

DINH THỰ NGHỈ DƯỠNG HÀNG HIỆU MANG ĐẲNG CẤP QUỐC TẾ

GRAN MELIÁ  
— NHA TRANG —  
VIETNAM

November 2021

# Northern Voyage





Sau 60 năm hành trình chinh phục thế giới với những tuyệt tác mang âm hưởng văn hóa nghệ thuật, dấu chân đầu tiên của “người khổng lồ” Tây Ban Nha đã đặt xuống dải đất Nha Trang xinh đẹp, mở ra một chương sách mới, đón đầu xu hướng dinh thự nghỉ dưỡng “hàng hiệu” đứng nghĩa tại Việt Nam.



#### Gửi những Quý khách hàng của Gran Meliá Nha Trang,

Chúng tôi rất vinh dự được gửi tới Quý khách ấn phẩm độc quyền của dự án Gran Meliá Nha Trang - Northern Voyage.

Northern Voyage - Hành trình về phương Bắc, là ẩn dụ cho chuyến hành trình đưa Quý khách từ mọi nơi đến với vùng đất phía Bắc của Nha Trang, nơi Bãi Tiên hoang sơ xinh đẹp, và cũng là nơi mà chúng tôi hân hạnh được mang đến tuyệt tác bất động sản nghỉ dưỡng Gran Meliá Nha Trang. Thông qua ấn phẩm này, chúng tôi hy vọng được chia sẻ và tâm tình cùng Quý khách những câu chuyện đằng sau một hành trình sáng tạo và kiến tạo bền bỉ suốt cả thập kỷ mà tập đoàn KDI Holdings đã trải qua một cách đầy tự hào.

Có những phát kiến được nảy sinh chỉ trong vài giây khắc, và có những kiến tạo phải tốn đến hàng thập kỷ chất chiu. Gran Meliá Nha Trang thực sự là niềm tự hào của KDI Holdings, là sự hiện thực hóa giấc mơ được ấp ủ suốt nhiều năm cống hiến cho cuộc đời và xã hội. Để đến ngày hôm nay, KDI Holdings hạnh phúc và hãnh diện được chia sẻ với Quý vị một sản phẩm là đại diện cho sợi dây kết nối tương thông giữa hệ giá trị Á Đông bền bỉ và sức sáng tạo cởi mở của phương Tây, giữa những âm hưởng hào hùng của quá khứ và bước chân kiêu hãnh, vững chãi trên con đường hiện tại.

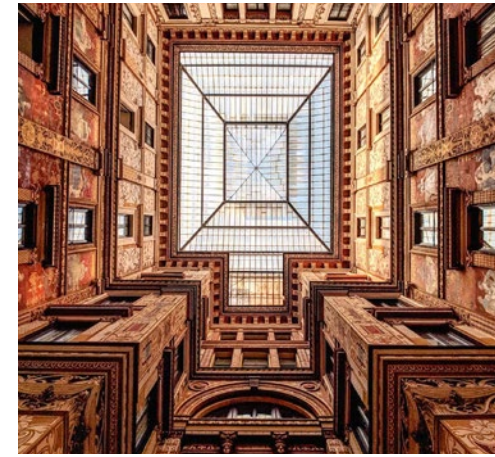
Chúng tôi tin vào một triết lý về sự trường tồn của những giá trị nguyên bản, rằng hạnh phúc chỉ thực sự được tạo lập khi con người nhận ra và tôn trọng vẻ đẹp của văn hóa, thiên nhiên, dân tộc. Trong chuyến hành trình về phương Bắc tươi đẹp và về với giá trị vĩnh cửu, KDI Holdings hân hạnh được trở thành người bạn đồng hành của Quý vị.

#### Kiêu Hữu Dũng

Nhà sáng lập kiêm Chủ tịch  
Tập đoàn đầu tư KDI Holdings

“  
Chon cách riêng  
để kiến tạo giá trị cộng đồng





# CONT

# ENTS

14

## Feature

- KDI Holdings : Khát vọng kiến tạo những giá trị nhân bản
- Gran Melia Hotels & Resort - Kê viễn du mang tâm hồn nghệ thuật
- Hơn một thập kỷ theo đuổi khát vọng sáng tạo của KDI Holdings

38

## Luxurious Lifestyle

- Công viên Vạn San Đảo - sức hút mới của du lịch biển Nha Trang
- Xu hướng đầu tư xa xỉ phẩm
- RedLevel - Âm hưởng Tây Ban Nha đằng sau những tiệc đình xa hoa

50

## Investor's Chamber

- Bắc Nha Trang - cực tăng trưởng bất động sản đẩy tiềm năng giai đoạn 2021-2025
- Bất động sản "hàng hiệu" - Xu hướng mới của giới thượng lưu châu Á

76

## Portrait of the day

- Nancy Ning : "Sự lựa chọn đến từ việc chia sẻ những giá trị quan tương đồng"
- Đỗ Tuấn Anh: Thế giới không có chỗ cho "status quo"

Chủ đầu tư dự án  
**Công ty cổ phần Vega City**  
 (thuộc tập đoàn KDI Holdings)

Đơn vị tư vấn và bán hàng  
**Phoenix Property**

Địa chỉ  
**Thuộc dự án Vega City Nha Trang, Khu vực Bãi Tiên, phường Vĩnh Hoà, thành phố Nha Trang, Việt Nam**



Dấu chân  
“đầu tiên”  
của người  
khổng lồ Tây Ban Nha

# GRANI MELIÁ

GRANI MELIÁ — NHA TRANG

GRANI MELIÁ — NHA TRANG

# Kết cấu hoàn hảo tạo nên Điểm chạm tinh hoa

“

*Một kết cấu hoàn hảo không phải là kết cấu đơn độc, nó được tạo nên bởi nhiều mảnh ghép độc đáo và kết nối bằng những điểm chạm bên b.*

Gran Meliá Nha Trang là một tổng thể hoàn hảo, một hiện thân sống động về kiến trúc và nội thất đương đại được kiến tạo bởi hàng trăm khối óc và bàn tay đến từ 5 thương hiệu tên tuổi vận hành ngành xây dựng, kiến trúc, thi công hàng đầu thế giới - 5 cái tên đã từng làm nên nhiều tác phẩm để đời của nhiều thập kỷ tinh hoa.



GRAN MELIÁ Minotti



◀ Arco de Triunfo de Barcelona  
- biểu tượng khải hoàn của Tây Ban Nha

# Feature



*Điểm giao thoa của hai cuộc hành trình tìm kiếm và xây dựng những giá trị bền  
bì, giữa KDI Holdings - nhà kiến tạo bất động sản tài ba với khát khao vươn mình  
ra biển lớn, và Gran Melia Hotels & Resort - kẻ viễn du xứ Catalan mang tâm  
hồn của nghệ thuật đương đại.*





# Kẻ viên du mang tâm hồn nghệ thuật



## NGƯỜI ANH CẢ CỦA “HỆ SINH THÁI THƯƠNG HIỆU” ĐA SẮC MÀU

Ngược dòng lịch sử trở về năm 1956, tại thành phố Palma de Mallorca của Tây Ban Nha, một người thanh niên trẻ tuổi tên Gabriel Escarrer Juliá đã bắt tay vào những thương vụ cho thuê phòng khách sạn đính kèm với các dịch vụ du lịch dành cho những vị khách mong muốn trải nghiệm một kì nghỉ ngắn ngày. Công việc kinh doanh của Gabriel thành công nở rộ trong những năm 60 và 70, phát lên nhanh chóng và mở rộng ra các

khu vực lân cận nhờ vào sự phát triển của ngành du lịch hậu thời kỳ Dân chủ hóa trong lịch sử Tây Ban Nha. Để rồi 65 năm sau, Meliá Hotels International đã sở hữu ngôi vị hàng đầu trong ngành quản lý và vận hành khách sạn của xứ sở bò tót. Trong đó, Gran Meliá Hotels & Resorts được coi là người anh cả cao cấp và tinh túy nhất trong “hệ sinh thái thương hiệu” đa sắc màu của đại gia đình xứ Catalan này.

## Melia Hotels International

Lịch sử hơn  
**60** năm

**380** khách sạn cao cấp

**46** quốc gia thuộc 4 châu lục

**Top 3**

tập đoàn quản lý khách sạn hàng đầu Châu Âu

**Top 17**

chuỗi khách sạn lớn nhất thế giới

**2,8** tỷ đô

doanh thu năm 2019

Năm 2021, thương hiệu này tiếp tục được Leisure Lifestyle Award vinh danh là Thương hiệu tiêu biểu.



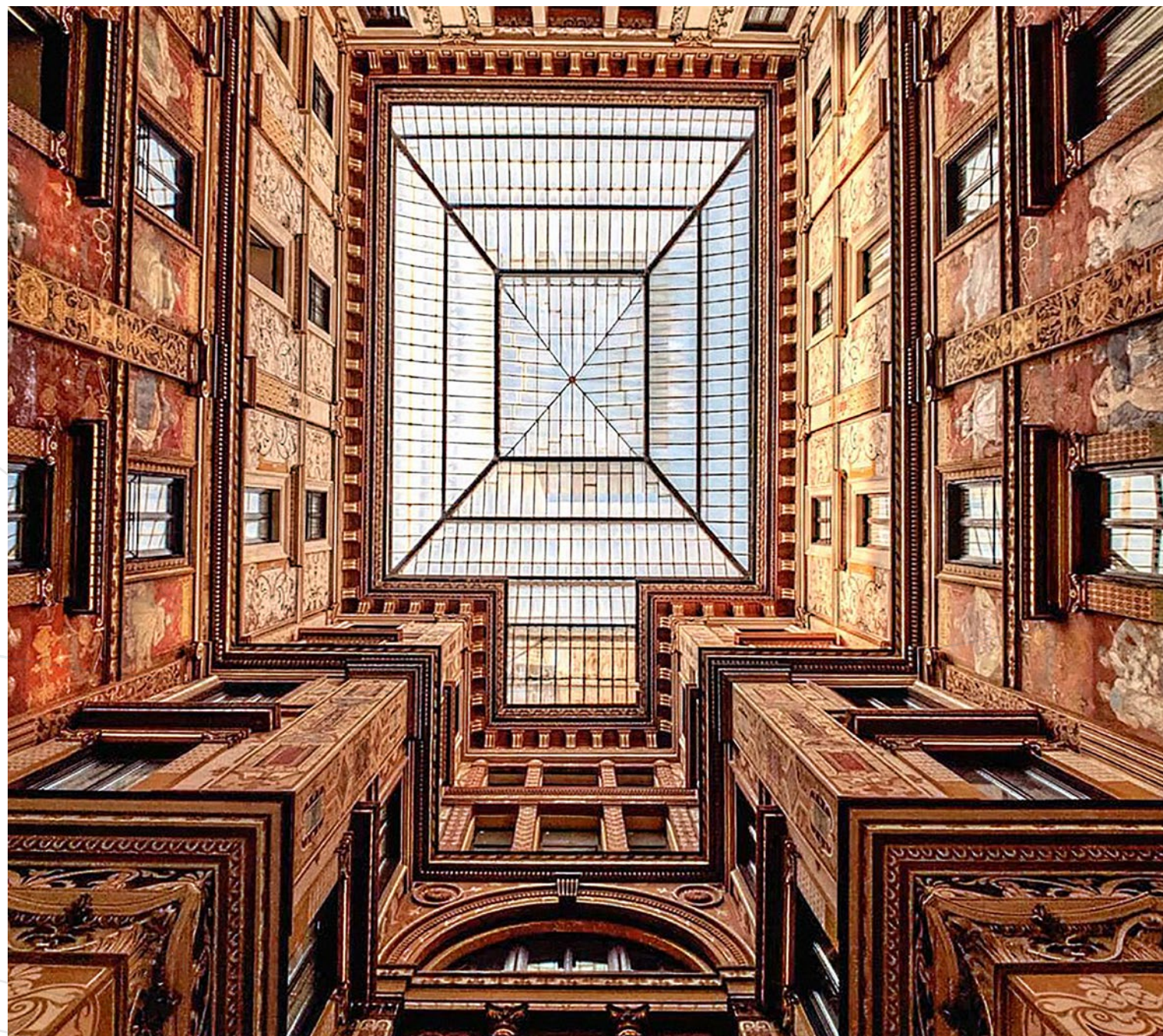
Khác với mục tiêu mở rộng quy mô và nhân rộng danh tiếng của những người anh em cùng nhà như Meliá Hotels & Resorts, Me by Meliá, Paradisus, “người anh cả” Gran Meliá Hotels & Resort - được đánh giá và định danh là thương hiệu duy nhất đạt đến điểm cân bằng tuyệt đối của sự xa hoa mang hơi thở văn hóa nghệ thuật lầy lừng và những nét cá tính đương đại không thể trộn lẫn - chỉ cho phép duy nhất 14 tác phẩm được xuất hiện tại 6 quốc gia trên toàn thế

giới. Tại Châu Á, Việt Nam là đất nước thứ 7 lọt vào mắt xanh của “người nghệ sĩ” xứ Latinh kiêu kỳ và vô cùng khó tính này. Tiếp nối làn sóng bất động sản “hàng hiệu” vốn là xu hướng của giới siêu giàu châu Á, khác với những sản phẩm của các thương hiệu vốn đã quen thuộc với thị trường như JW Marriott, Intercontinental, Park Hyatt, Gran Meliá Nha Trang là dinh thự “hàng hiệu” đầu tiên đánh dấu bước chân lịch sử của Gran Meliá Hotels & Resorts tại Việt Nam.

