

Đổi Mới Sáng Tạo

Renewal and Innovation

Copyright by Faslink

F F F F F F F F F F
ұ F F F F ұ F F F F F F F F
F F F F F F F F F F F
F F F F F F F F F F F F
F F F F F F F F F F F
F F F F F F F F F F F
F F F F F F F F F F F

ұ F F F F F F F F F F F F
F F F F F F F F F F F F
F F F F F F F F F F F

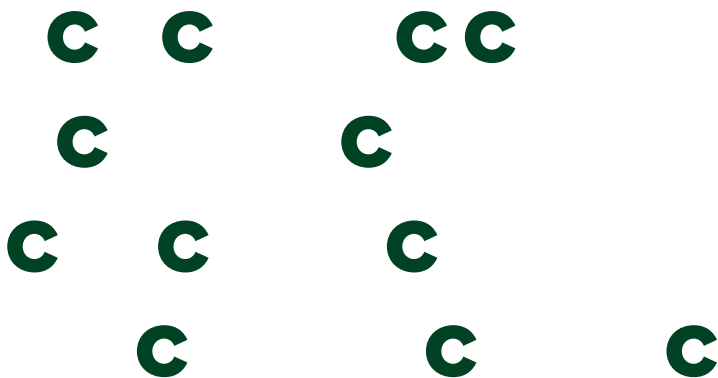
L

2 2 2 22 2 2 2 2 2 >
 2 2 2 2 2 2
 2 2 2

2 2 2 2 2 >

2 2 2 2 2 2 >
 2 2 2UQLGS

 Q 2 2 2 2 2 >
 2 2



User Experience (UX) Service

2021 1.93B USD  CAGR 37.8%

2031 48.93B USD

Quy mô thị trường UX toàn cầu

Dịch vụ trải nghiệm người dùng (UX) chịu ảnh hưởng lớn từ đại dịch COVID-19. Hành vi của khách hàng thay đổi theo **xu hướng chuyển đổi số** toàn cầu



Mở rộng các sáng kiến số hóa



Mở rộng thương mại trực tuyến



Áp dụng các công nghệ mới như IoT và AI

Nguồn: Business Research Insights

User Interface (UI) Design

2021 1.5B USD  CAGR 15.01%

2031 6.4B USD

Quy mô thị trường UI toàn cầu



Đồ họa 3D và Animation (hoạt họa)

Thiết kế 3D và hình minh họa **mang lại cảm giác chân thực**. Giao diện thu hút và hiệu quả hơn nhờ hình ảnh minh họa sinh động, nổi bật



Thiết kế giao diện qua sự phát triển của các thiết bị di động

Nhu cầu về giao diện được thiết kế **trực quan, dễ sử dụng, chuyên nghiệp** qua sự phát triển của công nghệ tiên tiến

