

AGAD  
*CREDENTIALS*  
2025


1 *VỀ AGAD*

2 *CÁC DỊCH VỤ*

3 *NHỮNG ĐIỂM ĐỘC ĐÁO*

4 *DỰ ÁN TIÊU BIỂU*

5 *LIÊN HỆ*



Tại AGAD – Avant-Garde Art Development, chúng tôi tin rằng nghệ thuật không chỉ là **giá trị thẩm mỹ**, mà còn là **một giải pháp đầy hiệu quả và bền vững** để tháo gỡ những bài toán kinh doanh phức tạp.

VỀ  
*CHÚNG TÔI*



Không chỉ đơn thuần cung cấp dịch vụ; chúng tôi đồng sáng tạo với doanh nghiệp để cùng thiết kế các giải pháp nghệ thuật mang lại kết quả bất phá. Với tiêu chuẩn khắt khe và sự tận tâm tuyệt đối, chúng tôi xây dựng những kết nối chiến lược giữa hình ảnh thương hiệu với các giá trị của nghệ thuật: **sáng tạo, bền bỉ, tinh tế, trau chuốt và trân trọng thẩm mỹ.**

Nhờ các giải pháp nghệ thuật được thiết kế chuyên biệt, thương hiệu sẽ **định hình dấu ấn riêng, thu hút công chúng, chạm đến nhóm khách hàng tinh hoa, nâng tầm uy tín, và tạo lợi thế cạnh tranh bền vững.**

VỀ  
*CHÚNG TÔI*



## CAM KẾT VỀ SỰ HOÀN HẢO CỦA CHÚNG TÔI LÀ TUYỆT ĐỐI.

Mỗi giải pháp của AGAD được xây dựng bằng tư duy sáng tạo sắc bén, được thực thi chu đáo với sự chuẩn xác, và được đo lường chặt chẽ để mang lại những kết quả rõ rệt.

VỀ  
*CHÚNG TÔI*



**Thiết lập & Vận hành  
Không gian – Dự án Nghệ thuật**

**Tổ chức Sự kiện Nghệ thuật**

**Truyền thông Thương hiệu  
bằng Nghệ thuật**

**Phát triển Chiến lược  
Thương hiệu cho Nghệ sĩ**

**Xây dựng Hồ sơ Du học  
Nghệ thuật & Sáng tạo**

*SẢN PHẨM &*

*DỊCH VỤ*



## SÁNG TẠO

Với nghệ sĩ trong đội ngũ và mạng lưới gắn bó với các giám tuyển, nhà phê bình, họa sĩ, điêu khắc gia, nhiếp ảnh gia, nhạc sĩ, đạo diễn, nhà văn, cùng những lĩnh vực khác như mùi hương và chuyển động cơ thể, chúng tôi mang đến những ý tưởng độc đáo và tạo ra tầm ảnh hưởng xứng đáng với đầu tư của khách hàng.

## HIỆU QUẢ

Với đội ngũ chuyên gia dày dặn kinh nghiệm trong nghệ thuật, truyền thông, vận hành và sản xuất, mỗi giải pháp của chúng tôi được thiết kế một cách tổng thể, tối ưu hoá hiệu quả và chi phí khi làm việc với các bên thứ ba.

## PHÙ HỢP

Với sự thấu hiểu, mỗi giải pháp sẽ được tùy chỉnh theo xu hướng thị trường, mục tiêu dài hạn, nhu cầu ngắn hạn và khả năng của doanh nghiệp.

*NHỮNG ĐIỀU KHIẾN CHÚNG TÔI*

*KHÁC BIỆT*



CÁC  
*DỰ ÁN*

*THIẾT LẬP & VẬN HÀNH*  
***KHÔNG GIAN - DỰ ÁN NGHỆ THUẬT***

# **AGAD x T&A Ogilvy**

*Art In The Office - Biến không gian văn phòng thành một gallery sống động*

*THIẾT LẬP & VẬN HÀNH  
KHÔNG GIAN - DỰ ÁN NGHỆ THUẬT*

### **Bối cảnh:**

Là đối tác lâu năm của T&A Ogilvy, AGAD đồng hành cùng agency trong ba mùa liên tiếp của Art In The Office, một sáng kiến đưa nghệ thuật đương đại vào không gian làm việc. Dưới định hướng nghệ thuật của Noirfoto Gallery, AGAD chịu trách nhiệm thiết lập và vận hành không gian nghệ thuật ngay bên trong trụ sở của agency.

Mục tiêu của dự án không chỉ đơn thuần là trang trí văn phòng, mà còn để nghệ thuật hoà vào không khí làm việc hằng ngày – hiện diện như một nguồn cảm hứng thị giác, phản ánh tinh thần sáng tạo của đội ngũ.

### **Vai trò của AGAD:**

Phối hợp chặt chẽ với Noirfoto Gallery, AGAD đảm nhiệm toàn bộ các hạng mục vận hành để nghệ thuật cùng hoà vào một không gian làm việc sống động.

THIẾT LẬP & VẬN HÀNH  
KHÔNG GIAN - DỰ ÁN NGHỆ THUẬT



## 1. Thiết lập Không gian Nghệ thuật & Triển khai Tại chỗ:

AGAD chuyển đổi một số khu vực trong văn phòng thành không gian trưng bày, thông qua:

- khảo sát và lập kế hoạch bố trí tác phẩm,
- điều chỉnh bố cục không gian để định hướng dòng chảy thị giác,
- bố trí ánh sáng để làm nổi bật các tác phẩm,
- lắp đặt và treo tác phẩm tại nhiều điểm chạm trong văn phòng.

## 2. Tích hợp Nghệ thuật vào Không gian làm việc thường ngày

Các tác phẩm được trưng bày và lắp đặt tại khu làm việc và không gian chung, giúp văn phòng vận hành như thường lệ nhưng vẫn duy trì sự hiện diện xuyên suốt của nghệ thuật.

## 3. Buổi Giao lưu cùng Nghệ sĩ

AGAD còn hỗ trợ tổ chức các buổi gặp gỡ ngay trong văn phòng, nơi các nghệ sĩ tham gia chia sẻ về thực hành và quy trình sáng tạo của họ, mang đến cho đội ngũ những góc nhìn độc đáo, hiếm có trong môi trường doanh nghiệp.

## 4. Phối hợp với Bộ phận Truyền thông Nội bộ

AGAD làm việc cùng đội ngũ HR và truyền thông của T&A Ogilvy để đưa sáng kiến này vào các thông điệp nội bộ, giúp nghệ thuật trở thành một điểm chạm văn hoá quen thuộc đối với nhân viên.

THIẾT LẬP & VẬN HÀNH  
KHÔNG GIAN - DỰ ÁN NGHỆ THUẬT

## **KẾT QUẢ: MỘT YẾU TỐ VĂN HOÁ ĐẶC SẮC TRONG AGENCY**

Qua ba mùa liên tiếp, Art In The Office dần trở thành một phần quen thuộc trong bản sắc không gian làm việc của T&A Ogilvy.

Sự hiện diện của nghệ thuật đã làm mới nhịp tương tác hằng ngày, thổi sức sống vào các không gian chung và tạo cảm giác gắn kết mạnh mẽ hơn trong đội ngũ.

Bằng việc hỗ trợ thiết lập và vận hành dự án, AGAD giúp agency duy trì một môi trường làm việc chín chu, giàu chất sáng tạo và phù hợp với văn hoá thương hiệu – minh chứng cho cách nghệ thuật có thể nâng tầm bản sắc của không gian doanh nghiệp một cách hiệu quả.

THIẾT LẬP & VẬN HÀNH  
KHÔNG GIAN - DỰ ÁN NGHỆ THUẬT



# ***NỐI – Triển lãm Nhiếp ảnh Được lồng ghép vào không gian làm việc***

*Art In The Office - Biến không gian văn  
phòng thành một gallery sống động*

*THIẾT LẬP & VẬN HÀNH  
KHÔNG GIAN - DỰ ÁN NGHỆ THUẬT*

### **Bối cảnh:**

“NỐI” là một triển lãm cộng đồng thuộc Noirfotocontest2024, mùa thứ sáu của Noirfotocontest – một sáng kiến phát triển nghệ thuật, được làm thường niên của NoirfotoGallery từ 2020 đến nay. Sáng kiến này được vận hành và khai thác thương mại bởi AGAD, và cố vấn nghệ thuật bởi NoirfotoGallery.

Triển lãm “NỐI” khai mở cách nghệ thuật hiện diện trong nhịp sống thường nhật của một văn phòng làm việc, gợi nhắc rằng nghệ thuật không cần một gallery truyền thống để tạo ra sức ảnh hưởng và chạm đến mọi người.

THIẾT LẬP & VẬN HÀNH  
KHÔNG GIAN - DỰ ÁN NGHỆ THUẬT



### **Không gian làm việc được chuyển hoá thành một Triển lãm sống động**

Tại Toong Co-working Space, triển lãm được bố trí ngay trong một văn phòng mở, đang hoạt động hằng ngày. Không gian gồm những mảng tường rời, hành lang kéo dài, và dòng người di chuyển liên tục – một mặt bằng vốn dĩ không được thiết kế để trưng bày nghệ thuật.

**Thay vì cố biến đổi nơi đây thành một gallery truyền thống, triển lãm lựa chọn tôn trọng nguyên trạng của không gian co-working và để nghệ thuật hoà vào nhịp sống thường nhật.**

NoirfotoGallery xây dựng ý tưởng giám tuyển, còn AGAD đảm bảo rằng các tác phẩm được trưng bày một cách rõ ràng, nhất quán và phù hợp với điều kiện thực tế của không gian.

THIẾT LẬP & VẬN HÀNH  
KHÔNG GIAN - DỰ ÁN NGHỆ THUẬT

**NỘI**  
noirfotocontest2024  
exhibition of b&w art photography

TRƯƠNG QUỐC CHÂN DUY TRẦN QUỐC VIỆT NGUYỄN ĐỨC ANU CHINH  
TRẦN THẮNG NHẬT LÊ PHƯỚC ANH TUẤN NGUYỄN VĂN  
KHANH NGUYỄN TUẤN KIẾT PHẠM LONG AN NGUYỄN ĐĂNG VIỆT CƯỜNG PHẠM BÌNH NAM NGUYỄN VĂN

toong FUJIFILM Hennessy  
Thảo luận nghệ thuật  
**Nghệ thuật?**  
Đừng xem!  
Các diễn giả  
Nguyễn Diệu Cẩm  
Nguyễn Thiều Kiên  
Bùi Trung Đức  
10:00 - 12:00  
chủ nhật, 13 tháng 04 năm 2025  
toong co-working space  
2 Thi Sách, Bến Nghé, C

toong FUJIFILM Hennessy  
Thảo luận nghệ thuật  
**Nghệ thuật?**  
Đừng xem!  
Các diễn giả  
Nguyễn Diệu Cẩm  
Nguyễn Thiều Kiên  
Bùi Trung Đức



## **Vai trò của AGAD: Thiết lập Không gian Nghệ thuật & Triển khai Vận hành**

### **1. Khảo sát Không gian & Lập kế hoạch Trưng bày**

AGAD khảo sát không gian co-working, nghiên cứu các góc nhìn, và phối hợp cùng NoirfotoGallery để xác định vị trí – cách thức trưng bày phù hợp, đảm bảo tác phẩm hiện diện rõ ràng mà không ảnh hưởng tới nhịp vận hành hằng ngày của văn phòng.

### **2. Điều phối Sản xuất & Hậu cần Hai chiều**

AGAD quản lý toàn bộ công việc sản xuất như in ấn, đóng khung, đóng gói, vận chuyển, cùng toàn bộ công tác hậu cần hai chiều giữa nhà cung cấp và địa điểm trưng bày. Tất cả được thực hiện theo đúng yêu cầu chi tiết từ NoirfotoGallery.

