

Vietnam

ECONOMIC NEWS

PUBLICATION OF NEWSPAPER OF INDUSTRY AND TRADE

www.ven.congthuong.vn

No.4 April 25, 2026



Chào mừng 51 năm Giải phóng miền Nam, thống nhất đất nước (30/4/1975-30/4/2026)

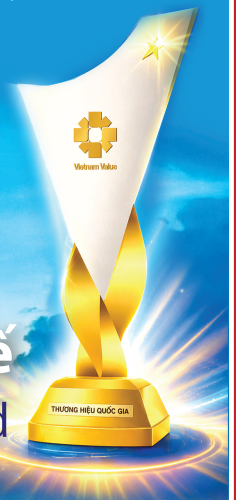
51 Years of the South Liberation and
National Reunification (April 30, 1975 - 2026)

XÂY DỰNG

UY TÍN QUỐC GIA và sức mạnh mềm trên trường quốc tế

Bolstering Vietnam's prestige and
soft power in international arena

P.48 - 51



Nutifood
SWEDEN

NRIS
NUTIFOOD NUTRITION RESEARCH
INSTITUTE IN SWEDEN

Nutifood
SWEDEN

Grow PLUS⁺ COLOSTRUM

HỖ TRỢ
TĂNG ĐỀ KHÁNG
với **LACTOFERRIN**
SỮA NON 24H & 2'-FL HMO-FOS

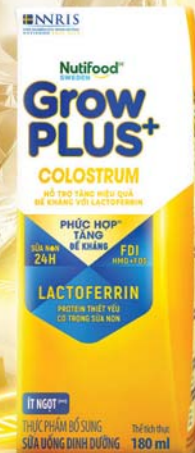
PHỨC HỢP TĂNG ĐỀ KHÁNG

LACTOFERRIN

SỮA NON
24H



FDI
HMO-FOS



**IN ASSOCIATION
WITH VIETNAMESE TRADE
OFFICES IN:**

SOUTH AFRICA, 135 Brooks St.,
- Brooklyn Pretoria 0181 - Republic of
South Africa
Tel: 27-12-3621179
Fax: 27-12-3620553
Email: Vnto@worldonline.co.za

KUWAIT P.O. Box 425, Salmiya,
Kuwait Salwa,
Block 6, Street 3, Villa 62 - Kuwait
Tel: 965 - 5615977
Fax: 965 - 5645305
Email: Tvvnkwhotmail.com

RUSSIA, Moscow, 1 Tverskaja Lamskaja;30
Tel: 007095 2502422
Fax: 007095 2500534
Email: Victor@online.ru

THE UK, 12-14 Victoria Road,
London W8 5RD
Tel: 00442079373174
Fax: 00442079384625
Email: TL 193@hotmail.com

THE US, 1730 M Street, N.W.,
Suite 501, Washington, D.C. 20036 USA
Tel: 001202 4639425
Fax: 001202 4639439
Email: vinatrade@aol.com

ARGENTINA, Arribeno 2554 Capital
Federal Argentina
Tel: 00541147061992
Fax: 00541147061992
Email: vantvar@yahoo.com

AUSTRALIA, 797 Bourke Street Redfern,
Sydney 2016 Australia
Tel: 612 93101872
Fax: 612 93101929
Email: tvuvn@ihug.com.au

CHINA
Beijing - Jian Guo men wai - Guang Hua Lu
No.32 Post Cost: 100600 China
Tel: 86106532 5415
Fax: 86106532 5720
Email: Vinaemba@mailhost.cinet.com.cn

INDONESIA
25 JL Teuku Umar, Jakarta, Indonesia
Tel: 6221 3100359
Fax: 6221 3100359

MALAYSIA, Pesiaran Stonor 50450
Kuala Lumpur, Malaysia (Embassy of Vietnam)
Tel: 603 24 4692
Fax: 603 2414696
Email: tvmalai99@hotmail.com

SINGAPORE, No.10 Leedon Park,
Singapore 267887
Tel: 65 4683747
Fax: 65 4670458
Email: vinatrade@singnet.com.sg

THE REPUBLIC OF KOREA
Rm 401, Byuksong Bldg, 3-3/4 Changjon - Dong,
Mapo - Gu, Seoul, Korea
Tel: 822 3223660
Fax: 822 3223770
Email: tmanhhung@hotmail.com

CONTENT



*Sau 51 năm kể từ khi giải phóng, TP. Hồ Chí Minh đã mang một diện mạo văn minh, hiện đại, hội nhập
Fifty-one years after liberation, Ho Chi Minh City has taken on a civilized, modern, and integrated appearance*
5-6-7-8

TIÊU ĐIỂM/COVER STORY

2-3: Miền Nam viết tiếp câu chuyện lịch sử trong kỷ nguyên mới
4-5: Southern Vietnam carries forwards historic story into new era

HỘI NHẬP/COOPERATION

22-23: Việt Nam - Trung Quốc tiếp tục là đối tác hợp tác thương mại quan trọng
24-25: Vietnam and China key strategic trade partners

CÔNG NGHIỆP - THƯƠNG MẠI/INDUSTRY & TRADE

30-31: Giữ nhịp xuất khẩu bảo đảm đà tăng trưởng
32-33: Export momentum maintained to secure growth

ĐẦU TƯ/INVESTMENT

40-41: FDI quý I/2026 tăng mạnh, triển vọng tích cực cho năm 2026
42-43: Strong FDI growth in Q1/2026 signals positive outlook for the year

TUẦN LỄ THƯƠNG HIỆU QUỐC GIA VIỆT NAM NĂM 2026 VIETNAM NATIONAL BRAND WEEK 2026

48-49: Xây dựng uy tín quốc gia và sức mạnh mềm trên trường quốc tế
50-51: Bolstering national prestige and soft power in international arena

DOANH NGHIỆP DOANH NHÂN/ ENTREPRENEURSHIPS

78-79: Hành trình trưởng thành của các "lãnh đạo tương lai Petrovietnam"
80-81: Journey of growth for "future leaders" of Petrovietnam



Viết tiếp câu chuyện lịch sử
TRONG
KỶ NGUYÊN MỚI

◀ QUỲNH ANH

51 năm sau ngày thống nhất đất nước (30/4/1975 - 30/4/2026), kinh tế các tỉnh phía Nam đã cùng cả nước vượt qua những giai đoạn khó khăn nhất để trở thành một khu vực dẫn đầu về tăng trưởng cũng như cùng kinh tế cả nước "cất cánh".



51 NĂM VƯỢT LÊN TRỞ THÀNH KHU VỰC “ĐẦU TÀU” TĂNG TRƯỞNG

Sau ngày đất nước thống nhất, các tỉnh phía Nam bước vào giai đoạn chuyển mình sâu sắc về kinh tế, từ cơ chế cũ sang mô hình kinh tế kế hoạch hóa và sau đó là kinh tế thị trường định hướng xã hội chủ nghĩa. Trải qua 51 năm, khu vực này đã trở thành “đầu tàu” tăng trưởng của cả nước, đóng vai trò quan trọng trong hội nhập và phát triển.

Có thể thấy rõ 4 giai đoạn phát triển của các tỉnh miền Nam trong hơn nửa thế kỷ thống nhất đất nước. Giai đoạn từ năm 1975 đến 1986 có thể gọi là giai đoạn khôi phục và chuyển đổi. Nhà nước tiến hành cải tạo công thương nghiệp, quốc hữu hóa một số ngành then chốt và xây dựng nền kinh tế theo hướng kế hoạch hóa tập trung. Tuy nhiên, do nhiều hạn chế về cơ chế và bối cảnh quốc tế, tăng trưởng trong giai đoạn này còn chậm, hiệu quả sản xuất thấp.

Trong giai đoạn đổi mới và bứt phá từ năm 1986 đến đầu những năm 2000, đường lối Đổi mới do Đảng khởi xướng đã mở ra bước ngoặt quan trọng. Các tỉnh phía Nam, đặc biệt là TP. Hồ Chí Minh và các tỉnh Đông Nam Bộ, nhanh chóng tận dụng cơ hội để xây dựng và phát triển kinh tế thị trường định hướng xã hội chủ nghĩa. Khu vực kinh tế tư nhân

được khuyến khích, đầu tư nước ngoài gia tăng, các khu công nghiệp và khu chế xuất hình thành. Nông nghiệp chuyển sang sản xuất hàng hóa, đặc biệt ở Đồng bằng sông Cửu Long, góp phần đưa Việt Nam trở thành một trong những nước xuất khẩu gạo hàng đầu thế giới.

Trong giai đoạn mang tính hội nhập và hiện đại hóa năm 2000 - 2020, khi bước sang thế kỷ XXI, khu vực kinh tế phía Nam tiếp tục giữ vai trò trung tâm kinh tế năng động nhất cả nước. Hệ thống hạ tầng giao thông, cảng biển, logistics được đầu tư mạnh mẽ. Các ngành công nghiệp chế biến, chế tạo, điện tử, dệt may phát triển nhanh. Dịch vụ tài chính, thương mại, du lịch cũng mở rộng quy mô và chất lượng. Quá trình đô thị hóa diễn ra mạnh mẽ, hình thành nhiều đô thị lớn và vùng kinh tế trọng điểm phía Nam.

Từ năm 2020 đến nay, cùng cả nước, khu vực kinh tế phía Nam đối mặt với nhiều thách thức như biến đổi khí hậu, dịch bệnh và biến động kinh tế toàn cầu. Tuy vậy, khu vực này vẫn thể hiện khả năng thích ứng linh hoạt. Kinh tế số, thương mại điện tử, đổi mới sáng tạo và chuyển đổi xanh trở thành xu hướng chủ đạo. Các doanh nghiệp chú trọng hơn đến công nghệ, tự động hóa và phát triển bền vững.

VIẾT TIẾP CÂU CHUYỆN LỊCH SỬ TRONG KỶ NGUYÊN MỚI

Với lợi thế về vị trí địa lý, nguồn nhân lực và môi trường kinh doanh năng động, khu vực kinh tế phía Nam được kỳ vọng sẽ tiếp tục là khu vực mang tính “đầu tàu” dẫn dắt tăng trưởng quốc gia. Đây là khu vực tập trung đông đảo các khu công nghiệp, khu chế xuất và cảng biển lớn, đóng góp vai trò quyết định trong tổng kim ngạch xuất nhập khẩu hàng hóa của đất nước.

Trong thu hút FDI, khu vực phía Nam luôn dẫn đầu cả nước về thu hút vốn đầu tư trực tiếp nước ngoài, thúc đẩy hoạt động thương mại.

Sau 51 năm thống nhất, kinh tế khu vực phía Nam đã có bước tiến dài, trở thành trung tâm kinh tế năng động và hiện đại, trong đó nhiều lĩnh vực dẫn đầu kinh tế cả nước. Thành tựu này không chỉ phản ánh nỗ lực của người dân và chính quyền địa phương mà còn thể hiện sức mạnh và tính đúng đắn của chính sách đổi mới và hội nhập của Đảng, Nhà nước. Trong chặng đường phía trước, các tỉnh phía Nam vẫn sẽ là động lực quan trọng đưa Việt Nam phát triển nhanh và bền vững.

Trong tương lai, để duy trì đà phát triển, các tỉnh phía Nam cần tập trung giải các “bài toán” về nâng cấp hạ tầng, phát triển nguồn nhân lực chất lượng cao, thúc đẩy đổi mới sáng tạo và tăng cường liên kết vùng.

Đồng thời, việc giải quyết các vấn đề môi trường và phát triển bền vững sẽ là yếu tố then chốt để bảo đảm chất lượng tăng trưởng trong kỷ nguyên mới của đất nước, nhất là việc hiện thực hóa mục tiêu tăng trưởng hai con số./.

Southern Vietnam carries forwards **HISTORIC STORY INTO NEW ERA**

◀ By QUYNH ANH

Fifty one years after the National Reunification Day (April 30, 1975 - 2026), provinces in the South have overcome the most challenging economic difficulties shouldering the country to become a growth leader, driving the national economy to “take off.”

BECOMING GROWTH “LOCOMOTIVE”

Following the national reunification, southern provinces underwent a profound economic transformation from the old mechanism to a centrally-planned economy, and subsequently, a socialist-oriented market economy. Over the past 51 years, this region has emerged into the nation’s growth “locomotive,” playing a vital role in integration and development.

The development of the South over the past more than half a century can be viewed in four distinct stages. The 1975-1986 period was the recovery and transition one. The State conducted industrial and

commercial reforms, nationalized key sectors, and built a centrally-planned economy. However, due to institutional constraints and the international context, growth remained slow and production efficiency was low.

During the Doi moi (Renovation) and breakthrough stage (1986 - early 2000s), the policy initiated by the Party marked a major turning point. Southern provinces, particularly Ho Chi Minh City and the Southeastern region, capitalized on opportunities to develop a socialist-oriented market economy. The private sector was encouraged; foreign investment surged; and industrial parks and processing and



export zones were established. Agriculture shifted toward commodity production, especially in the Mekong Delta, helping Vietnam become a world-leading rice exporter.

In the integration and modernization stage (2000 - 2020), the southern economic region maintained its status as the nation's most dynamic economic hub. Massive investments were made in transportation infrastructure, seaports, and logistics. Processing, manufacturing, electronics, and textiles sectors grew rapidly, while financial services, trade, and tourism expanded in scale and quality. Robust urbanization led to the formation of major metropolitan areas and the Southern Key Economic Region.

From 2020 to the present, the South has faced challenges alongside the nation, including climate change, pandemics, and global economic volatility. Nevertheless, the region has demonstrated flexible adaptability. The digital economy, e-commerce, innovation, and green transformation have become mainstream trends as businesses focus more on technology, automation, and sustainable development.

parks and major seaports, playing a decisive role in the country's total import-export turnover.

In terms of FDI attraction, the South consistently leads the country in securing foreign direct investment, further stimulating trade activities.

Fifty one years after national reunification, the southern economy has made significant strides to become a modern, dynamic economic center taking the lead in many national sectors. This achievement reflects the efforts of the local people and authorities, as well as the efficacy of the Party and State's renovation and integration policies. On the road ahead, southern provinces will continue to be a vital driver for Vietnam's rapid and sustainable development.

Moving forward, to maintain this momentum, the South must focus on upgrading infrastructure, developing high-quality human resources, fostering innovation, and strengthening regional connectivity. Addressing environmental issues and sustainable development will be key to ensuring the quality of development in the country's new era, specifically in realizing the goal of double-digit growth./.

HISTORIC STORY CONTINUES IN NEW ERA

With advantages in geographical location, human resources, and a dynamic business environment, the southern economic region is expected to remain the "locomotive" for national growth. This area hosts a high concentration of industrial



NIỀM VUI TRONG NGÀY HỘI LỚN TRÊN THÀNH PHỐ MANG TÊN BÁC



Sau 51 năm kể từ khi giải phóng, TP. Hồ Chí Minh đã mang một diện mạo văn minh, hiện đại, hội nhập.

TĂNG TRƯỞNG CAO NHẤT 5 NĂM QUA

Những năm đầu sau giải phóng, TP. Hồ Chí Minh đối mặt với muôn vàn thách thức, khó khăn. Nền kinh tế kế hoạch hóa tập trung khiến sản xuất đình trệ, đời sống người dân khó khăn. Nhưng cũng chính trong giai đoạn khắc nghiệt đó, tinh thần năng động và khát vọng đổi mới của người dân thành phố đã âm thầm nhen nhóm.

Đại hội Đảng toàn quốc lần thứ VI năm 1986 như ngọn gió mới thổi bùng ngọn lửa ấy. Với tinh thần đổi mới, TP. Hồ Chí Minh trở thành một trong

◀ TRÂM ANH

Kỷ niệm 51 năm Ngày Giải phóng miền Nam, thống nhất đất nước, tại thành phố Hồ Chí Minh, nhiều dự án hạ tầng quan trọng, quy mô lớn được đồng loạt khởi công. Đây là niềm vui lớn, rất đỗi tự hào của mỗi người dân tại thành phố mang tên Bác.

những địa phương đi đầu trong thí điểm kinh tế thị trường, thu hút đầu tư nước ngoài và mở cửa hội nhập. Thành phố dần chuyển mình thành trung tâm sản xuất, thương mại và dịch vụ hàng đầu Đông Nam Á. Các khu công nghiệp, khu chế xuất mọc lên, hàng triệu lao động từ khắp nơi đổ về. Về cơ sở hạ tầng, những tòa nhà cao vút bắt đầu thay thế các mái nhà xưa cũ, trên bầu trời thành phố.

Bước sang năm 2026, đứng dịp kỷ niệm 51 năm ngày giải phóng, các con số tăng trưởng kinh tế của TP. Hồ Chí Minh một lần nữa gây ấn tượng mạnh mẽ. Tổng sản phẩm trên địa bàn (GRDP) quý I/2026 ước tăng 8,27% so với cùng kỳ, mức tăng trưởng quý I cao nhất trong vòng 5 năm qua, tạo nền tảng quan trọng để kinh tế thành phố tăng tốc trong các quý còn lại của năm.

Thu ngân sách nhà nước trên địa bàn quý I ước đạt 242.800 tỷ đồng, bằng 30,2% dự toán năm và tăng 16,8% so với cùng kỳ. Đặc biệt, thu hút đầu tư trực tiếp nước ngoài (FDI) đạt gần 2,9 tỷ USD, tăng gần 220% so với cùng kỳ năm trước. Con số này phản ánh rõ nét sức hút mạnh mẽ của thành phố đối với nhà đầu tư quốc tế. Môi trường kinh doanh duy trì tích cực với hơn 13.600 doanh nghiệp thành lập mới, tăng 46,7% về số lượng và tăng 46,6% về vốn so với cùng kỳ.



TP. Hồ Chí Minh đặt mục tiêu tới năm 2030, trở thành một đô thị văn minh, hiện đại; là trung tâm đổi mới sáng tạo, năng động...

KHỞI CÔNG LOẠT CÔNG TRÌNH MANG TÂM VỐC LỊCH SỬ

Nhân dịp 30/4/2026, Thành phố Hồ Chí Minh dự kiến khởi công, động thổ hàng loạt dự án mang tầm vóc chiến lược.

Trước tiên là dự án Quảng trường Trung tâm và Trung tâm Hành chính thành phố với tổng mức đầu tư 31.500 tỉ đồng. Dự án được triển khai nhằm góp phần chỉnh trang đô thị và phát triển không gian trung tâm hiện đại, xứng tầm, nâng cao hiệu quả quản lý nhà nước, tạo điều kiện thuận lợi phục vụ người dân, doanh nghiệp.

Trong khi đó, Dự án tuyến đường sắt đô thị Bến Thành - Thủ Thiêm (46.300 tỉ đồng) và Dự án cao tốc Long Thành- Hồ Tràm (44.600 tỉ đồng) là các dự án hạ tầng giao thông kết nối vùng, cấp bách kết nối với sân bay Long Thành.

Cùng với đó, các dự án quy mô lớn, có tác động lan tỏa như: Khu đô thị Đại học Quốc tế tại Hóc Môn (59.000 tỉ đồng), Dự án Cảng tổng hợp và container Cái Mép Hạ (50.800 tỉ đồng) cũng đang được đẩy nhanh tiến độ đầu tư, thúc đẩy kinh tế phía Nam, kết nối hạ tầng logistic, phát triển nguồn nhân lực chất lượng cao.

Đáng chú ý là Dự án công viên cảnh quan Bến Nhà Rồng - Khánh Hội (20.100 tỉ đồng). Công trình này có ý nghĩa đặc biệt, giáo dục truyền thống lịch sử văn hóa dân tộc, tái hiện lại toàn bộ quá trình hoạt động cách mạng của Chủ tịch Hồ Chí Minh.

Các dự án nêu trên được kỳ vọng sẽ tạo nên một bước phát triển mới, vượt bậc về cơ sở hạ tầng của thành phố. Không chỉ phát triển mạnh về hạ tầng và công nghiệp, TP. Hồ Chí Minh còn đang xây dựng nền tảng tri thức vững chắc cho tương lai. Thành phố hiện giữ vị trí trong top 5 Đông Nam Á về hệ sinh thái đổi mới sáng tạo. Thứ hạng này phản ánh quá trình đầu tư bài bản vào khởi nghiệp, công nghệ và nguồn nhân lực chất lượng cao trong nhiều năm qua.

Các động lực thể chế từ Nghị quyết 188, Nghị quyết 260, Nghị quyết 222 sẽ tạo dư địa và nguồn lực rất lớn cho thành phố trong thời gian tới, tạo điều kiện để Thành phố Hồ Chí Minh phát triển Trung tâm Tài chính quốc tế, Khu thương mại tự do và các ngành công nghiệp công nghệ cao. Thành phố đặt mục tiêu tăng trưởng cả năm 2026 từ 10% trở lên. Đây là một mục tiêu đầy tham vọng nhưng hoàn toàn có cơ sở.

Những công trình sắp được khởi công, những con số tăng trưởng ấn tượng và những chiến lược đang được định hình, triển khai, tất cả hướng đến mục tiêu: tới năm 2030, thành phố trở thành một đô thị văn minh, hiện đại; là trung tâm đổi mới sáng tạo, năng động, hội nhập đi đầu trong sự nghiệp công nghiệp hóa, hiện đại hóa đất nước; có vị trí nổi trội ở khu vực Đông Nam Á; nằm trong nhóm 100 thành phố toàn cầu, đáng sống và có hệ sinh thái đổi mới sáng tạo của thế giới, thuộc nhóm thu nhập cao./

Ho Chi Minh City kick-starts projects in celebration of Reunification Day

HIGHEST GROWTH IN FIVE YEARS

In the early years after the Southern liberation, Ho Chi Minh City faced immense challenges. The centrally-planned economy led to stagnant production and hardships for its people. However, during that harsh period, the dynamic spirit and desire for reform among the city's residents began to ignite.

The 6th National Party Congress in 1986 acted as a catalyst for this transformation. With a spirit of renovation, Ho Chi Minh City became a pioneer in piloting market-oriented economic models, attracting foreign investment, and international integration. The city evolved into a leading manufacturing, trade, and service hub in Southeast Asia. Industrial parks and export processing zones emerged, drawing millions of workers. High-rise buildings started to replace old rooftops.

Embarking on 2026, on the 51st anniversary of the Liberation of the South and National Reunification, the city's economic growth figures are once again impressive. The Gross Regional Domestic Product (GRDP) for the first quarter of 2026 is estimated to rise by 8.27% year-on-year, the highest first-quarter growth in five years, setting a vital foundation for acceleration in the coming quarters.

State budget revenue for the first quarter reached an estimated 242.8 trillion VND, accounting for 30.2% of the annual target and up 16.8% year-on-year. Notably, Foreign Direct Investment (FDI) hit nearly 2.9 billion USD, a nearly 220% increase

over the same period last year, showing the city's strong appeal to international investors. The business environment is positive, with over 13,600 new enterprises established, representing a 46.7% increase in volume and a 46.6% increase in capital.

PROJECTS OF HISTORICAL STATURE LAUNCHED

To mark the 51st anniversary of Liberation of the South and National Reunification, Ho Chi Minh City plans to break ground on a series of strategic projects.

The first is the Central Square and City Administrative Center, with a total investment of 31.5 trillion VND. This project aims to improve urban landscapes and develop a modern central space while enhancing state management efficiency to better serve citizens and businesses.

Meanwhile, Ben Thanh - Thu Thiem Metro line (46.3 trillion VND) and Long Thanh - Ho Tram Expressway (44.6 trillion VND) are regional transport projects urgently connecting to Long Thanh Airport.

Other large-scale projects with high spillover effects, such as the International University Urban Area in Hoc Mon (59 trillion VND) and Cai Mep Ha General and Container Port (50.8 trillion VND), are being accelerated to bolster the Southern economy, logistics infrastructure, and high-quality human resources.

Of particular note is Nha Rong Wharf - Khanh Hoi Landscape Park (20.1 trillion VND). This project holds special significance in educating the public on national history and culture, recreating the

In celebration of the 51st anniversary of the Liberation of the South and National Reunification, Ho Chi Minh City has simultaneously kicked off large-scale infrastructure projects, making a moment of great pride and joy for the citizens of the city named after Uncle Ho.

◀ By **TRAM ANH**



Ho Chi Minh City aims to become a civilized, modern metropolis and a dynamic innovation hub by 2030

revolutionary path of President Ho Chi Minh.

These projects are expected to create a breakthrough in the city's infrastructure. Beyond industry and infrastructure, Ho Chi Minh City is building a solid knowledge foundation, currently ranking among the top 5 Southeast Asian innovation ecosystems. This ranking reflects years of systematic investment in startups, technology, and talent.

Drivers from Resolutions 188, 260, and 222 will provide substantial resources and room for the city to develop an International Financial Center, a Free

Trade Zone, and high-tech industries. The city targets a full-year growth rate of 10% or higher for 2026, an ambitious but grounded goal.

With upcoming groundbreakings, impressive growth figures, and clear strategies, the objective has been set: By 2030, the city will have become a civilized, modern metropolis; a dynamic hub for innovation and global integration leading the nation's industrialization; a prominent regional player; and among the world's top 100 global, livable, and high-income cities./.



Fifty-one years after liberation, Ho Chi Minh City has taken on a civilized, modern, and integrated appearance



HỘI NGHỊ TRUNG ƯƠNG 2: QUYẾT TÂM HIỆN THỰC HÓA MỤC TIÊU TĂNG TRƯỞNG 2 CON SỐ

Hội nghị lần thứ 2 Ban Chấp hành Trung ương Đảng khóa XIV (Hội nghị Trung ương 2) thể hiện rõ quyết tâm chính trị với mục tiêu tăng trưởng 2 con số; phải thực hiện bằng được cả trong điều kiện kinh tế thế giới có nhiều bất ổn.

◀ NGUYEN THAO

QUYẾT TÂM PHÁT TRIỂN NHANH, BỀN VỮNG

Hội nghị Trung ương 2 diễn ra từ ngày 23 - 25/3/2026 đã thảo luận sâu sắc, toàn diện và thống nhất cao nhiều vấn đề chiến lược, tạo nền tảng quan trọng cho việc triển khai thắng lợi Nghị quyết Đại hội XIV của Đảng trong giai đoạn 2026 - 2031 và những năm tiếp theo.

Hội nghị đã xác định tâm nhìn chiến lược đưa nền kinh tế Việt Nam bước vào giai đoạn tăng trưởng 2 con số. Đây là mệnh lệnh từ thực tiễn nhằm tạo ra sự bứt phá về chất, khơi thông mọi nguồn lực và tận dụng triệt để “thời điểm vàng” để đưa đất nước thoát khỏi bẫy thu nhập trung bình, hướng tới mục tiêu trở thành quốc gia phát triển vào giữa thế kỷ XXI.

Trao đổi với phóng viên Báo Công Thương, TS. Võ Trí Thành - Viện trưởng Viện Nghiên cứu Chiến lược Thương hiệu và Cạnh tranh, Thành viên Hội đồng tư vấn chính sách của Thủ tướng Chính phủ nhấn mạnh, quan điểm của Đảng tại Đại hội XIV và Hội nghị Trung ương 2 đã thể hiện rõ quyết tâm chính trị đối với mục tiêu tăng trưởng kinh tế 2 con số và cách tiếp cận phát triển dựa trên năng lực nội tại của nền kinh tế.

Theo ông Võ Trí Thành, để đạt được mục tiêu tăng trưởng cao, yếu tố then chốt nằm ở chất lượng thể chế và hiệu quả thực thi chính sách, cùng với nguồn lực tài chính và quy mô đầu tư. Việc hoàn thiện các quy định về kiểm tra, giám sát, phòng chống tham nhũng, lãng phí và tiêu cực sẽ góp phần tạo dựng môi trường kinh doanh minh bạch, giảm chi phí tuân thủ và tăng cường niềm tin của nhà đầu tư. Đây là nền tảng quan trọng để khu vực doanh nghiệp phát triển vững chắc và đóng góp tích cực vào tăng trưởng kinh tế.