Đi Bư Đ / Bư Đ ó ư òĐ / óĐ / óĐ ì ở ì / ưĐ ứư

 ư B B B

D D D D D D D D
 D D D D
 D D D D D D D
 D D D D D D D
 D D

 B B B

D D D D D D D D
 D D D D
 D D D D D D D
 D D D D D D D
 D D

 ò B Bờ

D D D D D D D D
 D D D D
 D D D D D D D
 D D D

 B B B

D D D D
 D D
 D D D D D D D
 D D D

 B B B

D D D D D D D D
 D D D D D
 D D D D D D D
 D D D D

 B B B

D D D D D D D
 D D D D D D D
 D D D

ó B B B B B B B B B B ư B
 B B B B B B B B B B B B
 B B B B B B B B B B
 B B B B B B B B

ộ

3%

3

3

ó

ủ3


ờo

ủ3

ủ3/3


ủ

N N N N N N N X X X
 X N N N N N N N N N
 N N N N N N N X X X X
 N N N N N N X X X X X




cY

N N N N 3 3
 N N N N N
 N N




UW

N N N N N
 N N N N N 3 3
 3 3



bW

N N N N N N
 N N N N N N
 N N N N 3 3
 3 3 3 3 3



ad

N N N N N N
 N N N N N N
 N N N 3 3 3 3
 3 3 3 3 3 3

N N N

G G G G G
G G G G
G



& 1 1 1 1
1 1 1 1 1
1 1 1

1 1 1 1 1u
1 1 1 1
1

1 1 1 1 1
gUI 1 1 1 1
1 1 1 1 1
1aU1

N N

1 1
1 1

1 1
1 1 1

& 1 1 1
1 1

1 1 1 1 1
1 1

1 1 1
1 1

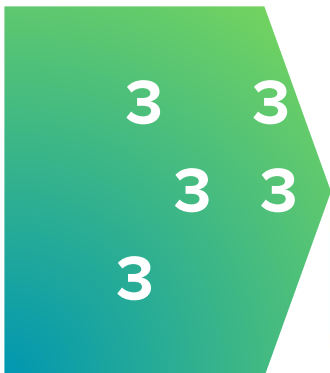
1 1 1
1 1 1

1 1 1
1 1 1

1 1 1
1 1 1



/ %3 3 %3 / 3
 % 3i %3 3i 3 %
 / 3 3



75%

Người dùng lớn tuổi ưu tiên **sự đơn giản**

78%

Thế hệ gen Y thích một **thiết kế tối giản (UI)**

Bằng cách **đơn giản hóa giao diện** và **tạo ra thiết kế tối giản**, giúp người dùng dễ dàng điều hướng và tương tác với sản phẩm hoặc nền tảng hơn

55%

Lưu lượng truy cập internet đến từ **điện thoại thông minh và máy tính bảng**

Các trang web và ứng dụng phải được **tối ưu hóa cho các kích thước màn hình** và **tương tác cảm ứng khác nhau** vốn có trên thiết bị di động



Xa c

a a 3
 3 3 3 a
 a a a a a
 a a a a
 a

ba

a a a
 a a a a
 a a a a a
 a a a 3
 3 3 3 3
 3

dO

a a
 a a a a
 3 3 3 3
 3 3 3 3
 3 a a

ử ử ử ử
 ử ử ử ử
 ử ử ử ử
 ử ử ử ử



D D D

ử D D D

D D D D
 D D D D D
 D D D D D
 D D D D
 D D D D D
 D D D D D
 D D D D D
 D D D D D
 D D D D D

D D D D D
 D D D D D D
 D D D D D D
 D D D D D D
 D D D D D D
 D D D D D D
 D D D D D D
 D D D D D D
 D D D D D D
 D D D D D D

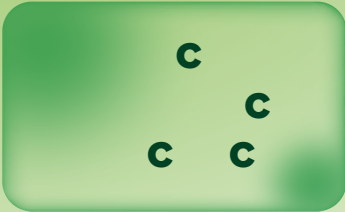
D D

ử D D D D
 D D D D
 D D D D
 D D D D
 D D D D D D
 D D D D D D
 D D D

M M

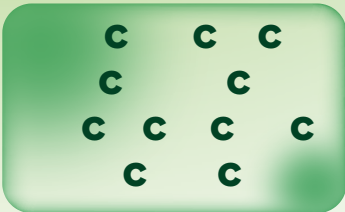
D D D D D D D D D D D D D D D D
 D D D D D D D D D D D D D D D D
 D D D D D D D D D D D D D D D D
 D D D D D D D D D D D D D D D

