TẠP CHÍ ĐIỆN TỬ
THƯƠNG HIỆU & CÔNG LUẬN

Viglacera tại Coverings 2025: Biểu tượng của khát vọng thịnh vượng - Lan tỏa hệ sinh thái vật liệu xây dựng xanh

07:00 01/05/2025

Viglacera xuất hiện và quảng bá hình ảnh thương hiệu sản xuất vật liệu xây dựng Việt Nam đầy sáng tạo, hiện thực hóa khát vọng bay xa bằng bốn dòng sản phẩm chủ lực thuộc “Hệ sinh thái Xanh” tại một triển lãm lớn và uy tín mang tên Coverings - từ lâu vốn mệnh danh “Nơi tinh hoa hội tụ” của ngành gạch men và đá ốp lát cao cấp trên toàn cầu.



Đánh dấu lần thứ hai xuất hiện chính thức tại Triển lãm Coverings - một triển lãm chuyên ngành gạch men và đá tự nhiên lớn nhất Bắc Mỹ, có lịch sử lên đến 36 năm, tại Coverings 2025 này, Viglacera mang đến cuộc trình diễn "Hệ sinh thái vật liệu xanh, đồng bộ cho mọi công trình" bao gồm các sản phẩm gạch ốp lát, thiết bị vệ sinh và kính siêu trắng, kính tiết kiệm năng lượng, thân thiện với môi trường, tích hợp công nghệ tiên tiến, đáp ứng xu hướng phát triển bền vững toàn cầu.

Coverings 2025 hội tụ 1000 nhà triển lãm đến từ 40 quốc gia, thu hút hơn 26.000 chuyên gia, bao gồm nhà phân phối, nhà bán lẻ, nhà thầu, kiến trúc sư,

nhà thiết kế, và các kênh truyền thông vật liệu xây dựng chuyên biệt. Sự kiện không chỉ mang đến các sản phẩm chuyên ngành vật liệu xây dựng cao cấp trong ngành gạch men và đá ốp lát, mà còn bao hàm hàng chục hội thảo và chương trình đào tạo liên quan khác, thúc đẩy đổi mới công nghệ, dẫn dắt xu hướng và kết nối toàn cầu.

Hành trình khát vọng Việt: Từ công trình biểu tượng nước Mỹ đến vị trí Top 20 bảng xếp hạng thế giới

Sự hiện diện của Viglacera tại Coverings 2025 không chỉ là câu chuyện riêng của một doanh nghiệp mà còn là biểu tượng cho khát vọng thịnh vượng của Việt Nam. Vượt qua những tiêu chuẩn khắt khe nhất, nhiều năm về trước, Viglacera đã chinh phục thành công thị trường Mỹ bằng những lô gạch kỹ thuật xây dựng hạng mục Tháp điều hoà nhiệt của Công trình Tòa nhà Quốc hội (Capitol) – một công trình vừa mang tính biểu tượng của nước Mỹ.

Cùng với dấu mốc tự hào đó, Viglacera vươn mình khẳng định vị thế xứng đáng trong TOP 20 nhà sản xuất gạch ốp lát có quy mô lớn hàng đầu thế giới, sản phẩm xuất khẩu sang hơn 40 quốc gia và các vùng lãnh thổ, kim ngạch lên đến 50 triệu USD/năm. Hành trình ấy chính là nỗ lực chinh phục những khát vọng bay xa được gieo mầm và trưởng dưỡng bền bỉ qua nhiều năm tháng, là minh chứng cho nỗ lực không ngừng nghỉ và khát vọng vươn tầm quốc tế của Viglacera...

Nơi các “thiết kế gia” ASTOUND (Mỹ) dùng Nghệ thuật kể chuyện thương hiệu Việt

Gian hàng Viglacera tại Coverings 2025, được thiết kế bởi Công ty ASTOUND (Mỹ), là một minh chứng sống động cho sự đầu tư mạnh mẽ và quyết tâm đưa thương hiệu Việt Nam vươn xa.

Vượt qua nhiều ý tưởng, thiết kế của ASTOUND đã kiến tạo một không gian độc đáo theo hình chữ "V" – biểu tượng của Viglacera và Việt Nam – như một "cánh cửa" rộng mở, chào đón khách tham quan.

