

CÔNG TY CỔ PHẦN
CHỨNG KHOÁN THÀNH CÔNG

THANHCÔNG
SECURITIES COMPANY

CỘNG HÒA XÃ HỘI CHỦ NGHĨA VIỆT NAM
Độc lập - Tự do - Hạnh phúc

THE SOCIALIST REPUBLIC OF VIETNAM
Independence - Freedom - Happiness

Số: 149/2026/TCSC-CBTT
No.: 149/2026/TCSC-CBTT

TP. Hồ Chí Minh, ngày 14 tháng 07 năm 2026
Ho Chi Minh City, July 14, 2026

CÔNG BỐ THÔNG TIN BẤT THƯỜNG
EXTRAORDINARY INFORMATION DISCLOSURE

Kính gửi: - Ủy Ban Chứng Khoán Nhà nước/ *The State Securities Commission*
- Sở Giao dịch Chứng khoán Việt Nam/ *Vietnam Exchange*
- Sở Giao Dịch Chứng Khoán Thành Phố Hồ Chí Minh/ *Hochiminh Stock Exchange*

1. Công ty: CÔNG TY CỔ PHẦN CHỨNG KHOÁN THÀNH CÔNG
Name of organization: *THANHCÔNG SECURITIES COMPANY*

Mã chứng khoán: TCI
Securities Symbol: *TCI*

Địa chỉ: Lầu 2, số 6 Hồ Tùng Mậu, Phường Sài Gòn, TP.HCM
Address: *2nd Floor, No. 6 Ho Tung Mau St., Saigon Ward, HCM City*

Điện thoại/Telephone: 028-38270527

Fax.: 028-38218010

2. Nội dung thông tin công bố/ *Contents of disclosure:*

Công ty Cổ phần Chứng khoán Thành Công (TCSC) công bố thông tin Nghị quyết HĐQT số 43/2026/NQ-HĐQT ngày 13/07/2026 thông qua Bộ nhận diện thương hiệu mới của Công Ty nhằm tái định vị hình ảnh TCSC. (Nội dung chi tiết tại Nghị quyết đính kèm).

ThanhCong Securities Company (TCSC) hereby discloses Resolution No. 43/2026/NQ-HDQT dated July 13, 2026 of the Board of Directors approving of the Company's new Brand Identity to reposition TCSC. (Details are set out in the attached Resolution).

(Đối với trường hợp đính chính hoặc thay thế thông tin đã công bố cần giải trình rõ nguyên nhân đính chính hoặc thay thế)/ *In case of correction or replacement of previously disclosed information, explanation is needed).*

3. Thông tin này đã được công bố trên trang thông tin điện tử của công ty vào ngày 14/07/2026 tại đường dẫn: <https://tcsc.vn/Về TCSC/TCSC/Tin tức>.

This information was published on TCSC's website on July 14, 2026, as this link <https://tcsc.vn/About TCSC/TCSC/TCSC News>.



Chúng tôi xin cam kết các thông tin công bố trên đây là đúng sự thật và hoàn toàn chịu trách nhiệm trước pháp luật về nội dung các thông tin đã công bố.

We hereby certify that the information provided is true and correct and we bear the full responsibility to the law.

Tài liệu đính kèm/Attached documents:

Nghị quyết HĐQT số 43/2026/NQ-HĐQT ngày 13/07/2026.

Resolution No. 43/2026/NQ-HĐQT dated July 13, 2026.

**Đại diện tổ chức
Organization representative**

Người UQ CBTT

Person authorized to disclose information
(Ký, ghi rõ họ tên, chức vụ, đóng dấu)
(Signature, full name, position, and seal)



TRỊNH TẤN LỰC



CÔNG TY CỔ PHẦN
CHỨNG KHOÁN THÀNH CÔNG
THANHCONG SECURITIES
COMPANY

Số/No.: 43/2026/NQ-HĐQT

CỘNG HÒA XÃ HỘI CHỦ NGHĨA VIỆT NAM
Độc lập – Tự do – Hạnh phúc
SOCIALIST REPUBLIC OF VIETNAM
Independence – Freedom - Happiness

Tp. Hồ Chí Minh, ngày 13 tháng 07 năm 2026
Ho Chi Minh City, July 13, 2026

NGHỊ QUYẾT
RESOLUTION

V/v Thông qua bộ nhận diện thương hiệu mới của Công ty
Re: Approval of the new brand identity of the Company

HỘI ĐỒNG QUẢN TRỊ CÔNG TY CỔ PHẦN CHỨNG KHOÁN THÀNH CÔNG
BOARD OF DIRECTORS OF THANHCONG SECURITIES COMPANY

- Căn cứ Luật Doanh nghiệp số 59/2020/QH14 ngày 17/06/2020 của Quốc hội nước Cộng hòa Xã hội Chủ nghĩa Việt Nam và các văn bản hướng dẫn thi hành ("**Luật Doanh Nghiệp**");
Pursuant to the Law on Enterprise No. 59/2020/QH14 dated June 17, 2020 of the National Assembly of the Socialist Republic and documents guiding the implementation ("**Law on Enterprises**");
- Căn cứ Luật Chứng khoán số 54/2019/QH14 ngày 26/11/2019 của Quốc hội nước Cộng hòa Xã hội Chủ nghĩa Việt Nam và các văn bản hướng dẫn thi hành;
Pursuant to the Law on Securities No. 54/2019/QH14 dated November 26, 2019 of the National Assembly of the Socialist Republic of Vietnam and documents guiding the implementation;
- Căn cứ Điều lệ của Công ty Cổ phần Chứng khoán Thành Công ("**Công Ty**" hoặc "**TCSC**");
Pursuant to the Charter of ThanhCong Securities Company ("**Company**" or "**TCSC**");
- Căn cứ Biên bản họp số 23/2026/BB-HĐQT ngày 13/07/2026 của Hội đồng quản trị ("**HĐQT**") của Công Ty.
Pursuant to the Meeting Minutes No. 23/2026/BB-HĐQT dated July 13, 2026 of the Company's Board of Directors ("**BOD**").

QUYẾT NGHỊ
RESOLVED

THANHCONG SECURITIES CO.

A: 2nd floor, No. 6 Ho Tung Mau St., Sai Gon W., HCMC
T: (+84 28) 3827 0527 | F: (+84 28) 3821 80 10

www.tcsc.vn



Điều 1. Thông qua Bộ nhận diện thương hiệu mới của Công Ty nhằm tái định vị hình ảnh TCSC từ một công ty chứng khoán truyền thống sang doanh nghiệp công nghệ tài chính (Fintech) ứng dụng AI, lấy khách hàng làm trung tâm; xây dựng hình ảnh thương hiệu hiện đại, tích cực, minh bạch và dễ tiếp cận đối với thế hệ khách hàng mới. (Đính kèm Đề án chuyển đổi nhận diện thương hiệu).

