



Opportunity Day

November 25, 2022

Investor Relation Contact : ir@jknglobalgroup.com

JKN Official Website : www.jknglobalgroup.com



AGENDA

- Company & Business overview
- Financial performance
- Investment in MUO
- Q & A

Asian
Fantasy

Hollywood
HIT

Kids
Inspired

Music
STAR PARADE

SUPER
SHOW

I Magic
The Project

NEWS

JKN Originals

COMPANY OVERVIEW



Milestones



GROUP OF COMPANIES

TOP GLOBAL CONTENT COMMERCE COMPANY



BUSINEES OVERVIEW



Business overview

Operation Arm : Content and Commerce

JKN Best Life Co.,Ltd. (JKNBL) is a powerhouse which provide 360 full-fledged production, marketing and advertising services including airtime media buys. It also owns and operates JKN18, a national digital terrestrial TV channel in Thailand.

- JKNBL acquires, produces and distributes the following high rating content properties airing in Thailand.
- Asian Fantasy, Hollywood Hits & Super Show on almost every TV channel in Thailand including JKN18, Channel 3, Channel 8 and MCOT Networks.
- "Anne Show" on JKN18 and "Real Anne" talk shows on JKN's Official YouTube channel and Facebook Live.
- The highly anticipated annual Mega Showcase events staged in Bangkok and telecasted nationwide through JKN's network channel.
- Global financial and business news in Thai language from its licensed partnership with CNBC on JKN18.
- Various original productions and format shows such as "The Prince of Ayodhya", "Love Travels", "Street Kitchen" and "Project Runway Thailand" are in the pipeline.