“Mục tiêu tăng trưởng cao trong giai đoạn tới cần được đặt trong mối quan hệ hài hòa giữa tốc độ và tính bền vững. Điều này đòi hỏi sự phối hợp chặt chẽ giữa chính sách tài khóa, tiền tệ và các chính sách phát triển ngành, đặc biệt là trong các lĩnh vực then chốt như năng lượng, hạ tầng, công nghiệp chế biến chế tạo và kinh tế số. Đồng thời, cần tạo điều kiện thuận lợi để khu vực kinh tế tư nhân phát huy vai trò động lực của nền kinh tế, nâng cao năng lực cạnh tranh và tham gia sâu hơn vào chuỗi giá trị toàn cầu”, vị chuyên gia phân tích.

Đồng quan điểm, PGS.TS Nguyễn Ngọc Toàn - Viện trưởng Viện Kinh tế Chính trị học, Học viện Chính trị Quốc gia Hồ Chí Minh cho rằng, để đạt mục tiêu tăng trưởng 2 con số, cần phát huy tối đa tinh thần đổi mới, năng động, sáng tạo, dám nghĩ, dám làm, dám chịu trách nhiệm

của đội ngũ cán bộ. Đây là yêu cầu quan trọng trong bối cảnh nhiều nhiệm vụ phát triển kinh tế đòi hỏi quyết tâm cao và hành động quyết liệt trong tổ chức thực hiện.

TĂNG TRƯỞNG PHẢI GẮN VỚI NÂNG CAO ĐỜI SỐNG NHÂN DÂN

Theo PGS.TS Nguyễn Ngọc Toàn, Đảng xác định kiên trì mục tiêu tăng trưởng 2 con số; tăng trưởng thực chất, bền vững, hiệu quả; bảo đảm người dân được thụ hưởng thành quả phát triển. Đây là nội dung cốt lõi của 4 nguyên tắc đã được Tổng Bí thư, Chủ tịch nước Tô Lâm nhấn mạnh.

Ông phân tích, *nguyên tắc thứ nhất* là tăng trưởng phải dựa trên gia tăng năng suất, chất lượng, sức cạnh tranh và giá trị gia tăng của nền kinh tế. Để thực hiện mục tiêu này, tăng trưởng cần gắn với sự phát triển mạnh mẽ của lực lượng sản xuất trên nền tảng khoa học, công nghệ, đổi mới sáng tạo và chuyển đổi số, hướng tới mục tiêu phát triển dài hạn.

Nguyên tắc thứ hai là giữ vững ổn định kinh tế vĩ mô, trong đó trọng tâm là kiểm soát lạm phát, tỷ giá và bảo đảm an toàn hệ thống tài chính. Việc điều hành chính sách tài khóa, tiền tệ và các chính sách vĩ mô cần theo hướng chủ động, linh hoạt, phối hợp chặt chẽ nhằm hỗ trợ tăng trưởng hợp lý, củng cố niềm tin thị trường và nâng cao khả năng chống chịu của nền kinh tế trước các tác động từ bên ngoài.

Nguyên tắc thứ ba là tận dụng hiệu quả mọi nguồn lực của các thành phần kinh tế. Theo ông, Việt Nam vẫn còn nhiều tiềm năng và nguồn lực chưa được khai thác hiệu quả. Việc lựa chọn các dự án đầu tư có tác động chiến lược sẽ tạo hiệu ứng lan tỏa, mở ra cơ hội và không gian tăng trưởng mới cho nền kinh tế, áp dụng đối với cả đầu tư công, khu vực tư nhân và khu vực có vốn đầu tư nước ngoài.


Nguyên tắc thứ tư là bảo đảm tăng trưởng gắn với tiến bộ và công bằng xã hội. Tăng trưởng kinh tế cần hướng tới nâng cao đời sống vật chất và tinh thần của nhân dân, góp phần củng cố đoàn kết xã hội, tạo nền tảng cho phát triển bền vững.

“Trong mô hình tăng trưởng mới, động lực then chốt là phát triển khoa học, công nghệ, đổi mới sáng tạo và chuyển đổi số, đồng thời phát huy hiệu quả các động lực khác của nền kinh tế”, PGS.TS Nguyễn Ngọc Toàn nhấn mạnh./.

SECOND PLENUM OF PARTY CENTRAL COMMITTEE AND DETERMINATION TO REALIZE DOUBLE-DIGIT GROWTH GOAL

The second plenum of the 14th Party Central Committee (2nd Central Plenum) has clearly shown the political resolve to reach a double-digit growth target even amidst significant global economic uncertainties.

◀ NGUYEN THAO



Vietnam holds high resolve aiming at reaching high growth targets that must remain sustainable and substantive - Illustrative photo

RESOLVE TO REACH RAPID AND SUSTAINABLE GROWTH

The 2nd Central Plenum, held from March 23-25, 2026, featured profound and comprehensive discussions and high consensus on strategic issues. These discussions have formed a vital foundation for the successful implementation of the 14th Party Congress Resolution for the 2026-2031 period and beyond.

The conference established a strategic vision to aim at a period of double-digit growth for the Vietnamese economy. This is a practical mandate aimed at creating a qualitative breakthrough, unlocking all resources, and fully capitalizing on the “golden time” to escape the middle-income trap and become a developed nation by the mid-21st century.

Speaking with the Industry and Trade Newspaper, Dr. Vo Tri Thanh, Director of the Institute for Brand Strategy and Competitiveness and member of the Prime Minister’s Advisory Council, emphasized that the Party’s stance at the 14th Congress and the 2nd Central Plenum reflects a clear political will for reaching a double-digit growth rate and a development approach based on the economy’s internal strength.

According to Dr. Thanh, the key to high growth lies in institutional quality, policy implementation efficiency, financial resources, and investment scale. Improving regulations on inspection, supervision, and the fight against corruption and wastefulness will foster a transparent business environment, reduce compliance costs, and boost investor confidence. This serves as the bedrock for the corporate sector to grow steadily and contribute actively to economic growth.

“High growth targets in the coming period must harmonize speed with sustainability, which requires close coordination among fiscal, monetary, and sectoral development policies, particularly in key areas, such as energy, infrastructure, manufacturing, and digital economy. Furthermore, favorable conditions must be created for the private sector to exert its role as an economic driver, enhancing competitiveness and deeper integration into global value chains,” analyzed the expert.

Echoing this view, Assoc. Prof., Dr. Nguyen Ngoc Toan, Director of the Institute of Political Economics at the Ho Chi Minh National

Academy of Politics, stated that achieving double-digit growth requires maximizing the spirit of innovation, dynamism, and the “dare to think, dare to do, and dare to take responsibility” attitude among officials. This is crucial as many economic development tasks require high resolve and decisive action in implementation.

GROWTH LINKED WITH IMPROVED LIVING STANDARDS

According to Assoc. Prof., Dr. Nguyen Ngoc Toan, the Party is committed to a double-digit growth target that is substantive, sustainable, and efficient, ensuring that citizens benefit from the fruits of development. This is the core of the four principles highlighted by General Secretary and State President To Lam.

He analyzed that the first principle is that growth must be driven by increased productivity, quality, competitiveness, and added value. To achieve this, growth must be linked to the strong development of production forces based on science, technology, innovation, and digital transformation for long-term development goals.

The second principle is maintaining macroeconomic stability, focusing on controlling inflation and exchange rates while ensuring safety of the financial system. Fiscal, monetary, and macroeconomic policies should be proactive, flexible, and closely coordinated to support reasonable growth, consolidate market confidence, and enhance the economy’s resilience to external shocks.

The third principle is the effective utilization of all resources across all economic sectors. According to Dr. Toan, Vietnam still holds significant untapped potential. Selecting investment projects with strategic impacts will create spillover effects, opening new growth spaces for the economy across public investment, the private, and the foreign-invested sectors.

The fourth principle is ensuring that growth is tied to social progress and justice. Economic growth must aim to improve the material and spiritual life of the people, contributing to social solidarity and providing a foundation for sustainable development.

“In the new model of growth, the key drivers are the development of science, technology, innovation, and digital transformation, alongside the effective promotion of other economic ones,” Assoc. Prof., Dr. Nguyen Ngoc Toan emphasized./.

KỲ HỌP THỨ NHẤT, QUỐC HỘI KHÓA XVI

ĐẶT NỀN MÓNG CHO GIAI ĐOẠN PHÁT TRIỂN MỚI CỦA ĐẤT NƯỚC

◀ QUỲNH NGÀ

Kỳ họp thứ Nhất, Quốc hội khóa XVI có ý nghĩa đặc biệt quan trọng, không chỉ mở đầu cho nhiệm kỳ mới mà còn đặt nền móng cho một giai đoạn phát triển mới của đất nước.

KIỆN TOÀN NHÂN SỰ CẤP CAO

Ngay trong tuần làm việc đầu tiên (từ ngày 6-12/4/2026), Quốc hội đã hoàn thành khối lượng lớn công việc, với sự tập trung cao độ, trách nhiệm và dân chủ.

Cụ thể, Quốc hội đã tiến hành bầu và phê chuẩn các chức danh lãnh đạo chủ chốt theo đúng quy định của Hiến pháp và pháp luật. Đây là nội dung trọng tâm của Kỳ họp, có ý nghĩa quan trọng, quyết định trực tiếp đến chất lượng, hiệu quả hoạt động của bộ máy nhà nước trong cả nhiệm kỳ.

Quốc hội khóa XVI đã thông qua Nghị quyết bầu đồng chí Trần Thanh Mẫn, Ủy viên Bộ Chính trị, Chủ tịch Quốc hội khóa XV, tiếp tục giữ chức Chủ tịch Quốc hội nước Cộng hòa xã hội chủ nghĩa Việt Nam khóa XVI; thông qua Nghị quyết bầu đồng chí Tô Lâm, Tổng Bí thư Ban Chấp hành Trung ương Đảng Cộng sản Việt Nam khóa XIV giữ chức Chủ tịch nước nhiệm kỳ 2026-2031; thông qua Nghị quyết bầu đồng chí Lê Minh Hưng, Ủy viên Bộ Chính trị, Bí thư Trung ương Đảng giữ chức Thủ tướng Chính phủ; thông qua Nghị quyết bầu đồng chí Võ Thị Ánh Xuân giữ chức Phó Chủ tịch nước, đồng chí Nguyễn Văn Quảng giữ chức Chánh án Tòa án nhân dân tối cao và đồng chí Nguyễn Huy Tiến giữ chức Viện trưởng Viện Kiểm sát nhân dân tối cao.

Cũng trong tuần làm việc đầu tiên, Quốc hội khóa XVI đã kiện toàn bộ máy Quốc hội, Chính phủ. Quốc hội đã thông qua Nghị quyết bầu 6 Phó Chủ tịch Quốc hội, bầu 11 Ủy viên Ủy ban Thường vụ Quốc hội; thông qua nghị quyết bầu Chủ tịch Hội đồng Dân tộc, các Ủy ban của Quốc hội và Tổng Kiểm toán Nhà nước. Như vậy, Ủy ban Thường vụ Quốc hội khóa XVI có 18 thành viên.

Quốc hội cũng đã thảo luận, biểu quyết thông qua các nghị quyết phê chuẩn việc bổ nhiệm 6 Phó Thủ tướng Chính phủ và 17 bộ trưởng, trưởng ngành.

Với tỷ lệ đại biểu Quốc hội tán thành rất cao đối với công tác nhân sự không chỉ thể hiện sự thống nhất ý chí của các đại biểu dân cử, mà còn là sự kết tinh niềm tin của cử tri và nhân dân cả nước. Đây là minh chứng cho một hệ thống chính trị ổn định, đoàn kết và quyết tâm cao.

PHẤN ĐẤU TĂNG TRƯỞNG TỪ 10% TRỞ LÊN

Ngay sau khi kiện toàn bộ máy, Kỳ họp thứ Nhất, Quốc hội khóa XVI đã thực hiện chức năng lập pháp và quyết định các vấn đề quan trọng. Trong lĩnh vực lập pháp, Quốc hội đã xem xét, thảo luận nhiều dự án luật có ý nghĩa quan trọng, tác động trực tiếp đến đời sống kinh tế - xã hội và quyền, nghĩa vụ của công dân như dự án Luật Thủ đô (sửa đổi); Luật sửa đổi, bổ sung một số điều của Luật Thi đua, khen thưởng; Luật Tín ngưỡng, tôn

giáo (sửa đổi); Luật Hộ tịch (sửa đổi); Luật sửa đổi, bổ sung một số điều của Luật Công chứng; Luật Trợ giúp pháp lý; Luật Tiếp cận thông tin (sửa đổi)...

Bên cạnh đó, Quốc hội thảo luận về dự thảo Nghị quyết quy định cơ chế phối hợp, chính sách đặc thù trong phòng ngừa và giải quyết tranh chấp đầu tư quốc tế. Đặc biệt, biểu quyết thông qua Nghị quyết của Quốc hội về việc ban hành một số quy định về thuế bảo vệ môi trường, thuế giá trị gia tăng, thuế tiêu thụ đặc biệt đối với xăng, dầu và nhiên liệu bay...

Cùng với công tác lập pháp, Quốc hội khóa XVI cũng nghe trình bày tại hội trường và thảo luận tại tổ về các báo cáo: Đánh giá bổ sung kết quả thực hiện kế hoạch phát triển kinh tế - xã hội và ngân sách nhà nước năm 2025; tình hình thực hiện kế hoạch phát triển kinh tế - xã hội và ngân sách nhà nước những tháng đầu năm 2026; Kế hoạch phát triển kinh tế - xã hội 5 năm 2026-2030...

Báo cáo trước Quốc hội và cử tri cả nước, Chính phủ khẳng định, dù trải qua giai đoạn đầy thách thức với dịch Covid-19 kéo dài và biến động kinh tế thế giới, Việt Nam đã đạt được những thành tựu quan trọng và nổi bật. Sự vào

của cả hệ thống chính trị cùng sự lãnh đạo của Đảng, Quốc hội và Chính phủ đã giúp nước ta hoàn thành xuất sắc các mục tiêu đề ra: Đạt và vượt 22/26 chỉ tiêu chủ yếu giai đoạn 2021-2025, trong đó năm 2024, 2025 hoàn thành toàn bộ 15/15 chỉ tiêu. Năm 2025, quy mô GDP đạt 514,4 tỷ USD, gấp 1,48 lần năm 2020; GDP bình quân đầu người đạt 5.026 USD, gấp 1,4 lần năm 2020; an sinh xã hội được đảm bảo.

Bước vào giai đoạn 2026-2030, để hiện thực hóa mục tiêu, tầm nhìn phát triển, vượt qua bẫy thu nhập trung bình, Chính phủ xác định mục tiêu phát triển

nhANH, bền vững đất nước, phấn đấu tăng trưởng GDP năm 2026 và bình quân 5 năm 2026-2030 từ 10% trở lên gắn với giữ vững ổn định kinh tế vĩ mô; GDP bình quân đầu người đến năm 2030 đạt 8.500 USD, gấp 1,7 lần năm 2025; giữ vững môi trường hòa bình, ổn định; nâng cao mọi mặt đời sống của nhân dân, để nhân dân được thụ hưởng mọi thành quả của phát triển./.

QUỐC HỘI KHÓA XVI ĐƯỢC KỶ VỌNG SẼ TIẾP TỤC PHÁT HUY VAI TRÒ LÀ CƠ QUAN ĐẠI BIỂU CAO NHẤT CỦA NHÂN DÂN, CƠ QUAN QUYỀN LỰC NHÀ NƯỚC CAO NHẤT, HOÀN THÀNH XUẤT SẮC SỨ MỆNH ĐƯỢC GIAO, ĐÁP ỨNG NIỀM TIN VÀ KỶ VỌNG CỦA CỬ TRI VÀ TOÀN THỂ NHÂN DÂN TRONG CẢ NHIỆM KỶ.



Members of the Government in the new term make their debut before the National Assembly

FIRST SESSION OF 16TH NATIONAL ASSEMBLY

FOUNDATION FOR VIETNAM'S NEW ERA OF DEVELOPMENT

The First Session of the 16th National Assembly (NA) holds profound significance, marking the start of a new term and establishing the groundwork for the country's next phase of development.

◀ By QUYNH NGA

THE 16TH NATIONAL ASSEMBLY CONTINUES ITS ROLE AS THE HIGHEST REPRESENTATIVE BODY OF THE PEOPLE AND THE HIGHEST ORGAN OF STATE POWER, FULFILLING ITS MISSION TO MEET THE EXPECTATIONS OF VOTERS THROUGHOUT ITS TERM.

HIGH-LEVEL PERSONNEL FINALIZED

During the first working week (April 6-12, 2026), the NA completed a substantial workload with high focus, responsibility, and democratic spirit. The NA elected and approved key leadership positions in accordance with the Constitution and law. As a core focus of the session, the personnel work directly determines the quality and efficiency of the state apparatus throughout the term.

In more detail, the 16th NA passed resolutions on the election of:

- Tran Thanh Man, Politburo member and Chairman of the 15th NA, as Chairman of the 16th National Assembly of the Socialist Republic of Vietnam;
- To Lam, General Secretary of the 14th Communist Party of Vietnam Central Committee, as State President for the 2026-2031 term;
- Le Minh Hung, Politburo member and member of the Secretariat of the Party Central Committee, as Prime Minister;
- Vo Thi Anh Xuan as Vice President;
- Nguyen Van Quang as Chief Justice of the Supreme People's Court;
- Nguyen Huy Tien as Procurator General of the Supreme People's Procuracy.

The NA also finalized its structure and the Government cabinet, electing six NA Vice Chairpersons and 11 members of the NA Standing Committee, bringing the total committee membership to 18. Additionally, the NA approved the appointments of six Deputy Prime Ministers and 17 Ministers and heads of ministerial-level agencies. The high approval rates from delegates reflect political unity and the trust of voters nationwide, demonstrating a stable and determined political system.

AIMING AT 10% GROWTH RATE OR HIGHER

Following the personnel work, the NA exercised its legislative and decision-making functions. Legislatively, the NA debated several critical bills impacting socio-economic life and citizen rights, including the Law on the Capital (amended), the Law on Emulation and Commendation, the Law on Belief and Religion (amended), and the Law on Civil Status (amended), among others.

Furthermore, the NA discussed a draft resolution on coordination mechanisms and specific policies for preventing and resolving international investment disputes. Notably, it passed resolutions regarding environmental protection taxes, VAT, and special consumption taxes on gasoline, oil, and aviation fuel.

The NA also reviewed reports on the 2025 socio-economic development and state budget performance, as well as the 5-year Socio-Economic Development Plan for the 2026-2030 period. The Government affirmed that despite challenges from the pandemic and global economic volatility, Vietnam achieved major milestones, meeting or exceeding 22 out of 26 key targets for the 2021-2025 period. In 2025, GDP reached \$514.4 billion (1.48 times the 2020 level), and per capita GDP hit \$5,026.

For the 2026-2030 period, to overcome the middle-income trap, the Government aims for rapid and sustainable development, striving for the GDP growth rate of 10% or higher in 2026 and as a 5-year average. The goal is to reach a per capita GDP of \$8,500 by 2030 while maintaining macroeconomic stability and improving living standards for all citizens./.

5 ĐỘNG LỰC CHO TĂNG TRƯỞNG GDP QUÝ II/2026

◀ NGUYỄN HÒA

Mức tăng trưởng GDP của Việt Nam trong quý I/2026 đạt 7,83 được coi là kết quả tích cực trong bối cảnh kinh tế thế giới còn nhiều bất ổn. Đồng thời, là tiền đề quan trọng để Việt Nam đạt mức tăng trưởng cao hơn trong quý II/2026.

CÔNG NGHIỆP, XÂY DỰNG LÀ ĐỘNG LỰC TĂNG TRƯỞNG

Theo bà Nguyễn Thị Hương - Cục trưởng Cục Thống kê (Bộ Tài chính), quý I/2026, nền kinh tế ghi nhận mức tăng trưởng GDP khá tích cực đạt 7,83%. Trong đó, khu vực công nghiệp và xây dựng tiếp tục là động lực chính ước tăng 8,92%, trong đó ngành công nghiệp tăng 9,01% và công nghiệp chế biến, chế tạo tăng 9,73%.

Khu vực dịch vụ cũng tăng khá đạt 8,18%, điều đó cho thấy tiêu dùng và các hoạt động thương mại, du lịch tiếp tục phát triển ổn định. Khu vực nông, lâm nghiệp và thủy sản ước tăng 3,58%, là mức tăng trưởng ổn định, sát với mục tiêu tiếp tục đóng vai trò đảm bảo an ninh lương thực và phục vụ xuất khẩu.

Cũng theo nhận định của Cục trưởng Cục Thống kê, diễn biến kinh tế quý I vẫn dựa chủ yếu vào các



động lực truyền thống gồm sản xuất - xuất khẩu, đầu tư và tiêu dùng nội địa. Trong khi các động lực mới như khoa học công nghệ, đổi mới sáng tạo, kinh tế số, cải cách thể chế đã có cải thiện nhưng chưa đủ lớn để trở thành động lực tăng trưởng thực sự trong ngắn hạn.

Sản xuất và xuất khẩu tiếp tục là trụ cột cho tăng trưởng, khẳng định năng lực cung ứng bền bỉ của Việt Nam. Đặc biệt ngành công nghiệp chế biến, chế tạo duy trì đà tăng trưởng tốt, cho thấy sự phục hồi của hoạt động sản xuất và năng lực cung ứng trong nước. Bên cạnh đó, hoạt động xuất khẩu vẫn diễn ra sôi động, tạo điểm tựa vững chắc cho hoạt động sản xuất trong nước.

Tiêu dùng nội địa có xu hướng cải thiện, đóng vai trò ổn định tổng cầu. Động lực tiêu dùng trong quý I được thúc đẩy đáng kể bởi hiệu ứng mùa vụ từ kỳ nghỉ Tết Nguyên đán kéo dài, qua đó tạo cú hích cho tổng cầu nội địa trong những tháng đầu năm. Trong đó, tiêu dùng của hộ gia đình giữ vai trò nền tảng và có đóng góp chủ đạo. Diễn biến này được phản ánh qua mức tăng khá của tổng mức bán lẻ hàng hóa và doanh thu dịch vụ tiêu dùng, ước tăng khoảng 10,9% (loại trừ yếu tố giá tăng 7%) và du lịch quốc tế đến Việt Nam tăng cao (quý I đạt gần 6,8 triệu lượt, tăng 12,4% so với cùng kỳ). Tăng trưởng tích cực của tiêu dùng nội địa và du lịch đã góp phần bù đắp hiệu quả cho những biến động bất lợi từ thị trường bên ngoài.

ĐỘNG LỰC QUÝ II LÀ ĐẦU TƯ CÔNG, TIÊU DÙNG NỘI ĐỊA

Theo phân tích của Cục Thống kê, động lực chính để đạt mục tiêu tăng trưởng quý II và cả năm 2026 tập trung vào 5 nhóm yếu tố, bao gồm: Thứ nhất, đầu tư công.

Cụ thể, theo bà Nguyễn Thị Hương là vốn mỗi dẫn dắt năng lực sản xuất dài hạn, đầu tư công năm 2026 tập trung vào các siêu dự án hạ tầng (Sân bay Long Thành, đường sắt cao tốc, cụm đường vành đai, cao tốc, Khu đô thị thể thao Olympic...) tạo ra hiệu ứng lan tỏa cực mạnh. Đây không chỉ là chỉ tiêu Chính phủ đơn thuần mà là quá trình tích lũy sản xuất cho nền kinh tế, giúp giảm chi phí logistics, kích thích dòng vốn FDI và đầu tư tư nhân đổ vào các khu vực vệ tinh xung quanh hạ tầng mới.

Thứ hai, tiêu dùng nội địa dự báo sẽ cải thiện nhờ chính sách cải cách tiền lương, chính sách kích cầu tiêu dùng nội địa của các tỉnh, thành phố trên cả nước. Sức mua của thị trường hơn 100 triệu dân được kích hoạt mạnh mẽ sẽ tạo động lực cho các ngành dịch vụ, lưu trú, ăn uống và thương mại điện tử phát triển, đảm bảo vòng xoáy kinh tế nội địa không bị đình trệ khi xuất khẩu gặp khó.



TỪ KẾT QUẢ TĂNG TRƯỞNG GDP 7,83% TRONG QUÝ I, CỤC THỐNG KÊ ĐÃ LẬP KỊCH BẢN CHO TĂNG TRƯỞNG NHỮNG QUÝ TIẾP THEO NHẪM ĐẠT MỤC TIÊU TĂNG TRƯỞNG 2 CON SỐ. THEO ĐÓ, GDP QUÝ II LÀ 10,5%; QUÝ III 10,6%; QUÝ IV GDP ƯỚC ĐẠT 10,74%.

Thứ ba, chính sách tài khóa linh hoạt song hành với chính sách tiền tệ sẽ là công cụ quản trị rủi ro hiệu quả. Việc chủ động sử dụng các công cụ thuế xăng dầu và Quỹ bình ổn giá là “van an toàn” ngăn chặn lạm phát chi phí đẩy. Bằng cách kiềm chế đà tăng của giá năng lượng, Chính phủ trực tiếp hỗ trợ biên lợi nhuận cho doanh nghiệp vận tải và sản xuất, ngăn chặn tác động dây chuyền lên mặt bằng giá cả sinh hoạt, từ đó bảo vệ sức mua của người dân và sự ổn định vĩ mô.

Thứ tư, động lực về công nghệ số và AI nhằm nâng cao năng lực nội tại. Việc ứng dụng AI và tự động hóa không chỉ là xu hướng mà đã trở thành công cụ bắt buộc. Trong bối cảnh giá nguyên liệu đầu vào biến động, công nghệ giúp doanh nghiệp sản xuất chuyển từ thâm dụng lao động sang thâm dụng tri thức, trực tiếp cải thiện chỉ số Năng suất nhân tố tổng hợp (TFP) và tạo ra dư địa tăng trưởng mới từ các mô hình kinh doanh số.

Thứ năm, dư địa trong các ngành công nghiệp xuất khẩu nếu khai thác tối đa lợi thế từ FTA. Dư địa không chỉ nằm ở khối lượng đơn hàng mà còn ở khả năng dịch chuyển lên phân khúc cao hơn trong chuỗi giá trị toàn cầu. Tận dụng các FTA và làn sóng dịch chuyển chuỗi cung ứng, các ngành mũi nhọn như điện tử, linh kiện và dệt may xanh sẽ đóng vai trò “đầu kéo” ngoại tệ, giúp ổn định cán cân thanh toán và thúc đẩy sản xuất công nghiệp duy trì đà tăng trưởng ổn định./

FIVE DRIVERS

FOR Q2/2026 GDP GROWTH

The GDP growth rate of 7.83% in the first quarter of 2026 (Q1/2026) of Vietnam is viewed as a positive result amidst global economic instability. This performance serves as a vital foundation for the country to aim for even higher growth in the second quarter (Q2/2026).

◀ By **NGUYEN HOA**

INDUSTRY AND CONSTRUCTION AS GROWTH ENGINES

According to Director General of the General Statistics Office (GSO) Nguyen Thi Huang, the economy recorded a robust GDP growth rate of 7.83% in Q1/2026. The industry and construction sector remained the primary driver with an estimated increase of 8.92%, within which the industrial sector rose by 9.01% and manufacturing sector grew by 9.73%.

The service sector also showed strong growth at 8.18%, indicating a steady in consumption, trade, and tourism. Meanwhile, the agriculture, forestry, and fisheries sector grew by an estimated 3.58%, maintaining a stable trajectory aligned with food security and export goals.

Public investment remains a key driver for GDP growth in Q2





FOLLOWING THE 7.83% GROWTH RATE IN Q1, THE GSO HAS OUTLINED SCENARIOS TO ACHIEVE THE DOUBLE-DIGIT GROWTH GOAL: 10.5% IN Q2, 10.6% IN Q3, AND AN ESTIMATED 10.74% IN Q4.



The GSO director general then noted that Q1/2026 economic performance still relied heavily on traditional drivers like manufacturing-exports, investment, and domestic consumption. While new drivers, such as science and technology, innovation, digital economy, and institutional reforms have improved, they are not yet significant enough to become primary growth engines in the short term.

