

opal



About Opal

3

Our Luxury Experiences

4

Our Services

Branding strategy

6

PR & media planning

7

Creative development & production

8

Event management

9

Our Portfolio

Our clients

11

Our works

12

Our Team

79

Contact Us

84

About Opal

Opal is a subsidiary company under Openasia Group - the leading investment firm specialized in luxury retail, crafts production, hospitality and corporate investment in Vietnam.

Opal was first established with the mission to provide marketing and communication services for brands distributed by the Group. After years of experience working with international names and helping them thrive in Vietnam, we have expanded our offerings to become a full-service communication agency. Since then, we have built a diverse client portfolio of different sectors from banks, real-estate groups to non-profit organizations.



Our Luxury Experiences

Opal is proud to have the privilege to provide communication services for some of the most well-known names from the global luxury industry such as Hermès, Hugo Boss, Chopard... as well as several local brands including Hanoia and Press Club... and the list keeps growing year by year. This journey has given us great knowledge of the luxury business and a deep understanding of how affluent customers think and make decisions.

After more than a decade of learning and applying the most demanding standards to the local market, we believe Opal's strengths lie in our professionalism, creative competence and ability to execute to perfection, with a team of more than 30 members each highly skilled in his/her field. As a member of Openasia, we also are able to share valuable resources and enjoy a strong synergy from different businesses within the Group.



HERMÈS
PARIS

BOTTEGA VENETA

SAINT LAURENT

KENZO

BOSS
HUGO BOSS

HUGO
HUGO BOSS



PATEK PHILIPPE
GENÈVE



VACHERON CONSTANTIN
GENÈVE

PIAGET

Chopard

BANG & OLUFSEN



BENETEAU

LALIQUE

Our Services



Branding Strategy

Brand definition and positioning

Target audience identification and segmentation

Brand matrix and guidelines

Communication and creative direction

Campaign planning and budgeting

Ongoing consultation



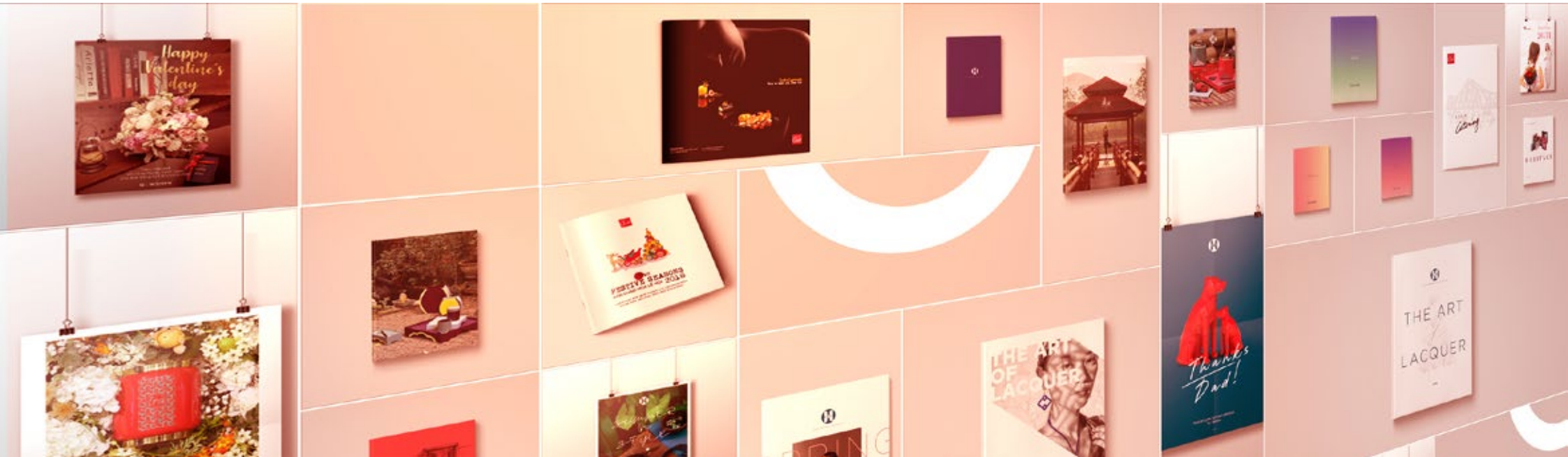
PR & Media Planning

- Print, Digital, OOH
- Media planning and advertisement booking
- PR angle development
- Copywriting and proofreading
- Editorial media pitching
- Campaign KPIs and reporting
- Press relations
- KOL management



Creative Development

- Brand identities
- Creative idea development
- Key visual conception
- Graphic design and print management
- Packaging and marketing collaterals
- Photoshooting and video production
- Website design and operations



Event Management

- Idea conception
- Planning and budgeting
- Set up and management
- Event execution
- Art installation



Our Portfolio



Our Clients



BOTTEGA VENETA

SAINT LAURENT



BANG & OLUFSEN

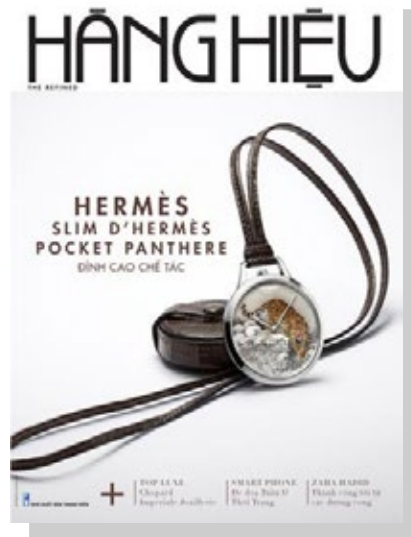


toong YOUR FIRST PLACE. AFTER HOME



BIM Land

Our Works



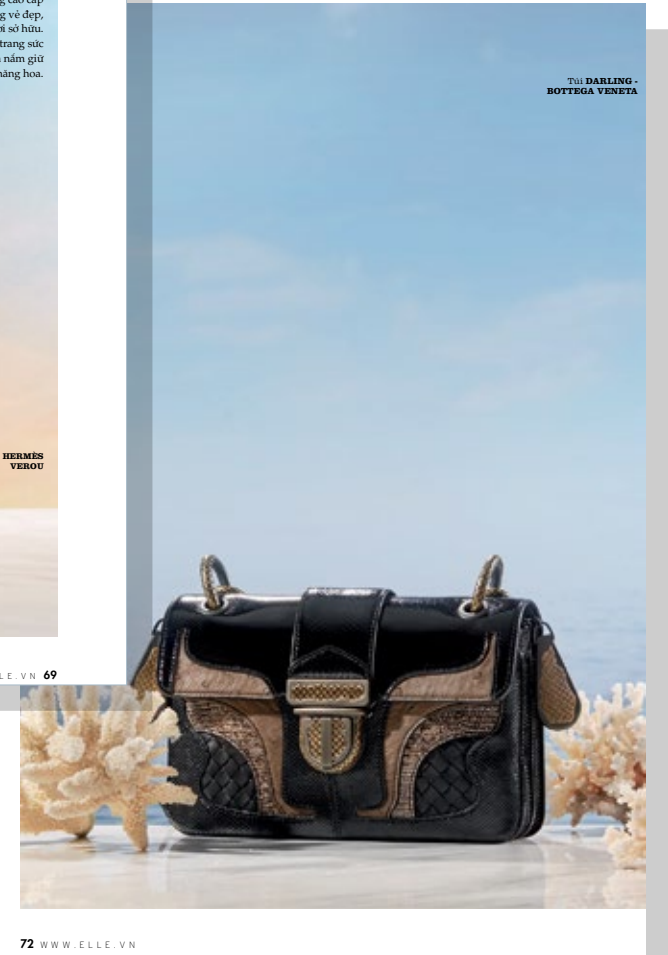
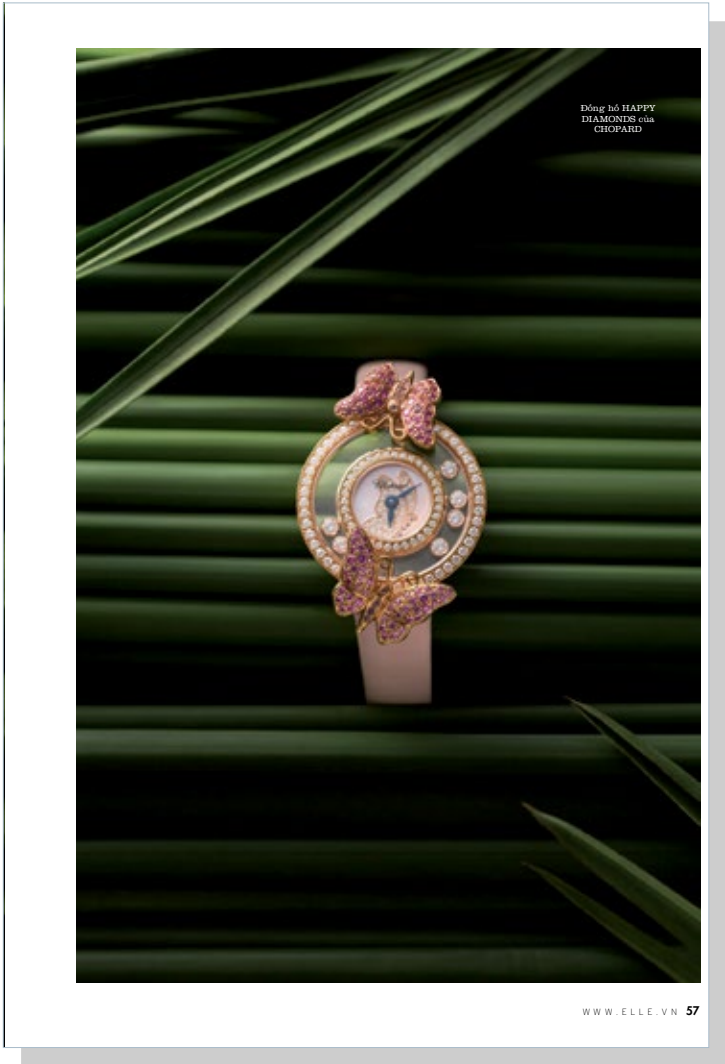
PR Communication

