



Tài liệu về
HỆ THỐNG NHẬN DIỆN
THƯƠNG HIỆU

Du lịch Việt Nam

Corporate Identity Manual - Timeless Charm Brand Guidelines

MỤC LỤC

CHƯƠNG 1					
GIỚI THIỆU					
Lời nói đầu	3	Giấy tiêu đề A4, Mẫu Fax	27	Tặng phẩm Đồ Kim loại	69
Thông điệp của Logo	4	Phong bì (A4, A5)	28	Tặng phẩm Đồ Vải	74
Thông điệp của Slogan	5	Kẹp Tài liệu	29		
CHƯƠNG 2		Bảng thông tin, Giấy nhớ	30	CHƯƠNG 5	
HỆ THỐNG HÌNH ẢNH THƯƠNG HIỆU		Cờ Thương hiệu	31	QUÀ TẶNG KHUYẾN MÃI	
Logo chuẩn	7	Quảng cáo:		Bút - Lắc đeo chìa khóa	80
Thương hiệu và Slogan tiếng Anh	8	Băng-rôn, Panô dọc, ngang	33	Túi giấy	81
Thương hiệu và Slogan tiếng Việt	9	Biển hiệu kim loại	34	Tranh Tre - Đồ tre ép	82
Tỷ lệ chuẩn	10	Biển tắm lớn	35	Gỗ thư pháp và Mô hình thuyền	83
Bảng Màu chuẩn	11	Phông sự kiện	37	Lắc đeo chìa khóa	84
Đa sắc & Đơn sắc	12	Phương tiện giao thông:	38	Đồ sơn mài	85
Kiểu chữ Thương hiệu	13	(Xe hơi, Tàu hỏa, Du thuyền, Máy bay...)		Túi thêu - túi thổ cẩm	86
Quy định khoảng trống	14	Truyền thông:		Đồ gỗ mỹ nghệ	87
Quy định đường viền	15	Giao diện PowerPoint	45	Mũ vải	88
Đường viền	16	Giao diện Website	46	Đồ gốm	89
Chỉ định không viền	17	Chữ ký thư điện tử	48	Tranh thêu	90
Cảnh báo vi phạm	18	Tờ in quảng cáo (Poster)	49		
Liên kết Thương hiệu	19	Bìa lịch bàn & bìa catalogue, bìa lịch tường	50	CHƯƠNG 6	
Họa tiết điển hình	22	Tờ gấp quảng cáo (Brochure)	52	THƯƠNG HIỆU NHÁNH	
Họa tiết truyền thống	23	Bìa CD	54	(Quy chuẩn các thương hiệu nhánh)	
Đồ án trang trí đặc biệt	24	Thiếp chúc mừng	55	Du lịch Biển (Coast)	94
CHƯƠNG 3		Thư mời	56	Du lịch Sinh thái (Eco-Based)	97
HỆ THỐNG THIẾT KẾ ỨNG DỤNG		Túi giấy & Bảng đón khách	57	Du lịch Văn hóa (Culture)	100
Văn phòng phẩm:		CHƯƠNG 4		Du lịch Thành phố (City Break)	103
Danh thiếp, thẻ nhân viên	26	TẶNG PHẨM		Du lịch Mạo hiểm (Adventure Tourism -	106
		TRÊN CÁC CHẤT LIỆU		Thương hiệu nhánh, phương án tham khảo)	
		Tặng phẩm Đồ Da	59	Gợi ý thiết kế gian hàng Triển lãm	109
		Tặng phẩm Đồ Thủy tinh - Pha Lê	63	Ứng dụng của Thương hiệu Du lịch Biển	114
		Tặng phẩm Đồ Tre - Gỗ	65	Ứng dụng của Thương hiệu Du lịch Văn hóa	130

CHƯƠNG 1



GIỚI THIỆU

GIỚI THIỆU

LỜI NÓI ĐẦU

Tài liệu về Hệ thống nhận diện thương hiệu Du lịch Việt Nam được sử dụng như một công cụ nhằm mục đích quản trị hình ảnh thương hiệu một cách đồng bộ và nhất quán.

Tài liệu này chỉ rõ bản sắc của thương hiệu, các nguyên tắc cơ bản, các quy định khi sử dụng hình ảnh thương hiệu trong quá trình truyền thông, ứng dụng thực tế. Nó giúp cho mọi người hiểu rõ và sử dụng thương hiệu một cách đúng đắn nhất trong từng trường hợp cụ thể.

Hơn nữa Tài liệu này sẽ chỉ ra những định hướng, gợi ý giúp cho quá trình ứng dụng thương hiệu trở nên sáng tạo và linh hoạt trên cơ sở các thiết kế sẽ được tiến hành sao cho phù hợp với tinh thần của những chỉ dẫn trong tài liệu.

Để đảm bảo về mặt kỹ thuật, các phiên bản ứng dụng biểu tượng luôn phải được tái bản từ bản gốc đã được số hóa, hạn chế việc sao chụp hoặc vẽ lại có thể làm sai lệch chuẩn màu hay cấu trúc của biểu tượng.



GIỚI THIỆU



LỜI NÓI ĐẦU

Hồ sơ Hệ thống nhận diện thương hiệu Du lịch Việt Nam được sử dụng như một công cụ nhằm mục đích quản trị hình ảnh thương hiệu một cách đồng bộ và nhất quán.

Tài liệu này chỉ rõ bản sắc của thương hiệu, các nguyên tắc cơ bản, các quy định khi sử dụng hình ảnh thương hiệu trong quá trình truyền thông, ứng dụng thực tế. Nó giúp cho mọi người hiểu rõ và sử dụng thương hiệu một cách đúng đắn nhất trong từng trường hợp cụ thể.

Hơn nữa Hồ sơ này sẽ chỉ ra những định hướng, gợi ý giúp cho quá trình ứng dụng thương hiệu trở nên sáng tạo và linh hoạt trên cơ sở các thiết kế sẽ được tiến hành sao cho phù hợp với tinh thần của những chỉ dẫn trong tài liệu.

Để đảm bảo về mặt kỹ thuật, các phiên bản ứng dụng biểu tượng luôn phải được tái bản từ bản gốc đã được số hóa, hạn chế việc sao chụp hoặc vẽ lại có thể làm sai lệch chuẩn màu hay cấu trúc của biểu tượng.

GIỚI THIỆU - LOGO

THÔNG ĐIỆP CỦA LOGO

Hoa sen được chọn là hình tượng chính cho logo bởi nó tượng trưng cho những ý nghĩa cao quý, vẻ đẹp của con người Việt, tâm hồn Việt, non nước Việt.

Bông sen được tạo hình cách điệu với năm cánh - năm sắc màu tượng trưng cho Du lịch Việt Nam đầy sức quyến rũ và đang tỏa hương sắc. Số 5 theo triết lý Phương Đông là một con số đẹp thể hiện nhiều ước muôn và sự tượng trưng cho những giá trị sống hài hòa, tốt đẹp (Ngũ hành tương sinh, Ngũ Phúc, Ngũ Đức...) Đồng thời số 5 cũng thể hiện sự sinh sôi, sức sống mãnh liệt.

Với bông sen được tạo hình duyên dáng cùng với những cánh hoa mang nhiều màu sắc tươi vui gợi liên tưởng đến đặc trưng của các sản phẩm du lịch rất phong phú và đa dạng của Việt Nam. Màu sắc đó cũng nói lên những cung bậc cảm xúc tốt đẹp của du khách khi đến với Việt Nam.



GIỚI THIỆU - SLOGAN

THÔNG ĐIỆP CỦA SLOGAN

Timeless - Bất tận: vừa có ý nghĩa về thời gian vừa có ý nghĩa về sự đa dạng.

Timeless - Trường tồn: Việt Nam có vẻ đẹp vĩnh cửu, xuyên suốt thời gian, trước đây, hiện nay và mãi mãi về sau vẫn đẹp.

Timeless - Bất tận: Việt Nam có nhiều loại hình, sản phẩm, dịch vụ du lịch đáp ứng nhu cầu đa dạng của khách du lịch và du khách cần nhiều thời gian để khám phá vẻ đẹp của Việt Nam.

Tiêu đề “Timeless Charm - Vẻ đẹp bất tận” vừa có tính kế thừa vừa gợi ra một chân trời rộng mở về không gian, thời gian và sự đa dạng của các sản phẩm du lịch.



CHƯƠNG 2



HỆ THỐNG HÌNH ẢNH THƯƠNG HIỆU



CHƯƠNG 2 - Hệ thống hình ảnh Thương hiệu

HỆ THỐNG NHẬN DIỆN THƯƠNG HIỆU DU LỊCH VIỆT NAM



Cấu trúc Thương hiệu gồm 2 thành tố:

Hình: Bông sen năm cánh.

Chữ: Tên quốc gia và câu khẩu hiệu bằng tiếng Anh.

CHƯƠNG 2 - Hệ thống hình ảnh Thương hiệu

HỆ THỐNG NHẬN DIỆN THƯƠNG HIỆU DU LỊCH VIỆT NAM



Cấu trúc Thương hiệu gồm 2 thành tố:

Hình: Bông sen năm cánh.

Chữ: Tên quốc gia và câu khẩu hiệu bằng tiếng Việt.

CHƯƠNG 2 - Hệ thống hình ảnh Thương hiệu

HỆ THỐNG NHẬN DIỆN THƯƠNG HIỆU DU LỊCH VIỆT NAM

TỶ LỆ CHUẨN

Tỷ lệ tổng thể của Thương hiệu là 3/2

Chiều rộng : Chiều cao = 3/2

(Hình vẽ Thương hiệu trong trường hợp
Đa sắc, Đơn sắc và Đường nét).

Chiều cao 12mm là kích thước
hiển thị tối thiểu của Thương hiệu.



Thương hiệu Đa sắc



Thương hiệu Đơn sắc



Kích thước tối thiểu

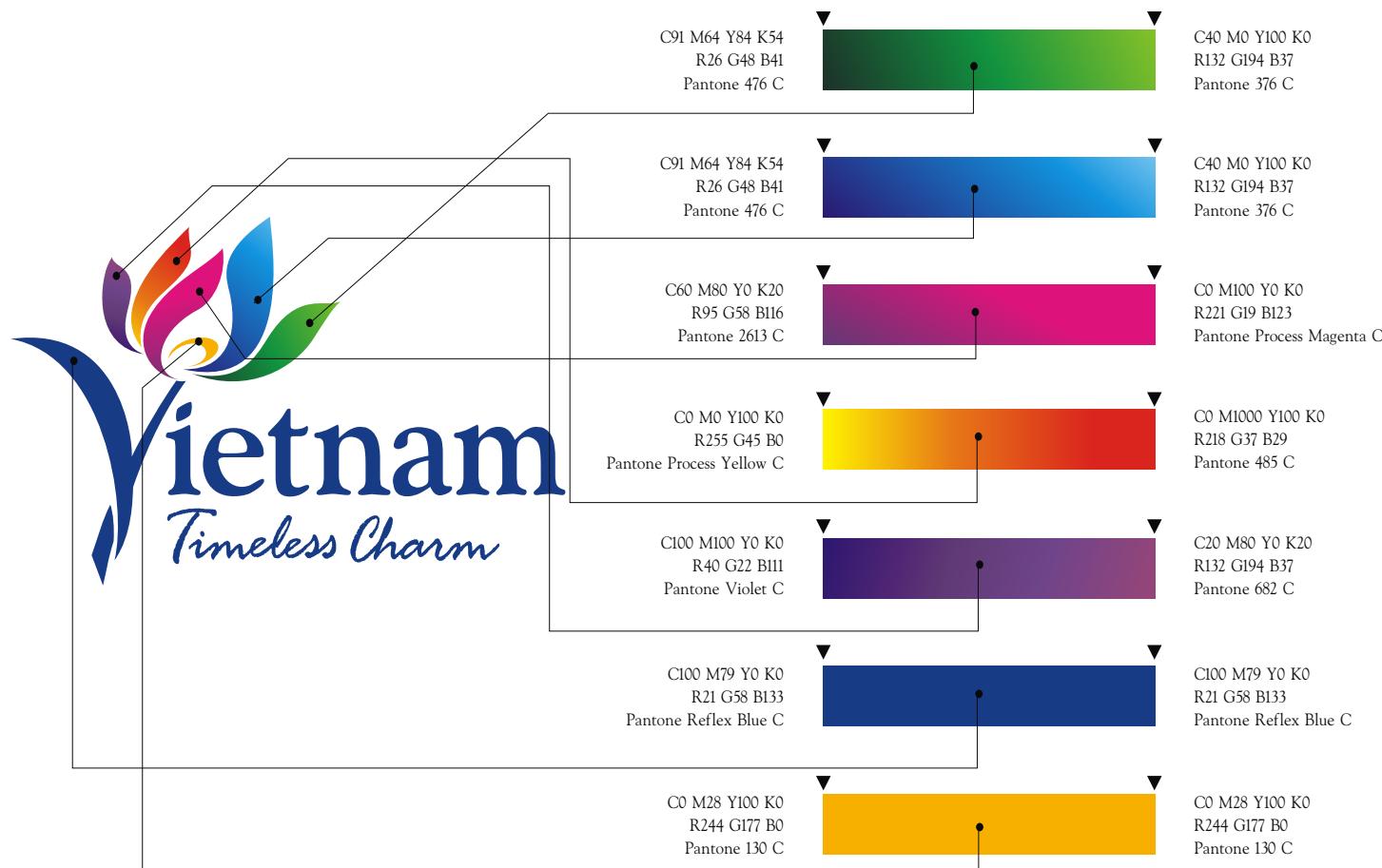


Đường nét Thương hiệu

CHƯƠNG 2 - Hệ thống hình ảnh Thương hiệu

HỆ THỐNG NHẬN DIỆN THƯƠNG HIỆU DU LỊCH VIỆT NAM

BẢNG MÀU CHUẨN



Hình trên là các thông số màu của Thương hiệu
trên 3 hệ màu: CMYK, RGB, Pantone.

ĐA SẮC & ĐƠN SẮC

Nguyên tắc sử dụng đơn sắc, đa sắc:

Sử dụng Thương hiệu đa sắc khi đặt trên nền màu trắng & màu sáng.

Thương hiệu đơn sắc sử dụng khi ở trên nền màu trùng với màu thương hiệu hoặc màu đậm.

Thương hiệu ở dạng đa sắc:



C0 M0 Y0 K0
R255 G255 B255



C20 M0 Y0 K0
R179 G222 B248
Pantone 545C



C100 M83 Y10 K10
R26 G49 B112
Pantone 2747C

Hình bên chỉ ra
những nguyên tắc đặt
thương hiệu trên các sắc độ
nền đơn sắc cơ bản:

1. Trắng
2. Ghi xám (đen 20% - tương đương với các màu sáng).
3. Đen (tương đương với các màu tối).

Thương hiệu ở dạng đơn sắc:



C0 M0 Y0 K0



C0 M0 Y0 K20



C100 M100 Y100 K100

CHƯƠNG 2 - Hệ thống hình ảnh Thương hiệu

HỆ THỐNG NHẬN DIỆN THƯƠNG HIỆU DU LỊCH VIỆT NAM

KIẾU CHỮ THƯƠNG HIỆU

VNI-Goudy font

ABCDEFGHIJKLMNOPQRS
TUVWXYZ abcdfghijklmnop
qrstuvwxyz@&0123456789

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz@&0123456789

**ABCDEFGHIJKLMNOPQRS
TUVWXYZ abcdfghijklmnopqrstuvwxyz@&0123456789**

VNI-Helve-Condense font

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz@&0123456789
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz@&0123456789

**ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz@&0123456789**

Rage Italic font

*ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz@&0123456789*

QUY ĐỊNH KHOẢNG TRỐNG

Tỷ lệ chuẩn và quy định về
khoảng trống bắt buộc.

Tỷ lệ chuẩn giữa chiều cao
và chiều rộng là 2/3.
Trong trường hợp Thương hiệu
đồng hiện với các thương hiệu khác
hoặc các đối tượng hình ảnh khác
thì khoảng cách tối thiểu là 2a.



CHƯƠNG 2 - Hệ thống hình ảnh Thương hiệu

HỆ THỐNG NHẬN DIỆN THƯƠNG HIỆU DU LỊCH VIỆT NAM

Quy định về Kích thước và
màu sắc của đường viền bao quanh
thương hiệu:

Độ dày của đường viền là a/7

Màu trắng là màu duy nhất

cho đường viền của thương hiệu.



CHƯƠNG 2 - Hệ thống hình ảnh Thương hiệu

HỆ THỐNG NHẬN DIỆN THƯƠNG HIỆU DU LỊCH VIỆT NAM

ĐƯỜNG VIỀN



MAGENTA 100%



CYAN 100%



YELLOW 100%



BLACK 20%



BLACK 70%



PHOTO

Để Thương hiệu được nổi bật trên những nền màu mạnh hoặc nền ảnh màu không đồng nhất, đề nghị sử dụng viền trắng (màu viền duy nhất) cho hình ảnh thương hiệu trong các trường hợp sau đây:

- 1/ Trên các nền màu cơ bản (C,M,Y,K=100%).
- 2/ Trên nền ảnh.
- 3/ Trên nền có độ đậm tương đương với K= 20% cho đến K=79%.

