



MONO NEXT
3Q2021



AGENDA

01

3Q2021 Highlights

02

Financial Highlights

03

4Q2021 and 2022 Strategic Directions

04

2021 and 2022 Outlook

01

3Q2021 Highlights



3Q2021 Highlights



Monomax & 3BB Giga TV

Revenue growth
QoQ **13%**

Content increase
763 hrs. in 3Q21

Total content
3,000 Titles or 20,000 hrs.



TV Rating

3Q2021, TVR = **2.602**
QoQ growth **14%**
(Prime time 18:00, 15+)

Mono29 **peak TVR** of
3Q2021
Fast & Furious Presents:
Hobbs & Shaw =
6.932



Other Businesses

Online + Shopping
QoQ **+5%**



Performance

Total revenues
THB **456m** (QoQ -20%)

EBITDA
THB **262m** (QoQ -34%)

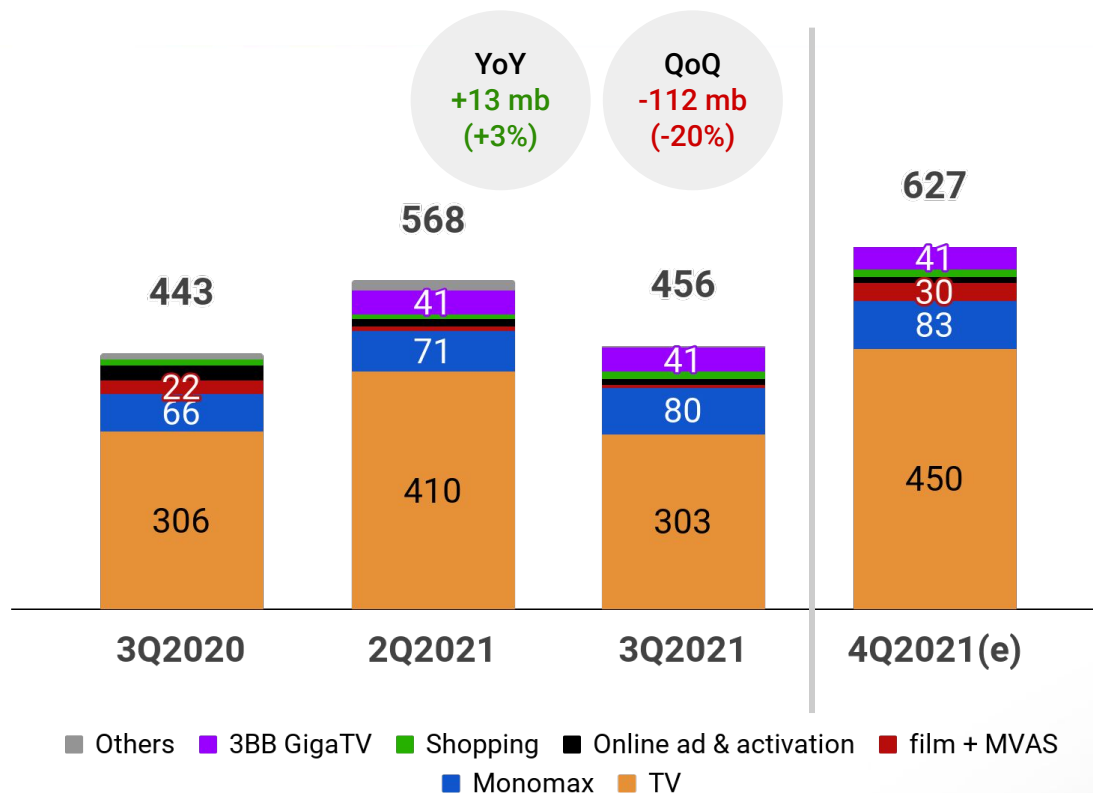
Investment
THB **137m** (QoQ -17%)

