

VIETNAM MOBILE MARKETING AND GAME **2019**

Thân gửi các quý đối tác!

Chào mừng đến với Báo cáo Mobile Marketing và Game năm 2019 bởi Appota. Đây là chuỗi báo cáo nhằm đem đến cho quý đối tác những thông tin mới nhất về thực trạng của thị trường quảng cáo và trò chơi trên thiết bị di động tại Việt Nam.

Với 8 năm kinh nghiệm trong phát hành ứng dụng và Mobile Game, chúng tôi vinh dự cung cấp đến cho quý vị những thông tin cập nhật nhất và dự báo thị trường trong 2019 cũng như sau đó.

Việt Nam với hơn 97 triệu dân, cùng sự phát triển của điện thoại thông minh, và hạ tầng viễn thông internet, đang tiến nhanh trên con đường trở thành một quốc gia số. Hơn 51 triệu người đang sử dụng thiết bị di động để truy cập mạng xã hội, giải trí, chơi điện tử mỗi ngày. Bởi vậy, điện thoại thông minh là điểm chạm không thể thiếu để các thương hiệu bước vào thị trường Việt Nam.

Bên cạnh đó, game mobile chiếm một phần lớn thời gian sử dụng thiết bị của người tiêu dùng, với gần 33 triệu người chơi ở mọi lứa tuổi, nam hay nữ, bất kể công việc nào, họ đều chơi game trên điện thoại. Số người chơi được ước tính sẽ lên tới 40 triệu người vào năm 2020.

Từ việc thấu hiểu hành vi sử dụng thiết bị di động của người tiêu dùng, chúng tôi tin rằng các thương hiệu sẽ thành công hơn với Mobile Marketing, giao tiếp hiệu quả hơn với người tiêu dùng.

Cảm ơn sự quan tâm của quý đối tác tới thị trường Việt Nam và báo cáo của chúng tôi. Chúng tôi mong tiếp tục nhận được sự ủng hộ của quý vị.

***Trân trọng,
Đội nghiên cứu thị trường, Appota***

MỤC LỤC

01

Thị trường Mobile Marketing

pg.1

02

Thị trường Mobile Game

pg.16

03

Người Tiêu dùng

pg.24

04

Thông tin Kỹ thuật

pg.31

05

**Giới thiệu báo cáo:
Vietnam Fintech 2019**

pg.35





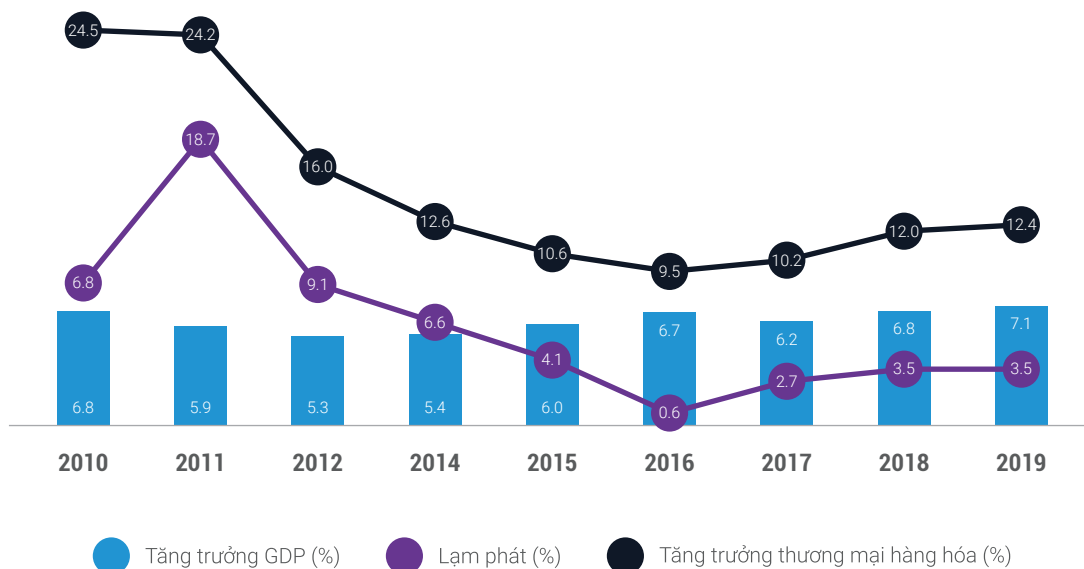




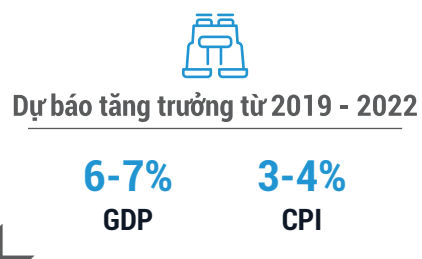
01

THỊ TRƯỜNG MÓBILE MARKETING

Sự phát triển ổn định của nền kinh tế xuyên suốt 2010 - 2018

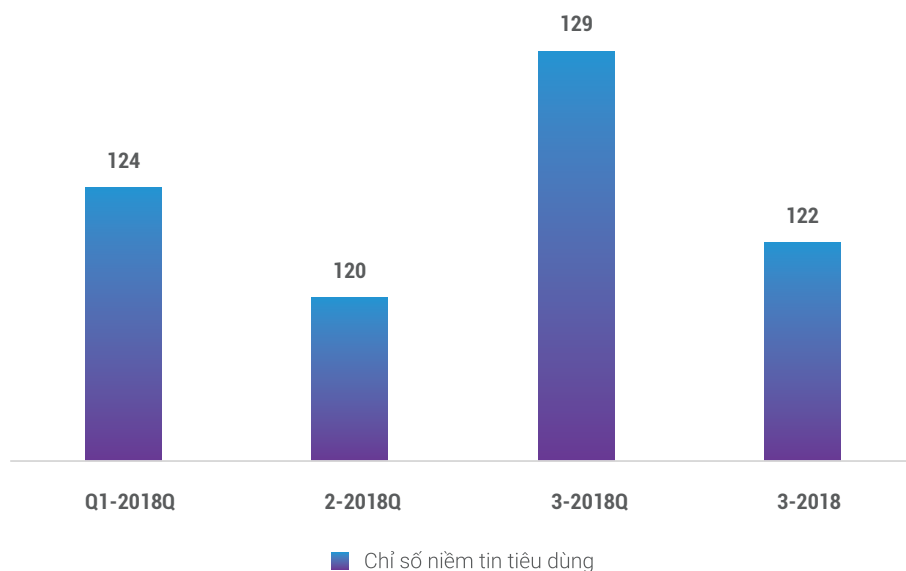


Năm 2018, Việt Nam đạt được tăng trưởng GDP cao nhất trong vòng một thập kỉ qua. Sự ổn định trong phát triển kinh tế là tiền đề cho các thương hiệu tiếp tục đầu tư vào thị trường.



Nguồn: GSO Vietnam, Kantar World Panel

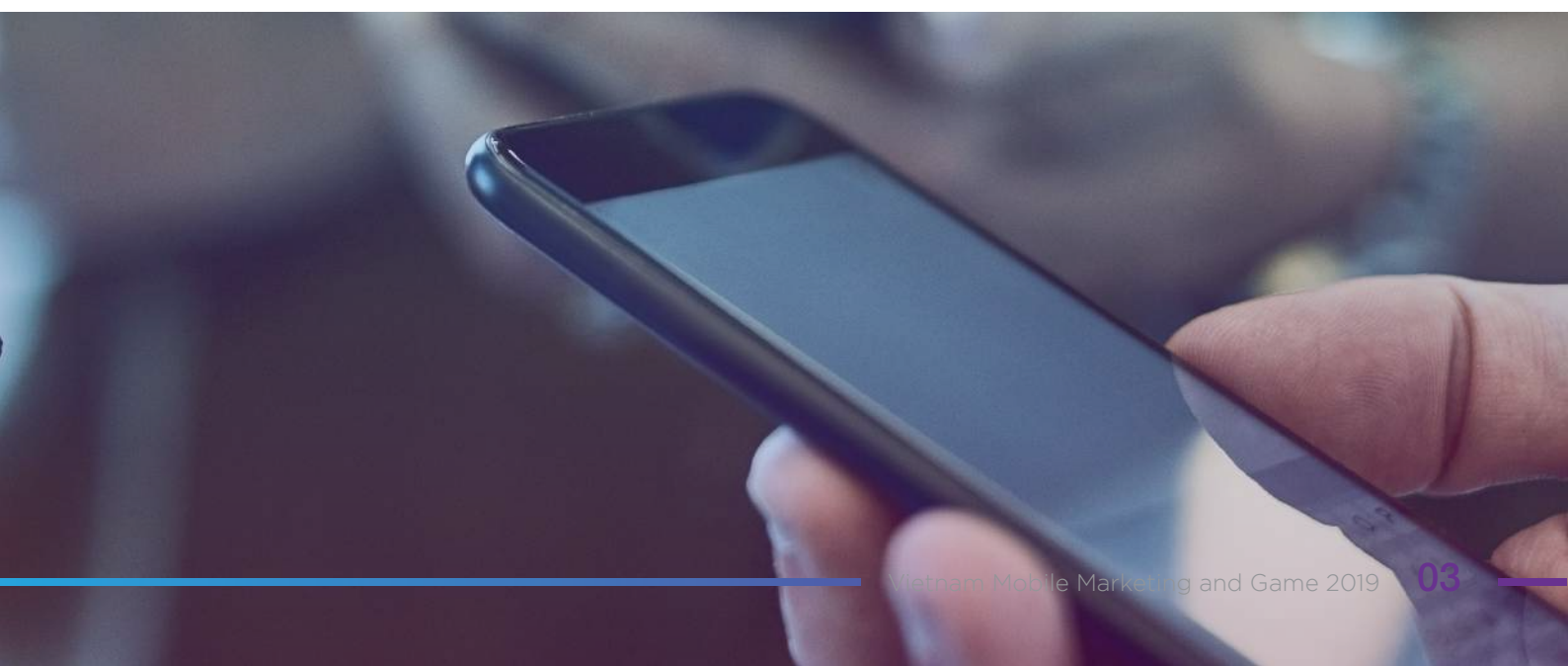
Người tiêu dùng đang chi tiêu nhiều hơn bao giờ hết



