

SÁCH THƯƠNG HIỆU · BRAND BOOK

EHGTM ELEGANCE
HOSPITALITY
GROUP

Elegance · Hospitality · Group

Ý NGHĨA THƯƠNG HIỆU

The Meaning Behind Our Brand

TÀI LIỆU ĐÀO TẠO NỘI BỘ

Internal Training Document

SỐ TÀI LIỆU
EHG-BRAND-2026-002

HIỆU LỰC TỪ
01 · 06 · 2026

ELEGANCE HOSPITALITY GROUP · EST. 2006

TỪ NGƯỜI SÁNG LẬP

A Message from the Founder · Vì sao cuốn sách này ra đời

“

KÍNH GỬI · DEAR

Toàn thể nhân viên EHG & gia đình thương hiệu

EHG — ba chữ cái. Nhưng đằng sau ba chữ đó là cả một hành trình, một văn hóa, và một lời hứa mà chúng tôi giữ mỗi ngày.

Cuốn sách này ra đời vì **một thương hiệu không thể chỉ tồn tại trong logo** — nó phải sống trong từng người, từng hành động, từng quyết định nhỏ mỗi ngày.

Khi khách gọi điện, khi họ bước vào sảnh, khi họ đọc email từ chúng ta — tiếng đầu tiên họ nghe là *tên thương hiệu*. Nếu mỗi nhân viên hiểu đúng ý nghĩa đó, **thương hiệu trở thành sức mạnh thực sự**.

*Một thương hiệu vĩ đại được xây bằng sự nhất quán —
từng ngày, từng người, từng chi tiết nhỏ nhất.*

Tài liệu này được biên soạn để mỗi thành viên trong gia đình EHG — từ người đầu bếp đến lễ tân, từ người làm vườn đến quản lý — đều **hiểu đúng, hiểu sâu**, và giữ gìn linh hồn thương hiệu mà chúng ta cùng xây dựng.

”

TRÂN TRỌNG · WITH REGARDS

ĐỖ VĂN ĐÀN

CHỦ TỊCH HỘI ĐỒNG QUẢN TRỊ

Chairman of the Board · Elegance Hospitality Group

EHGTM ELEGANCE HOSPITALITY GROUP

Ý nghĩa ba chữ cốt lõi · The Meaning of Three Letters

Elegance · Hospitality · Group

Ba giá trị cốt lõi tạo nên bản sắc của tập đoàn

E

1.1 · ELEGANCE

Sự Thanh Lịch

SỰ THANH LỊCH

Linh hồn của tất cả những gì EHG xây dựng

Không phải vẻ đẹp bề ngoài. Không phải sự xa hoa phô trương.

Elegance là khi mọi thứ được làm **đúng lúc, đúng chỗ, đúng cảm xúc** — một nụ cười đúng lúc, một chi tiết nhỏ được chăm chút, một khoảnh khắc khiến khách cảm thấy được trân trọng thực sự.

H

1.2 · HOSPITALITY

Lòng Hiếu Khách

LÒNG HIẾU KHÁCH

Phục vụ bằng trái tim, không phải bằng tay

Không phải dịch vụ. Không phải quy trình.

Hospitality là nghệ thuật khiến một **người xa lạ cảm thấy như đang được về nhà** — sự quan tâm không cần được yêu cầu, cái tâm đặt sau mỗi hành động dù nhỏ đến đâu.

G

1.3 · GROUP

Cùng Nhau

CÙNG NHAU

Một đại gia đình — mỗi người giữ lửa cho thương hiệu

Không phải chỉ là một tập đoàn — đó là một đại gia đình.

Một mình không ai đi xa được. Nhưng khi **cùng nhau** — chia sẻ một văn hóa, một niềm tin, một mục tiêu — chúng ta xây dựng điều lớn hơn bất kỳ cá nhân nào.

PHẦN I · THƯƠNG HIỆU EHG

VĂN HÓA EHG

EHG Culture · Sự nhất quán là linh hồn

Văn hóa EHG được xây dựng từ **bản sắc chung** mà không tập đoàn nào có thể sao chép — đến từ mọi hành động, dù nhỏ đến đâu.