### **3. Lắp đặt Tại chỗ**

Đội ngũ thực hiện toàn bộ việc treo, căn chỉnh, đo khoảng cách và điều chỉnh trực tiếp tại không gian trưng bày, bảo đảm tác phẩm được đặt ở vị trí dễ quan sát với ánh sáng cân bằng dù không gian có nhiều hạn chế về kiến trúc.

### **4. Chuẩn bị Không gian & Hỗ trợ Vận hành**

AGAD chuẩn bị không gian cho suốt thời gian diễn ra triển lãm, phối hợp các yêu cầu kỹ thuật, hỗ trợ tại chỗ và duy trì trạng thái trưng bày xuyên suốt.



## 5. Phát triển Thương mại & Mở rộng Hợp tác

Để củng cố sự hiện diện và tính bền vững của triển lãm, AGAD đã tìm kiếm và đảm bảo các thoả thuận hợp tác, bao gồm:

- đối tác địa điểm (Toong)
- tài trợ tiền mặt
- đối tác đồ uống
- đối tác hoa
- đối tác quà tặng dành cho Ban Giám khảo và diễn giả
- quà tặng dành cho nhà báo
- và đối tác sản xuất video làm tư liệu.

Những sự hợp tác này giúp mở rộng giá trị của triển lãm và làm cho hệ sinh thái của Noirfotocontest thêm bền vững.

## **KẾT QUẢ: NGHỆ THUẬT HOÀ VÀO NHỊP SỐNG VĂN PHÒNG**

“NỐI” cho thấy nghệ thuật hoàn toàn có thể vận hành trong một văn phòng đang hoạt động mà không cần những thay đổi lớn mà chỉ cần những thay đổi ĐÚNG về cấu trúc không gian.

Dự án thể hiện năng lực của AGAD trong việc:

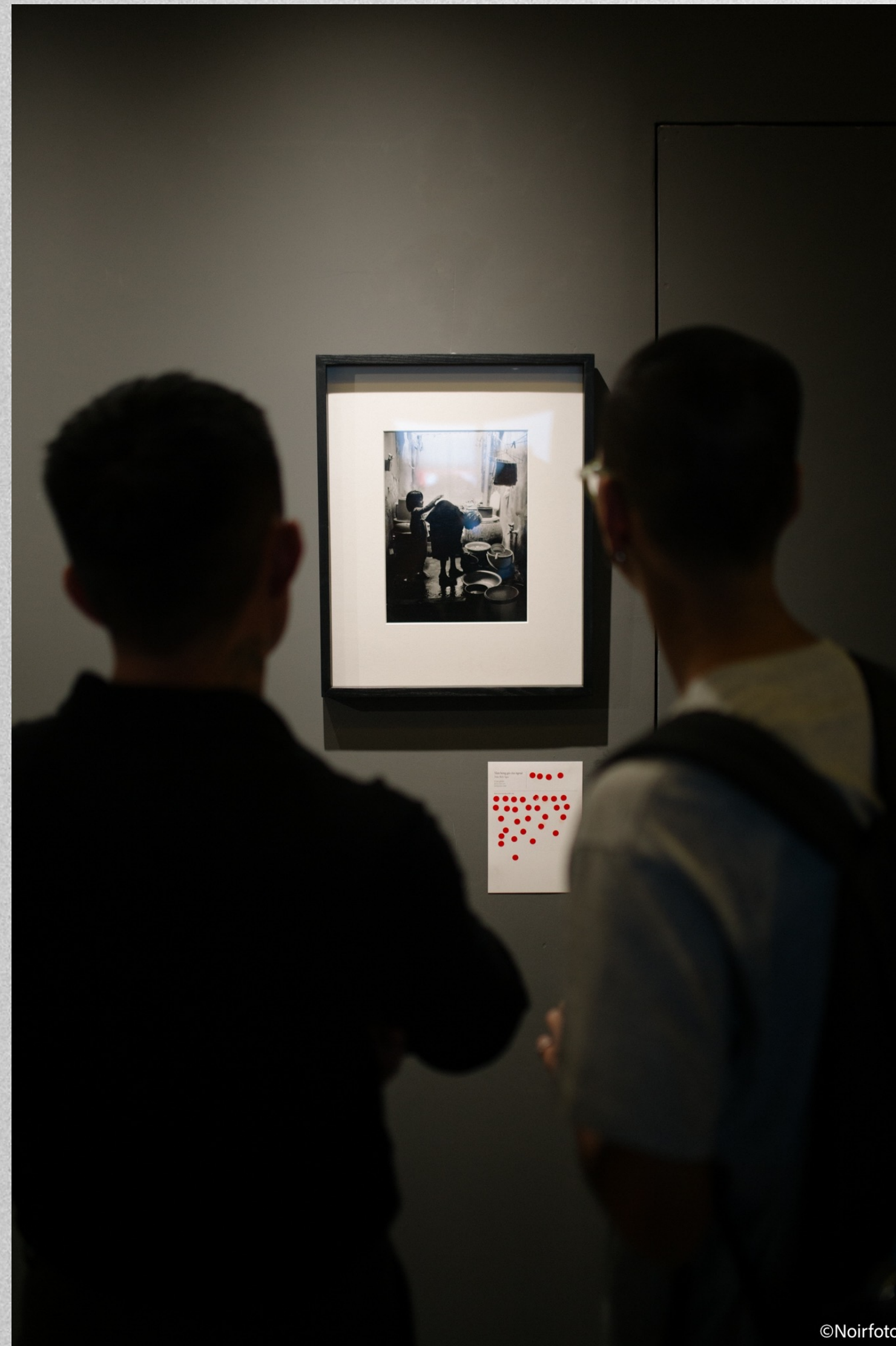
- tinh tế lồng ghép tác phẩm vào không gian ngoài gallery
- xử lý các thách thức về cấu trúc không gian
- điều phối hậu cần và hợp tác
- và vận hành triển lãm trơn tru tại một văn phòng đang hoạt động.

Triển lãm cũng đưa ra một mô hình thực tế cho cách mà văn phòng hiện đại và không gian co-working có thể tích hợp nghệ thuật vào nhịp sống thường nhật, tạo nên một không gian làm việc giàu cảm hứng và góp phần nuôi dưỡng một văn hoá làm việc có chiều sâu.

THIẾT LẬP & VẬN HÀNH  
KHÔNG GIAN - DỰ ÁN NGHỆ THUẬT



©Noirfoto



©Noirfoto



©Noirfoto



©Noirfoto

*TỔ CHỨC*  
*SỰ KIỆN NGHỆ THUẬT*

*Senses to Soul*  
– *Trải nghiệm Nghệ thuật*  
*Đa Giác quan tại*  
*Amanaki Thảo Điền*

*TỔ CHỨC SỰ KIỆN*  
*NGHỆ THUẬT*

Thuộc khuôn khổ quan hệ hợp tác sáng tạo lâu dài với Amanaki Thảo Điền, AGAD đã thiết kế và sản xuất “Senses to Soul” – *một chuỗi sự kiện nghệ thuật đa giác quan, nơi các không gian ấm cúng của khách sạn được hoá thành một trải nghiệm giàu cảm xúc, giúp khách tham dự kết nối với các giác quan của mình qua nghệ thuật.*

Trong bối cảnh đầy cạnh tranh khi giá trị của ngành dịch vụ lưu trú ngày càng được định hình bởi trải nghiệm, AGAD xây dựng trải nghiệm này để tạo nên một điểm khác biệt nổi trội cho Amanaki và “phiên dịch” định vị nghệ thuật về mặt thương hiệu của Amanaki thành những trải nghiệm mà khách lưu trú có thể cảm – hiểu và nhớ.

TỔ CHỨC SỰ KIỆN  
NGHỆ THUẬT

## **Nghệ thuật như Trái tim của Sự kiện**

**"Senses to Soul"** chính là một lời nhắn gửi dành cho khách tham dự: hãy chậm lại, quan sát, và cảm nhận. Thay vì "đính kèm" nghệ thuật vào một sự kiện, AGAD, cùng với Amanaki, thiết kế toàn bộ trải nghiệm xoay quanh nghệ thuật, tạo nên một hành trình nơi mỗi yếu tố nghệ thuật đều mang một vai trò nhất định:

- Các trình diễn và tương tác trực tiếp mở ra cánh cửa bước vào quy trình sáng tạo của nghệ sĩ
- Hương thơm, chuyển động và âm thanh được thiết kế để khơi dậy sự nhạy cảm của các giác quan
- Mạch trải nghiệm được thiết kế nhằm kết nối hành trình của khách với câu chuyện nghệ thuật của chính sự kiện

TỔ CHỨC SỰ KIỆN  
NGHỆ THUẬT





## **Vai trò của AGAD:**

### **1. Định hướng về Ý tưởng & Thị giác**

AGAD xây dựng hình ảnh chủ đạo và “phong vị” của chuỗi sự kiện: thiết kế “bầu không khí”, mạch cảm xúc và ngôn ngữ nghệ thuật để làm nền tảng cho toàn bộ kế hoạch truyền thông và các điểm chạm đối với khách tham dự.

### **2. Thiết kế Workshop lấy Nghệ thuật làm Trung tâm**

Chúng tôi tổ chức và vận hành một workshop đặc biệt, truyền tải trọn vẹn thông điệp từ chủ đề “Senses to Soul”, mang đến cho khách tham dự một trải nghiệm nghệ thuật trực tiếp, góp phần làm sâu sắc toàn bộ hành trình Nghệ thuật Đa Giác quan.

### **3. Hỗ trợ Khách tham dự**

AGAD điều phối mạch workshop, đảm bảo sự thống nhất giữa ý niệm nghệ thuật, các tương tác của nghệ sĩ/người hướng dẫn, và trải nghiệm của khách tham dự.

TỔ CHỨC SỰ KIỆN  
NGHỆ THUẬT

#### **4. Tư liệu & Kể chuyện bằng Hình ảnh**

Bằng nhiếp ảnh, AGAD ghi lại các khoảnh khắc của workshop và sự kiện, tạo nên một mạch tự sự bằng thị giác nhất quán, đưa trải nghiệm vượt khỏi khuôn khổ sự kiện để phục vụ cho các mục tiêu truyền thông của Amanaki.

#### **5. Điều phối tại Sự kiện**

AGAD thiết kế trải nghiệm cho khách tham dự sự kiện, từ lúc đăng ký online cho đến lúc bước chân vào cửa khách sạn, và bắt đầu trải nghiệm của mình. Điều này đòi hỏi nhiều sự tính toán chu đáo cũng như khả năng phối hợp với các đội ngũ khác nhau của khách sạn.

#### **KẾT QUẢ: MỘT SỰ KIỆN MANG DẤU ẤN ĐẶC TRƯNG CHO MÔ HÌNH BOUTIQUE HOTEL**

Sự kiện đã tạo ra độ lan toả tự nhiên trên mạng xã hội và các kênh truyền thông về lifestyle, củng cố hình ảnh Amanaki như một điểm đến mang chiều sâu văn hoá, đồng thời đem lại cho khách tham dự khoảnh khắc được hoà mình vào nghệ thuật trong một không gian tinh tế và gần gũi, ấm cúng.

Hơn hết, dự án thể hiện thế mạnh của AGAD trong việc ứng dụng và chuyển hoá nghệ thuật thành một trải nghiệm liền mạch và được thực thi chĩn chu, nơi mỗi điểm chạm đều được chăm chút bằng những kết nối sâu sắc, qua đó đánh thức và lưu giữ trọn vẹn xúc cảm của từng vị khách tham dự.