CHƯƠNG 2 - Hệ thống hình ảnh Thương hiệu

HỆ THỐNG NHẬN DIỆN THƯƠNG HIỆU DU LỊCH VIỆT NAM



NỀN ĐEN 100%



NỀN ĐEN 80%



NỀN ĐEN 15%



NỀN TRẮNG

Không sử dụng viền trắng cho hình ảnh thương hiệu
trong các trường hợp sau đây:

- 1/ Trên các nền màu sẫm tương đương với K=80% đến 100%.
- 2/ Trên các nền màu nhạt tương đương với K<15%.

Có thể sử dụng Thương hiệu bằng màu trắng (hoặc màu sáng)
trong trường hợp đặt trên nền ảnh hoặc nền sẫm màu.



NỀN ẢNH



NỀN SÃM MÀU

CẢNH BÁO VI PHẠM

		
Không làm biến dạng - sai tỷ lệ —	Không xô nghiêng —	Không xoay chiều —
		
Không thay đổi kiểu chữ —	Không thay đổi màu —	Không dùng viền khác màu trắng —
		
Không dùng bóng đổ ngoài màu trắng —	Không làm thay đổi tỷ lệ của các yếu tố —	Không dùng một phần hình ảnh —

CHƯƠNG 2 - Hệ thống hình ảnh Thương hiệu

HỆ THỐNG NHẬN DIỆN THƯƠNG HIỆU DU LỊCH VIỆT NAM

LIÊN KẾT THƯƠNG HIỆU



Khi xuất hiện đồng thời với các thương hiệu khác, Thương hiệu Du lịch Việt Nam phải có kích thước và màu sắc tương đương.

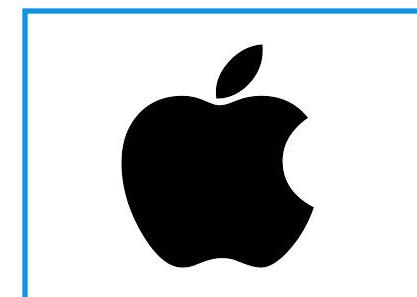
Kích thước tương đương: là lấy tỷ lệ của hình chữ nhật trong Nguyên tắc khoảng trống bắt buộc làm hình ngoại tiếp cho các thương hiệu khác.

Màu sắc tương đương: có nghĩa là cùng là đơn sắc hoặc cùng là đa sắc.

(Hình bên là ví dụ cùng đưa Thương hiệu về dạng đơn sắc).

Nguyên tắc khoảng trống bắt buộc được áp dụng cho trường hợp liên kết với nhiều thương hiệu.

Hình chữ nhật trong nguyên tắc khoảng trống bắt buộc



CHƯƠNG 2 - Hệ thống hình ảnh Thương hiệu

HỆ THỐNG NHẬN DIỆN THƯƠNG HIỆU DU LỊCH VIỆT NAM



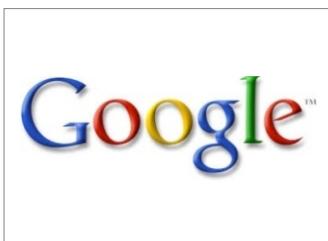
Ví dụ về liên kết với các Thương hiệu Du lịch.

CHƯƠNG 2 - Hệ thống hình ảnh Thương hiệu

HỆ THỐNG NHẬN DIỆN THƯƠNG HIỆU DU LỊCH VIỆT NAM

LIÊN KẾT THƯƠNG HIỆU

Thương hiệu khác ngành



Ví dụ về liên kết với các Thương hiệu khác ngành.

CHƯƠNG 2 - Hệ thống hình ảnh Thương hiệu

HỆ THỐNG NHẬN DIỆN THƯƠNG HIỆU DU LỊCH VIỆT NAM

HỌA TIẾT ĐIỂN HÌNH



Họa tiết ở hiệu quả chồng màu trong suốt.



Họa tiết điển hình góp phần làm cho thiết kế thêm sinh động và tạo thêm ấn tượng cho hình tượng bông sen của Thương hiệu chính.

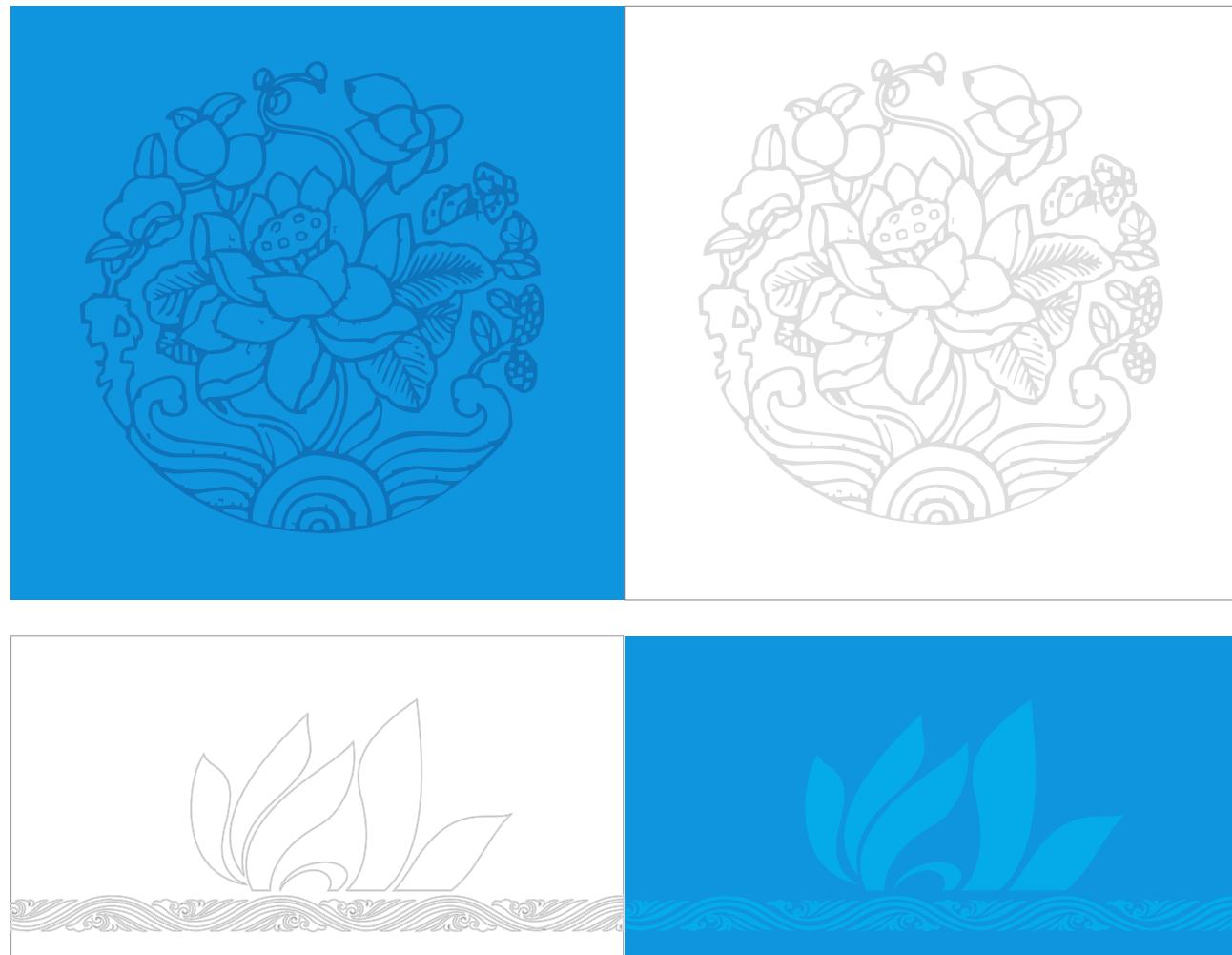
Lưu ý: Họa tiết là yếu tố hỗ trợ cho hình ảnh chính cho nên về sắc độ chỉ đủ tạo nền màu êm. Có nghĩa là độ tương phản so với nền màu chính của thiết kế chênh không nhiều (khoảng 70% - 80%).



HỌA TIẾT TRUYỀN THỐNG

Họa tiết điển hình góp phần cho thiết kế thêm sinh động và tạo ấn tượng về hình ảnh Bông sen của Thương hiệu chính.

Trường hợp họa tiết truyền thống áp dụng cho các đồ án án trang trí mang tính Văn hóa truyền thống, Di sản, Thiên nhiên...



CHƯƠNG 2 - Hệ thống hình ảnh Thương hiệu

ĐỒ ÁN TRANG TRÍ ĐẶC BIỆT

Trong một số trường hợp đặc biệt để gây ấn tượng mạnh có thể sử dụng năm màu đặc trưng của thương hiệu gốc.



Một định dạng hình ảnh 5 màu khi thiết kế có thể xoay hoặc co dãn cho thích hợp. (Hình này phù hợp khi trang trí trên các thiết bị mang thuộc tính chuyển động ví dụ: xe cộ, máy bay, ván lướt sóng...).



5 thành tố tông màu xanh.



Đồ án sẽ phát huy tối đa hiệu quả về màu khi kết hợp với фон nền màu tối sẫm (hoặc màu đen).
Ở trường hợp này, thương hiệu gốc hiển thị màu đơn sắc là phù hợp (xem thêm Chương 3).

CHƯƠNG 3



VĂN PHÒNG PHẨM

DANH THIẾP & THẺ NHÂN VIÊN



Mặt A



Thẻ nhân viên

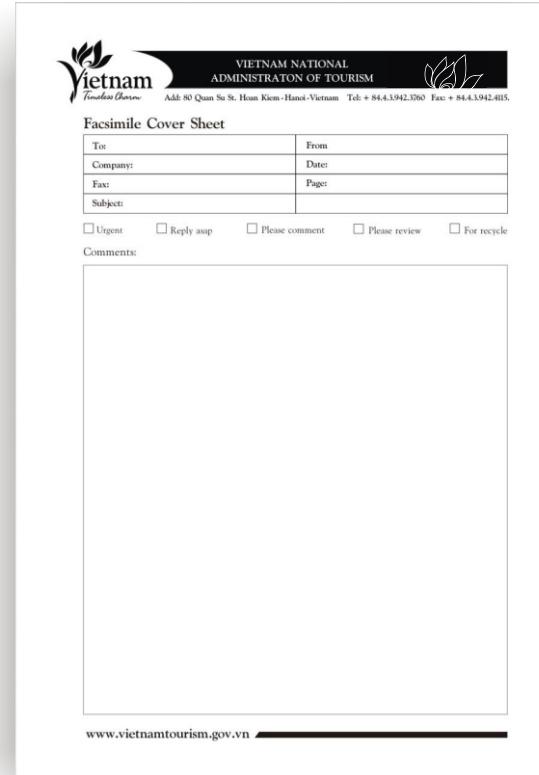


Danh thiếp

CHƯƠNG 3 - Hệ thống thiết kế ứng dụng

HỆ THỐNG NHẬN DIỆN THƯƠNG HIỆU DU LỊCH VIỆT NAM

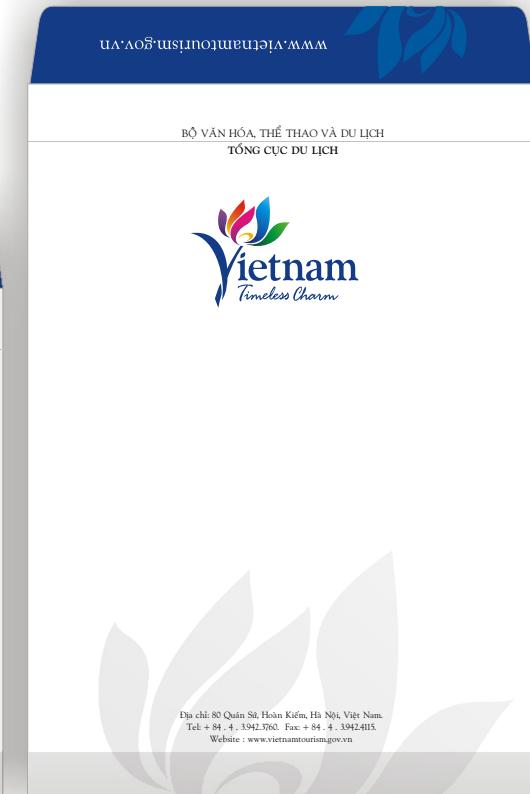
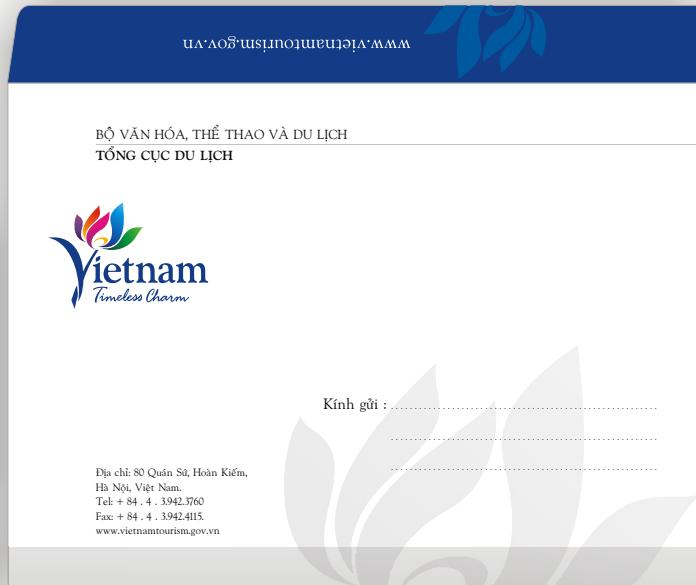
GIẤY TIÊU ĐỀ A4 - MẪU FAX



CHƯƠNG 3 - Hệ thống thiết kế ứng dụng

HỆ THỐNG NHẬN DIỆN THƯƠNG HIỆU DU LỊCH VIỆT NAM

PHONG BÌ



CHƯƠNG 3 - Hệ thống thiết kế ứng dụng

HỆ THỐNG NHẬN DIỆN THƯƠNG HIỆU DU LỊCH VIỆT NAM

KẸP TÀI LIỆU



CHƯƠNG 3 - Hệ thống thiết kế ứng dụng

HỆ THỐNG NHẬN DIỆN THƯƠNG HIỆU DU LỊCH VIỆT NAM

BẢNG THÔNG TIN - GIẤY NHỚ



CHƯƠNG 3 - Hệ thống thiết kế ứng dụng

HỆ THỐNG NHẬN DIỆN THƯƠNG HIỆU DU LỊCH VIỆT NAM

CỜ THƯƠNG HIỆU



CHƯƠNG 3 - Hệ thống thiết kế ứng dụng

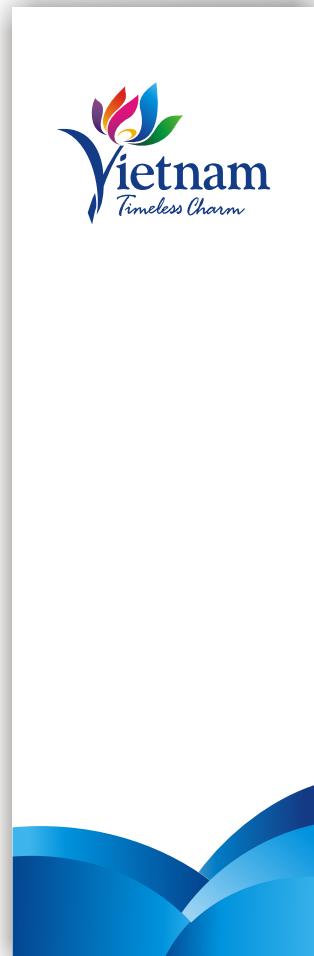
HỆ THỐNG NHẬN DIỆN THƯƠNG HIỆU DU LỊCH VIỆT NAM

CHƯƠNG 3

QUẢNG CÁO



BĂNG-RÔN & PANÔ (DỌC - NGANG)



