ĐBSCL. Nguyên nhân là do tốc độ phát triển kinh tế còn chậm và địa hình sông ngòi nhiều gây khó khăn cho hoạt động giao thương.

TIN MỚI

Bổ sung 2 khu công nghiệp hơn 396 ha vào quy hoạch phát triển của tỉnh Hưng Yên

Branded Residences – Điểm nhấn khác biệt của thị trường nghỉ dưỡng Hồ Tràm

Đâu là nhân tố đảm bảo gia tăng giá trị của căn hộ chung cư?

Nhưng gần đây, vai trò ĐBSCL ngày càng quan trọng trong nền kinh tế cả nước, đóng góp 20% với diện tích hơn 4 triệu ha và 20 triệu dân. Cơ sở hạ tầng khu vực liên tục được nâng cấp và động bộ. Nhiều tuyến cao tốc, quốc lộ và cầu xây dựng đã đẩy nhanh quá trình đô thị hóa, tạo xo hội thu hút đầu tư bất động sản. Trong đó, Cà Mau là thị trường bất động sản mới nổi, nhận được khá nhiều sự quan tâm đặc biệt của các chủ đầu tư, nhà đầu tư nhỏ lẻ và cả khách mua để ở.

"Hiện Cà Mau đang quy tụ nhiều công ty lớn trong lĩnh vực bất động sản. Các dự án khu vực trung tâm thành phố nhà đầu tư tranh thủ mua vào, sau khi liên tục thu về lợi nhuận. Và giá đất tại khu vực này vẫn liên tục xuất hiện những mặt bằng giá mới dựa trên thông tin quy hoạch hạ tầng và kinh tế khởi sắc từ gói đầu tư phát triển lĩnh vực Khí – Điện – Đạm, năng lượng sạch", bà Trang Bùi chia sẻ.

VNEXPRESS
TIN NHANH VIETNAM

Kinh doanh > Bất động sản

Thứ sáu, 1/1/2021, 08:00 (GMT+7)

'Cà Mau giàu tiềm năng thành điểm sáng bất động sản miền Tây'

Theo bà Trang Bùi - Giám đốc thị trường của JLL Việt Nam, hạ tầng phát triển, tốc độ đô thị hóa nhanh giúp Cà Mau lọt top thị trường hấp dẫn tại miền Tây.

- Nhiều doanh nghiệp lớn đang chuyển hướng đầu tư dự án tại miền Tây. Theo bà, vì sao có sự chuyển dịch này?

- Thị trường bất động sản trung tâm như TP HCM ngày càng đối mặt với nhiều thách thức: khan hiếm quỹ đất sẵn có, cơ sở hạ tầng quá tải, suy thoái môi trường... Việc tiếp cận quỹ đất mới vẫn là một trở ngại lớn đối với hầu hết các nhà đầu tư. Thời gian qua, do Chính phủ kiểm soát chặt chẽ việc cấp quyền sử dụng đất và giấy phép xây dựng, nguồn cung bất động sản thời gian qua có nhiều biến động, dù nhu cầu của các phân khúc vẫn tiếp tục tăng.

Những hạn chế trên đã thúc đẩy xu hướng các dự án dịch chuyển ra xa trung tâm thành phố, nơi có quỹ đất lớn cung cấp môi trường sống xanh và rộng rãi. Đặc biệt, các tỉnh khu vực Đông Nam Bộ và Đồng bằng Sông Cửu Long đang ngày càng nhận được sự quan tâm đặc biệt của chủ đầu tư lẫn nhà đầu tư nhỏ lẻ.

Bà Trang Bùi - Giám đốc Thị trường Công ty tư vấn và khảo sát bất động sản toàn cầu Jones Lang Lasalle (JLL) Việt Nam

THANH NIÊN

TÀI CHÍNH - KINH DOANH

Thị trường BĐS 'mới nổi' ở miền Tây có gì hấp dẫn ?

Thông tin dịch vụ

Những thay đổi từ chính sách vĩ mô đang tạo ra những chuyển biến tích cực trong hoạt động đầu tư, phát triển vùng Tây Nam bộ.

Thị trường bất động sản (BĐS) khu vực này đang thu hút sự quan tâm lớn từ các nhà đầu tư, đặc biệt là phân khúc đất nền đã có sổ đỏ tại các khu đô thị có tiện ích hoàn chỉnh tại TP.Cà Mau.

Ông Nguyễn Quốc Bảo - Chủ tịch CLB Bất động sản Việt Nam (giữa) và ông Đỗ Thiên Anh Tuấn - Chuyên gia kinh tế, giảng viên Trường ĐH Fulbright (phải) trong cuộc trò chuyện với FBNC

Thị trường BĐS dịch chuyển về Tây Nam bộ

Thị trường BĐS ở TP.HCM hay Hà Nội ngày càng khan hiếm quỹ đất và giá trị tăng quá nhanh. Đồng thời việc giải tỏa các nhóm dân cư nhỏ lẻ vẫn là trở ngại lớn đối với hầu hết nhà đầu tư.