97Tr

*Dân số Việt Nam tháng 6 -2019
(ước tính)*

Chỉ số niềm tin tiêu dùng cao là do sự ổn định trong công việc và tài chính cá nhân của người dân Việt Nam. Những dấu hiệu tích cực của thị trường tiếp tục thu hút các thương hiệu chi tiền quảng cáo để thu hút người dùng Việt Nam.



Khả năng kết nối internet ngày càng được cải thiện



66%

Trên tổng dân số có kết nối internet trong năm 2018, tăng 9% so với 2017



53%

Dân số có kết nối internet qua thiết bị di động. Con số này nhảy vọt từ chỉ 42 triệu vào năm 2017 lên tới 51 triệu trong 2018.



6H42M

Thời gian online trung bình một ngày của người Việt (tổng trên mọi thiết bị)

Nguồn: We Are Social, Appota

Tận hưởng kết nối internet tốc độ với chi phí thấp, người tiêu dùng Việt Nam yêu thích những nội dung giải trí trên mạng.

 **27.2 Mbs**

Tốc độ trung bình internet có dây

 **21.6 Mbs**

Tốc độ trung bình internet di động

 **2h31m**

Trung bình thời gian xem stream và video của người Việt trên tất cả thiết bị

 **1h11m**

Trung bình thời gian nghe nhạc online của người Việt trên tất cả thiết bị

Nội dung số đã trở thành một phần không thể thiếu trong đời sống giải trí hàng ngày của người Việt. Đặc biệt với sự phát triển của công nghệ live stream, với hàng triệu người xem trên các nền tảng stream như Facebook, YouTube, NimoTV, vv.

Không chỉ xem video và nghe nhạc, nhờ khả năng kết nối internet tốt, người tiêu dùng liên tục trải nghiệm các ứng dụng và trò chơi trên thiết bị di động. Đưa Việt Nam lên top 10 những quốc gia có lượng tải ứng dụng/trò chơi lớn nhất thế giới.

Thứ hạng	Quốc gia	Thay đổi thứ hạng với 2017
1	China	-
2	United States	-
3	Japan	-
4	United Kingdom	-
5	Russia	-
6	France	-
7	Germany	-
8	Brazil	▲ 1
9	Canada	▼ -1
10	Vietnam	▲ 1

Top 10 thị trường ứng dụng/trò chơi trên iOS tính theo lượt tải tính đến tháng 2 2019

Thứ hạng	Quốc gia	Thay đổi thứ hạng với 2017
1	India	-
2	Brazil	-
3	United States	-
4	Indonesia	-
5	Russia	-
6	Mexico	-
7	Turkey	-
8	Vietnam	-
9	Thailand	▲ 1
10	South Korea	▼ -1

Top 10 thị trường ứng dụng/trò chơi trên Android tính theo lượt tải tính đến tháng 2 2019

Nguồn: AppAnnie





Top ứng dụng và game tại Việt Nam tính theo số người dùng tích cực hàng tháng, chủ yếu là ứng dụng mạng xã hội và trò chơi esports.

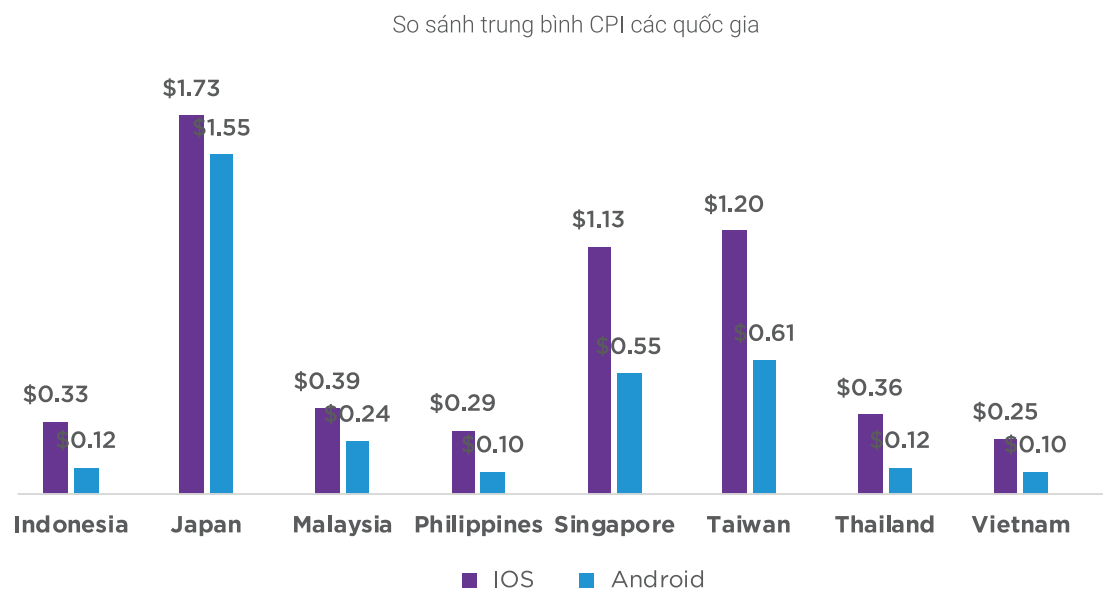
Thứ hạng	Ứng dụng	Thứ hạng	Trò chơi
1	 Facebook	1	 Liên Quân Mobile
2	 Facebook Messenger	2	 Freefire
3	 Zalo	3	 Candy Crush Saga
4	 Zing Mp3	4	 My Talking Tom
5	 Viber	5	 Clash of Clans
6	 Grab	6	 Dream League Soccer 2016
7	 Instagram	7	 PUBG MOBILE
8	 NhacCuaTui	8	 Minecraft Pocket Edition
9	 abPhoto	9	 Zombie Tsunami
10	 Skype	10	 Tien Len - Tiến Lên - ZingPlay game bai online

Top ứng dụng năm 2018: Tại Việt Nam, tổng hợp MAU cả iOS và Android

Top trò chơi năm 2018: Tại Việt Nam, tổng hợp MAU cả iOS và Android

Nguồn: AppAnnie

Nhờ việc luôn sẵn sàng trải nghiệm ứng dụng/trò chơi mới, Việt Nam là một trong những quốc gia có chi phí quảng cáo trên lượt cài đặt (CPI) thấp nhất.



