

# RA KHỎI



14  
08.2015

## CAPITALAND

MỘT TRONG NHỮNG TẬP ĐOÀN BĐS LỚN NHẤT CHÂU Á

## CAPITALAND

ONE OF THE LARGEST REAL ESTATE ORGANIZATIONS IN ASIA

### STDA

mở rộng mạng lưới, liên kết hệ thống sàn giao dịch tại các tỉnh trên cả nước

### STDA

expands its scale and links real estate trading floors across the country

### HỆ SINH THÁI KHỞI NGHIỆP:

CƠ HỘI ĐỂ CENERS PHÁT TRIỂN

### STARTUP ECOSYSTEM:

DEVELOPMENT OPPORTUNITY FOR CENERS



# RA KHƠI

NGƯỜI THỰC HIỆN:  
NHÓM BIÊN TẬP TẬP ĐOÀN

MỌI Ý KIẾN ĐÓNG GÓP XIN GỬI VỀ  
ĐIA CHỈ: ANHNTP@CENGROUPVN



RA KHƠI - ẤN PHẨM LƯU HÀNH NỘI BỘ  
THỰC CÔNG TY CỔ PHẦN TẬP ĐOÀN THE KỸ

Website: cengroup.vn

TRỤ SỞ CHÍNH - GROUP OFFICE:  
137 Nguyễn Ngọc Vũ, Cầu Giấy, Hà Nội.  
ĐT: (04) 62636688 - Fax: (04) 62841195

CHI NHÁNH:  
Tòa nhà Samco, số 326 Võ Văn Kiệt,  
P. Cô Giang, Quận 1, TP.HCM  
ĐT: (08) 392 56 975 - Fax: (08) 392 56 955

## Mục lục

- Bìa 1 Hệ sinh thái khởi nghiệp
- 2 Mục lục / Table of contents
- 3 Lời ngỏ / Editorial message
- 4-8 Tin tức / News
- 8-14 Nhân vật / Character of the month

- CAPITALAND – Một trong những Tập đoàn BDS lớn nhất Châu Á / CAPITALAND - ONE OF THE LARGEST REAL ESTATE ORGANIZATIONS IN ASIA  
- Hệ sinh thái khởi nghiệp: Cơ hội để Cener phát triển? / STARTUP ECOSYSTEM: DEVELOPMENT OPPORTUNITY FOR CENERS

- 16-22 Khám phá / Discovery

- SINGAPORE – Đất nước của trí tuệ, niềm kiêu hãnh và những điều diệu kỳ / SINGAPORE - COUNTRY OF WISDOM, PRIDE AND MIRACLES!

- 24-29 BDS nổi bật / Featured projects

- 30-33 Thư viện CEN / CEN Library

- Thư viện pháp luật / Law Library  
- Đọc gì tháng này? / Book of the month

- 34-37 Members of CEN

- 37-41 CEN OPEN

- 42 Tin cảnh gà / Gossip news

- 43 Ông nhóm CEN / CEN photos

- Bìa 2 Đồ vui / Quiz

## LỜI NGỎ

### CHẤT XÂM – NGUỒN TÀI NGUYÊN VÔ GIÁ / HUMAN CAPITAL – PRICELESS RESOURCE

Đất đai, nguồn nước, dầu mỏ, than, khoáng sản,... đều là những tài nguyên quý giá, và đều có thể cạn kiệt. Tuy nhiên có thứ tài nguyên quý giá nhất, thực sự là vô giá, đó là CHẤT XÂM!

Tài nguyên chất xám của loài người là vô tận nhưng tài nguyên ấy đổi với một tổ chức, doanh nghiệp là vô giá nhưng hữu hạn.

Tình trạng chảy máu chất xám của một quốc gia, tổ chức, hay một doanh nghiệp không phải là điều mới mẻ nhưng ý thức được tầm quan trọng của tài nguyên chất xám, bảo vệ và phát triển nó thì không phải đơn vị nào cũng có thể làm được.

Tại CEN, chiến lược phát triển luôn đặt yếu tố con người lên hàng đầu. Thu hút, bảo vệ, giữ chân, đào tạo, phát triển nguồn nhân lực chính là điểm trọng yếu giúp CEN phát triển. Đến với CEN, tất cả mọi người đều được quý trọng, được học tập, rèn luyện và có cơ hội thăng tiến. CEN tập trung đầu tư, phát triển và khai thác Tài nguyên Chất xám. CEN đặc biệt tôn trọng người trẻ, sẵn sàng bỏ ra chi phí lớn để đào tạo, phát triển và trong dụng những người trẻ, hết lòng người này thì lớp người khác, "tre già, măng mọc", tạo nên một hệ sinh thái khởi nghiệp đặc biệt và vô cùng lý thú chỉ riêng nhà CEN mới có.

Vậy nhà CEN đã bảo vệ và phát triển nguồn tài nguyên vô giá mang tên CHẤT XÂM như thế nào? Đã xây dựng, phát triển "HỆ SINH THÁI KHỞI NGHIỆP" ra sao? Hãy cùng nhau tìm hiểu trong Ra khời số này.

*Land, water, oil, coal, minerals, and etc are all precious resources and depletable.*

*However, the most precious and priceless resource is HUMAN CAPITAL!*

*Human capital resource is endless but as for an organization or a business, it is priceless, but finite.*

*Human capital flight of a country, organization, or a business is not something new. However, understanding the importance of human capital resources, not many companies can protect and develop it.*

*At CENGROUP, the development strategies always put human resources to the forefront. Attraction, protection, maintenance, training and development of human resources are the key points to make CENGROUP develop. Working here, all employees are valued, educated, trained and promoted. CENGROUP focuses on investment, development and exploitation of human capital resource. Young employees are particularly paid attention to and CENGROUP is willing to spend big cost training, developing and promoting young people. Only at CENGROUP a special and extremely interesting startup ecosystem is created.*

*How does CENGROUP protect and develop gray matter resource? How have we have created "STARTUP ECOSYSTEM"? Let's find out in Ra Khoi No. 14!*





Lễ ký kết hợp tác giữa STDA và Gamuda

## NEWS

### STDA miền Nam ký kết hợp tác cùng Gamuda Land

Kể từ ngày 01.08.2015, STDA miền Nam đã chính thức trở thành đơn vị phân phối độc quyền dự án Celadon City (số 88 đường Bô Bao Tân Thắng, phường Sơn Kỳ, quận Tân Phú, Thành phố Hồ Chí Minh).

Celadon City được đầu tư và phát triển bởi Công ty Cổ phần Đầu tư BDS Sài Gòn Thương Tín Tân Thắng. Đây là công ty con trực thuộc Gamuda Land – Tập đoàn BDS hàng đầu của Malaysia. Với tầm nhìn của một nhà phát triển bất động sản hàng đầu về các dự án phong cách sống mới, Gamuda Land đã phát triển Celadon City thành khu đô thị mang đẳng cấp quốc tế - nơi cuộc sống hiện đại, tiện nghi đi cùng không gian trong lành và xanh mát. Điểm nhấn chính của dự án là khu công viên rộng 16 ha – công viên nội khu đô thị lớn nhất TP.HCM. Dự án có mật độ xây dựng rất thấp chỉ 20%, 80% diện tích còn lại chủ đầu tư dùng để xây dựng các phân khu chức năng như: Khu thể thao, khu thương mại, khu giáo dục...

### SOUTH STDA SIGNS THE COOPERATION AGREEMENT WITH GAMUDA LAND

From August 1 2015, South STDA officially became the exclusive agency of Celadon City (88 Bo Bao Tan Thang Street, Son Ky Ward, Tan Phu District, Ho Chi Minh City).

Celadon City is invested and developed by Saigon Thuong Tin Tan Thang Real Estate Investment Joint Stock Company. It is the subsidiary of Gamuda Land - Malaysia's leading infrastructure group. With the vision of a leading property developer of new lifestyle projects, Gamuda Land has developed Celadon City into a world class township where modern and convenient life is accompanied by fresh air and greenery. The main feature of the project is a 16-hectare integrated park. The project has a very low building density of only 20%, 80% of the remaining area is used to build functional areas such as sports center, commercial area, education area and etc.

### STDA chính thức mở bán Imperia Garden

Sau thành công trong việc phân phối nhiều dự án lớn như: Helios Tower, Gamuda Gardens, Mipac Tower, Vinhomes Nguyễn Chí Thanh - Hà Nội... Hệ thống Siêu thị dự án B8 đồng sở hữu của STDA tiếp tục trở thành đơn vị phân phối độc quyền các căn hộ cao cấp thuộc T6 hợp căn hộ cao cấp và khu phức hợp tiện ích khép kín Imperia Garden. Với việc trở thành đơn vị phân phối độc quyền Imperia Garden, STDA tiếp tục khẳng định vị trí hàng đầu trong lĩnh vực phân phối BĐS tại Việt Nam.

Được ví như "Vườn trong phố", Imperia Garden mang đến một hệ thống các dịch vụ tiện ích, giá trị gia tăng và không gian sống trong lành, nơi cư dân sẽ được hưởng dịch vụ quản lý chuyên nghiệp, trải nghiệm cuộc sống đẳng cấp và là nơi tận độ hoa giá trị bất động sản.

### STDA OFFICIALLY OPENS FOR SALE IMPERIA GARDEN

After the success in selling many major projects like: Helios Tower, Gamuda Gardens, Mipac Tower, Vinhomes Nguyễn Chí Thanh - Hanoi, and etc, STDA continues to become the exclusive agency of high-end apartments at Imperia Garden office, housing and commercial complex. As the exclusive agency of Imperia Garden, STDA confirms their leading position in the real estate distribution in Vietnam.

Considered as "Your Garden in the City", Imperia Garden brings a system of facility services, added value and fresh living space where residents will enjoy professional management services, experience a high-class life and the value of real estate is maximized.



Lễ mở bán chính thức Imperia Garden

### Dịch vụ thương mại điện tử ngày càng "hút" khách

Sau một thời gian ngắn đưa các dịch vụ thương mại điện tử từ các WEB mà mua bán, kinh doanh, thăm định giá BĐS trực tuyến vào hoạt động, RSM đã đạt được nhiều thành công khi được khách hàng cũng như nhiều nhà môi giới đón nhận. Tính đến hết 6 tháng đầu năm 2015, lượng nhà môi giới đăng ký sử dụng dịch vụ thương mại điện tử của RSM lên tới hơn 3.500 thành viên, lượng tin rao được cập nhật trung bình khoảng 9.000 tin rao/ tháng. Trong thời gian tới, RSM sẽ tiếp tục nâng cấp và hoàn thiện các dịch vụ liên quan như: Tra cứu thông tin nhà môi giới, dự án, hợp tác với ngân hàng cho vay trực tuyến... để ngày càng đáp ứng tốt hơn nhu cầu của khách hàng.

(RSM: Một đơn vị hợp tác cùng STDA, chuyên cung cấp giải pháp truyền thông, marketing toàn diện cho các chủ đầu tư, nhà phân phối BĐS trong nước và quốc tế.)

### E-COMMERCE SERVICES ARE APPEALING MORE AND MORE CUSTOMERS

After a brief introduction of e-commerce services from real estate trade and property valuation websites, RSM has gained a lot of success as many customers and brokers left positive feedbacks. By the end of the first 6 months of 2015, the number of brokers using e-commerce services of RSM is over 3,500 members, average volume of classified ads is about 9,000 ads/month.

In the future, RSM will continue upgrading and improving related services such as information inquiry about brokers, projects, and online loans in cooperation with banks, and etc to better meet customers' growing demand. (RSM: An associate of STDA specializes in providing communication solutions, comprehensive marketing strategies for developers and real estate agencies in the country and world.)



Lễ mở bán chính thức CENGROUP 2015

### CENGROUP tổ chức "Đại hội thể thao"

Nhằm mang đến cho ACE nhà CEN có cơ hội thể hiện tài năng và hàng chục môn thể thao phổ biến hiện nay, ban ACIM CENGROUP sẽ tổ chức "Đại hội thể thao toàn CEN" trong tháng 8.2015. Đó cũng tương đương Đại hội thể thao là ACE nhà CEN, không phân biệt giới tính, tuổi tác, địa vị, chuyên môn công tác, thâm niên công tác... Các môn thi đấu sẽ có một trong Đại hội thể thao gồm có: Bóng bàn, cờ vua, cờ tướng, cầu lông, tennis và bơi lội.

### CENGROUP IS GOING TO HOLD "CEN SPORTS GAMES"

In order to bring to Ceners the opportunity to show their talents with dozens of the most popular sports today, ACIM Committee of CENGROUP will hold "CEN Sports Games" in August 2015. Participants in Sports Games are Ceners regardless of gender, age, status, expertise, seniority, and etc.

Sports in the Games include table tennis, chess, Chinese chess, badminton, tennis and swimming.

### STDA mở rộng mạng lưới, liên kết hệ thống sàn giao dịch tại các tỉnh trên cả nước

Với mong muốn mở rộng phạm vi kinh doanh và nhanh chóng đưa sản phẩm bất động sản của các chủ đầu tư lớn trong nước, tiếp tục đến tay khách hàng có nhu cầu ở thực mà môi địa phương trên cả nước, Hệ thống Siêu thị dự án B8 đồng sở hữu của STDA tiếp tục triển khai "Chương trình nhượng hiệu - Franchise" tới các địa lý, đơn vị có nhu cầu.

Sau một thời gian đón nhận phản hồi từ khách đơn vị, doanh nghiệp có nhu cầu nhượng quyền thương hiệu STDA, ngày 17.07.2015, Ban Giám đốc STDA đã có buổi gặp mặt thân mật với đơn vị tiếp cận các tỉnh thành trên cả nước tại 137 Nguyễn Ngọc Vũ, Cầu Giấy, Hà Nội để cùng nhau chia sẻ về nhu cầu của thị trường bất động sản, cũng như phương thức, chiến lược, xây dựng và phát triển mạng lưới phân phối BĐS.

Tại buổi gặp mặt, đại diện đơn vị các tỉnh cũng đã đưa ra các câu hỏi liên quan tới các điều khoản hợp tác với các lãnh đạo STDA nhằm giải đáp những khúc mắc, tiến tới hợp tác lâu dài trong tương lai. Trong khuôn khổ buổi gặp mặt, STDA đã mời các đại diện tham quan chính thức các văn phòng làm việc của STDA tại Hà Nội.

### STDA EXPANDS ITS SCALE AND LINKS REAL ESTATE TRADING FLOORS ACROSS THE COUNTRY

With the desire to expand the business scope and quickly introduce real estate projects of large domestic and international developers to customers with real need across the country, STDA has initiated "franchising" programs to the agencies and units in demand.

After receiving responses from units and enterprises wishing to franchise STDA, on July 17, 2015, STDA Board of Directors had an intimate meeting with associates from the provinces across the country at 137 Nguyễn Ngọc Vũ, Cau Giay District, Hanoi to share about the needs of the real estate market as well as methods, strategies, formation and development of property distribution network.

At the meeting, representatives of the provinces also asked the questions relating to cooperation terms with STDA leaders to solve the queries towards long-term cooperation in the future. In the framework of the meeting, STDA invited representatives to visit the office of STDA in Hanoi.



## Mãn nhãn với đêm chung kết Miss Bikini 2015

Tối 11.07.2015, đêm chung kết cuộc thi Miss Bikini 2015 đã chính thức diễn ra tại Đà Nẵng, 13 thí sinh xuất sắc nhất được chọn ra từ các vòng sơ loại đã mang đến cho khán giả những giây phút tuyệt vời, ấn tượng. Vượt qua nhiều vòng thi với phần trình diễn xuất sắc, thí sinh Đồng Thị Thanh Hà – STDA 3A đã chính thức đăng quang, trở thành tân Hoa hậu Miss Bikini 2015. Danh hiệu Á hậu 1 đã được trao cho thí sinh Phan Thị Ngọc Lan – STDA 4A, Á hậu 2 thuộc về thí sinh Lưu Thị Thanh Vân đến từ CEN Sài Gòn.

Ngoài 3 giải thưởng cao nhất, Ban tổ chức Miss Bikini 2015 còn trao nhiều giải phụ cho các thí sinh như: Miss được yêu thích nhất, Miss duyên dáng, Miss mãn nhãn, Miss tự tin,...

Dành giải chung về Miss Bikini 2015, đại diện BTC cho biết: Miss Bikini 2015 đã được nâng tầm về mọi mặt và ngày càng chuyên nghiệp hơn. BTC chương trình cũng đã đặc biệt lựa chọn resort 5 sao đẹp nhất tại Đà Nẵng - Olalani Resort là địa điểm diễn ra đêm chung kết và mang đến cho ACE nhà CEN những ấn tượng đẹp nhất cho mùa hè 2015.

## DONG THI THANH HA WON MISS BIKINI 2015 TITLE

In the evening of July 11 2015, Miss Bikini 2015 Final officially took place in Da Nang. 13 best contestants selected from the qualifying rounds gave the audience great and impressive moments.

Overcoming many rounds with outstanding performances, Dong Thi Thanh Ha from STDA 3A was crowned Miss Bikini 2015. The title of the First Runner-up was awarded to Phan Thi Ngoc Lan from STDA 4A and Lu Thanh Van from CEN SAIGON was the 2nd Runner-up.

In addition to 3 top awards, Organizing Board of Miss Bikini 2015 presented many prizes for the contestants such as: Miss Favorite, Miss Charming, Miss Sexy, Miss Confident, and etc.

Assessing Miss Bikini 2015, the representative of Organizing Board said that Miss Bikini 2015 was more professional in all aspects. Organizing Board chose the best 5-star resort in Da Nang - Olalani Resort as the venue for the final night to bring to Ceners the most beautiful memories and unforgettable summer of 2015.



## STDA tham dự "Hội chợ triển lãm Bất động sản Việt Nam năm 2015 lần thứ nhất"

Từ ngày 31.07 đến 02.08.2015, Hệ thống Siêu thị dự án Bất động sản STDA đã tham gia "Hội chợ triển lãm Bất động sản Việt Nam năm 2015 lần thứ nhất" tại Cung Triển lãm Kiến trúc và Quy hoạch, Xây dựng Quốc gia – đường Đỗ Đức Đức, quận Nam Từ Liêm, TP Hà Nội. STDA sẽ có gian hàng trưng bày và giới thiệu 3 dự án Imperia Garden, Gamuda Gardens và Goldmark City.

Tiêu hiệu các dự án được STDA giới thiệu tại Hội chợ, khách hàng không chỉ được tư vấn chi tiết về dự án, mà còn được hỗ trợ, giải đáp nhiều thắc mắc liên quan đến thị trường bất động sản, mua bán, chuyển nhượng BĐS... đồng thời cơ hội nhận được nhiều phần quà ý nghĩa.

## STDA ATTENDED "VIETNAM REAL ESTATE EXPO 2015"

From July 31 to August 2 2015, STDA participated in "Vietnam Real Estate Expo 2015" at the National Architecture and Planning and Construction Exhibition Center on Do Duc Duc Street, Nam Tu Liem District, Hanoi. STDA will have booths to display and introduce three projects including Imperia Garden, Gamuda Gardens and Goldmark City. Learning about projects sold and marketed by STDA at the expo, visitors are detailedly advised on projects, supported and answered many questions relating to investment procedures, property sale or transfer, etc. In addition, they have the opportunity to be involved in promotion programs and receive gifts.

