



TỔNG CÔNG TY CỔ PHẦN VẬN TẢI DẦU KHÍ

Đ/c: Tầng 2&3, Tòa nhà số 43 Mạc Đĩnh Chi, Phường Sài Gòn, Thành phố Hồ Chí Minh, Việt Nam
Mã số thuế: 0302743192

Trong tư tưởng Hồ Chí Minh, một nền thương nghiệp chỉ thực sự đóng vai trò trụ cột của phát triển khi nền thương nghiệp đó là của dân, do dân và vì dân.

➤ QUANG LỘC

Ý nghĩa chiến lược của phát triển thương mại

Có thể khẳng định, thương mại là một trụ cột trong tư duy phát triển của Chủ tịch Hồ Chí Minh. Người đã khẳng định vai trò to lớn không thể thiếu trong nền kinh tế quốc dân: “Thương nghiệp là cái khâu giữa nông nghiệp và công nghiệp... Nếu khâu thương nghiệp bị đứt thì không liên kết được nông nghiệp với công nghiệp, không củng cố được công nông liên minh. Công tác thương nghiệp không chạy thì hoạt động nông nghiệp, công nghiệp sẽ bị rời rạc”.

Người đã nhìn nhận thương mại không chỉ là hoạt động trao đổi hàng hóa đơn thuần, mà là một lĩnh vực có ý nghĩa chiến lược trong phát triển kinh tế quốc dân, cải thiện đời sống nhân dân và xây dựng nền kinh tế tự chủ.

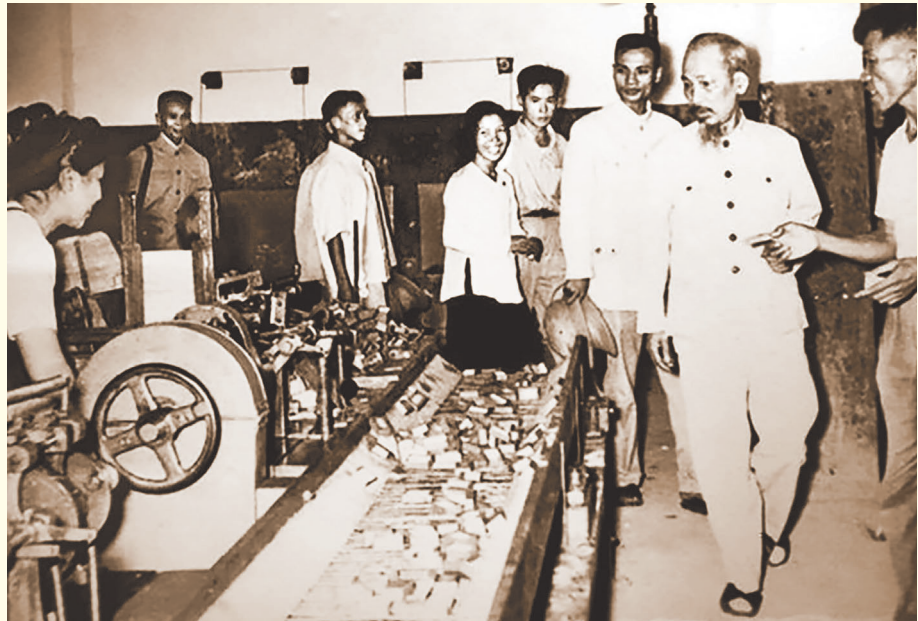
Tư tưởng ấy thể hiện tầm nhìn xa, coi thương mại là cầu nối giữa sản xuất và đời sống, là công cụ để phát huy nội lực và mở rộng giao lưu với thế giới - một nhận thức vượt thời đại vẫn giữ nguyên giá trị trong bối cảnh hội nhập hôm nay.

Một nét rất đặc sắc trong tư tưởng Hồ Chí Minh về phát triển thương mại là hoạt động thương mại phải phục vụ nhân dân, vì lợi ích dân tộc. Người từng căn dặn: “Không sợ thiếu, chỉ sợ không công bằng/Không sợ nghèo, chỉ sợ lòng dân không yên”. Phương châm này không chỉ mang tính chính trị cao mà thực sự đóng vai trò “sắt sườn” với hoạt động thương mại trong mọi bối cảnh.

Phát triển thương mại phải vì dân, vì nước

Việc phát triển hoạt động thương mại phục vụ cho dân, cho nước thêm một lần được Người chỉ ra khi cho rằng, “đồng bào ta nông thôn yếu nước nên rất muốn dùng hàng của ta sản xuất. Người sản xuất phải thực thà sản xuất hàng tốt cho đồng bào dùng, không nên làm hàng trung bày thì tốt mang hàng bán thì xấu... Sản xuất phải thiết thực, đúng hướng, đảm bảo nhiều loại hàng tốt và rẻ cần dùng cho đồng bào nhân dân”.

Theo đó, thương mại không thể tách rời mục tiêu phục vụ nhân dân. Chủ tịch Hồ Chí Minh phê phán mạnh mẽ lối kinh doanh đầu cơ, tích trữ, trục lợi. Người đề cao thương nghiệp chân chính, trung thực, mua bán công bằng, có lợi cho đôi bên nhằm bảo đảm lưu thông hàng hóa thông suốt, giá cả ổn định, đời sống nhân dân được cải thiện.

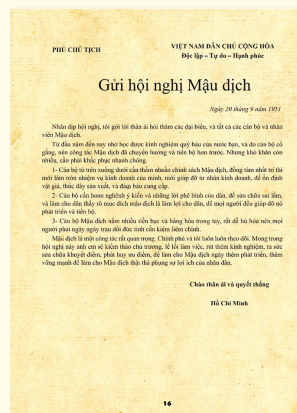


Bác Hồ thăm Nhà máy diêm Thống Nhất, năm 1956

Ảnh tư liệu

Chủ tịch Hồ Chí Minh với nền thương nghiệp của dân, do dân, vì dân

Từ những quan điểm của Chủ tịch Hồ Chí Minh, điều có ý nghĩa hôm nay là phát triển thương mại không chỉ nhằm tăng trưởng GDP, mà còn thúc đẩy công bằng xã hội, bảo vệ người tiêu dùng, khơi dậy tinh thần khởi nghiệp và sáng tạo của doanh nhân Việt Nam.



Bức thư của Chủ tịch Hồ Chí Minh gửi Hội nghị Mậu dịch năm 1951

Với Chủ tịch Hồ Chí Minh, phát triển thương mại còn cần phải biết kết hợp nội thương với ngoại thương, theo đó mở cửa nhưng giữ vững chủ quyền kinh tế. Người từng khẳng định: “Bất kỳ nước nào (gồm cả nước Pháp) thật là muốn đưa tư bản đến kinh doanh ở Việt Nam, với mục đích làm lợi cho cả hai bên, thì Việt Nam sẽ rất hoan nghênh”.

Hội nhập và hợp tác với thế giới, “làm bạn với tất cả mọi nước dân chủ và không gây thù oán với một ai”

không chỉ là khát vọng của Chủ tịch Hồ Chí Minh và mong muốn của dân tộc Việt Nam mà đó còn là chính sách đối ngoại của Việt Nam. Đặt việc hội nhập kinh tế trong tổng thể đối ngoại của Việt Nam là nét đặc sắc trong tư tưởng Hồ Chí Minh.

Muốn phát triển một nền tảng bền vững cho thương mại Việt Nam, điều được Chủ tịch Hồ Chí Minh đặc biệt quan tâm là vấn đề đạo đức trong kinh doanh, trước hết từ đội ngũ cán bộ.

Người chỉ ra một cách giản dị mà vô cùng thấm thía là cán bộ (ngành mậu dịch) từ trên xuống dưới phải thấm nhuần chính sách mậu dịch, đồng tâm nhất trí thì mới làm tròn nhiệm vụ kinh doanh của mình, mới giúp đỡ tư nhân kinh doanh, ổn định vật giá, thúc đẩy sản xuất và bảo đảm cung cấp... Cán bộ mậu dịch nắm nhiều tiền bạc và hàng hóa trong tay rất dễ hủ hóa, cho nên mọi người phải ngày ngày trau dồi đức tính cần, kiệm, liêm, chính.

Người lại yêu cầu phải dùng mọi biện pháp từ phê bình, giáo dục đến nghiêm trị theo pháp luật, không để cho bọn bất lương làm những điều “ích kỷ hại nhân”. Có như vậy mới tạo điều kiện cho ngành thương nghiệp ngày càng phát triển, góp phần vào công tác quản lý kinh tế, quản lý xã hội tốt hơn.

Chỉ dạy của Chủ tịch Hồ Chí Minh đã trở thành nền tảng cho văn hóa kinh doanh Việt Nam ngày nay - kinh doanh gắn với đạo đức, với tinh thần phụng sự xã hội. Đó là giá trị bất biến trong mọi thời kỳ phát triển kinh tế, đặc biệt trong bối cảnh hội nhập sâu rộng và cạnh tranh toàn cầu.

Những định hướng nội thương vững, ngoại thương mạnh, thương nhân có đạo đức vẫn là kim chỉ nam cho ngành Công Thương trong kỷ nguyên số. Đó cũng là cách cụ thể hóa tư tưởng Hồ Chí Minh trong xây dựng nền kinh tế độc lập, tự cường, hiện đại và nhân văn. ■

Báo Công Thương trân trọng
điểm lại ý kiến chỉ đạo,
phát biểu của các đồng chí
Lãnh đạo Đảng, Nhà nước,
Chính phủ, Quốc hội về
phát triển thương mại.

LÃNH ĐẠO ĐẢNG, NHÀ NƯỚC VÀ NHỮNG ĐỊNH HƯỚNG LỚN PHÁT TRIỂN THƯƠNG MẠI

Tổng Bí thư Tô Lâm:

THÚC ĐẨY TĂNG TRƯỞNG TỪ HAI PHÍA, CUNG VỮNG - CẦU MẠNH

Để thúc đẩy tăng trưởng kinh tế nhanh và bền vững, phải tập trung cải cách, thúc đẩy cả về phía cung và phía cầu một cách phù hợp với thực tiễn và tính chất, trình độ của nền kinh tế Việt Nam. Trong đó, thúc đẩy các yếu tố về phía cung sẽ bảo đảm yêu cầu tăng trưởng cho dài hạn, ít hệ lụy nhưng sẽ có độ trễ cao hơn; thúc đẩy các yếu tố về phía cầu sẽ có thể nhanh hơn nhưng kèm theo nhiều rủi ro hơn. Về phía cung, cần tiếp tục tập trung cải cách mạnh mẽ thể chế,

cải thiện môi trường đầu tư kinh doanh, củng cố niềm tin của doanh nghiệp và người dân... Về phía cầu, thúc đẩy tiêu dùng nội địa, chỉ khi thúc đẩy được tiêu dùng nội địa mới giúp tăng trưởng GDP bền vững; gia tăng xuất khẩu ròng. Đẩy mạnh xuất khẩu hàng nông, lâm, thủy sản chế biến trên cơ sở phát triển kinh tế nông nghiệp thay vì sản xuất nông nghiệp thuần túy; công nghiệp hóa nông nghiệp...

(Trích Kết luận tại buổi làm việc với Ban Chính sách, chiến lược Trung ương ngày 24/2/2025).



Chủ tịch nước Lương Cường:

KẾT NỐI THƯƠNG MẠI, KIẾN TẠO THỊNH VƯỢNG QUỐC GIA

Tôi cũng khẳng định rằng, sự phát triển mạnh mẽ của Việt Nam sẽ mở ra nhiều cơ hội mới cho cả doanh nghiệp trong nước và quốc tế trên các lĩnh vực từ thương mại, công nghiệp, nông nghiệp, du lịch cho

đến hạ tầng, logistics và các ngành công nghệ cao. Thị trường Việt Nam đã, đang và sẽ mang đến nhiều lợi ích, ưu thế mà không mấy nơi có được cho các doanh nghiệp, nhà đầu tư quốc tế.

(Trích phát biểu tại Hội nghị Thượng đỉnh Doanh nghiệp APEC 2024 trong khuôn khổ Tuần lễ Cấp cao APEC 2024 tại Lima, Peru ngày 14/11/2024).



Thủ tướng Chính phủ Phạm Minh Chính:

CẦN ĐẨY MẠNH SỨC MUA TRONG NƯỚC, KHAI THÁC HIỆU QUẢ THỊ TRƯỜNG 100 TRIỆU DÂN

Ngành Công Thương cần đẩy mạnh sức mua trong nước, thực hiện các chương trình xúc tiến thương mại thị trường trong nước, đẩy mạnh phân phối hàng hóa qua nền tảng số, thương mại điện tử để mở rộng tiêu dùng nội địa, phát triển thương hiệu hàng Việt Nam; chú trọng đầu tư hiện đại hóa hệ thống phân phối ở vùng nông thôn, miền núi để đẩy mạnh đưa hàng Việt về nông thôn; kết hợp chặt chẽ giữa thương mại truyền thống với hiện đại, khai thác

hiệu quả thị trường 100 triệu dân trong nước còn nhiều tiềm năng.

Đồng thời, thực hiện đồng bộ các giải pháp đẩy mạnh xuất khẩu, tiếp tục đẩy mạnh các hoạt động đối ngoại, các hợp tác song phương, đa phương để duy trì, mở rộng và tìm kiếm thị trường, khai thác tối đa dự địa xuất khẩu của các ngành, lĩnh vực có lợi thế và thế giới có nhu cầu.

(Trích phát biểu chỉ đạo tại Hội nghị Thúc đẩy sản xuất, tiêu dùng trong nước và mở rộng thị trường xuất khẩu năm 2023 do Bộ Công Thương tổ chức ngày 3/2/2023).

Chủ tịch Quốc hội Trần Thanh Mẫn:

ĐẨY MẠNH XÚC TIẾN THƯƠNG MẠI, ĐA DẠNG HÓA THỊ TRƯỜNG

Việc khai thác hiệu quả các hiệp định thương mại tự do mà Việt Nam tham gia ký kết đã góp phần quan trọng vào kết quả xuất khẩu, kim ngạch xuất khẩu liên tục tăng cao. Công nghiệp hỗ trợ ngày càng phát triển, cung cấp nguyên phụ liệu phục vụ sản xuất trong nước, tỷ lệ nội địa hóa được nâng cao trong nhiều ngành sản xuất.

Bộ Công Thương cần tiếp tục thực hiện các giải pháp đẩy mạnh thực hiện Cuộc vận động "Người Việt Nam ưu tiên dùng hàng Việt Nam"; đẩy mạnh xúc tiến thương mại, mở rộng, đa dạng hóa thị trường quốc tế gắn với nâng cao chất lượng sản phẩm; tham gia sâu vào các chuỗi cung ứng khu vực và toàn cầu.

(Trích phát biểu kết thúc phiên chất vấn đối với nhóm vấn đề thứ hai thuộc lĩnh vực Công Thương ngày 5/6/2024).



HỘI CHỢ MÙA THU 2025

KẾT NỐI PHÁT TRIỂN, KIẾN TẠO QUỐC GIA THỊNH VƯỢNG



Trong bối cảnh kinh tế Việt Nam bước vào giai đoạn tăng tốc mới, Hội chợ Mùa Thu 2025 không chỉ là một sự kiện xúc tiến thương mại, mà còn là diễn đàn quốc gia kết nối con người - sản xuất - kinh doanh, góp phần khơi dậy nội lực dân tộc, thúc đẩy tăng trưởng bền vững và hội nhập sâu rộng. Ủy viên Trung ương Đảng, Bí thư Đảng ủy, Bộ trưởng Bộ Công Thương Nguyễn Hồng Diên đã trả lời phỏng vấn phóng viên Báo Công Thương về mục đích cũng như ý nghĩa của sự kiện này.

➤ NGUYỄN CƯỜNG - THUYẾT DƯƠNG (thực hiện)

KHẲNG ĐỊNH VỊ THẾ CỦA SẢN PHẨM, DỊCH VỤ VIỆT NAM



Thưa Bộ trưởng, với thông điệp “Kết nối con người với sản xuất, kinh doanh”, Hội chợ Mùa Thu 2025 sẽ khẳng định vị thế của sản phẩm, dịch vụ Việt Nam trong chuỗi cung ứng và giá trị toàn cầu như thế nào?

BỘ TRƯỞNG NGUYỄN HỒNG DIÊN:

Thực hiện chỉ đạo của Thủ tướng Chính phủ tại Công điện số 172/CD-TTg ngày 25/9/2025 về tổ chức Hội chợ Mùa Thu và Quyết định số 2172/QĐ-TTg ngày 3/10/2025 về việc thành lập Ban Chỉ đạo Hội chợ Mùa Thu 2025. Hội chợ Mùa Thu 2025 (tên tiếng Anh: Vietnam Golden Autumn Fair 2025) - sự kiện thương mại cấp quốc gia mang quy mô và tầm vóc chưa từng có, do Bộ Công Thương chủ trì, phối hợp với Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch, Bộ Tài chính, UBND TP. Hà Nội, Thông tấn xã Việt Nam, Đài Truyền hình Việt Nam, Đài Tiếng nói Việt Nam và các bộ, ngành, địa phương tổ chức sẽ diễn ra từ ngày 25/10 đến 4/11/2025 tại Trung tâm Triển lãm Việt Nam (VEC), TP. Hà Nội.

Hội chợ Mùa Thu 2025 là sự kiện kinh tế, văn hóa quy mô quốc gia, tầm vóc quốc tế; được định vị là “Hội chợ kết nối thương mại - đầu tư - du lịch với văn hóa và đổi mới sáng tạo”. Hội chợ thu hút sự tham gia của trên 2.500 doanh nghiệp trong nước và quốc tế, với 3.000 gian hàng tiêu chuẩn nhằm trưng bày, giới thiệu các sản phẩm tiêu biểu, chủ lực trong nhiều lĩnh vực, từ các sản phẩm công nghiệp, khoa học

- công nghệ, đổi mới sáng tạo, công nghiệp văn hóa, thương mại điện tử đến nông sản, thực phẩm chế biến, hàng tiêu dùng, dịch vụ và du lịch...

Với quy mô hoành tráng, nội dung phong phú và hình thức hiện đại nhất từ trước đến nay, Hội chợ Mùa Thu 2025 dự kiến sẽ đón hàng trăm ngàn lượt khách tham quan, giao dịch mỗi ngày. Đồng thời, thu hút đông đảo các đối tác, doanh nghiệp quốc tế đến giao thương, tìm kiếm cơ hội hợp tác kinh doanh và đầu tư.

Đây sẽ là dịp để tôn vinh và giới thiệu những thành tựu to lớn của Việt Nam trong 40 năm đổi mới, thể hiện bước tiến mạnh mẽ của đất nước dưới sự lãnh đạo của Đảng, Nhà nước và vai trò tiên phong của cộng đồng doanh nghiệp Việt; đồng thời, là diễn đàn quan trọng để khẳng định vị thế ngày càng cao của sản phẩm, dịch vụ Việt Nam trong chuỗi sản xuất và cung ứng toàn cầu. Qua đó quảng bá hiệu quả các thương hiệu sản phẩm, dịch vụ và hình ảnh đất nước Việt Nam năng động, đổi mới, năng lực nội sinh và tinh thần sáng tạo mạnh mẽ, luôn sẵn sàng hợp tác và hội nhập sâu rộng trên tất cả các lĩnh vực.



Bộ trưởng Bộ Công Thương Nguyễn Hồng Diên kiểm tra quá trình chuẩn bị hội chợ





Phó Thủ tướng Chính phủ Bùi Thanh Sơn và Bộ trưởng Bộ Công Thương Nguyễn Hồng Diên nghe các đơn vị báo cáo tiến độ thi công, triển khai hội chợ

ĐIỂM HẸN UY TÍN, LỰA CHỌN HÀNG ĐẦU CỦA NHÀ ĐẦU TƯ, ĐỐI TÁC THƯƠNG MẠI



Là đơn vị được Thủ tướng tin tưởng giao nhiệm vụ chủ trì tổ chức, Bộ Công Thương kỳ vọng gì về những kết quả đạt được sau Hội chợ Mùa Thu 2025, thưa Bộ trưởng?

BỘ TRƯỞNG NGUYỄN HỒNG DIÊN:

Hội chợ sẽ là nơi giao thoa giữa hoạt động kinh tế, chính trị và văn hóa; là cầu nối giữa truyền thống và hiện đại và là nơi hội tụ của doanh nghiệp, công chúng và sự sáng tạo. Với số lượng doanh nghiệp và gian hàng lớn chưa từng có, lượng khách quốc tế đến giao thương, tham quan đông đảo và sự có mặt của các nhà mua hàng tên tuổi, những nền tảng thương mại điện tử lớn quốc tế và trong nước (như Amazon, Alibaba và các tập đoàn công nghệ điện tử hàng đầu Việt Nam), giúp đẩy mạnh ứng dụng công nghệ 4.0 trong trưng bày, giao thương, mở ra cơ hội tiếp cận trực tuyến toàn cầu cho hàng hóa và dịch vụ của Việt Nam.

Không chỉ có vậy, tại hội chợ sẽ có các hợp đồng kết nối giữa nhà sản xuất với nhà phân phối, giữa nhà xuất khẩu với nhà nhập khẩu quốc tế... Hội chợ Mùa Thu 2025 sẽ trở thành điểm nhấn quan trọng trong chuỗi sự kiện kinh tế - thương mại quốc gia, giúp kết nối chuỗi cung ứng, kích cầu tiêu dùng, thúc đẩy sản xuất, xuất nhập khẩu, góp phần thực hiện thắng lợi mục tiêu tăng trưởng trên 8% năm 2025 và mức 2 con số trong những năm tới, tạo nền tảng vững chắc để đất nước bước vào kỷ nguyên mới: Kỷ nguyên giàu mạnh, thịnh vượng của dân tộc.

Chúng tôi cũng tin tưởng rằng, Hội chợ sẽ trở thành điểm hẹn uy tín, là lựa chọn hàng đầu của các nhà đầu tư, đối

tác thương mại trong khu vực và thế giới. Đồng thời, trở thành một thương hiệu mạnh của Việt Nam trong tương lai và tạo nền tảng quan trọng để trở thành sự kiện thường niên.

Xin trân trọng cảm ơn Bộ trưởng!



Bộ trưởng Bộ Công Thương Nguyễn Hồng Diên báo cáo Phó Thủ tướng Bùi Thanh Sơn về tình hình tổ chức Hội chợ Mùa Thu 2025



Phó Thủ tướng Chính phủ Bùi Thanh Sơn - Trưởng Ban Chỉ đạo Hội chợ Mùa Thu 2025 cùng Bộ trưởng Bộ Công Thương Nguyễn Hồng Diên - Phó Trưởng Ban Thường trực Ban Chỉ đạo trực tiếp thị sát, kiểm tra tiến độ triển khai và công tác thi công hội chợ

DẤU ẤN KIẾN TẠO CHÍNH SÁCH ĐỂ CÓ KỶ TÍCH THƯƠNG MẠI NHIỆM KỲ 2021-2026

Từ những bản nghị quyết mang tầm chiến lược, Bộ Công Thương đã mở đường cho thị trường trong nước bứt phá và xuất nhập khẩu lập kỷ lục chưa từng có - khẳng định vị thế Việt Nam trên bản đồ thương mại toàn cầu.

TỪ NHỮNG ĐỊNH HƯỚNG CHIẾN LƯỢC CỦA ĐẢNG...

**Văn kiện
Đại hội XIII
của Đảng
(1/2021)**

Xác định con đường đổi mới mô hình tăng trưởng, phát triển công nghiệp - thương mại hiện đại; gắn độc lập tự chủ với hội nhập quốc tế sâu rộng.

**Nghị quyết
29-NQ/TW
(17/11/2022)**

Đẩy mạnh công nghiệp hóa - hiện đại hóa đến năm 2030, tầm nhìn 2045; coi doanh nghiệp và đổi mới công nghệ là động lực phát triển thương mại, xuất khẩu.

**Nghị quyết
57-NQ/TW
(22/12/2024)**

Phát triển khoa học, công nghệ, đổi mới sáng tạo và chuyển đổi số - động lực chiến lược cho thương mại số và xuất khẩu.

**Nghị quyết
59-NQ/TW
(24/1/2025)**

Thúc đẩy hội nhập quốc tế trong tình hình mới, tận dụng FTA thế hệ mới, mở rộng thị trường và chuỗi cung ứng toàn cầu.

**Nghị quyết
66-NQ/TW
(30/4/2025)**

Đổi mới công tác xây dựng và thi hành pháp luật, tạo hành lang thể chế thông thoáng cho đầu tư, thương mại và kinh tế tư nhân.

**Nghị quyết
68-NQ/TW
(4/5/2025)**

Phát triển kinh tế tư nhân trở thành động lực quan trọng của nền kinh tế độc lập tự chủ, khuyến khích tham gia chuỗi giá trị toàn cầu.

ĐẾN KIẾN TẠO HÀNH LANG PHÁP LÝ CỦA QUỐC HỘI



Nghị quyết số 16/2021/QH15 của Quốc hội về Kế hoạch phát triển kinh tế - xã hội 5 năm 2021 - 2025: Xác định khung mục tiêu tăng trưởng, thị trường, xuất nhập khẩu.



Nghị quyết số 31/2021/QH15 của Quốc hội về Kế hoạch cơ cấu lại nền kinh tế giai đoạn 2021 - 2025: Nêu rõ việc cần thiết tái cơ cấu khu vực sản xuất - dịch vụ, chuỗi cung ứng, thị trường hàng hóa.



Nghị quyết số 43/2022/QH15 của Quốc hội: Về chính sách tài khóa, tiền tệ hỗ trợ Chương trình phục hồi và phát triển kinh tế - xã hội: Thúc đẩy cung - cầu cho thị trường trong nước, kích hoạt xuất nhập khẩu hậu Covid-19.



Nghị quyết số 81/2023/QH15 của Quốc hội: Về Quy hoạch tổng thể quốc gia thời kỳ 2021 - 2030, tầm nhìn đến năm 2050: Xác định không gian phát triển, logistics - hạ tầng - trung tâm kinh tế, nền tảng thị trường và thương mại.



Quốc hội ban hành và sửa đổi các Luật liên quan thương mại. Quốc hội phê chuẩn các điều ước quốc tế về thương mại: Phê chuẩn Hiệp định Đối tác kinh tế toàn diện khu vực (RCEP), Hiệp định UKVFTA, Hiệp định CPTPP.

CHÍNH PHỦ CHỈ ĐẠO VÀ TỔ CHỨC THỰC HIỆN

Chính phủ ban hành Nghị quyết số 50/NQ-CP về Chương trình hành động của Chính phủ thực hiện Nghị quyết Đại hội đại biểu toàn quốc lần thứ XIII của Đảng.

Nghị quyết số 66/NQ-CP của Chính phủ về Chương trình cắt giảm, đơn giản hóa thủ tục hành chính liên quan đến hoạt động sản xuất, kinh doanh năm 2025 và 2026.

Nghị quyết số 93/NQ-CP về nâng cao hiệu quả hội nhập kinh tế quốc tế nhằm thúc đẩy hội nhập kinh tế quốc tế sâu rộng, hiệu quả giai đoạn 2023 - 2030.

Nghị quyết 153/NQ-CP về Chương trình hành động của Chính phủ triển khai Nghị quyết số 59-NQ/TW của Bộ Chính trị về Hội nhập quốc tế trong tình hình mới.

Quyết định số 386/QĐ-TTg của Thủ tướng Chính phủ phê duyệt Đề án Phát triển thị trường trong nước gắn với Cuộc vận động “Người Việt Nam ưu tiên dùng hàng Việt Nam” giai đoạn 2021 - 2025.

Quyết định số 1163/QĐ-TTg của Thủ tướng Chính phủ phê duyệt Chiến lược “Phát triển thương mại trong nước giai đoạn đến năm 2030, tầm nhìn đến năm 2045”.

Quyết định số 1968/QĐ-TTg của Thủ tướng Chính phủ phê duyệt Đề án “Đẩy mạnh ứng dụng công nghệ thông tin và chuyển đổi số trong hoạt động xúc tiến thương mại giai đoạn 2021 - 2030”.

Quyết định số 493/QĐ-TTg của Thủ tướng Chính phủ phê duyệt Chiến lược xuất nhập khẩu hàng hóa đến năm 2030.

Quyết định số 1445/QĐ-TTg của Thủ tướng Chính phủ ban hành Chương trình hành động thực hiện Chiến lược xuất nhập khẩu hàng hóa đến năm 2030.

Quyết định số 165/QĐ-TTg của Thủ tướng Chính phủ phê duyệt Đề án tái cơ cấu ngành Công Thương giai đoạn đến năm 2030.

Chính phủ còn ban hành nhiều nghị quyết phiên họp thường kỳ về kinh tế xã hội, các quyết định, chỉ thị chuyên đề khác như Nghị quyết 01/NQ-CP hàng năm về nhiệm vụ cải thiện môi trường kinh doanh, nâng cao năng lực cạnh tranh; Chỉ thị 26/CT-TTg (21/9/2021) - Thúc đẩy sản xuất, lưu thông, tiêu thụ và xuất khẩu nông sản trong bối cảnh dịch Covid-19; Chỉ thị 18/CT-TTg (18/6/2025) - Xúc tiến thương mại trong và ngoài nước để thúc đẩy hoạt động thương mại năm 2025; Chỉ thị 29/CT-TTg (23/9/2025) - Nhiệm vụ, giải pháp trọng tâm thúc đẩy xuất khẩu, phát triển thị trường ngoài nước...

Quyết định số 2326/QĐ-TTg ngày 21/10/2025 phê duyệt Chiến lược phát triển thị trường bán lẻ Việt Nam đến năm 2030, tầm nhìn đến năm 2050.

BỘ CÔNG THƯƠNG CHỦ ĐỘNG, TÍCH CỰC THAM MƯU XÂY DỰNG CHÍNH SÁCH, QUYẾT LIỆT TỔ CHỨC THỰC HIỆN

Không chỉ chủ động tham mưu xây dựng và góp phần tham mưu xây dựng phần lớn các nghị quyết, chủ trương, chiến lược, kế hoạch, văn bản pháp luật... nêu trên, Đảng ủy Bộ Công Thương và lãnh đạo Bộ Công Thương còn ban hành nhiều nghị quyết, quyết định, chỉ thị... như:

● Phê duyệt Chương trình phát triển thị trường trong nước, kích cầu tiêu dùng, đẩy mạnh Cuộc vận động Người Việt Nam ưu tiên dùng hàng Việt Nam giai đoạn 2025 - 2027: Nhằm kích cầu tiêu dùng, đẩy mạnh Cuộc vận động “Người Việt Nam dùng hàng Việt Nam” trong tình hình mới.

● Quyết định số 17/QĐ-BCT của Bộ Công Thương về việc ban hành Kế hoạch của Bộ Công Thương thực hiện Nghị quyết 93/NQ-CP ngày 05/7/2023 của Chính phủ về nâng cao hiệu quả hội nhập kinh tế quốc tế, thúc đẩy kinh tế phát triển nhanh và bền vững giai đoạn 2023-2030.

● Chương trình xúc tiến thương mại quốc gia (giai đoạn 2021- 2025): Bộ Công Thương hàng năm trình Thủ tướng phê duyệt Chương trình Xúc tiến thương mại quốc gia nhằm hỗ trợ doanh nghiệp quảng bá, mở rộng thị trường xuất khẩu.

● Các chiến lược, đề án ngành do Bộ Công Thương triển khai, Bộ đã xây dựng và xây dựng nhiều đề án, kế hoạch chuyên ngành: Chiến lược phát triển công nghiệp Việt Nam đến năm 2025, tầm nhìn đến năm 2035; Đề án tái cơ cấu ngành Công Thương giai đoạn đến năm 2030...

● Bộ Công Thương xây dựng, trình Thủ tướng Chính phủ ban hành: Quy hoạch ngành quốc gia lĩnh vực năng lượng và khoáng sản thời kỳ 2021-2030, tầm nhìn đến năm 2050; Quy hoạch hạ tầng dự trữ, cung ứng xăng dầu, khí đốt quốc gia; Quy hoạch thăm dò, khai thác, chế biến và sử dụng các loại khoáng sản; Quy hoạch tổng thể về năng lượng quốc gia thời kỳ 2021 - 2030, tầm nhìn đến năm 2050; Quy hoạch điện VIII điều chỉnh...

Khai mở không gian XÚC TIẾN THƯƠNG MẠI HIỆN ĐẠI, BỀN VỮNG



Hội chợ Mùa Thu 2025 là sự kiện xúc tiến thương mại quy mô toàn quốc do Thủ tướng Chính phủ giao Bộ Công Thương chủ trì, phối hợp với các bộ, ngành, địa phương tổ chức. Nhân dịp này, phòng viên Bảo Công Thương đã có cuộc trao đổi với Thủ tướng Bộ Công Thương Nguyễn Sinh Nhật Tân - Trưởng Ban Tổ chức Hội chợ Mùa Thu 2025.

➤ HOÀNG HÒA (thực hiện)

Thủ tướng đánh giá thế nào về vai trò của Hội chợ Mùa Thu 2025 trong bối cảnh hiện nay, khi Việt Nam đang cùng cố thị trường trong nước, và mở rộng xuất khẩu trong điều kiện cạnh tranh ngày càng gay gắt?

**THỦ TRƯỞNG
NGUYỄN SINH NHẬT TÂN:**

Hội chợ Mùa Thu 2025 thể hiện bước chuyển mạnh mẽ từ tư duy xúc tiến truyền thống sang xúc tiến hiện đại, bền vững, số hóa và đa chiều. Đây là sân chơi quốc gia mang tính "hội tụ" và "lan tỏa", nơi các tỉnh, thành phố, doanh nghiệp, hợp tác xã... có cơ hội giới thiệu sản phẩm, nâng tầm thương hiệu, gỡ gạc đối tác, tìm kiếm kênh phân phối mới, từ nội địa tới quốc tế.

Với những ý nghĩa đó, Hội chợ Mùa Thu 2025 hướng tới hai mục tiêu lớn: Phát triển thị trường trong nước, kích cầu tiêu dùng nội địa và tăng cường khả năng kiến tạo xuất khẩu cho doanh nghiệp Việt Nam.

Về thị trường trong nước: Hội chợ Mùa Thu 2025 quy tụ những sản phẩm chất lượng cao, tạo cơ hội để người tiêu dùng cả nước tiếp cận với những sản phẩm đặc sản vùng miền, chất lượng cao; từ

hàng nông - lâm - thủy sản đến hàng công nghiệp công nghệ cao, công nghiệp nặng, công nghiệp tiêu dùng...

Về thúc đẩy xuất khẩu: Đảng, Nhà nước, Chính phủ đã xác định, phát triển thị trường trong nước là nền tảng, đẩy mạnh xuất khẩu là động lực. Chính vì thế, tại Hội chợ Mùa Thu 2025, Bộ Công Thương đã chỉ đạo các Thương vụ Việt Nam ở nước ngoài tích cực mời gọi doanh nghiệp quốc tế tham dự, kết nối giao thương, tìm hiểu sản phẩm Việt.

Sẽ có khoảng 80 gian hàng đến từ doanh nghiệp nước ngoài, tạo điểm nhấn cho Hội chợ Mùa Thu 2025; đồng thời tạo điều kiện cho doanh nghiệp Việt tiếp xúc trực tiếp với các nhà nhập khẩu, phân phối và nhà đầu tư.

Một điểm đáng chú ý của Hội chợ Mùa Thu 2025 là việc ứng dụng mạnh mẽ công nghệ số trong tổ chức hội chợ mang lại những giá trị xúc tiến thương mại, xúc tiến xuất khẩu như thế nào cho doanh nghiệp, thưa Thủ tướng?

**THỦ TRƯỞNG
NGUYỄN SINH NHẬT TÂN:**

Chúng tôi không chỉ tổ chức hội



Thủ tướng Nguyễn Sinh Nhật Tân kiểm tra tiến độ Hội chợ Mùa Thu 2025

chợ ở Hà Nội - trung tâm chính trị, kinh tế và văn hóa của cả nước mà còn phát triển nền tảng "Hội chợ số", giúp hàng nghìn doanh nghiệp, người tiêu dùng, nhà phân phối có thể truy cập, tương tác, mua sắm và kết nối từ xa.

Mỗi sản phẩm, thương hiệu tham gia hội chợ đều có câu chuyện riêng và nhờ công nghệ số, những câu chuyện ấy không còn bó hẹp trong khuôn viên hội chợ mà lan tỏa rộng rãi qua các nền tảng mạng xã hội. Các doanh nghiệp được khuyến khích tự xây dựng nội dung số, từ video giới thiệu sản phẩm, quá trình hình thành thương hiệu đến hành trình sáng tạo của người Việt gắn với hashtag "Hội chợ Mùa Thu" trên các nền tảng số. Chính những nội dung này sẽ trở thành kênh quảng bá tự nhiên, hấp dẫn, giúp sản phẩm Việt tiếp cận được lượng người theo dõi và khách hàng tiềm năng rất lớn.

Điểm đặc biệt của "Hội chợ số" là khả năng vượt qua rào cản địa lý, chi phí, thời gian. Một doanh nghiệp nhỏ ở tỉnh khác cũng có thể đưa sản phẩm của mình lên gian hàng trực tuyến, quảng bá đến người tiêu dùng toàn quốc, thậm chí các đối tác quốc tế.

Điều quan trọng là việc góp phần ứng dụng công nghệ số không chỉ giúp lan tỏa thông tin, mà còn nâng cao giá trị thương hiệu, thúc đẩy doanh thu thực tế cho doanh nghiệp. Chúng tôi gọi đây là "không gian xúc tiến thương mại không giới hạn", góp phần số hóa hoạt động xúc tiến thương mại, nâng cao năng lực cạnh tranh số cho doanh nghiệp

và từng bước hình thành nền thương mại nội địa hiện đại thông minh, thích ứng nhanh.

Thưa Thủ tướng, Hội chợ Mùa Thu 2025 cũng là dịp để khơi dậy tinh thần "Người Việt Nam ưu tiên dùng hàng Việt Nam" - một thông điệp đã gắn với ngành Công Thương nhiều năm nay. Xin Thủ tướng chia sẻ thêm về điều này?

**THỦ TRƯỞNG
NGUYỄN SINH NHẬT TÂN:**

Hội chợ Mùa Thu 2025 quy tụ sản phẩm tiêu biểu của 34 tỉnh, thành phố trên cả nước với những sản phẩm nông sản, thủ công mỹ nghệ và sản phẩm OCOP hội tụ... sẽ khẳng định vị thế hàng Việt trên bản đồ thương mại quốc tế.

Với những sản phẩm hàng Việt chất lượng cao, Hội chợ Mùa Thu 2025 sẽ là nơi khẳng định bản lĩnh, nội lực và bản sắc hàng Việt. Đây là minh chứng cho tinh thần "Người Việt Nam ưu tiên dùng hàng Việt Nam", một khẩu hiệu không chỉ mang tính kêu gọi, mà giờ đây đã trở thành định hướng tiêu dùng có trách nhiệm, có giá trị kinh tế và xã hội sâu sắc.

Tôi muốn nhấn mạnh, người tiêu dùng chính là mắt xích quan trọng trong chuỗi giá trị sản xuất - tiêu dùng - tái đầu tư. Khi người Việt ưu tiên hàng Việt, đồng nghĩa với việc doanh nghiệp có động lực sản xuất, nhà máy có đơn hàng, lao động có việc làm và nền kinh tế có thêm sức bật nội sinh.

Chính vì vậy, hội chợ lần này là nơi truyền đi thông điệp đó. Qua các không gian trải nghiệm, hoạt động văn hóa, trình diễn

sản phẩm và kết nối tiêu dùng, Bộ Công Thương cũng như các đơn vị đồng tổ chức mong muốn tạo ra sự chuyển dịch mạnh mẽ trong nhận thức và hành vi tiêu dùng, từ đó thúc đẩy thị trường trong nước phát triển lành mạnh, bền vững.

Tôi tin rằng, với quyết tâm của Chính phủ, sự đồng thuận của các bộ, ngành, địa phương và nỗ lực của cộng đồng doanh nghiệp trong và ngoài nước, Hội chợ Mùa Thu 2025 sẽ thành công vượt trên kỳ vọng, trở thành cột mốc mới trong công tác xúc tiến thương mại của Việt Nam.

*Xin trân trọng cảm ơn
Thủ tướng!*



Bộ Công Thương luôn đồng hành với doanh nghiệp trước, trong và sau hội chợ. Sau Hội chợ Mùa Thu 2025, Bộ Công Thương sẽ tiếp tục chỉ đạo các trường hợp phù hợp đưa sản phẩm nổi bật từ hội chợ ra thị trường quốc tế. Giai đoạn tới, Bộ Công Thương xác định việc hỗ trợ doanh nghiệp khai thác FTA, xúc tiến xuất khẩu xanh, mở rộng thị trường châu Phi, Trung Đông, Mỹ Latinh... sẽ song hành với các hoạt động hội chợ nội địa.

Cầu nối kinh tế và văn hóa TRONG KỶ NGUYÊN MỚI

Tinh hoa công nghiệp văn hóa hội tụ

Hội chợ Mùa Thu 2025 được đánh giá là sự kiện giao thương - văn hóa đặc sắc. Xin Thứ trưởng cho biết, vai trò và nhiệm vụ của Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch tại sự kiện này?

Thứ trưởng HỒ AN PHONG: Hội chợ Mùa Thu 2025 là một hội chợ rất đặc biệt - hội chợ đầu tiên của Việt Nam được tổ chức với quy mô quốc gia có sự tham gia chỉ đạo trực tiếp của Chính phủ.

Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch được Chính phủ, Thủ tướng Chính phủ giao nhiều nhiệm vụ quan trọng. Trong đó, có nhiệm vụ tham gia vào không gian thị trường hàng hóa của các ngành công nghiệp văn hóa Việt Nam, giới thiệu tinh hoa văn hóa Việt Nam đến đồng bào công chúng và doanh nghiệp trong nước và quốc tế. Đây cũng là điểm hẹn giao thương đặc biệt của hội chợ.

Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch còn được giao nhiệm vụ truyền thông, quảng bá hội chợ, tổ chức các chương trình khai mạc, bế mạc và chuỗi hoạt động văn hóa nghệ thuật thường xuyên. Mục tiêu đưa sự kiện trở thành ngày hội thực sự của Nhân dân và doanh nghiệp, từ đó thúc đẩy tiêu dùng, tăng trưởng kinh tế và thu hút đầu tư.

Ngành văn hóa với các sản phẩm của các ngành công nghiệp văn hóa Việt Nam tham gia hội chợ lần này có ý nghĩa rất quan trọng.

Thứ nhất, thúc đẩy sự phát triển của các ngành công nghiệp văn hóa Việt Nam. Theo Cục Thống kê, các ngành công nghiệp văn hóa Việt Nam đóng góp 4,4%

vào GDP của đất nước. Mục tiêu đến năm 2030, tầm nhìn đến năm 2045, các ngành công nghiệp văn hóa Việt Nam sẽ đóng góp đạt 7% của GDP. Đây là mục tiêu rất cao, dư địa cũng rất lớn. Hội chợ lần này là cơ hội thúc đẩy sáng tạo, những ý tưởng tốt, đặc biệt là thúc đẩy đầu tư vào phát triển thị trường các ngành công nghiệp văn hóa Việt Nam.

Thứ hai, hội chợ là một hoạt động sinh động, kết nối văn hóa với thương mại, thúc đẩy giao thương. Tại đây, công chúng, doanh nghiệp, người dân có thể mua sắm, thưởng thức văn hóa, nghệ thuật. Với sự tham gia của các ngành công nghiệp văn hóa sẽ góp phần thúc đẩy tiêu dùng nội địa và quảng bá giá trị, tinh hoa văn hóa Việt Nam ra quốc tế.

Những sản phẩm công nghiệp văn hóa nào sẽ được mang đến giới thiệu tại Hội chợ Mùa Thu 2025, thưa Thứ trưởng?

Thứ trưởng HỒ AN PHONG: Phân khu của các sản phẩm công nghiệp văn hóa Việt Nam có diện tích hơn 10.000 m², là một không gian rất lớn và đa dạng, quy tụ hàng hóa của 12 ngành công nghiệp văn hóa Việt Nam.

Tại đây, công chúng sẽ được tiếp cận các sản phẩm đến từ ngành điện ảnh, nghệ thuật biểu diễn, quảng cáo, xuất bản, thời trang - áo dài, mỹ thuật, du lịch, trò chơi giải trí, phát thanh truyền hình và nhiều lĩnh vực khác.

Tất cả các sản phẩm đặc sắc này đều là tinh hoa của văn hóa Việt Nam, được giới thiệu dưới cả hình thức hàng hóa vật thể và dịch vụ văn hóa.

Đây là lần đầu tiên, những

ngành công nghiệp văn hóa Việt Nam hội tụ đầy đủ và đồng bộ tại một sự kiện xúc tiến thương mại tầm quốc gia.

Lan tỏa giá trị cộng đồng

Xin Thứ trưởng cho biết, bộ phối hợp với Bộ Công Thương triển khai những hoạt động cụ thể nào để quảng bá hình ảnh hội chợ đến đồng bào công chúng?

Thứ trưởng HỒ AN PHONG: Chúng tôi đã giao nhiệm vụ cho Cục Báo chí, Cục Phát thanh - Truyền hình và Thông tin điện tử, Cục Thông tin cơ sở và Cục Thông tin đối ngoại căn cứ chức năng nhiệm vụ, triển khai các hoạt động truyền thông quảng bá hội chợ.

Bộ sẽ thành lập một Trung tâm báo chí ngay tại hội chợ, cung cấp thông tin hàng ngày cho các



Hội chợ Mùa Thu 2025 không chỉ là sự kiện xúc tiến thương mại, mà còn là điểm hẹn văn hóa - du lịch giàu bản sắc. Sự kết hợp giữa giao thương và các hoạt động văn hóa, cộng đồng đã tạo nên hiệu ứng lan tỏa mạnh mẽ, góp phần nâng tầm giá trị hàng Việt và quảng bá hình ảnh Việt Nam năng động, hội nhập thế giới.



Lần đầu tiên, 12 ngành công nghiệp văn hóa Việt Nam hội tụ tại Hội chợ Mùa Thu 2025. Thứ trưởng Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch Hồ An Phong khẳng định, sự kiện là cầu nối kinh tế - văn hóa quy mô quốc gia, mở đường cho những mục tiêu lớn vào năm 2030.