Điều này đã thúc đẩy xu hướng đầu tư ra xa trung tâm, tìm kiếm những nơi có quỹ đất lớn hơn, và biên độ phát triển rộng. Đơn cử như Cà Mau đang có nhiều lợi thế về nông lâm thủy sản, giá đất còn rẻ và các chính sách thúc đẩy phát triển hạ tầng kinh tế của Chính phủ. Theo đó, đây là lý do khiến thị trường BĐS Tây Nam bộ được chú ý cao trong vài năm trở lại đây.

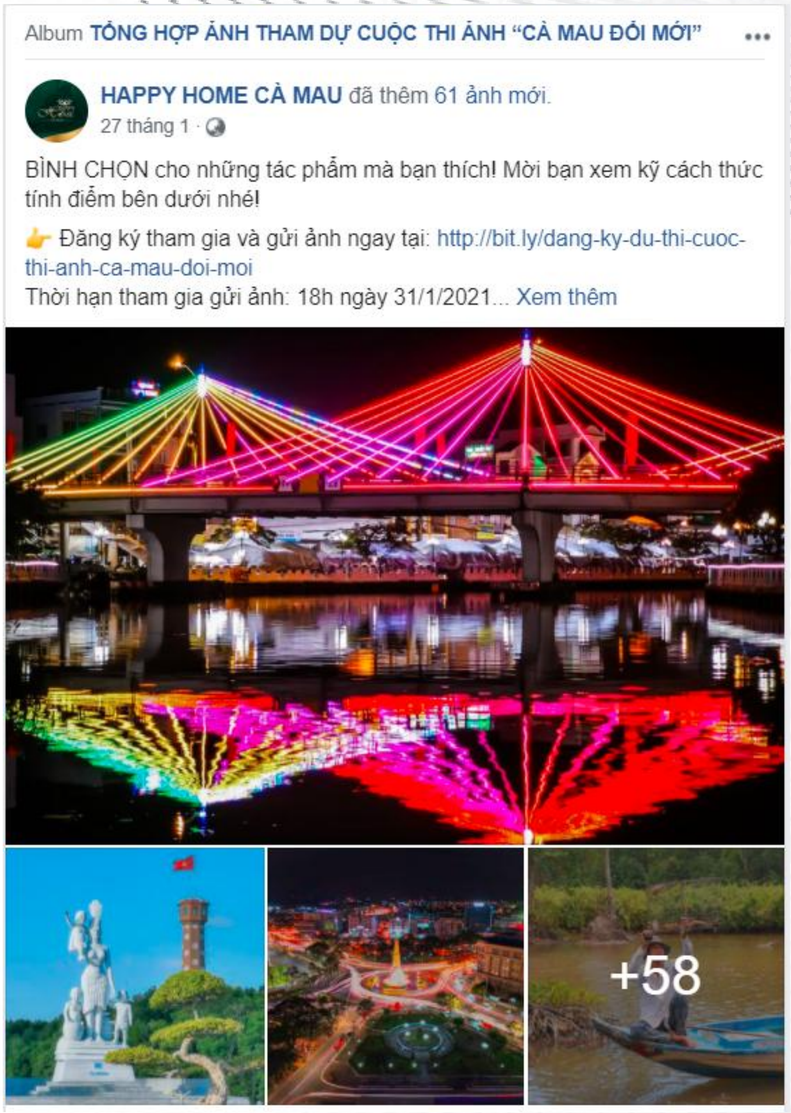
15 TRANG BÁO HÀNG ĐẦU

60 KẾT QUẢ (TRANG BÁO & TIN TỨC)

CUỘC THI ẢNH (ONLINE & OFFLINE)

Cuộc thi ảnh CÀ MAU ĐỔI MỚI

Tổ chức chuyến đi Cà Mau miễn phí cho người tham gia cuộc thi ảnh



Hơn 400 bức ảnh gửi về, cung cấp nguồn tư liệu khổng lồ cho tỉnh Cà Mau

SỰ KIỆN BÁN HÀNG & TRUYỀN THÔNG HỖ TRỢ BÁN HÀNG

Quản lý các đơn vị truyền thông (báo, đài) và KOL, ghi hình (làm tin truyền hình), phát triển các hoạt động truyền thông

Sự kiện mở bán đầu tiên cho dự án Hưng Gia với sự tham gia của 500 khách hàng của PVCOMBANK, CIT và DX Group

SERIES VIDEO VỀ “CÀ MAU ĐỔI MỚI”

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 ĐẦU 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 ĐẲNG...