Article 1. *Approval of the Company's new Brand Identity to reposition TCSC from a traditional securities company into a customer-centric financial technology (Fintech) enterprise leveraging artificial intelligence (AI), and to establish a modern, positive, transparent, and accessible brand image for the next generation of customers. (The brand identity transformation plan is attached.)*

Điều 2. Giao và ủy quyền cho Ban Tổng Giám đốc của Công Ty tổ chức triển khai Đề án; quyết định các nội dung, lộ trình triển khai, lựa chọn nhà cung cấp, ký kết các hợp đồng, văn bản cần thiết; công bố thông tin và thực hiện các công việc liên quan theo quy định của pháp luật.

Article 2. *To assign and authorize the Board of Management of the Company to organize the implementation of the Plan; determine the implementation details and timeline; select service providers; negotiate and execute the necessary agreements and related documents; carry out information disclosure; and perform all other related tasks in accordance with applicable laws and regulations.*

Điều 3. Nghị quyết này có hiệu lực kể từ ngày ký. Các thành viên HĐQT, Ban điều hành Công Ty, các Bộ phận, Phòng, Ban và Cá nhân có liên quan chịu trách nhiệm thi hành Nghị quyết này.

Article 3. *This Resolution takes effect from the date of signing. The members of the BOD, the Board of Management of the Company, the relevant Divisions, Departments and Individuals are responsible for implementing this Resolution.*

Nơi nhận/ To:

- Như Điều 3/ As Article 3;
- Lưu: VP.HĐQT/ Archived: Office of the BOD.

TM. HỘI ĐỒNG QUẢN TRỊ
ON BEHALF OF THE BOARD OF DIRECTORS
CHỦ TỊCH
CHAIRWOMAN



VU THỊ NHƯ MAI

THANHCÔNG SECURITIES CO.

A: 2nd floor, No. 6 Ho Tung Mau St., Sai Gon W., HCMC
T: (+84 28) 3827 0527 | F: (+84 28) 3821 80 10

www.tcsc.vn



IV.

CÂU CHUYỆN THƯƠNG HIỆU
VÀ HÌNH ẢNH NHẬN DIỆN MỚI

ĐỊNH HƯỚNG CHUYỂN ĐỔI NHẬN DIỆN THƯƠNG HIỆU

THANHCÔNG Securities
QUALITY MAKES DIFFERENCE



 TCSC

LOGO ICON



Growth

Mũi tên thể hiện sự tăng trưởng của Tài chính



Virality

Sự lan toả từ trung tâm



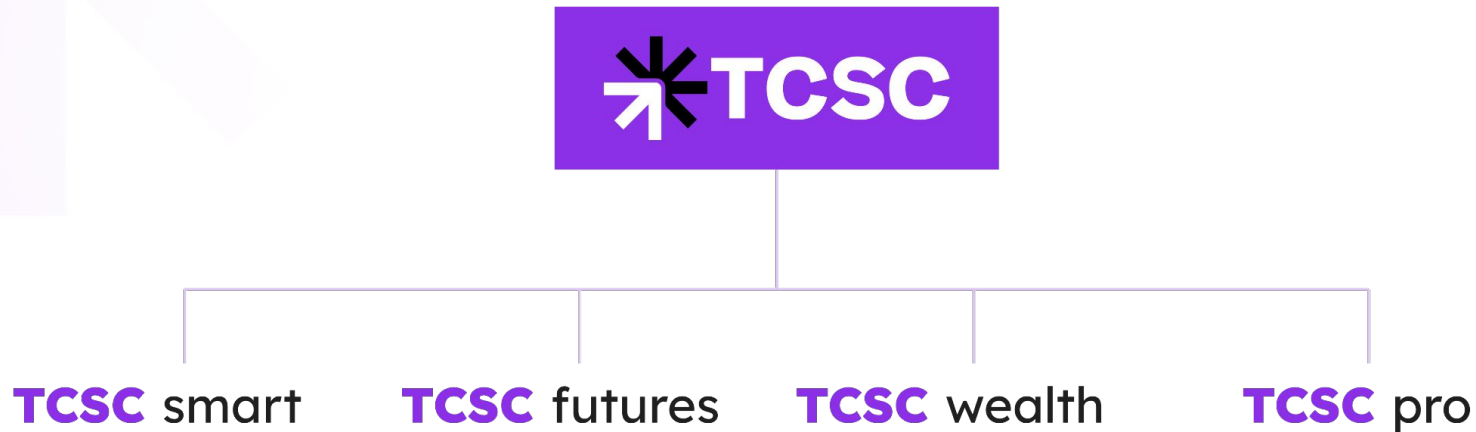
Positivity

Tăng trưởng và toả sáng

Tài chính Tích cực với AI

Hình ảnh mới của Công ty CK Thành Công, một cú chuyển mình từ Công ty Chứng khoán Truyền thống đến hình ảnh Công ty Công nghệ Tài chính hướng đến Người dùng Đại chúng

TCSC LÀ THƯƠNG HIỆU CỦA CÔNG TY VỚI CÁC NHÓM SẢN PHẨM TRỢ THỦ TÀI CHÍNH 





CÂU CHUYỆN THƯƠNG HIỆU



Tinh hướng Thị trường

Nhiệm vụ Nhân hàng

Đối tượng Chiến lược

Lợi ích Thương hiệu

Điểm khác biệt

Tính cách Thương hiệu

Ngành tài chính đang trải qua sự chuyển đổi mạnh mẽ, với sự bùng nổ của công nghệ, số hóa và nhu cầu đầu tư ngày càng gia tăng. Thị trường chứng khoán và các sản phẩm tài chính trở nên dễ tiếp cận hơn, mở ra nhiều cơ hội nhưng cũng đặt ra thách thức trong việc lựa chọn kênh đầu tư an toàn, minh bạch và hiệu quả.

Trong bối cảnh đó, người trẻ (Gen Z) đang trở thành nhóm khách hàng tiềm năng lớn trong lĩnh vực tài chính, với tư duy chủ động và nhu cầu đầu tư ngày càng mạnh mẽ. Khác với thế hệ trước, họ không chỉ tiết kiệm mà còn tìm kiếm cơ hội đầu tư từ sớm, hướng đến tự do tài chính.