## Lễ vinh danh - CEN AWARDS 6 tháng đầu năm 2015

Chiều 11.07.2015, Lễ tuyên dương khen thưởng 6 tháng đầu năm 2015 - CEN AWARDS 2015 đã được tổ chức tại Khách sạn Eden Plaza Đà Nẵng (Số 5 Duy Tân, Thành phố Đà Nẵng).

CEN AWARDS là chương trình được tổ chức thường niên 2 lần/năm với mục đích giúp đại gia đình CEN nhìn lại chặng đường đã đi qua, định hướng phát triển cho thời gian tiếp theo. Quan trọng hơn, đây là chương trình ghi nhận nỗ lực không ngừng nghỉ của các Cener trong quá trình phát triển của nhà CEN. Các danh hiệu tại CEN AWARDS 2015 gồm có: Tập thể xuất sắc, tập thể tiên tiến, các cá nhân màn non triển vọng, Silent Warrior và Rainmaker. Tất cả các tập thể, cá nhân được vinh danh tại CEN AWARDS 2015 sẽ được nhận thưởng, bằng khen và phụ cấp trong 6 tháng tiếp theo.

Với sự phát triển và gia tăng không ngừng cả về chất lượng lẫn số lượng, những tháng đầu năm 2015 được coi là một mốc tiến quan trọng, danh hiệu tập thể xuất sắc của nhà CEN. Những kết quả đó chính là nhờ những nhân viên tận tụy, hàng ngày say mê công việc đã hiện thực hóa những chiến lược, sách lược của Ban Giám đốc.

Lễ vinh danh khép lại một chặng đường đã qua đầy thành công của nhà CEN và là đòn bẩy cho những tháng cuối năm 2015.

## CEN AWARDS - THE HONORING CEREMONY IN THE FIRST 6 MONTHS OF 2015

In the afternoon of July 11 2015, the honoring ceremony in the first 6 months of 2015 - CEN AWARDS 2015 was held at Eden Plaza Danang Hotel, No. 5 Duy Tan Street, Da Nang City.

CEN AWARDS is organized twice a year with the aim of helping the CEN look back on the past and the development orientation for the next time. More importantly, this event is an opportunity to recognize restless efforts of Ceners in the development of CENGROUP. CEN AWARDS 2015 honors excellent collectives, advanced collectives, Promising Young Employee, Silent Warrior, and Rainmaker. All collectives and individuals honored at CEN AWARDS 2015 will receive hot bonus, merits and allowances in the next 6 months.

With the continual development and increase in both quality and quantity, the first months of 2015 are considered as a significant milestone of the rapid acceleration of the CEN. These results are achieved thanks to dedicated employees. They are all passionate in daily tasks to realize the short-term and long-term strategies set by Board of Directors.

The honoring ceremony closed a successful journey of the CEN in the past and a lever for the final months of 2015.



## Cộng sự hoàn hảo - Điều không thể đã thành có thể?

Chương trình "Cộng sự hoàn hảo" của CEN miền Nam ngày càng trở nên gay cấn khi các cặp đôi bám đuổi nhau quyết liệt về điểm số. Và một điều tưởng chừng như không thể đã trở thành có thể khi chỉ trong 2 ngày cấp đôi ở xếp ở vị trí thứ 7 (ngày 17.07.2015) ở mức 1,29 điểm đã vươn lên danh vị trí số 1 (ngày 20.07.2015) với 4.13. Cặp đôi màn non đầu kỳ tích trên là Trần Sỹ Tường và Phùng Chi Hiếu (Đơn vị: STDA 1A và team DuckD). Dự kiến, chương trình "Cộng sự hoàn hảo" còn kéo dài đến hết ngày 16.08.2015 nên chắc chắn sẽ còn rất nhiều "kỳ tích" được tạo ra từ các ACE kinh doanh CEN miền Nam. Với chương trình "Cộng sự hoàn hảo" và sau này sẽ là nhiều chương trình bán hàng sáng tạo khác, STDA sẽ là địa chỉ tin cậy của các chủ đầu tư cũng như các khách hàng có nhu cầu an cư.

## PERFECT COLLEAGUES - IMPOSSIBLE BECOMES POSSIBLE?

"Perfect colleagues", held by South CENGROUP, is increasingly becoming more and more critical when the pairs have fiercely competed for the score. And what seems impossible became possible as only in 2 days, the couple ranked 7th (on July 17 2015) with 1.29 points won the 1st place (on July 20 2015) with 4.13 points. Tran Sy Tuong and Phung Chi Hieu (STDA 1A and team DuckD) made that feat. It is expected that "Perfect colleagues" will extend to August 16 2015, so many "miracles" are surely created by salesmen at South CENGROUP. With "Perfect colleagues" and other innovative sales programs, STDA will become a prestigious agency and be assigned by developers as well as customers in need of settlement.



## KHỞ ĐỘNG CEN'S GOT TALENT MÙA THỨ 2 / CEN'S GOT TALENT - SEASON 2

Ban ACNM cho biết sẽ chính thức khởi động CEN's Got Talent mùa thứ 2 trong tháng 08.2015.

Đây là chương trình giúp các ACE nhà CEN thể hiện tài năng của mình nên luôn thu hút đông đảo ACE tham gia. Ngoài được tỏa sáng trên sân khấu, các thí sinh xuất sắc còn nhận được những giải thưởng vô cùng giá trị.

BTC sẽ nhận đăng ký tham gia từ ngày 21.07.2015 – 01.08.2015 thông qua email [cengottalent@cengroup.vn](mailto:cengottalent@cengroup.vn).

ACNM Board said they would officially launch CEN's Got Talent - Season 2 in August 2015. CEN's Got Talent is a "playground" that helps Ceners express their talents, so it always attracts a lot of participants. In addition to shining on stage, contestants have chance to receive invaluable prizes.

Organizing Board will receive applications from July 21 2015 to August 1 2015 via email [cengottalent@cengroup.vn](mailto:cengottalent@cengroup.vn).



"Những chú linh" trước giờ "G".



Những tiết mục được dàn dựng công phu.



Giấy phút đáng quang về cùng hạnh phúc của các thí sinh.

## ABOUT CAPITALAND VIETNAM / GIỚI THIỆU VỀ CAPITALAND VIỆT NAM

Vietnam is one of CapitalLand's key markets in Asia. The real estate market in Vietnam is supported by the country's strong economic growth, rapid urbanisation and a young and growing population. CapitalLand is committed to being a long-term real estate developer in the country. CapitalLand's current presence in Vietnam is in the four major cities – Ho Chi Minh City, Hanoi, Hai Phong and Danang, in the residential and serviced residence sectors. In the residential sector, CapitalLand has a portfolio of close to 6,000 quality homes across six residential projects in Ho Chi Minh City and Hanoi. In the serviced residence sector, its wholly-owned serviced residence business unit, The Ascott Limited, has a portfolio of more than 1,800 apartment units in 12 properties across the four major cities, making it the largest international serviced residence owner-operator in the country.

CapitalLand will continue to contribute to the Vietnamese economy by hiring and nurturing a strong local team, exchanging knowledge and skills with local partners and contributing to the local communities' underprivileged children and environment through corporate social responsibility efforts.

Viet Nam là một trong những thị trường trọng điểm của CapitalLand tại châu Á. Thị trường bất động sản ở Việt Nam được sự hỗ trợ từ nền kinh tế phát triển tốt, tốc độ đô thị hóa nhanh và dân số còn trẻ. CapitalLand cam kết là một nhà đầu tư lâu dài về bất động sản tại Việt Nam.

Tập đoàn hiện có mặt tại bốn thành phố lớn của Việt Nam là TP. HCM, Hà Nội, Hải Phòng và Đà Nẵng, chuyên đầu tư trong lĩnh vực căn hộ nhà ở và căn hộ dịch vụ. Đến nay, CapitalLand đã cung cấp cho thị trường nhà ở TP.HCM và Hà Nội hơn 6.000 căn hộ chất lượng với 6 dự án nhà ở. Ascott Limited, công ty con do CapitalLand sở hữu 100% vốn, có danh mục đầu tư gồm hơn 1.800 căn hộ dịch vụ thuộc 12 tòa nhà Somerset tại bốn thành phố lớn kể trên. Ascott là chủ sở hữu kiêm nhà điều hành quốc tế về căn hộ dịch vụ lớn nhất tại Việt Nam. CapitalLand cam kết đóng góp cho sự phát triển của nền kinh tế Việt Nam thông qua việc tuyển dụng và đào tạo đội ngũ nhân viên địa phương, trao đổi kiến thức và kỹ năng với đối tác địa phương, đóng góp cho cộng đồng xã hội, đặc biệt là giúp đỡ trẻ em kém may mắn bằng những hoạt động mang tính trách nhiệm xã hội doanh nghiệp.

# CapitalLand Vietnam



Mr. Lim Hua Tiong, General Manager of CapitalLand Vietnam

## CAPITALAND

ONE OF THE LARGEST REAL ESTATE ORGANIZATIONS IN ASIA

Currently, CapitalLand, one of the largest real estate organizations in Asia becomes one of the strategic Partner of CENGROUP. After more than 20 years doing business in Viet Nam, the General Manager of CapitalLand Vietnam, Mr. Lim Hua Tiong is really open and has sincere shares with Ra Khôi some information about CapitalLand.

## +CAPITALAND

### MỘT TRONG NHỮNG TẬP ĐOÀN BĐS LỚN NHẤT CHÂU Á

Là một trong những Tập đoàn BĐS lớn nhất Châu Á, CapitalLand đã và đang trở thành đối tác chiến lược của CENGROUP. Để hiểu hơn về đối tác chiến lược của nhà CEN trong thời gian tới, Ban Biên tập Ra Khôi đã có cuộc phỏng vấn với ông Lim Hua Tiong, Tổng giám đốc của hệ thống CapitalLand Việt Nam.

Could you tell us why CapitalLand chose Vietnam to invest and develop the real estate products and services? Your 20 years of history? / Xin ông cho biết, vì sao CapitalLand lựa chọn Việt Nam để đầu tư và phát triển các sản phẩm và dịch vụ BĐS? Và ông có thể chia sẻ 20 năm phát triển của CapitalLand tại thị trường Việt Nam?

Mr. Lim: Since 2 decades ago, CapitalLand has already identified the potential of Vietnam, with its young, literate and hardworking population, its rapidly growing economy and the growing middle class. We believe in the sustainability and growth of Vietnam, and is committed

to be a long term player in Vietnam, growing together with the country. Looking back, in 1994, CapitalLand was one of the first international developers to enter Vietnam with the development of Hanoi Tower and Softel Plaza in Hanoi. In addition, Ascott pioneered

CapitalLand - đối tác chiến lược của Hệ thống Siêu thị dự án Bất động sản SIDA



The first international standard serviced resort in Vietna that was year with the launch of Somerset West Lake Hanoi. In 1996, Ascott's second property, Somerset Chancellor Court, Ho Chi Minh City was operational, followed by the opening of Somerset Ho Chi Minh City, Somerset Grand Hanoi and Hanoi Towers. In 2006, CapitalLand opened its Head Office in Ho Chi Minh City. The Vista received overwhelming response from the Vietnamese when it was launched in October 2007.

Notwithstanding the challenging market, the Vista project was completed in September 2011 according to schedule. The construction of Mulberry Lane commenced in September 2009 and was conferred the Greenmark Award from the Building Control Authority of Singapore. In 2012, CapitalLand Vietnam launched PARCSpring, the first affordable residential project in Vietnam. This is testament to CapitalLand's commitment to building good quality homes while meeting the local needs and affordability of aspiring Vietnamese. In 2014, the launch of Vista Verde in September marked an important milestone for CapitalLand. Since its launch, Vista Verde is considered as the most attractive high-end project in Ho Chi Minh City. And this year, we have launched The Krista with positive feedback from the market. This is a project for young couples.

20 năm trước, CapitalLand đã nhận thấy thị trường Việt Nam là một thị trường tiềm năng bởi dân số trẻ, chăm chỉ và ham học hỏi. Đặc biệt nền kinh tế Việt Nam phát triển nhanh và sự gia tăng ngày càng lan mạnh của tầng lớp trung lưu. Chúng tôi tin vào sự phát triển bền vững của thị trường Việt Nam. CapitalLand cam kết sẽ là một đối tác lâu dài và tiếp tục đóng góp cho sự phát triển của nền kinh tế Việt Nam.

Nhìn lại năm 1994, CapitalLand là một trong những nhà phát triển BĐS quốc tế đầu tiên đưa tư vào Việt Nam với việc phát triển dự án Hồ Nội Tower và Sotrel Plaza Hồ Nội. Cùng năm đó, nhà đầu hình kinh doanh căn hộ dịch vụ hàng đầu quốc tế Ascott cũng đã đi tiên phong trong việc đưa các tiêu chuẩn dịch vụ đạt chuẩn quốc tế đầu tiên tới Việt Nam. Với sự ra mắt của khách sạn Somerset Chancellor Court, TP. HCM đã được đưa vào danh sách

lễ tiếp đón là các khách sạn Somerset TP. HCM, khách sạn Somerset Grand Hồ Nội và Hồ Nội Towers. Năm 2006, CapitalLand mở trụ sở chính tại TP. HCM. Thị trường này, dự án The Vista mới du nhập được ra mắt vào tháng 10 năm 2007 nhưng đã nhận được những phản hồi tích cực từ khách hàng số tại.

Mặc dù thị trường khó khăn, dự án Vista vẫn được hoàn thành vào tháng 9 năm 2011 theo đúng tiến độ. Dự án Mulberry Lane được khởi công vào tháng 9 năm 2009 và được Cơ quan kiểm soát xây dựng của Singapore trao tặng giải thưởng Greenmark, giải thưởng danh giá cho dự án sử dụng năng lượng hiệu quả; Sử dụng nước tiết kiệm; Bảo vệ môi trường. Trong năm 2012, CapitalLand Việt Nam ra mắt dự án chung cư PARCSpring với mức giá bán trung bình dưới bán thị Việt Nam. Dự án như minh chứng cho cam kết của CapitalLand trong việc xây nhà ở chất lượng cao, đáp ứng được các nhu cầu thiết yếu và phù hợp với khả năng chi trả của người dân Việt Nam. Tháng 12/2014, với sự ra mắt của Vista Verde, dự án cao cấp nhất tính tại TP. HCM đánh dấu một mốc quan trọng đối với CapitalLand. Đặc biệt năm 2015, chúng tôi đã cho ra mắt dự án The Krista và đã nhận được nhiều phản hồi tích cực từ thị trường. Dự án được xây dựng hướng đến đối tượng khách hàng là các cặp vợ chồng trẻ.

In particular, after about more than 20 years operating in Vietnam, could you share about specific achievements that CapitalLand has attained? / Vâng, sau hơn 20 năm hoạt động ở Việt Nam, CapitalLand đã đạt được những thành tựu nổi bật gì?

Mr. Lim: Our Group's motto is "Building People, Building Communities". As a responsible corporate citizen, we believe in adding value to the communities that we are in. In Vietnam, we are proud to say that we have fully lived out our motto in the 2 decades of our presence here.

About "Building People", CapitalLand Vietnam is continuing to contribute to the Vietnamese economy by hiring and nurturing a strong local team. In 2006 when we started the operation in Vietnam, one third of our staff are expatriates. Now, the percentage of expatriates is just 17%. We promoted young local talents to become head of departments. We also have a systematic training and development path for all our staff, and is committed to develop our staff to have long term careers within our company.

As for "Building Communities", we believe in adding value and contributing back to the communities that we operate in. In 2011, we built a new two-story school building and a library as well as upgrade the existing school facilities in CapitalLand Nang Yen Primary Hope School in Phu Tho. It provides 180 underprivileged children with a more conducive learning environment. And last year, CapitalLand built the second Hope School in Long An province, Thuan Hoa District, for 135 students to enjoy a new school with a new library, extracurricular activities room and school yard. Beyond donations, CapitalLand is committed to giving time and attention to schoolchildren through volunteer expeditions as well. And apart from building Hope Schools, various CSR initiatives including blood donation drives, first-aid training and festive activities for street children have also been organised.



Phường chăm của chúng tôi là "Xây dựng con người, Tạo lập cộng đồng". Giống như một công dân có trách nhiệm, chúng tôi không ngừng thắt lưng buộc bụng để gia tăng cho cộng đồng nơi ta ở. Ở Việt Nam, chúng tôi tự hào đã nói rằng chúng tôi đã hoạt động theo đúng phương châm của mình trong suốt 2 thập kỷ qua.

Về việc "Xây dựng con người", CapitalLand Việt Nam đang tiếp tục đóng góp cho nền kinh tế Việt Nam bằng cách thuê và xây dựng một đội ngũ nhân sự lớn mạnh. Năm 2006 khi chúng tôi bắt đầu hoạt động tại Việt Nam, một phần ba nhân viên của chúng tôi là người nước ngoài. Bây giờ, tỷ lệ người nước ngoài chỉ chiếm 17%. Chúng tôi tập trung đào tạo đội ngũ người Việt trẻ tài năng để trở thành người dùng đầu của các phòng ban. Chúng tôi cũng có cả trình độ tạo có hệ thống cho tất cả các nhân viên trong tập đoàn để có cơ hội phát triển sự nghiệp và cống hiến lâu dài trong cộng đồng.

Đối với "Tạo lập cộng đồng", chúng tôi tin vào việc xây dựng cộng đồng làm để đóng góp giá trị và đóng góp cho cộng đồng số tại nơi chúng tôi đang đi. Năm 2011, chúng tôi đã xây dựng một ngôi trường và thư viện, một thư viện và nâng cấp cơ sở hạ tầng tại trường tiểu học Năng Yên (Phủ Thọ) tại quận CapitalLand Hope. Dự án này giúp phân xây dựng một trường học được tốt hơn cho 180 trẻ em nghèo sống tại địa phương. Năm ngoái, quỹ CapitalLand Hope cũng xây dựng thêm một trường trung học tại huyện Thuận Hóa, tỉnh Long An bao gồm cả thư viện, các phòng chức năng dành riêng cho trẻ em được nâng cao và sân chơi, tạo ra một trường giáo dục tốt cho 135 trẻ em nghèo ở địa phương. Ngoài các dự án trên, CapitalLand cam kết sẽ là một đối tác lâu dài và quan tâm tới thế hệ trẻ thông qua các chương trình tình nguyện. Đặc biệt, chúng tôi còn tổ chức nhiều chương trình mang ý nghĩa cộng đồng khác như chương trình hiến máu nhân đạo, chương trình tạo ra cơ sở và hỗ trợ các chương trình lễ hội cho trẻ em đường phố.

Could you share the reasons why CapitalLand is able to have these achievements? (For example, the experience operation in the international real estate market, the knowledge about Vietnamese real estate market, strategic orientation...) / Thưa ông, ông có thể cho biết đâu là lý do để

CapitalLand có thể đạt được những thành tựu này/Vì dụ như kinh nghiệm hoạt động tại thị trường bất động sản quốc tế, sự am hiểu thị trường bất động sản Việt Nam, hay định hướng chiến lược riêng...)