Sử dụng phong cách hiện đại, sáng tạo, biến một không gian 30x50 feet thành một "thư viện vật liệu" mở, nơi các sản phẩm Viglacera được tôn vinh trên nền tảng canvas tinh giản nhưng vô cùng thanh lịch, với tông màu trung tính. Thông điệp "Green Ecosystem" - “Hệ sinh thái xanh và Thân thiện” được truyền tải mạnh mẽ qua việc sử dụng 100% vật liệu tái chế như khung nhôm và vải SEG, cùng các chi tiết trang trí mang tính thiên nhiên, đủ để tôn vinh các sản phẩm chính yếu của Viglacera, đồng thời cũng tôn vinh một thương hiệu luôn đề cao

đổi mới công nghệ và trách nhiệm với môi trường như Viglacera.

Gian hàng với biểu tượng chữ “V” tại Coverings 2025 trở thành một “không gian kể chuyện” về hành trình phát triển của Viglacera, được chứng thực bằng những vật liệu vươn tầm quốc tế.





Gian hàng Viglacera đang được tỉ mỉ hoàn thiện, hứa hẹn mang đến một diện mạo ấn tượng tại lễ khai trương Coverings 2025

Khích lệ các hoạt động trải nghiệm & tương tác xoay quanh trục sản phẩm cốt lõi

Tại Coverings 2025 năm nay, Viglacera tích hợp các hoạt động trải nghiệm và tương tác trực quan, xoay quanh 4 dòng sản phẩm - biểu tượng cho “Hệ sinh thái vật liệu xây dựng xanh, đồng bộ cho mọi công trình”.

Bên cạnh khu trưng bày tĩnh, mỗi khu vực sản phẩm được trang bị các ứng dụng cho phép khách hàng hình dung sản phẩm trong các không gian thiết kế đa dạng. Khu vực giao tiếp mở (Creative Hub) được thiết kế để khuyến khích sự tương tác, trao đổi thông tin và kiến tạo các mối quan hệ đối tác bền vững, cùng nhau tạo ra những không gian sống tốt đẹp hơn, nhằm thúc đẩy sự hợp tác và sáng tạo xoay quanh các sản phẩm cốt lõi của Viglacera. Điểm nhấn nghệ thuật (Art Installation) tại góc chụp ảnh thương hiệu kết hợp sản phẩm và yếu tố thẩm mỹ, tạo ấn tượng mạnh mẽ và khuyến khích chia sẻ.



Các thông điệp chính yếu được thể hiện qua 3 yếu tố:

Chất lượng dẫn đầu: Sản phẩm của Viglacera, từ gạch ốp lát đến thiết bị vệ sinh, được công nhận là hàng đầu Việt Nam về chất lượng, đạt tiêu chuẩn quốc tế và được tin dùng tại hơn 40 quốc gia và vùng lãnh thổ. Tại Coverings 2025, các sản phẩm được nhấn mạnh vào công nghệ sản xuất tiết kiệm năng lượng và thân thiện với môi trường.

Thiết kế mang bản sắc Việt Nam: Để kỷ niệm 50 năm thống nhất đất nước, gian hàng Viglacera được thiết kế với những yếu tố văn hóa đặc trưng, kết hợp hài hòa giữa truyền thống và hiện đại. Các họa tiết, màu sắc, và không gian phản ánh tinh thần Việt Nam – kiên cường, sáng tạo, và hướng tới tương lai bền vững.

Ấn tượng thị giác trong thiết kế gian hàng: Nhằm tạo nên một điểm nhấn độc đáo, Viglacera đã tâm huyết đầu tư và thực sự thành công với mong muốn tạo lập một trải nghiệm thị giác đáng nhớ tại Coverings 2025, nơi diễn ra một triển lãm quy mô hàng đầu thế giới với sự xuất hiện của hơn 1000 doanh nghiệp mạnh đến từ 40 quốc gia.



Coverings 2025 tại Hoa Kỳ, Viglacera trưng bày một cách sáng tạo các sản phẩm vật liệu xây dựng cao cấp của mình, nhấn mạnh cam kết phát triển bền vững thông qua quy trình sản xuất tiết kiệm năng lượng, giảm thiểu tác động môi trường. Thành công của Viglacera vừa phản ánh khát vọng thịnh vượng của một doanh nghiệp có trách nhiệm với đất nước, với cộng đồng tiêu dùng, vừa khẳng định vị thế ngày một tiến bộ của nhà sản xuất vật liệu xây dựng hàng đầu Việt Nam luôn sẵn sàng bước vào canh tranh tại các thị trường mang tính thử thách cao.

PV