➤ LAN PHƯƠNG - THẢO TRẦN (thực hiện)

nhà báo, phóng viên trong nước và quốc tế. Dự kiến, Trung tâm báo chí sẽ sớm đi vào hoạt động trước khi hội chợ diễn ra. Báo Công Thương - cơ quan truyền thông của Bộ Công Thương đã làm việc rất chuyên nghiệp, sáng tạo, góp phần quan trọng vào thành công của công tác truyền thông hội chợ lần này.

Song song đó, Bộ sẽ đẩy mạnh truyền thông trên mạng xã hội, nền tảng số. Sử dụng đội ngũ KOLs đồng bào, lan tỏa thông tin nhanh chóng, đa chiều, đưa hình ảnh hội chợ đến gần hơn

với người dân, khách hàng và doanh nghiệp.

Chúng tôi có những show diễn hàng ngày gắn với những sản phẩm như trình diễn áo dài, nghệ thuật đương đại, nghệ thuật truyền thống... với mong muốn sự kiện trở thành ngày hội thực sự của người tiêu dùng, nơi họ có thể thỏa thích mua sắm, trải nghiệm văn hóa, thưởng thức nghệ thuật.

Đặc biệt, ngay tại hội chợ, chương trình quyền góp ủng hộ đồng bào bị lũ lụt sẽ được diễn ra.

Xin trân trọng cảm ơn Thứ trưởng!



PGS. TS BÙI HOÀI SON:

HỘI CHỢ MÙA THU 2025

gắn kết doanh nghiệp, *kết nối* thị trường

Khơi dậy tinh thần sáng tạo và tự hào dân tộc

Xin ông chia sẻ, đánh giá về ý nghĩa việc tổ chức Hội chợ Mùa Thu 2025, nhất là sau thành công của Triển lãm thành tựu đất nước?

Nếu Triển lãm thành tựu đất nước là một bản tổng kết đầy tự hào về hành trình phát triển của dân tộc, Hội chợ Mùa Thu 2025 lại là lời khẳng định mạnh mẽ cho khát vọng “vươn mình” trong kỷ nguyên mới, nơi tinh thần sáng tạo, năng lượng đổi mới và niềm tin phát triển được cụ thể hóa trong từng gian hàng, sản phẩm, từng cuộc gặp gỡ doanh nghiệp, người dân.

Hơn thế, Hội chợ Mùa Thu 2025 không chỉ là một sự kiện giao thương, mà còn là một sự kiện văn hóa, thể hiện tầm nhìn của Chính phủ về việc kết nối giữa sản xuất và đời sống, giữa hàng hóa và con người, giữa kinh tế và văn hóa. Trong đó, chủ đề “Kết nối con người với sản xuất, kinh doanh” là một thông điệp rất nhân văn, bởi phát triển kinh tế suy cho cùng cũng là để phục vụ con người, để mỗi sản phẩm Việt không chỉ mang giá trị

vật chất mà còn là kết tinh của trí tuệ, sáng tạo và bản sắc dân tộc.

Trong bối cảnh kinh tế Việt Nam đang bước vào giai đoạn tăng tốc, việc tổ chức một hội chợ quy mô lớn như thế vào dịp cuối năm mang ý nghĩa khích lệ to lớn. Nó tạo nên không khí hội tụ, lan tỏa, gắn kết doanh nghiệp với người dân, kết nối thị trường trong nước với thế giới và quan trọng hơn cả, khơi dậy tinh thần sáng tạo và tự hào dân tộc. Đồng thời, thể hiện ý chí chỉ đạo quyết liệt của Chính phủ trong việc phục hồi và thúc đẩy tăng trưởng, vừa thể hiện sự vào cuộc đồng bộ của các bộ, ngành và địa phương trong việc kiến tạo môi trường để doanh nghiệp, người dân và nền văn hóa Việt Nam cùng tỏa sáng.

Cơ hội để các thương hiệu kể chuyện sáng tạo văn hóa

Ông có thể cho biết quan điểm về việc Hội chợ Mùa Thu có sự tham gia của các ngành công nghiệp văn hóa Việt Nam?

Văn hóa chính là cầu nối làm nên sức sống của thị trường, là giá trị mềm tạo nên sự khác biệt cho sản phẩm Việt Nam. Một món hàng có thể được sản xuất ở nhiều

nơi, nhưng chỉ khi được thổi hồn văn hóa qua màu mã, bao bì, câu chuyện thương hiệu, hay thậm chí là trải nghiệm cảm xúc của người tiêu dùng nó mới thật sự đủ sức cạnh tranh và lan tỏa.

Vì vậy, việc Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch đảm nhận phân khu “Tinh hoa Văn hóa Việt”, quảng bá, giới thiệu các ngành công nghiệp văn hóa là một bước đi rất đúng đắn, giúp văn hóa trở thành nguồn lực phát triển chứ không chỉ là phần trang trí. Sự kết nối này còn có ý nghĩa sâu xa hơn, đó là đưa tư duy phát triển văn hóa vào trung tâm của chiến lược phát triển kinh tế quốc gia. Khi thương mại biết trân trọng và khai thác giá trị văn hóa, còn văn hóa biết “mở lòng” với cơ chế thị trường, chúng ta sẽ tạo nên một nền kinh tế sáng tạo Việt Nam, vừa có bản sắc, vừa có sức cạnh tranh toàn cầu.

Vậy theo ông, để thúc đẩy tiêu dùng nội địa và quảng bá giá trị văn hóa, tinh hoa văn hóa Việt Nam, các doanh nghiệp, đơn vị ngành văn hóa cần mang gì đến hội chợ?

Trước hết, các doanh nghiệp cần chuẩn bị sản phẩm chất



Hội chợ Mùa Thu 2025 thúc đẩy gắn kết doanh nghiệp với người dân, kết nối thị trường và khơi dậy tinh thần sáng tạo, tự hào dân tộc. Đây là danh gia của PGS.TS Bùi Hoài Sơn – Ủy viên chuyên trách Ủy ban Văn hóa và Xã hội của Quốc hội – với phóng viên Báo Công Thương.

➤ **BẢO THOA (thực hiện)**

lượng, có tính sáng tạo cao, mang yếu tố văn hóa đặc trưng, từ thiết kế, bao bì, nhãn mác đến cách trưng bày. Đây là cơ hội để các thương hiệu Việt – từ điện ảnh, thời trang, mỹ thuật, thủ công mỹ nghệ, âm nhạc cho đến ẩm thực cùng kể câu chuyện của mình theo cách gần gũi, hiện đại, gắn liền với lối sống và tâm hồn người Việt hôm nay.

Mặt khác, các đơn vị cần mang đến tinh thần hợp tác và sáng tạo mở. Hội chợ là dịp để kết nối các ngành văn hóa gặp công nghệ, nghệ thuật gặp kinh doanh, sáng tạo gặp đầu tư. Khi các ngành cùng bắt tay, cùng chia sẻ tầm nhìn về giá trị văn hóa trong phát triển kinh tế, chúng ta sẽ tạo ra “chuỗi giá trị sáng tạo” thực sự, nơi mỗi sản phẩm không chỉ là hàng hóa, mà còn là thông điệp của thương hiệu quốc gia.

Bên cạnh đó, để các ngành công nghiệp văn hóa đóng góp 7% GDP vào năm 2030 và hướng đến một nền kinh tế sáng tạo tầm cỡ khu vực vào năm 2045, cần chuyển đổi mạnh tư duy phát triển văn hóa từ bao cấp sang sáng tạo và thị trường. Mở rộng các hình thức đối tác công - tư (PPP) trong lĩnh vực văn hóa, nghệ thuật, di sản, du lịch, để huy động nguồn lực xã hội cùng tham gia phát triển các thiết chế và không gian sáng tạo.

Về phía địa phương, cần chủ động khai thác tiềm năng văn hóa đặc trưng của từng vùng miền, xây dựng thương hiệu địa phương dựa trên di sản và sáng tạo. Đối với doanh nghiệp, cần thay đổi tư duy đầu tư cho văn hóa không chỉ là trách nhiệm xã hội mà còn là cơ hội sinh lời bền vững.

Xin cảm ơn ông!



Ảnh: Nam Nguyễn



Hội chợ Mùa Thu 2025 là lời khẳng định mạnh mẽ cho khát vọng “vươn mình” trong kỷ nguyên mới, nơi tinh thần sáng tạo, năng lượng đổi mới và niềm tin phát triển được cụ thể hóa trong từng gian hàng, sản phẩm...

Hội chợ Mùa Thu 2025

DƯỚI GÓC NHÌN ĐẠI BIỂU QUỐC HỘI VÀ CHUYÊN GIA

Dưới góc nhìn của đại biểu Quốc hội và các chuyên gia kinh tế, hội chợ được kỳ vọng trở thành “điểm hẹn quốc tế thường niên”, góp phần nâng tầm thương hiệu quốc gia, khẳng định năng lực hội nhập và sức cạnh tranh của doanh nghiệp Việt Nam trên thị trường toàn cầu.

► NGUYỄN THẢO (thực hiện)

TS VÕ TRÍ THÀNH - VIỆN TRƯỞNG
VIỆN NGHIÊN CỨU CHIẾN LƯỢC
THƯƠNG HIỆU VÀ CẠNH TRANH:

Tầm nhìn chiến lược về thương mại và đầu tư



Hội chợ Mùa Thu 2025 là một bước đi quan trọng, mang tính dài hạn, mở đường đưa Việt Nam ra thế giới, kéo thế giới đến với Việt Nam. Đây là một kế hoạch tham vọng, quy mô lớn, thể hiện tầm nhìn chiến lược về thương mại và đầu tư, khẳng định sức mạnh, vị thế của Việt Nam trong xúc tiến thương mại toàn cầu.

Chúng ta không chỉ có hàng hóa mà còn có hạ tầng triển lãm hiện đại, đủ tầm tổ chức các sự kiện quốc tế quy mô lớn. Đây là nơi hội tụ của tri thức, thông tin, công nghệ và những phương thức kinh doanh mới. Cùng với đó là chuỗi hội thảo chuyên sâu, nơi doanh nghiệp học hỏi, trao đổi, ký kết hợp đồng và kết nối đầu tư.

Quan trọng hơn, hội chợ lần này là một phép thử để đánh giá hiệu quả xúc tiến thương mại, được đo bằng những con số cụ thể. Như số lượng hợp đồng ký kết, số đối tác tham gia và cơ hội đầu tư mở ra. Đây sẽ là nền tảng để hoàn thiện phương pháp tổ chức, kiến tạo một chiến lược xúc tiến thương mại dài hơi, bền vững và chuyên nghiệp hơn.

Ngoài câu chuyện kinh doanh, hội chợ còn là không gian cho các ngành công nghiệp sáng tạo, công nghiệp văn hóa, giúp xây dựng hình ảnh Việt Nam hiện đại, hội nhập, giàu bản sắc. Từ đó, kiến tạo sức mạnh mềm của quốc gia thông qua sản phẩm, doanh nghiệp, tri thức và văn hóa.

Tôi đánh giá rất cao nỗ lực của Ban tổ chức và Bộ Công Thương trong việc kết nối doanh nghiệp trong nước, quốc tế; và kiến tạo nên biểu tượng về năng lực hội nhập, vị thế thương mại quốc gia. Tôi kỳ vọng, hội chợ sẽ tạo dấu ấn để Việt Nam được định vị trên bản đồ các sự kiện triển lãm quốc tế. Hội chợ vừa là phép thử nhưng cũng là cú hích cho chiến lược xúc tiến thương mại dài hạn của Việt Nam. ■

ÔNG NGUYỄN VĂN THÂN - ĐẠI BIỂU QUỐC HỘI KHÓA XV,
CHỦ TỊCH HIỆP HỘI DOANH NGHIỆP NHỎ VÀ VỪA VIỆT NAM:

Hội chợ có thể trở thành “điểm hẹn quốc tế” thường niên

Hội chợ Mùa Thu 2025 là một điểm sáng trong hoạt động xúc tiến thương mại năm nay, thể hiện rõ tầm nhìn chiến lược trong việc mở rộng thị trường cho doanh nghiệp Việt Nam. Với quy mô hàng nghìn gian hàng và sự tham gia của nhiều đối tác quốc tế, sự kiện tạo ra môi trường giao thương năng động, thực chất, giàu tiềm năng kết nối. Đây là dịp để cộng đồng doanh nghiệp nhỏ và vừa khẳng định năng lực, tìm kiếm cơ hội hợp tác, từng bước nâng cao vị thế trên thị trường toàn cầu. Nhiều doanh nghiệp đã có sự chuẩn bị kỹ lưỡng hơn, chú trọng xây dựng hình ảnh, quảng bá sản phẩm và định vị thương hiệu. Hội chợ cũng được kỳ vọng mang lại đơn hàng, giúp doanh nghiệp nhìn rõ bức tranh thị trường, học hỏi phương thức tổ chức, cách tiếp cận khách hàng và nâng cao tư duy kinh doanh.



Sự chuẩn bị chu đáo của Bộ Công Thương và Ban Tổ chức đã góp phần tạo nên một sự kiện quy mô, chuyên nghiệp, tầm ảnh hưởng lớn, tạo ấn tượng mạnh với đối tác quốc tế, mở ra cơ hội phát triển thành thương hiệu xúc tiến thương mại mang tầm khu vực.

Chúng tôi đánh giá cao vai trò kiến tạo của Nhà nước, sự vào cuộc đồng bộ của các bộ, ngành, địa phương và sự hưởng ứng tích cực từ doanh nghiệp. Với những nền tảng đã có, Hội chợ Mùa Thu 2025 có thể trở thành một “điểm hẹn quốc tế” thường niên, góp phần thúc đẩy thương mại, nâng cao sức cạnh tranh của doanh nghiệp nhỏ và vừa Việt Nam trong bối cảnh hội nhập. ■

TS NGUYỄN MINH PHONG - CHUYÊN GIA KINH TẾ:

Kiến tạo thương hiệu quốc gia

Điểm nổi bật nhất của Hội chợ Mùa Thu 2025 chính là quy mô và cách tổ chức chuyên nghiệp. Sự phối hợp đồng bộ giữa các cấp và hơn 60 thương vụ Việt Nam ở nước ngoài đã tạo nên một hệ sinh thái xúc tiến thương mại toàn diện, giúp doanh nghiệp có nền tảng hỗ trợ vững chắc.

Tôi cho rằng, Hội chợ Mùa Thu 2025 là sự kiện xúc tiến thương mại quan trọng, mang đến cơ hội cho doanh nghiệp có thể “chạm” vào thị trường toàn cầu ngay tại “sân nhà”, kết nối trực tiếp hàng hóa, vốn và công nghệ. Đây cũng là “điểm hẹn” để các doanh nghiệp Việt mở rộng mạng lưới đối tác, tiếp cận công nghệ mới và nâng cao vị thế quốc gia.

Nếu tiếp tục duy trì cách làm bài bản như hiện nay, Hội chợ Mùa Thu hoàn toàn có thể trở thành “thương hiệu quốc gia” thực sự. ■



Bộ Công Thương đồng hành cùng doanh nghiệp trên mọi nẻo đường xúc tiến thương mại



Thủ tướng Chính phủ Phạm Minh Chính cùng Phó Thủ tướng Trần Hồng Hà và Bộ trưởng Nguyễn Hồng Diên chủ trì Hội nghị thúc đẩy sản xuất, tiêu dùng trong nước và mở rộng thị trường xuất khẩu năm 2023



Bộ trưởng Nguyễn Hồng Diên thăm khu trưng bày của Vinamilk tại Triển lãm thành tựu đất nước



Bộ trưởng Bộ Công Thương Nguyễn Hồng Diên cùng Cục trưởng Cục Xúc tiến thương mại và đại diện phía Trung Quốc thăm các gian hàng tại Lễ hội trái cây Việt Nam tổ chức tại Trung Quốc
Ảnh: Nguyễn Minh



Bộ trưởng Bộ Công Thương Nguyễn Hồng Diên dự Hội chợ hàng tiêu dùng quốc tế Hải Nam, Trung Quốc

Bộ Công Thương luôn là “người bạn đồng hành” tin cậy của cộng đồng doanh nghiệp trên con đường mở rộng thị trường tiêu thụ, thúc đẩy xuất khẩu hàng hóa... thông qua hàng loạt chương trình xúc tiến thương mại, hỗ trợ doanh nghiệp kết nối giao thương, cung - cầu, vùng nguyên liệu và tiêu thụ sản phẩm... Từ đó, nâng cao năng lực cạnh tranh và định vị thương hiệu Việt trên bản đồ xuất nhập khẩu toàn cầu.



Nhiệm kỳ 2020 - 2025, Cục Xúc tiến thương mại đã tổ chức 3 kỳ xét chọn sản phẩm đạt Thương hiệu Quốc gia vào các năm 2020, 2022 và 2024, với 966 lượt sản phẩm của 808 doanh nghiệp được công nhận
Ảnh: Cần Dũng



Phó Thủ tướng Chính phủ Bùi Thanh Sơn - Trưởng Ban Chỉ đạo Hội chợ Mùa Thu 2025 cùng Bộ trưởng Bộ Công Thương Nguyễn Hồng Diên - Phó Trưởng Ban Thường trực Ban Chỉ đạo đã trực tiếp thị sát công tác thi công hội chợ



Bộ trưởng Nguyễn Hồng Diên nhấn mạnh quan điểm thương vụ phải đổi mới hoạt động xúc tiến thương mại phục vụ xuất khẩu



Bộ trưởng Bộ Công Thương Nguyễn Hồng Diên thăm khu triển lãm sản phẩm nông nghiệp đặc sắc của Việt Nam xuất khẩu sang Trung Quốc



Bộ trưởng Bộ Công Thương Nguyễn Hồng Diên giới thiệu sản phẩm của Việt Nam với các đối tác Trung Quốc trong khuôn khổ Lễ hội trái cây Việt Nam lần thứ nhất tại Bắc Kinh, Trung Quốc. Với những nỗ lực khai mở thị trường, 2024 là năm đầu tiên thương mại Việt Nam - Trung Quốc vượt mốc 200 tỷ USD



Bộ trưởng Bộ Công Thương Nguyễn Hồng Diên và Bí thư Tỉnh ủy Tuyên Quang Hào A Lệnh thăm gian hàng tại Hội chợ triển lãm hàng công nghiệp nông thôn tiêu biểu khu vực phía Bắc
Ảnh: Cấn Dũng



Bộ trưởng Nguyễn Hồng Diên chủ trì Hội nghị Tham tán thương mại, Trưởng cơ quan thương vụ khu vực thị trường châu Á - châu Phi (tháng 12/2024)



Bộ trưởng Nguyễn Hồng Diên thăm các gian hàng tại Vietnam Expo 2024



Khai mạc Ngày mua sắm trực tuyến Việt Nam - Online Friday 2024



Ký kết hợp tác kết nối giao thương giữa các đơn vị trong nước



Đoàn giao dịch thương mại Việt Nam tại Pakistan do Bộ Công Thương tổ chức nhằm tăng cường hợp tác kinh tế, thương mại



Khách hàng tìm hiểu về hàng Việt Nam tại WorldFood Moscow 2025



Thủ trưởng Bộ Công Thương Nguyễn Sinh Nhật Tân cùng Cục trưởng Cục Thương mại điện tử và Kinh tế số Lê Hoàng Anh tham dự các sự kiện trong khuôn khổ Lễ khai mạc Ngày mua sắm trực tuyến Việt Nam - Online Friday 2024



Thủ trưởng Phan Thị Thắng thăm gian hàng tại Tuần hàng Việt Nam tại Đại siêu thị Lulu, Dubai



Thủ trưởng Nguyễn Hoàng Long cùng các đại biểu thăm gian hàng tại Hội chợ quốc tế Hành lang kinh tế Đông Tây (EWEC) - Đà Nẵng



Thủ trưởng Bộ Công Thương Trương Thanh Hoài trực tiếp đánh giá sản phẩm tại Triển lãm VMS 2024



Gạo Việt được bán tại siêu thị EU

Ảnh: TTXVN



Hàng Việt ngày càng vươn xa ra thị trường thế giới



Tuần lễ kết nối giao thương và giới thiệu sản phẩm ngành cơ khí, điện và công nghệ số năm 2025



Doanh nghiệp Việt gây ấn tượng tại Hội chợ quốc tế công nghiệp thực phẩm Anuga 2025

Điểm hẹn XÚC TIẾN THƯƠNG MẠI QUỐC GIA

Siêu hội chợ "6 nhất"

Được coi là siêu hội chợ với "6 nhất", theo ông, điểm mới nào ở Hội chợ Mùa Thu 2025 được đánh giá quan trọng nhất thúc đẩy xúc tiến thương mại, quảng bá hàng Việt Nam?

Cục trưởng VŨ BÁ PHÚ:

Hội chợ Mùa Thu 2025 được tổ chức với quy mô quốc gia và vươn tầm quốc tế lần đầu tiên từ trước tới nay được Thủ tướng Chính phủ trực tiếp chỉ đạo cũng như thành lập một Ban Tổ chức cấp quốc gia để triển khai.

Một trong sáu điểm nhất của hội chợ này đó là quy mô lớn nhất và được tổ chức với sự phối kết hợp chặt chẽ nhất giữa các bộ, ngành và địa phương, giữa Trung ương và địa phương.

Điểm khác biệt nhất so với các hội chợ trước đây chính là tính chất quốc gia. Đây là một điểm nhấn về xúc tiến thương mại ở quy mô quốc gia nhằm thúc đẩy sản xuất, kích cầu, tăng trưởng tiêu dùng; qua đó đóng góp vào sự tăng trưởng chung của nền kinh tế, giúp đạt được mục tiêu tăng trưởng GDP năm 2025 từ 8% trở lên trong năm 2025 và 10% trong các năm tiếp theo.

Bộ Công Thương đánh giá và kỳ vọng gì về tác động của hội chợ đối với hoạt động xúc tiến thương mại, kết nối cung cầu trong nước, quảng bá hàng Việt ra thị trường quốc tế? Quy mô, tầm vóc của hội chợ ra sao, thưa ông?

Cục trưởng VŨ BÁ PHÚ:

Đây không chỉ là một hội chợ thương mại như chúng ta đã từng tổ chức mà thực sự là một sự kiện xúc tiến thương mại, kinh tế đầu tư tầm vóc, quy mô cấp quốc gia.

Ban Tổ chức đã ghi nhận đáng kể và chấp thuận hàng nghìn doanh nghiệp trong nước và quốc tế tham gia hội chợ. Trong đó, khoảng 100 doanh nghiệp quốc tế đến từ châu Âu, châu Á, New Zealand, Trung Quốc, các nước ASEAN...

Trong khuôn khổ hội chợ, sẽ có nhiều hoạt động kết nối doanh nghiệp, hội nghị - hội thảo chuyên ngành, chương trình văn hóa nghệ thuật, trình diễn thời trang, hòa nhạc, ẩm thực ba miền từ 34 tỉnh, thành phố.

Đặc biệt, hội chợ chú trọng hoạt động kết nối giao thương giữa doanh nghiệp Việt Nam với quốc tế. Hệ thống tham tán thương mại và cơ quan đại diện Việt Nam ở nước ngoài đã quảng bá hội chợ, thu hút khoảng 200 nhà mua hàng quốc tế tham dự.

Tại hội chợ, các ngành hàng sẽ được phân nhóm cụ thể, tối ưu hóa hoạt động giao thương, kết nối cung cầu. Đây cũng là cơ hội lớn cho nhà sản xuất trong nước gặp gỡ các chuỗi phân phối lớn như Central Retail, Emart Market...; qua đó thiết lập kênh tiêu thụ ổn định và dài hạn, vượt ra ngoài khuôn khổ sự kiện.



Hội chợ Mùa Thu 2025 với sự góp mặt của hàng nghìn doanh nghiệp trong và ngoài nước, trở thành điểm nhấn xúc tiến thương mại lớn nhất từ trước đến nay. Phòng viên Báo Công Thương đã có cuộc trao đổi với ông Vũ Bá Phú - Cục trưởng Cục Xúc tiến thương mại (Bộ Công Thương) xung quanh vấn đề này.

➤ PHƯƠNG LAN - THANH THẢO (thực hiện)

Thiết lập quan hệ thương mại bền vững

Sau hội chợ, Bộ Công Thương có kế hoạch gì để tiếp tục xúc tiến thương mại, hỗ trợ doanh nghiệp mở rộng thị trường, thúc đẩy xuất khẩu, thưa ông?

Cục trưởng VŨ BÁ PHÚ:

Hội chợ được kỳ vọng trở thành

sự kiện xúc tiến thương mại thường xuyên, liên tục, trở thành điểm nhấn mang tầm quốc gia; trong tương lai sẽ trở thành điểm hẹn thường niên đối với các nhà đầu tư, nhà xuất nhập khẩu trên thế giới.

Sau khi kết thúc hội chợ, thực hiện chỉ đạo của Thủ tướng

Chính phủ, Bộ Công Thương sẽ phối hợp các bộ, ngành, địa phương rút kinh nghiệm, nâng cao hiệu quả tổ chức, triển khai nhiều hội chợ chuyên ngành hơn nữa phục vụ xúc tiến thương mại, đầu tư, du lịch. Chúng tôi cũng kỳ vọng phát triển thành chuỗi hội chợ theo từng lĩnh vực chuyên sâu như nông sản, công nghiệp hỗ trợ, thực phẩm - đồ uống, hàng tiêu dùng... tạo cơ hội tiếp cận thị trường đa tầng và bền vững hơn cho doanh nghiệp.

Nét đặc sắc của hội chợ lần này là sự phối hợp đa ngành giữa xúc tiến đầu tư, thương mại, du lịch và quảng bá văn hóa - trở thành điểm đến hấp dẫn với du khách, nhà mua hàng và nhà đầu tư quốc tế, góp phần nâng cao hình ảnh và vị thế của Việt Nam trên bản đồ thương mại toàn cầu.

Sẽ có khoảng 200 cơ quan báo chí trong nước và quốc tế tham dự đưa tin hội chợ. Ông đánh giá ra sao vai trò của công tác truyền thông cho sự kiện?

Cục trưởng VŨ BÁ PHÚ:

Phải nói rằng công tác truyền thông của Hội chợ Mùa Thu 2025 rất quan trọng, luôn được Thủ tướng Chính phủ chỉ đạo sát sao. Sự chủ động vào cuộc sớm của các cơ quan báo chí đã góp phần định vị thành công thương hiệu hội chợ trên cả thị trường trong nước và quốc tế.

Trong quá trình triển khai, Bộ Công Thương đã chỉ đạo Báo Công Thương xây dựng kế hoạch truyền thông xuyên suốt trước - trong và sau hội chợ. Đóng vai trò kênh thông tin chính thống, Báo Công Thương và các cơ quan báo chí đã trở thành cầu nối hỗ trợ hiệu quả cho Ban Tổ chức, doanh nghiệp, khách hàng và xã hội, giúp công chúng tiếp cận thông tin chi tiết từ sớm, gia tăng hiệu quả lan tỏa, tạo động lực mạnh mẽ cho xúc tiến thương mại.

Xin cảm ơn ông!



Hội chợ Mùa Thu 2025 là siêu hội chợ lớn nhất từ trước đến nay, dưới sự chỉ đạo trực tiếp của Thủ tướng Chính phủ. Bộ Công Thương sẽ tiếp tục triển khai chuỗi xúc tiến thương mại sau hội chợ, hướng đến xây dựng điểm hẹn thường niên cho các nhà đầu tư trong và ngoài nước.

HỘI CHỢ MÙA THU 2025
KẾT NỐI CON NGƯỜI VỚI SẢN XUẤT KINH DOANH

26.10 — 04.11.2025

TRUNG TÂM TRIỂN LÃM VIỆT NAM
Đường Cầu Tứ Liên, Đông Anh, Hà Nội



Phó Thủ tướng Bùi Thanh Sơn chủ trì cuộc họp rà soát công tác chuẩn bị tổ chức Hội chợ Mùa Thu 2025

Ảnh: VGP

Dưới sự chỉ đạo trực tiếp của Thủ tướng Chính phủ Phạm Minh Chính, cùng sự vào cuộc khẩn trương của Bộ trưởng Bộ Công Thương Nguyễn Hồng Diên và các bộ, ngành, địa phương, Hội chợ Mùa Thu 2025 được xác định là sự kiện xúc tiến thương mại - văn hóa - du lịch quy mô quốc gia, thể hiện quyết tâm của Chính phủ trong việc “làm mới động lực tăng trưởng cũ”, thúc đẩy tiêu dùng và lan tỏa sức mạnh hàng Việt.

➤ BẢO NGỌC

Khẳng định vị thế hội chợ mang tầm quốc gia

Hội chợ Mùa Thu 2025 - sự kiện xúc tiến thương mại cấp quốc gia là kết quả của tầm nhìn chiến lược và sự chỉ đạo quyết liệt của Chính phủ. Theo đó, ngay từ cuối tháng 9, Thủ tướng Phạm Minh Chính đã ký Công điện số 172/CD-TTg ngày 25/9/2025, giao Bộ Công Thương chủ trì, phối hợp với các bộ, cơ quan và địa phương tổ chức hội chợ, bảo đảm quy mô, chất lượng, hiệu quả, thể hiện rõ tinh thần đổi mới, sáng tạo và quyết tâm hành động vì mục tiêu tăng trưởng quốc gia.

Không chỉ là một sự kiện thương mại, Hội chợ Mùa Thu 2025 được xem là bước ngoặt trong chiến lược kích cầu tiêu dùng nội địa và xúc tiến thương mại quốc gia. Thủ tướng yêu cầu các bộ, ngành không để hội chợ dừng ở mức trưng bày sản phẩm, hàng hóa, mà phải biến sự kiện thành diễn đàn giao thương, kết nối chuỗi cung ứng, xúc tiến đầu tư và thúc đẩy sản xuất - tiêu dùng trong nước.

Quyết liệt triển khai chỉ đạo của Bộ Công Thương - với vai trò cơ quan thường trực Ban Chỉ đạo đã lập tức vào cuộc. Chỉ hai ngày sau, ngày 27/9, bộ đã ban hành Kế hoạch tổ chức Hội chợ Công nghiệp, Thương mại và Hàng tiêu dùng Quốc gia Việt Nam - Mùa Thu 2025, cụ thể hóa chỉ đạo của Thủ tướng bằng chương trình hành động rõ ràng, chi tiết từng phân khu, chủ đề, tiến độ thi công, truyền thông và trách nhiệm của từng đơn vị phối hợp.

Đến ngày 7/10, Bộ trưởng Nguyễn Hồng Diên, với vai trò Phó Trưởng ban Thường trực Ban Chỉ đạo Hội chợ Mùa Thu 2025, tiếp tục ký Công điện số 7734/CD-BCD gửi UBND các tỉnh, thành phố trực thuộc Trung ương, yêu cầu

“khẩn trương nhận mặt bằng trước ngày 9/10, hoàn thiện thiết kế gian hàng, đảm bảo tiến độ, chất lượng, không để bất kỳ địa phương nào chậm trễ”. Liên tục trong các ngày sau đó, Bộ Công Thương đã tổ chức họp với các đơn vị liên quan để triển khai công tác thiết kế thi công, công tác truyền thông... khẩn trương và quyết liệt.

Ngày 8/10, Phó Thủ tướng Chính phủ Bùi Thanh Sơn - Trưởng Ban Tổ chức hội chợ đã chủ trì cuộc họp về việc tổ chức Hội chợ Mùa Thu 2025. Tại cuộc họp, Phó Thủ tướng yêu cầu, các bộ, ngành, địa phương cần chủ động, quyết liệt, phối hợp chặt chẽ, tổ chức chu đáo, bài bản, chuyên nghiệp...

Ngày 19/10, Phó Thủ tướng Phó Thủ tướng Chính phủ Bùi Thanh Sơn - Trưởng Ban chỉ đạo Hội chợ Mùa Thu 2025 và Bộ trưởng Bộ Công Thương Nguyễn Hồng Diên - Phó Trưởng ban thường trực Ban chỉ đạo Hội chợ Mùa Thu 2025 đã kiểm tra công tác triển khai tổ chức Hội chợ. Tại đây, Bộ trưởng Nguyễn Hồng Diên đã gọi điện trực tiếp cho lãnh đạo 6 tỉnh, thành phố (4 địa phương chưa có kế hoạch triển khai và nhiều tỉnh, thành khác trưng bày hàng hóa đơn điệu, thiếu tính đại diện cho tiềm năng và thế mạnh kinh tế vùng miền) và 100% Bí thư, Chủ tịch tỉnh xác nhận, khẳng định sẽ vào cuộc, tham gia Hội chợ Mùa Thu 2025.

Đây là một chuỗi hành động dồn dập, quyết liệt, thể hiện tinh thần chỉ đạo xuyên suốt từ Chính phủ đến Bộ Công Thương, nhằm bảo đảm Hội chợ Mùa Thu 2025 không chỉ đúng tiến độ, mà còn mang tầm vóc quốc gia - nơi hội tụ của các ngành công nghiệp, thương mại, dịch vụ, văn hóa và du lịch Việt Nam.



Phó Thủ tướng chỉ đạo Bộ Công Thương quyết liệt triển khai hội chợ

Bức tranh toàn cảnh CỦA NỀN KINH TẾ

Bộ Công Thương: Đầu tàu triển khai, huy động sức mạnh hệ thống

Trong suốt quá trình chuẩn bị, Bộ Công Thương đóng vai trò trung tâm điều phối, dẫn dắt và kết nối. Thứ trưởng Bộ Công Thương Nguyễn Sinh Nhật Tân, Phó Trưởng Ban tổ chức hội chợ cho hay, với thông điệp “Kết nối con người với sản xuất, kinh doanh”, hội chợ được thiết kế trên diện tích hơn 100.000m², quy tụ khoảng 3.000 gian hàng tiêu chuẩn, chia thành 5 phân khu chủ đề lớn: “Công nghiệp, Thương mại, dịch vụ; Thu thịnh vượng”; “Tinh hoa Văn hóa Việt và Di sản hiện giao thương”; “Tinh hoa Thủ Hà Nội”; “Thu đất Việt - Sắc nước hương thu” và “Thu gia đình”.

Mỗi phân khu do một bộ, ngành hoặc địa phương chủ trì, tạo nên bức tranh toàn cảnh của nền kinh tế Việt Nam: Từ công nghiệp sản xuất, thương mại dịch vụ, du lịch, văn hóa, đến đời sống tiêu dùng hiện đại. Trong đó, Bộ Công Thương đảm nhận trọng trách tổ chức các hoạt động quảng bá hàng



Với sự chỉ đạo quyết liệt từ Thủ tướng Chính phủ, sự điều hành sát sao của Bộ trưởng Bộ Công Thương Nguyễn Hồng Diên và tinh thần chủ động của các bộ, ngành, địa phương, Hội chợ Mùa Thu 2025 được kỳ vọng trở thành biểu tượng của sự phục hồi mạnh mẽ, tinh thần hành động quyết liệt và khát vọng phát triển của Việt Nam trong giai đoạn mới.

công nghiệp, thương mại, hàng tiêu dùng và các hội nghị, diễn đàn giao thương, hội thảo xúc tiến đầu tư trong khuôn khổ hội chợ.

Bộ Công Thương đã huy động toàn bộ hệ thống: Từ các cục chuyên môn (Cục Xúc tiến thương mại, Cục Thương mại điện tử và Kinh tế số, Cục Công nghiệp) đến các Sở Công Thương địa phương, hiệp hội ngành hàng, tập đoàn kinh tế, đảm bảo sự tham gia đồng bộ.

Dưới sự chỉ đạo của Bộ trưởng Nguyễn Hồng Diên, Bộ Công Thương đã xác định truyền thông là mũi nhọn để lan tỏa tinh thần của hội chợ. Cùng sự vào cuộc và đồng hành của Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch trong xây dựng

kế hoạch truyền thông, huy động sự tham gia của các KOLs, KOC và triển khai trung tâm báo chí phục vụ hội chợ, Bộ Công Thương đã giao Báo Công Thương, Cục Xúc tiến thương mại, Cục Thương mại điện tử và Kinh tế số phối hợp triển khai kế hoạch truyền thông tổng thể, bảo đảm thông tin xuyên suốt, kịp thời, lan tỏa mạnh mẽ.

Hoạt động truyền thông không chỉ tập trung vào báo chí truyền thống mà còn mở rộng sang mạng xã hội, sàn thương mại điện tử, nền tảng livestream giới thiệu sản phẩm, hướng tới nhóm người tiêu dùng trẻ. Qua đó, tạo “hội chợ số” - không gian kết nối ảo của hàng Việt Nam với thị trường toàn cầu. ■

5 PHÂN KHU CHỦ ĐỀ đặc sắc, ấn tượng

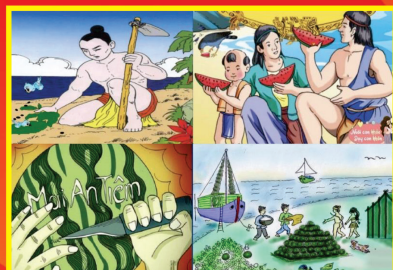




- ◆ Hội chợ Mùa Thu 2025 khởi động với không khí rực rỡ và sôi động, nơi sắc vàng của mùa thu hòa cùng cờ hoa, ánh sáng và âm thanh lễ hội đầy náo nhiệt, hào hứng.
- ◆ Ngay từ cổng chào chính, khách tham quan đã được đón chào bằng những mảng màu đặc trưng của mùa thu, hòa cùng cờ phướn tung bay và các màn hình LED rực rỡ chuyển động liên tục. Bước tiếp qua con đường ngàn hoa ngập tràn hương sắc, du khách như lạc vào không gian mùa thu sống động, vừa quen thuộc, vừa mới lạ.



**Phần 1: CON NGƯỜI VIỆT NAM
VÀ SẢN XUẤT KINH DOANH XƯA**



**Phần 2: CON NGƯỜI VIỆT NAM
VÀ SẢN XUẤT KINH DOANH HIỆN ĐẠI**



**Phần 3: CON NGƯỜI VIỆT NAM
VÀ SẢN XUẤT KINH DOANH TƯƠNG LAI**



SỰ KIỆN

nổi bật bên lề

HỘI CHỢ MÙA THU 2025

DIỄN ĐÀN, HỘI NGHỊ, HỘI THẢO

1

Hội thảo Nâng tầm doanh nghiệp Việt Nam qua ứng dụng công nghệ số và kết nối thị trường toàn cầu (Go Digital - Go Global)

2

Hội nghị Xúc tiến thương mại, đầu tư và kết nối giao thương Doanh nghiệp Việt Nam - Trung Quốc

3

Hội thảo về Xuất xứ hàng hóa trong khuôn khổ Hội chợ Mùa Thu 2025

4

Hội nghị Xúc tiến thương mại, đầu tư và kết nối giao thương doanh nghiệp Việt Nam - New Zealand

5

Hội thảo Phát triển bền vững và chuyển đổi xanh trong sản xuất công nghiệp

6

Diễn đàn Chính sách phát triển thương mại trong nước kết hợp Phiên kết nối thu mua của các hệ thống phân phối

7

Hội thảo Bảo bì và thương hiệu xuất khẩu 2025 - Từ xu hướng đến thực hiện

8

Hội nghị Giao ban xúc tiến thương mại với hệ thống thương vụ Việt Nam ở nước ngoài

9

Diễn đàn Ứng dụng công nghệ phát triển cơ sở dữ liệu thương mại số

10

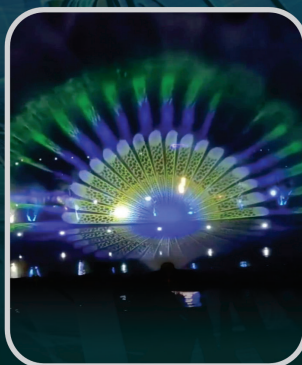
Hội nghị Chuyển đổi số với chủ đề ứng dụng định danh và xác thực của Bộ Công an để nâng cao an toàn trong hoạt động thương mại điện tử

11

Hội thảo Phổ biến thông tin, hướng dẫn tiếp cận thị trường Halal tại khu vực Đông Nam Á và Trung Đông

ĐIỂM NHẤN THỊ GIÁC 3D mapping

Hội chợ Mùa Thu 2025 là điểm nhấn xúc tiến thương mại quốc gia với trình diễn laser mapping mãn nhãn, truyền tải thông điệp “Kết nối con người với sản xuất, kinh doanh”.





HỘI CHỢ
MÙA THU
2025



LỄ HỘI
ẨM THỰC



Hội chợ Mùa Thu 2025 không chỉ là không gian quảng bá sản phẩm, mà đang được kỳ vọng trở thành điểm hội tụ của các dòng chảy thương mại toàn cầu nhờ sự lan tỏa mạnh mẽ từ mạng lưới thương vụ Việt Nam ở nước ngoài.

➤ HOÀNG HÒA

Quảng bá không biên giới

Ngay sau khi Hội chợ Mùa Thu 2025 được Chính phủ giao Bộ Công Thương triển khai, một "chiến dịch truyền thông toàn cầu" đã được các thương vụ chủ động thực hiện. Từ Nhật Bản đến Hà Lan, từ Hoa Kỳ đến New Zealand... hàng loạt hoạt động quảng bá đã diễn ra liên tục, mạnh mẽ trên các kênh truyền thông quốc tế, mạng xã hội, bản tin thương vụ, cũng như qua các cuộc tiếp xúc trực tiếp với doanh nghiệp sở tại.

Tại New Zealand, bà Trần Diệu Oanh - Tham tán thương mại - cho biết: "Thương vụ Việt Nam tại New Zealand sẽ dẫn đoàn trên 20 doanh nghiệp sang Việt Nam công tác từ ngày 27/10 đến 1/11, trong đó điểm nhấn là tham dự Hội chợ Mùa Thu 2025. Đây là hoạt động cụ thể nhằm thực hiện thỏa thuận cấp cao Việt Nam - New Zealand trong Tuyên bố chung nâng cấp quan hệ lên Đối tác Chiến lược toàn diện".

Điểm đáng chú ý, các doanh nghiệp New Zealand đến từ lĩnh vực thiết kế - xây dựng, sản xuất thịt, thực phẩm, giáo dục, công nghệ... sẽ tham gia các hoạt động kết nối doanh nghiệp Việt Nam - New Zealand tại TP. Hà Nội và TP. Hồ Chí Minh.

Điểm hội tụ chuỗi cung ứng toàn cầu

Không dừng ở thị trường truyền thống, Hội chợ Mùa Thu 2025 còn thu hút sự quan tâm đặc biệt từ các tập đoàn hàng đầu thế giới.

Tại Hoa Kỳ, trong buổi làm việc gần đây của Phó Thủ tướng Chính phủ Bùi Thanh Sơn với đại diện Tập đoàn Amazon, Chủ tịch Amazon đã bày tỏ mong muốn kết nối các đối tác trong chuỗi cung ứng toàn cầu của tập đoàn với doanh nghiệp Việt tại Hội chợ. "Amazon xem Hội chợ Mùa Thu là cơ hội chiến lược để tích hợp doanh nghiệp Việt vào chuỗi giá trị toàn cầu" - ông Đỗ Ngọc Hưng - Tham tán Thương mại, Trưởng Cơ quan Thương vụ Việt Nam tại Hoa Kỳ, nhận định và cho biết thêm, dịp này nhiều doanh nghiệp Hoa Kỳ tại Việt Nam sẽ tham gia gian hàng tại Hội chợ Mùa Thu 2025, mở ra cơ hội hợp tác sâu rộng giữa Việt Nam - Hoa Kỳ.

Tại Nhật Bản, ông Tạ Đức Minh - Tham tán thương mại cũng tích cực kêu gọi doanh nghiệp Nhật tham gia hội chợ. "Đoàn doanh nghiệp Nhật Bản sẽ đến Việt Nam tham gia trưng bày, quảng bá hàng hóa tại hội chợ. Tôi kỳ vọng hội chợ sẽ là điểm bắt phá giúp hàng hóa Việt hiện diện sâu hơn tại thị trường Nhật và các quốc gia phát triển" - Tham tán Tạ Đức Minh chia sẻ.

Một điểm mới trong chỉ đạo của Bộ Công Thương năm nay là xúc tiến thương mại phải song hành cùng xúc tiến đầu tư. Điều này phản ánh sự chuyển hướng chiến lược trong bối cảnh kinh tế Việt Nam đang bước vào giai đoạn cần "làm mới động lực tăng trưởng cũ" bằng các



Bộ trưởng Nguyễn Hồng Diên mời các doanh nghiệp Pakistan tới Việt Nam tham dự Hội chợ Mùa Thu 2025

Điểm hội tụ của dòng chảy thương mại toàn cầu

dòng vốn FDI chất lượng cao, phục vụ cho chuyển đổi số, phát triển bền vững và tăng trưởng xanh.

Hội chợ Mùa Thu 2025 với quy mô trên 130.000m², khoảng 3.000 gian hàng tiêu chuẩn, cùng sự góp mặt của hàng trăm doanh nghiệp trong và ngoài nước, chính là "bệ phóng" để các nhà đầu tư nước ngoài tận mắt chứng kiến sự chuyển mình của thị trường Việt Nam, đánh giá năng lực nội tại, tiềm năng thị trường, từ đó quyết định rót vốn và đặt chân lâu dài.

Theo Cục trưởng Cục Xúc tiến thương

mại Vũ Bá Phú, một trong những giá trị cốt lõi của Hội chợ Mùa Thu 2025 chính là: "Đưa hàng Việt ra thế giới ngay trong chính không gian nội địa". Đây là chiến lược phù hợp với định hướng của Đảng và Nhà nước đó là phát triển thị trường trong nước là nền tảng, đẩy mạnh xuất khẩu là động lực tăng trưởng.

Việc tổ chức hội chợ tại Việt Nam và quy tụ đông đảo doanh nghiệp quốc tế, nhà nhập khẩu, tập đoàn bán lẻ lớn... là cách tiếp cận "ngược dòng" nhưng hiệu quả. Doanh nghiệp Việt không còn phải ra thế

giới bằng chi phí cao và rủi ro lớn, mà Việt Nam đã chủ động mời gọi doanh nghiệp quốc tế đến với mình.

Trong bối cảnh tăng trưởng GDP năm 2025 được Quốc hội đặt mục tiêu vượt 8%, Hội chợ Mùa Thu 2025 trở thành công cụ chính sách, tạo "cú hích" kết nối sản xuất với tiêu dùng, doanh nghiệp với nhà đầu tư và thị trường nội địa với thế giới.