Mr. Lim: All of our projects have the following main characteristics:

- Good quality (high standard from Singapore with good management implementation such as EHS, OHS, OHSAS, etc);
  - Innovative, efficient and functional (e.g. following feng-shui theory, saving energy, eco friendly, etc);
  - Customer-centric sales services (always find the best way to solve problems even after the guarantee period);
- Tất cả các dự án của chúng tôi đều được phát triển theo hướng định hướng chính sau đây:
- Chất lượng tốt (tiêu chuẩn định quốc tế và quản lý tốt như EHS, OHS, OHSAS...)
  - Thấu hiểu sáng tạo, tiên chi và tận dụng (ví dụ: theo phong thủy, tiết kiệm năng lượng, thân thiện với môi trường...);
  - Dịch vụ bán hàng lấy khách hàng làm trọng tâm (luôn luôn tìm cách tốt nhất để giải quyết vấn đề thậm chí là dịch vụ sau bán hàng).

Based on all the projects, CapitalLand has not only created the beautiful and modern architecture, but also the new lifestyle to residents in Vietnam from Singapore: civilized, modern, friendly, open-hearted, and more dynamic. Is your developments in Vietnam built to suit the wants of local market? / Được biết, các dự án CapitalLand phát triển tại Việt Nam không chỉ có kiến trúc đẹp, hiện đại mà còn mang đậm phong cách Singapore: Văn minh, hiện đại, thân thiện, cởi mở và năng động. Vậy định hướng phát triển của CapitalLand có phù hợp với thị trường Việt Nam không?

Mr. Lim: We believe in combining the innovation and standards of our international projects with the local desires and needs of customers in each market. One example is PARCSpring, the first affordable housing project of CapitalLand in Vietnam. The project offers homes for young couples at reasonable prices. In the beginning,

we simplified the layout to save on construction costs in order to offer homeowners an affordable price. In Singapore, an affordable apartment comes without many facilities. But as Vietnamese homebuyers prefer to have some facilities, even in the affordable housing segment, we sacrificed two apartments and built a gymnasium and a swimming pool. We committed to deliver PARCSpring with good quality standard, and put the same level of resources into developing PARCSpring as The Vista, a high-end project. For us, project quality and reputation are very important. We have seen our customer effort into both high-end and affordable housing projects.

Chúng tôi luôn tin vào sự tiết kiệm hải hòa giữa sự cân chi và tiêu chuẩn chất lượng và của chi trả trước tiên chi trả. Vì dự án dự án chung cư PARCSpring, dự án nhà ở giá rẻ đầu tiên của CapitalLand tại Việt Nam. Đây là dự án được xây dựng và đưa ra thị trường với mức giá hợp lý nhằm phục vụ đối tượng khách hàng là các gia đình trẻ. Ban đầu, chúng tôi đem lại nhiều bán thiết bị để tiết kiệm chi phí xây dựng, cung cấp cho người mua nhà với giá cả phải chăng.

Để Singapore, một căn hộ hoặc phòng khách trung bình thậm chí có cơ sở hạ tầng nội khu. Nhưng với nhu cầu muốn sở hữu hạ tầng tiện ích xung quanh dự án của người Việt, chúng tôi đành quyết định xây dựng một phòng tập thể dục và một hồ bơi thay vì sử dụng để xây 2 tòa căn hộ.

CapitalLand cam kết sẽ cung cấp cho thị trường dự án PARCSpring đạt tiêu chuẩn chất lượng cao và các sáng kiến như dự án The Vista. 1 dự án cao cấp được xây dựng bởi CapitalLand. Đối với chúng tôi, chất lượng và uy tín của dự án đều rất quan trọng. Đó là lý do vì sao chúng tôi đã coi trọng cả 2 yếu tố chất lượng cao cấp và giá thành sản phẩm.

Between now and the next 3 years, what is the strategic direction of CapitalLand in Vietnam? / Xin ông cho biết, định hướng chiến lược của CapitalLand tại Việt Nam trong 3 năm tới là gì?

Mr. Lim: After a couple of challenging years, the Vietnamese economy is improving and we have seen positive signs in the property segment. CapitalLand has a reliable track record of 20 years in Vietnam and will continue to deliver its quality housing with



new projects which will be launched progressively in the next three years. We remain positive over the long term prospects of the real estate market in Vietnam and are committed to being a long-term real estate developer here. We are well-positioned to ride on the potentially strong growth of the residential market in Vietnam. With CapitalLand's strong balance sheet and financial flexibility, the current challenges will also provide opportunities for us to secure good investment opportunities in Vietnam.

Sau vài năm đầy thách thức, nền kinh tế Việt Nam đang dần phục hồi. Chúng tôi đã thấy những dấu hiệu tích cực trong lĩnh vực bất động sản. Trong 20 năm vừa qua, CapitalLand đã đạt được những thành tựu nhất định tại Việt Nam và trong 3 năm tới, chúng tôi sẽ tiếp tục cung cấp cho thị trường những dự án mới với những những căn hộ chất lượng. Chúng tôi vẫn duy trì cái nhìn lạc quan và triển vọng lâu dài của thị trường BĐS tại Việt Nam và cam kết sẽ là một nhà phát triển BĐS lâu dài tại đây. Chúng tôi đang ở vị thế tốt để tận dụng được đà tăng trưởng tiềm năng và mạnh mẽ của thị trường nhà ở tại Việt Nam. Với bảng cân đối kế toán tốt và nguồn tài chính lành mạnh của CapitalLand, những thách thức hiện tại cũng sẽ tạo cơ hội cho chúng tôi đảm bảo được cơ hội đầu tư tốt tại Việt Nam.

Thank you for this interview!

Cảm ơn ông về cuộc phỏng vấn này!

# STARTUP ECOSYSTEM: DEVELOPMENT OPPORTUNITY FOR CENERS

In addition to forest ecosystem, marine ecosystem, and etc, we have startup ecosystem. So what is startup ecosystem? How is in the startup ecosystem of CENGROUP in for Khai No. 14, Chairman of CENGROUP Nguyễn Trung Vũ will explain the concept of startup ecosystem and development opportunity for each Cener.



## PHẦN THÁI KHỞI NGHIỆP: CƠ HỘI ĐỂ CENER PHÁT TRIỂN?

**R**ừng có hệ sinh thái của rừng, biển có hệ sinh thái của biển. Doanh nghiệp thì có hệ sinh thái khởi nghiệp. Vậy hệ sinh thái khởi nghiệp là gì và được thể hiện thế nào tại CEN? Chúng ta hãy cùng Ra Khai 14 trò chuyện cùng anh Nguyễn Trung Vũ - Chủ tịch HĐQT CENGROUP về hệ sinh thái khởi nghiệp và cơ hội phát triển cho mỗi Cener.

**BBT Ra Khai (RK):** Trong Lễ Tổng kết 6 tháng đầu năm 2015 toàn CEN, anh có đưa ra khái niệm về hệ sinh thái doanh nghiệp. Xin anh hãy nói rõ về điều này và "tết lộ" thêm câu chuyện hấp dẫn là "cảm hứng" cho sự ra đời của khái niệm trên? **Ra Khai Editorial Board (RK):** In the honoring ceremony in the first 6 months of 2015 - CEN AWARDS 2015, you mentioned the concept of the enterprise ecosystem. Could you please make it clear and tell more about this concept?

**Anh Nguyễn Trung Vũ (Mr. Vũ):** Ban hãy tưởng tượng, trong rừng nhiệt đới sẽ có rất nhiều cây, từ vài trăm năm tuổi cho đến vài ngày tuổi. Có cây cao lớn, có cây tầm trung, cây tầm thấp và cây bụi, cây cỏ. Rừng còn có đất để là nơi cây bám rễ, nước để cung cấp nguồn sống cho cây, có sinh vật cung cấp thức ăn, dinh dưỡng và giúp cây lớn nhanh... Tất cả tạo nên môi trường sống hoàn hảo, có lớp này che đậy là có lớp khác thay thế, cùng

nhau tồn tại và phát triển lâu dài.

Hiện nay, Mitsubishi là công ty tồn tại lâu đời nhất trên thế giới với hơn 400 năm, Coca-cola hơn 100 năm nhưng mức độ nổi tiếng có thể cân đong sau Facebook. Điều này chứng tỏ, không có công ty nào tồn tại được vĩnh viễn. Đến các đế chế lớn trên thế giới như Nguyễn Hoàng, Ai Cập - cũng sụp đổ. Chỉ có hệ sinh thái và tồn tại là tồn tại vĩnh viễn. Có thể hình dung STDA là cây lớn, CENPLUS và CENVALUE ví như những đài leo, cùng phát triển và hỗ trợ cho STDA, RSM là giằng như cây nhỏ bên cạnh, và sinh sôi và mang lại cho STDA những dịch vụ truyền thông mới nhất. CEN cũng khai thác tài nguyên đất, không khai thác tài nguyên mặt trời và ánh sáng.

**Chairman Nguyễn Trung Vũ:** Imagine that there are different levels of plants in a tropical forest. The highest are the tall trees that often, form a closed canopy. On the next level are vines, orchids and epiphytes that grow high up in trees to reach more sunlight. Lower down are tree ferns and similar short trees, and next there is the forest floor - dark, but far from lifeless. Land, water, animals, etc provide nutrients for plants to grow. When a layer dies, a new layer will replace it. All of them create the perfect environment with co-existence and long-term development.

Corporation is the world's oldest company with more than 400 years of history. Although Coca-Cola has been operating for over 100 years, it is not as popular as Facebook. The fact is that great empires in the world such as Mongol Empire, Egyptian Empire, etc also collapsed. No company can exist forever. To some extent, we can compare the STDA is a tall tree, CENPLUS Real Estate Plus Service JSC and CENVALUE (Century Valuation JSC) are considered as vines supporting and developing together with STDA, RSM (Rising Star Media & Entertainment JSC) is like a small tree which grows as well as offers the newest media services to STDA. In CENGROUP, there is no exploitation of land or

natural resources, but it's human capital. Human capital is the foundation to develop a startup ecosystem.  
Vậy thành phần cấu tạo nên hệ sinh thái khởi nghiệp là gì và đâu sẽ là thành phần quan trọng nhất thưa anh? Tại nhà CEN, mô hình này được thể hiện như thế nào? / So which components form a startup ecosystem? And which component is the most important one? At the CEN, how is this model shown?

Mr. Vũ: Một hệ sinh thái khởi nghiệp được hình thành bởi con người, startup trong các giai đoạn và các loại hình tổ chức khác nhau tạo cùng một địa điểm (địa điểm vật lý hoặc địa điểm ảo), tương tác như một hệ thống số có thể

start up thành công cần có những con người có trình độ cao làm việc. Tai CEN luôn khuyến khích những người trẻ, có khả năng đứng ra thành lập công ty riêng, điều này tạo ra "hệ sinh thái" rất tốt.

Những người này kết nối với nhau qua các sự kiện, hoạt động, địa điểm và qua sự tương tác. Các "hệ sinh thái" khởi nghiệp nhìn chung được định rõ bởi mạng lưới tương tác giữa con người, tổ chức và môi trường của họ. Điều gì có thể làm rõ nhất lập luận. Ngoài ra, người tài nguyên như kỹ năng, thời gian và liên lạc cũng là những nhân tố phân biệt yếu của một hệ sinh thái khởi nghiệp.

Rất khó để khẳng định thành phần nào quan trọng nhất. Tất cả đều có sự tương hỗ lẫn nhau, liên quan chặt chẽ đến nhau và cùng nhau phát triển tại CEN. "Hệ sinh thái" này không có "hình ảnh" cụ thể, tất cả các đơn vị của CEN cùng hỗ trợ nhau, lớp này phát triển sẽ có lớp khác phát triển theo, lớp này có đi sẽ có lớp khác thay thế.

**Chairman Nguyen Trung Vu: A startup ecosystem is formed by people, startups in their various stages and various types of organizations in a location (physical and/or virtual), interacting as a system to create new startup companies. Accordingly, in order to start up successfully, highly-qualified employees are required. CENGROUP always encourages young talents to establish a startup company, which will create an interesting "ecosystem".**

People from these roles are regarded as linked together through shared events, activities, locations and interaction. An startup ecosystem is generally defined by the network of interactions among people, organizations and their environment, they can come in many types. In addition, resources like skills, time and money are also the essential components of an startup ecosystem.

It is difficult to determine which is the most important component because all of them have mutual interdependence to grow together. At CENGROUP "ecosystem" does not have

a specific form, all the units of CENGROUP will support one another. When this develops, other ones will also grow. Therefore, if this layer dies, another will replace.

**RK: Bất cứ hệ sinh thái nào cũng đều biến ảnh "nguy cơ" của nó. Xin anh cho biết lý do đưa "hệ sinh thái khởi nghiệp" của CEN "từ về nhược điểm của nó là gì? / RK: Any ecosystem are also potentially "at risk". Please provide the reason why you want to apply "startup ecosystem" at CEN, what are it's advantages and disadvantages?**

Mr. Vũ Doanh nghiệp khởi nghiệp tạo ra việc làm mới, thúc đẩy đổi mới sáng tạo và tạo ra giá trị cho xã hội. Thúc đẩy khởi nghiệp là con đường tất yếu mà CEN phải bước qua nếu muốn phát triển. Sự non trẻ của doanh nghiệp khác nhau, tương tác và hỗ trợ nhau một cách kịp thời. Tại CEN, khi đơn vị này đã lớn mạnh, sẽ hỗ trợ và mất tài chính và nhân lực cho một đơn vị khác được khởi nghiệp và cứu nguy vậy. Từ đó, CEN sẽ đi đúng bằng cách được với nhiều đối tác, nhiều nguồn hàng hóa. Điều này buộc các đơn vị phải vận động không ngừng nghỉ, tự tạo ra năng lực "tự đi" được các nguy cơ tiềm ẩn của môi trường kinh doanh khác biệt.

**Chairman Nguyen Trung Vu: The strength of the startup ecosystem is to create many different units and interactions and supporting one another in time. At CENGROUP, a strongly developed unit will support finance and human resources for another unit. Since then, the CEN will easily approach many partners and projects. This forces the units to make release effort and have ability of dealing with potential risks of severe business competition.**

**Chairman Nguyen Trung Vu: Startup business will make new jobs, promote innovation and create value for society. Promoting startup is the essential way that CENGROUP must undertake in order to develop. Startup business need to be "nourished" by mature businesses in its "ecosystem". Moreover, thanks to the symbiosis with mature businesses in the same ecosystem, startup business will reduce fixed**

costs.

**Its advantage is to create sustainable and long-term growth and encourage young components to make more effort. The drawback is some sort of perturbation, it responds by moving away from its initial state. When units do not support one another, this system will "die". Therefore, the leaders must be aware of potential risks to devise long-term development strategies and link units together.**

**RK: Sau khi áp dụng mô hình này, anh có kỳ vọng như thế nào vào sự phát triển của nhà CEN chưa? / RK: After applying this model, what do you expect about our development?**

Mr. Vũ Điểm mạnh của hệ sinh thái khởi nghiệp chính là tạo ra nhiều đơn vị khác nhau, tương tác và hỗ trợ nhau một cách kịp thời. Tại CEN, khi đơn vị này đã lớn mạnh, sẽ hỗ trợ và mất tài chính và nhân lực cho một đơn vị khác được khởi nghiệp và cứu nguy vậy. Từ đó, CEN sẽ đi đúng bằng cách được với nhiều đối tác, nhiều nguồn hàng hóa. Điều này buộc các đơn vị phải vận động không ngừng nghỉ, tự tạo ra năng lực "tự đi" được các nguy cơ tiềm ẩn của môi trường kinh doanh khác biệt.

**Chairman Nguyen Trung Vu: The strength of the startup ecosystem is to create many different units and interactions and supporting one another in time. At CENGROUP, a strongly developed unit will support finance and human resources for another unit. Since then, the CEN will easily approach many partners and projects. This forces the units to make release effort and have ability of dealing with potential risks of severe business competition.**

**RK: Để xây dựng và phát triển hệ sinh thái khởi nghiệp của CENGROUP, các Cener cần phải chuẩn bị những gì thưa anh? / RK: To build and develop the startup ecosystem of CENGROUP, what do Ceners need to prepare?**

Mr. Vũ: CEN phát triển mạnh, ra đời những "hệ sinh

thái khởi nghiệp" đồng nghĩa với việc cần nhiều nhân lực chất lượng hơn. Mỗi Cener sẽ có thể theo kịp với sự phát triển này cần phải chuẩn bị sẵn tâm thế công hiến, học hỏi và sáng tạo. CEN không quan trọng nhân sự đang có độ tuổi nào, quan trọng là có khả năng hay không, bất cứ ai cũng đều có thể đảm nhận những vai trò quan trọng tại CEN. Bởi vậy, nếu không chuẩn bị được tâm thế cho mình, bản sẽ chỉ mãi dậm chân tại chỗ, hoặc mãi đi sau những người khác mà thôi.

**Chairman Nguyen Trung Vu: The more strongly CENGROUP develops, the more "startup ecosystems" are created. Therefore, the Group will need much more qualified human resources. In order to keep up with this development, each Cener must prepare the mind for dedication, learning and creativity. However old you are, you need to have ability to take on important roles at CENGROUP. Therefore, if you are not well-prepared, you will never develop or go after the others.**

**Cảm ơn anh về buổi phỏng vấn thú vị này!**

**Thank you very much for this interesting interview!**

# HỘI NGHỊ CHIẾN LƯỢC TỔNG KẾT 6 THÁNG ĐẦU NĂM CENGROUP STRATEGY CONFERENCE

# 2015

Hội nghị chiến lược Tập đoàn CENGROUP đã diễn ra tại khách sạn Lotte Hà Nội (54 Liễu Giai, Hà Nội) vào ngày 28.07.2015 vừa qua trong không khí chia sẻ thẳng thắn, cởi mở / CENGROUP strategy conference took place at Lotte Hotel Hanoi (54 Lieu Giai Street, Hanoi) on July 28 2015 in a candid and open atmosphere.

Tại hội nghị, đại diện các đơn vị thành viên báo cáo tổng kết hoạt động kinh doanh 6 tháng đầu năm và báo về kế hoạch kinh doanh 6 tháng cuối năm 2015 trước Ban Lãnh đạo Tập đoàn cùng những đại diện tiêu biểu đến từ các đơn vị thành viên trong Nam ngoài Bắc. Hầu hết các đơn vị tham gia báo cáo tại Hội nghị đều có những báo cáo phát triển vượt bậc trong thời gian qua: "Anh cả" STDA từ một thương hiệu quốc gia sẽ nhân bản phát triển rộng khắp trong nước và vươn ra thế giới; CENPLUS đã định vị được năng lực chủ đạo, RSM từ những người làm công cầm tiền trở thành những chuyên gia tài năng; CEN MONEY từ những bước đầu chấp chững thì nó đã phát triển thành một đơn vị tự vận tài chính năng hàng chuyên nghiệp; CENVALUE giữ vững phong độ, tiếp tục phát triển vượt kế hoạch....

Ngoài việc công bố những kết quả đạt được trong 6 tháng đầu năm 2015, đại diện Ban Lãnh đạo Tập đoàn đã đưa ra những chiến lược phát triển 6 tháng cuối năm với những điểm mới, đặc biệt xoay sâu vào mô hình "Hệ sinh thái khởi nghiệp" - Đây sẽ là chiến lược kinh doanh mới hứa hẹn mang lại bước phát triển đột phá cho toàn CEN.