\$0.25

CPI trung bình cho ứng dụng iOS

\$0.10

CPI trung bình cho ứng dụng Android

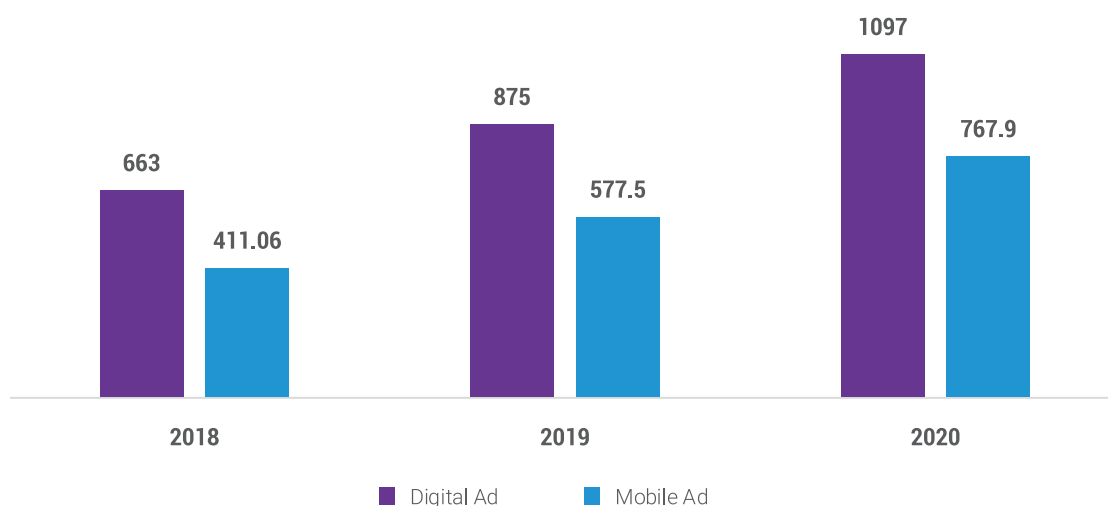
Số lượt tải thuộc top 10 thế giới, với CPI thấp cho thấy việc đầu tư quảng cáo ứng dụng/trò chơi thiết bị di động tại Việt Nam đem lại hiệu quả cao hơn so với các quốc gia khác.

**In a Cost Per Install campaign, publishers place digital ads across a range of media in an effort to drive installation of the advertised application. The brand is charged a fixed or bid rate only when the application is installed.*

Nguồn: Chartboost

Chi tiêu cho quảng cáo trên di động tăng mạnh, và sẽ chiếm trên 70% tổng chi tiêu cho quảng cáo số trong những năm tới.

Chi tiêu cho quảng cáo số và quảng cáo trên thiết bị di động tại Việt Nam 2018 - 2020
(tính bằng triệu USD)



62%

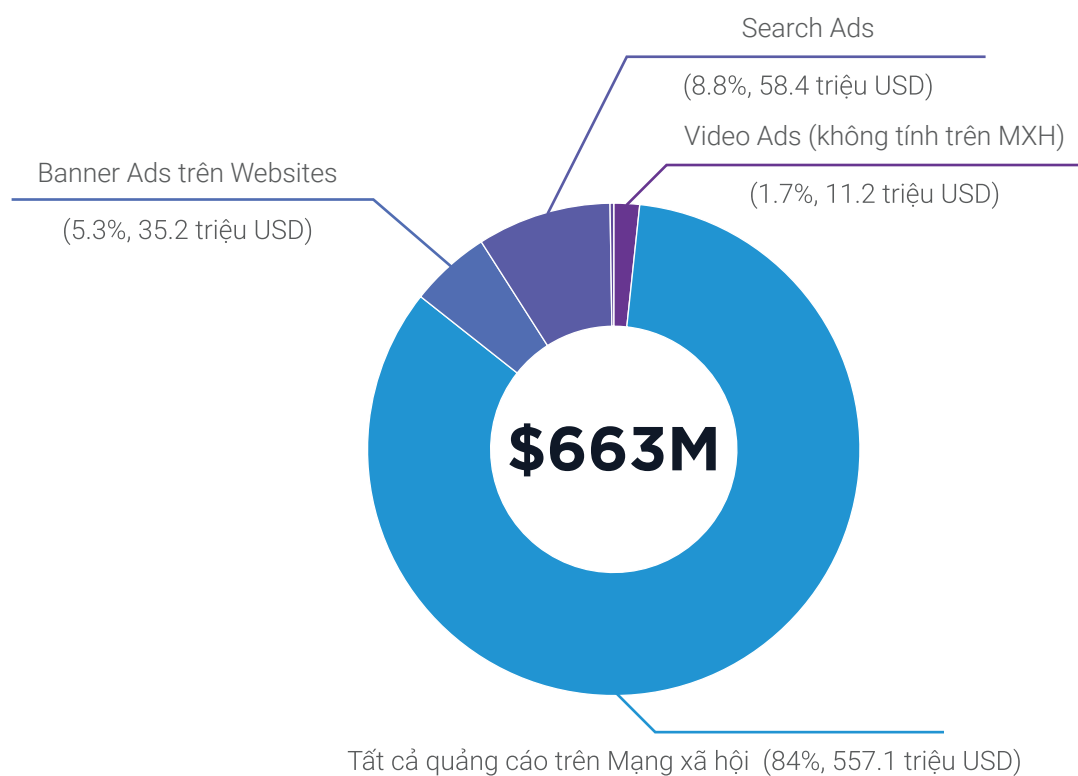
Tổng chi trong 2018 cho quảng cáo số là
chi cho quảng cáo trên thiết bị di động

“...Việt Nam là một trong những thị trường phát triển mạnh nhất cho chi tiêu quảng cáo trên thiết bị di động, đóng góp tích cực vào mức tăng trưởng 45% tổng chi tiêu quảng cáo số của khu vực (Đông Nam Á) trong năm 2018...”

- Rohit Dadwal, APAC MD,
Mobile Marketing Association -

Nguồn: Statista, Exchange Wire

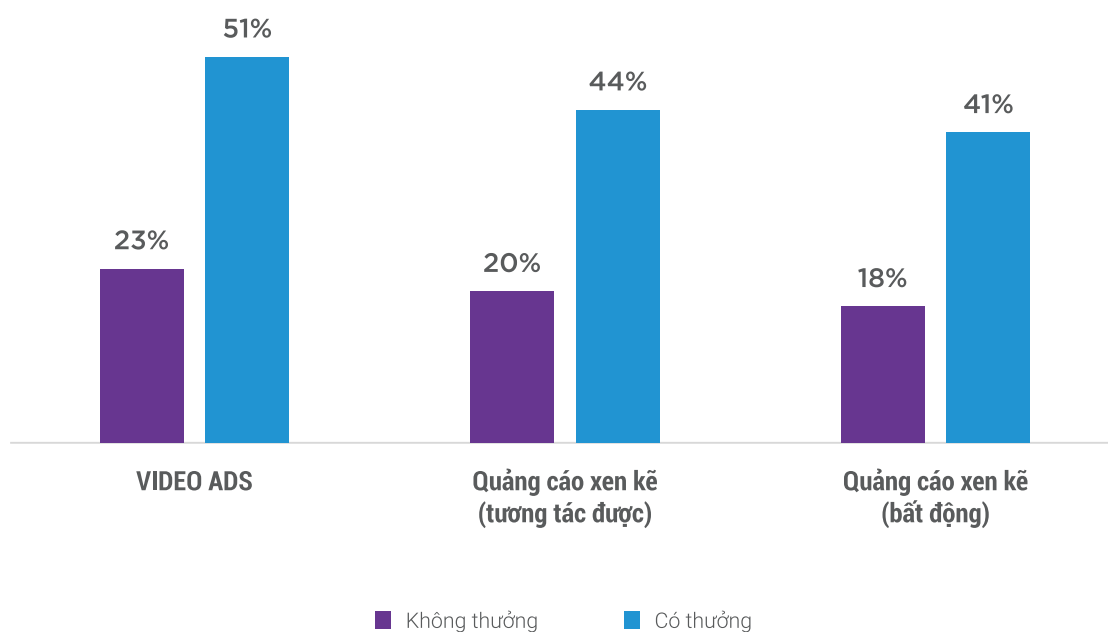
Thị phần các dạng quảng cáo số tại Việt Nam trong 2018



Nguồn: Statista, Appota

Quảng cáo video có thưởng được tiếp nhận tích cực nhất từ người dùng trò chơi và ứng dụng di động tại Việt Nam

Tỷ lệ thích các quảng cáo trên nền tảng di động



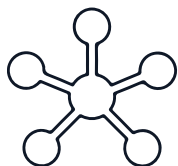
19s

Thời gian trung bình của quảng cáo trên điện thoại mà người tiêu dùng thấy chấp nhận được

Người dùng luôn sẵn sàng xem quảng cáo video ngắn để nhận được phần thưởng trong ứng dụng/trò chơi. Đây là cơ hội lớn để các nhà quảng cáo nắm lấy. Tuy vậy, hãy nhớ rằng người Việt cũng rất thiếu kiên nhẫn, nếu video quá dài, có thể sẽ tạo hình ảnh xấu cho thương hiệu.

Nguồn: POKKT, Decision lab

Thị trường quảng cáo trên di động sẽ phát triển tiếp thế nào?