## MỘT SẢN PHẨM NÂNG TẦM VIỆT NAM TRONG KHU VỰC CHÂU Á THÁI BÌNH DƯƠNG

Vào nửa cuối của năm 2021, Gran Meliá Nha Trang sẽ tiếp nối những người anh em ruột của mình để trở thành sản phẩm thứ 15 của thương hiệu thượng lưu này, đồng thời ghi dấu Việt Nam trở thành quốc gia thứ 7 mà dấu chân của "người khổng lồ Tây Ban Nha" đặt lên. Gran Meliá Nha Trang ghi một dấu mốc lịch sử của thương hiệu Gran Meliá Hotels & Resorts không chỉ tại Việt Nam mà còn trên toàn châu Á, khi

trở thành sản phẩm biệt thự nghỉ dưỡng đầu tiên và duy nhất của thương hiệu tại khu vực này. Trong bài viết thông cáo về sự hợp tác của Meliá Hotels Internationals và tập đoàn KDI Holdings tại Nha Trang, ông Bernado Cabot - Phó Giám đốc Meliá Hotels International khu vực Châu Á Thái Bình Dương cho biết:



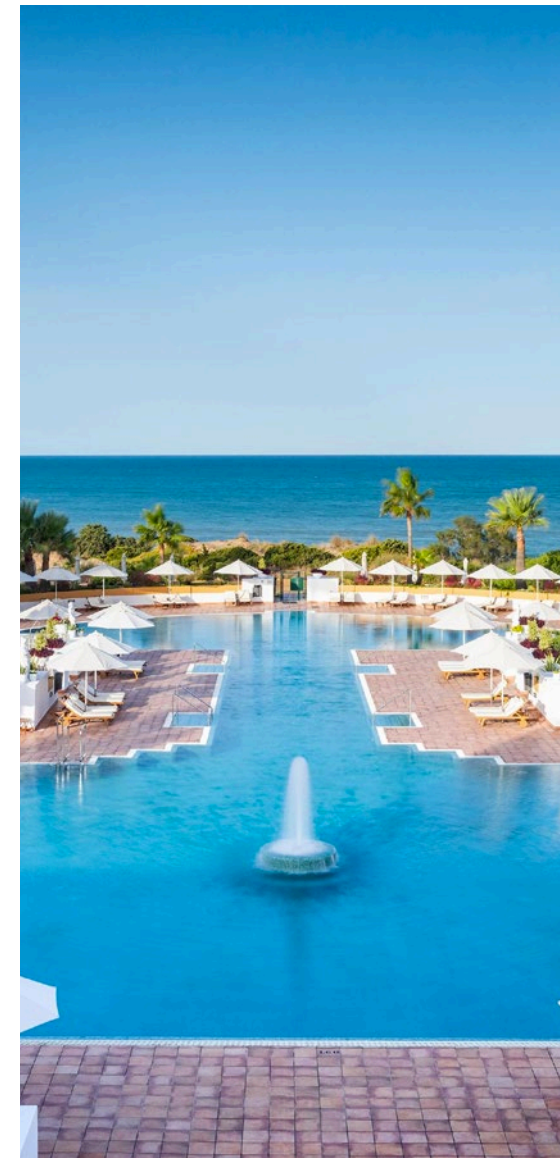
*Việc ký kết và hợp tác với tập đoàn KDI Holdings giúp chúng tôi có cơ hội hân hạnh đem đến cho Việt Nam nói chung và Nha Trang nói riêng sản phẩm thứ 15 của thương hiệu Gran Meliá Hotels & Resorts trong lịch sử 60 năm hình thành. Sự kiện này đã nâng tầm vị thế của Việt Nam trong khu vực Châu Á Thái Bình Dương.*



## THEO CHÂN CỦA KÊ VIÊN DU MANG TÂM HỒN NGHỆ THUẬT

**T**huộc top đầu những thương hiệu vận hành và quản lý khách sạn cao cấp nhất thế giới, Gran Meliá Hotels & Resorts không chỉ khắt khe trong những quy chuẩn về chất lượng và thiết kế của từng sản phẩm, mà còn biến chúng trở thành những kỳ quan lưu giữ những nét đẹp văn hóa và nghệ thuật của mỗi địa phương mà họ đặt chân đến. Tọa lạc tại thủ đô Madrid của Tây Ban Nha, Gran Meliá Palacio de los Duques được xây dựng từ một cung điện cổ từ thế kỷ 19 với niên đại gần 200 năm, cùng toàn bộ nội thất lấy cảm hứng từ các tác phẩm của họa sĩ nổi tiếng Velázquez. Một người con khác của thương hiệu được gửi gắm tại thành Rome lịch sử - Gran Meliá Villa Agrippina lại tự hào khi được ấp ôm bởi hơi thở nghệ thuật đương đại nước Ý. Với tôn chỉ "xây dựng bộ sưu tập những địa danh lộng lẫy bậc nhất thế giới", Gran Meliá Hotels & Resorts luôn khéo léo thổi vào sản phẩm sự nồng ấm sang trọng của quý tộc Tây Ban Nha, nhưng vẫn giữ vẹn nguyên bản sắc văn hóa của từng địa phương, tạo nên "vẻ đẹp lai" không thể hòa lẫn của từng kỳ quan mà họ tạo dựng.

Gran Meliá Sancti Petri Hotel



Gran Meliá Palacio de Isora



Gran Meliá Hotel Don Pepe



Với sản phẩm thứ 15 của mình - Gran Meliá Nha Trang, Gran Meliá Hotels & Resorts rung động bởi những cảm tác mà thiên nhiên hoang sơ thanh bình của Nha Trang mang đến. Không rực rỡ và kiêu kỳ như những thành phố châu Âu hàng ngàn năm lịch sử, nét quyến rũ "chết người" của Nha Trang đến từ món quà mà tạo hóa ưu ái trao vào tay biển ngọc xanh trong trẻo, núi biếc trải vạt đậm cùng với hệ sinh thái san hô đầy sắc màu rực rỡ như một bản hòa ca

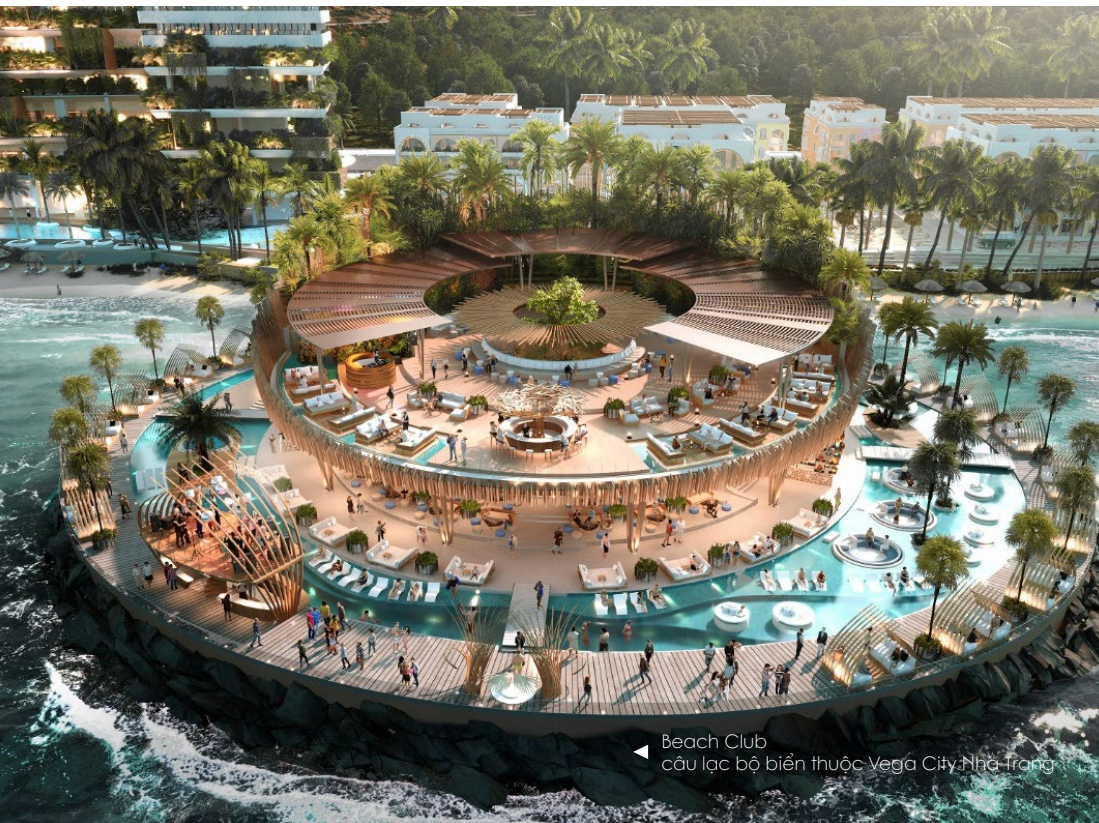
lộng lẫy dưới đại dương. Âm hưởng nghệ thuật mà Gran Meliá Nha Trang mang đến là nghệ thuật của thiên nhiên, thứ nghệ thuật mà đất trời chính là người nghệ sĩ tự tay diễn họa. Lấy cảm hứng chủ đạo từ những truyền thuyết xa xưa của dân tộc Việt Nam, hòa trộn với những tinh tế của Tây Ban Nha đương đại, "đứa con" thứ 15 của Gran Meliá Hotels & Resorts sẽ tiếp nối hành trình chinh phục thế giới của kẻ viễn du mang tâm hồn nghệ thuật.



KDI HOLDINGS  
**Khát vọng  
 kiến tạo** những giá trị  
 nhân bản



Tổ hợp bất động sản nghỉ dưỡng - nghệ thuật - giải trí Vega City Nha Trang



Beach Club  
 câu lạc bộ biển thuộc Vega City Nha Trang

**GIÁ TRỊ BỀN VỮNG  
 ĐEM LẠI THỊNH  
 VƯỢNG TRƯỜNG TỒN**

Với khởi nguồn phát triển hơn một thập kỷ, KDI Holdings là tập đoàn đầu tư uy tín, hoạt động trong nhiều lĩnh vực như: bất động sản, giáo dục STEM, nông nghiệp công nghệ cao, nội thất cao cấp, giải trí, du thuyền và năng lượng tái tạo. Những con số khổng lồ liên tiếp được gắn liền với tên tuổi KDI Holdings, như một minh chứng cho sự mở rộng không ngừng nghỉ của tập đoàn đa ngành này, bất chấp tình hình thị trường phức tạp. **Tổng giám đốc của KDI Holdings, ông Đỗ Tuấn Anh**, chia sẻ về những kinh nghiệm mà ông và ban lãnh đạo tập đoàn đã đúc kết ra sau hơn một thập kỷ "chinh chiến" trên nhiều lĩnh vực, rằng khi đầu tư vào những giá trị bền vững và lấy sự thành công của khách hàng trở thành đích đến của doanh nghiệp, thì sự thịnh vượng sẽ đến và được duy trì một cách bền bỉ.

Lấy châm ngôn "chọn nhân văn để ghi dấu ấn" làm kim chỉ nam cho mọi đường hướng phát triển, tập đoàn KDI Holdings tiếp tục đầu tư vào lĩnh vực bất động sản cao cấp với siêu dự án tổ hợp bất động sản nghỉ dưỡng - nghệ thuật - giải trí Vega City Nha Trang. Tiếp nối giai đoạn 1 với 168 căn shophouse "chạm sóng liền cát" mang phong cách đa châu lục, KDI Holdings tiếp tục hé lộ siêu phẩm lần đầu tiên có mặt tại Việt Nam - dinh thự nghỉ dưỡng cao cấp Gran Meliá Nha Trang.



## LÝ TƯỞNG VỪA LÀ DÒN GÁNH TRÊN VAI, VỪA LÀ NGỌN LỬA DẪN LỐI CỦA TƯƠNG LAI RỰC RỠ

Giữa những lựa chọn đến từ nhiều đối tác quốc tế tầm cỡ và uy tín vốn đã quen thuộc với thị trường dịch vụ khách sạn cao cấp, KDI Holdings chọn lối đi riêng khác độc tôn, đưa về Việt Nam một "người khổng lồ" Tây Ban Nha vốn khắt khe và khó tính - Gran Meliá Hotels & Resorts, thương hiệu đất giá của tập đoàn Meliá Hotels International. Sản phẩm dinh thự nghỉ dưỡng "hàng hiệu" đứng nghĩa tại Việt Nam, dự án biệt thự tỷ đô, dấu chân đầu tiên của đơn vị top 1 Tây Ban Nha,... - đều là những mỹ danh mà báo chí quốc tế đặt cho những viên ngọc vô giá của Gran Meliá Nha Trang. KDI Holdings chọn bắt tay với không chỉ Gran Meliá Hotels & Resorts, mà còn khắt khe trong những thương vụ đưa về những đối tác tầm cỡ quốc tế trong các ngành thiết kế, nội thất, xây dựng như **HBA Architecture, Minotti, Hyundai E&C**,... Dưới bàn tay và khối óc tinh túy của những đối tác đỉnh cao, Gran Meliá Nha Trang sẽ trở thành một "điểm chạm tinh hoa", viên ngọc quý và chuẩn mực mới của giới thượng lưu Việt Nam.

Trong một bài phỏng vấn gần đây nhất, đại diện của KDI Holdings

chia sẻ:

*"Chúng tôi khát khao kiến tạo nên một sản phẩm hoàn hảo được kết hợp giữa tinh hoa bản sắc Việt với những chuẩn mực cao cấp nhất của thế giới. Sự chuẩn mực và hoàn hảo đó được đặt trọn vẹn vào Gran Meliá Nha Trang với mong muốn đem đến những trải nghiệm tuyệt vời "trên cả mong đợi" dành cho du khách trong và ngoài nước".*

Nếu Vega City Nha Trang được gửi gắm khát khao góp phần thay đổi diện mạo cho ngành du lịch phía Bắc Nha Trang, đồng thời xây dựng một thành phố ánh sáng rực rỡ, văn minh và thời thượng dành cho mọi du khách không phân biệt lứa tuổi, thì Gran Meliá Nha Trang chính là "đứa con cưng" được gửi gắm ước vọng mang chuẩn mực đẳng cấp thế giới về Việt Nam và đem tinh hoa của thương hiệu Việt vươn tầm quốc tế, sánh vai với những tuyệt tác bất động sản lừng danh thế giới. Hơn cả một dấu ấn xa hoa, một biểu tượng của thịnh vượng và phồn vinh, Gran Meliá Nha Trang sẽ không chỉ là một tác phẩm dinh thự nghỉ dưỡng cao cấp đơn thuần, mà sẽ là một dấu ấn chương vượt thời gian kể câu chuyện ngàn năm đất Việt.



◀ Du thuyền cao cấp Vega Yacht



theo  
đuổi

# Hơn một thập kỷ khát vọng sáng tạo của KDI HOLDINGS



## TỪ “MIỀN ĐẤT HỨA” NHA TRANG, TÂY NGUYÊN NẮNG GIÓ ĐẾN MỌI MIỀN TỔ QUỐC ĐỀU GHI DẤU ẤN CỦA KDI HOLDINGS

**13** năm trước, ông Kiều Hữu Dũng - Chủ tịch Tập đoàn KDI Holdings - từng tin rằng, trong tương lai không xa nền kinh tế Việt Nam sẽ “trở mình” thành một con rồng của châu Á.

Hơn một thập kỷ trôi qua, niềm tin của Chủ tịch Tập đoàn dần trở thành hiện thực, minh chứng bằng những con số ấn tượng. Việt Nam hiện là một trong những quốc gia có số lượng triệu phú USD tăng nhanh nhất thế giới với hơn 12.000 người năm 2018. Báo cáo của The Wealth Report năm 2019 dự báo, đến năm 2023, số triệu phú USD của Việt Nam sẽ tăng lên tới gần 16.000 người. Theo báo

cáo về người siêu giàu thế giới - World Ultra Wealth Report của Hãng nghiên cứu Wealth-X, Việt Nam nằm trong Top 10 nền kinh tế có tốc độ tăng trưởng người siêu giàu nhanh nhất thế giới giai đoạn 2012-2017.