02

Financial Highlights

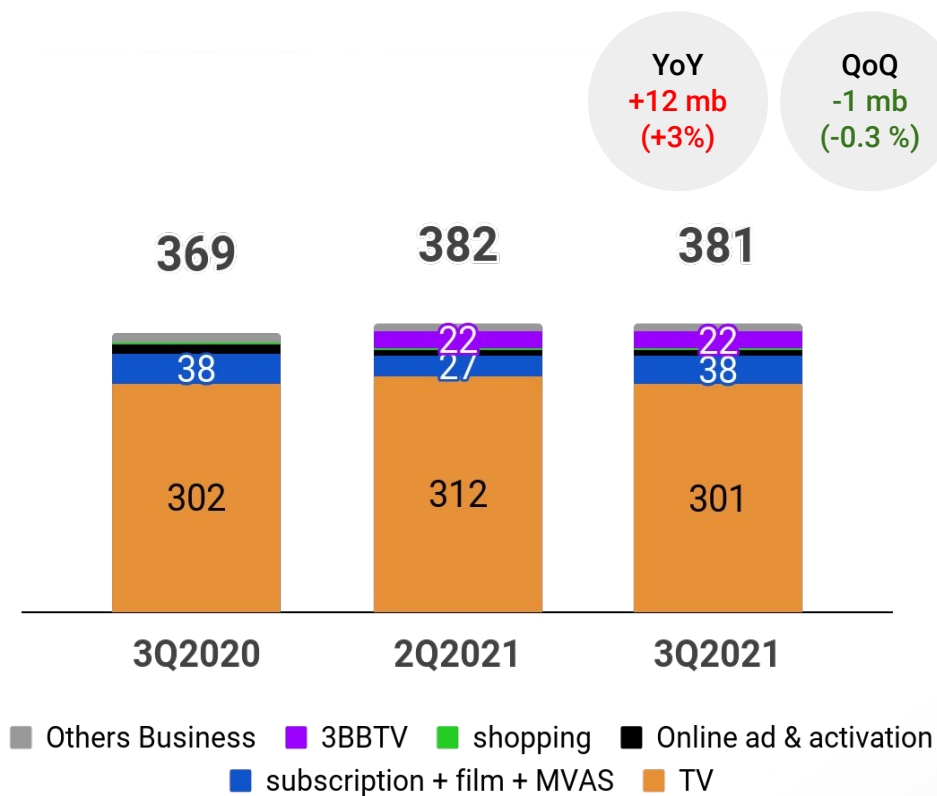


1. Revenue from core businesses



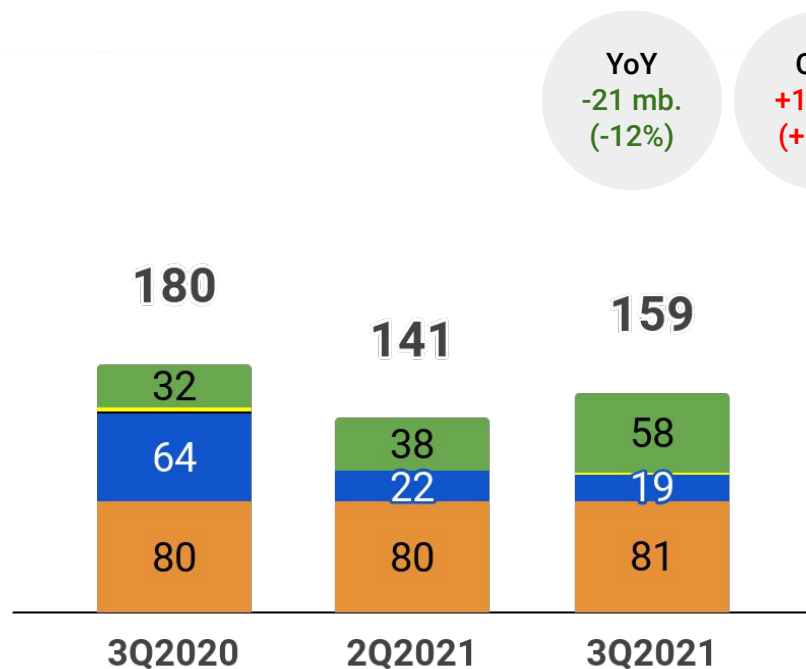
Revenue	YoY	QoQ
TV	-3 (-1%)	-107 (-26%)
Monomax	+14 (+21%)	+9 (+13%)
film+MVAS	-17 (-77%)	-2 (-29%)
Online & activation	-17 (-61%)	-2 (-15%)
Shopping	+1 (+10%)	+3 (+38%)
3BB GigaTV	+41 (+100%)	-
Other	-6 (-55%)	-13 (-72%)

2. Cost Structure



COGS	YoY	QoQ
TV	-1 (-0.3%)	-11 (-4%)
Monomax+film +MVAS	-	+11 (+41%)
Online & activation	-7 (-50%)	-1 (-13%)
Shopping	-	-
3BBTV	+22 (+100%)	-
Other	-2 (-15%)	-

3. OPEX : Operating Expenses



■ other opex
 ■ professional fee
 ■ rental
 ■ MKT
 ■ staff expenses

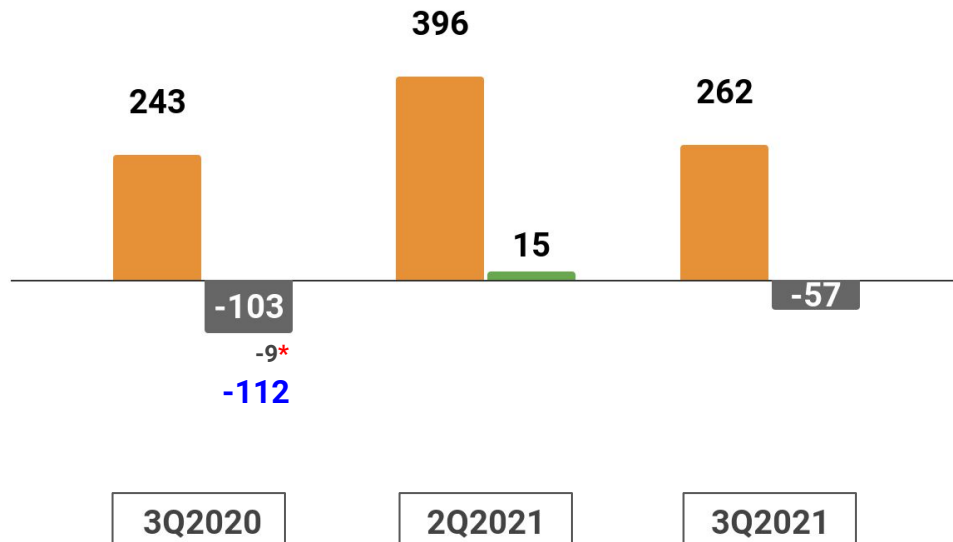
YoY
-21 mb.
(-12%)