Mạng xã hội thống trị thị trường quảng cáo số

Không ngạc nhiên khi quảng cáo trên mạng xã hội chiếm thị phần lớn nhất, và sẽ tiếp tục là số một, khi có tới 45 triệu người dùng trên nhiều nền tảng khác nhau như Facebook, Instagram, Zalo, vv. Phân khúc này sẽ tiếp tục tăng tới 33,6%, chạm mốc 744,3 triệu đô trong năm 2019.



Quảng cáo chạy banner sẽ tiếp tục tăng đều

Banner hiện đang đứng vị trí thứ hai trong chi tiêu quảng cáo số, nó thường xuyên xuất hiện trên các website, báo mạng, ứng dụng miễn phí. Với nhiều marketer, dạng quảng cáo này vẫn hữu dụng do có chi phí thấp. Trong tương lai, chi tiêu cho banner vẫn tăng với tốc độ khoảng 10-20% một năm.



Quảng cáo qua công cụ tìm kiếm sẽ chậm lại

Đây là dạng quảng cáo có độ cạnh tranh cao, nhưng lại tạo ra kết quả ở mức trung bình. Đa phần người Việt thích vào những trang được hiển thị tự nhiên do SEO hơn là có mác quảng cáo. Vì vậy trong tương lai, thị phần của loại hình này sẽ thu lại, nhường chỗ cho các loại hình quảng cáo khác.



Quảng cáo video (ngoài MXH) sẽ tăng trưởng mạnh

Mặc dù chi tiêu cho video quảng cáo trên các nền tảng số khác ngoài mạng xã hội còn thấp, nhưng hiện tại dạng quảng cáo này có tốc độ phát triển mạnh nhất, tăng 84% từ năm 2017-2018. Các nhà quảng cáo sẽ tiếp tục chi mạnh tay hơn cho việc tạo dựng những video ý nghĩa đến với người tiêu dùng. Dự báo chi tiêu cho quảng cáo video tiếp tục tăng mạnh từ 40-60% một năm trong vòng 5 năm tới.

Nguồn: Statista, Appota





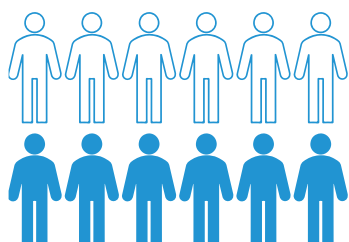
02

THỊ TRƯỜNG MOBILE GAME

Người Việt từ mọi lứa tuổi đều chơi trò chơi trên di động, và biến nội dung số này được tiêu thụ hàng đầu tại Việt Nam

33Tr

Người chơi game mobile năm 2018, con số này được dự báo đạt mốc 40 triệu người vào năm 2020



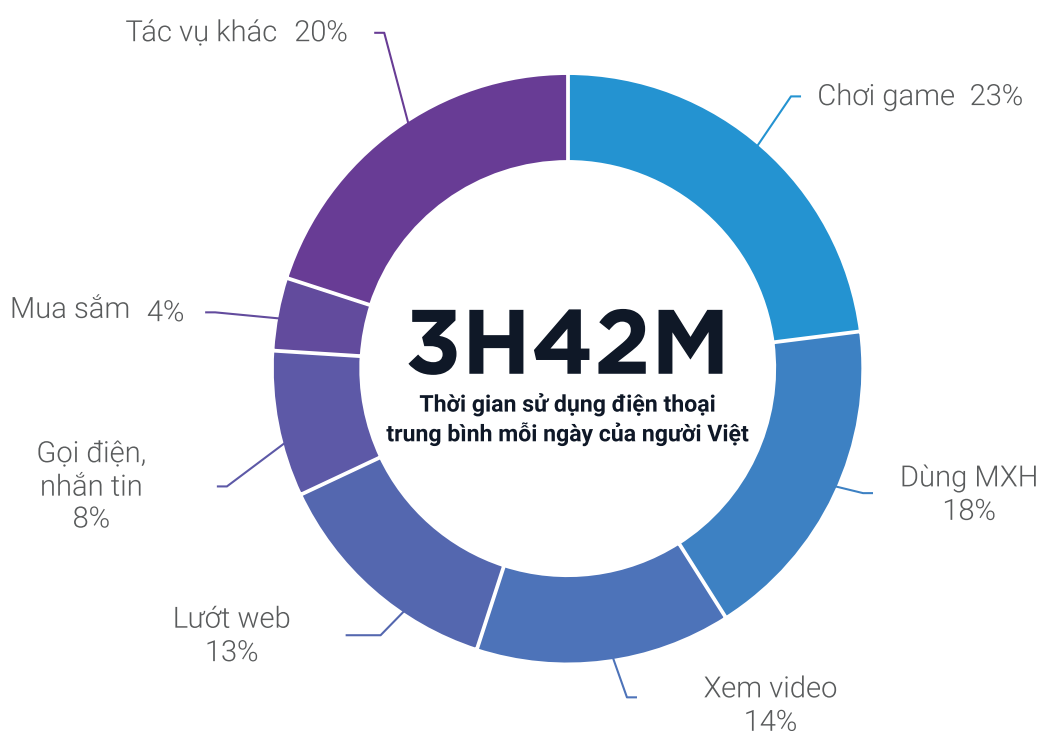
Cứ 2 người dùng điện thoại có kết nối internet thì một người chơi game mobile.

45%

Những người game mobile đã từng chơi trò chơi eSports.

Nguồn: Statista, Appota

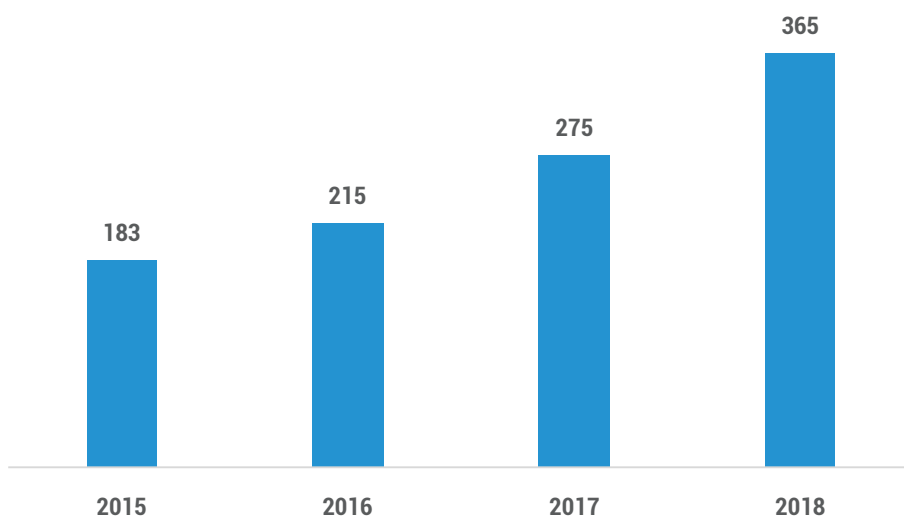
Chơi game là hành vi tốn nhiều thời gian nhất của người Việt khi dùng điện thoại, vượt qua cả việc dùng mạng xã hội.



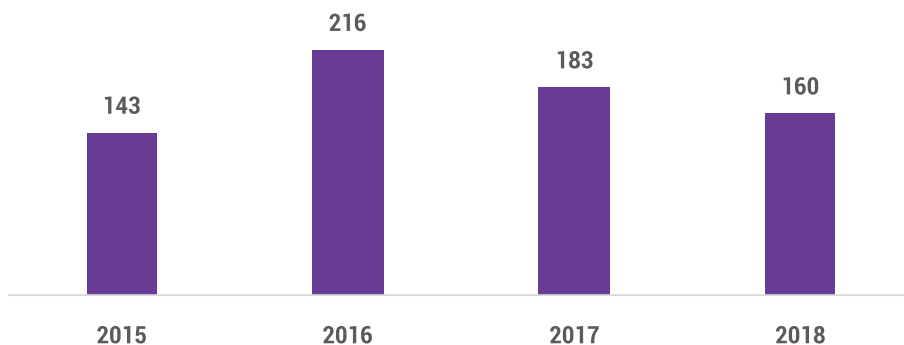
Người Việt dành ra nhiều thời gian trung bình một ngày để chơi game mobile hơn là việc tham gia mạng xã hội. Chứng tỏ tầm quan trọng của trò chơi trong việc giải trí hàng ngày. Đây là điểm chạm lớn cho các nhà quảng cáo gây được sự chú ý với khách hàng tiềm năng.