902K views • 8 months ago

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

585K views • 9 months ago

Series video về diện mạo hoàn toàn mới của Cà Mau,
cung cấp thông tin và cái nhìn tổng thể về vùng đất Cà Mau và tiềm năng dự án Happy Home Cà Mau

GOTRUST

YOUR TRUST ON THE GO

4 KẾ HOẠCH BRANDING & TRUYỀN THÔNG

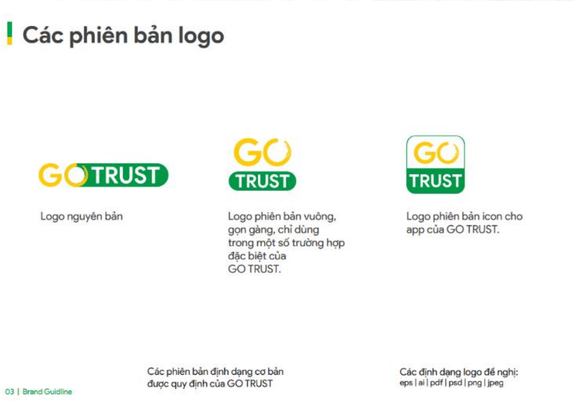
LOGO & NHẬN DIỆN THƯƠNG HIỆU

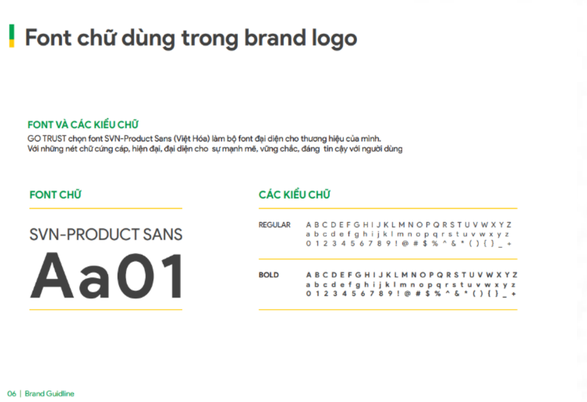
Thương hiệu: GoTRUST (thuộc HD Insurance) là công ty công nghệ hoạt động theo Business Platform, tập trung vào lĩnh vực Y tế, Bảo hiểm kỹ thuật số và Dịch vụ tiện ích.

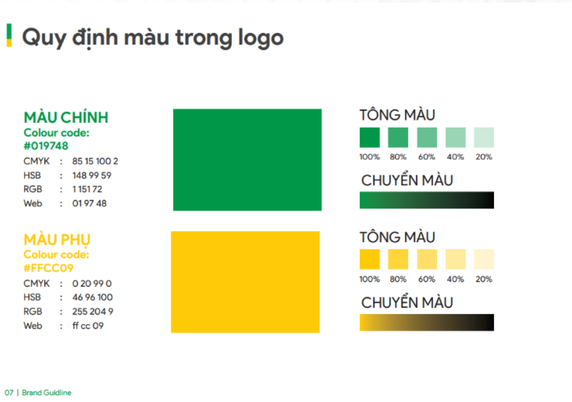
Yêu cầu: Thiết kế logo và bộ nhận diện thương hiệu thể hiện định vị thương hiệu thông qua slogan: Your Trust on the Go

Ý tưởng: Chữ GO màu vàng và dải xanh chứa chữ TRUST được kết nối với nhau thông qua chữ O được cách điệu thành một vòng tròn chuyển động. Chữ O cách điệu tượng trưng cho chu kỳ vòng đời và sự phát triển không ngừng tạo nên khối TRUST – lời cam kết của thương hiệu trong việc tạo dựng niềm tin cho khách hàng.

GUIDELINE CHO LOGO
& BỘ NHẬN DIỆN THƯƠNG HIỆU







Phiên bản đầy đủ: Link

ÁP DỤNG CONCEPT VÀ THIẾT KẾ VÀO ASSET & HOẠT ĐỘNG TRUYỀN THÔNG

5 SAMSUNG RA MẮT TV THE TERRACE

Chiến lược PR, Nội dung PR , Quan hệ với Báo chí, Tổ chức Media Workshop

BỐI CẢNH

Khi The Terrace – TV QLED 4K ngoài trời đầu tiên trên thế giới – ra mắt tại Việt Nam, Samsung muốn tổ chức một sự kiện đặc biệt cho giới báo chí – truyền thông trong nước nhằm giới thiệu sản phẩm và mang đến cơ hội trải nghiệm các tính năng vượt trội của sản phẩm một cách ấn tượng.

THỰC THI

Tổ chức Media Workshop tại showroom Samsung 68, mời các phóng viên của các trang báo top đầu và các trang tin chuyên về công nghệ đến trải nghiệm các tính năng vượt trội của The Terrace, với sự dẫn dắt của các kỹ thuật viên Samsung. Khả năng chống nước của The Terrace đã được kiểm chứng bằng "thí nghiệm" tạt nước lên màn hình và loa soundbar của TV The Terrace.