QoQ
+18 mb
(+13%)

	3Q20	2Q21	3Q21	YoY	QoQ
OPEX	180	141	159	-12%	+13%
Special items: Impair AR	-9	-	-	-100%	-
Unrealized gain (loss) exchange rate*	-1	-15	-33	+3200%	+120%
OPEX-special -unrealized exchange rate	170	126	126	-26%	-

* in 2H21, a company buys forward contracts to reduce the exchange rate risk.

4. EBITDA and Net Profit



remark: *impair AR

EBITDA

YoY
+19 mb
(+8%)

QoQ
-134 mb
(-34%)

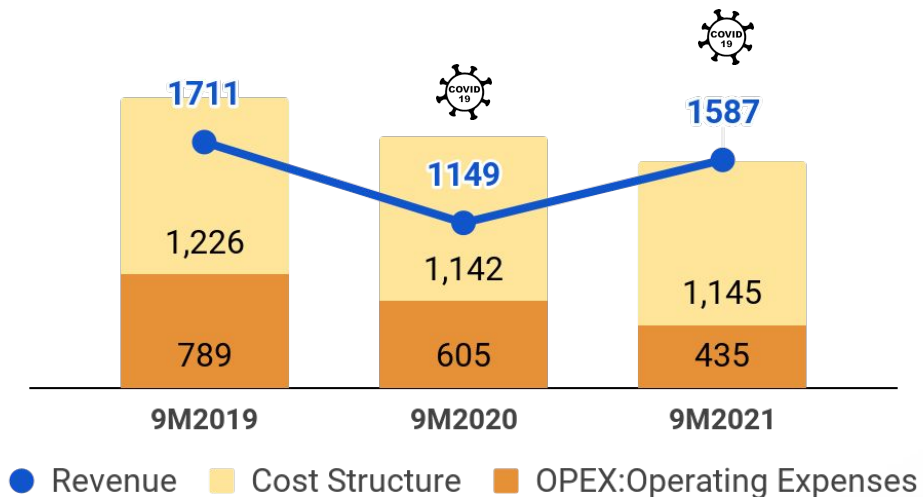
Net Profit

YoY
+55 mb
(+49%)

QoQ
-72 mb
(-480%)

9-month performance

รายได้ ต้นทุน และค่าใช้จ่าย
ราย 9 เดือน เทียบ 3 ปีล่าสุด



Unit: million Baht

รายได้รวม 9M2021

เทียบ YoY เพิ่มขึ้น 438 ลบ. **(+38%)**

- รายได้โฆษณาทีวี เพิ่มขึ้น 327 ลบ.
- รายได้ Monomax เพิ่มขึ้น 57 ลบ.
- รายได้ 3BB GigaTV เพิ่มขึ้น 123 ลบ.
- รายได้ Online activation ลดลง 37 ลบ.

ต้นทุนและค่าใช้จ่าย 9M2021

เทียบ YoY ลดลง 167 ลบ. **(-10%)**

ต้นทุนของธุรกิจหลัก

- ต้นทุนทีวี เพิ่มขึ้น 22 ลบ.

ต้นทุนธุรกิจอื่น

- ต้นทุนธุรกิจอื่น ลดลง 46 ลบ.

ส่วนค่าใช้จ่าย

- ค่าใช้จ่ายพนักงาน ลดลง 39 ลบ.
- ค่าใช้จ่ายทางการตลาดลดลง 46 ลบ.
- Extra expense ลดลง 89 ลบ. จากการ ปรับโครงสร้างใน 1Q63
- ขาดทุนจากอัตราแลกเปลี่ยนเพิ่มขึ้น 48 ลบ.

03

4Q2021 and 2022
Strategic Directions



4Q2021 and 2022 Strategies

4Q21 strategies

1. **Stay vigilant** regarding Covid19 crisis (no big/risky investment yet)
2. **Secure advertising revenue** with supporting channels and promotions
3. Expedite “**own production**” and “**research lab**” (with 3BB and agencies)
4. **[Mono29] improved news program**
5. **[Mono29] new variety programs** to support home shopping, sponsorship and our movie programs
6. **[MonoMax] content quality and user loyalty**

2022 strategies

1. Increase the proportion of **own content production budget** from 5% to 25%
 - a. Own signature
 - b. Tie-in opportunity
 - c. International co-production
2. **New content partners** to make good uses of our “New Normal” TV and VOD platforms
3. “**Web 3.0**” **technology** for **advertising, home shopping** and interactivity
4. **[Mono29] targetable / addressable advertising**
5. **[MonoMax] expand into more platforms**