Sự góp mặt đông đảo của các doanh nghiệp nước ngoài sẽ là đòn bẩy giúp Việt Nam tăng cường xuất khẩu, nâng cao vị thế quốc tế, từng bước khẳng định vai trò trung tâm sản xuất, tiêu dùng, đầu tư trong khu vực và trên thế giới. ■



Tại hội chợ, các phiên giao thương B2B sẽ diễn ra, kiến tạo cơ hội hợp tác, xuất khẩu. Ảnh minh họa

Bên lề Diễn đàn Doanh nghiệp Việt Nam - Pakistan, Bộ trưởng Bộ Công Thương Nguyễn Hồng Diên đã gặp gỡ và mời gọi các đại biểu, đại diện doanh nghiệp Pakistan tới Việt Nam tham gia Hội chợ Mùa Thu 2025. Thông qua hội chợ, các doanh nghiệp Pakistan sẽ có cái nhìn toàn diện, tổng thể hơn về thị trường Việt Nam; những thị hiếu tiêu dùng của người Việt Nam; cơ hội kết nối giao thương với doanh nghiệp, thị trường Việt Nam và nhiều đối tác quốc tế cùng tham dự hội chợ.

Siêu hội chợ "6 NHẤT"

► NGỌC TIẾN

Hội chợ Mùa Thu 2025 diễn ra tại Trung tâm Triển lãm Việt Nam (Hà Nội). Sự kiện do Bộ Công Thương chủ trì, phối hợp cùng Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch; UBND TP. Hà Nội và các bộ, ngành, địa phương tổ chức. Hội chợ được chờ đợi bởi tổ chức ngay sau thành công rực rỡ của Triển lãm thành tựu đất nước "80 năm hành trình Độc lập - Tự do - Hạnh phúc", khi đã thu hút hơn 10 triệu lượt khách tham quan.

Sự kiện tầm quốc gia, hướng tới chuẩn khu vực và quốc tế

Thứ trưởng Bộ Công Thương Nguyễn Sinh Nhật Tân- Phó Trưởng Ban Chỉ đạo, Trưởng Ban Tổ chức Hội chợ Mùa Thu 2025 - nhấn mạnh: "Đây được xem là sự kiện "hội tụ 6 cái nhất": Quy mô lớn nhất, không gian hiện đại nhất, sản phẩm phong phú nhất, chất lượng cao nhất, hoạt động hấp dẫn nhất và ưu đãi tốt nhất".

Theo Ban Tổ chức, hội chợ có quy mô hơn 130.000 m² trưng bày, khoảng 3.000 gian hàng. Các doanh nghiệp tham gia đều là những đơn vị tiêu biểu, đại diện cho nhiều lĩnh vực như: Công nghiệp công nghệ cao, công nghiệp nặng, công nghiệp tiêu dùng, dịch vụ, thương mại và hàng hóa phục vụ dân sinh.

Bên cạnh đó, không gian Hội chợ Mùa Thu 2025 được tái hiện với chủ đề "Sắc thu Hà Nội", thiết kế không gian văn hóa nghệ thuật "Tinh hoa văn hóa Việt Nam", Lễ hội ẩm thực Việt Nam... Dự kiến, hội chợ đón tiếp tới 500.000 lượt khách tham quan mỗi ngày, phản ánh sức hút và tầm ảnh hưởng đặc biệt của sự kiện. Có thể nói, đây là sự kiện thương mại cấp quốc gia với quy mô và tầm vóc chưa từng có.

Theo PGS.TS Nguyễn Thường Lạng, chuyên gia kinh tế và thương mại quốc tế, giảng viên cao cấp Viện Thương mại và Kinh tế quốc tế (Trường Đại học Kinh tế Quốc dân), Hội chợ Mùa Thu 2025 không chỉ là sự kiện thương mại mang tầm quốc gia, mà đã trở thành công cụ chính sách đặc biệt để "làm mới động lực tăng trưởng cũ" và hiện thực hóa mục tiêu tăng trưởng hai con số mà Đảng và Nhà nước đặt ra. "Đây là một trong những hoạt động thúc đẩy vòng tuần hoàn kinh tế với tốc độ cao hơn, quy mô lớn hơn. Đồng thời, là công cụ kích cầu tiêu dùng, kích cầu sản xuất, kích cầu đổi mới sáng tạo" - PGS.TS Nguyễn Thường Lạng nhận định.



Hội chợ Mùa Thu 2025 là sự kiện tầm quốc gia, cầu nối doanh nghiệp Việt với thị trường quốc tế



Thứ trưởng Nguyễn Sinh Nhật Tân - Phó Trưởng Ban Chỉ đạo, Trưởng Ban Tổ chức Hội chợ Mùa Thu 2025 (giữa) chủ trì họp báo

Ảnh: Nam Nguyễn

Có thể nói, hội chợ không chỉ là nơi trưng bày sản phẩm, mà còn là "sân khấu" để các sản phẩm đổi mới sáng tạo, dịch vụ công nghệ cao được giới thiệu ra công chúng, vốn là một thị trường mở, năng động và đa chiều. Đặc biệt, hội chợ sẽ góp phần hiện thực hóa mục tiêu tăng trưởng hai con số mà Đảng và Nhà nước đặt ra. "Việt Nam đang bước vào giai đoạn "cất cánh", với tăng trưởng dự kiến đạt 8,2 - 8,5%, tạo đà để hướng tới tăng trưởng hai con số trong những năm liên tiếp. Hội chợ có vai trò quy tụ những thành tựu sản xuất sản

phẩm, cung ứng dịch vụ, đưa ra để tất cả mọi người cùng nhìn nhận xu hướng phát triển. Đồng thời, tạo tổng cầu bùng nổ cho nền kinh tế trong giai đoạn mới" - PGS.TS Nguyễn Thường Lạng nhấn mạnh.

Cầu nối doanh nghiệp Việt với thị trường quốc tế

Theo Ban Tổ chức, Hội chợ Mùa Thu sẽ được tổ chức định kỳ hằng năm, là nơi quy tụ các doanh nghiệp sản xuất, thương mại, dịch vụ, logistics trong nước và quốc tế. Hội chợ năm nay có sự tham gia của nhiều doanh nghiệp và tổ chức quốc tế, cùng nhà mua hàng nước ngoài.

Đặc biệt, các nhà mua hàng quốc tế được hỗ trợ ăn ở, di chuyển, còn doanh nghiệp nước ngoài tham gia trưng bày được miễn phí gian hàng và chi phí mặt bằng. Đây là điểm quan trọng trong hoạt động xúc tiến ngoại thương và xuất khẩu của Việt Nam, thể hiện vị thế của nước ta trong nhóm 20 nền kinh tế có quy mô ngoại thương hàng đầu thế giới. "Mục tiêu của chúng ta không chỉ quảng bá hàng hóa Việt Nam, mà còn tạo môi trường kết nối giữa doanh nghiệp Việt với các nhà nhập khẩu, nhà phân phối quốc tế; thúc đẩy hợp tác đầu tư, chuyển giao công nghệ và mở rộng thị trường xuất khẩu" - ông Vũ Bá Phú - Cục trưởng Cục Xúc tiến thương mại (Bộ Công Thương) - cho biết.

PGS.TS Nguyễn Thường Lạng nhận định, Hội chợ Mùa Thu 2025 không chỉ là một

chương trình xúc tiến thương mại, mà là bước cụ thể hóa chủ trương của Đảng về đổi mới mô hình tăng trưởng, nâng cao vị thế Việt Nam trên trường quốc tế. Sự kiện này không chỉ là hoạt động xúc tiến thương mại, mà còn là biểu tượng của tư duy phát triển mới, nơi các thành phần kinh tế cùng hội tụ, sáng tạo và khẳng định bản sắc Việt Nam trong chuỗi giá trị toàn cầu. "Hội chợ trở thành diễn đàn mở, nơi các tập đoàn, doanh nghiệp quốc tế cùng tham gia, chia sẻ mô hình kinh doanh, tìm kiếm dự án hợp tác. Đây là cách để Việt Nam khẳng định năng lực cạnh tranh, đặc biệt trong các lĩnh vực nông nghiệp công nghệ cao, công nghiệp điện tử và thương mại số" - PGS.TS Nguyễn Thường Lạng nhấn mạnh.



Hội chợ Mùa Thu 2025 là sự kiện xúc tiến thương mại tầm vóc quốc gia, góp phần nâng tầm thương hiệu Việt, thúc đẩy xuất khẩu, kích cầu tiêu dùng trong nước và lan tỏa hình ảnh Việt Nam năng động, hội nhập, sáng tạo ra thế giới.

Từ dấu ấn Triển lãm “80 năm ngành Công Thương lớn mạnh cùng đất nước” đến Hội chợ Mùa Thu 2025, dòng chảy xúc tiến thương mại do Bộ Công Thương dẫn dắt đang lan tỏa mạnh mẽ. Hai sự kiện này khẳng định vai trò tiên phong của Bộ trong hoạt động đưa hàng Việt vươn xa, xây dựng thương hiệu quốc gia và tạo động lực tăng trưởng bền vững.

➤ ĐỎ NGÀ



Bộ trưởng Nguyễn Hồng Diên thăm các gian hàng tại Triển lãm thành tựu 80 năm ngành Công Thương

Từ hào hành trình 80 năm ngành Công Thương

Kỷ niệm 80 năm Ngày Quốc khánh 2/9 (1945 - 2025), Triển lãm thành tựu đất nước “80 năm hành trình Độc lập - Tự do - Hạnh phúc” được tổ chức trọng thể tại Trung tâm Triển lãm Quốc gia (Đông Anh, Hà Nội). Trong khuôn khổ triển lãm, Bộ Công Thương tổ chức Triển lãm “80 năm ngành Công Thương lớn mạnh cùng đất nước”.

Bộ Công Thương được Đảng và Nhà nước giao đảm trách hai không gian trung bày trọng tâm. Không gian thứ nhất: “Kiến thiết phát triển” tái hiện hành trình 80 năm của ngành Công Thương, từ những ngày đầu kháng chiến gian khổ đến giai đoạn công nghiệp hóa, hiện đại hóa.

Không gian thứ hai: “Khởi nghiệp kiến quốc” là điểm nhấn quan trọng, tôn vinh vai trò của kinh tế tư nhân và doanh nghiệp Việt theo tinh thần Nghị quyết 68-NQ/TW của Bộ Chính trị về phát triển doanh nghiệp tư nhân trở thành động lực quan trọng của nền kinh tế. Tại đây, Bộ Công Thương đã quy tụ hơn 100 doanh nghiệp tiêu biểu, trong đó có doanh nghiệp thương hiệu quốc gia, doanh nghiệp xuất khẩu uy tín, các startup sáng tạo, tạo nên một không gian kết nối hài hòa giữa tự hào quá khứ, vững vàng hiện tại, khát vọng tương lai.

Không chỉ là một khu trưng bày, “Khởi nghiệp kiến quốc” còn mang ý nghĩa biểu tượng - nơi sức mạnh doanh nghiệp Việt được lan tỏa, tinh thần đổi mới sáng tạo và khát vọng làm giàu chính đáng được tôn vinh. Hàng trăm nghìn lượt khách tham quan đã trực tiếp trải nghiệm các sản phẩm công nghiệp chế biến, hàng tiêu dùng, nông sản xuất khẩu, công nghệ số... Đây là những minh chứng rõ nét cho năng lực sáng tạo và tầm vóc của doanh nghiệp Việt Nam trên con đường hội nhập quốc tế.

TỪ TRIỂN LÃM THÀNH TỰU 80 NĂM ĐẾN HỘI CHỢ MÙA THU

Bước chuyển mình trong dòng chảy xúc tiến thương mại

Đánh giá về sự kiện, ông Vũ Bá Phú - Cục trưởng Cục Xúc tiến thương mại - nhấn mạnh: “Đây là triển lãm hoành tráng và trang trọng nhất từ trước đến nay, thể hiện thành quả phát triển kinh tế đất nước, trong đó có vai trò đóng góp bền bỉ của ngành Công Thương. Sự kiện không chỉ là dịp tôn vinh mà còn là cơ hội để thúc đẩy đầu tư, mở rộng thị trường, đổi mới công nghệ và quảng bá thương hiệu hàng Việt ra thế giới”.

Hội chợ Mùa Thu 2025 - điểm hẹn giao thương quy mô lớn

Tiếp nối thành công của Triển lãm “80 năm ngành Công Thương lớn mạnh cùng đất nước”, Hội chợ Mùa Thu 2025 như một bước phát triển mới trong dòng chảy xúc tiến thương mại, với thông điệp “Kết nối con người với sản xuất - kinh doanh”. Sự kiện được Thủ tướng Chính phủ giao Bộ Công Thương chủ trì, phối hợp với Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch, UBND TP. Hà Nội cùng các bộ, ngành và địa phương trên cả nước. Theo Thứ trưởng Bộ Công Thương Nguyễn Sinh Nhật Tân: “Đây là sự kiện kinh tế - văn hóa cấp quốc gia, có quy mô và tầm ảnh hưởng lớn, góp phần cụ thể hóa chủ trương xúc tiến thương mại nội địa, thúc đẩy xuất khẩu và quảng bá thương hiệu hàng Việt Nam ra quốc tế”.

Với sự chỉ đạo quyết liệt của Chính phủ và nỗ lực của Bộ Công Thương, Hội chợ Mùa



Ông Vũ Bá Phú - Cục trưởng Cục Xúc tiến thương mại - giới thiệu về hội chợ tại họp báo

Thu 2025 được ví như “Siêu hội chợ 6 nhất”: Quy mô lớn nhất với diện tích và số gian hàng kỷ lục. Không gian hiện đại nhất, được thiết kế theo chuẩn triển lãm quốc tế, ứng dụng công nghệ tương tác số. Sản phẩm phong phú nhất, từ hàng tiêu dùng, công nghiệp chế biến, nông sản đến công nghệ sáng tạo. Chất lượng cao nhất với 100% sản phẩm đều đáp ứng các tiêu chuẩn kỹ thuật, chứng nhận xuất khẩu, hoặc nằm trong chương trình “Thương hiệu

quốc gia Việt Nam”, “Hàng Việt Nam chất lượng cao”. Hoạt động hấp dẫn nhất với 30 sự kiện song hành - hội nghị B2B, B2C, diễn đàn xúc tiến, hội thảo đối mới sáng tạo, talkshow. Ưu đãi tốt nhất với hàng triệu voucher giảm giá, chương trình “Deal mùa vàng”, kích cầu tiêu dùng trên toàn quốc.

Bên cạnh các hoạt động xúc tiến thương mại sôi động, hội chợ còn là nơi “giao hòa” với các trải nghiệm văn hóa, nghệ thuật đặc sắc. Qua đó, góp phần tạo

Với tầm vóc và quy mô đặc biệt, Hội chợ Mùa Thu 2025 được kỳ vọng sẽ trở thành bước khởi đầu cho chuỗi hội chợ thương niên. Qua đó, tạo mạng lưới xúc tiến thương mại liên tục, gắn kết giữa sản xuất, tiêu dùng và hội nhập quốc tế.

không khí lễ hội, gắn kết văn hóa và thương mại trong một tổng thể hài hòa, gắn gũi với công chúng như: Trò chơi, concert, biểu diễn nghệ thuật, trình diễn thời trang và giao lưu văn hóa. Đặc biệt, điểm nhấn nổi bật là Lễ hội Ẩm thực “Thu mỹ vị” với lễ hội bia lớn nhất từ trước tới nay và hành trình khám phá tinh hoa ẩm thực 34 tỉnh, thành Bắc - Trung - Nam.

Từ Triển lãm thành tựu 80 năm - nơi tôn vinh lịch sử ngành, đến Hội chợ Mùa Thu 2025, biểu tượng của sự sôi động và hội nhập, dòng chảy xúc tiến thương mại Việt Nam thể hiện sức sống mãnh liệt và tầm nhìn chiến lược của Bộ Công Thương. Qua đó, góp phần kiến tạo hệ sinh thái xúc tiến thương mại quốc gia, giúp hàng Việt khẳng định giá trị, doanh nghiệp Việt vươn vàng hội nhập và thương hiệu Việt tỏa sáng trên trường quốc tế. ■

BỘ NHẬN DIỆN

thời hồn vào

HỘI CHỢ MÙA THU 2025

Với bộ nhận diện giàu cảm hứng, Hội chợ Mùa Thu 2025 không chỉ tái hiện sắc thu Hà Nội mà còn truyền tải thông điệp về một Việt Nam hiện đại, kết nối và bền vững. Từ đó, kiến tạo một “mùa vàng” cho sản xuất – kinh doanh Việt bước vào kỷ nguyên mới.

➤ KHÔI NGUYỄN - THANH BÌNH

Thông điệp về thịnh vượng, sáng tạo

Hội chợ Mùa Thu 2025 diễn ra từ 25/10 - 4/11/2025 tại Trung tâm Triển lãm Việt Nam (Hà Nội), đây được coi là sự kiện xúc tiến thương mại cấp quốc gia mang quy mô và tầm vóc lớn nhất từ trước tới nay.

Ông Quách Tuấn Anh, Giám đốc Marketing Công ty Cổ phần Trung tâm Hội chợ triển lãm Việt Nam (VEFAC, thuộc Tập đoàn Vingroup) - cho biết, key visual, logo và bộ màu nhận diện của hội chợ có nhiều điểm nhấn. Theo đó, đây là hình ảnh thể hiện tinh thần Việt Nam khát vọng kết nối trong kỷ nguyên mới, lan tỏa thông điệp “Kết nối con người với sản xuất - kinh doanh”.

Theo ông Quách Tuấn Anh - bộ nhận diện được xây dựng từ chất liệu hình ảnh hoa sữa Hà Nội, loài hoa biểu trưng cho mùa Thu, cho sự thanh khiết, bền bỉ và gần gũi, cùng chất liệu thị giác của mùa Thu Việt Nam, hòa quyện với biểu tượng các cánh tay hội tụ và hình ảnh ngôi sao vàng năm cánh ở trung tâm. Bên trong ngôi sao là hình tượng pháo hoa bung nở, tượng trưng cho niềm vui, sự khởi sắc và tinh thần hội nhập.

Ông Quách Tuấn Anh cũng chia sẻ về phiên bản logo chính thức của hội chợ. Cụ thể, về màu sắc chủ đạo, bộ nhận diện được xây dựng trên nền bảng màu đa sắc: Sắc vàng của mùa Thu, biểu trưng cho thịnh vượng và “mùa vàng” phát triển. Sắc cam của nắng thu, tượng trưng cho năng lượng sáng tạo và tinh thần đổi mới. Màu xanh lá biểu trưng cho thiên nhiên, sự cân bằng và phát triển bền vững. Màu xanh dương thể hiện tinh thần hội nhập và kết nối quốc tế. Màu đỏ là màu của Việt Nam, của niềm tự hào dân tộc và khát vọng vươn lên.

Cùng với đó, về phông chữ, đây là thiết kế của người Việt, tạo nên ngôn ngữ thị giác vừa gần gũi vừa hiện đại, giữ trọn tinh thần dân tộc nhưng vẫn sẵn sàng hòa nhập cùng thế giới. Từ logo, màu sắc đến kiểu chữ, tất cả đều được thiết kế đồng bộ, linh hoạt, dễ dàng ứng dụng trong mọi hoạt động truyền thông, triển lãm và sự kiện của hội chợ.

Bên cạnh đó, các phiên bản logo chính thức của hội chợ, gồm phiên bản dọc và phiên bản ngang giúp thuận tiện cho việc ứng dụng trong mọi hạng mục truyền thông, quảng bá và không gian trưng bày.

Lan tỏa niềm tự hào và khát vọng phát triển đất nước

Theo Ban Tổ chức, không gian Hội chợ Mùa Thu 2025 được tổ chức như một hành trình xuyên Việt, nơi mỗi phân khu là một câu chuyện sống động về con người, văn hóa và nền kinh tế năng động của đất nước. Theo đó, 5 phân khu gồm: Phân khu “Thu Thịnh Vượng” - Công nghiệp, Thương

mại, Dịch vụ; Phân khu “Tinh hoa Văn hóa Việt và Điểm hẹn giao thương”; Phân khu “Tinh Hoa Thu Hà Nội”; Phân khu “Thu Đất Việt” - Sắc Nước Hương Thu”; Phân khu “Thu Gia Đình”.

Về tổng thể, 5 phân khu tạo nên bức tranh kinh tế - văn hóa hài hòa, nơi hàng Việt, người Việt, tinh thần Việt cùng hòa nhịp, lan tỏa niềm tự hào và khát vọng phát triển đất nước trong kỷ nguyên hội nhập. Cùng với đó là Lễ hội Ẩm thực “Thu Mỹ Vị”, với hai phân khu “Cheer Fest - Bia & Nướng Xuyên Biên Giới” và “Một vòng Việt Nam”, nơi du khách khám phá tinh hoa ẩm thực 34 tỉnh, thành.

Theo Giám đốc Marketing VEFAC, các phân khu trưng bày cũng được quy hoạch, phối hợp theo bảng màu và định hướng thiết kế tổng thể, tạo nên một trải nghiệm thị giác hài hòa, ấn tượng và mang đậm sắc thu Việt Nam.

“Với bộ nhận diện mới này, Hội chợ Mùa Thu 2025 không chỉ là một sự kiện thương mại, mà còn là hành trình gắn kết giữa quá khứ và hiện tại, nơi bản sắc Việt Nam được lan tỏa và giao thương bước vào “mùa vàng” thịnh vượng”, ông Quách Tuấn Anh nhấn mạnh.

Các chuyên gia đánh giá, Hội



Ông Quách Tuấn Anh - Giám đốc Marketing VEFAC

Ảnh: Nam Nguyễn

chợ Mùa Thu 2025 trở thành một “mùa hội” của tinh thần Việt Nam hiện đại, nơi tư duy thiết kế thương hiệu, xúc tiến thương mại và văn hóa dân tộc được hòa quyện. Nếu xem “thương hiệu sự kiện” là một phần của ngoại giao văn hóa, thì bộ nhận diện Hội chợ Mùa Thu 2025 chính là minh chứng cho cách Việt Nam kể câu chuyện hội nhập bằng bản sắc riêng.

Có thể thấy, trong bối cảnh Việt Nam đang khẳng định vị thế trong chuỗi giá trị toàn cầu, việc Vingroup và VEFAC chọn hướng đi kết hợp giữa bản sắc dân tộc và ngôn ngữ thiết kế hiện đại cho thấy tầm nhìn xa khi xây dựng thương hiệu sự kiện mang tầm quốc gia và lan tỏa bản sắc Việt trong kỷ nguyên hội nhập. Đó chính là một phần điểm nhấn đặc biệt tại Hội chợ Mùa Thu 2025.■



Các phiên bản logo chính thức của Hội chợ Mùa Thu 2025

Ảnh: VEFAC

Hội chợ Mùa Thu

NƠI CHÍNH SÁCH GẶP THỊ TRƯỜNG

Khi chính sách, thị trường và doanh nghiệp cùng hội tụ, Hội chợ Mùa Thu 2025 không chỉ là hội chợ thương mại theo nghĩa truyền thống, mà thực sự trở thành “điểm hẹn quốc gia”, nơi những quyết sách của Chính phủ được kiểm nghiệm qua sức sống của thị trường, nơi doanh nghiệp Việt tự tin bước ra sân khấu toàn cầu với khát vọng hội nhập sâu rộng.

➤ NGÂN THƯƠNG

Quy mô lớn nhất từ trước đến nay

Điều làm nên tính đặc biệt của hội chợ không chỉ nằm ở quy mô mà còn ở cấu trúc tổ chức, cách vận hành và mục tiêu chiến lược. Chia sẻ với báo chí, ông Vũ Bá Phú - Cục trưởng Cục Xúc tiến thương mại (Bộ Công Thương) - khẳng định: “Điểm khác biệt nhất so với các hội chợ trước đây chính là hội chợ mang tính chất quốc gia, là một điểm nhấn về xúc tiến thương mại ở quy mô quốc gia và được trực tiếp Thủ tướng Chính phủ chỉ đạo nhằm thúc đẩy sản xuất, kích cầu, tăng trưởng tiêu dùng và qua đó đóng góp vào sự tăng trưởng chung của nền kinh tế”. Ở góc độ chính sách, hội chợ chính là cánh tay nối dài của chương trình phục hồi và phát triển kinh tế, là công cụ để những chủ trương lớn đi vào thực tiễn thị trường.

Sự kiện này còn đánh dấu bước thay đổi trong tư duy xúc tiến thương mại. Thay vì chỉ dừng lại ở trưng bày, giới thiệu sản phẩm như trước đây, hội chợ được thiết kế như một nền tảng giao thương đa tầng, nơi các ngành hàng được phân nhóm rõ ràng để kết nối hiệu quả giữa nhà sản xuất, nhà phân phối và hệ thống bán lẻ. Những chuỗi phân phối lớn như Central Retail hay Emart Market hiện diện không chỉ để tham quan mà còn để tìm kiếm các đối tác Việt Nam phù hợp, mở ra cơ hội hình thành các kênh tiêu thụ dài hạn. Cùng với đó là sự tham gia của 200 nhà mua hàng quốc tế, một tín hiệu cho thấy tầm ảnh hưởng lan tỏa vượt khỏi biên giới quốc gia.

“Sân khấu hội nhập” của doanh nghiệp

Ở khía cạnh doanh nghiệp, Hội chợ Mùa Thu 2025 được ví như một “cuộc diễn tập lớn” để kiểm chứng bản lĩnh và năng lực hội nhập của khu vực tư nhân trong nước. Với cộng đồng doanh nghiệp nhỏ và vừa, đây là cơ hội mang tính bước ngoặt. Ông Nguyễn Văn Thân - Chủ tịch Hiệp hội Doanh nghiệp nhỏ và vừa Việt Nam - nhận định: “Hội chợ Mùa Thu 2025 có ý nghĩa rất đặc biệt đối với cộng đồng doanh nghiệp nhỏ và vừa. Đây là một sân khấu lớn

để doanh nghiệp giới thiệu sản phẩm, dịch vụ, tìm kiếm đối tác và thâm dò phản ứng thị trường trong nước lẫn quốc tế. Sự kiện này không chỉ mở ra cơ hội bán hàng, mà còn giúp doanh nghiệp định vị lại năng lực cạnh tranh của mình”.

Theo ông Thân, chính việc cùng lúc hội tụ nhiều nhà nhập khẩu, nhà phân phối và hệ thống bán lẻ lớn khiến hội chợ trở thành một cánh cửa mở ra không gian thị trường mới, giúp doanh nghiệp nhỏ và vừa tiếp cận các chuỗi cung ứng mà bình thường rất khó chạm tới. Đây cũng là dịp để họ học hỏi cách tổ chức gian hàng, cách kể câu chuyện thương hiệu, cách các tập đoàn quốc tế trình bày sản phẩm, những chi tiết tưởng nhỏ nhưng chính là nền tảng để thay đổi tư duy tiếp cận thị trường.

“Ai biết nắm bắt cơ hội, chuẩn bị kỹ lưỡng, đầu tư cho sản phẩm và hình ảnh sẽ bước ra thị trường với một vị thế mới, tự tin hơn, bản lĩnh hơn”, ông Thân nhấn mạnh.

Cũng theo ông Thân, điều quan trọng không nằm ở vài đơn hàng ngắn hạn ký tại hội chợ, mà ở những “hạt giống hợp tác” được “gieo trồng” qua mỗi cuộc gặp gỡ. Khi doanh nghiệp Việt, đặc biệt là doanh nghiệp nhỏ và vừa, có thể định vị được mình trong cấu trúc thị trường quốc tế, họ sẽ có cơ hội nâng cấp vai trò trong chuỗi giá trị toàn cầu. Chính vì thế, hội chợ này không chỉ mang lại lợi ích kinh tế trước mắt, mà còn có giá trị chiến lược lâu dài đối với năng lực hội nhập của cộng đồng doanh nghiệp.

Ở góc nhìn doanh nghiệp sản xuất công nghiệp, ông Nguyễn Bá Đoàn - Chủ tịch HĐQT Công ty Cổ phần Sản xuất Công nghệ cao Việt Hàn - nhìn nhận: “Hội chợ Mùa Thu là dịp để doanh nghiệp mở rộng hợp tác, cơ hội giao thương, tìm kiếm đối tác trong và ngoài nước, đặc biệt trong các lĩnh vực sản xuất thiết bị điện, điện tử, chiếu sáng, viễn thông và phân phối linh kiện điện”.

Từ câu chuyện của Việt Hàn có thể thấy rõ, hội chợ không chỉ là nơi trưng bày mà là một điểm hội tụ chiến lược. Khi Nhà nước đóng vai trò kiến tạo và dẫn dắt, còn doanh nghiệp chủ động nâng cấp tư duy, những kết nối tại hội chợ hoàn toàn có



Hội chợ là nơi kết nối chính sách với thị trường, kết nối doanh nghiệp với thế giới

Ảnh: Nguyễn Lam



Hội chợ là sân khấu lớn để doanh nghiệp giới thiệu sản phẩm, dịch vụ, tìm kiếm đối tác trong nước và quốc tế

Ảnh: Phạm Tuấn

thể trở thành đòn bẩy thực sự cho sự phát triển dài hạn. Hội chợ cũng tạo ra một không gian chuẩn mực, giúp doanh nghiệp tập trung vào giao thương thay vì xử lý các khâu kỹ thuật hay hậu cần. Đây là bước tiến quan trọng trong việc chuyển nghiệp hóa hoạt động xúc tiến thương mại của Việt Nam. ■



Hội chợ Mùa Thu 2025 không chỉ là sự kiện mùa vụ mà là một bước đi chiến lược trong hành trình hội nhập của Việt Nam, kết nối chính sách với thị trường, kết nối doanh nghiệp với thế giới, kết nối những khát vọng vươn ra toàn cầu với những cơ hội thực chất.

Hội chợ Mùa Thu 2025 được kỳ vọng sẽ trở thành nguồn năng lượng mới khơi dậy tinh thần sáng tạo, nội lực tự cường và khát vọng vươn tầm quốc tế của nền kinh tế Việt Nam.

PHONG LÂM

Quy tụ tinh hoa của nền kinh tế

Ngay từ thông điệp “Kết nối con người với sản xuất - kinh doanh”, Hội chợ Mùa Thu 2025 đã thể hiện sự đổi mới của một hội chợ - nơi trước kia vẫn chỉ là nơi để thúc đẩy việc trao đổi hàng hóa theo cách truyền thống. Ở hội chợ này, sự đổi mới đến từ việc những người Việt Nam, doanh nhân, nghệ nhân, kỹ sư đến nông dân, nhà thiết kế được trao cơ hội thể hiện năng lực, trí tuệ của bản thân, góp phần tạo nên sức mạnh nội sinh cho nền kinh tế. Mỗi gian hàng, mỗi sản phẩm kể một câu chuyện riêng về hành trình sáng tạo, vượt khó và khẳng định thương hiệu của cá nhân, doanh nghiệp cùng sự lớn mạnh của nền kinh tế đất nước.

Tại hội chợ, các gian hàng, khu trưng bày được Ban tổ chức sắp xếp thành 5 phân khu chính với những ý tưởng hết sức sáng tạo. Nếu như phân khu “Thu Thịnh vượng” - Công nghiệp, thương mại, dịch vụ” là nơi quy tụ các tập đoàn, doanh nghiệp công nghiệp, sản xuất và thương mại chủ lực của cả nước với những sản phẩm công nghệ cao, thì phân khu “Tinh hoa Văn hóa Việt và Điểm hẹn giao thương” lại là nơi âm nhạc, thời trang, điện ảnh, mỹ thuật và ẩm thực hòa quyện, thể hiện bản lĩnh sáng tạo và sức sống văn hóa Việt trong kỷ nguyên số, mở ra cơ hội giao thương giữa văn hóa - kinh tế - du lịch.

Nói như ông Vũ Bá Phú, Cục trưởng Cục Xúc tiến thương mại (Bộ Công Thương), Hội chợ Mùa Thu 2025 là nơi quy tụ những doanh nghiệp thực sự nổi bật, có sản phẩm đặc trưng, phản ánh năng lực sản xuất và tinh thần sáng tạo của doanh nghiệp Việt. Không chỉ là nơi quảng bá hàng hóa Việt Nam, Hội chợ Mùa Thu còn tạo môi trường để kết nối giữa doanh nghiệp Việt với các nhà nhập khẩu, nhà phân phối quốc tế, thúc đẩy hợp tác đầu tư, chuyển giao công nghệ và mở rộng thị trường xuất khẩu.

Điểm khởi đầu cho hành trình đổi mới

Bên cạnh các gian hàng trưng bày sản phẩm, ý tưởng của những doanh nghiệp, tập đoàn lớn có tiếng vang trên cả nước, Hội chợ Mùa Thu 2025 còn là điểm đến của các doanh nghiệp trẻ với những sản phẩm mới mẻ, đầy tiềm năng.

Từ sản phẩm OCOP được tái



Đa dạng hoạt động văn hóa, trải nghiệm ẩm thực tại Hội chợ Mùa Thu 2025

Ảnh minh họa

Tinh hoa Việt hội tụ, KHƠI NGUỒN SÁNG TẠO CHO KỶ NGUYÊN MỚI

thiết kế bằng vật liệu thân thiện môi trường, đến những mặt hàng thủ công mỹ nghệ truyền thống được khoác lên diện mạo mới nhờ tư duy thiết kế hiện đại, tất cả đều thể hiện một Việt Nam đang chuyển mình từ “nước gia công” sang “quốc gia sáng tạo”.

Theo đại diện Cục Xúc tiến thương mại, Hội chợ Mùa Thu 2025 hướng tới mục tiêu trở thành sự kiện xúc tiến thương mại tầm vóc quốc gia, góp phần nâng tầm thương hiệu Việt, thúc đẩy xuất

khẩu, tiêu dùng trong nước và lan tỏa hình ảnh Việt Nam năng động, hội nhập, sáng tạo ra thế giới. Đây không chỉ là nơi doanh nghiệp giới thiệu sản phẩm, mà còn là diễn đàn trình diễn năng lực sáng tạo, yếu tố đang ngày càng trở thành “chìa khóa vàng” giúp hàng Việt chinh phục thị trường quốc tế.

Vượt ra ngoài mô hình hội chợ truyền thống, Hội chợ Mùa Thu 2025 lần đầu tiên được tổ chức còn gây ấn tượng mạnh khi kết

hợp giữa không gian vật lý và không gian số. Khách tham quan có thể tìm hiểu, trải nghiệm và đặt mua sản phẩm qua nền tảng trực tuyến, trải nghiệm sản phẩm thông qua các công nghệ mới (3D, trí tuệ nhân tạo). Đây là một bước tiến mới trong hoạt động xúc tiến thương mại, thể hiện tinh thần chuyển đổi số mạnh mẽ của ngành Công Thương nói riêng và của Việt Nam nói chung.

Không chỉ giúp doanh nghiệp mở rộng phạm vi tiếp cận khách

hàng, hình thức tổ chức này còn góp phần thúc đẩy sự chuyển biến trong tư duy làm thương mại từ “bán cái mình có” sang “tạo ra cái thị trường cần”. Mỗi gian hàng, mỗi sản phẩm không chỉ là kết quả của lao động, mà còn là minh chứng cho nỗ lực đổi mới, tái cấu trúc, đầu tư công nghệ và sáng tạo trong thiết kế, bao bì, tiếp thị. Chính những thay đổi đó đang giúp hàng Việt dần định hình bản sắc mới: Thông minh hơn, xanh hơn và nhân văn hơn. ■



Trung tâm Hội chợ Triển lãm Quốc gia là nơi diễn ra Hội chợ Mùa Thu 2025

Ảnh: Bộ VHTTDL



Có thể thấy, với nỗ lực của Bộ Công Thương cùng các bộ, ngành liên quan, Hội chợ Mùa Thu 2025 kỳ vọng đạt được mục tiêu tạo cú hích cho phong trào đổi mới sáng tạo trong sản xuất và kinh doanh, đóng thời quảng bá thương hiệu Việt tới bạn bè quốc tế. Đây cũng là dịp để các doanh nghiệp, hợp tác xã, làng nghề... kết nối, tìm kiếm đối tác, mở rộng thị trường trong bối cảnh thương mại điện tử và kinh tế xanh đang ngày càng phát triển mạnh mẽ.

Khởi đầu

HÌNH ẢNH VIỆT NAM NĂNG ĐỘNG, THÂN THIỆN VÀ SÁNG TẠO

➤ LÊ AN

Không gian kết nối cung - cầu

Không chỉ là nơi giao thương, Hội chợ Mùa Thu 2025 còn là không gian kết nối cung - cầu, quảng bá sản phẩm Việt Nam đến thị trường quốc tế, kích cầu tiêu dùng trong nước và góp phần thúc đẩy tăng trưởng kinh tế.

Đặc biệt, xuyên suốt thời gian diễn ra hội chợ, công tác truyền thông đối ngoại được xem là "kênh xúc tiến mềm" hỗ trợ hiệu quả cho việc quảng bá sản phẩm, thương hiệu và hình ảnh quốc gia Việt Nam ra thế giới. Không chỉ là nơi kết nối giao thương, hội chợ còn là sân khấu thể hiện năng lực sản xuất, sức sáng tạo và khát vọng vươn tầm quốc tế của doanh nghiệp Việt.

Nhà báo Lê Nghiêm - nguyên Cục trưởng Cục Thông tin đối ngoại - nhận định, muốn bước ra sân chơi toàn cầu, doanh nghiệp Việt Nam không chỉ cần năng lực sản xuất mà còn cần một hình ảnh và thương hiệu mạnh mẽ.

"Truyền thông đối ngoại trước, trong và sau sự kiện giúp các doanh nghiệp tham gia hội chợ xây dựng uy tín, củng cố niềm tin với đối tác quốc tế, đồng thời gắn với chiến lược quốc gia về công nghiệp hóa, hiện đại hóa", ông Nghiêm nhấn mạnh.

Theo ông Nghiêm, để quảng bá hiệu quả, công tác truyền thông cần lồng ghép giữa câu chuyện văn hóa, con người và sản phẩm, qua đó làm nổi bật các giá trị Việt Nam như một đối tác tin cậy, nền kinh tế năng động và có trách nhiệm. Cùng với đó là việc áp dụng các phương thức truyền thông hiện đại như tổ chức hội thảo, hội nghị trực tuyến quốc tế và đặc biệt là xây dựng mô hình hội chợ thực tế ảo 3D, nơi khách tham quan chỉ cần một cú nhấp chuột để khám phá không gian trưng bày, sản phẩm và thương hiệu Việt.

Với quy mô và tầm vóc quốc gia, hội chợ không chỉ mở ra cơ hội thương mại mà còn góp phần định vị hình ảnh Việt Nam như một trung tâm sản xuất và đổi mới của khu vực. Sự phối hợp giữa các cơ quan truyền thông trong và ngoài nước, cùng

vai trò chủ động của doanh nghiệp, được kỳ vọng sẽ tạo nên một "câu chuyện Việt Nam" nhất quán, hấp dẫn, lan tỏa hình ảnh đất nước, con người và nền kinh tế Việt Nam đến bạn bè quốc tế.

Đáng chú ý, theo thông tin từ ông Vũ Bá Phú, Cục trưởng Cục Xúc tiến thương mại (Bộ Công Thương), hội chợ có khoảng 100 gian hàng đến từ các quốc gia khác, hình thành khu gian hàng quốc tế được quy hoạch bài bản. Bên cạnh đó, khoảng 300 nhà mua hàng quốc tế cũng đã đăng ký tham dự thông qua hệ thống thương vụ của Bộ.

Gắn kết văn hóa, thương mại và truyền thông

Một yếu tố đặc biệt khiến Hội chợ Mùa Thu 2025 được kỳ vọng lan tỏa mạnh mẽ hơn là Lễ mở kỷ Công ước của Liên Hợp Quốc về chống tội phạm mạng sẽ diễn ra tại Hà Nội cùng thời điểm, với sự tham dự của đại diện hơn 100 quốc gia thành viên. Hàng trăm đoàn đại biểu, nguyên thủ và doanh nhân quốc tế đến Hà Nội được dự báo sẽ ghé thăm hội chợ, qua đó mang lại hiệu ứng quảng bá tự nhiên và sâu rộng.

Không chỉ là một sự kiện kinh tế, Hội chợ Mùa Thu 2025 còn được thiết kế như một không gian văn hóa, sáng tạo, nơi các doanh nghiệp Việt có cơ hội giới thiệu bản sắc và tinh hoa dân tộc thông qua sản phẩm, dịch vụ của mình.

Theo ông Hồ An Phong - Thứ trưởng Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch, hội chợ lần này mang ý nghĩa quảng bá văn hóa Việt Nam ra thế giới, đồng thời giới thiệu các sản phẩm công nghiệp văn hóa đến thị trường trong và ngoài nước.

"Ban Tổ chức rất quan tâm đến việc thu hút khách mua hàng quốc tế, đặc biệt là các doanh nghiệp toàn cầu hoạt động trong lĩnh vực thương mại điện tử", ông Hồ An Phong nhận định.

Một trong những điểm nhấn đáng chú ý là sự tham gia của Amazon, nền tảng thương mại điện tử hàng đầu thế giới. Amazon không chỉ tài trợ mà



Doanh nghiệp đặt nhiều kỳ vọng hợp tác tại hội chợ

Ảnh minh họa



Trung tâm Triển lãm Việt Nam hứa hẹn sẽ đón đông đảo du khách quốc tế

còn hiện diện trực tiếp tại khu "Công nghiệp văn hóa và tinh hoa Việt Nam" với các gian hàng và khu vực tư vấn dành cho doanh nghiệp Việt. Tại đây, doanh nghiệp có thể tìm hiểu cách đưa sản phẩm lên nền tảng thương mại điện tử quốc tế, tiếp cận người tiêu dùng toàn cầu và mở rộng cơ hội xuất khẩu qua kênh số.■



Hội chợ Mùa Thu 2025 là một sự kiện xúc tiến thương mại, biểu tượng của tinh thần hội nhập, nơi văn hóa, thương mại và công nghệ cùng hòa quyện để định hình vị thế mới cho hàng Việt trên bản đồ toàn cầu.

Nguồn lực chủ động, linh hoạt của nền kinh tế

Sau gần bốn thập kỷ đổi mới (1986 - 2025), nền kinh tế đất nước đã hồi sinh. Trong quá trình chuyển đổi từ nền kinh tế bao cấp sang kinh tế thị trường, có sự đóng góp tích cực của khu vực doanh nghiệp, trong đó có khu vực kinh tế tư nhân.

Ông Nguyễn Quang Vinh - Phó Chủ tịch Liên đoàn Thương mại và Công nghiệp Việt Nam (VCCI) - nhớ lại, thời điểm những năm 1990, khi Luật Doanh nghiệp tư nhân và Luật Công ty có hiệu lực, cả nước chỉ có khoảng 5.000 doanh nghiệp. Tuy nhiên, đến cuối năm 2024, cả nước đã có 940.000 doanh nghiệp đang hoạt động, tăng 188 lần so với thời điểm 1990.

Đặc biệt, theo số liệu vừa được Bộ Tài chính công bố đầu tháng 10/2025, số lượng doanh nghiệp đang hoạt động tại Việt Nam đã cán mốc 1 triệu. Khu vực doanh nghiệp hiện đóng góp khoảng 60% GDP, 98% tổng kim ngạch xuất khẩu và tạo việc làm cho khoảng 85% lao động cả nước.

Ông Nguyễn Văn Toàn - Phó Chủ tịch Hiệp hội Doanh nghiệp Đầu tư nước ngoài - đánh giá, khu vực kinh tế tư nhân đã có bước phát triển vượt bậc cả về số lượng và chất lượng. Nếu như trước đây, khu vực này chủ yếu bao gồm các hộ kinh doanh nhỏ lẻ, thì nay đã hình thành nhiều doanh nghiệp tư nhân quy mô lớn, có thương hiệu mạnh và năng lực cạnh tranh khu vực, quốc tế.

Diễn hình trong số những doanh nghiệp tư nhân ấy phải kể đến Tập đoàn FPT, VinFast, Hòa Phát... Những doanh nghiệp này không chỉ "trụ vững" tại thị trường Việt Nam, đóng góp tích cực vào tăng trưởng kinh tế đất nước mà đang dần lớn mạnh, vươn ra ngoài lãnh thổ quốc gia, từng bước khẳng định vị thế Việt Nam trên trường quốc tế.

Bộ Tài chính cũng cho biết, bên cạnh doanh nghiệp Nhà nước đóng vai trò "đầu tàu" trong nhiều ngành, lĩnh vực trọng yếu, đảm bảo an ninh năng lượng, an ninh lương thực, ổn định kinh tế vĩ mô, khu vực kinh tế tư nhân đang dần khẳng định là một động lực quan trọng của nền kinh tế. Khối doanh nghiệp này đã có những bước tiến mạnh mẽ, lan tỏa tinh thần khởi nghiệp, từng bước hình thành các tập đoàn thương hiệu tầm cỡ trong khu vực và quốc tế, tiên phong trong chuyển đổi số, chuyển đổi xanh, nâng cao uy tín Việt Nam trên trường quốc tế.

Nhiều doanh nhân Việt Nam đã trở thành biểu tượng của tinh thần sáng tạo, dám nghĩ, dám làm, góp phần hình thành một lớp doanh nghiệp tư nhân có tầm nhìn dài hạn, biết tận dụng cơ hội từ hội nhập quốc tế mở rộng thị trường, nâng cao chuỗi giá trị sản xuất.

Kinh tế tư nhân đang ngày càng khẳng định vai trò là động lực quan trọng của nền kinh tế Việt Nam. Không chỉ góp phần duy trì đà tăng trưởng, khu vực này còn tạo việc làm và thúc đẩy đổi mới sáng tạo trong bối cảnh hội nhập kinh tế quốc tế sâu rộng.

➤ NGUYỄN HÒA

KINH TẾ TƯ NHÂN

Từ nền tảng đổi mới đến trụ cột tăng trưởng



Bộ trưởng Nguyễn Hồng Diên dẫn đầu đoàn công tác của Bộ Công Thương thị sát Khu liên hợp sản xuất gang thép Hòa Phát Dung Quất



Khu vực kinh tế tư nhân có sự phát triển mạnh mẽ về chất lượng và quy mô

Phát huy tiềm năng khu vực tư nhân

Dù được xác định là một động lực quan trọng của nền kinh tế, nhưng khu vực kinh tế tư nhân vẫn đang phải đối mặt với nhiều rào cản trong quá trình phát triển. Liên quan đến vấn đề này, Bộ Tài chính cho rằng, gần 98% doanh nghiệp tư nhân Việt Nam có quy mô siêu nhỏ, nhỏ và vừa, sức cạnh tranh, hiệu quả hoạt động, kỹ năng quản trị còn hạn chế; năng suất lao động thấp hơn khu vực doanh nghiệp FDI và doanh

ng nghiệp Nhà nước. Bên cạnh đó, các doanh nghiệp tư nhân chiếm chưa đến 10% tổng vốn hóa thị trường chứng khoán. Kết nối giữa các doanh nghiệp tư nhân, giữa doanh nghiệp tư nhân với doanh nghiệp Nhà nước và doanh nghiệp FDI còn hạn chế...