C C C C C :
 C C C C C ã
 C ã



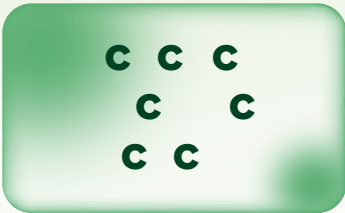
4 4 4 C
 C
 4 C C 4
 4 4 4 4

4 C C 4
 4 4 4
 4 C C 4



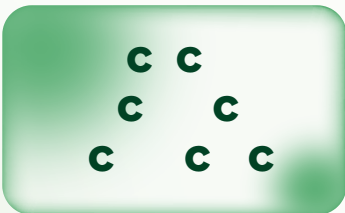
C C
 4 4 4 4
 4 4 4
 4 4
 4 4

C C C
 C C C
 4 4 4 4
 4 4 4
 4 4 4 4 4

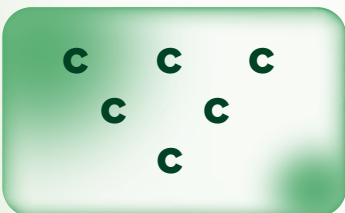


C C C C
 C C C C
 4 4 4
 4 4 4
 4

C C C
 ú 4 4
 4 4 4
 4 4
 4 4



4 4 4 4 4 4 4 4 4
 4 C C C 4 4 4 4 4
 4 4 4 4 4 4 4 4 4
 4 4 4 4 4 4 C C C
 4 C C C C C



C C C C
 C C C
 4 4 4
 4 4 4
 4 4 4

C C C
 C C
 C 4 4
 4 4 4 4
 m r 4 4 4
 4

õê õđB õđĐ õđB í B ù ư B. õêĐệí / Đ Đí ãB ù

Đ õđĐệí / B ơ Đ. ÝõđĐệ ã

/ệí / Đ Đ ưĐ. õđB ùB
õđ íĐ ã

Đ A B B B A / A A
A A A A
Ý A A / A A A A A A
B B B B B B B

/ệí / Đ Đ ù õĐí õĐệ Đ ư
õệí B íĐ õđ

ư A A, (A A A A A
A / A A A / A A A A
A B B B B B B B
B

ưĐ õđĐ Đí B í B ù
ưệ / Đ. í õĐ. ÝõđĐệ ã

Đ B A A A A A A A
A A A A A A / A
A B B / A A A A A
A A A / A A A A

Đ õđB õđB à õđĐ õđĐệ

/ệ B B ù

A A A A A A A A A
A A A A / A
Đ A A A A A A A A A A
A A A /

ã Đệ õĐ ÝB Đ íB

A A A A A A A /
A A A A
Đ A A A A A A A A A

/ . íĐĐệí ởĐ. ãĐí ưĐ Đ ÝĐ õđ

A A A A A A A A A
A A A
Đ A A / A A A A A A
A A A / A



B B B B B
 B B B B B



T T T T
 T T T T
 T T T
 T



B B B T T
 T T T T T
 T T T T
 T T



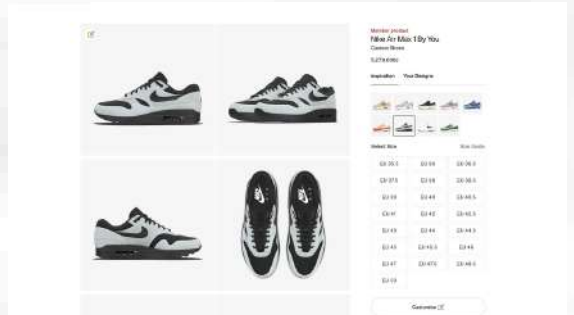
B B B B B B T
 T T T T T T T
 T T T T



B B B B B T T T
 T T T T T T T
 T T



B B B T T T T
 T T T T T T T
 T T T T T T T
 T T T T



T T T T T T T T T
 T T T T T T T
 T T T T T T
 T T T T T



B B B B T T T T
 T T T T T T T
 T T T T T T T
 T T T T T T

D D D D D

D D D D D

D

QUA LĂNG KÍNH UX: PHÁT TRIỂN SẢN PHẨM THỜI TRANG

	Khám phá	Định nghĩa	Phát triển	Triển khai		
Mô hình trình bày quy trình phát triển sản phẩm thời trang của một nhà sản xuất	Nghiên cứu - Nghiên cứu định tính (xu hướng thời trang, đánh giá của khách hàng) - Nghiên cứu định lượng (Bản sản phẩm) - Phân tích đối thủ - Yêu cầu của các bên liên quan	Tổng hợp - Bảng tâm trang, bảng vải, bảng màu - Xác định thị trường mục tiêu; xu hướng và màu sắc - Nguồn cung ứng vải và đồ trang trí	Thiết kế - Lên ý tưởng và vẽ phác thảo - Chế tạo bản phác họa - Bản phác thảo chi tiết cho nhà tạo mẫu - Tạo mẫu đầu tiên - Lắp lại (nếu cần thiết) - Bắt đầu T/pack (Garment Blueprint) cho mẫu	Nguyên mẫu - Phát triển mẫu showroom - Trình bày với các bên liên quan - Lắp lại (dựa trên ý kiến của các bên liên quan)	Xây dựng - Chuyển giao cho team sản xuất - Xây dựng nguyên mẫu (phụ kiện, kiểm tra vải, phê duyệt, mẫu chấm điểm) - Mẫu T.O.P (Mẫu cuối cùng trước khi giao hàng)	Giao hàng - Tung ra thị trường - Quy mô và mức độ tăng trưởng (Re-orders) - Theo dõi khả năng bán hàng - Lắp lại dựa trên kết quả
Mô hình trình bày quy trình thiết kế UX của một sản phẩm kỹ thuật số	- Nghiên cứu định tính (phỏng vấn, câu hỏi dựa trên bối cảnh) - Nghiên cứu định lượng (khảo sát, số liệu về sản phẩm/ trang web) - Phân tích cạnh tranh - Yêu cầu của các bên liên quan	- Bản đồ tương đồng (Affinity Mapping) - Chân dung khách hàng (Personas) - Bản đồ hành trình khách hàng - Ý tưởng - Đặt vấn đề - Ưu tiên tính năng	- Studio thiết kế - Phác thảo - Cấu trúc thông tin - Sơ đồ trang web - Luồng tác vụ, luồng người dùng và dòng chảy (Task flows, User flows, Wire flows) - Tạo khung dây - Bảng tâm trang	- Tạo mẫu (lo-fi cho đến hi-fi) - Thử nghiệm tính khả dụng - Thử nghiệm A/B - Lắp lại - Hướng dẫn mẫu - Hệ thống thiết kế - Trình bày với các bên liên quan	- Bàn giao cho team Dev - Xây dựng nguyên mẫu - MVP	- Tung ra thị trường - Quy mô và mức độ tăng trưởng - Theo dõi số liệu - Lắp lại dựa trên kết quả