Thế hệ Gen Z dần thay đổi góc nhìn về tài chính cá nhân, ưu tiên trải nghiệm tích cực và lối sống hết mình nhưng vẫn cân đối tài chính bền vững cho tương lai. Tìm kiếm các giải pháp đầu tư đơn giản, cá nhân hóa và minh bạch.

Công nghệ và mạng xã hội là kênh tiếp cận chính, giúp họ nhanh chóng tiếp thu kiến thức tài chính, đồng thời cộng đồng đầu tư đóng vai trò quan trọng trong việc chia sẻ kinh nghiệm và tạo niềm tin.

Trong bối cảnh này, một nền tảng tài chính thông minh, dễ tiếp cận và hỗ trợ chuyên sâu chính là điều người trẻ cần để xây dựng tương lai tài chính vững chắc và tích cực.

CÂU CHUYỆN THƯƠNG HIỆU



Tinh huống Thị trường
Nhiệm vụ Nhân hàng
Đối tượng Chiến lược
Lợi ích Thương hiệu
Điểm khác biệt
Tính cách Thương hiệu

Hướng đến Tương Lai Tài Chính Tích Cực

Cuộc sống tích cực, tươi đẹp không tự nhiên mà đến, mọi quả ngọt đều khởi nguồn từ nền tảng vững chắc, phát triển và lan toả, tài chính và tương lai lạc quan cũng vậy.

Tại TCSC, chúng tôi tin rằng một tương lai tài chính tích cực không chỉ là việc gia tăng tài sản, mà còn là khả năng kiểm soát tài chính thông minh, bền vững và chủ động trong mọi quyết định đầu tư. Trên hành trình ấy, TCSC luôn đồng hành, mang đến các giải pháp tài chính ưu việt giúp bạn tận hưởng cuộc sống lạc quan,

TCSC – Hướng đến Tương Lai Tài Chính Tích Cực, đồng hành cùng bạn trên mọi bước đường.

CÂU CHUYỆN THƯƠNG HIỆU



Tinh huống Thị trường
Nhiệm vụ Nhân hàng
Đối tượng Chiến lược
Lợi ích Thương hiệu
Điểm khác biệt
Tính cách Thương hiệu

Người trẻ (22 - 35 tuổi) có thu nhập ổn định và mong muốn tối ưu hóa tài chính cá nhân.

Những cá nhân có tư duy chủ động về tài chính, tìm kiếm cơ hội đầu tư để gia tăng tài sản thay vì chỉ tiết kiệm thụ động. Theo đuổi tự do tài chính, và cuộc sống trải nghiệm tích cực.

Nhóm đối tượng có hiểu biết về công nghệ, thích ứng nhanh với nền tảng tài chính số, mong muốn trải nghiệm đầu tư tiện lợi và cá nhân hóa.

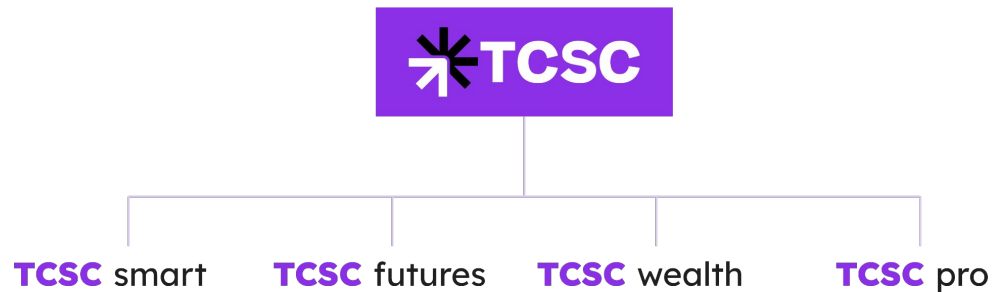
Họ không chấp nhận rủi ro mù quáng, mà tìm kiếm thông tin, dữ liệu đáng tin cậy trước khi đưa ra quyết định tài chính.

Coi trọng sự minh bạch, an toàn và hiệu quả trong đầu tư, nhưng vẫn muốn giữ được sự linh hoạt và kiểm soát tài chính theo phong cách riêng.

CÂU CHUYỆN THƯƠNG HIỆU



Tình huống Thị trường
Nhiệm vụ Nhân hàng
Đối tượng Chiến lược
Lợi ích Thương hiệu
Điểm khác biệt
Tính cách Thương hiệu



CÂU CHUYỆN THƯƠNG HIỆU



Tinh huống Thị trường
Nhiệm vụ Nhân hàng
Đối tượng Chiến lược
Lợi ích Thương hiệu
Điểm khác biệt
Tính cách Thương hiệu

Functional Benefit

Giúp người trẻ tiếp cận, quản lý tài chính dễ dàng với các công cụ đầu tư thông minh, đơn giản và cá nhân hóa thông qua **TCSC Wealth** - Nền tảng chiến lược ứng dụng AI trong Tư Vấn Quản trị Tài sản.

Cung cấp giải pháp đầu tư linh hoạt, tối ưu lợi nhuận, giúp vừa tận hưởng cuộc sống vừa đảm bảo tài chính vững bền thông qua **TCSC Futures** - Nền tảng đầu tư chứng khoán chuyên nghiệp và Phái sinh.

Kết nối, xây dựng cộng đồng đầu tư minh bạch, tin cậy thông qua **TC247** - Nền tảng cho Môi giới nhằm cung cấp các Công cụ AI giúp Môi giới quản trị và chăm sóc khách hàng hiệu quả hơn.

Emotional Benefit

Sống trọn vẹn, không lo lắng: Người trẻ có thể tận hưởng những trải nghiệm đáng giá mà vẫn yên tâm về tương lai tài chính.

Tự tin, tự do tài chính: Họ có thể ra quyết định tài chính một cách chủ động, thông minh và không bị ràng buộc.

Cảm giác an toàn & kiểm soát: Họ biết rằng mình có một nền tảng đáng tin cậy giúp cân bằng giữa tận hưởng hôm nay và vững chắc ngày mai.

CÂU CHUYỆN THƯƠNG HIỆU



Tinh huống Thị trường
Nhiệm vụ Nhân hàng
Đối tượng Chiến lược
Lợi ích Thương hiệu
Điểm khác biệt
Tính cách Thương hiệu

Hệ sinh thái AI toàn diện trong tài chính

Khác biệt cốt lõi: AiMÊ VN không chỉ là một công cụ AI tài chính – đây là một hệ sinh thái AI toàn diện, kết hợp trí tuệ nhân tạo với sự cá nhân hóa để giúp mọi người đầu tư, quản lý tài sản và tối ưu tài chính theo cách đơn giản và thông minh nhất.