Manufacturing and exports continue to be growth pillars, reaffirming Vietnam's resilient supply chain capacity. Domestic consumption also saw improvement, stabilizing the total demand. This was significantly bolstered by seasonal effects from the Lunar New Year, with household consumption playing a fundamental role. The total retail sales of goods and consumer services rose by an estimated 10.9%, up 7% when adjusted for inflation, while international arrivals reached nearly 6.8 million, a 12.4% increase year-over-year.

PUBLIC INVESTMENT AND DOMESTIC CONSUMPTION KEY DRIVERS FOR Q2

The GSO identifies five key factors to achieve growth targets for Q2 and the full year of 2026:

1. Public investment: Acting as "seed capital" for long-term production, the 2026 public investment focuses on mega-infrastructure projects like Long Thanh Airport, high-speed railways, belt roads, and Olympic sports complexes. This stimulates FDI into peripherals of new infrastructure areas and private investment while reducing logistics costs.

2. Domestic consumption: It is projected to improve due to wage reforms and stimulus policies across provinces. Activating the purchasing power of over 100 million people will drive services, hospitality, and e-commerce sectors.

3. Flexible fiscal and monetary policies: Proactive use of gasoline tax tools and the price stabilization fund acts as a "safety valve" against cost-push inflation, protecting business margins and consumer purchasing power.

4. Digital technology and AI: Shifting from labor-intensive to knowledge-intensive models through AI and automation will improve the Total Factor Productivity (TFP) and create new digital business growth.

5. Export potential via FTAs: Maximizing Free Trade Agreements (FTAs) and the global supply chain shift will allow key sectors like electronics and green textiles to act as "locomotives" for foreign currency and industrial growth./.



Bộ trưởng Bộ Công Thương Lê Mạnh Hùng hội đàm với Bộ trưởng Bộ Thương mại Trung Quốc Vương Văn Đào

VIỆT NAM - TRUNG QUỐC

TIẾP TỤC LÀ ĐỐI TÁC HỢP TÁC THƯƠNG MẠI QUAN TRỌNG

◀ CỤC QUẢN LÝ & PHÁT TRIỂN THỊ TRƯỜNG TRONG NƯỚC

Chiều ngày 15/4/2026, trong khuôn khổ tháp tùng Tổng Bí thư, Chủ tịch nước Tô Lâm thăm cấp Nhà nước đến Trung Quốc, Bộ trưởng Bộ Công Thương Lê Mạnh Hùng đã có buổi hội đàm với Bộ trưởng Bộ Thương mại Trung Quốc Vương Văn Đào.

Tại hội đàm, hai Bộ trưởng cùng điểm lại tình hình hợp tác kinh tế thương mại hai nước thời gian qua; tình hình triển khai nhận thức chung của lãnh đạo cấp cao hai nước và các văn kiện hợp tác giữa hai Bộ thời gian gần đây.

Hai Bộ trưởng nhất trí ghi nhận và khẳng định Việt Nam - Trung Quốc tiếp tục là đối tác hợp tác thương mại quan trọng của nhau. Trung Quốc tiếp tục nhiều

năm liên tiếp là đối tác thương mại lớn nhất, thị trường xuất khẩu lớn thứ 2 của Việt Nam; Việt Nam cũng duy trì vị thế là đối tác thương mại lớn nhất của Trung Quốc trong ASEAN. Theo thống kê của Hải quan Việt Nam, năm 2025, kim ngạch thương mại song phương Việt Nam - Trung Quốc đạt 256,5 tỷ USD, tăng 24,8% so với năm 2024.

Để đưa quan hệ thương mại tiếp tục phát triển theo hướng cân bằng, bền vững, Bộ trưởng Lê Mạnh Hùng



Bộ trưởng Bộ Công Thương Lê Mạnh Hùng và Bộ trưởng Bộ Thương mại Trung Quốc Vương Văn Đào

nhấn mạnh, hai bên cần tập trung cơ cấu lại chuỗi sản xuất, thương mại và cung ứng cũng như hợp tác đầu tư; vấn đề hợp tác chuỗi sản xuất cần được chú trọng.

Bộ trưởng đề nghị phía Trung Quốc tăng cường nhập khẩu hàng hóa Việt Nam, mở rộng danh mục các mặt hàng được hưởng ưu đãi thuế quan và mở cửa thị trường; công nhận lẫn nhau kết quả kiểm dịch động thực vật đối với hàng nông lâm thủy sản; tạo điều kiện cho Việt Nam tham gia chương trình “Chia sẻ thị trường lớn - Xuất khẩu Trung Quốc”; tạo điều kiện cho hàng Việt Nam xuất khẩu sang Trung Quốc qua thương mại điện tử xuyên biên giới; mở rộng các văn phòng xúc tiến thương mại Việt Nam tại các địa phương Trung Quốc.

Bộ trưởng Vương Văn Đào nhất trí với các đề nghị của phía Việt Nam. Đồng thời cho biết, Bộ Thương mại Trung Quốc sẽ tiếp tục ủng hộ Việt Nam thành lập các Văn phòng Xúc tiến thương mại tiếp theo tại Trung Quốc (sau Văn phòng Trùng Khánh, Hàng Châu và Hải Khẩu); phía Trung Quốc sẵn sàng tạo điều kiện thuận lợi để Việt Nam tăng cường xuất khẩu hàng hóa sang Trung Quốc theo hình thức thương mại điện tử qua biên giới, đề nghị Việt Nam tăng cường sự hiện diện của Gian hàng quốc gia Việt Nam trên các nền tảng thương mại điện tử của Trung Quốc (ngoài JD) để quảng bá tốt hơn nữa hình ảnh hàng hóa Việt Nam với người tiêu dùng Trung Quốc.

Về Chương trình “Chia sẻ thị trường lớn - Xuất khẩu Trung Quốc”, Bộ trưởng Vương Văn Đào mời Việt Nam tích cực tham gia 5 hoạt động liên quan đến Việt Nam trong khuôn khổ chương trình năm 2026 và hoan nghênh Việt Nam làm quốc gia chủ đề trong chuỗi sự kiện năm 2027. Bộ trưởng Bộ Thương mại Trung Quốc nhấn mạnh, hai Bộ cần tập trung triển khai các nhận thức chung của lãnh đạo cấp cao hai nước, trong đó có

mục tiêu đưa kim ngạch thương mại song phương đạt 500 tỷ USD trong thời gian tới.

Hai Bộ trưởng nhất trí sẽ thành lập Nhóm công tác chung cấp kỹ thuật để rà soát tình hình, đơn đốc triển khai các nhận thức chung của lãnh đạo cấp cao và kết quả hội đàm hôm nay cũng như cam kết của hai bên trong các văn kiện đã ký kết.

Nhân dịp này, Bộ trưởng Vương Văn Đào mời Bộ trưởng Lê Mạnh Hùng dẫn đầu đoàn công tác Việt Nam tham dự Hội nghị Bộ trưởng Thương mại APEC tổ chức tại thành phố Tô Châu từ 22 - 23/5/2026.

Bộ trưởng Lê Mạnh Hùng cũng chuyển lời mời Bộ trưởng Vương Văn Đào sớm thăm Việt Nam vào thời gian thích hợp để tiếp tục cùng trao đổi sâu hơn về các nội dung hợp tác cùng quan tâm.

Buổi hội đàm diễn ra trong không khí chân thành, thẳng thắn và tăng cường hiểu biết lẫn nhau giữa hai Bộ trưởng, góp phần thực hiện nhận thức chung của lãnh đạo cấp cao hai nước, đưa quan hệ kinh tế thương mại song phương tiếp tục phát triển cân bằng, ổn định và thực chất./.

TRƯA NGÀY 15/4/2026, DƯỚI SỰ CHỨNG KIẾN CỦA HAI TỔNG BÍ THƯ, CHỦ TỊCH NƯỚC VIỆT NAM VÀ TRUNG QUỐC, BỘ TRƯỞNG BỘ CÔNG THƯƠNG LÊ MẠNH HÙNG VÀ BỘ TRƯỞNG BỘ THƯƠNG MẠI TRUNG QUỐC VƯƠNG VĂN ĐÀO ĐÃ CÙNG KÝ KẾT “BẢN GHI NHỚ VỀ THÀNH LẬP NHÓM CÔNG TÁC ĐÀM PHÁN THỨC ĐẨY XÂY DỰNG KHU HỢP TÁC KINH TẾ QUA BIÊN GIỚI VIỆT NAM - TRUNG QUỐC” VÀ “BẢN GHI NHỚ VỀ THÀNH LẬP NHÓM CÔNG TÁC HỢP TÁC CHUỖI SẢN XUẤT, CHUỖI CUNG ỨNG VIỆT NAM - TRUNG QUỐC”.

VIETNAM AND CHINA

KEY STRATEGIC TRADE PARTNERS

◀ By **THE DEPARTMENT OF DOMESTIC MARKET MANAGEMENT AND DEVELOPMENT**

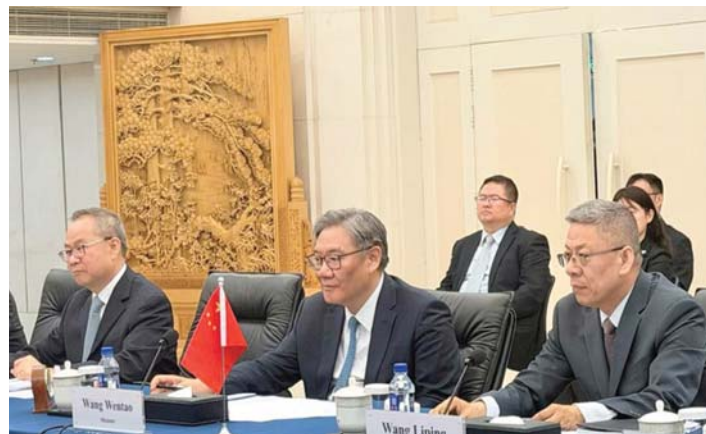
On the afternoon of April 15, 2026, as part of the state visit to China by General Secretary and President To Lam, Minister of Industry and Trade Le Manh Hung held talks with Chinese Minister of Commerce Wang Wentao.

During the meeting, the two ministers reviewed bilateral economic and trade cooperation, the implementation of high-level consensus reached by top leaders, and recent cooperation documents between the two ministries.

Both ministers reaffirmed that Vietnam and China are vital trade partners. China has been Vietnam's largest trading partner and second-largest export market for many consecutive years. Meanwhile, Vietnam maintains its position as China's largest trading partner in ASEAN. According to statistics of the Customs of Vietnam, bilateral trade turnover reached \$256.5 billion in 2025, a 24.8% increase compared to 2024.

To ensure trade relations continue to develop in a balanced and sustainable manner, Minister Le Manh Hung emphasized that both sides should focus on restructuring production, trade, and supply chains as well as investment cooperation, with a particular emphasis on production chain collaboration.

The minister requested that China increase imports of Vietnamese goods, expand the list of items eligible for preferential tariff, and further open its market. He also called for the mutual recognition of phytosanitary and veterinary results for agricultural, forestry, and fishery products. Additionally, he sought favorable conditions for Vietnam to participate in the "Large Market



Chinese Minister of Commerce Wang Wentao speaks at the meeting

Sharing - Export to China" program, support for Vietnamese exports via cross-border e-commerce, and the expansion of Vietnamese trade promotion offices in Chinese localities.

Minister Wang Wentao agreed with the proposals by Vietnam, stating that the Chinese Ministry of Commerce will continue to support the establishment of additional Vietnamese trade promotion offices in China following those in Chongqing, Hangzhou, and Haikou. China is also ready to facilitate Vietnamese exports through cross-border e-commerce and encouraged Vietnam



Minister of Industry and Trade Le Manh Hung speaks at the meeting

to increase the presence of its “national pavilions” on various Chinese e-commerce platforms beyond JD to better promote Vietnamese products to Chinese consumers.

Regarding the “Large market sharing - Export to China” program, Minister Wang Wentao invited Vietnam to join five specific activities slated for 2026 and welcomed Vietnam as the guest country for the event series in 2027. The Chinese minister stressed that both ministries must focus on implementing the consensus reached by top leaders, including the goal of reaching \$500 billion in bilateral trade turnover in the near future.

The two ministers agreed to establish a technical-level joint working group to review progress, urge the implementation of high-level agreements, and monitor the outcomes of present talks and existing commitments.

On this occasion, Minister Wang Wentao invited Minister Le Manh Hung to lead a Vietnamese delegation to the APEC Ministers Responsible for Trade Meeting to be held in Suzhou from May 22-23, 2026. Minister Le Manh Hung also extended an invitation to Minister Wang Wentao to visit Vietnam at a convenient time to further discuss matters of mutual interest.

The talks were held in a sincere and frank atmosphere, enhancing mutual understanding and contributing to the realization of high-level consensus to promote balanced, stable, and substantive bilateral economic relations./.



Delegates in a group photo

AT NOON ON APRIL 15, 2026, UNDER THE WITNESS OF THE GENERAL SECRETARIES AND PRESIDENTS OF VIETNAM AND CHINA, MINISTER LE MANH HUNG AND MINISTER WANG WENTAO SIGNED TWO MEMORANDUMS OF UNDERSTANDING ON ESTABLISHING A WORKING GROUP TO NEGOTIATE AND PROMOTE THE CONSTRUCTION OF THE VIETNAM-CHINA CROSS-BORDER ECONOMIC COOPERATION ZONE AND ON ESTABLISHING A WORKING GROUP FOR PRODUCTION AND SUPPLY CHAIN COOPERATION.

SẢN XUẤT CÔNG NGHIỆP TĂNG 9%, NHIỀU NGÀNH CHỦ LỰC BỨT PHÁ

◀ DUY ANH

Với tốc độ tăng trưởng đạt 9%, chỉ số sản xuất công nghiệp (IIP) quý I/2026 đã đạt mức cao nhất kể từ năm 2020 đến nay.

CÔNG NGHIỆP CHẾ BIẾN CHẾ TẠO GHI ĐIỂM

Thời gian qua, công nghiệp chế biến, chế tạo được đánh giá là lực đẩy số một trong mở rộng sản xuất và xuất khẩu của nền kinh tế. Đây cũng là ngành liên tục được mở rộng và chiếm tỷ trọng cao nhất trong các ngành công nghiệp với đóng góp trong GDP tăng liên tục qua các năm.

Theo Bộ Công Thương, chỉ số sản xuất công quý I/2026 tăng 9% so với cùng kỳ năm trước, trong đó ngành chế biến, chế tạo tăng 9,7% - mức tăng cho thấy khu vực sản xuất chủ lực vẫn giữ được đà phục hồi. Một số ngành gắn với đầu tư hạ tầng ghi nhận mức tăng cao như sản phẩm khoáng phi kim loại tăng 19,7%, sản xuất kim loại tăng 22,9%, phản ánh hiệu ứng lan tỏa từ việc đẩy mạnh giải ngân vốn đầu tư công.

Với kết quả trên, ông Trần Việt Hòa - Cục trưởng Cục Công nghiệp (Bộ Công Thương) nhìn nhận, công nghiệp chế biến, chế tạo luôn được đánh giá là một trong những ngành kinh tế chủ chốt, đóng vai trò là động lực dẫn dắt tăng trưởng của nền kinh tế, thúc đẩy thương mại, xuất khẩu, đặc biệt một số nhóm ngành công nghiệp chế biến, chế tạo chủ lực như: Dệt may, da giày, cơ





Công nghiệp chế biến, chế tạo luôn được đánh giá là một trong những ngành kinh tế chủ chốt

khí, điện tử, công nghiệp hỗ trợ... “Có thể khẳng định rằng, vai trò dẫn dắt của ngành công nghiệp, trong đó có công nghiệp chế biến chế tạo, công nghiệp chủ lực không chỉ nằm ở các con số tăng trưởng, mà quan trọng hơn ở sự chuyển biến về cấu trúc, chất lượng và mô hình phát triển. Sự phát triển ấn tượng của ngành công nghiệp đã tạo dư địa và động lực cho tăng trưởng bền vững của nền kinh tế trong trung và dài hạn”- ông Trần Việt Hoà nói.

Xét theo địa phương, chỉ số sản xuất công nghiệp quý 1/2026 so với cùng kỳ năm trước tăng ở cả 34 địa phương. Một số địa phương có chỉ số IIP đạt mức tăng khá nhờ ngành công nghiệp chế biến, chế tạo; ngành sản xuất và phân phối điện tăng cao như: Ninh Bình tăng 29,1%; Phú Thọ tăng 26,3%; Bắc Ninh tăng 19,4%; Thái Nguyên tăng 17,7% và Hải Phòng tăng 16,4%.

TẬP TRUNG VÀO 5 NHÓM GIẢI PHÁP TRỌNG TÂM

Theo đánh giá của Bộ Công Thương, tăng trưởng của sản xuất công nghiệp trong quý 1/2026 là sự nỗ lực của các bộ, ngành, cộng đồng doanh nghiệp đã cụ thể hoá được các giải pháp giảm tồn kho, đẩy mạnh tiêu thụ hàng hoá.

Đạt được kết quả này, một số chuyên gia kinh tế nhìn nhận, hiệp hội, ngành hàng đã tích cực tăng cường hoạt động kết nối doanh nghiệp, đẩy mạnh việc tiêu thụ sản phẩm. Doanh nghiệp tái cấu trúc, giảm chi phí và giá thành sản xuất để nâng cao năng lực cạnh tranh của sản phẩm, qua đó cải thiện hiệu quả và thích ứng linh hoạt với tình hình mới.

Trong thời gian tới, theo ông Trần Việt Hoà, Cục Công nghiệp sẽ triển khai một số nhóm giải pháp sau:

Thứ nhất, xây dựng nền tảng công nghiệp hiện đại theo hướng số hóa, xanh hóa, và nâng cấp chuỗi giá trị: Hỗ trợ các doanh nghiệp sản xuất công nghiệp đẩy mạnh chuyển đổi số toàn bộ hệ thống sản xuất, tự động hóa, IoT, AI, nhất là thúc

đẩy nhà máy thông minh đối với dệt may, điện tử, cơ khí, tăng năng suất và chất lượng để thoát khỏi mô hình gia công truyền thống.

Thứ hai, thu hút đầu tư chất lượng cao gắn với chuyển giao công nghệ: Tiếp tục tham mưu lãnh đạo Bộ Công Thương phối hợp với Bộ Tài chính để cải thiện mạnh mẽ môi trường đầu tư kinh doanh, nhằm đón làn sóng FDI mới vào các ngành công nghiệp mục tiêu. Ưu tiên thu hút các dự án thuộc lĩnh vực công nghệ cao, công nghệ nguồn (sản xuất chip, vật liệu mới, năng lượng sạch, công nghiệp đất hiếm...) và các dự án sản xuất sản phẩm đầu cuối có giá trị (ô tô điện, thiết bị viễn thông, máy công cụ chính xác...).

Thứ ba, hỗ trợ doanh nghiệp trong nước nâng cao sức cạnh tranh. Ngoài hỗ trợ doanh nghiệp tiếp tục tận dụng cơ hội từ các dự án đầu tư công lớn, Cục sẽ tham mưu các cơ chế, chính sách khuyến khích việc tăng cường mua sắm hàng hóa sản xuất trong nước với tinh thần “Chính phủ là khách hàng đầu tiên”, hạn chế tối đa việc sử dụng sản phẩm và nguyên liệu nhập khẩu mà trong nước đã sản xuất được; phối hợp với hệ thống đại diện thương vụ và các cơ quan liên quan đẩy mạnh tìm kiếm các thị trường mới cho các ngành hàng xuất khẩu chủ lực như dệt may, da giày, điện tử, thực phẩm...

Thứ tư, giữ vững và mở rộng thị trường xuất khẩu, tận dụng toàn cầu hóa có chọn lọc, mở cửa sâu: Đa dạng hóa thị trường và nguồn cung, tối đa hóa lợi ích từ FTA (EVFTA, CPTPP, RCEP, UKVFTA). Đồng thời, từng bước đưa Việt Nam trở thành trung tâm sản xuất và đổi mới của khu vực; thu hút dòng vốn FDI công nghệ cao từ Mỹ, EU, Nhật Bản, Hàn Quốc, Đài Loan (Trung Quốc), kết hợp hợp tác quốc tế với nâng cao năng lực nội sinh.

Thứ năm, thúc đẩy tăng trưởng công nghiệp chung trên phạm vi toàn quốc: Tiếp tục thực hiện có hiệu quả các chương trình làm việc với các địa phương nhằm phát huy đà tăng trưởng của các ngành công nghiệp tại các vùng kinh tế trọng điểm, từ đó thúc đẩy tăng trưởng công nghiệp chung trên phạm vi toàn quốc.

Bên cạnh đó, nhằm cụ thể hóa mục tiêu sản xuất công nghiệp tăng trưởng 2 con số, Bộ Công Thương tiếp tục thực hiện hiệu quả các chương trình làm việc với các địa phương và các chương trình hỗ trợ doanh nghiệp hiện có nhằm phát huy đà tăng trưởng của các ngành công nghiệp tại các vùng kinh tế trọng điểm, tạo động lực tiếp tục thúc đẩy đà tăng trưởng công nghiệp trên phạm vi toàn quốc./.

INDUSTRIAL PRODUCTION RISES **9%**, KEY SECTORS SURGE



Impressive industrial development provides momentum for sustainable economic growth

MANUFACTURING SCORES HIGH

Processing and manufacturing sector has been recently identified as the primary drivers for production expansion and exports. This is also the sector that shows increasingly continuous expansion, holding the largest share among industrial sectors with a steady increase in GDP contribution.

According to the Ministry of Industry and Trade (MoIT), the IIP in Q1/2026 increased by 9% year-on-year, with the processing and manufacturing sector specifically increasing by

The Industrial Production Index (IIP) has reached its highest growth level since 2020, standing at 9% in the first quarter of 2026 (Q1/2026).

◀ By **DUY ANH**

9.7%, a clear sign showing that the core production sector is maintaining its recovery momentum. Sectors linked to infrastructure investment saw significant gains with non-metallic mineral products rising by 19.7% and metal production jumping 22.9%, reflecting the spillover effects of the acceleration in public investment.

Chief of the Vietnam Industry Agency under (MoIT) Tran Viet Hoa noted that processing and manufacturing is a pivotal sector driving economic growth, trade, and exports, particularly in textiles, footwear, mechanics, electronics, and supporting industries. "The leading role of industrial sectors lies not just in growth figures, but more importantly in structural transformation and the quality of the development model. This impressive growth provides the momentum for sustainable medium- and long-term economic expansion," stated Tran Viet Hoa.



Processing and manufacturing is one of the key sectors of the economy

Locally, the Q1/2026 IIP increased across all 34 provinces and cities. Notable IIP growth driven by the processing and manufacturing and electricity distribution sectors was recorded in Ninh Binh (up 29.1%), Phu Tho (26.3%), Bac Ninh (19.4%), Thai Nguyen (17.7%), and Hai Phong (16.4%).

FIVE KEY SOLUTION GROUPS

The MoIT attributes this Q1/2026 growth to the efforts of ministries and the business community in implementing solutions to reduce inventory and boost consumption. Economists noted that associations have actively connected with businesses to promote sales, while enterprises restructured to cut costs, enhance competitiveness, and adapt flexibly to new conditions.

Moving forward, according to the chief of the Vietnam Industry Agency, a number of key initiatives have been outlined. First, it is the building of a modern industrial foundation through digitization and greening while upgrading value chains, which includes supporting businesses in digital transformation, automation, IoT, and AI, especially the promotion of smart factories in textiles, electronics, and mechanics areas, to move beyond traditional low-value processing.

Second, it is the attraction of high-quality investment paired with technology transfer. The Agency will work with the Ministry of Finance to improve the business environment to welcome new FDI waves into target industries, prioritizing

high-tech and core-tech project, such as chip manufacturing, new materials, clean energy, rare earths, and high-value finished products like EVs, telecom equipment, precision tools.

Third, domestic competitiveness must be enhanced. Beyond leveraging public investment, the Agency will propose mechanisms to promote the policy “The Government as the first customer” to prioritize domestic goods over imports. Trade offices abroad will also help find new markets for key exports.

Fourth, export markets must be expanded and benefits from FTAs like EVFTA, CPTPP, RCEP, and UKVFTA must be maximized. The goal is to turn Vietnam into a regional production and innovation hub, attracting high-tech FDI from the US, the EU, Japan, the Republic of Korea, and Chinese Taipei.

Fifth, industrial growth must be promoted nationwide while working programs with localities will be implemented effectively to keep growth momentum in key economic regions so as to enhance industrial growth in the across the country.

Furthermore, to concretize the goal of achieving a double-digit growth rate in industrial production, the MoIT will keep implementing effectively working programs with localities and existing business support programs to promote the growth momentum of industrial sectors in key economic regions, creating momentum to further boost industrial growth nationwide./.



Biến động thị trường đang đặt ra yêu cầu giữ nhịp xuất khẩu, nhằm bảo đảm đà tăng trưởng và ổn định sản xuất.

Ảnh: Hồng Đạt

GIỮ NHỊP XUẤT KHẨU BẢO ĐẢM ĐÀ TĂNG TRƯỞNG

◀ NGỌC HOA

Biến động thị trường đang đặt ra yêu cầu giữ nhịp xuất khẩu, nhằm bảo đảm đà tăng trưởng và ổn định sản xuất.

ĐÀ TĂNG QUÝ I PHẢN ÁNH SỨC BẬT CỦA NỀN SẢN XUẤT

Quý I/2026 khép lại với một dấu mốc đáng chú ý khi tổng kim ngạch xuất nhập khẩu hàng hóa đạt 249,5 tỷ USD, tăng 23% so với cùng kỳ năm trước. Trong bối cảnh kinh tế thế giới vẫn tiềm ẩn nhiều rủi ro, mức tăng trưởng này cho thấy hoạt động thương mại của Việt Nam đang phục hồi theo hướng rõ rệt, có nền tảng và không còn mang tính ngắn hạn. Ở chiều xuất khẩu, kim ngạch đạt 122,93 tỷ USD, tăng 19,1%. Nhập khẩu đạt 126,57 tỷ USD, tăng 27%.

Đáng chú ý, riêng tháng 3/2026, tổng kim ngạch xuất nhập khẩu đạt 93,55 tỷ USD, tăng mạnh 39,2% so với tháng trước và tăng 23,9% so với cùng kỳ năm trước. Nhịp tăng này không chỉ phản ánh sự sôi động trở lại của hoạt động giao thương, mà còn cho thấy chu kỳ sản xuất đang được kích hoạt rõ nét sau giai đoạn đầu năm.

Cơ cấu xuất nhập khẩu tiếp tục củng cố vai trò của khu vực sản xuất. Xuất khẩu vẫn dựa chủ yếu vào nhóm hàng công nghiệp chế biến với kim ngạch đạt 110,52 tỷ USD, chiếm gần 90%. Ở chiều nhập khẩu, nhóm tư liệu sản xuất chiếm tới 93,9%, cho thấy phần lớn dòng hàng nhập khẩu đang phục vụ trực tiếp cho sản xuất, gia công và xuất khẩu trong các quý tiếp theo.

Khu vực FDI tiếp tục giữ vai trò dẫn dắt với 98,46 tỷ USD, chiếm hơn 80% tổng kim ngạch xuất khẩu. Trong khi đó, khu vực kinh tế trong nước đạt 24,47 tỷ USD, từng bước cải thiện năng lực tham gia chuỗi giá trị.

Nhìn tổng thể “bức tranh” quý I, không chỉ là câu chuyện tăng trưởng về quy mô, mà phản ánh sự vận động đồng bộ giữa nhập khẩu đầu vào và xuất khẩu đầu ra. Khi nhập khẩu tư liệu sản xuất tăng mạnh, đó cũng là tín hiệu cho thấy doanh nghiệp đang chuẩn bị nguồn lực cho các đơn hàng trong tương lai, đặt nền cho tăng trưởng của cả năm.

BIẾN ĐỘNG TOÀN CẦU ĐẶT RA YÊU CẦU ĐIỀU HÀNH LINH HOẠT

Bên cạnh những tín hiệu tích cực, bối cảnh bên ngoài đang tạo ra những áp lực ngày càng rõ nét đối với hoạt động xuất nhập khẩu. Đặc biệt, diễn biến căng thẳng tại Trung Đông đang tác động trực tiếp đến nguồn cung năng lượng và các tuyến vận tải quốc tế. Khoảng 20% lượng dầu và khí



của thế giới đi qua khu vực này, khiến chi phí năng lượng và logistics có xu hướng gia tăng, kéo theo áp lực lên chi phí sản xuất và xuất khẩu.