Năm 2025 có ý nghĩa đặc biệt quan trọng đối với đất nước, đây là năm cuối thực hiện Kế hoạch phát triển kinh tế - xã hội 5 năm (2021 - 2025). Đồng thời, là năm tăng tốc, bứt phá về đích, chuẩn bị tốt

các yếu tố nền tảng thực hiện thắng lợi Chiến lược 10 năm 2021 - 2030. Lịch sử các quốc gia cho thấy, không có một quốc gia nào hùng cường mà thiếu đi một cộng đồng doanh nghiệp, doanh nhân vững mạnh. Trong bối cảnh đó, Bộ Chính trị đã ban hành Nghị quyết 68-NQ/TW về phát triển kinh tế tư nhân.

Tại Nghị quyết, bên cạnh nhận diện những điểm tích cực, hạn chế của khu vực kinh tế tư nhân, Bộ Chính trị cũng đặt ra tầm nhìn, đến năm 2030,

Bộ Công Thương đang nỗ lực đẩy mạnh Cuộc vận động "Người Việt Nam ưu tiên dùng hàng Việt Nam"; phát động phong trào tiêu dùng hàng Việt. Đồng thời, đẩy mạnh kết nối cung - cầu, đưa hàng Việt về khu vực nông thôn, miền núi, vùng sâu, vùng xa và hải đảo, vùng kinh tế khó khăn bằng mô hình đa kênh... nhằm kích cầu tiêu dùng, tăng năng lực sản xuất cho doanh nghiệp tư nhân.

kinh tế tư nhân phải là động lực quan trọng nhất của nền kinh tế quốc gia, có 2 triệu doanh nghiệp hoạt động, có tốc độ tăng trưởng bình quân 10 - 12%. Đến năm 2045, kinh tế tư nhân Việt Nam phát triển nhanh, mạnh, bền vững, chủ động tham gia vào chuỗi sản xuất, cung ứng toàn cầu; có năng lực cạnh tranh cao trong khu vực và quốc tế. Phần đầu đến năm 2045, có ít nhất 3 triệu doanh nghiệp hoạt động trong nền kinh tế; đóng góp khoảng trên 60% GDP. ■

TỔNG QUAN KINH TẾ TƯ NHÂN



MỤC TIÊU ĐẾN NĂM 2030



TẦM NHÌN ĐẾN NĂM 2045



Hội chợ Mùa Thu 2025 không chỉ là không gian trưng bày hàng hóa, mà còn trở thành “bệ phóng” kết nối thương mại điện tử, lan tỏa thương hiệu Việt trên nền tảng số hiện đại.

➤ MINH TRANG



Phó Thủ tướng Chính phủ Bùi Thanh Sơn kiểm tra công tác tổ chức và tiến độ triển khai Hội chợ Mùa Thu 2025

“Bệ phóng” cho thương mại điện tử Việt Nam

Khi hội chợ truyền thống bước vào không gian số

Nếu như trước đây, nhắc đến “hội chợ”, người ta nghĩ ngay đến không gian trưng bày, tiếng rộ ràng mua bán, những cuộc gặp gỡ trực tiếp giữa doanh nghiệp và người tiêu dùng, thì nay, khái niệm ấy đang được mở rộng mạnh mẽ trong thời đại số. Hội chợ Mùa Thu 2025, sự kiện xúc tiến thương mại trọng điểm do Bộ Công Thương chủ trì đã không chỉ là nơi “bày hàng, bán hàng”, mà còn trở thành “bệ phóng” kết nối thương mại điện tử, thúc đẩy hình ảnh sản phẩm Việt lan tỏa trên các nền tảng số.

Điểm mới nổi bật của hội chợ năm nay là sự kết hợp giữa không gian truyền thống và không gian số, giữa giao thương trực tiếp và truyền thông trực tuyến. Từ việc tổ chức khu “Ấn tượng Mùa Thu” cho đến các gian hàng mang tính trải nghiệm văn hóa, thương hiệu, mọi hoạt động đều được thiết kế để tạo ra “nội dung số” có sức lan tỏa mạnh trên mạng xã hội.

Theo ông Vũ Bá Phú - Cục trưởng Cục Xúc tiến thương mại (Bộ Công Thương), đây là cách tiếp cận mới trong công tác xúc tiến thương mại, phù hợp với xu thế chuyển đổi số toàn cầu.

“Hiện nay, xúc tiến thương mại số và chuyển đổi số đang trở thành xu thế tất yếu, rất ‘nóng’ và thu hút sự quan tâm rộng rãi. Trong xu thế đó, có sự lồng ghép và tham gia mạnh mẽ của các TikTok, KOL, KOC, những người có sức ảnh hưởng lớn trên môi trường mạng. Chính vì vậy, Ban Tổ chức đã mời nhiều KOL, KOC nổi tiếng đến tham dự để lan tỏa hình ảnh Hội chợ Mùa



Ảnh: Nam Nguyễn

Xu hướng “hội chợ không biên giới” (nơi người tiêu dùng không chỉ đến xem trực tiếp mà còn khám phá sản phẩm qua mạng) đang trở thành hướng đi tất yếu. Với lượng người dùng internet hơn 80% dân số và thương mại điện tử Việt Nam đạt quy mô hơn 25 tỷ USD năm 2024, việc kết hợp giữa xúc tiến thương mại truyền thống và nội dung số mở ra dư địa tăng trưởng rất lớn.

Thu trên các nền tảng số”, ông Vũ Bá Phú thông tin tại buổi họp báo công bố thông tin về Hội chợ Mùa Thu 2025.

Cùng với việc huy động các gương mặt có ảnh hưởng trong cộng đồng sáng tạo nội dung, Bộ Công Thương còn triển khai chiến dịch truyền thông đồng bộ trên toàn bộ hệ thống báo chí và nền tảng số.

“Bên cạnh truyền thông truyền thống, Bộ Công Thương phối hợp với Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch đang liên tục sản xuất các nội dung số nhằm quảng bá Hội

chợ Mùa Thu trên mọi phương tiện. Đặc biệt, khu check-in ‘Ấn tượng Mùa Thu’ được thiết kế riêng cho các KOL, KOC sáng tạo video, chia sẻ trải nghiệm và nội dung về hội chợ, qua đó tạo ra nguồn lan tỏa tự nhiên, mạnh mẽ trong cộng đồng mạng”, Cục trưởng Cục Xúc tiến thương mại nhấn mạnh.

Mở ra hướng đi mới

Sự kết nối giữa hội chợ và nền tảng số không chỉ giúp lan tỏa sản phẩm, mà còn mở ra một hướng đi mới cho doanh

nh nghiệp Việt, biến câu chuyện thương hiệu thành công cụ tiếp thị hiệu quả.

Trao đổi với phóng viên Báo Công Thương ông Nguyễn Lâm Thanh - đại diện TikTok Việt Nam - chia sẻ, mỗi sản phẩm, dù nhỏ bé, đều có câu chuyện riêng và điều quan trọng là làm sao kể được câu chuyện ấy đến với khách hàng bằng cách hấp dẫn nhất.

“Mỗi một sản phẩm đều có một câu chuyện và câu chuyện đó được truyền tải đến với người mua thông qua các hình thức

khác nhau, có thể trực tiếp hoặc trực tuyến. Với Hội chợ Mùa Thu, người tiêu dùng có thể đến để trải nghiệm hàng trăm sản phẩm, từ đồ so sánh, cảm nhận giá trị khác nhau. Nhưng nếu một sản phẩm chỉ kể được câu chuyện tại hội chợ, lượng người tiếp cận sẽ rất hạn chế”, ông Nguyễn Lâm Thanh phân tích và khuyến nghị các doanh nghiệp cần mở rộng không gian ấy bằng các nội dung số như video, câu chuyện thương hiệu, hành trình sản phẩm để lan tỏa sâu rộng hơn.

Thực tế, trên nền tảng TikTok, mỗi video sáng tạo được gắn với hashtag của sự kiện có thể giúp sản phẩm tiếp cận hàng trăm nghìn người tiêu dùng tiềm năng. Điều này không chỉ góp phần xây dựng giá trị thương hiệu, mà còn chuyển đổi trực tiếp thành doanh thu cho doanh nghiệp.

“Khi doanh nghiệp tạo ra các nội dung số và đưa lên nền tảng, lượng tiếp cận sẽ rất lớn. Một phần trong đó tạo dựng giá trị thương hiệu, phần còn lại có thể chuyển hóa thành lợi nhuận”, đại diện TikTok Việt Nam phân tích. Có thể thấy, đây chính là sức mạnh của thương mại điện tử gắn với nội dung sáng tạo.

Với nền tảng TikTok, ông Nguyễn Lâm Thanh cho biết, sẽ có những chính sách hỗ trợ các doanh nghiệp để thúc đẩy kinh doanh trên nền tảng số. “Những doanh nghiệp chưa có mặt trên TikTok có thể nhận dịp Hội chợ Mùa Thu bắt đầu xuất hiện trên nền tảng. Sau khi trở thành đối tác của chúng tôi, họ sẽ được đồng hành trong các chương trình hỗ trợ và hợp tác lâu dài”, ông Nguyễn Lâm Thanh nêu rõ. ■

THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ DẪN DẮT DÒNG CHẢY HÀNG HÓA

**Năm
2021**

Thị trường thương mại điện tử Việt Nam giữ tốc độ tăng trưởng ổn định ở mức 16%, doanh thu bán lẻ đạt 13,7 tỷ USD. Tỷ trọng doanh thu bán lẻ thương mại điện tử trong tổng mức bán lẻ hàng hóa và doanh thu dịch vụ tiêu dùng cả nước đạt 7%, tăng 27% so với cùng kỳ năm 2020.

**Năm
2022**

Thương mại điện tử tiếp tục phát triển và trở thành kênh phân phối quan trọng. Quy mô thị trường thương mại điện tử bán lẻ Việt Nam ước đạt 16,4 tỷ USD, chiếm 7,5% doanh thu hàng hóa và dịch vụ tiêu dùng của cả nước. Thương mại điện tử trở thành đầu tàu trong sự phát triển của nền kinh tế số Việt Nam.

**Năm
2023**

Quy mô thị trường thương mại điện tử bán lẻ Việt Nam đạt 20,5 tỷ USD, tăng khoảng 4 tỷ USD (tương đương 25%) so với năm 2022. Tốc độ tăng trưởng thương mại điện tử của Việt Nam được xếp vào nhóm 10 quốc gia có tốc độ tăng trưởng thương mại điện tử hàng đầu thế giới (tính đến tháng 12/2023 theo Statista).

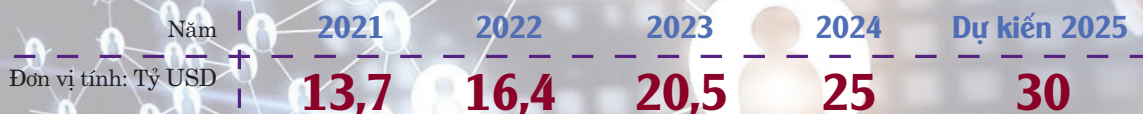
**Năm
2024**

Quy mô thị trường thương mại điện tử bán lẻ Việt Nam vượt mốc 25 tỷ USD, tăng khoảng 20% so với năm 2023. Chiếm hơn 60% về quy mô của nền kinh tế số Việt Nam năm 2024, thương mại điện tử là một trong hai động lực tăng trưởng chính, cùng du lịch online.

**Năm
2025**

Thị trường thương mại điện tử Việt Nam đang bứt phá mạnh mẽ, dự kiến tăng trưởng 20 - 22% trong năm 2025, doanh thu khoảng 30 tỷ USD. Sự nổi bật của Shopee, TikTok Shop với livestream bán hàng, cùng công nghệ AI và logistics cải tiến, đang định hình một ngành kinh tế số đầy mạnh mẽ.

Doanh thu thương mại điện tử



Trong vòng 5 năm qua, thương mại điện tử Việt Nam đã trải qua một hành trình tăng trưởng ngoạn mục, từ quy mô 13,7 tỷ USD năm 2021 lên đến hơn 25 tỷ USD vào năm 2024 và dự kiến sẽ đạt 30 tỷ USD vào năm 2025. Tỷ trọng ngày càng lớn trong tổng mức bán lẻ, sự bùng nổ của các mô hình mới như livestream, cùng sự tham gia mạnh mẽ của các nền tảng quốc tế đã đưa thương mại điện tử trở thành một trong những động lực chính của kinh tế số.

Hội chợ Mùa Thu 2025 được nhiều địa phương, doanh nghiệp kỳ vọng sẽ là cú hích mạnh, kích hoạt sức mua cho thị trường trong nước. Đồng thời, khơi dậy nội lực sản xuất cho doanh nghiệp.

➤ HẢI LINH

Kỳ vọng tạo sức bật mới

Theo số liệu từ Cục Thống kê (Bộ Tài chính), trong quý III và 9 tháng năm 2025, thị trường hàng hóa trong nước tiếp tục duy trì ổn định về tổng thể. Nguồn cung hàng hóa đáp ứng tốt nhu cầu tiêu dùng và hoạt động sản xuất, kinh doanh của doanh nghiệp. Tổng mức bán lẻ hàng hóa dịch vụ 9 tháng đạt 5.176 nghìn tỷ đồng, tăng 9,5% so với cùng kỳ năm 2024 (cao hơn mức tăng 8,8% của cùng kỳ năm 2024). Điều này cho thấy sức mua của thị trường đã có sự cải thiện đáng kể.

Tại cuộc họp Tổ Điều hành thị trường trong nước quý III/2025, bà Đỗ Thị Quỳnh Trâm - Phó Giám đốc Sở Công Thương Đà Nẵng - cho hay, nhằm kích thích tiêu dùng tại địa phương, đảm bảo cân đối cung - cầu và bình ổn thị trường, sở đã triển khai chương trình bán hàng bình ổn thị trường và nhiều hoạt động xúc tiến thương mại, thương mại điện tử, kích cầu tiêu dùng. Nhờ đó, tổng mức bán lẻ hàng hóa và doanh thu dịch vụ tiêu dùng của Đà Nẵng trong quý vừa qua tăng tới 23,8%, mức cao nhất từ trước đến nay và địa phương cũng vượt xa chỉ tiêu kế hoạch năm.

Tương tự, tại TP. Hà Nội và TP. Hồ Chí Minh sức mua những tháng đầu năm tương đối khả quan, tổng mức bán lẻ hàng hóa và doanh thu dịch vụ trong 9 tháng của hai địa phương tăng lần lượt 12,3% và 15,3%.

Tuy nhiên, theo ông Trần Hữu Linh - Cục trưởng Cục Quản lý và Phát triển thị trường trong nước (Bộ Công Thương), những tháng còn lại của năm còn nhiều yếu tố tác động đến sức mua cũng như độ ổn định của thị trường trong nước. Cụ thể, về sức mua hàng hóa trên thị trường, việc đẩy mạnh giải ngân vốn đầu tư công cùng với đà tăng trưởng của hoạt động sản xuất công nghiệp và xuất khẩu, kinh tế trong nước sẽ có nhiều khởi sắc, tạo động lực cho việc thúc đẩy tiêu dùng trong nước.

Cuối năm, nhu cầu hàng hóa tăng cao, đồng thời là thời gian

Kích hoạt sức mua, khơi dậy nội lực sản xuất



Hội chợ Mùa Thu 2025 thúc đẩy tiêu dùng trong nước

Ảnh minh họa

không địa phương tổ chức các hoạt động kết nối cung - cầu, xúc tiến thương mại, khuyến mại giảm giá và có nhiều dịp lễ lớn để kích cầu tiêu dùng. Hoạt động du lịch cũng được các bộ ngành, địa phương quan tâm đẩy mạnh góp phần tăng doanh thu các ngành dịch vụ. Cùng với việc triển khai Chỉ thị số 08/CT-BCT của Bộ trưởng Bộ Công Thương, hoạt động thương mại, dịch vụ, du lịch trong nước dự kiến sẽ sôi động.

"Đặc biệt, Hội chợ Mùa Thu 2025" được tổ chức với quy mô hơn 130.000 m² trưng bày, khoảng 3.000 gian hàng, dự kiến đón tiếp tới 500.000 lượt

khách tham quan mỗi ngày. Với quy mô lớn như vậy, cùng hàng hóa chất lượng cao, được kiểm duyệt gắt gao, sẽ tạo được niềm tin với người tiêu dùng và sức bật tăng trưởng cho thị trường nội địa những tháng cuối năm", ông Trần Hữu Linh nói.

Nền tảng kết nối sản xuất trong nước

Hội chợ Mùa Thu 2025 với sự chỉ đạo sát sao của Chính phủ, quyết tâm thực hiện cao của các bộ, ngành, trong đó có Bộ Công Thương được kỳ vọng là yếu tố thuận lợi thúc đẩy tiêu dùng nội địa tăng trưởng mạnh

mẽ dịp cuối năm. Từ đó, góp sức cùng cả nước đạt mục tiêu tăng trưởng 8,5% trong năm nay, về dài hạn là mục tiêu tăng trưởng 2 con số trong những năm tiếp theo.

Đáng nói, sự phát triển mạnh mẽ của tiêu dùng nội địa được các địa phương, doanh nghiệp kỳ vọng sẽ trở thành động lực bền vững cho sản xuất trong nước phát triển. Đặc biệt, với những ngành công nghiệp nền tảng, ngành công nghiệp có giá trị xuất khẩu lớn, những ngành công nghiệp mới.

Có góc nhìn khá sáng về mối liên kết giữa thị trường tiêu dùng nội địa và sản xuất trong

nước, ông Đậu Anh Tuấn - Phó Tổng Thư ký, Trưởng Ban Pháp chế Liên đoàn Thương mại và Công nghiệp Việt Nam (VCCI) - cho rằng, Việt Nam là thị trường không nhỏ. Ông dẫn chứng: Trước đây, rạp chiếu chủ yếu phim Hollywood, nhưng gần đây, phim Việt Nam như Mai, Mưa đỏ... lại "cháy vé". Với doanh thu hàng trăm tỷ đồng cho thấy người Việt sẵn sàng chọn sản phẩm Việt nếu chất lượng tốt và gần gũi. Đó là tín hiệu đáng mừng cho sức tiêu thụ nội địa cũng là nền tảng tốt cho sản xuất trong nước bứt tốc.

Các doanh nghiệp cũng đạt nhiều kỳ vọng về độ mở của thị trường trong nước giúp tạo nền tảng vững chắc trước những biến động thị trường. Ông Lê Tiến Trường - Chủ tịch HĐQT Tập đoàn Dệt may Việt Nam - mong muốn phát triển sản xuất khâu thượng nguồn (nguyên phụ liệu) trong nước phục vụ cho xuất khẩu. Điều này không chỉ giúp ngành gia tăng giá trị nội địa, đồng góp vào mục tiêu tăng trưởng 2 con số mà còn giúp dệt may Việt Nam đáp ứng tốt các quy tắc xuất xứ, hưởng ưu đãi từ những hiệp định thương mại tự do.

Theo đánh giá của ông Trần Kim Chung - Chủ tịch HĐQT CT Group, có thể thấy, Hội chợ Mùa Thu 2025 nhìn ở góc độ hẹp là hoạt động kích cầu tiêu dùng cho những tháng cuối năm, nơi giúp doanh nghiệp quảng bá sản phẩm, kết nối cung - cầu. Nhưng ở góc độ rộng hơn, sự kiện là lực đẩy cho sản xuất trong nước phát triển với sản phẩm đa dạng và chất lượng hơn. Đồng thời, giúp các ngành hàng xuất khẩu nâng cao tỷ lệ nội địa hóa, từng bước tiến lên mức cao hơn trong chuỗi cung ứng.



Tiêu dùng nội địa phát triển mạnh là lực kéo cho sản xuất

Ảnh minh họa

Hội chợ Mùa Thu 2025 quy tụ hàng nghìn doanh nghiệp, hàng hóa phong phú, chủng loại đa dạng, trở thành điểm hẹn kết nối cung - cầu, mở rộng thị trường và kích hoạt sức mua trong nước.

5 DẤU ẤN của thị trường nội địa

Tổng mức bán lẻ hàng hóa và doanh thu dịch vụ tiêu dùng

Năm 2021

4.657,1
nghìn
tỷ đồng

Năm 2022

5.679,9
nghìn
tỷ đồng

Năm 2023

6.231,8
nghìn
tỷ đồng

Năm 2024

6.391
nghìn
tỷ đồng

Mục tiêu
năm 2025

**Trên
12%**

Chỉ số giá tiêu dùng (CPI)

1,84%

Năm 2023

3,15%

Năm 2022

3,25%

Năm 2023

3,63%

Năm 2024

dưới
4,5%

Năm 2025



Thị trường nội địa duy trì ổn định và tăng trưởng: Tổng mức bán lẻ hàng hóa và doanh thu dịch vụ tiêu dùng liên tục tăng, góp phần giữ vững đà tăng trưởng kinh tế trong bối cảnh khó khăn từ dịch bệnh và biến động kinh tế toàn cầu.

01



Phong trào kích cầu tiêu dùng lan tỏa sâu rộng: Nhiều chương trình "Người Việt Nam ưu tiên dùng hàng Việt Nam", "Tháng khuyến mại tập trung quốc gia" được tổ chức thường niên, thúc đẩy kết nối cung - cầu và tiêu thụ hàng hóa nội địa.

02



Hệ thống phân phối hiện đại phát triển nhanh: Siêu thị, trung tâm thương mại, chuỗi cửa hàng tiện lợi mở rộng mạnh mẽ; thương mại điện tử bùng nổ, trở thành kênh phân phối quan trọng của hàng hóa sản xuất trong nước.

03



Thị trường hàng hóa thiết yếu được bảo đảm: Công tác điều hành giá, bình ổn thị trường được triển khai hiệu quả, đặc biệt trong các giai đoạn dịch bệnh và cao điểm lễ, Tết, đảm bảo nguồn cung hàng hóa dồi dào, giá cả hợp lý.

04



Liên kết vùng và kết nối thị trường được tăng cường: Nhiều chương trình kết nối cung ứng hàng hóa giữa các địa phương và doanh nghiệp được tổ chức, tạo mạng lưới phân phối rộng khắp, đưa sản phẩm vùng miền đến gần hơn với người tiêu dùng cả nước.

05

ĐÒN BẦY

đưa xuất nhập khẩu tiến gần mốc 1.000 TỶ USD

➤ LAN PHUONG

Bộ phận của hàng Việt

Hội chợ Mùa Thu 2025 diễn ra trong bối cảnh nền kinh tế Việt Nam đang trên đà phục hồi mạnh mẽ, hoạt động thương mại quốc tế bắt đầu sau giai đoạn điều chỉnh chu kỳ. Theo dự báo, năm 2025, kim ngạch xuất nhập khẩu của Việt Nam có thể chạm mốc 900 tỷ USD - con số cao nhất từ trước đến nay, mở ra kỳ vọng tiến đến 1.000 tỷ USD trong tương lai gần.

Với chủ đề “Kết nối con người với sản xuất, kinh doanh”, Hội chợ Mùa Thu 2025 được xem là sự kiện xúc tiến thương mại, văn hóa, du lịch lớn nhất trong năm, do Chính phủ chỉ đạo Bộ Công Thương phối hợp với các bộ, ngành, địa phương và hiệp hội doanh nghiệp tổ chức.

Quy mô hoành tráng hơn 130.000 m², hơn 3.000 gian hàng đến từ 2.500 doanh nghiệp trong nước và quốc tế, sự kiện dự kiến thu hút 500.000 lượt khách mỗi ngày, biến hội chợ thành “thành phố thương mại thu nhỏ” - nơi gặp gỡ của những nhà sản xuất, nhà nhập khẩu, tập đoàn bán lẻ hàng đầu thế giới.

Đáng chú ý, sự góp mặt của hàng trăm “ông lớn” như Amazon, Central Group, Lotte, Aeon, Alibaba, Shopee Global... tạo nên một không gian kết nối đa tầng giữa hàng Việt và thị trường quốc tế. Hàng loạt gian hàng chuyên đề, từ nông sản, thực phẩm chế biến, sản phẩm công nghiệp hỗ trợ đến hàng tiêu dùng, thủ công mỹ nghệ đều được thiết kế hiện đại, đậm bản sắc Việt, hướng đến tiêu chuẩn xuất khẩu bền vững.

Trao đổi với phóng viên Báo Công Thương, TS Lê Quốc Phương - nguyên Phó Giám đốc Trung tâm thông tin Công nghiệp và Thương mại, Bộ Công Thương - cho biết, muốn đạt được mục tiêu 1.000 tỷ USD kim ngạch xuất nhập khẩu, không thể thiếu những cú hích về xúc tiến thương mại, nơi hàng Việt được nhìn nhận bằng giá trị thực, được kết nối với các kênh phân phối toàn cầu. Về phía doanh nghiệp, ông Trần Như Hùng - Phó Trưởng ban Thị trường Kinh doanh - Tập đoàn Công nghiệp Cao su Việt Nam - thông tin, đến với Hội chợ Mùa Thu 2025, tập đoàn sẽ tổ chức 6 gian hàng. Trong đó chủ yếu giới thiệu thương hiệu cao su và các đơn vị thành viên trung bày sản phẩm: Găng tay y tế, nệm,



Hoạt động xúc tiến thương mại giúp gia tăng kim ngạch xuất khẩu



Ảnh minh họa

bóng thể thao, băng tải, sợi chỉ và các sản phẩm cao su thiên nhiên khác. Gian hàng được thiết kế bắt mắt gây ấn tượng với nhà đầu tư. “Hiện sản phẩm của tập đoàn đã xuất khẩu tới hơn 70 quốc gia. Qua hội chợ, chúng tôi mong tìm thêm đối tác mới để đa dạng hóa thị trường xuất khẩu, đa dạng nguồn thu cho doanh nghiệp” - ông Trần Như Hùng kỳ vọng

Tiếp cận ban hàng quốc tế bằng cách thức riêng biệt

Để đạt mục tiêu kim ngạch xuất khẩu tăng cao, Bộ Công Thương xác định, mỗi gian hàng, mỗi khu trưng bày tại hội chợ phải mang lại giá trị thực, hướng tới hiệu quả giao dịch và kết nối thị trường bền vững. Hệ thống công nghệ số được ứng dụng xuyên suốt, từ đăng ký gian hàng trực tuyến,

quét mã QR sản phẩm, đến tích hợp dữ liệu thương nhân, giúp hoạt động xúc tiến thương mại trở nên thông minh, minh bạch, đo lường được hiệu quả cụ thể.

Điều khiến Hội chợ Mùa Thu 2025 khác biệt chính là tư duy tổ chức mang tầm chiến lược quốc gia. Không chỉ là sự kiện thương mại, đây còn là diễn đàn hội tụ giữa văn hóa - du lịch - công

ngiệp sáng tạo, nơi quảng bá thương hiệu Việt Nam trong bức tranh hội nhập toàn cầu.

Theo lãnh đạo Bộ Công Thương, điểm mới năm nay là tăng mạnh tỉ lệ gian hàng doanh nghiệp nhỏ và vừa, hợp tác xã, các chủ thể OCOP, đặc biệt là sản phẩm vùng dân tộc, miền núi. Bộ cũng phối hợp với các sàn thương mại điện tử lớn để xây dựng gian hàng Việt trực tuyến, giúp doanh nghiệp nhỏ “vươn ra thế giới” mà không cần đầu tư lớn cho gian hàng vật lý.

Công tác truyền thông, quảng bá hội chợ được triển khai bài bản với sự tham gia của các cơ quan báo chí Trung ương, địa phương và nền tảng số. Hàng loạt chương trình talkshow, kết nối giao thương, hội nghị quốc tế, khu trải nghiệm công nghệ... được thiết kế đồng bộ, thể hiện tinh thần “làm thật - hiệu quả thật” mà Chính phủ và Bộ Công Thương kiên trì theo đuổi.

Nhìn rộng hơn, Hội chợ Mùa Thu 2025 là một phần của chiến lược xúc tiến thương mại quốc gia giai đoạn 2026 - 2030, tập trung vào ba trụ cột: Đẩy mạnh xuất khẩu bền vững; phát triển thị trường trong nước song song với mở rộng thị trường quốc tế; ứng dụng công nghệ số, trí tuệ nhân tạo trong xúc tiến và quản lý thương mại.

Chính phủ đặt mục tiêu đến năm 2030, Việt Nam trở thành trung tâm sản xuất - xuất khẩu của khu vực châu Á - Thái Bình Dương - với mạng lưới đối tác thương mại đa dạng, hàng Việt có mặt tại hầu hết ở các hệ thống bán lẻ lớn trên thế giới.

Hội chợ Mùa Thu 2025 với tinh thần kết nối - đổi mới - hội nhập chính là biểu tượng cho khát vọng ánh sáng. ■



Nếu những năm trước, xúc tiến thương mại là công cụ hỗ trợ, thì năm nay đã trở thành trụ cột trong chiến lược tăng trưởng thương mại quốc gia.

TỪ XÚC TIẾN THƯƠNG MẠI ĐẾN KỶ LỤC XUẤT NHẬP KHẨU CHƯA TỪNG CÓ TRONG LỊCH SỬ

TỔNG KIM NGẠCH
XUẤT NHẬP KHẨU
QUA CÁC NĂM

NĂM 2021

668,5
TỶ USD

NĂM 2022

732,5
TỶ USD

NĂM 2023

683
TỶ USD

NĂM 2024

786,2
TỶ USD

NĂM 2025

DỰ KIẾN

930
TỶ USD

HƯỚNG TỚI MỐC 1.000 TỶ USD

NHỮNG MẶT HÀNG XUẤT KHẨU CHỦ LỰC TRONG 5 NĂM QUA



ĐIỆN TỬ, MÁY TÍNH
VÀ LINH KIỆN



ĐIỆN THOẠI
VÀ LINH KIỆN



MÁY MÓC, THIẾT BỊ,
DỤNG CỤ



HÀNG DỆT MAY



GIÀY DÉP



GỖ VÀ SẢN PHẨM GỖ



PHƯƠNG TIỆN VẬN TẢI
VÀ PHỤ TÙNG



THỦY SẢN

NĂM 2012

Xuất khẩu
vượt mốc
100
tỷ USD

NĂM 2017

Xuất khẩu
vượt mốc
200
tỷ USD

NĂM 2021

Xuất khẩu
vượt mốc
300
tỷ USD

NĂM 2024

Xuất khẩu
vượt mốc
400
tỷ USD

Trong 9 tháng năm 2025, tổng kim ngạch xuất nhập khẩu hàng hóa ước đạt 680,66 tỷ USD, tăng 17,3% so với cùng kỳ năm trước. Trong đó, kim ngạch xuất khẩu đạt 348,74 tỷ USD, tăng 16,0%; nhập khẩu đạt 331,92 tỷ USD, tăng 18,8%; cán cân thương mại tiếp tục duy trì trạng thái xuất siêu mạnh với thặng dư 16,82 tỷ USD. Kết quả trên khẳng định sức cạnh tranh của nền kinh tế, đóng góp tích cực cải thiện cán cân thanh toán quốc tế, bảo đảm an toàn tài chính quốc gia.

Từ những hội chợ tầm cỡ thế giới đến vị thế Việt Nam

Việt Nam chính thức góp mặt trên bản đồ triển lãm toàn cầu với Trung tâm Triển lãm Việt Nam (VEC) - Top 1 Đông Nam Á. Hội chợ Mùa Thu 2025 được tổ chức tại VEC kỳ vọng trở thành "Điểm hẹn toàn cầu mới của châu Á".

➤ LÊ AN

Góp phần định hình thương mại toàn cầu

Từ thế kỷ XX, các hội chợ và triển lãm quốc tế đã đóng vai trò là cầu nối giữa sản xuất và thị trường, giữa đổi mới sáng tạo và thương mại hóa - nơi doanh nghiệp giới thiệu sản phẩm, thể hiện sức mạnh công nghiệp, trình độ công nghệ và bản sắc văn hóa của từng quốc gia.

Trong số những hội chợ danh tiếng toàn cầu, thì Hội chợ Hannover Messe tại Đức được xem là Hội chợ thương mại hàng đầu thế giới dành cho ngành sản xuất. Ra đời từ năm 1947, hội chợ này quy tụ hàng nghìn tập đoàn hàng đầu trong lĩnh vực cơ khí, năng lượng, tự động hóa và công nghệ số.

Mỗi năm, Hội chợ Hannover Messe thu hút hơn 123.000 lượt khách thương mại từ 150 quốc gia, tạo ra hàng tỷ USD giá trị hợp đồng, góp phần định hình xu thế phát triển công nghiệp toàn cầu.

Tại Mỹ, CES (Consumer Electronics Show) - Hội chợ Điện tử tiêu dùng hàng đầu thế giới được coi là "sân khấu của tương lai", nơi các tập đoàn công nghệ như Apple, Samsung, Sony, Google hay Nvidia công bố những phát minh mới nhất, từ thiết bị thông minh, xe điện cho tới trí tuệ nhân tạo.

CES không chỉ là bộ phận cho các sản phẩm công nghệ, mà còn là chỉ dấu cho hướng đi của nền kinh tế sáng tạo và tiêu dùng hiện đại.

Theo thống kê từ các năm trước, CES thu hút trung bình hơn 180.000 khách tham quan và hơn 4.400 công ty công nghệ đến từ khắp nơi trên thế giới với hơn 200 hội nghị bên lề, tạo cơ hội thảo luận về các xu hướng công nghệ mới nhất.

Ở châu Á, China Import and Export Fair, thường được biết đến với tên gọi Canton Fair tại Quảng Châu, Trung Quốc là hội chợ thương mại lâu đời và lớn nhất khu vực (thành lập từ năm 1957), thu hút hàng chục nghìn doanh nghiệp quốc tế tham gia.



Một hội chợ quy mô lớn do Messe Frankfurt tổ chức

Bên cạnh đó, Dubai World Expo hay Tokyo Motor Show cũng là những biểu tượng của khả năng tổ chức sự kiện tầm cỡ, thể hiện vị thế ngày càng vươn lên của các nền kinh tế khu vực.

Điểm chung của những hội chợ quốc tế này là quy mô tổ chức lớn hàng chục hecta, lượng khách khổng lồ và mang ý nghĩa kinh tế sâu sắc; tạo ra dòng chảy thương mại xuyên biên giới, kết nối chuỗi cung ứng toàn cầu, mở ra cơ hội hợp tác, đầu tư giữa các quốc gia.

Nhiều tập đoàn, thương hiệu lớn đã bắt đầu hành trình toàn cầu hóa từ chính các hội chợ như vậy.

Vị thế mới của Việt Nam

Với tốc độ hội nhập nhanh, nhu cầu xúc tiến thương mại ngày càng lớn, Việt Nam đang từng bước tham gia vào bản đồ triển lãm quốc tế, khẳng định vai trò là điểm đến mới của các hoạt động kinh tế, thương mại, sáng tạo trong khu vực châu Á - Thái Bình Dương.

Việc sự kiện VEC đi vào hoạt

động đánh dấu bước tiến mới và khẳng định vị thế của Việt Nam trong ngành kinh tế hội chợ - triển lãm. Lĩnh vực vốn được xem là đòn bẩy mềm thúc đẩy tăng trưởng thương mại, du lịch và thu hút đầu tư.

Theo đánh giá của giới chuyên gia, VEC sẽ giúp Việt Nam thu hút các sự kiện tầm cỡ khu vực, tạo hiệu ứng lan tỏa mạnh mẽ (multiplier effect) cho toàn bộ chuỗi ngành dịch vụ phụ trợ như: Khách sạn, logistics, quảng cáo, ẩm thực, hàng tiêu dùng.

Trong bối cảnh đó, Hội chợ

Mùa Thu 2025 tổ chức tại VEC được xem là sự kiện mang tính cột mốc, hội tụ nhiều kỷ lục, được ví như "siêu hội chợ" với "sâu nhất".

Thứ nhất, về quy mô: Hội chợ diễn ra trên diện tích hơn 130.000 m², với sự tham gia của 3.000 gian hàng, quy tụ gần 2.500 doanh nghiệp trong nước và quốc tế, 13 tập đoàn, tổng công ty Nhà nước; 34 tỉnh/thành, các bộ, ngành, cùng nhiều doanh nghiệp tư nhân và startup sáng tạo.

Thứ hai, về không gian: Toàn bộ hạ tầng của VEC, thuộc Top 1 Đông Nam Á và Top 10 thế giới, mang lại trải nghiệm hiện đại, chuyên nghiệp.

Thứ ba, về sản phẩm: Hơn 10.000 sản phẩm là mặt hàng công nghiệp, nông nghiệp, dịch vụ, du lịch và công nghệ số được giới thiệu, phản ánh sức sáng tạo của doanh nghiệp Việt.

Thứ tư, về chất lượng: Các sản phẩm đều đạt tiêu chuẩn kỹ thuật, có chứng nhận xuất khẩu hoặc nằm trong chương trình "Thương hiệu quốc gia Việt Nam".

Thứ năm, về hoạt động: Hơn 30 sự kiện chuyên đề, hội nghị kết nối và chương trình văn hóa - nghệ thuật diễn ra, nổi bật là đêm nhạc "Đấu ấn Thanh xuân" của ca sĩ Đan Trường.

Thứ sáu, về hỗ trợ tiêu dùng: Có hàng triệu voucher, ưu đãi tới 100% và chương trình "Deal mùa vàng", góp phần kích cầu, lan tỏa tinh thần "Người Việt Nam ưu tiên dùng hàng Việt Nam". ■

Top 10 trung tâm triển lãm lớn nhất thế giới được xác định gồm: Hannover Exhibition Center (Đức); National Exhibition and Convention Center Thượng Hải (Trung Quốc); Fiera Milano (Ý); Messe Frankfurt (Đức); Canton Fair Complex (Quảng Châu, Trung Quốc); McCormick Place (Chicago, Mỹ); Paris Expo Porte de Versailles (Pháp); Tokyo Big Sight (Nhật Bản); Hong Kong Convention and Exhibition Centre (Trung Quốc); Trung tâm Hội chợ Triển lãm Quốc gia Việt Nam (VEC - Việt Nam).



Không gian bên trong Trung tâm Triển lãm Việt Nam (VEC)

Ảnh: N.N

Giao thoa giữa thương mại và nền tảng số

Nếu như trước đây, hội chợ thương mại thường chủ yếu được biết đến bởi không gian trưng bày sản phẩm và các cuộc gặp gỡ trực tiếp giữa doanh nghiệp và người tiêu dùng, thì nay, trong thời đại số, “hội chợ” đã mở rộng không gian hiện diện, trở nên sôi động cả trên các nền tảng trực tuyến.

Ông Vũ Bá Phú – Cục trưởng Cục Xúc tiến thương mại (Bộ Công Thương) - cho biết, để nâng cao hiệu quả quảng bá, Bộ Công Thương đã chủ động triển khai đồng bộ các hoạt động truyền thông số ngay từ giai đoạn đầu. Từ Cổng thông tin điện tử của các bộ, ngành đến các cơ quan báo chí Trung ương và địa phương, tất cả đều được đề nghị mở chuyên mục riêng “Hội chợ Mùa Thu”, hình thành một “hệ sinh thái thông tin” gắn kết giữa báo chí truyền thống và mạng xã hội.

Không dừng lại ở đó, Ban Tổ chức cùng tất cả các chủ thể tham gia hội chợ đã xây dựng kế hoạch thiết kế các điểm check-in vô cùng sáng tạo dành riêng cho các KOL, KOC.

“Bộ Công Thương đã xây dựng khu check-in “Ấn tượng Mùa Thu”. Đây là nơi các KOL, KOC có thể chụp ảnh, quay video, thuyết trình và chia sẻ các nội dung về hội chợ và những chủ đề liên quan, nhằm tạo ra nguồn nội dung lan tỏa mạnh mẽ trên các nền tảng thông tin và chuyên mục truyền thông về Hội chợ Mùa Thu 2025”, ông Vũ Bá Phú thông tin thêm.

Cục Xúc tiến thương mại cũng khuyến khích các doanh nghiệp tham gia chủ động xây dựng nội dung quảng bá cho gian hàng của mình trên các nền tảng mạng xã hội như TikTok, Facebook, YouTube. Sự lan tỏa còn là hiệu ứng tự nhiên từ hàng nghìn người dùng, mỗi người một cách kể chuyện khác nhau, cùng góp phần khắc họa hình ảnh sinh động của Hội chợ Mùa Thu như một không gian giao thoa giữa thương mại và nền tảng số.

Nhà sáng tạo nội dung trở thành “đại sứ” xúc tiến thương mại số

Nếu trước đây, khái niệm “người có ảnh hưởng” (KOL/ KOC) thường gắn với quảng cáo tiêu dùng hay các chiến dịch thời trang... thì nay, họ đang bước vào một vai trò mới, là đại sứ xúc tiến thương mại số. Sự hợp tác giữa các cơ quan quản lý nhà nước và giới sáng tạo nội dung trong Hội chợ Mùa Thu 2025 đánh dấu một xu hướng đáng chú ý đó là xúc tiến thương mại qua sức lan tỏa cá nhân.

Tiktoker Nguyễn Phương Quỳnh Anh - chủ kênh Tiktok Bà Chúa Ân Hằng - với hơn 280 nghìn người theo dõi bày tỏ, Hội chợ Mùa Thu 2025 không chỉ là nơi trưng bày hàng hóa, mà còn là không gian sáng tạo mào.

Hội chợ Mùa Thu 2025 thể hiện sức sống mới của hoạt động xúc tiến thương mại, khi mạng xã hội và đội ngũ sáng tạo nội dung trở thành nền tảng mạnh mẽ, góp phần lan tỏa giá trị văn hóa, thương hiệu và sản phẩm Việt đến với công chúng trong và ngoài nước.

➤ LÊ MINH



Hội chợ Mùa Thu 2025 dự kiến đón 500 nghìn lượt khách tham quan mỗi ngày

Ảnh minh họa

Hội chợ không biên giới trên không gian số

“Thú thật, khi biết có khu check-in được thiết kế riêng cho các nhà sáng tạo nội dung, tôi thấy rất bất ngờ và hào hứng. Đây là lần đầu tiên tôi thấy một hội chợ thương mại được tổ chức chuyên nghiệp và ‘hiếu’ người làm nội dung đến vậy”, nữ Tiktoker chia sẻ.

Theo Quỳnh Anh, việc kết hợp với các KOL, KOC tham gia không chỉ mang ý nghĩa quảng bá hình ảnh, mà còn là chiến lược “gắn cảm xúc với thương hiệu”.

“Tôi luôn đặt mục tiêu để mỗi nội dung đăng tải đều kể được một câu chuyện gắn với sản

phẩm và giá trị địa phương, chứ không chỉ dừng lại ở hình thức bắt mắt. Đây cũng là xu hướng mới của thương mại trải nghiệm, nơi người tiêu dùng ra quyết định mua hàng bằng cảm xúc, câu chuyện và niềm tin được nuôi dưỡng trên nền tảng số”, Quỳnh Anh khẳng định.

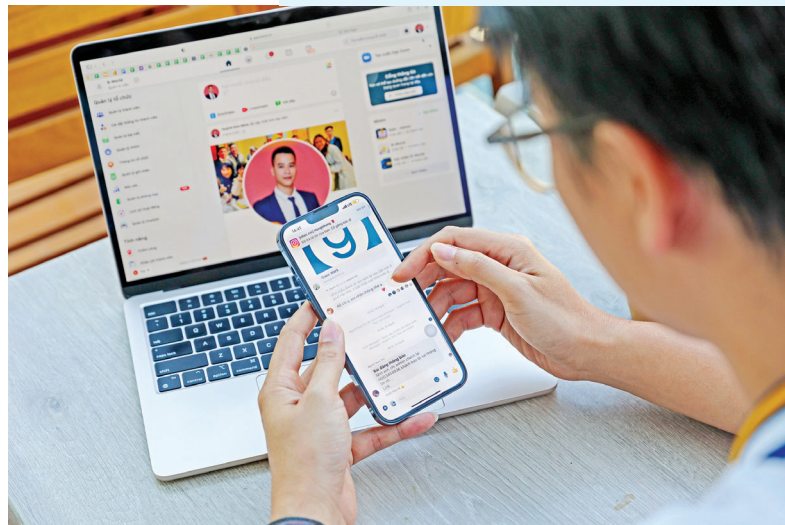
Đồng quan điểm, bạn Phạm Thành Công - chủ kênh Tiktok Hà Nội Holic - với hơn 434 nghìn người theo dõi cho rằng, việc Hội chợ Mùa Thu dành ra không gian riêng cho các KOL, KOC khiến bạn cảm thấy được tạo điều kiện để sáng tạo một cách tự nhiên và cảm xúc nhất.

Theo Thành Công, cách xúc tiến thương mại tự nhiên nhất chính là bằng niềm yêu thích thật sự. “Khi mình thực sự yêu thích sản phẩm, mình không cần cố gắng thuyết phục ai, cảm xúc ấy tự lan tỏa. Người xem cảm nhận được sự chân thành, từ đó tin tưởng và gần gũi hơn với thương hiệu. Tôi nghĩ, xúc tiến thương mại hiệu quả nhất là khi nội dung vừa sáng tạo, vừa kể được câu chuyện của sản phẩm bằng cảm xúc thật”, nam Tiktoker phân tích.

Từ những câu chuyện trên, có thể thấy, sự kết hợp giữa chính sách xúc tiến thương mại và sức sáng tạo của cộng đồng mạng đã hình thành một mô hình quảng bá mới: Hội chợ - mạng xã hội - doanh nghiệp - công chúng gắn kết thành chuỗi lan tỏa liên tục. Ở đó, mỗi nhà sáng tạo nội dung trở thành “đại sứ văn hóa và thương mại”, mỗi sản phẩm được giới thiệu không chỉ bằng thông tin, mà bằng trải nghiệm sống động và niềm tự hào về Việt Nam.

“Chúng tôi - những nhà sáng tạo nội dung - đều mong muốn góp phần giúp Hội chợ Mùa Thu lan tỏa mạnh hơn trên không gian số thông qua các sản phẩm truyền thông đăng tải trên nền tảng Tiktok. Từ đó, tôi cùng các KOL/KOC khác kỳ vọng Hội chợ Mùa Thu 2025 nâng cao hiệu quả quảng bá, mang lại giá trị giới thiệu thiết thực và tạo chuyển biến tích cực về chỉ số kinh tế cho doanh nghiệp tham gia”, Quỳnh Anh chia sẻ. ■

Từ Hội chợ Mùa Thu 2025, mạng xã hội đang trở thành bệ phóng cho xúc tiến thương mại hiện đại. Khi truyền thông, con người và công nghệ cùng hội tụ, hoạt động xúc tiến không chỉ dừng ở việc trưng bày sản phẩm, mà còn là cuộc trình diễn văn hóa, trải nghiệm và cảm xúc.