JKN News



Hollywood Hits



Asian Fantasy



Bharata Pun Laan



Rukk Krachak Jai

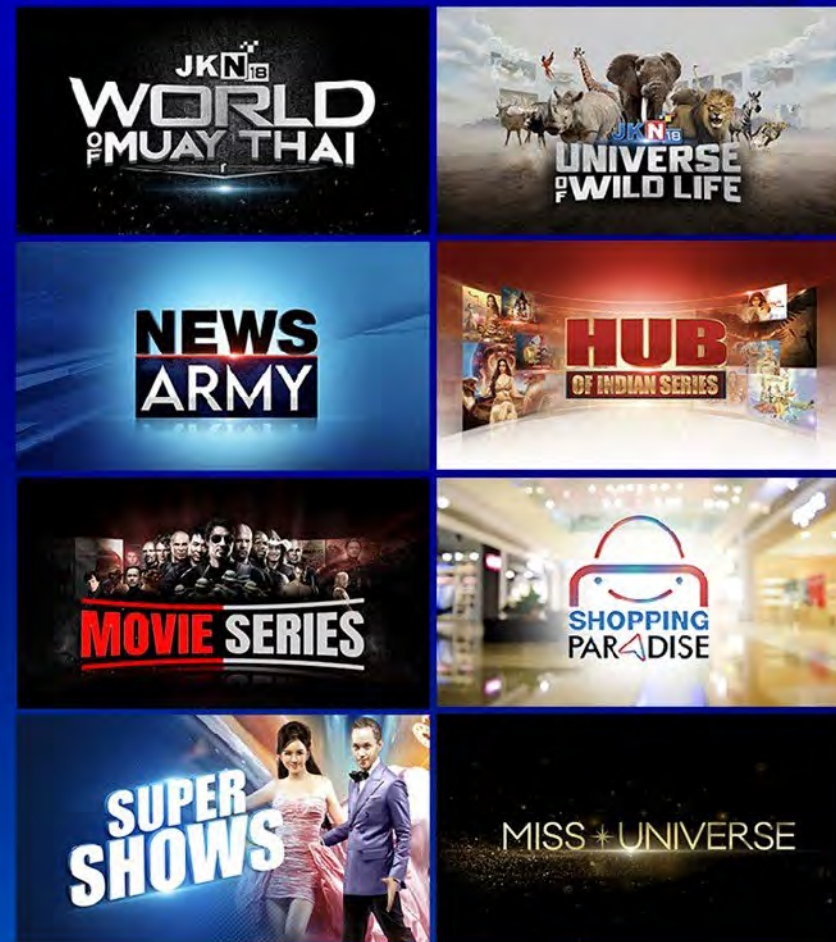


I-Magic : The Project



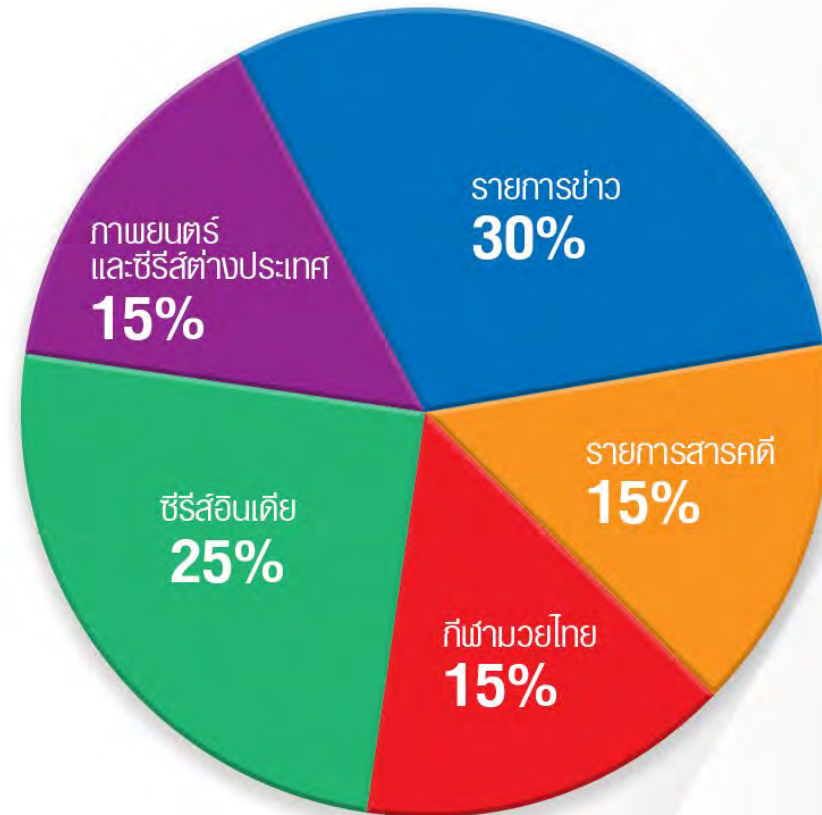


**WE'RE THE BRAND
OF KILLER CONTENTS.**



JKN18

CONSISTS OF VARIETY PROGRAMS



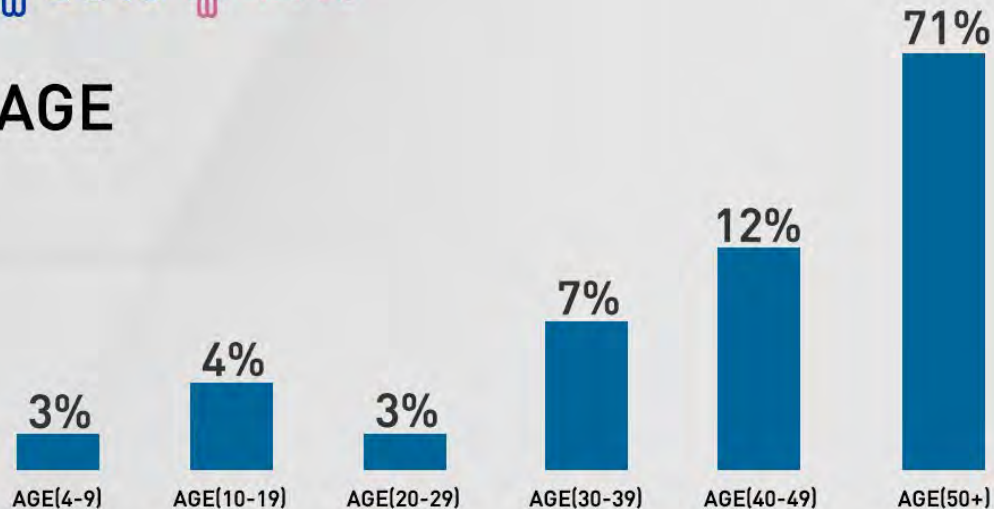


AUDIENCE DEMOGRAPHICS

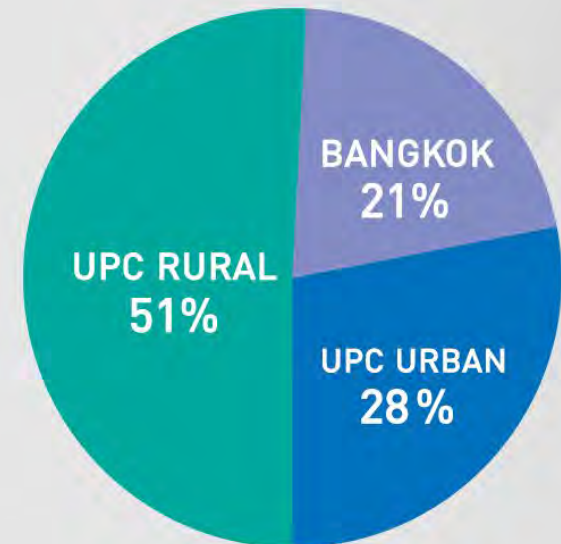
GENDER



AGE



AREA



PERFORMANCE: Y2021 – Y2022

TVR: JKN18



COMPARE RATING: OCT 21 VS. OCT 22





X



STAY TUNE WITH WORLD ECONOMIC IN EVERYWHERE

DESCRIPTION:

- AIS PLAY is a Streaming Service Provider that users always connect 24 hrs for entertainment experiences.
- JKN-CNBC has join AIS PLAY to launch the news programs on it with tie-in our products.

THE INTERESTING POINT:

- AIS PLAY HAS 8,000,000 ACTIVE USERS.



JKN-CNBC

Capitalize On It.





รัชชพล เหล่าวานิช

ดำเนินรายการ
The CNBC Conversation : คุยให้สว่าง
พิธีกรร่วม
Capital Connection : เป็นที่ลงทุน
Street Signs : จันทิกลงทุน



วรินทร์มาศ บัญญาดี

ดำเนินรายการ
Halftime Report : เจาะสนามหุ้น
Managing Thailand : พายุภัยเงินล้าน
พิธีกรร่วม
Squawk Box : ลือฤทธิ์รวย
Capital Connection : เป็นที่ลงทุน



จิรายุ จุฑาพัฑ

พิธีกรร่วม
Worldwide Exchange : ทั่วธรรมาภิบาล



นิศารัตน์ รัตนศักดิ์โสภณ

พิธีกรร่วม
Power Lunch : ฐานลงทุน
Street Signs : จันทิกลงทุน



มนิตา ประสมสุข

ดำเนินรายการ
Tech Check : เทคโนโลยีล้ำโลก
พิธีกรร่วม
Power Lunch : ฐานลงทุน
Worldwide Exchange : ทั่วธรรมาภิบาล



เจลิมพร ตันติธามรกุล

ดำเนินรายการ
Trading Nation : ตลาดหลักทรัพย์เอเชีย
The News : พลิกโฉมโลก



พิชญุตย์ โสภกิจัตถวัฒน์

พิธีกรร่วม
Squawk Box : ลือฤทธิ์รวย



เจลิมชัย ศิรินันทวิทย์

ดำเนินรายการ
The Exchange : อินตรา-ลงทุน



TOTAL REACH 42 M. USERS

MONTHLY ACTIVE USERS



1 M.



16 M.



25 M.



0.2 M.

JKN Best Life Co., Ltd.



JKNBL also owns, markets and distributes health and beauty consumer brands **C-Tria**®, **OligFiber**®, **V-Allin**®, **Hair Now**®, **Prima Collagen**®, **Fish Cap**®, **Herb Cordy**® and **Instinct by Anne JKN**® fragrance through its online retail platform, www.jknshopping.com

In addition, more than 10 food supplements with hemp (CBD) extract are currently under development.