Tư vấn thông minh, cá nhân hóa theo thời gian thực:

AiMê không chỉ cung cấp dữ liệu mà còn phân tích, tư vấn chiến lược đầu tư phù hợp với từng cá nhân, giúp người dùng ra quyết định nhanh và chính xác hơn.

Tự động hóa và tối ưu hóa trải nghiệm người dùng:

Tận dụng sức mạnh AI để tự động hóa quản lý tài sản, tối ưu chiến lược đầu tư mà không cần chuyên môn sâu, giúp mọi người đều có thể tiếp cận tài chính thông minh.

Tối ưu hóa hiệu suất làm việc: AiConnect đóng vai trò CapCut trong lĩnh vực chứng khoán, giúp môi giới cá nhân hóa nội dung, tạo lợi thế cạnh tranh so với thị trường.

CÂU CHUYỆN THƯƠNG HIỆU



Tinh huống Thị trường

Nhiệm vụ Nhân hàng

Đối tượng Chiến lược

Lợi ích Thương hiệu

Điểm khác biệt

Tính cách Thương hiệu

Positivity (Tích cực)

Chúng tôi luôn tin rằng nền tảng tài chính bền vững là tiền đề tạo nên một cuộc sống tích cực, lạc quan. Chúng tôi luôn duy trì tinh thần lạc quan, chủ động và đổi mới trong mọi hoạt động. Sự minh bạch, tận tâm và cam kết mang lại giá trị thực giúp chúng tôi xây dựng niềm tin vững chắc với khách hàng, đồng hành cùng họ trên hành trình tài chính tích cực và bền vững.

Virality (Lan tỏa)

Chúng tôi không chỉ cung cấp dịch vụ tài chính mà còn tạo ra sức ảnh hưởng mạnh mẽ trong cộng đồng đầu tư. Thông qua việc chia sẻ tri thức, xây dựng hệ sinh thái tài chính mở và kết nối cộng đồng nhà đầu tư - môi giới, chúng tôi thúc đẩy một môi trường đầu tư minh bạch, dễ tiếp cận và lan tỏa.

Growth (Tăng trưởng bền vững)

Chúng tôi tập trung vào sự phát triển lâu dài, giúp khách hàng không chỉ bảo vệ tài sản mà còn tối ưu hóa giá trị đầu tư. Với chiến lược đổi mới và ứng dụng công nghệ AI, chúng tôi không ngừng mở rộng cơ hội tài chính, thúc đẩy tăng trưởng bền vững cho cả nhà đầu tư và thị trường.

ỨNG DỤNG NHẬN DIỆN THƯƠNG HIỆU

Online | [Logo Trading App System](#)



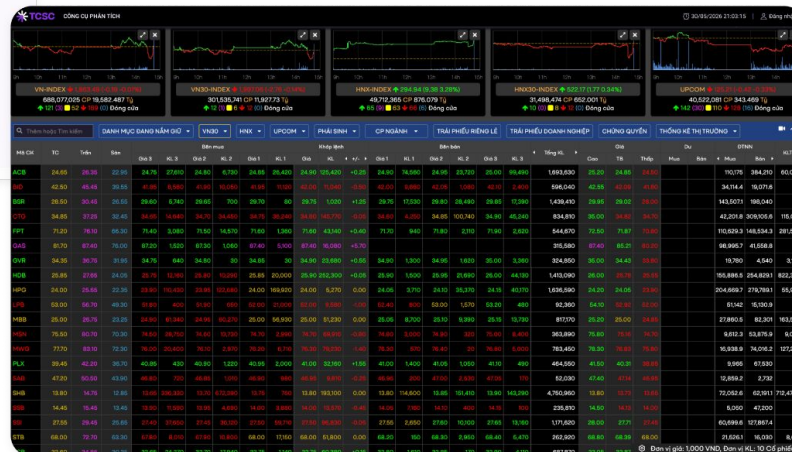
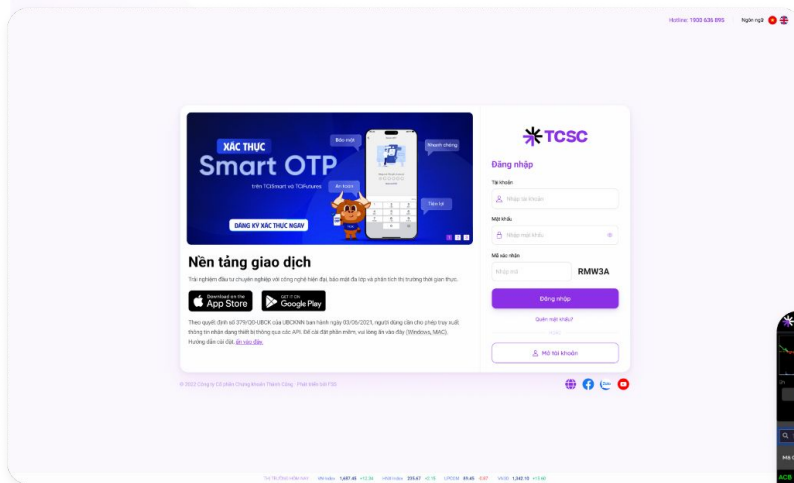
TCSC smart (Cơ sở)



TCSC futures (Phái sinh)

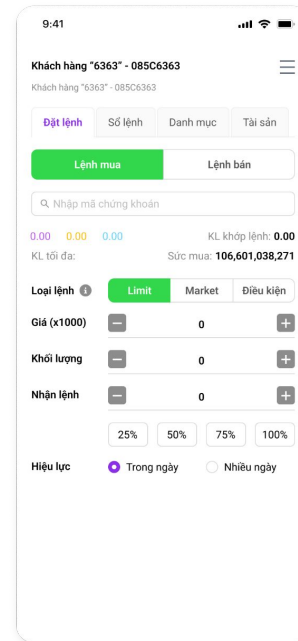
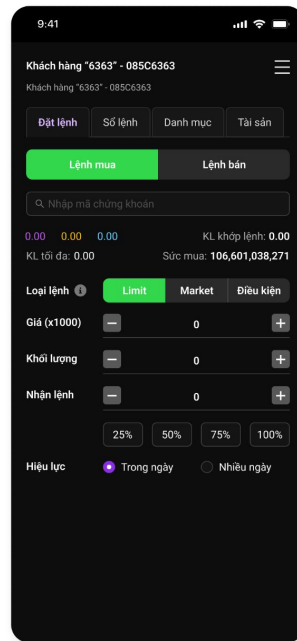
ỨNG DỤNG NHẬN DIỆN THƯƠNG HIỆU

