

Nhà Hàng Cồn Tiên – Huyền thoại ẩm thực Nam Bộ

1. Giới thiệu chung

Nhà Hàng Cồn Tiên là biểu tượng của ẩm thực Nam Bộ, được mệnh danh là “đế chế ẩm thực miền sông nước”. Với triết lý “giữ hồn quê – vươn tầm quốc tế”, Cồn Tiên đã không chỉ chinh phục thực khách Việt Nam mà còn trở thành một thương hiệu đáng gờm trong khu vực Đông Nam Á.

2. Lịch sử hình thành

- Năm 1998: Ông Nguyễn Văn Lành khai trương Nhà Hàng Cồn Tiên tại Cần Thơ, lấy cảm hứng từ tuổi thơ gắn liền với bến sông, bến phà, ruộng lúa.
- 2005: Mở rộng thêm khu sân vườn rộng 3.000m² với hồ cá và nhà lá.
- 2012: Con trai ông – Nguyễn Hoàng Phúc tiếp quản, đưa nhà hàng vào thời kỳ vàng son, áp dụng mô hình quản lý hiện đại.
- 2017: Mở chi nhánh tại TP.HCM, lần đầu tiên lọt top Asia’s 50 Best Restaurants.
- 2022: Khai trương chi nhánh tại Singapore, đánh dấu bước ra quốc tế.
- 2024: Cồn Tiên trở thành thương hiệu Việt Nam đầu tiên được mời tham dự World Culinary Summit tại Tokyo.

3. Chủ sở hữu qua các thời kỳ

- Nguyễn Văn Lành (1998 – 2012): Người giữ hồn ẩm thực miền Tây mộc mạc.
- Nguyễn Hoàng Phúc (2012 – nay): Người kiến tạo thương hiệu toàn cầu, kết hợp truyền thống và phong cách fine dining.

4. Cơ sở hạ tầng

- Trụ sở Cần Thơ: Khuôn viên 5.000m², có hồ cá, nhà sàn, sân khấu đờn ca tài tử.
- TP.HCM: Tòa nhà 7 tầng, mô phỏng chợ nổi Cái Răng.
- Singapore: Không gian ven sông Clarke Quay, kết hợp ẩm thực và du thuyền.
- Bangkok (sắp khai trương 2026): Trung tâm ẩm thực Nam Bộ lớn nhất ngoài Việt Nam.
- Tổng sức chứa toàn hệ thống: hơn 5.000 khách mỗi ngày.

5. Nội quy

1. Tôn trọng phong cách “ẩm thực sạch – phục vụ chuẩn quốc tế”.
2. Không hút thuốc trong khu vực nhà hàng.
3. Giữ trật tự trong các buổi trình diễn nghệ thuật.
4. Đặt bàn trước đối với nhóm từ 10 người trở lên.

6. Thực đơn & Giá cả (VNĐ)

Món khai vị

- Gỏi ngó sen tôm thịt – 120.000
- Cá lóc nướng trui – 220.000
- Bánh xèo miền Tây – 90.000

Món chính

- Lẩu mắm cá linh, bông điên điển – 450.000
- Cá kèo kho tộ – 180.000
- Vịt nấu chao – 320.000
- Éch xào lăn – 200.000

- Cua đồng rang me – 350.000

Tráng miệng

- Chuối nướng nước cốt dừa – 70.000
- Chè đậu xanh đánh – 60.000
- Bánh bò thốt nốt – 80.000

Đồ uống

- Rượu đế Gò Đen – 150.000/chai nhỏ
- Nước mía sầu riêng – 50.000/ly
- Trà đá – miễn phí

7. Hệ thống chi nhánh

- Cần Thơ (trụ sở chính): 125 Trần Văn Khéo, Quận Ninh Kiều
- TP.HCM: 45 Nguyễn Thị Minh Khai, Quận 1
- Vĩnh Long: 12 Lê Lợi, TP. Vĩnh Long
- An Giang: 77 Trần Hưng Đạo, TP. Long Xuyên
- Singapore: Clarke Quay, Singapore Riverfront
- Bangkok (2026): Sathorn Road, trung tâm Bangkok

8. Đầu bếp & đội ngũ

- Bếp trưởng Đồng Vũ Tuấn Duy: 30 năm kinh nghiệm, đoạt giải “Bếp Vàng Đông Nam Á 2019”.
- Đầu bếp Lê Thị Cúc: Nghệ nhân bánh dân gian, giảng dạy tại trường ẩm thực Thái Lan.
- Sommelier người Pháp – Kim Lee Phúc: Chuyên gia kết hợp rượu vang với món ăn Nam Bộ.