Chia sẻ với phóng viên Báo Công Thương, ông Nguyễn Anh Sơn - Cục trưởng Cục Xuất nhập khẩu (Bộ Công Thương) cho rằng, những biến động địa chính trị tại Trung Đông không chỉ tác động trước mắt mà còn để lại hệ lụy kéo dài đối với chuỗi cung ứng toàn cầu.

Trong bối cảnh đó, mục tiêu tăng trưởng xuất khẩu hai con số trong năm 2026 đang đứng trước những thách thức không nhỏ. Tuy nhiên, theo đánh giá của cơ quan quản lý, dư địa vẫn còn khi nền kinh tế mới đi qua quý I, với ba quý phía trước để điều chỉnh và tăng tốc.

Vấn đề đặt ra không còn là duy trì tăng trưởng bằng mọi giá, mà là giữ được nhịp tăng trưởng trong điều kiện rủi ro gia tăng. Điều này đòi hỏi cách tiếp cận điều hành phải thay đổi theo hướng linh hoạt và chủ động hơn.

“Cần nắm bắt thông tin kịp thời, nâng cao chất lượng dự báo theo hướng sát với thực tế để có các giải pháp phù hợp cho từng ngành, từng lĩnh vực. Trên cơ sở đó, cơ quan quản lý có thể chủ động hơn trong điều hành, kịp thời ứng phó với những biến động của thị trường và hỗ trợ hiệu quả cho hoạt động xuất nhập khẩu”, ông Nguyễn Anh Sơn nhấn mạnh.

Ở tầm dài hạn, mở rộng và đa dạng hóa thị trường tiếp tục là hướng đi then chốt. Bên cạnh việc tận dụng hiệu quả 17 Hiệp định thương mại tự do đã ký, việc tìm kiếm các thị trường mới tại Nam Á, Trung Đông, châu Phi hay Nam Mỹ sẽ giúp giảm thiểu rủi ro phụ thuộc và tạo thêm dư địa tăng trưởng.

Cùng với đó, hệ thống thương vụ Việt Nam ở nước ngoài và các hiệp hội ngành hàng cần tăng cường vai trò cung cấp thông tin, cảnh báo rủi ro, hỗ trợ doanh nghiệp thích ứng với biến động của thị trường./.

ÔNG NGUYỄN ANH SƠN: TRONG BỐI CẢNH THỊ TRƯỜNG QUỐC TẾ CÓ NHIỀU BIẾN ĐỘNG, VIỆC NẮM BẮT THÔNG TIN KỊP THỜI VÀ NÂNG CAO CHẤT LƯỢNG DỰ BÁO THEO HƯỚNG SÁT VỚI THỰC TẾ RẤT QUAN TRỌNG. TRÊN CƠ SỞ ĐÓ, CẦN XÂY DỰNG CÁC GIẢI PHÁP PHÙ HỢP CHO TỪNG NGÀNH, LĨNH VỰC, BẢO ĐẢM HOẠT ĐỘNG XUẤT NHẬP KHẨU ĐƯỢC ĐIỀU HÀNH CHỦ ĐỘNG, LINH HOẠT.



EXPORT MOMENTUM MAINTAINED TO SECURE GROWTH



Rising market volatility means a steady export pace is needed to ensure growth momentum and production stability.

◀ By **NGOC HOA**

Q1 GROWTH SHOWS MANUFACTURING RESILIENCE

The first quarter (Q1) of 2026 concluded with a significant milestone as the total import-export turnover reached \$249.5 billion, a 23% increase year-on-year. Amidst persistent global economic risks, this growth indicates that Vietnam's trade activities are recovering clearly and sustainably rather than just a short-term increase. Exports reached \$122.93 billion, up 19.1%, while imports totaled \$126.57 billion, an increase of 27%.

Notably, in March 2026 alone, the total trade turnover hit \$93.55 billion, surging 39.2% from the previous month and 23.9% year-on-year. This upward trend not only reflects a resurgence in trade but also indicates that production cycles are being strongly activated following the early-year period.

The import-export structure continues to reinforce the role of the manufacturing sector. Exports remain primarily driven



Positive growth in Q1 reflects the recovery of production and trade activities - Photo: Can Dung

by industrial processed goods, which earned \$110.52 billion, accounting for nearly 90% of the total. On the import side, production materials accounted for 93.9%, showing that the majority of imported goods are directly serving production, processing, and export activities for the coming quarters.

The FDI sector continues to take the lead with \$98.46 billion, making for over 80% of the total export turnover. Meanwhile, the domestic economic sector raked in \$24.47 billion, gradually improving its capacity to participate in value chains.

Overall, the Q1 picture is not just about growth in scale. It reflects a comprehensive movement between input imports and output exports. When imports of production materials rise sharply, it signals that enterprises are securing resources for future orders, laying the foundation for full-year growth.

FLEXIBLE MANAGEMENT NEEDED AMIDST GLOBAL VOLATILITY

Alongside positive signals, external factors are exerting increasingly clear pressure

on trade. Specifically, tensions in the Middle East are directly impacting energy supplies and international shipping routes. With approximately 20% of the global oil and gas passing through this region, energy and logistics costs are on the rise, putting pressure on production and export expenses.

Speaking with the Industry and Trade Newspaper, Director of the Agency of Foreign Trade under the Ministry of Industry and Trade Nguyen Anh Son noted that geopolitical fluctuations in the Middle East have both immediate and long-term impacts on global supply chains.

In this context, the goal of achieving double-digit export growth in 2026 faces significant challenges. However, it is believed that there is still room for growth, as the economy has only moved through the first quarter, leaving three quarters ahead to adjust and accelerate.

The issue is, however, no longer about maintaining growth at all costs, but about sustaining growth momentum under conditions of increasing risk. This requires a shift toward a more flexible and proactive management approach.

"It is essential to capture information promptly and improve forecasting quality to stay close to reality, allowing for appropriate solutions in each industry and sector. On this basis, management agencies can be more proactive in operations, responding in a timely manner to market fluctuations and effectively supporting import-export activities," Son emphasized.

In the long term, expanding and diversifying markets remains a key strategy. Besides effectively utilizing the 17 signed free trade agreements, seeking new markets in South Asia, the Middle East, Africa, and South America will help minimize risks of dependency and create additional growth space.

Apart from that, the system of Vietnamese trade offices abroad and commodity associations must strengthen their roles in providing information, warning of risks, and supporting businesses in adapting to market changes./.

IN THE CONTEXT OF RISING VOLATILITY IN INTERNATIONAL MARKETS, PROMPTLY CAPTURING INFORMATION AND IMPROVING FORECASTING QUALITY CLOSE TO REALITY IS CRUCIAL. IT IS, THEREFORE, NECESSARY TO DEVELOP APPROPRIATE SOLUTIONS FOR EACH SECTOR TO ENSURE THAT IMPORT-EXPORT ACTIVITIES ARE MANAGED PROACTIVELY AND FLEXIBLY.



Bộ trưởng Lê Mạnh Hùng kiểm tra Nhà máy Nhiên liệu sinh học Dung Quất

Ảnh: Nam Nguyễn

NÂNG CAO NĂNG LỰC DỰ TRỮ, BẢO ĐẢM AN NINH, NĂNG LƯỢNG QUỐC GIA

◀ BẢO NGỌC

Trước biến động năng lượng toàn cầu, chỉ đạo quyết liệt của Thủ tướng và Bộ Công Thương về phát triển dự trữ xăng dầu đang trở thành “lá chắn” bảo đảm nguồn cung.

ĐẶT DỰ TRỮ XĂNG DẦU VÀO VỊ TRÍ CHIẾN LƯỢC

Thực tế từ cuộc khủng hoảng năng lượng đầu năm 2026 cho thấy, những quốc gia thiếu năng lực dự trữ đã phải trả giá đắt. Khi giá dầu thế giới vượt ngưỡng 100 USD/thùng, nhiều nước trong khu vực rơi vào thế bị động, buộc phải hoặc tăng giá mạnh, hoặc gánh áp lực tài khóa lớn để trợ giá.

Trong bối cảnh đó, chỉ đạo của Thủ tướng Chính phủ về việc “không để đứt gãy nguồn cung trong bất kỳ hoàn cảnh nào” không chỉ là mệnh lệnh điều hành trước mắt, mà còn hàm chứa yêu cầu cấp thiết về nâng cao năng lực dự trữ quốc gia. Quyết định thành

lập Tổ công tác bảo đảm an ninh năng lượng cùng các nghị quyết điều hành thị trường xăng dầu đã tạo nền tảng để triển khai đồng bộ các giải pháp.

Đáng chú ý, cùng với các biện pháp bình ổn giá như sử dụng Quỹ Bình ổn hay điều chỉnh thuế, Chính phủ đã đặt ra yêu cầu rà soát, bổ sung và hoàn thiện hệ thống dự trữ xăng dầu quốc gia. Đây được xem là “tuyến phòng thủ thứ hai”, giúp nền kinh tế có dư địa ứng phó khi thị trường thế giới biến động bất thường.

Theo chỉ đạo của Thủ tướng, việc xây dựng phương án sử dụng dự trữ trong các tình huống khẩn cấp cũng được đặt ra song song với nhiệm vụ tăng quy mô dự trữ. Điều này cho thấy cách tiếp cận không chỉ dừng ở tích trữ, mà còn ở khả năng vận hành linh hoạt nguồn dự trữ trong thực tế.

BỘ CÔNG THƯƠNG THỨC ĐẨY HÌNH THÀNH HỆ THỐNG DỰ TRỮ HIỆN ĐẠI

Bám sát chỉ đạo của Chính phủ, Bộ Công Thương đã nhanh chóng cụ thể hóa thành các nhiệm vụ và giải pháp cụ thể. Trong đó, trọng tâm là xây dựng chiến lược tổng thể về dự trữ năng lượng, bao gồm cả dầu thô và sản phẩm xăng dầu.

Trong các cuộc họp của Tổ công tác bảo đảm an ninh năng lượng, vấn đề dự trữ luôn được đặt ở vị trí trung tâm. Các đơn vị chức năng được giao nhiệm vụ

theo dõi sát diễn biến thị trường, dự báo cung - cầu để cập nhật kịch bản điều hành, đồng thời đề xuất phương án dự trữ phù hợp với từng cấp độ rủi ro.

Đặc biệt, trong chuyến làm việc trực tiếp với Nhà máy Lọc hóa dầu Nghi Sơn cuối tháng 3, Bộ trưởng Bộ Công Thương Lê Mạnh Hùng đã nhấn mạnh yêu cầu phải “xây dựng đề án tổng thể về dự trữ năng lượng” trong bối cảnh mới. Đây không chỉ là yêu cầu về quy mô, mà còn liên quan đến cấu trúc dự trữ, nguồn dự trữ và cơ chế vận hành.

Tại đây, lãnh đạo bộ yêu cầu doanh nghiệp phải chủ động xây dựng các phương án dự phòng nguồn cung dầu thô, đa dạng hóa nguồn nhập khẩu, đồng thời tối ưu hóa công nghệ để tăng khả năng chế biến các loại nguyên liệu khác nhau. Những chỉ đạo này gắn trực tiếp với mục tiêu nâng cao tính linh hoạt của hệ thống dự trữ.

Không dừng lại ở cấp doanh nghiệp, Bộ Công Thương cũng giao các đơn vị chức năng phối hợp với Bộ Tài chính để đẩy nhanh việc rà soát, bổ sung dự trữ xăng dầu quốc gia. Đồng thời, xây dựng cơ chế sử dụng dự trữ trong các tình huống khẩn cấp, bảo đảm vừa hiệu quả, vừa giữ được kỷ luật tài khóa.

Một điểm đáng chú ý là cách tiếp cận đồng bộ từ dự trữ quốc gia đến dự trữ thương mại. Bộ yêu cầu các doanh nghiệp đầu mối phải duy trì nghiêm dự trữ lưu thông bắt buộc, xây dựng kế hoạch nhập khẩu, dự trữ phù hợp với nhu cầu thị trường. Điều này giúp tạo ra “lớp đệm kép”, vừa ở cấp quốc gia, vừa ở cấp doanh nghiệp.

Song song với đó, việc duy trì vận hành ổn định, liên tục các nhà máy lọc dầu như Bình Sơn, Nghi Sơn cũng được xem là một phần của chiến lược dự trữ “động”. Khi các nhà máy hoạt động ở công suất cao, nguồn cung trong nước được bảo đảm, qua đó giảm áp lực lên dự trữ tĩnh.

Tại buổi làm việc với Công ty Cổ phần Lọc hóa dầu Bình Sơn cuối tháng 3, Bộ trưởng tiếp tục nhấn mạnh yêu cầu vận hành nhà máy ở mức tối ưu nhưng phải tuyệt đối an toàn, đồng thời tăng cường ứng dụng công nghệ để nâng cao hiệu quả quản trị. Việc đa dạng hóa nguồn nguyên liệu, đặc biệt là tận dụng nguồn trong nước, cũng được xác định là giải pháp quan trọng để giảm phụ thuộc vào nhập khẩu./.

TRONG BỐI CẢNH VIỆT NAM VẪN LÀ QUỐC GIA NHẬP KHẨU RÒNG NĂNG LƯỢNG, VIỆC NÂNG CAO NĂNG LỰC DỰ TRỮ KHÔNG CHỈ GIÚP ÚNG PHÓ VỚI CÁC CÚ SỐC GIÁ, MÀ CÒN TẠO DỰ ĐỊA ĐIỀU HÀNH CHÍNH SÁCH, GIẢM ÁP LỰC LÊN NGÂN SÁCH VÀ BẢO VỆ ỔN ĐỊNH KINH TẾ VĨ MÔ.



Bộ trưởng Lê Mạnh Hùng chỉ đạo nhiều giải pháp đảm bảo nguồn cung xăng dầu
Ảnh: Nam Nguyễn



Cần thiết xây dựng kho dự trữ xăng dầu quốc gia
(Ảnh: Kho dự trữ dầu thô tại Nhà máy Lọc dầu Dung Quất Ảnh: minh hoa)



Nâng cao năng lực dự trữ bảo đảm an ninh năng lượng quốc gia

RESERVE CAPACITY ENHANCED, NATIONAL ENERGY SECURITY STRENGTHENED



Nhà máy hóa dầu Nghi Sơn

Ảnh: Nam Nguyễn

◀ By **BAO NGOC**

Amidst the volatility of the global energy market, decisive directives from the Prime Minister and the Ministry of Industry and Trade regarding petroleum reserve development have become a vital “shield” to secure supply.

STRATEGIC POSITION OF PETROLEUM RESERVES

The energy crisis in early 2026 shows that nations lacking reserve capacity pay a heavy price. As global oil prices surged past \$100 per barrel, many countries in the region were caught off guard, forced to either implement sharp price hikes or face massive fiscal pressure to provide subsidies.

In this context, the Prime Minister’s directive to “prevent supply disruptions under any circumstances” is both an immediate operational command and an urgent requirement to enhance national reserve capacity. The establishment of the Energy Security Task Force, alongside resolutions on petroleum market management, has laid the foundation for synchronized solutions.



Minister Le Manh Hung directs the implementation of solutions to ensure petroleum supply

Photo: Nam Nguyen

In addition to price stabilization measures, such as utilization of the stabilization fund or tax adjustment, the Government has mandated a review, supplement and completion of the national petroleum reserve system. This is considered the “second line of defense,” providing the economy with the necessary leverage to respond to abnormal global market fluctuations.

The development of the plan for reserve use in emergency situations has also been discussed in parallel with enhancing reserve capacity, an approach that goes beyond mere stockpiling, focusing instead on the ability to flexibly manage reserve resources in practice.

MOIT PROPOSES MODERN RESERVE SYSTEM

Following the Government’s directives, the Ministry of Industry and Trade (MoIT) has translated goals into specific tasks, focusing on a master strategy for energy reserves, including crude oil and refined products.

At Energy Security Task Force meetings, reserves remain a central priority. Functional units are tasked with monitoring market developments and forecasting demand to update management scenarios and propose reserve plans tailored to risk levels.

During a working session at Nghi Son Refinery in late March, MoIT Minister Le Manh Hung emphasized the need for a “comprehensive energy reserve project.” This involves not only scaling up, but also refining reserve structures, sources, and operational mechanisms. The minister urged businesses to proactively secure crude oil supplies, diversify

imports, and optimize technology to process various raw materials.

Beyond the corporate level, the MoIT is coordinating with the Ministry of Finance to accelerate the review and expansion of national petroleum reserves, at the same time, developing reserve use mechanisms in emergency that balance effectiveness with fiscal discipline.

A key highlight is the synchronized approach between the national and commercial reserves. The ministry requires major petroleum enterprises to strictly maintain mandatory circulation reserves and align import plans with market demand. This creates a “double-layer buffer” at both the national and corporate levels.

Concurrently, maintaining the stable operation of refineries like Binh Son and Nghi Son is part of a “dynamic” reserve strategy. High-capacity domestic production eases the pressure on static reserves. During a late-March visit to Binh Son Refining and Petrochemical JSC, the minister reiterated the need for optimal yet safe operations and enhanced governance through technology to avoid being dependent on import./.

AS VIETNAM REMAINS A NET ENERGY IMPORTER, ENHANCING RESERVE CAPACITY DOES MORE THAN JUST MITIGATE PRICE SHOCKS. IT CREATES ROOM FOR POLICY MANAGEMENT, REDUCES BUDGET PRESSURE, AND MAINTAINS MACROECONOMIC STABILITY.

NGÀNH CÔNG THƯƠNG

ĐẨY MẠNH CÁC GIẢI PHÁP TIẾT KIỆM NĂNG LƯỢNG

Hướng tới an ninh năng lượng và tăng trưởng xanh, Bộ Công Thương triển khai nhiều giải pháp từ tuyên truyền đến chính sách, thúc đẩy tiết kiệm năng lượng và phát triển xe điện.

◀ PHƯƠNG CÚC



PHÁT HUY TUYÊN TRUYỀN TIẾT KIỆM ĐIỆN

Đóng vai trò chủ đạo trong việc tham mưu cho Chính phủ xây dựng các chính sách, giải pháp nhằm đẩy mạnh việc sử dụng năng lượng tiết kiệm, hỗ trợ doanh nghiệp chuyển đổi mô hình sản xuất ứng dụng công nghệ cao, phát triển bền vững, thời gian qua, Bộ Công Thương đã xây dựng nhiều định hướng, nội dung triển khai cụ thể. Mục tiêu chung nhằm góp phần nâng cao hiệu quả việc giảm thiểu tác động của biến đổi khí hậu toàn cầu, giảm phát thải khí nhà kính về 0 vào năm 2050 và đảm bảo an ninh năng lượng.

Trong đó, Bộ Công Thương tăng cường công tác truyền thông, tập trung chủ yếu vào việc vận động, tuyên truyền nâng cao nhận thức của người dân và doanh nghiệp về sử dụng năng lượng tiết kiệm và hiệu quả, phát triển bền vững.

Ngày 8/4 vừa qua, tại Hà Nội, Bộ Công Thương phối hợp với Hội Nhà báo Việt Nam tổ chức Lễ phát động Giải thưởng báo chí tuyên truyền về sử dụng năng lượng tiết kiệm và hiệu quả năm 2026.

Phát biểu tại Lễ phát động, Thứ trưởng Bộ Công Thương Nguyễn Hoàng Long cho biết, Giải thưởng Báo chí tuyên truyền về sử dụng năng lượng tiết kiệm và hiệu quả được tổ chức nhằm tiếp tục phát huy vai trò tiên phong của báo chí trong lĩnh vực này. Qua đó góp phần nâng cao nhận thức xã hội, tạo chuyển biến trong hành động và từng bước hình thành văn hóa sử dụng năng lượng tiết kiệm, hiệu quả trong cộng đồng.

"Tôi cũng mong rằng, các bộ, ngành, địa phương, doanh nghiệp và các cơ quan, tổ chức liên quan sẽ tiếp tục phối hợp chặt chẽ với các cơ quan báo chí, chủ động cung cấp thông tin, chia sẻ mô hình, tạo điều kiện thuận lợi cho báo chí tác nghiệp. Qua đó, góp phần để các chủ trương, chính sách về sử dụng năng lượng tiết kiệm và hiệu quả được truyền tải kịp thời, rõ ràng và đi vào cuộc sống mạnh mẽ hơn", Thứ trưởng Bộ Công Thương nhấn mạnh.

Bên cạnh đó, Bộ Công Thương còn phối hợp tổ chức các hội nghị, tọa đàm chia sẻ, thúc đẩy đầu tư, thực hiện những giải pháp tiết kiệm năng lượng, sản xuất sạch, chuyển giao công nghệ sạch trong công nghiệp...

ĐẨY MẠNH TIẾT KIỆM ĐIỆN, PHÁT TRIỂN GIAO THÔNG ĐIỆN

Song song với công tác tuyên truyền, nâng cao nhận thức về sử dụng năng lượng tiết kiệm và hiệu quả, Bộ Công Thương cũng đẩy mạnh việc ban hành các cơ chế, chính sách và kế hoạch hành động nhằm cụ thể hóa các mục tiêu chuyển dịch năng lượng.



Bộ Công Thương tăng cường thực hiện tiết kiệm năng lượng, thúc đẩy chuyển dịch năng lượng và phát triển giao thông điện.

Ảnh: Hùng Mạnh

Ngày 13/4, Bộ Công Thương ban hành Kế hoạch hành động số 824/QĐ-BCT nhằm thực hiện Chỉ thị số 09/CT-TTg của Thủ tướng Chính phủ về tăng cường tiết kiệm năng lượng, thúc đẩy chuyển dịch năng lượng và phát triển phương tiện giao thông điện. Bộ Công Thương cũng xác định rõ, bảo đảm an ninh năng lượng quốc gia là nhiệm vụ trọng tâm, xuyên suốt trong công tác điều hành.

Đến năm 2030, nhiều chỉ tiêu cụ thể được đặt ra, trong đó tiêu hao năng lượng trên một đơn vị GDP giảm từ 1-1,5% mỗi năm; các cơ sở sử dụng năng lượng trọng điểm phấn đấu tiết kiệm điện tối thiểu 3%/năm. Đồng thời, tổn thất điện năng toàn hệ thống sẽ được kéo

giảm xuống khoảng 5,8%, góp phần nâng cao hiệu quả vận hành và tiết kiệm tài nguyên.

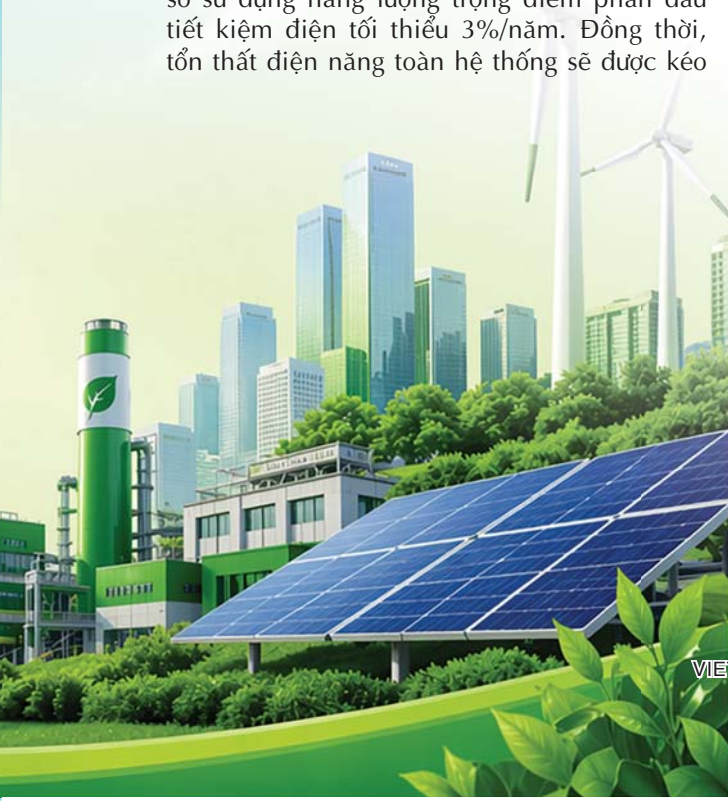
Một yêu cầu đáng chú ý là 100% cơ sở sử dụng năng lượng trọng điểm phải thực hiện kiểm toán năng lượng và áp dụng hệ thống quản lý năng lượng, qua đó giúp doanh nghiệp kiểm soát tiêu hao, tối ưu chi phí. Trong lĩnh vực năng lượng truyền thống, kế hoạch đặt mục tiêu các nhà máy lọc dầu trong nước đáp ứng khoảng 70% nhu cầu, giảm phụ thuộc vào nhập khẩu.

Kế hoạch cũng nhấn mạnh thúc đẩy chuyển dịch năng lượng gắn với phát triển phương tiện giao thông điện. Theo đó, đến năm 2030, tối thiểu 50% phương tiện giao thông công cộng tại các đô thị sẽ sử dụng điện, góp phần giảm phát thải và cải thiện môi trường.

Để đạt mục tiêu này, Bộ Công Thương sẽ hoàn thiện tiêu chuẩn, quy chuẩn đối với trạm sạc, đồng thời phát triển hạ tầng sạc đồng bộ. Song song, ngành đẩy mạnh nghiên cứu công nghệ mới như pin thế hệ mới, động cơ điện hiệu suất cao, cũng như thí điểm ứng dụng hydrogen và ammonia.

Các giải pháp phát triển năng lượng sạch cũng được thúc đẩy, gồm điện mặt trời mái nhà, điện gió và hệ thống lưu trữ năng lượng. Việc phát triển thị trường dịch vụ năng lượng (ESCO) được kỳ vọng sẽ huy động thêm nguồn lực xã hội./.

TRONG BỐI CẢNH NHU CẦU NĂNG LƯỢNG TIẾP TỤC TĂNG, VIỆC TRIỂN KHAI ĐỒNG BỘ CÁC GIẢI PHÁP TIẾT KIỆM VÀ CHUYỂN DỊCH NĂNG LƯỢNG ĐƯỢC XEM LÀ NỀN TẢNG QUAN TRỌNG ĐỂ BẢO ĐẢM AN NINH NĂNG LƯỢNG VÀ HƯỚNG TỚI TĂNG TRƯỞNG XANH, BỀN VỮNG.





Việt Nam thu hút 15,20 tỷ USD vốn FDI trong quý I/2026, tăng 42,9% so với cùng kỳ năm trước

Quý I/2026, Việt Nam thu hút 15,2 tỷ USD vốn đầu tư trực tiếp nước ngoài (FDI), tăng 42,9% so với cùng kỳ năm 2025, trong khi vốn FDI thực hiện đạt mức cao nhất 5 năm. Dù bối cảnh toàn cầu còn nhiều bất định, triển vọng thu hút FDI những tháng cuối năm vẫn được đánh giá khả quan.

◀ **NGUYỄN HÒA**

FDI QUÝ I/2026 TĂNG MẠNH, TRIỂN VỌNG TÍCH CỰC CHO NĂM 2026

KẾT QUẢ THU HÚT FDI QUÝ I/2026

Theo số liệu thống kê từ Bộ Tài chính, tính đến ngày 31/3/2026, tổng vốn FDI vào Việt Nam, bao gồm vốn đăng ký cấp mới, điều chỉnh và góp vốn, mua cổ phần đạt 15,20 tỷ USD, tăng 42,9% so với cùng kỳ năm trước.

Trong 3 tháng đầu năm, có 52 quốc gia và vùng lãnh thổ có dự án đầu tư được cấp phép mới tại Việt Nam. Singapore là nhà đầu tư lớn nhất với 5,32 tỷ USD, chiếm 52,0% tổng vốn đăng ký cấp mới; tiếp theo là Hàn Quốc với 3,68 tỷ USD, chiếm 35,9%; Trung Quốc đạt 417,5 triệu USD, chiếm 4,1%.