Online



Offline





156

PHỎNG VẤN

Robb Report - Vol. 12 / 2017



HERMÈS - BẠN ĐỒNG HÀNH CỦA THỜI GIAN

Nhân buổi triển lãm mang tên «Time, a Hermès Object» được tổ chức tại Singapore vào tháng 10 vừa qua, Robb Report đã có buổi trò chuyện lý thú với ông Laurent Dordet, CEO của mảng đồng hồ La Montre Hermès.

Thư hiên: HỒNG QUANG

Dành trọn sự nghiệp tại Hermès, điều gì khiến ông cảm thấy tuyệt vời nhất về hành trình này?

Hai thập niên và đó mới chỉ là phần lớn thời gian trong sự nghiệp của tôi thời ch... chưa phải cả sự nghiệp. Hermès là một công ty mang đậm dấu ấn truyền thống gia đình, khởi đầu từ sản phẩm da thuộc. Sang thế kỷ 20, chúng tôi bắt đầu mở rộng và đi sâu vào các lĩnh vực khác như khăn lụa, túi xách, nước hoa. Từ những năm 1920, chúng tôi bắt tay sản xuất những chiếc dây đeo đồng hồ bằng da và giờ đây được một số thành công nhất định. Bốn mươi năm trước, những chiếc đồng hồ đeo tay đầu tiên gắn tên Hermès mới bắt đầu được sản xuất. Tại thời điểm được thành lập vào năm 1978, mảng đồng hồ đi trên một con đường rất sơ khai, bắt nguồn từ việc mua linh kiện và kết hợp cùng các nhà cung cấp khác. Đến nay, tức chỉ hơn 50 năm sau, chúng tôi đã có thể tự sản xuất gần như tất cả các bộ phận cấu thành một chiếc đồng hồ. Điều tôi cảm thấy may mắn nhất chính là được làm việc cùng

những con người thực sự đam mê công việc. Mỗi sáng thức dậy và cảm thấy như được làm công việc mơ ước, có lẽ đó là điều tôi cảm thấy thú vị nhất khi gắn bó với thương hiệu này. Sau hai năm giữ chức Giám đốc điều hành của La Montre Hermès, ông có thể chia sẻ những khó khăn khi bước vào một lĩnh vực hoàn toàn mới? Trước đây, tôi không có nhiều kiến thức chuyên môn về ngành đồng hồ, mà chỉ có sự am hiểu và niềm đam mê về tất cả đối với nhãn hiệu Hermès. Thế nhưng, nhiệm vụ của tôi là đưa đồng hồ vào trong danh mục các sản phẩm định hình của Hermès. Chúng tôi có những chuyên gia phân tích hiệu quả rõ ràng, xu hướng thiết kế, và kỹ thuật công nghệ. Nhưng thú thật, mảng đồng hồ vẫn còn là một lĩnh vực khá mới so với các lĩnh vực còn lại trong thế giới Hermès. Tôi đóng vai trò làm người kết nối tất cả các moi thành viên trong gia đình này lại gần với nhau hơn, giải thích cho họ hiểu cách năm bắt thị trường

Tháng Mười Hai - 2017

PHỎNG VẤN

157

bán lẻ, biết yêu những sản phẩm mà mình tạo ra để từ đó giao tiếp tốt hơn với khách hàng. Đây cũng chính là những khó khăn vào thời điểm mới bắt đầu vì tôi chưa có nhiều kinh nghiệm trong thị trường bán lẻ đồng hồ. Những chiếc đồng hồ của Hermès thiên về công nghệ kỹ thuật hay nghệ thuật trang trí? Chúng ta không thể tách biệt hai khía cạnh trên. Nếu bạn là một nhà sản xuất đồng hồ thuần túy, việc phải nắm chắc các kỹ thuật chế tạo đồng hồ cơ bản là điều bắt buộc. Trong khi đó chúng tôi sở hữu một nhà máy chuyên cung cấp các thiết bị cơ học của đồng hồ. Ngay từ những ngày đầu, Hermès đã xác định sẽ làm tạo ra những chiếc đồng hồ với chất lượng tốt nhất, trong khi vẫn giữ được một phong thái khiêm tốn và không quá khoa trương. Nhưng không phải vì vậy mà chúng tôi sẽ đi theo lối mòn của truyền thống hay lặp lại tinh thần và phong cách của các thương hiệu đồng hồ cao cấp lúc bấy giờ. Hermès phải đem tới một làn gió mới cho thị trường đồng hồ vốn đi quá cũ kỹ nhàm chán. Có lẽ đó không phải là lựa chọn của tất cả mọi người, bởi vì những ý tưởng khác thường sẽ khiến bạn hoặc cực kỳ thích thú hoặc rất khó chịu. Chúng tôi luôn nhắc nhở bản thân rằng hãy tránh xa các thiết kế đồng hồ truyền thống, hoàn toàn dựa vào các nguyên tố của Hermès, mang phong cách đậm chất Pháp, mang sự tươi mới tới cho thế giới sáng tạo. Có thể nói đó là truyền thống riêng của thương hiệu. Và chúng tôi luôn tự hào về những sản phẩm không thua kém bất cứ nhãn hiệu nào khác về mặt công nghệ kỹ thuật. Có lẽ không thương hiệu nào có thể tươi trẻ và khởi đầu như Hermès khi nhắc tới khái niệm Thời gian, ngoài

Điều tạo nên sự khác biệt của đồng hồ Hermès chính là khả năng sáng tạo, tinh thần đam mê, và đặc biệt là cách chúng tôi định nghĩa về Thời gian như một người bạn đồng hành đáng yêu, đầy thiện cảm.

giữa Hermès và Thời gian. Khi nhắc tới ngành đồng hồ, người ta sẽ phải cạnh tranh về độ chính xác của thời gian, các chức năng lịch và đo lường, các thông số kỹ thuật, độ bền... Tuy nhiên, đó không phải những tiêu chí để Hermès cạnh tranh trong thị trường này. Điều tạo nên sự khác biệt của đồng hồ Hermès chính là khả năng sáng tạo, tinh thần đam mê, và đặc biệt là cách chúng tôi định nghĩa về Thời gian như một người bạn đồng hành đáng yêu, đầy thiện cảm.

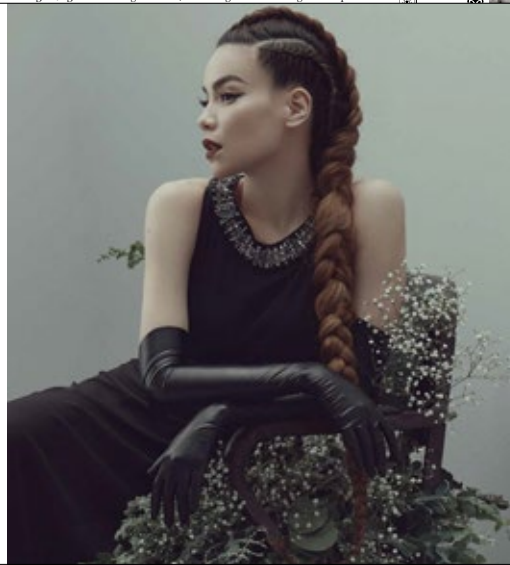
Tôi luôn nhắc nhở tất cả các thành viên của mình hãy mang niềm vui, sự ngẫu hứng vào trong công việc. Khi chưa cảm nhận được sự vui sướng trong công việc sáng tạo của mình, chúng tôi chưa thỏa mãn và chắc chắn khách hàng cũng vậy. Như một chiếc đồng hồ không nhất thiết phải có mặt hình vuông, mà có thể là các khối hình học thú vị, tùy vào trí tưởng tượng của người thiết kế. Vì thế, Thời gian không chỉ là mục tiêu duy nhất của Hermès, mà là những ý tưởng mà thương hiệu theo đuổi để mang tới cho khách hàng. Chẳng hạn như đồng hồ đồng hồ Arceau đầu tiên của Hermès 40 năm trước, với ý tưởng mặt đồng hồ hình vuông góc tròn được thiết kế như một chiếc khóa dây thắt lưng. Đó là những gì bạn thấy, nhưng thực ra khi thiết kế, mặt đồng hồ chẳng may bị rơi và lệch sang một bên. Từ đó, chúng tôi quyết định đây sẽ là lựa chọn cuối cùng, một thiết kế bất đối xứng cực kỳ ngẫu hứng. Từ một sự cố ngẫu nhiên mà chúng tôi đã rất hài lòng vì tạo ra được sự khác biệt, để rồi đồng Arceau ra đời. Cho đến tận bây giờ, mẫu đồng hồ này đã trở thành sản phẩm kinh điển của Hermès. Có thông tin rằng Hermès sẽ rời bỏ sự kiện Baselworld? Chúng tôi xác nhận sẽ tham gia triển lãm đồng hồ cao cấp