At the conference, representatives of the member units report business activities in the first 6 months and present the business plan proposal for the last 6 months of 2015 to Board of Directors along with representatives from the member units from the North to the South. Most of the attending units in the conference have remarkable development in recent years: from a national brand, STDA will expand across the country and reach out worldwide; CENPLUS has determined its core competences; RSM from diligent staff to become talented experts; CEN/MONEY has evolved into a professional financial consultant; CENVALUE maintains its level and continues to grow beyond the target, and so on.

In addition to announcing the achievements in the first 6 months of 2015, representatives from Board of Directors have presented the development strategies of the last 6 months of this year with new features, particularly emphasizing on the "startup ecosystem" model - This will be a very promising new business strategy to create breakthrough development for CENGROUP.



**SINGAPORE - ĐẤT NƯỚC  
CỦA TRI TUỆ, NIỀM KIỆU  
HÀNH VÀ NHỮNG ĐIỀU KỶ  
DIỆU!**

Với diện tích khiêm tốn khoảng 718,3 km<sup>2</sup>, nhiều người thường gọi Singapore là "chấm đỏ nhỏ" trên bản đồ, nhưng vị thế của Singapore ngày nay lớn hơn nhiều so với chấm nhỏ đó. Singapore là một thành phố quốc tế náo nhiệt với môi trường sống đẳng cấp hàng đầu thế giới và là mảnh đất được phủ kín bởi những tòa nhà cao tầng xen lẫn cây xanh rợp bóng. Một khía cạnh thú vị khác mà bạn sẽ tìm thấy ở Singapore chính là sự tổng hòa của nhiều nền văn hóa đa dạng, nơi con người của những sắc tộc và tín ngưỡng khác nhau cùng chung sống. Hãy cùng *Ra Khai 14* trải nghiệm văn hóa sống động và khám phá thêm nhiều điều về Singapore.

**SINGAPORE  
COUNTRY  
OF WISDOM,  
PRIDE AND  
MIRACLES!**

DISCOVERY



*With an area of 718.3 km<sup>2</sup>, Singapore appears marked as a little red dot on the map, but Singapore's presence in the world today is larger than that moniker. In fact, Singapore is a bustling cosmopolitan city that offers a world-class living environment with the landscape populated by high-rise buildings and gardens. One interesting facet you'll discover about Singapore is a ubiquitous collage of cultures, where people of different ethnicities and beliefs coexist. Let's learn about a vibrant cultural experience and discover Singapore in Ra Khai No. 14.*

**NHỮNG ĐỊA DANH NỔI  
TIẾNG TẠI SINGAPORE /  
WELL-KNOWN ATTRAC-  
TIONS IN SINGAPORE**

**1. THỎA MÃN ĐAM MÊ  
TẠI MARINA BAY SANDS  
/ INDULGENCE AT THE  
MARINA BAY SANDS**

Tận hưởng cuộc sống sang trọng tại Marina Bay Sands / Enjoy a Life of Luxury at the Marina Bay Sands

Nếu đã quen với phong cách sống sang trọng trên mọi cung bậc, bạn có thể sẽ thấy khó tìm ra được một trải nghiệm sánh

ngang được với Marina Bay Sands. Marina Bay Sands là điểm đến tuyệt vời cho các hoạt động giải trí, kinh doanh và mua sắm mang đến cho du khách những trải nghiệm có một không hai trong cuộc đời. Tòa nhà nổi tiếng này toạ lạc ngay giữa trái tim khu trung tâm thương mại của Singapore. Với một khách sạn sang trọng, hệ thống tiện ích phục vụ hội nghị và triển lãm hiện đại, nhà hát và một số những điểm mua sắm, ăn uống tuyệt vời nhất trong khu vực, Marina Bay Sands đích thực là điểm đến để trải nghiệm cảm giác giải trí đẳng cấp quốc tế.

*If you are accustomed to a life of luxury on every level, you might be hard-pressed finding another experience that lives up to the Marina Bay Sands.*

Marina Bay Sands is a magnificent destination for entertainment, business and shopping, delivering once-in-a-lifetime experiences. This landmark building is situated in the heart of Singapore's central business district. With a luxury hotel, state-of-the-art convention and exhibition facilities, theatres, and some of the best shopping and dining in the region, Marina Bay Sands is an experience that indulges your every fancy.

## Đỉnh cao của sự sang trọng / The pinnacle of luxury

Ngay khi vừa đặt chân vào Khách sạn Marina Bay Sands, bạn sẽ bước vào một thế giới sang trọng và khác biệt.

Nằm trên đỉnh của ba tòa tháp khách sạn là Sands SkyPark ở tầng thứ 57, nơi bạn có thể chiêm ngưỡng đường chân trời của đảo quốc Singapore ở vị trí 360 độ. Đó chắc chắn sẽ là cảm giác khó quên khi bạn được đứng trên đỉnh của thế giới.

Check-in to the Marina Bay Sands hotel and you'll enter a world of sheer luxury and exclusivity.

The three hotel towers are crowned by the Sands SkyPark on the 57th storey, which offers a 360-degree view of Singapore's skyline. There's no greater feeling like standing at the top of the world.



Marina Bay Sands

## Niềm vui mua sắm hàng cao cấp / Delight in premium shopping

Ở Marina Bay Sands có trên 300 cửa hàng bán lẻ và nhà hàng ẩm thực. Các nhãn hàng thiết kế riêng, các thương hiệu thời trang nổi tiếng quốc tế và các cửa hàng sang trọng tạo nên một điểm mua sắm mang phong cách hiện đại, đủ sức cạnh tranh với các kinh đô thời trang quốc tế.

The Shoppes at Marina Bay Sands is home to over 300 stores and F&B outlets. The most famous labels, internationally renowned fashion brands and luxury concept stores create a modern shopping mecca that rivals the fashion capitals of the world.

## Nghệ thuật của sự khám phá / The art of discovery

Ngay bên ngoài các rạp hát, bạn sẽ trông thấy Bảo tàng Khoa học Nghệ thuật, một biểu tượng chào đón du khách từ khắp nơi trên thế giới được thiết kế lấy cảm hứng từ hoa sen. Là sự kết hợp giữa nghệ thuật và khoa học, truyền thống và công nghệ, thiết kế và kiến trúc, Bảo tàng Khoa học Nghệ thuật là nơi diễn ra rất nhiều cuộc triển lãm quốc tế từ các bộ sưu tập nổi tiếng nhất trên thế giới.

Just outside the theatres, you'll find the lotus-inspired ArtScience Museum that was designed as a symbolic gesture of welcome to guests from across the globe. Embracing influences from art and science, media and technology, design and architecture, the ArtScience Museum hosts major international travelling exhibitions from the most renowned collections in the world.



Marina Bay Sands

## Âm thanh đẳng cấp quốc tế, giải trí hàng nhất / World-class dining, first-class entertainment

Bên cạnh các cửa hàng bán lẻ tốt nhất, ở Marina Bay Sands còn có nhà hàng thượng hạng kết hợp với cùng hài hòa với quầy rượu, khiến Marina Bay Sands trở thành một địa điểm với chủ đề đặc biệt cho các khách du lịch và người dân địa phương. Sau khi mua sắm, hãy thưởng thức một bữa ăn tuyệt vời tại 1 trong 50 nhà hàng chất lượng nhất, trong đó có các nhà hàng nổi tiếng thế giới với những đầu bếp nổi tiếng Michelin như: Mario Batali, Daniel Boulud, Wolfgang Puck và Tetsuya Wakuda.

Bên cạnh việc thỏa mãn khứu giác ẩm thực và thị giác cao cấp, trải nghiệm Marina Bay Sands chưa hoàn hảo nếu thiếu các hoạt động giải trí và triển lãm nghệ thuật đẳng cấp thế giới. Hai rạp hát hiện đại ở Marina Bay Sands là sân diễn của nhiều màn trình diễn trong nước và quốc tế chọn lọc, trong đó có cả vở nhạc kịch WICKED từng thắng công vàng độc diễn sân khấu Broadway.

Besides astounding retail indulgence, The Shoppes at Marina Bay Sands includes an eclectic mix of gourmet restaurants and bistros, making Marina Bay Sands the become a great destination for visitors and locals alike. In between your shopping sprees, sit down to a meal at one of 50 dining establishments, including world-renowned restaurants by Michelin-starred celebrity chefs like Mario Batali, Daniel Boulud, Wolfgang Puck and Tetsuya Wakuda.

Apart from indulging your appetite for fine food and fashion, the complete Marina Bay Sands experience includes world-class entertainment and art exhibitions. A hand-picked variety of local and international performances, including the Broadway smash-hit musical WICKED, have made their way to two state-of-the-art theatres at Marina Bay Sands.

## 2. ĐẠI LỘ ORCHARD - KHU PHỐ TUYỆT VỚI KHU MUA SẮM NỔI TIẾNG Ở SINGAPORE / ORCHARD ROAD - THE FAMOUS SHOPPING BELT IN SINGAPORE

Với chiều dài khoảng 2,2km, Đại lộ Orchard là đại lộ một chiều lòng lầy bao quanh bởi các khu mua sắm, nhà hàng và khách sạn đặc biệt và nổi tiếng. Khu mua sắm này bao gồm gần 800.000 m<sup>2</sup> gian hàng bán lẻ, ăn uống và giải trí có thể đáp ứng bất kỳ kiểu vị hay khả năng tài chính nào của khách hàng - từ các thương hiệu nổi tiếng đến thời trang đường phố bình dân, từ các nhà hàng sang trọng đến các tiệm thực ăn nhanh giá rẻ.

Đại lộ Orchard là thiên đường và là điểm đến không thể bỏ qua của các tín đồ mua sắm, nằm ngay giữa khung cảnh nhỉnh đời với cây cối tươi tốt khắp nơi ở chính thị Thành phố của những khu vườn. Orchard thực sự là Khu phố tuyệt vời!

Spanning almost 2.2km, Orchard Road is a swanky, one-way boulevard flanked by distinctive and iconic shopping malls, restaurants and hotels. The shopping belt offers nearly 800,000 m<sup>2</sup> of retail, dining and entertainment options to please any taste or budget - from opulent brands to high street fashion, and exclusive restaurants to fast food joints.

Orchard Road is a shopper's heaven and cosmopolitan playground set among a lush, tropical landscape that is ubiquitous in this Garden City. It is truly A Great Street!

## 3. LITTLE INDIA - PHỐ GIA VỊ / LITTLE INDIA - SPICY TOWN

Như chính tên gọi của nó đầy gợi ý, Little India là địa hạt của những người Ấn Độ đầu tiên ở Singapore. Cũng chính khu vực này nằm ở chỗ nhiều người có giới văn còn bắt gặp ở ven đường, trong những con hẻm và lối sau. Những người xem bói với những chú vịt, những người bán hoa và những người bán gạo trắng văn hóa chỉ là một số trong rất nhiều hình ảnh thú vị bạn có thể bắt gặp nơi đây.

Giữa môi hương thơm nồng của gia vị và những bóng hoa nở rộ là con đường Serangoon và những con đường sá bên trong như đường Campbell, phố Dunlop và đường Hindon. Ở đây, bạn nhớ tìm những quầy bán đầu xe bóp Ayurvedic, vàng, nhang và vài loại. Để xem những nhà đi họ Đạo, hãy ghé qua Đền thờ Sri Veeramakaliamman, Đền thờ Sri Srinivasa Perumal và Đền thờ Sri Vadapathira Kalliamman, tất cả đều nằm trong khu Little India.

Chuyên tham quan khu Little India sẽ không trọn vẹn nếu bạn không đi mua sắm thỏa thích vào buổi tối tại Trung tâm mua sắm Mustafa mở cửa 24 giờ, nằm tại góc phố giao giữa đường Serangoon và Syed Alwi. Mặc dù có bề ngoài rất khiêm tốn nhưng Trung tâm Mustafa là một kho tàng những đồ trang trí, đồ đồ dùng lễ vật trong gia đình, đồ ăn, gia vị Ấn Độ, quần áo và vài loại, đồ điện tử và nhiều thứ khác với mức giá niêm yết thấp nhất ở Singapore.

As its name suggests, Little India is Singapore's foremost Indian enclave. Its charm lies in the fact that many of olden-day trades can still be found by its roadsides, alleys and back lanes. Fortune-tellers and their parrots, flower vendors selling garlands of jasmine and street-side newspaper vendors are just some of the interesting sights to be found.

# NHỮNG ĐỊA DANH NỔI TIẾNG SINGAPORE

Amid the pungent fragrances of spices and blooms is Serangoon Road and its inner lanes like Campbell Lane, Dunlop Street and Hindon Road, look out for stalls selling Ayurvedic massage oils, ghee, incense and fabrics in a variety of textures. For a glimpse of Hindu rituals, do stop by the Sri Veeramakaliamman Temple, Sri Srinivasa Perumal Temple and Sri Vadapathira Kalliamman Temple, all within the Little India Precinct.

No trip to Little India is complete without an all-night shopping spree at the 24-hour emporium, Mustafa Center, located at the corner of Serangoon and Syed Alwi Roads. Despite its modest exterior, Mustafa Center is a treasure trove of household knick-knacks, decorative items, foodstuffs, Indian spices, apparel and textiles, electronic items and more - at some of the lowest fixed prices in Singapore.



Little India



## 4. CÔNG VIÊN EAST COAST / EAST COAST PARK

Ở Singapore khi nhắc đến địa điểm vui chơi ngoài trời, mọi người sẽ nghĩ đến công viên East Coast Park, nơi mà bảy triệu người dân địa phương và khách du lịch đổ về vì sự đa dạng các môn thể thao, thiên đường giải trí và đồ ăn hấp dẫn.

Dọc theo 15km của bờ biển, bạn sẽ thấy rất nhiều du khách đạp xe và chạy bộ để thưởng thức làn gió mát từ biển xanh đẹp rọi, như khi một nhóm khác nhúng người yêu thích các môn thể thao dưới nước có thể thỏa sức trải nghiệm với chèo thuyền và các môn thể thao dưới nước.

Đầy cũng là nơi tuyệt vời để thư giãn với nhiều nhà hàng, quán bar và quán cà phê theo bãi biển để thưởng thức các món nhậu mix & cocktail. Hay bên biển thưởng một chuyến đi ngoại thành với gia đình và bạn bè tại bãi biển dưới những rừng dừa và phá lao.

Dù bạn lựa chọn làm gì, thì chắc tốt nhất để kết thúc một ngày ở đây là thưởng thức món ăn địa phương thiên nhiên tại East Coast Food Lagoon như sả và cá nướng hay nướng trên bãi biển.

Chính các phong tục sống đa dạng sẵn có tại công viên East Coast đã khiến nơi đây trở thành cho một trong những điểm thu hút du lịch nhất của Singapore.

If there's one place in Singapore that's synonymous with outdoor revelry, it's East Coast Park, where some seven million locals and tourists flock to for the variety of sporting, entertainment and dining attractions.

Along this 15-kilometre stretch of beach, you'll find hordes of cyclists and roller bladers enjoying the sun and sea breeze, while cable skiing and water sports are on offer for those who prefer wetter pursuits.

It's a great place to just sit back and relax too, with no shortage of restaurants, bars and cafes along the beaches to sip on a cocktail. Keep it simple and have a picnic with family and friends by the beach under the swaying coconut palms and Casuarinas.

Whatever you choose to do, there's no better way to end the day here than with hearty local fare at the East Coast Food Lagoon, where you can feast on local favourites like satay and barbecued chicken wings right on the beach.

The diverse lifestyle attractions available at East Coast Park makes this one of Singapore's most exciting attractions.

## 5. CÔNG VIÊN SƯ TỬ / MERLION PARK

Một trong những biểu tượng nổi tiếng ở Singapore là tượng Merlion - một sinh vật tưởng tượng đại diện cho nguồn gốc khởi nguồn của Singapore từ một làng chài. Rất dễ nhận thấy biểu tượng nguyên mẫu này của Singapore khi bạn đang đi khu vực gần công viên Merlion và One Fullerton. Với chiều cao 8,6m và nặng 70 tấn, bức tượng Merlion có đầu sư tử và mình cá, được đặt trong công viên 2.500m<sup>2</sup>.

Tử "Mer" trong tiếng Phạn là "singa" để cập đến biển và sư tử, trong khi đuôi cá tượng trưng cho thành phố cũ của Temasek. Kwan Sai Kheong là người đưa ra ý tưởng phun nước từ miệng sư tử và được Lim Seng Nam chế tác vào năm 1972. Sau đó đến năm 2002, bức tượng đã được đặt lại cách vị trí ban đầu 120m trong công viên Merlion ngày nay, trước khách sạn The Fullerton Hotel và đối diện Vịnh Marina.

One of the most famous image in Singapore is the Merlion - an imaginary creature that represents Singapore's humble origins as a fishing village. Spotting this archetypal symbol of Singapore is easy when you're in the vicinity of the Merlion Park and one Fullerton. Standing at 8.6 meters high and weighing 70 tons, the Merlion statue has a lion's head and a fish's body, and is housed here in this 2,500-square-meter park.

"Mer" refers to the sea and lion translates as "singa" in Sanskrit, with the tail symbolises the old city of Temasek. This large Merlion statue with water gushing from its mouth was conceptualised by Kwan Sai Kheong and crafted by Lim Nah Seng in 1972. It was relocated 120 meters away from its original position in 2002 to where it stands in Merlion Park today, in front of The Fullerton Hotel and facing Marina Bay.

## NHÀ HÀNG REDHOLE

Địa chỉ: 6A Hám Long, Hoàn Kiếm, Hà Nội.

Nhà hàng RedHole (nhà Đố) đầu tiên được thành lập tại Tp. Hồ Chí Minh từ tháng 8 năm 2008 và là nhà hàng đầu tiên đưa vào hóa ẩm thực Singapore gốc thuần Việt cho thực khách tại Việt Nam. Sau 3 năm phát triển, RedHole đã mở rộng hoạt động từ Thủ Đức Hà Nội, công suất tạo ra cơ hội thưởng thức ẩm thực Singapore cho nhiều người hơn. Hiện nay, chuỗi nhà hàng RedHole có hai địa điểm chính: 417 Điện Biên Phủ, Q.3, Tp. HCM và 6A Hám Long, Q. Hoàn Kiếm, Hà Nội.

RedHole được mở ra với niềm đam mê vào hóa và ẩm thực đồ ăn của Singapore, đặc biệt là các món hải sản. Đến với RedHole, bạn sẽ có cơ hội thưởng thức những món đặc coi là "quốc hồn quốc túy" của quốc đảo Sư tử như: Cua xốt ớt, cá xốt tiêu đen, cháo ếch và vò vằn các món ăn đậm chất Singapore khác.

Redhole Restaurant was first established in Hochiminh City in August 2008, and is the pioneer in bringing Singaporean cuisine to Vietnam. After 3 years of continuous improvement and development, RedHole finally expanded its presence to Hanoi, aiming to create opportunities to enjoy Singaporean food for more people. RedHole chain currently operates 2 main restaurants, one at 79 Ngo Thai Nhiem Str., Dist. 3, HCMC, and one at 6A Ham Long Str., Hanoi.

RedHole was founded and developed with a strong passion for the unique culture and cuisine of Singapore, especially seafood dishes. At RedHole, you will get to enjoy special dishes that are considered "national food" of the country, such as Chili Crab, Black Pepper Crab, Frog Congee, and numerous other typically Singaporean dishes.