Vốn FDI thực hiện trong quý I/2026 ước đạt 5,41 tỷ USD, tăng 9,1% so với cùng kỳ năm trước. Theo bà Nguyễn Thị Hương - Cục trưởng Cục Thống kê (Bộ Tài chính), đây là mức vốn thực hiện cao nhất của 3 tháng đầu năm trong 5 năm qua.

Xét theo lĩnh vực, công nghiệp chế biến, chế tạo tiếp tục chiếm tỷ trọng lớn nhất với 4,48 tỷ USD, tương đương 82,8% tổng vốn FDI thực hiện. Lĩnh vực kinh doanh bất động sản đạt 389,5 triệu USD, chiếm 7,2%; sản xuất và phân phối điện, khí đốt, nước nóng, hơi nước và điều hòa không khí đạt 196,1 triệu USD, chiếm 3,6%.

Theo đánh giá của các chuyên gia, điểm sáng nổi

bật trong bức tranh FDI 3 tháng là vốn giải ngân duy trì ở mức cao nhất trong giai đoạn 2022-2026, liên tục trong cả 3 tháng đầu năm. Điều này diễn ra ngay cả khi vốn đăng ký mới, điều chỉnh và góp vốn mua cổ phần trong tháng 1 và 2 có xu hướng giảm. Đáng chú ý, dòng vốn giải ngân tiếp tục tập trung vào lĩnh vực công nghệ cao và công nghiệp chế biến, chế tạo.

Trong quý I/2026, nhiều dự án quy mô lớn trong lĩnh vực công nghiệp, công nghệ cao đã được triển khai. Tiêu biểu là Dự án Samsung Electro - Mechanics Việt Nam số 2 với tổng vốn đăng ký 1,2 tỷ USD tại Thái Nguyên; Dự án Future Textile điều chỉnh tăng vốn thêm 350 triệu USD, nâng tổng vốn lên 477 triệu USD tại Tây Ninh; Dự án Nhà máy sản xuất thép không gỉ của các nhà đầu tư Singapore đạt 380,1 triệu USD tại Hà Tĩnh; Dự án Nhà máy Seojin Việt Nam tăng vốn thêm 453,8 triệu USD, nâng tổng vốn lên 760 triệu USD tại Bắc Ninh.

Việc gia tăng các dự án quy mô lớn, công nghệ cao cho thấy hiệu quả của định hướng thu hút FDI có chọn lọc, ưu tiên các dự án có giá trị gia tăng cao và khả năng liên kết với doanh nghiệp trong nước.

TRIỂN VỌNG THU HÚT FDI NĂM 2026

Cục Đầu tư nước ngoài nhận định, bối cảnh kinh tế thế giới vẫn tiềm ẩn nhiều rủi ro khi chưa thoát khỏi xu hướng suy giảm, lạm phát tại một số nền kinh tế lớn còn ở mức cao, kéo theo mặt bằng lãi suất quốc tế chưa có nhiều dư địa giảm. Bên cạnh đó, biến động về chính sách thương mại và thuế quan khiến môi trường đầu tư toàn cầu thiếu ổn định.

Trong bối cảnh này, nhiều tập đoàn đa quốc gia có xu hướng thận trọng hơn, tập trung tối ưu hóa chuỗi cung ứng hiện hữu và cân nhắc kỹ các kế hoạch mở rộng đầu tư ra nước ngoài. Tuy nhiên, Việt Nam vẫn được đánh giá là điểm đến hấp dẫn nhờ môi trường chính trị ổn định, mạng lưới hiệp định thương mại tự do rộng và vị trí thuận lợi trong chuỗi sản xuất khu vực.

Để tiếp tục giữ vững xu thế cải thiện phục hồi và tạo đà tăng tốc bứt phá cho việc thu hút dòng vốn FDI trong những tháng tiếp theo, Cục Đầu tư nước ngoài khuyến nghị, trong thời gian tới, chính sách thu hút đầu tư nước ngoài cần tiếp tục tập trung tháo gỡ vướng mắc cho các dự án đang hoạt động, thúc đẩy mở rộng đầu tư của các tập đoàn lớn, đồng thời nâng cao chất lượng dòng vốn theo hướng ưu tiên thu hút đầu tư vào lĩnh vực công nghệ cao, tập trung vào nghiên cứu và phát triển (R&D), năng lực mới và tăng cường liên kết với khu vực doanh nghiệp trong nước.

Ông Bruno Jaspaert - Chủ tịch Hiệp hội Doanh nghiệp châu Âu tại Việt Nam (EuroCham) cho rằng, trong bối cảnh cạnh tranh toàn cầu ngày càng gay

gắt, lợi thế đầu tư không còn chỉ đến từ chi phí mà còn phụ thuộc vào tính minh bạch của khung pháp lý, hiệu quả quản trị và các tiêu chuẩn phát triển bền vững.

Cũng theo ông Bruno Jaspaert, nguồn vốn từ châu Âu vẫn sẵn sàng đầu tư vào các lĩnh vực như hạ tầng giao thông, chuyển đổi năng lượng và hạ tầng số. Tuy nhiên, thách thức đặt ra là khả năng triển khai hiệu quả trên thực tế. Việt Nam cần tiếp tục hoàn thiện khung pháp lý theo hướng minh bạch, nhất quán và có thể dự đoán, qua đó tạo điều kiện để các dự án quy mô lớn được triển khai thuận lợi.

Chủ tịch EuroCham cũng nhấn mạnh, trong bối cảnh môi trường kinh doanh toàn cầu nhiều biến động, các quyết định đầu tư ngày càng phụ thuộc vào niềm tin vào tính ổn định và khả năng thực thi chính sách. Việt Nam đã đạt nhiều tiến bộ trong cải cách hạ tầng và hành chính; bước tiếp theo là đảm bảo việc thực thi đồng bộ để hiện thực hóa các cam kết đầu tư quy mô lớn, qua đó củng cố vị thế trong chuỗi giá trị toàn cầu./.

THEO CỤC ĐẦU TƯ NƯỚC NGOÀI, VỐN FDI THỰC HIỆN TRONG QUÝ I/2026 ƯỚC ĐẠT 5,41 TỶ USD, TĂNG 9,1% SO VỚI CÙNG KỲ NĂM TRƯỚC. ĐÂY LÀ MỨC VỐN FDI GIẢI NGÂN 3 THÁNG CAO NHẤT TRONG VÒNG 5 NĂM QUA.



Vốn FDI tập trung chủ yếu vào lĩnh vực công nghiệp chế biến, chế tạo

STRONG FDI GROWTH IN Q1/2026 SIGNALS POSITIVE OUTLOOK FOR THE YEAR



Vietnam attracted \$15.20 billion in FDI in Q1/2026, a 42.9% year-on-year increase

◀ By **NGUYEN HOA**


In the first quarter (Q1) of 2026, Vietnam attracted \$15.2 billion in foreign direct investment (FDI), a 42.9% increase year-on-year, while realized FDI hit a five-year high. Despite global uncertainties, the outlook for FDI attraction

Q1/2026 FDI SCORES HIGH

According to statistics from the Ministry of Finance, as of March 31, 2026, the total FDI into Vietnam, including newly-registered capital, adjusted capital, and capital contributions through share purchases, reached \$15.20 billion, up 42.9% compared to the previous year.

During the first three months, 52 countries and territories invested in newly-licensed projects. Singapore took the lead with \$5.32 billion (52.0% of the total newly-registered capital), followed by the Republic of Korea at \$3.68 billion (35.9%) and China at \$417.5 million (4.1%).

Realized FDI in Q1/2026 was estimated at \$5.41 billion, a 9.1% year-on-year increase. Director General of the General Statistics Office under the Ministry of Finance Nguyen Thi Huong noted that this is the highest Q1 disbursement in five years.



FDI remains concentrated primarily on the processing and manufacturing sector

By sector, the processing and manufacturing sector remained the dominant recipient with \$4.48 billion, accounting for 82.8% of the total realized FDI. The real estate sector followed with \$389.5 million (7.2%), while the production and distribution of electricity, gas, and hot water reached \$196.1 million (3.6%).

According to experts, realized capital remained high throughout the quarter, even as new registrations fluctuated in January and February. Notably, these flows continue to target high-tech and manufacturing sectors.

Major Q1 projects include the \$1.2 billion Samsung Electro-Mechanics Vietnam 2 project in Thai Nguyen; the \$350 million capital expansion for the Future Textile project in Tay Ninh, bringing its total to \$477 million; the \$380.1 million stainless steel plant by Singaporean investors in Ha Tinh; and the \$453.8 million expansion for Seojin Vietnam Factory in Bac Ninh, raising its total investment to \$760 million.

The rise in large-scale, high-tech projects reflects Vietnam's selective FDI strategy, prioritizing high value-added sectors and domestic supply chain integration.

FDI OUTLOOK FOR 2026

The Foreign Investment Agency (FIA) noted that the global economy remains risky due to lingering downturns and high inflation in major economies, leaving little room for international interest rate cuts. Additionally, shifting trade and tariff policies have created global investment instability.

Consequently, multinationals are becoming more cautious, focusing on optimizing existing supply chains. However, Vietnam remains an attractive destination due to its stable political environment,

extensive network of free trade agreements (FTAs), and strategic position in regional production chains.

To maintain this recovery and accelerate FDI growth, FIA recommends focusing on resolving bottlenecks for active projects, encouraging expansions by major corporations, and prioritizing high-tech investments, R&D, new energy, and domestic business linkages.

Chairman of the European Chamber of Commerce in Vietnam (EuroCham) Bruno Jaspaert held that in an era of fierce global competition, investment advantages no longer stem solely from costs, but also from regulatory transparency, governance efficiency, and sustainability standards.

According to Jaspaert, European capital is ready for transport infrastructure, energy transition, and digital sectors. However, the challenge lies in implementation. Vietnam must refine its legal framework to be transparent and predictable to facilitate large-scale projects.

He emphasized that investment decisions rely increasingly on policy stability and policy enforcement. While Vietnam has made strides in infrastructure and administrative reform, the next step is ensuring consistent execution to solidify its position in the global value chain./.

ACCORDING TO THE FOREIGN INVESTMENT AGENCY, REALIZED FDI IN Q1/2026 REACHED AN ESTIMATED \$5.41 BILLION, UP 9.1% YEAR-ON-YEAR, MARKING THE HIGHEST Q1 DISBURSEMENT IN FIVE YEARS.

TÍCH CỰC TRIỂN KHAI THÁNG HÀNH ĐỘNG VÌ AN TOÀN THỰC PHẨM 2026

Tháng hành động vì an toàn thực phẩm 2026 được phát động với trọng tâm kiểm soát nguy cơ ngộ độc, đặc biệt tại dịch vụ ăn uống và thức ăn đường phố.

◀ PHONG LÂM



Đội Quản lý thị trường số 2 (Chi cục Quản lý thị trường tỉnh Cao Bằng) kiểm tra, tuyên truyền quy định về an toàn thực phẩm tại Lễ hội Hàng Tán 2026

TẬP TRUNG VÀO LĨNH VỰC TIỀM ẨN NGUY CƠ CAO

Ngày 10/4/2026, Bộ trưởng Bộ Y tế Đào Hồng Lan, Phó Trưởng Ban Chỉ đạo liên ngành Trung ương về an toàn thực phẩm đã ký ban hành Kế hoạch triển khai “Tháng hành động vì an toàn thực phẩm” năm 2026.

Theo Bộ Y tế, thời gian qua, công tác bảo đảm an toàn thực phẩm đã có nhiều chuyển biến tích cực nhờ sự vào cuộc đồng bộ của cả hệ thống chính trị từ Trung ương đến địa phương. Hệ thống pháp luật, tiêu chuẩn, quy chuẩn ngày càng hoàn thiện; công tác thanh tra, kiểm tra được tăng cường; nhiều chuỗi cung ứng thực phẩm an toàn đã hình thành, góp phần nâng cao nhận thức của người tiêu dùng và trách nhiệm của doanh nghiệp.

Tuy nhiên, thực tế vẫn đặt ra không ít thách thức. Các vụ ngộ độc thực phẩm có xu hướng gia tăng với tính chất phức tạp hơn, đặc biệt tại bếp ăn tập thể trong doanh nghiệp, trường học và các điểm kinh doanh thức ăn đường phố. Sự phát triển mạnh của thương mại điện tử và mạng xã hội cũng tạo thêm áp lực cho công tác quản lý, kiểm soát nguồn gốc, chất lượng.

Trong bối cảnh đó, chủ đề của Tháng hành động vì an toàn thực phẩm năm 2026 được xác định là “Bảo đảm an toàn thực phẩm, phòng ngừa ngộ độc thực phẩm trong dịch vụ ăn uống và thức ăn đường phố”. Trọng tâm này cho thấy sự chuyển hướng rõ nét từ kiểm soát chung sang tập trung vào các lĩnh vực tiềm ẩn nguy cơ cao, gắn trực tiếp với đời sống hàng ngày của người dân. Tháng hành động diễn ra từ ngày 15/4 đến 15/5/2026 trên phạm vi toàn quốc.

ĐỊA PHƯƠNG CHỦ ĐỘNG VÀO CUỘC

Ngay sau khi kế hoạch của Trung ương được ban hành, các địa phương đã chủ động xây dựng kế hoạch triển khai phù hợp với thực tế.

Điểm chung trong kế hoạch

của các địa phương là tăng cường truyền thông đi đôi với kiểm tra, giám sát, qua đó tạo sự chuyển biến cả về nhận thức lẫn hành động.

Các hình thức tuyên truyền được triển khai đa dạng, từ hội nghị, lễ phát động đến hệ thống loa truyền thanh xã, phường, nhằm phổ biến kiến thức, cảnh báo nguy cơ và biểu dương các mô hình sản xuất, kinh doanh thực phẩm an toàn.

Bên cạnh công tác truyền thông, các địa phương cũng thành lập các đoàn kiểm tra liên ngành, kiểm soát chặt chẽ cơ sở sản xuất, kinh doanh, đặc biệt là bếp ăn tập thể và thức ăn đường phố.

Trong nỗ lực chung nhằm triển

uồng, điểm bán thức ăn đường phố. Đây là những điểm nóng tiềm ẩn nguy cơ cao về thực phẩm không bảo đảm an toàn.

Còn ở địa phương miền núi như Cao Bằng, ông Trần Mạnh Hùng, Chi cục trưởng Chi cục Quản lý thị trường tỉnh Cao Bằng cho rằng, thách thức lớn nhất hiện nay là nhận thức và điều kiện bảo đảm an toàn thực phẩm tại các cơ sở nhỏ lẻ còn hạn chế. Do đó, cùng với kiểm tra, xử lý vi phạm, lực lượng cần đẩy mạnh tuyên truyền, hướng dẫn để nâng cao ý thức chấp hành pháp luật.

Theo ông Hùng, trong Tháng hành động năm nay, lực lượng



Đoàn công tác của UBND phường Cửa Nam tổ chức kiểm tra đột xuất một bếp ăn tập thể tại trường học trên địa bàn phường ngày 3/4/2026). Ảnh: Nam Thành

khai Tháng hành động có hiệu quả, lực lượng quản lý thị trường đóng vai trò quan trọng trong kiểm soát lưu thông hàng hóa, đặc biệt là thực phẩm.

Trao đổi với phóng viên Báo Công Thương về vấn đề này, ông Kiều Đình Cảnh, Phó Chi cục trưởng Chi cục Quản lý thị trường Hà Nội cho biết, trong các đợt cao điểm như Tháng hành động vì an toàn thực phẩm, lực lượng sẽ tăng cường kiểm tra tại các khu vực lễ hội, hội chợ, nơi tập trung đông người, cơ sở cung cấp dịch vụ ăn

THÁNG HÀNH ĐỘNG VÌ AN TOÀN THỰC PHẨM NĂM 2026 KHÔNG CHỈ LÀ CHIẾN DỊCH NGẮN HẠN MÀ CÒN LÀ BƯỚC ĐI NHẪM SIẾT CHẶT KỶ CƯƠNG TRONG QUẢN LÝ, HƯỚNG TỚI MỤC TIÊU LÂU DÀI LÀ BẢO VỆ SỨC KHỎE NHÂN DÂN. ĐỒNG THỜI, TẠO RA MÔI TRƯỜNG KINH DOANH THỰC PHẨM AN TOÀN, MINH BẠCH.

quản lý thị trường Cao Bằng sẽ phối hợp chặt chẽ với các ngành chức năng, tập trung kiểm tra các cơ sở kinh doanh dịch vụ ăn uống, thức ăn đường phố và các tuyến vận chuyển hàng hóa thực phẩm. Đồng thời, tăng cường kiểm soát nguồn gốc thực phẩm, kiên quyết xử lý các hành vi vi phạm, đặc biệt là buôn bán hàng giả, hàng kém chất lượng./

2026 FOOD SAFETY ACTION MONTH

ACTIVELY IMPLEMENTED

The 2026 Food Safety Action Month has been launched with a focus on preventing poisoning risks, particularly within catering services and street food.

◀ PHONG LAM



Doanh nghiệp được khuyến cáo nỗ lực tiết giảm chi phí

MORE FOCUS ON HIGH-RISK SECTORS

On April 10, 2026, Minister of Health Dao Hong Lan, Vice Chair of the Central Inter-sectoral Steering Committee on Food Safety, signed the implementation plan for the “2026 Food Safety Action Month.”

According to the Ministry of Health, efforts to ensure food safety have recently brought about positive results due to the synchronized involvement of the whole political system. Legal frameworks and standards have been refined, inspections intensified, and safe food supply chains established, enhancing consumer awareness and corporate responsibility.

However, challenges remain. Food poisoning incidents are trending upward and becoming more complex, especially in mess halls at enterprises, schools, and street food venues. The rapid growth of e-commerce and social media has also pressured authorities to control food origins and quality.

Against this backdrop, the theme for the 2026 Food Safety Action Month is “Ensuring food safety and preventing food poisoning in catering services and street food”. This signifies a clear shift from general oversight to targeting high-risk areas directly impacting daily life. The campaign will run nationwide from April 15 to May 15, 2026.

PROACTIVE ENGAGEMENT OF LOCALITIES

Following the plan of the central level, local authorities have developed customized measures for implementation. A common theme is strengthening communications alongside inspection and supervision

to transform both awareness and action.

Communications efforts vary from conferences and launching ceremonies to local loudspeaker systems, aimed at disseminating knowledge, warning of risks, and honoring safe food businesses. Additionally, local governments have also formed inter-sectoral

Sub-department Tran Manh Hung noted that the biggest challenge is the limitation in awareness and safety conditions at small-scale catering facilities. Therefore, alongside penalties, the force must promote dissemination to improve legal compliance.

According to Hung, his sub-department will coordinate



inspection teams to strictly monitor production and business facilities, focusing on mess halls and street food vendors.

The market management force plays a vital role in controlling the flow of goods. Speaking to the Industry and Trade Newspaper, Deputy Chief of the Hanoi Market Management Sub-department Kieu Dinh Canh stated that during peak periods like this, the force will ramp up inspections at festivals, fairs, and crowded areas. These are hotspots with high risks of unsafe food.

In the mountainous province of Cao Bang, Chief of the Provincial Market Management

with functional agencies to inspect catering services, street food, and food transport routes, firmly handling violations involving counterfeit or sub-standard goods./.

THE 2026 FOOD SAFETY ACTION MONTH IS NOT JUST A SHORT-TERM CAMPAIGN, BUT A STEP TOWARD TIGHTENING MANAGEMENT DISCIPLINE FOR THE LONG-TERM GOAL OF PROTECTING PUBLIC HEALTH AND CREATING A TRANSPARENT AND SAFE FOOD BUSINESS ENVIRONMENT.

XÂY DỰNG UY TÍN QUỐC GIA VÀ SỨC MẠNH MỀM TRÊN TRƯỜNG QUỐC TẾ

◀ CT

Phát biểu khai mạc Tuần lễ Thương hiệu quốc gia Việt Nam năm 2026 và Diễn đàn Thương hiệu quốc gia, Thứ trưởng Bộ Công Thương Nguyễn Sinh Nhật Tân nhấn mạnh, xây dựng Thương hiệu quốc gia trong kỷ nguyên mới không chỉ là hình ảnh hàng hóa “Made in Vietnam”, mà còn là xây dựng uy tín quốc gia và sức mạnh mềm trên trường quốc tế.

KHẲNG ĐỊNH VỊ THẾ THƯƠNG HIỆU QUỐC GIA VIỆT NAM

Theo Thứ trưởng Nguyễn Sinh Nhật Tân, năm 2026 là năm bản lề triển khai Kế hoạch phát triển kinh tế - xã hội giai đoạn 2026-2030. Yêu cầu đặt ra là chuyển mạnh sang mô hình tăng trưởng dựa trên năng suất, chất lượng và tính tự chủ của nền kinh tế; lấy chuyển đổi số, chuyển đổi xanh và phát triển bền vững làm động lực chủ yếu. *“Trong tầm nhìn đó, Thương hiệu quốc gia không còn chỉ là câu chuyện quảng bá hình ảnh hay xúc tiến thương mại theo nghĩa truyền thống, mà phải được xác định là tài sản chiến lược, phản ánh năng lực cạnh tranh tổng thể và uy tín của Việt Nam trong chuỗi giá trị toàn cầu. Xây dựng Thương hiệu quốc gia trong kỷ nguyên mới không chỉ là hình ảnh hàng hóa “Made in Vietnam”, mà còn là xây dựng uy tín quốc gia và sức mạnh mềm trên trường quốc tế”* - Thứ trưởng Nguyễn Sinh Nhật Tân nhấn mạnh.

Nhìn lại hành trình hơn hai thập kỷ triển khai Chương trình Thương hiệu quốc gia Việt Nam, kể từ khi Chính phủ quyết định lấy ngày 20/4 hằng năm là Ngày Thương hiệu Việt Nam, Chương trình Thương hiệu quốc gia ngày càng khẳng định vai trò quan trọng trong hỗ

trợ doanh nghiệp xây dựng và phát triển thương hiệu mạnh. Số lượng sản phẩm đạt Thương hiệu quốc gia tăng đều qua các kỳ xét chọn cho thấy nỗ lực bền bỉ của doanh nghiệp trong việc cải tiến công nghệ và khẳng định chất lượng. Vị thế Thương hiệu quốc gia Việt Nam đã không ngừng được củng cố, gắn liền với hình ảnh Việt Nam năng động, đổi mới và hội nhập.

Ông Hoàng Minh Chiến - Phó Cục trưởng Cục Xúc tiến thương mại (Bộ Công Thương) thông tin, sau hơn 20 năm triển khai, Chương trình Thương hiệu quốc gia đã đạt được những kết quả ấn tượng cả về quy mô và vị thế. Nếu như năm 2003, chương trình chỉ có 30 doanh nghiệp tham gia thì đến năm 2026, đã có 190 doanh nghiệp được công nhận. Đây là bước tiến rất lớn, phản ánh sự trưởng thành của cộng đồng doanh nghiệp Việt Nam.

Không chỉ dừng ở số lượng doanh nghiệp, giá trị Thương hiệu quốc gia Việt Nam cũng tăng trưởng mạnh mẽ. Năm 2025, giá trị này đạt 519,6 tỷ USD, xếp thứ 32 trong tổng số 193 nền kinh tế, tăng hơn 200 tỷ USD so với năm 2020. Cùng với đó, sức mạnh mềm quốc gia và trụ cột kinh doanh - thương mại đều có sự cải thiện đáng kể về thứ hạng.



Khai mạc Tuần lễ Thương hiệu quốc gia Việt Nam năm 2026

Ảnh: Nam Nguyễn

ĐỒNG HÀNH HỖ TRỢ DOANH NGHIỆP XÂY DỰNG THƯƠNG HIỆU

Dù đã đạt được nhiều kết quả tích cực, Thứ trưởng Nguyễn Sinh Nhật Tân chỉ rõ, chúng ta đang đối mặt với những tiêu chuẩn mới khắt khe về kinh tế xanh, kinh tế số và trách nhiệm xã hội. Điều đó đặt ra yêu cầu Việt Nam cần thoát khỏi vị thế gia công giá trị thấp để chuyển sang làm chủ công nghệ và thương hiệu. Đây cũng chính là thông điệp cốt lõi của chủ đề “Thương hiệu quốc gia Việt Nam trong Kỷ nguyên mới”.

Theo Thứ trưởng, trong giai đoạn tới, Thương hiệu quốc gia Việt Nam cần được xây dựng trên nền tảng chất lượng, đổi mới sáng tạo, phát triển bền vững và bản sắc văn hóa Việt Nam, phù hợp với hệ thống tiêu chí mới mà Bộ Công Thương vừa ban hành cho chương trình.

Để Thương hiệu quốc gia thực sự trở thành một động lực quan trọng trong nâng cao năng lực cạnh tranh quốc gia, Thứ trưởng Nguyễn Sinh Nhật Tân đề xuất một số định hướng trọng tâm.

Thứ nhất, đẩy mạnh chuyển đổi xanh và chuyển đổi số, coi đây là yêu cầu tất yếu để nâng cao chất lượng tăng trưởng và khả năng cạnh tranh. Doanh nghiệp cần chủ động ứng dụng trí tuệ nhân tạo, dữ liệu lớn vào quản trị và sản xuất, đồng thời tuân thủ nghiêm ngặt các tiêu chuẩn môi trường và phát triển bền vững.

Thứ hai, xây dựng chiến lược phát triển thị trường quốc tế chủ động, bài bản và dài hạn, gắn với chiến lược xây dựng và bảo vệ thương hiệu. Tận dụng hiệu quả các FTA gắn liền với bảo vệ tài sản trí tuệ và đẩy

mạnh thương mại điện tử xuyên biên giới để nâng cao giá trị thương hiệu trên thị trường toàn cầu.

Thứ ba, phát huy giá trị văn hóa nội sinh: Khai thác bản sắc văn hóa và giá trị nhân văn của con người Việt Nam để tạo ra sự khác biệt bền vững cho sản phẩm, dịch vụ.

“Với tinh thần Chính phủ kiến tạo, hành động và phục vụ, Bộ Công Thương sẽ tiếp tục đồng hành cùng cộng đồng doanh nghiệp trong quá trình xây dựng, phát triển và nâng tầm thương hiệu Việt Nam” - Thứ trưởng Nguyễn Sinh Nhật Tân nêu rõ.

Một điểm mới quan trọng của chương trình Thương hiệu quốc gia giai đoạn tới là sự ra đời của Chương trình “Vươn ra thị trường quốc tế” (Go Global) giai đoạn 2026-2030 theo Quyết định 626/QĐ-TTg. Theo đó, tư duy chính sách đã có sự chuyển dịch căn bản, từ hỗ trợ sang đồng hành và chia sẻ rủi ro với doanh nghiệp. Điểm đột phá là Nhà nước không chỉ tạo điều kiện, mà còn đồng hành với doanh nghiệp trên tinh thần chia sẻ rủi ro. Đây là bước tiến rất quan trọng trong tư duy phát triển./

CHƯƠNG TRÌNH GO GLOBAL ĐẶT RA MỤC TIÊU: ĐÀO TẠO 10.000 LƯỢT DOANH NGHIỆP, HỖ TRỢ 1.000 DOANH NGHIỆP XÂY DỰNG KẾ HOẠCH QUỐC TẾ HÓA, HỖ TRỢ 100 DOANH NGHIỆP ĐẦU TƯ RA NƯỚC NGOÀI VÀ THAM GIA SÂU VÀO CHUỖ GIÁ TRỊ TOÀN CẦU.

BOLSTERING NATIONAL PRESTIGE AND SOFT POWER IN INTERNATIONAL ARENA

◀ By CT



*Sinh Nhat Tan speaks at the opening ceremony
Photo: Nam Nguyen*

Opening the Vietnam National Brand Week 2026 and the National Brand Forum, Deputy Minister of Industry and Trade Nguyen Sinh Nhat Tan emphasized that building a National Brand in the new era involves more than just the “Made in Vietnam” label. It is also about establishing national prestige and soft power on the international arena.

POSITION OF VIETNAM NATIONAL BRAND AFFIRMED

According to Deputy Minister Nguyen Sinh Nhat Tan, 2026 is a pivotal year for implementing the Socio-economic Development Plan for the 2026-2030 period. The objective is to shift decisively toward a growth model driven by productivity, quality, and economic autonomy, with digital transformation, green transition, and sustainable development as the primary engines.