SỰ NHẤT QUÁN ĐẾN TỪ MỌI HÀNH ĐỘNG

01

NGƯỜI LÀM VƯỜN

The Gardener

Cách xếp một chậu hoa **cũng nói lên**
thương hiệu.

02

LỄ TÂN

The Receptionist

Gọi tên khách là khoảnh khắc ta
chuyển từ phục vụ sang trân trọng.

03

MỖI CHI TIẾT

Every detail

Không có chi tiết nào là nhỏ — chỉ có
sự quan tâm chưa đủ lớn.

LỜI CHỨNG · WHAT GUESTS SAY

“

*Bạn không thể có sự nhất quán như vậy
nếu người đứng đầu không phải là người tốt.*

— ZIA MEYER · KHÁCH HÀNG —

”

NGUYÊN TẮC CỐT LÕI · CORE PRINCIPLE

Văn hóa EHG là **bản sắc** — không phải quy trình.

Là cách chúng ta sống, không phải cách chúng ta tuân thủ.

Our culture is identity, not procedure — the way we live, not the way we comply.

THÔNG TIN THƯƠNG HIỆU

Brand Information · Phát âm & thông số chính thức

EHGTM ELEGANCE
HOSPITALITY
GROUP

PHÁT ÂM · /iː · eɪtʃ · dʒiː/

E

"I"

H

"ÉT-CH"

G

"GI"

TÊN ĐẦY ĐỦ · FULL NAME

Elegance · Hospitality · Group

Tập đoàn Khách sạn Thanh Lịch · Vietnam Hospitality Group

THÔNG SỐ CHÍNH THỨC · OFFICIAL SPECIFICATIONS

NĂM THÀNH LẬP

2006

Established · 20 năm phụng sự

MÀU SẮC THƯƠNG HIỆU



Champagne Gold
HEX #C9A961

LĨNH VỰC HOẠT ĐỘNG

Boutique Hospitality

Khách sạn & Resorts cao cấp · Hotels & Resorts

SỐ TÀI LIỆU

EHG-BRAND-2026-002

Hiệu lực từ 01 / 06 / 2026

NGUYÊN TẮC SỬ DỤNG · USAGE PRINCIPLE

Khi viết, hãy luôn dùng **EHG** (in hoa toàn bộ) — không phải "Ehg", "ehg" hay viết tắt khác.

Khi nói, đọc rõ từng âm "I · ÉT-CH · GI" — không gộp thành "EH-GI" hay đọc kiểu Việt Nam.

NGUỒN GỐC TÊN GỌI

Origin & Pronunciation

LA SIESTA

PHÁT ÂM · /laː si'ɛstə/

La đọc nhẹ · nhấn mạnh âm "ÉT" ở giữa · ta đọc nhẹ

Ý NGHĨA TÊN GỌI · MEANING

O1 TIẾNG TÂY BAN NHA

Spanish origin · ngôn ngữ gốc

"La Siesta" trong tiếng Tây Ban Nha có nghĩa là "khoảng nghỉ trọn vẹn giữa ngày" — một giấc ngủ bình yên.

O2 CẢM XÚC THƯƠNG HIỆU

Brand feeling · điều khách cảm nhận

Cái tên gợi lên cảm giác **sang trọng, bình yên và chuyên nghiệp** ngay từ lần đầu thương hiệu "nói chuyện" với khách.

HƯỚNG DẪN PHÁT ÂM · PRONUNCIATION GUIDE

La

/laː/

đọc nhẹ, mềm

si·ÉT

/si'ɛs/

NHẤN MẠNH

ta

/tə/

đọc nhẹ, buông

Tránh đọc "La-Si-ÉT-Ta" thành 4 âm tiết — đúng là 3 âm tiết, trọng âm rơi vào âm giữa.

Một cái tên — một lời mời gọi nghỉ ngơi.

A name — an invitation to rest.

LOGO & Ý NGHĨA BIỂU TƯỢNG

Logo Symbolism · 6 lớp ý nghĩa của bông hoa



SÁU LỚP Ý NGHĨA · SIX LAYERS OF MEANING

01

HÌNH DẠNG

Shape

16 chữ L xoay quanh tâm — vòng tròn hoàn hảo.