Website: <http://redhole.com.vn/>

Facebook: <https://www.facebook.com/nhangredhole>

# THƯỜNG THỨC ẨM THỰC QUỐC ĐÀO XINH ĐẸP NGAY TẠI HÀ NỘI!!!

ENJOY SINGAPOREAN FOODS IN HANOI!!!

## NHÀ HÀNG HALIA

Địa chỉ: 29 Xuân Diệu, Tây Hồ, Hà Nội

Nhà hàng Halia được thành lập năm 2001, nằm trong khu vực Gung xanh tốt thuộc vườn Bách Thảo Singapore. Và năm 2008 Halia lần đầu tiên mở thêm cơ sở nước ngoài tại Hà Nội. Để phù hợp với triết lý vì của việc tạo ra những trải nghiệm đáng nhớ qua thực phẩm, món tráng và dịch vụ vì của Halia, The Halia đã nỗ lực trong các mục đích không thể thiếu của ẩm thực "hài hòa với tinh khiết". Với cam kết đó trong tâm trí, The Halia mang đến cho người Hà Nội một trải nghiệm ẩm thực không tìm thấy bất cứ nơi nào khác ở thủ đô.

Phong cách ẩm thực của Halia là sự kết hợp giữa ẩm thực các châu Âu truyền thống với gia vị châu Á. Sau nhiều năm nhà hàng đã tạo ra món ăn được coi là biểu tượng như: Salad tôm sả té nướng, thịt cừu ướp gia vị Javanese nướng, Spaghetti ca biển....

Halia (or 'ginger' in the Malay language) began in the one-hectare Ginger Garden of the Singapore Botanic Gardens in 2001 where over 250 species of ginger with their stunning foliage and colourful flowers thrive. In 2008, the Halia was officially opened in Hanoi, this is Halia's first overseas outlet. In keeping with The Halia's philosophy of creating memorable experiences through food, ambience and service, The Halia Hanoi focuses on the integral purpose of dining - pure pleasure. With that commitment in mind, The Halia brings to Hanoians a dining experience not found anywhere else in the capital.

Halia's cuisine is a marriage of European traditions and light Asian flourishes. The food is modern yet classical, adventurous yet familiar. Try Halia's signatures such as the Shrimp satay ginger flower salad, Javanese spiced rack of lamb, Singapore-style chili crab spaghetti, and etc.

Website: <http://thehalia.com/hanoi/>  
Facebook: <https://www.facebook.com/HaliaHanoi>

## NHÀ HÀNG DWOK

Địa chỉ: 11B CTS KĐT Mỹ Đình - Mễ Trì, Quận Nam Từ Liêm, Hà Nội

DWOK thuộc quyền sở hữu và quản lý của Công ty TNHH Soneo mà của từ 11h30 đến 22h30. Ăn trưa ban đầu của khách hàng khi tới DWOK là không gian rộng rãi, thoáng mát, sạch sẽ. Không thể bỏ trí theo phong cách hiện đại, sang trọng, có cả màn hình 20 inch phục vụ xem phim, nghe nhạc trong lúc thưởng thức món ăn.

Ở đây có nhiều món ăn là mang phong cách Singapore cực kỳ quyến rũ. Dù là những món rất ngon, mang đến cho thực khách sự thích thú khi thưởng thức thực phẩm của một ẩm thực Việt quen thuộc. Giá cả phải chăng cùng là điểm thu hút khách hàng tới cùng ăn mang đậm hương vị Singapore này.

DWOK, owned and run by Soneo Company Limited is open from 11:30 until Soneo 22h30. The first impression of customers on DWOK is a spacious, airy and clean restaurant. It is designed in a contemporary and elegant style including the 20" screen for showing movies/music while customers are enjoying dishes.

There are many strange Singaporean dishes at DWOK. Strange as they are, those tasty dishes give diners the feeling like enjoying Vietnamese cuisines. Affordable cost is another attraction of this Singaporean restaurant.

Website: <http://www.dwok.vn>

Facebook: <https://www.facebook.com/DWOKVN>

## RAFFLES PLACE

Địa chỉ: CT4, KĐT Mỹ Đình - Mễ Trì, Quận Nam Từ Liêm, Hà Nội

Raffles Place có không gian nhỏ xinh, ấm cúng là nơi bạn có thể tận hưởng đầy đủ hương vị món ăn Singapore. Món ăn đa dạng từ nguồn nguyên liệu tươi ngon nhất, do đầu bếp giàu kinh nghiệm thực hiện sẽ làm thỏa mãn

vị giác của bạn. Tới đây, bạn có thể thưởng thức các món như: Cua sốt ớt, mì xích lươn Singapore, sủi búp bê chiên với nước sốt, đặc biệt, nhân viên phục vụ ở đây rất thân thiện và vui vẻ. Của hàng mở từ 9h sáng đến 11h tối. Với sức chứa gần 80 người, Raffles Place phù hợp với việc họp nhóm, tiếp khách, bữa ăn gia đình hoặc đại tiệc.

Raffles Place has a pretty small cozy space where you can enjoy full flavor of Singaporean dishes. Diverse cuisines from the freshest ingredients cooked by experienced and professional chefs will satisfy your taste. Here, you can enjoy various dishes such as Chili Crab, Singapore Taste of the 50s, Black Pepper Crab, Golden Sands Crab Fried with Saffron Egg, Frog Beeron Soup, etc. In particular, waiters and waitresses here are very friendly and cheerful.

Raffles Place is open from 9am to 11pm. With a capacity of 80 people, the restaurant is suitable for group meetings, entertainment, family dining or banquet.

## LION CITY EXCLUSIVE - TRANG TIỀN PLAZA

Địa chỉ: Tầng 5, số 24 Hai Bà Trưng, Quận Hoàn Kiếm, Hà Nội

Bắt đầu biết đến như một quán ăn nhỏ kỳ lạ với cái tên "Hòn Châu Ếch Singapore" với thông tin "vào tháng 5 năm 2006, nhà hàng Lion City giờ đây đã phát triển thành chuỗi nhà hàng Singapore lớn nhất tại Việt Nam với 6 chi nhánh, 1 cửa hàng trong khu thực trại dài trên 3 thành phố lớn tại Việt Nam và sắp được mở rộng trên thế giới. Với 8 năm kinh nghiệm trong ngành ẩm thực, thực đơn của Lion City được cải tiến từ menu cháo ếch truyền thống đến món cua sốt ớt Singapore nổi tiếng non nhất tại Việt Nam.

Phương châm của họ đơn giản là "Mang đến trải nghiệm ẩm thực tốt nhất của Singapore cho thực khách"

đảm bảo rằng mọi khách hàng được phục vụ món ăn Singapore ngon nhất và sự tiếp đón nồng nhiệt bởi đội ngũ nhân viên chuyên nghiệp mà sự hài lòng của bạn được xem là tiêu chí hàng đầu. Người sáng lập Ông Harry Ang cho biết: "Không có bí mật nào cho sự thành công của Lion City, bạn chỉ phải thành thật, bạn phải có đam mê, bạn phải yêu thích ăn uống và phải yêu thích công việc bạn đang làm".

What started as a quaint little shop named "Original Singapore Frog Porridge" in May of 2006 the Lion City group is now the biggest Singapore restaurant chain in Vietnam consisting of 8 outlets in 3 of its biggest cities and soon overseas. With over 8 years of food and beverage experience, Lion City's menu has evolved from the humble original Frog porridge to the most authentic Singapore Chilli Crab Vietnam has ever tasted.

Their simple philosophy to "Bring the Best Singapore dining experience to the Guests" is a true guarantee that every single customer are served the best Singapore food and will receive a non-intrusive service from all of our welcoming staff with your satisfaction as the main goal. Founder Harry Ang comments: "There's no secret to success of Lion City, you just must be honest, you must have the passion, you must love to eat and must love what you're doing".

Website: <http://lioncity.com.vn/vi/>  
Fanpage: <https://www.facebook.com/lioncitysingapore>

Ngồi ra, những "fan" của ẩm thực Singapore cũng có thể ghé qua một số nhà hàng Singapore khác tại Hà Nội / In addition, fans of Singapore foods can visit other Singaporean restaurants in Hanoi as follows:

**Sing Restaurant Buffet Lẩu Hải Sản - Vincom Long Biên**

7 Tầng Lầu 1, Quận Long Biên, Hà Nội

**Sing Island**

Tầng 4, L401 - 402, TTTM Mỹ Linh Plaza Hà Đông, Tô Hiệu, Quận Hà Đông, Hà Nội

**Rasa Singapura - Peranakan Food & Bar**

63 Trúc Bạch, Quận Ba Đình, Hà Nội

22 BÀ KHÔI SỐ 14

**12 SIGNS OF THE ZODIAC, ALSO KNOWN AS HOROSCOPE, IS DERIVED FROM ANCIENT BABYLON. BASED ON THE SUN'S ROTATION PERIOD, IN ONE MONTH (30 - 31 DAYS), THE SUN WILL GO THROUGH A SPECIAL 12 ZODIAC, PEOPLE BORN IN THIS PERIOD WILL HAVE THE CHARACTERISTICS OF THAT ZODIAC. LET'S EXPLORE WHAT SIGNS OF THE ZODIAC WILL TEND TO BECOME GREAT LEADERS!**

#### SCORPIO ASTROLOGY PROFILE

##### Scorpio Characteristics:

Symbol: The Scorpion  
Element: Water  
Group: Intellectual  
Favorable Colors: Dark Reds, black  
Ruling Planet: Pluto, Mars  
Cross/Quality: Fixed  
House Ruled: Eight  
Opposite Sign: Taurus  
Lucky Gem: Opal  
Period: Oct 23 - Nov 21

##### Scorpio Personality:

Beneath a controlled, cool exterior beats the heart of the deeply intense Scorpio. Passionate, penetrating, and determined, this sign will probe until they reach the truth. Excellent leaders, Scorpions are always aware. When it comes to resourcefulness, this sign comes out ahead.

##### Scorpio Key Words:

**Strengths:** Passionate, stubborn, resourceful, brave, a true friend.

##### Weaknesses:

Secretive

##### Charismatic marks:

An intense look in the eyes, muscular.

##### Likes:

Truth, facts, being right, teasing, longtime friends, a grand passion, a worthy adversary.

##### Dislikes:

Gian dối, người thụ động, bí mật dễ dàng tiết lộ.

##### Best environment:

Dark, sensual places, any situation that offers power or rouses strong feelings.

# SECRET OF LEADER'S HOROSCOPE

**12 CUNG HOÀNG ĐẠO HAY CÒN GỌI HOROSCOPE, ĐƯỢC BẮT NGUỒN TỪ BABYLON CỔ ĐẠI, DỰA VÀO CHUYỂN QUAY CỦA MẶT TRỜI. TRONG KHOẢNG THỜI GIẠN 1 THÁNG (30-31 NGÀY) MẶT TRỜI SẼ ĐI QUA MỘT TRONG 12 CUNG HOÀNG ĐẠO ĐẶC BIỆT, NHỮNG NGƯỜI SINH VÀO KHOẢNG THỜI GIẠN NÀY SẼ MANG NHỮNG ĐẶC ĐIỂM NỔI BẬT CỦA CUNG HOÀNG ĐẠO ẤY. HAY CŨNG RA KHỎI KHÁM PHÁ ĐIỂM NHƯNG CUNG NÀO SẼ CÓ XU HƯỚNG TRỞ THÀNH NHÀ LÃNH ĐẠO TẠI BÀ!**

#### SƠ YẾU LÝ LỊCH CUNG BỌ CẬP

##### Đặc điểm:

Biểu tượng: Bọ Cạp  
Nguyên tố: Nước  
Nhóm: Trí tuệ  
Màu sắc: Màu hồng đậm và đen  
Sao chiếu mệnh: Sao Diêm Vương, Sao Hỏa  
Cung thứ 8 trong cung Hoàng đạo  
Cung không hợp: Kim Ngưu  
Đá may mắn: Opal  
Thời gian: 23 Tháng 10 - 21 tháng 11

##### Tính cách:

Từ tốn và quyền rũ, họ có nét riêng rất hấp dẫn. Họ có niềm đam mê tuyệt vời cho việc tìm kiếm sự thật. Với nguồn năng lượng cơ thể dồi dào và trí tuệ vốn có, Bọ Cạp có năng lực lãnh đạo tuyệt vời.

##### Từ miêu tả con người cung Bọ Cạp:

**Điểm mạnh:** Đam mê, tháo vát, dũng cảm, một người bạn đáng tin cậy.

##### Điểm yếu:

Hời hợt ẩn

##### Đặc điểm nổi bật:

Ánh mắt

##### Sở thích:

Thích sự trung thực, thực tế, thích tranh chấp, trong bạn bè lâu năm, thích có niềm đam mê lớn và có một đời thú đáng gờm.

##### Không thích:

Gian dối, người thụ động, bí mật dễ dàng tiết lộ.

##### Môi trường tốt nhất:

Bất kỳ nơi nào cảm thấy được tiếp năng lượng hoặc làm khuấy động những cảm xúc mạnh mẽ bên trong.

**ĐI TÌM SỨC HÚT CUNG HOÀNG ĐẠO BỌ CẬP**

Scorpio





# The Crown



**1. The Crown – Khu căn hộ cao cấp Mulberry Lane – Lựa chọn xanh cho cuộc sống hoàn hảo**  
 Khu căn hộ cao cấp Mulberry Lane tọa lạc tại KDTM Hồ Lạc, Hà Đông, Hà Nội - vị trí được đánh giá là đẹp nhất tại Hà Đông, xung quanh là hàng loạt các dự án lớn đã được hoàn thiện về cơ sở hạ tầng, giao thông. Vị trí này cũng cho phép cư dân Mulberry Lane kết nối linh hoạt với các khu vực bằng các tuyến đường lớn như: đường Trần Phú, Nguyễn Trãi, Khuất Duy Tiến, Lê Văn Lương kéo dài,...

Dự án gồm 5 tòa tháp với gần 1.500 căn hộ cao cấp, là sự kết hợp giữa phong cách sống hiện đại nhưng vẫn giữ được những nét Á Đông truyền thống.

**1. The Crown - Mulberry Lane luxury apartments - The green choice for your perfect life**

Mulberry Lane luxury apartments, situated at Mo Lao new urban area in Ha Dong, Hanoi - the most beautiful location in Ha Dong, is surrounded by a series of major completed projects on infrastructure and transport. This location also allows Mulberry Lane residents to easily travel to other areas via large routes such as: Tran Phu, Nguyen Trãi, Khuat Duy Tien, extended Le Van Luong and so on.

The project consisting of 5 towers with 1,500 luxury apartments is a combination of modern lifestyle and traditional Asian traits.

**Tòa tháp trung tâm trong Khu căn hộ cao cấp Mulberry Lane:** The Crown được ví như "vương miện kiêu hãnh" - khu vực trung tâm của mọi tiện ích, dịch vụ được chú trọng tư bố trí hợp lý và có hệ thống như: Bể bơi ngoài trời, khuôn viên xanh dạo bộ, phòng tập gym, thư viện, khu vui chơi trẻ em trong nhà và ngoài trời, nhà trẻ, siêu thị mini,...

**Căn hộ "2 trong 1":** Diện tích linh hoạt từ 123 - 154 m<sup>2</sup>, gồm 3 - 5 phòng ngủ, thiết kế thông minh có hai không gian sống riêng biệt trong cùng 1 căn hộ đáp ứng hoàn hảo nhu cầu an cư của những gia đình lớn, có nhiều thế hệ hoặc vừa ở, vừa cho thuê.

**Dịch vụ "Phong cách sống đẳng cấp Beyond Home 24/7"** - gói dịch vụ trọn gói từ y tế, giải trí, mua sắm, du lịch toàn cầu dành riêng cho khách hàng của The Crown sẽ định hình một phong cách hoàn toàn khác biệt và một trải nghiệm sống hoàn hảo cho cộng đồng dân cư nơi đây.

**As the central tower of Mulberry Lane luxury apartments:** The Crown is like "a splendid crown" - the central area of all facilities and services which are logically and systematically arranged by the developer such as :outdoor swimming pool, green walking path, gym, library, children's indoor and outdoor playground, nursery, mini-mart, and etc.

**"2 in 1" apartment:** With the flexible areas of from 123 - 154m<sup>2</sup>, 3 - 5 bedrooms and two separate living spaces, "2 in 1" apartments perfectly meet the needs of large families with many generations or for rent.

**"Beyond Home 24/7"** - Complete services package from healthcare, entertainment, shopping, travel only for The Crown residents will shape a completely perfect lifestyle for the community here.

# Seasons Avenue



## Seasons Avenue – Không gian kiến trúc Singapore giữa lòng đô thị

Chung cư Seasons Avenue - "Đại lộ bốn mùa" là một trong những tổ hợp chung cư cao cấp với hệ thống tiện ích nội khu cùng thiết kế lấy cảm hứng từ thiên nhiên điển hình theo khí hậu ôn đới của Việt Nam: xuân, hạ, thu và đông.

**Vị trí đắc địa:** Trung tâm quần thể đô thị mới Mỗ Lao, Hà Đông, đối diện Khu căn hộ cao cấp Mulberry Lane.

**Thiết kế 4 mùa:** Dự án gồm 4 tòa S1, S2, S3, S4 với thiết kế tương ứng với cảm hứng của từng mùa trong năm với độ cao 40 tầng, gồm 4 tầng nổi, bắt đầu ở tầng 5; không có tầng hầm kết hợp hài hòa giữa cảnh quan thiên nhiên, môi trường và hệ thống dịch vụ tiện ích vượt trội, đem lại cho cư dân nơi đây một cuộc sống tiện nghi và hoàn hảo.

**Thiết kế hướng đến môi trường sống của cư dân:** Dự án có mật độ dân cư thấp: từ 10 - 11 căn/tầng, diện tích từ 67 - 107m<sup>2</sup>. Đặc biệt, các căn hộ vừa có loggia phơi đồ kín để giữ cảnh quan chung của cả tòa nhà lại vừa có ban công thông thoáng đáp ứng sở thích của khách hàng.

Hệ thống tiện ích đồng bộ, hiện đại: Khu bể bơi ngoài trời, bể bơi chân không tại tầng 5, vườn xanh thẳng đứng, hệ thống bậc thang độc đáo phục vụ nhu cầu tập thể dục, vườn BBQ, khu tắm massage ngoài trời, khu nhà kính tổ chức sự kiện, khu đọc sách, cầu thang bộ thiết kế theo phong cách nhiều màu sắc, biểu tượng cho 4 mùa.

## Seasons Avenue - Singapore architecture in the heart of the Capital

Seasons Avenue - "Four Seasons Avenue" is one of the high-end apartment complexes with internal facility system and design inspired by typical temperate climate of Vietnam: spring, summer, autumn and winter.

Good location: Center of Mỗ Lao new urban area, Hà Đông, opposite Mulberry Lane luxury apartments.

**4-season design:** The project consists of 4 blocks S1, S2, S3, S4 with corresponding design inspired by each season of the year with a height of 40 floors, consisting of a 4-storey podium, the residential area from the 5th floor and no basement. Harmonious combination between the natural landscape, environment and outstanding facilities gives residents a convenient and perfect life.

## Design towards living space of residents: The project has a low population density: from 10 -11 units/floors, covering an area from 67 - 107m<sup>2</sup>. In particular, these apartments have both a loggia and a balcony to meet residents' need.