Theatrical Movie



Premier in Dec 2021

Covid19 affected delay
in premier and
post-production

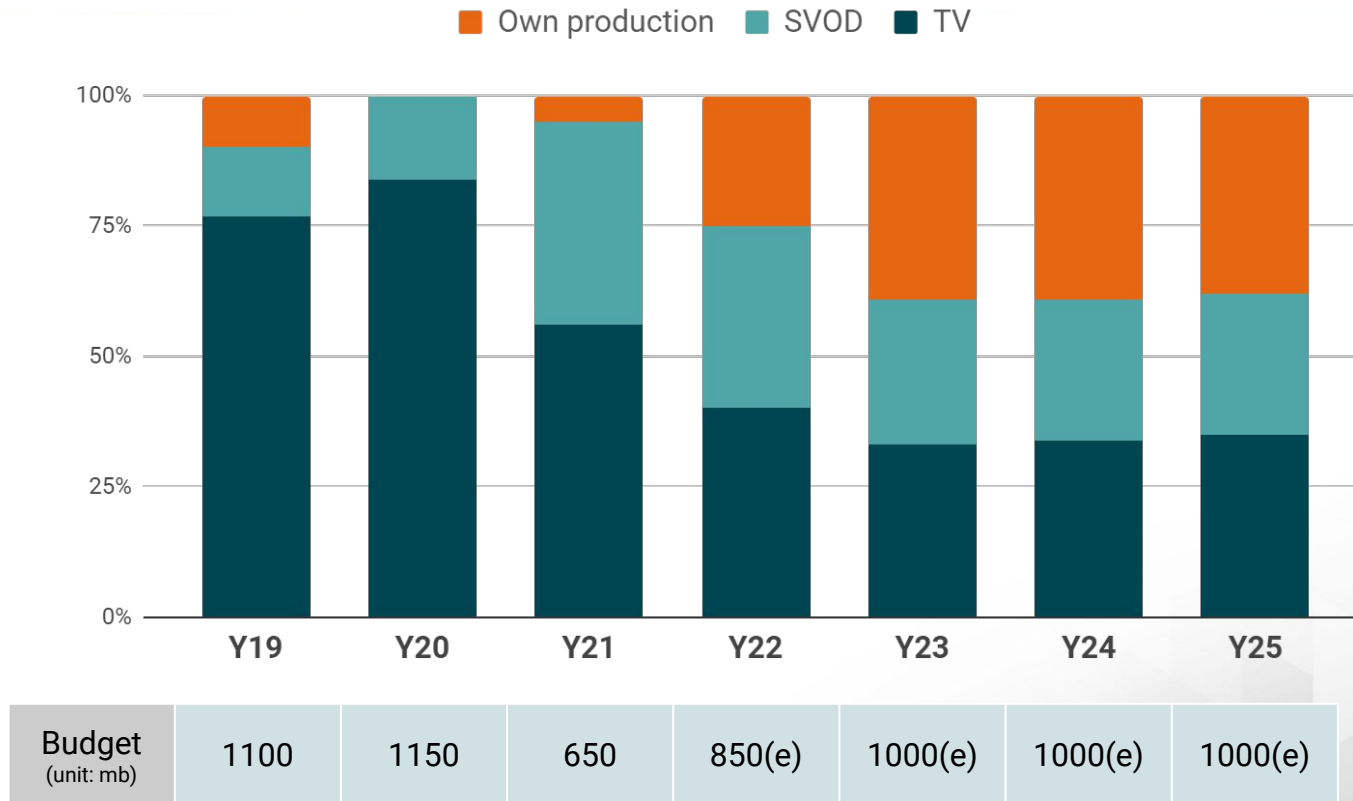


อโยธยา มหาละลาย (Om! Crush on me) Official Trailer



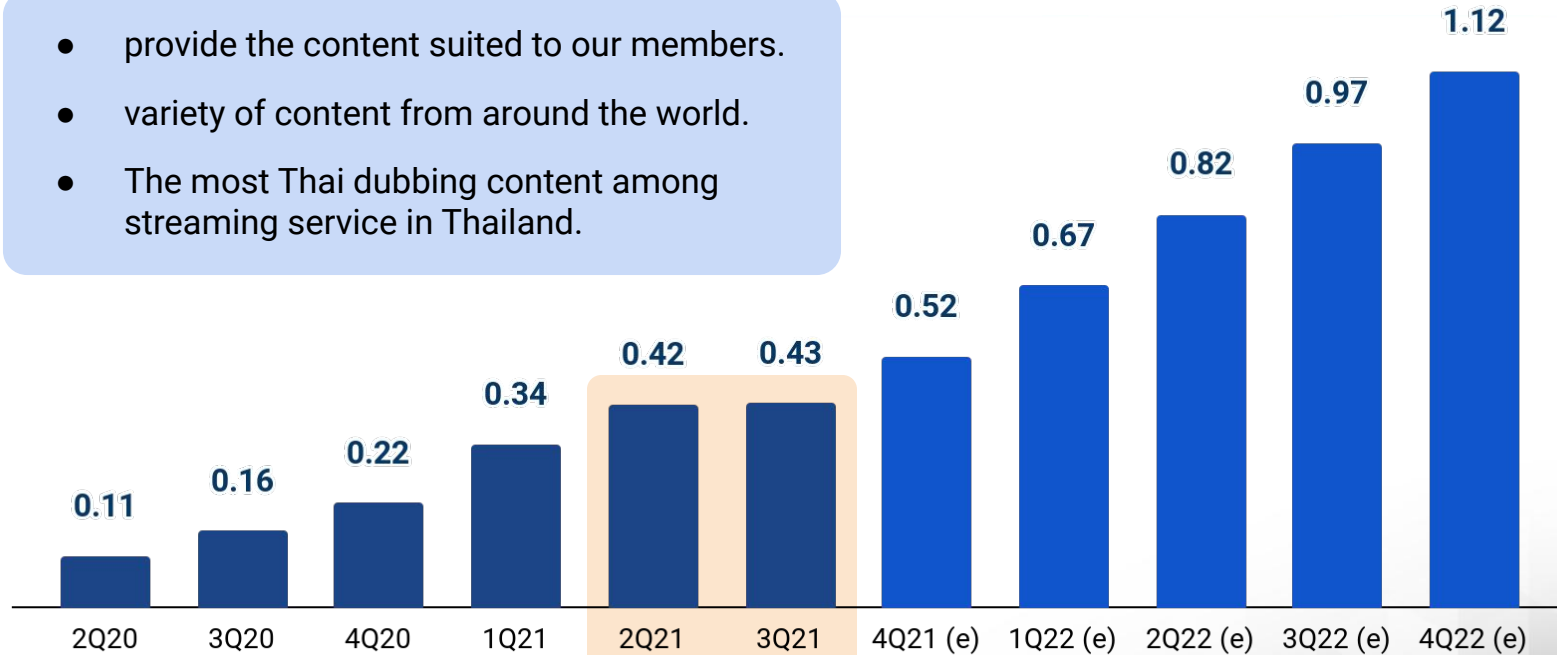
[Click to play](#)

Content Budget Proportion



SVOD: Monomax members

- provide the content suited to our members.
- variety of content from around the world.
- The most Thai dubbing content among streaming service in Thailand.



* Apr - Sep 21 มีปัญหาการจัดส่งกล่อง IPTV จากต่างประเทศ
เนื่องจากสถานการณ์ COVID-19 ทั้งฝั่งไทยและฝั่งผู้ผลิต

The Future of “TV + Set-top Box”