Ảnh minh họa

Hà Nội bứt phá mạnh mẽ, KHẲNG ĐỊNH VỊ THẾ ĐẦU TÀU KINH TẾ

Với quyết tâm đổi mới, Hà Nội đang phát huy nội lực mạnh mẽ, khơi dậy tiềm năng, xây dựng nền kinh tế hiện đại, xanh và bền vững, góp phần quan trọng vào tăng trưởng chung của đất nước.

► HẢI SON

Kinh tế Thủ đô tăng tốc

Theo Báo cáo chính trị Đại hội XVIII Đảng bộ TP. Hà Nội, trong nhiệm kỳ 2020-2025, dù đối mặt nhiều khó khăn và biến động, Hà Nội vẫn giữ vững vị thế trung tâm phát triển năng động, đóng góp quan trọng vào thành tựu chung của cả nước. Kinh tế Thủ đô tiếp tục phát triển vững chắc, cơ cấu chuyển dịch đúng hướng. Tăng trưởng GRDP bình quân đạt 6,57%/năm, gấp 1,1 lần bình quân cả nước; quy mô kinh tế ước khoảng 63 tỷ USD, gấp 1,4 lần năm 2020, chiếm 12,6% GDP cả nước. GRDP bình quân đầu người đạt 175 triệu đồng, tương đương 7.200 USD/người/năm, tăng gần gấp đôi so với đầu nhiệm kỳ.

Cơ cấu kinh tế chuyển dịch tích cực, tỷ trọng dịch vụ tăng mạnh, chiếm gần 67% GRDP; công nghiệp - xây dựng ổn định ở mức 23%; nông nghiệp chỉ còn hơn 2%. Du lịch phục hồi và bứt phá ngoạn mục. Năm 2025, dự kiến đón 31 triệu lượt khách, trong đó, có 7 triệu khách quốc tế, khẳng định sức hấp dẫn của Thủ đô trong mắt bạn bè quốc tế.

Hà Nội tiếp tục là điểm sáng trong thu hút đầu tư nước ngoài, FDI đạt 11,5 tỷ USD, với nhiều dự án công nghệ cao và trung tâm

dịch vụ quốc tế. Đặc biệt, đóng góp của các nhân tố tổng hợp (TFP), phản ánh hiệu quả sử dụng nguồn lực chiếm khoảng 53% vào tăng trưởng GRDP, cho thấy chuyển đổi mô hình tăng trưởng đang đi đúng hướng.

Khoa học - công nghệ, đổi mới sáng tạo và chuyển đổi số được đẩy mạnh. Hà Nội triển khai nhiều ứng dụng số phục vụ người dân như iHaNoi, sổ sức khỏe điện tử, cấp lý lịch tư pháp trên VNeID, mang lại hiệu quả rõ rệt. Khu công nghệ cao Hòa Lạc bước đầu hình thành hạt nhân đổi mới sáng tạo, kết nối doanh nghiệp, viện nghiên cứu, trường đại học, tạo động lực mới cho phát triển công nghiệp tri thức. Cùng với tăng trưởng, công tác quy hoạch, xây dựng và phát triển đô thị được đẩy mạnh.

Về môi trường, Hà Nội cũng chú trọng quản lý tài nguyên, phòng, chống thiên tai, ứng phó biến đổi khí hậu. Hai nhà máy điện rác Sóc Sơn và Sơn Tây, cùng Nhà máy xử lý nước thải Yên Xá, đã đi vào hoạt động, góp phần xử lý ô nhiễm sông Tô Lịch, cải thiện đáng kể chất lượng môi trường. Công tác an sinh xã hội đạt nhiều kết quả tích cực. Đến năm 2024, TP. Hà Nội hoàn thành xóa nhà tạm, nhà dột nát, không còn hộ nghèo theo chuẩn thành phố.



Phó Chủ tịch UBND TP. Hà Nội Nguyễn Mạnh Quyền (thứ 3 từ trái sang) kiểm tra công tác chuẩn bị và tổ chức Không gian quảng bá, giới thiệu sản phẩm công nghiệp - thương mại tiêu biểu trong khuôn khổ Hội chợ Mùa Thu 2025

Khơi dậy khát vọng phát triển

Từ định hướng chiến lược của Đại hội Đảng bộ TP. Hà Nội lần thứ XVIII, nhiệm kỳ 2025 - 2030, có thể thấy rõ quyết tâm của Đảng bộ, chính quyền và nhân dân Thủ đô trong việc đưa Hà Nội phát triển nhanh, toàn diện và bền vững. Mục tiêu tổng quát được xác định là: "Xây dựng Thủ đô Hà Nội giàu đẹp, văn minh, hiện đại, hội nhập quốc tế sâu rộng; là trung tâm lớn về kinh tế, văn hóa, giáo dục, khoa học - công nghệ của cả nước và khu vực".

Để hiện thực hóa khát vọng đó, Hà Nội cần tiếp tục hoàn thiện thể chế phát triển đô thị đặc thù, tạo hành lang pháp lý thuận lợi cho đổi mới sáng tạo và chuyển đổi số. Việc triển khai Luật Thủ đô (sửa đổi) 2024 sẽ là cơ sở quan trọng giúp TP. Hà Nội chủ động hơn trong huy

động nguồn lực, quản lý phát triển không gian, quy hoạch đô thị và thu hút đầu tư.

Hà Nội cũng sẽ tăng cường hợp tác quốc tế, mở rộng thị trường xuất khẩu, tận dụng các hiệp định thương mại tự do thế hệ mới như CPTPP, EVFTA, RCEP để nâng cao năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp. Cùng với đó là phát triển nguồn nhân lực chất lượng cao, nâng tầm hệ thống giáo dục và khoa học - công nghệ, đảm bảo cung ứng đủ nhân lực cho các ngành công nghiệp mũi nhọn, dịch vụ hiện đại và kinh tế tri thức.

Nhìn từ thực tế, Hà Nội đang hội tụ đầy đủ điều kiện để bứt phá. Nền tảng hạ tầng được đầu tư mạnh mẽ, môi trường kinh doanh ngày càng thông thoáng, đội ngũ doanh nghiệp và người dân có khát vọng vươn lên. Với

tầm nhìn chiến lược, sự chỉ đạo quyết liệt của Thành ủy, UBND TP. Hà Nội, cùng sự đồng hành của cộng đồng doanh nghiệp và người dân, Hà Nội hoàn toàn có thể trở thành hình mẫu về phát triển kinh tế bền vững, gắn kết hài hòa giữa tăng trưởng, môi trường và xã hội.



Tại Hội chợ Mùa Thu 2025, TP. Hà Nội tổ chức không gian quảng bá giới thiệu sản phẩm công nghiệp - thương mại tiêu biểu Hà Nội với diện tích 17.000m² được bố trí thành các không gian quảng bá, giới thiệu sản phẩm công nghiệp - thương mại tiêu biểu; không gian quảng bá giới thiệu sản phẩm OCOP, làng nghề; không gian quảng bá, giới thiệu văn hóa, du lịch...



Ấn tượng TINH HOA THU HÀ NỘI

Không gian “Tinh hoa Thu Hà Nội” tại Hội chợ Mùa Thu 2025 không chỉ là nơi giới thiệu những sản phẩm công nghiệp và thương mại tiêu biểu, mà còn là bức tranh sống động phản ánh văn hóa, con người và tinh thần sáng tạo của Thủ đô trong sắc thu rực rỡ.

► VĂN THỊ



Các sản phẩm đặc trưng từ cơm và bánh cổ truyền sẽ được giới thiệu trong không gian “Tinh hoa Thu Hà Nội” tại Hội chợ Mùa Thu 2025



Sản phẩm gốm sứ Bát Tràng được ưa chuộng

Ảnh: Trung Nguyên

Hội tụ sắc màu Thủ đô

Trong chuỗi hoạt động của Hội chợ Mùa Thu 2025, không gian “Tinh hoa Thu Hà Nội” do Sở Công Thương Hà Nội chủ trì được xem là điểm nhấn đặc biệt, quy mô 17.000 m², bố trí tại sảnh chính và Khu H8, Trung tâm Triển lãm Việt Nam (VEC), Đông Anh, Hà Nội, diễn ra từ ngày 25/10 đến 4/11/2025. Khu vực này quy tụ những sản phẩm công nghiệp - thương mại tiêu biểu, sản phẩm OCOP, làng nghề truyền thống và các ngành hàng sáng tạo đặc trưng của Thủ đô.

Ông Nguyễn Anh Dương - Phó Giám đốc Sở Công Thương Hà Nội - cho biết, đến thời điểm này, toàn

bộ công tác tổ chức cho không gian “Tinh hoa Thu Hà Nội” đã được hoàn tất, sẵn sàng cho ngày khai mạc. Thành phố đã chỉ đạo rà soát kỹ lưỡng, lựa chọn các doanh nghiệp uy tín, sản phẩm đạt chứng nhận và có cam kết rõ ràng về chất lượng, nguồn gốc.

Ông Dương nhấn mạnh: “Tinh hoa Thu Hà Nội không chỉ là dịp để quảng bá sản phẩm làng nghề, du lịch và đầu tư, mà còn là không gian để người dân trực tiếp tham quan, trải nghiệm và mua sắm trong một hội chợ quy mô lớn, mang đậm bản sắc Hà Nội. Thành phố đã chuẩn bị chu đáo cả về hình thức và nội dung. Không gian trưng bày mang sắc

vàng mùa Thu làm chủ đạo, gợi nhớ hình ảnh cây cơm nguội, hoa cúc vàng, những con phố rực nắng. Cùng với đó là các khu sáng tạo nghệ thuật - điểm nhấn kết nối giữa truyền thống và hiện đại. Đây sẽ là dịp để Hà Nội giới thiệu những sản phẩm tinh túy nhất, mang đậm giá trị văn hóa và kinh tế tới người dân, du khách trong và ngoài nước, góp phần thúc đẩy giao thương và tạo nguồn lực cho kinh tế Thủ đô”.

Song song với công tác tổ chức, Sở Công Thương Hà Nội đã bố trí các tổ giám sát thường trực trong suốt thời gian diễn ra hội chợ để kiểm tra xuất xứ hàng hóa, giá cả, vệ sinh an toàn thực phẩm, đồng

thời ngăn chặn hàng giả, hàng kém chất lượng. Công tác quản lý chất lượng được đặt lên hàng đầu, nhằm khẳng định uy tín và thương hiệu sản phẩm của Thủ đô trên thị trường trong nước và quốc tế.

“Con đường mùa thu” - nơi kết nối sáng tạo và trải nghiệm

Lấy cảm hứng từ vẻ đẹp mùa thu Hà Nội, không gian “Tinh hoa Thu Hà Nội” được thiết kế như một “Con đường mùa Thu” trải dài từ khu sảnh chính. Nơi đây sẽ hội tụ văn hóa, du lịch, ẩm thực và khu trải nghiệm sáng tạo và giao thương. Tại đây, du khách có thể cảm nhận trọn vẹn hương vị Thủ đô qua những gian hàng cơm, trà sen, bánh chả, ô mai, cùng nhiều đặc sản mang đậm hơi thở mùa thu Hà Nội.

Khoảng 30 nghệ nhân và thợ giỏi đại diện cho các làng nghề nổi tiếng như gốm Bát Tràng, lụa Vạn Phúc, khảm trai Chuyên Mỹ, mây tre đan Phú Vinh... sẽ trực tiếp trình diễn, mang đến cho du khách những trải nghiệm chân thực về tinh hoa nghề truyền thống. Không gian ẩm thực giới thiệu các món ăn cổ truyền, chè sen, chè lam, chè kho, ô mai, cơm... hòa quyện cùng âm hưởng mùa thu, tạo nên nét giao thoa tinh tế giữa truyền thống và hiện đại.

Tại khu vực sảnh H8, sẽ diễn ra hoạt động trưng bày và giới thiệu các sản phẩm công nghiệp - thương mại tiêu biểu, sản phẩm OCOP và làng nghề truyền thống, được chia thành 6 nhóm chuyên đề gồm: Sản phẩm thủ công mỹ nghệ, sản phẩm OCOP, sản phẩm công nghiệp sáng tạo, sản phẩm

công nghiệp tiêu biểu, cùng hai khu dành cho doanh nghiệp, hiệp hội và hợp tác xã thuộc các xã, phường trên địa bàn Hà Nội.

Dự kiến, khoảng 200 doanh nghiệp tham gia, giới thiệu các sản phẩm thuộc lĩnh vực công nghệ cao, công nghiệp sáng tạo, hàng tiêu dùng và thực phẩm chế biến. Đây là cơ hội để doanh nghiệp tăng cường kết nối cung - cầu, ký kết hợp tác và mở rộng thị trường trong nước cũng như quốc tế.

Ông Nguyễn Anh Dương cho biết, “Tinh hoa Thu Hà Nội” không chỉ là không gian trưng bày mà còn là nơi hội tụ văn hóa, công nghiệp và con người, biểu tượng cho tinh thần đổi mới, khẳng định vị thế của Thủ đô trong kỷ nguyên hội nhập.

Hội chợ Mùa Thu 2025 vì thế được kỳ vọng trở thành kênh xúc tiến thương mại tập trung, tạo môi trường kết nối doanh nghiệp, thúc đẩy sản xuất, mở rộng xuất nhập khẩu và quảng bá hình ảnh một Hà Nội năng động, sáng tạo, giàu bản sắc. ■



Với quy mô lớn và cách tổ chức sáng tạo, “Tinh hoa Thu Hà Nội” trở thành biểu tượng giao hòa giữa công nghiệp, thương mại và văn hóa - nơi lan tỏa giá trị đặc trưng, đậm đà bản sắc của Thủ đô trong mùa Thu vàng rực rỡ.

Ẩm thực Việt

KẾT NỐI VĂN HÓA VÀ THƯƠNG MẠI

Hội chợ Mùa Thu 2025 trở thành điểm hẹn giao thoa giữa văn hóa và thương mại, nơi hương vị Việt được lan tỏa bằng tinh thần sáng tạo và kết nối.

► PHƯƠNG CỤC

Hội chợ Mùa Thu hội tụ tinh hoa ẩm thực Việt

Giữa nhịp sống hiện đại, nơi những sản phẩm công nghiệp dần chiếm lĩnh thị trường, các đặc sản truyền thống vẫn giữ được chỗ đứng riêng nhờ hương vị, tâm hồn và câu chuyện văn hóa phía sau. Tại Hội chợ Mùa Thu 2025, những câu chuyện ấy được kể bằng vị ngọt của mật ong Tam Đảo, hương chua, cay, mặn, ngọt của ô mai Bách Hương Xuân, hòa trong bức tranh chung của hàng nghìn doanh nghiệp Việt cùng khát vọng kết nối văn hóa với thương mại, mang tinh hoa ẩm thực quê hương vươn ra thế giới.

Không chỉ là nơi giới thiệu hàng chục nghìn sản phẩm công nghiệp, nông sản và dịch vụ, Hội chợ Mùa Thu 2025 còn mang đến một không gian văn hóa đặc sắc, nơi những giá trị ẩm thực truyền thống được tôn vinh và tái hiện trong các phân khu như “Thu Đất Việt - Sắc Nước Hương Thu”, “Tinh Hoa Thu Hà Nội” hay “Thu Mỹ Vị”. Giữa những gian hàng sôi động, người xem không chỉ được mua sắm, trải nghiệm mà còn được đắm mình trong hành trình khám phá bản

sắc văn hóa của từng vùng miền. Nhiều doanh nghiệp không chỉ mang đến hội chợ không chỉ sản phẩm đặc sản của địa phương, mà còn thể hiện tinh thần gìn giữ giá trị truyền thống và đổi mới trong hành trình đưa sản phẩm Việt chạm tới thị trường quốc tế.

Trao đổi với phóng viên Báo Công Thương, bà Lê Thị Nga - Tổng giám đốc Công ty Cổ phần Ong Tam Đảo (Honeco) - chia sẻ: “Hội chợ Mùa Thu 2025 là một sự kiện xúc tiến thương mại mang tầm quốc gia, vì vậy chúng tôi rất vinh dự khi được tham gia. Với doanh nghiệp sản xuất mật ong Tam Đảo, đây không chỉ là cơ hội để quảng bá sản phẩm đến người tiêu dùng trong và ngoài nước, mà còn là dịp để kết nối với các nhà phân phối, đơn vị bán lẻ và đối tác quốc tế. Chúng tôi mong muốn mang “vị ngọt của núi rừng Tam Đảo” đến gần hơn với mọi người, góp phần khẳng định thương hiệu nông sản sạch, chất lượng cao của Việt Nam”.

Nằm trong phân khu “Thu Gia Đình”, gian hàng của Mật ong Tam Đảo gây ấn tượng mạnh nhờ thiết kế mô phỏng hình tổ ong,



Sản phẩm mật ong Honeco vinh dự xuất hiện tại Triển lãm 80 năm thành tựu đất nước dịp 2/9

Ảnh: Honeco

kết hợp giữa nét truyền thống và phong cách trung bày hiện đại.

Không dừng lại ở việc trưng bày sản phẩm, Mật ong Tam Đảo đã chuẩn bị kỹ lưỡng để tận dụng tối đa cơ hội xúc tiến thương mại ngay tại hội chợ. Doanh nghiệp đã chủ động kết nối với hệ thống

siêu thị, sàn thương mại điện tử và các đối tác quốc tế, sẵn sàng bước vào những thỏa thuận hợp tác mới.

“Chúng tôi xác định đây là dịp xúc tiến thương mại quan trọng, vì vậy đã đầu tư kỹ lưỡng từ khâu thiết kế gian hàng, lựa chọn sản phẩm trưng bày đến kế hoạch gặp gỡ đối tác. Đồng thời, doanh nghiệp cũng chuẩn bị bộ tài liệu giới thiệu bằng tiếng Anh, sẵn sàng đón tiếp các đoàn doanh nghiệp quốc tế đến tham quan và tìm hiểu sản phẩm. Mục tiêu của Mật ong Tam Đảo là đưa sản phẩm lên kệ tại thị trường Nhật Bản và Hàn Quốc trong giai đoạn 2026-2027”, bà Nga cho biết.

Kết nối, nâng tầm thương hiệu Việt

Nếu Mật ong Tam Đảo mang đến hương vị của núi rừng Tây Bắc, thì Ô mai Bách Hương Xuân lại đem tới dư vị Hà Nội cổ kính, thanh tao. Trải qua hơn một trăm năm, từ gánh hàng rong của ông nội đến bàn tay người kế nghiệp, chị Nguyễn Thị Lệ - Giám đốc Công ty CP Thương mại An Gia Food - vẫn giữ nguyên “vị cổ xưa” của đất Tràng An, nơi chua, cay, mặn, ngọt hòa quyện như chính cái tình thanh lịch của người Hà Nội.

“Chúng tôi rất tự hào khi được đồng hành cùng Hội chợ Mùa Thu 2025 - sự kiện có ý nghĩa đặc

biệt trong việc tôn vinh hàng Việt và kết nối sản xuất với thị trường. Với Ô mai Bách Hương Xuân, đây không chỉ là dịp quảng bá sản phẩm truyền thống của Hà Nội, mà còn là cơ hội để lan tỏa “vị ngọt thanh của kỷ ức” đến với đông đảo người tiêu dùng trong và ngoài nước”, chị Lệ nói.

Đặc biệt, theo chị Lệ, doanh nghiệp coi hội chợ lần này như một hành trình giao thoa giữa quá khứ và hiện tại, nơi sản phẩm truyền thống được đặt trong không gian hiện đại, mang theo niềm tự hào của làng nghề hơn trăm năm tuổi.

Có thể nói, ẩm thực trong cách nhìn của nhiều doanh nghiệp tham dự hội chợ không đơn thuần là sản phẩm tiêu dùng mà là cầu nối giữa văn hóa và thương mại. Mỗi gian hàng là một lát cắt văn hóa của vùng miền, là lời chào từ quá khứ gửi đến tương lai.

Từ những sản phẩm giản dị như ô mai hay mật ong, người Việt đang chứng minh rằng các giá trị truyền thống hoàn toàn có thể vươn xa khi được kết nối bằng tư duy thương mại hiện đại. Hội chợ Mùa Thu 2025 không chỉ là điểm hẹn của cộng đồng doanh nghiệp, mà còn là nơi ươm mầm khát vọng Việt - đưa hương vị quê nhà vươn tầm thế giới bằng chính bàn tay, trí tuệ và tình yêu văn hóa của người Việt hôm nay. ■



Gian hàng ô mai Bách Hương Xuân được nhiều khách hàng quan tâm

Ảnh: Lê Nguyễn

Hội chợ Mùa Thu 2025 hứa hẹn trở thành điểm nhấn mới, góp phần hình thành chuỗi sản phẩm du lịch sáng tạo và định vị Trung tâm Triển lãm Quốc gia (Hà Nội) như một điểm đến văn hóa, sáng tạo tiêu biểu của Việt Nam trong kỷ nguyên mới.

► QUỲNH HOA

DU LỊCH VIỆT NAM

TỪ PHỤC HỒI ĐẾN HÀNH TRÌNH tỏa sáng mùa thu

Sức hút hàng đầu châu Á

Sau giai đoạn chịu tác động nặng nề của đại dịch Covid-19, du lịch Việt Nam đã bước sang giai đoạn tăng trưởng mạnh mẽ. Năm 2024, ngành du lịch ghi nhận 17,6 triệu lượt khách quốc tế, đạt 98% so với thời kỳ đỉnh cao năm 2019 - mức phục hồi nhanh nhất khu vực Đông Nam Á. Riêng 9 tháng năm 2025, Việt Nam đã đón hơn 15,4 triệu lượt khách quốc tế, tăng 21,5% so với cùng kỳ 2024.

Đặc biệt, Việt Nam đã được Tổ chức Giải thưởng Du lịch thế giới (World Travel Awards - WTA) vinh danh ở hai hạng mục danh giá: "Điểm đến hàng đầu châu Á năm 2025" và "Điểm đến di sản hàng đầu châu Á năm 2025". Cùng với đó, nhiều doanh nghiệp và địa phương cũng góp phần làm rạng danh hình ảnh đất nước: Vietnam Airlines được vinh danh "Hãng hàng không hàng đầu châu Á"; TP. Hồ Chí Minh được công nhận "Điểm đến sự kiện, lễ hội và du lịch doanh nhân hàng đầu"; Hà Nội là "Điểm đến thành phố hàng đầu châu Á và điểm đến nghỉ dưỡng ngắn ngày hàng đầu".

Không dừng lại ở phục hồi, ngành du lịch Việt Nam đang tái định vị chiến lược phát triển thị trường. Từ mô hình quảng bá đơn lẻ, các chiến dịch xúc tiến được triển khai bài bản hơn, gắn kết giữa văn hóa, thương mại, du lịch để lan tỏa hình ảnh Việt Nam hiện đại, hội nhập. Cùng với đó, các sản phẩm du lịch xanh, chăm sóc sức khỏe, golf, nông nghiệp, thể thao và âm nhạc đang được khai thác như những hướng đi mới nhằm nâng cao chất lượng



Nhiều điểm du lịch tại Việt Nam hấp dẫn du khách trong và ngoài nước

trải nghiệm và tăng sức cạnh tranh của điểm đến Việt Nam.

Trên đà phục hồi của toàn ngành, năm 2025, du lịch Việt Nam đang hướng tới mục tiêu đón 25 triệu lượt khách quốc tế. Theo Phó Cục trưởng Cục Du lịch Quốc gia Việt Nam Phạm Văn Thủy, mục tiêu này đầy thách thức nhưng hoàn toàn khả thi nếu ngành tiếp tục duy trì tốc độ tăng trưởng và đổi mới phương thức tiếp cận thị trường. "Điều quan trọng là chúng ta phải định vị rõ câu chuyện điểm đến của từng vùng, từng địa phương, gắn với lợi thế văn hóa, di sản và ẩm thực để tạo bản sắc riêng, thay vì phát triển đại trà" - ông Thủy nhấn mạnh.

Ở góc độ doanh nghiệp, ông Bùi Thanh Tú - Giám đốc Công ty Du lịch BestPride Travel - cho rằng, để đạt mục tiêu đón 25 triệu lượt khách quốc tế, Việt Nam phải

đẩy mạnh xúc tiến thị trường, kết hợp thương mại, văn hóa, du lịch một cách bài bản. Trong đó, ngành du lịch Việt Nam cần thay đổi tư duy làm du lịch theo mùa, chuyển sang phát triển, xúc tiến sản phẩm quanh năm, đa dạng và phù hợp từng thị trường để đảm bảo tính bền vững.

Điểm hẹn văn hóa, hội nhập

Nhằm xúc tiến, lan tỏa hình ảnh điểm đến Việt Nam thông qua hội chợ, triển lãm, đặc biệt từ thành công của Triển lãm thành tựu đất nước dịp Quốc khánh 2/9, ngành du lịch đã "vào cuộc" nhanh chóng, kịp thời, khi mời gọi doanh nghiệp lưu hành thiết kế, xây dựng tour tham quan Hội chợ Mùa Thu 2025 kết hợp văn hóa, mua sắm, ẩm thực, trải nghiệm. Qua đó, giúp gắn kết du lịch với các hoạt động quảng bá sản phẩm quốc gia, góp

phần đưa Trung tâm Triển lãm Quốc gia như một điểm đến văn hóa, sáng tạo của Việt Nam trong kỷ nguyên mới.

Với ý nghĩa, quy mô của hội chợ, nhiều tour được thiết kế gắn với các phân khu của Hội chợ Mùa Thu 2025 do Bộ Công Thương, Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch và TP. Hà Nội thực hiện, như: Phân khu "Thu thịnh vượng" giới thiệu sản phẩm công nghiệp, thương mại, dịch vụ tiêu biểu sẽ được thiết kế tour "Việt Nam sáng tạo - công nghiệp xanh"; phân khu "Thu gia đình" trưng bày hàng tiêu dùng, vật liệu nội thất, nhà ở thông minh là tour "Sống xanh cùng người Việt hiện đại"; phân khu "Thu đất Việt - Sắc nước hương thu" quảng bá đặc sản vùng miền, sản phẩm OCOP, chỉ dẫn địa lý phù hợp với tour "Một ngày khám phá hồn Việt".

Với quy mô, nội dung phong phú, Hội chợ Mùa Thu 2025 góp phần lan tỏa hình ảnh Việt Nam năng động, hội nhập, đồng thời khẳng định thương hiệu điểm đến hấp dẫn, thân thiện, an toàn với du khách.

Trong khi phân khu "Tinh hoa Thu Hà Nội" mang đến không gian làng nghề, ẩm thực và nghệ thuật trình diễn đặc trưng Thủ đô sẽ có tour "Hương vị mùa Thu Hà Nội". Đặc biệt, phân khu "Tinh hoa Văn hóa Việt Nam" giới thiệu các ngành công nghiệp văn hóa hứa hẹn là điểm đến hấp dẫn của tour "Trải nghiệm công nghiệp sáng tạo Việt Nam". Mỗi tour không chỉ là hành trình tham quan, mà còn là cơ hội quảng bá sản phẩm du lịch Việt Nam gắn với thương hiệu văn hóa, công nghiệp sáng tạo.

Ông Bùi Thanh Tú - Giám đốc Công ty Du lịch BestPride Travel - nhận định: "Hội chợ Mùa Thu là cơ hội để các ngành, địa phương đặc biệt là doanh nghiệp du lịch cùng chung tay định hình hình ảnh Việt Nam - một đất nước thân thiện, sáng tạo, năng động và hội nhập sâu rộng".

Trong khi đó, ông Nguyễn Công Hoan - Chủ tịch Hội đồng quản trị Công ty Cổ phần Flamingo Redtours - cũng bày tỏ, Hội chợ Mùa Thu 2025 là dịp để doanh nghiệp du lịch thể hiện năng lực cung cấp sản phẩm, dịch vụ. Tại điểm hẹn xúc tiến quốc gia này, doanh nghiệp sẽ giới thiệu đến các đối tác và du khách những xu hướng du lịch mới, thân thiện với môi trường, giàu trải nghiệm và đậm đà bản sắc văn hóa Việt Nam. ■

TIKTOK VIỆT NAM

Đồng hành lan tỏa GIÁ TRỊ HỘI CHỢ MÙA THU 2025

Kết nối cộng đồng sáng tạo

Thưa ông, TikTok Việt Nam đã, đang và sẽ đồng hành với Ban Tổ chức như thế nào để biến hội chợ này thành “câu chuyện truyền thông hấp dẫn” trên không gian mạng, tiếp cận được đông đảo người tiêu dùng trẻ?

TikTok hiện có hơn 70 triệu người dùng hoạt động hàng tháng tại Việt Nam, với mức độ tương tác rất cao. Thời lượng người dùng dành cho nền tảng ngày càng tăng, chứng tỏ đây là không gian kết nối mạnh mẽ và giàu cảm xúc. Trong thời gian qua, các sự kiện văn hóa, chính trị, xã hội lớn đều được cộng đồng nhà sáng tạo nội dung trên TikTok lan tỏa mạnh mẽ.

Ngay tại địa điểm tổ chức Hội chợ Mùa Thu 2025 - Trung tâm Hội chợ Triển lãm Việt Nam (Đông Anh, Hà Nội), nơi cách đây chưa lâu đã diễn ra Triển lãm A80 kỷ niệm 80 năm thành lập nước. Sự kiện ấy đã thu hút hàng trăm video, hàng triệu lượt xem trên TikTok, không chỉ từ các nhà sáng tạo mà cả từ người dân đến tham quan. Họ chia sẻ niềm tự hào, ghi lại khoảnh khắc đáng nhớ và kể lại những câu chuyện từ chính trải nghiệm của mình.

Vì thế, việc Ban Tổ chức Hội chợ Mùa Thu 2025 lựa chọn TikTok làm đối tác truyền thông chiến lược là sự hợp tác rất ý nghĩa. Chúng tôi vinh dự được đồng hành, góp phần giúp hình ảnh hội chợ lan tỏa sâu rộng hơn trong cộng đồng, đặc biệt là giới trẻ - nhóm công chúng năng động nhất hiện nay.

Khi KOLS, KOCS lan tỏa thương hiệu Việt

TikTok hiện là nền tảng nơi các KOLS, KOCS và nhà sáng tạo nội dung có sức ảnh hưởng lớn. Ông đánh giá ra sao về vai trò của họ trong việc quảng bá Hội chợ Mùa Thu 2025?

Chúng tôi sẽ triển khai một chiến dịch hashtag riêng mang tên #HộiChợMùaThu, tạo một trang đích (landing page) tập hợp toàn bộ video, câu chuyện và hình ảnh được người dùng, KOL, KOC, doanh nghiệp chia sẻ tại sự kiện. Nhờ đó, bất kỳ ai, dù không thể trực tiếp đến hội chợ vẫn có thể theo dõi, tương tác và trải nghiệm không khí sôi động qua hàng loạt video ngắn.

Mục tiêu của chúng tôi là để mỗi gian hàng, mỗi sản phẩm, mỗi thương hiệu Việt trở thành “nhân vật chính” trong những câu chuyện lan tỏa. Và những nhà sáng tạo nội dung chính là “đại sứ kết nối”, kể lại câu chuyện ấy theo cách sáng tạo và gần gũi nhất. Chúng tôi dự kiến triển



Tại Hội chợ Mùa Thu 2025 - sự kiện xúc tiến thương mại và văn hóa lớn nhất trong năm, TikTok Việt Nam góp mặt với vai trò đối tác truyền thông chiến lược. Phóng viên Báo Công Thương đã có cuộc trò chuyện với ông Nguyễn Lâm Thanh - đại diện TikTok Việt Nam - về chiến lược truyền thông, cách thúc đẩy cộng đồng sáng tạo và kỳ vọng từ sự đồng hành cùng hội chợ năm nay.

➤ BẢO NGỌC (thực hiện)



hoichomuatthu2025 Hội chợ Mùa Thu 2025

Đã follow Tin nhắn

0 Đã follow 275 Follower 2453 Lượt thích

Kênh thông tin chính thức về sự kiện kinh tế - thương mại - văn hóa lớn nhất Việt Nam.

Video Đã thích



Kênh TikTok Hội chợ Mùa Thu 2025

Ảnh chụp màn hình

khai hashtag challenge #HộiChợMùaThu2025, mời cộng đồng chia sẻ những khoảnh khắc, sản phẩm hoặc trải nghiệm yêu thích tại hội chợ. Các nhà sáng tạo, KOL và cả khách tham quan đều có thể tham gia bằng video ngắn, từ những khung cảnh gian hàng rực rỡ đến các hoạt động ẩm thực, trình diễn, nghệ thuật.

Tôi tin rằng, tổng lượt xem cho các nội dung liên quan đến Hội chợ Mùa Thu năm nay sẽ không dừng ở hàng chục triệu, mà có thể đạt tới hàng trăm triệu, thậm chí hàng tỷ lượt xem, nếu cộng đồng sáng tạo cùng đồng lòng lan tỏa.

Đặc sắc từ câu chuyện hàng hóa

Với kinh nghiệm đồng hành cùng nhiều chiến dịch quảng bá văn hóa - du lịch và tiêu thụ sản phẩm, ông kỳ vọng TikTok có thể mang lại giá trị khác biệt gì cho Hội chợ Mùa Thu 2025?

Điều tôi ấn tượng nhất ở Hội chợ Mùa Thu 2025 là sự đa dạng và bản sắc rất rõ ràng của các phân khu hàng Việt - từ nông sản, thủ công mỹ nghệ, thực phẩm, đồ tiêu dùng đến công nghệ, dịch vụ. Mỗi sản phẩm đều có một câu chuyện riêng, phản ánh tinh hoa, sáng tạo và niềm tự hào của người Việt.

Thông thường, những câu chuyện này chỉ được kể trong phạm vi gian hàng - có thể 10, 20 hay 30 người nghe. Nhưng khi bước lên TikTok, câu chuyện ấy có thể chạm đến hàng trăm nghìn, thậm chí hàng triệu người. Mỗi video trở thành một “sân khấu” lan tỏa tinh thần hàng Việt, nơi giá trị và cảm xúc gặp nhau.

Tôi kỳ vọng rằng, thông qua sự đồng hành này, hàng Việt Nam sẽ không chỉ được bán, mà còn được kể, được yêu và được tự hào. Những nhà sáng tạo nội dung sẽ là người truyền cảm hứng, giúp sản phẩm Việt trở thành biểu

tượng của chất lượng và sáng tạo, lan tỏa đến người tiêu dùng trong và ngoài nước.

Ông có thể chia sẻ thêm về tầm nhìn của TikTok khi đồng hành với các sự kiện xúc tiến thương mại - văn hóa quy mô quốc gia như Hội chợ Mùa Thu 2025?

TikTok hướng đến sứ mệnh “truyền cảm hứng sáng tạo và mang niềm vui đến mọi người”. Chúng tôi không chỉ là nền tảng công nghệ, mà còn là cầu nối giữa văn hóa - thương mại - con người. Với Hội chợ Mùa Thu 2025, chúng tôi kỳ vọng góp phần chuyển hóa cách quảng bá sự kiện truyền thống sang kỷ nguyên số, nơi mỗi cú chạm màn hình có thể khơi nguồn cho một làn sóng lan tỏa.

Hội chợ không chỉ là nơi giao thương, mà còn là không gian văn hóa và tinh thần Việt Nam hiện đại - nơi công nghệ và sáng tạo gặp gỡ, nơi sản phẩm Việt được kể bằng ngôn ngữ số, nơi doanh nghiệp tìm thấy khách hàng và người tiêu dùng tìm thấy niềm tự hào dân tộc trong từng câu chuyện hàng hóa.

Xin cảm ơn ông!



Ngay trong buổi họp báo về hội chợ diễn ra ngày 14/10, sự kiện đã thu hút các KOC và KOL có sức ảnh hưởng trên mạng xã hội Tiktok như bachuaanhang; hanoidichill; hanoholic... xây dựng các video về sự kiện Hội chợ Mùa Thu 2025.

KOL TRẦN VIỆT ANH

Khám phá “KHO BẦU SÁNG TẠO”

Hội chợ có sức lan tỏa lớn

Là một trong những nhà sáng tạo nội dung trẻ tích cực lan tỏa giá trị văn hóa Việt trên nền tảng số, ông biết đến Hội chợ Mùa Thu 2025 qua kênh nào và điều gì khiến ông đặc biệt quan tâm đến sự kiện này?

Tôi biết đến thông tin về Hội chợ Mùa Thu 2025 qua các kênh truyền thông của Bộ Công Thương như Báo Công Thương, TikTok, Facebook, YouTube... Với vai trò là đơn vị được giao chủ trì, Bộ Công Thương đã mang đến một sự kiện quy mô lớn chưa từng có, được tổ chức trong thời gian rất ngắn, thể hiện tinh thần làm việc nghiêm túc, sự đầu tư bài bản và tầm nhìn dài hạn trong việc thúc đẩy sản xuất, thương mại và tiêu dùng trong nước.

Với tư cách là một nhà sáng tạo nội dung trên nền tảng số, tôi đánh giá cao nỗ lực này, thể hiện ở khâu tổ chức chuyên nghiệp và tinh thần kết nối, lan tỏa giá trị Việt. Qua đó, góp phần quảng bá hình ảnh đất nước, con người Việt Nam đến gần hơn với công chúng trong và ngoài nước.

Với góc nhìn của một nhà sáng tạo nội dung, ông đánh giá Hội chợ Mùa Thu 2025 có điểm gì đặc biệt về quy mô, sức lan tỏa và ý nghĩa so với những sự kiện trước đây?

Tôi cho rằng, đã đến lúc chúng ta cần nhiều hơn những hội chợ, triển lãm lớn như thế này. Người dân có thể trực tiếp đến tham quan, chiêm ngưỡng những thành tựu đáng tự hào của Việt Nam. Khi có cơ hội trải nghiệm tại triển lãm A80, mới thật sự nhận ra rằng, đất nước mình có rất nhiều giá trị, nét đẹp văn hóa cần được giới thiệu rộng rãi hơn thông qua những sản phẩm quy mô như vậy.

Những sự kiện như Hội chợ Mùa Thu 2025 là nơi để tham quan, học hỏi và cảm nhận, để mọi người có thể hiểu sâu hơn về văn hóa, ẩm thực, đặc sản vùng miền, hay những giá trị truyền thống mà các làng nghề Việt vẫn bền bỉ gìn giữ. Phải có những hội chợ, triển lãm như thế này, chúng



Không chỉ là một sự kiện thương mại, Hội chợ Mùa Thu 2025 còn được kỳ vọng trở thành “kho báu sáng tạo” cho những người trẻ yêu văn hóa Việt. Phòng viên Báo Công Thương đã có cuộc trò chuyện với ông Trần Việt Anh – chủ kênh TikTok anhdoaiofficial sở hữu hơn 612 nghìn người theo dõi, được biết đến qua những video trải nghiệm về văn hóa, ẩm thực và nghề truyền thống Việt Nam.

► THUY DƯƠNG - THUY LINH (thực hiện)



KOL Trần Việt Anh trải nghiệm không gian làng nghề truyền thống trong khuôn khổ sự kiện A80, lan tỏa hình ảnh văn hóa Việt tới giới trẻ

ta mới được tận mắt chứng kiến và tự hào, thay vì chỉ để con trẻ tìm hiểu qua sách vở hay mạng xã hội.

Cơ hội khám phá, sáng tạo và chia sẻ hình ảnh đẹp của đất nước

Theo ông, sự tham gia của các nhà sáng tạo nội dung sẽ

mang lại giá trị và tác động như thế nào đối với công tác truyền thông, quảng bá Hội chợ Mùa Thu 2025? Qua sự kiện lần này, ông muốn gửi gắm thông điệp gì tới công chúng?

Bản thân tôi là một nhà sáng tạo nội dung, hiện đang thực hiện những sản phẩm liên quan đến văn hóa, các ngành nghề truyền

thống. Tôi trực tiếp trải nghiệm các nghề truyền thống đó để đưa hình ảnh gần gũi, dễ tiếp cận hơn đến khán giả. Ở vị trí của một nhà sáng tạo nội dung, tôi rất mong các bạn trẻ làm nghề có cơ hội tham gia những sự kiện như thế này, để lan tỏa hình ảnh văn hóa Việt Nam tới giới trẻ trong nước cũng như thế giới.

KOL Việt Anh tham gia livestream giới thiệu sản phẩm thủ công truyền thống tại sự kiện A80, góp phần quảng bá giá trị nghề Việt trên nền tảng số

Từ những sự kiện mang tính biểu trưng như thế này, du khách quốc tế cũng sẽ có cơ hội tiếp cận với văn hóa, ẩm thực, làng nghề Việt Nam tự nhiên và gần gũi hơn qua góc nhìn, phong cách thể hiện của thế hệ trẻ. Cách làm đó sẽ giúp các giá trị văn hóa được lan tỏa hiệu quả hơn nhiều so với việc chỉ truyền tải qua sách vở hay hình ảnh thông thường.

Tôi cũng muốn gửi gắm tới các bạn trẻ đang trên con đường sáng tạo nội dung, chúng ta đang có những cơ hội rất tốt để tạo ra những sản phẩm chất lượng, có chiều sâu hơn về văn hóa, ẩm thực, du lịch. Hội chợ Mùa Thu 2025 sẽ là một “kho báu” để các bạn khám phá, sáng tạo và chia sẻ những hình ảnh đẹp của đất nước đến với mọi người.

Thông qua những sự kiện như Hội chợ Mùa Thu 2025 hay triển lãm A80, tôi mong rằng, cộng đồng và các bộ, ban, ngành sẽ có những cơ chế để hợp thức hóa nghề sáng tạo nội dung, KOL, influencer... Bởi hiện nay, nghề này vẫn chưa được nhìn nhận chính thống và đúng đắn. Khi được công nhận, những người làm nghề sẽ có ý thức và trách nhiệm hơn với nội dung của mình.

Xin cảm ơn ông!



Hội chợ Mùa Thu 2025 là cơ hội để các nhà sáng tạo nội dung được gắn kết hơn với các cơ quan nhà nước như Bộ Công Thương – đơn vị được giao chủ trì tổ chức sự kiện này. Từ đó, cộng đồng sẽ có cái nhìn đúng đắn hơn về nghề sáng tạo nội dung và các bạn trẻ cũng có thêm môi trường, cơ hội để phát triển nghề nghiệp chuyên nghiệp, bền vững hơn.

KOL PEWPEW

Hội chợ mở ra cơ hội lớn cho các nhà sáng tạo nội dung

'Sân chơi giao thoa' cho 3 nhà

Là người từng bước ra khỏi vùng an toàn của truyền thông để thử sức trong lĩnh vực thương mại điện tử, PewPew nhìn nhận Hội chợ Mùa Thu 2025 như một "sân chơi giao thoa" giữa nhà quản lý - doanh nghiệp - thế hệ trẻ. Với anh, sự kiện này không chỉ là nơi trưng bày sản phẩm, mà còn là minh chứng cho tầm nhìn của Bộ Công Thương trong việc thúc đẩy một nền kinh tế thương mại đa chiều, kết hợp giữa truyền thống và công nghệ số.

Anh chia sẻ thêm: "Những sự kiện như thế này giúp rất nhiều chủ thể trong hệ sinh thái thương mại Việt Nam, từ sản xuất, buôn bán, quảng bá, sáng tạo nội dung cho đến người tiêu dùng đều có cơ hội kết nối và cùng học hỏi. Tôi hy vọng, đây sẽ là một dấu mốc, một bước khởi đầu cho chuỗi sự kiện không chỉ dừng ở mùa thu, mà còn lan tỏa sang những mùa khác, với nhiều chủ đề và định hướng phát triển mới."

Thương mại điện tử - minh chứng cho tư duy sáng tạo

Trong hai năm hoạt động sâu hơn trong lĩnh vực thương mại điện tử, PewPew hiểu rõ hơn ai hết về nhịp chuyển mình mạnh mẽ của nền kinh tế số Việt Nam. Anh chứng kiến sự thay đổi từ thói quen tiêu dùng, cách thức bán hàng, đến tư duy làm kinh tế của giới trẻ, những người đang biến thương mại điện tử thành mảnh đất sáng tạo không giới hạn.

"Thực ra, đây là một ngành rất mới, nhưng tiềm năng thì cực kỳ lớn, nhất là trong bối cảnh Nhà nước định hướng phát triển nền kinh tế số và hội nhập quốc tế sâu rộng. Nó không chỉ là chuyện bán hàng online như nhiều người từng nghĩ. Đằng sau đó là cả một hệ thống: Từ chăm sóc khách hàng, phát triển sản phẩm, R&D (Research and Development: Nghiên cứu và Phát triển), logistics cho tới xuất nhập khẩu. Và tất cả đều đang vận hành dựa trên sự đổi mới và sáng tạo" - PewPew chia sẻ.

Theo PewPew, thương mại điện tử chính là minh chứng cho tư duy sáng tạo và khả năng thích ứng của người trẻ Việt Nam. Thông qua môi trường trực tuyến, nhiều bạn trẻ đã khởi nghiệp, xây dựng thương hiệu cá nhân và đưa sản phẩm Việt đến gần hơn với thế giới.

KOL PewPew tên thật là Hoàng Văn Khoa đã có những chia sẻ về cơ hội cho các nhà sáng tạo nội dung trên nền tảng số khi Hội chợ Mùa Thu 2025 chuẩn bị được tổ chức.

> THUY DƯƠNG



Dưới góc nhìn của PewPew, Hội chợ Mùa Thu 2025 chính là nơi kết nối những nỗ lực đó, nơi mà người trẻ không chỉ đến để xem sản phẩm, mà còn có thể "chạm tay vào thực tế của thương trường", hiểu rõ hơn vai trò của mình trong nền kinh tế đang chuyển động mạnh mẽ từng ngày.

"Những bạn trẻ đến đây không chỉ để trải nghiệm, mà còn có thể thấy rõ tầm nhìn phát triển của đất nước, các doanh nghiệp Việt trong hành trình hướng đến một nền kinh tế tư nhân năng động, sáng tạo và bền vững" - anh nhấn mạnh.