Online | Dashboard UI system



ỨNG DỤNG NHẬN DIỆN THƯƠNG HIỆU

Online | Dashboard UI system



ỨNG DỤNG NHẬN DIỆN THƯƠNG HIỆU



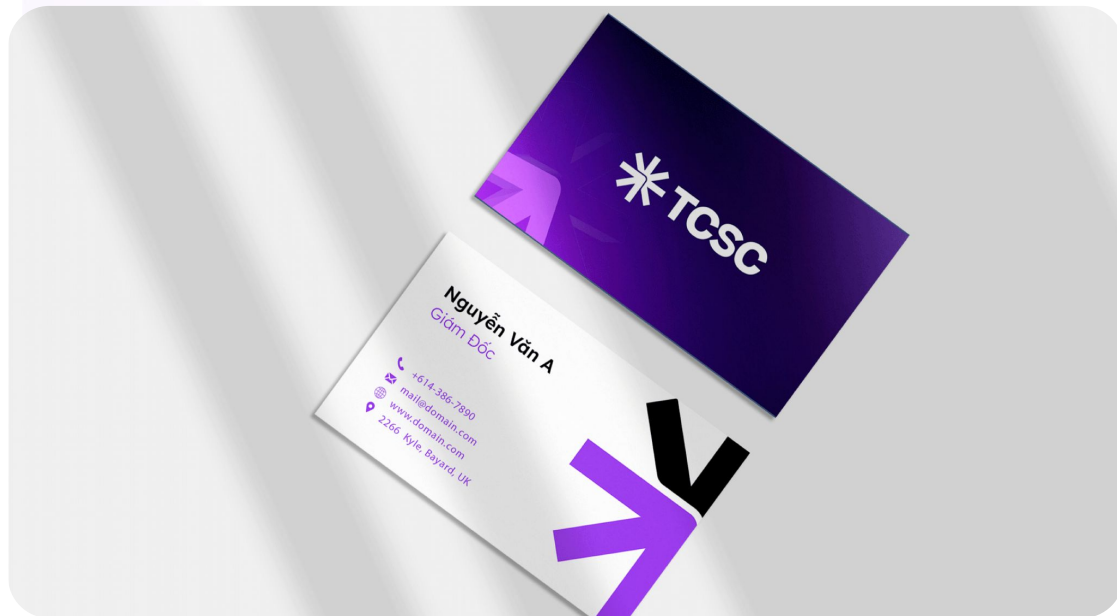
Thẻ nhân viên



ỨNG DỤNG NHẬN DIỆN THƯƠNG HIỆU



Name Card



ỨNG DỤNG NHẬN DIỆN THƯƠNG HIỆU



Bao thư



Bình giữ nhiệt





PHỤ LỤC



ĐỐI TƯỢNG MỤC TIÊU NGẮN - TRUNG HẠN



Gia Đình Trẻ (có thu nhập, thiếu kế hoạch tài chính)

Tổng quan về đối tượng

- **Độ tuổi:** 22 – 35 tuổi
- **Thế hệ:** Gen Z cuối & Millennials đầu (giai đoạn ổn định sự nghiệp), chuẩn bị lập gia đình / mới lập gia đình / có con nhỏ.
- **Công việc:** nhân viên văn phòng, quản lý trẻ, kỹ sư/công nghệ, sales, chủ shop/SME.
- **Mức thu nhập:** 20 – 60 triệu/tháng/hộ (1–2 nguồn thu, dòng tiền tốt nhưng phân bổ chưa tối ưu)
- **Lối sống:** bận rộn, nhiều trách nhiệm; ưu tiên ổn định – hiệu quả – tiết kiệm thời gian
- **Tư duy tài chính:** cần “kế hoạch tích sản” cho các mục tiêu cụ thể (mua nhà/xe, cưới, sinh con, quỹ dự phòng, bảo hiểm); ưu tiên minh bạch và an toàn hơn “lướt sóng”

“Pain points” và Mong muốn:

- **Điểm đau (Pain points):**
 - + Áp lực chi tiêu lớn (nhà ở, cưới hỏi, con cái) → khó cân đối dòng tiền
 - + Có tiền nhưng không có lộ trình: tiết kiệm–đầu tư–bảo vệ chưa bài bản
 - + Thiếu thời gian theo dõi thị trường; sợ rủi ro, sợ tin giả/chiêu trò
 - + Dễ “đứt kỷ luật” vì bận rộn và cảm xúc
- **Mong muốn:** Công cụ đơn giản – đáng tin – có lộ trình rõ ràng theo từng mục tiêu. Tư vấn bằng ngôn ngữ đời thường, hạn chế thuật ngữ. Giải pháp “trọn gói” theo nhu cầu: tích lũy + đầu tư + bảo vệ (quỹ/bank/bảo hiểm)

Insight

Với gia đình trẻ, đầu tư không phải để “đánh nhanh thắng nhanh”, mà để chủ động tương lai: có kế hoạch rõ, tăng tài sản đều đặn và an tâm trước rủi ro – càng ít tổn thời gian càng tốt.

ĐỐI TƯỢNG MỤC TIÊU DÀI HẠN



Gen Z mới đi làm – Young professionals (có thu nhập, thiếu kế hoạch tài chính)

Tổng quan về đối tượng

- **Độ tuổi:** 18 – 24 tuổi
- **Thế hệ:** Gen Z – nhóm đang trong giai đoạn đầu sự nghiệp
- **Công việc:** Nhân viên văn phòng, freelancer, startup founder trẻ, kỹ sư công nghệ, designer, marketer.
- **Mức thu nhập:** 12 – 30 triệu/tháng (có thu nhập nhưng chưa tối ưu hóa tài chính)
- **Lối sống:** Họ bận rộn với nhiều deadlines và nỗ lực cho những mục tiêu cao
- **Tư duy tài chính:** Bắt đầu quan tâm đến đầu tư, tài chính cá nhân, mong muốn tự do tài chính trong tương lai.

“Pain points” và Mong muốn:

- **Điểm đau (Pain points):**
 - + Kiểm được tiền nhưng không biết quản lý, dễ tiêu xài hoang phí. Không biết bắt đầu đầu tư từ đâu, chưa có kế hoạch rõ ràng
 - + Sợ bị lừa đảo trước rất nhiều những nguồn thông tin không đáng tin cậy, thiếu minh bạch.
 - + Áp lực tài chính từ xã hội và bản thân.
- **Mong muốn:** Cần sự hỗ trợ từ công cụ tài chính gắn gũi, tin cậy, để giúp họ có thể tối ưu hoá tài chính sẵn có, đạt đến lối sống cân bằng, tích cực và tự do.