Song hành với sự phát triển của đất nước, KDI Holdings dần vươn mình trở thành tập đoàn đa ngành. Hơn một thập kỷ qua, doanh nghiệp đặt mục tiêu cao nhất là mang lại những giá trị tốt đẹp hơn cho cuộc sống con người với giá trị cốt lõi là “trở thành tập đoàn được yêu thích”.

Việc đi tìm một mục đích chủ đạo là điều tất yếu mà bất cứ tập đoàn kinh tế vững mạnh nào cũng xác lập riêng cho mình. KDI Holdings không phải ngoại lệ, mang trong mình một “sợi dây” xuyên suốt.

Theo Chủ tịch Kiều Hữu Dũng, KDI Holdings là sự chất lọc về kinh nghiệm cuộc sống cũng như trong môi trường kinh doanh nhiều lĩnh vực khác nhau. “Giá trị của chúng tôi là tạo ra sự phát triển bền vững và mong muốn kiến tạo nên một tập đoàn được người người yêu thích. Đó là hai mục tiêu xuyên suốt”.

Chia sẻ lý do KDI Holdings không nói về lợi nhuận, chất lượng, ông cho rằng, nếu đạt được hai mục tiêu kim chỉ nam nói trên thì điều tất nhiên những yếu tố lợi nhuận, chất lượng, độ thân thiện môi trường làm việc, bảo vệ, phát triển cộng đồng phải được xây dựng tốt nhất. Những yếu tố này cộng hưởng lại sau một quá trình sẽ kiến tạo nên hai mục tiêu xuyên suốt.

Thậm chí lãnh đạo doanh nghiệp luôn nhìn rõ con đường phía trước, bắt tay vào thực hiện luôn rồi mới giải bày. Việc đầu tư vào nhiều lĩnh vực cùng một lúc đã minh chứng thực tế cho tầm nhìn, hành động. Nhưng đó mới chỉ là tiền đề để doanh nghiệp tiến xa hơn vào lĩnh vực

đòi hỏi sự đầu tư cao nhất cả về tài chính, tầm nhìn và sự kiên định, uy tín trong triển khai. Đó là địa hạt bất động sản, giáo dục, năng lượng tái tạo, nông nghiệp công nghệ cao, nội thất cao cấp, dự án tái sinh san hô...

Chủ tịch Kiều Hữu Dũng cho biết, những người hoạt động kinh doanh luôn đặt mục tiêu dài hạn, trung hạn và ngắn hạn. Việc KDI tập trung vào một số công trình phức hợp cũng là một cơ duyên. Những công trình này cũng phục vụ mục tiêu phát triển những sản phẩm đa dạng khác và thu hút nhiều nguồn khách hàng chất lượng.

Bên cạnh nội thất, bất động sản, khi KDI chọn đầu tư vào giáo dục hay nông nghiệp nhằm nâng cao giá trị cuộc sống cho đại chúng. Điển hình, KDI Education mang tới mô hình giáo dục STEAM cho học sinh cả nước. Dẫu là hình thức giáo dục mới, tiên tiến nhưng tập đoàn sẵn sàng chỉ thu hòa vốn để học sinh nghèo cũng có cơ hội trải nghiệm. Hay trong lĩnh vực nông nghiệp công nghệ cao, dù mới khởi đầu, KDI luôn nỗ lực sản xuất ra những sản phẩm có thể cạnh tranh ở mức độ quốc tế và hướng đến xây dựng một trang trại sản xuất chuỗi organic hàng trăm hecta trong tương lai...





Thiết kế nhằm tới sự hài hòa và kết nối giữa con người và thiên nhiên

## GIẤC MƠ BIỂN NHA TRANG THÀNH MALIBU CỦA VIỆT NAM

Là một trong những điểm đến đẹp nhất Việt Nam, Nha Trang khiến những nhà lãnh đạo cao cấp của KDI Holdings nghĩ tới thành phố du lịch biển Malibu, bang California, Mỹ hay Phuket, Thái Lan hoặc Bali, Indonesia. Câu hỏi được đặt ra là: “Tại sao không thể biến Nha Trang thành một Malibu Việt Nam?”. Và dự án Vega City Nha Trang ra đời để giải đáp câu hỏi này.

Dự đoán phát triển du lịch là một thế mạnh kinh tế Việt Nam trong 10 năm tới nên dự án Vega City Nha Trang được tạo lập với sự khác biệt thu hút số đông. Với diện tích 44ha tại vị trí đắc địa ở vịnh biển Nha Trang, dự án đi theo mô hình bất động sản nghệ thuật với nhiều tiện ích độc đáo như tuyến đường vinh danh - nơi tỏa sáng của các ngôi sao; vũ hội ánh sáng; khu lặn ngắm san hô ngay bên bờ biển; Beach Club với những lễ hội vui chơi ngày và đêm; khu phố thương mại mua sắm sầm uất, nhà hàng, café cao cấp... Ngoài ra, Vega City Nha Trang còn có tổ hợp khách sạn, biệt thự nghỉ dưỡng, nhà phố thương mại

“Chúng tôi cho rằng, điều quan trọng nhất trong phát triển dự

án là sự bền vững” - Chủ tịch Kiều Hữu Dũng nhấn mạnh về mục tiêu xuyên suốt của tập đoàn khi minh chứng cụ thể với dự án Vega City Nha Trang.

Theo ông Dũng, giá trị bền vững của Vega City Nha Trang thể hiện rõ nét nhất ở một độ xây dựng có tính bảo vệ môi trường cao. Ngoài mô hình thiết kế đẳng cấp, nguyên vật liệu đảm bảo chất lượng tốt, việc đầu tư hệ thống cấp, thoát nước, xử lý rác thải theo mô hình của Singapore, Vega City Nha Trang sẽ có trung tâm năng lượng xử lý vấn đề nước, rác thải. Với trung tâm này, tất cả chất thải đều được xử lý đến khi “trả lại” môi trường nước loại A. Có thể gây tốn kém trong đầu tư ban đầu nhưng lãnh đạo KDI Holdings kỳ vọng, về lâu dài sẽ mang lại kết quả tốt khi môi trường được bảo đảm, khách du lịch cảm nhận được sự an toàn sẽ trở lại sau trải nghiệm đầu tiên.

Giai đoạn 2020 - 2030, KDI Holdings cũng đặt mục tiêu kiến tạo nên những dự án mang tính đặc thù quốc tế. Vega City Nha Trang là công trình đầu tiên như vậy với cụm 5 khách sạn chuẩn 5 sao quốc tế.

Tầm nhìn đó thể hiện ở việc Vega City Nha Trang có 5 đối tác vận hành khách sạn nằm trong top lớn nhất thế giới. Tầm nhìn 10 - 20 năm về các dự án bất động sản của doanh nghiệp cũng thể hiện ở sự lựa chọn những dự án mới như Vega City Vân Đồn, Marina Vân Đồn, Quảng Ninh, dự án công viên với tổng diện tích là 134ha chuyên về nông nghiệp và công nghệ sinh học nhằm bảo tồn, nhân giống và phát triển các loài cây, hoa “đặc sản” mang đặc tính vùng miền của Hà Nội.

Riêng dự án công viên chuyên về nông nghiệp có tổng vốn đầu tư dự kiến khoảng 75 triệu USD. Hay dự án phát triển khu đô thị mới xanh với diện tích 22ha góp phần hiện đại hóa cơ sở hạ tầng và nâng cao điều kiện sống cho người dân khu vực quận Bắc Từ Liêm nói riêng và người dân sống, làm việc tại Thủ đô nói chung với tổng vốn đầu tư dự án dự kiến khoảng 1 tỷ USD...

Chủ tịch Kiều Hữu Dũng chia sẻ, Covid-19 ảnh hưởng đến toàn

bộ thế giới là cơ hội để nhìn lại, cấu trúc lại để hình thành tài chính bảo đảm, xem xét sản phẩm cho phù hợp cho tương lai hoặc thích ứng với sự cạnh tranh về toàn cầu.

Đó cũng là lý do KDI sẽ tạo lập lại thương cảng Vân Đồn có lịch sử 736 năm qua dự án Vega City Vân Đồn. Một thương cảng lâu nhất Việt Nam, cũng có thời kỳ sầm uất nhất Đông Nam Á, châu Á. “Việt Nam có truyền thống lịch sử lâu đời, là điểm đến di sản hàng đầu thế giới. KDI Holdings mong muốn, không chỉ người Việt Nam, mà cả du khách nước ngoài được trải nghiệm các sản phẩm của chúng tôi sẽ cảm nhận được giá trị kiến tạo cuộc sống, sự kết tinh được giao thoa giữa lịch sử - văn hóa”, ông Dũng nhấn mạnh.

Hay như dự án khu công viên về chủ đề nông nghiệp phản ánh 1010 năm lịch sử của Hà Nội, qua đó lột tả quá trình phát triển của Thủ đô, nhất là phát triển nông nghiệp. Mục đích là để cho khách du lịch đến và cảm nhận sự khác biệt của Hà Nội ngày hôm nay hay khám phá nền ẩm thực độc đáo.







## ỐC ĐẢO CHUỐI XANH GIỮA TÂY NGUYÊN

2 năm trước, lứa chuối già Nam Mỹ đầu tiên do KDI Holdings đầu tư trên diện tích 100ha của buôn Krê, xã Vụ Bản, huyện Krông Pắc, tỉnh Đắk Lắk cho năng suất và chất lượng tốt. Những hàng chuối thẳng tắp, cao đến 4m, không ít buồng nặng tới 45kg. Cơ sở hạ tầng trồng và khai thác chuối với hệ thống ròng rọc tự động hiện đại...

Ngay từ khâu chọn giống đến trồng và thu hoạch được đầu tư bài bản với công nghệ cao. Trong năm 2019, Công ty Cổ phần KD Green Farm - thành viên của KDI Holdings cũng thu hoạch với sản lượng cao và xuất khẩu 3.700 tấn tới 5 cảng lớn của Trung Quốc là Thiên Tân, Quảng Tây, Quảng Đông, Thượng Hải, Đại Liên. Chuối sạch của KDI cũng cấp đến các thị trường tiềm năng là Hàn Quốc và Singapore.

Lần đầu tiên xuất khẩu ra nước ngoài nhưng "thương hiệu chuối KDA" đã tạo được uy tín tới người tiêu dùng tại thị trường Trung Quốc về chất lượng sản phẩm. Với thành công đó, KD Green Farm trở thành doanh nghiệp duy nhất tại tỉnh Đắk Lắk xuất khẩu chính ngạch sang thị trường Trung Quốc, đồng thời gây tiếng vang lớn trong nước và các quốc gia trong khu vực như Philippines, Lào và Campuchia.



Từ vùng đất khô cằn sỏi đá, KDI Holdings biến nơi đây thành một "ốc đảo" chuối xanh, thay đổi bộ mặt nông thôn và cả đời sống người dân. Vụ Bản - một trong những xã nghèo vùng sâu của huyện Krông Pắc hầu hết cư dân là đồng bào di cư tự do người Cao Lan, Tày, Nùng, Xê Đăng, Vân Kiều, Dao, Mông... quanh năm chật vật gánh nặng mưu sinh. Nhưng cuộc sống của hàng trăm hộ nghèo nơi đây thay đổi từ khi dự án của Công ty Cổ phần KD Green Farm triển khai thành công với giống chuối Cavendish Nam Mỹ.



◀ Nông trại chất lượng cao trực thuộc KDA



## EUROSTYLE VÀ CÂU CHUYỆN “DÁNH THỨC” THẨM MỸ

11 năm về trước, nhận thấy tiềm năng phát triển của nội thất cao cấp châu Âu, KDI Holdings ra mắt Công ty EuroStyle với một niềm tin “Việt Nam sẽ có nhiều người giàu có”.

Cùng với sự tăng trưởng về số lượng người giàu, siêu giàu tại Việt Nam, EuroStyle trở thành thương hiệu đẳng cấp khi mang tới cho thị trường nội thất Việt Nam những sản phẩm phong cách châu Âu sang trọng. Không đợi đến khi Việt Nam có một lượng người giàu đủ nhiều mới chạy theo thị hiếu, EuroStyle chuẩn bị sẵn sản phẩm tốt nhất để “đánh thức” những nhu cầu tất yếu của phân khúc khách hàng hạng sang.

Tầm nhìn xu hướng tiêu dùng nội thất 10 năm tới của Việt Nam mà theo vị Chủ tịch KDI Holdings sẽ xoay quanh 3 trục chính: “Chất lượng - Giá cả - Phù hợp”. Chất lượng là nói đến từng chi tiết nhỏ. Giá cả được đảm bảo theo phương cách, tiêu chuẩn châu Âu nhưng mức giá nội địa chấp nhận được. Cuối cùng, sản phẩm phải phù hợp với văn hóa, tập quán của người Việt nhằm tạo ra sự gắn gũi, gắn bó rồi thân thuộc.

EuroStyle hội tụ đủ cả 3. Giờ đây, người giàu Việt Nam khi nghĩ tới các thương hiệu đạt chuẩn 5 sao như Minotti, THG Paris, Porro, Antonio Lupi, Dornbracht, Bruno Zampa... để trang hoàng cho tư gia là nghĩ tới EuroStyle. 10 năm bền bỉ theo một con đường lớn, EuroStyle đã chắt lọc để đồng hành với những đối tác lớn, tham gia cung cấp và hoàn thiện các công trình mẫu, khách sạn nổi tiếng, có tầm ảnh hưởng ở Việt Nam như Lotte Hotel, Bitexco JW Marriott Villa, Ecopark Gallery Aqua Bay Apartment...

Với những thành viên từng có kinh nghiệm làm việc với các nhà thiết kế hàng đầu như HBA, Wilson, Blink, việc thi công những công trình này được khách hàng đánh giá cao về sự kết hợp giữa thiết kế và sản phẩm thực tế. Ngày nay, giới thượng lưu Việt Nam có thể trải nghiệm không gian nội thất đẳng cấp châu Âu ngay tại Việt Nam với 3.000m<sup>2</sup> nội thất từ hệ thống ánh sáng đèn, không gian bếp, phòng tắm, phòng khách, phòng ngủ, phòng thay đồ... ngay tại Hà Nội.



## ĐẦU TƯ CHO GIÁO DỤC

Chủ tịch Tập đoàn KDI Holdings chia sẻ, với lĩnh vực giáo dục, STEAM tạo ra sự khác biệt ngay từ mục tiêu so với các lĩnh vực đầu tư khác của KDI. Với STEM, KDI muốn tập trung vào lượng khách hàng đại chúng. Tập đoàn không đặt mục tiêu lợi nhuận lên hàng đầu ở dự án này mà tạo điều kiện tốt nhất để học sinh ở mọi hoàn cảnh được tiếp cận sự đổi mới trong giáo dục.