HỒ NGỌC HÀ SÔNG BĂNG NỘI LỰC CỦA MỘT NỮ HOÀNG

Nếu xem lịch làm việc của Hồ Ngọc Hà, không ít người sẽ phải choáng váng bởi đường như. Hà không có nhiều thời gian cho bạn thân mình như những người phụ nữ bình thường khác. Để có một Hồ Ngọc Hà - Nữ hoàng giải trí - của hôm nay, hẳn phải có sự hy sinh, sự đánh đổi, nước mắt, mồ hôi và cả những đêm trắng.

THƯ HIÊN ANH PHAM

Art Director: ALEX FOX Photographer: MISO TRẦN Make up: NGUYỄN HẠO MONG HUNG Hair: KUN LE Stylist: ANH PHAM Creative Assistant: CAO THANH HIỀN Costume: HERMES, BOTTEGA VENETA



THE ASIA ISSUE

THÁNG TƯ - 2017

TAO TẠC MANG HỒN VIỆT

Sắc son mài nhẹ nhàng, thanh nhã của Hanoiia đang len lỏi trong ngôi nhà bạn.

Một chút nhân nhá sắc mài có thể khiến không gian sống của bạn bừng sáng, như chiếc bình hoa bên cửa sổ, khay trưng bày duyên dáng nơi góc phòng, bộ sưu tập hộp trà nhiều sắc độ hay bộ khay và đĩa trà bán ăn. Những nét chạm phả tượng chừng rất nhỏ ấy có thể làm thay đổi diện mạo căn phòng của bạn và thổi vào đó nguồn xúc cảm đương đại.

Được lấy cảm hứng từ nghệ thuật đương đại với ảnh hưởng sâu đậm của các họa phái trừu tượng nổi tiếng thế giới, Bộ sưu tập Sắc mài chứa đựng những gam màu tươi sáng cùng sự tương phản giữa hình ảnh bóng và mờ càng làm tăng độ óng ả, mượt mà của các tác phẩm. Hanoiia là nhà chế tác sơn mài cao cấp đầu tiên của Việt Nam. Khởi sự từ một nhóm nhà thiết kế đến từ châu Âu, Hanoiia đã tạo nên những sản phẩm sơn mài độc đáo bằng tinh yêu và niềm kiên nhẫn từ kỹ thuật và tay nghề thủ công tinh xảo của Việt Nam.

www.hanoiia.com

Thiết kế: CATHERINE SILINA



VNEXPRESS

HERMÈS PARIS

HERMÈS PARIS

HERMÈS PARIS

Cách Hermès tạo 'luật chơi riêng' trên thị trường thời trang xa xỉ

Để chế thời trang tỷ USD muốn mỗi sản phẩm được tin yêu bởi tác dụng vốn có và giá trị về mặt phong cách cũng như tinh thần.

Không khoa trương, sử dụng ngôi sao nổi tiếng trong các chiến dịch quảng cáo, không để bài thổi bị lợi khi bởi các xu hướng, thông gì Hermès làm là tạo ra các vật thể từ những nguyên liệu đẹp nhất, được thiết kế thông minh và tìm tại nơi chấp xu hướng. Vì những tạo vật đẹp đó, Hermès hướng khách hàng tới "luật chơi" rất riêng của thương hiệu.

Theo đó, chiếc ghế sofa của Hermès không chỉ để ngồi mà còn để trang trí, chiếc khăn lụa Hermès không chỉ để quàng mà còn là niềm kiêu hãnh kín đáo, chiếc hộp sản phẩm không chỉ để đựng mà còn thể hiện phong cách và đẳng cấp riêng... Với Hermès, mỗi đồ vật là một câu chuyện để kể, thể hiện mối quan hệ tương tác với người dùng.

