TẠP CHÍ ĐIỆN TỬ
THƯƠNG HIỆU & CÔNG LUẬN

Những sản phẩm “Vươn mình tiến vào kỷ nguyên xanh” - Bài 10: Vàng bạc Bảo Tín Mạnh Hải

11:36 04/07/2025

Vừa qua, Hội đồng Thương hiệu quốc gia đã tổ chức trọng thể Lễ công bố sản phẩm đạt Thương hiệu quốc gia Việt Nam lần thứ 9/2024, với chủ đề “Vươn mình tiến vào kỷ nguyên xanh”. Theo đó, Bộ Công Thương đã công bố và trao danh hiệu Thương hiệu quốc gia 2024 cho 359 sản phẩm, của 190 DN/tổng số hơn 1.000 DN có sản phẩm tham gia chương trình - đáp ứng hệ thống các tiêu chí đề ra.

Việc lựa chọn các doanh nghiệp đạt Thương hiệu quốc gia được tiến hành 2 năm 1 lần (từ năm 2008) với mục đích khuyến khích các doanh nghiệp tiếp tục chia sẻ và theo đuổi các giá trị của chương trình, nâng cao niềm tự hào đối với các sản phẩm của Việt Nam.

Bài 10: **Vàng bạc Bảo Tín Mạnh Hải khẳng định vị thế**

Trải qua vòng xét chọn kỹ lưỡng từ hơn 1.000 hồ sơ tham gia, đáp ứng hệ thống các tiêu chí khắt khe của Chương trình Vinh danh Thương hiệu quốc gia Việt Nam 2024, Công ty CP Bảo Tín Mạnh Hải vinh dự được Thủ tướng Chính phủ trao biểu trưng Thương hiệu quốc gia Việt Nam 2024 cho sản phẩm vàng, bạc, trang sức mỹ nghệ.



Danh hiệu Thương hiệu quốc gia Việt Nam 2024 là một dấu mốc đáng tự hào, đánh dấu bước phát triển mới của Bảo Tín Mạnh Hải và là động lực mạnh mẽ để thương hiệu tiếp tục vươn xa, khẳng định vị thế trong lòng người tiêu dùng Việt, hướng đến thị trường quốc tế.

Tôn vinh vẻ đẹp và giá trị bền vững

Bảo Tín Mạnh Hải được thành lập ngày 15/11/1992, tại địa chỉ Số 39 Nguyễn Trãi, Thanh Xuân, Hà Nội (Địa chỉ trụ sở chính hiện nay: Tầng 8, Tòa nhà Bảo Tín, số 18 Trần Duy Hưng, Cầu Giấy, Hà Nội).



Nhà sáng lập thương hiệu Bảo Tín Mạnh Hải - Nghệ nhân Ưu tú Vũ Mạnh Hải trong Lễ vinh danh sản phẩm đạt Thương hiệu quốc gia 2024

Hành trang duy nhất lúc bấy giờ chính là 2 chữ "Bảo Tín" và đôi bàn tay chế tác tinh tế, khéo léo của nhà sáng lập Vũ Mạnh Hải. Còn lại, từ cơ sở vật chất cho đến nguồn lực tài chính, đều khó khăn với diện tích cửa hàng 7m2, chỉ có 4 nhân sự và số vốn đầu tư vỏn vẹn 3 cây vàng.

Sau Hơn 32 năm hình thành và phát triển, Bảo Tín Mạnh Hải là một trong số ít những thương hiệu vàng bạc trang sức tại Việt Nam mang trong mình sứ mệnh tôn vinh vẻ đẹp và giá trị bền vững. Không chỉ là biểu tượng của sự tinh xảo trong chế tác, thương hiệu còn là nơi khơi nguồn cảm hứng, kết nối những giá trị truyền thống và hiện đại, tạo nên sự độc đáo và khác biệt trong từng sản phẩm.

Với triết lý kinh doanh "Giữ tín nhiệm hơn giữ vàng", thương hiệu Bảo Tín Mạnh Hải đã và đang có 11 cửa hàng tại khu vực phía bắc; là một trong số ít những thương hiệu ngành vàng nổi tiếng của Việt Nam nhận được sự tin tưởng, yêu quý của khách hàng. Không chỉ nhận được sự tin tưởng tuyệt đối trong kinh doanh vàng tích trữ, Bảo Tín Mạnh Hải còn là một thương hiệu vàng trang sức nổi bật về số lượng mẫu mã phong phú, phù hợp với nhu cầu đa dạng của các khách hàng.

