

Carlsberg Việt Nam thắp sáng đường chạy VnExpress Marathon Huế 2026

17:41 21/04/2026

Năm thứ 5 liên tiếp, Carlsberg Việt Nam cùng thương hiệu bia Huda tiếp tục đồng hành với VnExpress Marathon Huế 2026 trong vai trò là một trong những nhà tài trợ chính.



Diễn ra giữa lòng cố đô Huế, mùa giải năm nay quy tụ hơn 8.000 vận động viên từ khắp cả nước, cùng chinh phục một trong những cung đường chạy giàu bản sắc nhất Việt Nam – nơi mỗi bước chân đi qua những di sản văn hóa, những tuyến phố cổ và nhịp sống bền bỉ của vùng đất Cố đô.

Với Carlsberg Việt Nam, đây không chỉ là một sự kiện thể thao, mà còn là một lát cắt rõ nét cho cách doanh nghiệp xây dựng Growth Culture – văn hóa phát triển, nơi hiệu quả kinh doanh luôn song hành cùng sự phát triển của con người và những giá trị dài hạn.



Bởi thành công, sau cùng, không chỉ được đo bằng kết quả kinh doanh, mà còn bằng cách doanh nghiệp đầu tư vào con người, xây dựng niềm tin và tạo ra một môi trường nơi mỗi cá nhân được trao cơ hội để phát triển, gắn kết và cùng nhau đi đường dài.

Sải bước cùng nhau - Phát triển cùng nhau

Tại Carlsberg Việt Nam, mọi hành trình tăng trưởng đều bắt đầu từ con người. Đó là hành trình được vun đắp bằng sự tin tưởng, tinh thần bền bỉ và một môi trường làm việc nơi sức khỏe thể chất lẫn tinh thần không được xem là phúc lợi bổ sung, mà là nền tảng cốt lõi để xây dựng thành công lâu dài.

Tinh thần ấy được thể hiện rõ nét tại VnExpress Marathon Huế 2026 khi gần 200 nhân viên từ nhiều phòng ban, bao gồm toàn bộ ban lãnh đạo và Tổng Giám đốc Andrew Khan, cùng tham gia đường chạy ở nhiều cự ly khác nhau.



Từ các lãnh đạo cấp cao đến đội ngũ nhân viên khắp các phòng ban và khu vực, mọi người cùng sải bước bên nhau – không còn khoảng cách của chức danh, mà là một tập thể thống nhất cùng hướng về một mục tiêu chung. Sự hiện diện của toàn bộ ban lãnh đạo trên đường đua gửi đi một thông điệp rõ ràng: **lãnh đạo không chỉ là người đưa ra định hướng, mà còn là người trực tiếp đồng hành, cùng hiện diện và xây dựng niềm tin bằng hành động.**

“Tại Carlsberg Việt Nam, chúng tôi tin rằng nền tảng của một doanh nghiệp vững mạnh luôn bắt đầu từ đội ngũ nhân sự mạnh mẽ nhất,” **ông Andrew Khan, Tổng Giám đốc Carlsberg Việt Nam** chia sẻ. “Tăng trưởng không chỉ đến từ chiến lược hay những con số, mà được tạo nên khi mọi người tin tưởng nhau, cùng thử thách nhau và luôn sẵn sàng hỗ trợ nhau để tiến về phía trước. Khi lãnh đạo chạy bên cạnh nhân viên, đó không chỉ là sự đồng hành, mà còn phản ánh rõ nét văn hóa mà chúng tôi muốn xây dựng – nơi thành công không thuộc về riêng một cá nhân, mà là thành quả chung của cả tập thể”.



Đó cũng là cốt lõi của văn hóa phát triển tại Carlsberg Việt Nam – nơi hiệu suất cao và sự gắn kết của nhân viên không phải là hai ưu tiên tách biệt, mà là hai động lực song hành để tạo nên thành công bền vững.



Huế: Không chỉ là quê hương, mà còn là trung tâm chiến lược

Sự đồng hành cùng VnExpress Marathon Huế mang một ý nghĩa rất đặc biệt với Carlsberg Việt Nam, bởi Huế không chỉ là nơi diễn ra giải chạy, mà còn là nơi khởi đầu cho hành trình gắn bó suốt hơn 35 năm qua.

