

Số: 352 /QĐ-UBND

Điện Biên, ngày 20 tháng 02 năm 2024

## QUYẾT ĐỊNH

### Phê duyệt Bộ nhận diện thương hiệu du lịch tỉnh Điện Biên

#### ỦY BAN NHÂN DÂN TỈNH ĐIỆN BIÊN

Căn cứ Luật Tổ chức chính quyền địa phương ngày 19 tháng 6 năm 2015; Luật sửa đổi, bổ sung một số điều của Luật Tổ chức Chính phủ và Luật Tổ chức chính quyền địa phương ngày 22 tháng 11 năm 2019;

Căn cứ Nghị quyết số 03-NQ/TU ngày 07 tháng 5 năm 2021 của Ban Chấp hành Đảng bộ tỉnh về phát triển du lịch tỉnh Điện Biên đến năm 2025, định hướng đến năm 2030;

Căn cứ Kế hoạch số 1873/KH-UBND ngày 23 tháng 6 năm 2023 của Ủy ban nhân dân tỉnh về xây dựng Bộ nhận diện thương hiệu du lịch tỉnh Điện Biên;

Căn cứ Quyết định số 645/QĐ-UBND ngày 18 tháng 4 năm 2023 của Ủy ban nhân dân tỉnh thành lập Hội đồng thẩm định Bộ nhận diện thương hiệu du lịch tỉnh Điện Biên;

Theo đề nghị của Hội đồng thẩm định Bộ nhận diện thương hiệu du lịch tỉnh Điện Biên.

### QUYẾT ĐỊNH:

**Điều 1.** Phê duyệt Bộ nhận diện thương hiệu du lịch tỉnh Điện Biên, bao gồm Biểu tượng (Logo) và Khẩu hiệu (Slogan) du lịch tỉnh Điện Biên.

(Có thiết kế, thuyết minh Bộ nhận diện thương hiệu du lịch tỉnh Điện Biên kèm theo).

**Điều 2.** Giao Sở Văn hoá, Thể thao và Du lịch:

1. Thực hiện thủ tục đăng ký quyền tác giả, quyền liên quan đối với Bộ nhận diện thương hiệu du lịch tỉnh Điện Biên theo quy định của pháp luật.

2. Tổ chức tuyên truyền, hướng dẫn, khai thác, sử dụng hiệu quả Bộ nhận diện thương hiệu du lịch tỉnh Điện Biên trong các hoạt động, sự kiện văn hoá, thể thao và du lịch; các hoạt động chính trí, đối nội, đối ngoại nhằm truyền tải, giới thiệu Bộ nhận diện thương hiệu du lịch tỉnh Điện Biên, góp phần đưa hình ảnh du lịch Điện Biên xuất hiện chuyên nghiệp, hấp dẫn khách du lịch và các nhà đầu tư.

**Điều 3.** Quyết định này có hiệu lực thi hành kể từ ngày ký.

Chánh Văn phòng UBND tỉnh; Giám đốc các Sở, ban, ngành tỉnh, Chủ tịch UBND các huyện, thị xã, thành phố; Thủ trưởng các cơ quan, đơn vị liên quan chịu trách nhiệm thi hành quyết định này./.

**Nơi nhận:**

- Như điều 3;
- Bộ Văn hoá, Thể thao và Du lịch (b/c);
- Thường trực Tỉnh uỷ (b/c);
- Trường trực HĐND tỉnh (b/c);
- Lãnh đạo UBND tỉnh;
- Ban Tuyên giáo Tỉnh uỷ;
- Các tổ chức chính trị - xã hội tỉnh;
- Báo Điện Biên Phủ, Đài PTTH, Cổng TTĐT tỉnh;
- Hiệp hội Du lịch tỉnh Điện Biên;
- Lưu: VT, KGVX ✓

TM. ỦY BAN NHÂN DÂN  
CHỦ TỊCH



Lê Thành Đô

**BỘ NHẬN DIỆN THƯƠNG HIỆU DU LỊCH TỈNH ĐIỆN BIÊN**  
(Kèm theo Quyết định số *352* /QĐ-UBND ngày *20* tháng *02* năm 2024  
của Ủy ban nhân dân tỉnh Điện Biên)