"Tôi đã trải qua nhiều năm tháng giáo dục ở Việt Nam. Sau này, khi con theo học ở trường quốc tế, tôi có so sánh là chúng ta tương đối "cứng" trong việc đổi mới giáo dục. Việc giúp cho học sinh nâng cao khả năng sáng tạo, trẻ em nghèo khó có khả năng được học những trường tốt", Chủ tịch KDI Holdings nói.

Với trải nghiệm giáo dục của thế hệ đi trước, doanh nghiệp muốn thông qua KDI Education đưa giáo dục và những môn học sáng tạo đến với đại đa số các em học sinh, đặc biệt là trẻ em nghèo. Do đó, trong thời gian ngắn, KDI Education đã có hơn 30.000 học sinh ở nhiều tỉnh thành tham gia.

"Có nhiều người dù có đồng lương ít ỏi nhưng vẫn cho con đến học được bởi học phí thấp. KDI Education mong muốn có nhiều học sinh hơn nữa được trải nghiệm. Đến nay, rất vui khi

sự tiếp nhận của các em học sinh, gia đình đối với STEM được hoan nghênh", ông Dũng nhấn mạnh.

Dù quy mô học sinh tham gia vào STEM mỗi năm một lớn nhưng tập đoàn vẫn chưa đặt ra vấn đề lợi nhuận mà hướng tới làm sao những tỉnh thành ở xa trên mọi miền đất nước cũng được tiếp cận hình thức giáo dục tiên tiến.

Theo vị Chủ tịch, giáo dục tạo nên kiến thức. Việt Nam muốn xuất sắc như các nước phát triển trong 20 năm tới thì giáo dục phải được đặt lên thành trọng yếu. Muốn vậy, phải đào tạo từ cấp I để các em có kiến thức, suy nghĩ và ý thức để chúng ta có những chuyên gia giỏi, nhà quản trị ưu tú, kinh doanh xuất sắc. Giáo dục - muốn đứng ở vị trí nào - tùy thuộc vào việc định hướng phương pháp giáo dục các em trong 10 năm tới thế nào.

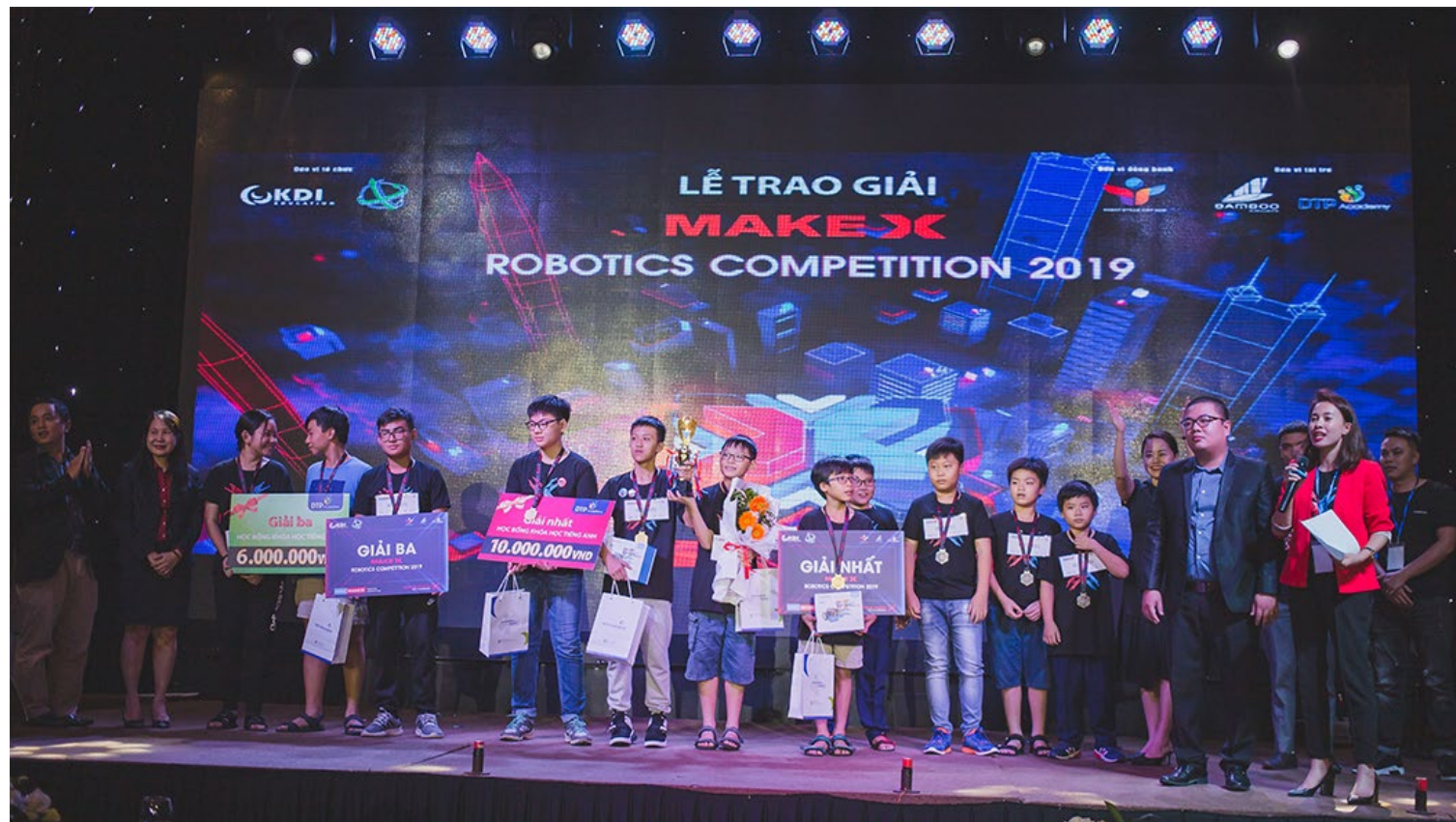
Bí quyết để một hình thức giáo dục mới, khó, tưởng chừng chỉ dành cho học sinh của Mỹ có thể đến Việt Nam và các em học sinh có thể tiếp cận dễ dàng theo ông Dũng là việc "địa phương hóa" STEM của thế giới phù hợp với Việt Nam. Khi đưa về Việt Nam, các nhà nghiên cứu giáo dục của KDI luôn đầu tư những câu hỏi làm thế nào để ngày càng nhiều học sinh trên cả nước tiếp cận chương trình. Trải qua một quá trình "startup", kết quả mang lại tích cực cho KDI khi 90% học sinh trở lại với STEM sau nghỉ dịch Covid-19.



Ngoài đầu tư giáo dục, KDI Holdings còn mong muốn bảo vệ môi trường và nâng ý chí ấy lên thành trách nhiệm. Năm 2019, doanh nghiệp đã thành công trong việc mời tài trợ cho dự án tái sinh san hô tại khu vực vịnh Nha Trang với khoản tài chính 100.000 USD. Đây là dự án nằm trong đề án hợp tác giữa KDI Holdings với Viện Hải dương học Nha Trang. Khu vực sẽ triển khai việc nghiên cứu tái tạo san hô nằm tại Bãi

Tiền - một trong những nơi sở hữu những dải san hô đẹp nhất vịnh Nha Trang, vùng biển hoang sơ, nhiều tiềm năng nhưng hệ sinh thái san hô đang bị suy giảm.

"Câu chuyện của KDI Holdings vẫn tiếp diễn với mục tiêu cao nhất là mang lại những giá trị tốt đẹp hơn cho cuộc sống con người", đại diện doanh nghiệp nhấn mạnh.



GRAN MELIÁ  
— NHA TRANG —  
VIETNAM

# Luxurious lifestyle



*Sự cộng hưởng của phong cách sống thượng lưu và những thú chơi xa xỉ chỉ dành riêng cho tầng lớp “dân số 1%”, hòa quyện với tâm thế an cư thụ hưởng nơi thiên đường hạ giới bậc nhất Đông Nam Á.*





## REDLEVEL

# Âm hưởng Tây Ban Nha

đẳng sau  
những **tột đỉnh xa hoa**

Điều gì khiến cho một thương hiệu siêu xa xỉ ghi được dấu ấn của chúng qua nhiều thời đại? Hermès sở hữu Hermès Birkin và Hermès Kelly làm từ da cá sấu thượng hạng, gắn liền với những mỹ nhân Hollywood. Chanel ngạo nghệ tuyên bố rằng chất lượng vải tweed của họ “không thể sao chép”. Burberry giữ mãi “đi sản” trench coat chất liệu gabardine trường tồn bất chấp mọi biến động thời trang. Và mỗi thương hiệu cao cấp đều có một “dấu ấn quyền lực” của mình như vậy.

### REDLEVEL - DẤU ẤN CỦA GRAN MELIÁ HOTELS & RESORTS VÀ HƠN THẾ NỮA

RedLevel là sự kiêu hãnh của thương hiệu Gran Meliá Hotels & Resorts, là quy chuẩn chất lượng dịch vụ đặc biệt được thiết kế cho từng sản phẩm khách sạn/biệt thự nghỉ dưỡng cao cấp để phù hợp với tính cách đặc trưng của mỗi “đứa con” nhưng vẫn dựa trên khuôn thước nguyên bản và hệ giá trị hướng đến sự xa hoa âm hưởng Tây Ban Nha. Gran Meliá Hotels & Resorts âu yếm và đầy tự hào gọi RedLevel là “a higher level of excellent” - một nấc thang cao hơn của sự tuyệt diệu.

Bên cạnh những dịch vụ cao cấp như Lady in Red tiếp đón, quản gia riêng, valet parking, spa chăm sóc sức khỏe với các sản phẩm đến từ thương hiệu Clarins của Pháp,... thì điểm đặc trưng nhất của hệ thống RedLevel đến từ RedLevel Lounge - được xây dựng dựa trên những tính toán chuẩn chỉ về tỉ lệ của mỗi khu vực trong một không gian sang trọng, với thiết kế đòi hỏi sự độc đáo nổi bật và khác biệt so với các RedLevel Lounge khác của những sản phẩm anh em cùng nhà. Mỗi khu lounge đều sở hữu không gian đọc sách, khu vực bể bơi rộng rãi và khu vực phục vụ ăn uống miễn phí 24/7.



## REDLEVEL TẠI NHA TRANG TỪ GIÁC QUAN ĐẾN TRÁI TIM

Đối với Gran Meliá Hotels & Resorts, chuẩn mực không đồng nghĩa với sự rập khuôn và nhàm chán. Thương hiệu tự nhận mình là một nhà sáng tạo, yêu mến những vẻ đẹp của nghệ thuật và văn hóa tại những miền đất rộng rãi khắp thế gian. Và bởi lẽ đó, RedLevel dành cho Gran Meliá Nha Trang được nghiên cứu tỉ mỉ và đầy tận tâm để mở ra một vũ hội của những giác quan ngay trong một không gian kết nối tâm thức của chủ nhân với những điều vô hình, thông qua những đặc sản của cả 2 miền đất Nha Trang và Tây Ban Nha.

Mọi sản phẩm chăm sóc toàn thân tại Gran Meliá Nha Trang đều được cung cấp bởi thương hiệu Carner Barcelona - thương hiệu nước hoa và dưỡng da cao cấp Tây Ban Nha hướng đến vẻ đẹp thuần khiết của miền Địa Trung Hải. Được tinh chế bởi các nghệ nhân nước hoa cổ điển hàng đầu của xứ sở Catalan, Carner Barcelona tự hào mang đến sự tinh xảo dưới hình hài của mùi hương và những chất kem mịn màng, mở ra cả một chân trời ngọt ngào và dịu êm.





Ritual Room là món quà đặc biệt nhất dành cho những chủ nhân sở hữu dinh thự Gran Meliá Nha Trang. “Nghỉ thức mùi hương” được phục vụ ngay tại phòng tắm của từng dinh thự, mở ra cánh cửa đến với thiên đường vô hình nhưng đầy màu sắc của hàng trăm hương thơm làm tan chảy cả trái tim và tâm trí. Được ưu ái dành riêng cho Gran Meliá Nha Trang, Intuitive Gran Meliá Scent là bộ sưu tập vô vàn những chọn lựa đến từ khắp các vùng đất vốn nổi tiếng với lịch sử chế tạo nước hoa trên thế giới. Toàn bộ nghi thức diễn ra ngay tại không gian phòng tắm riêng tư, với đầy đủ các nguyên liệu phụ trợ như nến, hoa, đá nóng,... nhằm tái tạo và thanh lọc toàn bộ cơ thể và tâm trí của người thụ hưởng.

“A dedication to a live well lived” - nỗ lực của thương hiệu Gran Meliá Hotels & Resorts đều được thể hiện trọn vẹn trong những chi tiết tinh tế của RedLevel. Không ngừng tự hào và truyền đi cảm hứng Tây Ban Nha trong từng góc cạnh của sản phẩm, Gran Meliá Hotels & Resorts mãi miết đi trên con đường khám phá và sáng tạo, để đem lại những trải nghiệm thỏa mãn nhất, như chính những tuyên ngôn của thương hiệu - vì một cuộc sống trọn vẹn.

# Vạn san đảo

## KINH ĐÔ CỦA NHỮNG LOÀI HOA BIỂN RỰC RỠ

Đánh thức vẻ đẹp tiềm ẩn nơi Bãi Tiên huyền thoại, KDI Holdings đem đến cho du lịch biển Nha Trang dấu ấn mới khi kiến tạo công viên san hô đồ dưới đáy biển đầu tiên và độc đáo nhất trên thế giới. Công viên Vạn San Đảo là một trong những tiện ích đắt giá nhất nơi thiên đường nghỉ dưỡng Vega City Nha Trang.



◀ Di sản san hô ngàn năm kề bên dinh thự cao cấp Gran Meliá Nha Trang



## BÃI TIÊN “KIỆT TÁC” THIÊN NHIÊN TRÊN CUNG ĐƯỜNG BIỂN ĐẸP NHẤT NHA TRANG

Bãi Tiên nằm ở phía Bắc Nha Trang, được mẹ thiên nhiên ưu ái ban tặng vẻ đẹp ấn tượng, hoang sơ và thuần khiết. Từ trung tâm Trần Phú, chạy xe khoảng 10km dọc cung đường bao biển đẹp nhất Nha Trang – Phạm Văn Đồng, Bãi Tiên là bãi biển đẹp hiếm hoi còn sót lại, sở hữu vẻ đẹp lộng lẫy ẩn dưới lòng đại dương nơi những rặng san hô rực rỡ cùng hệ động thực vật biển phong phú.