Là nơi khai sinh thương hiệu Huda và cũng là nơi đặt Nhà máy bia Phú Bài, Huế từ lâu đã trở thành một phần không thể tách rời trong hành trình phát triển của Carlsberg Việt Nam. Đây là nơi doanh nghiệp xây dựng những nền móng đầu tiên, phát triển những mối quan hệ bền chặt với cộng đồng địa phương và nuôi dưỡng cam kết dài hạn với sự phát triển kinh tế, văn hóa và xã hội của miền Trung.



Chính vì vậy, sự đồng hành cùng VnExpress Marathon Huế chưa bao giờ chỉ dừng lại ở vai trò tài trợ. Đó là sự tiếp nối tự nhiên của một cam kết dài hạn, góp phần thúc đẩy đời sống văn hóa, du lịch và niềm tự hào cộng đồng, đồng thời tiếp tục bồi đắp những giá trị mà Huda đã đại diện suốt nhiều thế hệ.

Với thương hiệu bia “đậm tình miền Trung” Huda, sự hiện diện trên cung đường chạy và tại vạch đích không đơn thuần là câu chuyện thương hiệu. Đó là sự hiện diện trong những khoảnh khắc ý nghĩa nhất, nơi niềm vui chiến thắng được sẻ chia, những kết nối được vun đắp và niềm tự hào địa phương được lan tỏa.

Với nhiều thế hệ người miền Trung, Huda từ lâu đã vượt ra khỏi vai trò của một thương hiệu bia để trở thành biểu tượng của sự gắn gũi, niềm tự hào và tinh thần gắn kết cộng đồng. Sau vạch đích, hương vị quen thuộc của một lon Huda Ice Twist mát lạnh không chỉ mang đến sự sảng khoái, mà còn gợi lên cảm giác thân thuộc như một phần của quê hương, và là minh chứng cho mối gắn bó bền chặt mà thương hiệu đã vun đắp cùng người dân miền Trung suốt hơn ba thập kỷ.

Đường chạy tiếp nối văn hóa sống khỏe mỗi ngày



VnExpress Marathon Huế chỉ là một dấu ấn trong hành trình dài hơn của Carlsberg Việt Nam trong việc xây dựng văn hóa sống khỏe và môi trường làm việc bền vững.

Trên toàn tổ chức, tinh thần này được lồng ghép vào cách mọi người làm việc và phát triển mỗi ngày. Từ các sáng kiến thể thao trên toàn quốc, các hoạt động gắn kết đội ngũ đến nền tảng sống khỏe nội bộ Carlsberg Well-being, doanh nghiệp không ngừng đầu tư để xây dựng một môi trường nơi nhân viên có thể phát triển bền vững – không chỉ thành công trong công việc, mà còn khỏe mạnh, cân bằng và gắn bó lâu dài.



Chính sự đầu tư nhất quán vào con người đã giúp Carlsberg Việt Nam liên tiếp được vinh danh là một trong những “Nơi làm việc tốt nhất châu Á” bởi HR Asia trong ba năm liên tiếp, cùng giải thưởng “Work the Nordic Way: Best Place to Work” tại Nordic Business Awards 2025 do NordCham trao tặng.

Sản xuất bia vì một hiện tại tốt đẹp và một tương lai tươi sáng hơn

Với Carlsberg Việt Nam, tăng trưởng không chỉ được đo bằng việc doanh nghiệp có thể đi xa đến đâu, mà còn bằng cách doanh nghiệp tạo ra giá trị ý nghĩa như thế nào trên hành trình ấy.

Dù là những khoản đầu tư quy mô lớn như mở rộng Nhà máy bia Phú Bài, những cam kết dài hạn với miền Trung hay những khoảnh khắc gắn kết như tại VnExpress Marathon Huế, mỗi bước đi đều phản ánh một sứ mệnh lớn hơn: tạo ra giá trị bền vững cho con người, cộng đồng và các thế hệ tương lai.



Khi đội ngũ nhân viên cùng nhau cán đích, đó không chỉ là sự hoàn thành của một cuộc đua. Đó còn là hình ảnh đại diện cho văn hóa doanh nghiệp mà Carlsberg Việt Nam đang xây dựng: **nơi tinh thần lãnh đạo được thể hiện bằng hành động, văn hóa được cảm nhận trong từng trải nghiệm và thành công là hành trình mà tất cả mọi người cùng hướng tới.**

Bởi với Carlsberg Việt Nam, sản xuất bia chưa bao giờ chỉ là câu chuyện của sản phẩm. Đó còn là hành trình xây dựng những đội ngũ mạnh mẽ hơn, những cộng đồng gắn kết hơn, cùng một hiện tại tốt đẹp và một tương lai tươi sáng hơn.