Nguồn: MMA, Pokkt, Appota

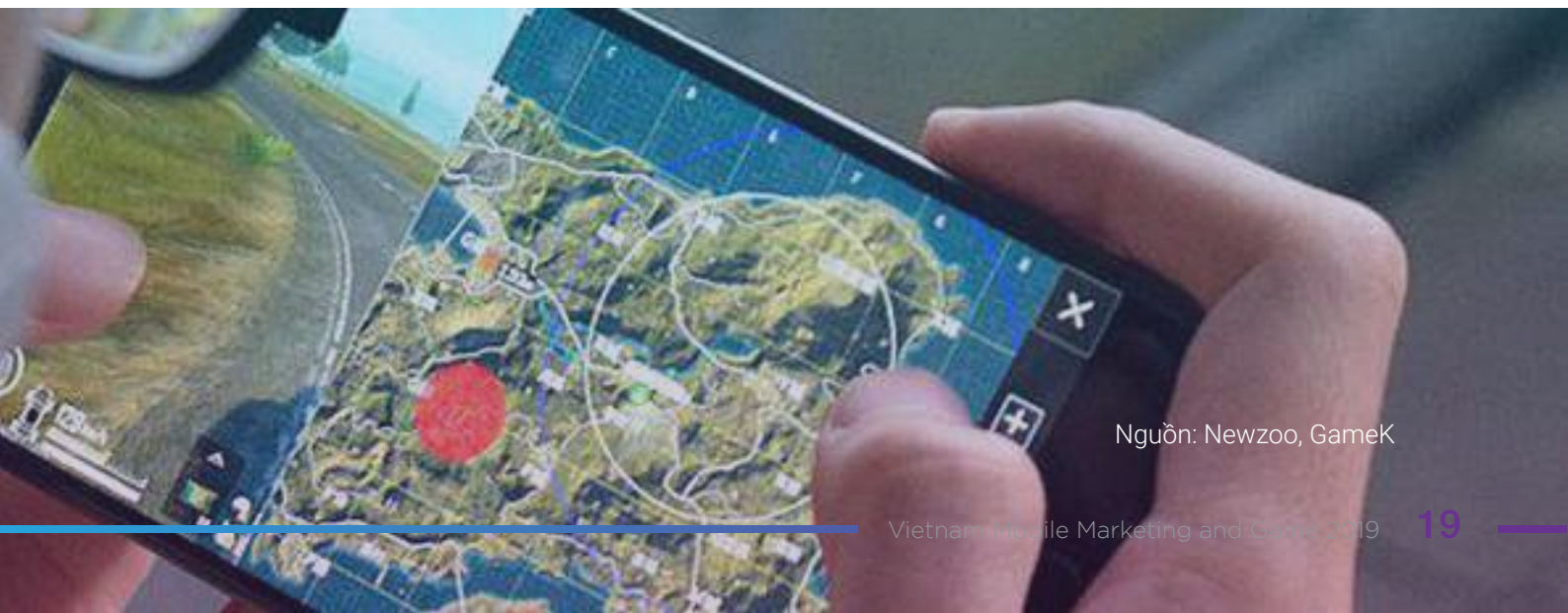
Thị trường vẫn tiếp tục tăng trưởng dù số lượng game mới phát hành giảm đáng kể.



Ước tính doanh thu game tại Việt Nam từ 2015 - 2018
(Triệu USD, chỉ tính thanh toán qua store, không bao gồm game đánh bài, cờ bạc)



Số lượng trò chơi mới được phát hành, thời gian 2015 - 2018
(số lượng game được nhập và phát hành chính thức ở Việt Nam)



Nguồn: Newzoo, GameK

Các game casual và game esports chiếm lĩnh thị trường với số người chơi đông đảo nhất

Thứ hạng	Trò chơi
1	 Liên Quân Mobile
2	 Freefire
3	 Candy Crush Saga
4	 My Talking Tom
5	 Clash of Clans
6	 Dream League Soccer 2016
7	 PUBG MOBILE
8	 Minecraft Pocket Edition
9	 Zombie Tsunami
10	 Tien Len - Tiến Lên - ZingPlay game bai online

Top trò chơi năm 2018: Tại Việt Nam, tổng hợp MAU cả iOS và Android

12Tr

Lượng người chơi Liên Quân

45%

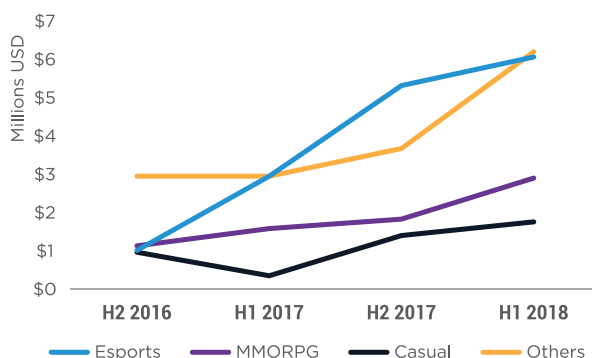
Lượng người chơi game mobile chơi game eSports

Nguồn: AppAnnie, Garena

Game nhập vai và game eSports có doanh thu lớn, đứng đầu trong các dòng game tại thị trường Việt Nam

Rank	App	Company	Rank	AppC	Company
1		Lords Mobile IGG	6		My Country Jedi Games
2		Liên Quân Mobile SEA	7		Idle Heroes DH Games
3		The Epoch of Eternity 37games	8		Castle Clash IGG
4		Rise of the Kings Onemt	9		Onmyoji NetEase
5		iCá - Ban Ca Online VNG	10		Free Fire SEA

Top những trò chơi có doanh thu cao nhất tại Việt Nam tính gộp iOS và Android năm 2018



Trò chơi eSports hiện có doanh thu đứng đầu thị trường với hơn 6 triệu đô ghi nhận với top 50 game trong nửa đầu 2018. Con số này sẽ còn cao hơn nữa nếu cộng với doanh thu các cổng thanh toán nội địa.

Top 50 game có doanh thu nhiều nhất: Tổng doanh thu trên cả iOS và Android chia theo dòng game

Nguồn: AppAnnie, Appota

Sự phát triển vượt bậc của eSports trên điện thoại là do sự bùng nổ về số lượng người chơi trong những năm gần đây