Insight

Với nền tảng tài chính vững vàng, Gen Z không chỉ đầu tư để kiếm tiền, mà để tự do khám phá, phát triển bản thân và tận hưởng cuộc sống một cách trọn vẹn.



Thank you





IV.

BRAND STORY

AND NEW VISUAL IDENTITY

BRAND IDENTITY TRANSFORMATION STRATEGY

THANHCONG
Securities
QUALITY MAKES DIFFERENCE



LOGO ICON



Growth

Mũi tên thể hiện sự tăng trưởng của Tài chính



Virality

Sự lan toả từ trung tâm



Positivity

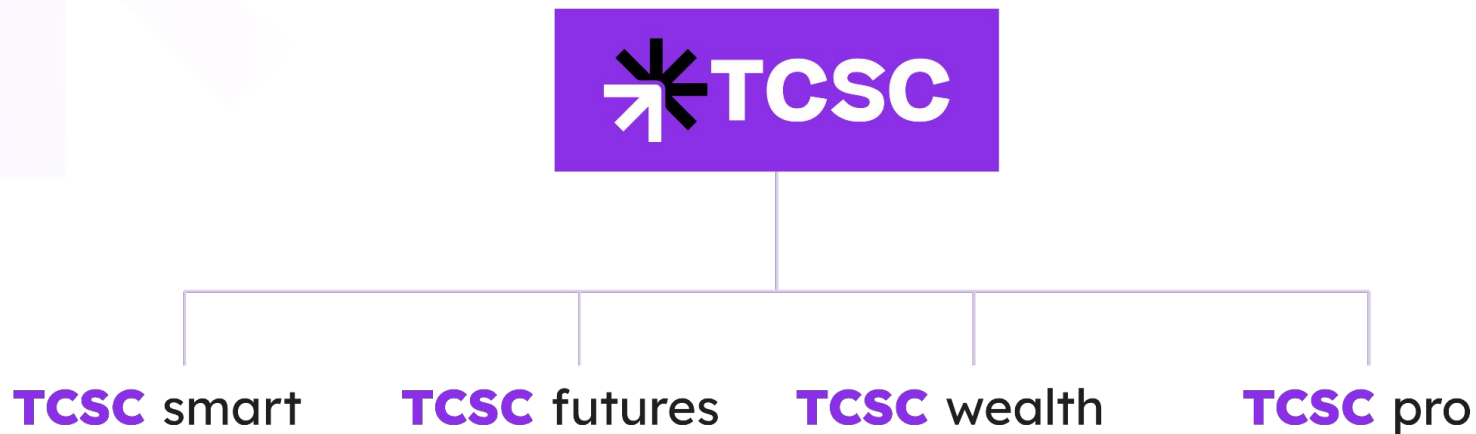
Tăng trưởng và toả sáng



AI wealth positivity

The new brand identity of Thanh Cong Securities, marking our transition from a traditional securities to a consumer fintech enterprise

TCSC BRAND ARCHITECTURE & FINANCIAL PRODUCT SUITE





BRAND STORY



Market Scenarios

Brand Mission

Target Audience

Brand Benefits

Differentiators

Brand Personality

The financial industry is changing fast with the boom of technology, digital tools, and growing investment needs. The stock market and financial products are now easier to access, opening many opportunities but also making it a challenge to find safe, reliable, and effective ways to invest.

In this environment, youth (Gen Z) are a massive potential market for finance, driven by a proactive mindset and strong investment needs. Unlike older generations, they don't just save money, they look for early investment opportunities to reach financial freedom.

Gen Z is shifting their mindset on personal finance, preferring positive experiences and active lifestyles while keeping a stable financial balance for the future. They seek simple, personalized, and clear investment choices.

Technology and social media are the main channels helping them quickly absorb financial knowledge, while investment communities play an important role in sharing experiences and building trust.

In this situation, a smart, accessible, and deeply supportive financial platform is exactly what young people need to build a solid and positive financial future.

BRAND STORY



Market Scenario

Brand Mission

Target Audience

Brand Benefits

Differentiators

Brand Personality

Towards a Positive Financial Future

A beautiful life doesn't just happen by chance; every sweet reward comes from a solid foundation that grows and spreads. The same goes for finance and an optimistic future.

At TCSC, we believe a positive financial future means more than just increasing wealth, it means smart, sustainable, and proactive control over your investments. TCSC walks with you on this journey, offering great financial tools so you can enjoy life with confidence.

TCSC – Towards a Positive Financial Future, with you every step of the way.

BRAND STORY



Market Scenario

Brand Mission

Target Audience

Brand Benefits

Differentiators

Brand Personality

Young adults (22 - 35) with stable incomes looking to optimize personal finance.

Proactive individuals searching for investment opportunities to grow wealth instead of just saving passively. They pursue financial freedom and positive life experiences.

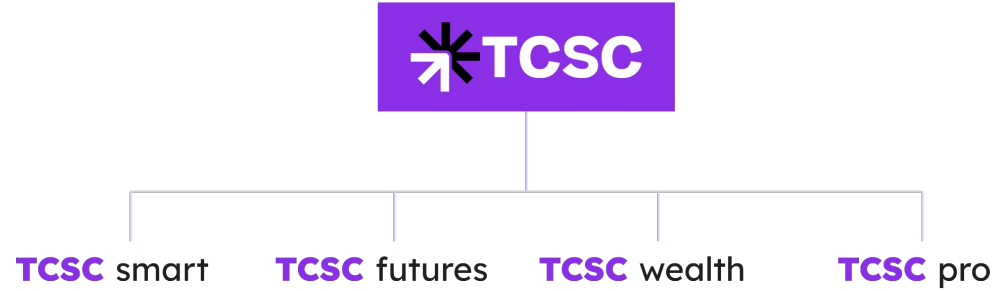
Tech-savvy users who adapt quickly to digital finance platforms, wanting convenient and customized investing.

They avoid blind risks and seek reliable data before making financial decisions.

They value transparency, safety, and efficiency in investing, while maintaining flexibility and control over their own financial style.

BRAND STORY

Market Scenario
Brand Mission
Target Audience
Core Insights
Brand Benefits
Differentiators
Brand Personality



BRAND STORY



Market Scenario

Brand Mission

Target Audience

Core Insights

Brand Benefits

Differentiators

Brand Personality

Functional Benefit

Help young people easily access and manage their money with simple, smart, and personalized investing tools through **TCSC Wealth**—a strategic AI-powered wealth advisory platform.