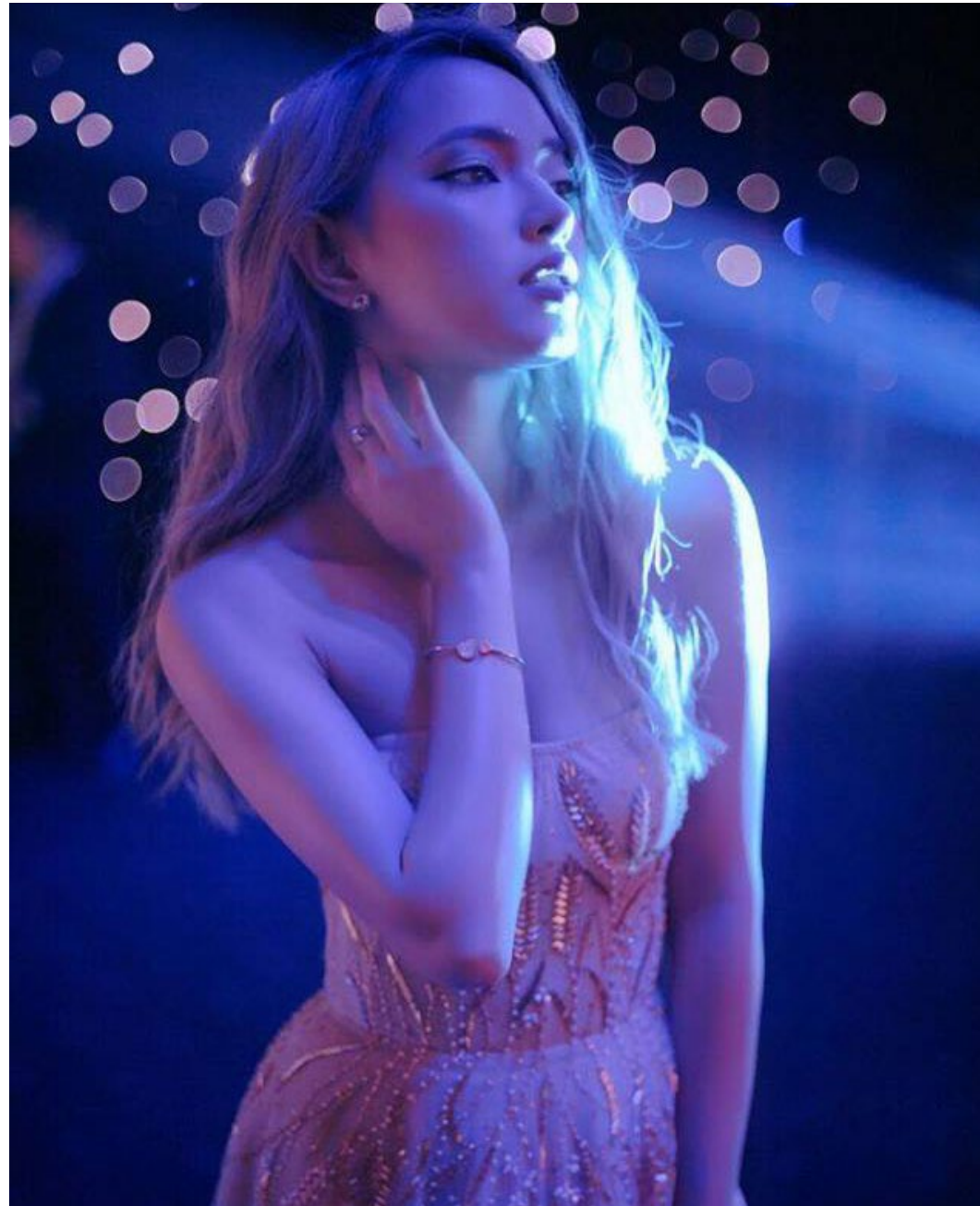
Hành trình từ công ty gia đình đến

MacBook Air

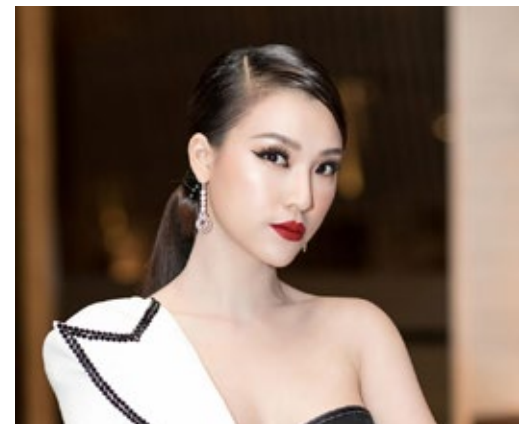




KOL Management



KOL Management



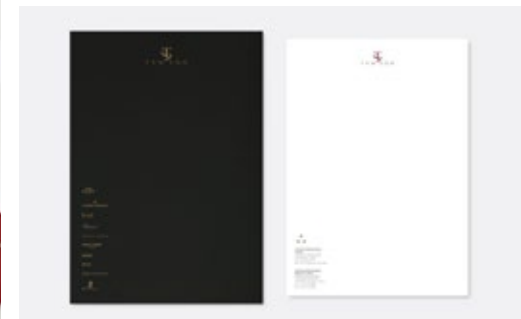
Logo Design

- Tam Son
- Nasco
- Skypec
- Noibai Catering Services
- CambodiaAngkorAir
- Baya furniture
- POW (PV Power)
- La Table du Chef restaurant
- La Plume bar
- MXP
- Alba
- Hanoia
- CFVG
- HFH
- ...



Creative Development

Tam Son International
Corporate identity



Creative Development

Tamson Yachting

Brand identity
Communication strategy
and action plan

PRIMARY COLOR

The colours in our primary colour palette are brown, beige & deep ocean blue. This palette should be used in all corporate communication.

- 

C50 M100 Y100 K70
R55 G1 B0
HEX 370000
- 

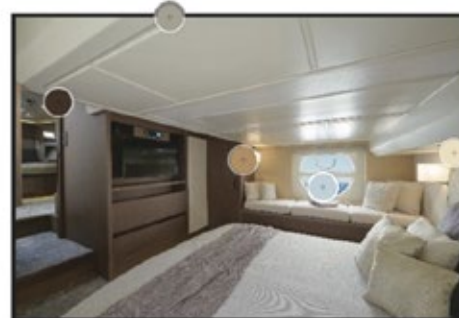
C0 M0 Y20 K50
R149 G147 B130
HEX 949381
- 

C91 M55 Y27 K58
R13 G54 B77
HEX 0d354d

SECONDARY COLORS

Secondary colours work to support primary colours and to ensure clarity of hierarchy and information on any piece of communication. They should never dominate a page.

C07 M60 Y55 K73 R2 08 824 HEX 020922	C07 M54 Y27 K3 R57 0104 0128 HEX 39688a	C17 M3 Y3 K3 R205 0238 8241 HEX 4b4e0f	C28 M10 Y11 K0 R142 0197 0273 HEX a21545	C08 M64 Y44 K15 R43 0102 0116 HEX 2b6674
C3 M10 Y24 K0 R228 0225 0193 HEX ee1cd5	C20 M9 Y1 K0 R155 0210 0113 HEX 01600c	C26 M45 Y66 K3 R181 0145 0108 HEX 35913c	C36 M50 Y40 K1 R157 0164 0132 HEX a7a499	C33 M64 Y74 K62 R43 047 037 HEX 302025



front



front



back

Creative Development

Alba Wellness Valley

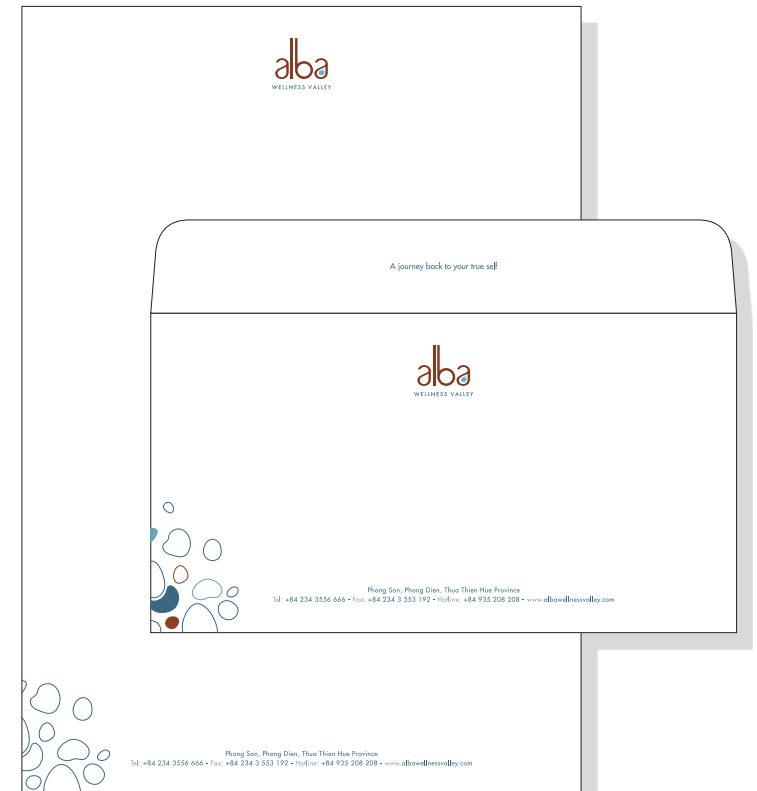
Brand identity
Key visual



Creative Development

Alba Wellness Valley

Brand identity
Alba Hospitality profile
Key visual



Creative Development

Hanoia

Brand identity
Key visual



Creative Development

Hanoia
Key visual



Creative Development

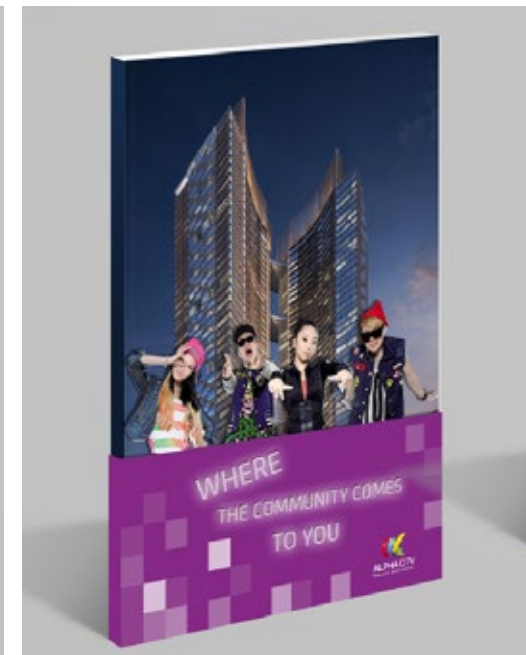
Hanoia
Key visual



Creative Development

Alpha City

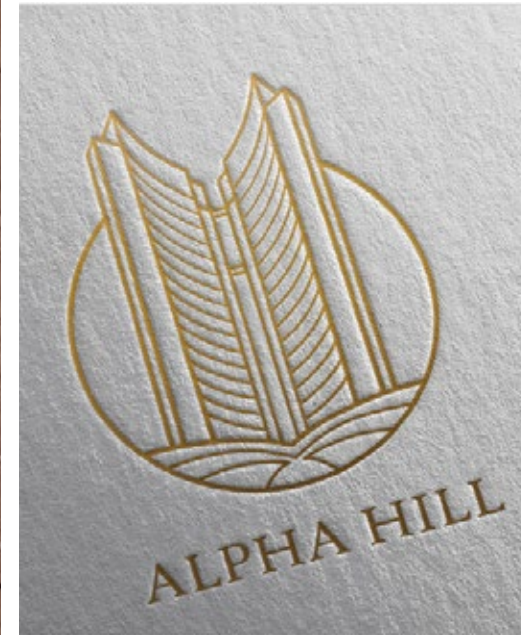
- Market research
- Brand strategy
- Communication strategy & framework
- Creative strategy
- Brand identity
- Sales collaterals
- Concept and campaign development
- Key visual



Creative Development

Alpha Hill

- Market research
- Brand strategy
- Communication strategy
- Brand identity
- Sales collaterals
- Concept and campaign development
- Key visual



Creative Development

Skypec
Corporate identity



C 100 M 55 Y 25 K 0
R 0 G 108 B 153
PANTONE 308 EC



C 5 M 9 Y 84 K 1
R 241 G 215 B 70
PANTONE 121 EC



C 20 M 40 Y 100 K 0
R 208 G 155 B 44
PANTONE 125 EC



LOGO COLOR



LOGO COLOR



LOGO WHITE



LOGO WHITE



Creative Development

MXP
Corporate identity



Creative Development

Baya

Brand Corporate identity



Creative Development

PV Power





Brand Corporate identity



Creative Development

Nasco
Corporate identity



-  C 6 M 100 Y 26 K 40 PANTONE 7434-EC
R 150 G 0 B 75
-  C 0 M 40 Y 100 K 00 PANTONE 137-EC
R 250 G 166 B 26
-  C 0 M 40 Y 100 K 00 PANTONE 137-EC
R 250 G 166 B 26
-  C 6 M 100 Y 26 K 40 PANTONE 7434-EC
R 150 G 0 B 75