**TỔ CHỨC SỰ KIỆN  
NGHỆ THUẬT**





*Sparkles* – Sự kiện Nghệ thuật  
Cộng đồng giúp Lan toả Tinh thần  
Thương hiệu Noirfoto Gallery

TỔ CHỨC SỰ KIỆN  
NGHỆ THUẬT

**"Sparkles"** là triển lãm cộng đồng của Noirfotocontest2023, mùa thứ năm trong chuỗi hoạt động nhiếp ảnh thường niên do Noirfoto Gallery khởi xướng.

Diễn ra tại Bảo Tàng Nghệ Thuật Quang San, một bảo tàng tư nhân, sự kiện giới thiệu một cách tiếp cận mới đến với nhiếp ảnh cộng đồng: gần gũi về tinh thần nhưng được thực thi với sự chuẩn xác cao.

Noirfoto Gallery đảm nhiệm vai trò cố vấn nghệ thuật, tuyển chọn Top 25 tác phẩm chung cuộc và rọi thủ công toàn bộ ảnh từ phim âm bản. AGAD đóng vai trò đối tác vận hành và tổ chức sự kiện, đưa triển lãm đến với công chúng một cách trọn vẹn.

TỔ CHỨC SỰ KIỆN  
NGHỆ THUẬT



## **Vai trò của AGAD: Thực thi, Vận hành & Điều phối tại Sự kiện**

Dưới sự định hướng của NoirfotoGallery, AGAD phụ trách toàn bộ phương diện thực thi của sự kiện, bao gồm:

### **1. Làm việc với Đối tác Địa điểm**

Phối hợp cùng Quang San Art Museum về các yêu cầu kỹ thuật, trưng bày, mạch di chuyển của khách tham quan, và vận hành buổi khai mạc.

### **2. Lắp đặt & Hỗ trợ Kỹ thuật**

Quản lý các bên sản xuất in ấn, đóng khung, vận chuyển và lắp đặt toàn bộ tác phẩm tại không gian triển lãm theo đúng bố cục, bám sát định hướng nghệ thuật của Noirfoto Gallery.

### **3. Vận hành Sự kiện**

Sắp xếp không gian, điều phối nhân sự và tình nguyện viên, kiểm soát lưu lượng khách và vận hành triển lãm trong suốt buổi khai mạc cũng như các ngày tiếp theo.

*TỔ CHỨC SỰ KIỆN  
NGHỆ THUẬT*

#### **4. Tổ chức Các Sự kiện Vệ tinh**

AGAD vận hành các buổi artist talk, exhibition tour, workshop và các hoạt động đi kèm xuyên suốt thời gian triển lãm.

#### **5. Lên chiến lược và thực thi các hoạt động Truyền thông đa nền tảng & Sản xuất các tư liệu dưới định dạng hình ảnh và video.**

Triển khai toàn bộ các hoạt động như lên chiến lược truyền thông, tổ chức trải nghiệm cho nhà báo, sản xuất thông cáo báo chí, bài phỏng vấn Ban Tổ Chức, tổ chức sự kiện họp báo, cũng như phát triển và đăng tải các nội dung truyền thông trên các nền tảng của Noirfoto Gallery và các kênh quảng bá.

TỔ CHỨC SỰ KIỆN  
NGHỆ THUẬT



## **KẾT QUẢ: MỘT SỰ KIỆN CỘNG ĐỒNG MANG TÍNH ĐỘT PHÁ CHO THƯƠNG HIỆU NOIRFOTO**

Đêm khai mạc thu hút gần 1,000 khách tham dự, một con số hiếm thấy đối với một triển lãm nhiếp ảnh đương đại tại TP. Hồ Chí Minh. Sự kiện được đánh giá cao bởi báo chí và được chia sẻ rộng rãi trên các nền tảng mạng xã hội, tạo nên hiệu ứng lan toả tự nhiên đầy mạnh mẽ.

Triển lãm khẳng định Noirfoto là một thương hiệu có khả năng nâng tầm nghệ thuật cộng đồng đạt đến chuẩn mực bảo tàng, mà vẫn giữ được sự cởi mở và dễ tiếp cận đối với công chúng.

Đối với AGAD, "Sparkles" củng cố năng lực của chúng tôi trong việc sản xuất những sự kiện lấy nghệ thuật làm trung tâm với sự chuẩn xác và thấu đáo trong vận hành.

*TỔ CHỨC SỰ KIỆN  
NGHỆ THUẬT*





*Chloris – Sản xuất Triển lãm  
& Quản lý Sự kiện cho  
Noirfoto Gallery*

*TỔ CHỨC SỰ KIỆN  
NGHỆ THUẬT*

"**Chloris**" là triển lãm cá nhân của nghệ sĩ thị giác Phạm Tuấn Ngọc, được tổ chức bởi Noirfoto Gallery. Là đơn vị phụ trách thương mại và thực thi của Noirfoto Gallery, AGAD đảm nhiệm toàn bộ các hạng mục vận hành, hậu cần và tổ chức sự kiện, đưa triển lãm đến với công chúng một cách trọn vẹn.

Triển lãm kéo dài 14 ngày tại Vi Gallery, một trong những không gian nghệ thuật hàng đầu tại TP. Hồ Chí Minh, và ghi nhận hơn 1,500 lượt khách, 600 khách trong đêm khai mạc, hơn 40 bài báo đưa tin, cùng số lượt lan toả tự nhiên ước tính vượt mốc 1,000,000 khắp các nền tảng.

TỔ CHỨC SỰ KIỆN  
NGHỆ THUẬT

# Chloris

An Exhibition by Noirfoto



## Vai trò của AGAD: Triển khai Sự kiện, Hậu cần & Tương tác Khán giả

### 1. Hậu cần & Vận hành Triển lãm

- phối hợp với các đơn vị in ấn, đóng khung và vận chuyển
- quản lý việc vận chuyển tác phẩm giữa studio và gallery
- giám sát lắp đặt tại chỗ theo kế hoạch trưng bày của Noirfoto Gallery
- đảm bảo toàn bộ yếu tố kỹ thuật để sẵn sàng cho ngày khai mạc

### 2. Quản lý Sự kiện & Khách tham dự

AGAD tổ chức toàn bộ chuỗi hoạt động xoay quanh triển lãm, bao gồm:

- buổi private viewing
- đêm khai mạc chào đón công chúng
- buổi artist talk diễn ra trong khuôn khổ triển lãm
- quản lý danh sách khách mời, gửi thư mời, xử lý RSVP và tiếp đón tại chỗ

TỔ CHỨC SỰ KIỆN  
NGHỆ THUẬT

### 3. Truyền thông & Kết nối Báo chí

AGAD hỗ trợ các hoạt động truyền thông, thông qua:

- giới thiệu triển lãm, câu chuyện nghệ sĩ... đến các toà soạn
- điều phối các buổi phỏng vấn và hỗ trợ báo chí tác nghiệp
- sắp xếp đưa tin trực tiếp tại các sự kiện chính
- hỗ trợ Noirfoto Gallery chuẩn bị và cung cấp tài liệu báo chí

Những nỗ lực này góp phần mang về hơn 40 bài đăng từ các nền tảng Tier-1 như VnExpress, Dân Trí, Thanh Niên, Tuổi Trẻ và HTV.

TỔ CHỨC SỰ KIỆN  
NGHỆ THUẬT

#### **4. Hỗ trợ Trải nghiệm Khách tham quan**

Trong suốt thời gian triển lãm, AGAD trực tiếp hỗ trợ điều phối lưu lượng khách tham quan tại địa điểm tổ chức, phối hợp ghi hình để làm tư liệu, và duy trì chất lượng trưng bày nhất quán.

#### **5. Hợp tác cùng Nhà tài trợ & Đối tác**

AGAD cũng tìm kiếm và quản lý đối tác trong các chương trình dành cho công chúng cùng trải nghiệm khách tham dự, củng cố nền tảng vận hành phía sau triển lãm.

*TỔ CHỨC SỰ KIỆN  
NGHỆ THUẬT*

## **KẾT QUẢ: MỘT SỰ KIỆN NGHỆ THUẬT ĐƯƠNG ĐẠI ĐƯỢC THỰC HIỆN CHỈN CHU VỚI SỨC LAN TỎA MẠNH MẼ**

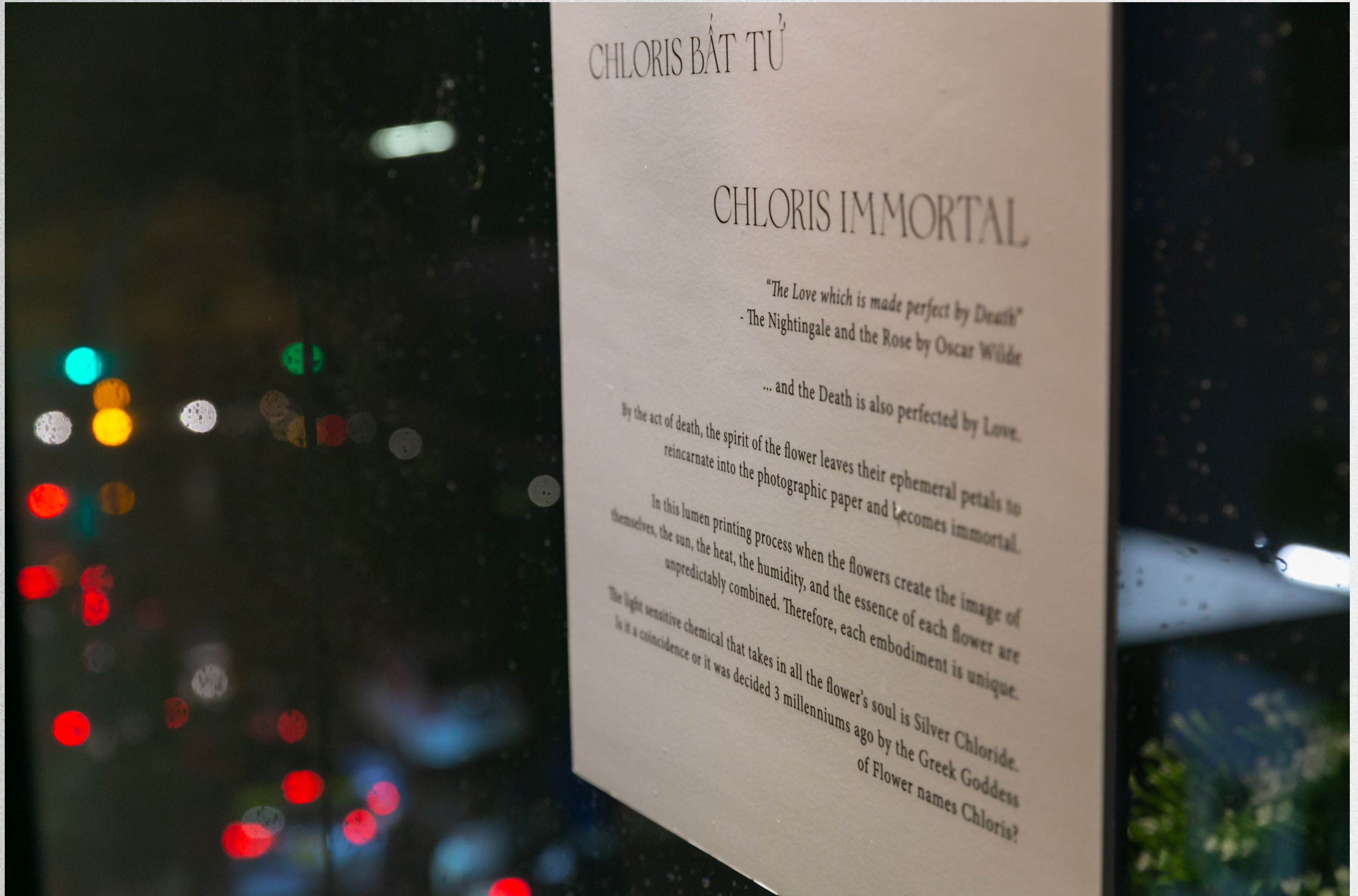
Nhờ sự nhất quán trong việc điều phối, truyền thông, và vận hành sự kiện từ AGAD, "Chloris" đạt được:

- 1,000,000+ lượt lan tỏa tự nhiên
- 600+ khách tham dự trong đêm khai mạc
- 1,500+ lượt khách tham quan trong 14 ngày
- >50% tác phẩm được sưu tập
- 40+ bài đăng từ các nền tảng báo chí và văn hoá lớn

*TỔ CHỨC SỰ KIỆN  
NGHỆ THUẬT*







*TRUYỀN THÔNG THƯƠNG HIỆU*  
***BẰNG NGHỆ THUẬT***

*Whisper of Eternity –  
Cuộc Gặp gỡ của Nghệ thuật  
và Không gian tại Shilla  
Monogram Quangnam Danang*

TRUYỀN THÔNG  
THƯƠNG HIỆU  
BẰNG NGHỆ THUẬT

Trong bối cảnh ngành dịch vụ lưu trú đang không ngừng chuyển mình, khi các thương hiệu ngày càng tìm kiếm chiều sâu văn hoá và sự kết nối cảm xúc, Shilla Monogram Quangnam Danang đã khởi xướng một nền tảng nghệ thuật độc đáo, đưa những tiếng nói sáng tạo đương đại vào đối thoại với chính cảnh quan tự nhiên của khu nghỉ dưỡng.