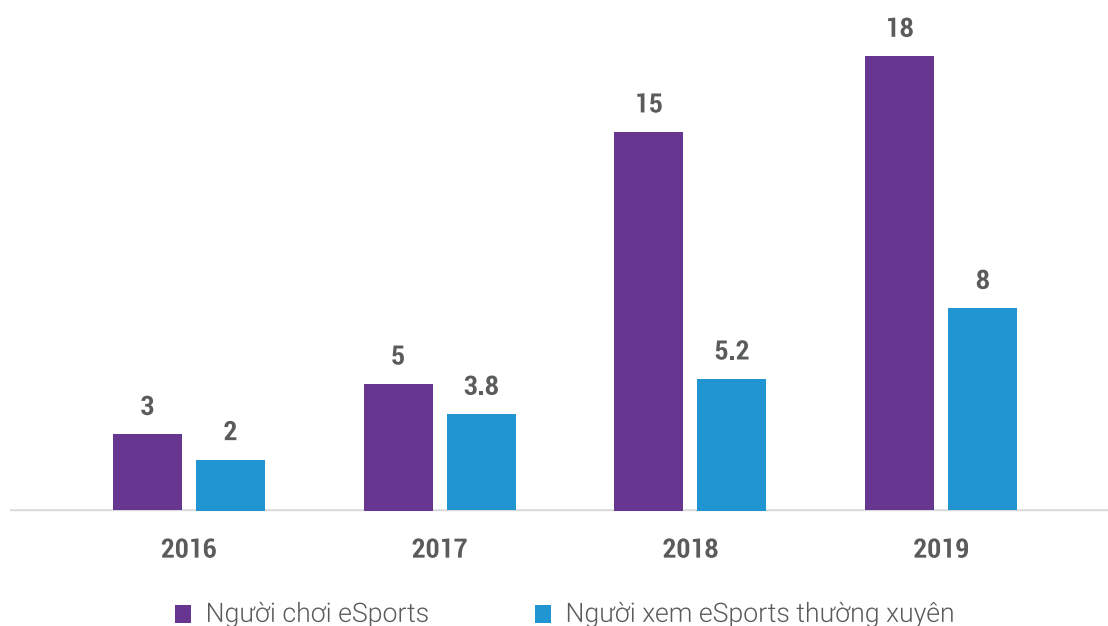
15Tr

*Số lượng người chơi game
eSports tính đến 2018*

5.2Tr

*Số lượng người xem eSports
thường xuyên tính đến 2018*

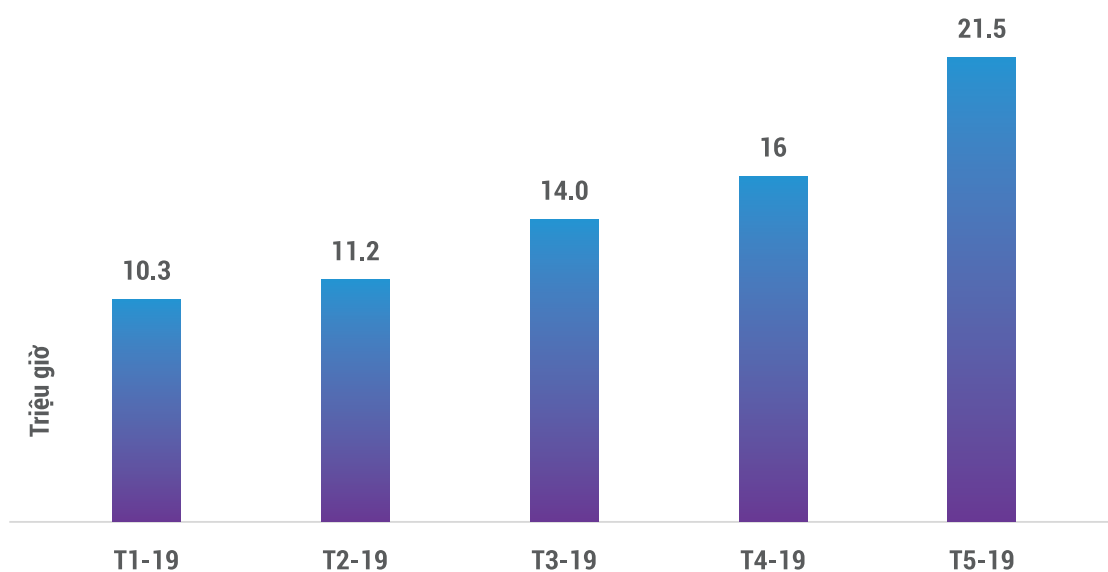
Số lượng người chơi và người xem eSports tại Việt Nam từ 2016 - 2019



Sự bùng nổ số lượng người chơi và xem game eSports là nhờ sự phát triển nhanh của nền công nghiệp mới - live stream. Những streamer trở nên nổi tiếng, thành hiện tượng giới trẻ, thu hút hàng triệu khán giả theo dõi và tương tác với họ.

Nguồn: Appota

Tổng thời lượng xem live stream game tại Việt Nam đã đạt tới hàng chục triệu giờ một tháng, và ngày một tăng. Đây sẽ là một kênh tương tác tuyệt vời giữa thương hiệu và người tiêu dùng.



Thời lượng xem live stream game tại Việt Nam nửa đầu 2019 (không tính live stream các giải đấu)

402,000

**Trung bình số giờ xem live stream chơi game
mỗi ngày tại Việt Nam (nửa đầu 2019)**

61%

**Thời lượng xem đến từ thiết
bị di động**

Nguồn: Appota Esports

03 NGƯỜI TIÊU DÙNG

Để có thể tiến sâu vào một thị trường rộng lớn như Việt Nam, nhà quảng cáo phải tạo nên thông điệp gắn với những gì người tiêu dùng muốn và làm, dựa trên hành vi tiêu dùng của họ.

Những điều cần nhớ



Thế hệ Millennials vẫn là đối tượng chính

Có tới hơn 33 triệu người thuộc thế hệ Millennials tại Việt Nam. Họ là đại diện của tầng lớp trung lưu đang lớn mạnh, và là lực lượng lao động chính của Việt Nam. Khả năng chi tiêu của họ đang không ngừng gia tăng. Sẽ là một thiếu sót lớn nếu các thương hiệu không thuyết phục được tập khách hàng này.



Thế hệ Z sẽ nắm giữ thị trường trong tương lai

Trong 5 năm tới, khoảng hơn 14 triệu người trong thế hệ Z sẽ bước vào tuổi lao động, và dần sẽ trở thành một nhóm tiêu dùng chính trong thị trường. Thế hệ Z cũng là một thế hệ số hóa, họ dành hàng giờ mỗi ngày để tiêu thụ các nội dung số trên màn hình điện thoại. Nắm bắt được tâm lý của Gen Z và trở thành bạn của họ, các thương hiệu sẽ luôn sẵn sàng cho tương lai lâu dài ở Việt Nam.



Thể thao điện tử trên di động sẽ bùng nổ

Các trò chơi eSports trên điện thoại cùng các nội dung stream liên quan sẽ là một trong những hình thức giải trí quan trọng cho thế hệ trẻ. Với khoảng 18 triệu người chơi, và hàng chục triệu giờ xem trên các nền tảng phát trực tuyến, đây chắc chắn sẽ là một nền tảng quan trọng để các thương hiệu kết nối với các bạn trẻ Việt Nam.



Nội dung cần phải tối ưu cho điện thoại

Dù là nông thôn hay đô thị, điện thoại thông minh đã trở thành một công cụ không thể thiếu trong sinh hoạt của người dân Việt Nam. Chiếc điện thoại là cầu nối liên lạc, thông tin, giải trí cho đại bộ phận người dân. Việc tối ưu hóa nội dung để phù hợp hiển thị trên điện thoại sẽ tạo cảm giác tích cực với người tiêu dùng.

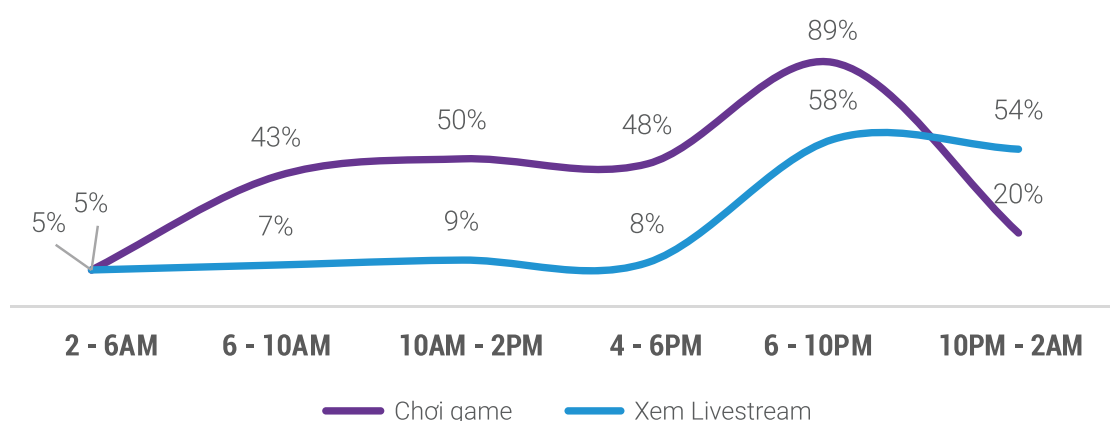
Nguồn: Appota, Kantar, MMA

Game thủ thế hệ Millennial

Sinh ra từ 1980-1995, nhưng game thủ thế hệ Millennial hiện đang trong giai đoạn vàng của họ. Họ hiện đang là thế hệ có tiếng nói chính trong giai đình, có tầm ảnh hưởng tới bạn bè và đồng nghiệp.

Thế hệ Millennial yêu thích sự sáng tạo, đột phá mới để giúp cuộc sống của họ tốt hơn, ứng dụng các nền tảng số vào công việc và mua sắm. Họ cũng là thế hệ thoải mái với quảng cáo hơn thế hệ Z.