JKN Best Life Co., Ltd. purchased numbers of products and trademarks from other JKN's related companies as part of JKN's business restructuring and expanding its business operations in terms of the sale of health, beauty and consumer products. This is the management's self-relying strategy to make JKN Best Life own the products and trademarks and to be the supplier distributor and developer of such products and trademarks and for the products which will be created in the future without relying on the related companies.

Manufacturing and Distribution of Health, Beauty and Consumer Products



JKN leverages the strong branding of its CEO as a brand and utilize **Superstar Marketing** of its content and media business to grow into the commerce sector. By using its extensive experience to select a suitable actress/actor to match its in-house product and present to their captive audience pool. JKN is looking to maximize the sales of its products in the next three years.

CEO Branding and Superstar Marketing





TO LIVE YOUR BEST LIFE



HEALTH PRODUCT



BEAUTY PRODUCT



PERSONAL CARE PRODUCT



KIDS PRODUCT

WELLNESS CATEGORY

NEW PRODUCTS Y2023

BEVBERAGE CATAGORY



เครื่องดื่ม **ดราگونเอ็กซ์ ช็อต**
ถึงเช้าโลม ผสมกรดอะมิโนและ
แร่ธาตุรวม 12 ชนิด



เครื่องดื่ม **เฮอร์บแม็กซ์ ช็อต**
ใบกัญชง ผสม L-Theanine และ
วิตามินบีรวม 8 ชนิด

WELLNESS CATEGORY



ผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร
พรีมา คอลลาเจน

Business overview

Our distribution channel – JKN Hi Shopping

Operation Arm: Commerce

JKN Hi Shopping Co.,Ltd.



JKN Hi Shopping Co.,Ltd. broadcast its TV home shopping via PSI channel 46/ GMMZ channel 43/ INFOSAT channel 46 / DTV channel 37 / Charoen Cable Channel 9/ TOT IPTV Channel 38 / AIS Play Channel 800 / 3BB TV Channel 88 and LOOX TV Application. JKN can immediately utilize these channel to perform a Direct to Customer (D2C) selling, along with HS's existing infrastructures and software that can handle large volume of sales to accelerate its reach to the untapped customer pool. This strategic acquisition is part of JKN's stepstone to make the Company as a "Content Commerce Company" by:

- Operating and distributing various consumer products through TV shopping.
- Utilizing production house to produce commercial and TV program for 3rd party.
- Consumer products to be sold through JKN TV shopping network.

JKN Hi Shopping Operates and Distribute various consumer products through TV shopping

The collage illustrates the company's operations across different product categories and live broadcast environments. The top right image shows a 'NEW' product, 'MiracleClean 6pc Flexi-Curve Deep Clean Set with Better Bristles', with an anniversary price of \$19.95. The bottom right image shows a 'SKG' massage gun being promoted with a price of 990.-. The bottom left image shows a studio set for a TV shopping program with two hosts and a large screen displaying a car.

SHOPPING BEYOND YOUR IMMAGINATION



TV



TELEMARKETING



MARKET PLACE



WEBSITE



SOCIAL MEDIA

PRODUCT VARIETY

2,000 ITEMS AND MORE THAT PROVIDED THE CUSTOMER'S
NEEDS IN ONE PLACE

Business overview

Operation Arm: Consumer Products/Food & Beverage

JKN MNB Co.,Ltd.

JKN MNB Co.,Ltd., which owns and operates a high-capacity OEM facility (ISO certification pending) catering to various third-party beverage brands and JKN inhouse beverage brands. Up to 8 million bottles are produced each month.



Business overview

Operation Arm: Consumer Products/Food & Beverage

JKN DRINK Co, Ltd.

JKN DRINK Co., Ltd. owns and distribute a and market beverages including Asian beverages, herbal concoctions and fitness tonics under its proprietary Cupid® lines, including CupidHerbMax®, CupidDragonX®, CupidTigerX®, Cupid Fitmax® and CupidFruitamin®.

The beverages retail at all supermarkets and convenience stores including Tesco, Lotus, Big C, Foodland nationwide and soon to be available at 7-11 outlets as well.

In addition, beverages with hemp(CBD) extract are currently under development.



Beverage Category



Retail Network



University of Illinois at Chicago

សម្រាប់ ឈ្មោះ អ្នកបោះឆ្នោត ទាំងអស់.....

2. Ինքնաշարժային և ավտոմոբիլային մեքենաները..... Ընդհանուր

[illegible]

အချက်အလက်	အချက်အလက်	အချက်အလက်	အချက်အလက်
အချက်အလက်	အချက်အလက်	အချက်အလက်	အချက်အလက်
အချက်အလက်	အချက်အလက်	အချက်အလက်	အချက်အလက်
အချက်အလက်	အချက်အလက်	အချက်အလက်	အချက်အလက်

[illegible][illegible][illegible]

ကျေးဇူးတင်စွာဖြင့်

1. Illegale (illegale) Handel (trade) mit (with) Waffen (weapons) in (in) der (the) Stadt (city) von (of) Paris (Paris).
 2. Ein (a) großer (big) Markt (market) für (for) Waffen (weapons) in (in) der (the) Stadt (city) von (of) Paris (Paris).
 3. Ein (a) großer (big) Markt (market) für (for) Waffen (weapons) in (in) der (the) Stadt (city) von (of) Paris (Paris).
 4. Ein (a) großer (big) Markt (market) für (for) Waffen (weapons) in (in) der (the) Stadt (city) von (of) Paris (Paris).
 5. Ein (a) großer (big) Markt (market) für (for) Waffen (weapons) in (in) der (the) Stadt (city) von (of) Paris (Paris).
 6. Ein (a) großer (big) Markt (market) für (for) Waffen (weapons) in (in) der (the) Stadt (city) von (of) Paris (Paris).
 7. Ein (a) großer (big) Markt (market) für (for) Waffen (weapons) in (in) der (the) Stadt (city) von (of) Paris (Paris).
 8. Ein (a) großer (big) Markt (market) für (for) Waffen (weapons) in (in) der (the) Stadt (city) von (of) Paris (Paris).
 9. Ein (a) großer (big) Markt (market) für (for) Waffen (weapons) in (in) der (the) Stadt (city) von (of) Paris (Paris).
 10. Ein (a) großer (big) Markt (market) für (for) Waffen (weapons) in (in) der (the) Stadt (city) von (of) Paris (Paris).