**TIẾNG VIỆT**



**ĐIỆN BIÊN**

*Vinh quang Điện Biên Phủ - Trải nghiệm bất tận*

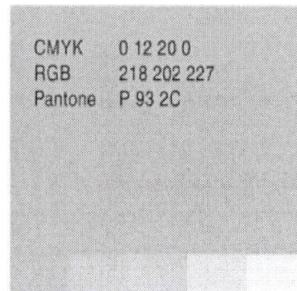
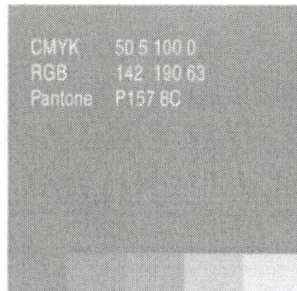
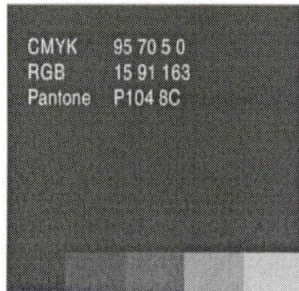
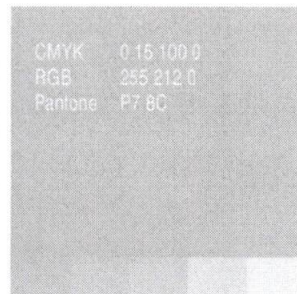
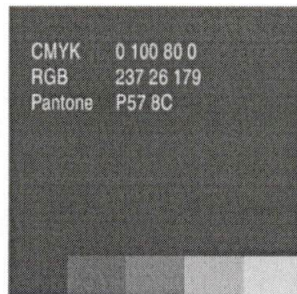
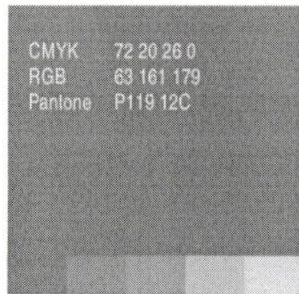
**TIẾNG ANH**



**DIEN BIEN**

*Honourous Dien Bien Phu - Timeless Experiences*

**NHẬN DIỆN MÀU SẮC**  
**BỘ NHẬN DIỆN THƯƠNG HIỆU DU LỊCH TỈNH ĐIỆN BIÊN**



**THUYẾT MINH**  
**BỘ NHẬN DIỆN THƯƠNG HIỆU DU LỊCH TỈNH ĐIỆN BIÊN**  
 (Kèm theo Quyết định số 352/QĐ-UBND ngày 20 tháng 02 năm 2024  
 của Ủy ban nhân dân tỉnh Điện Biên)



### **I. BIỂU TƯỢNG (LOGO)**

Logo kết hợp tổng thể ba yếu tố nhận biết thương hiệu gồm logo hình, logo chữ và câu khẩu hiệu, truyền tải thương hiệu du lịch tỉnh Điện Biên theo hướng nhận biết địa danh, với định vị: Điện Biên mang lại trải nghiệm, cảm xúc gì để hấp dẫn du khách.

Màu sắc Bộ nhận diện thương hiệu du lịch tỉnh Điện Biên dựa trên màu sắc đại diện của ba sản phẩm du lịch trụ cột của Điện Biên: Màu vàng đại diện cho du lịch lịch sử - tâm linh, tượng trưng cho đức tin và khát vọng; các màu chàm, xanh lá, hồng, tím nhạt đại diện cho du lịch văn hóa, khám phá cảnh quan thiên nhiên; màu xanh da trời đại diện cho du lịch nghỉ dưỡng, giải trí, chăm sóc sức khỏe, giúp cân bằng năng lượng và mang đến cảm xúc tích cực. Sự kết hợp hài hoà giữa kiểu chữ với màu sắc thể hiện sự vững chãi, hình ảnh thân thiện, hướng tới du lịch xanh và phát triển bền vững.