Với cam kết đặt chất lượng và uy tín lên hàng đầu, Bảo Tín Mạnh Hải đã không ngừng đầu tư vào công nghệ, đào tạo đội ngũ và chú trọng thiết kế sản phẩm để tạo ra những thiết kế trang sức mang đậm nét văn hóa Việt.



Chủ tịch HĐQT, Tổng giám đốc Công ty CP Bảo Tín Mạnh Hải, Vũ Hùng Sơn - cùng Phó tổng giám đốc EY-Parthenon Đào Thị Thiên Hương, đại diện ký kết hợp tác tư vấn chiến lược

Chủ tịch HĐQT Công ty CP Bảo Tín Mạnh Hải, Vũ Hùng Sơn chia sẻ:

“Trong tương lai, không chỉ dừng lại ở mục tiêu trở thành thương hiệu vàng trang sức hàng đầu tại Việt Nam, Bảo Tín Mạnh Hải còn mong muốn định hình lại ý nghĩa và giá trị của trang sức trong văn hóa người Việt. Mỗi sản phẩm mà thương hiệu tạo ra, sẽ không chỉ đẹp về hình thức, mà còn chứa đựng những giá trị văn hóa và tinh thần sâu sắc, biểu tượng cho sự tinh tế, sang trọng và niềm tự hào dân tộc”.

Không ngừng đầu tư vào công nghệ và phát triển đội ngũ, thương hiệu đã nâng cao tiêu chuẩn trong thiết kế và chế tác, góp phần mang lại những sản phẩm xứng tầm quốc gia, đáp ứng kỳ vọng cao nhất của người tiêu dùng Việt. Thành tích này, tiếp tục khẳng định mạnh mẽ cam kết của một thương hiệu Việt “luôn lấy chất lượng sản phẩm là tiêu chí hàng đầu” để cạnh tranh, tạo nên uy tín thương hiệu Bảo Tín Mạnh Hải trong ngành vàng bạc trang sức.



Sản phẩm vàng Kim Gia Bảo

Trong kỷ nguyên chuyển đổi số và toàn cầu hóa, Bảo Tín Mạnh Hải không chỉ dừng lại ở việc khẳng định mình trên thị trường nội địa, mà còn đặt mục tiêu trở thành một biểu tượng vàng bạc trang sức mang tầm vóc quốc tế. Với ước mơ đưa Bảo Tín Mạnh Hải trở thành niềm tự hào của người Việt trên bản đồ trang sức thế giới, thương hiệu xác định cần phải có một chiến lược mới cho giai đoạn 2025 – 2030. Trong đó, tập trung vào 4 trụ cột chính:

Xây dựng chiến lược kinh doanh và thương hiệu trọng tâm là thị trường trang sức;

Xây dựng chiến lược về sản phẩm để phục vụ các phân khúc khách hàng theo cả chiều rộng và chiều sâu;

Xây dựng chiến lược bán hàng đa kênh để đồng nhất và nâng cao trải nghiệm khách hàng tại mọi điểm chạm;

Xây dựng chiến lược quản trị doanh nghiệp hiện đại, trong đó ứng dụng công nghệ thông tin và văn hóa doanh nghiệp là đòn bẩy quan trọng.



Sản phẩm vàng

Trong hành trình sắp tới, Bảo Tín Mạnh Hải tiếp tục khẳng định vị thế thương hiệu quốc gia, thông qua sự nỗ lực không ngừng trong việc nâng cao chất lượng sản phẩm, đổi mới sáng tạo và thể hiện năng lực tiên phong.

Tầm nhìn đến năm 2030, Ban lãnh đạo công ty cho biết, quyết tâm xây dựng Bảo Tín Mạnh Hải trở thành thương hiệu quốc gia mang tầm quốc tế, có trải nghiệm mua sắm vàng và trang sức hàng đầu Việt Nam.

Sản phẩm chất lượng cao, mẫu mã đa dạng

Sản phẩm trang sức vàng đa dạng, từ vàng ta (24K) đến vàng tây (18K, 14K), các loại trang sức vàng ta khác như nhẫn, dây chuyền, lắc tay, bông tai, các sản phẩm vàng phong thủy như Thần Tài, Kim Tỵ Cát Tường...