Điều khiến PewPew xúc động nhất khi nói về Hội chợ Mùa

Thu 2025 chính là tinh thần kết nối giữa những nhà sáng tạo nội dung trẻ với cơ quan quản lý nhà nước. Anh cho rằng, việc Bộ Công Thương chủ động đồng hành, hỗ trợ các lĩnh vực mới và những người trẻ làm sáng tạo nội dung thể hiện tư duy cởi mở, hiện đại trong quản lý và phát triển kinh tế số. Sự hợp tác này không chỉ góp phần lan tỏa hình ảnh sản phẩm Việt, hỗ trợ doanh nghiệp trong nước mà còn giúp xây dựng một hệ sinh thái thương mại hiện đại, lành mạnh và bền vững.

Giá trị lớn nhất của những hội chợ như thế này không chỉ nằm ở quy mô hay doanh số, mà ở tác động lan tỏa. Sức lan tỏa từ sự kiện này sẽ giúp doanh nghiệp

trẻ nhận ra tiềm năng, giúp sản phẩm Việt tìm thấy cơ hội vươn ra thế giới và giúp người trẻ nhận thấy ngành nghề họ đang theo đuổi thực sự đóng góp cho xã hội.

Khi thương mại trở thành nguồn cảm hứng

Theo góc nhìn của PewPew, hội chợ không chỉ là nơi để giao thương hàng hóa, mà còn là biểu tượng của sự giao thoa giữa tầm nhìn quản lý, sáng tạo nội dung và tinh thần khởi nghiệp trẻ.

"Ở đây, thương mại không chỉ là chuyện trao đổi hàng hóa hay ký kết hợp đồng, mà còn là nơi lan tỏa cảm hứng" - anh nhấn mạnh.

Thông qua Hội chợ Mùa Thu 2025, PewPew bày tỏ mong muốn Bộ Công Thương sẽ tiếp tục duy trì, mở rộng thêm nhiều sự kiện như hội chợ lần này để tạo thêm không gian kết nối giữa doanh nghiệp, các tổ chức, nhà sáng tạo nội dung và người tiêu dùng. Anh tin rằng, khi cơ quan quản lý nhà nước, doanh nghiệp và thế hệ trẻ cùng chung tầm nhìn, sức mạnh cộng hưởng sẽ tạo nên những giá trị bền vững hơn cho nền kinh tế Việt Nam.

"Điều khiến tôi tâm đắc nhất là ở đây, mọi người đều có thể nhìn thấy mình trong bức tranh lớn của đất nước: Từ người nông dân trồng nguyên liệu, doanh nghiệp sản xuất, nhà sáng tạo nội dung quảng bá, đến người tiêu dùng. Tất cả đều là một phần của dòng chảy thương mại Việt Nam" - KOL PewPew chia sẻ.

Là nhà sáng tạo nội dung trẻ và hoạt động trong lĩnh vực thương mại điện tử, PewPew cũng cho rằng, thương mại không chỉ được đo bằng những con số mà còn được thể hiện qua nhiệt huyết, cảm hứng và khát vọng của con người.



Anh Hoàng Văn Khoa tham gia talkshow "Kiến tạo đất nước - Màn hình và đường truyền Internet"

Hội chợ Mùa Thu 2025 là sự kiện xúc tiến thương mại cấp quốc gia được ví như “siêu hội chợ 6 nhất”, không chỉ giới doanh nghiệp và các nhà quản lý mà cả cộng đồng sáng tạo nội dung trẻ cũng đang háo hức hưởng thụ sự kiện với nhiều kỳ vọng.

Trước thềm diễn ra sự kiện, những chia sẻ của các KOL, KOC đã mang đến một góc nhìn mới mẻ: Người trẻ đang trở thành cầu nối sáng tạo, kể câu chuyện hàng Việt bằng cách riêng của họ, gần gũi, sinh động và truyền cảm hứng.

Cầu nối giữa người Việt và hàng Việt

Cuộc vận động “Người Việt Nam ưu tiên dùng hàng Việt Nam” vốn quen thuộc nhiều năm qua đang được thổi làn gió mới bởi thế hệ sáng tạo trẻ. Một trong những gương mặt tiêu biểu là Nguyễn Thiên Minh Ngọc, chủ kênh Tiktok btvngocbamboo. Đối với Minh Ngọc, cơ hội được đồng hành cùng những sản phẩm nông nghiệp quê hương không chỉ là nghề nghiệp, mà còn là hành trình kết nối niềm tin.

“Từ khi trở thành một KOC, mình có nhiều cơ hội tiếp cận các mặt hàng nông sản trong nước hơn. Qua mỗi buổi livestream, mình thấy rõ sự kết nối giữa doanh nghiệp, người sản xuất và người tiêu dùng được thu hẹp. Người dân cũng yên tâm hơn khi lựa chọn sản phẩm của Việt Nam” - Minh Ngọc chia sẻ.

Đối với Minh Ngọc, quảng bá nông sản Việt không chỉ là công việc, mà còn là hành trình lan tỏa niềm tin vào sản phẩm quê hương. Trong bối cảnh thương mại điện tử và truyền thông số phát triển mạnh, những gương mặt như Minh Ngọc đang góp phần định hình xu hướng tiêu dùng mới: Đưa hàng Việt đến gần người Việt bằng câu chuyện thật và cảm xúc thật.

Không chỉ là hoạt động kinh doanh, đó còn là một cách lan tỏa giá trị Việt, từ chất lượng sản phẩm đến tinh thần tự tôn dân tộc. Với người trẻ hôm nay, việc đồng hành cùng hàng Việt không chỉ thể hiện lòng yêu nước, mà còn là niềm tin rằng sản phẩm Việt hoàn toàn có thể cạnh tranh sòng phẳng trên thị trường toàn cầu, nhất là khi được kể bằng những kênh hiện đại, sáng tạo và nhân văn hơn.

Cũng như nhiều người trẻ khác, Nguyễn Phương Lan - thành viên thuộc Schannel Network không giấu được sự phấn khích khi tìm hiểu về quy mô và cách tổ chức của Hội chợ Mùa Thu 2025.

“Ngay khi đọc những thông tin đầu tiên, mình đã cảm nhận được đây là sự kiện hoành tráng và được tổ chức chuyên nghiệp chưa từng có. Theo mình tìm hiểu, sự kiện này quy tụ 34 tỉnh, thành tham gia cùng hàng nghìn gian hàng và quầy ẩm thực. Đây không chỉ là nơi quảng bá sản phẩm, mà còn là điểm hẹn văn hóa, nơi người trẻ có thể khám phá sự đa dạng của ẩm thực, du lịch, văn hoá, tất cả hội tụ trong không gian mang sắc thu Việt Nam” - Phương Lan chia sẻ.

Ở góc độ truyền thông, sự hào hứng của Phương Lan cho thấy cách người trẻ tiếp cận văn hóa Việt qua trải nghiệm, tương tác và cảm xúc trực quan. Họ không chỉ tham quan những gian hàng tại hội chợ, mà còn kể lại những trải nghiệm đó cho cộng đồng theo dõi trên mạng xã hội. Qua đó, lan tỏa những sản phẩm mang đậm văn hóa Việt Nam đến nhiều bạn bè trong và ngoài nước.

Phương Lan tin rằng, khi được trao cơ hội đồng hành cùng các sự kiện quốc gia như Hội chợ Mùa Thu 2025, người trẻ sẽ trở thành “đại sứ tự nhiên” truyền đi hình ảnh đất nước năng động, sáng tạo và thân thiện.

Người trẻ kể câu chuyện hàng Việt bằng cách riêng

Giữa bức tranh hội nhập kinh tế sôi động, Hội chợ Mùa Thu 2025 trở thành điểm giao thoa của thương mại và sáng tạo. Ở đó, thế hệ sáng tạo trẻ Việt Nam không chỉ quảng bá những sản phẩm, mặt hàng mà còn kể câu chuyện về niềm tin, bản sắc và khát vọng phát triển của đất nước.

➤ ĐỎ THỦY



Nguyễn Thiên Minh Ngọc - Biên tập viên, chủ kênh Tiktok btvngocbamboo



Nguyễn Phương Lan - thành viên Schannel chia sẻ cảm nghĩ về Hội chợ Mùa Thu 2025



Chủ kênh Blog của Rọt, anh Bùi Ngọc Công mong muốn mang câu chuyện về sản phẩm và văn hóa Việt Nam ra cộng đồng quốc tế

Sự góp mặt của các bạn trẻ hoạt động trong lĩnh vực KOL, KOC trong hoạt động truyền thông của hội chợ đã thể hiện được chiến lược xúc tiến thương mại gắn với chuyển đổi số và công nghiệp văn hóa, giúp hàng Việt không chỉ hiện diện trên kệ hàng, mà còn lan tỏa trong nhận thức xã hội.

“Mình mong các bạn trẻ đến với hội chợ sẽ giống như mình, háo hức tìm hiểu, khám phá và thêm yêu những giá trị Việt.” - Phương Lan bày tỏ.

Nếu Minh Ngọc kể câu chuyện hàng Việt qua lăng kính kết nối sản xuất - tiêu dùng, Phương Lan chia sẻ góc nhìn về Hội chợ Mùa Thu 2025 như một không gian văn hóa Việt sống động, thì Bùi Ngọc Công - chủ kênh Blog của Rọt có sự quan tâm sâu sắc đến khía cạnh hội nhập quốc tế.

“Mình thấy đây là hội chợ lớn nhất từ trước đến nay tại Việt Nam. Hội chợ không chỉ là dịp để doanh nghiệp và người bán hàng giao lưu, quảng bá sản phẩm, mà còn là cơ hội để Việt Nam kể câu chuyện của mình với bạn bè thế giới, về văn hóa, nghệ thuật và tinh thần Việt” - Ngọc Công nhấn mạnh.

Những chia sẻ về góc nhìn của các bạn trẻ về Hội chợ Mùa Thu 2025 đã phản ánh đúng tinh thần mà Bộ Công Thương và các đơn vị đồng tổ chức hướng đến: Một sự kiện thương mại - văn hóa có quy mô quốc gia, nhưng tầm nhìn quốc tế, nơi thông điệp “Kết nối con người với sản xuất và kinh doanh” được thể hiện xuyên suốt.

Với quy mô hơn 130.000 m² trưng bày với 3.000 gian hàng, Hội chợ Mùa Thu 2025 không chỉ là “siêu hội chợ 6 nhất”, mà còn là nền tảng kết nối sáng tạo - kinh tế - công nghiệp văn hóa trong thời kỳ hội nhập mới.

Sân khấu cho những người trẻ kể chuyện hàng Việt

Chia sẻ của các bạn trẻ cho thấy một điểm chung về niềm tin và niềm tự hào về sản phẩm Việt. Họ là đại diện cho thế hệ sáng tạo - những người trẻ có khả năng biến thông điệp kinh tế khó khan thành câu chuyện gần gũi, truyền cảm hứng.

Với sức lan tỏa mạnh mẽ của các nền tảng số, mỗi video, mỗi chiến dịch truyền thông của các KOL, KOC hôm nay đều có thể trở thành “cầu nối mềm” giữa thương hiệu Việt và người tiêu dùng hiện đại. Họ truyền tải đến người xem về văn hóa và sản phẩm Việt Nam qua những câu chuyện, điều mà quảng cáo truyền thống khó đạt được.

Hội chợ Mùa Thu 2025 không chỉ là không gian trưng bày sản phẩm, mà còn là “sân khấu mở” cho sáng tạo, nơi thế hệ trẻ, doanh nghiệp và nhà quản lý có thể đối thoại, cùng kể câu chuyện thương hiệu Việt theo cách mới: Trẻ trung, hiện đại nhưng cũng đầy cảm xúc. ■

Hội chợ Mùa Thu 2025 là cơ hội để TP. Đà Nẵng quảng bá, định vị sản phẩm thế mạnh của Đà Nẵng ở thị trường trong nước; chất xúc tác để sản phẩm thành phố “vuon mình” ra thị trường quốc tế.

► Bài và ảnh: VŨ LÊ

Trao đổi với phóng viên Báo Công Thương, ông Huỳnh Xuân Sơn - Phó Giám đốc Sở Công Thương TP. Đà Nẵng - cho biết, sau sáp nhập, thành phố Đà Nẵng (mới) có hơn 550 sản phẩm OCOP, trong đó, có gần 100 sản phẩm OCOP 4 sao và OCOP 5 sao. Thành phố có 158 sản phẩm công nghiệp nông thôn tiêu biểu, trong đó 19 sản phẩm là sản phẩm công nghiệp nông thôn tiêu biểu cấp khu vực và cấp quốc gia.

Các sản phẩm ngày càng đa dạng về chủng loại, giá trị sử dụng cao, thể hiện tiềm năng phát triển thương hiệu mạnh, gắn với bản sắc văn hóa địa phương và xu hướng phát triển bền vững.

ĐÀ NẴNG

Định vị sản phẩm thế mạnh

Đặc biệt, thành phố đang sở hữu những nông sản thế mạnh, nổi trội như quốc bảo sâm Ngọc Linh, trầm hương Tiên Phước...

Sau sáp nhập, TP. Đà Nẵng đã chủ động tổ chức nhiều hoạt động quảng bá, xúc tiến thương mại, tuy nhiên, cơ hội để quảng bá thương hiệu cho các sản phẩm ở hội chợ triển lãm quy mô lớn còn hạn chế. Vì vậy, Hội chợ Mùa Thu chính là cơ hội để sản phẩm của Đà Nẵng khẳng định thương hiệu, vị thế ở thị trường trong nước. “Đối với Đà Nẵng, việc tham gia hội chợ mang ý nghĩa quan trọng cả về xúc tiến thương mại lẫn quảng bá hình ảnh thành phố năng động, hội nhập. Đây là cơ hội để thúc đẩy xây dựng thương hiệu sản phẩm Đà Nẵng trên bản đồ hàng Việt Nam chất lượng cao”, ông Sơn nói.

Các sản phẩm tham gia Hội chợ Mùa Thu của TP. Đà Nẵng đều là sản phẩm OCOP từ 4 sao trở lên; sản phẩm công nghiệp nông thôn tiêu biểu cấp khu vực, cấp quốc gia; bên cạnh đó là các sản phẩm khởi nghiệp. “Theo ước tính của Ban Tổ chức, sẽ có hơn 500.000 lượt khách tham quan mỗi ngày, đây sẽ là cơ hội rất lớn để sản phẩm Đà Nẵng



TP. Đà Nẵng mang đến Hội chợ Mùa Thu 2025 những sản phẩm thế mạnh, đậm bản sắc địa phương

quảng bá thương hiệu, “test” thị trường, lắng nghe các góp ý phản hồi của người tiêu dùng hoàn thiện hơn mẫu mã, chủng loại. Đồng thời, với những sản phẩm đặc sản lợi thế, chúng tôi kỳ vọng hội chợ sẽ là cơ hội để nông sản Đà Nẵng định vị được chỗ đứng

ở thị trường trong nước”, lãnh đạo Sở Công Thương Đà Nẵng chia sẻ.

Lãnh đạo Sở Công Thương TP. Đà Nẵng đánh giá, Hội chợ Mùa Thu là sự kiện thương mại lớn nhất từ trước đến nay, quy tụ tất cả 34 tỉnh, thành phố trong cả

nước và hàng trăm doanh nghiệp trong và ngoài nước, do Bộ Công Thương chủ trì, Chính phủ chỉ đạo. Đây không chỉ là hội chợ xúc tiến thương mại trong nước, mà mang tầm quốc tế; là cơ hội để quảng bá nông sản Việt Nam đến với thế giới.

Đặc biệt, với điểm nhấn là sự tham gia của hơn 200 nhà mua hàng quốc tế, hội chợ chính là “chất xúc tác” giúp doanh nghiệp Đà Nẵng gặp gỡ, tìm kiếm cơ hội xuất khẩu sản phẩm sang thị trường mới.

Hàng hóa Đà Nẵng hiện nay đã hiện diện ở thị trường 120 quốc gia trên thế giới. Tuy nhiên, kim ngạch xuất khẩu đối với các mặt hàng nông sản đặc sản còn chưa như kỳ vọng. Một trong những lý do là doanh nghiệp chưa tiếp cận được nhiều với các nhà mua hàng quốc tế, uy tín; còn hạn chế trong việc nắm bắt các quy cách, quy chuẩn hàng hóa ở các thị trường lớn. “Vì vậy, Sở Công Thương kỳ vọng các doanh nghiệp sẽ tận dụng tối đa dịp này mở rộng hợp tác, ký kết hợp đồng, đưa sản phẩm Đà Nẵng vươn ra thị trường quốc tế”, Phó Giám đốc Sở Công Thương TP. Đà Nẵng Huỳnh Xuân Sơn nói. ■

TÂY NINH

Kỳ vọng nâng tầm thương hiệu, kết nối giao thương

Sở Công Thương tỉnh Tây Ninh cho biết, Hội chợ Mùa Thu 2025 là sự kiện thương mại có quy mô lớn nhất từ trước đến nay, vì vậy tỉnh xác định đây là dịp đặc biệt để giới thiệu toàn diện hình ảnh địa phương, tiềm năng, thế mạnh trong các lĩnh vực kinh tế, thương mại, kết nối giao thương - từ sản phẩm, doanh nghiệp đến văn hóa và con người.

Toàn bộ khu triển lãm của tỉnh được thiết kế theo chủ đề “Tây Ninh - Hội nhập và phát triển bền vững”. Qua đó, thể hiện hình ảnh Tây Ninh năng động, sáng tạo, hướng đến kinh tế xanh và chuyển đổi số.

Tỉnh Tây Ninh tham gia Hội chợ Mùa Thu 2025 với 3 khu vực chính: Khu triển lãm và kết nối giao thương (200 m²), tập trung trưng bày nông sản chủ lực như thanh long, chanh không hạt, măng cầu, yến... cùng sản phẩm công nghiệp, thủ công mỹ nghệ và logistics, lấy cảm hứng thiết kế từ dòng chảy sông Vàm Cỏ; khu gian hàng doanh nghiệp quy tụ 20 doanh nghiệp với các sản phẩm OCOP, hàng tiêu dùng, thực phẩm, hóa mỹ phẩm, nông sản chế biến; khu ẩm thực “Thu Mỹ Vị” nơi du khách có thể thưởng thức bánh

Tại Hội chợ Mùa Thu 2025, tỉnh Tây Ninh sẽ mang đến một không gian triển lãm quy mô lớn, hiện đại, giới thiệu hệ sinh thái sản phẩm - doanh nghiệp đặc trưng từ nông sản, công nghiệp, logistics đến ẩm thực và văn hóa bản địa - một hình ảnh Tây Ninh phát triển xanh và bền vững.

► HOÀNG CHIẾN

canh Trảng Bàng, bánh tráng, muối tôm, chả giò,... mang đậm hương vị Tây Ninh.

Trong đó, không gian triển lãm chủ đề “Tây Ninh - Hội nhập và phát triển bền vững” được thiết kế hiện đại, ứng dụng công nghệ trình chiếu Led và hình ảnh trực quan sinh động, thể hiện một tỉnh Tây Ninh năng động, thân thiện, đang chuyển mình mạnh mẽ theo hướng kinh tế xanh, chuyển đổi số và phát triển bền vững.

Tất cả được chuẩn bị kỹ lưỡng, phối hợp chặt chẽ giữa Sở Công Thương và các đơn vị liên quan, mang đến hình ảnh



Sản phẩm muối ớt đạt chuẩn OCOP 3 sao được trưng bày, quảng bá tại Hội chợ Công nghiệp thương mại, sản phẩm OCOP và đặc sản vùng miền tỉnh Tây Ninh

Ảnh: BTN

một Tây Ninh chuyên nghiệp, hội nhập và giàu bản sắc.

Trao đổi với phóng viên Báo Công Thương, ông Trần Đăng Tiến - Phó Giám đốc Sở Công Thương tỉnh Tây Ninh - cho biết, Sở Công Thương Tây Ninh đã chủ động tham mưu UBND tỉnh ban hành kế hoạch tham gia và xây dựng phương án triển khai chi tiết từ rất sớm.

“Chúng tôi xác định đây là sự kiện quy mô lớn, với tinh thần chủ động, sáng tạo và hội nhập, mang đến hình ảnh một địa phương năng động, hiện đại, phát triển xanh và bền vững. Vì vậy, công tác chuẩn bị được tiến hành đồng bộ,

bài bản và có chiều sâu từ khâu tuyển chọn sản phẩm, thiết kế gian hàng, đến tổ chức nhân sự, hậu cần và truyền thông” - ông Trần Đăng Tiến cho biết.

Bên cạnh trưng bày sản phẩm tiêu biểu, các doanh nghiệp của tỉnh sẽ trực tiếp kết nối giao thương, giới thiệu sản phẩm và tìm kiếm cơ hội hợp tác đầu tư với các đối tác trong và ngoài nước. Tỉnh đặt kỳ vọng không chỉ giới thiệu những sản phẩm đặc trưng mà còn mở ra cơ hội hợp tác sâu hơn trong các lĩnh vực: Công nghiệp chế biến, nông nghiệp công nghệ cao, logistics và du lịch.

Ngoài ra, tỉnh còn giới thiệu các sản phẩm OCOP 4 - 5 sao, các sản phẩm công nghiệp nông thôn tiêu biểu và đặc sản nông nghiệp chủ lực.

Công tác tuyển chọn được thực hiện kỹ lưỡng, dựa trên tiêu chí chất lượng, uy tín thương hiệu, khả năng thương mại hóa và giá trị văn hóa bản địa. Sở Công Thương phối hợp các ngành lựa chọn doanh nghiệp tiêu biểu đại diện cho từng lĩnh vực, bảo đảm hình ảnh tỉnh Tây Ninh hiện đại, năng động và xứng tầm trong không gian hội nhập quốc gia. ■

Nông sản sạch Tây Nguyên “đổ bộ” đến Hội chợ Mùa Thu 2025, hứa hẹn tạo điểm nhấn cho bức tranh nông nghiệp xanh, bền vững.

➤ VŨ LONG

ĐẮK LẮK

Nông sản sạch tạo điểm nhấn

Trao đổi với phóng viên Báo Cộng Thương, ông Ngô Văn Tượng - Giám đốc Trung tâm Khuyến công và Xúc tiến Thương mại (Sở Công Thương Đắk Lắk) - cho biết, tham gia Hội chợ Mùa Thu 2025 tỉnh sẽ lựa chọn những sản phẩm mang nét đặc trưng riêng của tỉnh Đắk Lắk và sẽ chốt danh sách trong thời gian tới. Đồng thời, tỉnh đã hoàn tất các khâu chuẩn bị để đưa sản phẩm nông sản ra tham dự hội chợ.

Bà Mai Anh Xuân - đại diện Công ty TNHH Thương mại dịch vụ nông trại EDE (người đồng sáng lập thương hiệu MISS

EDE, phường Buôn Ma Thuật, tỉnh Đắk Lắk) - cho hay, công ty đã đăng ký để tham gia Hội chợ Mùa Thu 2025. Đây cũng là thương hiệu được tỉnh Đắk Lắk chọn lựa, cử đi tham dự Triển lãm “80 năm hành trình Độc lập - Tự do - Hạnh phúc” tại VEC vừa qua.

“Tại hội chợ, MISS EDE sẽ phục vụ miễn phí 15.000 ly sô cô la nóng và cà phê chất lượng cao mang hương vị đặc sản Tây Nguyên đến gần hơn với người tiêu dùng và đối tác trong nước. Vị trí gian hàng của MISS EDE là Hall 5 - 25G, nằm ngay đối diện gian hàng lớn của Bộ Nông nghiệp và



Bộ trưởng Nguyễn Hồng Diên tham quan các sản phẩm OCOP tỉnh Đắk Lắk

Ảnh: Vũ Long

Môi trường. Gian hàng được thiết kế với không gian trải nghiệm ẩm thực, kết hợp giữa hình ảnh văn hoá Tây Nguyên và tinh thần hội nhập quốc tế. Chúng tôi luôn trân trọng cơ hội phục vụ người dân, người tiêu dùng để lan toả hương vị Việt chất lượng cao”, bà Mai Anh Xuân bày tỏ.

Còn bà Lê Thị Mỹ Hạnh - Chủ tịch Hội đồng quản trị Công ty Cổ phần Banana Brothers Farm (Đắk Lắk) - cho biết, công ty sẽ

mang sản phẩm chuối tươi chất lượng cao được trồng và thu hoạch tại huyện M'Drak tỉnh Đắk Lắk tham dự tại Hội chợ Mùa Thu 2025. “Sản phẩm chuối của Banana Brothers Farm hiện được tiêu thụ lớn tại thị trường Trung Quốc và được thị trường các nước lân cận công nhận về chất lượng sản phẩm. Đắk Lắk không chỉ nổi tiếng với cà phê vươn tầm thế giới mà nay các sản phẩm hoa quả chất lượng cao trong đó có chuối

tươi, sầu riêng, chanh leo... đang ngày càng phát triển, được nhiều nước chọn để nhập khẩu”, bà Hạnh nói.

Với sự chuẩn bị chu đáo và khát vọng khẳng định thương hiệu nông sản Việt, tỉnh Đắk Lắk đang sẵn sàng bước vào Hội chợ Mùa Thu 2025 như một hành trình quảng bá bản sắc, nâng tầm vị thế nông sản Tây Nguyên trên bản đồ nông nghiệp xanh, bền vững. ■

NÔNG SẢN LÂM ĐỒNG

Mở rộng thị trường tiêu thụ

Hội chợ Mùa Thu 2025 là kênh xúc tiến thương mại tập trung, tạo môi trường kết nối cung - cầu, kích cầu tiêu dùng, thúc đẩy sản xuất, kinh doanh, mở rộng xuất nhập khẩu. Hội chợ cũng là một công cụ chính sách để “làm mới động lực tăng trưởng cũ”, đóng góp tích cực cho thúc đẩy tăng trưởng địa phương, trong đó có Lâm Đồng.

➤ LÊ SON - DUY TÍN

Trao đổi với phóng viên Báo Cộng Thương, bà Nguyễn Thị Lan Hương - Giám đốc Công ty TNHH SXTM Hana - cho biết, là đơn vị chuyên sản xuất về các sản phẩm đông trùng hạ thảo, tham gia Hội chợ Mùa Thu 2025 công ty mong muốn quảng bá rộng rãi sản phẩm đặc trưng của mình cũng là sản phẩm nông



Các sản phẩm công nghiệp nông thôn tiêu biểu được Sở Công Thương giới thiệu tại Hội nghị xúc tiến đầu tư tỉnh Lâm Đồng năm 2025

nghiệp công nghệ cao Lâm Đồng, đồng thời tìm kiếm các đối tác kinh doanh tiềm năng.

“Tôi hy vọng thương hiệu và sản phẩm của Công ty Hana sẽ được nhiều người tiêu dùng và đối tác biết đến hơn, tạo dựng niềm tin và sự yêu thích đối với sản phẩm địa phương. Qua đó, góp phần nâng cao giá trị và vị thế của sản phẩm đặc trưng Lâm Đồng trên thị trường”, bà Nguyễn Thị Lan Hương chia sẻ.

Theo bà Cao Thị Thanh - Phó Giám đốc Sở Công Thương tỉnh Lâm Đồng, việc tham gia Hội

chợ Mùa Thu 2025 có ý nghĩa vô cùng quan trọng, giúp các doanh nghiệp quảng bá, giới thiệu được các sản phẩm tiêu biểu, chất lượng cao của tỉnh đến đông đảo người tiêu dùng trong và ngoài nước; qua đó khơi dậy tinh thần yêu nước với thông điệp: “Người Việt Nam ưu tiên dùng hàng Việt Nam”, tạo dựng và khẳng định thương hiệu sản phẩm đặc trưng, thế mạnh của tỉnh Lâm Đồng. Từ đó, tạo cơ hội để doanh nghiệp, đặc biệt là doanh nghiệp nhỏ và vừa, tiếp cận trực tiếp với các nhà nhập khẩu, nhà phân phối lớn

trong nước và quốc tế, mở rộng kênh tiêu thụ sản phẩm; thúc đẩy hợp tác đầu tư, chuyển giao công nghệ, phát triển sản xuất xanh và bền vững.

Sở Công Thương xác định, đây là nhiệm vụ đặc biệt quan trọng trong việc xây dựng hình ảnh tỉnh Lâm Đồng là một tỉnh đa vùng, đa văn hóa, đa tiềm năng, được thiên nhiên ưu đãi về khí hậu, thổ nhưỡng và là vùng sản xuất nông nghiệp công nghệ cao hàng đầu cả nước. Ngay từ khi nhận được ý kiến chỉ đạo của UBND tỉnh

tại Công văn số 4355/UBND-XDCT ngày 30/9/2025 về việc thực hiện Công điện số 172/CD-TTg ngày 25/9/2025 của Thủ tướng Chính phủ và Công điện số 7734/CD BCT của Bộ Công Thương về việc phối hợp, chỉ đạo tổ chức Hội chợ Mùa Thu 2025, Sở Công Thương đã khẩn trương triển khai và phối hợp với các sở, ngành của tỉnh rà soát và mời các doanh nghiệp sản xuất, kinh doanh các mặt hàng đặc trưng, thế mạnh của tỉnh như cà phê, chè, mắc ca, nước mắm, thủy hải sản các loại, rau củ quả trái cây, nông sản sấy, hoa, tiêu, điều, tơ lụa, sản phẩm thổ cẩm, khoáng sản... tích cực tham gia hội chợ; các doanh nghiệp tham gia được hỗ trợ 100% chi phí gian hàng; tham gia các hội nghị, hội thảo, diễn đàn, kết nối giao thương.

Đồng thời, Sở Công Thương phối hợp với đơn vị tư vấn, các sở, ngành và các doanh nghiệp của tỉnh lên thiết kế không gian trưng bày của tỉnh Lâm Đồng tại Hội chợ Mùa Thu 2025. Đến nay, công tác chuẩn bị tổ chức hội chợ đang được Sở Công Thương khẩn trương triển khai thực hiện. ■

CÔNG NGHIỆP VĂN HÓA

Từ SẢN PHẨM SÁNG TẠO đến GIÁ TRỊ KINH TẾ



Công nghiệp văn hóa Việt Nam đang có bước phát triển mạnh mẽ

Hướng tới trụ cột kinh tế

Thực tiễn những năm gần đây cho thấy, công nghiệp văn hóa (CNVH) Việt Nam đang bắt phá ngoạn mục, lan tỏa sức sống mới trong đời sống xã hội. Những concert quốc gia quy mô hàng chục nghìn khán giả không chỉ là bữa tiệc âm nhạc hoành tráng mà còn là “nhịp cầu” kết nối các thế hệ, nơi khúc ca cách mạng hòa cùng âm thanh hiện đại, tạo nên bản giao hưởng của niềm tự hào dân tộc.

Các lễ hội truyền thống được tổ chức ngày càng chuyên nghiệp, vừa tôn vinh di sản cha ông, vừa mở rộng không gian thương thức văn hóa cho nhân dân. Bên cạnh đó, điện ảnh, thời trang, ẩm thực và thủ công mỹ nghệ Việt Nam đang cùng nhau kể câu chuyện về một đất nước năng động, sáng tạo và biết gìn giữ cội nguồn, góp phần bồi đắp khối đại đoàn kết dân tộc bằng những sắc màu văn hóa đặc trưng.

Theo Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch (VHTT&DL), trong giai đoạn 2016 - 2018, 12 ngành CNVH đã đóng góp doanh thu khoảng 8,081 tỷ USD (tương đương 3,61% GDP). Năm 2021, đóng góp của CNVH đạt 3,92% GDP; năm 2022 tăng lên 4,04% GDP. Giá trị sản xuất của các ngành CNVH trong giai đoạn 2018 - 2022 đóng góp ước đạt 44 tỷ USD. Với đà tăng trưởng này, Chính phủ

đã giao cho Bộ VHTT&DL làm đầu mối, phối hợp để xây dựng Chiến lược phát triển các ngành CNVH Việt Nam đến năm 2030 tầm nhìn đến năm 2045.

Theo dự thảo Chiến lược phát triển các ngành CNVH đến năm 2030, tầm nhìn đến năm 2045, Việt Nam đặt mục tiêu các ngành này sẽ đóng góp ít nhất 7% GDP đến năm 2030. Đến năm 2045, phần đầu đóng góp 9% GDP và thu hút 6 triệu lao động để trở thành quốc gia phát triển về CNVH trong khu vực châu Á; khẳng định vị thế của Việt Nam trên bản đồ công nghiệp văn hóa thế giới.

Chia sẻ với phóng viên Báo Công Thương, ông Lê Công Năng - Chủ tịch Công ty Wondertour - cho biết, hiện nhiều lĩnh vực như du lịch, điện ảnh, thiết kế, âm nhạc, quảng cáo và nghệ thuật trình diễn đang có tiềm năng tăng trưởng rất cao. Tuy nhiên, vấn đề không chỉ nằm ở con số. Bởi, hiện vẫn còn thiếu cơ chế, chính sách cụ thể. Nội dung, hình thức sản phẩm, dịch vụ trong các lĩnh vực CNVH còn hạn chế.

Trong giai đoạn hiện nay, phát triển ngành CNVH không chỉ là yêu cầu khách quan, mà còn là con đường để khơi dậy sức sáng tạo, củng cố khối đại đoàn kết toàn dân và nâng cao vị thế Việt Nam trên trường quốc tế. Do đó, theo PGS.TS Bùi

Phát triển công nghiệp văn hóa, công nghiệp giải trí là xu hướng chung của thế giới. Đối với Việt Nam, ngành công nghiệp văn hóa hiện đang có địa vị phát triển rất lớn.

> BẢO THOA

Hoài Sơn - Ủy viên chuyên trách Ủy ban Văn hóa, Xã hội của Quốc hội - để hiện thực hóa khát vọng ấy, đổi mới tư duy và đột phá cách làm chính là “chìa khóa” mở ra tương lai cho một nền CNVH Việt Nam hiện đại, giàu bản sắc và đầy sức sống.

Thúc đẩy thị trường cho sản phẩm công nghiệp văn hóa

Tại Hội chợ Mùa Thu 2025, Bộ VHTT&DL sẽ tổ chức phân khu “Tinh hoa Văn hóa Việt” giới thiệu sản phẩm và dịch vụ với chất lượng cao từ các ngành công nghiệp văn hóa Việt Nam. Tại đây, âm nhạc, thời trang, điện ảnh, mỹ thuật, xuất bản và ẩm thực hòa quyện, thể hiện bản lĩnh sáng tạo và sức sống văn hóa Việt trong kỷ nguyên số, đồng thời mở ra cơ hội giao thương giữa văn hóa - kinh tế - du lịch.

Phân khu “Tinh hoa Văn hóa Việt” hứa hẹn sẽ là nhịp cầu giao thương, xúc tiến, quảng bá các sản phẩm, dịch vụ theo

hướng chuyên nghiệp nhằm thúc đẩy phát triển thị trường cho các sản phẩm CNVH, góp phần tăng cường hợp tác, ký kết giao thương, phát triển thương hiệu, sản phẩm, dịch vụ các ngành CNVH.

Theo Thứ trưởng Bộ VHTT&DL Hồ An Phong, Hội chợ Mùa Thu 2025 là dịp để quảng bá văn hóa, giới thiệu các ngành CNVH Việt Nam với quốc tế. Người dân đến với hội chợ không chỉ trải nghiệm mua sắm mà còn để thưởng thức văn hóa. Đồng thời, việc đưa các ngành CNVH vào hội chợ sẽ giúp phát triển thị trường, tạo sự hấp dẫn để hội chợ trở thành hoạt động thu hút lớn.

PGS.TS Bùi Hoài Sơn cho rằng, văn hóa chính là cầu nối làm nên sức sống của thị trường, là giá trị mềm tạo nên sự khác biệt cho sản phẩm Việt Nam. Vì vậy, việc Bộ VHTT&DL đảm nhận phân khu “Tinh hoa Văn hóa Việt” trong hội chợ là một bước đi rất đúng đắn, giúp văn hóa trở thành nguồn lực phát triển chứ không chỉ là phần trang trí. Tuy nhiên, nếu coi Hội chợ Mùa Thu 2025 là nơi để văn hóa và thương mại cùng tỏa sáng, các doanh nghiệp và đơn vị ngành văn hóa cần mang đến đó những giá trị tiêu biểu nhất của bản sắc Việt, được thể hiện bằng ngôn ngữ hiện đại và hấp dẫn của thị trường.

Nhấn mạnh thêm việc Hội chợ Mùa Thu 2025 không chỉ là sân chơi của doanh nghiệp, mà còn là “sân khấu” lan tỏa các giá trị văn hóa, ở góc độ doanh nghiệp, theo ông Lê Công Năng, khi khách quốc tế đến hội chợ, họ không chỉ mua sản phẩm, mà còn mang về hình ảnh một Việt Nam sáng tạo, hòa bình, thân thiện. ■

“Phát triển CNVH là yêu cầu cấp thiết nhằm khơi dậy khát vọng phát triển đất nước phồn vinh, hạnh phúc, với văn hóa là nền tảng tinh thần, “sức mạnh mềm” nâng cao vị thế quốc gia.



Ảnh minh họa

Mỗi địa phương một sắc màu, một kỳ vọng nhưng cùng chung niềm tin rằng Hội chợ Mùa Thu 2025 sẽ mở ra “sân khấu lớn” để hàng Việt tỏa sáng, thương hiệu vùng miền được lan tỏa và năng lực xúc tiến thương mại địa phương được nâng lên tầm khu vực.

“Sân khấu lớn” để hàng Việt tỏa sáng

➤ NHÓM PHÒNG VIÊN

Bà Võ Phương Thủy - Giám đốc Sở Công Thương Đồng Tháp:

Quảng bá các giá trị văn hóa, dịch vụ tiêu biểu

Tham dự hội chợ, doanh nghiệp tỉnh Đồng Tháp không chỉ giới thiệu sản phẩm hàng hóa, mà còn quảng bá các giá trị văn hóa, dịch vụ tiêu biểu. Đây là bước đi chiến lược, nhằm tối ưu hóa cơ hội kinh doanh và thúc đẩy sự phát triển toàn diện của nền kinh tế.

Các doanh nghiệp tham gia trực tiếp và trưng bày các sản phẩm OCOP, sản phẩm đặc sản, đặc trưng và sản phẩm làng nghề truyền thống của địa phương.

Thông qua chương trình này giúp các doanh nghiệp có cơ hội giao lưu học hỏi và tiếp cận với những sản phẩm, công nghệ mang xu hướng tương lai từ các doanh nghiệp lớn trên thế giới. Từ đó, tìm hiểu và bắt tay vào tiếp tục nghiên cứu đầu tư và chuẩn bị để bắt kịp với xu hướng thời đại.



Ông Võ Quốc Hùng - Phó Giám đốc
Sở Công Thương tỉnh Quảng Ngãi:

18 doanh nghiệp tiêu biểu tham gia hội chợ



Hội chợ Mùa Thu năm 2025 là kênh xúc tiến thương mại tập trung, tạo môi trường kết nối cung - cầu, kích cầu tiêu dùng, thúc đẩy sản xuất kinh doanh, mở rộng xuất nhập khẩu của tỉnh. Vì vậy, Sở Công Thương xác định, những sản phẩm tham gia trưng bày hội chợ lần này đều mang tính chất đặc trưng của tỉnh Quảng Ngãi. Hội chợ cũng là cơ hội để các chủ thể doanh nghiệp mở rộng giao thương, kết nối, trao đổi sản phẩm hàng hóa. Không chỉ dừng ở thị trường nội địa, các doanh nghiệp Quảng Ngãi kỳ vọng thông qua hội chợ sẽ tìm được đối tác chiến lược, từng bước đưa sản phẩm địa phương vươn ra thị trường quốc tế.

Sở Công Thương đã lựa chọn 18 đơn vị có những sản phẩm đặc trưng, sản phẩm tiêu biểu đã đạt thương hiệu quốc gia để tham gia hội chợ. Tiêu biểu như: Sâm Ngọc Linh, sâm dây, tỏi Lý Sơn, quế Trà Bồng, muối Sa Huỳnh...

Ông Vũ Hồng Sơn - Giám đốc Sở Công Thương tỉnh Điện Biên:

Hương sắc Điện Biên lan tỏa tại Hội chợ Mùa Thu 2025

Với khu gian hàng rộng 200 m², Điện Biên giới thiệu các sản phẩm công nghiệp, tiểu thủ công nghiệp, làng nghề truyền thống, nông sản, lâm sản, sản phẩm OCOP cùng các đặc sản và dịch vụ du lịch đặc trưng. Đặc biệt, các hoạt động quảng bá, trình diễn ẩm thực truyền thống của đồng bào dân tộc Thái như xôi nếp nướng, cá nướng, thịt trâu gác bếp, góp phần lan tỏa giá trị văn hóa ẩm thực vùng Tây Bắc.

Sở Công Thương, với vai trò cơ quan chủ trì do UBND tỉnh giao, chịu trách nhiệm toàn diện về nội dung, chất lượng và tiến độ khu gian hàng của tỉnh. Hiện, sở đang phối hợp chặt chẽ với các sở, ngành, đơn vị liên quan để chuẩn bị chu đáo, bảo đảm hội chợ diễn ra thành công, hiệu quả. Đồng thời, sở tham mưu lựa chọn các doanh nghiệp, làng nghề, hợp tác xã tiêu biểu, hướng dẫn tham gia xúc tiến thương mại, kết nối giao thương và ký kết hợp tác trong khuôn khổ hội chợ.

Thông qua sự kiện, chúng tôi kỳ vọng mở rộng cơ hội hợp tác đầu tư, tăng cường quảng bá thương hiệu, khẳng định vị thế và bản sắc riêng của sản phẩm Điện Biên trên thị trường quốc gia và quốc tế.



Ông Lê Tiến Dũng - Phó Giám đốc
Sở Công Thương Thanh Hóa:

Điểm nhấn từ 4 phân khu của địa phương



Vị trí Thanh Hóa tham gia phân khu 4: “Thu đất Việt - Sắc hương Thu” tại Hội chợ Mùa Thu 2025 là hoạt động xúc tiến thương mại tổng hợp có ý nghĩa đặc biệt quan trọng đối với ngành Công Thương Thanh Hóa. Đây không chỉ là dịp quảng bá, giới thiệu sản phẩm mà còn là cơ hội để doanh nghiệp, hợp tác xã, cơ sở sản xuất trong tỉnh kết nối cung - cầu, mở rộng hợp tác đầu tư, thúc đẩy tiêu thụ hàng hóa trong nước và xuất khẩu, đóng góp trực tiếp cho tăng trưởng kinh tế - xã hội của địa phương.

Thông qua hội chợ lần này, không chỉ gia tăng tính quảng bá, mà còn tạo điểm nhấn truyền thông, giúp du khách và nhà đầu tư cảm nhận rõ tinh thần cởi mở, năng động và hội nhập của tỉnh. Đơn vị đã tích cực triển khai công việc để đảm bảo hoàn thiện các gian hàng theo đúng hạn và đạt hiệu quả tốt nhất. Tới cho rằng, việc tham gia Hội chợ Mùa Thu 2025 không chỉ là hoạt động xúc tiến ngắn hạn mà còn là bước đi chiến lược trong tiến trình phát triển của ngành Công Thương Thanh Hóa.

Qua đó, khẳng định vị thế của hàng Việt Nam nói chung và thương hiệu xứ Thanh nói riêng trên thị trường trong nước và quốc tế, đặc biệt là những sản phẩm công nghiệp tiêu biểu, sản phẩm OCOP đặc trưng của Thanh Hóa. Tất cả đều hướng tới mục tiêu xây dựng thương hiệu Thanh Hóa là điểm đến đầu tư, giao thương lý tưởng của miền Trung nói riêng và cả nước nói chung.

Ông Lê Ngọc Lân - Phó Giám đốc Sở Công Thương Hải Phòng:

Tận dụng “cơ hội vàng”

Đối với TP. Hải Phòng, Hội chợ Mùa Thu 2025 là cơ hội lớn để khẳng định vai trò là trung tâm công nghiệp, thương mại, logistics quan trọng của cả nước.

Chúng tôi xác định đây không đơn thuần là một hoạt động giới thiệu sản phẩm mà là dịp để thành phố quảng bá toàn diện tiềm năng phát triển kinh tế - xã hội, từ sản phẩm OCOP, hàng hóa nông sản đặc trưng đến các ngành công nghiệp chế biến, công nghiệp hỗ trợ, dịch vụ logistics và thương mại điện tử.

Sở Công Thương Hải Phòng cam kết phối hợp chặt chẽ với các sở, ngành, địa phương, hiệp hội doanh nghiệp và Bộ Công Thương để tổ chức khu trưng bày hiệu quả, thiết thực, tiết kiệm, bảo đảm an ninh, an toàn. Chúng tôi cũng sẽ đẩy mạnh công tác tuyên truyền, vận động doanh nghiệp, hợp tác xã tích cực tham gia, góp phần nâng cao vị thế thương hiệu hàng hóa Hải Phòng và đóng góp vào mục tiêu tăng trưởng kinh tế chung của đất nước.



Doanh nghiệp kỳ vọng “CÚ HUÝCH” MỚI từ Hội chợ Mùa Thu 2025

Nhiều doanh nghiệp kỳ vọng Hội chợ Mùa Thu 2025 sẽ trở thành điểm hẹn xúc tiến thương mại quy mô quốc gia, mở ra cơ hội kết nối mới, mở rộng thị trường và nâng tầm thương hiệu Việt.

► NHÓM PHỎNG VIÊN (thực hiện)

ÔNG NGUYỄN TUẤN KHANH, GIÁM ĐỐC KINH DOANH
CÔNG TY CỔ PHẦN THÉP TVP:

Phép thử cho năng lực cạnh tranh



Hội chợ Mùa Thu 2025 diễn ra trong bối cảnh nền kinh tế đang hướng mạnh vào tăng trưởng xanh và phát triển công nghiệp bền vững, vì vậy, sự kiện không chỉ mang ý nghĩa xúc tiến thương mại mà còn là phép thử về năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp Việt trên thị trường toàn cầu.

Từ góc độ doanh nghiệp công nghiệp, Thép TVP kỳ vọng hội chợ sẽ giúp doanh nghiệp nội địa nhận diện xu hướng tiêu dùng, cập nhật tiêu chuẩn công nghệ và môi trường mới, từ đó điều chỉnh chiến lược phát triển phù hợp. Điều chúng tôi mong nhất là từ những cuộc gặp gỡ tại hội chợ, các doanh nghiệp có thể hình thành được các mối hợp tác cụ thể, bền vững, chứ không chỉ dừng lại ở xúc tiến hình thức.