Chơi game trên điện thoại ít nhất 5 ngày một tuần	43%
Chơi game trên điện thoại ít nhất 2 lần mỗi ngày chơi	45%
Dành từ 60-90 phút chơi game mỗi lần	66%
Xem live stream ít nhất 3 ngày một tuần	51%
Xem live stream trên điện thoại	55%
Sẽ đóng quảng cáo ngay khi nó hiện ra	48%



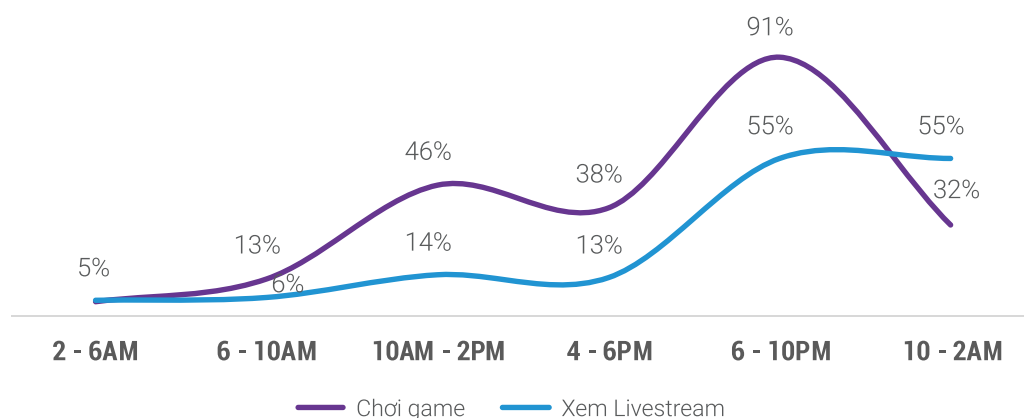
Biểu thời gian chơi game và xem live stream trên điện thoại của game thủ thế hệ Millennial tại Việt Nam

Nguồn: Appota

Game thủ thế hệ Z

57%	Chơi game trên điện thoại ít nhất 5 ngày một tuần
74%	Chơi game trên điện thoại ít nhất 2 lần mỗi ngày chơi
57%	Dành từ 60-90 phút chơi game mỗi lần
62%	Xem live stream ít nhất 3 ngày một tuần
64%	Xem live stream trên điện thoại
53%	Sẽ đóng quảng cáo ngay khi nó hiện ra

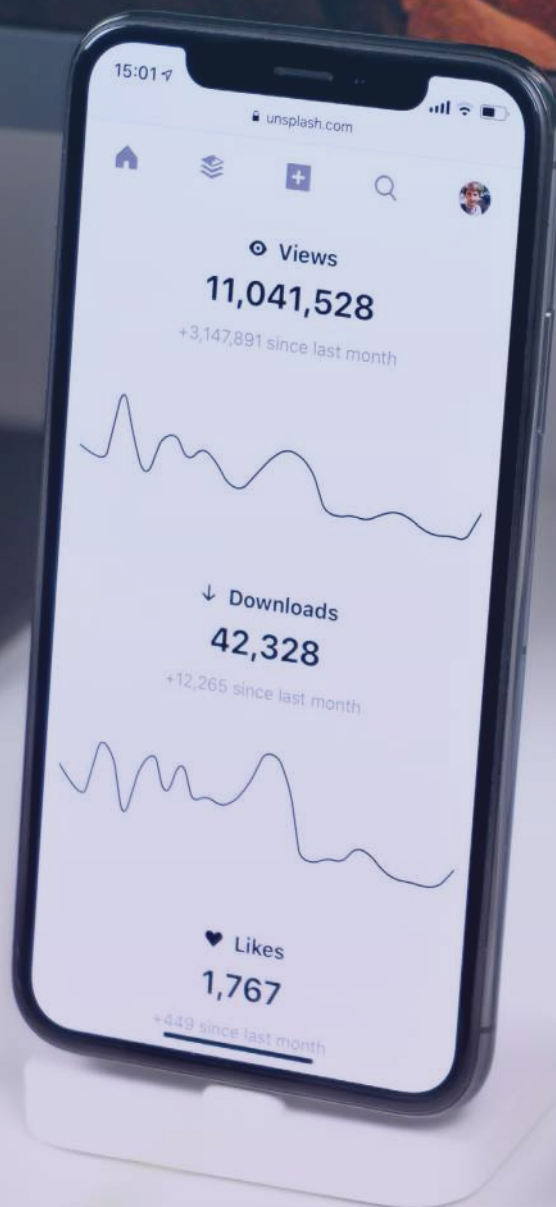
Là thế hệ đầu tiên sống trọn trong thời kỳ internet, game thủ thế hệ Z đang dẫn đầu xu thế giải trí trên mạng.. Họ tích cực tìm kiếm và sản xuất ra những nội dung mới và sáng tạo. Và với chiếc điện thoại thông minh trong tay, họ có thể tận hưởng dịch vụ giải trí mọi nơi, mọi lúc. Họ bị cuốn hút bởi sự sáng tạo, vui vẻ, thử thách trong những nội dung số. Và khi nội dung đó có thể thỏa mãn trí tò mò, mong muốn giải trí của họ, họ sẵn sàng nói và chia sẻ về nội dung đó cho những người bạn của mình., đặc biệt là qua mạng xã hội. Nhưng họ cũng là thế hệ bài trừ quảng cáo, họ sử dụng những công cụ chặn quảng cáo, bỏ qua video quảng cáo ngay khi họ có thể. Vậy nên để có thể chạm tới game thủ thế hệ Z, các thương hiệu cần tạo ra nội dung quảng cáo sáng tạo, có ý nghĩa, và không gây cảm giác bị ép mua cho người xem.



Biểu thời gian chơi game và xem live stream trên điện thoại của game thủ thế hệ Z tại Việt Nam

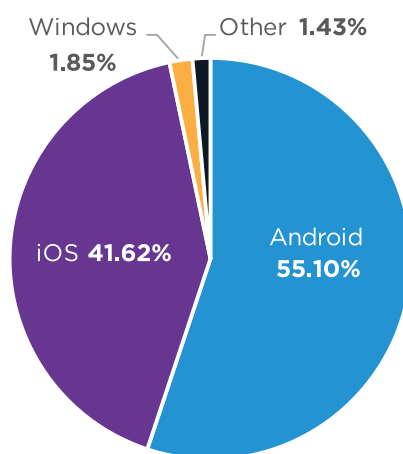




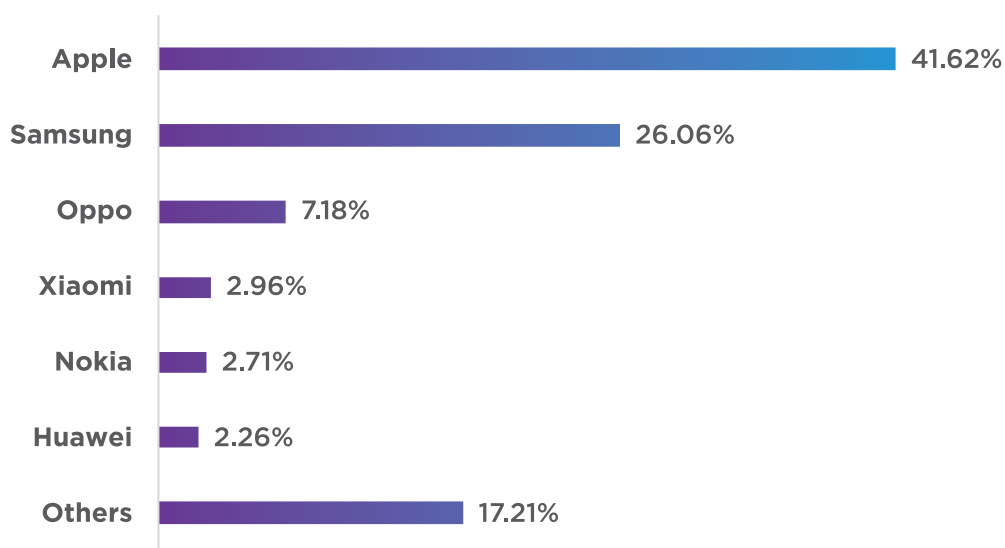


04 THÔNG TIN KỸ THUẬT

Số lượng thiết bị chạy Android tại Việt Nam vẫn là lớn nhất.



Thị phần hệ điều hành điện thoại và máy tính bảng tại Việt Nam Q1-2019

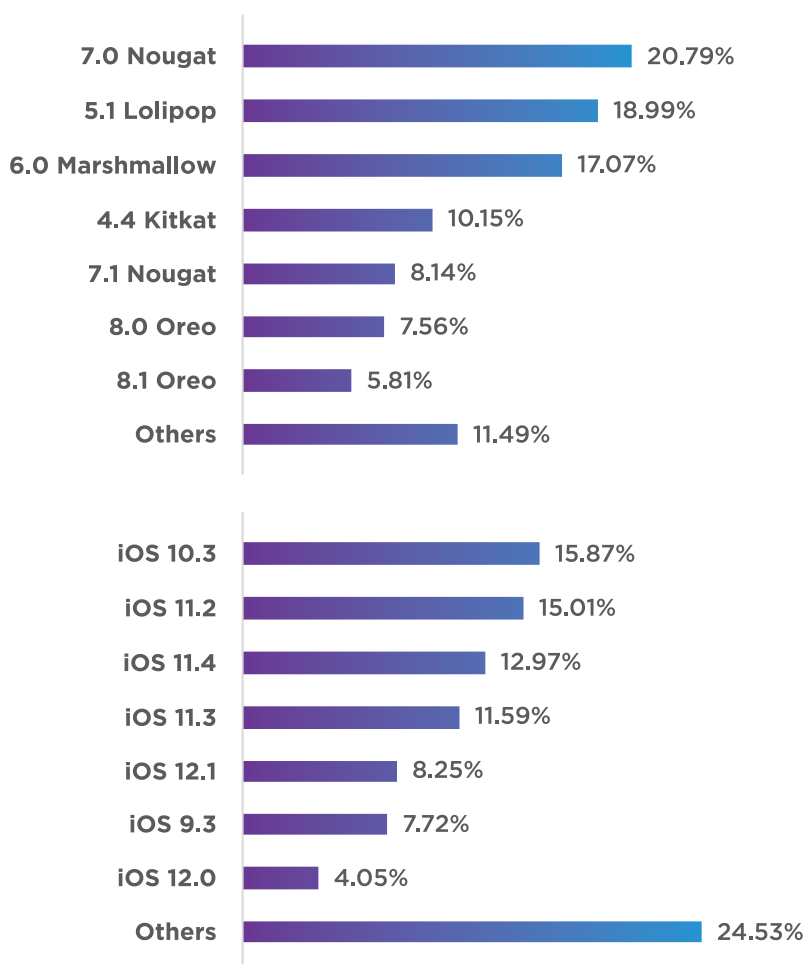


Thị phần hãng điện thoại và máy tính bảng tại Việt Nam Q1-2019 (theo số lượng và máy hiện dùng)