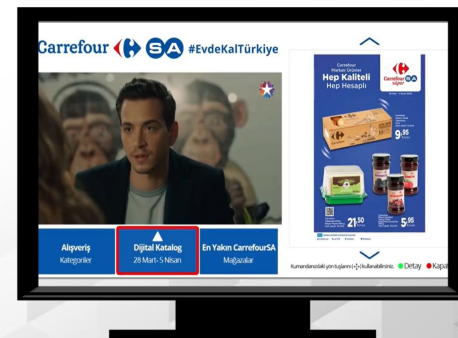
Advertising covering **Mass** to **Individual**
(recently discussed at Focal 2021 by Group M)



Contextual Ad
Sales lead



Integrated with
branch shop



*Beta test and will be launched in 2022

Content Partners

Own Productions



In collaboration with famous directors, screenwriter and actors

- Starting the first production 5 Nov 2021
- “4 titles” press conference in Feb 2022

Finished Content



Two Chinese and one Thai partners are interested in and still discussing about

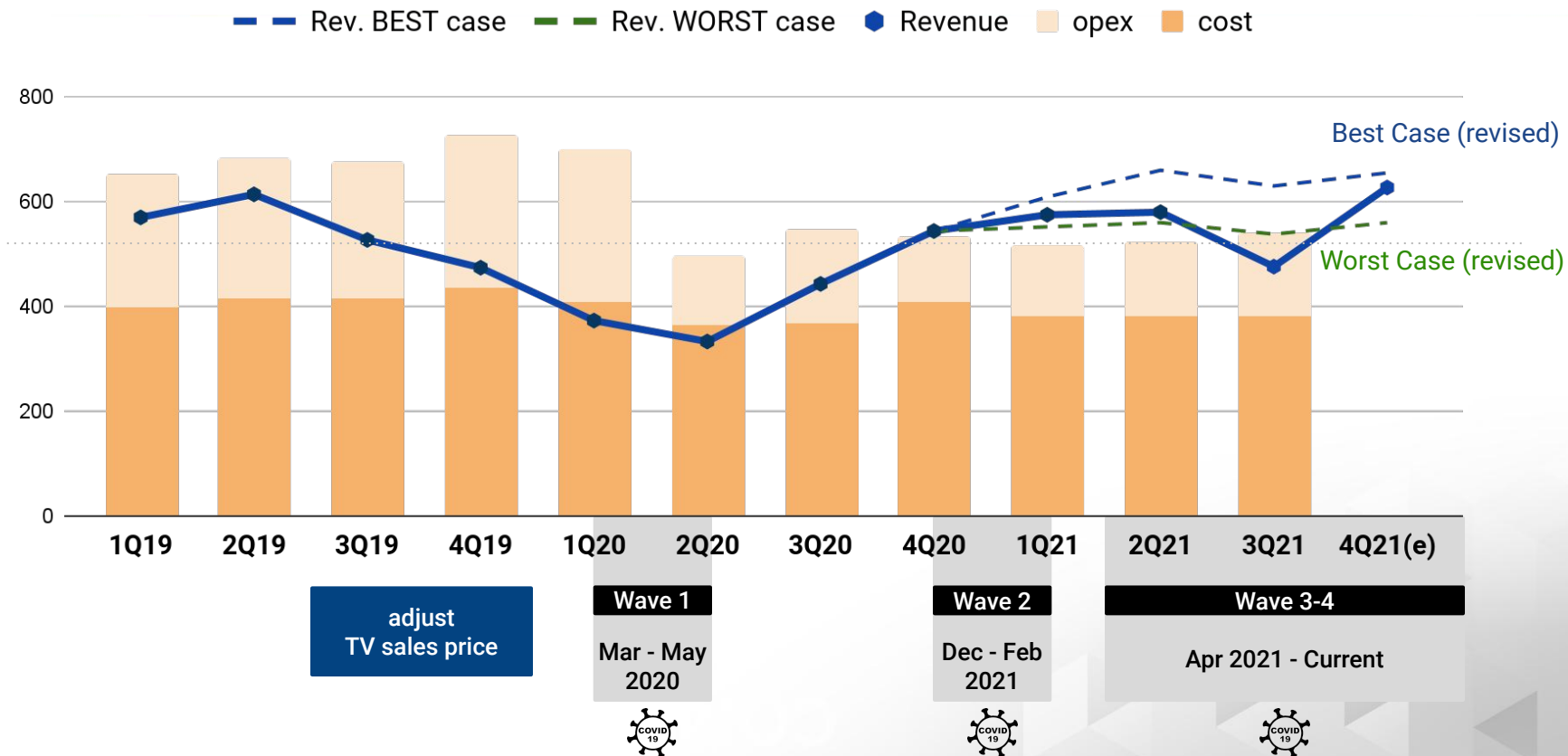
- “Branded Timeslot” on Mono29
- Co-screen premier on MonoMax
- Co-sales advertising