Tuy cần một khoảng thời gian dài đến 100.000 năm để một rặng san hô hoàn toàn trưởng thành, nhưng san hô lại là loài thực vật mong manh và dễ bị tổn thương chỉ bởi những tác động vật lý

nhỏ nhoi. Sự yêu thích của con người dành cho những đóa hoa rực rỡ của đại dương đã vô tình khiến cho chúng ngày càng trở nên yếu ớt. Đối mặt với những nguy cơ nhân tiến khiến cho hệ sinh thái đặc biệt của Bãi Tiên bị đe dọa, KDI Holdings khởi động để án tái tạo san hô và thành công kêu gọi tài trợ hơn 100.000USD cho dự án mang tên Công viên Vạn San Đảo ngay dưới lòng đại dương, kề bên thiên đường nghỉ dưỡng Vega City Nha Trang. Phối hợp cùng với các chuyên gia của Viện Hải Dương học Nha Trang, không gian mặt biển phía trước Bãi Tiên sẽ là nơi bảo tồn và nhân giống khoảng hơn 122 loại san hô quý.





## DEM CON NGƯỜI KẾT NỐI VỚI VẺ ĐẸP CỦA THIÊN NHIÊN

Với tâm huyết bảo vệ hệ sinh thái dưới lòng đại dương nói chung và phát triển rặng san hô đặc sắc nói riêng, Vạn San Đảo là công viên san hô đồ dưới đáy biển độc đáo và đầu tiên tại Việt Nam, gắn du lịch và bảo tồn thiên nhiên, tái tạo và mở rộng hệ sinh thái san hô biển quý giá. Quy trình nuôi cấy, phục hồi san hô được đầu tư rất tỉ mỉ, trên quy mô hơn 20.000m<sup>2</sup> với hơn 81 hệ thực vật biển. Bên cạnh đó, các chuyên gia cũng đưa ra phương án tạo cảnh quan trên nền biển để thu hút thủy sinh vật tập trung với mật độ cao nhằm phục vụ quá trình tái tạo hệ sinh thái. Không chỉ là nơi nghiên cứu phục hồi kỳ quan san hô Bãi Tiên, Vạn San Đảo được ấp ủ trở thành một không gian nghệ thuật – giải trí gắn với tự nhiên đầu tiên của Nha Trang, là điểm nhấn độc đáo nhất thuộc siêu dự án Vega City Nha Trang.

Khác biệt hoàn toàn với những khu công viên trên cạn, Vạn San Đảo sẽ mang đến một trải nghiệm du lịch biển hoàn toàn mới. Du khách được trải nghiệm lặn sâu khám phá vẻ đẹp lộng lẫy dưới đáy biển với những mảng màu sắc tươi tắn, những khối san hô hình thù lạ mắt và hàng nghìn loài cá nhỏ trong môi trường biển an toàn. Bên cạnh đó, du khách còn có thể chụp ảnh, check-in cùng hàng trăm loài thủy sinh quý hiếm, xem những show biểu diễn ấn tượng dưới đáy biển. Lần đầu tiên, du khách còn có cơ hội được tham gia các chương trình đào tạo và chăm sóc san hô, tự tay gieo trồng những mầm san hô quý xuống biển khơi từ đó nâng cao ý thức bảo vệ, tái tạo hệ sinh thái biển quý giá này.

Có thể nói, công viên Vạn San Đảo không chỉ thể hiện mong muốn đầy tính nhân văn của KDI Holdings bảo tồn thiên nhiên, gìn giữ giá trị môi trường biển, mà còn tạo nền móng hướng tới sự phát triển du lịch bền vững, nâng vị thế Nha Trang lên một tầm cao mới.

# Investor's Chamber



*Những lựa chọn tinh tường và thông thái là chìa khóa mở cánh cửa dẫn tới mọi thành công, và là bí quyết cổ động của tất cả những con người thành đạt.*



# Bất động sản “Hàng hiệu” giới thượng lưu Châu Á

xu hướng mới của

## XU HƯỚNG MIỄN NHIỆM VỚI NHỮNG BẤT ỔN CỦA THỊ TRƯỜNG

Bất động sản “hàng hiệu”, hay còn gọi là “Branded Residence/Villa” là tên gọi chung dành cho loại hình bất động sản hợp tác giữa một thương hiệu quản lý bất động sản nổi tiếng toàn cầu với một doanh nghiệp phát triển dự án bất động sản cao cấp hạng sang hoặc siêu sang. Xuất hiện lần đầu tiên tại New York (Mỹ) cách đây gần 100 năm, giá trị của dòng sản phẩm này vẫn giữ nguyên được sức hút nhờ vào nhiều yếu tố. Tại châu Á, những đại đô thị nơi có nền kinh tế phát triển vượt trội và là tụ điểm của giới siêu

giàu như Bangkok, Dubai, Kuala Lumpur, số lượng những dự án bất động sản “hàng hiệu” không ngừng tăng lên, xuất phát từ niềm tin của giới nhà giàu mới và giới siêu giàu Thái Lan rằng các thương hiệu khách sạn danh tiếng có thể đảm bảo chất lượng của dự án trong quá trình xây dựng cũng như vận hành. Đơn cử Thái Lan đang là nước dẫn đầu trong lĩnh vực bất động sản hàng hiệu với khoảng 30 dự án đã và đang hình thành, riêng thành phố Bangkok có 14 dự án đang và sẽ hoạt động đứng thứ 5 thế giới.



◀ Du thuyền Vega Yatch và biệt thự nghỉ dưỡng bên biển Gran Meliá Nha Trang

Theo nghiên cứu mới đây của Savills, “Ngôi sao đang lên của châu Á” – Việt Nam, đã và đang thu hút dự án bất động sản hàng hiệu hình thành trong tương lai lớn thứ 2 Đông Nam Á với hàng loạt các thương hiệu “top” như: Accor, Marriot International, Intercontinental... xuất hiện tại các thành phố lớn như Hà Nội, TP. Hồ Chí Minh với các dự án có giá khởi điểm từ 400 – 500 triệu đồng/m<sup>2</sup>. Ngoài 2 thành phố lớn, tại các thành phố du lịch như Hạ Long, Phú Quốc, Nha Trang, Đà Nẵng cũng đã xuất hiện những sản phẩm hàng hiệu với mức giá dao động từ 80 - 200 triệu đồng/m<sup>2</sup>.

Ông Troy Griffiths - Phó Tổng giám đốc Savills Việt Nam, cho biết thêm:

“Từ năm 2017, nguồn cung tại Việt Nam đã tăng trung bình mỗi năm 11% lên hơn 2.200 căn từ 24 dự án, vào Quý 1 năm 2021. Các tỉnh và thành phố du lịch lớn như Kiên Giang, Đà Nẵng, Quảng Nam, Quảng Ninh và Khánh Hòa là những địa phương có các dự án BĐS hàng hiệu đã đi vào hoạt động. Hầu hết là các căn biệt thự cao cấp trên khu đất rộng tới 2.500m<sup>2</sup> bên bờ biển, hoặc có tầm nhìn hướng về biển và có hồ bơi riêng.”



11%

NGUỒN CUNG TẠI VIỆT NAM ĐÃ TĂNG TRUNG BÌNH 11% MỖI NĂM



2.200

CĂN HỘ



24

DỰ ÁN

## VỊ TRÍ KIM CƯƠNG. SỐ LƯỢNG HỮU HẠN. THIẾT KẾ ĐỘC BẢN... VÀ HÒN THẾ NỮA

Đối với những thị trường xa xỉ phẩm khác như thời trang, xe cổ, đồng hồ cao cấp, nghệ thuật, rượu sưu tập,... ghi nhận chung về khả năng tiêu thụ trong tình hình biến động về kinh tế vẫn vô cùng khả quan, nhờ vào phân khúc khách hàng cao cấp đến siêu cao cấp. Điều tương tự cũng xảy đến đối với thị trường bất động sản "hàng hiệu". Vậy điều gì tạo nên đẳng cấp "hàng hiệu" bên cạnh những cái tên đình đám trong ngành vận hành và quản lý đi kèm?

Vị trí kim cương sẽ là từ khóa đầu tiên trong bảng xếp hạng những lý do khiến cho bất động sản "hàng hiệu" không bao giờ mất giá, thậm chí ngược lại. Phần lớn các thương hiệu 5 hoặc 6 sao sẽ chỉ chọn lựa hợp tác với các dự án sở hữu vị trí tuyệt đẹp bậc nhất, nếu không phải khu vực trung tâm của các thành phố lớn siêu đắt đỏ, thì cũng là tâm điểm của những thiên đường nghỉ dưỡng thu hút giới thượng lưu. Những vị trí kim cương đã góp phần tạo nên sức đề kháng hữu hiệu của dòng sản phẩm này khi đối mặt với biến đổi của thị trường.



◀ Ivory Beachfront Villa của Gran Meliá Nha Trang sở hữu bãi cát trắng đẹp nhất Việt Nam

Bên cạnh đó, yếu tố "độc bản" về số lượng tạo nên nguồn cung cực kỳ hạn chế sẽ là lý do đứng thứ hai, khi mà mỗi thương hiệu quản lý vận hành cũng vô cùng khắt khe với số lượng những sản phẩm được phép đứng trong "hệ sinh thái" của mình. Một số thương hiệu có hệ thống kiểm soát sản phẩm khắt khe, đòi hỏi mỗi sản phẩm của họ đều phải đáp ứng nhiều tiêu chí hữu hình lẫn vô hình. Một ví dụ điển hình nhất là thương hiệu Gran Meliá Hotels & Resorts, người anh cả trong "đại gia tộc" Meliá Hotels International của Tây Ban Nha. Thương hiệu này đòi hỏi mỗi "đứa con" của mình đều là một sự thể hiện văn hóa xuất chúng và độc nhất ở mọi nơi mà họ đặt chân đến.



Một sản phẩm khi được gắn liền với một thương hiệu nổi tiếng, điều tất yếu chúng sẽ sở hữu những tinh túy về chất lượng mà thương hiệu đem lại. Không chỉ dừng lại ở hệ thống dịch vụ, tiện ích đi kèm, mỗi thương hiệu quản lý vận hành lại sở hữu những “bí kíp” nhằm giữ chân một lượng khách hàng trung thành trên khắp thế giới. Nếu Chanel nổi tiếng với “thứ vải tweed thần thánh không thể bị bắt chước”, Hermès lừng danh với những tấm da cá sấu thượng hạng, thì mỗi thương hiệu đều sở hữu “signature” như một chữ ký độc quyền của bản thân. Gran Meliá Hotels & Resorts tự hào với dấu son RedLevel in trên những tuyệt tác khách sạn, dinh thự nghỉ dưỡng cao cấp nhất của mình, điển hình là Gran Meliá Nha Trang – sản phẩm thứ 15 của thương hiệu này trên toàn thế giới, đồng thời là dinh thự nghỉ dưỡng đầu tiên trên toàn khu vực châu Á.

Là sản phẩm đại diện cho những giá trị xa xỉ của thương hiệu, kết hợp với chất lượng thượng hạng của phân khúc siêu cao cấp, bất động sản “hàng hiệu” không chỉ là một kênh đầu tư đầy tiềm năng, mà hơn hết, chúng trở thành món trang sức xa xỉ bậc nhất định danh đẳng cấp của giới thượng lưu siêu giàu. Hiếm có nhân vật tầm cỡ nào không sở hữu những căn biệt thự biển trị giá đến hàng chục triệu đô, vì một lẽ đơn giản, đó trở thành một chiếc vương miện vô hình chứng minh rằng họ thuộc tầng lớp “đàn số 1%” của toàn thế giới.



# Đầu tư xa xỉ phẩm

- bộ sưu tập thay lời tuyên ngôn của giới thượng lưu

*Những món đồ sưu tập vốn chỉ đại diện cho đam mê của giới thượng lưu như đồng hồ phiên bản giới hạn, xe cổ, túi xách vintage đến từ kho tàng lưu trữ lịch sử của các nhà mẫu nổi tiếng thế giới, rượu ủ hàng chục đến hàng trăm năm dưới hầm sâu, hay ngay cả những ngôi biệt thự là nhân chứng cho những dấu mốc lịch sử nghệ thuật lừng lẫy,...., nay đã trở thành những giá trị hữu hình thăng cấp theo thời gian.*

Theo nghiên cứu của Knight Frank Luxury, vào năm 2018, nhà đất, rượu vang và nghệ thuật là top 3 những tài sản đầu tư cao cấp phổ biến nhất. Đến năm 2019, tuy nhà đất vẫn vững vàng với ngôi vị top đầu, nhưng ngôi vị tiếp nối lại được nhường chỗ cho xe cổ và đồng hồ phiên bản giới hạn. Vào giai đoạn chuyển mình xứng đáng ghi vào lịch sử nhân loại của năm 2020 - 2021, bất chấp các thị trường đầu tư khác như tiền điện tử, nhà phố và các loại cổ phần truyền thống khác đang lao đao, thì thói quen đầu tư kiếm sưu tập của giới thượng lưu vẫn không mấy suy chuyển. Theo thống kê của Credit Suisse Group AG, tài sản của 1% người giàu nhất ở các quốc gia như Mỹ, Trung Quốc, Brazil và Ấn Độ tăng lên nhanh chóng bất chấp đại dịch. Không bị ảnh hưởng bởi những sự đình trệ của kinh tế chung, thậm chí tiếp tục gia tăng tài sản vốn có, đây là lý do chủ yếu dẫn tới việc thị trường tiêu thụ các sản phẩm siêu xa xỉ như túi xách cao cấp, rượu, xe cổ, đồng hồ hoàn toàn không bị ảnh hưởng.



◀ Túi Hermès Niloticus Crocodile Himalaya Birkin 30 với phần khóa được làm bằng vàng trắng 18k và kim cương, được đấu giá lên đến 384.285 USD vào năm 2017

## TÚI XÁCH XA XỈ

Tuy không phải hạng mục đứng đầu trong bảng xếp hạng những danh mục đầu tư xa xỉ, nhưng túi xách hàng hiệu chưa bao giờ bị đánh bật ra khỏi top những sản phẩm đầu tư "vì đam mê" của giới siêu giàu. Theo Chỉ số Đầu tư Sang Trọng Knight Frank (KFLII), đó có thể là một cách khôn ngoan để đa dạng hóa các khoản đầu tư cá nhân. Trong năm thứ hai liên tiếp, túi xách Hermès

đứng đầu bảng xếp hạng, với mức giá tăng 17% vào năm 2020, theo dữ liệu do Art Market Research (AMR), một công ty nghiên cứu phân tích thị trường nghệ thuật, đồ cổ và đồ sưu tầm, cung cấp. Trước đó, vào năm 2019, giá túi xách Hermès đã tăng 13%.