Tôi cũng cho rằng, việc Bộ Công Thương chủ trì một sự kiện thương mại quy mô quốc gia như thế này thể hiện vai trò định hướng và dẫn dắt, giúp doanh nghiệp công nghiệp Việt Nam có thêm không gian để học hỏi, kết nối và khẳng định vị thế trong chuỗi cung ứng khu vực. ■

BÀ PHẠM THỊ LAN, GIÁM ĐỐC
CHUỖI CUNG ỨNG, CÔNG TY CỔ PHẦN
CANIFA:

Trung tâm kết nối B2B hiệu quả



Đối với doanh nghiệp thời trang như Canifa, đây không chỉ là dịp giới thiệu sản phẩm đến người tiêu dùng, mà quan trọng hơn, là cơ hội để tiếp cận một hệ sinh thái giao thương mới, nơi các thương hiệu Việt có thể học hỏi cách làm, cách kết nối và cách định vị lại mình trong chuỗi cung ứng khu vực. Canifa kỳ vọng Hội chợ Mùa Thu 2025 sẽ là một sân chơi chuyên nghiệp, có định hướng thương mại hóa rõ nét, giúp doanh nghiệp Việt không chỉ quảng bá mà còn thật sự ký kết, hợp tác và giao dịch.

Với ngành thời trang, xúc tiến thương mại không chỉ là câu chuyện bán hàng, mà là sự mở rộng mạng lưới đối tác, từ nhà cung ứng nguyên liệu, đối tác logistics, đến các chuỗi phân phối quốc tế. Hội chợ là nơi tạo ra những kết nối đầu tiên cho hành trình dài hơi đó. Từ góc độ một thương hiệu thời trang nội địa có mạng lưới bán lẻ lớn, Canifa mong muốn thông qua hội chợ có thể tiếp cận các nhóm khách hàng mới và các doanh nghiệp quốc tế hoạt động trong lĩnh vực dệt may - thời trang, nhằm chia sẻ xu hướng, mô hình sản xuất bền vững và thúc đẩy hợp tác trong chuỗi cung ứng. Điểm Canifa kỳ vọng nhất là chất lượng kết nối tại hội chợ, những cuộc gặp gỡ được tổ chức có chọn lọc, hiệu quả, hướng đến khả năng hợp tác thực chất giữa doanh nghiệp trong nước và các nhà mua hàng quốc tế.

Chúng tôi đề xuất Bộ Công Thương và Ban tổ chức tăng cường vai trò điều phối và đồng hành chiến lược, không chỉ dừng ở việc hỗ trợ mặt bằng hay truyền thông, mà cần xây dựng hệ thống xúc tiến thương mại chuyên biệt cho từng nhóm ngành hàng, đặc biệt là nhóm thời trang - dệt may - tiêu dùng bền vững. Điều doanh nghiệp cần không chỉ là một hội chợ, mà là một nền tảng kết nối xuyên suốt, nơi thương hiệu Việt có thể gặp gỡ, giao lưu và từng bước vươn ra quốc tế bằng chính năng lực và bản sắc của mình. ■

ÔNG LÊ VĂN SẴN, TỔNG GIÁM ĐỐC CÔNG TY CỔ PHẦN
NAM DUỘC:

Khẳng định vai trò của sản phẩm Việt

Qua hội chợ, các doanh nghiệp trong nước có thể giao lưu, học hỏi, từ cách thiết kế gian hàng, cách kể câu chuyện thương hiệu cho tới cách tương tác với khách hàng quốc tế. Đó là những bài học thực tế rất quý giá mà không một chương trình đào tạo nào có thể thay thế.

Từ góc nhìn của doanh nghiệp trong lĩnh vực chăm sóc sức khỏe, tôi cũng mong rằng, Hội chợ Mùa Thu cần được duy trì định kỳ, trở thành “điểm hẹn thương mại” của doanh nghiệp Việt, giúp hàng hóa trong nước có cơ hội tiếp cận sâu hơn các thị trường khu vực. Mong Bộ Công Thương và Ban tổ chức sẽ tăng cường hoạt động kết nối chuyên ngành, đặc biệt với các đối tác trong lĩnh vực dược phẩm, nông sản, chế biến để doanh nghiệp có thêm cơ hội thiết lập chuỗi giá trị bền vững. Chúng tôi đến với hội chợ không chỉ để bán hàng, mà để hiểu thị trường, để tìm ra hướng đi dài hơi hơn cho sản phẩm Việt trong kỷ nguyên hội nhập. ■



BÀ ĐỖ THỊ THU HƯƠNG, PHÓ TỔNG GIÁM ĐỐC
CÔNG TY DƯỢC PHẨM VINH PHÚC (VINFACO):

Tạo dựng không gian giao thương và hợp tác

Hội chợ Mùa Thu 2025 có ý nghĩa rất lớn trong việc tạo dựng không gian giao thương và hợp tác thực chất giữa doanh nghiệp trong nước với các nhà đầu tư, đối tác quốc tế. Điều chúng tôi kỳ vọng không chỉ là những hợp đồng trong vài ngày hội chợ, mà là một cơ chế xúc tiến thương mại có tính kế thừa và liên tục, giúp doanh nghiệp Việt kết nối thường xuyên hơn, chứ không chỉ theo mùa vụ.

Chúng tôi mong Bộ Công Thương tiếp tục mở rộng các hoạt động truyền thông và xúc tiến hậu hội chợ, giúp kết nối giữa các doanh nghiệp Việt Nam và đối tác quốc tế được duy trì thường xuyên, hiệu quả hơn. Hội chợ Mùa Thu chỉ là điểm khởi đầu, điều quan trọng là cách chúng ta nối dài giá trị của nó. ■



ÔNG NGUYỄN BÁ ĐOÀN - CHỦ TỊCH HĐQT CÔNG TY
CP SẢN XUẤT CÔNG NGHỆ CAO VIỆT - HÀN:

Bệ đỡ cho doanh nghiệp trong hội nhập

Tại Hội chợ Mùa Thu 2025, chúng tôi kỳ vọng sự kiện sẽ mở ra nhiều cơ hội kết nối và hợp tác với các đối tác trong và ngoài nước, đặc biệt trong các lĩnh vực sản xuất thiết bị điện - điện tử, chiếu sáng, viễn thông, cũng như hoạt động thương mại, phân phối dây cáp và linh kiện điện tại thị trường trong nước và khu vực Đông Nam Á.

Doanh nghiệp hướng tới tăng cường liên kết với các nhà thầu điện, khu công nghiệp và doanh nghiệp xây lắp nhằm đưa sản phẩm Việt - Hàn vào các dự án, công trình trọng điểm trên cả nước. Trong chiến lược dài hạn, Việt - Hàn đặt mục tiêu mở rộng thị trường xuất khẩu sang Mỹ, Canada và các nước ASEAN, góp phần nâng cao vị thế cũng như giá trị của sản phẩm công nghệ Việt Nam trên bản đồ thương mại toàn cầu. Chúng tôi đánh giá rất cao sự đồng hành và định hướng của Bộ Công Thương trong công tác xúc tiến thương mại nội địa. Các chương trình hội chợ, triển lãm do bộ chủ trì đã trở thành sân chơi kết nối hiệu quả giữa doanh nghiệp và người tiêu dùng, đồng thời là cầu nối quan trọng giúp doanh nghiệp quảng bá thương hiệu, mở rộng thị trường và nâng cao năng lực cạnh tranh. ■



BÀ PHẠM THỊ GIANG - GIÁM ĐỐC CÔNG TY TNHH
CHẾ BIẾN VÀ XUẤT KHẨU NÔNG LÂM SẢN LẠNG SON:

Cầu nối đưa nông sản Việt vươn xa

Hội chợ Mùa Thu 2025 là một sự kiện xúc tiến thương mại có ý nghĩa đặc biệt đối với các doanh nghiệp địa phương. Đây là dịp quan trọng để các tỉnh, thành phố quảng bá nông sản đặc trưng, giới thiệu sản phẩm tiêu biểu đến đồng bào người tiêu dùng trong nước và quốc tế. Với quy mô lớn, quy tụ hàng nghìn doanh nghiệp, nhà sản xuất và kênh phân phối, hội chợ mang đến không gian kết nối giao thương hiệu quả, tạo cơ hội để sản phẩm vùng miền vươn xa, tiếp cận những thị trường rộng lớn hơn. Đối với doanh nghiệp chúng tôi, Hội chợ Mùa Thu 2025 không chỉ là nơi trưng bày sản phẩm, mà còn là điểm hẹn để lắng nghe thị trường, tìm hiểu xu hướng tiêu dùng và mở rộng mối quan hệ hợp tác. Khi tham gia hội chợ, doanh nghiệp được trực tiếp giới thiệu các sản phẩm đặc sản, tinh hoa của địa phương, từ nông sản, thực phẩm chế biến cho tới sản phẩm thủ công truyền thống.

Tôi tin rằng, khi được tổ chức bài bản, có sự đồng hành của Bộ Công Thương và các địa phương, Hội chợ Mùa Thu 2025 sẽ trở thành cầu nối quan trọng góp phần đưa nông sản Việt từ những vùng quê xa xôi bước ra thị trường lớn, khẳng định thương hiệu Việt trên bản đồ thương mại quốc tế. ■



ÔNG BÙI THANH TÚ - GIÁM ĐỐC CÔNG TY DU LỊCH
BESTPRICE TRAVEL:

Cơ hội “vàng” để doanh nghiệp tiếp cận thị trường quốc tế

Hội chợ Mùa Thu 2025 tổ chức vào tháng 10 mang ý nghĩa đặc biệt khi Thủ đô Hà Nội đang trong thời điểm đẹp nhất. Nơi tiếp thành công của các sự kiện lớn như: Triển lãm Thành tựu đất nước, A80; hội chợ kỳ vọng tiếp tục tạo nên không khí sôi động, kết nối doanh nghiệp với người tiêu dùng, quảng bá hình ảnh Việt Nam năng động, giàu bản sắc đến bạn bè quốc tế.

Hội chợ sẽ là cơ hội “vàng” để các đơn vị lữ hành, dịch vụ, nhà sản xuất giới thiệu sản phẩm mới, ký kết hợp tác và tiếp cận thị trường quốc tế. Từ đó mở ra không gian giao thương sôi động, trở thành cầu nối thúc đẩy phát triển thị trường. Khu trưng bày sản phẩm công nghệ văn hóa (như điện ảnh, thủ công mỹ nghệ, du lịch văn hóa) sẽ giúp du khách quốc tế hiểu sâu hơn về di sản và sáng tạo Việt Nam, mở ra cơ hội phát triển cho ngành công nghiệp văn hóa.

Tăng sức hút cho hội chợ, BestPrice Travel mang đến các sản phẩm đặc trưng như du lịch văn hóa, lịch sử và du lịch chăm sóc sức khỏe vốn đang trở thành xu hướng trên thị trường quốc tế. Mỗi sản phẩm sẽ là hành trình khám phá cảnh đẹp, trải nghiệm di sản, văn hóa Việt Nam. ■



ÔNG NGÔ SƠN HẢI - PHÓ TỔNG GIÁM ĐỐC TẬP ĐOÀN ĐIỆN LỰC VIỆT NAM:

Đồng hành cùng đất nước bước vào kỷ nguyên mới

Tại Hội chợ Mùa Thu 2025, Tập đoàn Điện lực Việt Nam (EVN) trưng bày nhiều sản phẩm do các đơn vị trong tập đoàn tự thiết kế, chế tạo như máy biến áp 500kV, thiết bị điện, công tơ 1 pha và 3 pha... Qua đó, giới thiệu năng lực khoa học - công nghệ, đồng thời mở rộng cơ hội kết nối và hợp tác thương mại với các đối tác trong và ngoài ngành.

Bộ Công Thương cùng các cơ quan quản lý nhà nước giữ vai trò then chốt trong việc định hướng, dẫn dắt và tạo nền tảng cho hoạt động xúc tiến thương mại, xây dựng thương hiệu quốc gia. Trong bối cảnh hội nhập sâu rộng, Bộ không chỉ thực hiện chức năng quản lý, mà còn đảm nhiệm vai trò “nhạc trưởng” kết nối nguồn lực giữa Nhà

nước - doanh nghiệp - xã hội, nâng cao năng lực cạnh tranh, mở rộng thị trường và khẳng định vị thế thương hiệu Việt trên trường quốc tế.

Với EVN, chúng tôi luôn trân trọng sự đồng hành và chỉ đạo sâu sát của Bộ Công Thương trong suốt quá trình thực hiện nhiệm vụ bảo đảm an ninh năng lượng quốc gia, thúc đẩy chuyển đổi năng lượng theo hướng bền vững, cũng như trong các hoạt động xúc tiến thương mại và quảng bá hình ảnh doanh nghiệp nhà nước. Hội chợ Mùa Thu 2025 là minh chứng sinh động cho mối gắn kết ấy - nơi các doanh nghiệp thể hiện năng lực, tinh thần sáng tạo và khát vọng đóng góp vào sự phát triển của đất nước. ■

Mở ra cơ hội lớn

Xin ông chia sẻ lý do Vinamilk lựa chọn tham gia Hội chợ Mùa Thu 2025 và kỳ vọng của doanh nghiệp tại sự kiện lần này, đặc biệt đối với hoạt động xuất khẩu?

Chúng tôi rất trân trọng cơ hội được tham gia Hội chợ Mùa Thu 2025 và nhận thấy đây là một sự kiện quan trọng, khẳng định vị thế ngày càng cao của Việt Nam trên bản đồ thương mại quốc tế. Việc tổ chức một hội chợ quy mô quốc tế ngay tại Hà Nội cho thấy sức hút mạnh mẽ của thị trường trong nước và năng lực tổ chức chuyên nghiệp của Việt Nam. Hội chợ sẽ là kênh xúc tiến thương mại, nhằm kích cầu tiêu dùng, thúc đẩy sản xuất, kinh doanh, mở rộng xuất nhập khẩu, thu hút dòng đầu doanh nghiệp, người tiêu dùng tham gia. Đây cũng là dịp để các doanh nghiệp Việt Nam, trong đó có Vinamilk, giới thiệu năng lực sản xuất, hiệu quả đổi mới sáng tạo và chất lượng sản phẩm đến với không chỉ người tiêu dùng Việt Nam mà còn bạn bè quốc tế.

Từ kinh nghiệm tham gia nhiều hội chợ quốc tế, Vinamilk nhận thấy sự kiện lần này mở ra cơ hội lớn để doanh nghiệp khẳng định chất lượng sản phẩm của mình theo tiêu chuẩn quốc tế, đồng thời nắm bắt xu hướng tiêu dùng mới và kết nối trực tiếp với các đối tác, mở rộng thị trường xuất khẩu. Hội chợ không chỉ là nơi trưng bày, mà còn là cầu nối giúp sản phẩm "Made in Vietnam" đến gần hơn với người tiêu dùng trong nước và thế giới.

Gian hàng của Vinamilk năm nay có quy mô lên tới hơn 150m², trưng bày hàng loạt sản phẩm đặc trưng. Vinamilk đã chuẩn bị những điểm nhấn nào để tạo ấn tượng với người tiêu dùng cũng như bạn hàng quốc tế, thưa ông?

Tại hội chợ, Vinamilk mang đến không gian trải nghiệm sản phẩm phong phú và độc đáo, giới thiệu các dòng sản phẩm mới được ứng dụng công nghệ tiên tiến hàng đầu thế giới, lần đầu tiên phát triển và sản xuất tại Việt Nam. Nổi bật có sữa tươi Green Farm với công nghệ kép hút chân không, giúp giữ trọn vị tươi thuần khiết và nguyên bản nhất của sữa.

Sữa hạt với công nghệ xay nguyên hạt, giúp giữ trọn hương vị và dưỡng chất tự nhiên, tối ưu hóa khả năng hấp thu. Sữa bột và sữa bột pha sẵn Optimum bổ sung 6 HMO. Đây là dòng sản phẩm sữa công thức đầu tiên tại Việt Nam có hàm lượng HMO cao nhất thị trường hiện nay - chiếm đến 58% tổng lượng HMO có trong sữa mẹ, giúp tăng cường miễn dịch và hỗ trợ tiêu hóa cho trẻ em.

Những sản phẩm đột phá này thể hiện tinh thần đổi mới sáng tạo, không ngừng nâng cao tiêu chuẩn của Vinamilk trên hành trình hiện thực hóa sứ mệnh "chăm sóc toàn diện" sức khỏe cả thể chất, trí tuệ, lẫn tinh thần cho người tiêu dùng bao thế hệ, qua từng sản phẩm dinh dưỡng chất lượng cao, đạt chuẩn quốc tế.

Vinamilk mong muốn mang đến cho khách tham quan không chỉ sản phẩm chất lượng, mà còn là niềm tự hào về một thương hiệu Việt Nam đang vươn tầm thế giới.

Tăng cường quảng bá trên nền tảng số

Bên cạnh hoạt động quảng bá trực tiếp, Vinamilk cũng là doanh nghiệp tích cực trong chuyển đổi số và thương mại đa kênh. Trong bối cảnh Hội chợ Mùa Thu 2025 định hướng thúc đẩy xúc tiến thương mại số, ông đánh giá thế nào về việc kết hợp giữa xúc tiến thương mại truyền thống và nền tảng số để quảng bá thương hiệu sản phẩm gắn với tiêu dùng bền vững?

Trong xu thế chuyển đổi số là tất yếu,



Ông Nguyễn Hạnh Phúc - Chủ tịch HĐQT Vinamilk (thứ hai từ trái sang) giới thiệu sản phẩm của doanh nghiệp tại triển lãm A80

Ảnh: Vinamilk

VINAMILK

Khẳng định vị thế THƯƠNG HIỆU VIỆT tiên phong sáng tạo



Tham gia Hội chợ Mùa Thu 2025, Vinamilk mong muốn mang đến cho người tiêu dùng những trải nghiệm đột phá, khẳng định vị thế thương hiệu Việt tiên phong sáng tạo. Nhằm làm rõ hơn vấn đề này, phóng viên Báo Công Thương đã có cuộc trao đổi với ông Nguyễn Quang Trí - Giám đốc điều hành Marketing Vinamilk.

➤ ĐỖ LAN (thực hiện)

Vinamilk đang không ngừng đổi mới để trở thành một thương hiệu linh hoạt hơn về marketing kỹ thuật số, gắn kết tốt hơn với người tiêu dùng, đầu tư vào các nền tảng số, nơi có thể giúp chúng tôi đối thoại trực tiếp và tương tác hai chiều với khách hàng. Điều này giúp Vinamilk không chỉ kể câu chuyện thương hiệu phù hợp với nhiều đối tượng tiêu dùng khác nhau, mà còn lan tỏa nhanh hơn, sâu hơn và chân thực hơn.

Thay vì chỉ chạy theo xu hướng, Vinamilk chủ động định hình xu hướng, phát huy lợi thế về quy mô và uy tín của thương hiệu để mang đến những giải pháp mới mẻ, đột phá, dựa trên những hiểu biết sâu sắc về người tiêu dùng. Song song đó, Vinamilk kết hợp liền mạch giữa hiện diện trực tuyến (online) và ngoại tuyến (offline) - dùng sức mạnh offline để thu hút người tiêu dùng lên online và dùng tương tác online để kéo họ quay lại các điểm bán trực tiếp (offline). Mô hình này giúp chúng tôi "chạm" tới người tiêu dùng ở mọi điểm tiếp xúc, đồng thời giữ cho thương hiệu luôn năng động, hiện đại và sẵn sàng cho tương lai.

Xin cảm ơn ông!

Trong bối cảnh cạnh tranh ngày càng khốc liệt, Vinamilk xem các hội chợ xúc tiến thương mại như Hội chợ Mùa Thu là cơ hội để mở rộng thị trường, tương tác trực tiếp và xây dựng niềm tin yêu với người tiêu dùng... góp phần củng cố vị thế thương hiệu.

VIETTEL

Hành trình sáng tạo vì con người

Công nghệ vì con người

Viettel mang đến hội chợ lần này những sản phẩm, dịch vụ hay giải pháp nổi bật nào, thưa ông?

Lấy cảm hứng từ triết lý “Công nghệ vì con người”, Viettel mang đến không gian triển lãm gồm 4 chương trải nghiệm – nơi mỗi bước đi của khách tham quan đều phản ánh cách công nghệ đang trở thành một phần tự nhiên của cuộc sống hàng ngày.

Chương 1 - Cuộc sống kết nối: Khách tham quan có thể trải nghiệm sức mạnh của 5G và trí tuệ nhân tạo (AI) qua hoạt động tạo ảnh bằng AI, in trực tiếp hoặc chia sẻ trên mạng xã hội. Khu trải nghiệm thiết bị thông minh do Viettel Store vận hành giới thiệu hệ sinh thái di động đa dạng, thể hiện nỗ lực của Viettel trong việc kết nối con người bằng công nghệ gần gũi, dễ tiếp cận – nơi mỗi thiết bị đều góp phần giúp cuộc sống thuận tiện hơn.

Chương 2 - Cuộc sống số: Giới thiệu các giải pháp số phục vụ đời sống hàng ngày, như nhà thông minh, thanh toán điện tử, thu phí không dừng và giải pháp năng lượng xanh. Người tham quan có thể trực tiếp điều khiển ngôi nhà thông minh, thực hiện giao dịch thanh toán, hay tìm hiểu về các mô hình sử dụng năng lượng bền vững. Tất cả được thiết kế để thể hiện cam kết của Viettel trong việc đưa công nghệ vào từng khoảnh khắc đời sống từ giải trí, tài chính đến năng lượng và môi trường.

Chương 3 - Cuộc sống kiến tạo: Trình diễn các ứng dụng công nghệ tự động hóa và vận hành thông minh như robot, drone, hệ

thống logistics hay nền tảng quản lý doanh nghiệp. Thông qua đó, Viettel thể hiện vai trò đồng hành cùng các tổ chức, doanh nghiệp trong việc ứng dụng công nghệ để tối ưu vận hành, giảm chi phí và nâng cao hiệu quả lao động, góp phần thúc đẩy quá trình chuyển đổi số quốc gia.

Chương 4 - Sáng tạo vì con người: Không gian trưng bày hình ảnh nghệ thuật về các dự án xã hội và dấu ấn toàn cầu của Viettel, lan tỏa thông điệp nhân văn: “Viettel không chỉ kết nối hàng triệu người Việt, mà còn hàng trăm triệu con người trên khắp thế giới”. Khu vực cũng giới thiệu văn hóa và đời sống của các quốc gia nơi Viettel đầu tư, từ Lào, Campuchia, Myanmar, Timor Leste đến Tanzania, Mozambique, Burundi, Haiti và Peru, minh họa cho một hành trình mở rộng bền bỉ, đa dạng và mang đậm tinh thần phụng sự của người Việt.

Ông có thể cho biết, trong tổng thể không gian trưng bày của Hội chợ, Viettel muốn định vị hình ảnh thương hiệu của mình theo hướng nào?

Toàn bộ không gian “Hành trình sáng tạo vì con người” được thiết kế xoay quanh triết lý phát triển xuyên suốt 36 năm qua của Viettel: Mọi sáng tạo đều bắt đầu từ trái tim và hướng đến con người.

Mỗi khu vực trưng bày đại diện cho một cấp độ phát triển trong hành trình số hóa của xã hội từ kết nối, số hóa, kiến tạo cho tới sáng tạo vì con người. Tại đó, Viettel giới thiệu các giải pháp đã và đang hiện diện trong đời sống

Tại Hội chợ Mùa Thu 2025, Tập đoàn Công nghiệp – Viễn thông Quân đội Viettel sẽ góp mặt với một không gian trưng bày đặc biệt mang tên “Hành trình sáng tạo vì con người”. Nhân dịp này, phòng viên Báo Công Thương đã trao đổi với ông Võ Thanh Hải – Trưởng Ban Thương hiệu và Truyền thông Viettel về thông điệp mà Viettel mong muốn gửi gắm tại Hội chợ, cùng những định hướng hợp tác và phát triển sau sự kiện.

➤ MINH TRANG (thực hiện)



Với Viettel, công nghệ chỉ thực sự có ý nghĩa khi giúp con người sống tốt hơn, an toàn hơn và hạnh phúc hơn

hàng ngày: Hạ tầng 5G, nền tảng số, ứng dụng tài chính, giải pháp nhà thông minh, vận hành doanh nghiệp và công nghệ tự động hóa.

Thông qua cách thể hiện này, Viettel mong muốn công chúng nhìn thấy một hình ảnh gần gũi và hiện thực hơn: Viettel không chỉ là doanh nghiệp nghiên cứu, chế tạo hay cung cấp dịch vụ, mà là một phần trong dòng chảy phát triển của xã hội Việt Nam, luôn nỗ lực đưa công nghệ phục vụ cộng

đồng, nâng cao chất lượng sống và thúc đẩy phát triển bền vững.

Với Viettel, công nghệ chỉ thực sự có ý nghĩa khi giúp con người sống tốt hơn, an toàn hơn và hạnh phúc hơn. Đó cũng là cách chúng tôi muốn định vị hình ảnh thương hiệu trong mắt công chúng, giản dị, trách nhiệm và luôn tiên phong trong hành trình sáng tạo vì con người.

Định vị thương hiệu bền vững

Sau hội chợ, Viettel có kế hoạch chuyển hóa các cơ hội tiếp xúc, hợp tác tại đây thành kết quả thực tế như thế nào, thưa ông?

Sau hội chợ, Viettel sẽ tiếp tục duy trì kết nối với các khách hàng, đối tác và nhà đầu tư đã tham quan, để cùng tìm kiếm cơ hội hợp tác dựa trên nhu cầu thực tế và khả năng đáp ứng của công nghệ Viettel. Chúng tôi tin rằng, giá trị lớn nhất của một triển lãm không nằm ở quy mô gian hàng, mà ở những mối quan hệ có thể tiếp tục phát triển sau đó.

Với nhóm khách hàng cá nhân (B2C), Viettel hướng tới xây dựng hệ sinh thái số phục vụ cuộc sống, trong đó các sản phẩm như viễn thông, thanh toán số, giải trí, nhà thông minh hay dịch vụ giao thông được kết nối liền mạch với nhau.

Với nhóm khách hàng doanh nghiệp (B2B), Viettel mong muốn đồng hành trong hành trình chuyển đổi số, bằng cách giới thiệu các giải pháp quản lý và vận hành phù hợp với từng quy mô hoạt động.

Tất cả các hoạt động sau Hội chợ đều được Viettel triển khai với tinh thần “không để cuộc gặp gỡ dừng lại ở ấn tượng”, mà tiếp tục phát triển thành hợp tác thực chất. Dù ở lĩnh vực nào, viễn thông, tài chính, hay công nghệ số, Viettel đều mong muốn mang lại giá trị cụ thể cho người dân và doanh nghiệp, đứng với tinh thần phụng sự xã hội bằng công nghệ.

Xin cảm ơn ông!



Không gian trưng bày đặc biệt không chỉ giới thiệu các giải pháp, sản phẩm và dịch vụ tiên phong của Viettel trong lĩnh vực công nghệ số mà còn lan tỏa triết lý phát triển xuyên suốt 36 năm qua: “Công nghệ vì con người”.



Thiết kế gian trưng bày của Tập đoàn Công nghiệp – Viễn thông Quân đội Viettel tại Hội chợ Mùa Thu 2025

DOANH NGHIỆP CAO SU THAM GIA HỘI CHỢ MÙA THU 2025

Không chỉ dừng lại ở quảng bá thương hiệu

► LAN HOA

Từ những dòng mù trắng của đại ngàn đến sản phẩm công nghiệp hiện đại, Tập đoàn Công nghiệp Cao su Việt Nam (VRG) mang đến Hội chợ Mùa Thu 2025 một diện mạo mới – sản phẩm đa dạng, tinh thần sáng tạo và khát vọng hội nhập. 6 gian hàng của doanh nghiệp hứa hẹn không chỉ là nơi trưng bày sản phẩm, mà còn là điểm hẹn của những cơ hội hợp tác vươn ra toàn cầu.

Từ dòng nhựa trắng đến sản phẩm công nghiệp hiện đại

Trao đổi với phóng viên Báo Công Thương, ông Trần Như Hùng - Phó Trưởng ban Thị trường - Kinh doanh của VRG - chia sẻ: “Đây là lần đầu tiên, VRG tổ chức gian hàng tại Hội chợ Mùa Thu. Trước đây, nhiều người chỉ biết đến cao su Việt Nam qua trống trọt và xuất khẩu mù cao su, nhưng thực tế, chúng tôi đã mở rộng sang nhiều lĩnh vực sản xuất công nghiệp”.

Không chỉ dừng lại ở nguyên liệu, VRG mang đến hội chợ một chuỗi sản phẩm ứng dụng phong phú: Bóng thể thao, găng tay y tế, nệm mút, sợi chỉ, băng tải công nghiệp... Tất cả được thiết kế, chế biến từ nguồn cao su thiên nhiên - thứ tài nguyên mang đậm dấu ấn Việt Nam. Sáu gian hàng của tập đoàn được bố trí sinh động, kết hợp công nghệ trình chiếu hiện đại và không gian mở để khách tham quan có thể trải nghiệm thực tế sản phẩm.

Với VRG, Hội chợ Mùa Thu 2025 không chỉ là nơi quảng bá thương hiệu mà còn là “điểm nhấn chiến lược” trong hành trình đa dạng hóa thị trường và sản phẩm. Ông Trần Như Hùng khẳng định: “Chúng tôi kỳ vọng, sự kiện này giúp thiết lập thêm nhiều kết nối mới, đặc biệt là giữa các đơn vị thành viên của tập đoàn với đối tác trong và ngoài nước. Mục tiêu không chỉ là quảng bá sản phẩm mà còn tìm kiếm hợp đồng, thỏa thuận hợp tác trong tương lai”.

Tập đoàn hiện xuất khẩu sản phẩm đến hơn 70 quốc gia, trong đó, hơn 60% doanh thu đến từ thị trường nước ngoài. Ngoài lĩnh vực cao su, VRG còn mở rộng sang ngành gỗ MDF - hiện chiếm hơn 50% thị phần trong nước. Các sản phẩm tiêu dùng khác như găng tay, bóng thể thao, sợi chỉ... cũng đang được thị trường quốc tế đón nhận tích cực. “Tham gia hội chợ lần này, chúng tôi đặt mục tiêu kép: vừa quảng bá thương hiệu, vừa tìm kiếm khách hàng chiến lược. Những kết nối B2B, B2C được tổ chức bên lề hội chợ là cơ hội rất quý để VRG mở rộng mạng lưới phân phối, tiếp cận những đối tác tiềm năng” - ông Hùng nói.



Ông Trần Như Hùng - Phó Trưởng ban Thị trường - Kinh doanh Tập đoàn Công nghiệp Cao su Việt Nam

Đánh giá cao sự vào cuộc của các cơ quan quản lý, đại diện VRG cho rằng, Bộ Công Thương đã và đang đóng vai trò đặc biệt quan trọng trong việc hỗ trợ doanh nghiệp tận dụng ưu đãi từ các hiệp định thương mại tự do (FTA). “Những thông tin thị trường, chính sách thương mại và xúc tiến do bộ cung cấp rất kịp thời, giúp doanh nghiệp định hướng chiến lược, nắm

bắt cơ hội, đặc biệt trong bối cảnh kinh tế toàn cầu còn nhiều biến động” - ông Trần Như Hùng chia sẻ.

Tầm nhìn thương hiệu Việt

Hội chợ Mùa Thu 2025 quy tụ hàng nghìn doanh nghiệp, hơn 30 sự kiện chuyên đề, từ hội nghị xúc tiến thương mại, diễn đàn đổi mới sáng tạo đến talkshow doanh

ngiệp và trình diễn văn hóa, ẩm thực vùng miền. Trong không khí hội nhập sôi động đó, gian hàng của VRG được kỳ vọng là “điểm nhấn xanh”, tượng trưng cho sự bền vững trong sản xuất và trách nhiệm với môi trường.

Không chỉ là nơi trưng bày sản phẩm, VRG muốn lan tỏa thông điệp: “Giá trị của cao su Việt Nam không chỉ nằm ở mù trắng, mà còn ở tri thức, công nghệ và sáng tạo của con người Việt Nam”. Tập đoàn đặt mục tiêu không chỉ ký kết hợp đồng tại hội chợ, mà còn mở ra các chuỗi hợp tác lâu dài, thúc đẩy sản xuất trong nước, tạo thêm việc làm và nâng cao giá trị gia tăng. “Chúng tôi mong Chính phủ tiếp tục tổ chức nhiều sự kiện xúc tiến quy mô lớn như Hội chợ Mùa Thu, bởi đây là cầu nối thiết thực giữa doanh nghiệp Việt và bạn hàng quốc tế”, đại diện VRG bày tỏ.

Trên bản đồ cao su thế giới, Việt Nam hiện là một trong những quốc gia xuất khẩu cao su thiên nhiên lớn nhất, với sản lượng hàng năm đạt hơn 2 triệu tấn. Nhưng nếu chỉ dừng ở nguyên liệu, giá trị gia tăng sẽ bị giới hạn. Chính vì vậy, chiến lược chuyển từ “xuất khẩu thô” sang “sản phẩm công nghiệp” được VRG xác định là con đường tất yếu.

Hội chợ Mùa Thu 2025 vì thế được xem là “sân khấu” để tập đoàn thể hiện tầm nhìn mới, từ nguyên liệu đến công nghiệp, từ doanh nghiệp sản xuất sang doanh nghiệp sáng tạo. Mỗi gian hàng của VRG sẽ kể một câu chuyện về hành trình của dòng nhựa trắng từ rừng sâu đến những sản phẩm cao cấp phục vụ đời sống, y tế và thể thao. “Tham gia hội chợ, chúng tôi không chỉ mang sản phẩm đến với người tiêu dùng, mà còn muốn mang hình ảnh người lao động ngành công nghiệp cao su - cần mẫn, sáng tạo và bền bỉ đến gần hơn với xã hội” - ông Trần Như Hùng chia sẻ. ■

Khi ánh đèn của Hội chợ Mùa Thu 2025 rực sáng trên bầu trời Đông Anh, 6 gian hàng của Tập đoàn Công nghiệp Cao su Việt Nam cũng sẽ tỏa sáng theo cách riêng - giản dị mà mạnh mẽ. Đó không chỉ là những sản phẩm gắn liền với đời sống, một trong những biểu tượng sản xuất của ngành Công Thương mà còn là tinh thần của một thương hiệu Việt đang vươn mình hội nhập.



Sản phẩm của Tập đoàn Công nghiệp Cao su Việt Nam đang được xuất khẩu sang hơn 70 quốc gia

Ảnh: VRG

Biểu tượng cho hội nhập, sáng tạo

Tham gia Hội chợ Mùa Thu 2025, Amazon Global Selling Việt Nam đánh giá như thế nào về ý nghĩa của sự kiện đối với hoạt động xúc tiến thương mại và thúc đẩy xuất khẩu trực tuyến của doanh nghiệp Việt, thưa ông?

Hội chợ Mùa Thu 2025 không chỉ đơn thuần là một sự kiện thương mại thường niên tầm quốc gia, mà còn là biểu tượng cho sự hội nhập, sáng tạo và phát triển của Việt Nam trong thế kỷ 21. Nền kinh tế năng động của Việt Nam, cùng với dân số trẻ am hiểu công nghệ và ngành sản xuất vững mạnh, hoàn toàn phù hợp với tầm nhìn của Amazon trong việc trao quyền cho doanh nghiệp thông qua công nghệ và đổi mới sáng tạo. Sự tham gia của Amazon tại Hội chợ Mùa Thu 2025 phản ánh nỗ lực không ngừng của chúng tôi đối với thị trường Việt Nam và sự ghi nhận tầm quan trọng ngày càng tăng của Việt Nam trong nền kinh tế số toàn cầu.

Chúng tôi rất vui mừng được là một phần của hội chợ quốc gia này. Sự kiện giúp kích thích sản xuất trong nước, thúc đẩy hội nhập kinh tế quốc tế, phản ánh vai trò ngày càng quan trọng của Việt Nam trong nền kinh tế toàn cầu.

Kết nối các nhà sản xuất với xuất khẩu trực tuyến

Được biết, gian hàng của Amazon tại Hội chợ Mùa Thu 2025 có nhiều hoạt động nổi bật. Ông có thể chia sẻ thêm về những nội dung trọng tâm mà Amazon mong muốn truyền tải tới cộng đồng doanh nghiệp Việt qua chuỗi hoạt động này?

Chúng tôi thấy rằng, công tác tổ chức Hội chợ Mùa Thu 2025 thể hiện sự chuyên nghiệp và kế hoạch chiến lược xuất sắc. Cách tiếp cận của Ban Tổ chức trong việc kết hợp thương mại truyền thống với các nền tảng thương mại điện tử thông qua các phiên hội thảo chuyên biệt thể hiện tầm nhìn hướng tới tương lai. Đối với Amazon Global Selling, sự kiện này tạo ra môi trường lý tưởng để kết nối với các doanh nghiệp và nhà sản xuất địa phương, đồng thời giới thiệu các giải pháp xuất khẩu thương mại điện tử, giúp họ mở rộng hiện diện và thành công trên thị trường toàn cầu.

Chúng ta đang chứng kiến sự tăng trưởng của xuất khẩu qua thương mại điện tử từ Việt Nam và trên toàn thế giới. Bên cạnh đó, trong bối cảnh mới với nhiều thách thức của nền kinh tế toàn cầu, xuất khẩu qua thương mại điện tử cho phép doanh nghiệp tiếp tục đa dạng hóa thị trường - một chọn lựa quan trọng đảm bảo sự tăng trưởng bền vững, giảm thiểu rủi ro cho doanh nghiệp. Việt Nam,

AMAZON GLOBAL SELLING

“Mở đường” cho xuất khẩu trực tuyến

Trao đổi với phóng viên Báo Cộng Thương, ông Larry Hu – Giám đốc Điều hành Amazon Global Selling khu vực Đông Nam Á – khẳng định, Hội chợ Mùa Thu 2025 là một sự kiện thương mại quốc gia quy mô lớn. Hội chợ còn là nền tảng chiến lược để kết nối, chuyển đổi và thúc đẩy doanh nghiệp Việt xây dựng thương hiệu toàn cầu bằng công nghệ số.

➤ **BẢO NGỌC** (thực hiện)



Amazon với lợi thế của kênh thương mại điện tử xuyên biên giới đã hỗ trợ cho hàng hóa Việt vươn mạnh ra thế giới

với thế mạnh và kinh nghiệm sản xuất đa ngành, tinh thần khởi nghiệp mạnh mẽ, tốc độ chuyển đổi số nhanh chóng và Chính phủ đặt nhiều quan tâm để phát triển thương mại, xuất khẩu cho thấy lợi thế lớn để trở thành một trung tâm chuyển đổi xuất khẩu trực tuyến trong khu vực và thế giới.

Các hoạt động của Amazon Global Selling tại Hội chợ Mùa Thu 2025 sẽ hướng tới việc kết nối các nhà sản xuất và chủ thương hiệu trong nước từ mọi ngành hàng như nông sản, hàng tiêu dùng, nội thất, dệt may, làm đẹp... với cơ hội xuất khẩu trực tuyến và xây dựng thương hiệu toàn cầu qua Amazon.

Amazon cũng triển khai chương trình hỗ trợ cụ thể dành cho doanh nghiệp Việt như cung cấp kiến thức, công cụ và hỗ trợ giúp các doanh nghiệp mở rộng hoạt động xuất khẩu. Trong đó, các công cụ được hỗ trợ bởi AI mạnh mẽ để nắm bắt xu hướng tiêu dùng toàn cầu, phát triển sản phẩm mang tính

bền vững, đa chức năng, đăng ký thương hiệu và xây dựng thương hiệu mạnh mẽ. Đồng thời, đảm bảo vận hành quốc tế chuyên nghiệp, tiết kiệm thời gian và tiền bạc qua các giải pháp như Fulfillment by Amazon (FBA).

Hỗ trợ doanh nghiệp ứng dụng AI vào kinh doanh

Sau Hội chợ Mùa Thu 2025, Amazon Global Selling Việt Nam có kế hoạch ra sao để tiếp tục hỗ trợ doanh nghiệp Việt mở rộng xuất khẩu, nâng cao năng lực vận hành, phát triển thương hiệu trên nền tảng toàn cầu?

Amazon Global Selling Việt Nam và Cục Xúc tiến thương mại (Bộ Công Thương) vẫn đang tiếp tục triển khai chương trình hợp tác “V-Brands Go Global với Amazon” vừa công bố trong tháng 7 qua. Chương trình có hai mục tiêu: Tuyển dụng 1.000 doanh nghiệp tham gia vào chương trình “V-brands go global” để mang thương hiệu Việt ra ngoài thế giới, thông qua Amazon; hỗ trợ 30 thương hiệu Việt trở thành thương hiệu quốc tế.

Ngay sau Hội chợ Mùa Thu 2025, chúng tôi cũng sẽ tổ chức một hội nghị lớn cho ngành xuất khẩu trực tuyến tại chính địa điểm triển lãm VEC để tiếp tục công bố chiến lược dành cho thị trường Việt Nam. Hoạt động nhằm hỗ trợ các doanh nghiệp trong nước mở rộng xuất khẩu qua thương mại điện tử, đầu tư để gia tăng giá trị trong chuỗi cung ứng toàn cầu thông qua xây dựng thương hiệu.

Song song đó, chúng tôi cũng ra mắt các giải pháp vận chuyển, hậu cần quốc tế mới dành riêng cho thị trường Việt Nam kết nối với thị trường lớn quốc tế. Từ đó, hướng dẫn và khích lệ doanh nghiệp Việt ứng dụng công nghệ AI trong mọi giai đoạn kinh doanh, tăng tính cạnh tranh, nhanh chóng vươn mình.

Xin cảm ơn ông!

Top 5 ngành hàng có tốc độ tăng trưởng cao nhất của doanh nghiệp Việt trên Amazon 5 năm qua gồm: Nhà cửa, nhà bếp, sức khỏe và chăm sóc cá nhân, may mặc và làm đẹp.



Nhiều ngành hàng có sự tăng trưởng mạnh, xuất khẩu ra thế giới nhờ Amazon

MISS EDE

Hành trình mang hương vị cà phê Tây Nguyên vươn xa

Lan tỏa văn hóa Việt qua từng hạt cà phê

Hội chợ Mùa Thu 2025 được xem là "điểm hẹn kết nối giữa sản xuất, thương mại, đầu tư và văn hóa". Theo ông, cơ hội nào mở ra cho Miss EDE khi tham gia vào hội chợ này?

Theo tôi, điểm đặc biệt của Hội chợ Mùa Thu 2025 chính là quy mô quốc tế và tiêu chuẩn chất lượng rất cao. Phó Thủ tướng Chính phủ Bùi Thanh Sơn - Trưởng ban Tổ chức hội chợ cũng đã nhấn mạnh yêu cầu về an toàn thực phẩm và chất lượng sản phẩm, tôi tin rằng, tất cả doanh nghiệp tham gia đã được "chọn lọc" kỹ càng. Đồng thời, các sản phẩm tham gia hội chợ cũng được đảm bảo có chất lượng tốt nhất.

Với Miss EDE, chúng tôi tự tin về chất lượng đã đạt chuẩn quốc tế như ISO 22000 hay các tiêu chuẩn FDI của Hoa Kỳ. Nhưng điều chúng tôi muốn nhấn mạnh hơn chính là yếu tố văn hóa trong từng sản phẩm.

Miss EDE không chỉ bán cà phê, mà còn kể câu chuyện của người Tây Nguyên qua từng thiết kế bao bì. Đó là hình ảnh người con gái Ê Đê kiêu hãnh, mạnh mẽ và đầy bản sắc. Đó là chiến lược "lan tỏa thương mại song hành với lan tỏa văn hóa bản địa" mà chúng tôi theo đuổi.

Tôi tin rằng, chính những yếu tố văn hóa đặc sắc này sẽ giúp gian hàng Miss EDE tại Hội chợ Mùa Thu 2025 trở thành một điểm nhấn, góp phần làm nên sự đa dạng và chiều sâu cho không gian trưng bày hàng Việt tại sự kiện xúc tiến thương mại quan trọng này.

Tiêu chuẩn cho mọi thị trường

Tham dự Hội chợ Mùa Thu 2025, Miss EDE có chiến lược quảng bá và kể câu chuyện thương hiệu như thế nào để khẳng định vị thế cà phê Việt với người tiêu dùng trong nước và quốc tế thưa ông?

Chúng tôi có một triết lý rất rõ ràng: "One product for all markets" - một sản phẩm, một tiêu chuẩn chất lượng cho tất cả thị trường. Điều đó có nghĩa, người tiêu dùng Việt Nam và người tiêu dùng quốc tế đều được tiếp cận cùng một chất lượng sản phẩm, hoàn toàn không có sự phân biệt. Những gì chúng tôi xuất khẩu sang Hoa Kỳ, Hàn Quốc

Từ vùng đất đỏ bazan Đắk Lắk, thương hiệu Miss EDE đã đưa cà phê và chocolate đặc sản Việt Nam chinh phục thị trường quốc tế. Hội chợ Mùa Thu 2025 là bước đi tiếp theo trong hành trình ấy. Phóng viên Báo Công Thương đã có cuộc trò chuyện cùng ông Hoàng Danh Hữu - nhà sáng lập thương hiệu cà phê Miss EDE, một trong những doanh nghiệp cà phê tham gia Hội chợ Mùa Thu 2025.

➤ PHUONG LAN (thực hiện)



Sản phẩm cà phê MISS EDE được quảng bá tại thị trường quốc tế

Ảnh: MISS EDE

hay Singapore cũng chính là những sản phẩm đang được bày bán tại Việt Nam.

Tại Hội chợ Mùa Thu 2025, Miss EDE sẽ truyền tải thông điệp ấy thông qua các ấn phẩm quảng bá, chứng nhận quốc tế, và đặc biệt là trải nghiệm thực tế. Chúng tôi sẽ phục vụ 15.000

Giữa không gian rực rỡ của Hội chợ Mùa Thu 2025 - nơi quy tụ những thương hiệu Việt tiêu biểu, gian hàng Miss EDE mang đặc trưng như một "hơi thở Tây Nguyên" giữa lòng hội chợ. Mỗi ly cà phê, chocolate sẽ mang đến hương vị của đất bazan cùng câu chuyện về khát vọng vươn xa của doanh nghiệp Việt.

ly cà phê và chocolate miễn phí để khách hàng có thể trực tiếp cảm nhận hương vị đặc sản Việt Nam.

Tôi tin rằng, người tiêu dùng Việt không chỉ nghe lời kêu gọi "Người Việt dùng hàng Việt", mà họ cần trải nghiệm thực sự để thấy hàng Việt hoàn toàn xứng đáng. Khi chất lượng, văn hóa và trải nghiệm hòa làm một, niềm tin vào sản phẩm Việt sẽ trở nên tự nhiên và bền vững. Đây cũng là "chìa khóa" cho sản phẩm của MISS EDE chinh phục thị trường nước ngoài.