02

BÔNG HOA

The Flower

Chào đón & nở rộ — không gian luôn mở đón khách như người thân.

03

MẶT TRỜI

The Sun

Nguồn năng lượng không tắt — tận tâm không phân biệt.

04

CON SỐ 16

The Number 16

Sung túc bền vững — 1 (khởi đầu) + 6 (hòa hợp).

05

ĐỒNG ĐỘI

Togetherness

16 chữ L tựa vào nhau — không ai đứng một mình.

06

MÀU VÀNG

The Gold

Hành Thổ — biểu tượng bền vững, nền tảng, nuôi dưỡng.

Màu vàng đại diện cho người sáng lập — mang hành Thổ, biểu tượng của sự bền vững, nền tảng và nuôi dưỡng.

Trong ngũ hành, Thổ là trung tâm — nơi mọi thứ hội tụ, sinh trưởng và được giữ gìn.

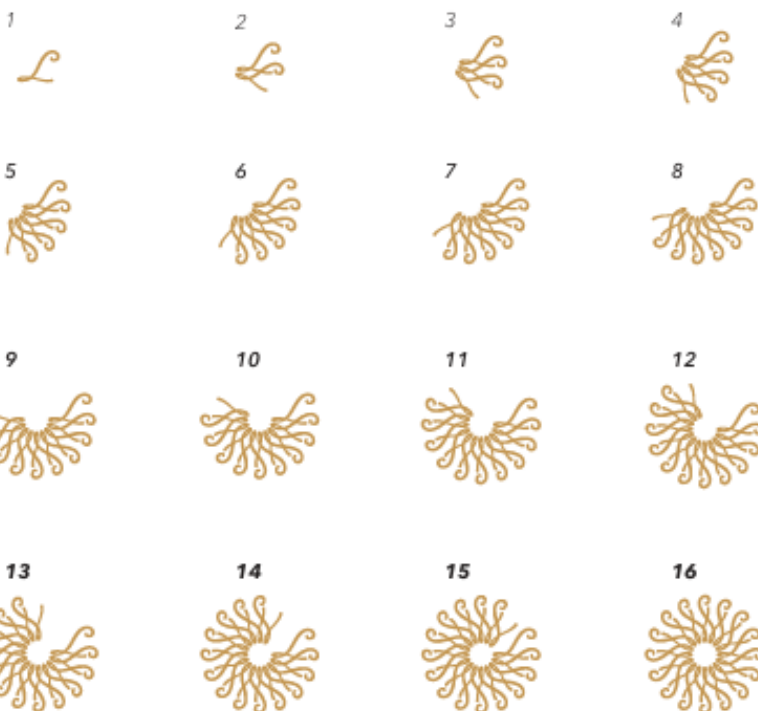
HÀNH TRÌNH HÌNH THÀNH

The Formation Journey · From one L to sixteen

Từ một chữ L đơn lẻ đến vòng tròn hoàn chỉnh của 16 chữ L — mỗi bước là một nhân viên, một nụ cười, một sự tận tâm góp vào.

From a single letter to a perfect circle — each step is a person, a smile, a dedication added in.

16 BƯỚC · 16 STEPS



khởi đầu · beginning

tròn vẹn · completion

BƯỚC · STAGE

01/16

KHỞI ĐẦU

The beginning · 1 chữ L

Viên gạch đầu tiên — một cá nhân khởi tạo thương hiệu.

BƯỚC · STAGE

08/16

GIỮA HÀNH TRÌNH

Halfway · 8 chữ L

Đội ngũ lớn dần — đã có 8 cánh cùng nhau góp sức.

BƯỚC · STAGE

16/16

HOÀN CHỈNH

Completion · 16 chữ L

Bông hoa nở rộ — La Siesta chính thức thành hình.

Thiếu một cánh — bông hoa mất sự hoàn chỉnh.

Remove one petal — and the flower is no longer whole.