◀ Tuyệt tác Whisky "The Macallan Valerio Adami 1926" được chấp bút minh họa bởi hai họa sĩ thiết kế bìa album "Sgt. Pepper's Lonely Hearts Club Band" của The Beatles

## RƯỢU WHISKY

**T**hế giới rượu whisky đã là một trong những thú chơi của những người giàu trong ít nhất một thập kỷ qua. Theo báo cáo Knight Frank Wealth Report năm 2020, giá trị của rượu whisky hiếm đã tăng 564% trong 10 năm qua. Hai xu hướng đầu tư chủ đạo nhất gồm đầu tư theo chai và đầu tư theo serie rượu. 25 chai rượu whisky mạch nha Black Bowmore năm 1964 hợp tác với nhà sản xuất ô tô cổ điển của Anh Aston Martin với mức giá 50.000 bảng Anh một chai. Nó có

về là một khoản tiền không nhỏ, nhưng nó chỉ là một phần so với giá kỷ lục của một chai Macallan 1926 60 tuổi được bán vào năm 2019 với giá 1,45 triệu bảng. Đối với những người yêu thích rượu whisky hoặc những người muốn đa dạng hóa danh mục tài sản của mình, thì rượu whisky, hay còn được ưu ái gọi tên "acqua di vitae" (tinh hoa của nước) không phải một sự lựa chọn tồi.



◀ Macallan 1926 có tuổi đời lên đến 60 năm được sản lượng với mức giá thấp nhất là 1,45 triệu bảng Anh





◀ Women of Algiers in their apartment - Eugène Delacroix

tác phẩm của những danh họa này đều thuộc sở hữu của các viện bảo tàng quốc gia, vì vậy không được bán lại. Những tác phẩm này đắt giá chính vì sự khan hiếm. Johnny Hon, chủ tịch quỹ đầu tư mạo hiểm cho biết, giá một bức tranh của Da Vinci là bằng chứng cho thấy những bức tranh kinh điển của các danh họa nổi tiếng đã tạo ra một ngành kinh doanh tỷ đô và là một cách đầu tư độc đáo và khôn ngoan.

## NGHỆ THUẬT

**K**hông có gì ngạc nhiên khi những tác phẩm kinh điển hiếm hoi của các bậc thầy nổi tiếng như Da Vinci hay Vincen van Gogh đều nằm top những từ khóa tìm kiếm hàng đầu đối với các nhà sưu tầm nghệ thuật và các nhà đầu tư nghệ thuật. Bức tranh của danh họa Leonardo da Vinci được bán với giá gần 450 triệu USD và được sở hữu bởi hoàng tử Ả Rập, phá vỡ kỷ lục 179 triệu USD trước đó của bức Women of Algiers (Picasso) vào năm 2015, đã khiến giới đầu tư chú ý hơn vào thị trường nghệ thuật. Đa số các





◀ The Breguet Number 1160 - bản tái hiện hoàn hảo chiếc đồng hồ của hoàng hậu Marie Antoinette.

## DỒNG HỒ

Đồng hồ là một hình thức đầu tư thay thế mới đang phát triển. Một số người giàu có ở Singapore thường đầu tư khoảng 5-8% tài sản của họ vào các giải pháp thay thế này. Cảm xúc mà đồng hồ mang lại không giống với những loại hình đầu tư khác. Việc chế tác đồng hồ cao cấp là cả một nghệ thuật - từ các cơ chế khéo léo được sử dụng để tính toán và theo dõi vị trí, thời gian trong vũ trụ, tới việc trang trí, hoàn thiện một chiếc đồng hồ từ trong ra ngoài.





◀ Biệt phủ riêng của vợ chồng Ivanka Trump



◀ Obama's Mansion on Martha's Vineyard

## BẤT ĐỘNG SẢN CAO CẤP

Bất chấp mọi thay đổi của thị trường và xu hướng, sự tập trung bất động sản cao cấp vẫn luôn là "thú chơi" xa xỉ bậc nhất nhưng đồng thời cũng sở hữu tiềm năng tăng giá khủng khiếp nhất. Khác với phân khúc nhà phố thông thường dễ phụ thuộc vào biến động của thị trường và các yếu tố ngoại lai, các loại bất động sản gắn liền với những danh tiếng của chủ nhân sở hữu hoặc các đơn vị vận hành và xây dựng thường sở hữu tiềm năng tăng giá từ 200 đến 300% sau 5 đến 10 năm. Điển hình là những

căn hộ tại "đảo tỉ phú" Indian Creek với mức giá từ 9 đến 50 triệu đô, truyền đời qua tay những nhân vật nổi tiếng nhất thế giới. Tại châu Á, xu hướng bất động sản hàng hiệu lên ngôi, khiến cho giới thượng lưu tập trung săn lùng những căn hộ siêu cao cấp như Four Seasons Private Residences Bangkok (Bangkok, Thái Lan), hoặc những dinh thự nghỉ dưỡng "phiên bản giới hạn" trị giá hàng chục triệu đô như Gran Meliá Nha Trang (Nha Trang, Việt Nam).

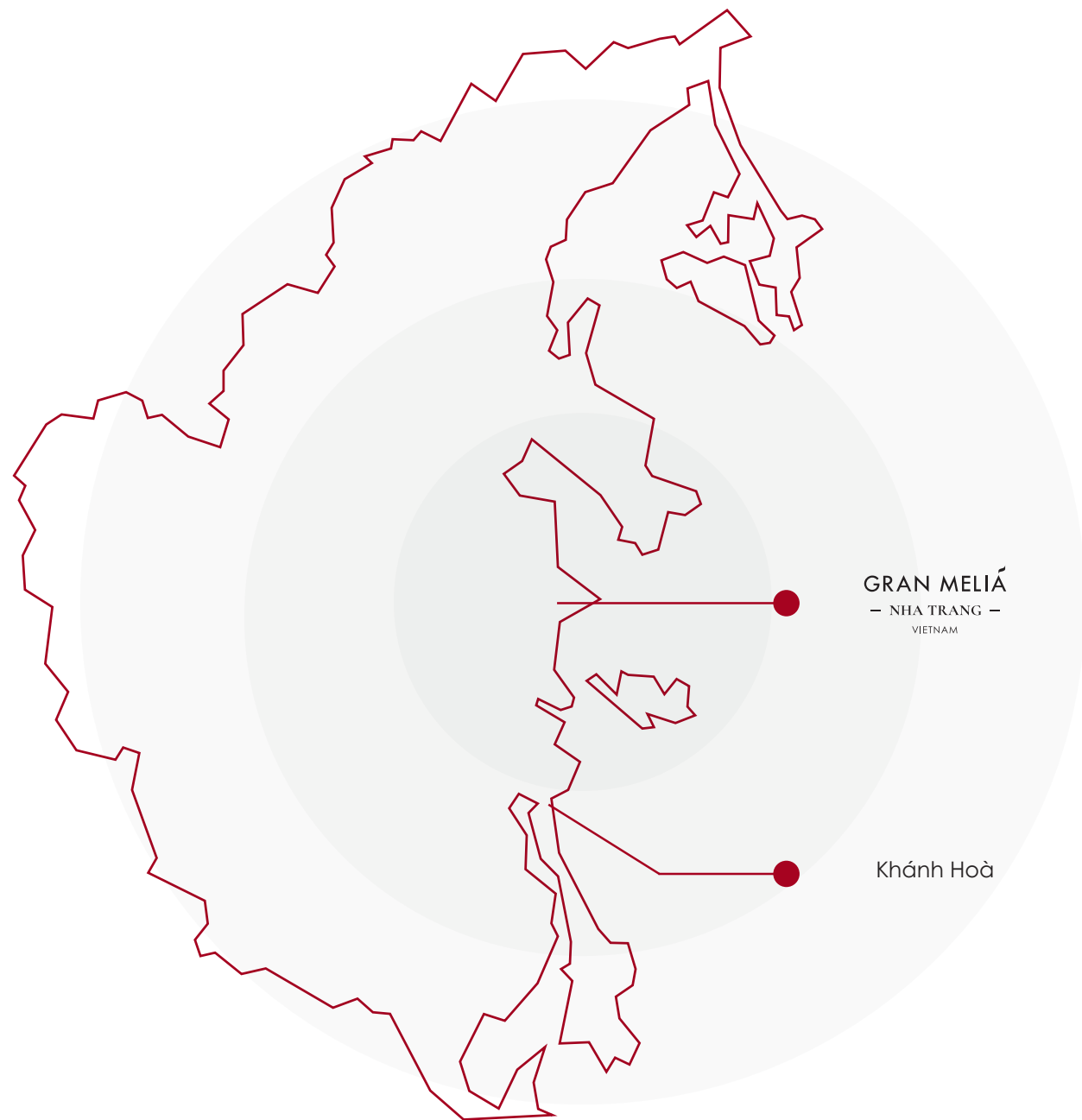


Indian Creek - Đảo tỳ phú với hệ thống an ninh hoàn hảo bậc nhất nước Mỹ

# BẮC NHA TRANG

## cực tăng trưởng bất động sản đầy tiềm năng giai đoạn 2021-2025

Trong mục tiêu bứt phá đạt 11 triệu khách du lịch của Nha Trang vào năm 2025, khu vực Bắc Nha Trang sẽ đóng vai trò đặc biệt quan trọng, là cực tăng trưởng mạnh nhất tại Nha Trang. Chính vì thế, khu vực này được dự đoán sẽ là tâm điểm của thị trường bất động sản Nha Trang giai đoạn 2021-2025.



Phân khu Hawaii trực thuộc Vega Continental Shopping Plaza, Vega City Nha Trang

### DU LỊCH NHA TRANG ĐÁNH DẤU CỘT MỐC BỨT PHÁ VÀO NĂM 2025

Là một trong những thiên đường biển nổi tiếng tại Việt Nam, Nha Trang luôn là điểm đến du lịch được cả du khách trong và ngoài nước yêu thích với những đường bờ biển dài trong xanh và hàng chục hòn đảo nguyên sơ lớn nhỏ. Năm 2003 đã đánh một dấu mốc quan trọng khi Nha Trang được bình chọn 1 trong 29 vịnh biển đẹp nhất hành tinh. Chưa dừng lại ở đó, Nha Trang tiếp tục lọt vào top 10 điểm lặn biển đẹp nhất thế giới do Tạp chí Forbes (Mỹ) công bố năm 2020.

Trong chiến lược phát triển du lịch, Nha Trang - Khánh Hòa đặt mục tiêu đón 11 triệu lượt khách du lịch vào năm 2025, trong đó có 5 triệu lượt khách quốc tế; tổng thu từ khách du lịch đạt 200.000 tỷ đồng. Để đạt được điều này, Nha Trang tập trung phát triển mô hình mới kinh tế đêm với những dịch vụ đặc sắc không chỉ để quảng bá hình ảnh văn hóa địa phương một cách hiệu quả và "bước" khách du lịch phải chi tiền nhiều hơn khi đến với Nha Trang. Đây là một trong những yếu tố then chốt tạo đà tăng trưởng phân khúc du lịch - nghỉ dưỡng BĐS Nha Trang trong các năm tới.

## PHÍA BẮC SẼ LÀ CỰC TĂNG TRƯỞNG HÚT DÒNG TIỀN LỚN CỦA NHA TRANG

Theo kế hoạch, dự kiến tỉnh Khánh Hòa là thành phố trực thuộc trung ương theo kết luận số 53-KL/TW ngày 24.12.2012 của Bộ Chính trị về xây dựng, phát triển tỉnh Khánh Hòa đến năm 2020 và tầm nhìn đến năm 2030. Trong đó, Nha Trang định hướng sẽ là đô thị du lịch biển quốc gia và quốc tế, bước đầu trở thành một thành phố thương mại du lịch tầm vóc Đông Nam Á. Với những chiến lược phát triển du lịch mạnh mẽ, đặc biệt là định hướng phát triển kinh tế đêm trong 5 năm tới, dòng vốn đầu tư đổ về Nha Trang chắc chắn sẽ tăng mạnh khiến thị trường bất động sản nơi đây trở nên sôi động hơn bao giờ hết.

Thực tế cho thấy, hiện nay khu vực trung tâm Nha Trang đang bị quá tải với tốc độ đô thị hóa nhanh và số lượng phương tiện giao thông tăng đột biến. Trong bối cảnh đó, quỹ đất dành cho giao thông ở khu vực trung tâm thành phố mới chỉ đạt 8% so với quy định tối thiểu 24% khiến hạ tầng giao thông trung tâm thành phố chưa bắt kịp tốc độ phát triển. Đây là lý do Nha Trang quyết định quy hoạch khu phía Bắc trở thành trung tâm

kinh tế mới của Nha Trang với các khu du lịch nghỉ dưỡng ven biển tầm cỡ, sôi động.

Khảo sát thực tế cho thấy, chỉ trong vòng vài năm trở lại đây, Bắc Nha Trang đã có nhiều thay đổi vượt bậc khi hạ tầng được đầu tư phát triển đồng bộ, phong phú. Không chỉ phát triển hệ thống đường nội bộ, khu vực này còn có trục đường huyết mạch giao với quốc lộ 1A - tuyến đường quan trọng mang ý nghĩa phát triển chiến lược, kết nối những điểm đến về du lịch như đảo Khỉ, đảo Hoa Lan và các điểm hút khách lân cận tại Quy Nhơn, Phú Yên. Đặc biệt, khu vực phía Bắc còn đóng vai trò kết nối chiến lược giữa khu trung tâm Trần Phú và toàn bộ Bắc Vân Phong.

Trong tổng thể bức tranh đó, siêu dự án Vega City Nha Trang là dự án ven biển duy nhất còn sót lại tại Nha Trang, nằm tại khu vực Bãi Tiên là mảnh ghép quan trọng bởi định hướng tiên phong khai thác mô hình kinh tế đêm, tiến tới trở thành trung tâm du lịch mới, xếp thứ 2 sau Trần Phú.



Có thể nói, cộng hưởng tiềm năng và lợi thế, Bắc Nha Trang đang trở thành điểm hút dòng tiền mạnh mẽ của nhà đầu tư trong năm 2021... Đây cũng là cơ hội cho các nhà đầu tư BĐS sành sỏi để nắm bắt triển vọng "vàng" ngay thời điểm mặt bằng giá còn thấp hơn nhiều so với khu trung tâm cũ của Nha Trang, đặc biệt là trên con đường Phạm Văn Đồng nối tiếp về phía Bắc với hàng loạt khu resort, khách sạn, nhà hàng đang trở thành cung đường ven biển hút khách nhất Nha Trang hiện nay.

# Portrait of the day



*Trò chuyện và lắng nghe những chia sẻ của các nhân vật góp phần tạo nên một  
tuyệt tác xa hoa mang hơi thở văn hóa đương đại lẫn cổ xưa.*

# NANCY NING

## Sự lựa chọn đến từ việc chia sẻ những giá trị quan tương đồng

Điều gì tạo nên mối duyên hợp tác giữa đơn vị quản lý vận hành hàng đầu Tây Ban Nha Gran Meliá Hotels & Resorts và tập đoàn KDI Holdings - nhà kiến tạo mới trong lĩnh vực bất động sản cao cấp? Cùng trò chuyện với bà Nancy Ning - Giám đốc phụ trách Quan hệ đối ngoại khu vực Châu Á Thái Bình Dương của thương hiệu Meliá Hotels International và lắng nghe những chia sẻ từ đơn vị này.