	
ԾԱՌԱՅԱՐԱՆԱԳԱՐԱՆԻ ՎԵՐԵՎՈՐԻՆԵՐ ԿԱՌԱՐԱՐՈՒՄԻ ՆԱԽԱՐԱՐՈՒՄԸ	ԾԱՌԱՅԱՐԱՆԱԳԱՐԱՆԻ ՎԵՐԵՎՈՐԻՆԵՐ ԿԱՌԱՐԱՐՈՒՄԻ ՆԱԽԱՐԱՐՈՒՄԸ

ໂທລະຄູ່ມືການປະຕິບັດ ປີທີ _____ ເດືອນ _____ ຄ.ສ. _____ (ຂາວເຈົ້າ) _____ ສຳພານ _____	ໂທລະຄູ່ມືການປະຕິບັດ ປີທີ _____ ເດືອນ _____ ຄ.ສ. _____ (ຂາວເຈົ້າ) _____ ສຳພານ _____
---	---

Figure 1. Schematic representation of the experimental design. The first part of the experiment consisted of a 10-min habituation period, followed by a 10-min test period. The test period was divided into two 5-min blocks. The first block contained five trials, and the second block contained five trials. The test period was followed by a 10-min habituation period.

การกำหนดจุดจบการศึกษาระดับมัธยมศึกษา ไม่ควรเน้นไปกับการบรรลุจุดประสงค์ที่เน้นเนื้อหาวิชาเป็นหลัก
การกำหนดจุดจบการศึกษาระดับมัธยมศึกษา ไม่ควรเน้นไปกับการบรรลุจุดประสงค์
การกำหนดจุดจบการศึกษาระดับมัธยมศึกษา ไม่ควรเน้นไปกับการบรรลุจุดประสงค์ (ควรเน้นการเรียนรู้แบบ
ผู้เรียนเป็นสำคัญ)

2000年12月29日

เอกสารนี้เป็นเอกสารราชการสงวนไว้ใช้ (สงวน) การนำขึ้นสู่สาธารณะชนโดยไม่ได้รับอนุญาต

2019年12月31日



(105)



บทวิเคราะห์ฉบับนี้จัดทำขึ้นเพื่อวัตถุประสงค์ในการให้ข้อมูลเท่านั้น และไม่ถือเป็นคำแนะนำในการลงทุน

เมื่อพิจารณาจากสมการ (1) แล้ว จะเห็นว่า ค่าของ λ ที่ทำให้สมการ (1) เป็นสมการเชิงเส้นมีค่าเป็น 0 หรือ 1 ซึ่งจะทำให้สมการ (1) เป็นสมการเชิงเส้นที่มีค่าเป็น 0 หรือ 1 ซึ่งจะทำให้สมการ (1) เป็นสมการเชิงเส้นที่มีค่าเป็น 0 หรือ 1

(๓) ใ้ข้อมูลในเอกสารประกอบการพิจารณา (๓) ชิ้น

เมื่อมีการใช้การควบคุมการจราจรทางบกฯ ไม่ให้รถจักรยานยนต์วิ่งในช่องทางเดินรถที่ 1

RECEIVED 11/11/2005

THAI.FDA.A4.9862542

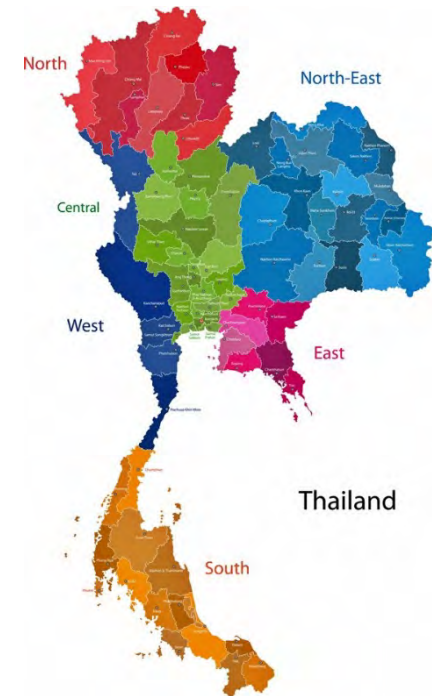
JKMN

บริษัท เจเคเอ็น เอ็มเอ็นบี จำกัด

ได้ใบอนุญาตเป็นเจ้าแรกๆ

ในการผลิตเครื่องดื่ม หรืออาหารเสริม
ที่มีส่วนผสมสมุนไพร หรือกัญชง

ผู้บริโภคสามารถเข้าถึงสินค้าได้ทั่วประเทศทั้ง Modern Trade และ Traditional Trade



กิจกรรมทางการตลาดแบบครบวงจร



FINANCIAL PERFORMANCE



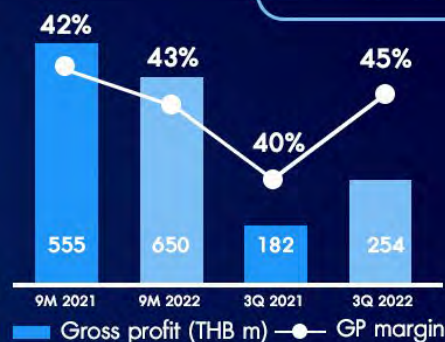
Key income statement data

Revenue



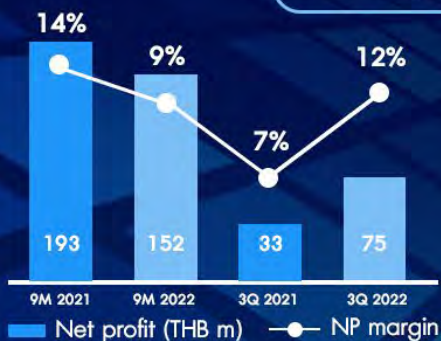
รายได้เติบโตโดยเพิ่มขึ้นจากไตรมาสเดียวกันในปีที่ผ่านมา ประมาณ 211 ล้านบาท หรือคิดเป็นประมาณ 15% เนื่องจากการขายในประเทศที่มีการเติบโตขึ้นจากการขายลิขสิทธิ์ ในช่วงทาง DTT, Cabsat และ IPTV รวมทั้งกิจการเริ่มมีรายได้จากการขายสินค้าเพิ่มเติม ตั้งแต่ช่วงกลางปีที่แล้วเป็นต้นมา