**Synchronous and modern facilities:** outdoor pool area, infinity pool on Level 5, sky garden, a unique ladder system to serve the exercise needs, outdoor BBQ area, sauna, greenhouse area, reading corner and stairways designed in the style of many colors symbolizing four seasons.

# Imperia Garden



## Imperia Garden – Sở hữu căn hộ "Vườn trong phố" ngay giữa Thủ đô

Lần đầu tiên xuất hiện trên thị trường BĐS Hà Nội, thương hiệu Imperia đã và đang tạo nên một sức hút mới cho thị trường thành phố với những căn hộ cao cấp theo mô hình "Vườn trong phố" tại Tổ hợp căn hộ cao cấp và khu phức hợp tiện ích khép kín Imperia Garden.

Với tiềm lực tài chính vững chắc của Chủ đầu tư HBI và được bảo lãnh tài chính bởi Ngân hàng Việt Nam Thịnh Vượng – VPBank, các căn hộ dự án đã chính thức được ra mắt khách hàng vào ngày 25.07.2015 tại khách sạn Daewoo (360 Kim Mã, Hà Nội).

**Vị trí "đất vàng":** Nằm trên 2 mặt đường Nguyễn Huy Tưởng và Nguyễn Tuân; nằm giữa các trục giao thông trọng yếu, tuyến tàu điện và đường cao tốc trên cao của Hà Nội.

**Vườn trong phố:** Imperia Garden dành hơn 10.000m<sup>2</sup> cho mảng xanh, cảnh quan và đường dạo bộ. Hơn 8.000m<sup>2</sup> dành cho phát triển giáo dục và 68 tiện ích nội

đô hoàn hảo. Căn hộ Imperia Garden có diện tích đa dạng từ 56 – 174m<sup>2</sup>, từ 2 – 4 phòng ngủ với mức giá chỉ từ 2,3 tỷ đồng cho một căn hộ cao cấp nằm ngay trung tâm Thủ đô. Mỗi căn hộ tại đây đều là mái ấm nhỏ ngập tràn trong ánh sáng tự nhiên và không khí trong lành của hệ thống sinh thái cây xanh xung quanh.

**Sản phẩm của sự hợp tác giữa các đơn vị danh tiếng:** M.I.K Corporation, Hòa Bình Corporation, NKB Archi (Pháp), CPG Consultants (Singapore), PTW Architects (Úc) và ACL,...

**Sản phẩm vượt trội trong phân khúc cao cấp:** Tích hợp và tổng hòa các yếu tố thiên nhiên với khu tiện ích nội đô toàn diện, khép kín có thể đáp ứng trọn vẹn mọi nhu cầu tận hưởng cuộc sống hiện đại của nhiều đối tượng cư dân.

## Imperia Garden - "Your own garden in the city" apartments right in the Capital

First launched on the property market in Hanoi, Imperia brand has been creating a new attraction for the city market with luxury apartments in the model of "Your own garden in the city" at Imperia Garden office, housing and commercial complex.

With solid financial strength of the developer HBI, finance guaranteed by Vietnam Prosperity Bank - VPBank, apartments have officially opened for sale on July 25, 2015 at Hanoi Daewoo Hotel (360 Kim Ma Street, Hanoi).

**"Golden" location:** Imperia Garden is situated on two façades of Nguyễn Huy Tuong Street and Nguyễn Tuân Street; near key traffic routes, metro lines and elevated railway of Hanoi.

**"Your own garden in the city":** Imperia Garden uses more than 10,000m<sup>2</sup> for greenery, landscaping and walkways. Over 8,000m<sup>2</sup> is for educational development and 68 perfect internal facilities. Imperia Garden

apartments have flexible areas ranging from 56 - 174m<sup>2</sup>, 2 - 4 bedrooms at selling prices from VND2.3 billion just for a luxury apartment in the heart of the Capital. Each of the apartments here is small home steeped in natural light and fresh air of the surrounding ecological system.

**Imperia Garden is the collaboration of renowned design firms:** M.I.K Corporation, Hoa Binh Corporation, NKB Archi (France), CPG Consultants (Singapore), PTW Architects (Australia) and ACL, so on.

**An outstanding project in the high-end segment:** Imperia Garden is the integration of natural elements and comprehensive internal facilities to meet all the needs of various residents.



# KỶ LUẬT – KÌM HẪM SỰ PHÁT TRIỂN HAY YẾU TỐ TẠO THÀNH 'CÔNG'?

## THU VIỆN PHÁP LUẬT

# DISCIPLINE A GROWTH INHIBITION OR SUCCESS FACTOR?

"Kỷ luật" – nghe có vẻ khô khan, cứng nhắc nhưng lại là yếu tố không thể thiếu để đảm bảo thành công cho bất cứ cá nhân, tổ chức, doanh nghiệp nào.

Vậy kỷ luật có phải là hành động, biện pháp điều chỉnh sau khi xảy ra vấn đề sai trái? Kỷ luật có phải là sự áp đặt, làm đúng? Kỷ luật có tức là mất tự do hay không? Hay kỷ luật chính là yếu tố tạo nên thành công?

**BBT Ra Khỏi (RK):** *Thưa anh, liệu kỷ luật có phải là sự áp đặt và tước mất tự do không?*

**Anh Nguyễn Ngọc Tuấn (Mr. Tuannn):** Câu trả lời là KHÔNG. Kỷ luật chỉ đơn giản là ngăn chặn trước khi nảy sinh vấn đề, là sự kìm giữ dòng chảy và khơi nguồn năng lượng để đạt được thành quả tốt.

Đôi khi chính sự khắt khe mới là nhân tố. Điều này tương tự như không phải tất cả thức uống đều ngọt nhưng chúng ta phải dùng chúng. Có một quan niệm cho rằng tự do nghĩa là thoải mái làm theo ý muốn của mình, nhưng thực tế cuộc sống cho thấy "tự do" kiểu đó thường dẫn tới đời sống con người bất ổn. Trong rất nhiều trường hợp, tình thiếu kỷ luật đã cản trở con người thành công. Đôi khi chính những yếu tố đó cho rằng kim châm, lại là yếu tố giúp ta bay cao. Do chính là bản chất cốt lõi của kỷ luật.

Kỷ luật là sự rèn luyện giúp chúng ta tự sửa chữa, tạo khuôn nếp, tạo sự mạnh mẽ hoặc giúp chúng ta trở nên hoàn hảo hơn. Và thực ra, kỷ luật là một trong những thuộc tính tích cực nhất mà con người có được.

**RK: Vậy thưa anh, kỷ luật chỉ có lợi, không có hại?**

**Mr. Tuannn:** Đúng rồi. Không tự trị tinh kỷ luật, đối với mỗi người chỉ có lợi mà không có hại. Việc duy trì tinh kỷ luật sẽ giúp kiến tri thực hiện những công việc, những thứ quen mà tưởng chừng như bản không thể.

Theo tôi, kỷ luật chính là thủy, là bản, là người dẫn đường cho chúng ta. Bởi lẽ sau khi chúng ta trở thành một người có kỷ luật, ít nhất là với chính bản thân của mình, mình sẽ cảm thấy tự do, làm việc hiệu quả hơn...

**RK: Kỷ luật là một trong những thức đồ về văn hóa của một doanh nghiệp. Vậy thì nào tinh kỷ luật mới trở thành một nét đẹp văn hóa?**

**Mr. Tuannn:** Theo tôi, một bên trình xây dựng tinh kỷ luật để hình thành kỷ luật ở mỗi con người hay tổ chức có thể cụ thể hóa từng bước như sau:

- Bước bắt buộc phải thực hiện: Kỷ luật là sự tạo khuôn nếp, điều chỉnh môi cả nhân cần và phải thực hiện theo.

- Bước tinh thần tự giác: Kỷ luật cao trong môi trường thành viên, tự giác và tự nhận thức cần thiết phải theo.

- Bước hoàn hảo: Tinh thần kỷ luật trở thành một giá trị, một nét văn hóa riêng của mỗi cá nhân và tổ chức hàng ngày, mỗi người cần làm gì, thưa anh?

**Mr. Tuannn:** Kỷ luật là một hành động của lý trí chứ không phải là hành động của cảm xúc mà cao hứng tự làm, chán que thì bỏ, hành động kỷ luật xuất phát từ hình sự nhận thức trong con người chúng ta, hãy dứt ra mục tiêu cho mình, thay đổi thói quen đi vào khuôn phép.

Tôi lấy ví dụ đơn giản: Một tháng hãy cố gắng tạo cho mình 1 thói quen tốt, như ngủ sớm hơn, dậy sớm hơn, đi tập thể dục hàng ngày và đây đủ hơn, hay đơn giản là cố gắng học tiếng Anh mỗi ngày 1 tiếng... Một thói quen khi thì nhất 1 tháng để hình thành và duy trì đúng que tham lam thay đổi một lúc nhiều thói quen của bạn.

Kỷ luật phụ thuộc vào sự nhận thức có ý thức về những gì bạn đang làm và những gì bạn đang không làm. Khi bắt tay vào rèn luyện tinh kỷ luật, có thể nhiều khi bạn sẽ "bật quai tàng" chính mình đang cố những hành vi vô kỷ luật.

**RK: Anh có lời nhắn nào đến những người đang "sợ hãi kỷ luật" không, thưa anh?**

**Mr. Tuannn:** Thôi đừng nghĩ nhiều nữa, cứ làm thôi, chớ có gì mà sợ, càng sợ lại càng làm, không được cách này thì tìm cách khác, có hội luận mà ra cho những người cần làm.

ACE đã đủ can đảm để thực hiện chưa?

"Discipline" sounds rigid but is an indispensable factor to determine success for any individual, organization or business.

*Dose discipline means corrective action after a problem occurs or a wrong is done? Is it imposition? Is it abuse? Does it take away freedom? Or is discipline a factor that makes success?*

**Ra Khoi Editorial Board had an interesting conversation with Head of Legal Department Nguyen Ngoc Tuan to better understand this problem!**

**Ra Khoi Editorial Board (RK): Is discipline imposed and doesn't it deprive every employee of their liberty?**

**Mr. Nguyen Ngoc Tuan (Mr. Tuannn):** The answer is NO. Discipline is simply prevention before a problem arises. It is harnessing and channeling energy for great performance. Sometimes you have to be unkind to be kind: Not all medicines are sweet but we have to use it.

Our instinct is to do whatever we want regardless of the consequences, but the reality of life shows that type of "freedom" often leads to unstable human life. In many cases, the lack of discipline seems to have hampered us from achieving success. Sometimes the main factors thought to constrain us are those that help us soar. That is the essence of discipline. Discipline is an exercise to help us repair and become more perfect. And actually, discipline is one of our most positive attributes.

**RK: Is discipline only beneficial, not harmful, right?**

**Mr. Tuannn:** It's right. If discipline is maintained, it is only beneficial without harm. Maintaining discipline will make you persist in doing the tasks and habits that you seemingly can not.

According to me, discipline is the teacher, a friend as well as a guide for us. Because after one becomes a disciplined person, at least with his own, he will feel free, work more efficiently, and etc.

**RK: Discipline is among measures of a cultured business. So when does discipline become a good culture?**

**Mr. Tuannn:** In my opinion, in the process to form discipline, every individual or organization can concretize each step as follows:

- Required step: Discipline is the sticky mold and adjusts each individual to follow.

- Self-discipline step: With high discipline, every employee is self-discipline to follow.

- Perfect step: Disciplinary spirit becomes a value and a distinctive culture of each individual and the organization.

**RK: What should everyone do so that discipline becomes a daily routine?**

**Mr. Tuannn:** Discipline is an act of reason rather than that of emotion. Disciplinary action stems from our perception. Let's set a goal for ourselves and form better habits. For example, every month try to make yourself one good habit like going to bed and waking up earlier, going to the gym on time and regularly, learning English 1 hour a day, so on. It takes at least one month to establish and maintain a good habit. You should not be too greedy to change many habits at the same time.

Discipline depends on the conscious awareness of what you are doing and what you are not doing. When embarking on the exercise of discipline, you are more likely to find yourselves with undisciplined behavior.

**RK: What is your message to people who are "afraid of discipline"?**

**Mr. Tuannn:** Do not think more, just do it, nothing to fear. The more you fear something, the more you should do it. If one way does not work, find another way to get it done. The opportunity is always open to courageous people.

Are you brave enough to change yourself?





# "HOW TO BECOME A RAINMAKER"

— ESSENTIAL BOOK IN THE INTERNATIONALIZATION CONTEXT

# "ĐỂ TRỞ THÀNH NGƯỜI BÁN HÀNG XUẤT SẮC"

— CUỐN SÁCH GỖI ĐẦU TRONG BỐI CẢNH HỘI NHẬP QUỐC TẾ

Để trở thành người bán hàng xuất sắc: Nghệ thuật bán hàng và bí quyết thu hút khách hàng hiệu quả nhất là lựa chọn tuyệt vời cho các CEO cũng như bất cứ ai muốn đạt được doanh số bán hàng tốt - có thể là sách, ô tô, hay bất động sản. Cuốn sách cho người đọc biết cách vượt lên trên các đối thủ cạnh tranh bằng kỹ công ty hay lĩnh vực nào.

#### Giới thiệu về tác giả

Jeffrey J. Fox là tác giả của cuốn sách bán chạy "Làm sao trở thành giám đốc điều hành" và sáng lập Fox & Co., một công ty tư vấn về marketing ở Avon, Connecticut, có hơn 60 nghìn kinh doanh khác nhau.

#### Giới thiệu về cuốn sách

"Việc bán hàng giống như câu cá. Sự thành công của người bán hàng được thể hiện qua lượng cá của buổi đi câu" và, "Người bán hàng xuất sắc không nói nhiều về bán thân mình, cũng không bán mình cho thế bán. Thay vào đó, họ luôn tập trung lắng nghe và tìm hiểu khách hàng". Đây là những điều mà cuốn sách "Để trở thành người bán hàng xuất sắc" mang đến cho bạn.

Một công ty kinh doanh nếu muốn hoạt động hiệu quả, phát triển bền vững, hoặc mở rộng quy mô hoạt động đều cần phải có người thu nhập ổn định. Và nhân viên bán hàng chính là người đem nguồn thu nhập đó về cho công ty. Họ là người giới thiệu sản phẩm hay dịch vụ đến khách hàng, thu hút khách hàng tiềm năng, duy trì khách hàng hiện tại, đồng thời tạo dựng uy tín và thể hiện vị thế cho công ty. Trong một môi trường kinh doanh luôn cạnh tranh mạnh mẽ, việc làm cho sản phẩm, dịch vụ của bạn trở nên nổi bật và thu hút khách hàng so với vô vàn sản phẩm hay dịch vụ của đối thủ là điều không dễ dàng. Chính vì vậy, đối với nhân viên bán hàng là người tài sản vô cùng quý giá của công ty. "Để trở thành người bán hàng xuất sắc" sẽ khuyến khích:

**1. Không bao giờ làm gì mà không biết điều gì sẽ xảy ra tiếp theo.** Những người bán hàng nghiệp dư không hiểu quy tắc này. Họ sẽ trình bày sản phẩm, giá cả và danh sách khách hàng mà không biết ba điều chính: HẠN CHẾ, TÀI CHÍNH và quá trình đưa ra QUYẾT ĐỊNH của khách hàng tiềm năng. Rainmaker biết tất cả những điều này trước khi họ cho đi kiến thức của mình.

**2. Nghe - 70/30** - Bạn có hai tai và một cái miệng vì có lý do của nó. Người bán hàng xuất sắc biết cách lắng nghe khách hàng và giúp họ hiểu được hạn chế của họ. Lắng nghe là kỹ năng lớn nhất bạn cần phải học để thành công trong bán hàng và kinh doanh. Khách hàng tiềm năng nên được nói 70% thời gian và 30% thời gian còn lại dành cho người bán hàng. Ví dụ, trong cuộc họp kéo dài một tiếng, bạn chỉ nên nói 18 phút.

**3. Câu hỏi** - Học cách đặt câu hỏi hiệu quả sẽ đưa bạn từ một người bán hàng nghiệp dư trở thành một người bán hàng xuất sắc. Kỹ năng này là bí quyết để áp dụng tốt luận điểm thứ hai như đã đề cập là lắng nghe. Hãy tưởng tượng đến các phiếu bán hàng, bạn nên đặt những câu hỏi chung và sau đó đi cụ thể các lĩnh vực được trên câu trả lời của khách hàng tiềm năng. Bạn cần phải hiểu Những gì, Khi nào, Ở đâu, Tại sao và Như thế nào trong từng trường hợp bao gồm vấn đề, quá trình đưa ra quyết định và ngân sách của họ. "Để trở thành người bán hàng xuất sắc" cũng nói về kế hoạch hàng ngày gồm 4 mục tiêu. Đây là kế hoạch tuyệt vời mà những người bán hàng xuất sắc biết trong sự nghiệp.

- Được giới thiệu khách hàng mới.
- Gặp khách hàng
- Đi đến nhà thuận để kết thúc thương vụ.

Chìa khóa cho bất kỳ kỹ thuật mới nào là làm việc đó hàng ngày cho đến khi nó trở thành thói quen của bạn. Thói quen hình thành trong chỉ 14 đến 21 ngày. Hy vọng cuốn sách này sẽ phần nào giúp ACE nhà CEN tìm thấy nhiều điều bổ ích có thể vận dụng vào công việc bán hàng cũng như vươn đến những nấc thang thành công khác trong sự nghiệp kinh doanh của mình.

Ra Khỏi số 14 xin trân trọng giới thiệu!

"How to Become a Rainmaker: The Rules for Getting and Keeping Customers and Clients" is a terrific resource for CEOs, as well as anyone looking to distinguish themselves in sales—be it books, cars, or real estate. It offers the opportunity to rise above the competition in any company, in any field.

#### About the Author

Jeffrey J. Fox is the best-selling author of "How to Become CEO" and the founder of Fox & Co., a marketing consulting company in Avon, Connecticut, serving more than 60 industries.

#### About the book

"Sales is like fishing. The success of a salesman is determined by the volume of fish. And, 'A good salesman neither says much about himself nor explains about failure. Instead, he focuses on listening to and understanding his customers.' This is what you learn from "How to Become a Rainmaker".

If a company wishes to operate effectively, develop sustainably, or expand, it needs a steady source of revenue. And it is salespeople that bring revenue to the company. They introduce the products or services to customers, attract potential customers, maintain existing customers, create and develop the prestige of the company. In a strong competitive environment, making your products and services stand out and attracting numerous customers over the opponents is not easy. Therefore, the sales staff is a valuable asset source to the company. "How to Become a Rainmaker" advises you:

**1. Never do anything without knowing what is going to happen next.** Amateur sales people do not understand this rule. They will present their product, give away pricing and provide a list of their best clients without knowing the three main things: The prospects PAID, MONEY and DECISION making process. Rainmakers know all of this before they give away their knowledge.

**2. Listening - 70/30** - You have two ears and one mouth for a reason. Rainmakers know how to listen to their clients and help them discover their pain. Listening is the biggest skill that you need to learn to be successful in sales and in business. The prospect should be speaking 70% of the time and the sales person needs to speak only 30% of the time. In a one hour meeting, you talk only 18 minutes.

**3. Questions** - Learning how to ask effective questions will take you from being an amateur sales person to a Rainmaker. This skill is the secret to driving the second point of listening. If you picture a funnel, your questions should parallel it so you can ask general questions at first and then dig into the more specific areas based on your prospects responses. You need to understand the What, When, Where, Why and How of each area including their problems, decision making process and the budget.