CHƯƠNG 3 - Hệ thống thiết kế ứng dụng

HỆ THỐNG NHẬN DIỆN THƯƠNG HIỆU DU LỊCH VIỆT NAM

BIỂN HIỆU KIM LOẠI



CHƯƠNG 3 - Hệ thống thiết kế ứng dụng

HỆ THỐNG NHẬN DIỆN THƯƠNG HIỆU DU LỊCH VIỆT NAM

BIỂN TẤM LỚN



CHƯƠNG 3 - Hệ thống thiết kế ứng dụng

HỆ THỐNG NHẬN DIỆN THƯƠNG HIỆU DU LỊCH VIỆT NAM

BIỂN TẤM LỚN



CHƯƠNG 3 - Hệ thống thiết kế ứng dụng

HỆ THỐNG NHẬN DIỆN THƯƠNG HIỆU DU LỊCH VIỆT NAM

PHÔNG NỀN SỰ KIỆN



CHƯƠNG 3 - Hệ thống thiết kế ứng dụng

HỆ THỐNG NHẬN DIỆN THƯƠNG HIỆU DU LỊCH VIỆT NAM



CHƯƠNG 3 - Hệ thống thiết kế ứng dụng

HỆ THỐNG NHẬN DIỆN THƯƠNG HIỆU DU LỊCH VIỆT NAM



CHƯƠNG 3 - Hệ thống thiết kế ứng dụng

HỆ THỐNG NHẬN DIỆN THƯƠNG HIỆU DU LỊCH VIỆT NAM



CHƯƠNG 3 - Hệ thống thiết kế ứng dụng

HỆ THỐNG NHẬN DIỆN THƯƠNG HIỆU DU LỊCH VIỆT NAM



CHƯƠNG 3 - Hệ thống thiết kế ứng dụng

HỆ THỐNG NHẬN DIỆN THƯƠNG HIỆU DU LỊCH VIỆT NAM



CHƯƠNG 3 - Hệ thống thiết kế ứng dụng

HỆ THỐNG NHẬN DIỆN THƯƠNG HIỆU DU LỊCH VIỆT NAM

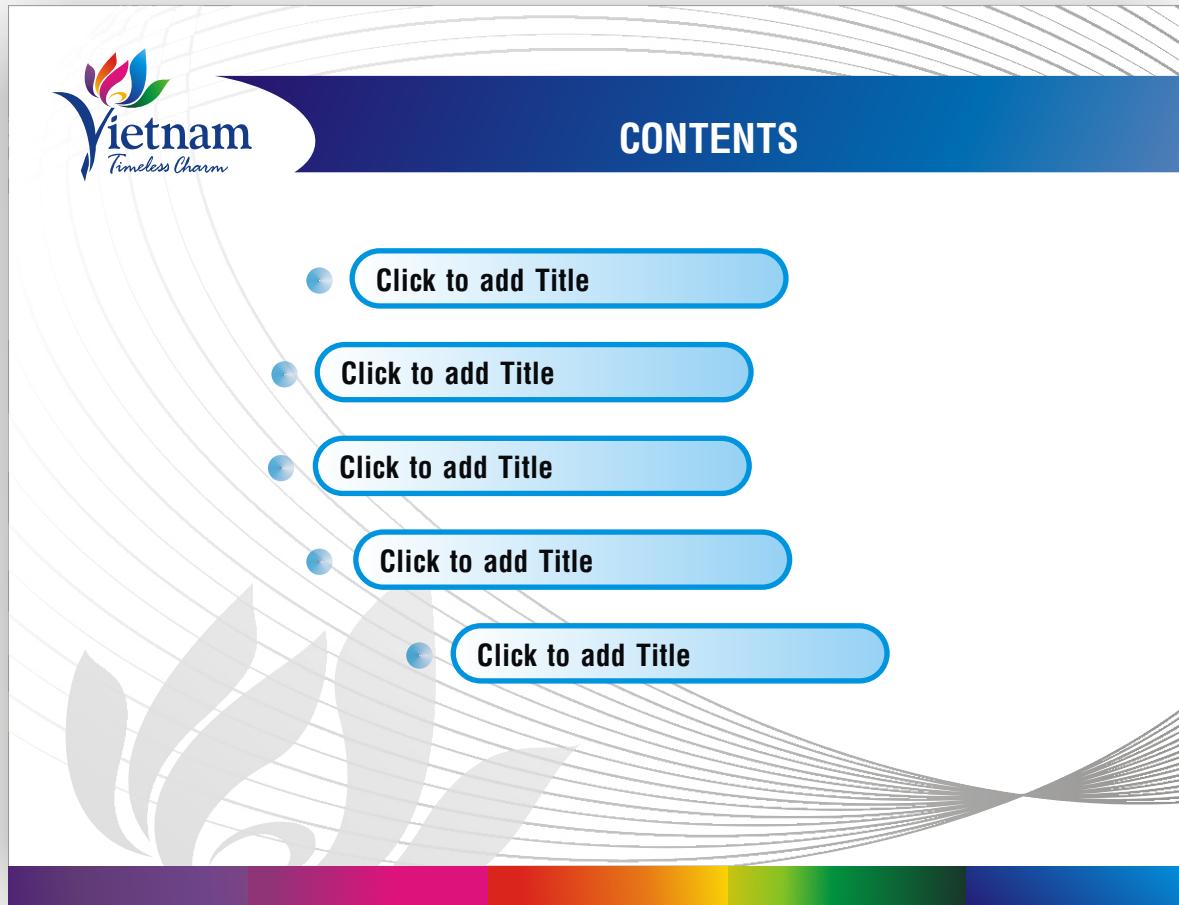


CHƯƠNG 3 - Hệ thống thiết kế ứng dụng

HỆ THỐNG NHẬN DIỆN THƯƠNG HIỆU DU LỊCH VIỆT NAM



TRUYỀN THÔNG



GIAO DIỆN TRANG WEB

The screenshot shows the homepage of the Vietnam Tourism website. At the top right, there is a navigation bar with links to Contact, Sitemap, Link, Tieng Viet, and a Search input field. The main header features the text "MINISTRY OF CULTURE, SPORT AND TOURISM" and "VIETNAM TOURISM" in large blue letters, with a decorative blue wave graphic on the right. On the left side, there is a sidebar with the "Vietnam Timeless Charm" logo, the date "Friday, 07,2014 10:28:06", and several menu items: About VNAT, Tourism Statistics, Local Tourism Authorities, About Vietnam, and Tourism Publications. Below this is a "HOT VIDEO" section showing a video thumbnail of traditional Vietnamese puppets. Further down the sidebar are links for Business & Investment, Home, News-Events, Activities, Business & Investment, Research & Development, Charming Vietnam, COAST, ECO - BASED, CULTURE, and CITY BREAK. The main content area features a large, vibrant night photograph of the Ho Chi Minh City skyline, including the Bitexco Financial Tower and other modern skyscrapers.

Contact . Sitemap . Link . Tieng Viet Search

MINISTRY OF CULTURE, SPORT AND TOURISM

VIETNAM TOURISM

Vietnam
Timeless Charm

Friday, 07,2014 10:28:06

About VNAT
Tourism Statistics
Local Tourism Authorities
About Vietnam
Tourism Publications

HOT VIDEO

Business & Investment

Home | News-Events | Activities | Business & Investment | Research & Development | Charming Vietnam

COAST | ECO - BASED | CULTURE | CITY BREAK

CHƯƠNG 3 - Hệ thống thiết kế ứng dụng

HỆ THỐNG NHẬN DIỆN THƯƠNG HIỆU DU LỊCH VIỆT NAM

GIAO DIỆN WEBSITE

Vietnam Timeless Charm

MINISTRY OF CULTURE, SPORT AND TOURISM
VIETNAM TOURISM

Friday, 07.2014 10:28:06

About VNAT
Tourism Statistics
Local Tourism Authorities
About Vietnam
Tourism Publications

HOT VIDEO


Business & Investment

Home | News-Events | Activities | Business & Investment | Research & Development | Charming Vietnam

COAST **ECO - BASED** **CULTURE** **CITY BREAK**

News-Events **Lastest news** **Top view**

TOURISM DOMESTIC DEMAN STIMULATION UP TO 30-40 PERCENT OFF
Charming Vietnam



TOURISM DOMESTIC DEMAN STIMULATION UP TO 30-40 PERCENT OFF
In order to stimulate tourist demand this summer, the tourism operators in the Tourism Demand Stimulus Alliance and Vietnam Airlines have combined in a joint action plan to bring attractive tours with big promotions to tourists.

Mr Nguyen Cong Huan, Head of the Tourism Demand Stimulus Alliance, said the stimulus programmes this year aim to maintain the five major promotions of the year along with promotional airfares up to 50 percent, thus the total cost of tours will be reduced by 30-40 percent. Besides, in order to attract tourists, tour programmes are diversified by adding many new destinations. The most notable is the Hoian and Mui Ne programmes with the four most impressive and beautiful destinations of spring, which are Phu Quoc, Soc Trang

GUIDELINES ON MANUAL ON LOGO & SLOGAN


Charming Vietnam
Business & Investment

Friday, 07.2014 10:28:06

About VNAT
Tourism Statistics
Local Tourism Authorities
About Vietnam
Tourism Publications

HOT VIDEO


Business & Investment

Home | News-Events | Activities | Business & Investment | Research & Development | Charming Vietnam

COAST **ECO - BASED** **CULTURE** **CITY BREAK**

Copyright © Vietnam National Administration of Tourism
Webmaster: Tourism Information Technology Center
Contact: Tourism Information Technology Center

Online: 11
Monthly Visitors: 43011
Yearly Visitors: 368452

Vietnam Timeless Charm

MINISTRY OF CULTURE, SPORT AND TOURISM
VIETNAM TOURISM

Friday, 07.2014 10:28:06

About VNAT
Tourism Statistics
Local Tourism Authorities
About Vietnam
Tourism Publications

TOURISM DOMESTIC DEMAN STIMULATION UP TO 30-40 PERCENT OFF
Charming Vietnam



TOURISM DOMESTIC DEMAN STIMULATION UP TO 30-40 PERCENT OFF
In order to stimulate tourist demand this summer, the tourism operators in the Tourism Demand Stimulus Alliance and Vietnam Airlines have combined in a joint action plan to bring attractive tours with big promotions to tourists.

Mr Nguyen Cong Huan, Head of the Tourism Demand Stimulus Alliance, said the stimulus programmes this year aim to maintain the five major promotions of the year along with promotional airfares up to 50 percent, thus the total cost of tours will be reduced by 30-40 percent. Besides, in order to attract tourists, tour programmes are diversified by adding many new destinations. The most notable is the Hoian and Mui Ne programmes with the four most impressive and beautiful destinations of spring, which are Phu Quoc, Soc Trang

GUIDELINES ON MANUAL ON LOGO & SLOGAN


Charming Vietnam
Business & Investment

Home | News-Events | Activities | Business & Investment | Research & Development | Charming Vietnam

COAST **ECO - BASED** **CULTURE** **CITY BREAK**

Copyright © Vietnam National Administration of Tourism
Webmaster: Tourism Information Technology Center
Contact: Tourism Information Technology Center

Online: 11
Monthly Visitors: 43011
Yearly Visitors: 368452

CHƯƠNG 3 - Hệ thống thiết kế ứng dụng

HỆ THỐNG NHẬN DIỆN THƯƠNG HIỆU DU LỊCH VIỆT NAM

CHƯƠNG 3 - Hệ thống thiết kế ứng dụng

The screenshot shows a Gmail inbox with four messages in total. The selected message is from the 'BỘ VĂN HÓA, THỂ THAO VÀ DU LỊCH' (Ministry of Culture, Sports and Tourism) regarding a tourism inquiry. The message content includes the recipient's name, address, contact information, and a link to the Vietnam Tourism website. The Gmail interface includes a sidebar with navigation links like 'SOẠN', 'Hộp thư đến (35)', and 'Thư nháp (44)'. The bottom taskbar shows other open applications like CorelDRAW 12 and Adobe Photoshop CS3.

Dear Mr. Nguyen

Welcome to Vietnam
Địa chỉ: 80 Quán Sứ, Hoàn Kiếm, Hà Nội, Việt Nam.
Tel: + 84 . 4 . 3.942.3760 (ext.110) Fax: + 84 . 4 . 3.942.4115.
Mobile: 091.234.5678.
E-mail: nguyen.tn@vietnamtourism.gov.vn

NGUYỄN TRẦN NGUYỄN - Chức danh

Địa chỉ: 80 Quán Sứ, Hoàn Kiếm, Hà Nội, Việt Nam.
Tel: + 84 . 4 . 3.942.3760 (ext.110) Fax: + 84 . 4 . 3.942.4115.
Mobile: 091.234.5678. E-mail: nguyen.tn@vietnamtourism.gov.vn

www.vietnamtourism.gov.vn

CHƯƠNG 3 - Hệ thống thiết kế ứng dụng

HỆ THỐNG NHẬN DIỆN THƯƠNG HIỆU DU LỊCH VIỆT NAM

TỜ IN QUẢNG CÁO (POSTER)



CHƯƠNG 3 - Hệ thống thiết kế ứng dụng

HỆ THỐNG NHẬN DIỆN THƯƠNG HIỆU DU LỊCH VIỆT NAM

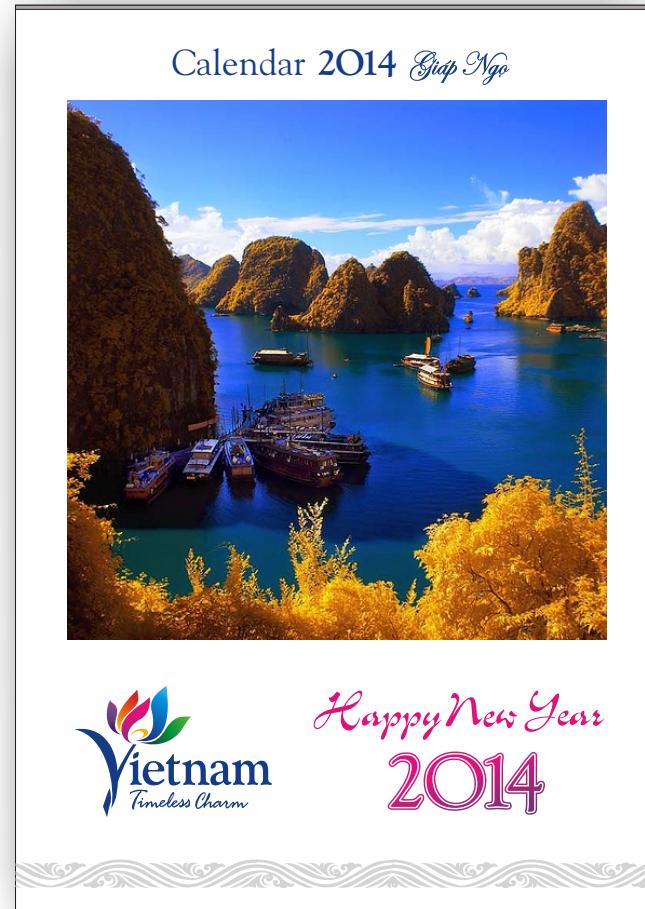
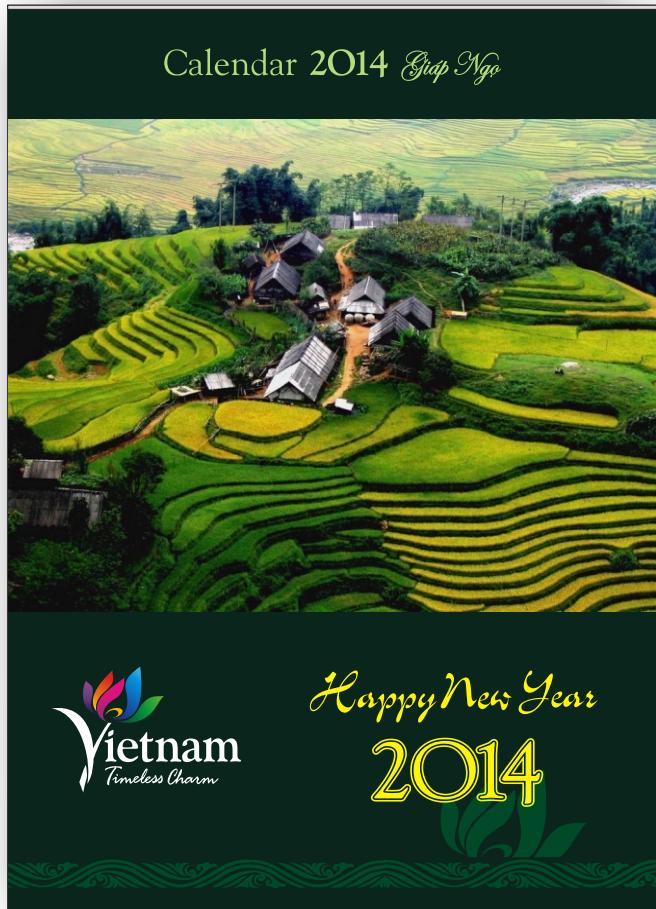
BÌA LỊCH BÀN & BÌA CATALOGUE



CHƯƠNG 3 - Hệ thống thiết kế ứng dụng

HỆ THỐNG NHẬN DIỆN THƯƠNG HIỆU DU LỊCH VIỆT NAM

BÌA LỊCH TƯỜNG



CHƯƠNG 3 - Hệ thống thiết kế ứng dụng

HỆ THỐNG NHẬN DIỆN THƯƠNG HIỆU DU LỊCH VIỆT NAM

TỜ GẤP QUẢNG CÁO (BROCHURE)

ENTERTAINMENT
Free swimming pool.
Beach Games.
Volleyball, Football, Badminton.

Excursion service :
Phong Nha & Paradise Caves tour.
Mooc Eco Trail, Ladies Cave, Than Dinh Mountain,
Lieu Hanh Princes Temple.
Bang hot Spring, Quang Tri DMZ.