Khát vọng nâng tầm cà phê Việt trên bản đồ thế giới

Nếu chọn một thông điệp gửi đến người tiêu dùng và các doanh nghiệp Việt tại Hội chợ Mùa Thu 2025, ông muốn nói điều gì?

Việt Nam hiện là quốc gia xuất khẩu cà phê lớn thứ hai thế giới, đó là niềm tự hào, nhưng cũng là thách thức. Chúng ta đã đi rất xa về sản lượng, nhưng nếu chỉ dừng lại ở con số, chúng ta sẽ mãi là "công xưởng" chứ chưa phải "thương hiệu" của thế giới.

Điều đáng mừng là khoảng 10 năm trở lại đây, ngành cà phê Việt Nam đã có sự chuyển mình. Nhiều doanh nghiệp, trong đó có Miss EDE, đã tập trung phát triển cà phê đặc sản, chế biến sâu, đạt tiêu chuẩn quốc tế và xây dựng thương hiệu mang bản sắc Việt.

Hội chợ Mùa Thu 2025 dưới sự chỉ đạo trực tiếp của Chính phủ và Bộ Công Thương, chính là bệ phóng cho thế hệ doanh nghiệp tư nhân Việt Nam. Hội chợ còn là diễn đàn để chúng tôi chứng minh năng lực sáng tạo, chất lượng và tinh thần tự tôn dân tộc.

Người tiêu dùng Việt Nam xứng đáng được sử dụng những sản phẩm nội địa có chất lượng cao nhất. Khi chúng ta tin và sử dụng hàng Việt, chính là góp phần nâng tầm vị thế quốc gia.

Tôi kỳ vọng, với sự đồng hành của Đảng, Chính phủ, các bộ, ban, ngành và tinh thần khởi nghiệp mạnh mẽ, các doanh nghiệp tư nhân như Miss EDE sẽ trở thành những "đại sứ" văn hóa mới của Việt Nam, đưa hương vị cà phê Việt lan tỏa khắp thế giới, bằng hương thơm và niềm tự hào dân tộc.

Xin cảm ơn ông!

Xây dựng thương hiệu bền vững

Xin bà cho biết Công ty TNHH Nguyễn Hồng mang những sản phẩm gì đến giới thiệu tại Hội chợ Mùa Thu 2025?

Hội chợ Mùa Thu 2025 là một sự kiện đặc biệt, quy tụ nhiều doanh nghiệp, tổ chức, hứa hẹn thu hút đông đảo người tiêu dùng tham quan. Là doanh nghiệp có hơn 20 năm hoạt động nhập khẩu và phân phối hàng hóa Nga tại Việt Nam, Công ty TNHH Nguyễn Hồng tự hào được góp một phần vào bức tranh thương mại đa dạng, nhiều màu sắc này.

Bởi thế, chúng tôi quyết định mang "niềm tự hào" của công ty trong nhiều năm qua đến sự kiện: Các bộ sưu tập búp bê Matryoshka, lật đặt Nga, quà tặng lưu niệm Nga, mỹ phẩm Nga. Nguyễn Hồng gọi đó là "niềm tự hào", bởi chỉ cần nhìn thấy những sản phẩm qua từng lưu niệm, trưng bày đó, ai cũng có thể thấy được hồn cốt, văn hóa Nga. Thật vậy, giá trị tinh thần và cảm xúc gửi gắm trong những sản phẩm đó rất đặc biệt.

Chẳng hạn, búp bê Matryoshka với nhiều lớp bên trong mang trong mình nhiều ý nghĩa khác nhau. Ý nghĩa thứ nhất là sự sinh sôi, nảy nở, may mắn và thịnh vượng. Ý nghĩa thứ hai tượng trưng cho gia đình, tình mẫu tử, sự che chở của người mẹ bảo vệ đàn con. Ý nghĩa thứ ba là sự khám phá nội tâm của con người, mỗi lớp búp bê là một lớp nội tâm để hiểu chính mình. Vì có nhiều ý nghĩa như vậy nên búp bê Matryoshka luôn là một trong những sản phẩm bán chạy nhất của chúng tôi. Nguyễn Hồng cũng là doanh nghiệp duy nhất tại Việt Nam có dịch vụ vẽ thủ công búp bê Matryoshka khác họa chân dung thật của khách theo sự đặt hàng cụ thể.

Theo bà, công ty kỳ vọng việc tham dự hội chợ sẽ góp phần ra sao trong việc quảng bá sản phẩm đến người tiêu dùng trong nước và quốc tế?

Là doanh nghiệp có hơn 20 năm hoạt động nhập khẩu và phân phối hàng hóa Nga tại Việt Nam, Nguyễn Hồng đã xây dựng được nền tảng và là thương hiệu về quà tặng, thực phẩm Nga được nhiều người biết đến.

Cũng nhờ sự tích lũy kinh nghiệm đó, chúng tôi hiểu rằng, những sự kiện như Hội chợ Mùa Thu 2025 là cơ hội quý báu để quảng bá đến người tiêu dùng trong nước và quốc tế.

Tại Nguyễn Hồng, chúng tôi hiểu rằng, "muốn đi nhanh thì đi một mình, muốn đi xa thì đi cùng nhau". Những nỗ lực truyền thông, quảng bá, kết nối văn hóa và sản phẩm... sẽ được nhân hiệu quả lên nhiều lần, khi doanh nghiệp có những "sân chơi" như Hội chợ Mùa Thu 2025. Tại đó, mọi người sẽ đến vì có nhiều lựa chọn đa dạng. Ban Tổ chức cũng thu hút sự quan tâm bằng nhiều nguồn lực phong phú.



Nhiều người Việt Nam dành tình cảm chân thành cho các quà tặng lưu niệm Nga như búp bê Matryoshka, lật đặt Nga, ấm Samovar

Kết nối văn hóa Nga

TẠI HỘI CHỢ MÙA THU 2025



Trong không khí sôi động của Hội chợ Mùa Thu 2025, nhiều thương hiệu Việt đã mang đến những sản phẩm đặc trưng, thể hiện bản sắc văn hóa và tinh thần hội nhập. Trong số đó, Công ty TNHH Nguyễn Hồng ghi dấu ấn bằng những gian trưng bày độc đáo, giàu tính biểu tượng. Phòng viên Báo Công Thương đã có cuộc trao đổi với bà Trần Thanh Huyền, Phó Tổng giám đốc điều hành Công ty TNHH Nguyễn Hồng.

➤ MINH TRANG (thực hiện)

Chúng tôi thực lòng muốn gửi lời cảm ơn tới Bộ Công Thương, các nhà đồng tổ chức đã kiến tạo Hội chợ Mùa Thu 2025.

Điểm nhấn trải nghiệm ấn tượng

Bà đánh giá như thế nào về quy mô, chất lượng tổ chức và ý nghĩa của Hội chợ Mùa Thu 2025 đối với doanh nghiệp sản xuất - thương mại Việt Nam?

Hội chợ có quy mô lớn, được vận hành trơn tru cho cả doanh nghiệp lẫn khách tham quan, thể hiện chất lượng tổ chức chuyên nghiệp – yếu tố quan trọng giúp doanh nghiệp yên tâm phát huy thế mạnh tại sự kiện.

Tôi ấn tượng với bộ tài liệu đầy đủ, chi tiết, được trình bày logic và gửi cho từng doanh nghiệp tham gia, để giải đáp hầu hết thắc mắc nếu có. Đó chính là sự chín chu, chuyên nghiệp.

Về ý nghĩa, như tôi đã chia sẻ ở trên, chất lượng tổ chức tốt thì dù quy mô lớn, sự kiện vẫn vận hành trơn tru. Quy mô lớn giúp doanh nghiệp tiếp cận lượng người quan tâm đông đảo, đa dạng, từ đó thúc đẩy hiệu quả cho nỗ lực truyền thông, quảng bá, kết nối văn hóa và sản phẩm. Đó là ý nghĩa rất lớn đối với doanh nghiệp tham gia.

Còn với cộng đồng, sự kiện thực sự đã tạo ra một điểm nhấn trải nghiệm, điểm tham

quan và mua sắm hấp dẫn hiếm nơi có được.

Ngay tại "sân nhà" là Hội chợ Mùa Thu 2025, chúng tôi có thể gặp gỡ, trao đổi và bàn bạc về thỏa thuận hợp tác tương lai với doanh nghiệp nước ngoài thì rõ ràng là một cơ hội rất tốt. Tôi tin rằng, không chỉ Nguyễn Hồng, mà nhiều doanh nghiệp Việt Nam mong muốn xuất khẩu sẽ nắm bắt cơ hội này. Một lần nữa, tôi muốn dành lời cảm ơn tới Bộ Công Thương, cùng các đơn vị đồng tổ chức Hội chợ Mùa Thu 2025. Đây là lời cảm ơn chân thành của doanh nghiệp Việt mong muốn ngày càng phát triển bền vững.

Xin cảm ơn bà!



Không chỉ hoạt động trong lĩnh vực xuất nhập khẩu, Nguyễn Hồng còn là doanh nghiệp sản xuất với sản phẩm chủ lực pho mai hun khói SOLSE – thương hiệu đã có hơn 20 năm hiện diện tại Việt Nam và được xuất khẩu sang nhiều thị trường Đông Nam Á, Trung Đông.

Từ dược liệu Việt ĐẾN SẢN PHẨM TOÀN CẦU

CVI PHARMA

Lấy khoa học - công nghệ làm đòn bẩy

Từ một doanh nghiệp với khát vọng “đưa dược liệu Việt thành sản phẩm chất lượng quốc tế”, đến nay CVI Pharma đã trở thành thương hiệu tiên phong trong lĩnh vực dược phẩm thiên nhiên. Vậy đâu là giá trị cốt lõi giúp CVI Pharma giữ vững niềm tin với người tiêu dùng, thưa ông?

CVI Pharma được thành lập năm 2013 và là đơn vị tiên phong ứng dụng công nghệ Nano trong chiết xuất thảo dược, mở ra hướng đi mới cho ngành dược, mỹ phẩm Việt. Từ những ngày đầu khởi nghiệp với nhiều khó khăn về nguồn lực, CVI Pharma luôn xác định con đường phát triển bền vững phải dựa trên những giá trị cốt lõi là khoa học, sáng tạo, chất lượng, trách nhiệm.

Từ sản phẩm đầu tay CumarGold, CVI Pharma không ngừng nghiên cứu và phát triển nhiều dòng sản phẩm chất lượng cao như Decumar, CumarGold Kare, Heposal, Kutieskin, Lovinskin... cùng hàng trăm sản phẩm dược mỹ phẩm chiết xuất 100% từ thảo dược thiên nhiên, đáp ứng nhu cầu chăm sóc sức khỏe toàn diện.

Năm 2020, Nhà máy Dược phẩm Công nghệ cao CVI Pharma Hòa Lạc chính thức vận hành với diện tích 12.000 m², vốn đầu tư 300 tỷ đồng trang bị hệ thống chiết xuất hiện đại, cùng dây chuyền sản xuất đạt chuẩn GMP, CGMP, GMP - WHO, ISO 13485:2016, ISO 22000:2018 cho sản xuất mỹ phẩm, thực phẩm chức năng, thuốc đông dược và trang thiết bị y tế, vật tư y tế loại A. Hiện nay, Nhà máy CVI Pharma hợp tác nghiên cứu & phát triển, ứng dụng chuyển giao với nhiều viện nghiên cứu lớn, các trường đại học y dược, quy tụ nhiều chuyên gia đầu ngành cho ra đời các sản phẩm có hàm lượng công nghệ và giá trị cao trong chăm sóc sức khỏe, sắc đẹp toàn diện.



CVI Pharma hợp tác với Viện Khoa học và Công nghệ Việt Nam - Hàn Quốc (VKIST) trong nghiên cứu và phát triển nguyên liệu chiết xuất thảo dược thiên nhiên, ứng dụng công nghệ Nano thế hệ mới

Những đóng góp và nỗ lực của CVI Pharma trong hành trình chinh phục thị trường dược mỹ phẩm Việt đã được ghi nhận bằng hàng loạt giải thưởng uy tín: Giải thưởng thương hiệu Tin Dành cho nhãn hàng CumarGold liên tiếp từ năm 2014 đến năm 2017; Thương hiệu mạnh quốc gia năm 2024 cho nhãn hàng CumarGold New, Heposal, Decumar; Thương hiệu số 01 Việt Nam năm 2025 cho nhãn hàng CumarGold New, Heposal... Đây là minh chứng cho hành trình không ngừng sáng tạo, chuẩn hóa và vươn tầm quốc tế của doanh nghiệp.

Ông có thể chia sẻ về những thành tựu nổi bật mà CVI Pharma đạt được thời gian qua?

Bước ngoặt quan trọng đánh dấu sự khác biệt trong hành trình phát triển của CVI Pharma là việc ứng dụng công nghệ Nano Curcumin - thành quả nghiên cứu của Viện Hàn lâm Khoa học và Công nghệ Việt Nam tạo nền



Thông qua Hội chợ Mùa Thu 2025, CVI Pharma không chỉ giới thiệu các dòng dược mỹ phẩm công nghệ cao từ thảo dược Việt, mà còn mang đến câu chuyện hành trình ứng dụng khoa học nâng tầm giá trị dược liệu bản địa, khẳng định tri tuệ, bản sắc và năng lực sáng tạo của người Việt trên bản đồ dược phẩm thế giới. Phòng viên Báo Công Thương đã có cuộc trò chuyện với ông Phan Văn Hiệu - Chủ tịch HĐQT Công ty CP Dược Mỹ Phẩm CVI (CVI Pharma) về vấn đề này.

➤ HOÀNG HẢI - TRẦN KHOA (thực hiện)

sản phẩm mới, ứng dụng công nghệ Nano trong nghiên cứu và sản xuất dược mỹ phẩm từ thiên nhiên. Đây không chỉ là bước tiến về mặt công nghệ, mà còn khẳng định tầm nhìn của CVI Pharma trong việc chuẩn hóa dược liệu Việt bằng nền tảng khoa học hiện đại, biến Curcumin, một hoạt chất quý trong nghệ vàng thành

dạng nano với khả năng hấp thu vượt trội, mang lại giá trị thực tiễn cao cho người bệnh.

Trên đa thành công đó, CVI Pharma tiếp tục làm chủ công nghệ phức hệ Nano FGC phát triển dòng sản phẩm hỗ trợ điều trị ung thư và cải thiện chất lượng sống cho bệnh nhân.

Đồng thời, CVI Pharma đã hợp

tác với những đối tác Hàn Quốc cho ra đời các dòng dược mỹ phẩm tự nhiên, mang tinh hoa thảo dược Việt hòa quyện cùng công nghệ làm đẹp chuẩn Hàn, đáp ứng nhu cầu chăm sóc da chuyên biệt cho người lớn và trẻ em theo tiêu chuẩn quốc tế.

“Siêu hội chợ” mở ra cơ hội lớn

Đến với Hội chợ Mùa Thu 2025, CVI Pharma có kỳ vọng mở rộng cơ hội giao thương, xúc tiến đầu tư trong chuỗi cung ứng toàn cầu?

Chúng tôi đánh giá cao vai trò của Bộ Công Thương trong việc tổ chức một “siêu hội chợ” có quy mô và tầm ảnh hưởng lớn, mang tầm vóc quốc tế như Hội chợ Mùa Thu 2025.

Sự kiện đã thể hiện tầm nhìn chiến lược của bộ trong việc kết nối sản xuất - thương mại - đầu tư - tiêu dùng và tạo cú hích mạnh mẽ, thúc đẩy tiêu dùng nội địa, quảng bá thương hiệu Việt, mở ra cơ hội để các doanh nghiệp Việt như CVI Pharma giới thiệu các sản phẩm công nghệ cao từ dược liệu Việt, lan tỏa giá trị “Made in Vietnam” ra thị trường quốc tế.

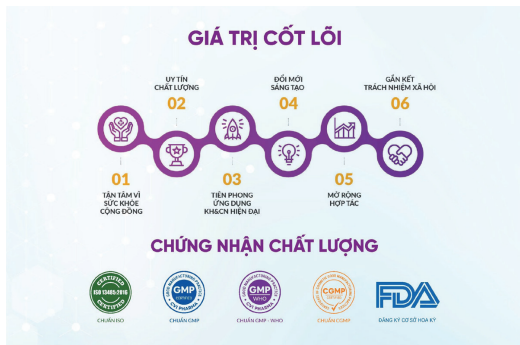
Thông qua Hội chợ Mùa Thu 2025, chúng tôi sẽ kể câu chuyện về hành trình ứng dụng khoa học nâng tầm thảo dược Việt, khẳng định năng lực sáng tạo, chất lượng và vị thế trong chuỗi cung ứng dược phẩm thế giới. Từ nguồn dược liệu bản địa, Việt Nam hoàn toàn có thể tạo ra những sản phẩm chuẩn quốc tế, mang đầu ấn của trí tuệ và bản sắc Việt Nam.

Đồng thời, CVI Pharma cũng hướng tới mở rộng các kết nối hợp tác quốc tế trong nghiên cứu, chuyển giao công nghệ, tiêu chuẩn hoá dược liệu, nâng cao chất lượng sản phẩm, đáp ứng các tiêu chuẩn khắt khe của thị trường quốc tế. Từ đó, mở rộng thị trường xuất khẩu đưa dược mỹ phẩm Việt tham gia sâu hơn vào chuỗi cung ứng toàn cầu.

Xin cảm ơn ông!



Trong suốt chặng đường phát triển, CVI Pharma luôn xác định đầu tư vào nghiên cứu và ứng dụng khoa học, công nghệ là nền tảng cốt lõi để hiện thực hóa sứ mệnh “Nâng tầm giá trị thảo dược Việt”.



Doanh nghiệp thủy sản “RA KHƠI” CÙNG HỘI CHỢ MÙA THU 2025



Bà Phạm Thị Bạch Thủy - Giám đốc Công ty TNHH Thủy sản Thái Thủy (tỉnh An Giang)

Cơ hội mở rộng thị trường trong nước

Thưa bà, đến với Hội chợ Mùa Thu 2025, Thủy sản Thái Thủy có kỳ vọng gì về việc mở rộng thị trường tiêu thụ sản phẩm trong nước?

Là doanh nghiệp chế biến thủy sản của tỉnh An Giang, chúng tôi xem Hội chợ Mùa Thu 2025 là cơ hội vàng để quảng bá thương hiệu, kết nối đối tác và mở rộng thị trường trong bối cảnh toàn ngành đang bước vào giai đoạn tái cấu trúc theo hướng xanh bền vững. Với lợi thế nguồn nguyên liệu phong phú từ vùng biển An Giang cùng quy trình sản xuất đạt chuẩn, doanh nghiệp sẽ mang đến hội chợ những dòng sản phẩm chế biến sâu, giá trị gia tăng cao - xu hướng đang chiếm ưu thế trong xuất khẩu thủy sản hiện nay.

Trong đó, những sản phẩm chủ lực mang đậm dấu ấn của miền biển An Giang như: Tôm sấy cán cay, tôm khô, các sản phẩm chế biến từ cá cơm, cá lìm kim... được giới thiệu và trưng bày tại hội chợ. Đây là những sản phẩm đạt phân hạng sản phẩm OCOP 3 sao.

Mong muốn lớn nhất của chúng tôi khi tham gia hội chợ là được quảng bá tới người tiêu dùng những sản phẩm sạch, đảm bảo an toàn, chất lượng, mang đặc trưng của quê hương. Những con tôm, con cá nuôi quảng canh được chế biến thơm ngon, đẹp mắt, không hoá chất là món quà mà An Giang mang tới Hà Nội trong mùa thu này.

Ngoài ra, chúng tôi cũng đầu

tư mạnh vào thiết kế gian hàng, trưng bày sản phẩm theo hướng “xanh - sạch - bền vững”. Đặc biệt, chúng tôi nhấn mạnh yếu tố truy xuất nguồn gốc và chứng nhận nhằm đáp ứng yêu cầu của thị trường trong nước. Đồng thời, tận dụng tối đa thời gian diễn ra hội chợ để quảng bá thương hiệu, tích cực tham gia các hoạt động bên lề do Ban Tổ chức triển khai nhằm lan tỏa hình ảnh và thương hiệu sản phẩm đến người tiêu dùng và đối tác.

Do đó, đây không chỉ là nơi giới thiệu sản phẩm với người tiêu dùng mà còn là cơ hội để doanh nghiệp tiếp cận các nhà

đầu tư, siêu thị và chuỗi phân phối lớn trong nước - những kênh tiêu thụ tiềm năng đang tăng trưởng mạnh.

Lời khẳng định của hải sản chế biến Việt Nam

Hội chợ năm nay với quy mô quốc tế cũng là cơ hội để doanh nghiệp tiếp cận nhiều đối tác quan trọng, tìm kiếm thị trường xuất khẩu. Bà đánh giá thế nào về cơ hội này?

Hiện tại, doanh nghiệp đang tiếp tục tăng tốc trong hoạt động

xúc tiến thương mại. Bên cạnh việc tập trung mở rộng mạng lưới khách hàng và khai thác sâu các thị trường trọng điểm, mở rộng thị trường xuất khẩu cũng là một trong những yêu cầu tất yếu. Việc tham gia Hội chợ Mùa Thu 2025 là bước đi quan trọng trong chiến lược mở rộng thị trường và khẳng định thương hiệu của chúng tôi.

Hội chợ lần này quy tụ đông đảo các doanh nghiệp, nhà đầu tư, các đoàn thương mại, nhà nhập khẩu và hệ thống phân phối lớn đến từ nhiều nơi trên thế giới. Đây cũng là cơ hội tiềm năng để giới thiệu sản phẩm với thị trường quốc tế. Đặc biệt, là nơi lý tưởng để công ty tìm kiếm đối tác nước ngoài nhằm hợp tác kinh doanh, mở rộng thị trường, quy mô sản xuất, hướng tới thị trường xuất khẩu bền vững.

Hiện tại, chúng tôi đang trong

quá trình chuẩn bị kỹ lưỡng hồ sơ năng lực, chứng chỉ xuất khẩu và chiến lược thương hiệu quốc tế. Qua đó, doanh nghiệp mong muốn tìm thêm các đối tác quốc tế, khẳng định vị thế của hải sản chế biến An Giang trên bản đồ thương mại khu vực.

Tại tỉnh An Giang, chúng tôi tự hào là đơn vị hàng đầu trong sản xuất hải sản tươi ngon. Với sứ mệnh cung cấp sản phẩm chất lượng cao đến tay người tiêu dùng, chúng tôi cam kết sử dụng nguyên liệu tươi sống và quy trình chế biến hiện đại. Nhờ đội ngũ nhân sự giàu kinh nghiệm và tâm huyết, Thái Thủy không ngừng nghiên cứu, phát triển những sản phẩm thủy sản chế biến an toàn, giàu dinh dưỡng, góp phần đưa ẩm thực Việt vươn xa hơn trên thị trường quốc tế.

Xin cảm ơn bà!



Hội chợ Mùa Thu 2025 không chỉ là sự kiện xúc tiến thương mại tầm cỡ khu vực, mà còn là bệ phóng giúp doanh nghiệp thủy sản Việt Nam mở rộng thị trường, kết nối trực tiếp với hệ thống nhập khẩu và phân phối quốc tế. Tại đây, các doanh nghiệp có cơ hội giới thiệu sản phẩm, công nghệ chế biến, chuỗi cung ứng xanh, gặp gỡ các đối tác đến từ những thị trường tiêu thụ thủy sản hàng đầu.



Bà Phạm Thị Bạch Thủy (ngồi cùng bên trái) giới thiệu dây chuyền sản xuất tôm sấy cán cay

Trong hành trình nửa thế kỷ phát triển của Tập đoàn Công nghiệp – Năng lượng Quốc gia Việt Nam (Petrovietnam), Tổng công ty Khí Việt Nam (PV GAS) đã có 35 năm ghi dấu ấn tự hào. PV GAS đã kiến tạo nên ngành công nghiệp khí hoàn chỉnh của đất nước, trở thành trụ cột quan trọng trong đảm bảo an ninh năng lượng, an ninh lương thực quốc gia.

➤ MAI PHUONG

“Thấp lửa non sông”

Mỏ dầu Bạch Hổ được đưa vào khai thác từ năm 1986. Cho đến năm 1995, khí đồng hành được tách ra khỏi dầu thô tại các giàn khai thác và phải đốt bỏ do chưa có điều kiện thu gom, vận chuyển vào bờ để sử dụng. Cùng với sự gia tăng sản lượng dầu khai thác, lượng khí phải đốt bỏ ngày càng lớn, gây lãng phí tài nguyên, ô nhiễm môi trường. Thực tế đó đặt ra yêu cầu cấp bách về việc triển khai xây dựng cơ sở hạ tầng thu gom, vận chuyển khí đồng hành vào bờ và sử dụng cho nền kinh tế quốc dân.

Để thực hiện nhiệm vụ trên, ngày 20/9/1990, PV GAS được thành lập trên cơ sở Ban Quản lý Công trình Dầu khí Vũng Tàu với tên gọi ban đầu là Công ty Khí đốt. Ngay sau khi thành lập, dưới sự chỉ đạo của Chính phủ và Petrovietnam, PV GAS đã bắt tay vào xây dựng và lần lượt đưa các công trình khí vào hoạt động, hiện thực hóa mục tiêu khai thác, thu gom và sử dụng có hiệu quả nguồn tài nguyên khí phục vụ nhu cầu năng lượng, phát triển kinh tế đất nước.

Từ tháng 5/1995, dòng khí đầu tiên được đưa vào bờ, mở đầu cho sự hình thành, phát triển ngành công nghiệp khí ở nước ta, đồng thời cũng mở ra một chương mới cho ngành dầu khí, nay là ngành công nghiệp – năng lượng quốc gia. Với sự cố gắng, nỗ lực không ngừng học hỏi và lao động sáng tạo cũng như tận dụng tốt kinh nghiệm của thế giới thông qua hợp tác với các công ty nước ngoài, ứng dụng chuyển giao khoa học, công nghệ, PV GAS đã từng bước xây dựng ngành công nghiệp khí Việt Nam lớn mạnh, trở thành nguồn năng lượng không thể thiếu của quốc gia, được sử dụng rộng rãi trong nhiều lĩnh vực: Điện, đạm, công nghiệp, giao thông vận tải, dân dụng...

Qua 35 năm hình thành và phát triển, PV GAS tự hào đóng vai trò chủ đạo trong ngành công nghiệp khí. Hiện nay, PV GAS là đơn vị duy nhất tại Việt Nam sở hữu hạ



Lãnh đạo PV GAS kiểm tra hoạt động trên công trình khí

PV GAS

35 năm vươn mình vững bước tiên phong



PV GAS xây dựng nguồn nhân lực chuyên nghiệp, theo chuẩn quốc tế, đáp ứng chiến lược phát triển

tầng công nghiệp khí hoàn chỉnh ở tất cả các khâu từ thu gom, vận chuyển, chế biến, tồn trữ đến kinh doanh, xuất nhập khẩu khí và sản phẩm khí. PV GAS hiện sở hữu 5 hệ thống khí với tổng chiều dài trên 1.500km đường ống khí, 3 nhà máy xử lý khí với tổng công suất trên 15 tỷ m³/năm; hệ thống kho chứa LPG có công suất gần 150 nghìn tấn; hệ thống trạm phân phối/chiết nạp khí/sản phẩm khí rộng khắp trên toàn quốc...

Hệ thống công trình khí của PV GAS không ngừng được mở rộng, nâng cấp, hoàn thiện. Năm 2023,

PV GAS đã đưa vào vận hành kho chứa LNG 1 MMTPA tại Thị Vải, lần đầu tiên đưa sản phẩm LNG nhập khẩu về Việt Nam, bổ sung an ninh năng lượng.

Kiến tạo tương lai xanh

Ông Nguyễn Thanh Bình - Chủ tịch HĐQT PV GAS - cho biết, nhận thức rõ vai trò, trọng trách của doanh nghiệp chủ đạo của ngành công nghiệp khí Việt Nam, PV GAS đã đề ra các mục tiêu, chiến lược phát triển gắn liền với Kết luận 76-KL/TW và định hướng chiến lược năng lượng quốc gia. Đại hội Đảng bộ PV

GAS lần thứ XI, nhiệm kỳ 2025 - 2030 đã đặt mục tiêu PV GAS tiếp tục giữ vững vai trò chủ đạo, tiên phong trong ngành năng lượng khí Việt Nam, góp phần vào hành trình chuyển đổi xanh và hội nhập sâu rộng vào thị trường quốc tế.

Trên cơ sở đó, giai đoạn 2025 - 2030, PV GAS đặt ra các mục tiêu rõ ràng, đầy khát vọng: Khẳng định vị thế số 1, dẫn đầu ngành năng lượng khí tại Việt Nam và lọt vào Top 100 công ty hàng đầu khu vực Đông Nam Á. PV GAS sẽ tập trung đầu tư để hình thành các trung tâm năng lượng tích

5 năm tới, PV GAS có kế hoạch đầu tư mạnh mẽ với tổng số vốn đầu tư ước tính hơn 78.000 tỷ đồng, hiện thực hóa mục tiêu chiến lược, lấy hạ tầng làm thế mạnh để phát triển kinh doanh.

hợp (LNG/Energy Hub) nhằm đảm bảo an ninh năng lượng quốc gia; chiếm lĩnh 100% thị phần khí tự nhiên, khí thấp áp và CNG từ khí tự nhiên trong nước, 65-70% thị phần LPG và LNG tại Việt Nam, đồng thời tham gia sâu rộng vào thị trường quốc tế. PV GAS khẳng định định hướng tiên phong phát triển thị trường năng lượng mới, năng lượng xanh.

Để đạt được các mục tiêu và chỉ tiêu đã đề ra, PV GAS triển khai đồng bộ nhiều giải pháp trọng tâm. Trong đó, về nguồn cung, PV GAS sẽ bám sát kế hoạch tìm kiếm, thăm dò và phát triển các nguồn khí trên toàn quốc và các nguồn có khả năng nhập khẩu để triển khai đầu tư đồng bộ. Mục tiêu, đảm bảo sẵn sàng thu gom, tiếp nhận toàn bộ, hiệu quả, đồng vai trò là người mua khí duy nhất của Petrovietnam. PV GAS cũng sẽ xây dựng, triển khai các phương án nhập khẩu khí, LNG, LPG tối ưu, xem xét phương án tham gia đầu tư thượng nguồn trong và ngoài nước để chủ động thu xếp nguồn cung.

Về kinh doanh và thị trường, PV GAS thực hiện đa dạng hóa sản phẩm, các hộ tiêu thụ, tập trung vào các hộ tiêu thụ lớn như điện, đạm, hóa chất; nghiên cứu cơ hội hợp tác kinh doanh, liên doanh, liên kết để chiếm lĩnh thị trường, đặc biệt chú trọng việc chủ động phát triển thị trường thông qua việc tham gia vào hạ nguồn (nhà máy điện, khu công nghiệp). ■

Ủy ban Chứng khoán Nhà nước đã chấp thuận hồ sơ phát hành cổ phiếu trả cổ tức và tăng vốn từ nguồn vốn chủ sở hữu của Công ty cổ phần Lộc hóa dầu Bình Sơn (HoSE: BSR).

➤ THANH HIẾU

Phát hành hơn 1,9 tỷ cổ phiếu thưởng cho cổ đông

Sau đợt phát hành, vốn điều lệ của BSR sẽ vượt 50.000 tỷ đồng và ngày đăng ký cuối cùng để chốt quyền hưởng cổ phiếu thưởng được ấn định là ngày 30/10/2025.

Theo phương án đã được Đại hội đồng cổ đông thông qua, BSR sẽ phát hành 1.906.807.263 cổ phiếu thưởng với tỷ lệ 61,5% (tức cổ đông sở hữu 100 cổ phiếu sẽ nhận thêm 61,5 cổ phiếu thưởng). Sau đợt phát hành, vốn điều lệ của BSR sẽ tăng thêm hơn 19.000 tỷ đồng, đạt quy mô trên 50.000 tỷ đồng, đưa doanh nghiệp vào nhóm có vốn điều lệ lớn nhất trên sàn HoSE.

Đợt chia cổ phiếu thưởng quy mô lớn này không chỉ khẳng định năng lực tích lũy nội lực và hiệu quả hoạt động của BSR, mà còn thể hiện tầm nhìn chiến lược trong việc tăng cường vốn chủ sở hữu, chuẩn bị nguồn lực cho Dự án Nâng cấp mở rộng Nhà máy Lộc dầu Dung Quất, đồng thời mang lại giá trị bền vững cho cổ đông.

Nổi tiếp chuỗi kết quả tích cực trong hoạt động sản xuất kinh doanh, BSR tiếp tục được Fitch Ratings duy trì xếp hạng tín nhiệm BB+ với "triển vọng ổn định" (Stable) - tương đương với Petrovietnam và Chính phủ Việt Nam trong ba năm liên tiếp (2023 - 2025). Việc giữ vững xếp hạng tín nhiệm cao, cùng với đợt chia cổ phiếu thưởng quy mô lớn, một lần nữa khẳng định uy tín thương hiệu, năng lực quản trị và nền tảng tài chính vững mạnh của BSR. Đồng thời, củng cố niềm tin và kỳ vọng của cổ đông, nhà đầu tư vào triển vọng phát triển bền vững của doanh nghiệp.

Lợi nhuận sau thuế 9 tháng năm 2025 đạt hơn 2.000 tỷ đồng

Trong sản xuất kinh doanh, nhờ những giải pháp toàn diện và sự điều hành linh hoạt, các chỉ tiêu sản lượng sản xuất, tài chính của BSR trong 9 tháng năm 2025 đều vượt kế hoạch. Nhà máy Lộc dầu Dung Quất vận hành ở công suất bình quân khoảng 118%, sản lượng sản xuất đạt 5,87 triệu tấn, tương đương 117% kế hoạch sản xuất kinh doanh và 108% kế hoạch quản trị.

Cụ thể, doanh thu 9 tháng đầu năm đạt hơn 105 nghìn tỷ



Bí thư Tỉnh ủy Quảng Ngãi Hồ Văn Niên làm việc với BSR

Ảnh: BSR

BSR chia cổ phiếu thưởng quy mô lớn



BSR xuất bán lô xăng sinh học E10 RON95 đầu tiên ra thị trường

đồng, nộp ngân sách Nhà nước khoảng 10,7 nghìn tỷ đồng và lợi nhuận sau thuế đạt hơn 2.000 tỷ đồng (gấp 2,74 lần kế

hoạch 9 tháng). Những con số rất ấn tượng phản ánh năng lực sản xuất hiệu quả và chiến lược kinh doanh bền vững.

Bên cạnh nội lực vững vàng, kết quả sản xuất kinh doanh của BSR còn được hỗ trợ bởi lợi nhuận lọc dầu (crack spread) duy

trì ở mức tích cực, đặc biệt đối với các sản phẩm Jet-A1 và dầu DO 0,05S. Nhờ sản lượng tiêu thụ tăng mạnh, hiệu quả kinh doanh của BSR tiếp tục duy trì ở mức cao kỷ lục. Các phân xưởng công nghệ chủ lực như RFCC, CCR, NHT, ISOM, PP... được vận hành ổn định, liên tục ở công suất cao, đảm bảo các chỉ tiêu kỹ thuật và chất lượng sản phẩm.

Không chỉ giữ vững vị thế trên thị trường trong nước, hoạt động kinh doanh quốc tế của BSR trong năm 2025 ghi nhận mức tăng trưởng mạnh mẽ, đóng góp tích cực vào tổng doanh thu và lợi nhuận của công ty. BSR chủ động mở rộng hợp tác thương mại, ký kết các hợp đồng và biên bản ghi nhớ xuất khẩu sản phẩm dài hạn với các đối tác trong khu vực Đông Nam Á. Đặc biệt, đẩy mạnh cung ứng sản phẩm sang các thị trường Lào, Campuchia, Myanmar, Indonesia và một số thị trường mới tại Đông Á. Việc mở rộng quy mô giao dịch quốc tế không chỉ giúp BSR đa dạng hóa nguồn thu, mà còn giảm thiểu rủi ro phụ thuộc vào thị trường nội địa, nâng cao khả năng thích ứng trong bối cảnh giá dầu và nhu cầu toàn cầu biến động. ■



Nhà máy Lộc dầu Dung Quất luôn hoạt động an toàn, ổn định, vượt công suất thiết kế

Nhiệm kỳ 2025 – 2030, Tập đoàn Công nghiệp – Năng lượng Quốc gia Việt Nam (Petrovietnam) tiếp tục quyết tâm tiên phong dẫn dắt, bảo đảm hiệu quả vượt trội, phấn đấu tăng trưởng trung bình 2 con số.

➤ PHƯƠNG NGÀ

Tham luận tại Đại hội Đảng bộ Chính phủ lần thứ I với chủ đề “Phát huy vai trò lãnh đạo của Đảng bộ Petrovietnam trong thực hiện thắng lợi Chiến lược phát triển ngành dầu khí, góp phần bảo đảm an ninh năng lượng và bảo vệ chủ quyền tổ quốc”, Bí thư Đảng ủy, Chủ tịch HĐQT Tập đoàn Công nghiệp – Năng lượng Quốc gia Việt Nam (Petrovietnam) Lê Mạnh Hùng - nhìn nhận, nhiệm kỳ 2020 - 2025 đã khắc đậm một mốc son phát triển. Đây là giai đoạn “thử lửa” khắc nghiệt trước những biến động khôn lường của môi trường kinh doanh cùng vô vàn khó khăn nội tại.

Đảng bộ Petrovietnam đã phát huy vai trò là hạt nhân chính trị thống nhất, toàn diện, với gần 14 nghìn đảng viên tại 943 tổ chức Đảng. Qua đó, thể hiện bản lĩnh lãnh đạo, dẫn dắt cả hệ thống

PETROVIETNAM

Về đích trước nhiều chỉ tiêu



Petrovietnam xác định nhiệm kỳ 2025-2030 là giai đoạn phát triển đột phá, tốc độ nhanh, hiệu quả cao, sứ mệnh kép

đoàn kết vượt khó, đề ra nhiều quyết sách, nghị quyết quan trọng, như: Nghị quyết về tái tạo văn hóa Petrovietnam; Nghị quyết thực hiện chiến lược phát triển, khoa học và công nghệ; Nghị quyết tháo gỡ các dự án khó khăn...

Kết quả, Đảng bộ Petrovietnam đã hoàn thành 12/12 chỉ tiêu Nghị quyết Đại hội Tập đoàn lần thứ III đề ra, nhiều chỉ tiêu về đích trước từ 1 - 2 năm; hoàn

thành toàn diện các chỉ tiêu kế hoạch 5 năm do Thủ tướng Chính phủ giao với thiết lập nhiều kỷ lục mới, đạt mức tăng trưởng từ 15 - 37,3%/năm. Giá trị thương hiệu Petrovietnam tăng gấp 3 lần (đạt gần 2 tỷ USD), luôn nằm trong Top 10 thương hiệu mạnh nhất Việt Nam, khôi phục niềm tin của Đảng, Nhà nước và nhân dân đối với Petrovietnam.

Tốc độ tăng trưởng của Petrovietnam so với nhiệm kỳ

2015 - 2020 đạt mức rất cao cả về quy mô cũng như giá tăng giá trị. Đến năm 2025, tổng tài sản vượt 1,1 triệu tỷ đồng, tăng 247,1 nghìn tỷ đồng, tương đương tăng 29%; tổng doanh thu tăng 49%, tổng lợi nhuận tăng 36%, nộp ngân sách tăng 37%. Đã đưa vào hoạt động hiệu quả và hồi sinh, triển khai 50 dự án trọng điểm, công trình lớn với tổng giá trị 560,8 nghìn tỷ đồng, tạo động lực quan trọng cho tăng trưởng,

phát triển. Tiêu biểu như dự án: Sao Vàng - Đại Nguyệt, sông Hậu 1, Thái Bình 2, LNG Thị Vải, Đại Hùng 3, chuỗi khí - điện Lô B...

Đồng thời, Petrovietnam thực hiện tốt an sinh xã hội với giá trị trên 5.130 tỷ đồng, tăng 75% so với nhiệm kỳ trước. Hàng năm, Petrovietnam cung cấp ổn định 90% khí đốt, trên 70% xăng dầu, trên 10% sản lượng điện cho nền kinh tế, góp phần bảo đảm an ninh năng lượng quốc gia.

Trong nhiệm kỳ 2025 - 2030, ông Lê Mạnh Hùng khẳng định, Petrovietnam xác định đây là giai đoạn phát triển đột phá, tốc độ nhanh, hiệu quả cao, với sứ mệnh kép: Phát triển bền vững và vươn tầm toàn cầu vừa bảo đảm an ninh năng lượng, vừa dịch chuyển xanh bền vững, hiện thực hóa các mục tiêu chiến lược. Petrovietnam quán triệt định hướng của Đảng, Chính phủ, đặc biệt là 8 chữ vàng của Tổng Bí thư Tô Lâm trao tặng nhân Lễ kỷ niệm 50 năm ngày thành lập Tập đoàn: “Tiên phong - Vượt trội - Bền vững - Toàn cầu”. Từ đó, Petrovietnam đã xây dựng bộ giải pháp, trong đó, tập trung vào 3 giải pháp trụ cột:

Thứ nhất, giải pháp chiến lược - hoàn thiện thể chế, cơ chế. **Thứ hai**, giải pháp trung tâm - quản trị và quản lý doanh nghiệp. **Thứ ba**, giải pháp đột phá - phát triển khoa học - công nghệ, đổi mới sáng tạo và chuyển đổi số. ■

CÔNG TY ĐIỆN LỰC HẢI PHÒNG

Đồng bộ triển khai thu tiền điện theo GCS

3 nhóm giải pháp trọng tâm

Với hơn 1,19 triệu khách hàng trên địa bàn 67 xã, 45 phường và 2 đặc khu, Công ty Điện lực Hải Phòng đang bước vào giai đoạn tăng tốc triển khai chương trình thu tiền điện theo phiên ghi chỉ số (GCS). Đây là một giải pháp mới nhằm chuẩn hóa quy trình kinh doanh, giảm nợ đọng và tăng tính minh bạch trong thanh toán tiền điện.

Theo Quyết định số 1989/QĐ-EVNNPC của Tổng công ty Điện lực miền Bắc, tỷ lệ thu tiền điện theo các chu kỳ ghi chỉ số trong năm 2025 phải đạt tối thiểu 99,7%. Đây vừa là chỉ tiêu thi đua, vừa là yêu cầu then chốt bảo đảm hiệu quả hoạt động và dòng tiền liên tục cho toàn hệ thống điện lực.

Để đạt mục tiêu đề ra, Công ty Điện lực Hải Phòng triển khai đồng bộ 3 nhóm giải pháp gồm: Nâng cao nhận thức khách hàng; mở rộng kênh thanh toán điện tử và tổ chức lại các phiên ghi chỉ số.

Trước hết, công ty đẩy mạnh công tác tuyên truyền, nâng cao ý thức thanh toán đúng hạn, phối hợp với chính quyền cơ sở và các tổ chức đoàn thể

Công ty Điện lực Hải Phòng đặt mục tiêu hoàn thành 100% tỷ lệ thu tiền điện đúng hạn, bảo đảm dòng tiền ổn định và nâng cao trải nghiệm khách hàng.

➤ HOÀNG HÀ

phổ biến thông điệp: “Thanh toán tiền điện trong 5 ngày trách nhiệm của bạn, ổn định cho mọi nhà”. Cùng với đó, hệ thống tin nhắn SMS và Zalo OA được sử dụng để nhắc lịch thanh toán 2 lần trong mỗi kỳ hóa đơn.

Hiện nay, Công ty Điện lực Hải Phòng hợp tác với 14 ngân hàng và 8 tổ chức trung gian, triển khai hướng dẫn khách hàng thanh toán qua ví điện tử, ứng dụng ngân hàng, hoặc tại



Cán bộ Công ty Điện lực Hải Phòng hướng dẫn người dân sử dụng các dịch vụ trực tuyến, do đó kênh thanh toán điện tử được mở rộng và tối ưu hóa

các điểm VNPOST, siêu thị và cửa hàng tiện ích. Nhân viên điện lực được tập huấn để hỗ trợ người dân cài đặt và sử dụng các ứng dụng trực tuyến thuận tiện nhất.

Công ty cũng tiến hành phát hành hóa đơn trong vòng 3 ngày kể từ ngày ghi chỉ số. Đồng thời, ghép các phiên có tỷ lệ thu thấp với phiên có tỷ lệ thu cao, nhằm cân đối khối lượng công việc, tăng hiệu quả quản lý và rút ngắn thời gian thu nợ.

Lấy sự hài lòng của khách hàng làm trung tâm phục vụ

Song song với nhiệm vụ kỹ thuật và tài chính, Công ty Điện lực Hải Phòng xác định chất lượng dịch vụ khách hàng là thước đo uy tín của doanh nghiệp. Trung tâm Chăm sóc khách hàng (CSKH) được giao nhiệm vụ truyền thông chủ động, phản hồi kịp thời và nâng cao trải nghiệm người dùng.

Các kênh tiếp nhận thông tin gồm tổng đài 19006769,

website, ứng dụng CSKH EVN và fanpage của Tổng công ty Điện lực miền Bắc hoạt động 24/7, tiếp nhận, xử lý mọi yêu cầu, phản ánh của người dân. Công ty thường xuyên tổ chức hỏi - đáp trực tuyến, tọa đàm, livestream giải thích chi tiết về cách tính hóa đơn, giá điện bậc thang, quyền và nghĩa vụ của khách hàng.

Bộ “câu hỏi - đáp nhanh (FAQ)” được xây dựng giúp người dân tra cứu, giảm thiểu khiếu nại phát sinh. Nhiều hoạt động chăm sóc thiết thực như kiểm tra an toàn điện miễn phí, sửa chữa điện trong hộ dân, tặng quà tri ân và tuyên truyền sử dụng điện tiết kiệm, hiệu quả được triển khai định kỳ, góp phần lan tỏa hình ảnh ngành điện gần gũi, thân thiện.

Bên cạnh đó, công ty phối hợp với các cơ quan báo chí, chính quyền địa phương và tổ chức đoàn thể cung cấp thông tin chính xác, minh bạch về sản lượng và hóa đơn tiền điện. Qua đó, cũng có niềm tin, nâng cao sự hài lòng của người dân thành phố Cảng. ■