- "How to Become a Rainmaker" also talks about the 4 point daily plan. This is an excellent plan that every sales person needs to encompass in their career. It works like this:
  - Get a lead or referral.
  - Get an appointment to meet a decision maker
  - Meet the decision maker
  - Get a commitment to close or direct next step to close.

The key to any new idea is to work it into your daily routine until it becomes habit. Habits form in as little as 21 days. Hopefully this book will partly help Achieve learn about many useful tips to improve their sale as well as achieve more success in their career.

Let's read and discover yourself!

# CEN MIỀN NAM

## 6 THÁNG ĐẦU NĂM 2015: TRẢI NGHIỆM VÀ TRƯỞNG THÀNH

# LOOKING BACK AT SOUTH CEN GROUP'S DEVELOPMENT IN THE FIRST HALF OF 2015

Với tốc độ phát triển nhanh về mọi mặt, CEN miền Nam đang từng bước đứng vững trên thị trường bất động sản TP.HCM. Vượt qua những khó khăn thử thách ban đầu, CEN miền Nam dần hình thành cho mình Lục lượng nhân sự hùng hậu, đội ngũ lãnh đạo tâm huyết để cùng nhau hoàn thành các mục tiêu và ươm òn. Ra khơi đã có cuộc phỏng vấn nhanh anh Trần Minh Long (Mr. Longtm) – Giám đốc Sài Gòn về kết quả đạt được 6 tháng đầu năm 2015

With the rapid pace of development in all fields, South CEN Group is gradually gaining a strong position in Ho Chi Minh real estate market. Overcoming initial challenges, South CEN GROUP is building both powerful workforce and enthusiastic leaders who jointly achieve major goals and projects step by step. Ra Khai had a quick interview with him about their achievements in the first 6 months of 2015.

**RK: Thưa anh, xin anh cho biết thành quả đạt được về mọi mặt của CEN miền Nam trong 6 tháng đầu năm 2015 là gì?**

**Mr. Longtm:** Với CENGROUP miền Nam, 6 tháng vừa qua thực sự là khoảng thời gian trải nghiệm và trưởng thành về mọi mặt. STDA miền Nam tuy còn non trẻ nhưng đã dần có chỗ đứng trong thị trường phân phối BĐS phía Nam, với quy mô nhân sự tăng trưởng 200% so với đầu năm, mở rộng thêm 4 văn phòng bán hàng với 2 Giám đốc Khu vực quản lý 2 team. Bên cạnh việc phân phối chuỗi dự án Mega của Khang Điền, The Park Residence, The Sun Avenue... STDA miền Nam đã hợp tác thêm với nhiều chủ đầu tư lớn trong và ngoài nước như Phát Đạt (chuỗi dự án mang thương hiệu The EverRich), Gamuda Land (Celadon City)... CENVALUE miền Nam giữ phong độ ổn định với doanh số đạt 118% so với mục tiêu đặt ra đầu năm. Tuy nhiên, với 6 tháng cuối năm, tôi kỳ vọng CENVALUE miền Nam sẽ có những quyết định bất phá để vượt khỏi "vùng an toàn" này. Riêng RSM miền Nam hiện đã bắt đầu đi vào ổn định với bộ máy mới. CEN PLUS miền Nam cũng đã bắt đầu có lợi nhuận trong 6 tháng đầu năm.

**RK: Những khó khăn, thử thách cũng như cơ hội của CEN Miền Nam trong giai đoạn hiện nay là gì thưa anh?**

**Mr. Longtm:** Lục lượng nhân sự trẻ và nhiệt huyết cùng thị trường tiềm năng là cơ hội để CEN miền Nam tạo được dấu ấn trong giai đoạn hiện tại. Hiện nay, thương hiệu

CENGROUP tại Sài Gòn đang dần được nhiều người biết đến hơn, cũng là lợi thế cạnh tranh để CEN Miền Nam làm việc với các đối tác. Tuy nhiên, khó khăn lớn nhất chính là làm sao khai thác và phát triển được nguồn nhân lực của CEN miền Nam trong khi thị trường TP.HCM là thị trường có sự cạnh tranh khốc liệt nhất về nhân sự. Hầu được vấn đề nhân sự là cốt lõi của một doanh nghiệp, CEN miền Nam đã cho ra đời phòng Phát triển Nguồn nhân lực để đào tạo chuyên sâu, xây dựng nền tảng nhân sự cho CEN Miền Nam.

**RK: Mục tiêu 6 tháng cuối năm của CEN miền Nam là gì? Liệu CEN miền Nam đã đủ tiềm lực để thực hiện mục tiêu đó?**

**Mr. Longtm:** Mục tiêu 6 tháng cuối năm của CEN miền Nam chính là việc hiện thực hóa việc đào tạo và phát triển đội ngũ nhân lực chuyên nghiệp, tài năng, song song với những mục tiêu về doanh thu cho từng đơn vị kinh doanh. Có thể nói, việc đầu tư vào chất xám để nâng cao chất lượng nhân sự sẽ là ưu tiên hàng đầu đối với CEN miền Nam. Hiện nay, ở các đơn vị trực thuộc CEN miền Nam, bộ khung chủ lực đã được hình thành và có người triển khai, mỗi leader đều có đầy là sự nghiệp của mình vì vậy mục tiêu đặt ra rất khả thi.

*Cảm ơn anh về cuộc phỏng vấn này!*

**RK: Could you please tell us about the achievements of South CENGROUP in all fields within the first six months of 2015?**

**Mr. Longtm:** In the first six months of 2015, South CENGROUP has had many experiences as well as growth in all respects. Despite the early age of South STDA, it has had a position in distribution real estate market of the South with 200 percent growth of human resources compared with the beginning of the year, four new sales offices along with 2 Regional Directors. In addition to distributing the Mega project of Khang Dien, The Park Residence, The Sun Avenue and so on, South STDA has cooperated with a lot of developers at home and abroad such as Phat Dat ("The EverRich" projects), Gamuda Land (Celadon City), etc. South CENVALUE has a steady performance with a revenue of up to 118 percent compared with the target set at the beginning of the year. In the second half of the year, I expect that South CENVALUE will have breakout to get out of this "safe zone". Southern CENPLUS also started gaining profit in the first half of the year.

**RK: What about the challenges and opportunities of South CENGROUP in this period?**

**Mr. Longtm:** Young and enthusiastic human resources together with the potential market are the chance for South CENGROUP to make the differences in this period.

Nowadays, the brand CENGROUP in Saigon is more widely known, which is the competitive edge for South CENGROUP to cooperate with other associates. However, the method of exploiting and developing the human resources is the most major difficulty. Because Ho Chi Minh market is the fiercest competition market in human resources. Understanding that the personnel is the core of a business, South CENGROUP introduced Human Resources Development Department to train intensively and create workforce foundation.

**RK: What are the objectives of South CENGROUP in the second half of the year? Does South CENGROUP have enough potential to accomplish those?**

**Mr. Longtm:** The objectives in the second half of the year of South CENGROUP are the realization of the training and development of professional human resources along with revenue targets for each sales unit. It can be seen that investment in the brain to improve the quality of human resources will be the top priority for South CENGROUP. Currently, in units directly under South CENGROUP, leaders and workforce are assigned. Each leader considers it as his career, as a result, these objectives are feasible.

*Thank you for this interview!*



# STDA

## MỞ RỘNG MẠNG LƯỚI TỐI CẤP TỈNH THÀNH

Ngoài Hà Nội, TP.HCM, có thêm Quảng Ninh, Đà Nẵng, Bình Dương.... Thu nhập bất động sản đang phát triển sôi động, còn lại nhiều tỉnh thành trên cả nước hầu như chưa được đầu tư và phát triển xứng tầm với tiềm năng của nó. Bằng hình thức "Franchise" cũng chiến lược mở rộng mạng lưới tới các tỉnh, STDA kỳ vọng, thu đẩy thị trường BĐS địa phương phát triển, xóa mọi rào cản địa lý trên toàn quốc.

Besides Hanoi, Ho Chi Minh City, real estate market is developing rapidly in Quang Ninh, Da Nang, Binh Duong and so on... while in other provinces, it has not been invested and developed as much as their full potential. Thanks to the form of "Franchise" along with the expansion network strategy to the provinces, STDA hopes to boost developing the local real estate market and removing geographic barriers nationwide.



# STDA

## EXPANDS NETWORK TO NORTHERN PROVINCES

**Franchise - Chuyển nhượng thương hiệu: Hồi mới không mới**  
Giữa tháng 7/2015, tại 137 Nguyễn Ngọc Vũ (Cầu Giấy, Hà Nội), lãnh đạo Hệ thống Siêu thị dự án Bất động sản STDA đã có buổi gặp gỡ, chia sẻ cũng các đơn vị doanh nghiệp bất động sản đến từ các tỉnh thành miền Bắc, nhằm đưa ra những hình thức hợp tác cũng phát triển.

Nội dung buổi thảo luận xoay quanh các vấn đề về việc hợp tác, các quy trình làm việc giữa STDA và các đại lý tại các tỉnh, các điều khoản cụ thể của hình thức Franchise - chuyển nhượng thương hiệu STDA. Trên thực tế, chúng ta đã chứng kiến nhiều thương vụ chuyển nhượng thương hiệu với cùng thành công như: McDonald, KFC, Dilmah.... Đó thực chất là chuyển nhượng quyền kinh doanh một số sản phẩm, mặt hàng đi kèm với chuyển giao công nghệ, bí quyết bán hàng giá cả đặc sắc. Loại hình kinh doanh này được một số công ty của Canada, Mỹ, châu Âu thực sự ưa chuộng và rất phổ biến đối với người tiêu dùng ở xứ sở Bắc Mỹ. Các doanh nghiệp Canada áp dụng hình thức kinh doanh này trên 40 lĩnh vực khác nhau, từ bán hoa tươi đến giặt là, bán hàng tự động cho đến ăn uống, khách sạn, du lịch.

Tại Việt Nam hình thức nhượng quyền thương hiệu và cho thuê thương hiệu cũng kinh doanh biểu hiệu trong năm 2009. Dựa trên thương hiệu kinh doanh đã được khẳng định trên thị trường, các đại lý sẽ tiếp tục các hoạt động của mình mà không tốn kém thời gian, công sức trong việc đầu tư chi phí vào việc xây dựng thương hiệu mới cũng như tiết kiệm đáng kể chi phí quảng cáo, xúc tiến bán hàng.

Thị trường Việt Nam cũng chứng kiến một số thương hiệu áp dụng hình thức kinh doanh này thành công như: Trung Nguyen, Phố 24, Kinh Đô.... Đây đều là những thương hiệu đại diện cho ngành thực phẩm, ăn uống, công nghệ điện tử thì chưa có nhiều, đặc biệt là đối với lĩnh vực bất động sản thì đến nay vẫn chưa có thương hiệu nào áp dụng mô hình kinh doanh này. Bởi vậy, việc mở rộng và phát triển kinh doanh theo hình thức chuyển nhượng thương hiệu của Hệ thống Siêu thị dự án Bất động sản STDA được coi là bước chuyển biến mới về "đ" trên thị trường BĐS Việt Nam.

**Franchise: A new business form in Vietnam but popular in the world**

In the middle of July 2015 at 137 Nguyễn Ngọc Vũ Street (Cau Giay District, Hanoi), leaders of STDA had a cordial meeting to share and introduce the form of cooperation and development with property enterprises from Northern provinces.

The content of the meeting is about the cooperation, the workflow and specific forms of STDA franchise between STDA and agencies in the provinces. In fact, many franchises have been successfully carried out such as: McDonald, KFC, Dilmah and so on. Actually, it is the franchise of some products along with technology and sales secrets among associates. This type of business is very popular in Canada, the U.S, Europe, especially in North America. Canadian businesses have applied this form in 40 different fields from selling fresh flowers, laundry, vending, dining, hotels to tourism.

In Vietnam, the form of franchise began to develop and has become a typical business trend since 2009. Based on a well-known brand in the market, agencies will continue their operations without costly time and effort in building a new brand. In addition, they significantly save the cost for advertising and sale promotion.

Some brands in Vietnam have successfully applied the form of franchise such as Trung Nguyen, Pho 24, Kinh Do and etc. Most of them are representative brands of the food industry. Meanwhile, the service industry has not applied yet, especially the real estate sector. Therefore, expanding and developing the business in the form of STDA franchise will be considered as a new trend in Vietnam real estate market.

**Thị trường Bất động sản "Phẳng" với "Nhượng quyền thương hiệu"**

Hệ thống Siêu thị dự án Bất động sản STDA hiện có 8 siêu thị tại Hà Nội, 5 siêu thị tại Miền Nam, 1 siêu thị tại Miền Trung, tổng số gần 2.000 chuyên viên kinh doanh. Với quy mô lớn, lực lượng nhân sự vào đông và lương vừa phải, chất lượng dịch vụ tốt, STDA được hơn 30 chủ đầu tư bất động sản lớn trong nước và quốc tế lựa chọn để hợp tác.

Doanh thu trung bình hàng tháng mang phân phối đến từ phía chủ đầu tư lên tới 5.000 tỷ đồng. Thu nhập trung bình của nhân viên toàn hệ thống là 23 triệu đồng/người/tháng.

Trong tầm nhìn chiến lược đến năm 2020 của mình, Hệ thống Siêu thị dự án Bất động sản STDA đặt ra mục tiêu không chỉ đứng đầu lĩnh vực phân phối tiếp thị BĐS của Việt Nam mà còn phải chiếm mặt tại Đông Nam Á, châu Á.

STDA trở thành đơn vị phân phối BĐS hàng đầu Việt Nam hiện nay bởi có những thế mạnh riêng mình, được sự hỗ trợ đặc biệt từ các đơn vị dịch vụ liên quan như: Đơn vị tư vấn, thiết kế nội thất CENPLUS; Đơn vị cung cấp văn tài chính VFM; Đơn vị thẩm định giá CENVALUE; Đơn vị cung cấp giải pháp, chiến lược Marketing toàn diện RSM.... STDA đang ngày càng khẳng định được vị thế của mình trên thị trường BĐS miền Bắc nói riêng và cả nước nói chung.

Với những phương thức kinh doanh đặc biệt, có sự sang tạo và thường xuyên cập nhật những xu hướng mới của thế giới, Hệ thống Siêu thị dự án Bất động sản STDA sẽ là lựa chọn hàng đầu cho những đơn vị muốn nhân nhượng quyền thương hiệu trong lĩnh vực bất động sản.

Mục tiêu rõ ràng và mô hình doanh thu hình thức chuyển nhượng thương hiệu STDA đã được các đại lý đánh giá và nhận được cũng lúc kết nối được với những khách hàng có nhu cầu ở thực trên quy mô địa lý rộng lớn hơn nhiều so với hình thức: giúp khách hàng thỏa mãn nhu cầu lựa chọn mua để ở, mua để đầu tư... tại nhiều khu vực địa lý, vùng miền khác nhau một cách đơn giản... Áp dụng mô hình mới này, thị trường Bất động sản thực sự trở nên một thị trường phẳng, minh bạch và đầy hứa hẹn.

**Real estate is "flat" thanks to "franchise"**

Novadays, STDA includes 08 supermarkets in Hanoi, 04 supermarkets in the South and 01 supermarket in the Central with the total of 2,000 salespeople. With a large scale and strong workforces in terms of quantity and quality, STDA has been assigned by over 30 domestic and international property developers.

The average revenue in selling and marketing projects from the developers has amounted to 5,000 billion Vietnam dong. The average income of employees throughout the system has reached 23 million Vietnam dong per person a month.

In the strategic vision to 2020, STDA has aimed to lead in selling and marketing real estate projects not only in Vietnam but also Southeast Asia and Asia.

Thanks to its own strength and support from relevant service units like CENPLUS interior design and construction company, VFM financial advisory firm, CENVALUE valuation company and RSM providing comprehensive marketing strategy solutions, STDA has become the leading agent in selling and marketing real estate projects in Vietnam. Especially, STDA has been proving its position in the real estate market in the North in particular and all over the country in general.

With special business methods, creativity and regular update of new trends worldwide, STDA will be the first choice when the agents want to become franchisees in the field of real estate.

With the expansion of business scale in the form of franchise, STDA will help developers to increase benefits as well as connect to real customers easily and quickly in larger geographical scales, besides, STDA also helps customers to have more choice in buying and investing in real estate products in geographical areas and different regions easily. Applying this new form, the real estate market will become a "flat", transparent and potential market.



### Thị trường Bất động sản "Phẳng" với "Nhượng quyền thương hiệu"

Hệ thống Siêu thị dự án Bất động sản STDA hiện có 8 siêu thị tại Hà Nội, 5 siêu thị tại Miền Nam, 1 siêu thị tại Miền Trung, tổng số gần 2.000 chuyên viên kinh doanh. Với quy mô lớn, lực lượng nhân sự và vốn đồng và lương của mạnh và chất, STDA được hơn 30 chủ đầu tư bất động sản lớn trong nước và quốc tế lựa chọn để hợp tác.

Đoàn thị trường bình tĩnh nâng mức phân phối đến từ phía chủ đầu tư lên tới 5.000 tỷ đồng. Thu nhập trung bình của nhân viên toàn hệ thống là 23 triệu đồng/người/tháng.

Trong tầm nhìn chiến lược đến năm 2020 của mình, Hệ thống Siêu thị dự án Bất động sản STDA đặt ra mục tiêu không chỉ đứng đầu lĩnh vực phân phối tiếp thị BĐS của Việt Nam mà còn phát triển mạnh tại Đông Nam Á, châu Á.

STDA trở thành đơn vị phân phối BĐS hàng đầu Việt Nam hiện nay bởi có những thế mạnh riêng mình, được sự hỗ trợ đặc lực từ các đơn vị dịch vụ liên quan như: Đơn vị thi công, thiết kế nội thất CENPLUS; Đơn vị cung cấp tư vấn tài chính VFM; Đơn vị thẩm định giá CENVALUE; Đơn vị cung cấp giải pháp, chiến lược Marketing toàn diện RSM... STDA đang ngày càng khẳng định được vị thế của mình trên thị trường BĐS miền Bắc nói riêng và cả nước nói chung.

Với những phương thức kinh doanh đặc biệt, có sự sáng tạo và thường xuyên cập nhật những xu hướng mới của thế giới, Hệ thống Siêu thị dự án Bất động sản STDA sẽ là lựa chọn hàng đầu cho những đơn vị muốn nâng cao quyền thương hiệu trong lĩnh vực bất động sản.

Mặc dù rằng quy mô kinh doanh theo hình thức nhượng quyền thương hiệu, STDA đã được chủ đầu tư đã dành và dành công sức cũng như kinh phí để phục vụ những khách hàng có nhu cầu ở thực trên quy mô địa lý rộng lớn hơn nhiều so với hiện tại; giúp khách hàng thỏa mãn nhu cầu lựa chọn mua để ở, mua để đầu tư... tại nhiều khu vực địa lý, vùng miền khác nhau một cách đơn giản... Áp dụng mô hình mới này, thị trường Bất động sản thực sự trở nên một thị trường phẳng, minh bạch và đầy hứa hẹn.