Vietnam
Timeless Charm

VIETNAM BEACH RESORT LIST

LOCATION
Address: Ha Duong Hamlet - Bao Ninh Commune
Dong Hoi City - Quang Binh Province
Tel: 0985854886 / 0985854866
Fax: 0985854886
E-mail: sales@baoninhbeachresort.com.vn
Website: www.baoninhbeachresort.com.vn
Distance to Hue city: 160km
Distance to Railway Station: 7km
Distance to Bus Station: 3.5km
Distance to Airport: 9km

BBR SERVICES INFORMATION
Official resort category: three star Resort
Number of rooms: 34 rooms
Number of floor: 02 floors
Date of opening: 01/06/2012
Check-in time: 14h00
Check-out time: 12h00
Parking area: Free of charge
Voltage use in the room: 220V/50Hz
Air-Condition: Full Air-Conditioned

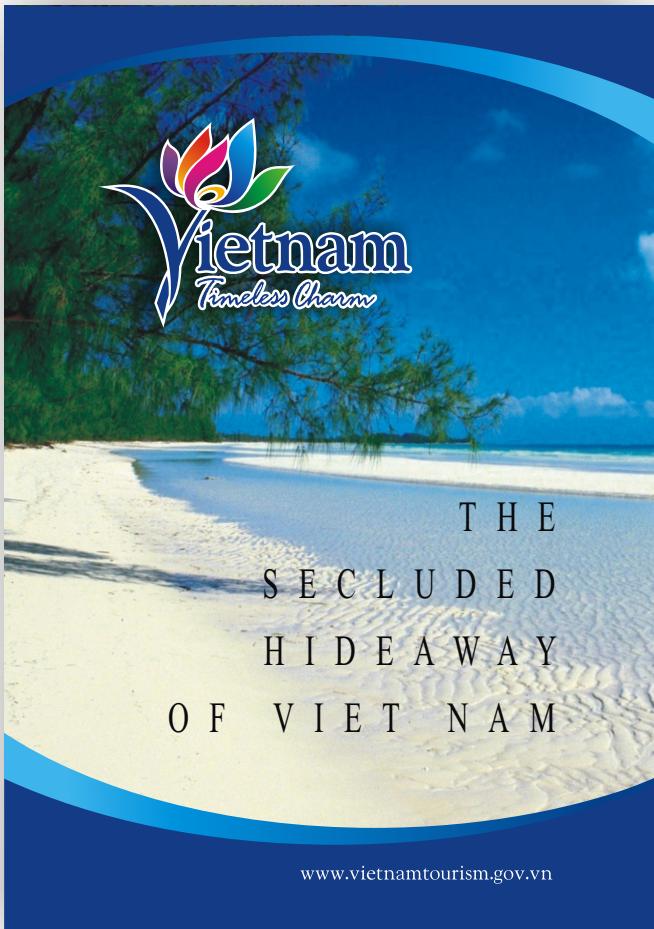
ROOM FACILITIES
All rooms and suites are equipped with the following:
Mini Bar
Water boiler
Hair dryer
Free tea bag
In room safe
IDD Telephone
Air-Conditioner
Internet - Wifi
Satellite TV with in house Movie Channels.

FOOD & BEVERAGE
Restaurant:
Breakfast, lunch and dinner services;
Banquet;
Barbecue;
Sea food;
Bar counter.
All kind of beverages, Cocktail, Snack

CHƯƠNG 3 - Hệ thống thiết kế ứng dụng

HỆ THỐNG NHẬN DIỆN THƯƠNG HIỆU DU LỊCH VIỆT NAM

TỜ GẤP QUẢNG CÁO (BROCHURE)



FOOD & BEVERAGE

Restaurant:
Breakfast, lunch and dinner services;
Banquette;
Barbecue;
Sea food.
Bar counter.
All kind of beverages
Cocktail
Snack

ENTERTAIMENT

Free swimming pool.
Beach Games.
Volleyball.
Football.
Badminton.

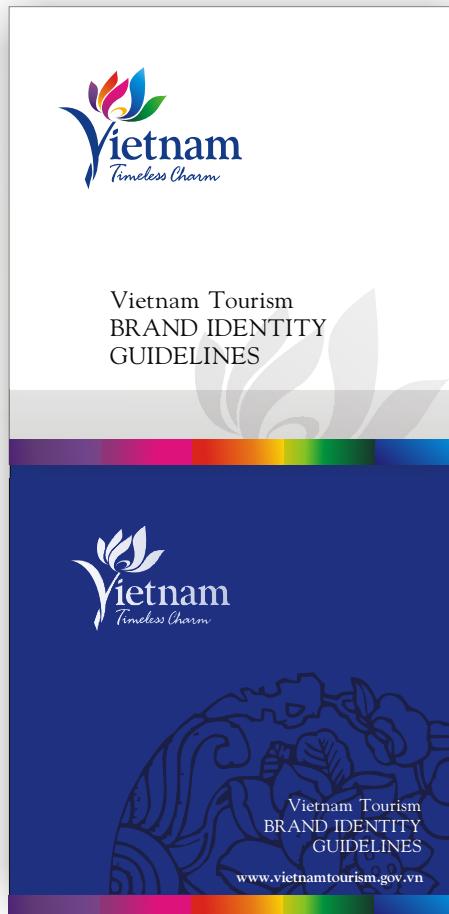
Excursion service :
Phong Nha & Paradise Caves tour.
Mooc Eco Trail, Ladies Cave.
Than Dinh Mountain,
Lieu Hanh Princes Temple.
Bang hot Spring.
Quang Tri DMZ.

A collage of six images illustrating various tourism offerings: a swimming pool overlooking the ocean at dusk; a variety of traditional and modern Vietnamese dishes; a scenic view of a river flowing through a lush green valley; three colorful cocktails with umbrellas; a group of people standing in front of a large, natural cave opening; and two women playing beach volleyball on a sandy shore.

CHƯƠNG 3 - Hệ thống thiết kế ứng dụng

HỆ THỐNG NHẬN DIỆN THƯƠNG HIỆU DU LỊCH VIỆT NAM

BÌA CD



Mặt ngoài

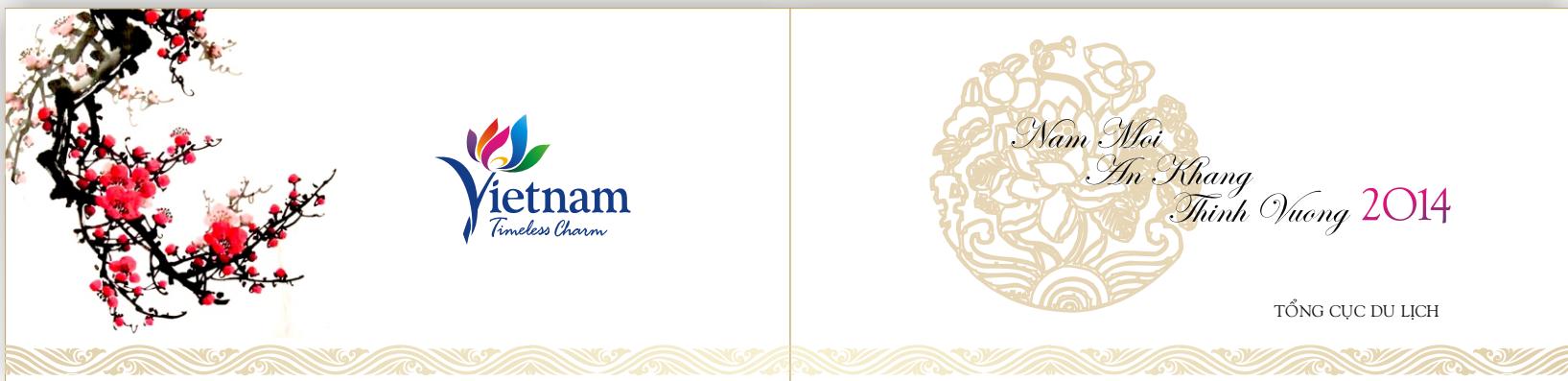


Mặt trong

CHƯƠNG 3 - Hệ thống thiết kế ứng dụng

HỆ THỐNG NHẬN DIỆN THƯƠNG HIỆU DU LỊCH VIỆT NAM

THIẾP CHÚC MỪNG



CHƯƠNG 3 - Hệ thống thiết kế ứng dụng

HỆ THỐNG NHẬN DIỆN THƯƠNG HIỆU DU LỊCH VIỆT NAM

THƯ MỜI



CHƯƠNG 3 - Hệ thống thiết kế ứng dụng

HỆ THỐNG NHẬN DIỆN THƯƠNG HIỆU DU LỊCH VIỆT NAM

TÚI GIẤY & BẢNG ĐÓN KHÁCH



CHƯƠNG 3 - Hệ thống thiết kế ứng dụng

HỆ THỐNG NHẬN DIỆN THƯƠNG HIỆU DU LỊCH VIỆT NAM



TĂNG PHẨM
TRÊN CÁC CHẤT LIỆU

TẶNG PHẨM CHẤT LIỆU DA

Sản xuất theo 3 nguyên tắc:

1. Thương hiệu dập chìm trên bề mặt da.
2. In màu nhũ đồng hoặc màu phù hợp với màu da.
3. Làm tấm thương hiệu độc lập bằng kim loại gắn trên bề mặt da.

Kích thước: Tuân theo tỷ lệ giữa Thương hiệu và đồ vật trong thiết kế.

Kích thước đè cù (ví dụ):

- 1.Thương hiệu trên miếng kim loại độc lập: chiều ngang 56mm.
- 2.Thương hiệu dập chìm trên bề mặt đồ vật: chiều ngang 40mm.



CHƯƠNG 4 - Tặng phẩm trên các chất liệu



Kích thước:

Tuân theo nguyên tắc tỷ lệ giữa Thương hiệu và đồ vật trong thiết kế.

Kích thước đê củ (ví dụ):

- Thương hiệu trên miếng kim loại độc lập: ngang 56mm.
- Thương hiệu in, dập chìm trên bề mặt đồ vật: ngang 40mm.

CHƯƠNG 4 - Tặng phẩm trên các chất liệu

HỆ THỐNG NHẬN DIỆN THƯƠNG HIỆU DU LỊCH VIỆT NAM



Kích thước:

Tuân theo nguyên tắc tỷ lệ giữa Thương hiệu và đồ vật trong thiết kế.

Kích thước đế cũ (ví dụ):

- Thương hiệu trên mặt sau tấm thẻ: ngang 45mm.
- Thương hiệu trên mặt trước tấm thẻ: ngang 18mm.

CHƯƠNG 4 - Tặng phẩm trên các chất liệu

HỆ THỐNG NHẬN DIỆN THƯƠNG HIỆU DU LỊCH VIỆT NAM



Kích thước:

Tuân theo nguyên tắc tỷ lệ giữa Thương hiệu
và đồ vật trong thiết kế.

Kích thước đê cù (ví dụ):

Thương hiệu trên miếng kim loại độc lập: ngang 56mm.

CHƯƠNG 4 - Tặng phẩm trên các chất liệu

HỆ THỐNG NHẬN DIỆN THƯƠNG HIỆU DU LỊCH VIỆT NAM

Sản xuất theo 2 nguyên tắc:

1. Trên pha lê khắc chìm đơn sắc (tạo độ nhám cản quang).
2. Trên pha lê in đa sắc. In màu trực tiếp vào lớp giữa (nơi ghép 2 lớp pha lê) hoặc in ngược mặt sau tấm pha lê.

Kích thước: Tuân theo nguyên tắc tỷ lệ giữa Thương hiệu và đồ vật trong thiết kế.

Kích thước đế củ (ví dụ):

Thương hiệu trên miếng pha lê
chặn giấy: ngang 42mm.
(trường hợp chiều ngang
kích thước miếng pha lê
là 90mm).



CHƯƠNG 4 - Tặng phẩm trên các chất liệu



Kích thước:

Tuân theo nguyên tắc tỷ lệ giữa
Thương hiệu và đồ vật trong thiết kế.

Kích thước đế cù (ví dụ):

- Thương hiệu trên miếng pha lê: ngang 56mm. (Trường hợp kích thước ngang pha lê 120mm).
- Thương hiệu trên miếng pha lê: ngang 48mm. (Trường hợp kích thước ngang pha lê 100mm).

CHƯƠNG 4 - Tặng phẩm trên các chất liệu

HỆ THỐNG NHẬN DIỆN THƯƠNG HIỆU DU LỊCH VIỆT NAM

Đồ án trang trí
nắp hộp.



Đồ án trang trí
thân hộp.



Sản xuất theo 2 nguyên tắc:

1. In trên chất liệu gỗ, tre.
2. Dùng bút lửa tạo hình và sắc độ đậm nhạt.

CHƯƠNG 4 - Tặng phẩm trên các chất liệu

Sản xuất theo 2 nguyên tắc:

1. In trên chất liệu gỗ, tre.
2. Dùng bút lửa tạo hình và
Sắc độ đậm nhạt.

Kích thước:

Tuân theo nguyên tắc tỷ lệ giữa
Thương hiệu và đồ vật trong thiết kế.

Kích thước đế củ (ví dụ):

1. Thương hiệu trên thân hộp:
Ngang 72mm.
2. Thương hiệu trên nắp hộp:
Ngang 38mm.
(trong trường hợp hộp trà có D=80mm).



CHƯƠNG 4 - Tặng phẩm trên các chất liệu



Kích thước:

Tuân theo nguyên tắc tỷ lệ giữa Thương hiệu
và đồ vật trong thiết kế.



Kích thước đĩa củ (ví dụ):

Thương hiệu trên mặt đĩa: ngang 210mm.
(Trong trường hợp kích thước đĩa D = 300mm).

CHƯƠNG 4 - Tặng phẩm trên các chất liệu

HỆ THỐNG NHẬN DIỆN THƯƠNG HIỆU DU LỊCH VIỆT NAM



Kích thước:

Tuân theo nguyên tắc
tỷ lệ giữa Thương hiệu
và đồ vật trong thiết kế.

Kích thước đè cử (ví dụ):

1. Thương hiệu trên mặt đĩa:
ngang 210mm (trường hợp
kích thước đĩa D = 300mm).

2. Trên mặt đĩa có hoa văn
Thương hiệu: ngang 140mm
(trường hợp kích thước đĩa
D = 300mm).



CHƯƠNG 4 - Tặng phẩm trên các chất liệu

Kích thước: Tuân theo nguyên tắc tỷ lệ giữa Thương hiệu và đồ vật trong thiết kế.

Sản xuất theo 2 nguyên tắc:

- 1.Trên kim loại khắc chìm mạ vàng 24K, 18K đơn sắc.
- 2.Trên kim loại khắc chìm mạ vàng 24K, 18K đa sắc in màu chuẩn thương hiệu.

Kích thước huy hiệu:

Trường hợp 1: 24 x 16mm

(Thương hiệu nằm trên hình elip).

Trường hợp 2: 26 x 17mm

(Thương hiệu nằm trong hình elip).

(Thiết kế này có thể áp dụng cho các miếng kim loại gắn trên các đồ vật).



CHƯƠNG 4 - Tặng phẩm trên các chất liệu



Kích thước Huy hiệu:

- Trường hợp 1: 24 x 16mm (Thương hiệu nằm trên hình elip).
- Trường hợp 2: 26 x 17mm (Thương hiệu nằm trong hình elip).

CHƯƠNG 4 - Tặng phẩm trên các chất liệu

TẶNG PHẨM KIM LOẠI

Kẹp cà vạt

Kích thước thương hiệu trên Kẹp cravat là: 12,5mm x 18,8mm
(trường hợp chiều ngang kẹp cravat là 55mm).

Kích thước:

Tuân theo nguyên tắc tỷ lệ giữa Thương hiệu
và đồ vật trong thiết kế.



CHƯƠNG 4 - Tặng phẩm trên các chất liệu

HỆ THỐNG NHẬN DIỆN THƯƠNG HIỆU DU LỊCH VIỆT NAM



Kích thước thương hiệu trên Kẹp cravat là: 12,5mm x 18,8mm.

(Trường hợp chiều ngang kẹp cravat là 55mm).

Kích thước: Tuân theo nguyên tắc tỷ lệ giữa Thương hiệu và đồ vật trong thiết kế.

CHƯƠNG 4 - Tặng phẩm trên các chất liệu

HỆ THỐNG NHẬN DIỆN THƯƠNG HIỆU DU LỊCH VIỆT NAM

TẶNG PHẨM KIM LOẠI

Mặt trống đồng



Kích thước: Tuân theo nguyên tắc tỷ lệ giữa Thương hiệu và đồ vật trong thiết kế.

Kích thước đề cử (ví dụ): Thương hiệu trên mặt trống đồng: ngang 226mm.

(Trong trường hợp kích thước mặt trống đồng D = 300mm).

CHƯƠNG 4 - Tặng phẩm trên các chất liệu

HỆ THỐNG NHẬN DIỆN THƯƠNG HIỆU DU LỊCH VIỆT NAM



Sản xuất theo 2 nguyên tắc:
In đa sắc và đơn sắc tùy trường hợp.

Kích thước:
Tuân theo nguyên tắc tỷ lệ
giữa Thương hiệu và đồ vật
trong thiết kế.

Kích thước đề cử (ví dụ):
1. Thương hiệu trên
áo không cổ: ngang 220mm.
2. Thương hiệu trên
áo có cổ: ngang 88mm.