Trong khuôn khổ sáng kiến này, Shilla Monogram Quangnam Danang mời Nhà thiết kế Thời trang La Phạm và Nghệ sĩ Thị giác Phạm Tuấn Ngọc cùng sáng tạo nên một cuộc đối thoại giữa các ngôn ngữ nghệ thuật khác nhau về chủ đề non nước. Dưới định hướng nghệ thuật của NoirfotoGallery, AGAD đồng hành trong việc hiện thực hoá ý tưởng này thông qua công tác chuẩn bị triển lãm, điều phối không gian và triển khai truyền thông.

TRUYỀN THÔNG  
THƯƠNG HIỆU  
BẰNG NGHỆ THUẬT



## **Vai trò của AGAD: Thiết kế, Điều phối, và Tăng cường Trải nghiệm**

Trong khuôn khổ dịch vụ Truyền thông Thương hiệu bằng Nghệ thuật của AGAD, đóng góp của chúng tôi tập trung vào việc kết nối ý niệm nghệ thuật với trải nghiệm của khách tham dự, bao gồm:

- phụ trách đóng gói tác phẩm và hậu cần cho sự kiện theo các tiêu chuẩn cao nhất của vận chuyển nghệ thuật
- điều phối sắp xếp bố cục không gian và trưng bày tác phẩm
- hỗ trợ hậu cần lắp đặt
- tư vấn tính thống nhất về mặt thị giác trong toàn bộ không gian và điều phối buổi Artist Talk, giúp sắp đặt tác phẩm vào bối cảnh phù hợp cho khách tham dự, báo chí và cộng đồng khách sạn.

Mọi quyết định đều được dẫn dắt bởi Art-to-Impact Framework (AIF) của AGAD, đảm bảo sự hiện diện của nghệ thuật đóng góp một cách ý nghĩa cho bầu không khí thương hiệu và cảm quan của khách.

TRUYỀN THÔNG  
THƯƠNG HIỆU  
BẰNG NGHỆ THUẬT

## KẾT QUẢ: NÂNG TẦM NHẬN DIỆN THƯƠNG HIỆU VÀ ẢNH HƯỞNG VĂN HOÁ

Dự án không chỉ làm giàu trải nghiệm không gian mà còn **củng cố định vị của Shilla Monogram cũng như chiến lược khác biệt hoá bằng nghệ thuật** của resort đẳng cấp này. Với sự đồng hành của AGAD trong điều phối nghệ thuật, "Whisper of Eternity" đã **tạo được độ phủ tự nhiên đáng kể trên các ấn phẩm truyền thông về lifestyle và luxury**, cùng nhiều lượt nhắc đến từ KOLs.

Sự hợp tác này khẳng định Shilla Monogram như một **thương hiệu tiên phong, truyền cảm hứng cho nhiều khách sạn và khu nghỉ dưỡng bắt đầu tìm kiếm những mô hình tích hợp nghệ thuật tương tự.**

Dù thành công của khách sạn đến từ nhiều yếu tố, việc Tổng Quản lý vừa được vinh danh là "Vietnam's Leading General Manager 2025" tại giải thưởng "Best Hotels & Resorts Awards" cũng phản ánh phần nào tác động tích luỹ từ những sáng kiến như thế này vốn là những nỗ lực giúp thương hiệu trở nên khác biệt và giàu chiều sâu văn hoá hơn.

TRUYỀN THÔNG  
THƯƠNG HIỆU  
BẰNG NGHỆ THUẬT



# Meet the Artist



THE SECOND BLINK  
A FASHION JOURNEY  
"WHISPERS OF ETERNITY"





*Mộng Thiên Chương*  
*– Trải nghiệm Nghệ thuật Đương*  
*đại Tái tạo bản sắc Thương hiệu*  
*Furama Resort Danang*

*TRUYỀN THÔNG*  
*THƯƠNG HIỆU*  
*BẰNG NGHỆ THUẬT*

Là một trong những khu nghỉ dưỡng di sản mang tính biểu tượng của Việt Nam, Furama Resort Danang bắt đầu hành trình chiến lược nhằm “trẻ hoá” thương hiệu, tái khẳng định sự đồng điệu của thương hiệu đối với thẩm mỹ và nhu cầu trong bối cảnh đương đại, nhưng vẫn gìn giữ nét thanh lịch và các giá trị đã tạo nên tên tuổi của mình suốt nhiều thập kỷ.

Để hiện thực hoá tầm nhìn này, Furama hợp tác cùng AGAD, dưới định hướng nghệ thuật của NoirfotoGallery, nhằm kiến tạo **một trải nghiệm thương hiệu được dẫn dắt bởi nghệ thuật để có thể chạm đến cảm xúc của các du khách hiện đại, đồng thời làm tăng thêm chiều sâu văn hoá của khu nghỉ dưỡng.**

TRUYỀN THÔNG  
THƯƠNG HIỆU  
BẰNG NGHỆ THUẬT

## **Nghệ thuật là Công cụ Chiến lược cho Hành trình “Trẻ hoá” Thương hiệu**

“Mộng Thiên Chương” là triển lãm nhiếp ảnh nghệ thuật của nghệ sĩ thị giác Phạm Tuấn Ngọc, quy tụ những tác phẩm đa chất liệu được lấy cảm hứng từ các chủ đề vượt thời gian: ký ức, thiên nhiên, và những chương rục rờ của di sản Việt Nam.

Thay vì xem nghệ thuật như lớp trang trí, **AGAD định vị triển lãm như một tài sản chiến lược của thương hiệu - một điểm chạm văn hoá có khả năng nâng tầm cảm nhận về sự sang trọng của Furama và kết nối lại với nhóm du khách trẻ, nhạy bén với thiết kế và thẩm mỹ đương đại.**

Toàn bộ tác phẩm được phát triển và giám tuyển dành riêng cho không gian của Furama, đảm bảo mỗi tác phẩm đều cộng hưởng với ngôn ngữ kiến trúc, cảnh quan tự nhiên và bản sắc tinh tế của khu nghỉ dưỡng.

TRUYỀN THÔNG  
THƯƠNG HIỆU  
BẰNG NGHỆ THUẬT



SOI MAY  
VTV8

## **Vai trò của AGAD: Thiết kế Triển lãm, Giám tuyển Trải nghiệm & Truyền thông Thương hiệu bằng Nghệ thuật**

### **1. Giám tuyển Trải nghiệm Nghệ thuật**

Kết nối ngôn ngữ thị giác của tác phẩm với dấu ấn không gian và cảm xúc đặc trưng của Furama — đảm bảo cho triển lãm quyện hoà vào bản sắc khu nghỉ dưỡng một cách tự nhiên.

### **2. Thiết kế Triển lãm & Chiến lược Trưng bày**

AGAD thiết kế toàn bộ trải nghiệm không gian, bao gồm:

- bố cục, trình tự và mạch tự sự
- thiết kế ánh sáng để tăng hiệu ứng thị giác và cảm xúc
- xây dựng hành trình trải nghiệm của khách tham quan
- chiến lược sắp đặt tác phẩm để kết nối chặt chẽ với các yếu tố kiến trúc

### **3. Điều phối Sản xuất**

Quản lý các yêu cầu kỹ thuật, đội thi công, đối tác in ấn, thợ đóng khung, và toàn bộ công đoạn lắp đặt tại địa điểm tổ chức – để bảo đảm chất lượng đạt chuẩn bảo tàng và quá trình thực thi được liền mạch.

TRUYỀN THÔNG  
THƯƠNG HIỆU  
BẰNG NGHỆ THUẬT

## **KẾT QUẢ: “TRẺ HOÁ” MỘT THƯƠNG HIỆU DI SẢN BẰNG NGHỆ THUẬT**

“Mộng Thiên Chương” củng cố vị thế của Furama Resort Danang như một biểu tượng di sản bước vào một chương đương đại mới. Thông qua thiết kế triển lãm, giám tuyển không gian, và định hướng trải nghiệm xoay quanh nghệ thuật của AGAD, dự án nâng tầm cảm nhận về sự sang trọng của khu nghỉ dưỡng mà vẫn giữ trọn vẹn vẻ đẹp vượt thời gian – vốn là bản sắc của Furama.

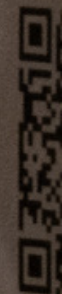
Triển lãm tạo được độ phủ tự nhiên đáng kể khắp các ấn phẩm về lifestyle, văn hoá và luxury, đồng thời nhanh chóng trở thành chủ đề được nhắc đến nhiều trong cộng đồng du khách và ngành dịch vụ lưu trú.