**Real estate is "flat" thanks to "franchise"**

Nowadays, STDA includes 08 supermarkets in Hanoi, 04 supermarkets in the South and 01 supermarket in the Central with the total of 2,000 salespeople. With a large scale and strong workforce in terms of quantity and quality, STDA has been assigned by over 30 domestic and international property developers.

The average revenue in selling and marketing projects from the developers has amounted to 5,000 billion Vietnam dong. The average income of employees throughout the system has reached 23 million Vietnam dong per person a month.

In the strategic vision to 2020, STDA has aimed to lead in selling and marketing real estate projects not only in Vietnam but also Southeast Asia and Asia.

Thanks to its own strength and support from relevant service units like CENPLUS interior design and construction company, VFM financial advisory firm, CENVALUE valuation company and RSM providing comprehensive marketing strategy solutions, STDA has become the leading agent in selling and marketing real estate projects in Vietnam. Especially, STDA has been proving its position in the real estate market in the North in particular and all over the country in general.

With special business methods, creativity and regular update of new trends worldwide, STDA will be the first choice when the agents want to become franchisees in the field of real estate.

With the expansion of business scale in the form of franchisee, STDA will help developers to increase benefits as well as connect to real customers easily and quickly in larger geographical scales. Besides, STDA also helps customers having more choice in buying and investing in real estate products in geographical areas and different regions easily. Applying this new form, the real estate market will become a "flat", transparent and potential market.

# I choose to dedicate myself to CENGROUP!

In the afternoon of Hanoi with light wind, Ra Khoi Editorial Board receives plenty of emails from Ceners. We understand that love for CEN is a spiritual feeling not just in our heart but also in the heart of those who are or used to be the members of CENGROUP. Let's feel that love through authentic but extremely warm articles Ceners who are living and working both.

Chiều Hà Nội gió mơn man, nhận được thật nhiều email gửi bài cho Ra Khoi của ACE nhà CEN. Chúng tôi hiểu rằng, tình yêu với CEN là một tình cảm thiêng liêng mà không chỉ chúng tôi mà tất cả những ai đã, đang và sẽ là cư dân nhà CEN đều mang trong mình.

Hãy cùng BBT Ra Khoi cảm nhận tình yêu ấy qua những gong văn chân thực, những công việc cũng ấm áp của cư dân nhà CEN, từ Bắc vào Nam gửi về cho chúng tôi thông qua nhé

## Tôi lựa chọn công hiến cho CEN!

NIKITITAN



Mình bắt đầu "hen hò" với CEN từ tháng 03.2014, tính ra cũng được 1 năm 4 tháng rồi. Từ những ngày đầu khi mới tiếp xúc mình rất ngại, vì đại gia đình CEN có quá nhiều công ty thành viên. Mình phải học làm quen lần lượt, phải cố gắng nhớ để không lẫn lộn các đơn vị thành viên với nhau. Tuy nhiên mình đã may mắn khi được ACE nhà CEN miền Nam tân tình giúp đỡ, các anh chị Phòng Kế toán Tập đoàn dù đi xa nhưng hỗ trợ, chỉ bảo mình rất tận tình. Điều này khiến mình dễ dàng tiếp xúc và nhanh quen với công việc hơn.

Về môi trường làm việc thì phải nói quá tuyệt vời. Hầu như ở CEN các nhân sự còn khá trẻ (đặc biệt tính năm 89 nhưng khi gia nhập cũng thuộc dạng giai giai D). Vậy nên có người làm việc rất nhiệt huyết, trẻ trung và sôi nổi. Mình là người miền Trung, khi vào làm thì trong phòng Tohō cũng toàn là người miền Trung, thoải mái "mò tờ rắng rúa". Chính vì những điều đó khiến thời gian đầu "hen hò" với CEN mình rất dễ thân quen và nhanh chóng hòa nhập. ACE nhà CEN làm việc vô cùng háng say và tập trung, nhưng cũng vui chơi hết mình. Vào CEN rồi mình mới cảm nhận được văn hóa ACNM (ăn chớ nháy mắt) cũng sơ sơ đi ra sao.

Sau thời gian làm quen thì cũng là lúc mình bắt đầu tăng tốc làm việc. STDA lúc mình vào làm chỉ mới 5, 6 anh chị nhân viên kinh doanh Miền Bắc, sau đó tổ bộ tăng và phát triển mạnh. Nhân sự tăng nhanh cũng với nhiều dự án được mang về. Điều này khiến khối lượng công việc nhiều hơn, có nhiều vấn đề về chuyên môn phát sinh và cũng tự dưng mình dần làm quen với khối nhiệm "xiết". Quả thật thời gian đó mình cũng gặp khá nhiều khó khăn khi giải quyết các vấn đề phát sinh: Về quy trình, về các quy định, về con người và về sự khác biệt giữa cách làm việc miền Nam - miền Bắc... Tính cách nhân viên kinh doanh ở miền Nam thì sôi nổi và "bốc" hơn miền Bắc. Chính vì vậy khi gặp chuyện gì ngoài ý muốn, ACE cũng thể hiện sự cương quyết và mạnh mẽ hơn... Không chỉ ở phòng kế toán mà ở các phòng ban khác cũng vậy, lúc này đòi hỏi Ban Lãnh đạo công ty phải điều chỉnh các quy định, quy trình để phù hợp với môi trường hiện tại. Rất may sau đó mới

chuyện đó ổn và mình cũng vào guồng được.

Để vượt qua những khó khăn đó, ngoài việc nhận được hỗ trợ của các ACE đồng nghiệp thì mình cũng nhận được sự chia sẻ và giúp đỡ của gia đình rất nhiều. Mình mới lập gia đình, tuy nhiên thời gian để chăm sóc gia đình nhỏ của mình không có nhiều vì những buổi tăng ca, những dịp mở bản cuối tuần triển miến... Nhưng thật may mắn vì chồng của mình rất hiểu và cảm thông cho mình nên dù vậy nên cũng giúp đỡ để mình nhàn tưng làm việc. Điều này khiến mình an tâm và yên lòng hơn. Mình rất biết ơn chồng về điều ấy.

Được làm việc ở CEN khiến mình thấy trưởng thành hơn rất nhiều, được và tham, được học cách giải quyết vấn đề, được thấy mình lớn hơn trong sự nghiệp và cả trong công việc. Trong suốt thời gian làm việc ở CEN, mình cũng từng mắc lỗi hay phạm phải sai lầm, tuy nhiên qua đó thì mình cũng rút ra được nhiều kinh nghiệm cho bản thân và cũng cấp học rất nhiều. Trước đây mình hay "mò uế" khi gặp chuyện, nhưng giờ thì khác, đó hơn nhiều rồi (h).

Sau hơn 1 năm gắn bó với CEN, mình rất vinh dự khi đã được công tin tưởng và ghi nhận những cố gắng của mình khi lần tiếp 2 mùa trao mình giải Golden của danh hiệu Silver warrior. Đây là món quà tinh thần vô cùng lớn lao, nó khiến mình cố gắng nhiều hơn nữa để xứng đáng với danh hiệu ấy và có thể hỗ trợ mọi người tốt hơn. Danh hiệu này không phải là đích đến cuối cùng của mình mà nó là động lực để mình nỗ lực và Phòng kế toán Miền Nam nói chung ngày càng cố gắng hơn, hoàn thiện hơn và nghiệp vụ cũng như cách xử lý tình huống.

Có thể mình không còn có đơn như lúc đầu nữa rồi, ở phòng kế toán Miền Nam mình đã có thêm 4 đồng nghiệp, mọi người cũng nhau hỗ trợ công việc khá tốt. Mọi người xem nhau như gia đình, có gì thì báo ban nhau, yêu thương và giúp đỡ nhau; giờ ăn trưa của mình có thêm nhiều niềm vui và tiếng cười. Mình yêu CEN và cảm ơn CEN vì đã "dáp" lại tình yêu của mình.

*Bạn Trương Hồng Ngọc - Phòng Kế toán CENGROUP miền Nam.*

**I**t is 1 year 4 months since I started "dating" with CENGROUP in March 2014. From the early days, I was embarrassed because the CEN has so many member companies. I must learn a lot and try to remember member units. However, it was lucky for me that many coworkers of South CENGROUP, especially staff in Accounting Department in the North supported me a lot. Thanks to this, I could be easily familiar with my work. The working environment at CENGROUP is really great for me. Almost all Ceners are quite young (I was born in 1989 and am older than many colleagues). So, they work very enthusiastically here. I come from the Central, and my colleagues in TOHO are, too. Therefore, it is not hard for me to adapt to the new working environment. At CENGROUP, all staff work energetically and play passionately. Only when I work at CENGROUP do I feel its interesting culture.

After a short time, I speeded up working. When I started working at STDA, it had only about 5 employees who come from the North to the South. After that, with rapid development, the number of human resources and projects as well increases sharply. This forced us to work more and sometimes face stress. Honestly speaking, that time I also met many difficulties in resolving arising problems such as the procedures, regulations, human resources and differences between the working way of South and North staff. For example, salespeople or even accountants from the South are always more righteous and "impulsive" than those from the North. Therefore, when experiencing something unintended, they will also express strong determination. Therefore, Board of Directors must adjust the regulations and procedures

to be suitable with the current staff. Fortunately, then everything was ok and I also adapted to my tasks.

In order to overcome these difficulties, I received the support from my colleagues. I included lots of share and help from my family. I have just got married, but I was not able to spend more time taking care of my family because of overtime hours, sales events at weekends, etc. But, it is luck for me when my husband understands and sympathizes with me. He usually helps me do housework. This makes me feel peace of mind indeed. I am grateful to him for that. When working at CENGROUP, I find myself more mature. I have better communication and problem-solving skills, actually get better in mind and my work as well. Working here, I have also made so many mistakes, but thanks to those, I myself have more experience and become more mature. Previously, I used to cry, but now I do not.

After more than 1 year working at CENGROUP, I am honored to receive Gold Warrior award in 2 consecutive seasons. For me, it is a glorious award that makes me try more to deserve this title and support others better. This title is not my final destination but it is motivation for me in particular and Accounting Department in general to work harder in any situation. Now I no longer feel lonely since in Accounting Department of South CENGROUP, I have 4 more colleagues. We usually support one another not only in our work but also in daily life. We are a small family in a big family CENGROUP. I love and thank the CEN very much for loving me.

*Trương Hồng Ngọc - Accounting Department of South CENGROUP*



**THANK  
CENGROUP  
FOR YOUR  
LOVE!  
CẢM ƠN  
CEN VÌ ĐÃ  
YÊU MÌNH**

# TIN CÁNH GÀ GOSSIP NEWS



Mùa người lang chức nữ nhà CEN gặp nhau  
Tuyển vợ cho MC đẹp trai nhất Tập đoàn

Có tài nói chuyện dễ nghe  
Đẹp trai, "tử tế", một lòng thủy chung  
Đẳng cao người mẫu Tây Âu  
Bụng cơ "chúi chin", ngực nở nở nang

Ra Khởi tuyển vợ cho Anh  
Tiêu chuẩn chỉ có thế này thôi nha  
Tuổi độ 9x quay đầu  
Chưa chồng, chính thức vẫn là đơn thân  
Vòng một không được siêu nhân  
Cằm kè, cằm độn, thêm phần đoan trang  
Vòng hai eo thon nhẹ nhàng  
Vòng ba quyến rũ, săn săn sinh con  
Chiều cao cảm được hảo hán  
Cao một mét sáu vẫn còn cơ đứ

Hỡi các cô gái đoan trang  
Cần tuyển vợ gấp, các nàng biết không?  
Mùa thu nên cưới vợ chồng  
Cả náo đang 6, nhanh không lại buồn  
Hôm nay đăng tuyển vợ luôn  
Tuyển trong một tháng, đóng khuôn duyệt liền./.

"Đoàn đại biểu cấp cao" do  
bộ tài nhà CEN đã giúp  
đẩy vịnh tại các phòng ban  
tốt hơn



Tại CEN, ở "bùn" là phải có toa-lét,  
vệ sinh sân và lau cửa kính. Theo  
đó, với phương châm "cải phòng  
cải lối & góc... làm việc", vẫn  
đều giữ gìn vệ sinh luôn được các cấp cao của  
nhà CEN coi trọng và để ý. Bằng chứng,  
trung tuần tháng 7 vừa qua, trong một  
cuộc "dò bả" của đoàn "đại biểu" cấp nhơn  
của nhà CEN đến các "đại bủn doanh" trong  
Tập đoàn. Theo ghi nhận của Cảnh gà,  
trong thời gian chưa đầy 3 nốt nhạc, tính  
từ lúc các "đại bủn" điệt chân tới đại sảnh,  
toàn bộ các "đại bủn doanh" điệt bụi không  
còn nữa hạt, giấy vụn gọn vào khuôn, cửa  
kính sáng như gương, sân sạch bóng sáng  
bóng. Với những tiến bộ như trên, chúng  
tôi dự đoán, ngoài công việc chính là bán  
hàng, các Cener còn có thể kinh doanh dịch  
vụ dọn vệ sinh, cảnh tranh với những công  
ty môi trường hàng đầu hiện nay.

STDA xuất hiện "đại gia" mới

Với mục đích "tân tỉnh", "cưa đổ" các chủ đầu tư "khủng", một  
đại gia... ngầm của STDA đã quyết định... "nổi" bằng cách sắm  
siêu xe "soang" và "ch hoành", đời mới nhất của dòng Audi. Dự  
báo, sự đầu tư của đại gia mới nổi này sẽ "sàn mặt" được vài  
đô thủ, "hú" và những hợp đồng cực chốt, làm dài, thật dài thêm sức  
những tỷ phú của nhà CEN do chủ nhân mục Cảnh gà bình chọn.  
Đồng thời, em xê "hịn" của vị đại gia nọ có thể sẽ gây ra hiện tượng  
tắc đường tại 137 Nguyễn Ngọc Vũ trong thời gian tới đây do lượng  
"chân dài" ngưỡng mộ, thêm chúng đố về ngày càng nhiều. Hãy cùng  
Cánh gà "hóng" tin và kiểm chứng!



Đại hội 0 lý póc toàn CEN  
sắp diễn ra

Nhằm giúp các ACE nhà CEN "giãn gân khòe cổ" sau những giờ  
làm việc căng thẳng tại văn phòng, "hài quật" và tạo dấu ấn  
đến giúp các "mầm" thì thao nhà CEN được phát triển, Đại hội 0  
lý póc thì thao toàn CEN chính thức được diễn ra trong tháng  
8 này. Đây cũng chính là cơ hội để các ACE nhà CEN được giao lưu, trao  
đổi, học hỏi và cạnh tranh trí - sức với nhau. Được biết, Đại hội này  
sẽ gồm những môn thể thao độc đáo, dù để các ACE được tự nổi trong  
nước, được chày hüt hüt, được nghỉ một chút & được dịp nung tay.  
Không phân biệt lớn - bé, già - trẻ, nam - nữ, miễn khỏe mạnh và đủ  
tự tin là các ACE đều có thể đăng ký tham dự. Ai có sức dùng sức, ai có  
trí dùng trí, không có gì thì tham gia có vũ cho xóm tu. Hãy cùng Cảnh gà  
chờ đón những diễn biến tiếp theo của kỳ 0 lý póc năm nay nhé!



# ÔNG NHÒM CEN

HOME

PROFILE

PICTURE



Dân CEN tại Hội nghị chiến lược 6 tháng đầu năm  
2015



Dân CEN tại Hội nghị chiến lược 6 tháng đầu năm  
2015



Khách hàng hào hứng tham dự phần chơi do MC dẫn  
đắt



Lễ vinh danh CEN Awards 2015 - Đà Nẵng



Dân chụp ảnh rất ít khi có bức ảnh đẹp



Đà Nẵng! Về cơ bản là vui!



Hội trường Miss Bikini 2015



Khí dân CEN đi thì An văn

- 
1. Biểu tượng của Singapore là gì?  
a. Khách sạn Marina Bay Sands  
b. Tượng Sư tử biển Merlion  
c. Đảo Sentosa  
d. Amy Wee
  2. Món ăn nào nổi tiếng gắn liền với đất nước Singapore?  
a. Bún chả  
b. Pizza  
c. Cua sốt tương ớt kiểu Singapore (Chili crab)  
d. Bánh burger phô mai
  3. Ai là Thủ tướng đầu tiên của Singapore?  
a. Narendra Modi  
b. Lý Thường Kiệt  
c. Lý Quang Diệu  
d. Stamford Raffles
  4. Ai là người thành lập ra quốc đảo Singapore xinh đẹp?  
a. Thomas Stamford Raffles  
b. Theodore Roosevelt  
c. Vua Geogre IV  
d. Vua Rama IV Chulalongkum
  5. Cơ cấu dân số tại Singapore:  
a. 70% người gốc Trung Quốc, 15% - Malay, 9% - Ấn Độ, 6% - dân tộc khác  
b. 70% - người gốc Ấn Độ, 15% - Trung Quốc, 9% - Malay, 6% - dân tộc khác  
c. 70% - người gốc Malay, 15% - Ấn Độ, 9% - Trung Quốc, 6% - dân tộc khác  
d. 100% người gốc Trung Quốc
  6. Ngôn ngữ chính của Singapore là gì?  
a. Tiếng Malaysia  
b. Tiếng Trung  
c. Tiếng Anh  
d. Tiếng Ấn Độ
  7. Loại hình nhà ở nào 80% người dân Singapore lựa chọn sinh sống?  
a. Biệt thự  
b. Chung cư  
c. Nhà ở công  
d. Khách sạn
  8. Lễ hội quan trọng nhất ở Singapore là gì?  
a. Giáng sinh  
b. Lễ hội tế thần Hari Raya  
c. Tết Nguyên Đán  
d. Lễ hội ánh sáng Deepavali
  9. Khu mua sắm nổi tiếng của Singapore là gì?  
a. Khu Tiểu Ấn (Little India)  
b. Đại lộ Orchard  
c. Đường Geylang  
d. Đảo Sentosa
  1. What is the icon of Singapore?  
a. Marina Bay Sand  
b. Merlion  
c. Sentosa  
d. Amy Wee
  2. What food is associated to Singapore?  
a. Bun Cha  
b. Pizza  
c. Chili Crab  
d. Cheese burger
  3. Who was the first Prime Minister of Singapore?  
a. Narendra Modi  
b. Ly Thuong Kiet  
c. Lee Kuan Yew  
d. Sir Stamford Raffles
  4. Who founded Singapore?  
a. Sir Thomas Stamford Raffles  
b. Sir Theodore Roosevelt  
c. King Geogre IV  
d. King Rama IV Chulalongkum
  5. What are 4 major races Singapore is made of?  
a. 70% Chinese, 15% Malaysian, 9% Indian, 6% others  
b. 70% Indian, 15% Chinese, 9% Malaysian, 6% others  
c. 70% Malaysian, 15% Indian, 9% Chinese, 6% others  
d. 100% Chinese
  6. What is the first language of Singapore?  
a. Malaysian  
b. Mandarin  
c. English  
d. Indian
  7. Where do 80% of Singaporean live in?  
a. Villas  
b. Condominium  
c. Government housing  
d. Hotel's
  8. What is the most celebrated festival of Singapore?  
a. Christmas  
b. Hari Raya  
c. Chinese New Year  
d. Deepavali
  9. What is the main shopping stretch of Singapore?  
a. Little India  
b. Orchard Road  
c. Geylang  
d. Sentosa