Creative Development

Techcombank

Brand identity for Transformation program
Key visual

WisdomBeyond 

Độc sách thông thái
Cuộc thi về đọc sách lấy tri thức

Từ 19.5-30.6.2018

*Tôi chỉ biết một điều là
Tôi chẳng biết gì cả"*
Triết gia Socrates

GIẢI NHẤT
Một chuyến đi Hy Lạp
cho 2 người về quê hương
triết gia Socrates

Đối tượng tham gia: Toàn hệ thống | Thông tin và thể lệ vui lòng truy cập: www.techcombank.com/wisdombeyond | Hộp bài dự thi về: wisdombeyond@techcombank.com

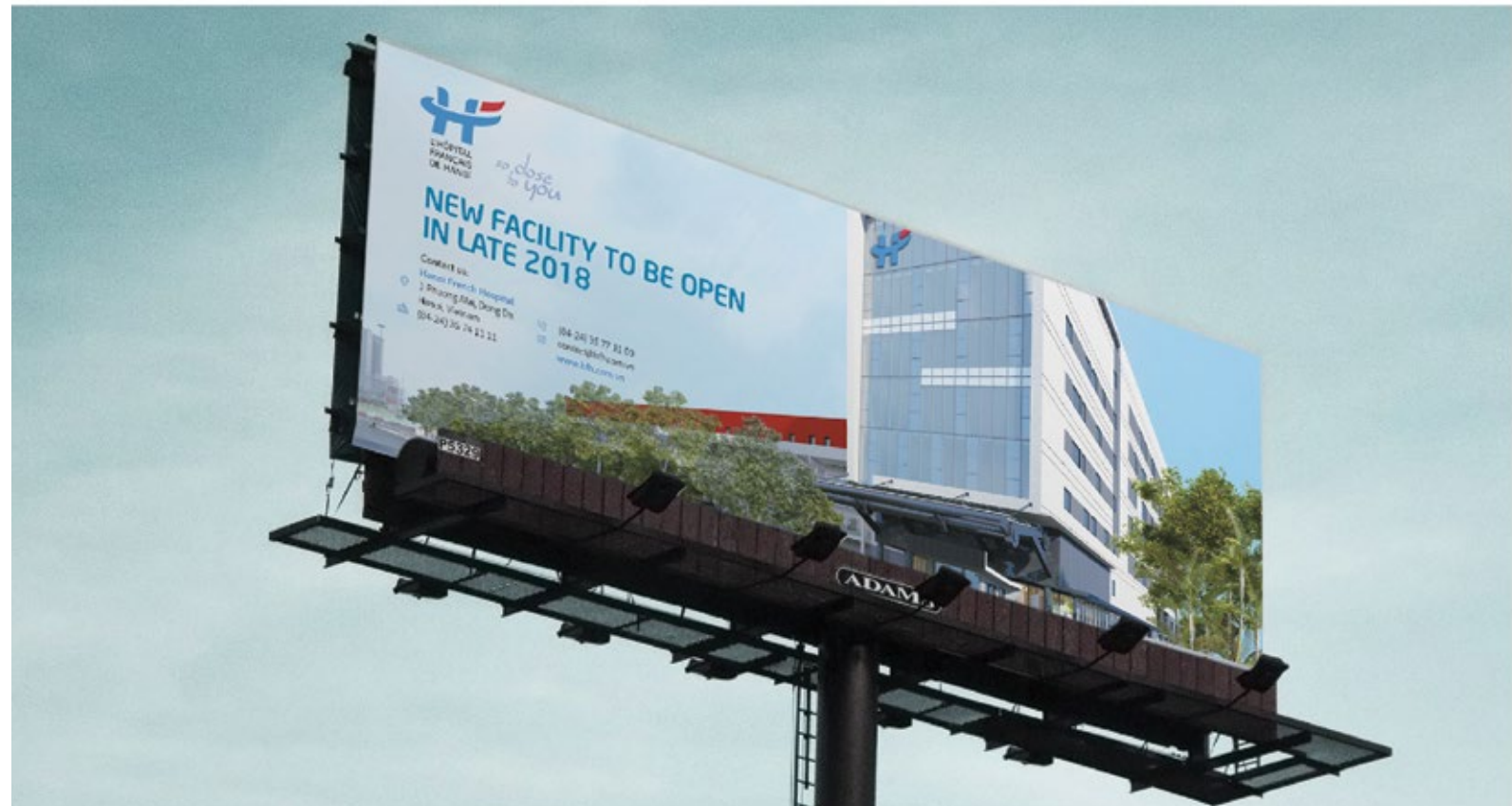



Beyond 

Better than Yesterday

Creative Development

HFH
Corporate identity



Creative Development

NCS
Corporate identity



UNLIMITED MAXIMUM SIZE



N: MINIMUM SPACE AROUND LOGO



LIMITED MINIMUM SIZE

Creative Development

Press Club

Key visual

Celebrating
life's best moments

Ghi dấu những khoảnh khắc đẹp nhất của cuộc đời

Nhà hàng Pháp cao cấp
Thực đơn Michelin

Quán bar
thư giãn & thưởng thức
cocktail

Dịch vụ tiệc đáng cấp

Dịch vụ tổ chức sự kiện
cho cá nhân & công ty

Chỉ cách Nhà hát lớn 200m

Press Club building
DC: 12 Lý Đạo Thành, Q. Hoàn Kiếm, Hà Nội
Hotline: +84.904.067.686