Các nhà phát triển cần lưu ý, hệ điều hành Android được các hãng điện thoại tinh chỉnh để phù hợp với máy của họ. Đã có rất nhiều trường hợp một ứng dụng/trò chơi có thể chạy rất tốt trên một máy, nhưng một máy hãng khác thì lại không được.

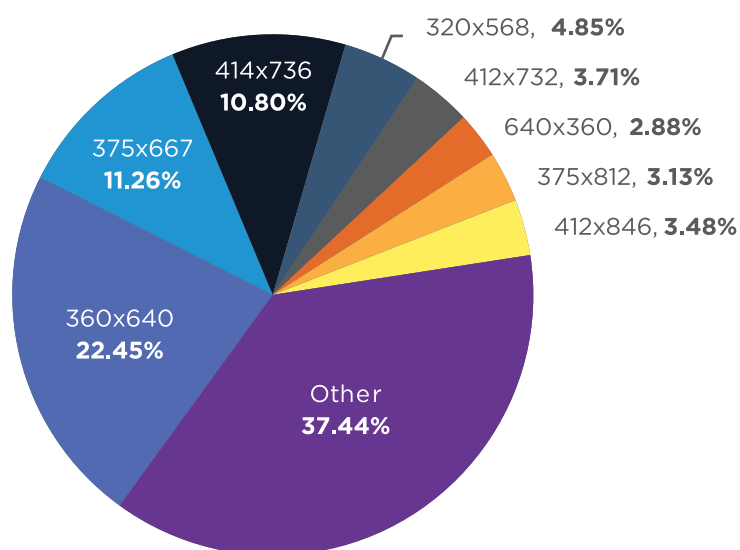
Nguồn: StatCounter, Appota

Cũng cần phải ghi nhớ rằng phần lớn thiết bị không chạy hệ điều hành mới nhất.

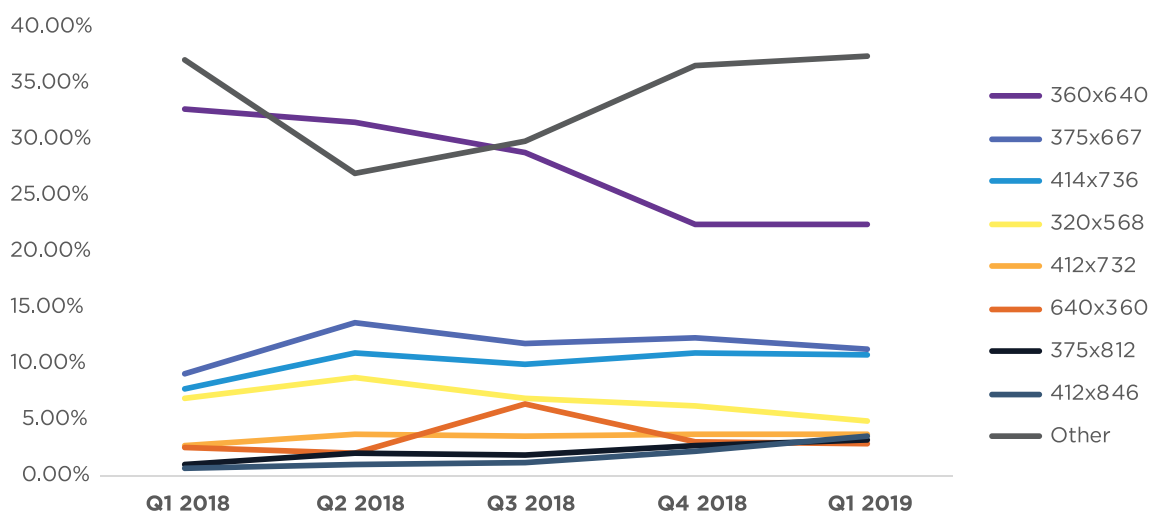


Đa phần thiết bị chạy iOS tại Việt Nam là máy đời cũ. Vậy nên nhiều chủ sở hữu không muốn nâng cấp do lo ngại máy không tải được.

Tối ưu hóa hiển thị cũng rất quan trọng với các nhà phát triển ứng dụng và trò chơi.



Tỷ trọng các kích thước hiển thị màn hình của điện thoại thông minh tại Việt Nam Q1-2019



Tỷ trọng các kích thước hiển thị màn hình của điện thoại thông minh tại Việt Nam từ Q1-2018 đến Q1-2019

Nguồn: StatCounter, Appota



05

GIỚI THIỆU BÁO CÁO

VIETNAM FINTECH 2019

Chỉ số công nghệ tài chính Việt Nam 2019

800Tr

Món hàng được thanh toán qua ATM & POS trong 2018

\$90.6 Tỷ

Tổng giá trị hàng hóa thanh toán qua ATM & POS trong 2018

10%

Tỉ lệ giao dịch không tiền mặt tại Việt Nam

65Tr

Món hàng được thanh toán qua ATM & POS trong Q1 - 2019

\$7.3 Tỷ

Tổng giá trị hàng hóa thanh toán qua ATM & POS trong Q1 2019

17.8%

Tăng trưởng giá trị thanh toán từ Q1 - 2018 đến Q1 - 2019

261,705

Máy POS tính đến hết Q1 - 2019

158Tr

Thẻ ngân hàng đã được ban ra

170%

Tăng trưởng của thanh toán qua ví điện tử trong 2018

Điều gì cần chú ý vào nửa cuối 2019

1. Cuộc đua của những công ty fintech đến các mảng cho vay, tài chính.
2. Nhiều giải pháp công nghệ thanh toán mới.
3. Các ngân hàng thay đổi phương thức kinh doanh để theo kịp thị trường mới.
4. Thanh toán bằng tài khoản di động sẽ được đưa vào thử nghiệm và áp dụng
5. Liên kết giữa ví điện tử và các đơn vị cho vay tốt hơn.

Bản đầy đủ sẽ được phát hành trong nửa cuối năm 2019

The Vietnam Fintech Landscape 2019

PAYMENT

Payment gateway & e-wallets (Has license)	POS	Telco (Mobile money)
--	------------	-----------------------------

FINANCING & LENDING

Lending (>40 companies)	Crowdfunding	Financing
-----------------------------------	---------------------	------------------

BLOCKCHAIN & CRYPTO



INSURTECH



FINANCIAL INFORMATION

Comparison sites

Credit score & Database

Financial tools



Investment



BANKING & REMITTANCE

Digital banks	Remittance
----------------------	-------------------





Appota là đơn vị tiên phong trong việc xây dựng hệ sinh thái giải trí hướng tới việc cung cấp các giải pháp nền tảng và nội dung cho ngành công nghiệp giải trí số Việt Nam

Tầm nhìn

Đến năm 2025 sẽ trở thành hệ sinh thái công nghệ giải trí lớn nhất tại Việt Nam và Đông Nam Á.

Sứ mệnh

Mang lại những trải nghiệm giải trí mới mẻ cho người dân Việt Nam, xây dựng và đưa các tài năng Việt Nam đến với thế giới, giúp các doanh nghiệp có nhiều lợi ích thiết thực nhất trong ngành giải trí số.



📍 Tòa nhà LE Building, số 11, ngõ 71 Láng Hạ, Ba Đình, Hà Nội, Việt Nam.
☎️ (+84) 435 191 618
✉️ marketing@appota.com



Tòa nhà LE Building, số 11, ngõ 71 Láng Hạ, Ba
Đình, Hà Nội, Việt Nam.



(+84) 435 191 618



marketing@appota.com