Sản phẩm trang sức vàng ta, được biết đến với chất lượng cao, mẫu mã đa dạng và mang đậm nét văn hóa truyền thống, kết hợp với phong cách hiện đại. Công ty luôn chú trọng đến từng chi tiết, sử dụng chất liệu vàng ta (vàng 24k, 18k...) và được chế tác bởi những nghệ nhân lành nghề, tạo nên những sản phẩm trang sức tinh xảo, mang giá trị nghệ thuật và giá trị trường tồn theo thời gian.

Bảo Tín Mạnh Hải cũng không ngừng sáng tạo, cập nhật xu hướng thời trang, mang đến những mẫu trang sức, vừa mang nét đẹp truyền thống, vừa hợp thời, đáp ứng nhu cầu đa dạng của khách hàng.

Sản phẩm trang sức vàng ta, đảm bảo vàng nguyên chất, tuổi vàng cao (24k, 18k), mang lại giá trị cao và bền vững. Các nghệ nhân lành nghề với kinh nghiệm lâu năm, tỉ mỉ trong từng chi tiết, tạo nên những sản phẩm trang sức độc đáo, mang đậm nét văn hóa và có giá trị nghệ thuật.



Sản phẩm mẫu mã đa dạng, cập nhật xu hướng, kết hợp hài hòa giữa truyền thống và hiện đại, phù hợp với nhiều phong cách và lứa tuổi. Mỗi sản phẩm, không chỉ là trang sức, mà còn là một tác phẩm nghệ thuật, thể hiện sự tinh tế và đẳng cấp của người đeo.

Các dòng sản phẩm chính gồm nhẫn, dây chuyền, bông tai, lắc tay, lắc chân; các mẫu trang sức vàng ta phổ biến, đa dạng về kiểu dáng và phong cách; các bộ trang sức vàng ta được thiết kế dành riêng cho các cặp đôi trong ngày trọng đại.

Trang sức vàng tây, được biết đến với chất lượng cao, thiết kế tinh xảo và mang đậm nét đẹp truyền thống, hiện đại. Các sản phẩm này, được chế tác từ vàng tây chất lượng, kết hợp với sự tỉ mỉ trong từng chi tiết, thể hiện sự sang trọng và đẳng cấp. Bảo Tín Mạnh Hải không ngừng đổi mới, sáng tạo để cho ra đời những bộ sưu tập độc đáo, phù hợp với xu hướng thời trang và phong cách sống hiện đại.



Trang sức, sử dụng vàng tây chất lượng, được kiểm định nghiêm ngặt, đảm bảo độ bền và giá trị theo thời gian. Các sản phẩm được thiết kế với nhiều mẫu mã, kiểu dáng khác nhau, từ những mẫu đơn giản, thanh lịch đến những mẫu cầu kỳ, sang trọng, phù hợp với nhiều phong cách và dịp khác nhau.

Bảo Tín Mạnh Hải luôn chú trọng đến việc sáng tạo, đổi mới trong thiết kế, kết hợp hài hòa giữa nét đẹp truyền thống và xu hướng hiện đại, tạo nên những sản phẩm độc đáo và ấn tượng. Các sản phẩm được chế tác bởi những nghệ nhân có tay nghề cao, giàu kinh nghiệm, tỉ mỉ, tinh xảo trong từng chi tiết.

Bảo Tín Mạnh Hải đã khẳng định được vị thế của mình trên thị trường trang sức Việt Nam, trở thành một trong những thương hiệu uy tín và được nhiều người tin dùng.



Bộ trưởng Bộ Công Thương Nguyễn Hồng Diên: "Thông qua Chương trình, nhiều tập đoàn, doanh nghiệp Việt đã ý thức được vai trò, tầm quan trọng của thương hiệu - được xem như là "chìa khóa" giúp gia tăng giá trị sản phẩm, giá trị doanh nghiệp, bảo đảm phát triển bền vững, nhất là trong bối cảnh cuộc CMCN 4.0, chuyển đổi số, chuyển đổi xanh đang diễn ra mạnh mẽ và là xu thế tất yếu trên phạm vi toàn cầu; từ đó, chú trọng hơn cho xây dựng, phát triển và quản trị thương hiệu, góp phần nâng cao năng lực cạnh tranh, khẳng định vị thế của doanh nghiệp trên thị trường trong và ngoài nước".

Thủy Hương