Email: info@hanoi-pressclub.com
Website: hanoi-pressclub.com

Press Club

Creative Development

Sofitel Legend Metropole Hanoi
Festive Season



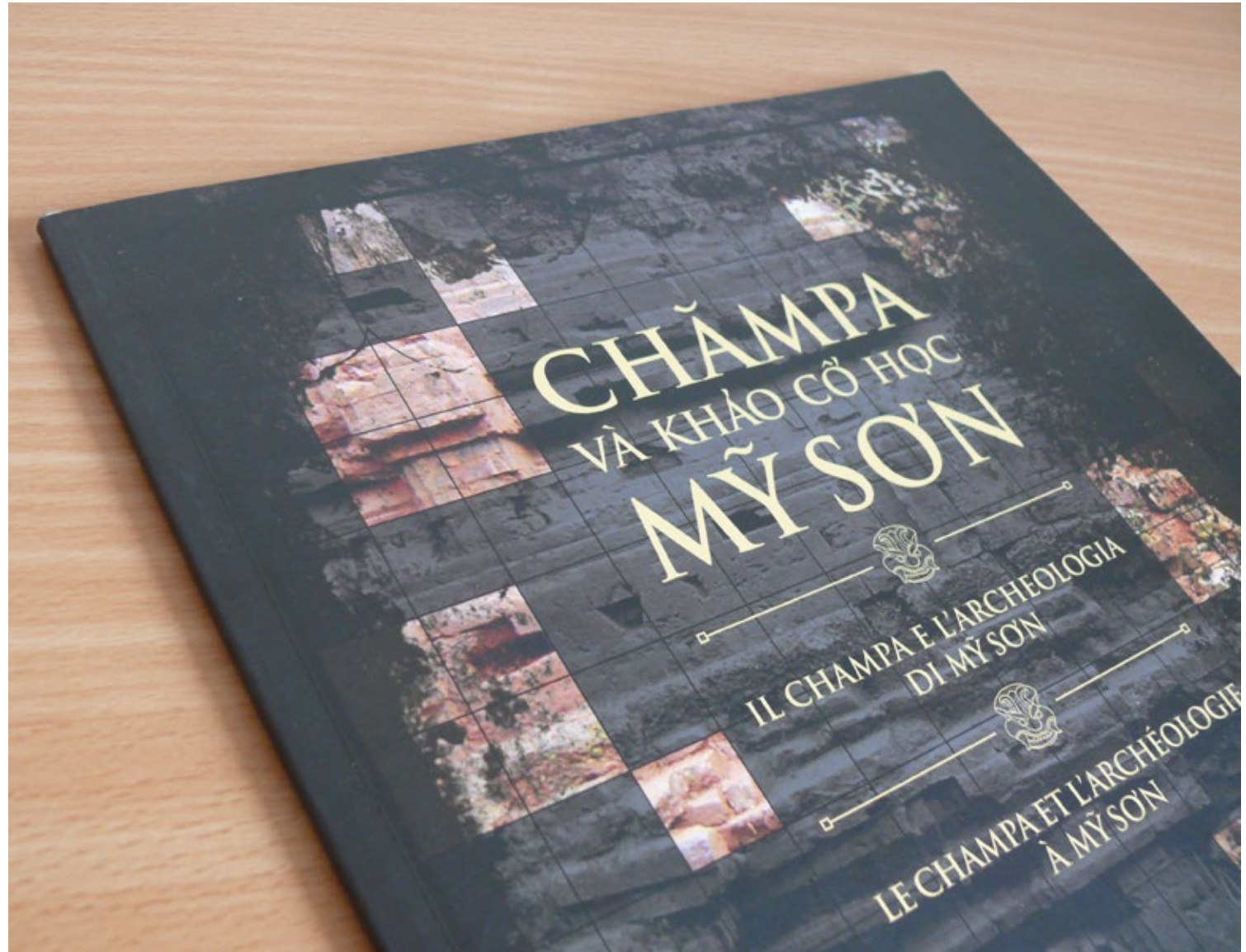
Creative Development

Bhaya Brochure



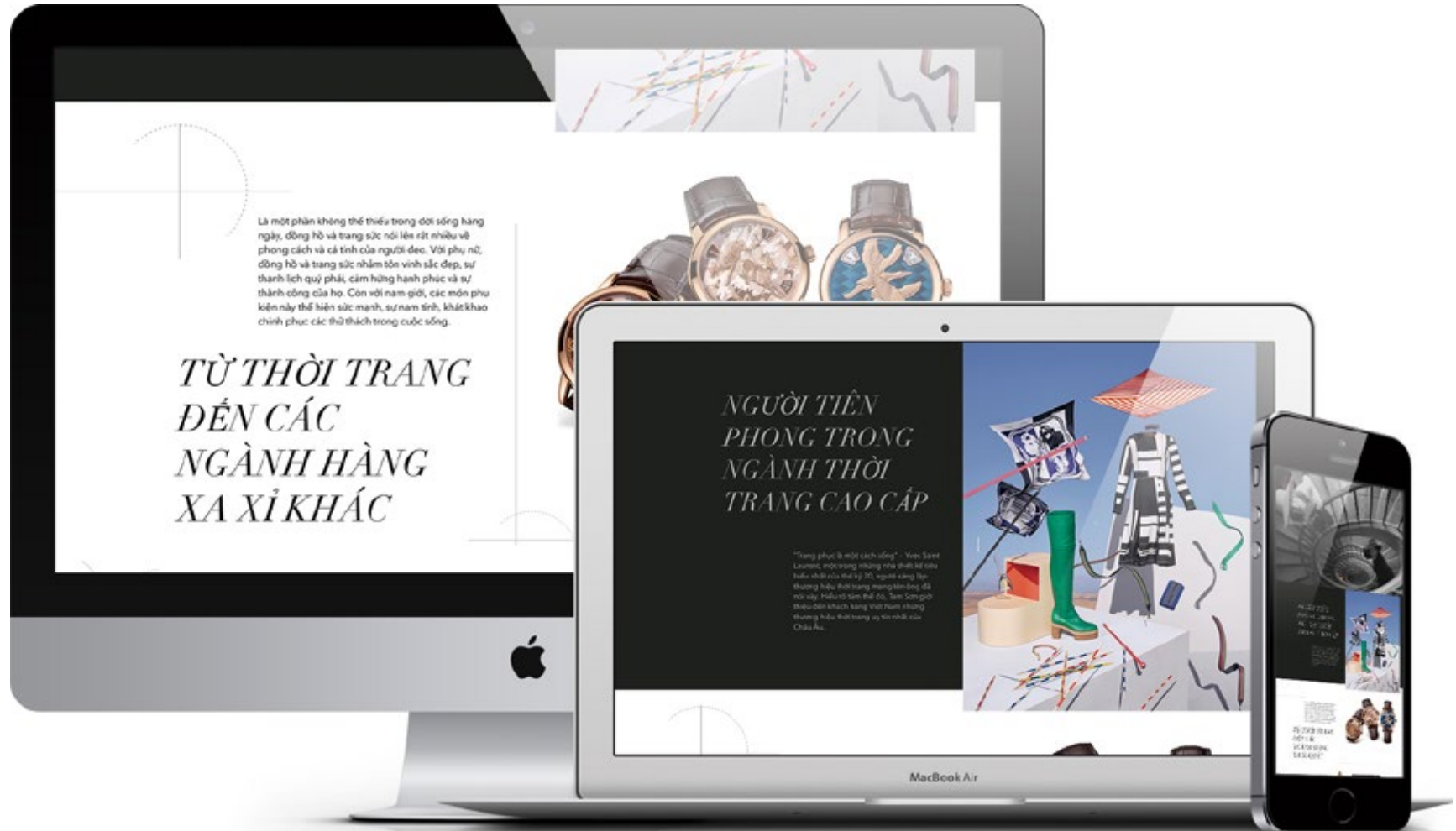
Creative Development

Chămpa Book
Book



Website

tamsonvn.com



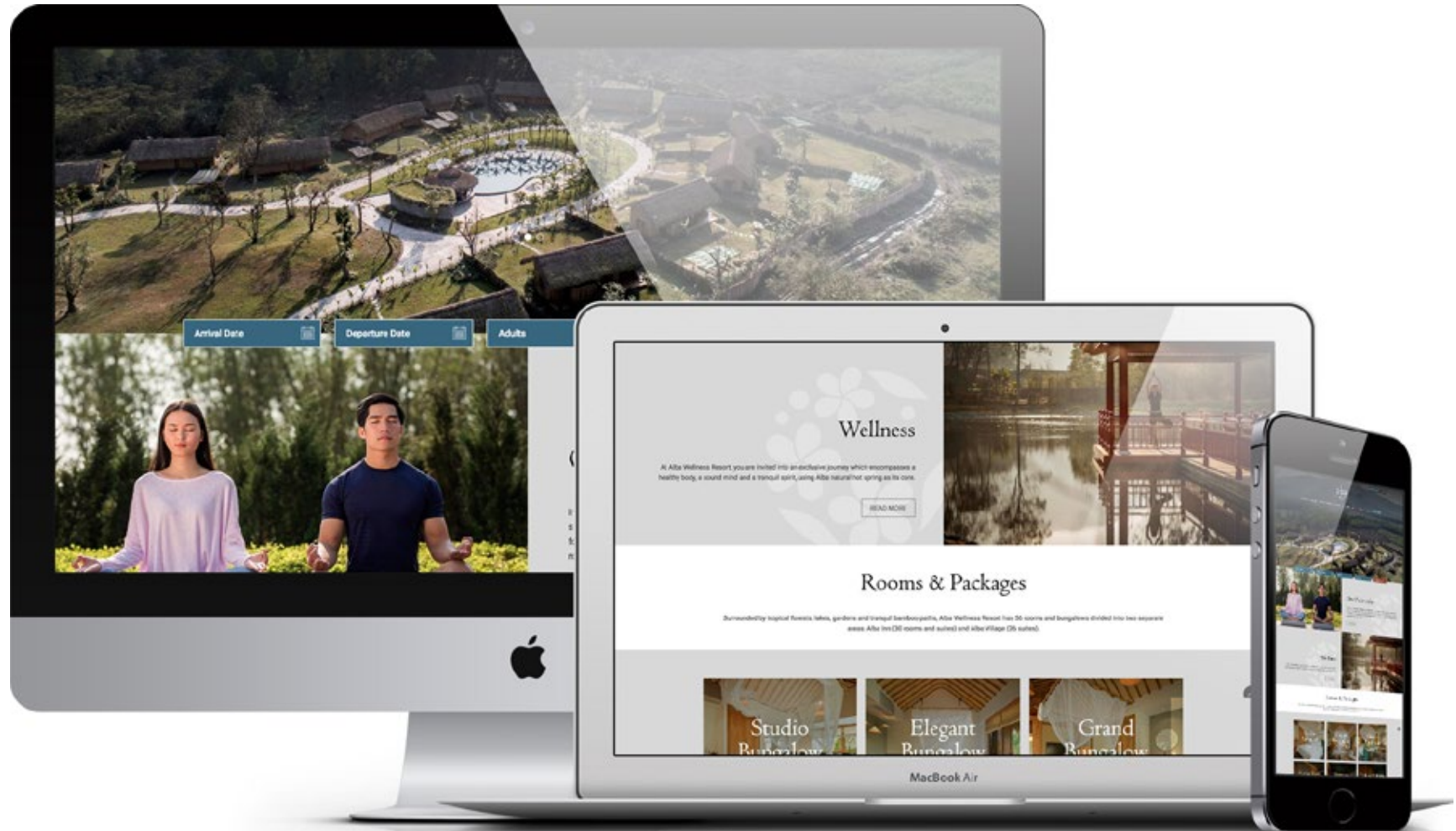
Website

hanoi-pressclub.com



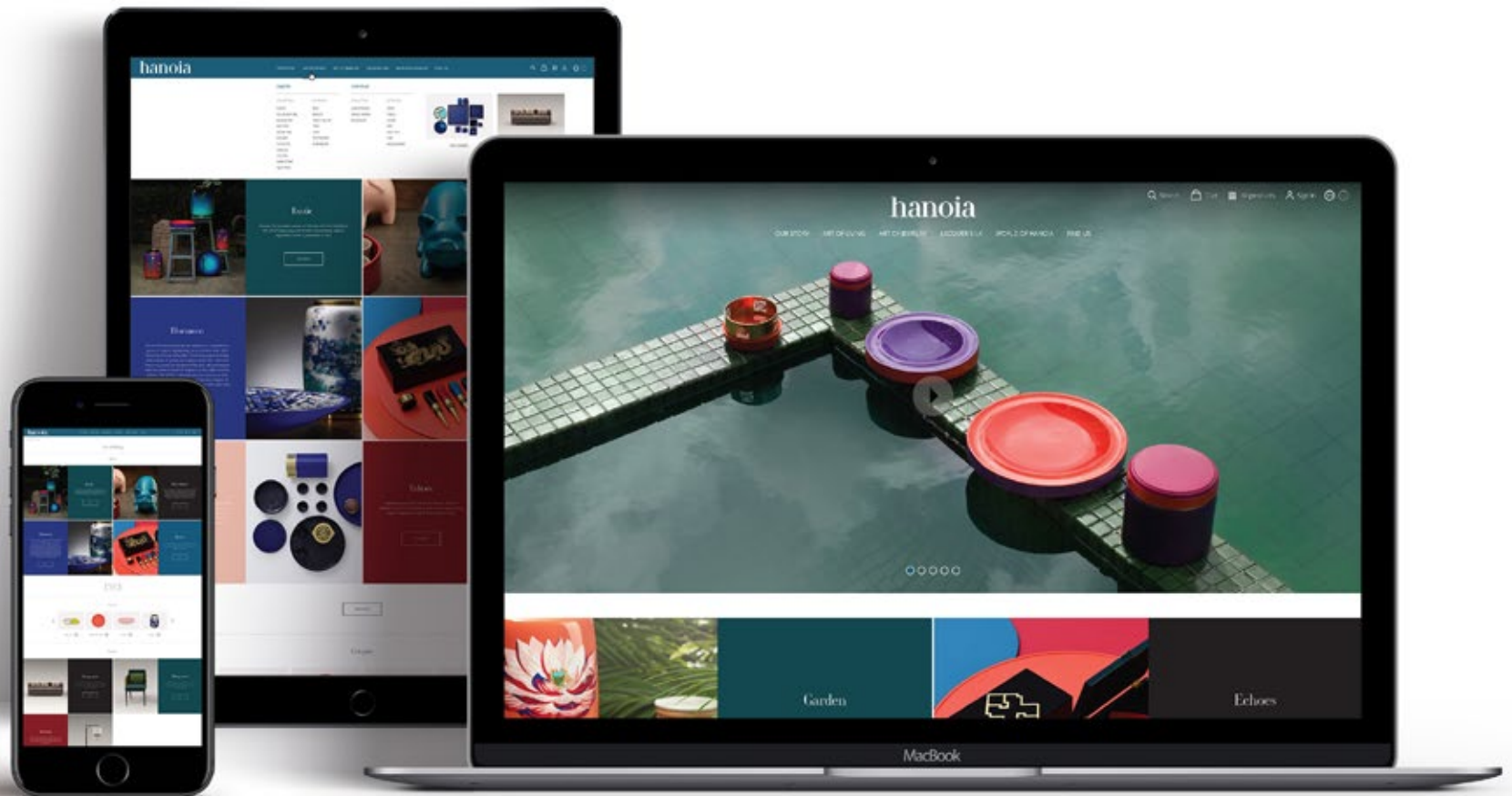
Website

albawellnessvalley.com



Website

www.hanoia.com



Website

www.bimland.com



Website

nasco.com.vn



Website

www.vme.org.vn
Bảo tàng Dân tộc học Việt Nam (VME)



E-magazine

emag.tamsonvn.com



Window displays

Hermès Hanoi
Hermès HCMC



Window displays

Hanoia



Events & Activations

Clients



Hermès Heritage

Venue: Van Mieu Quoc Tu Giam - Temple
Of Literature, Hanoi
Time: 24 October 2019
Total participants: 1200
Type: Exhibition and Cocktail Party



Hugo

#iamhugo

Venue: Qui Lounge, 22 Le Thanh Tong street, District 1, HCMC
Time: 17 April 2019
Total participants: 205