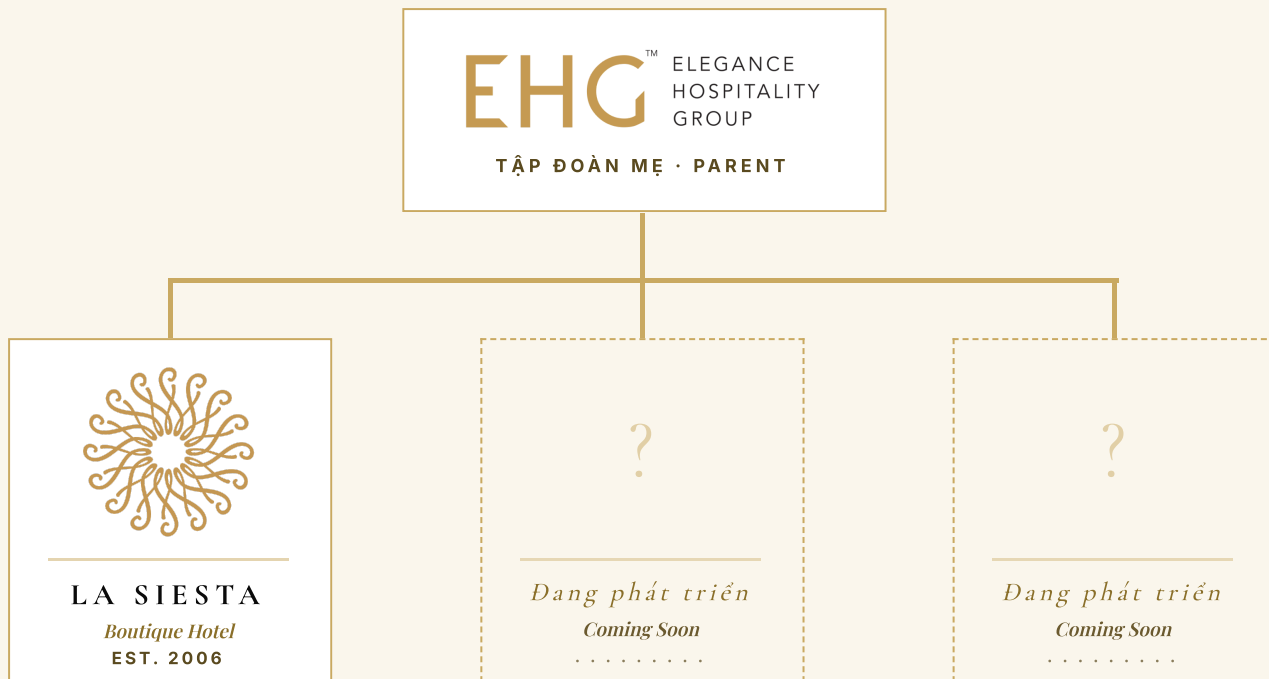
16/16

CÁNH HOA · PETALS

CÒN TIẾP

To be continued · Thương hiệu tiếp theo của EHG

HỆ SINH THÁI THƯƠNG HIỆU EHG



CÂU CHUYỆN CHƯA KẾT THÚC · A STORY STILL UNFOLDING

*La Siesta là **thương hiệu đầu tiên** trong gia đình EHG.*

*Sẽ còn nhiều thương hiệu nữa được sinh ra — mỗi cái mang một linh hồn riêng,
nhưng cùng chung **một dòng máu EHG**.*

Khi thương hiệu mới ra đời, trang này sẽ được viết tiếp.
When a new brand is born, this page will be written further.

Một dòng máu — nhiều linh hồn.

One bloodline — many souls.

LỜI KẾT · CLOSING

CẢM ƠN

A note of gratitude

“

*Cảm ơn các em đã **đồng hành**.*

*20 năm qua, thương hiệu này được viết nên
bởi chính các em — bằng nụ cười, bằng đôi tay,
bằng từng phút giây tận tâm.*

”

*Cuốn sách này không phải của tôi —
nó là **câu chuyện** của tất cả chúng ta.*

Mỗi nụ cười các em gửi đến khách, mỗi chi tiết các em chăm chút —
đều là một **cánh hoa** trong bông hoa La Siesta,
một **viên gạch** trong ngôi nhà EHG.

*Hãy tiếp tục viết tiếp câu chuyện này —
bằng cả trái tim của các em.*

ĐỖ VĂN ĐÀN

NGƯỜI SÁNG LẬP · FOUNDER

BRAND BOOK · 10 / 10 · FIN