TẠP CHÍ ĐIỆN TỬ
THƯƠNG HIỆU & CÔNG LUẬN

Nước hoa, mỹ phẩm cao cấp UNI: Tôn vinh vẻ đẹp quý phái từ trầm hương Việt

16:00 19/10/2025

Ngày 19/10, tại Trống Đồng Palace (65 Quán Sứ, Hà Nội), Công ty TNHH Hoa Liên Viên chính thức ra mắt thương hiệu UNI, dòng sản phẩm nước hoa và chăm sóc cá nhân cao cấp mang đậm bản sắc Việt, được chiết xuất từ trầm hương thiên nhiên.



Các đại biểu tại Lễ ra mắt thương hiệu UNI

Lấy cảm hứng từ hình ảnh cây dó bầu, loài cây mang trong mình sức sống mãnh liệt và khả năng tái sinh kỳ diệu, thương hiệu UNI được xây dựng trên triết lý "Hoa Liên Viên, dẫn lối đến an nhiên", đến với sự an tĩnh trong tâm hồn con người.

Không chỉ là một dòng sản phẩm, UNI còn là biểu trưng cho phong cách sống an nhiên, tinh tế và nhân văn, gợi nhắc người dùng trân trọng từng khoảnh khắc chậm rãi, cân bằng giữa nhịp sống hiện đại.

Phát biểu tại lễ ra mắt, ông Lê Quang Việt - Giám đốc Công ty TNHH Hoa Liên Viên cho biết, các sản phẩm thương hiệu UNI không chỉ mong muốn đưa trầm hương đến gần hơn với đời sống mà còn lan tỏa triết lý sống an lành, chữa lành và biết ơn thiên nhiên.

“UNI là sự kết hợp giữa tinh hoa truyền thống Việt và khoa học hiện đại, nhằm giữ trọn vẹn năng lượng và giá trị chữa lành từ trầm hương”, ông Việt nhấn mạnh.

Thương hiệu UNI được hình thành từ sự hợp tác chiến lược giữa Hoa Liên Viên và Viện Công nghệ & Sức khỏe, với mục tiêu nghiên cứu và ứng dụng tinh chất trầm hương trong lĩnh vực chăm sóc cơ thể.

Tại buổi lễ, Hoa Liên Viên giới thiệu 6 sản phẩm đầu tiên của UNI gồm dầu gội, dầu xả, sữa tắm và ba dòng nước hoa mang ba cung bậc cảm xúc riêng: Bình an, Tự tin và Nữ tính. Mỗi sản phẩm đều là kết quả của quá trình nghiên cứu kỹ lưỡng, ứng dụng công nghệ hiện đại trong chiết xuất và sản xuất, đảm bảo an toàn, lành tính và mang lại trải nghiệm thư giãn, sang trọng cho người dùng.





Nước hoa, mỹ phẩm cao cấp UNI: Tôn vinh vẻ đẹp quý phái từ trầm hương Việt

Theo đại diện Hoa Liên Viên, UNI hướng tới nhóm khách hàng cốt lõi là nam và nữ trong độ tuổi 30-55, thuộc tầng lớp trung lưu và thượng lưu, có đời sống ổn định, gu thẩm mỹ tinh tế và quan tâm đến sức khỏe tinh thần. Phụ nữ trong nhóm tuổi này là người ra quyết định chi tiêu chính trong gia đình, yêu thích mùi hương tinh tế, tìm kiếm sự thư giãn sau ngày dài làm việc căng thẳng. Nam giới, đặc biệt là các doanh nhân và quản lý cấp trung, lại bị thu hút bởi hương trầm ấm, thể hiện bản lĩnh, phong thái điềm tĩnh và đẳng cấp riêng.

Bên cạnh nhóm khách hàng chủ lực, UNI cũng hướng tới thế hệ nhân viên văn phòng trẻ (25-29 tuổi), những người có thu nhập ổn định, yêu thích sản phẩm có “gu”, thường mua để tự thưởng cho bản thân hoặc làm quà tặng.

Ngoài ra, các doanh nghiệp và khách du lịch quốc tế cũng được xác định là nhóm khách hàng tiềm năng trong tương lai. Với thiết kế sang trọng, mùi hương mang đậm dấu ấn Việt và câu chuyện văn hóa ẩn chứa bên trong, sản phẩm của UNI hoàn toàn phù hợp làm quà tặng cao cấp, ý nghĩa cho đối tác hoặc khách hàng quốc tế.

Điểm đặc biệt của UNI không chỉ nằm ở chất lượng sản phẩm mà còn ở triết lý nhân văn. Thương hiệu đặt trọng tâm vào yếu tố bền vững và tôn vinh nguyên liệu Việt Nam, đặc biệt là trầm hương - báu vật của đất trời, được coi là linh hồn của văn hóa Á Đông.

Sự ra đời của UNI đánh dấu một bước tiến mới trong hành trình phát triển của Hoa Liên Viên, đồng thời góp phần làm phong phú thêm bản đồ thương hiệu mỹ phẩm cao cấp Việt Nam. Trong bối cảnh người tiêu dùng ngày càng đề cao yếu tố tự nhiên, an toàn và giá trị tinh thần, UNI xuất hiện như một làn gió mới - kết hợp giữa truyền thống và hiện đại, giữa văn hóa và công nghệ.

Với triết lý sống đẹp, sản phẩm tinh tế và định hướng phát triển bền vững, UNI được kỳ vọng sẽ sớm trở thành một trong những thương hiệu nước hoa và mỹ phẩm đại diện cho Việt Nam trên bản đồ khu vực.

PV