Type: Night Party with Underground Theme



B&O Expression of Sound at EuroStyle

Venue: 3rd floor, EuroStyle Design Center,
77 Nguyen Thai Hoc, Ba Dinh, Hanoi
Time: 03 April 2019
Total participants: 60
Type: Product launch event
with cocktail reception



Patek Philippe Grand Opening VIP dinner

Venue: Metropole Hanoi
Hotel Time: 25 April 2019
Total participants: 70
Type: Cocktail reception
and sit down dinner



Chopard 25th Anniversary of Happy Sport

Venue: SkyXX, Deutsche Haus,
33 Le Duan, HCMC
Time: 24th October 2018
Total participants: 150
Type: standing cocktail party



Piaget “Sunny Side of Life”

Venue: Thao Dien villa
Time: 7 June 2018
Total participants: 40
Type: product viewing and
cruising



Vacheron Constantin & Piaget Launching

Total participants: 50
Time: 14 September 2017
Venue: Press Club, Hanoi
Type : Launching



Paris Ballet par VPBank 2016

Total participants: 3300

Time: 11 June 2016

Venue: National Convention Center,
Hanoi



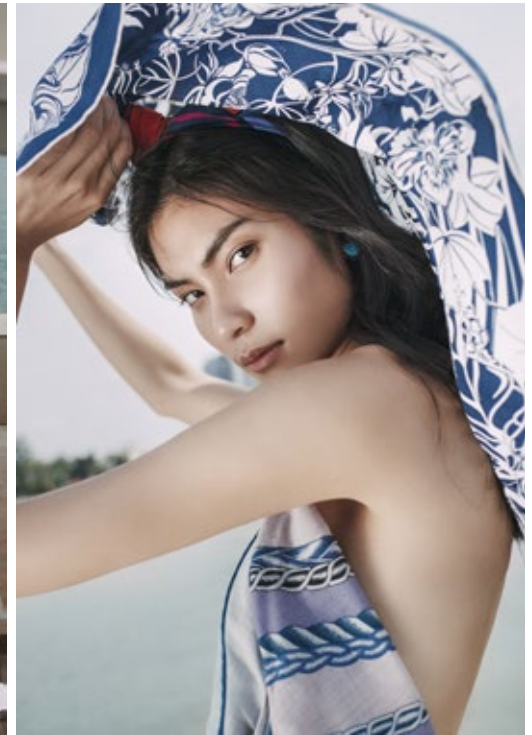
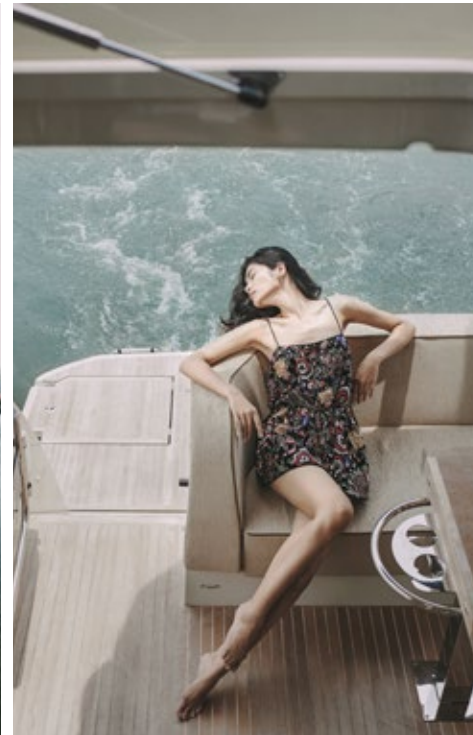
Photoshooting