Gross profit



กำไรขั้นต้นและอัตรากำไร ขั้นต้นสำหรับงวด 9 เดือน ปรับตัวเพิ่มขึ้นจากกำไร ขั้นต้นของธุรกิจจำหน่ายลิขสิทธิ์รายการและธุรกิจขายผลิตภัณฑ์

Net profit



กำไรสุทธิลดลงจากต้นทุนทาง การเงินที่เพิ่มขึ้นรวมจากการกู้ยืมเงินจากสถาบันการเงิน และออกจำหน่ายหุ้นกู้ในช่วงปีที่ผ่านมาเพื่อใช้ในการซื้อธุรกิจในช่วง JKN18 และ MN Beverage และค่าใช้จ่ายในการขายที่เพิ่มขึ้นจากการโปรโมทสินค้า

ROA and ROE



ROA ลดลงเนื่องจากจำนวนสินทรัพย์ถาวรที่เพิ่มขึ้นจากการซื้อธุรกิจช่วง JKN 18, MN Beverage และการลงทุนใน content ที่มากขึ้น ROE ลดลงจากการปรับตัวลดลงของกำไร

Key income statement data

Administrative expenses



ค่าใช้จ่ายในการบริหารเพิ่มขึ้นเนื่องจากการซื้อกิจการในระหว่างปี 2564 และการเปลี่ยนสถานะของบริษัท เจเคเอ็น โฮ ฮีลปปิง จำกัดจากการร่วมค่าเป็นบริษัทย่อยในระหว่าง ไตรมาสที่ 2 ของปี 2565 ส่งผลให้ค่าเสื่อมราคาและค่าตัดจำหน่ายเพิ่มสูงขึ้นจากสินทรัพย์ถาวร (อาคารและอุปกรณ์) และสินทรัพย์ไม่มีตัวตนและค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับพนักงานและผู้บริหารที่เพิ่มสูงขึ้นตามจำนวนพนักงานที่เพิ่มขึ้นด้วยเช่นกัน

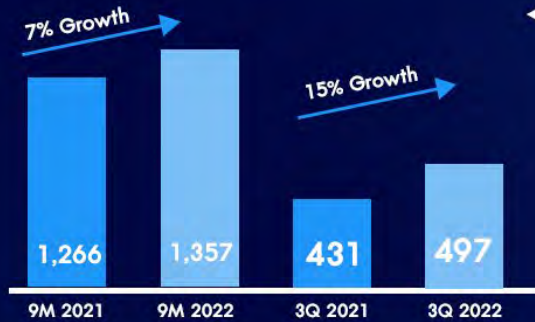
Selling expenses



ค่าใช้จ่ายในการขายและบริการเพิ่มขึ้นจากการเปลี่ยนสถานะของ บริษัท เจเคเอ็น โฮ ฮีลปปิง จำกัด จากการร่วมค่าเป็น บริษัทย่อยในระหว่างไตรมาสที่ 2 ของปี 2565 ส่งผลให้มีกลุ่มบริษัทมีค่าใช้จ่ายในการขนส่งสินค้าและบริการคอลเซ็นเตอร์ที่เพิ่มสูงขึ้น

Segment financials by platform

Content



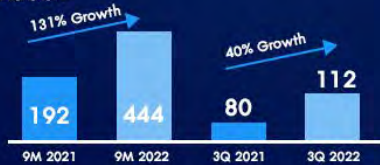
Others



DTT



Cabsat



VDO



IPTV



Total Revenue

(1) เนื่องจากลูกค้าส่วนใหญ่ต้องการซื้อลิขสิทธิ์รายการเพื่อนำไปเผยแพร่มากกว่าหนึ่งช่องทาง โดยเฉพาะอย่างยิ่งการขายลิขสิทธิ์ที่เผยแพร่ผ่านการออกอากาศได้ทั้งทางระบบดิจิทัล เคเบิลและดาวเทียม และอินเทอร์เน็ต หรือ DTT, Cabsat และ VOD นอกจากนี้ในระหว่างงวดปัจจุบันบริษัทได้เพิ่มการขายลิขสิทธิ์รายการเพื่อเผยแพร่ผ่านช่องทาง IPTV (Internet Protocol television) ส่งผลให้รายได้ในช่องทางการขายนี้เพิ่มขึ้นอีกด้วย

(2) รายได้อื่นไม่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างมีสาระสำคัญ โดยหากพิจารณาแยกตามประเภทพบว่ารายได้จากการขายสินค้าเพิ่มขึ้นเนื่องจากเพิ่งมีการเริ่มจัดจำหน่ายในช่วงปลายไตรมาสที่ 2 ของปี 2564 ในทางกลับกันบริษัทก็มีผลกำไรจากอัตราแลกเปลี่ยนเพิ่มขึ้นเมื่อเปรียบเทียบกับงวดเดียวกันของปีก่อนสาเหตุมาจากค่าเงินบาทที่อ่อนค่าขึ้นในระหว่างงวดปัจจุบัน