“In this vision, the Vietnam National Brand is no longer just a matter of image or traditional trade promotion. It must be defined as a strategic asset reflecting Vietnam’s overall competitiveness and reputation in global value chains. Building a national brand in the new era is about national prestige and soft power,” the Deputy Minister Nguyen Sinh Nhat Tan stressed.

Looking back upon more than two decades of the Vietnam National Brand Program, since the Government designated April 20 as the Vietnam Brand Day, the program has increasingly affirmed its role in supporting businesses to develop strong brands. The number of recognized products has grown steadily, showcasing corporate efforts in technological innovation and quality assurance. The status of the



Participants at the event

Photo: Nam Nguyen

Vietnam National Brand status has been strengthened, associated with the dynamic, innovative, and integrated nation of Vietnam.

According to Deputy Director of the Vietnam Trade Promotion Agency under the Ministry of Industry and Trade Hoang Minh Chien, over the past 20 years, the program has developed into impressive scale. Starting with only 30 enterprises in 2003, 190 enterprises earned recognition by 2026, reflecting the maturity of the Vietnamese business community.

Furthermore, the value of the Vietnam National Brand has grown robustly. In 2025, it reached \$519.6 billion, ranking 32nd out of 193 economies, an increase of over \$200 billion compared to 2020. Simultaneously, national soft power and the business-trade pillars have seen significant improvements in global rankings.

SUPPORT FOR BUSINESS BRANDING

Despite these positive results, Deputy Minister Nguyen Sinh Nhat Tan pointed out that Vietnam faces stringent new standards regarding the green economy, digital economy, and social responsibility, which requires Vietnam to move beyond low-value outsourcing to master technology and branding. This is the core message of the theme “The Vietnam National Brand in the New Era.”

In the coming time, the Vietnam National Brand must be built on quality, innovation, sustainable development, and Vietnamese cultural identity, aligning with the newly-issued criteria of the Ministry of Industry and Trade. To make the national brand a key driver of competitiveness, the deputy minister proposed focus areas as follows:

First, accelerating green and digital transitions,

considering this essential for improving growth quality. Businesses should proactively apply AI and big data technologies to management and production while strictly adhering to environmental and sustainability standards.

Second, proactively building international market strategies. This must be systematic, long-term, and linked to brand protection. It involves effectively utilizing FTAs, protecting intellectual property, and boosting cross-border e-commerce.

Third, leveraging internal cultural values via capitalizing on the Vietnamese cultural identity and human values to create sustainably-unique products and services.

“With a spirit of an enabling and action- and service-oriented government, the Ministry of Industry and Trade will continue to partner with the business community to elevate Vietnamese brands,” stressed Deputy Minister Nguyen Sinh Nhat Tan./.

A KEY HIGHLIGHT FOR THE NEXT PHASE IS THE LAUNCH OF THE “GO GLOBAL” PROGRAM (2026-2030) UNDER DECISION NO.626/QĐ-TT.G. POLICY THINKING HAS SHIFTED FUNDAMENTALLY FROM “SUPPORT” TO “PARTNERSHIP AND RISK-SHARING.” THIS BREAKTHROUGH SIGNIFIES THE STATE’S COMMITMENT TO STANDING BY BUSINESSES. THE GO GLOBAL PROGRAM AIMS TO TRAIN 10,000 BUSINESSES AND ASSIST 1,000 ONES IN INTERNATIONALIZATION PLANNING, AND SUPPORT 100 OTHERS IN INVESTING ABROAD AND INTEGRATING DEEPLY INTO GLOBAL VALUE CHAINS.



Thương hiệu không còn là “phần trang trí” của sản phẩm, mà đang trở thành năng lực cạnh tranh cốt lõi của nền kinh tế. Trong cuộc trao đổi với Báo Công Thương, ông Hoàng Minh Chiến - Phó Cục trưởng Cục Xúc tiến thương mại (Bộ Công Thương) đã làm rõ vai trò, giá trị và hướng đi mới của Chương trình Thương hiệu quốc gia Việt Nam trong bối cảnh chuyển đổi số, phát triển xanh và cạnh tranh toàn cầu ngày càng khốc liệt.

◀ ĐỖ NGÀ

THƯƠNG HIỆU QUỐC GIA:

TỪ CÔNG CỤ XÚC TIẾN

ĐẾN ĐÒN BẮY CẠNH TRANH TOÀN CẦU

BẢO CHỨNG MẠNH MỀ VỀ CHẤT LƯỢNG VÀ UY TÍN

Sau nhiều năm triển khai, đặc biệt giai đoạn 2020 - 2025, ông đánh giá như thế nào về hiệu quả của Chương trình Thương hiệu quốc gia Việt Nam trong chiến lược phát triển thương mại và hội nhập kinh tế quốc tế?

Ông Hoàng Minh Chiến: Có thể khẳng định thương hiệu đang giữ vai trò ngày càng quan trọng trong chiến lược phát triển thương mại quốc gia cũng như tiến trình hội nhập kinh tế quốc tế của Việt Nam.

Giữa thương hiệu sản phẩm, thương hiệu doanh nghiệp và thương hiệu quốc gia tồn tại một mối liên hệ hữu cơ. Khi thương hiệu quốc gia được nâng tầm, nó trở thành một bảo chứng mạnh mẽ về chất lượng và uy tín,

giúp doanh nghiệp tự tin tham gia sâu hơn vào chuỗi cung ứng toàn cầu và đáp ứng các yêu cầu ngày càng cao về phát triển bền vững.

Thực tế cho thấy, năm 2025, giá trị Thương hiệu quốc gia Việt Nam đạt 519,6 tỷ USD, xếp thứ 32 thế giới trong tổng số 193 nền kinh tế, tăng hơn 200 tỷ USD (tương đương gần 63%) so với năm 2020. Sức mạnh mềm Việt Nam xếp thứ 52/193 quốc gia về quyền lực mềm. Trụ cột kinh doanh và thương mại thăng hạng vượt bậc (hạng 56, tăng 7 bậc so với năm 2024). Nhiều thương hiệu doanh nghiệp Việt đã vươn tầm quốc tế, như các ngân hàng Vietcombank, BIDV, VietinBank lọt Top 500 thương hiệu ngân hàng toàn cầu; Vinamilk duy trì vị trí trong Top 50; Viettel giữ vững vị trí dẫn đầu tại Đông Nam Á.

Trong tổng thể chiến lược nâng cao năng lực cạnh tranh quốc gia, Chương trình Thương hiệu quốc gia Việt Nam đóng vai trò như một “bệ phóng”, giúp hàng Việt chuyển từ tăng trưởng theo số lượng sang tăng trưởng dựa trên chất lượng, đổi mới sáng tạo và giá trị gia tăng.

Việc tham gia Chương trình Thương hiệu quốc gia Việt Nam mang lại giá trị cụ thể gì cho doanh nghiệp, đặc biệt là các doanh nghiệp đang chuyển đổi số và chuyển đổi xanh, thưa ông?

Ông Hoàng Minh Chiến: Cần khẳng định, Thương hiệu quốc gia Việt Nam là một chương trình xúc tiến thương mại đặc thù, dài hạn của Chính phủ.

Giá trị đầu tiên mà doanh nghiệp nhận được chính là uy tín. Biểu trưng Thương hiệu quốc gia Việt Nam là sự khẳng định về chất lượng, vị thế và năng lực dẫn dắt thị trường. Đối với các đối tác và người tiêu dùng quốc tế, đây có thể xem như một “tấm hộ chiếu” giúp sản phẩm Việt vượt qua những rào cản niềm tin ban đầu để thâm nhập sâu hơn vào thị trường.

Giá trị thứ hai nằm ở chính quá trình tham gia xét chọn. Hệ thống tiêu chí của chương trình được xây dựng rất chặt chẽ dựa trên ba trụ cột: Chất lượng - Đổi mới sáng tạo - Năng lực tiên phong. Khi tham gia, doanh nghiệp buộc phải rà soát toàn diện năng lực quản trị, tài chính và chiến lược phát triển của mình.

Đặc biệt, hai trụ cột “Đổi mới sáng tạo” và “Năng lực tiên phong” có sự gắn kết chặt chẽ với lộ trình số hóa và xanh hóa. Những doanh nghiệp tiên phong đầu tư vào công nghệ, phát triển sản phẩm xanh, đáp ứng các tiêu chuẩn như ESG, truy xuất nguồn gốc hay giảm phát thải carbon chính là những đối tượng phù hợp nhất với tiêu chí của chương trình hiện nay.

KIẾN TẠO HỆ SINH THÁI THƯƠNG HIỆU MẠNH TRONG KỶ NGUYÊN SỐ

Để chương trình phát huy hiệu quả sâu rộng hơn, Bộ Công Thương có những định hướng gì để xây dựng các doanh nghiệp đạt Thương hiệu quốc gia không chỉ mạnh về quy mô, mà còn thực sự nổi bật về chất lượng, thưa ông?

Ông Hoàng Minh Chiến: Năm 2026 được xác định là “năm bản lề” quan trọng, đánh dấu bước chuyển mình mạnh mẽ của hoạt động xúc tiến thương mại theo hướng chuyên sâu và hiện đại hóa. Đây cũng là năm diễn ra Kỳ xét chọn Thương hiệu quốc gia Việt Nam lần thứ 10. Để gia tăng giá trị thực tiễn cho doanh nghiệp đạt Thương hiệu quốc gia, chúng tôi tập trung triển khai ba nhóm giải pháp trọng tâm:

Một là, hỗ trợ doanh nghiệp chuyển đổi xanh và vượt qua các rào cản kỹ thuật thể hệ mới. Trong bối cảnh “xanh hóa” không còn là lựa chọn mà trở thành yêu cầu bắt buộc, đặc biệt với các quy định khắt khe từ thị trường EU và Mỹ như Cơ chế điều chỉnh biên giới carbon (CBAM) hay Quy định chống phá rừng (EUDR), Bộ Công Thương sẽ tăng cường tư vấn kỹ thuật, đào tạo chuyên sâu về quản trị thương hiệu xanh và phối hợp với các tổ chức quốc tế để hướng dẫn doanh nghiệp xây dựng báo cáo phát triển bền vững. Mục tiêu cốt lõi là hỗ trợ doanh nghiệp minh bạch hóa quy trình sản xuất và truy xuất nguồn gốc, biến các tiêu chuẩn xanh từ “rào cản” thành “lợi thế cạnh tranh” vững chắc.

Hai là, đẩy mạnh xúc tiến thương mại trên môi trường số. Trong bối cảnh thương mại điện tử xuyên biên giới phát triển mạnh, chúng tôi sẽ tiếp tục hợp tác với các nền tảng lớn như Amazon, Alibaba, TikTok để xây dựng các “gian hàng Thương hiệu quốc gia Việt Nam”.

Ba là, đổi mới cách thức quảng bá và nâng tầm giá trị văn hóa. Thay vì tham gia hội chợ theo cách truyền thống, Bộ Công Thương sẽ tổ chức các chuỗi sự kiện “Tuần lễ Thương hiệu quốc gia Việt Nam” tại các thị trường trọng điểm.

Bên cạnh sự đồng hành của Bộ Công Thương, các cơ quan liên quan, hiệp hội, ngành hàng, yếu tố quyết định để “tấm hộ chiếu” Thương hiệu quốc gia thực sự có giá trị chính là nội lực của doanh nghiệp. Chỉ khi doanh nghiệp kiên trì đầu tư vào chất lượng, không ngừng đổi mới sáng tạo và phát triển bền vững, Thương hiệu quốc gia mới trở thành một tài sản chung đủ mạnh để hàng Việt không chỉ hiện diện, mà còn khẳng định vị thế vững chắc trên bản đồ thương mại toàn cầu.

ÔNG HOÀNG MINH CHIẾN: THƯƠNG HIỆU QUỐC GIA VIỆT NAM KHÔNG CHỈ LÀ MỘT CÔNG CỤ XÚC TIẾN THƯƠNG MẠI, MÀ ĐÃ VÀ ĐANG TRỞ THÀNH GIẢI PHÁP CHIẾN LƯỢC. VIỆC XÂY DỰNG THƯƠNG HIỆU QUỐC GIA CHÍNH LÀ CÁCH ĐỂ NÂNG TẦM GIÁ TRỊ HÀNG VIỆT, CỨNG CỐ NĂNG LỰC CẠNH TRANH QUỐC GIA VÀ THỨC ĐẨY MÔ HÌNH TĂNG TRƯỞNG BỀN VỮNG, VỮNG CHẮC TRONG DÀI HẠN.



Deputy Director of the Vietnam Trade Promotion Agency Hoang Minh Chien addresses an event on the Vietnam National Brand

NATIONAL BRAND OF VIETNAM

FROM PROMOTION TOOL TO GLOBAL COMPETITIVE LEVERAGE

Branding is no longer just “decoration” for products, but has become the core competitive capacity of the economy. In a discussion with The Industry and Trade Newspaper, Deputy Director of the Vietnam Trade Promotion Agency under the Ministry of Industry and Trade Hoang Minh Chien clarified the role, value, and new direction of the Vietnam National Brand Program amidst digital transformation, green development, and intensifying global competition.

◀ DO NGA

POWERFUL “GUARANTEE” OF QUALITY AND PRESTIGE

After years of implementation, particularly the 2020-2025 period, how do you evaluate the effectiveness of the Vietnam National Brand Program within the trade development and international economic integration strategy of the country?

Deputy Director Hoang Minh Chien: It is clear that branding plays an increasingly vital role in our national trade strategy and international integration.

A close link exists between product brands, corporate brands, and the national brand. When the national brand is elevated, it serves as a powerful “guarantee” of quality and prestige, empowering businesses to integrate more deeply into global supply chains and meet rising demands for sustainable development.

Statistics show that as of 2025, the Vietnam National Brand value reached \$519.6 billion, ranking 32nd out of 193 economies, an increase of over \$200 billion (nearly 63%) compared to 2020. Vietnam's soft power ranked 52nd globally, with the business and trade pillar seeing a significant jump to 56th place, up 7 spots from 2024. Many Vietnamese corporate brands have reached international stature. Vietcombank, BIDV, and VietinBank are in the Top 500 global banking brands while Vinamilk maintains its Top 50 position and Viettel remains a leader in Southeast Asia.

Within the overall strategy to enhance national competitiveness, the Vietnam National Brand Program acts as a "launchpad," helping Vietnamese goods shift from volume-based growth to quality-, innovation-, and added-value-driven growth.

What specific value does participating in the program bring to businesses, especially those in their digital and green transformation?

Deputy Director Hoang Minh Chien: It is important to emphasize that the Vietnam National Brand Program is a specialized and long-term trade promotion one launched by the Government.

Prestige is the primary value for businesses. The Vietnam National Brand logo is an affirmation of quality, market standing, and leadership. For international partners and consumers, it acts as a "passport," helping Vietnamese products overcome initial trust barriers to penetrate more deeply into markets.

The second value lies in the selection process itself. The program's criteria are strictly built on three pillars: Quality, Innovation, and Pioneering Capacity. When participating in the program, businesses must review their management capacity, finance, and development strategies comprehensively.

Notably, the "Innovation" and "Pioneering Capacity" pillars are closely linked to the roadmaps of digitization and greening. Companies with pioneer investments in technology, green product development, and standards like ESG, traceability, or carbon emission reduction are best-fit for the criteria of the current program.

CREATING STRONG BRAND ECOSYSTEM IN DIGITAL ERA

To ensure the program's widespread effectiveness, what should the Ministry of Industry and Trade devise to build the National Brand enterprises to be both large in scale and outstanding in quality?

Deputy Director Hoang Minh Chien: 2026 is a "pivotal year," marking a strong shift toward specialized and modernized trade promotion. It also marks the 10th edition of the election of businesses as

THE VIETNAM NATIONAL BRAND IS NOT ONLY A TRADE PROMOTION TOOL, BUT ALSO A STRATEGIC SOLUTION. BUILDING THE NATIONAL BRAND IS THE WAY TO ELEVATE THE VALUE OF VIETNAMESE GOODS, STRENGTHEN NATIONAL COMPETITIVENESS, AND PROMOTE A SUSTAINABLE, LONG-TERM GROWTH MODEL: DEPUTY DIRECTOR OF THE VIETNAM TRADE PROMOTION AGENCY (MOIT) HOANG MINH CHIEN

the Vietnam National Brand ones. To increase practical value for the recognized businesses, we are focusing on three core groups of solutions:

First, it is the support for businesses in green transformation and overcoming new-generation technical barriers. As "greening" has become a mandatory requirement rather than an option, especially with strict regulations from the EU and the US like the Carbon Border Adjustment Mechanism (CBAM) or the EU Deforestation Regulation (EUDR), the ministry will enhance technical consultation, brand management training, and coordination with international organizations to guide businesses in fielding sustainable reports. The core goal is to help businesses transparently manage their production and traceability, turning green standards from "barriers" into tangible "competitive advantages."

Second, trade promotion in the digital environment must be boosted. Given the rapid growth of cross-border e-commerce, we will continue partnering with major platforms like Amazon, Alibaba, and TikTok to establish the "Vietnam National Brand Pavilions."

The third is the innovation in promotion methods and elevation of cultural values. Instead of traditional trade fairs, the Ministry will organize the "Vietnam National Brand Week" event series in key markets.

Alongside the support of the Ministry, agencies, and associations, the decisive factor for the Vietnam National Brand "passport" is the internal strength of the businesses. Only when enterprises consistently develop quality, innovation, and sustainability will the Vietnam National Brand become a collective asset powerful enough for Vietnamese goods to not only join, but also firmly establish their standing on the global trade map.

TỪ KHÁT VỌNG ĐẾN VỊ THẾ THƯƠNG HIỆU VIỆT TRÊN BẢN ĐỒ THẾ GIỚI



Giá trị thương hiệu quốc gia tăng trưởng ấn tượng trong năm 2025

Infographic: Hồng Trà

Sau hơn hai thập kỷ triển khai, Chương trình Thương hiệu quốc gia Việt Nam đã chuyển mình mạnh mẽ. Không chỉ góp phần nâng cao giá trị sản phẩm và doanh nghiệp, chương trình còn định vị hình ảnh Việt Nam là quốc gia có hàng hóa chất lượng, uy tín và năng lực cạnh tranh cao trên thị trường toàn cầu.

◀ **HOÀNG CHIẾN**

TỪ NHỮNG CÚ CHUYỂN MÌNH...

Thương hiệu quốc gia Việt Nam là chương trình xúc tiến thương mại đặc thù, dài hạn và duy nhất của Chính phủ giao Bộ Công Thương chủ trì, phối hợp với các bộ, ngành, tổ chức thực hiện từ năm 2003. Chương trình hướng đến xây dựng, phát triển thương hiệu quốc gia thông qua việc hỗ trợ doanh nghiệp xây dựng, phát triển các thương hiệu mạnh trong nền kinh tế để quảng bá hình ảnh Việt Nam là quốc gia có hàng hóa, dịch vụ chất lượng.

Năm 2008, Bộ Công Thương tổ chức kỳ xét chọn sản phẩm đạt Thương hiệu quốc gia lần đầu tiên, với 30 doanh nghiệp và 50 sản phẩm được vinh danh.

Giai đoạn từ năm 2008 - 2012, hệ thống pháp lý và cơ chế vận hành chương trình từng bước được hoàn thiện, bao gồm quy chế quản lý, tiêu chí đánh giá và cơ chế phối hợp liên ngành. Từ năm 2013 - 2019, số lượng doanh nghiệp tham gia và được công nhận Thương hiệu quốc gia đều tăng rõ rệt qua các kỳ xét chọn. Dấu mốc chính sách quan trọng trong giai đoạn này là việc Chính phủ ban hành các quy định cụ thể hơn về nội dung chương trình, trong đó xác định rõ đây là chương



Thứ trưởng Bộ Công Thương Nguyễn Sinh Nhật Tân phát biểu khai mạc Tuần lễ Thương hiệu Quốc gia năm 2026
Ảnh Nam Nguyễn

trình xúc tiến thương mại đặc thù, dài hạn do Bộ Công Thương chủ trì. Đồng thời, Chính phủ cũng phê duyệt chương trình giai đoạn 2020 - 2030, đặt mục tiêu nâng cao hình ảnh Việt Nam gắn với các giá trị “Chất lượng - Đổi mới sáng tạo - Năng lực tiên phong” và tăng cường vị thế thương hiệu quốc gia trên trường quốc tế.

Từ năm 2020 - 2024, Thương hiệu quốc gia chứng kiến sự tăng trưởng mạnh mẽ cả về quy mô và chất lượng. Song song với đó, giá trị thương hiệu quốc gia Việt Nam cũng liên tục được cải thiện trên bảng xếp hạng quốc tế. Chương trình trong giai đoạn này không chỉ là công cụ xúc tiến thương mại mà còn trở thành “đòn bẩy mềm” giúp nâng cao năng lực cạnh tranh quốc gia, gắn kết giữa thương hiệu doanh nghiệp và hình ảnh quốc gia.

... ĐẾN THAY ĐỔI VỊ THẾ THƯƠNG HIỆU VIỆT TRÊN BẢN ĐỒ THẾ GIỚI

Sau 9 kỳ xét chọn, quy mô chương trình đã tăng trưởng mạnh mẽ. Từ 30 doanh nghiệp với 50 sản phẩm ở kỳ đầu tiên, đến năm 2024 đã có 190 doanh nghiệp với 359 sản phẩm được công nhận - con số cao nhất từ trước tới nay, tăng hơn 6 lần so với thời điểm khởi đầu. Điều này cho thấy sức hút ngày càng lớn của thương hiệu quốc gia đối với cộng đồng doanh nghiệp trong nước.

Thực tế cho thấy, năm 2025, giá trị Thương hiệu quốc gia Việt Nam đã đạt 519,6 tỷ USD, xếp thứ 32 thế giới trong tổng số 193 nền kinh tế, tăng hơn 200 tỷ USD (tương đương gần 63%) so với năm 2020. Việt Nam xếp thứ 52/193 quốc gia về quyền lực mềm. Trong đó, trụ cột kinh doanh và thương mại thăng hạng vượt bậc (hạng 56, tăng 7 bậc so với năm 2024).

SAU HƠN HAI THẬP KỶ ĐỊNH HÌNH VÀ PHÁT TRIỂN, CHƯƠNG TRÌNH THƯƠNG HIỆU QUỐC GIA ĐÃ NÂNG TẦM VÀ CHUẨN HÓA MẠNH MẼ, TRỞ THÀNH CÔNG CỤ QUAN TRỌNG TRONG CHIẾN LƯỢC PHÁT TRIỂN KINH TẾ QUỐC GIA. KHÔNG CHỈ TÒN VINH VÀ HỖ TRỢ DOANH NGHIỆP, CHƯƠNG TRÌNH ĐANG ĐỊNH HÌNH CHUẨN MỤC CẠNH TRANH MỚI, GẮN THƯƠNG HIỆU VỚI CHẤT LƯỢNG, ĐỔI MỚI SÁNG TẠO VÀ PHÁT TRIỂN BỀN VỮNG.

Những con số này đã khẳng định, giá trị Thương hiệu quốc gia không còn mang tính khái niệm hay biểu trưng, mà đã chứng minh được năng lực cạnh tranh thực tế trong nền kinh tế quốc dân. Việc duy trì thứ hạng cao cùng tốc độ tăng trưởng nhanh phản ánh sự cải thiện đồng bộ từ môi trường kinh doanh đến chất lượng doanh nghiệp.

Năm 2026 là năm diễn ra kỳ xét chọn Thương hiệu quốc gia lần thứ 10, đánh dấu bước chuyển mình mạnh mẽ của hoạt động xúc tiến thương mại theo hướng chuyên sâu và hiện đại hóa, đồng thời được kỳ vọng bắt đầu hành trình chinh phục các mục tiêu lớn.

Cục Xúc tiến thương mại (Bộ Công Thương) cho biết, năm 2026 là kỳ xét chọn đầu tiên được triển khai theo Quyết định số 03/2026/QĐ-TTg ngày 20/1/2026 của Thủ tướng Chính phủ, sửa đổi, bổ sung một số điều của Quy chế xây dựng, quản lý và thực hiện Chương trình Thương hiệu quốc gia Việt Nam. Đây được xem là bước điều chỉnh mang tính kỹ thuật nhưng có ý nghĩa nền tảng, khi toàn bộ quy trình xét chọn được chuẩn hóa theo hướng minh bạch, có thể đo lường và tiệm cận thông lệ quốc tế.



The Vietnam National Brand Program 2024

FROM ASPIRATION TO GLOBAL STANDING: **JOURNEY OF VIETNAM NATIONAL BRAND**

After more than two decades of implementation, the Vietnam National Brand Program has transformed greatly. Beyond enhancing the value of products and businesses, it has successfully positioned Vietnam as a nation of high-quality goods, prestige, and high global competitiveness.

◀ **HOANG CHIEN**

SIGNIFICANT TURNING POINTS

The Vietnam National Brand Program is the Government's unique specialized and long-term trade promotion initiative in charge by the Ministry of Industry and Trade (MoIT) since 2003 in coordination with other ministries and sectors. The program aims to build a national brand by supporting businesses in developing strong identities, thereby promoting Vietnam as a source of quality goods and services.

In 2008, the MoIT held the first edition of the program, honoring 30 enterprises and 50 products.

Between 2008 and 2012, the program's legal framework and operating mechanisms of the program, including management regulations, evaluation criteria, and inter-agency coordination, were refined and completed. In the 2013-2019 period, the number of participating and recognized enterprises grew significantly. A key policy milestone in this period was the Government's issuance of clearer regulations, defining the initiative as a specialized and long-term trade promotion program. The Government approved the 2020-2030 phase of the program with the goal of aligning Vietnam's image with the values of "Quality - Innovation - Pioneering Capacity" and bolstering its global brand standing.

From 2020 to 2024, the program witnessed robust growth in both scale and quality, while the value of the Vietnam National Brand consistently climbed up in the international rankings. During this stage, the program evolved from a trade promotion tool into "soft leverage," enhancing national competitiveness by linking corporate brands with the national image.

NEW POSITION ON GLOBAL MAP

After nine editions, the program has expanded dramatically. From just 30 enterprises and 50 products at the start, 190 enterprises with 359 products, the highest figures to date and a sixfold increase since inception, were honored in 2024. This highlights the growing appeal of the Vietnam National Brand to the domestic business community.

Data shows that by 2025, the value of the Vietnam National Brand had reached \$519.6 billion, ranking 32nd out of 193 economies, an increase of over \$200 billion (nearly 63%) compared to 2020. Vietnam also ranked 52nd out of 193 nations in soft power, with the "Business and Trade" pillar seeing a remarkable jump to the 56th place, up seven spots compare to 2024.

These figures have confirmed that the national brand value is no longer a mere concept. It represents actual competitiveness within the national economy. Maintaining high rankings and rapid growth reflects comprehensive improvements in the business environment and corporate quality.

The year 2026 marks the 10th edition of the program, signaling a shift toward specialized and modernized trade promotion, aimed at conquering more ambitious goals.

According to the Vietnam Trade Promotion Agency under the Ministry of Industry and Trade, 2026 will be the first time for the program to be implemented under Decision No.03/2026/QĐ-TTg, dated January 20, 2026, with regulations on the construction and management of the program amended. While a technical adjustment, it serves as a firm step towards standardizing the process of enterprise selection, ensuring it to be transparent, measurable, and aligned with international best practices.



“Thương hiệu quốc gia Việt Nam” là danh hiệu cao quý đối với doanh nghiệp Việt Nam. Không chỉ đạt hiệu quả cao trong sản xuất - kinh doanh, các doanh nghiệp đạt danh hiệu này còn thể hiện trách nhiệm xã hội rõ nét thông qua con số nộp ngân sách, tạo ra việc làm và các cam kết đồng hành cùng cộng đồng.