MEDIA WORKSHOP TẠI SHOWROOM SAMSUNG 68

22 TRANG BÁO TOP ĐẦU

25 TIN BÁO (PITCHING)

100% PHẢN HỒI TÍCH CỰC

TIN BÀI NỔI BẬT

Zing news

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

TUẤN 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.

HD VIETNAM www.hdvietnam.com

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.

TIN BÀI NỔI BẬT

TechSign.in
Simplify Knowledge

Samsung Vina hôm nay đã tổ chức buổi workshop giới thiệu TV QLED 4K và dòng loa thanh 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

(ĐTTD) 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).

TIN BÀI NỔI BẬT

THẾGIỚISỐ

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.

VIỆT NAM nghenhìn

Samsung The Terrace – TV QLED ngoài trời đầu tiên trên thế giới ra mắt tthị 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 chìa 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."

TECHTIMES

ĐỜI SỐNG SỐ

Trải nghiệm The Terrace TV kháng bụi, nước tại Samsung 68

tác giả **GIA NGUYỄN** *cập nhật lúc* 16/10/2020 0 BÌNH LUẬN

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 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

THP GROUP

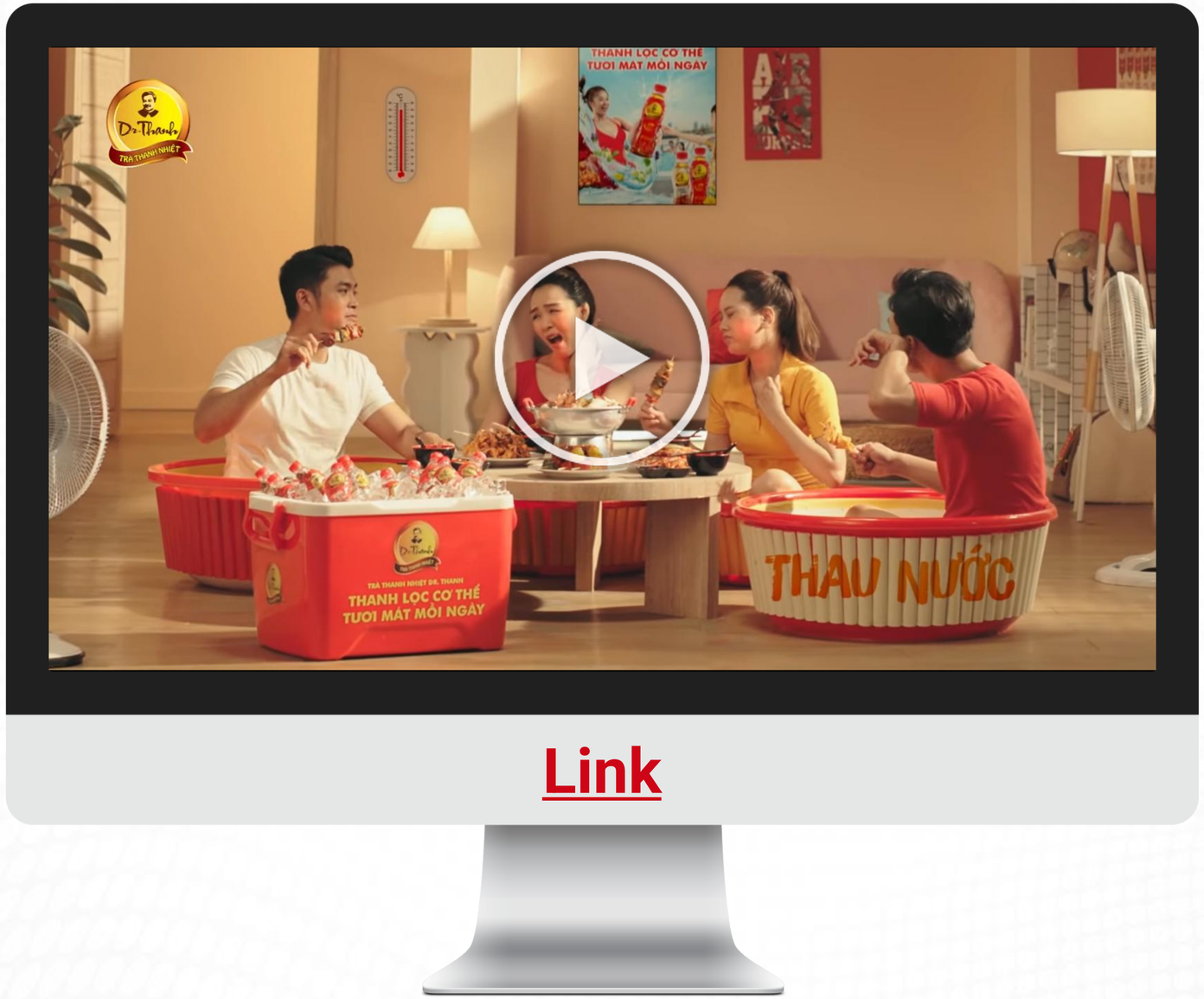
6 DR THANH IMC 2022

Concept sáng tạo, Ý tưởng sáng tạo,
Kịch bản và storyboard, Stillomatic,
Sản xuất TVC, Sản xuất show,
Nền tảng trò chơi

STORYBOARD – TVC PHIÊN BẢN 30S

Thể hiện lợi ích của **sản phẩm (Thanh lọc cơ thể, tươi mát mỗi ngày)** qua tình huống tưởng tượng hài hước: Sau khi uống Dr Thanh, **thau nước biến thành cầu trượt**, đưa các nhân vật vào công viên nước để tận hưởng sự tươi mát cùng Dr Thanh.