04

2021 and 2022 Outlook



Scenarios 2021



Revenue growth about
24% to 35%
from previous year

THB **20 to 30** million
Tangible assets



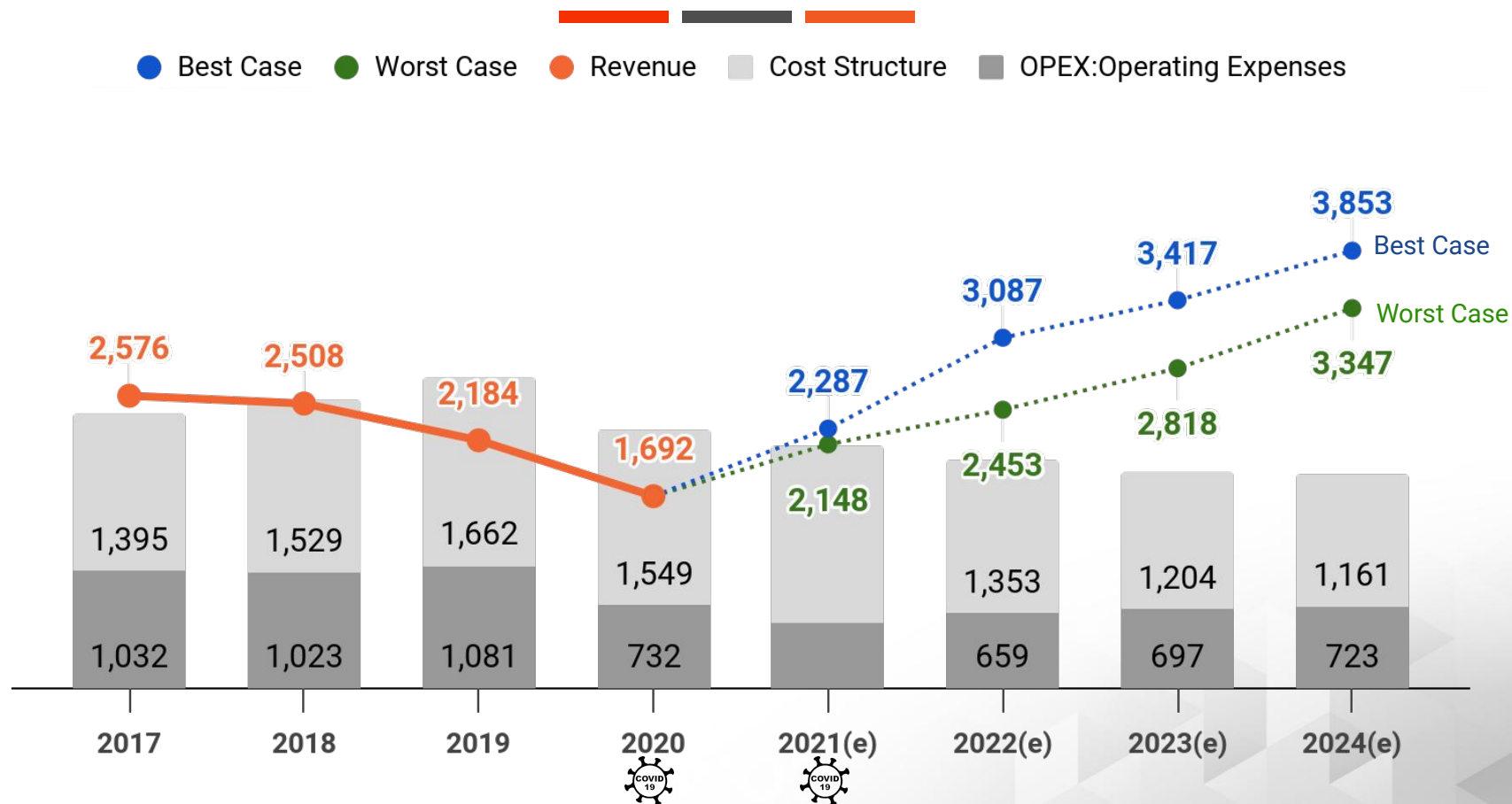
2021 Outlook

50% to 60%
EBITDA margin

THB **600 to 800** million
Intangible assets



2017 - 2024(e) projection



Revenue growth about
15% to 35%
from previous year

THB **20 to 30** million
Tangible assets

A central graphic for the 2022 Outlook. It features a white square with the text "2022 Outlook" in orange. This square is surrounded by an orange frame that looks like a thick border with rounded corners and four dark grey circular elements at the corners, resembling a frame or a stylized 'L' shape. Above the central graphic, there is a horizontal bar consisting of three segments: orange, dark grey, and orange.