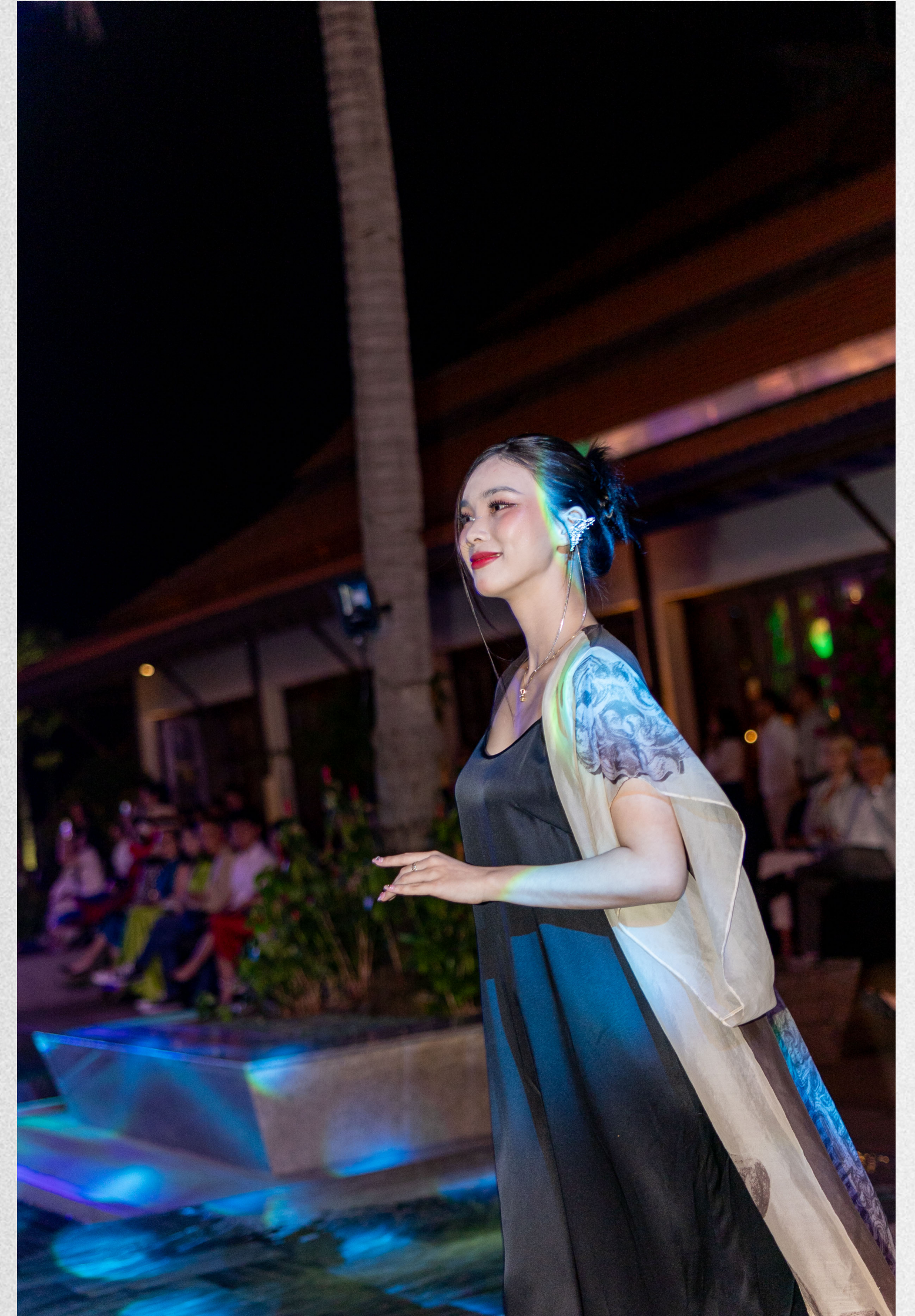
Quan trọng hơn hết, dự án định vị Furama là một trong những khu nghỉ dưỡng di sản đầu tiên tại Việt Nam làm mới thương hiệu của mình thông qua nghệ thuật đương đại mở ra một tiền lệ mà nhiều khách sạn và resort sau đó đã tiếp nối.

TRUYỀN THÔNG  
THƯƠNG HIỆU  
BẰNG NGHỆ THUẬT



THÀNH CỬ LÂU ĐÀI, 2024  
Hạt màu trên canvas  
100 x 170 cm







*Rosemarie Trockel x Lại Diệu Hà*  
*Một Dấu mốc Văn hoá của*  
*Goethe-Institut*

TRUYỀN THÔNG  
THƯƠNG HIỆU  
BẰNG NGHỆ THUẬT

## **Bối cảnh**

Nhân dịp kỷ niệm 50 năm quan hệ ngoại giao Việt – Đức (1975–2025), Goethe-Institut Hà Nội tổ chức một triển lãm quy mô lớn tại hai địa điểm, quy tụ nghệ sĩ người Đức – Rosemarie Trockel và nghệ sĩ người Việt – Lại Diệu Hà. Dưới sự giám tuyển nghệ thuật của Noirfoto Gallery, triển lãm trưng bày hơn 60 tác phẩm tại Bảo tàng Phụ nữ Việt Nam và Trung tâm Nghệ thuật The Outpost, trở thành một trong những sự kiện văn hoá nổi bật nhất trong năm.

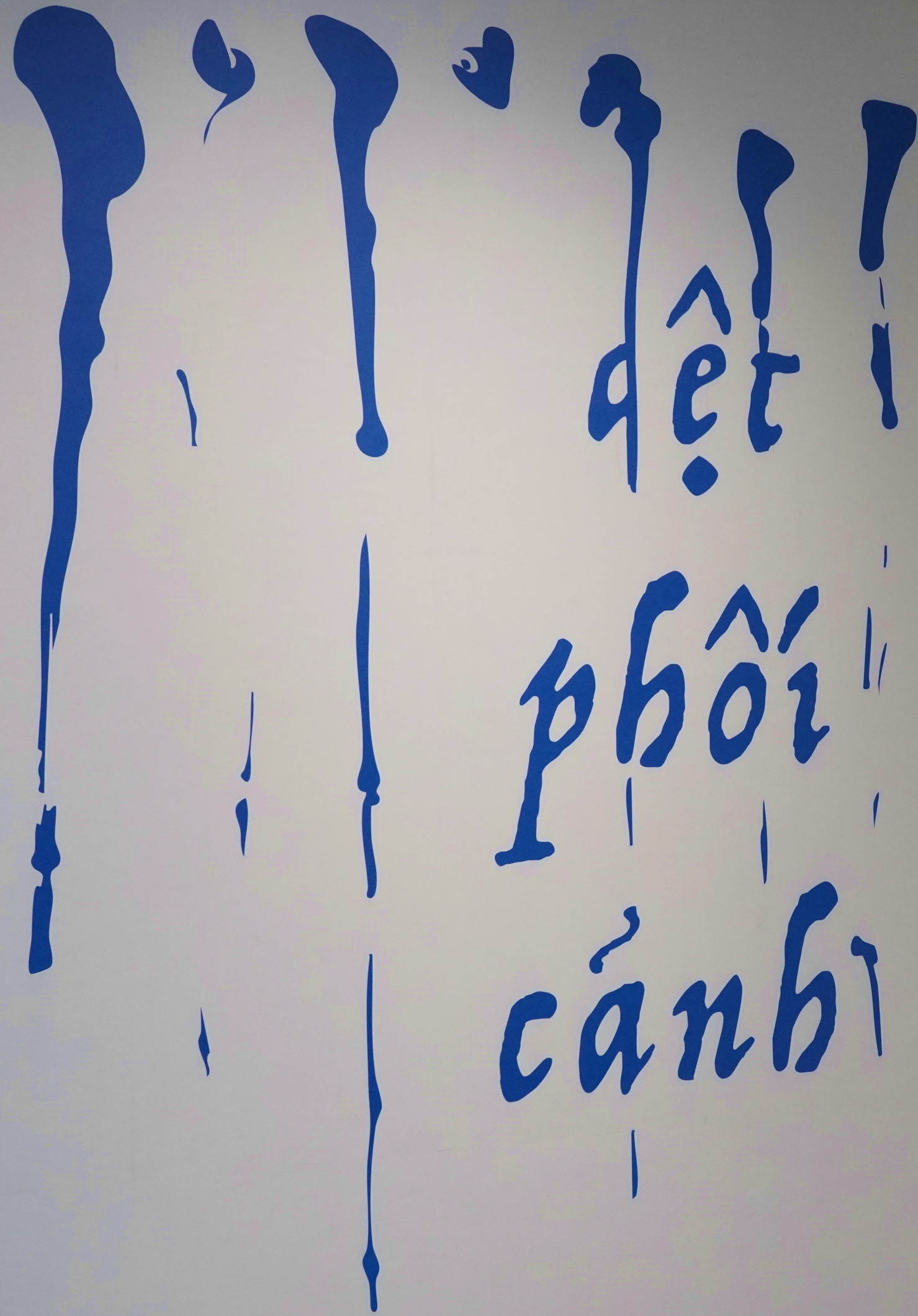
Là đơn vị phụ trách thương mại và thực thi đồng hành cùng Goethe-Institut, AGAD dẫn dắt toàn bộ mảng truyền thông để đưa chương trình quy mô lớn này đến với công chúng.

TRUYỀN THÔNG  
THƯƠNG HIỆU  
BẰNG NGHỆ THUẬT

Khai mạc  
**07.12**  
2024

triển lãm  
**07.12**  
2024

**03.01**  
2025



TRIỂN LÃM NHÓM CỦA  
**Rosemarie  
Trockel  
&  
Lại Diệu  
Hà**

THE  
**OUTPOST**

TẦNG 2 THÁP B1  
ROMAN PLAZA TỐ HỮU  
NAM TỬ LIÊM, HÀ NỘI

**BẢO TÀNG  
PHỤ NỮ  
VIỆT NAM**

36 LÝ THƯỜNG KIỆT  
HOÀN KIẾM, HÀ NỘI

**Đệt Phôi Cảnh**  
Quốc tế hóa nghệ thuật Rosemarie Trockel và Lại Diệu Hà - những cá nhân tác giả nữ chủ chốt của đương đại nghệ thuật đương đại Việt Nam. Triển lãm giới thiệu các tác phẩm nghệ thuật đương đại của hai nữ nghệ sĩ, bao gồm tranh, điêu khắc, sắp đặt, video, và các tác phẩm đa phương tiện. Triển lãm cũng giới thiệu các tác phẩm nghệ thuật đương đại của các nghệ sĩ trẻ Việt Nam, bao gồm các tác phẩm nghệ thuật đương đại, video, và các tác phẩm đa phương tiện. Triển lãm cũng giới thiệu các tác phẩm nghệ thuật đương đại của các nghệ sĩ trẻ Việt Nam, bao gồm các tác phẩm nghệ thuật đương đại, video, và các tác phẩm đa phương tiện.

GROUP EXHIBITION OF  
**Rosemarie  
Trockel  
&  
Lại Diệu  
Hà**  
inter-  
per-  
spectives  
07.12  
- 03.01.25

**Interweaving Perspectives**  
Presenting two bold, nonconformist artists of their respective times and countries - Rosemarie Trockel and Lại Diệu Hà - this duo exhibition celebrates their artistic quest of weaving traditional and new media, of engaging Rosemarie's materials as a portrait of women's daily work routine, to raise questions on one's affections and positionality in the social world.  
Rosemarie Trockel (born 1952 in Schwerte, Germany) stands in line with German artists of her generation such as Sigmar Polke, Georg Baselitz, and Gerhard Richter. Born into a working-class family, she pursued her artistic path in a male-dominated art world. Her conceptual, interdisciplinary work challenges the male artist's genre, form, and counterpositions with which she confronts the male artist's genre. Her work is a complex and layered matter. Despite her critical stance, Trockel's work also encounters the viewer as timely, highly imaginative, colorful, and playful. Her work is a complex and layered matter. Despite her critical stance, Trockel's work also encounters the viewer as timely, highly imaginative, colorful, and playful. Her work is a complex and layered matter. Despite her critical stance, Trockel's work also encounters the viewer as timely, highly imaginative, colorful, and playful.

một triển lãm của

ifa Institut für  
Auslandsbeziehungen

GOETHE  
INSTITUT

THE  
OUTPOST

Bảo tàng Phụ nữ Việt Nam  
Vietnam Women's Museum

## Vai trò của AGAD: Truyền thông, Quan hệ Báo chí & Triển khai Sự kiện

### 1. Chiến lược Truyền thông Tích hợp

AGAD xây dựng mạch tự sự cho triển lãm, kết nối cuộc đối thoại nghệ thuật với ý nghĩa rộng hơn của dịp kỷ niệm ngoại giao.

### 2. Kết nối Truyền thông & Báo chí

Chúng tôi điều phối việc tiếp cận các kênh văn hoá, lifestyle và tin tức, chuẩn bị tài liệu truyền thông, và phụ trách tiếp đón báo chí trong buổi khai mạc.

Triển lãm nhận được độ phủ rộng rãi trên các nền tảng truyền thông quốc gia.