TVC THÀNH PHẨM



Link

Ý TƯỞNG CÁC CHIẾN DỊCH ACTIVATION

Với vai trò đối tác chiến lược của **Tập đoàn Tân Hiệp Phát**, chúng tôi liên tục phát triển các chiến dịch – chương trình giải trí như một cách tiếp cận mới cho hoạt động activation.

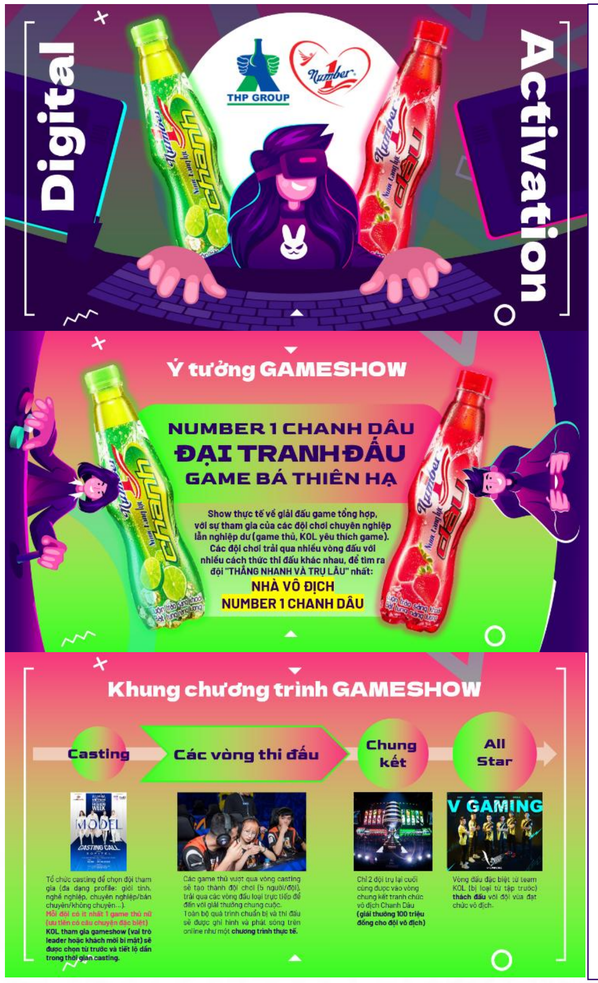
Dự kiến thực hiện trong năm sau

Sản phẩm: **TRÀ XANH KHÔNG ĐỘ**

Loại hình:
Show thực tế về âm nhạc

Ý tưởng: Kết hợp chữ cái Z (zero = số 0 trong tên sản phẩm "Không độ" với ý nghĩa "cool" = mát lạnh) với xu hướng **Camping** để tạo nên concept mới: **ZAMPING** – đi cắm trại với "tinh thần không độ": chỉ cần TXKD, chúng ta có thể chill mọi nơi, mọi lúc.

Thực thi: Một **show âm nhạc thực tế** gồm 6 tập với sự tham gia của ca sĩ, nhạc sĩ thuộc 3 phong cách khác nhau, ghi hình tại 3 địa điểm cắm trại nổi tiếng



Sản phẩm: **NUMBER 1 CHANH DÂU (Nước tăng lực hương trái cây)**

Loại hình: **Gameshow về game**

Ý tưởng: Show thực tế về giải đấu game, với sự tham gia của các đội thi đấu được lập thành bởi các tuyển thủ chuyên nghiệp lẫn nghiệp dư là các gương mặt có ảnh hưởng trong nhiều lĩnh vực khác nhau (social influencers). Các đội sẽ trải qua nhiều vòng đấu với những cách chơi khác biệt gắn với các lợi ích của sản phẩm (không có trong những cuộc đấu game thông thường) để tranh giải **VÔ ĐỊCH CHANH DÂU**

Thực hiện: Một **gameshow về game** cùng các **chiến dịch online** kết nối người chơi – người xem – thương hiệu, giúp tăng cả **hiệu quả truyền thông và doanh thu.**

7 Richy TẾT 2021

Concept sáng tạo, Sản xuất TVC, Chiến dịch truyền thông tích hợp (Branding, Mascot, nội dung PR, KOL, Nội dung số, Tăng tương tác, Quảng cáo online...)