CHƯƠNG 4 - Tặng phẩm trên các chất liệu

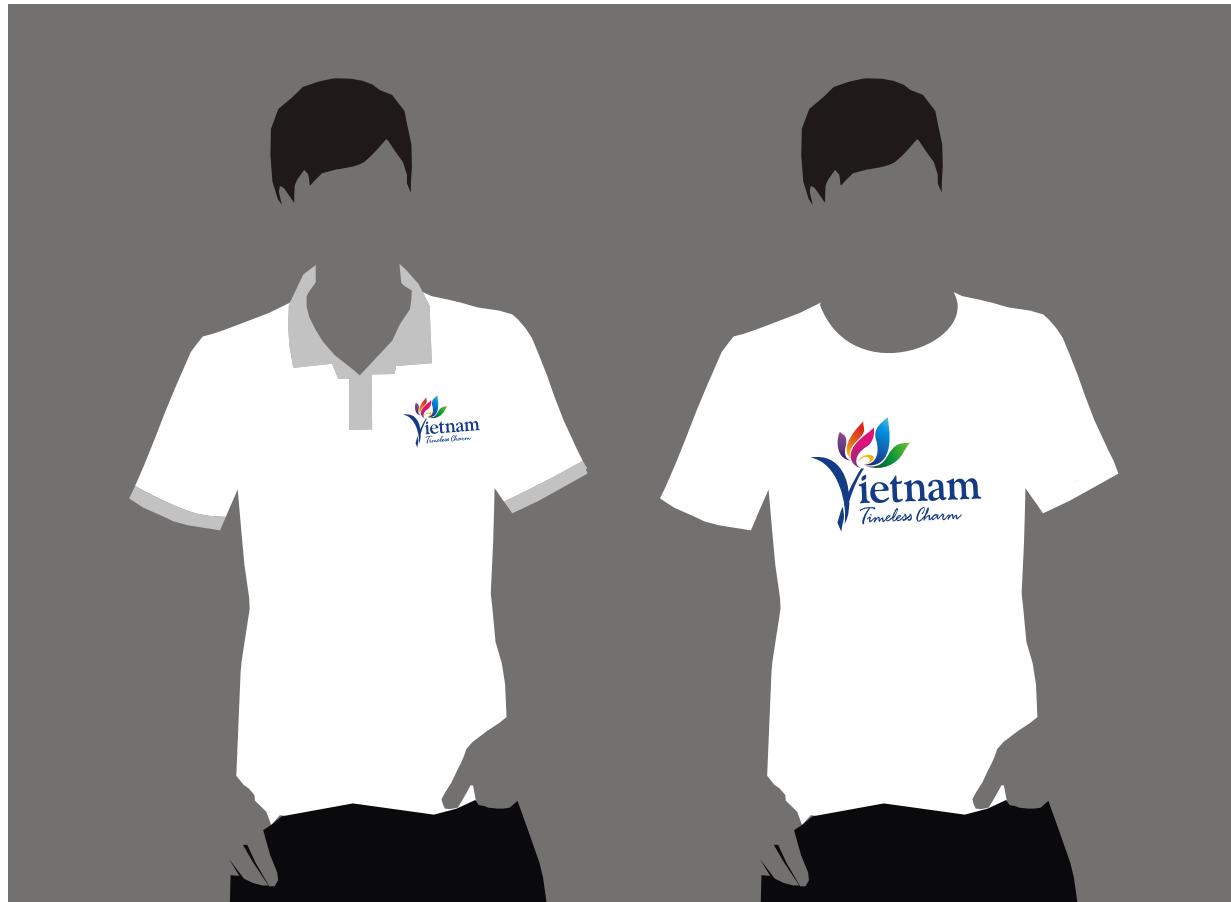
Sản xuất theo 2 nguyên tắc:
In đa sắc và đơn sắc tùy trường hợp.

Kích thước:
Tuân theo nguyên tắc tỷ lệ
giữa Thương hiệu và đồ vật
trong thiết kế.

Kích thước đề cử (ví dụ):
1. Thương hiệu trên
áo không cổ: ngang 220mm.
2. Thương hiệu trên
áo có cổ: ngang 88mm.



CHƯƠNG 4 - Tặng phẩm trên các chất liệu



Sản xuất theo 2 nguyên tắc:
In đa sắc và đơn sắc tùy trường hợp.

CHƯƠNG 4 - Tặng phẩm trên các chất liệu

HỆ THỐNG NHẬN DIỆN THƯƠNG HIỆU DU LỊCH VIỆT NAM



Kích thước: Tuân theo nguyên tắc tỷ lệ giữa Thương hiệu và đồ vật trong thiết kế.

Kích thước đê cử (ví dụ): Thương hiệu trên áo sơmi nam: ngang 32mm.

Sản xuất theo 2 nguyên tắc:

In đa sắc và đơn sắc tùy trường hợp

Có thể dùng kỹ thuật thêu.

CHƯƠNG 4 - Tặng phẩm trên các chất liệu

HỆ THỐNG NHẬN DIỆN THƯƠNG HIỆU DU LỊCH VIỆT NAM



Kích thước: Tuân theo nguyên tắc tỷ lệ giữa Thương hiệu và đồ vật trong thiết kế.

Kích thước đê cù (ví dụ): Thương hiệu trên áo sơmi nữ: ngang 28mm.

Sản xuất theo 2 nguyên tắc:

In đa sắc và đơn sắc tùy trường hợp.

Có thể dùng kỹ thuật thêu.

CHƯƠNG 4 - Tặng phẩm trên các chất liệu

HỆ THỐNG NHẬN DIỆN THƯƠNG HIỆU DU LỊCH VIỆT NAM



QUÀ TẶNG
KHUYẾN MÃI

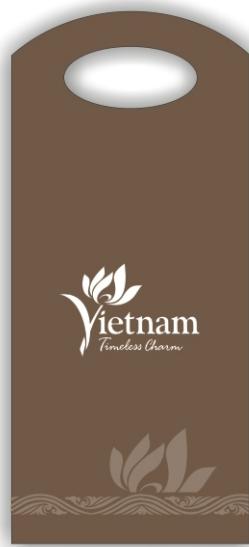
BÚT - LẮC ĐEO CHÌA KHÓA



CHƯƠNG 5 - Quà tặng khuyến mãi

HỆ THỐNG NHẬN DIỆN THƯƠNG HIỆU DU LỊCH VIỆT NAM

TÚI GIẤY



CHƯƠNG 5 - Quà tặng khuyến mãi

HỆ THỐNG NHẬN DIỆN THƯƠNG HIỆU DU LỊCH VIỆT NAM

TRANH TRE & ĐỒ TRE ÉP



CHƯƠNG 5 - Quà tặng khuyến mãi

HỆ THỐNG NHẬN DIỆN THƯƠNG HIỆU DU LỊCH VIỆT NAM

GỖ THƯ PHÁP & MÔ HÌNH THUYỀN



CHƯƠNG 5 - Quà tặng khuyến mãi

HỆ THỐNG NHẬN DIỆN THƯƠNG HIỆU DU LỊCH VIỆT NAM

LẮC ĐEO CHÌA KHÓA



CHƯƠNG 5 - Quà tặng khuyến mãi

HỆ THỐNG NHẬN DIỆN THƯƠNG HIỆU DU LỊCH VIỆT NAM

ĐỒ SƠN MÀI



CHƯƠNG 5 - Quà tặng khuyến mãi

HỆ THỐNG NHẬN DIỆN THƯƠNG HIỆU DU LỊCH VIỆT NAM

TÚI THÊU - TÚI THỔ CẨM



CHƯƠNG 5 - Quà tặng khuyến mãi

HỆ THỐNG NHẬN DIỆN THƯƠNG HIỆU DU LỊCH VIỆT NAM

ĐỒ GỖ MỸ NGHỆ



CHƯƠNG 5 - Quà tặng khuyến mãi

HỆ THỐNG NHẬN DIỆN THƯƠNG HIỆU DU LỊCH VIỆT NAM

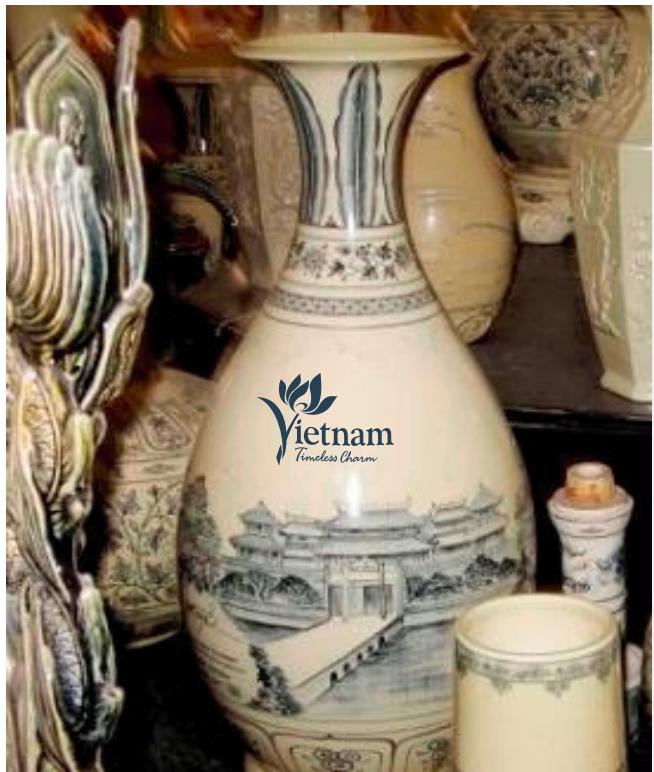
MŨ VẢI



CHƯƠNG 5 - Quà tặng khuyến mãi

HỆ THỐNG NHẬN DIỆN THƯƠNG HIỆU DU LỊCH VIỆT NAM

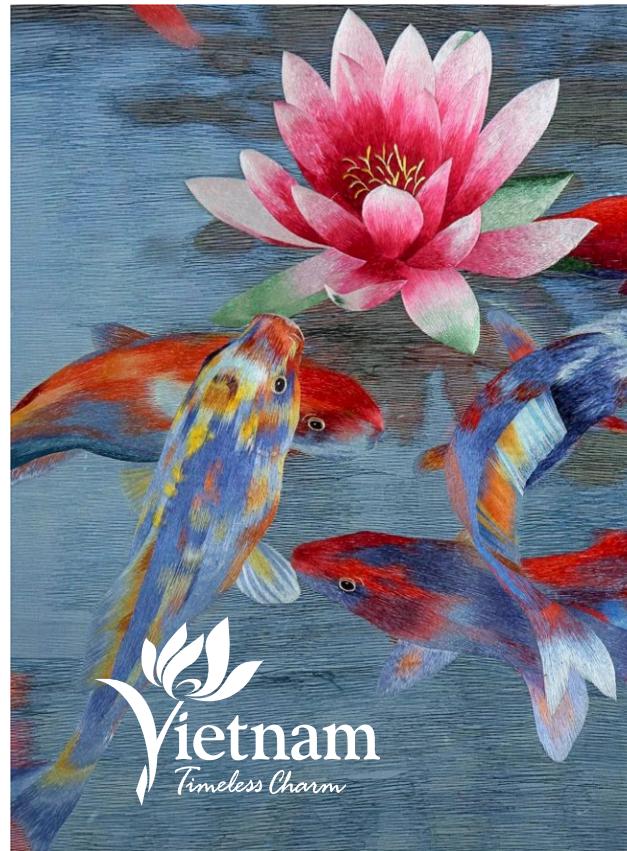
ĐỒ GỐM



CHƯƠNG 5 - Quà tặng khuyến mãi

HỆ THỐNG NHẬN DIỆN THƯƠNG HIỆU DU LỊCH VIỆT NAM

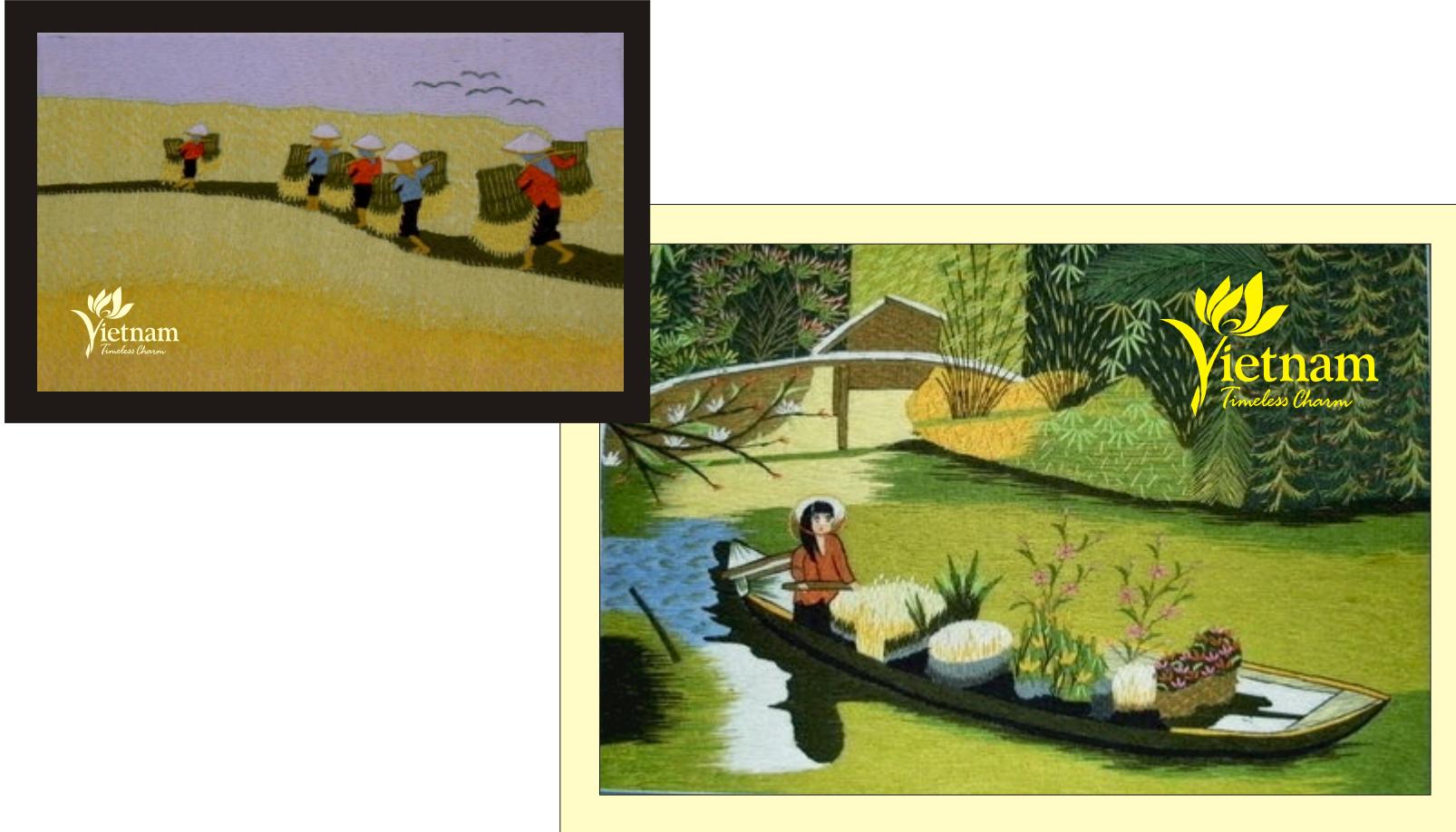
TRANH THÊU



CHƯƠNG 5 - Quà tặng khuyến mãi

HỆ THỐNG NHẬN DIỆN THƯƠNG HIỆU DU LỊCH VIỆT NAM

TRANH THÊU



CHƯƠNG 5 - Quà tặng khuyến mãi

HỆ THỐNG NHẬN DIỆN THƯƠNG HIỆU DU LỊCH VIỆT NAM

CHƯƠNG 6



THƯƠNG HIỆU NHÁNH

THƯƠNG HIỆU NHÁNH DU LỊCH VIỆT NAM



COAST
Du lịch Biển



ECO-BASED
Du lịch Sinh thái



CULTURE
Du lịch Văn hóa



CITY BREAK
Du lịch Thành phố

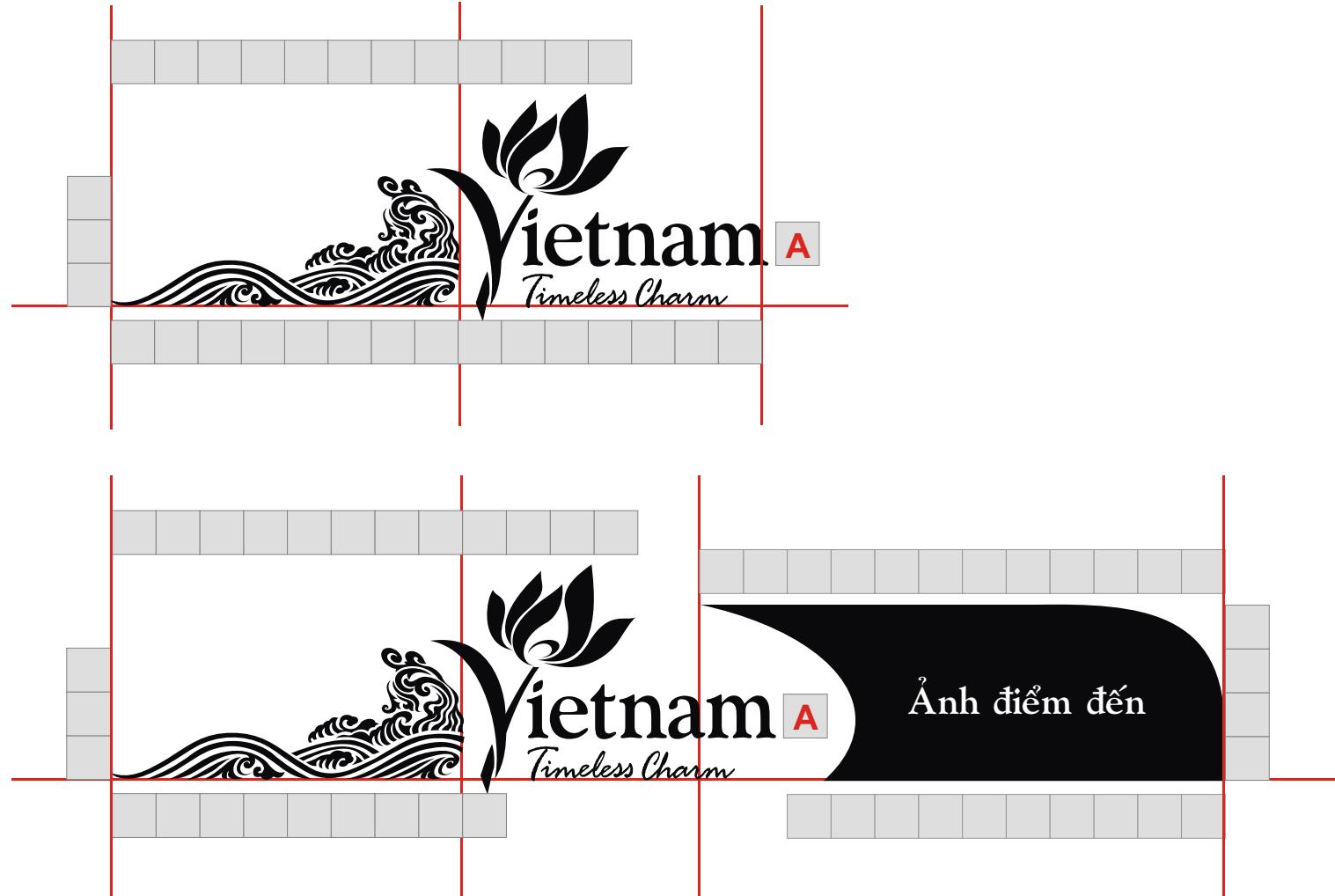


ADVENTURE
Du lịch Mạo hiểm



Thương hiệu của dòng sản phẩm COAST được tạo bởi
Logo chính và 1 Biểu tượng vẽ cách điệu hoa văn sóng nước
(Biểu tượng Sóng nước được sáng tạo từ nguồn hoa văn Mỹ thuật
truyền thống Việt Nam).