◀ VIỆT ANH



Các doanh nghiệp được vinh danh nộp thuế lớn

Ảnh: baohinhphu.vn

THƯƠNG HIỆU QUỐC GIA VÀ TRÁCH NHIỆM XÃ HỘI CỦA DOANH NGHIỆP VIỆT

HÀNG TRĂM NGHÌN NGƯỜI CÓ VIỆC LÀM ỔN ĐỊNH

Sáu doanh nghiệp tiêu biểu của Thương hiệu quốc gia Việt Nam, gồm Vingroup, Viettel, Hòa Phát, Vietcombank, BIDV và Vinamilk là đại diện cho các lĩnh vực khác nhau như công nghiệp, viễn thông, ngân hàng hay hàng tiêu dùng, bất động sản.

Tính riêng năm 2024, mức nộp ngân sách nhà nước mà họ công bố lần lượt là 56.163 tỷ đồng, 42.600 tỷ đồng, 13.400 tỷ đồng, 12.000 tỷ đồng, 9.412 tỷ đồng và 4.569 tỷ đồng. Như vậy, tổng mức đóng góp ngân sách nhà nước của sáu doanh nghiệp này đã xấp xỉ 140.000 tỷ đồng, tạo tiềm lực để đất nước đầu tư cho cơ sở hạ tầng, y tế, giáo dục và quốc phòng.

Cùng với đó, các doanh nghiệp còn gánh trên vai phần trách nhiệm xã hội, tạo công ăn việc làm và phúc lợi, nâng đỡ sinh kế cho hàng trăm gia đình trên khắp dải đất hình chữ S.

Theo thống kê năm 2024, Vingroup có tới 67.300 nhân viên; Viettel có hơn 50.000 lao động; Hòa Phát gần 33.000 người; Vietcombank là 24.306 nhân sự và BIDV là 26.433 lao động bình quân trong mảng ngân hàng thương mại; còn Vinamilk có hơn 9.960 lao động. Cộng lại, sáu doanh nghiệp đang kiến tạo và duy trì việc làm trực tiếp cho hơn 200.000 người.

Chưa dừng ở đó, phía sau mỗi doanh nghiệp lớn còn là cả hệ sinh thái rộng lớn, đan cài chặt chẽ, từ nhà cung ứng, đại lý, nhà thầu đến logistics, bán lẻ và các dịch vụ phụ trợ...

CHI NHIỀU TỶ USD CHO HOẠT ĐỘNG THIỆN NGUYỆN

Ở phương diện an sinh xã hội, Vingroup để lại dấu ấn bằng hàng loạt các chiến dịch thiện nguyện có tổ chức, bài bản và có chiều sâu. Được thành lập năm 2006 với tinh thần phụng sự cộng đồng, đến

LỄ VINH DANH H NGHIỆP NỘ NGÂN SÁCH NHẤT VIỆT NAM 2025



nay, Quỹ Thiện Tâm của Vingroup trở thành một trong những quỹ thiện nguyện tư nhân lớn và bền bỉ nhất Việt Nam.

Từ năm 2006 đến tháng 11/2025, quỹ đã dành gần 32.000 tỷ đồng cho các chương trình an sinh - nhân đạo, mang lại hỗ trợ thiết thực cho hơn 10 triệu người tại 34 tỉnh/thành trên khắp cả nước; xây cầu, dựng trường, hỗ trợ nước sạch, trao học bổng, tặng quà Tết đến phụng dưỡng các Mẹ Việt Nam Anh hùng. Các hoạt động này hướng tới việc vun đắp và phát triển giá trị có thể neo lại lâu bền trong đời sống cộng đồng.

Trong khi đó, tại Viettel, các hoạt động xã hội vì cộng đồng được triển khai theo hướng tận dụng các năng lực cốt lõi của doanh nghiệp. Năm 2024, Viettel dành hơn 530 tỷ đồng cho an sinh xã hội, thông qua những chương trình như kết nối internet trường học, phổ cập hạ tầng số hay “Trái tim cho em”. Đóng góp của Viettel không dừng ở hỗ trợ tài chính, mà còn mở rộng cánh cửa tiếp cận tri thức, y tế và kết nối cho những nhóm dễ bị bỏ lại phía sau.

Hòa Phát chọn cách đi thẳng vào những nhu cầu sát sườn nhất của đời sống. Năm 2024, doanh nghiệp dành hơn 100 tỷ đồng cho an sinh xã hội, trong đó nổi bật là hỗ trợ xây dựng hơn 1.500 căn nhà cho người nghèo, cùng nhiều chương trình xây trường học, tặng máy lọc nước, tài trợ mổ tim và hỗ trợ người dân sau thiên tai.

Trong khối ngân hàng, Vietcombank và BIDV thể hiện trách nhiệm xã hội bằng những khoản nộp ngân sách lớn, đồng thời thông qua các chương trình

an sinh cộng đồng. Trong đó, Vietcombank công bố cam kết dành 861 tỷ đồng cho an sinh xã hội, đã thực hiện 571 tỷ đồng trong năm 2024. Tương tự, BIDV triển khai gần 200 chương trình an sinh với tổng kinh phí 330 tỷ đồng, đồng thời bố trí thêm 100 tỷ đồng cho chương trình xóa nhà tạm, nhà dột nát.

Ngoài các khoản tài trợ có thể định lượng được, với vai trò là định chế tài chính trụ cột, Vietcombank và BIDV còn âm thầm đảm nhiệm phần trách nhiệm to lớn khác, đó là dẫn vốn, giữ vững thanh khoản cho nền kinh tế, tiếp sức cho doanh nghiệp và người dân trong những giai đoạn khó khăn, với tổng giá trị lên tới hàng trăm nghìn tỷ đồng. Đây là những đóng góp có sức nặng đặc biệt lên sự cân bằng và phát triển của kinh tế Việt Nam.

Vinamilk là trường hợp tiêu biểu cho cách làm thể hiện trách nhiệm xã hội gắn liền với sản phẩm cốt lõi. Năm 2024, Quỹ sữa “Stand Tall Vietnam” đã trao 630.000 hộp sữa cho gần 8.000 trẻ em có hoàn cảnh khó khăn. Ở đây, các hoạt động vì cộng đồng được Vinamilk thực hiện dựa trên chính thể mạnh mà doanh nghiệp làm tốt nhất: bồi đắp dinh dưỡng cho cộng đồng.

Có thể nói, giá trị của một doanh nghiệp đạt Thương hiệu quốc gia Việt Nam không chỉ nằm ở lợi nhuận họ nhận được, mà ở mức độ họ dốc sức phụng sự cho đất nước thông qua việc tạo kế sinh nhai cho hàng trăm nghìn gia đình, san sẻ với cộng đồng bằng nguồn lực thiện nguyện lớn; đóng góp vào ngân sách quốc gia bằng những khoản nộp thuế lên tới hàng trăm nghìn tỷ đồng mỗi năm.



Hoa Phat Group supports people in overcoming national disaster aftermath

Photo: HPG

NATIONAL BRAND AND SOCIAL RESPONSIBILITY OF VIETNAMESE ENTERPRISES

The “National Brand of Vietnam” is a prestigious title for Vietnamese enterprises. Beyond high business efficiency, awardees demonstrate tangible social responsibility through their tax contribution, job creation, and commitment to community support.

◀ VIET ANH

STABLE JOBS FOR HUNDREDS OF THOUSANDS

Six prominent Vietnam National Brand enterprises, namely Vingroup, Viettel, Hoa Phat, Vietcombank, BIDV, and Vinamilk, represent diverse sectors including those in industry, telecommunications, banking, consumer commodity, and real estate areas.

In 2024 alone, their contributions to the state budget were reported at VND56.163 trillion, VND42.6 trillion, VND13.4 trillion, VND12 trillion, VND9.412 trillion, and VND4.569 trillion, respectively. In total, these six entities contributed approximately VND140 trillion to the national budget, serving as the resources for the country to invest in infrastructure, healthcare, education, and defense projects.

Furthermore, these enterprises shoulder the social responsibility as they create jobs and bring welfare, supporting hundreds of thousands of families across the country with livelihoods.

According to 2024 statistics, Vingroup employs 67,300 people; Viettel has over 50,000 workers; Hoa Phat provides jobs for nearly 33,000 people; Vietcombank has 24,306 staff; BIDV averages 26,433 employees in its commercial banking segment; and Vinamilk has over 9,960 workers. Combined, these six enterprises create and maintain direct employment for more than 200,000 people.

Beyond that, each large enterprise anchors a vast, interconnected ecosystem, ranging from suppliers, agents, and contractors to logistics, retail, and supporting services, to name but a few.

BILLIONS OF USD SPENT ON PHILANTHROPY

In terms of social welfare, Vingroup has made an impact through a series of organized, professional, and profound charitable campaigns. Established in 2006 with a spirit of community service, Vingroup's Thien Tam Foundation has become one of the largest and most enduring private charitable funds in Vietnam.

From its onset to November 2025, the foundation has spent nearly VND32 trillion on welfare and humanitarian programs, providing practical support to over 10 million people in 34 provinces and cities. Activities range from building bridges and schools to providing running water, scholarships, New Year gifts, and supporting heroic Vietnamese mothers. These efforts aim at developing and upholding values that leave a lasting legacy in the community.

Meanwhile, Viettel implements community activities by making the most of its core capabilities. In 2024, Viettel allocated over VND530 billion to such social welfare programs as school internet connectivity, digital infrastructure universalization, and the "Hearts for Children." The contribution of Viettel has extended beyond financial aid, opening doors to knowledge, healthcare, and connectivity for vulnerable groups.

Hoa Phat chooses to address the most essential needs of daily life. In 2024, the company spent over VND100 billion on social welfare activities, notably the support for the construction of over 1,500 houses for needy people, alongside school-building, water purifier donation, heart surgery sponsoring, and disaster-hit victim assistance programs.

In the banking sector, Vietcombank and BIDV demonstrate social responsibility through significant budget contributions and community welfare programs. Vietcombank announced a commitment of VND861 billion for social welfare, having disbursed VND571 billion in 2024. Similarly, BIDV implemented nearly 200 welfare programs with a total budget of VND330 billion, while allocating an additional VND100 billion to a program aimed at eliminating temporary and dilapidated houses.

In addition, as pillar financial institutions, Vietcombank and BIDV have been quietly undertaking another massive mission of channeling capital and maintaining liquidity for the economy. This supports businesses and citizens during hard times, with total values reaching hundreds of trillions of VND. These contributions carry significant weight in the balance and development of the national economy.

Vinamilk is a prime example of a company where social responsibility integrated with core products. In 2024, the "Stand Tall Vietnam" Milk Fund donated 630,000 cartons of milk to nearly 8,000 disadvantaged children. Those community activities of Vinamilk were built upon the company's greatest strength: improving nutrition for the community.

Ultimately, the value of an enterprise earning the National Brand of Vietnam lies not only in the profits they earn, but also in the extent of their dedication to the country, providing livelihoods for hundreds of thousands of families, sharing resources through large-scale philanthropy plans, and contributing hundreds of trillions of VND to the national budget every year.

Từ công nghiệp - công nghệ, hạ tầng số đến hàng tiêu dùng, ba doanh nghiệp đầu ngành đang bước vào giai đoạn tăng tốc thương hiệu toàn cầu, với những con số tăng trưởng ấn tượng.

THÀNH HẬU

DOANH NGHIỆP ĐẦU NGÀNH KIẾN TẠO THƯƠNG HIỆU TỶ ĐÔ

Hạ tầng viễn thông và nền tảng số của Viettel tiếp tục mở rộng tại nhiều thị trường quốc tế

Ảnh: Viettel

KIẾN TẠO THƯƠNG HIỆU TỶ ĐÔ TỪ NỀN TẢNG CHIẾN LƯỢC KHÁC BIỆT

Trong hành trình xây dựng thương hiệu quốc gia, sự trỗi dậy của các tập đoàn như Viettel, Vingroup, Vinamilk không chỉ phản ánh năng lực nội tại, mà còn cho thấy quy mô tăng trưởng đã tiệm cận chuẩn mực toàn cầu.

Vingroup là ví dụ điển hình cho chiến lược “đi nhanh - đi xa” trong công nghiệp hóa. Năm 2025, tập đoàn ghi nhận doanh thu hơn 331.000 tỷ đồng, tăng khoảng 75% so với năm trước. Bước sang năm 2026, doanh nghiệp đặt mục tiêu doanh thu 450.000 tỷ đồng và lợi nhuận khoảng 25.000 tỷ đồng - mức cao kỷ lục, tương đương gần 1 tỷ USD.

Đáng chú ý, riêng mảng công nghiệp, VinFast đặt mục tiêu bàn giao khoảng 300.000 ô tô điện trong năm 2026, tăng hơn 50% so với năm trước. Những con số này cho thấy thương hiệu không chỉ được “kể câu chuyện”, mà đang được “định lượng hóa” bằng quy mô sản xuất và thị phần.

Ở lĩnh vực hạ tầng số, Viettel tiếp tục duy trì vị thế “đầu tàu” với doanh thu hợp nhất năm 2025 đạt khoảng 220.400 tỷ đồng, tăng gần 14%. Hoạt động quốc tế đóng góp ngày càng lớn, với doanh thu từ thị trường nước ngoài đạt khoảng 3,3 tỷ USD, tăng gần 24%. Đây là nền tảng quan trọng để Viettel xây dựng thương hiệu công nghệ mang tính toàn cầu.

Trong khi đó, Vinamilk cho thấy sức bền của một thương hiệu tiêu dùng. Năm 2025, doanh thu hợp nhất đạt 63.724 tỷ đồng - mức cao nhất lịch sử. Doanh nghiệp đặt mục tiêu năm 2026 đạt hơn 66.000 tỷ đồng doanh thu, tiếp tục tăng trưởng ổn định. Đặc biệt, hoạt động xuất khẩu tăng mạnh 25% trong năm 2025, với mạng lưới hơn 65 thị trường, cho thấy thương hiệu đã vượt ra khỏi biên giới quốc gia.

Những con số này phản ánh một thực tế đó là thương hiệu tỷ đô không thể tách rời quy mô doanh thu, thị phần và năng lực vận hành toàn cầu.

TĂNG TỐC VÀ MỞ RỘNG TOÀN CẦU

Những tháng đầu năm 2026 cho thấy bước chuyển rõ rệt, đó là các doanh nghiệp Việt không còn dừng ở mở rộng thị trường, mà đang định hình vị thế thương hiệu trên bản đồ toàn cầu.

Với Vingroup, chiến lược tập trung vào công nghệ cao, đặc biệt là xe điện. Việc VinFast tăng mạnh sản lượng và mở rộng thị trường quốc tế cho thấy tham vọng xây dựng thương hiệu toàn cầu, dù đi kèm chi phí lớn và áp lực tài chính. Năm 2025, doanh thu của VinFast đạt khoảng 3,6 tỷ USD, tăng gấp đôi so với trước đó - một chỉ dấu rõ ràng cho chiến lược “đi trước, chiếm thị phần”.

Viettel lại đi theo hướng “toàn cầu hóa hạ tầng”. Tính

đến đầu năm 2026, tập đoàn đã hiện diện tại 10 thị trường quốc tế, với tỷ lệ hoàn vốn đầu tư đạt khoảng 91%. Đây là một trong số ít doanh nghiệp Việt có khả năng thu hồi vốn hiệu quả khi đầu tư ra nước ngoài - yếu tố then chốt để xây dựng thương hiệu bền vững.

Vinamilk tiếp tục chiến lược “toàn cầu hóa mềm”. Doanh số xuất khẩu của ông lớn này đạt hơn 7.100 tỷ đồng trong năm 2025 và duy trì tăng trưởng hai chữ số. Doanh nghiệp không chỉ mở rộng thị trường mà còn nâng chuẩn sản phẩm, hướng tới các tiêu chí ESG và phát triển bền vững - yếu tố ngày càng quan trọng trong định vị thương hiệu quốc tế.

Một điểm chung đáng chú ý là cả ba doanh nghiệp đều đang chuyển từ “xuất khẩu sản phẩm” sang “xuất khẩu thương hiệu”. Điều này thể hiện qua việc đầu tư vào công nghệ, tiêu chuẩn quốc tế và câu chuyện thương hiệu gắn với quốc gia.

THƯƠNG HIỆU VIỆT GIA TĂNG GIÁ TRỊ TRÊN BẢNG XẾP HẠNG TOÀN CẦU THEO BRAND FINANCE, TỔNG GIÁ TRỊ 100 THƯƠNG HIỆU LỚN NHẤT VIỆT NAM NĂM 2025 ĐẠT KHOẢNG 38,4 TỶ USD, VỚI NHÓM CÔNG NGHỆ - VIỄN THÔNG VÀ TIÊU DÙNG TIẾP TỤC DẪN ĐẦU TĂNG TRƯỞNG. TRONG ĐÓ, VIETTEL GIỮ VỊ TRÍ SỐ 1 VỚI GIÁ TRỊ KHOẢNG 7,4 TỶ USD, CÒN VINAMILK ĐẠT KHOẢNG 2,6 TỶ USD, DUY TRÌ NHÓM DẪN ĐẦU. ĐÁNG CHÚ Ý, CÁC LĨNH VỰC CÔNG NGHỆ, Ô TÔ VÀ LOGISTICS GHI NHẬN MỨC TĂNG TRƯỞNG CAO, PHẢN ÁNH XU HƯỚNG CHUYỂN DỊCH SANG KINH TẾ SỐ VÀ CÔNG NGHIỆP GIÁ TRỊ CAO.

KHI THƯƠNG HIỆU TRỞ THÀNH TÀI SẢN CHIẾN LƯỢC

Từ câu chuyện của ba “đầu tàu”, có thể thấy rõ một xu hướng đó là thương hiệu không còn là lớp vỏ truyền thông, mà là kết tinh của năng lực thật - từ sản xuất, công nghệ đến quản trị và thị trường.

Ở đó, quy mô không chỉ là con số, mà là “bệ đỡ” của uy tín. Tuy nhiên, phía sau quy mô là một quá trình đầu tư dài hạn, thậm chí chấp nhận đánh đổi. Hành trình mở rộng quốc tế, đặc biệt tại các thị trường phát triển, luôn đi kèm chi phí lớn và áp lực lợi nhuận. Câu chuyện của Viettel cho thấy, chỉ khi kiểm soát tốt chi phí, đảm bảo tỷ lệ hoàn vốn và duy trì tăng trưởng ổn định, thương hiệu mới có thể đi xa mà không bị “hụt hơi”.

Cùng với đó, những yếu tố như phát triển bền vững, minh bạch chuỗi cung ứng, trách nhiệm môi trường không còn là “điểm cộng”, mà trở thành điều kiện tiên quyết. Cách Vinamilk kiên trì theo đuổi nông nghiệp xanh, tiêu chuẩn quốc tế và ESG cho thấy một hướng đi dài hạn, phù hợp với yêu cầu ngày càng khắt khe của thị trường.

Ở tầm vĩ mô, mỗi thương hiệu lớn khi bước ra thế giới đều mang theo hình ảnh quốc gia, khi doanh nghiệp Việt hiện diện ngày càng nhiều trong chuỗi giá trị toàn cầu. Nhìn từ ba “đầu tàu”, có thể thấy một điều rằng thương hiệu tỷ USD không hình thành từ những chiến dịch ngắn hạn, mà được tích lũy qua nhiều năm bằng những quyết định chiến lược nhất quán, tốn kém nhưng cần thiết. Đây cũng là gợi mở quan trọng cho cộng đồng doanh nghiệp Việt trong giai đoạn hội nhập sâu rộng hiện nay.



Trang trại bò sữa công nghệ cao của Vinamilk đáp ứng tiêu chuẩn quốc tế

Ảnh: Vi Nam

ĐỘNG LỰC THÚC ĐẨY GIÚP DOANH NGHIỆP VIỆT BƯỚC VÀO SÂN CHƠI LỚN



Ông Trần Đình Tài, Phó Tổng Giám đốc Marketing - Truyền thông Tập đoàn Hoa Sen

◀ TIỀN PHÒNG

Thực tiễn cho thấy, xây dựng thương hiệu đã và đang trở thành yếu tố then chốt đối với sự phát triển dài hạn của doanh nghiệp. Chương trình Thương hiệu quốc gia không chỉ là danh hiệu tôn vinh, mà đang dần trở thành một hệ chuẩn phát triển, giúp doanh nghiệp nâng cao năng lực cạnh tranh, củng cố niềm tin thị trường và từng bước chuyển từ cạnh tranh bằng giá sang cạnh tranh bằng giá trị.

THƯƠNG HIỆU QUỐC GIA LÀ ĐỘNG LỰC NÂNG CAO NĂNG LỰC CẠNH TRANH

Trao đổi với phóng viên Báo Công Thương, ông Trần Đình Tài, Phó Tổng giám đốc Marketing - Truyền thông Tập đoàn Hoa Sen cho rằng, một trong những giá trị lớn nhất của Chương trình Thương hiệu quốc gia là tạo ra động lực để doanh nghiệp không ngừng hoàn thiện năng lực cạnh tranh và nâng cao chất lượng phát triển.

“Tự hào là doanh nghiệp nhiều lần được vinh danh Thương hiệu quốc gia Việt Nam, Tập đoàn Hoa Sen luôn xem việc tham gia chương trình mang lại nhiều giá trị thiết thực, đặc biệt trong việc nâng cao uy tín thương hiệu, uy tín sản phẩm và năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp”, ông Trần Đình Tài nhấn mạnh.

Theo ông, ở góc độ doanh nghiệp sản xuất, chương trình không chỉ là danh hiệu mang tính biểu tượng mà là một hệ tiêu chuẩn buộc doanh nghiệp phải liên tục đổi mới và hoàn thiện. Từ chất lượng sản phẩm, quy trình sản xuất đến hệ thống quản trị và dịch vụ khách hàng đều phải được nâng cấp để đáp ứng yêu cầu ngày càng cao của thị trường.

Trong bối cảnh hội nhập sâu rộng, khi doanh nghiệp tiếp cận các thị trường quốc tế, danh hiệu Thương hiệu quốc gia có ý nghĩa như một “tín hiệu tin cậy” ban đầu, giúp doanh nghiệp tạo dựng niềm tin với đối tác và hệ thống phân phối.

Ở góc độ chiến lược, ông Trần Đình Tài cho rằng, việc đạt danh hiệu Thương hiệu quốc gia không chỉ là sự ghi nhận về thương hiệu, mà còn là động lực để doanh nghiệp tiếp tục đổi mới, nâng cao năng lực cạnh tranh và phát triển bền vững trong dài hạn. Theo ông, danh hiệu Thương hiệu quốc gia Việt Nam góp phần gia tăng niềm tin của đối tác và người tiêu dùng đối với sản phẩm của doanh nghiệp, đặc biệt khi tiếp cận các thị trường quốc tế.

DUY TRÌ CHUẨN THƯƠNG HIỆU TRONG BỐI CẢNH MỚI

Tuy nhiên, để duy trì và phát triển thương hiệu theo chuẩn Thương hiệu quốc gia trong bối cảnh hiện nay, doanh nghiệp đang phải đối mặt với nhiều thách thức, đặc biệt trong các ngành sản xuất có tính cạnh tranh cao.

Theo ông Trần Đình Tài, một trong những áp lực lớn là chi phí sản xuất gia tăng do biến động của nguyên liệu, năng lượng và logistics. Trong khi đó, doanh nghiệp vẫn phải duy trì đầu tư cho chất lượng sản phẩm và hệ thống quản trị để đáp ứng các tiêu chuẩn ngày càng cao của thị trường.

“Chi phí sản xuất có xu hướng gia tăng, nhưng doanh nghiệp vẫn phải tiếp tục đầu tư cho chất lượng

sản phẩm và quản trị để đáp ứng những chuẩn mực ngày càng cao của thị trường”, ông Tài nhấn mạnh.

Một thách thức quan trọng khác là yêu cầu về phát triển bền vững và các tiêu chuẩn môi trường ngày càng khắt khe trên thị trường quốc tế. Điều này buộc doanh nghiệp phải đầu tư vào công nghệ và tối ưu quy trình sản xuất.

Theo ông Trần Đình Tài, xu hướng phát triển bền vững và các tiêu chuẩn môi trường đang được siết chặt hơn, đòi hỏi doanh nghiệp phải từng bước đầu tư vào công nghệ và nâng cao năng lực quản trị. Trong bối cảnh đó, việc tham gia Chương trình Thương hiệu quốc gia được xem là động lực giúp doanh nghiệp kiên định với định hướng phát triển dài hạn và nâng cao năng lực cạnh tranh.

TÁI CẤU TRÚC NIỀM TIN THỊ TRƯỜNG, NÂNG TẦM HÀNG VIỆT

Từ góc độ doanh nghiệp bán lẻ, trao đổi với phóng viên Báo Công Thương, ông Nguyễn Ngọc Thắng, Phó Tổng giám đốc Saigon Co.op nhận định, hệ thống phân phối giữ vai trò quan trọng trong việc kết nối sản phẩm với người tiêu dùng và định hình hành vi tiêu dùng trên thị trường.

Ở góc nhìn của doanh nghiệp bán lẻ, theo ông Thắng, việc tham gia Chương trình Thương hiệu quốc gia không chỉ mang ý nghĩa tôn vinh, mà là một cơ chế giúp doanh nghiệp nâng chuẩn năng lực cạnh tranh và củng cố niềm tin thị trường. Một trong những giá trị quan trọng nhất của chương trình là tạo ra một sự bảo chứng về chất lượng và uy tín, qua đó giúp doanh nghiệp xây dựng niềm tin lâu dài với người tiêu dùng. *“Danh hiệu không chỉ phản ánh nội lực của doanh nghiệp mà còn là sự bảo chứng mang tính quốc gia, góp phần củng cố niềm tin của người tiêu dùng đối với hàng Việt”,* ông Thắng nhấn mạnh.

GIAI ĐOẠN TỚI, DOANH NGHIỆP KỶ VỌNG CHƯƠNG TRÌNH THƯƠNG HIỆU QUỐC GIA SẼ TIẾP TỤC ĐƯỢC PHÁT TRIỂN THEO HƯỚNG THỰC CHẤT HƠN, TĂNG CƯỜNG HOẠT ĐỘNG KẾT NỐI CUNG, CẦU VÀ HỖ TRỢ DOANH NGHIỆP MỞ RỘNG THỊ TRƯỜNG.

DRIVING FORCES

FOR VIETNAMESE ENTERPRISES TO REACH GLOBAL PLAYGROUND



Saigon Co.op Deputy General Director Nguyen Ngoc Thang

Branding has practically become a key factor for the long-term development of enterprises. The Vietnam National Brand Program is more than just an honorary title. It has evolved into a development benchmark that helps businesses improve competitiveness, bolster market confidence, and shift from price-based to value-based competition.

◀ TIEN PHONG

VIETNAM NATIONAL BRAND MOMENTUM FOR COMPETITIVENESS

Speaking with the Industry and Trade Newspaper, Deputy General Director of Marketing and Communications at Hoa Sen Group Tran Dinh Tai held that one of the greatest values of the Vietnam National Brand Program is creating the momentum for businesses to constantly refine their competitive edges and development quality.

“Proud to be a multi-year recipient of the Vietnam National Brand award, Hoa Sen Group views its participation in the program as a source of practical value, particularly in enhancing brand prestige, product reputation, and corporate competitiveness,” Tai emphasized.

From a manufacturer’s perspective, he noted that the program is not only a symbolic title, but also a set of standards forcing businesses to continuously innovate. Everything from product quality and the production process to the management system and customer service must be upgraded to meet increasing market demands.

In the context of deep integration, the Vietnam National Brand title serves as an initial “signal of trust,” helping businesses build credibility with international partners and distribution networks. Strategically, Tai believes the title motivates sustainable and long-term growth and strengthens consumer confidence, especially when penetrating global markets.

MAINTAINING BRAND IN NEW CONTEXT

In order to maintain and develop a brand according to the standards of the Vietnam National Brand presents numerous challenges, particularly in highly-competitive manufacturing sectors.

Tai pointed out that rising production costs, driven by fluctuations in cost of raw materials, energy, and logistics, pose significant pressure. Despite this, businesses must continue investing in product quality and management systems to meet tightening market benchmarks.

Another critical challenge involves the requirements of sustainability and increasingly stringent environmental standards in international markets. This forces enterprises to invest in technology and optimize production processes.