Segment financials by platform

Thailand



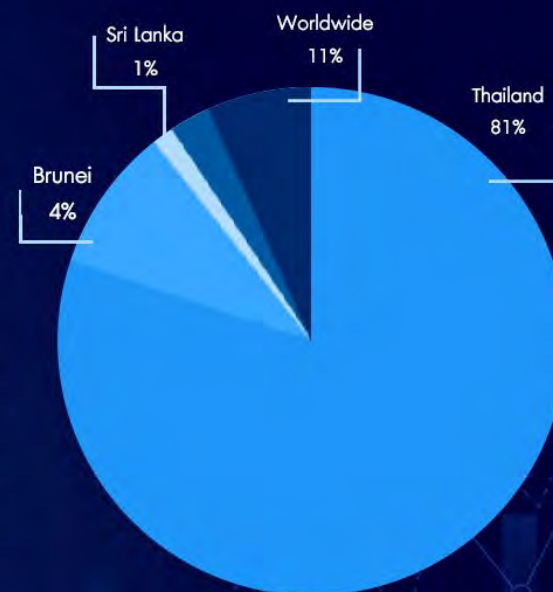
การขายในประเทศโดยรวมเพิ่มขึ้น เนื่องจากลูกค้ารายใหญ่ในประเทศ 1 ราย (Cabsat และ DTT) ,เพิ่มรายการซื้อในปีนี้ จากการที่ลิขสิทธิ์ที่ถูกค่าได้รับไปนั้นครบกำหนดอายุสัญญา รวมทั้ง การซื้อลิขสิทธิ์รายการที่เผยแพร่ผ่านช่องทาง IPTV (Internet Protocol television) ซึ่งเป็นช่องทางการเผยแพร่ใหม่ที่บริษัทได้มีการซื้อลิขสิทธิ์เพิ่มในช่วงปลายปี 2564

Others countries (Export)



รายได้จากการขายส่งออกโดยรวมลดลง เนื่องจากลูกค้ารายใหญ่ในต่างประเทศสองรายที่ซื้อลิขสิทธิ์รายการที่เผยแพร่ผ่านการออกอากาศทางสถานีโทรทัศน์ระบบเคเบิลและดาวเทียมหรือ Cabsat ซึ่งทำการซื้อขายกับบริษัทเป็นจำนวนมากในปีที่แล้ว แต่ลดรายการซื้อในปีนี้ลงจากการที่ลิขสิทธิ์รายการที่ได้รับไปนั้นยังไม่ครบกำหนดสัญญาและยังมีปริมาณที่มากพอที่จะเผยแพร่ในช่องทางของตน

Q3 2022 revenue by geography



Balance sheet summary and key financial ratios

Balance sheet summary

Balance sheet (THB m)	2021	9M 2022
Total Assets	7,408	8,908
Total Liabilities	4,699	5,629
Total Equity	2,710	3,279
Cash & Cash equivalent	100	295
Total Interests Bearing Debt	4,053	4,646
Total Asset เพิ่มขึ้น	3,953	4,349

Total Asset เพิ่มขึ้นเนื่องจากการเพิ่มขึ้นของบัญชีลูกหนี้การค้าและสินทรัพย์
ที่มาจากลงทุนซื้อสิทธิ์รายการนอกจากนี้จึงส่งผลให้กำไรมูลค่าเพิ่มหรือเรียก
คืนที่เกิดจากการลงทุนซื้อสิทธิ์รายการในประเทศก็เพิ่มขึ้นตามไปด้วย
Total Liabilities เพิ่มขึ้นมาจากการเพิ่มขึ้นของเจ้าหนี้การค้าโดยเฉพาะอย่างยิ่ง
ยังเจ้าหนี้ที่เกิดจากการซื้อสิทธิ์รายการและเงินกู้ยืมจากสถาบันการเงินและ
การออกหุ้นกู้และหุ้นกู้แปลงสภาพในช่วงเวลาเพื่อใช้ในการลงทุนในการดำเนิน
งานและการลงทุนซื้อสิทธิ์รายการ

Asset ratios (Current ratios)



Debt ratios (D/E ratios)



INVESTMENT IN MUO



Investment in MUO



MISS * UNIVERSE
BEAUTIFULLY CONFIDENT

Transaction Summary

Type of transaction:	Company acquisition
Acquisition date:	25 October 2022
Acquisition Price:	USD 14 M Plus license agreement USD 6 M (Sport content) USD 0.5 M pay by quarterly
Source of fund:	Company's working capital

Brand owner:

MISS * UNIVERSE
CONFIDENTLY BEAUTIFUL

MISS * USA
PAGEENTRY REIMAGINED

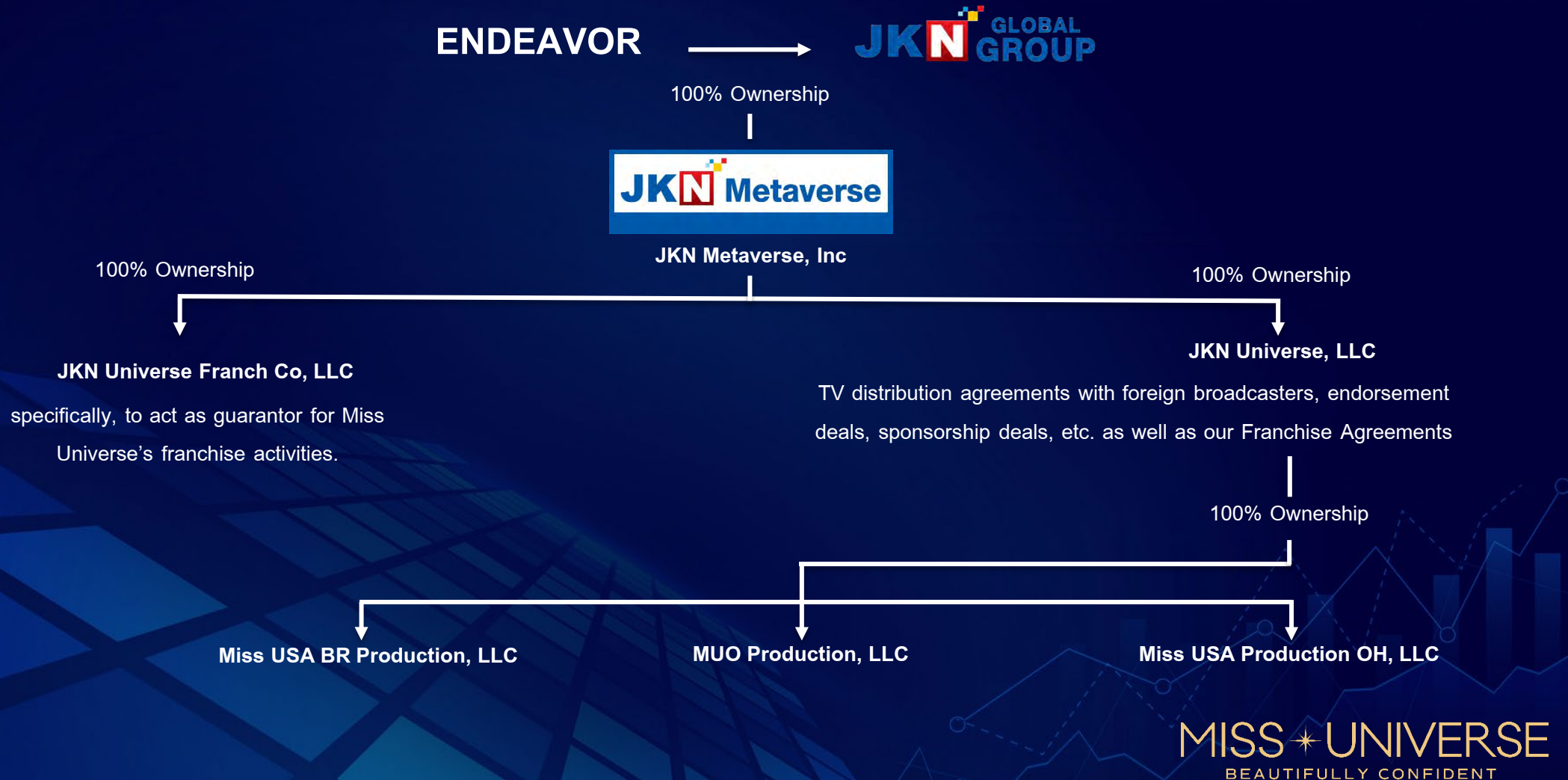
MISSTEEN * USA
PAGEENTRY REIMAGINED



Our Vision

Our strategy is to be more than a one-event organization. It has been in the last two years because of COVID. We have an aggressive plan to be a 360 brand that operates annually. The goal is to enter into a lifestyle licensing & merchandising business with location-based entertainment (LBE) being a significant part of the plan. We are also exploring the NFT space with unique digital MUO assets.

Business Structure



Management Team



Paula Shugart

President
Miss Universe Organization

Paula Shugart joined MUO in 1998 as the Vice President of Production. By 2001 she was appointed as President by then MUO owner Donald J. Trump.

As President of the Miss Universe Organization, producer of the Miss Universe, Miss USA and Miss Teen USA Pageants, Paula takes responsibilities in all business transactions and handles the production of the live worldwide telecasts each year.

Paula oversaw the successful sale of 50% of MUO to NBC Universal and has worked closely with the network in maximizing the organization's potential. The Miss USA pageants have garnered great success with "out of the box" cross-promotional concepts conceived by Paula and NBC. For example, Miss USA contestants and reigning titleholders have been featured on pageant "lead-in" episodes of "Fear Factor", "Deal or No Deal" and "Identity".



Management Team



Amy Emmerich

CEO

Miss Universe Organization

Amy is a C-suite visionary media executive with a track record of Emmy-winning original content across multiple platforms, jointed MUO in 2021.

She has experience developing content and programming for brands including HBO, MTV Networks, Travel Channel, and Vice Media. An award-winning producer with exceptional business acumen who is proven to build, grow and lead.

Ms. Emmerich is known for a combination of high-touch strategic insight, creative vision, and exceptional business acumen she is proven to build, grow and lead.

Management Team



Anne Jakrajutatip

CEO & MD
JKN Global Group Plc.

At 42, Anne Jakrajutatip, CEO of public-listed JKN Global Group is one of Asia's leading entrepreneurs in the content distribution and management business. In the short 6 years since the company's establishment, her sharp business acumen has transformed her family's humble business into the wildly successful content distribution, which owns and operates JKN 18, a 24-hour DTT channel, TV productions, live events and bringing Thai dramas to the rest of the world.

In 2019, Anne was awarded the Asian Media Woman of the year award in Singapore for her achievements and contributions to the media industry in Thailand and across the region.

The Company's success led to the launch of JKN Global Media's IPO in MAI on November 30th, 2017 then moved to the Stock Exchange of Thailand (SET) on November 12th, 2020.

JKN Global Group's astounding success under Anne Jakrajutatip's leadership also saw her personal transition to become Asia's first billionaire transwoman in the business industry. Born Andrew Jakkhapong, the eldest son of a middle-class Chinese family, Anne grew up amongst VDO tapes, VCD and DVD from his father's business dreaming of becoming an influential talk show host like Oprah Winfrey. He struggled with his gender identity throughout his youth.

Under the gaze of audiences, he transitioned from a 36-year-old Andrew to become Anne, the beautiful 39-year-old transwoman. Her personal journey of self-discovery and transformation touched the hearts of the show viewers, making her a celebrity and icon. Her true-life drama of courage, perseverance, and determination to live life as her authentic self in the face of social pressure captured the nation's imagination. Today, number of her fandoms on social medias are grew up to more than 20 million followers on Anne's overall platforms.