THỔI HỒN HIỆN ĐẠI & TƯƠI TRẺ VÀO TẾT CỔ TRUYỀN

Điểm chung của Richy và Tết, chính là việc cả 2 đều là đại diện của những giá trị truyền thống. Tết 2021, **những giá trị truyền thống ấy đã trở nên hiện đại và tươi trẻ hơn khi kết hợp với RAP - yếu tố hot nhất trong thời điểm lúc bấy giờ.** Với mục tiêu "hiện đại hóa" Tết, chúng tôi hợp tác với rapper trẻ R-Tee cho ra mắt TVC trên nền nhạc rap, làm mới văn hóa truyền thống với bài **rap khấn Tết** hoàn toàn mới lạ. Mascot của thương hiệu Richy cũng được ra mắt với hình ảnh **thần Rich** đại diện cho giàu có và may mắn, được thể hiện với nhiều format mới (như bộ hình chibi, sticker, comic...), thu hút sự chú ý tệp khách hàng trẻ tuổi.

MASCOT THƯƠNG HIỆU – THẦN RICH

Thần Rich xuất hiện trong TVC,
tặng bao lì xì cho mọi người

Hình ảnh thần Rich (chibi) xuất hiện xuyên suốt
trong các nội dung về Tết trên các trang mạng xã hội
(Bộ sticker thần Rich chúc Tết, Comic Đón Tết cùng thần Rich)

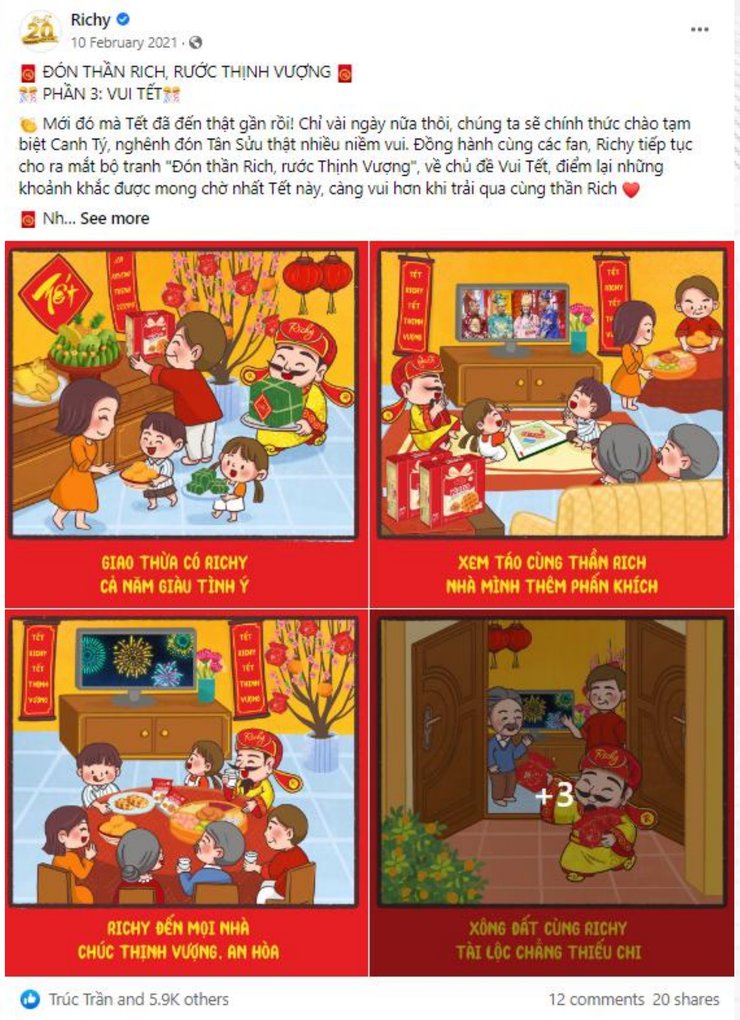
SHOOTING BOARD – TVC PHIÊN BẢN 15S

(dựa trên lời bài hát rap trong TVC)

TVC PHIÊN BẢN 15S

Link TVC

NỘI DUNG MẠNG XÃ HỘI (Richy Fanpage)



Gắn liền với hình ảnh thần Rich, được thể hiện với nhiều hình thức mới, trẻ trung, được người xem đánh giá cao, yêu thích và chia sẻ liênt ục trong dịp Tết.

HOẠT ĐỘNG TƯƠNG TÁC MẠNG XÃ HỘI

Nhiều minigame được tổ chức xuyên suốt dịp Tết để người chơi tham gia và nhận quà Tết từ thương hiệu Richy

KOL LAN TOẢ

RTee đưa văn hóa tâm linh vào rap trong 'Khấn tết' sau hit 'Rằm tháng 7'

Thiên Anh

Like 0 Share 10:54 - 05/02/2021 - 0 THANH NIÊN ONLINE

Lấy cảm hứng từ phong tục trong truyền thống thờ cúng của người Việt khi xuân về, RTee tái hiện hình ảnh nhiều gia đình cầu mong những điều phúc lành trong năm mới qua bản rap *Khấn tết*.