ậ ẽ đ í 2 ờ đ í 2 ì đ ạ ẽ ờ ử 2 ồ í đ 2
ó đ ê ó 2 2 ề ờ ử 2 đ ẽ ờ ả í ả

O ấ ố ậ ì ợ ấ ờ 2 đ ệ 2 đ

ờ ư

ư / 2 2 2 2 2 C
C C C C C C C
2 2 2 2

ó 2 .

C C 2 2 C
C C C C C C
C C C C C 2
2 2 2 2.2

Q ấ ấ ấ ấ 2 2 í đ 2 ả đ ạ

ờ ư

ó 2 C C . 2.2 / 2 2
C C C C C C C
C C C

ó 2 .

C C 2 2 2 2
- 2 C C 2. 2

R ấ ấ ợ ấ ề ì ị 2 đ ó 2 ờ ê í

ờ ư

ư / 2 2 2 2 2
2 2 2 2 C C C C
C C C C C C

ó 2 .

C 2 2 C C C C
R ấ C C C C C C C
C

S ấ ấ ề ợ ấ ờ 2 ờ ê í đ ả ê

ờ ư

C C C 2 . 2 2 . 2
C C C C C C C
C C

ó 2 .

C C 2 2 2 C
2.2 2

2 2 2 2
2 2 ÓÓ



C C C C C C
C C C C C C



C C C



G G G G
G
... B B B B
B B B B



G G G G
B B B B
B B B



C C C



G G G
B B B B
B B B B
B



G G G
B B B B B
B B B B
B B



C C C C



G G G G
B B B B B
B B B
B B B B
B



G G G G
ú B B ú B B ú B
B B B B
B



C C C C



G G G
G G G
B B B B B
B B B B B B
B B B B B



G G
B B B B
B B B B
B B B B
B

G

G

G

G

G

G

GG

G

G

G

QUY MÔ THỊ TRƯỜNG VẢI CHỐNG THẨM NƯỚC & THOÁNG KHÍ

2.18
tỷ USD

2024

2.8
tỷ USD

Đến 2029

>5%
CAGR

2024 - 2029

NHU CẦU THỊ TRƯỜNG

1

Quần áo có khả năng **chống vi khuẩn**, giúp **giảm mùi hôi** và **hạn chế sự mất nhiệt** của cơ thể

2

Xu hướng **duy trì lối sống năng động**, **lành mạnh** của người dùng

3

Xu hướng tham gia **hoạt động ngoài trời** và **các môn thể thao**

4

Sự tập trung ngày càng cao vào **tính bền vững** và **các công nghệ mới**

=> Thúc đẩy việc sử dụng **vải dệt thoáng khí, chống thấm nước** trong ngành thời trang, dệt may