Hermès
Piaget
Chopard



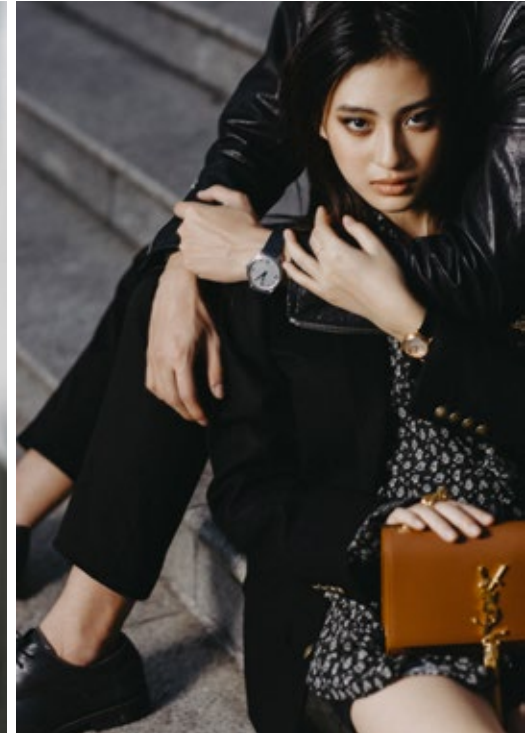
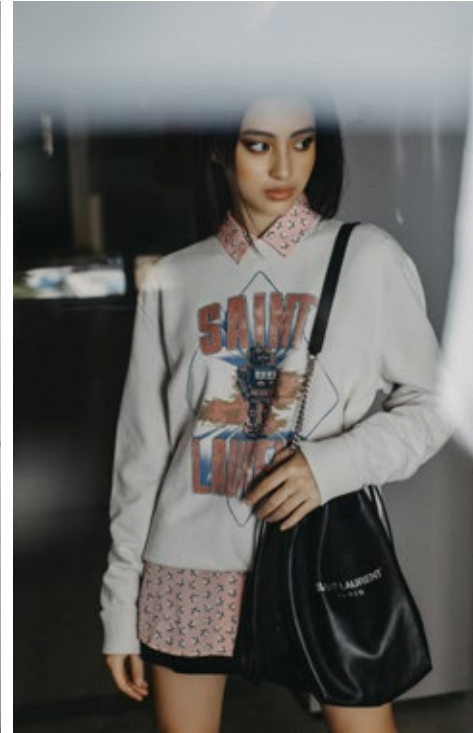
Photoshooting

E-magazine



Photoshooting

E-magazine



Photoshooting

E-magazine



Photoshooting

Hanoi



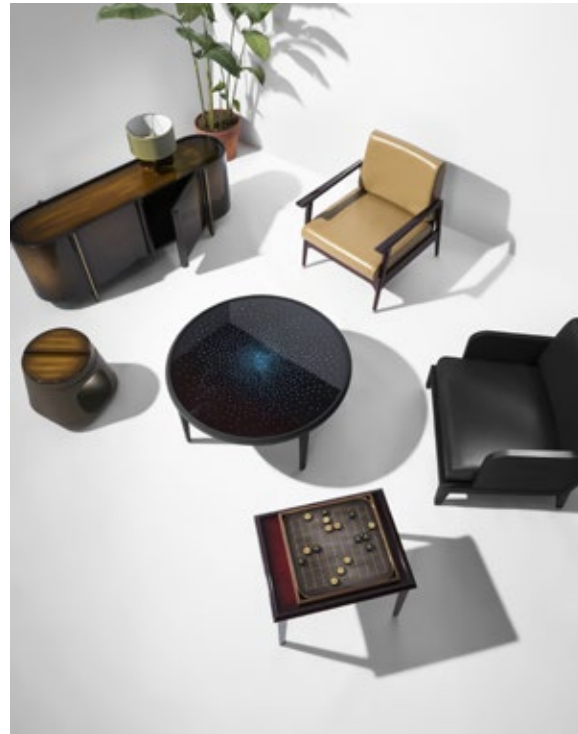
Photoshooting

Hanoia



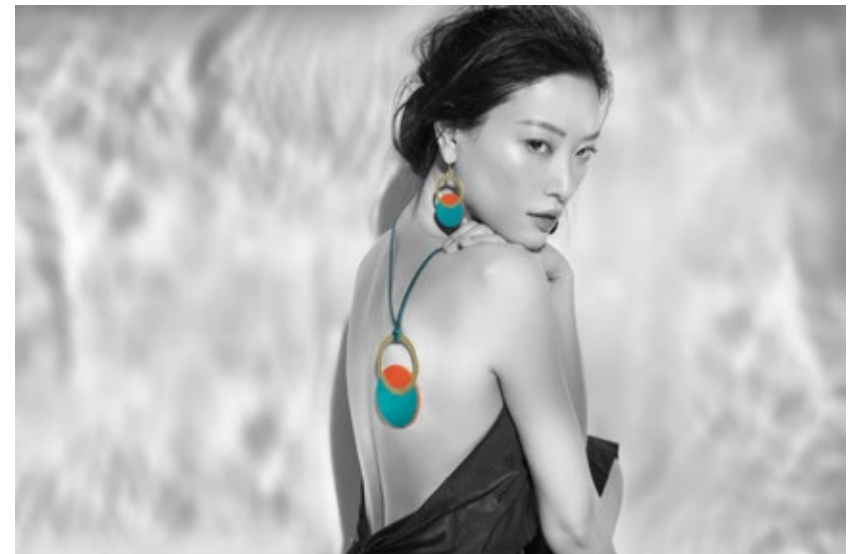
Photoshooting

Hanoi



Photoshooting

Hanoia



Photoshooting

Hanoia



Photoshooting

Hugo
Bang & Olufsen



Photoshooting

Kenzo
Bang & Olufsen

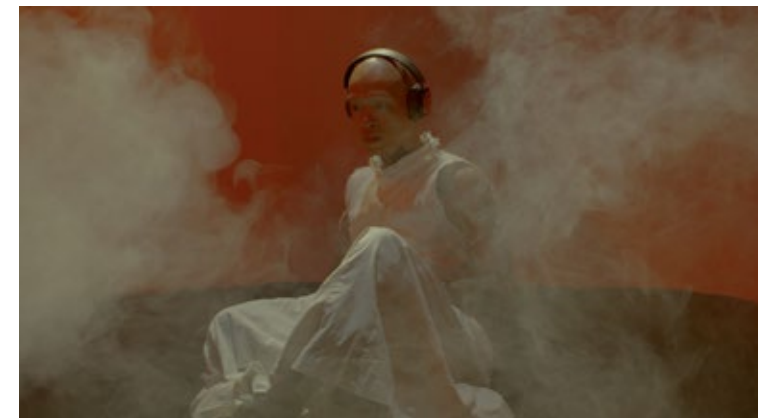


Video production



Video production

Openasia corporate movie



Video production

Press Club



Video production

Hanoi animation



Video production

Piaget



Our Team



Ms. Quyên Vu

Opal Communication
Chief Operating Officer

A self-motivated, passionate and strategic professional with a background in Marketing and a MBA degree, both graduated summa cum laude, Quyên spent 2 years working in the public sector, followed by 4 years working in TV licensing and programming before starting her journey at Openasia Group.

At Tamson, Openasia's luxury retailer, Quyên successfully contributed in bridging global brands including Hermès, Bottega Veneta, Saint Laurent, Hugo Boss... with local consumers through consistently exceptional events and activities. She later became one of a few key members during the birth and transformation of Opal Vietnam Co., Ltd. from a subsidiary's marketing department into a full-service communication agency.

Quyên's background and experience gained her a sharp mindset and rare management and negotiation skills in working with global companies and premium-market partners, with a strong knowledge of upmarket trends and consumer behavior.



Mr. Franck Martin

Opal Communication
Creative Director

Franck joins Opal to lead the agency's creative department in 2018, overseeing creative output across the office's client portfolio. Prior to making the move, Franck spent over 10 years as Director of VO interactive in Hanoi. Previously, he spent five years working in journalism and eight years in advertising at Euro RSCG Corporate in senior creative roles for global accounts including Air France, HP, Suez, Lagardere Group, Air Liquide, Microsoft, Bouygues... finishing his time in Paris with a personal project in documentary movie.



Ms. Duong Thu Nga

Opal Communication
Creative Manager

Thu Nga has been working in design and creative field for over 12+ years for international corporations.

She has experience in creating craft, concept and storytelling together, beautifully, through visual brand identities and systems, brand books, logos, packaging and digital design in luxury industry.

Nga has marked an impressive track record in her career path through tireless challenges with various brands & industries' experiences. These helped broaden her view to wider creative creation.



Ms. Thuy Nguyen

Opal Communication
Senior Media Manager

Versatile copywriter, delighting clients for over 15 years with communication experiences in the fields of luxury tourism, hospitality and real estate. Inquisitive and quick to get the heart of a product. Good knowledge of media. Strong relationship with press people. Experienced in brochure, flyer, fact-sheet, website and other sales marketing tools.

Public Relations Manager of Sofitel Metropole Hanoi; Managing director of Vietnam Discovery magazine; Senior Communication Copywriter for Opal Vietnam which include many domestic and international brands. She enhanced her skills and abilities a lot.



Contact Us



Contact Us

HANOI Office

No. 21 - Alley 2 Le Van Huu str.,
Hai Ba Trung dist., Ha Noi., Viet Nam
T: +84 24 3974 0851
F: +84 24 3978 2049

HCMC Office

14th Floor, Harbour View Tower,
35 Nguyen Hue Str., District 1, HCMC
T: +84 28 3910 5029
F: +84 28 3910 5028

opal