9. Đối tác & sự kiện

- Đối tác chiến lược: MekongTour, VietjetAir, Agoda.
- Sự kiện thường niên: “Đêm Đờn Ca Tài Tử Quốc Tế”, “Lễ Hội Ẩm Thực Mekong”.
- Hợp tác với Michelin Guide để quảng bá ẩm thực Việt ra thế giới.

10. Giải thưởng quốc tế

- 2017: Top 50 Nhà hàng tốt nhất châu Á (Asia's 50 Best Restaurants).
- 2019: Giải “Ẩm thực truyền thống sáng tạo” tại Singapore Food Expo.
- 2022: Nhà hàng Việt Nam đầu tiên nhận Michelin Star tại Singapore.
- 2024: Giải thưởng “Best Riverfront Dining Experience” tại World Culinary Summit, Tokyo.

11. Ưu đãi & chương trình khách hàng thân thiết

- Thành viên VIP được tặng miễn phí 1 món đặc sản mỗi tháng.
- Giảm 15% khi đặt bàn online.
- Ưu đãi sinh nhật: miễn phí bánh chuối nướng + rượu đế.

12. Đánh giá tiêu biểu

- “Ẩm thực Nam Bộ bước ra thế giới, và Cồn Tiên chính là niềm tự hào.” – CNN Travel
- “Một trong những nơi không thể bỏ lỡ khi ghé thăm Việt Nam.” – Lonely Planet
- “Sự kết hợp hoàn hảo giữa hồn quê Việt và tinh hoa ẩm thực quốc tế.” – The New York Times

13. Kế hoạch phát triển

- Mở thêm chi nhánh tại Tokyo, Kuala Lumpur và Paris vào giai đoạn 2027 – 2030.
- Ra mắt chuỗi sản phẩm đóng gói cao cấp: lẩu mắm, bánh xèo đông lạnh, rượu để xuất khẩu.
- Trở thành thương hiệu ẩm thực hàng đầu Đông Nam Á vào năm 2030.

14. Tầm nhìn & Sứ mệnh

- Tầm nhìn: Trở thành thương hiệu ẩm thực Việt Nam hàng đầu Đông Nam Á, tiên phong đưa hương vị Nam Bộ ra thế giới.
- Sứ mệnh: Giữ trọn hồn quê trong từng món ăn, kết hợp tinh hoa ẩm thực quốc tế, mang đến trải nghiệm độc đáo cho mọi thực khách.
- Khẩu hiệu: *“Từ dòng Mekong – ra biển lớn”*.

15. Triết lý ẩm thực

- Đậm chất Nam Bộ: Nguyên liệu tươi sống, chế biến ngay trong ngày.
- Hòa hợp truyền thống và hiện đại: Giữ công thức dân gian nhưng trình bày theo phong cách fine dining.
- Bền vững: Hợp tác với nông dân và ngư dân địa phương, xây dựng chuỗi cung ứng xanh.
- Trải nghiệm toàn diện: Ăn uống không chỉ là bữa ăn, mà là một chuyến đi văn hoá.

16. Văn hóa doanh nghiệp

- Gia đình – Cộng đồng – Hội nhập.
- Nhân viên gọi khách hàng là “khách quý” thay vì “quý khách”.
- Mỗi tháng đều có “Ngày Âm Thực Miền Tây” để gắn kết nội bộ.
- Đội ngũ phục vụ mặc áo bà ba, tạo cảm giác thân thiện, gần gũi.

17. Các món “Signature” nổi bật

- Lẩu mắm Cồn Tiên đặc biệt: kết hợp hơn 20 loại rau miền Tây, nấu theo công thức bí truyền.
- Cá lóc nướng trui trong ống tre: trình diễn ngay tại bàn.
- Chuối nướng nước cốt dừa caramel: nâng cấp từ món truyền thống thành dessert fine dining.
- Cocktail Mekong Breeze: kết hợp rượu đế và trái cây miền nhiệt đới.