G
G

G
GG

G

G

G

G

G

G

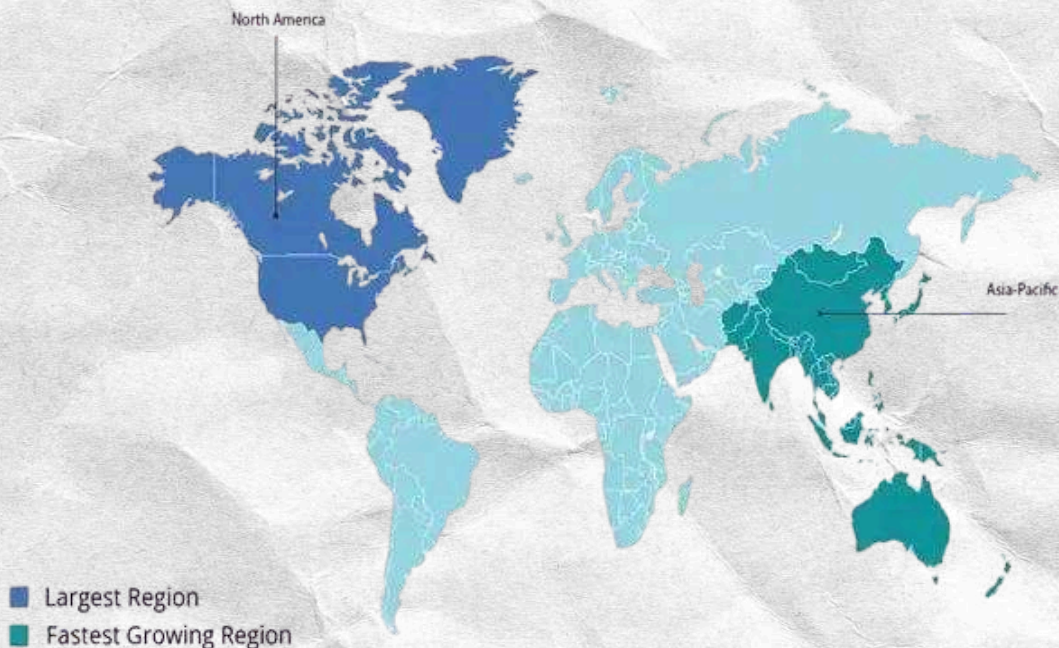
KHU VỰC TĂNG TRƯỞNG

- **Châu Á - Thái Bình Dương**

Năm 2022 với doanh thu 730,8 triệu USD và dự kiến CAGR cao nhất là 6,4%

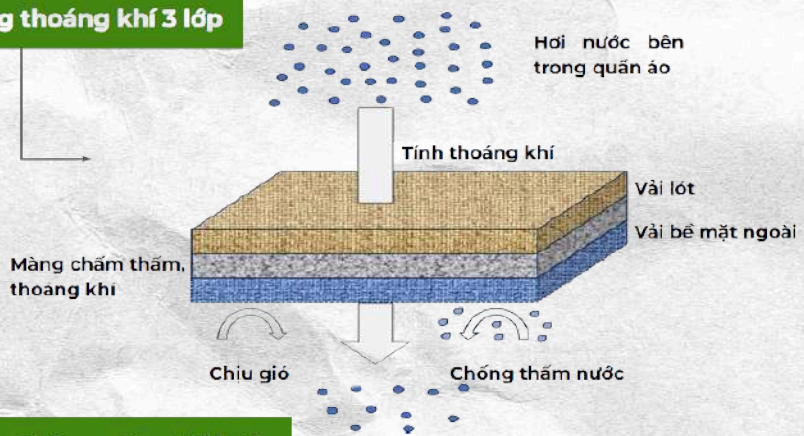
- **Bắc Mỹ**

dự kiến sẽ tăng trưởng với tốc độ đáng kể 5,7%. Hoa Kỳ chiếm thị phần doanh thu cao nhất với 72,7% năm 2022



C C C C C C
C C C C

Sơ đồ vải chống thoáng khí 3 lớp



Chất liệu chống thấm nước phổ biến



Bông ELS
(Extra-Long-Staple)



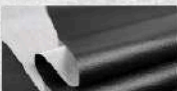
Nylon and polyester



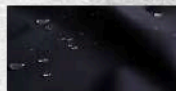
Microfibre



Cao su và mũ cao su



Vinyl



Gore-tex®

Ngoài ra, một số chất liệu như **polyurethane (PU)**, **polyacrylonitrile (PAN)**, **polyimide (PI)**, **polypropylen (PP)** được nghiên cứu và sản xuất chất liệu vải chống thấm và thoáng khí tối ưu