Bản tỷ lệ chuẩn



CHƯƠNG 6 - Thương hiệu nhánh

HỆ THỐNG NHẬN DIỆN THƯƠNG HIỆU DU LỊCH VIỆT NAM

Bản màu chuẩn



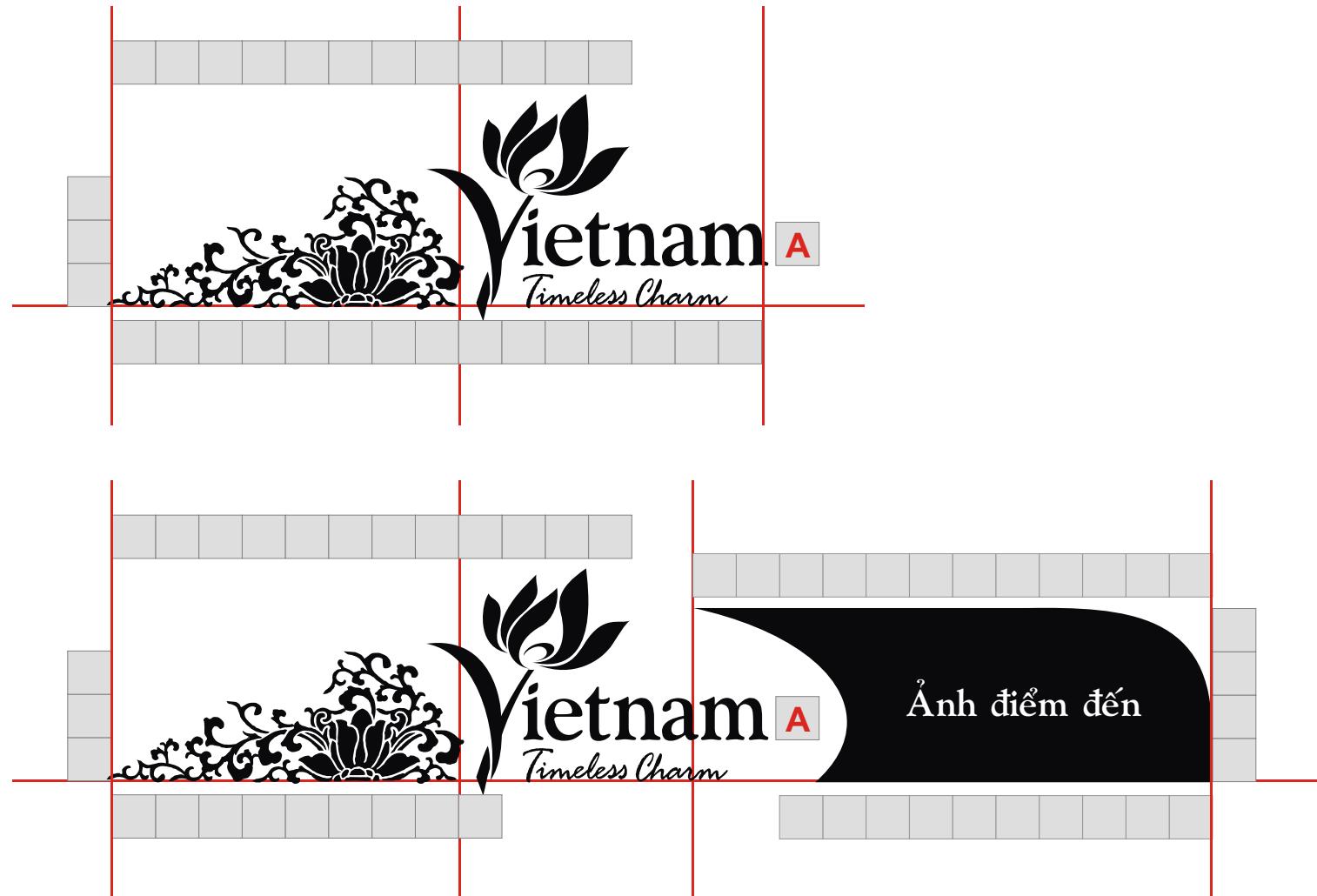
CHƯƠNG 6 - Thương hiệu nhánh

HỆ THỐNG NHẬN DIỆN THƯƠNG HIỆU DU LỊCH VIỆT NAM



Thương hiệu của dòng sản phẩm ECO-BASED được tạo bởi
Logo chính và 1 Biểu tượng hoa văn hoa lá sen cách điệu
(Họa tiết Hoa lá sen được sáng tạo từ nguồn hoa văn Mỹ thuật
truyền thống Việt Nam).

Bản tỷ lệ chuẩn



CHƯƠNG 6 - Thương hiệu nhánh

HỆ THỐNG NHẬN DIỆN THƯƠNG HIỆU DU LỊCH VIỆT NAM

Bản màu chuẩn



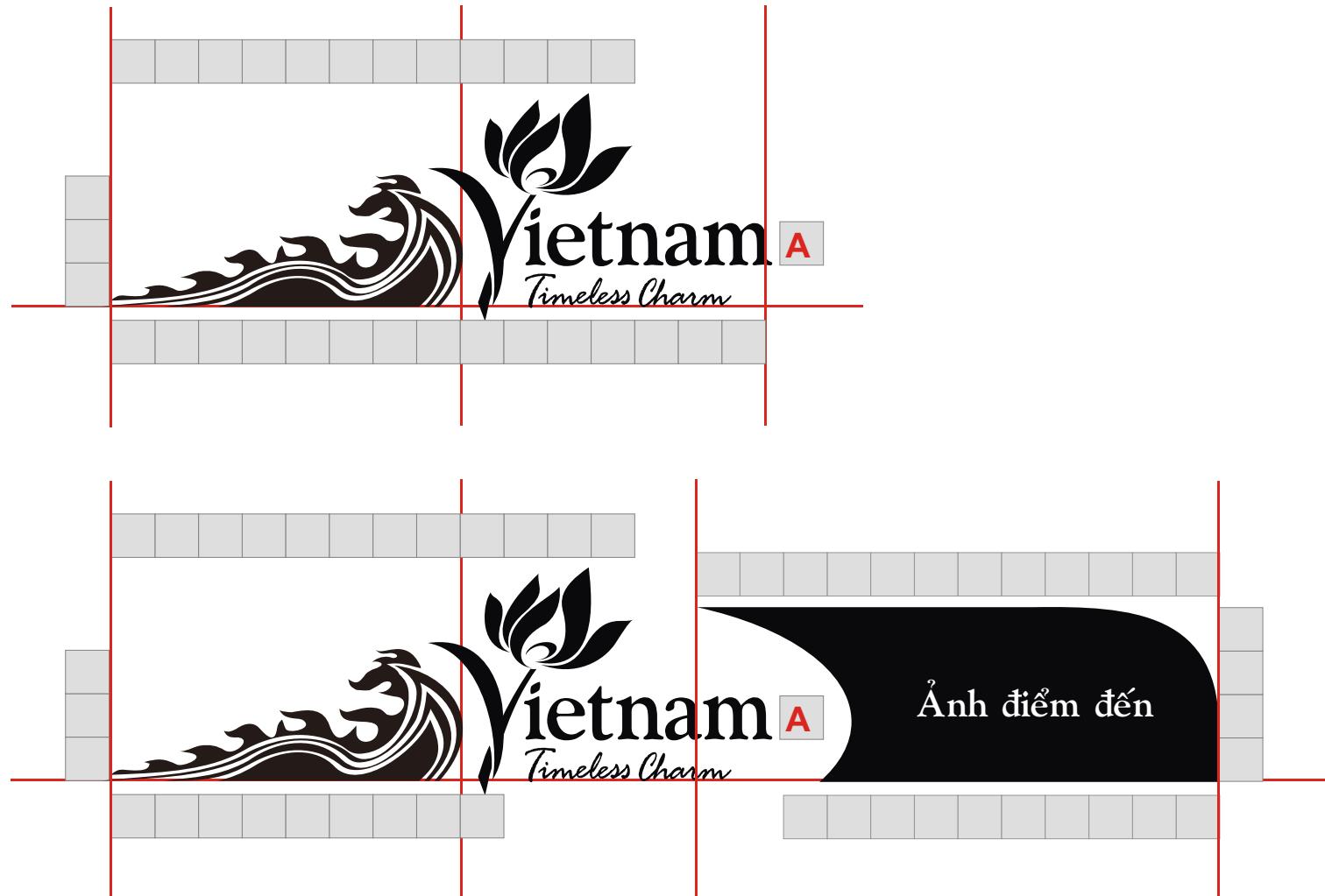
CHƯƠNG 6 - Thương hiệu nhánh

HỆ THỐNG NHẬN DIỆN THƯƠNG HIỆU DU LỊCH VIỆT NAM



Thương hiệu của dòng sản phẩm CULTURE được tạo bởi
Logo chính và 1 biểu tượng Lá cờ Xí (Cờ Hội) được vẽ cách điệu.
(Cho đến ngày nay, hầu hết các Lễ hội truyền thống của Việt Nam
đều có trang trí và sử dụng cờ Xí).

Bản tỷ lệ chuẩn



CHƯƠNG 6 - Thương hiệu nhánh

HỆ THỐNG NHẬN DIỆN THƯƠNG HIỆU DU LỊCH VIỆT NAM

Bản màu chuẩn



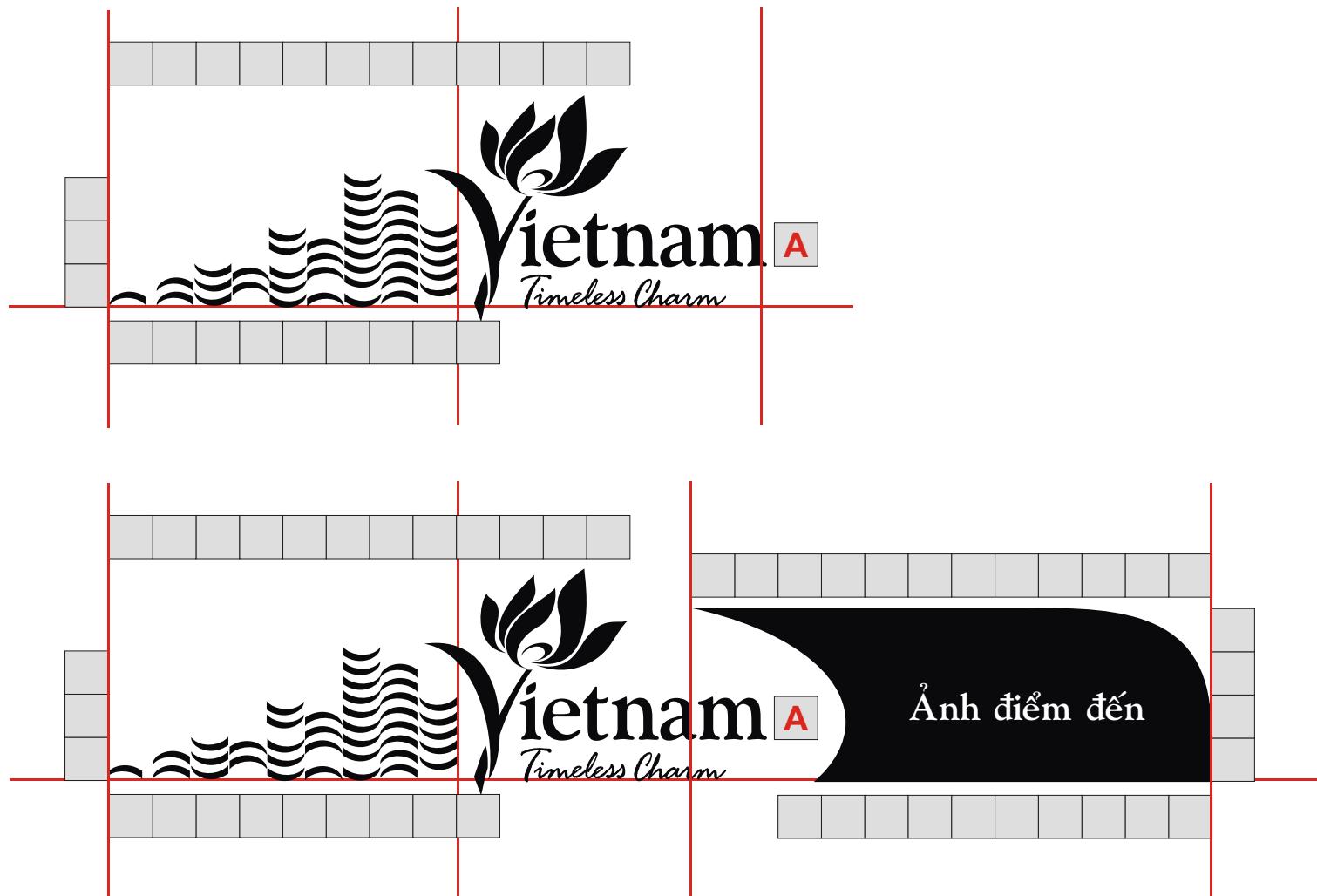
CHƯƠNG 6 - Thương hiệu nhánh

HỆ THỐNG NHẬN DIỆN THƯƠNG HIỆU DU LỊCH VIỆT NAM



Thương hiệu của dòng sản phẩm CITY BREAK được tạo bởi Logo chính và 1 Biểu tượng. Hình này được cách điệu và sáng tạo từ tính chất của những hình ảnh quen thuộc trong các thành phố như: đường nét, bố cục của mái ngói cổ, hình ảnh của các cao ốc. Tất cả tạo nên một hình ảnh mang tính chuyển động phản ánh nhịp sống sôi động của các thành phố với sự hòa trộn của văn hóa xưa và nay.