Provide flexible investment solutions that optimize profits, allowing users to fully enjoy life while securing a stable financial future through **TCSC Futures**—a professional stock and derivatives trading platform.

Connect and build a transparent, trusted investing community through TC247—a broker platform providing AI tools to help brokers manage and care for clients more effectively.

Emotional Benefit

Life fully, worry less: Young people can enjoy meaningful life experiences while staying worry-free about their financial future.

Confident, financially free: They can make active, smart financial decisions completely on your own.

Safety & control: A trusted companion to help you balance living for today and building for tomorrow.

BRAND STORY



Market Scenario

Brand Mission

Target Audience

Core Insights

Brand Benefits

Differentiators

Brand Personality

A comprehensive financial AI ecosystem

Core Difference: AiMê VN is not just a financial AI tool- it is a comprehensive AI ecosystem that combines artificial intelligence with personalization to help everyone invest, manage assets, and optimize finances in the simplest and smartest way.

Smart, real-time personalized advisory:

AiMê does not just provide data, it analyzes and advises on investment strategies tailored to each individual, helping users make faster and more accurate decisions.

Automation and optimized user experience:

Leverage the power of AI to automate asset management and optimize investment strategies without requiring deep expertise, making smart finance accessible to everyone.

Boosting work efficiency: AiConnect acts as the “CapCut of the stock market,” helping brokers personalize content and build a strong competitive edge in the market.

BRAND STORY



Market Scenario

Brand Mission

Target Audience

Core Insights

Brand Benefits

Differentiators

Brand Personality

Positivity

We believe that a sustainable financial foundation is the key to a positive and optimistic life. We always maintain an optimistic, proactive, and innovative spirit in everything we do. Transparency, dedication, and a commitment to delivering real value help us build strong trust with our clients, walking beside them on a positive and sustainable financial journey.

Virality

We do not just provide financial services, we also build a strong impact within the investing community. By sharing knowledge, building an open financial ecosystem, and connecting investors with brokers, we drive a transparent, accessible, and highly connected investment environment.

Growth

We focus on long-term growth, helping clients not only protect their assets but also optimize their investment value. With our innovation strategy and AI technology, we continuously expand financial opportunities, driving sustainable growth for both investors and the market.

BRAND IDENTITY APPLICATIONS

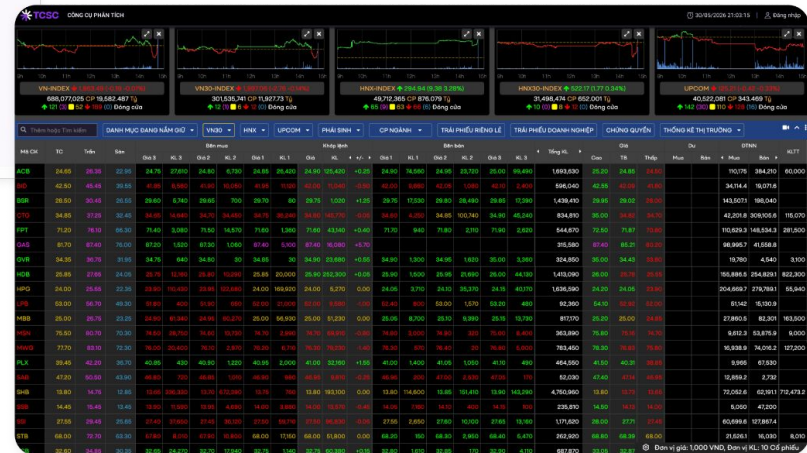
Online | **Logo Trading App System**



TCSC smart (Cơ sở)

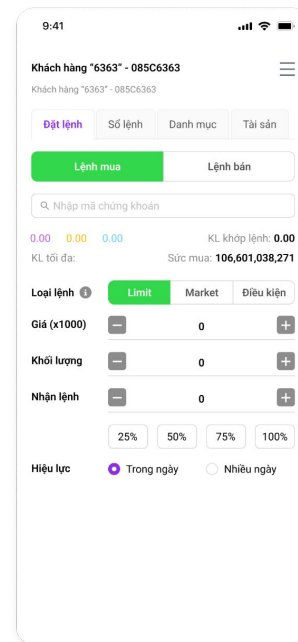
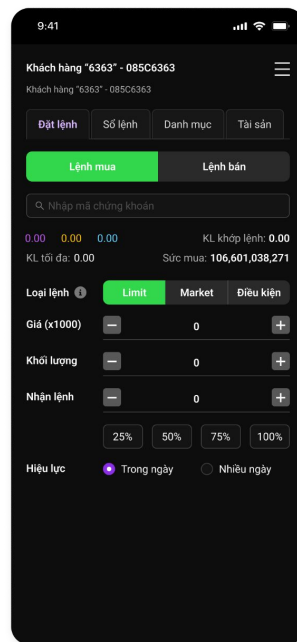


TCSC futures (Phái sinh)

[illegible]