Management Team

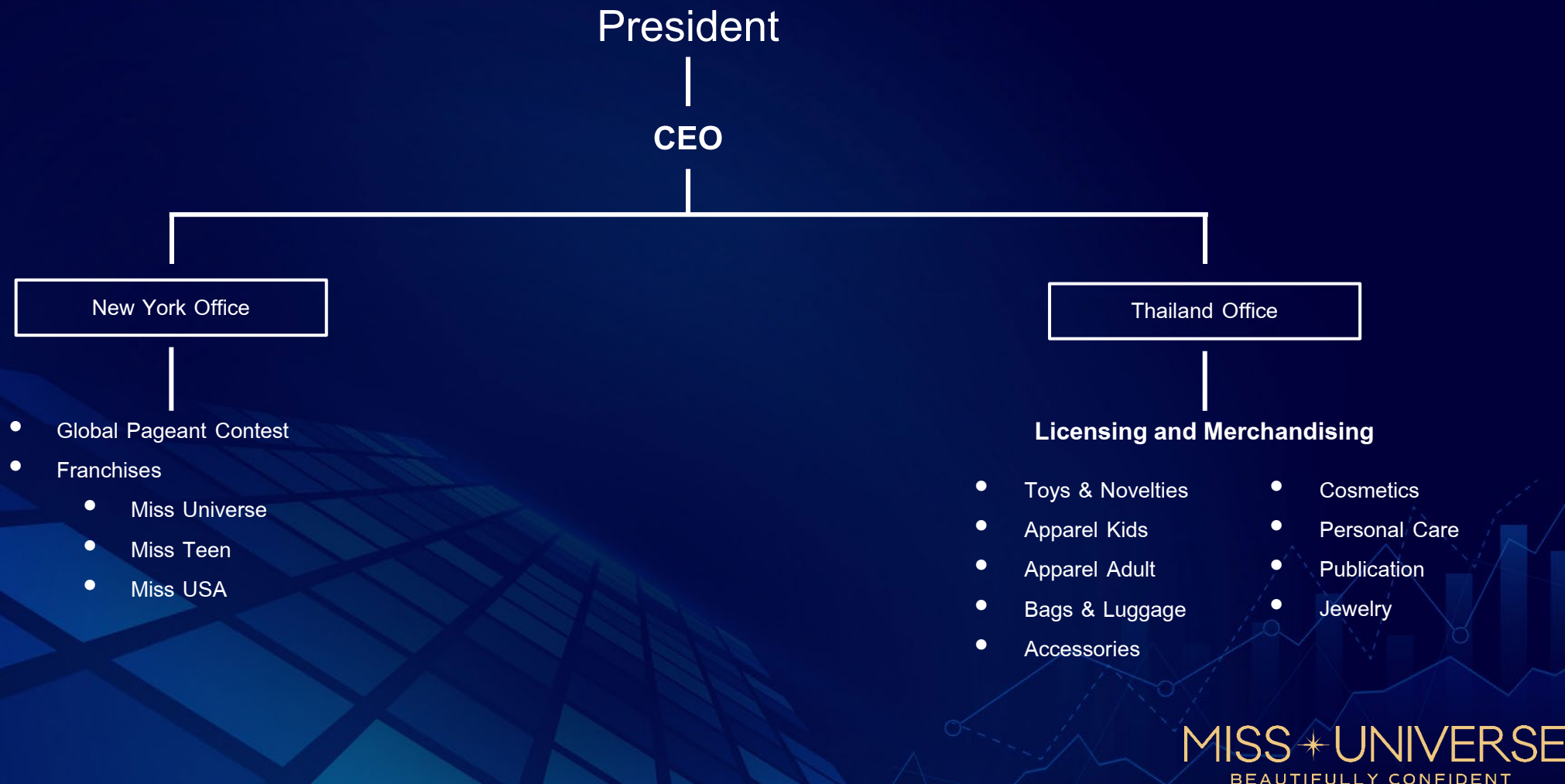


Tawn Chatchavalvong

CREATIVE DIRECTOR
Licensing & Merchandising

- ▶ Follow Your Passion, Pursue the Success of Your Dream
 - ▶ The phrase perfectly describes the path Thai designer Tawn Chatchavalvong took into the world of fashion. Tawn majored in Political Science, lived abroad, and spent the better part of a decade in the field of Public Relations. He then decided to follow his passion for fashion design. Soon after his studies at an Italian-based fashion school, Tawn's works appeared in notable fashion magazines, on the internet, leading to runway presentations receiving critical acclaims.
- ▶ Design Philosophy
 - ▶ Extolling strong classic sensibility, "TAWN C." designs are also inimitably unique. His flawless fashion acumen ceaselessly brings fresh new take in the fine details and design elements, indelibly transforming classic silhouettes to a brilliant new whole. "My inspiration mostly comes from the women that I meet and talk to. Women are essentially the ones who inspire me to produce clothes that resonate the brand's signature style. It has to express her dream, how she feels; and how it must ultimately showcase her best side. It is All about her."
- ▶ Award-winning Brand
 - ▶ As the first runner-up in the inaugural Vogue "Who's on Next" (the first adaptation in Asia of the CFDA Vogue Fashion Fund competition in 2014), "TAWN C." designs are featured regularly in prominent fashion publications, on celebrities and style influencers on social media and red-carpet events
 - ▶ In 2016, Tawn received the Pyramid of Excellence Award by fashion institute, Academia Italiana which recognizes important designers or companies who have significantly influence the field of art, fashion, architecture and photography. It is awarded to those who have make a recognizable mark and achieved excellence in their fields. Tawn is the first Thai designer to receive the award after fashion luminaries like Vivienne Westwood, Carla Fendi and Roberto Capucci.
- ▶ Bangkok, Paris, New York, St Petersburg, China – A Global Fashion Phenomenon
 - ▶ Tawn C. is currently based in Bangkok and Paris. The brand participates at Paris Fashion Week and Shanghai Fashion Week for international distribution.
 - ▶ "TAWN C." designs are available in Paris, New York, St Petersburg and Kuwait; retailing at luxury multi-label shops. It is presently available in Bangkok by appointments only.

MUO Organization



The Transformation Plan



Transformation



Current Source of Revenue

- Global Pageant Contest
- Franchises
 - Miss Universe
 - Miss Teen
 - Miss USA

Licensing and Merchandising

- | | |
|--------------------|-----------------|
| • Toys & Novelties | • Cosmetics |
| • Apparel Kids | • Personal Care |
| • Apparel Adult | • Publication |
| • Bags & Luggage | • Jewelry |
| • Accessories | |

Revenue Structure

1. Franchise fee
2. Hosting fee
3. Production fee
4. Sponsorship fee
5. Licensing & Merchandising fee
6. Broadcast fee
7. Program and format fee
8. Talent management fee
9. Ticket sales

Grand opening of MUO in Thailand

Miss Universe Extravaganza



Grand opening of MUO in Thailand

Miss Universe Extravaganza



Grand opening of MUO in Thailand

Miss Universe Gala Dinner



MISS + UNIVERSE
BEAUTIFULLY CONFIDENT

Grand opening of MUO in Thailand

Miss Universe Gala Dinner





Thank You

Investor Relation Contact : ir@jknglobalgroup.com
JKN Official Website : www.jknglobalgroup.com