Bản tỷ lệ chuẩn



CHƯƠNG 6 - Thương hiệu nhánh

HỆ THỐNG NHẬN DIỆN THƯƠNG HIỆU DU LỊCH VIỆT NAM

Bản màu chuẩn



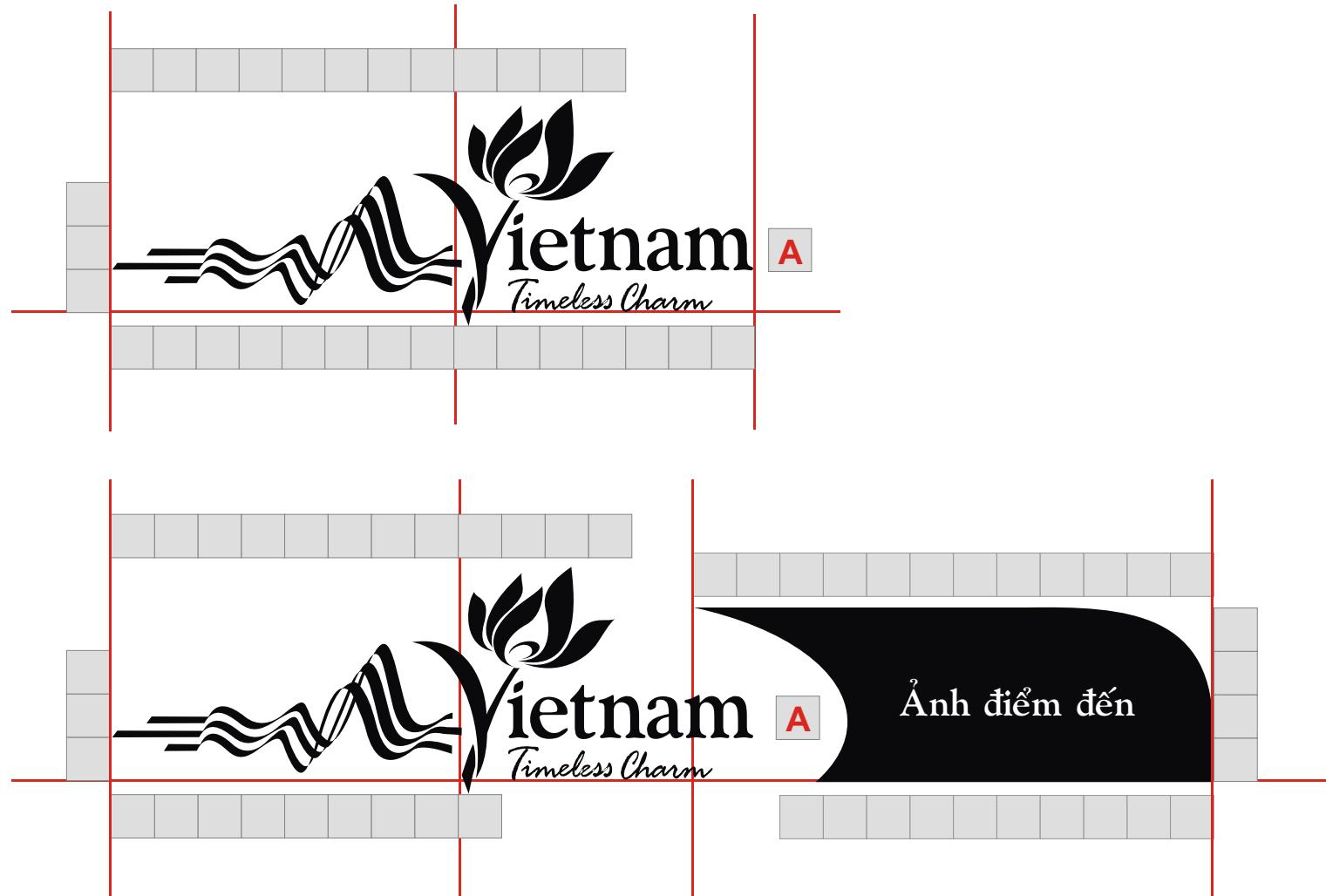
CHƯƠNG 6 - Thương hiệu nhánh

HỆ THỐNG NHẬN DIỆN THƯƠNG HIỆU DU LỊCH VIỆT NAM



Thương hiệu của dòng sản phẩm ADVENTURE TOURISM được tạo bởi Logo chính và 1 Biểu tượng. Hình này được tạo nên từ đặc điểm của những hình ảnh tự nhiên điển hình trong quá trình trải nghiệm của du lịch mạo hiểm như: sóng dữ, núi cao, sông sâu, địa hình phức tạp, hang động kỳ bí... Hình ảnh những đường uốn uyển chuyển cũng gợi lên hình ảnh biếu đồ ghi nhịp tim bởi Du lịch mạo hiểm cho du khách những trải nghiệm thú vị và những xúc cảm mạnh mẽ.

Bản tỷ lệ chuẩn



CHƯƠNG 6 - Thương hiệu nhánh (Tham khảo)

HỆ THỐNG NHẬN DIỆN THƯƠNG HIỆU DU LỊCH VIỆT NAM

Bản màu chuẩn



CHƯƠNG 6 - Thương hiệu nhánh (Tham khảo)

HỆ THỐNG NHẬN DIỆN THƯƠNG HIỆU DU LỊCH VIỆT NAM



GỢI Ý TRIỂN KHAI ỨNG DỤNG
CÁC THƯƠNG HIỆU NHÁNH
TRONG THIẾT KẾ TRIỂN LÃM











ỨNG DỤNG
THƯƠNG HIỆU COAST

Bản màu chuẩn trường hợp đơn sắc và đa sắc



Biểu tượng gốc - thương hiệu Coast

Sử dụng hình biểu tượng gốc
như motif trang trí



Đậm nhạt tùy chỉnh
theo thiết kế



Sử dụng hình & màu
biểu tượng gốc như
motif trang trí



Sử dụng 1 phần
hình ảnh làm
chi tiết
trang trí



Dùng tông màu xanh



Có thể dùng hình đối xứng



Gợi ý triển khai các motif trang trí cơ bản



Thiết kế Quảng cáo & Truyền thông

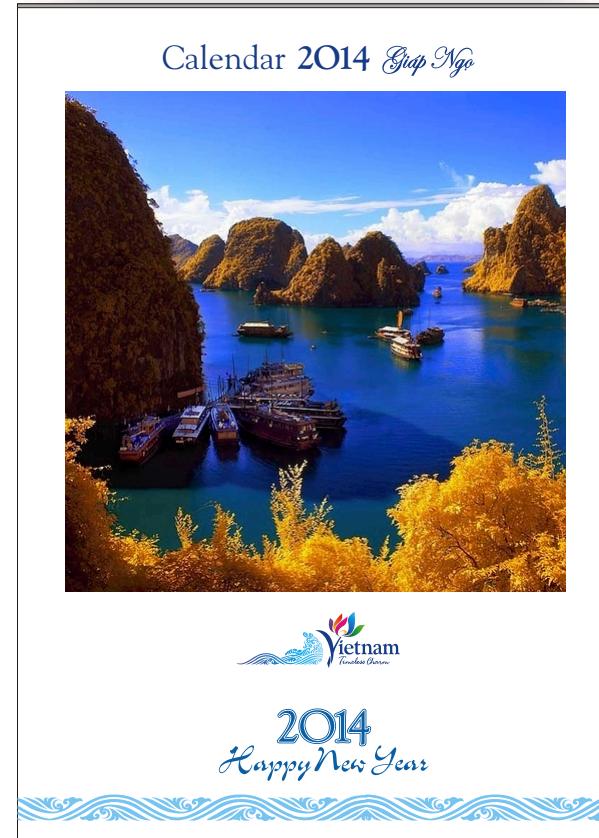
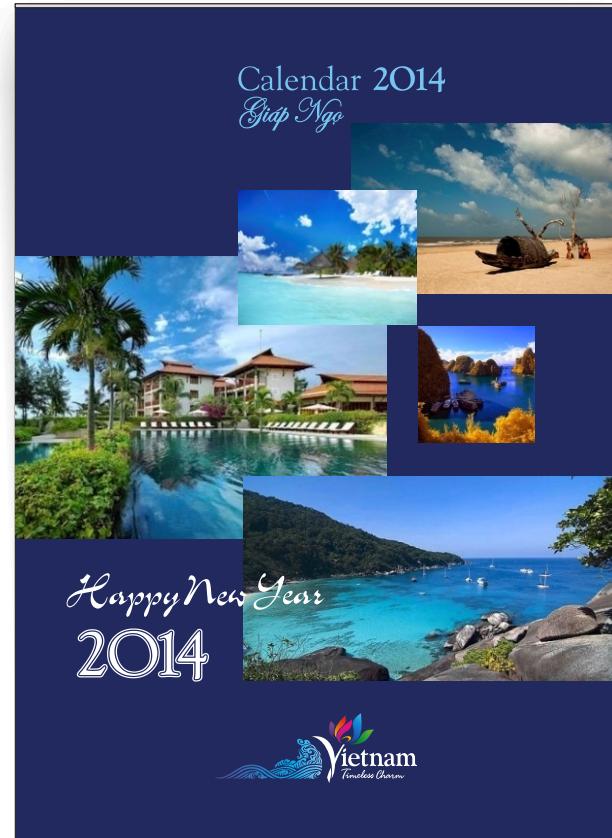
Home	Home News-Events Activities Business & Investment Research & Developmant Charming Vietnam
TOURISM DOMESTIC DEMAN STIMULATION UP TO 30-40 PERCENT OFF	COAST ECO - BASED CULTURE <i>Endless Vacation</i>
News-Events Activities Business & Investment	 <p>TOURISM DOMESTIC DEMAN STIMULATION UP TO 30-40 PERCENT OFF</p> <p>Charming Vietnam</p> <p>TOURISM DOMESTIC DEMAN STIMULATION UP TO 30-40 PERCENT OFF</p> <p>In order to stimulate tourism demand this summer, the tourism operators in the Tourism Demand Stimulus Alliance and Vietnam Airlines have combined in a joint action plan to bring attractive tours with big promotions to customers.</p> <p>Mr Nguyen Cong Hoan, Head of the Tourism Demand Stimulus Alliance, said the stimulus programmes this year still try to maintain the five major promotions of the year along with promotional airfares up to 50 percent, thus the total cost of tours will be reduced by 30-40 percent. Besides, in order to attract tourists, tour programmes are diversified by adding many new destinations. The most notable is the February and March programmes with the four most impressive and beautiful destinations of spring, which are Dien Bien, Buon Ma</p> <p>Head of the Tourism Demand Stimulus Alliance, said the stimulus programmes this year still try to maintain the five major promotions of the year along with promotional airfares up to 50 percent, thus the total cost of tours will be reduced by 30-40 percent. Besides, in order to attract tourists, tour programmes are diversified by adding many new destinations. The most notable is the February and March programmes with the four most impressive and beautiful destinations of spring, which are Dien Bien, Buon Ma</p> <p>to maintain the five major promotions of the year along with promotional airfares up to 50 percent, thus the total cost of tours will be reduced by 30-40 percent. Besides, in order to attract tourists, tour programmes are diversified by adding many new destinations. The most notable is the February and March programmes with the four most impressive and beautiful destinations of spring, which are Dien Bien, Buon Ma</p>
News-Events Activities Business & Investment News-Events Activities	Beach Bay River Island Resort




CHƯƠNG 6 - Thương hiệu nhánh - Ứng dụng Thương hiệu COAST

HỆ THỐNG NHẬN DIỆN THƯƠNG HIỆU DU LỊCH VIỆT NAM

Thiết kế Quảng cáo & Truyền thông



CHƯƠNG 6 - Thương hiệu nhánh - Ứng dụng Thương hiệu COAST

HỆ THỐNG NHẬN DIỆN THƯƠNG HIỆU DU LỊCH VIỆT NAM

Thiết kế Quảng cáo & Truyền thông



CHƯƠNG 6 - Thương hiệu nhánh - Ứng dụng Thương hiệu COAST

HỆ THỐNG NHẬN DIỆN THƯƠNG HIỆU DU LỊCH VIỆT NAM

Thiết kế Quảng cáo & Truyền thông



CHƯƠNG 6 - Thương hiệu nhánh - Ứng dụng Thương hiệu COAST

HỆ THỐNG NHẬN DIỆN THƯƠNG HIỆU DU LỊCH VIỆT NAM

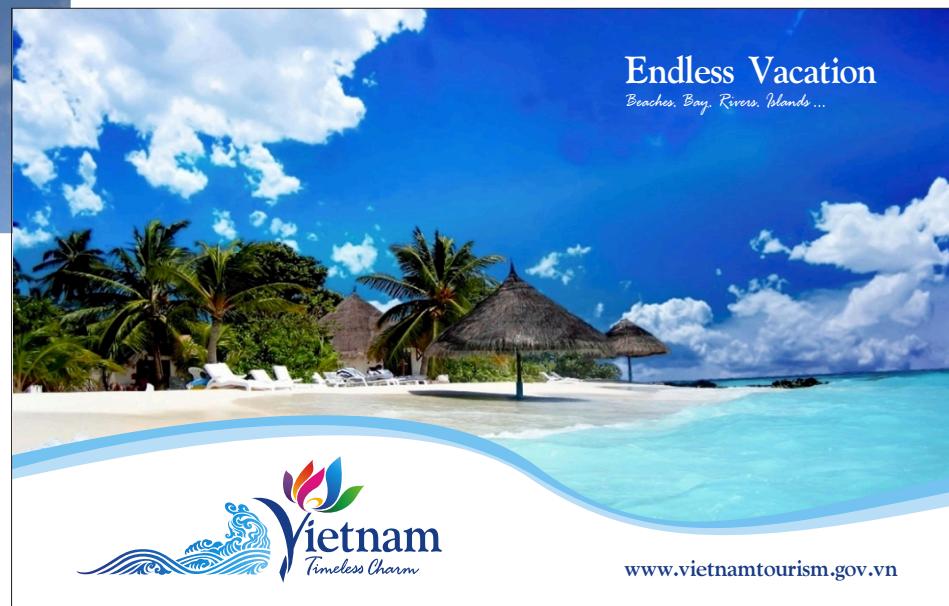
Thiết kế Quảng cáo & Truyền thông



CHƯƠNG 6 - Thương hiệu nhánh - Ứng dụng Thương hiệu COAST

HỆ THỐNG NHẬN DIỆN THƯƠNG HIỆU DU LỊCH VIỆT NAM

Thiết kế Quảng cáo & Truyền thông



CHƯƠNG 6 - Thương hiệu nhánh - Ứng dụng Thương hiệu COAST

HỆ THỐNG NHẬN DIỆN THƯƠNG HIỆU DU LỊCH VIỆT NAM

Thiết kế Quảng cáo & Truyền thông



CHƯƠNG 6 - Thương hiệu nhánh - Ứng dụng Thương hiệu COAST

HỆ THỐNG NHẬN DIỆN THƯƠNG HIỆU DU LỊCH VIỆT NAM

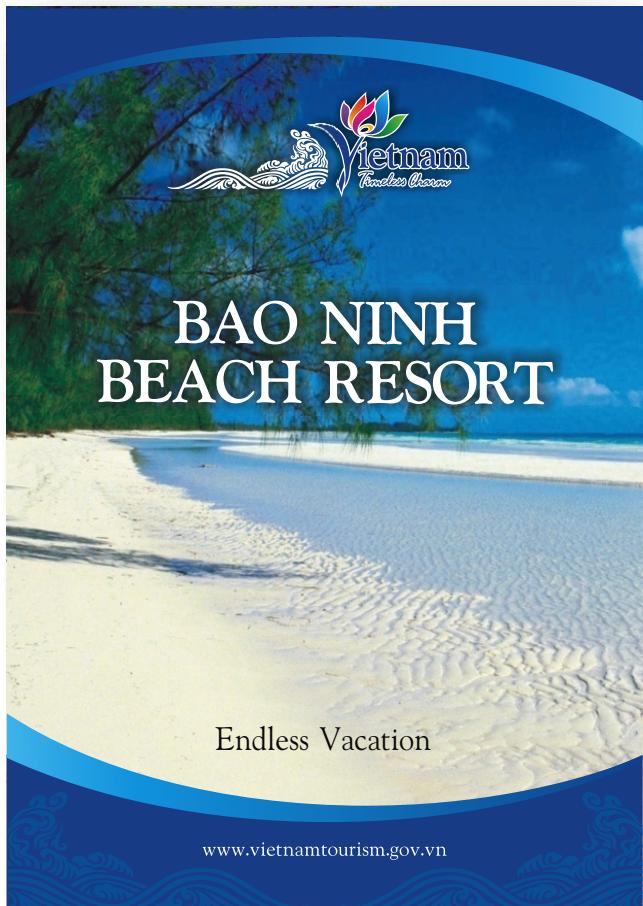
Thiết kế Quảng cáo & Truyền thông



CHƯƠNG 6 - Thương hiệu nhánh - Ứng dụng Thương hiệu COAST

HỆ THỐNG NHẬN DIỆN THƯƠNG HIỆU DU LỊCH VIỆT NAM

Thiết kế Quảng cáo & Truyền thông



Food & Beverage

Restaurant:
Breakfast, lunch and dinner services;
Banquette;
Barbecue;
Sea food.
Bar counter.
All kind of beverages
Cocktail
Snack

Entertainment

Free swimming pool.
Beach Games.
Volleyball.
Football.
Badminton.

Excursion service :
Phong Nha & Paradise Caves tour.
Moo Eco Trail, Ladies Cave.
Than Dinh Mountain.
Lieu Hanh Princes Temple.
Bang hot Spring.
Quang Tri DMZ.

Endless Vacation

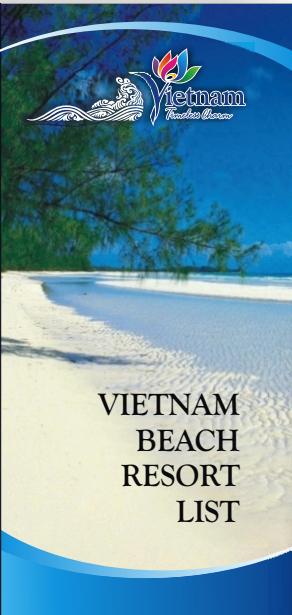
Thiết kế Quảng cáo & Truyền thông



ENTERTAINMENT

Free swimming pool.
Beach Games.
Volleyball, Football, Badminton.

Excursion service :
Phong Nha & Paradise Caves tour
Mooc Eco Trail, Ladies Cave, Than Dinh Mountain,
Lieu Hanh Princes Temple,
Bang hot Spring, Quang Tri DMZ.