### 3. Lập kế hoạch Quảng bá trên Mạng xã hội & Triển khai Nội dung

AGAD phát triển định hướng truyền thông, lập kế hoạch nội dung, và thu thập tư liệu cho các kênh của Goethe-Institut và mạng lưới đối tác.

### 4. Quản lý Sự kiện & Khách tham dự

Chúng tôi hỗ trợ tiếp đón khách mời báo chí, KOLs, điều phối hoạt động của buổi họp báo cũng như các buổi phỏng vấn giữa báo chí, truyền hình và đại diện của Goethe-Institut.

TRUYỀN THÔNG  
THƯƠNG HIỆU  
BẰNG NGHỆ THUẬT

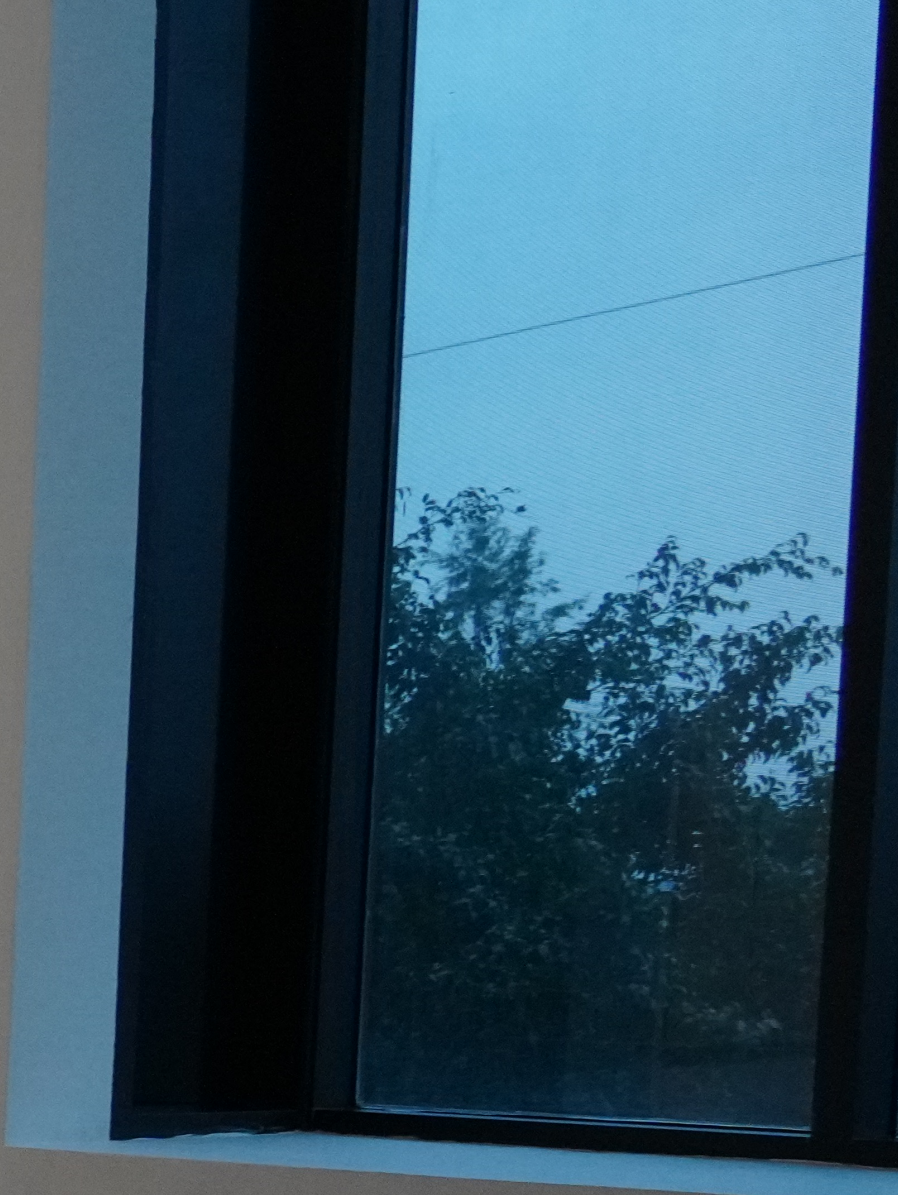
## **KẾT QUẢ: CÙNG CỐ BẢN SẮC VĂN HOÁ & TĂNG ĐỘ NHẬN DIỆN TRƯỚC CÔNG CHÚNG**

Triển lãm thu hút sự quan tâm rộng rãi, kết nối các cộng đồng nghệ thuật, văn hoá cùng các đại diện ngoại giao.

Độ phủ truyền thông mạnh mẽ của sự kiện góp phần củng cố vị thế của Goethe-Institut như một thiết chế văn hoá hàng đầu tại Việt Nam, cho thấy nghệ thuật có thể truyền tải giá trị thương hiệu và làm sâu sắc hơn các cuộc đối thoại xuyên văn hoá một cách hiệu quả.

TRUYỀN THÔNG  
THƯƠNG HIỆU  
BẰNG NGHỆ THUẬT





*PHÁT TRIỂN THƯƠNG HIỆU  
& CHIẾN LƯỢC TRUYỀN THÔNG  
CHO NGHỆ SĨ*

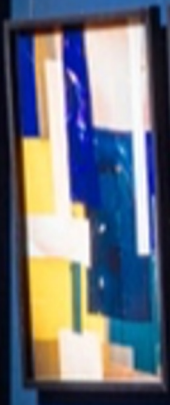
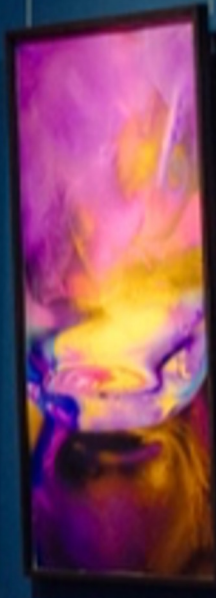
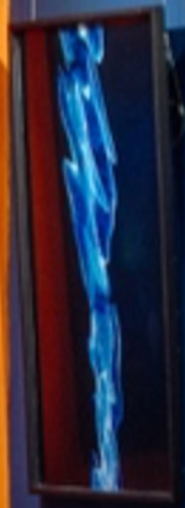
# *Nâng tầm Tiếng nói Nghệ thuật của Nguyễn Thành Dũng*

*PHÁT TRIỂN THƯƠNG HIỆU  
& CHIẾN LƯỢC TRUYỀN THÔNG  
CHO NGHỆ SĨ*

Dưới định hướng nghệ thuật của NoirfotoGallery, AGAD đồng hành cùng Nguyễn Thành Dũng trong hành trình chuyển mình từ một gương mặt triển vọng của cộng đồng Noirfotocontest thành một nghệ sĩ trẻ được giới chuyên môn, nhà sưu tập, và công chúng ghi nhận.

Ngay từ đầu, AGAD đã tập trung vào **khía cạnh cốt lõi nhất** của việc phát triển nghệ sĩ: khai phá và định hình rõ **những phẩm chất nghệ thuật tạo nên bản sắc sáng tạo của Dũng** - từ tâm nhìn, cảm xúc, ngôn ngữ thị giác, cho đến dấu ấn cá nhân. Chính nền tảng này đã định hướng chiến lược dài hạn nhằm xây dựng một phong cách nghệ thuật nhất quán và khác biệt.

PHÁT TRIỂN THƯƠNG HIỆU  
& CHIẾN LƯỢC TRUYỀN THÔNG  
CHO NGHỆ SĨ



AGAD tiếp tục xây dựng một **chiến lược toàn diện để Phát triển Thương hiệu & Chiến lược Truyền thông cho Nghệ sĩ**, bao gồm:

- xác lập định vị thương hiệu và lối tự sự của nghệ sĩ;
- biên tập và cấu trúc portfolio dưới góc nhìn chiến lược;
- chuẩn bị tài liệu truyền thông dành cho báo chí, nhà sưu tập, và giới chuyên môn;
- quản lý toàn bộ các giai đoạn truyền thông xoay quanh triển lãm;
- thiết kế các điểm chạm giúp giới thiệu nghệ sĩ một cách rõ ràng, nhất quán, và có chủ đích.

*PHÁT TRIỂN THƯƠNG HIỆU  
& CHIẾN LƯỢC TRUYỀN THÔNG  
CHO NGHỆ SĨ*

## Từ Tâm nhìn Chiến lược đến Sự hiện diện trước Công chúng: Cột mốc Triển lãm Cá nhân

Để hiện thực hoá chiến lược truyền thông, AGAD tổ chức triển lãm cá nhân đầu tiên của Nguyễn Thành Dũng — một cột mốc quan trọng đối với bất kỳ nghệ sĩ trẻ nào.

AGAD đảm nhận toàn bộ khâu thực thi triển lãm, **chuyển hóa định hướng nghệ thuật thành một trải nghiệm trước công chúng đầy chín chu:**

- thiết kế không gian và điều phối sản xuất;
- kết nối báo chí và truyền thông;
- tổ chức sự kiện khai mạc và tương tác với nhà sưu tập;
- xuất bản tuyên bố giám tuyển chính thức, định vị Dũng là một tiếng nói đang lên của nhiếp ảnh đương đại Việt Nam.

PHÁT TRIỂN THƯƠNG HIỆU  
& CHIẾN LƯỢC TRUYỀN THÔNG  
CHO NGHỆ SĨ





kale  
vis

an exhibition by kale  
**kaleidoscopic  
vision**  
an exhibition by kale  
kaleidoscopic vision  
an exhibition by kale



*Khi Đam mê thành Hình hài:  
Triển lãm Cá nhân Đầu tiên  
của Doanh nhân & Nhiếp ảnh  
gia Hoàng Thị Bích Thảo*

*PHÁT TRIỂN THƯƠNG HIỆU  
& CHIẾN LƯỢC TRUYỀN THÔNG  
CHO NGHỆ SĨ*

Dưới định hướng nghệ thuật của NoirfotoGallery, AGAD đồng hành cùng Hoàng Thị Bích Thảo - **một nữ doanh nhân thành đạt và cũng là một nhiếp ảnh gia đầy tâm huyết**, người đã dành nhiều năm ghi lại hành trình của mặt trời, tạo nên một kho tư liệu hơn mười nghìn bức ảnh chụp bằng nhiều thiết bị, từ máy ảnh chuyên nghiệp đến một chiếc iPhone 6 cũ.

Hành trình đến với nghệ thuật của chị vốn không theo lối thông thường: không phải nghệ sĩ được đào tạo bài bản, nhưng được dẫn dắt bởi một mối liên kết chân thực và sâu sắc với ánh sáng. **Sự tự nhiên ấy chính là linh hồn của dự án đồng thời cũng là thách thức lớn nhất.** Để giới thiệu chị như một nghệ sĩ trước công chúng, AGAD cần chuyển hoá một thực hành thị giác mang đậm tính cá nhân thành một bản sắc nghệ thuật vừa độc đáo, vừa thuyết phục.

PHÁT TRIỂN THƯƠNG HIỆU  
& CHIẾN LƯỢC TRUYỀN THÔNG  
CHO NGHỆ SĨ



TAM SU SEI MAL

Dựa trên phương pháp Phát triển Thương hiệu Nghệ sĩ của AGAD, quá trình bắt đầu bằng việc chắt lọc những phẩm chất nghệ thuật vốn có bên trong kho tư liệu đồ sộ của tác giả: một cảm quan thị giác nhạy cảm với ánh sáng và thời gian, sự kiên trì lặng lẽ trong nhiều năm theo đuổi việc chụp ảnh mặt trời và mạch ý niệm xoay quanh sức sống, sự tái sinh, và từng khoảnh khắc ở hiện tại.