C C C C C
C C C C

LỰA CHỌN CỦA FASLINK

FLEX SHIRT - Tự do trong từng chuyển động



- Đàn hồi
- Bền bỉ
- Thoải mái
- Mềm mại

NANO FUNCTIONAL POLYESTER

- Sợi công nghệ với tính năng vượt trội

- Thẩm hút
- Thoáng khí
- Thoải mái
- Co giãn



1 1 1 1 1 1
 1 1 1 MY SMSU



1 100

1 1 1 1
 1 1

BISKA
 TEKSTİL



u 1 1 1i 1y 1y 1u 1o 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1
 1 1 1 1 1 1 1 1u 01 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1
 1 1 1 1 1 1 1TT 1 1 1c 1 1 1 1Te baR1 1 1 1 1 16
 1u 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1
 1 1 1 1 1

1 1 1 1 1

1 1 1 1
 1 1 1 1



eMtec
 Innovative Texting Solutions

u 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1y 1 1 1 1 1 1 1 1
 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1y 1 1 1 1 1 1 1 1
 16
 1
 1 1 1 1 1

2 2 2 2 2 2
2 2 2 T O R



2 2 U

2 2 2 2 2
2

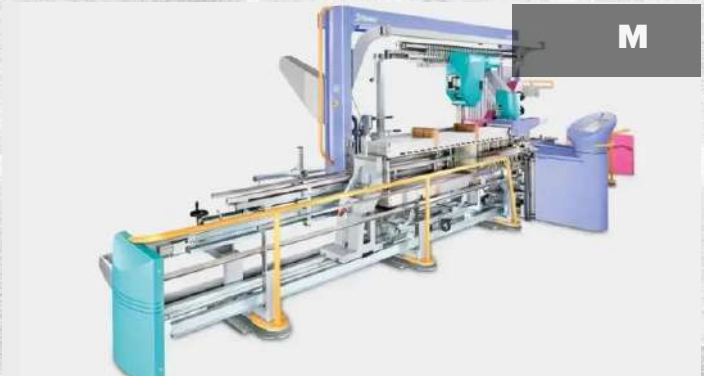
MS
PRINTING SOLUTIONS



ó øž ž 2 ž ů ž ů2 2 ý2 2 2 2 2 2 2 2 2 ž
2 2 2 ý2 2 2 ž 2 2 2 % ž øžžš2 ž 2 ýž ů
ó % žó2 2 ý2 2 ž 2 2 ů2 ž 2 2 ž 2 2 ý2
é 2 2 2 2 2 % 2 ž 2 ž 2 ž 2 ů2 2 2 2

2 2 TU

2 2 2 2 2
2



STÄUBLI

ó ý 2 2 2 2 2 ž 2 2 2 ž 2 ů 2 2 ž ů 2 žúó žU NP 2
ž ů 2 ž ž 2 2 ů2 ž ž 2 2 2 2 ž à è ò žòó ž RS2 ů2
2 2 2 2 2 ž 2 2 ž ž ž 2 ýž 2 2 2 2 2
ý% ž 2 2 2 2 2 ž 2 2 ž 2 ž 2 ž ů đ ž NJ2 2 2 2 2
2 2 2 ž 2 ž ž 2 ůž 2 2 2

Bản tin

2 2 2 2 2 2
2 2 2À/ ĐÀĐỘ



B B B B B B B B :
 B B B :



a 1 1
 a 1 1s ds ùsù/1 1s, s ùsù/



2 2 2 2SX

B B B B B B B B B B B B
 B B B B B B B B B

1 1 1 1 1 1khhh1 1 1 1 1 1 1 1 1 1
 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1
 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1
 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1
 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1
 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1
 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1
 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1
 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1
 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1

B B

B B B B B B B B
 B B B



a 1 1
 a 1 1đứđ , đ, 1 1đ đ , đ,

BERLIN
 FASHION
 WEEK

2 2 2S

B B B B B B B B B B B B
 B B B B

S S S S S S S S S S S S S S S S S S
 S S S S S S S S S S S S S S S S S S
 S S S S S S S S S S S S S S S S S S
 S S S S S S S S S S S S S S S S S S
 S S S S S S S S S S S S S S S S S S
 S S

B B B

B B B B B B B B
 B B B



a a 1 1 1 1
 a a 1qđ nữ đndố1 1qđ nữ đndố

pure x JATC
 LONDON JUST AROUND THE CORNER

C CC C C C C

: 2ữ 2 2ừ ố 2aPac2 2 2 2ad PPP2 2 2 2 2hPP2
 2 2 2 2 2 2 2 2 2 2 2 2 2 2 2
 2 2 2 2 2 2 2 2 2 2 2 2 2 2
 2 2 2 2 2 2 2 2 2 2 2 2 2 2
 2 2