Không phải Phú Quốc, Đà Nẵng, Hạ Long, hay những đại đô thị sầm uất như Tp. Hồ Chí Minh, điều gì ở Nha Trang đã thu hút và thúc đẩy thương hiệu Gran Meliá Hotels & Resorts chọn lựa nơi này trở thành nơi đặt chân đầu tiên khi tiến vào thị trường Việt Nam?

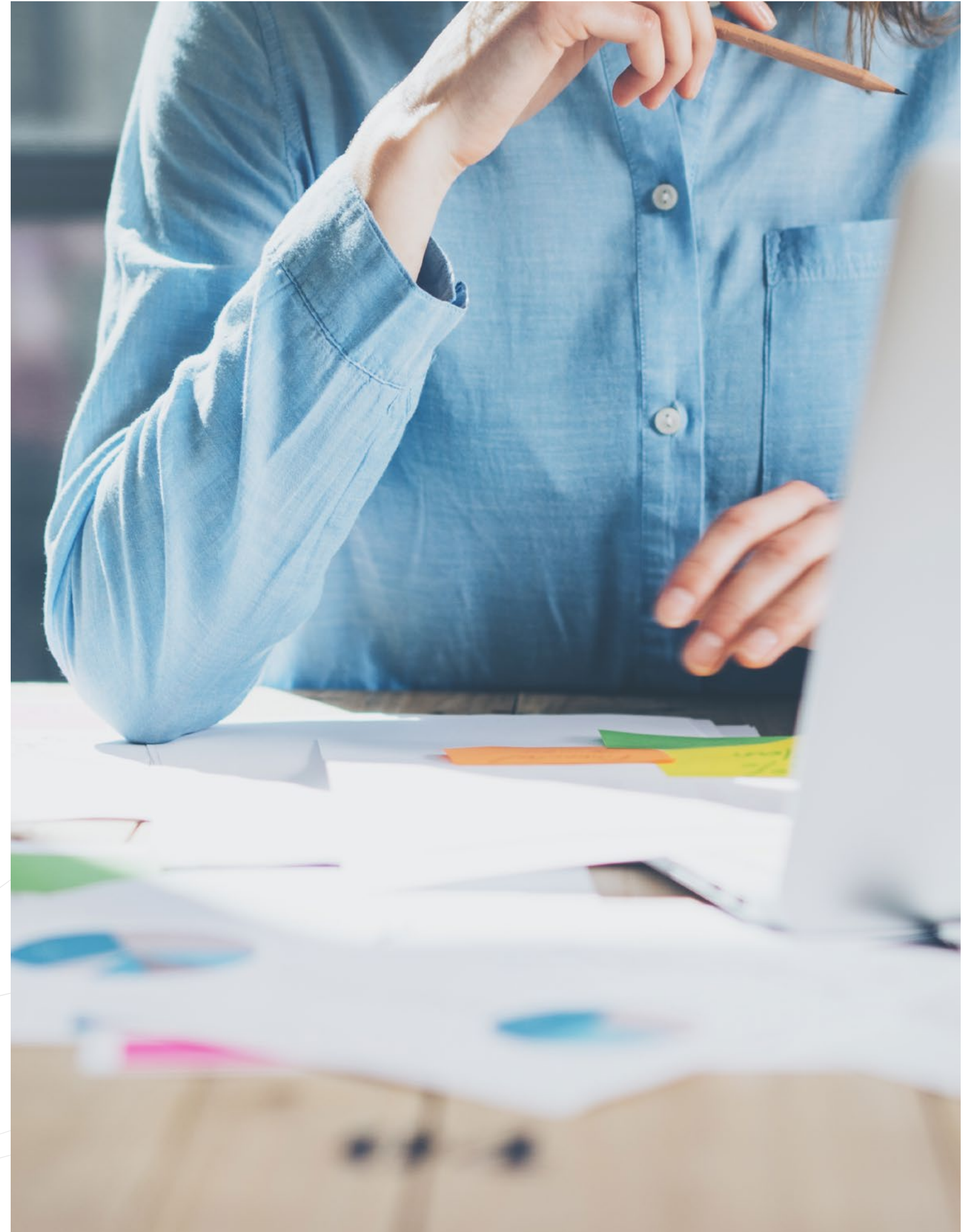
Nha Trang là một thành phố ven biển nổi tiếng của tỉnh Khánh Hòa, thuộc vùng duyên hải Nam Trung Bộ Việt Nam. Nơi đây nổi danh với những bãi biển đẹp lộng lẫy, cùng khí hậu dễ chịu và hoàn toàn phù hợp cho những kỳ nghỉ trải dài suốt năm. Được đánh giá là thành phố cho chất lượng không khí thuộc top cao nhất của Việt Nam, cộng hưởng với những nét văn hóa đặc trưng địa phương vùng Nam Bộ, không có gì đáng ngạc nhiên khi Nha Trang được lọt vào top những địa điểm du lịch nổi tiếng nhất Châu Á.

Gran Meliá Hotels & Resorts luôn cân nhắc một cách khắt khe những địa điểm mà thương hiệu chọn lựa để xây dựng sản phẩm của mình, đặc biệt là yếu tố văn hóa, lịch sử, nghệ thuật. Vẻ đẹp của Nha Trang không chỉ nằm ở những yếu tố thiên nhiên được tạo hóa ưu ái ban tặng, mà còn nằm ở những âm hưởng đến từ văn hóa Champa, tạo nên điểm khác biệt độc đáo của vùng đất này.

Điều gì khiến cho Gran Meliá Hotels & Resorts chọn lựa KDI Holdings để bắt tay xây dựng một dự án quy mô lớn và là “đấu chân đầu tiên” trong lịch sử của thương hiệu tại Việt Nam như Gran Meliá Nha Trang?

Thương hiệu mẹ Meliá Hotels Internationals và tập đoàn KDI Holdings sở hữu những giá trị và tầm nhìn tương đồng. Cả hai bên đều tin tưởng vào sự phát triển bền vững đến từ chất lượng dịch vụ và những cam kết giúp bảo vệ môi trường sinh thái. Ngoài ra, nếu MHI nói chung và Gran Meliá Hotels & Resorts nói riêng chọn tôn vinh những “nét xa hoa mang âm hưởng văn hóa Tây Ban Nha”, thì KDI Holdings cũng gắn bó với những khát vọng nâng tầm giá trị Việt. Niềm tự hào cội nguồn và tinh thần luôn hướng về phía trước đã gây dựng nên những giá trị quan tương đồng, trở thành nền tảng vững chãi cho sự hợp tác dài lâu.

Xin cảm ơn bà về những chia sẻ trên!







## ĐỖ TUẤN ANH

*Mỗi người trong chúng ta cần “làm mới” bản thân để tạo ra các bước tiến xa hơn trong sự nghiệp và khám phá chính mình. Với tôi, thế giới hiện đại không có chỗ cho “Status quo”*

Ông Đỗ Tuấn Anh là một tên tuổi lớn trong giới tài chính và ngân hàng. Tháng 7/2020, ông rời ghế Phó tổng giám đốc Ngân hàng TMCP Kỹ thương Việt Nam (Techcombank) để đảm nhiệm vị trí Tổng giám đốc Tập đoàn KDI Holdings.

Hiện ông Đỗ Tuấn Anh vẫn là Phó chủ tịch HĐQT của nhà băng này song rút dần vai trò điều hành trực tiếp tại nhà băng.

*Thưa ông Đỗ Tuấn Anh, với hơn 20 năm hoạt động trong ngành ngân hàng và là người đang điều hành một trong những ngân hàng top đầu Việt Nam, điều gì đã thôi thúc ông đến với KDI Holdings?*

Với tôi, KDI Holdings là một cái duyên. Tôi và Chủ tịch tập đoàn có mối quan hệ thân tình đã được hơn 25 năm. Mặc dù, chỉ mới chính thức điều hành KDI Holdings được hơn một năm, nhưng trên thực tế, tôi đã đồng hành cùng tập đoàn hơn một thập kỷ từ những ngày đầu thành lập.

Đối với tôi, việc chuyển hướng sang điều hành một tập đoàn đa ngành với nhiều lĩnh vực như bất động sản, giáo dục, nông nghiệp, năng lượng tái tạo, nội thất cao cấp, giải trí... thật sự là một “bước ngoặt” lớn, nhiều thách thức nhưng không kém phần thú vị.

Tôi tin rằng, mỗi người chúng ta đều cần “làm mới” bản thân để tạo ra các bước tiến xa hơn trong sự nghiệp và khám phá chính mình. Với tôi đây là một sự thay đổi đúng thời điểm khi đã gần bước sang tuổi 50.

*Có thể thấy dịch COVID-19 vẫn đang tác động mạnh đến mọi lĩnh vực kinh tế và đời sống người dân. Vừa là CEO vừa là chuyên gia tài chính, ông đã lèo lái KDI vượt qua giai đoạn này như thế nào và chuẩn bị gì cho KDI khi dịch COVID-19 dần được kiểm soát?*

Chúng ta đã trải qua 4 đợt dịch COVID-19 trong gần hai năm qua, sự tàn phá khốc liệt của đợt dịch COVID-19 thứ 4 tiếp tục gây ảnh hưởng nặng nề cho nền kinh tế và những khó khăn chưa từng có.

KDI Holdings cũng không ngoại lệ khi phải đối mặt với nhiều thách thức trong bối cảnh nền kinh tế chung. Tuy nhiên, chúng tôi luôn giữ được sự tỉnh táo, bởi hơn lúc nào hết cần một cái đầu lạnh, sự quyết tâm, kiên định với mục tiêu để vượt qua mọi khó khăn. Bên cạnh đó, sự linh hoạt, chủ động chuyển đổi thích ứng với hoàn cảnh mới cũng là điều vô cùng quan trọng.

Chính vì vậy, ngay cả lĩnh vực đầu tư chịu nhiều thách thức nhất của KDI Holdings là dự án bất động sản Vega City Nha Trang cũng không hề bị ngưng trệ dù ở giữa tâm dịch là TP Nha Trang – Khánh Hòa.

Chúng tôi đã khẩn trương triển khai các biện pháp cấp bách phòng, chống dịch theo đúng quy định và hướng dẫn của Bộ y tế, các cấp chính quyền địa phương trong khi vẫn đảm bảo tốt nhất công tác thi công xây dựng tại dự án theo đúng tiến độ để sẵn sàng đón đầu cơ hội phát triển trong tương lai. Đối với mảng giáo dục STEM, dịch bệnh

cũng ảnh hưởng nhiều đến các hoạt động triển khai của KDI. Tuy nhiên, bên cạnh việc điều chỉnh hợp lý tốc độ tăng trưởng hợp tác với các trường, chúng tôi đã tập trung nghiên cứu, phát triển các sản phẩm online.

Đến giờ chúng tôi đã sẵn sàng với kịch bản “sống chung với dịch bệnh” cũng như xây dựng được năng lực phát triển nhanh khi các trường đón học sinh trở lại.

Riêng mảng nông nghiệp công nghệ cao của chúng tôi với trang trại chuỗi tại Đắc Lắc vẫn tăng trưởng tốt. Mặc dù, hoạt động hàng ngày có nhiều khó khăn hơn vì phải phòng chống dịch nhưng chúng tôi vẫn đảm bảo năng suất cao, chuỗi cung ứng không bị ảnh hưởng. Đây cũng là một điểm sáng trong hoạt động của tập đoàn thời gian qua.

Với những nỗ lực không ngừng nghỉ, chúng tôi thấy may mắn khi các hoạt động sản xuất, xây dựng, vận hành không bị gián đoạn. Điển hình như dự án Vega City Nha Trang, chúng tôi vẫn đảm bảo duy trì công ăn việc làm cho hơn 1.000 công nhân trong bối cảnh bệnh dịch khó khăn.

Chúng ta đều mong đợi bệnh dịch được kiểm soát ổn định, mọi người dân được tiêm đủ Vaccine để cuộc sống sớm được ổn định. KDI Holdings đã sẵn sàng tiếp tục hoàn thành các mục tiêu cho từng mảng kinh doanh trong trạng thái bình thường mới.



◀ Biệt thự kế sát một biển của Gran Meliá Nha Trang

*Qua cuộc “khủng hoảng” COVID-19, KDI đã rút ra bài học gì và ông đánh giá như thế nào về triển vọng của các công ty đa ngành?*

COVID-19 lấy đi của chúng ta rất nhiều, mất mát lớn về cả con người, kinh tế.... Nhưng, cũng không thể phủ nhận một số điểm tích cực mà đại dịch này mang lại cho mọi người.

Bài học lớn nhất mà chúng ta có thể nhận được đó là những gì đã tồn tại, đã đứng của ngày hôm qua sẽ có thể thay đổi hoàn toàn trong ngày mai. Là một người nhiều năm làm ngân hàng, tôi tin rằng ngay khi thành công rực rỡ nhất thì chúng ta cũng cần phải dự phòng kịch bản cho khủng hoảng.

Một doanh nghiệp cần có trọng tâm kinh doanh và xây dựng năng lực cốt lõi xung quanh nó để “thẳng lòn” nhưng cũng cần có một danh mục đầu tư cân bằng hợp lý để khám phá các cơ hội mới cũng như phòng bị khi “giáp hạt”. KDI Holdings đã làm khá tốt điều đó.

Chúng tôi có một danh mục đầu tư tương đối hài hòa với phát triển bất động sản, sản xuất nông nghiệp công nghệ cao, giáo dục STEM,

nội thất cao cấp và giải trí,...

Bản chất tư duy đầu tư đa ngành rất tích cực trên nguyên lý chuỗi giá trị từ đầu đến cuối và liên kết giá trị theo chiều ngang. Tuy nhiên sự thành công của mỗi công ty đa ngành phụ thuộc vào chiến lược riêng và năng lực thực thi chiến lược một cách tập trung, nhất quán.

Với KDI Holdings, chúng tôi hướng tới những giá trị bền vững, thay vì chỉ tập trung vào lợi ích ngắn hạn.

Nói tóm lại, sự thay đổi nhanh chóng của thế giới dưới tác động của công nghệ cùng với những biến cố khó lường như dịch bệnh COVID-19 lần này đã đồng thời tạo ra nhiều cơ hội cho người chơi mới, cách chơi mới, thị trường mới cũng như thử thách năng lực thích nghi của các doanh nghiệp, cá nhân đã thành công trước đây. Với tôi, thế giới hiện đại không có chỗ cho “status quo” – (một thuật ngữ tiếng La Tinh có nghĩa là hiện trạng hoặc giữ nguyên hiện trạng).