Năm 2020, RTee gây ấn tượng tại chương trình 'Rap Việt', rapper trẻ để lại dấu ấn qua các ca khúc 'Đứng về trẻ', 'Rằ
ẢNH: NSCC

R.Tee và Richy khuyến khích người trẻ sáng tạo Tết qua MV "rap khấn" độc đáo

QUANG VŨ, 19:30 27/01/2021

Like 0 Share Save to Facebook

Thông qua MV "Khấn Tết để con lo" với màn rap khấn vừa quen vừa lạ của rapper R.Tee, Richy đã mang đến không khí Tết 2021 thật khác.

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

Tết cổ truyền được ví là "nàng thơ" mà các nhãn hàng luôn muốn chinh phục mỗi độ cuối năm. Dù với hình thức thể hiện nào thì mục tiêu cuối cùng chính là mang đến góc nhìn mới lạ, truyền tải thông điệp ý nghĩa và chạm đến cảm xúc người xem. Đi qua năm 2020 với nhiều biến động, xuân này lại càng thêm đặc biệt khi mọi người cùng nhau rũ bỏ những chuyện không vui của một năm đã qua, nạp lại năng lượng và cùng nhau cầu chúc một năm mới với nhiều bình an và thuận lợi. Vì thế, thương hiệu bánh kẹo Richy đã bắt tay hợp tác cùng chàng rapper Rap Việt R.Tee tạo nên một không khí Tết thật khác: theo phong cách của người trẻ nhưng vẫn không tách rời giá trị văn hóa của Tết cổ truyền.

Nguyễn Thuý Hằng is feeling fantastic.
27 January 2021

CHỌN BÁNH GÌ NGON CHO TẾT NĂM NAY?

Tadaaa cả nhà ơi, nhà mình đã sắm Tết chưa nè. Hôm nay mình đi siêu thị mua được bao nhiêu thứ, thích nhất là mấy hộp bánh Richy mẫu mã sang trọng mà chất lượng thì cực ngon. Hộp bánh KARO Tết màu đỏ yêu ơi là yêu, bánh này các bạn nhỏ ăn liền cho các bữa sáng hay bữa xế cũng rất tiện mà làm quà tặng cho người thân cũng ổn lắm.

Còn hộp bánh MAJESTIC GOLD là hộp thiếc nhé. Mình làm quà tặng đối tác hay trưng giỏ quà cũng rất đẹp và lịch sự. Chưa kể còn có chiếc túi giấy rất tiện nè. Bánh này mình cũng thưởng thức rồi, bánh giòn, thơm dậy mùi bơ sữa, vừa ăn bánh vừa thưởng thức trà thì ngon phải biết ^^

Bánh KARO TẾT đang có bán tại siêu thị, cửa hàng hoặc các mẹ có thể săn ngay ưu đãi giảm 35% trên Shopee, số lượng có hạn thôi nha
https://shopee.vn/product/173513432/5676273915

Hãy lựa chọn những hộp bánh Richy thật ngon cho gia đình và người thân để ngày Tết luôn là những khoảnh khắc hạnh phúc ngọt ngào ❤️ và đừng quên chia sẻ nếu thấy hay bạn nhé.

Trúc Trần and 1.4K others 119 comments 43 shares

Trần Thị Kim Phúc
3 February 2021

TẾT NAY VUI HƠN CÙNG RICHY
Kế hoạch chuẩn bị cho Tết của nhà mình thế nào nè, P thì đã cb dần dần rồi đây, trước tiên là chọn bánh để biếu tặng ng thân, đồng nghiệp nè.

Phúc tin tưởng lựa chọn bánh KARO và Majestic Gold vì

Karo Là chiếc bánh quốc dân đang được yêu thích hết sức hiện nay, sản phẩm của Richy được VNA lựa chọn trên từng chuyến bay. Chắc chắn sẽ không phải dần đo về chất lượng nữa đâu:
+ Mềm thơm hương trứng, dai dai sợi gà, đậm đà ấn tượng, ăn không ngấy ngán như bất cứ loại bánh ngọt nào khác.
+ Bánh bên trong giòn, thơm dậy mùi bơ sữa. Cắn ăn giòn giòn, uống với trà mạn ngày tết thì thật là tuyệt vời.
+ Bánh tươi ăn liền - date không quá dài - sử dụng ngay - cho mùa Tết "tươi" mới, tươi tắn.
+ Tiện lợi, dinh dưỡng, chống đói khi đi du xuân lễ chùa, thăm thú bạn bè hay đi du lịch ngày Tết.
+ Đặc biệt về "ngoại hình": phiên bản đặc biệt chào Tết: với hộp đỏ xinh xắn, sang trọng, lịch sự, giờ không chỉ là món bánh mua về ăn liền mà còn sử dụng làm quà biếu ông bà, họ hàng người thân ở quê khi đi chơi Tết nữa nè