**AGAD chuyển hoá những yếu tố này thành một định vị vững vàng của người nghệ sĩ cùng lối tự sự mạch lạc, giúp việc giới thiệu chi đến các nhà báo văn hoá, giới chuyên môn, và nhà sưu tập được đặt trên một nền tảng vừa chân thật, vừa có chiều sâu nghệ thuật.**

*PHÁT TRIỂN THƯƠNG HIỆU  
& CHIẾN LƯỢC TRUYỀN THÔNG  
CHO NGHỆ SĨ*

AGAD phụ trách:

- đánh giá và biên tập hàng nghìn bức ảnh;
- tuyển chọn những tác phẩm cùng tạo nên một triết lý thị giác thống nhất;
- xây dựng artist statement và câu chuyện cho từng tác phẩm;
- chuẩn bị toàn bộ tài liệu truyền thông dành cho báo chí;
- và thiết kế một chiến lược truyền thông đầy thuyết phục để giới thiệu chị như một tiếng nói nghệ thuật nghiêm túc, bước ra từ một nền tảng phi nghệ thuật.

**Việc đạt được sự quan tâm của báo chí văn hoá đối với một nghệ sĩ không chuyên là điều vô cùng khó nhưng AGAD đã làm được nhờ phát triển một mạch tự sự chân thực và tinh tế, lấy các giá trị nghệ thuật thuần tuý làm gốc rễ.**

*PHÁT TRIỂN THƯƠNG HIỆU  
& CHIẾN LƯỢC TRUYỀN THÔNG  
CHO NGHỆ SĨ*



Sản xuất Triển lãm “NGUỒN SỐNG” | Chuyển hoá một Sàn Văn phòng thô thành Không gian Nghệ thuật với Mạch Tự sự Nhất quán

Bản thân triển lãm là một dự án quy mô lớn. Từ một sàn văn phòng hoàn toàn trống, AGAD thực hiện quá trình chuyển đổi thành một không gian nghệ thuật tinh tế và giàu tính trải nghiệm:

- thiết kế không gian và mạch trưng bày tác phẩm, phối hợp thi công và giám sát
- xử lý kỹ thuật và tinh chỉnh toàn bộ các bức ảnh được chọn, kể cả những file có kích thước gốc rất nhỏ
- in ấn và đóng khung đạt chuẩn bảo tàng
- tư vấn vật liệu và giải pháp hoàn thiện để đạt tiêu chuẩn trưng bày chuyên nghiệp.

**AGAD cũng lên ý tưởng và thực hiện một tác phẩm nghệ thuật sắp đặt lấy cảm hứng từ thiên nhiên, sử dụng hệ thống cây xanh lớn để tái hiện một môi trường sống một hình ảnh ẩn dụ cho phép người thưởng lãm đắm mình trong năng lượng tái sinh của ánh sáng, cùng mạch tự sự xuyên suốt của triển lãm.**

*PHÁT TRIỂN THƯƠNG HIỆU  
& CHIẾN LƯỢC TRUYỀN THÔNG  
CHO NGHỆ SĨ*



Small white caption card with text.



Small white caption card with text.



Small white caption card with text.



Small white caption card with text.



Small white caption card with text.



Small white caption card with text.



Small white caption card with text.



Small white caption card with text.



Small white caption card with text.



Small white caption card with text.



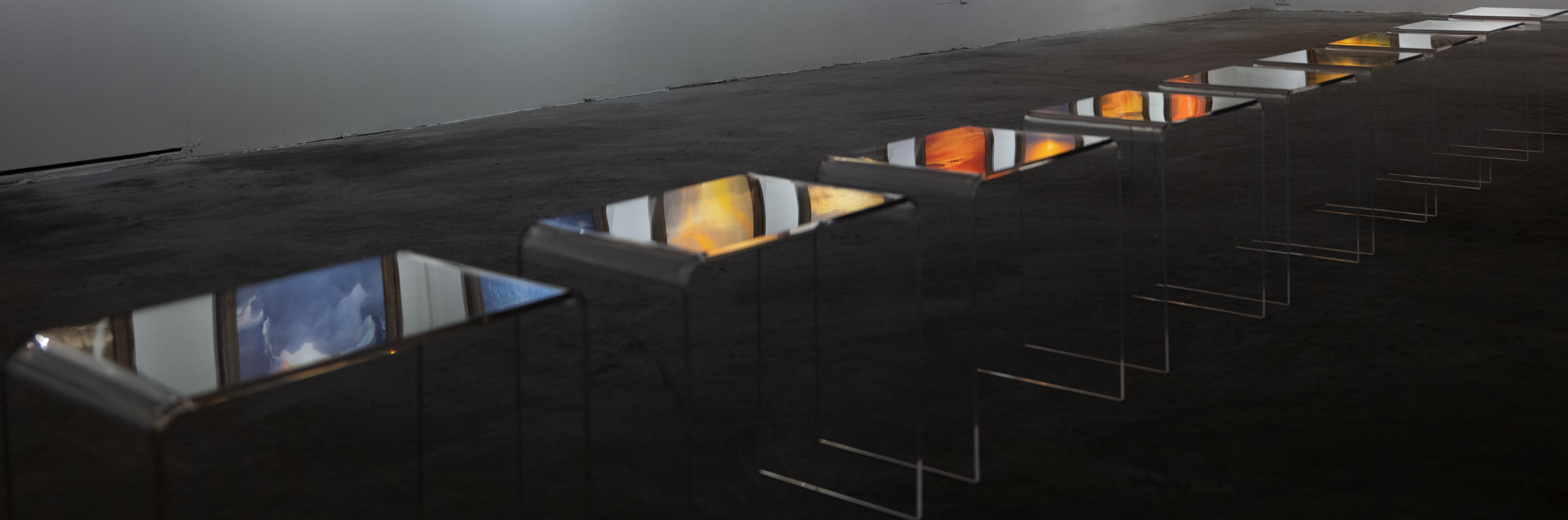
Small white caption card with text.



Small white caption card with text.



Small white caption card with text.



## **Truyền thông & Giới thiệu với Công chúng | Xây dựng Hình ảnh Nghệ sĩ trước Công chúng**

AGAD phụ trách toàn bộ tiến trình truyền thông xoay quanh triển lãm:

- xây dựng thông cáo báo chí,
- truyền thông tiếp cận theo nhóm mục tiêu,
- tổ chức sự kiện khai mạc,
- tương tác và hỗ trợ khách tham quan,
- ghi hình và chụp ảnh phục vụ mục đích kể chuyện,
- và quản lý toàn bộ các nội dung dành cho công chúng liên quan đến sự kiện ra mắt của nghệ sĩ.

Thông qua quy trình tích hợp này, công chúng được gặp gỡ Hoàng Thị Bích Thảo không chỉ với tư cách là một nữ doanh nhân yêu nhiếp ảnh, **mà còn là một nghệ sĩ mới nổi sở hữu tiếng nói nghệ thuật riêng biệt, được hình thành từ sự chuyên tâm, kỷ luật, và chiều sâu cảm xúc.**

*PHÁT TRIỂN THƯƠNG HIỆU  
& CHIẾN LƯỢC TRUYỀN THÔNG  
CHO NGHỆ SĨ*



## **MỘT MÀN RA MẮT NGHỆ THUẬT ẢN TƯỢNG – MINH CHỨNG CHO NHỮNG GÌ MÀ KẾ HOẠCH PHÁT TRIỂN NGHỆ SĨ CÓ THỂ KHAI MỞ**

Xuất phát từ đam mê cá nhân, dự án đã trở thành một màn giới thiệu nghệ thuật thật trọn vẹn trước công chúng: mạch lạc, giàu tính trải nghiệm, cộng hưởng cùng cảm xúc, và được thực hiện theo tiêu chuẩn bảo tàng.

Dự án này thể hiện rõ sứ mệnh của AGAD trong việc Phát triển Thương hiệu Nghệ sĩ & Chiến lược Truyền thông: Nhận diện và khai phá tài năng ở bất cứ đâu, để nuôi dưỡng nó bằng sự nghiêm cẩn và liêm chính, rồi đưa người nghệ sĩ đến với công chúng bằng sự tôn trọng tuyệt đối để tôn vinh trọn vẹn giá trị của họ, giúp người nghệ sĩ có thể dành trọn tâm trí cho thực hành sáng tạo.

*PHÁT TRIỂN THƯƠNG HIỆU  
& CHIẾN LƯỢC TRUYỀN THÔNG  
CHO NGHỆ SĨ*

*Hoàng Lê Giang – Qua Miền  
“Trung giới” của Bản sắc:  
Hành trình Ra mắt Nghệ sĩ  
trước Công chúng*

*PHÁT TRIỂN THƯƠNG HIỆU  
& CHIẾN LƯỢC TRUYỀN THÔNG  
CHO NGHỆ SĨ*

**"Bardo" – "Trung giới"** là triển lãm cá nhân đầu tiên của Hoàng Lê Giang, chủ nhân Giải Đặc biệt của Noirfotocontest2024, diễn ra tại Lotus Gallery từ 18–31/08/2025. Dưới định hướng nghệ thuật của Noirfoto Gallery, AGAD đảm nhiệm Phát triển Thương hiệu Nghệ sĩ và Chiến lược Truyền thông, giúp Giang chuyển mình từ một người làm kinh doanh, đồng thời là một nhà thám hiểm trở thành một nghệ sĩ thị giác được công nhận rộng rãi.

PHÁT TRIỂN THƯƠNG HIỆU  
& CHIẾN LƯỢC TRUYỀN THÔNG  
CHO NGHỆ SĨ



## **Hoàng Lê Giang - Một Tiếng nói Nghệ thuật được Nuôi dưỡng qua những Hành trình Khám phá**

Sinh năm 1988, Hoàng Lê Giang không bước vào nghệ thuật bằng con đường đào tạo chính quy. Cảm quan thị giác của anh được bồi đắp qua hơn 50 quốc gia từ Bắc Cực đến Mông Cổ và dãy Himalaya - nơi nhiếp ảnh mở ra khoảng không tĩnh lặng để quan sát và suy tư.

“Bardo” – “Trung giới” đánh dấu thời khắc anh ra mắt công chúng với tư cách là một nghệ sĩ, giới thiệu một ngôn ngữ thị giác mang đậm tính chiêm nghiệm, được kết tinh từ các cuộc phiêu lưu đan xen với những sự suy tưởng, soi chiếu của anh về nét đẹp vô thường của thiên nhiên.

*PHÁT TRIỂN THƯƠNG HIỆU  
& CHIẾN LƯỢC TRUYỀN THÔNG  
CHO NGHỆ SĨ*



## **Vai trò của AGAD: Phát triển Thương hiệu Nghệ sĩ & Triển khai Chiến lược Truyền thông**

Với vai trò là đơn vị hỗ trợ thương mại và thực thi cho Noirfoto Gallery, AGAD xây dựng và triển khai toàn bộ chiến lược truyền thông cho màn ra mắt công chúng đầu tiên của Giang với tư cách nghệ sĩ.

### **1. Định vị Nghệ sĩ & Xây dựng Mạch Tự sự**

AGAD xác định các chủ đề nghệ thuật cốt lõi của Giang và phát triển một mạch truyện gắn gũi với công chúng, kết nối đam mê khám phá với chính cái chất suy tư của anh trong thực hành thị giác.

### **2. Chiến lược Truyền thông & Thực thi PR**

AGAD xây dựng chiến lược báo chí, giới thiệu triển lãm đến nhiều kênh văn hoá và truyền thông đại chúng, điều phối các buổi phỏng vấn, và cung cấp tư liệu báo chí.

Kết quả: hơn 30 bài viết khắp các nền tảng lớn tại Việt Nam và hơn 2,000,000 lượt tiếp cận trên mạng xã hội.