BRAND IDENTITY APPLICATIONS

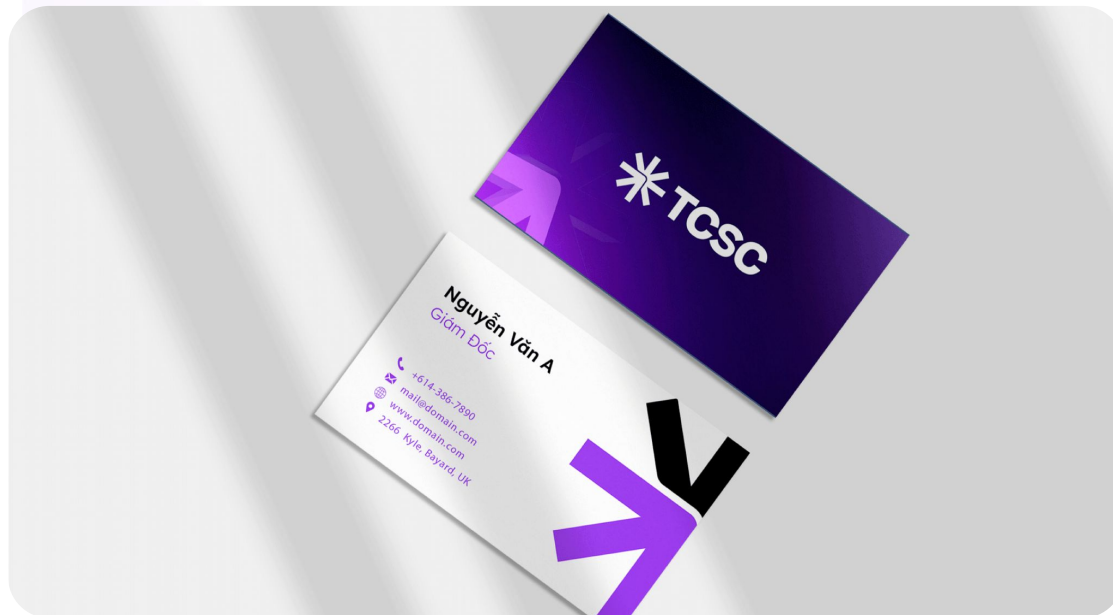
Online | Dashboard UI system



BRAND IDENTITY APPLICATIONS



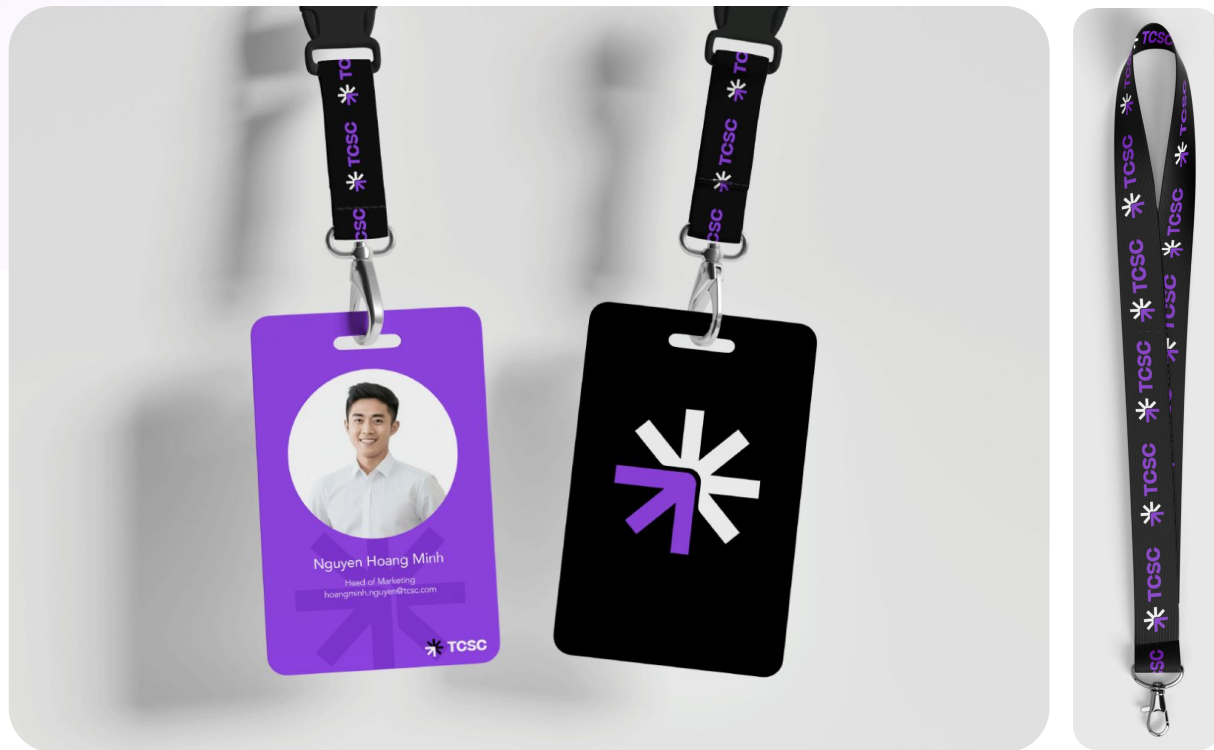
Name Card



BRAND IDENTITY APPLICATIONS



Employee card



BRAND IDENTITY APPLICATIONS



Envelope



Vacuum flask





APPENDIX



SHORT AND MID TERM TARGET AUDIENCE



Young family (has income, lacks financial plan)

Target Audience Overview

- **Age:** 22 – 35 years old
- **Generation:** Late Gen Z & Early Millennials (career stabilization phase), preparing to marry / newly married / with young children.
- **Occupation:** office workers, young managers, engineers/IT, sales, shop owners/SMEs.
- **Income:** 20 – 60 million VND/month/household (1–2 income sources, good cash flow but unoptimized allocation).
- **Lifestyle:** busy, high responsibility; prioritize stability – efficiency – saving time.
- **Financial Mindset:** Need an "asset accumulation plan" for specific goals (buying house/car, wedding, childbirth, emergency fund, insurance); prioritize transparency and safety over speculation.

Pain points and Desires:

- **Pain points:**
 - + High spending pressure (housing, family) → hard to balance cash flow.
 - + Have savings but no structured roadmap: saving – investing – protection is unorganized.
 - + Lack of time to monitor the market; fear of risks, fake news/scams.
 - + Easily lose discipline due to busyness and emotions.
- **Desires:** Simple, reliable tools with a clear roadmap for each goal. Plain-language advice with minimal jargon. "All-in-one" solutions based on needs: accumulation + investment + protection (funds/bank/insurance).

Insight

For young families, investing is not for making quick money. It is to help them control their future: a clear plan, steady growth, and safety from risks—using as little time as possible.

LONG – TERM TARGET AUDIENCE



Gen Z newbie – Young professionals (has income, lacks financial plan)

Target Audience Overview

- **Age:** 18 – 24 years old
- **Generation:** Gen Z – group in the early stages of their career.
- **Occupation:** Office workers, freelancers, young startup founders, tech engineers, designers, marketers.
- **Income:** 12 – 30 million VND/month (has income but unoptimized finances)
- **Lifestyle:** Busy with deadlines, striving for ambitious goals.
- **Financial Mindset:** Starting to care about investing and personal finance, aiming for future financial freedom.

Pain points and Desires:

- **Pain points:**
 - + Earn money but don't know how to manage, easily overspending. Don't know where to start investing, lacking a clear plan.
 - + Fear of scams amidst many unreliable, non-transparent information sources.
 - + Financial pressure from society and themselves.
- **Desires:** Need support from a relatable, trusted financial tool to help optimize their current finances, achieving a balanced, positive, and free lifestyle.

Insight

With a secure financial foundation, Gen Z invests not just to make money, but to gain the freedom to explore, grow personally, and enjoy life to the fullest.



Thank you