2022 Outlook

60% to 70%
EBITDA margin

THB **0.80 to 1.00** billion
Intangible assets



Thank you

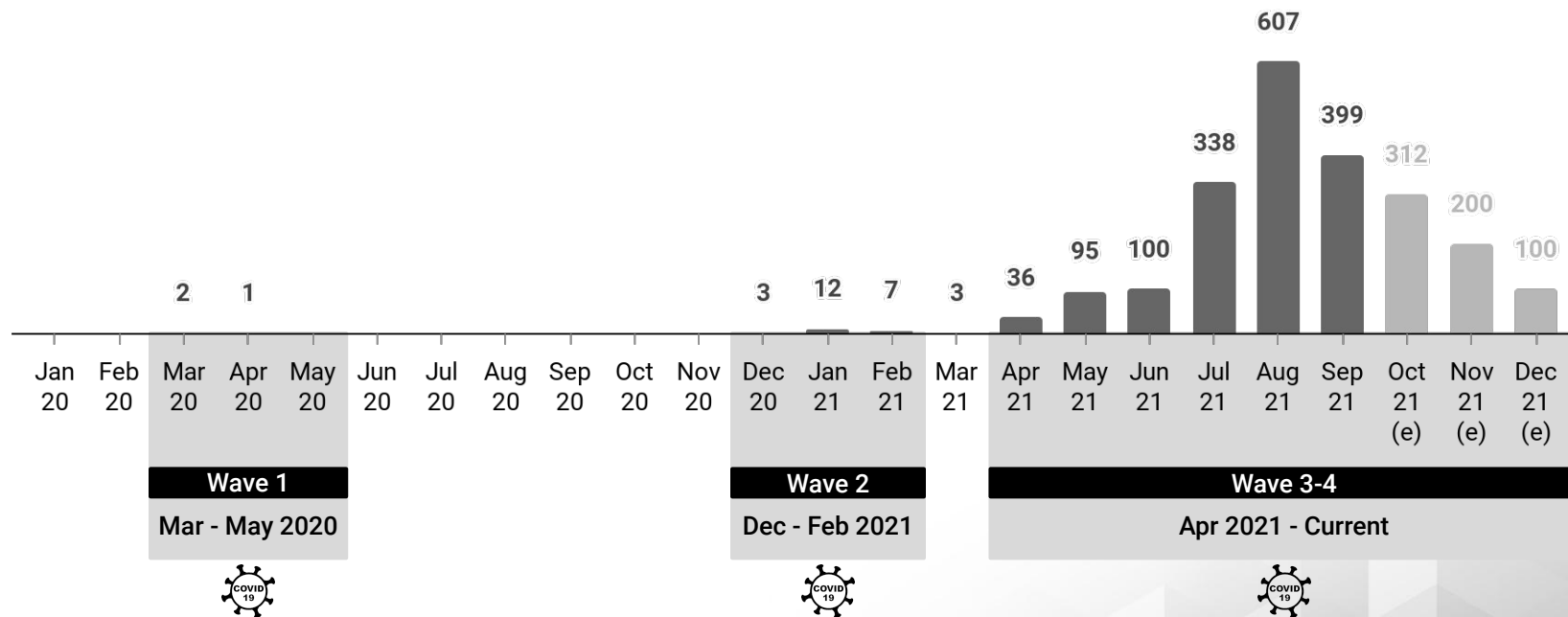


Appendix

100%

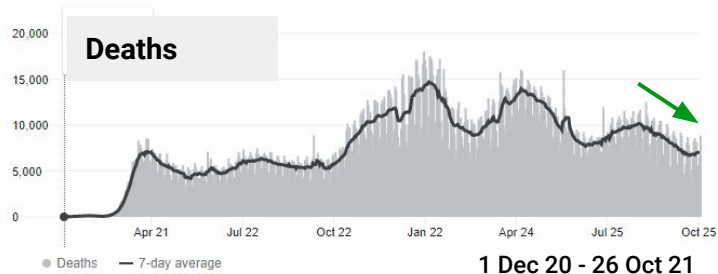
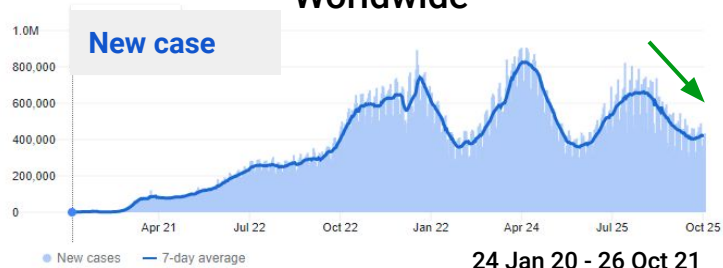
Covid-19 trend in Thailand

new covid-19 infection (Unit : thousand)

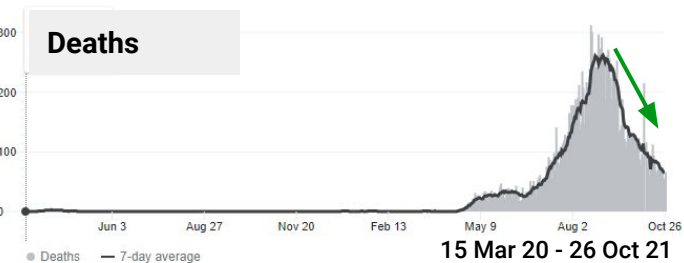
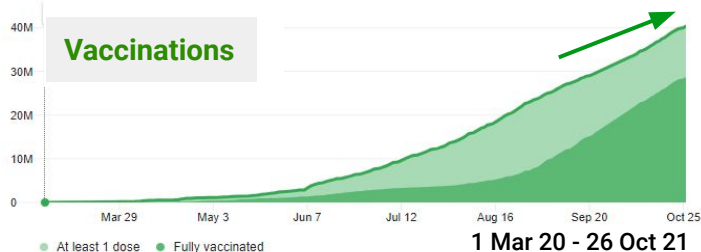
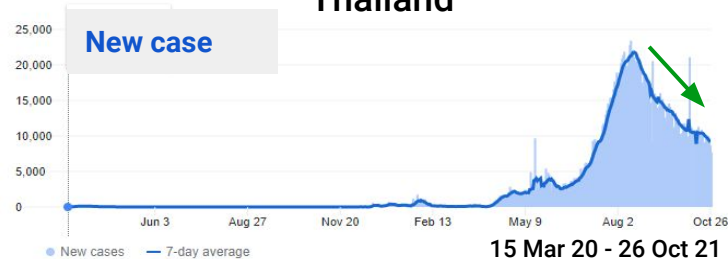


Covid-19 pandemic

Worldwide



Thailand



Covid-19 Vaccinations

ข้อมูลการฉีดวัคซีนในภูมิภาคอาเซียน

ณ วันที่ 26 ตุลาคม 2564



กระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม
Ministry of Higher Education, Science Research and Innovation

เปิดประเทศ พื้นที่ท่องเที่ยว
เป็นส่วนหนึ่งของความปกติ
(New Normal)

รวมแล้ว

497,278,709

โดส



ASEAN

ครอบคลุมประชากรอย่างน้อย (%)

N/A 0-20 21-40 41-70 >70