LOCATION

Address: Ha Duong Hamlet - Bao Ninh Commune
Dong Hoi City - Quang Binh Province
Tel:052.3854688 / 3854 806
Facsimile: 052.3854689
E-mail: sales@baoninhbeachresort.com.vn
Website: www.baoninhbeachresort.com.vn
Distance to Hue city: 160km
Distance to Railway Station: 7km
Distance to Bus Station: 3.5km
Distance to Airport: 9km

BBR SERVICES INFORMATION

Official resort category: three Star Resort
Number of rooms: 34 rooms
Number of floor: 02 floors
Date of opening: 01/06/2012
Check-in time: 12:00
Check-out time: 12:00
Parking area: Free of charge
Voltage use in the room: 220V/50Hz
Air-Condition: Full Air-Conditioned



ROOM FACILITIES

All rooms and suites are equipped with the following:
Mini Bar
Water boiler
Hair dryer
Free tea bag
In room safe
IDD Telephone
Air-Conditioner
Internet - Wifi
Satellite TV with in house Movie Channels.



FOOD & BEVERAGE

Restaurant:
Breakfast, lunch and dinner services;
Banquette;
Barbecue;
Sea food;
Bar counter;
All kind of beverages, Cocktail, Snack



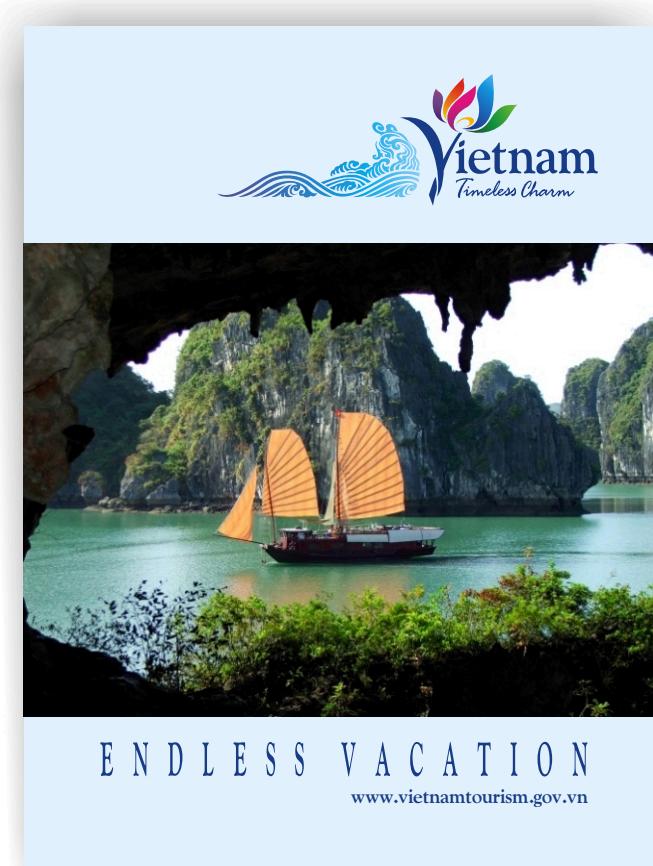
Thiết kế Quảng cáo & Truyền thông



CHƯƠNG 6 - Thương hiệu nhánh - Ứng dụng Thương hiệu COAST

HỆ THỐNG NHẬN DIỆN THƯƠNG HIỆU DU LỊCH VIỆT NAM

Thiết kế Quảng cáo & Truyền thông



CHƯƠNG 6 - Thương hiệu nhánh - Ứng dụng Thương hiệu COAST

HỆ THỐNG NHẬN DIỆN THƯƠNG HIỆU DU LỊCH VIỆT NAM



ỨNG DỤNG
THƯƠNG HIỆU CULTURE

Bản màu chuẩn trường hợp đơn sắc và đa sắc

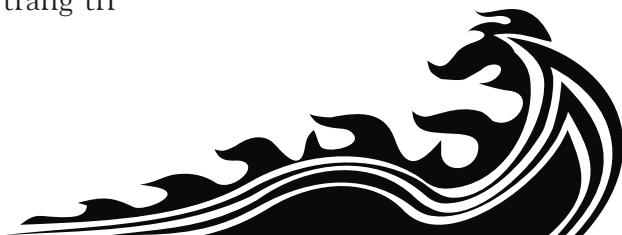


CHƯƠNG 6 - Thương hiệu nhánh - Ứng dụng Thương hiệu CULTURE

HỆ THỐNG NHẬN DIỆN THƯƠNG HIỆU DU LỊCH VIỆT NAM

Biểu tượng gốc - thương hiệu Culture

Sử dụng hình biểu tượng gốc
như motif trang trí



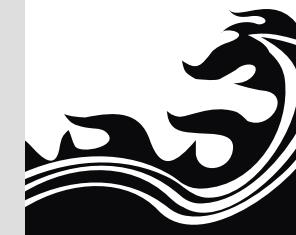
Đậm nhạt tùy chỉnh
theo thiết kế



Sử dụng hình & màu
biểu tượng gốc như
motif trang trí



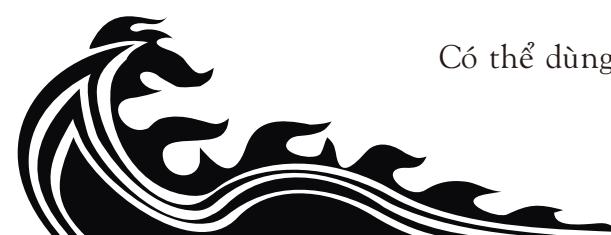
Sử dụng 1 phần
hình ảnh làm
chi tiết
trang trí



Dùng tông màu vàng cam



Có thể dùng hình đối xứng



Gợi ý triển khai các motif trang trí cơ bản



CHƯƠNG 6 - Thương hiệu nhánh - Ứng dụng Thương hiệu CULTURE

HỆ THỐNG NHẬN DIỆN THƯƠNG HIỆU DU LỊCH VIỆT NAM

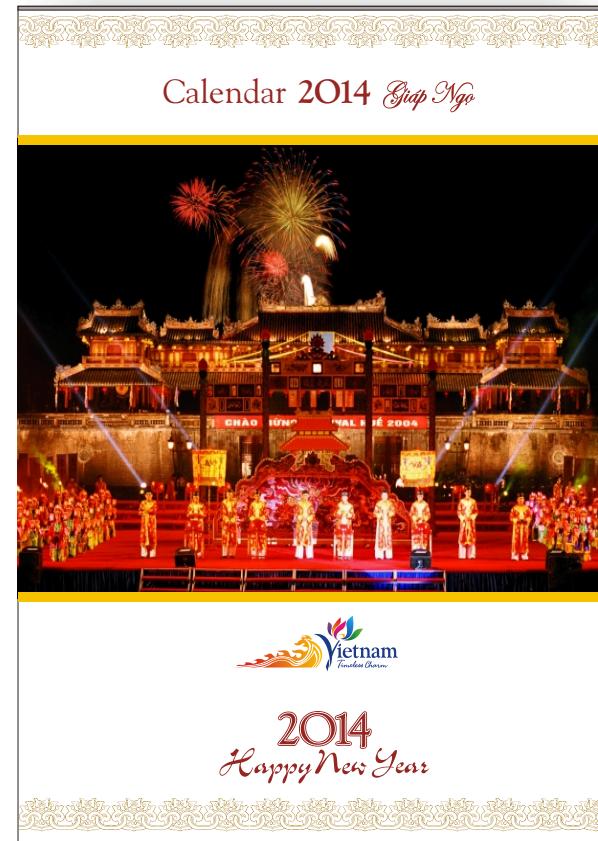
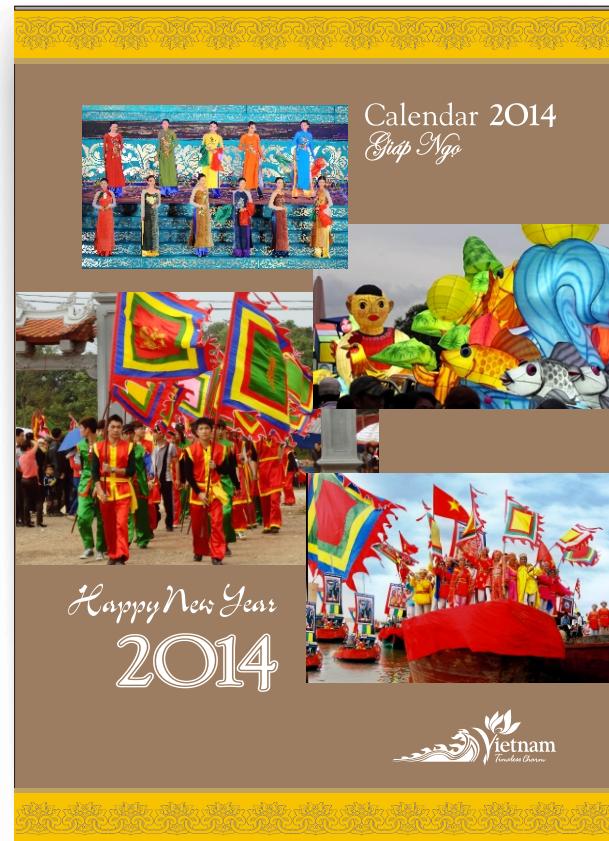
Thiết kế Quảng cáo & Truyền thông

Home TOURISM DOMESTIC DEMAN STIMULATION UP TO 30-40 PERCENT OFF News-Events Activities Business & Investment	Home News-Events Activities Business & Investment Reseach & Developmant Charming Vietnam		
COAST	ECO - BASED	CULTURE	CITY BREAK
News-Events Activities Business & Investment	Endless Wisdom 		Heritage Festival Event Museum Destination
News-Events Activities Business & Investment	TOURISM DOMESTIC DEMAN STIMULATION UP TO 30-40 PERCENT OFF Charming Vietnam 	<p>TOURISM DOMESTIC DEMAN STIMULATION UP TO 30-40 PERCENT OFF</p> <p>In order to stimulate tourism demand this summer, the tourism operators in the Tourism Demand Stimulus Alliance and Vietnam Airlines have combined in a joint action plan to bring attractive tours with big promotions to customers.</p> <p>Mr Nguyen Cong Hoan, Head of the Tourism Demand Stimulus Alliance, said the stimulus programmes this year still try to maintain the five major promotions of the year along with promotional airfares up to 50 percent, thus the total cost of tours will be reduced by 30-40 percent. Besides, in order to attract tourists, tour programmes are diversified by adding many new destinations. The most notable is the February and March programmes with the four most impressive and beautiful destinations of spring, which are Dien Bien, Buon Ma</p> <p>Head of the Tourism Demand Stimulus Alliance, said the stimulus programmes this year still try to maintain the five major promotions of the year along with promotional airfares up to 50 percent, thus the total cost of tours will be reduced by 30-40 percent. Besides, in order to attract tourists, tour programmes are diversified by adding many new destinations. The most notable is the February and March programmes with the four most impressive and beautiful destinations of spring, which are Dien Bien, Buon Ma</p> <p>o maintain the five major promotions of the year along with promotional airfares up to 50 percent, thus the total cost of tours will be reduced by 30-40 percent. Besides, in order to attract tourists, tour programmes are diversified by adding many new destinations. The most notable is the February and March programmes with the four most impressive and beautiful destinations of spring, which are Dien Bien, Buon Ma</p>	 

CHƯƠNG 6 - Thương hiệu nhánh - Ứng dụng Thương hiệu CULTURE

HỆ THỐNG NHẬN DIỆN THƯƠNG HIỆU DU LỊCH VIỆT NAM

Thiết kế Quảng cáo & Truyền thông



CHƯƠNG 6 - Thương hiệu nhánh - Ứng dụng Thương hiệu CULTURE

HỆ THỐNG NHẬN DIỆN THƯƠNG HIỆU DU LỊCH VIỆT NAM

Thiết kế Quảng cáo & Truyền thông



CHƯƠNG 6 - Thương hiệu nhánh - Ứng dụng Thương hiệu CULTURE

HỆ THỐNG NHẬN DIỆN THƯƠNG HIỆU DU LỊCH VIỆT NAM

Thiết kế Quảng cáo & Truyền thông



CHƯƠNG 6 - Thương hiệu nhánh - Ứng dụng Thương hiệu CULTURE

HỆ THỐNG NHẬN DIỆN THƯƠNG HIỆU DU LỊCH VIỆT NAM

Thiết kế Quảng cáo & Truyền thông



CHƯƠNG 6 - Thương hiệu nhánh - Ứng dụng Thương hiệu CULTURE

HỆ THỐNG NHẬN DIỆN THƯƠNG HIỆU DU LỊCH VIỆT NAM

Thiết kế Quảng cáo & Truyền thông



CHƯƠNG 6 - Thương hiệu nhánh - Ứng dụng Thương hiệu CULTURE

HỆ THỐNG NHẬN DIỆN THƯƠNG HIỆU DU LỊCH VIỆT NAM

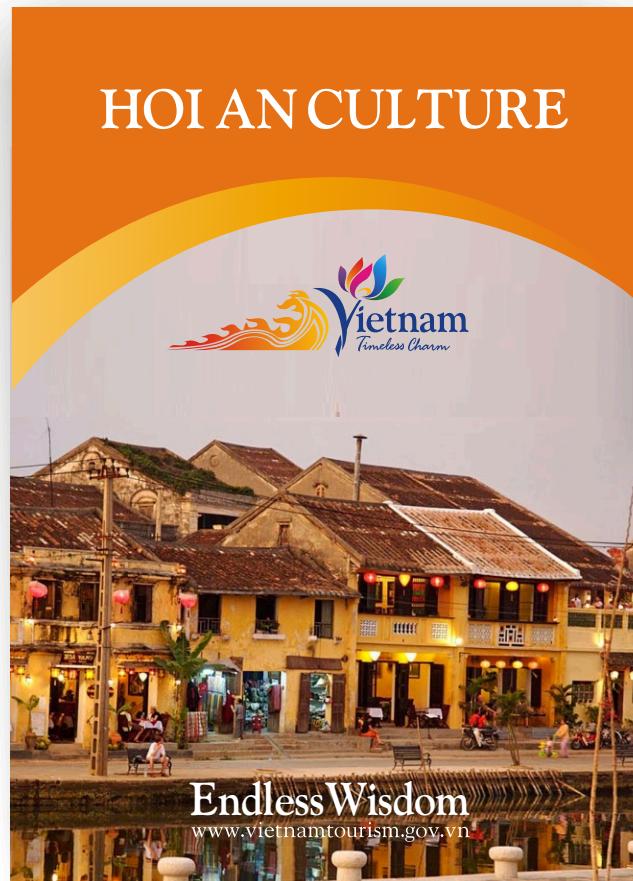
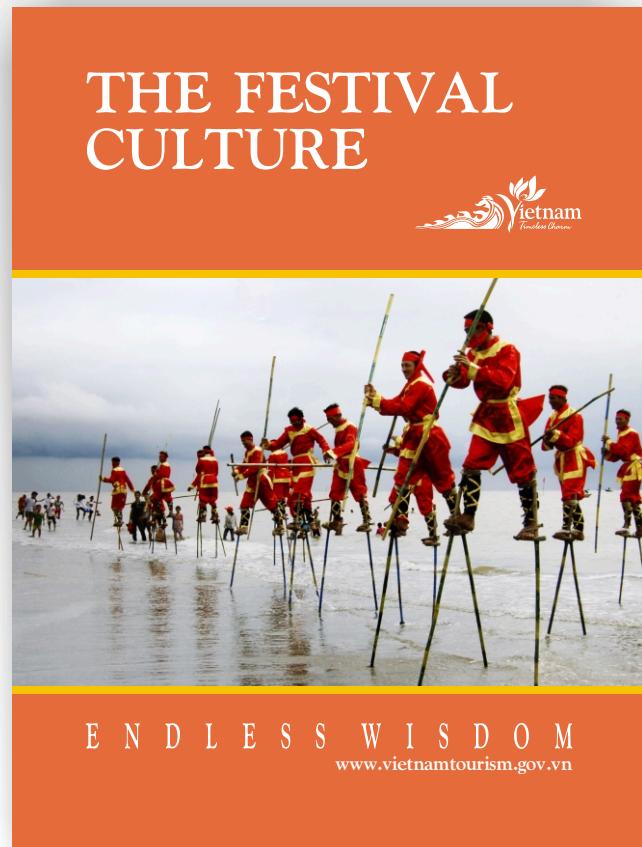
Thiết kế Quảng cáo & Truyền thông

The template consists of two main horizontal sections. The left section is white with a yellow header bar and a red vertical bar. It contains three images: a golden statue, a night view of a bridge, and a night view of a traditional building. Below these are two text boxes labeled "TEXT ADD HERE". The right section is orange and features a large image of a festival scene with people in traditional dress and colorful flags. Overlaid on this image is the text "HOI AN FESTIVAL SEASON". To the right of this are three more text boxes labeled "TEXT ADD HERE". Below the main sections are two rows of smaller images: one row showing a temple interior and a night street scene, and another row showing a restaurant interior and a close-up of food.

CHƯƠNG 6 - Thương hiệu nhánh - Ứng dụng Thương hiệu CULTURE

HỆ THỐNG NHẬN DIỆN THƯƠNG HIỆU DU LỊCH VIỆT NAM

Thiết kế Quảng cáo & Truyền thông



CHƯƠNG 6 - Thương hiệu nhánh - Ứng dụng Thương hiệu CULTURE

HỆ THỐNG NHẬN DIỆN THƯƠNG HIỆU DU LỊCH VIỆT NAM



Thực hiện với sự hỗ trợ của
Dự án Chương trình Phát triển Năng lực Du lịch có Trách nhiệm với Môi trường và Xã hội
(do Liên minh Châu Âu tài trợ).