ừ 2 2 2 2 2 2 2 2 2 2 2 2 2 2
 ~~~~~ ố 2 ố 2 2 2 2 2 2  
 ~~~~~ 2 2  
 ~~~~~ ố ỷ ố ố 2 2 2 2 2 2  
 ~~~~~ 2 2 2 2 2  
 ~~~~~ ố ố 2 2 2 2 2 2 2  
 ~~~~~ 2 2 2

B B B B B B B B
 B B B



PREMIÈREVISION
 NEW YORK

|||

û 1. 1ù 1- 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1
 1 1 1 1 1ұ 1 1ù 1- 1ű 1 1 1 1 1 1 1
 1 1 1cVV1 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1
 1 1 1 1 1ô 1ú 1 1 1 1a V1 1 1 1 1 1
 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1
 1ұ 1 1cVce1 1cVcg 1ù 1. 1 1 1 1 1
 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1ű 1ű 1
 û 1. 1ő

û 1. 1ù 1- 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1
 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1ұ 1 1 1 1 1 1
 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1
 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1

B B B B

1 1 1 1 1 1
1 1 1

1 1 1 1 1 1 1
1 1 1 1TOTU 1 1 1
1 1 1 1 1 1 1
1 1 1 1 1 1 1
o (u 1 1 1 1 1 1 ố
u 1 1 1 1 1 1
1 1 1 1 1 u ô&ố 1
& 1 ố 1 1 1 1 u 1
ứ 1 1 u u ố 1 1 1 1 1
1 1 1 1 1 1
1 1 1 1 1 1 1
1 1 1 1



ĐỌC THỬ NGAY



1Q1 1 1 1 1 1 1 1 1Q1,
1 1& 1 1ộ u ờIVú 1 1 1 1 1X1 1
1 1 1Q 1, 1 1 1 1 1 1 1



π 1 1 1 1 1 1 1 1 1 &
1 1 1 1 1 1 ố 1 1 1 u ự& 1
1 1 1) 1 u



1U1 1 1 1 1 1 ố 1 1 1
ố u&1 1 1 1 1 1 1 1 1UNNN 1
1 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1
1 1 1 1 1 1 u ự& 1

2 2 2 2 2 2
2 : 2 2

, 2 2 2 2 2 2 2 2 2 2 2 Sbc 2
2 2 2 2 2 2 2 2 2 2 2 2
> D D D D D D D D D D D D D D
ứ D D D D D D D D D D D D D D
D D D D D D D D D D D D D D
D D D D D D D D D D D D D D



, 2 2 2 2 2 2 2 2 2 2
D D D D D D D D D D D D
D D D D
D D D D D D D D D D D D
D D D D D D
D D D D D D D D D D D
D D D D D D D D

[ĐỌC THỬ NGAY](#)



A A A A A
A A A A



B B B
2 2
T T

B B B B B
B B B



7 7 7 7 7 7 7 7 7 7 7 7 7 7 7
7 7 7 7 7 7 7 7 7 7 7 7 7 7
7 7 7 7 7 7 7 7 7 7 7 7 7 7
7 7 7 7 7 7 7 7 7 7 7
7 7 7 7 7 7 7 7 7 7 7



B



B B



B

B B B

2 2

Sh aSaf

B B B B B B B
B B B

2 2 B B B B B B B B B B B
2 2 2 B B B B B B B B B B B
B B B B B B B B B B B B B B B
B B B B B B B B B B B B B B B
B B B B B B B B B B B B B B B
B B B B



B B B
2 2
S U i S i t

B B B B B B
B B B B B B



F F F F F F 2 2 2 2 2 2 F F F
F F F F F F F F F F F F F F F F
F F F F F F F F F F F F F F F
F F F F F F F F F F F F F F F
F F F F F F F F F F F F F F