Logo được sáng tạo từ các giá trị mang tính biểu tượng và cảm xúc của du lịch Điện Biên. Hình ảnh biểu tượng “Chiến thắng Điện Biên Phủ” là chỉ dẫn địa lý: Điện Biên - Vùng đất lịch sử, kết hợp hình ảnh “hoa Ban”, được cách điệu đầy màu sắc thể hiện vẻ đẹp đặc trưng, đồng thời tạo liên tưởng tới chùm pháo hoa rực rỡ bùng sáng, bao trùm miền biên viễn, mang đến nguồn năng lượng tươi vui, thể hiện vẻ đẹp, sự đa dạng, phong phú; năm cánh hoa cùng chuyển động theo một hướng tượng trưng cho sự cân bằng vạn vật, phát triển, sinh sôi. Tâm của “hoa Ban” được cách điệu với hình ảnh 3 nhụy hoa (tượng trưng cho 3 dòng sản phẩm du lịch chủ đạo của Điện Biên) được bao bọc bởi hình trái tim, qua đó, thể hiện các giá trị cảm xúc, đồng thời cũng truyền tải tình cảm của vùng đất, con người Điện Biên thân thiện, hiếu khách. Phần chân đế của logo được thiết kế mang tính định danh đi kèm đến với hình ảnh cách điệu từ nguyên mẫu Tượng đài chiến thắng Điện Biên Phủ, một công trình biểu tượng mang tính đại diện cho vùng đất, cho lịch sử hào hùng của dân tộc, biểu tượng đại diện cho chiến thắng, cho khát vọng hoà bình và phát triển của tỉnh Điện Biên. Dải hoa văn thổ cẩm đại diện cho những nét văn hóa độc đáo, đặc sắc của đồng bào 19 dân tộc đoàn kết, cùng nhau xây dựng và bảo vệ vững chắc mảnh đất biên cương của Tổ quốc.

Nét cách điệu khỏe khoắn giúp tăng tính nhận biết đi kèm đến, thể hiện được vóc dáng, khát vọng vươn lên của vùng đất anh hùng. Về tổng thể Logo kết hợp với Slogan là lời mời gọi du khách hãy đến Điện Biên để có những trải nghiệm thú vị và để thêm yêu vùng đất này.

### **II. KHẨU HIỆU (SLOGAN)**

- Tiếng Việt: Vinh quang Điện Biên Phủ - Trải nghiệm bất tận
- Tiếng Anh: Glorious Dien Bien Phu - Timeless Experiences

Điện Biên, mảnh đất gắn liền với những trang vàng của lịch sử dân tộc Việt Nam, là vùng đất mang đến cho du khách nhiều cảm xúc gắn liền với Chiến thắng Điện Biên Phủ “Lừng lẫy năm châu, chấn động địa cầu”. Không chỉ là mảnh đất lịch sử, Điện Biên còn chạm đến từng cung bậc cảm xúc của du khách với ẩm thực phong phú, con người thân thiện, hiền hoà, văn hoá dân tộc đặc sắc, độc đáo trong sự kỳ vĩ của núi rừng trùng điệp, sự hiểm trở của đèo Pha Đin huyền thoại hay cánh đồng Mường Thanh với những mảng màu độc đáo. Tất cả đã tạo nên một Điện Biên với nét cuốn hút rất đặc biệt, riêng có. Thông điệp truyền thông tập trung vào yếu tố cảm xúc và khẳng định sự bền vững, kéo dài của những cảm xúc ấy.

Khẩu hiệu (slogan) mang âm hưởng hào hùng của chiến thắng với những ý nghĩa, bài học lịch sử vẫn còn nguyên giá trị, cùng sự hội tụ, kết tinh của lịch sử hào hùng, văn hoá đặc sắc, thiên nhiên hùng vĩ của vùng đất biên cương phía Tây Bắc của Tổ quốc, với những người dân bản địa hiền hậu, thân thiện. Đến với Điện Biên, du khách sẽ có những trải nghiệm xuyên suốt thời gian, đồng thời cũng cho thấy Điện Biên có nhiều loại hình, sản phẩm, dịch vụ du lịch đa dạng, độc đáo và đặc sắc đáp ứng nhu cầu đa dạng của khách du lịch. Đến để hoài niệm, tri ân các thế hệ cha ông, tự hào với lịch sử dân tộc, để từ đó thêm trân quý với những gì mình đang có, đang được sống trong hòa bình (Du lịch lịch sử); đến để thấy con người thực sự nhỏ bé trước thiên nhiên hùng vĩ, đánh thức các giác quan trong mỗi người (Du lịch sinh thái); đến để cảm nhận sự thanh khiết, tĩnh lặng và vô thường (Du lịch văn hoá, tâm linh); đến để trải nghiệm sự độc đáo, khác biệt từ vùng đất tương rất quen mà lại rất mới lạ (Du lịch cộng đồng, biên giới).

Và trên tất cả, du khách đến với Điện Biên để đón nhận sự nồng ấm, thân thiện của con người Điện Biên. Đây không đơn thuần là những cuộc gặp gỡ giữa du khách và người dân bản địa, mà còn là sự kết nối giữa du khách và mảnh đất Điện Biên vừa bình dị, hiền hoà mà lại vô cùng mạnh mẽ, hào hùng./.

-----