Còn bánh Majestic Gold thì khỏi chê vào đâu rồi,với chất liệu hộp thiếc vô cùng sang trọng, lịch sự, làm quà biếu tặng đối tác, đồng nghiệp, người thân dịp tết cũng rất phù hợp nè , sản phẩm còn kèm theo túi giấy xách rất tiện và lịch sự
+ Bánh bên trong thì giòn, thơm dậy mùi bơ sữa. Cắn ăn giòn giòn, uống với trà mạn ngày tết thì thật là tuyệt vời.
+ Bày ra bàn thết khách cũng rất lịch sự, ngon miệng và trang trọng.

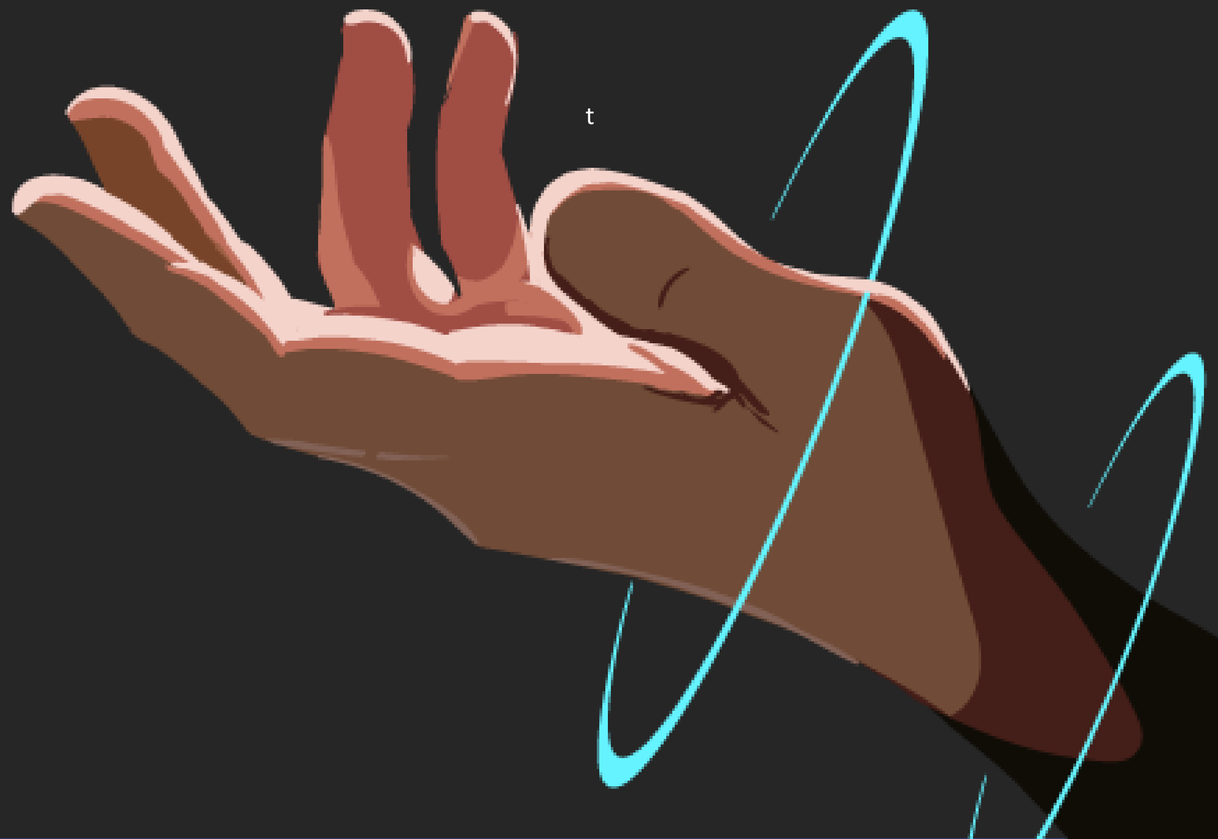
Mà phiên bản bánh Karo và cả Majestic này số lượng có hạn nên mọi người muốn mua thì đặt hàng ngay trên link shopee nhé https://shopee.vn/product/173513432/5676273915

Trúc Trần and 978 others 155 comments 19 shares

KOL chia sẻ TVC, lan tỏa thông điệp Tết Richy và quảng bá sản phẩm.
(Rapper R-Tee cùng các hot profile trên mạng xã hội liên tục chia sẻ thông tin thương hiệu và kêu gọi tham gia các hoạt động)

MV CÙNG LYRICS “KHẤN TẾT”

Link MV

ATOM NETWORK

XIN CẢM ƠN