B B B

1 1

Lg SL Sd

B B B B BB B B B B
B B B B B B B B



1

G G GG G GG
G G G GG G G G
GG G G GG G
G G GG G GG G
G GG G G GG G

(G GG G G G G
G G G G GG G
/ G G GG G GG G
G G G G G
G G G



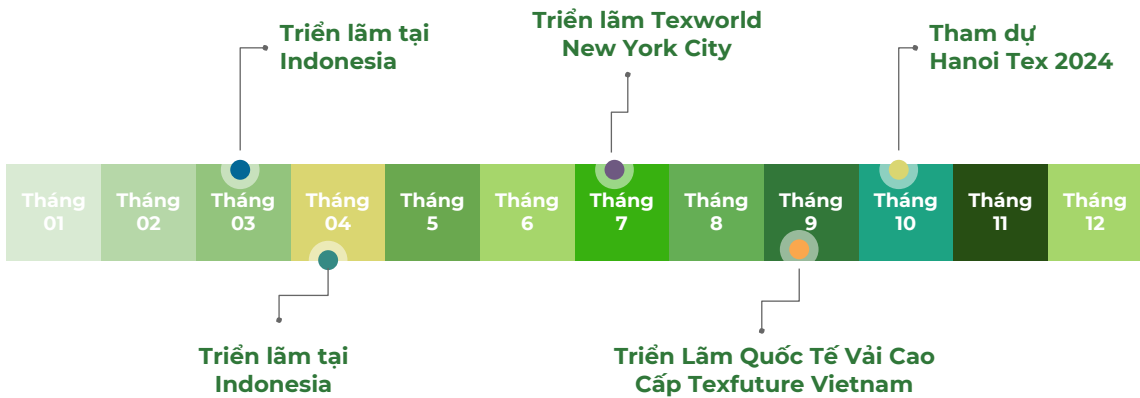
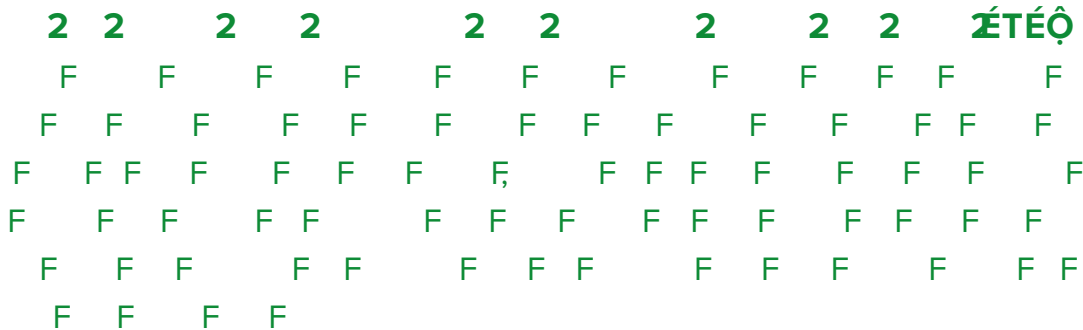
1x L L O S L Q

1Q L L O S L Q

G G GG G GG
GG G G G GG
G G G G GG G G
G G G G G G
G G

(G G G G GG G
G G G G GG G
G G G G
G G G G G G
G G GG G G
G G G GG G

MỘT SỐ BÁO CÁO VÀ HOẠT ĐỘNG ĐÁNG QUAN TÂM KHÁC



MỘT SỐ BÁO CÁO VÀ HOẠT ĐỘNG ĐÁNG QUAN TÂM KHÁC

C C C C C C C C C

D D D D D D D D D D D D D D D D
D D D D D D D D D D D D D D D D
D D D D D D D D D D D D D D D

TEX
Talk

Innovation
Talk
Sustainable
Growth

HỘI THẢO
THĂNG HẠNG THƯƠNG HIỆU
BẰNG CHIẾN LƯỢC CME

MS. SPRING TRẦN
FOUNDER @ KORO FASLINK

MS. SANDRA VU
FOUNDER VIETNAM UX SCHOOL

MRS. JEON OKJIN
CHUYÊN GIA UX/UI KOREA

THỨ 6 | 05.07.2024
08:00 - 14:00

THE VIBE CO-SPACE
51bis An Phu, Thu Duc
City, HCMC

2 ĐẠI DIỆN LOCAL BRAND VIỆT NAM



An aerial photograph of a lush, dense tropical rainforest. The canopy is a vibrant green, with various shades and textures of foliage. The text "THANKS FOR READING" is centered in the middle of the image in a bold, white, sans-serif font. The letters have a slight shadow and a textured, slightly grainy appearance, making them stand out against the complex background of the forest.

**THANKS
FOR
READING**