*PHÁT TRIỂN THƯƠNG HIỆU  
& CHIẾN LƯỢC TRUYỀN THÔNG  
CHO NGHỆ SĨ*

### **3. Định hướng Mạng xã hội & Hỗ trợ Nội dung**

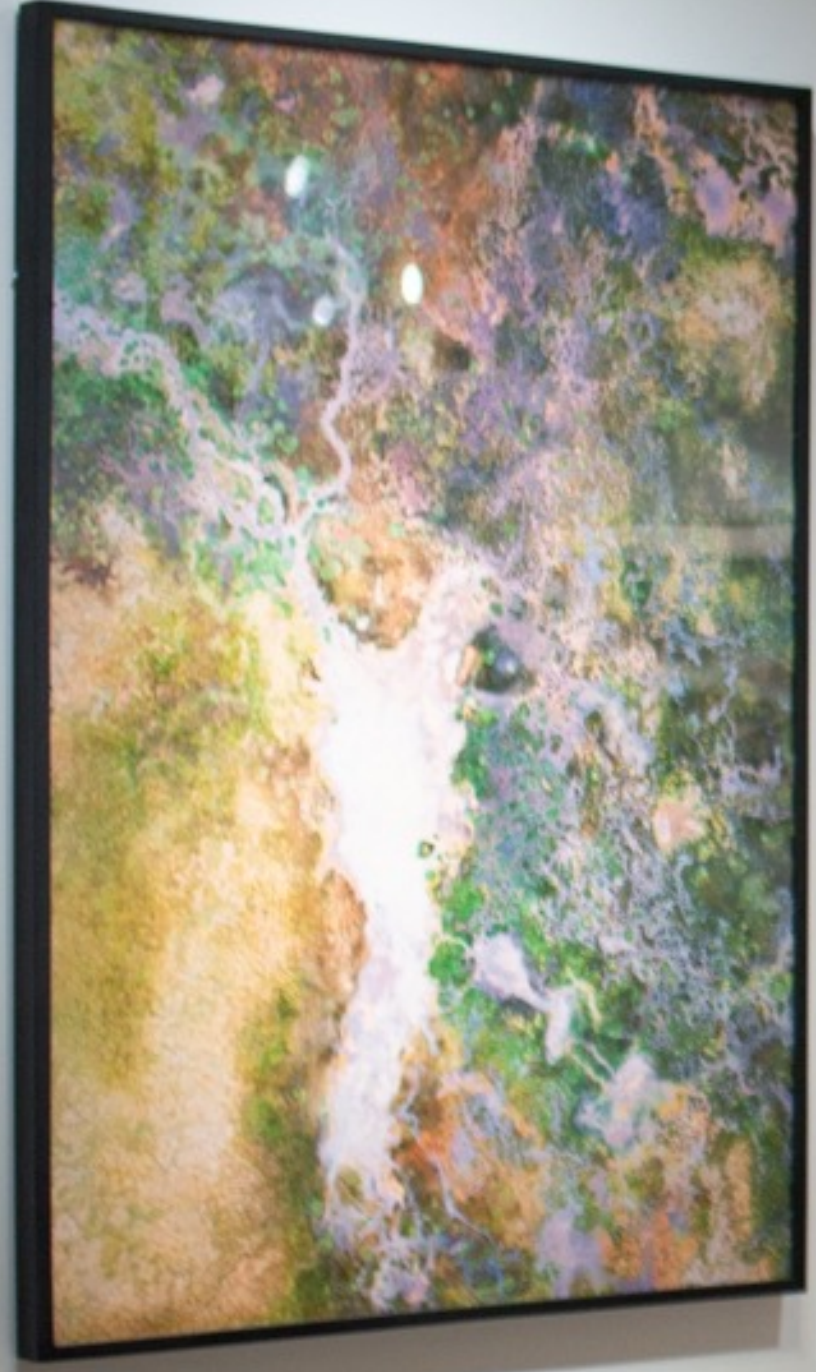
AGAD xây dựng định hướng và sản xuất nội dung, lập kế hoạch đăng tải, tạo đà để thu hút sự chú ý trên các nền tảng, trước và trong thời gian diễn ra triển lãm.

### **4. Quản lý Sự kiện & Khách tham dự**

AGAD điều phối:

- đêm khai mạc
- buổi private viewing
- buổi artist talk “Linh Hồn Của Không Gian,”  
đảm bảo trải nghiệm nhất quán cho khách mời và vận hành sự kiện trôi chảy.

*PHÁT TRIỂN THƯƠNG HIỆU  
& CHIẾN LƯỢC TRUYỀN THÔNG  
CHO NGHỆ SĨ*



## **5. Điều phối Quan hệ Đối tác**

AGAD phối hợp cùng các đối tác như Lotus Gallery, Epson, Warehouse, Parfumélite và The New Journey Media Production để hỗ trợ thiết kế không gian trưng bày, lồng ghép các yếu tố đa giác quan, và hoạt động ghi hình làm tư liệu cho triển lãm.

## **6. Hỗ trợ Vận hành Triển lãm**

Theo định hướng nghệ thuật của Noirfoto Gallery, AGAD phụ trách hỗ trợ hậu cần, chuẩn bị không gian, và triển khai vận hành tại gallery trong suốt thời gian diễn ra triển lãm.

*PHÁT TRIỂN THƯƠNG HIỆU  
& CHIẾN LƯỢC TRUYỀN THÔNG  
CHO NGHỆ SĨ*

## **KẾT QUẢ: MỘT MÀN RA MẮT CÔNG CHÚNG ĐẦY ẨM TƯỢNG & MỘT BẢN SẮC NGHỆ THUẬT RÕ NÉT**

Trong hai tuần trưng bày, “Bardo” – “Trung giới” đón gần 3.000 lượt khách, bao gồm nhà sưu tập, các nhà thực hành văn hoá, kiến trúc sư, nhà thiết kế, và một lượng lớn khán giả trẻ quan tâm nghệ thuật.

Triển lãm trở thành một dấu mốc đáng chú ý đối với nhiếp ảnh trừu tượng tại Việt Nam và khẳng định Giang như một nhiếp ảnh gia sở hữu tiếng nói nghệ thuật thị giác riêng.

### ***Một số thành quả nổi bật***

- 3,000+ lượt khách tham quan
- 30+ bài báo
- ~2 triệu lượt tiếp cận trên mạng xã hội & sự quan tâm sâu sắc từ giới sưu tập
- sự hợp tác đa giác quan giữa các thương hiệu
- mức độ tương tác cao trong các chương trình công chúng

*PHÁT TRIỂN THƯƠNG HIỆU  
& CHIẾN LƯỢC TRUYỀN THÔNG  
CHO NGHỆ SĨ*

"Bardo" – "Trung giới" cho thấy cách một chiến lược Phát triển Nghệ sĩ & Truyền thông bài bản có thể giới thiệu đến công chúng một tiếng nói nghệ thuật mới, với độ nhận diện rõ ràng cùng tiềm năng phát triển dài hạn.

Với Hoàng Lê Giang, đây là điểm khởi đầu cho hành trình nghệ thuật trước công chúng.

Với AGAD, dự án khẳng định năng lực đồng hành cùng nghệ sĩ mới nổi thông qua chiến lược truyền thông được thiết kế chuyên nghiệp và các hoạt động công chúng được vận hành hiệu quả.

PHÁT TRIỂN THƯƠNG HIỆU  
& CHIẾN LƯỢC TRUYỀN THÔNG  
CHO NGHỆ SĨ



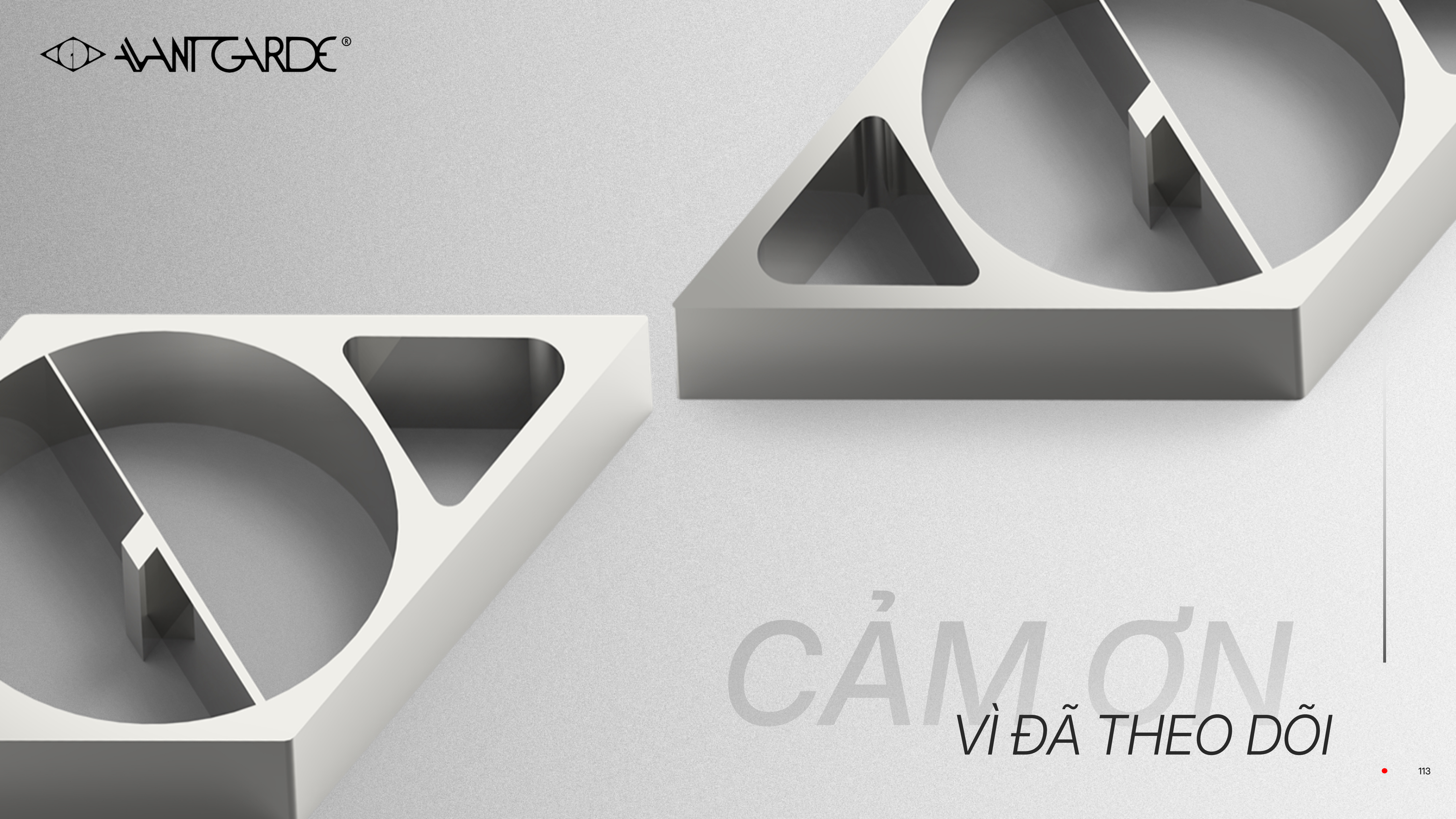


*Kết nối với Chúng tôi*



[www.agad.vn](http://www.agad.vn)  
[contact@agad.vn](mailto:contact@agad.vn)  
+84 353 240703

AVANT-GARDE ART DEVELOPMENT COMPANY LIMITED  
131 Dương Văn An, Bình Trưng, TP. HCM



CẢM ƠN  
VÌ ĐÃ THEO DÕI