According to Tai, the Vietnam National Brand Program acts as a driving force, encouraging businesses to remain committed to long-term development goals.

RESTRUCTURING MARKET CONFIDENCE, ELEVATING VIETNAMESE GOODS

From a retail perspective, Deputy General Director of Saigon Co.op Nguyen Ngoc Thang told the Industry and Trade Newspaper that distribution systems play a vital role in connecting products with consumers and shaping market behaviors.

Thang noted that participating in the Vietnam National Brand Program helps businesses raise their competitive standards and consolidate market confidence. The program provides a “quality guarantee,” helping brands build long-term trust. “The title reflects not only internal strength, but also a national endorsement that strengthens consumer confidence in Vietnamese goods,” Thang emphasized.

MOVING FORWARD, BUSINESSES HOPE THE PROGRAM WILL BECOME EVEN MORE PRACTICAL, STRENGTHENING SUPPLY-DEMAND LINKS AND SUPPORTING MARKET EXPANSION.

Trong bối cảnh mô hình làm việc và thụ hưởng thay đổi, bất động sản đang bước vào giai đoạn chuyển mình sâu sắc. Ngôi nhà hiện đại không còn đơn thuần là một tài sản vật lý, mà được kỳ vọng trở thành “hệ sinh thái” nuôi dưỡng sức khỏe và tái tạo năng lượng dài hạn.

◀ PV

A vibrant, futuristic architectural rendering of a modern residential complex. The scene is dominated by lush greenery, including numerous palm trees and dense foliage. A prominent feature is a curved, elevated walkway or bridge with a glass railing, where a few people are seen walking. In the foreground, a sleek, blue and white speedboat is docked at a wooden pier on a calm body of water. In the background, a multi-story building with a unique, tiered design and a facade of red and brown panels is partially visible, surrounded by more greenery. The overall atmosphere is one of a harmonious blend of nature and modern architecture.

KHI NGÔI NHÀ
KHÔNG CHỈ ĐỂ Ở
*Cuộc cách mạng tái định nghĩa
chất lượng sống*

TRỤ CỘT SỨC KHỎE VÀ HỆ SINH THÁI HÀI HÒA

Khi chất lượng sống là trọng tâm, sức khỏe trở thành yếu tố cốt lõi định hình giá trị. Không chỉ dừng lại ở các phòng Gym hay Spa, sức khỏe thể chất được hình thành từ chính quy hoạch hạ tầng: những tuyến đường đi bộ rợp bóng cây, hệ thống mặt nước điều hòa và ánh sáng tự nhiên được tính toán kỹ lưỡng.

Song song đó, sức khỏe tinh thần đóng vai trò quan trọng trong bối cảnh áp lực đô thị. Một không gian sống tĩnh tại, gắn gũi với hệ sinh thái nguyên bản có tác dụng như một “liệu pháp chữa lành”, giúp cân bằng cảm xúc hiệu quả. Đặc biệt, sức khỏe cộng đồng qua các không gian sinh hoạt chung giúp hình thành nên một cộng đồng cư dân gắn kết, tạo cảm giác an toàn và giá trị sống bền vững theo thời gian.

ĐẠT PHƯƠNG VÀ LỜI GIẢI TẠI CASAMIA BALANCA HOI AN

Trong bối cảnh thị trường phân hóa, Đạt Phương là ví dụ điển hình cho cách tiếp cận dài hạn. Doanh nghiệp phát triển các dự án như một hệ sinh thái sống - nơi thiên nhiên, tiện ích và cộng đồng được kết nối hài hòa. Việc duy trì mật độ xây dựng thấp là một lựa chọn đầy thách thức nhưng phản ánh rõ định hướng phát triển bền vững của chủ đầu tư.

Tại Casamia Balanca Hoi An, triết lý này được cụ thể hóa bằng những con số ấn tượng. Với quy mô 31,1 ha, chủ đầu tư dành tới 8 ha cho cây xanh và mặt nước, duy trì mật độ xây dựng ở mức lý tưởng (38%). Đáng chú ý, Đạt Phương đã tâm huyết bảo tồn và mở rộng hệ sinh thái dừa nước tự nhiên lên hơn 3,6 ha, kết hợp cùng hệ thống kênh dẫn nước từ sông Cổ Cò dài 2,4 km.

Hệ thống tiện ích tại đây được cá nhân hóa để phục vụ nhu cầu thực: từ tổ hợp thể thao cao cấp, khách sạn quốc tế đến không gian Co-working hiện đại. Sự tích hợp này đặc biệt phù hợp với định hướng của Hội An - điểm đến của cộng đồng “Digital Nomads” toàn cầu, những người tìm kiếm sự giao thoa hoàn hảo giữa công việc và nghỉ dưỡng.

Sự chuyển dịch từ “xây dựng nhà ở” sang “kiến tạo chất lượng sống” của những chủ đầu tư như Đạt Phương cho thấy một tầm nhìn dài hạn. Khi bất động sản được nhìn nhận như một phần của sức khỏe, những dự án bền bỉ với giá trị thực sẽ chính thức trở thành tiêu chuẩn mới của thị trường cao cấp./.

Casamia Balanca Hoi An - Nơi thiên nhiên trở thành ngôn ngữ thiết kế chuẩn mực sống mới

TỪ TƯ DUY “CHỖ Ở” ĐẾN TRIẾT LÝ “SỐNG TRỌN”

Sự lên ngôi của mô hình làm việc linh hoạt đang dần xóa nhòa ranh giới địa lý trong lựa chọn an cư. Khi khoảng cách đến văn phòng không còn là rào cản độc tôn, người mua bắt đầu dịch chuyển sự ưu tiên từ “vị trí trung tâm” sang “chất lượng sống thực thụ”.

Sự thay đổi này tạo ra bước ngoặt trong phát triển dự án. Một ngôi nhà lý tưởng giờ đây phải là không gian đa năng: nơi làm việc hiệu quả, nghỉ ngơi tĩnh tại và tái tạo năng lượng bền vững. Giá trị dự án không còn đo đếm bằng mật độ xây dựng hay số lượng tiện ích bề nổi, mà nằm ở quy hoạch nhân văn. Không gian mở, sự tương tác với thiên nhiên và tính riêng tư trở thành những thước đo mới cho một bất động sản giá trị.

ROX GROUP

VÀ KHÁT VỌNG ĐƯA
GIÁ TRỊ VIỆT VƯỢN XA



◀ PV

Sau ba thập kỷ kiến tạo, ROX Group dần định hình dấu ấn riêng thông qua cách tiếp cận gắn kết giữa hạ tầng, đời sống và giá trị văn hóa - xã hội. Trên nền tảng đó, doanh nghiệp từng bước hiện thực hóa khát vọng đưa giá trị Việt vươn xa.

Vào năm 1996, hành trình của ROX Group bắt đầu từ một lựa chọn rất giản dị: một nhà máy sản xuất giày, nơi giá trị được tạo ra từ lao động, từ kỷ luật và từ sự chắt chiu từng chi tiết. Đó là giai đoạn mà “giá trị Việt” còn được hiểu theo những chuẩn mực cơ bản nhất: làm tốt, làm đều và làm đúng. Nhưng chính những chuẩn mực ấy đã trở thành nền móng, bền bỉ định hình bản sắc của doanh nghiệp.

Khi nền móng đủ vững, những bước mở rộng bắt đầu diễn ra. Từ sản xuất, ROX Group chuyển mình sang lĩnh vực khu công nghiệp với ROX iPark, góp phần quy hoạch lại những vùng đất, hình thành hạ tầng và dẫn dắt các dòng chảy đầu tư.

Cùng với quá trình đô thị hóa, ROX Group tiếp tục phát triển các khu đô thị với không gian sống được định hình bằng hạ tầng và nhịp sống bên trong thông qua ROX Living và ROX Signature. Song song, hệ sinh thái được hoàn thiện bằng mảng dịch vụ vận hành do ROX Key đảm nhiệm, với cách tiếp cận lấy con người làm trung tâm.

Song hành với đó, năng lực tái tạo được xác lập như một trụ cột chiến lược dài hạn vừa góp phần giải bài toán phát triển bền vững, vừa mở ra cơ hội để ROX Group tham gia sâu hơn vào những lĩnh vực có tính toàn cầu.

Ở những lĩnh vực bổ trợ, ROX Group tiếp tục mở rộng sang khách sạn và lưu trú như một bước đi tinh chỉnh trải nghiệm mang dấu ấn Việt trong bối cảnh hội nhập.

Qua thời gian, các lĩnh vực mà ROX Group đầu tư, phát triển không dừng lại ở những mảng riêng lẻ. Chúng dần được kết nối, tạo thành một hệ sinh thái mà mỗi thành tố đều có vai trò trong việc hoàn thiện trải nghiệm tổng thể.

Sau ba thập kỷ kiến tạo, ROX Group đang từng bước hiện thực hóa khát vọng đưa giá trị Việt vươn xa trên trường quốc tế. Ở giai đoạn này, “giá trị Việt” không còn được hiểu đơn thuần là xuất xứ, mà được định nghĩa bằng tiêu chuẩn, năng lực vận hành và khả năng thực thi.

Trong bối cảnh hội nhập ngày càng sâu rộng, đồng thời phù hợp với định hướng khuyến khích doanh nghiệp mở rộng ra thị trường quốc tế của Đảng và Nhà nước, ROX Group chủ động tìm kiếm cơ hội phát triển tại các thị trường nước ngoài.

Hành trình ấy không dừng lại ở việc mở rộng phạm vi địa lý mà hướng tới nâng tầm chất lượng hệ sinh thái, làm sâu hơn trải nghiệm và bền vững hơn giá trị. Những giá trị mà ROX Group bồi đắp trong ba thập kỷ qua đang dần được chuyển hóa thành những chuẩn mực có khả năng lan tỏa trong những không gian phát triển rộng lớn hơn. ■

ROX Group đang nỗ lực đưa những chuẩn mực được xác lập hôm nay trở thành nền tảng để vươn xa trong tương lai



PHARMACY

KHÁT VỌNG VÀ SỨ MỆNH PHỤNG SỰ VÌ SỨC KHỎE VIỆT

◀ PV

Trong bức tranh chung của ngành y tế, sự đồng đều của tiếp cận dịch vụ chăm sóc sức khỏe vẫn là một thách thức lớn.

CỘT MỐC HƠN 1.100 NHÀ THUỐC VÀ NỖ LỰC “PHỦ SÓNG” BẢN ĐỒ Y TẾ

Hành trình “phủ sóng” của Pharmacy trong những năm qua không chỉ là câu chuyện về một doanh nghiệp được phẩm bán lẻ, mà còn là nỗ lực bền bỉ nhằm đưa thuốc tốt, tư vấn chuyên môn sâu đến gần hơn với người dân, đặc biệt là ở những vùng nông thôn xa xôi.

Tính đến thời điểm hiện nay, Pharmacy chính thức đạt cột mốc hơn 1.100 nhà thuốc trên toàn quốc. Pharmacy khẳng định vị thế dẫn đầu bằng chiến lược phổ cập y tế hiện đại và thuốc chính hãng đến mọi miền đất nước.

Việc liên tục mở mới cửa hàng Pharmacy về tận cấp xã không chỉ giúp người dân tiếp cận được phẩm chất lượng với chi phí bình ổn mà còn trực tiếp xóa nhà khoảng cách y tế vùng miền, giúp người dân giảm đáng kể gánh nặng chi phí y tế.

Đáng chú ý, việc ưu tiên sử dụng nhân lực tại chỗ đã giúp Pharmacy giải quyết bài toán việc làm địa phương, đồng thời xây dựng đội ngũ dược sĩ bản địa am hiểu sâu sắc lối sống và thói quen dinh dưỡng đặc thù để đưa ra những tư vấn sức khỏe gần gũi, sát thực nhất.

TỪ MẠNG LƯỚI CỦA HÀNG ĐẾN “NGÀY HỘI SỨC KHỎE” CỘNG ĐỒNG

Năm 2025, Pharmacy đã thực hiện 20 chương trình hỗ trợ cộng đồng, trực tiếp tiếp cận gần 57.000 người dân trên toàn quốc.

Thông qua chương trình này, đội ngũ dược sĩ của Pharmacy đã phối hợp cùng các bệnh viện tuyến đầu như Bệnh viện Bệnh Nhiệt đới Trung ương, Bệnh viện 19-8 Bộ Công an... để hiện diện tại Bình Phước, Quảng Trị, Thanh Hóa, Bến Tre, Ba Vì...

Việc đưa các chương trình chăm sóc sức khỏe chuyên sâu như Doctor Tour về tận xã, phường không

chỉ giúp bà con giảm thiểu thời gian, chi phí đi lại mà còn tạo ra một kênh thông tin y khoa chính thống, góp phần nâng cao nhận thức về y tế dự phòng tại địa phương.

TRIẾT LÝ “KHỎE MẠNH TỪ BÊN TRONG”

Sự hiện diện của Pharmacy cùng đội ngũ dược sĩ chuyên môn cao đang dần thay đổi thói quen chăm sóc sức khỏe của cộng đồng. Thay vì chỉ tìm đến hiệu thuốc khi đã có bệnh, người dân nay đã chú trọng hơn đến việc phòng bệnh và bổ sung dinh dưỡng.

Nói về triết lý vận hành này, đại diện lãnh đạo Pharmacy chia sẻ: “Để phát triển bền vững, giúp người dân sống khỏe mạnh, Pharmacy đã tập trung mạnh mẽ vào mảng dinh dưỡng, lối sống và nhận thức bổ sung vi chất để giúp khách hàng khỏe mạnh từ bên trong”.

Bằng cách tập trung vào y tế dự phòng và tư vấn lối sống, Pharmacy đang cùng người dân xây dựng một “hàng rào” bảo vệ sức khỏe chủ động, từ đó giảm tải áp lực cho hệ thống y tế tuyến trên.

Mạng lưới hơn 1.100 nhà thuốc cùng những chương trình hướng về cộng đồng chính là những “mắt xích” quan trọng để xây dựng một hệ sinh thái y tế cơ sở hiện đại. Ở đó, dù là người dân ở huyện vùng cao hay cư dân đô thị đều được hưởng cùng một tiêu chuẩn về được phẩm và dịch vụ tư vấn chuyên nghiệp.

Hành trình phủ xanh bản đồ y tế của Pharmacy không chỉ là sự phát triển của một doanh nghiệp, mà là sự đồng hành cùng ngành y tế trong việc nâng cao thể trạng người Việt. Khi mỗi điểm bán trở thành một “trạm trung chuyển” kiến thức và sản phẩm uy tín, niềm tin của người dân vào hệ thống y tế cơ sở sẽ ngày càng được củng cố, tạo tiền đề vững chắc cho một tương lai khỏe mạnh và bền vững hơn./.





Toàn cảnh Nhà máy Nhiên liệu sinh học Dung Quất hiện Nhà máy đang hoạt động ổn định ở 75% công suất

NHÀ MÁY NHIÊN LIỆU SINH HỌC DUNG QUẤT SẴN SÀNG CUNG ỨNG TỐI ĐA ETHANOL ĐỂ PHỐI TRỘN XĂNG E10

Thông tin từ Công ty CP Nhiên liệu sinh học Dầu khí miền Trung (BSR-BF) - trực thuộc Công ty CP Lọc hóa dầu Bình Sơn - BSR (đơn vị thành viên của Petrovietnam), doanh nghiệp vận hành Nhà máy Nhiên liệu sinh học (NLSH) Dung Quất đạt 100% công suất vào giữa tháng 4/2026, sẵn sàng cung ứng tối đa Ethanol (E100) để phối trộn xăng sinh học E10.

◀ THÀNH LINH

Tháng 1/2026 vừa qua, BSR-BF đã đưa Nhà máy NLSH Dung Quất hoạt động trở lại sau khi hoàn tất công tác bảo dưỡng, sửa chữa. Ngay trong đầu tháng 2, nhà máy đã cho ra lô sản phẩm đầu tiên với khối lượng hơn 462,7 m³ E100 thành phẩm. Sau đó, lô hàng E100 này đã được vận chuyển cho BSR để thực hiện việc phối trộn xăng sinh học.

Ông Phạm Văn Vượng - Giám đốc BSR-BF cho biết, sau khi hoàn tất công tác bảo dưỡng, sửa chữa, Nhà máy NLSH Dung Quất đã vận hành ổn định ở 60% công suất vào tháng 3 nhằm phục vụ quá trình nuôi cấy vi sinh và tối ưu hệ thống xử lý nước thải. Đến nay, nhà máy đang vận hành ở bình quân 75% công suất và đạt công suất tối đa 100% vào giữa tháng 4.

Đại diện đơn vị quản lý, vận hành Nhà máy NLSH Dung Quất cũng cho biết thêm, hiện nhà máy đang sử dụng nguồn nguyên liệu đầu vào là sắn lát để sản xuất E100. Đây là nguồn nguyên liệu sẵn có trong nước, có nhiều lợi thế về chi phí và khả năng cung ứng, bảo đảm việc vận hành của nhà máy. Song song đó, BSR-BF cũng đề ra các giải pháp bảo đảm nguồn cung cho vận hành nhà máy là nhập khẩu thêm nguyên liệu từ Lào.

Thời gian tới, BSR-BF sẽ nghiên cứu việc thay thế nguồn nguyên liệu bằng ngô cao sản được nhập khẩu từ các nước như: Mỹ, Brazil... để bảo đảm sự ổn định nguyên liệu trong hoạt động của nhà máy. Ngoài ra, đơn vị cũng đang triển khai thêm nhiều giải pháp kỹ

thuật nhằm nâng cao hiệu quả sử dụng nguyên liệu như thay thế enzyme và men vi sinh thế hệ mới giúp rút ngắn thời gian lên men, tăng hiệu suất chuyển hóa; cải tiến trong hệ thống tách, chưng cất để gia tăng sản lượng...

Đáng chú ý, BSR-BF cũng đang đẩy mạnh tận dụng tối đa phụ phẩm. Trong đó, toàn bộ nước thải sau chưng cất và bã sắn sau ép được nghiên cứu chuyển hóa thành các sản phẩm có giá trị cao hơn, góp phần nâng cao hiệu quả kinh tế và giảm áp lực môi trường. Đồng thời, hệ thống thu hồi CO₂ cũng được cải tiến để nâng sản lượng và chất lượng khí CO₂ đạt tiêu chuẩn thực phẩm.

Hiện nay, để phục vụ cho hoạt động phối trộn xăng sinh học, BSR-BF đang phối hợp cùng BSR để triển khai việc nâng cấp và bảo dưỡng tuyến đường ống vận chuyển sản phẩm E100 từ Nhà máy NLSH Dung Quất sang cảng xuất sản phẩm và khu vực phối trộn của Nhà máy Lọc dầu Dung Quất. Sau khi hoàn thiện, Ethanol có thể được xuất trực tiếp qua đường ống, giúp giảm chi phí logistics và tăng tính chủ động trong cung ứng.

"Việc Nhà máy NLSH Dung Quất hoạt động trở lại đã giúp tạo việc làm và tăng cường nguồn E100 cho thị trường. Với công suất 100%, nhà máy sẽ sản xuất ra khoảng 330m³ E100/ngày, qua đó, giúp bảo đảm nguồn E100 để phối trộn xăng sinh học, thúc đẩy lộ trình sử dụng xăng sinh học và gia tăng nguồn cung xăng dầu, góp phần bảo đảm an ninh năng lượng quốc gia", Giám đốc BSR-BF Phạm Văn Vượng cho biết.

DUNG QUAT BIOFUEL PLANT TO SECURE E10 FUEL SUPPLY

According to the Central Vietnam Biofuel Joint Stock Company (BSR-BF), a subsidiary of Binh Son Refining and Petrochemical JSC (BSR) and a member of Petrovietnam, Dung Quat Biofuel Plant reaches its 100% capacity as from mid-April 2026, ensuring a maximum supply of Ethanol (E100) for producing E10 biofuel.

◀ THANH LINH



The plant is ready for 100% capacity following maintenance

In January 2026, BSR-BF restarted the plant following comprehensive maintenance and repairs. In early February, the facility produced its first batch of over 462.7 cubic meters of finished E100, which was delivered to BSR for blending.

Director of BSR-BF Pham Van Vuong stated that the plant operated steadily at 60% capacity in March to optimize microbial culturing and wastewater treatment. It is currently running at an average of 75% and is on track to hit 100% from mid-April.

The plant currently utilizes domestic cassava slices as its primary feedstock due to cost advantages and availability. To further secure operations, BSR-BF is planning to import additional raw materials from Laos.

Looking ahead, BSR-BF is researching the use of high-yield corn imported from the U.S. and Brazil to ensure long-term stability. Alongside distillation system upgrades to boost output, the company is also implementing technical solutions, such as next-

generation enzymes and yeast to shorten fermentation process and improve conversion rates.

Notably, BSR-BF is maximizing byproduct utilization. Distillation wastewater and cassava residue are being repurposed into higher-value products to improve economic efficiency and reduce environmental impact. Additionally, the CO₂ recovery system has been upgraded to produce food-grade CO₂.

To streamline distribution, BSR-BF and BSR are upgrading the pipeline connecting the biofuel plant to the export port and Dung Quat Refinery's blending area. Once completed, direct pipeline transport will reduce logistics costs and increase autonomy in supply.

"The resumption of Dung Quat Biofuel Plant has created jobs and bolstered the E100 market supply. At 100% capacity, the plant will produce approximately 330 cubic meters of E100 per day, ensuring stable supply for biofuel blending, supporting the national roadmap for biofuel use and making contribution to national energy security," said Director Pham Van Vuong.

HÀNH TRÌNH TRƯỞNG THÀNH CỦA CÁC "LÃNH ĐẠO TƯƠNG LAI PETROVIETNAM"

Có những chuyến đi không chỉ để nhìn, để nghe, mà còn để hiểu và để tự nhìn lại chính công việc của mình trong một bức tranh lớn hơn...

◀ H. HÀNH

Hành trình thực tế của lớp "Lãnh đạo tương lai Petrovietnam 2025" PV-NEXT 2025 tại các công trình khí - điện - đạm khu vực Tây Nam Bộ diễn ra trong những ngày cuối tháng 3 mang theo cảm giác như vậy. Một hành trình không dài, nhưng đủ để 60 học viên của lớp nhận ra: những con số, những báo cáo hàng ngày của mình thực ra đang "chảy" trong một hệ thống sống động, vận hành không ngừng vì an ninh năng lượng quốc gia.

THẤY MÌNH TRONG CHUỖ GIÁ TRỊ

Điểm dừng chân đầu tiên là Nhà máy Nhiệt điện Sông Hậu 1. Không khí tại đây mang một nhịp điệu rất khác: vừa kỹ thuật, vừa trẻ trung, khi chương trình giao lưu "Next - Power Generation" diễn ra đúng dịp tháng Thanh niên.

Không phải là một hội thảo khô cứng, câu chuyện về điện được mở ra trong một không gian cởi mở, nơi những người trẻ đang trực tiếp vận hành dòng điện quốc gia trò chuyện với những "lãnh đạo tương lai" của Petrovietnam. Những câu hỏi đi thẳng vào thực tế chuyên ngành điện, những chia sẻ không né tránh khó khăn.



Đoàn tham quan, tìm hiểu thực tế tại Nhà máy Nhiệt điện Sông Hậu 1

Từ phòng hội thảo, đoàn bước ra nhà máy. Hai tổ máy, mỗi tổ 600 MW vận hành đều đặn, những thông số kỹ thuật tưởng chừng chỉ nằm trên giấy giờ hiện ra cụ thể. Nhưng điều khiến nhiều học viên bất ngờ lại không nằm ở công suất hay công nghệ, mà ở cách nhà máy "giữ sạch" một không gian vốn rất dễ bụi bẩn.

Khu bến cảng - nơi nhập than, xuất tro xỉ gần như không có dấu hiệu phát tán ra môi trường. Tro bay được thu gom kín, đi thẳng vào hệ thống vận chuyển xuống tàu. Một chi tiết nhỏ, nhưng đủ để thấy cách một nhà máy lớn vận hành bài bản, chuyên nghiệp.

Rời Sông Hậu, hành trình của lớp PV-NEXT 2025 tiếp tục về Cụm Khí - Điện - Đạm Cà Mau. Tại Cụm, ấn tượng không nằm ở quy mô mà ở cảm giác về một không gian sản xuất có nhịp sống riêng. Xen giữa những tổ máy, những ống dẫn, những cột khói là màu xanh của cây cối, của những khu vườn do chính lực lượng đoàn viên chăm sóc. Ở đây, những khái niệm như "chuỗi giá trị" hay "liên kết ngành" không còn là lý thuyết.

Một học viên chia sẻ rằng, trước đây công việc của mình chỉ xoay quanh các báo cáo, các con số phân tích. Nhưng khi đứng giữa nhà máy, nhìn thấy dòng

điện phát ra, những bao phân đạm chuẩn bị đến tay người nông dân, mọi thứ trở nên rõ ràng hơn. Công việc không còn là những bảng biểu rời rạc, mà là một phần của một dòng chảy liên tục. Cảm giác “thấy được đầu ra” ấy, với nhiều người, lại chính là điều tạo ra động lực mạnh nhất.

NHỮNG CUỘC TRÒ CHUYỆN KHÔNG CÓ KHOẢNG CÁCH

Trong chuyến đi, có một điểm đáng chú ý: khoảng cách giữa “người đi học” và “người làm thực tế” gần như được xóa bỏ.

Tại phần trao đổi ở Nhà máy Đạm Cà Mau, câu chuyện về “nhà máy thông minh” không dừng ở việc giới thiệu thành tựu, mà đi thẳng vào trải nghiệm triển khai từ khó khăn đến cách vượt qua. Một chia sẻ rất ngắn, nhưng được nhiều học viên nhắc lại sau đó: *“Không phải là các bạn không làm được, mà là chưa làm. Khi bắt tay vào, các bạn sẽ tìm được cách”*.

Có lẽ chính những cuộc trao đổi như vậy, không mang tính “truyền đạt” mà là “truyền lửa” đã làm nên giá trị khác biệt của chuyến đi.

Đi qua các nhà máy, gặp gỡ những con người đang trực tiếp vận hành hệ thống năng lượng, nhiều học viên nói đến một cảm giác chung: tự hào! Nhưng không phải là sự tự hào mang tính khẩu hiệu. Đó là sự tự hào khi nhận ra công việc của mình, dù ở vị trí nào đều đang góp phần vào một hệ thống lớn hơn. Một hệ thống không chỉ tạo ra điện, phân bón hay sản phẩm năng lượng, mà còn gắn với sinh kế, với đời sống của hàng triệu người. Chính sự “chạm” vào thực tế ấy khiến những khái niệm như trách nhiệm, sứ mệnh hay an ninh năng lượng không còn trừu tượng...!

Bà Lê Thị Lam Trà - Phó Trưởng Ban Quản trị nguồn nhân lực Petrovietnam cho rằng, chuyến đi không chỉ là một phần của chương trình đào tạo, mà là bước chuyển quan trọng trong cách các học viên nhìn nhận công việc của mình.

Sau khi hoàn thành giai đoạn học lý thuyết, việc “đi thực tế” qua các mắt xích trong chuỗi giá trị - từ phát điện đến khí, đạm - giúp các học viên không còn nhìn công việc như những nhiệm vụ riêng lẻ. Thay vào đó, mỗi vị trí,

mỗi phần việc đều được đặt trong một dòng chảy chung của ngành công nghiệp - năng lượng.

Theo bà, chính những trải nghiệm trực tiếp và các cuộc trao đổi cởi mở tại nhà máy đã giúp các học viên nhận ra rõ hơn giá trị công việc mình đang làm. Khi hiểu được mình đang góp phần vào đâu trong chuỗi giá trị ấy, cảm giác tự hào và tinh thần cống hiến cũng trở nên rõ ràng hơn. Từ đó, việc học không còn là yêu cầu của chương trình, mà trở thành nhu cầu tự thân để làm tốt hơn công việc hiện tại và từng bước chuẩn bị cho những vai trò lớn hơn trong tương lai.

“QUA NHỮNG HOẠT ĐỘNG TRẢI NGHIỆM, TÔI VÀ CÁC BẠN TRONG LