

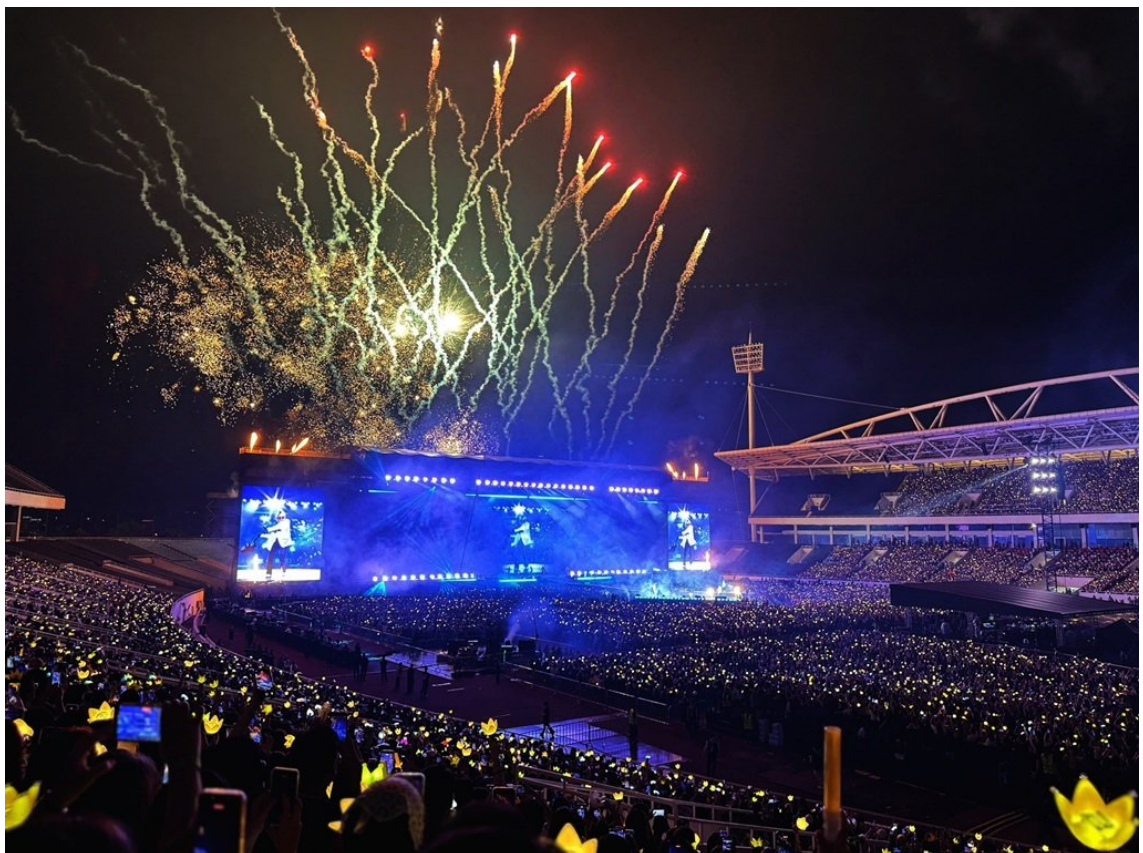
Vì sao VPBank đứng sau cuộc hội ngộ lịch sử giữa BIGBANG và hàng triệu fan Việt

15:45 27/10/2026

Tại Việt Nam, thương hiệu xuất hiện bên cạnh BIGBANG ở cột mốc đặc biệt 20 năm lại là VPBank - không chỉ với vai trò Nhà tài trợ chính mà còn trực tiếp tham gia tổ chức concert tại Hà Nội. Và để được lựa chọn cho một dấu mốc mang tính biểu tượng như vậy, tiềm lực tài chính rõ ràng chưa phải là tất cả.

Cột mốc 20 năm đầy cảm xúc

Suốt ba năm qua, kể từ khi TAEYANG, DAESUNG và G-DRAGON lần lượt đến Việt Nam biểu diễn, người hâm mộ đã không ngừng “manifest” về một ngày ba mảnh ghép BIGBANG cùng trở lại. Và lời hẹn ấy cuối cùng cũng thành hiện thực vào đúng một cột mốc không thể đặc biệt hơn: 20 năm thành lập nhóm.

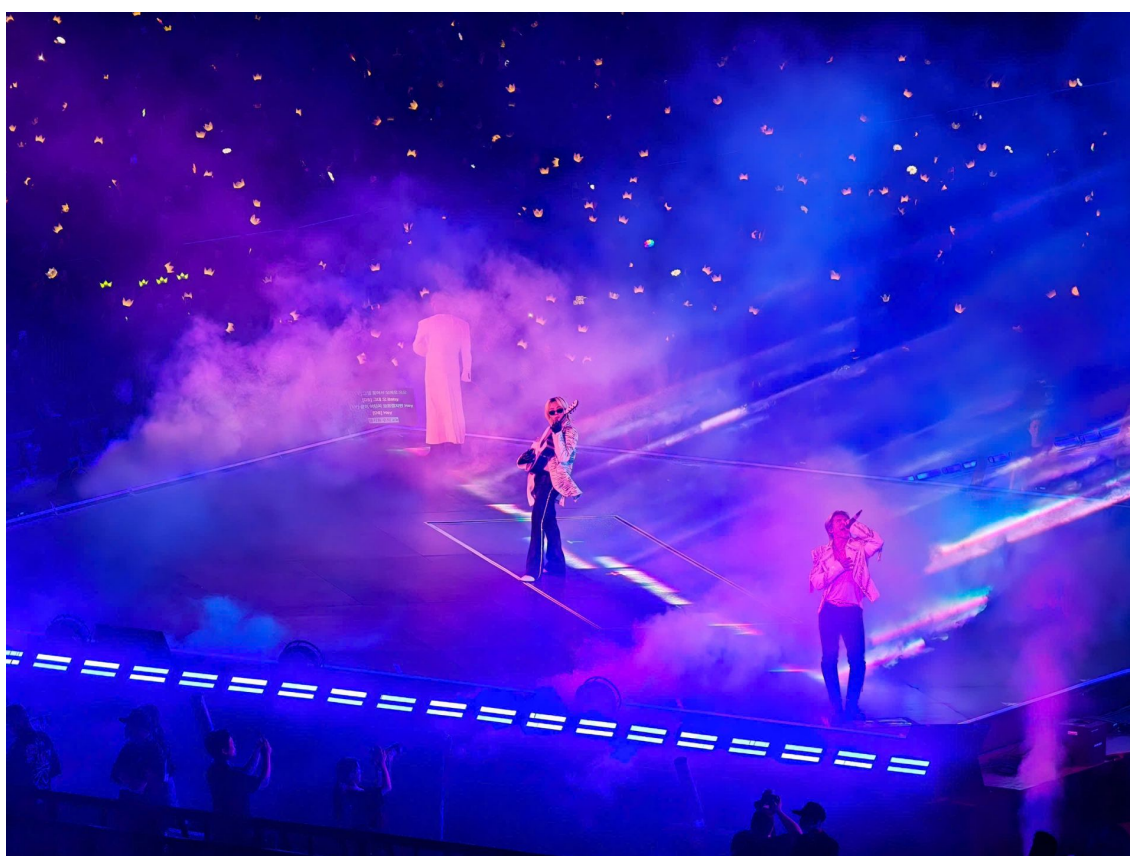


BIGBANG cho biết, concert ở Việt Nam là show tuyệt vời nhất nhóm từng có.

Trong khuôn khổ BIGBANG 2026-2027 WORLD TOUR < XX : COSMOS >, Hà Nội được lựa chọn là một trong những điểm dừng chân của chuyến lưu diễn toàn cầu, với hai đêm concert được chính BIGBANG chia sẻ: “Concert ở Việt Nam là show tuyệt vời nhất từng có”.

Đây không phải điều thường thấy trên bản đồ lưu diễn quốc tế. Thái Lan hay Singapore từ lâu gần như là những điểm đến “mặc định” của các world tour nhờ hạ tầng, thị trường và kinh nghiệm tổ chức dày dặn. Bởi vậy, việc hai đêm diễn của BIGBANG được đặt tại Hà Nội có thể xem như một dấu hiệu rõ ràng cho sức hút ngày càng lớn của Việt Nam, cũng như niềm tin dành cho cộng đồng V.I.P Việt. Và tốc độ “cháy vé” trong các đợt mở bán với hơn 50 triệu lượt truy cập nền tảng bán vé, sự hoành tráng của hai đêm diễn với gần 90.000 người tham dự, đã nhanh chóng chứng minh niềm tin ấy có cơ sở.

Nhưng ý nghĩa của hai đêm concert có lẽ còn lớn hơn những con số.



Hàng triệu người hâm mộ đã chờ đợi ngày 3 thần tượng đứng chung sân khấu tại Việt Nam.

20 năm của BIGBANG cũng gần như là 20 năm thanh xuân của một thế hệ V.I.P. Từ những chiếc MP3, những playlist K-pop đầu tiên, những lần chờ MV mới, học thuộc từng đoạn điệp khúc cho đến những lightstick hình vương miện vàng đã trở thành biểu tượng của cả một fandom - âm nhạc BIGBANG đã đi cùng rất nhiều người qua những năm tháng đẹp nhất của tuổi trẻ. Những cô cậu học sinh

từng nghe Haru Haru, Lies, Fantastic Baby ngày nào giờ có thể đã bước sang một chương hoàn toàn khác của cuộc đời, nhưng những giai điệu ấy vẫn đủ sức đưa họ trở về tuổi mười mấy, đôi mươi chỉ trong vài giây.

Và 20 năm ấy cũng chưa bao giờ là một đường thẳng bằng phẳng với BIGBANG. Đã có những thời kỳ rực rỡ khi nhóm đứng trên đỉnh cao của làn sóng K-pop, cũng có những khoảng lặng kéo dài, những biến động và đổi thay khiến một cuộc tái hợp tưởng như ngày càng xa. Chính vì vậy, việc G-DRAGON, TAEYANG và DAESUNG vẫn có thể lại cùng đứng cạnh nhau trên sân khấu sau hai thập kỷ kể từ ngày thành lập BIGBANG mang một ý nghĩa đặc biệt: Họ không trở lại để tái hiện quá khứ, mà trở lại sau khi đã đi qua đủ thăng trầm để chứng minh sức sống của một cái tên.

20 năm sau ngày ra mắt, BIGBANG vẫn có thể khiến hàng chục nghìn chiếc vé được săn tìm, những chiếc vương miện vàng lại sáng lên và hàng triệu người hâm mộ cùng hướng về một cuộc hẹn. Có những V.I.P đã chờ khoảnh khắc này từ khi còn ngồi trên ghế nhà trường; có người từng nghĩ mình sẽ chẳng bao giờ được nhìn thấy BIGBANG cùng đứng trên một sân khấu tại Việt Nam.

Bởi thế, BIGBANG 2026-2027 WORLD TOUR < XX : COSMOS > IN HANOI là cuộc hội ngộ và cũng là cuộc “gặp gỡ đầu tiên” giữa BIGBANG với những V-V.I.P đã trưởng thành cùng họ. Hai mươi năm đủ để một thế hệ lớn lên, đủ để một nhóm nhạc đi qua những đỉnh cao lẫn khoảng lặng, nhưng dường như vẫn chưa đủ để thứ tình cảm ấy cũ đi.



Gần 90.000 người hâm mộ đã cùng “cháy” cùng thần tượng trong hai đêm diễn tại Mỹ Đình.

Và vào hai đêm 24-25/10 tại Hà Nội, không chỉ có gần 90.000 người trong sân vận động được sống lại những giai điệu của thanh xuân. Hàng triệu V.I.P ngoài kia cũng bước vào một khoảng thời gian đặc biệt: khi mở mạng xã hội đâu đâu cũng thấy BIGBANG, đi đâu cũng gặp “người nhà”, và nhận ra rằng sau rất nhiều năm, thanh xuân tưởng đã đi qua hóa ra vẫn có một ngày hẹn tất cả trở về.

Vì sao lại là VPBank?

Với vị thế của BIGBANG, chắc chắn VPBank không phải cái tên duy nhất muốn xuất hiện bên cạnh nhóm trong cột mốc 20 năm. Đằng sau một world tour tầm cỡ luôn là cuộc “thuyết khách” của nhiều promoter, nhà tài trợ và những tập đoàn lớn muốn đưa nghệ sĩ về thị trường của mình. Vậy giữa nhiều cái tên có tiềm lực, vì sao VPBank lại được lựa chọn đồng hành cùng BIGBANG 2026-2027 WORLD TOUR < XX : COSMOS > IN HANOI?

Câu trả lời trước hết nằm ở một “portfolio” đủ sức thuyết phục bất kỳ nghệ sĩ hay đơn vị vận hành tour diễn quốc tế nào. Hơn một thập kỷ qua, VPBank đã đồng hành cùng nhiều tên tuổi lớn như Richard Clayderman, Modern Talking, Westlife... Quan trọng hơn, ngân hàng đã có những “case study” rất gần và thành công với chính G-DRAGON với K-Star Spark in Vietnam và G-DRAGON

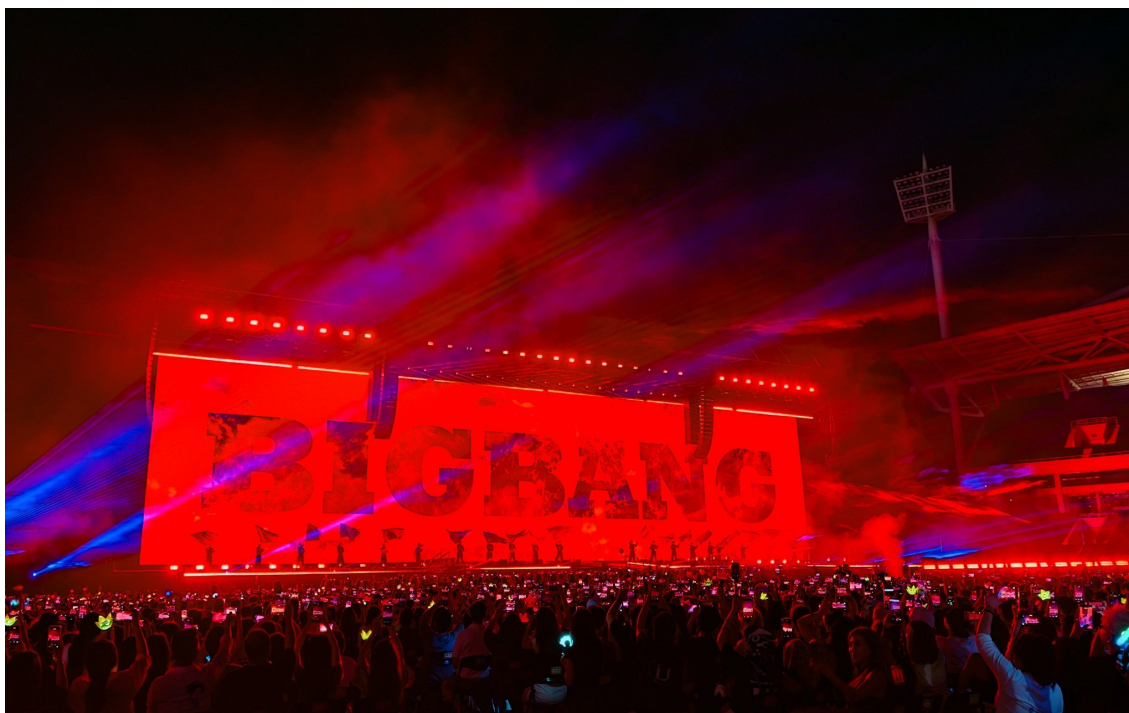
2025 WORLD TOUR [Übermensch] IN HANOI. Ba đêm diễn bùng nổ trước hàng trăm nghìn khán giả trở thành minh chứng thực tế cho năng lực của một thương hiệu Việt khi bước vào những cuộc chơi giải trí quốc tế.



VPBank biến concert thành chiến lược tăng trưởng khách hàng.

VPBank cũng là cái tên đứng sau “cơn sốt hoa cúc khuyết cánh” từng phủ khắp mạng xã hội, những màn hình LED trải dài tại Hà Nội và TP.HCM, hàng loạt trải nghiệm được thiết kế riêng cho cộng đồng. Với nghệ sĩ và đơn vị vận hành tour, đó là một hồ sơ khó bỏ qua: một thương hiệu lớn tại Việt Nam, có tiềm lực, kinh nghiệm triển khai, khả năng tạo hiệu ứng truyền thông và đặc biệt đã có lịch sử hợp tác thành công với chính leader của BIGBANG.

Nhưng tài chính và năng lực tổ chức có lẽ mới giải thích được một nửa câu chuyện. Khác biệt của VPBank nằm ở cách ngân hàng biến chữ “đồng hành” thành những điểm chạm thực sự với cộng đồng. Từ “hint” bông cúc trắng, những chuyến xe bus đưa đón fan, đến thước phim gửi tới thần tượng bằng chính tiếng lòng người hâm mộ, VPBank cho thấy họ hiểu fan đang chờ gì, muốn gì và muốn cuộc gặp với thần tượng của mình đặc biệt ra sao. Thương hiệu không đứng bên ngoài với tư cách một nhà tài trợ, mà bước vào cuộc vui và “đu idol” như một “fan siêu phú bà” sẵn sàng chơi lớn để đưa thần tượng về nhà.



VPBank trở thành “bảo chứng” cho các show diễn đỉnh cao tại Việt Nam.

Chính cách tiếp cận này đã mang đến cho VPBank một giá trị đáng giá: sự tin tưởng từ cả hai phía. Với nghệ sĩ và đối tác quốc tế, VPBank có một portfolio đã được kiểm chứng. Với người hâm mộ, thương hiệu có sự yêu mến được tích lũy qua từng trải nghiệm. Và có lẽ chính điều này đã tạo nên khác biệt để VPBank một lần nữa được lựa chọn đồng hành, lần này là trong một trong những cột mốc đặc biệt nhất của BIGBANG sau 20 năm.

Khánh Linh