ประเทศ	ฉีดครั้งแรก เมื่อ	จำนวนที่ฉีดแล้ว (โดส)	%ประชากรที่ฉีด อย่างน้อย 1 เข็ม	%ประชากรที่ ฉีดครบ 2 เข็ม	%ประชากรที่ ฉีดเข็ม 3
อินโดนีเซีย	13 ม.ค.64	183,477,223	41.4%	25.1%	-
เวียดนาม	8 มี.ค.64	74,050,037	53.9%	22.0%	-
ไทย	28 ก.พ.64	71,237,520	61.0%	43.4%	3.3%
ฟิลิปปินส์	1 มี.ค.64	56,202,893	27.3%	23.4%	-
มาเลเซีย	24 ก.พ.64	49,253,453	77.6%	73.1%	-
กัมพูชา	10 ก.พ.64	28,409,973	80.9%	76.9%	10.2%
พม่า	27 ม.ค.64	18,089,109	22.6%	10.4%	-
สิงคโปร์	30 ธ.ค.63	10,012,470	78.6%	79.3%	12.1%
ลาว	21 ก.พ.64	5,953,418	43.5%	37.3%	-
บรูไน	1 เม.ย. 64	592,613	79.1%	55.3%	-

เปิดประเทศ 14 ต.ค. 64

เปิดประเทศ ร.ค. 64

เปิดประเทศ 1 พ.ย. 64

เปิดประเทศ 6 ก.ย. 64

เปิดประเทศ พ.ย. 64

เปิดประเทศ 1 ต.ค. 64

เปิดประเทศ 19 ต.ค. 64

เปิดประเทศ 15 ต.ค. 64

ที่มา : Bloomberg, covidvax.live 26 ตุลาคม 2564

หน้า 7 ของ 15 หน้า

กระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม

อว.