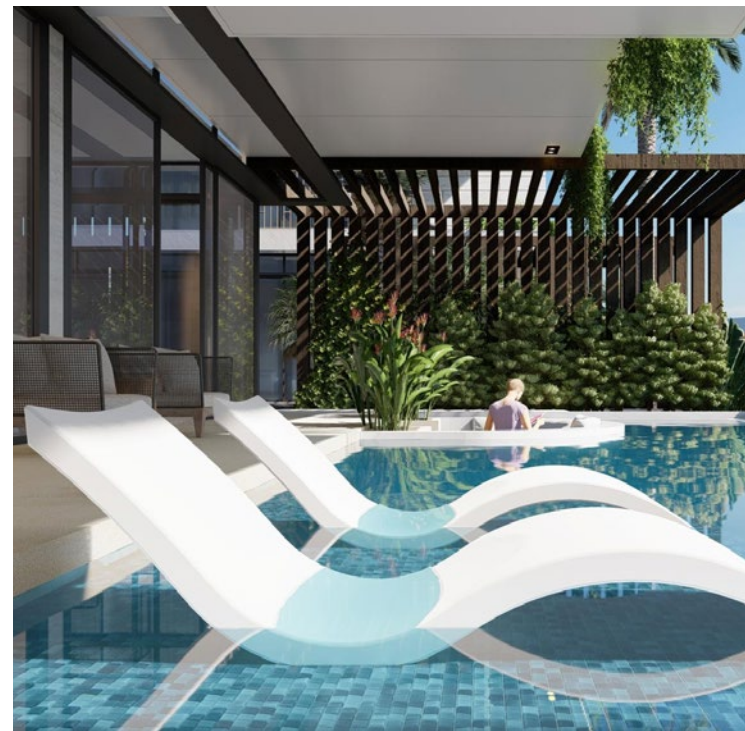
*KDI sẽ tập trung vào lĩnh vực chủ lực nào trong chuỗi kinh doanh của mình? Vì sao?*

Lĩnh vực bất động sản đang được tập đoàn đầu tư nhiều nhất cả về nguồn lực tài chính và con người.

Cụ thể, dự án Vega City Nha Trang là một trong những dự án trọng điểm được đầu tư và dành trọn tâm huyết với mong muốn góp phần mang lại những giá trị tốt đẹp hơn cho du lịch Nha Trang – Khánh Hòa nói riêng và du lịch Việt Nam nói chung.

Chúng tôi cho rằng, BĐS nói chung và BĐS du lịch nói riêng ở Việt Nam còn rất nhiều tiềm năng khai thác và trên thực tế vẫn còn một khoảng cách khá lớn giữa cung và cầu.

Cùng với đó, chúng tôi chú trọng đầu tư, xây dựng năng lực kinh doanh cho các mảng nông nghiệp công nghệ cao, năng lượng tái tạo, giáo dục STEM, giải trí, vì đây là những nhu cầu cơ bản lâu dài hoặc là công nghệ tương lai.



*Từ một tập đoàn chủ yếu tập trung vào đầu tư, tài chính hiện KDI đã mở rộng sang nhiều lĩnh vực khác như BĐS, giáo dục, nông nghiệp và năng lượng tái tạo. Tuy nhiên, trong tất cả những lĩnh vực nói trên thị trường đã có những tên tuổi thành công, điều đó có làm ông áp lực và ông định vị KDI Holding trong 5 năm tới như thế nào? Ông đánh giá về các đối thủ của mình trong phân khúc này như thế nào?*

Chúng tôi không coi việc tham gia sau vào thị trường là áp lực mà ngược lại tôi thấy có nhiều cơ hội học hỏi. Mỗi doanh nghiệp có mục tiêu và chiến lược riêng, tôi không coi họ là đối thủ mà là đối tác và sẵn sàng hợp tác để cùng thành công lớn hơn.

Khi bước chân tham gia vào bất kỳ sân chơi nào, chúng tôi luôn xác định cần tìm lối đi riêng để mở mới thị trường và tạo chỗ đứng khác biệt trong từng mảng kinh doanh từ BĐS du lịch trải nghiệm văn hóa, giáo dục STEM, nông nghiệp công nghệ cao cho tới lĩnh vực giải trí, vv...

Chúng tôi luôn khát vọng sáng tạo không ngừng để hướng tới những

giá trị bền vững trong từng lĩnh vực mà chúng tôi tham gia, theo đuổi. Bên cạnh đó, KDI Holdings luôn tự tin vào thế mạnh, kinh nghiệm sẵn có từ nguồn lực tài chính, đối tác chiến lược, kinh nghiệm quản lý và năng lực thực thi.

*Cuối cùng, xin ông có thể chia sẻ đâu là thành công của doanh nghiệp, nhất là với một doanh nghiệp đa ngành như KDI?*

KDI Holdings và cá nhân tôi là người điều hành tập đoàn luôn đề cao chữ tín, sự tử tế và tư duy win-win trong mọi việc làm cũng như trong mọi quan hệ với đối tác, khách hàng, nhân viên. Đó chính là sự bền vững, lâu dài và tốt đẹp mà chúng tôi hướng tới mỗi ngày.

*Xin cảm ơn những chia sẻ của ông!*

# TIN TỨC

## HẢI TRÌNH THƯỢNG LƯU - CHUYẾN HÀNH TRÌNH KHÁM PHÁ XÂY DỰNG TỪ CHUẨN MỰC REDLEVEL

“**H**ải trình thượng lưu: Những điểm chạm tinh hoa” là chuỗi private trip trải nghiệm đầu tiên dành cho các vị khách của Gran Meliá Nha Trang. Khám phá toàn cảnh Nha Trang xinh đẹp với những địa điểm văn hóa và tôn giáo nổi tiếng, thưởng thức nền ẩm thực Á Âu được phục vụ bởi những đầu bếp hàng đầu, hay tận hưởng những dịch vụ cao cấp được dẫn dắt bởi quản gia tận tình chu đáo, tất cả nhằm đem đến những trải nghiệm trực quan về RedLevel - hệ thống quy chuẩn dịch vụ thượng lưu của thương hiệu vận hành Gran Meliá Hotels & Resorts.



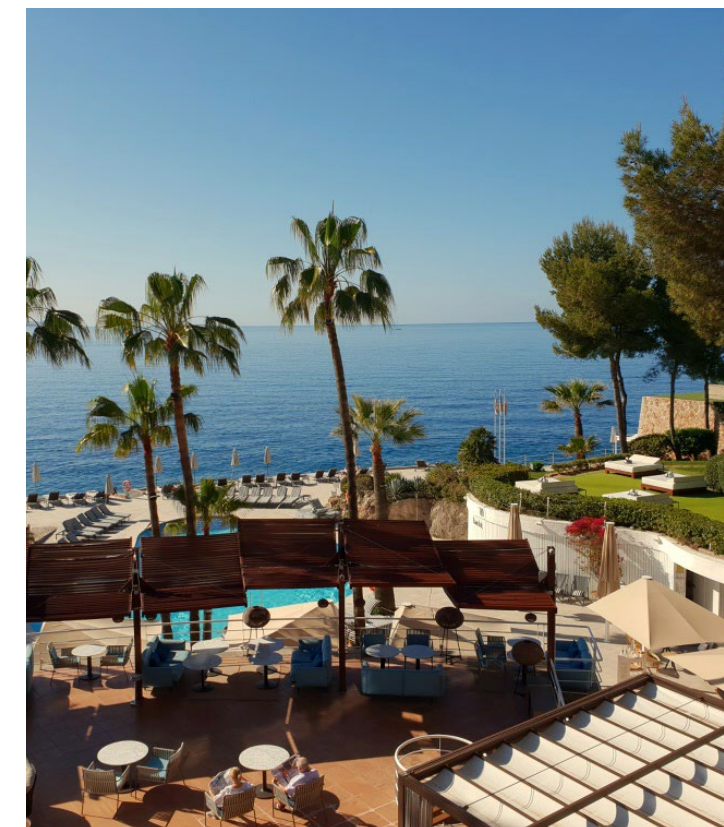
## HIGH-CLASS EXPERIENCES - SỐNG THƯỢNG LƯU CÙNG GRAN MELIA NHA TRANG

Vào những tháng cuối năm của 2021, Gran Meliá Nha Trang sẽ kết hợp cùng các thương hiệu thời trang xa xỉ, du thuyền cao cấp,... tổ chức các chuỗi sự kiện đa lĩnh vực, bao gồm thăm quan không gian biệt thự mẫu Gran Meliá Nha Trang, với mong muốn đem đến cho khách hàng những thông điệp về chuẩn mực sống thời thượng.

Dành riêng cho những chủ nhân sở hữu tuyệt tác dinh thự tỉ phú, dịch vụ đặc quyền Made to Measure được thiết lập nhằm tối ưu hóa từng trải nghiệm tinh tế nhất, cá nhân hóa nhằm đáp ứng mọi nhu cầu của chủ nhân.

## KHAI TRƯỞNG KHU VỰC BIỆT THỰ MẪU TẠI NHA TRANG

Tập đoàn KDI Holdings và đơn vị phân phối nội thất cao cấp EuroStyle đưa ra thông báo về sự kiện khai trương khu vực biệt thự mẫu tại Nha Trang. Không chỉ dừng lại ở những tấm hình phẳng, tại đây, khách hàng sẽ được tự mình khám phá không gian lồng lộng và khoáng đạt của dinh thự nghỉ dưỡng cao cấp Gran Meliá Nha Trang.



## CẬP NHẬT TIẾN ĐỘ XÂY DỰNG VÀ HOÀN THIỆN

Khu vực biệt thự nghỉ dưỡng Gran Meliá Nha Trang bắt đầu thi công vào tháng 5 năm 2020 và dự kiến hoàn thành vào quý 4/2022. Trong thời gian gần nhất, những chủ nhân tương lai của tuyệt tác kiến trúc đương đại này sẽ được chiêm ngưỡng tận mắt dáng hình của dinh thự tỉ phú mang đẳng cấp quốc tế.

GRAN MELIÁ  
— NHA TRANG —  
VIETNAM





#### Vị trí

- Phía đông: giáp biển Đông
- Phía tây: giáp đường nội bộ
- Phía nam: giáp khu du lịch Dịch vụ và thể thao Hồ Tiên
- Phía bắc: giáp Mũi Kê Gà

#### Đối tác phát triển

- Đơn vị quản lý vận hành: Gran Meliá Hotels & Resorts
- Thiết kế cảnh quan: Intaran Design
- Thiết kế kiến trúc: Wilson & HBA
- Thiết kế cơ điện: Indochine
- Tổng thầu thi công: Hyundai E&C

#### Khởi công xây dựng

Tháng 5/2020

#### Dự kiến hoàn thiện

Quý 4/2022

#### Hình thức bàn giao

Bàn giao hoàn thiện bao gồm cả nội thất rời tiêu chuẩn cao cấp 5\*

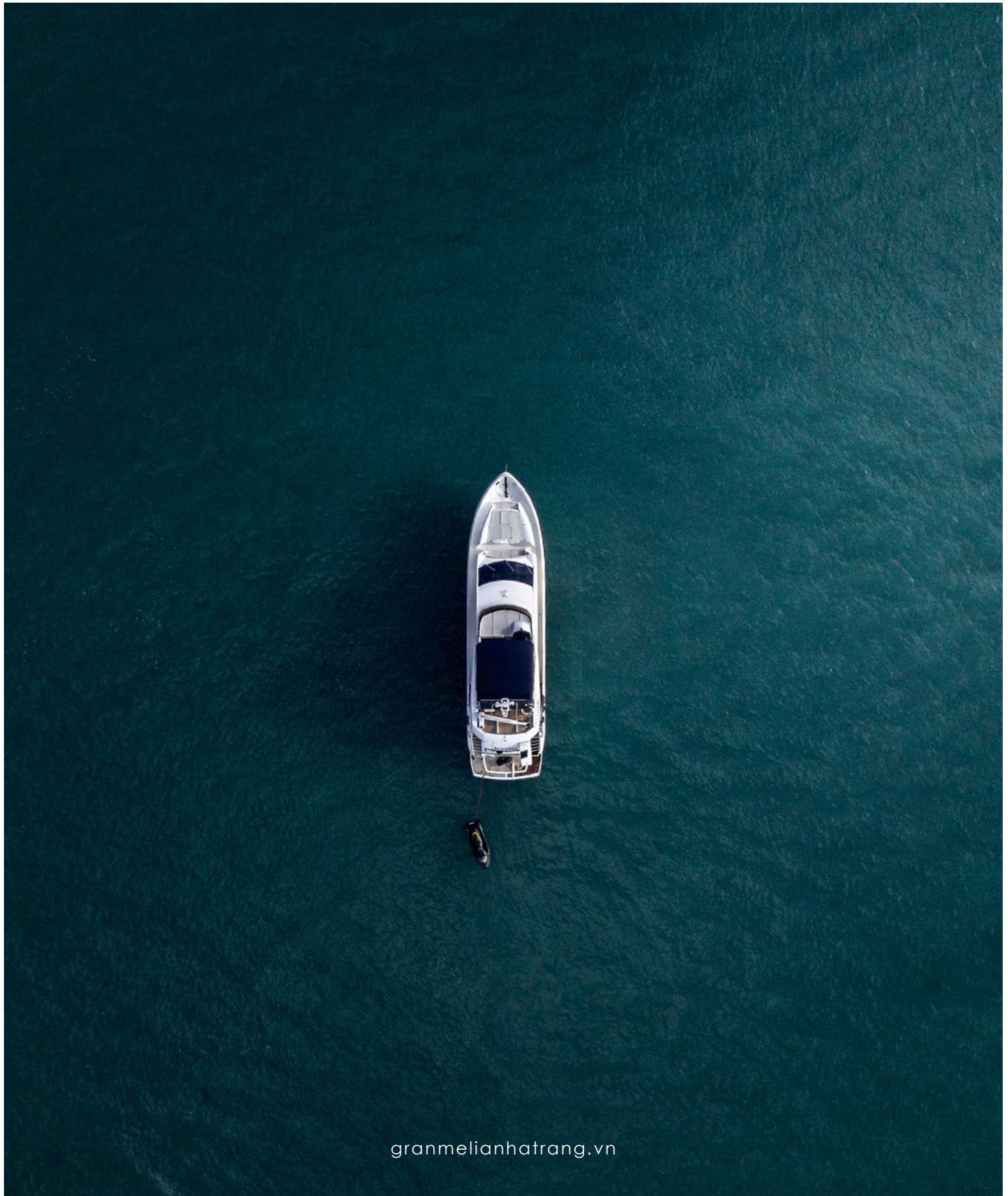
**1** Main Building Gran Meliá

**2** Bãi biển nội khu

**3** Mineral Spring Lagoon

**4** Đường dạo bộ

**5** Công viên trung tâm



[granmelianhatrang.vn](http://granmelianhatrang.vn)

GRAN MELIÁ  
— NHA TRANG —  
VIETNAM

Khu vực Bãi Tiên,  
phường Vĩnh Hoà, thành phố Nha Trang, Việt Nam

Hotline  
08 9966 7979