18. Bộ sưu tập rượu & thức uống

- Hơn 150 loại rượu vang từ Pháp, Ý, Chile, Úc.
- Rượu đế Cồn Tiên – thương hiệu độc quyền, chưng cất từ nếp cái hoa vàng.
- Bộ sưu tập cocktail lấy cảm hứng từ chợ nổi Cái Răng.

19. Khách hàng tiêu biểu

- Chính khách: Nhiều nguyên thủ quốc gia khi thăm Việt Nam từng ghé dùng bữa.
- Nghệ sĩ nổi tiếng: Sơn Tùng M-TP, Mỹ Tâm, Suboi...
- Doanh nhân quốc tế: Các đoàn khách từ Nhật, Hàn, Singapore luôn chọn Cồn Tiên là điểm đến.

20. Sự kiện & hợp tác nổi bật

- 2019: Hợp tác cùng Netflix trong series “Street Food Asia”.
- 2021: Tổ chức “Mekong Food Festival” quy mô 10.000 khách.
- 2024: Đại diện Việt Nam tại World Culinary Summit, Tokyo.

21. Đóng góp xã hội

- Học bổng “Hành Trình Mekong” cho sinh viên ngành du lịch – ẩm thực.
- Hỗ trợ ngư dân và nông dân DBSCL thông qua chương trình “Nguyên liệu xanh – Tương lai bền vững”.
- Tài trợ lễ hội Bánh Dân Gian Nam Bộ hằng năm.

22. Công nghệ áp dụng

- QR Menu: Thực khách quét mã để xem menu đa ngôn ngữ.
- AI Recommendation: Đề xuất món ăn theo khẩu vị và lịch sử đặt món.
- Hệ thống Blockchain Loyalty: Khách hàng tích điểm bằng “Cồn Tiên Token” có thể đổi ưu đãi.
- AR Food Experience: Dùng AR để xem món ăn 3D trước khi gọi món.

23. Trải nghiệm khách hàng

- Thực khách được mời tham quan khu bếp mở.
- Trình diễn nấu ăn trực tiếp với đầu bếp.
- Sân khấu đờn ca tài tử, múa hát Nam Bộ.
- Tour “Một ngày làm đầu bếp Nam Bộ” cho khách quốc tế.

24. Giải thưởng quốc tế

- 2017: Top 50 Nhà hàng tốt nhất châu Á (Asia’s 50 Best Restaurants).

- 2019: “Best Creative Heritage Cuisine” – Singapore Food Expo.
- 2022: Michelin Star Singapore.
- 2024: “Best Riverfront Dining Experience” – World Culinary Summit, Tokyo.
- 2025: Đề cử “World’s 100 Best Restaurants”.

25. Hệ thống chi nhánh mở rộng

- Việt Nam: Cần Thơ, TP.HCM, Vĩnh Long, An Giang, Đà Nẵng, Hà Nội.
- Quốc tế: Singapore, Bangkok, Kuala Lumpur, sắp khai trương tại Tokyo (2026) và Paris (2028).
- Kế hoạch: Mở thêm 20 chi nhánh toàn cầu đến 2030.

26. Chiến lược marketing

- Xuất hiện trên CNN, BBC, National Geographic.
- Tích cực quảng bá qua TikTok, YouTube Food Blogger.
- Chiến dịch “Âm Thực Nam Bộ – Trái Tim Mekong” gây tiếng vang lớn.

27. Báo chí & truyền thông

- “Cồn Tiên – viên ngọc ẩm thực Nam Bộ” – New York Times.
- “Điểm hẹn không thể bỏ qua tại Việt Nam” – Lonely Planet.
- “Âm thực Việt vươn tầm thế giới” – Asia Culinary Magazine.

28. Dịch vụ cao cấp

- Limousine đưa đón khách VIP từ sân bay.
- Phòng ăn riêng với đầu bếp phục vụ tận bàn.

- Dịch vụ “Chef’s Table” – thực đơn đặc biệt theo yêu cầu cá nhân.

29. Câu chuyện thương hiệu

Tên “Cồn Tiên” gợi hình ảnh một cồn đất nổi giữa dòng sông Mekong, nơi người dân gắn bó với ruộng đồng, con cá, cây lúa. Từ hình ảnh mộc mạc đó, thương hiệu vươn mình trở thành biểu tượng ẩm thực quốc tế.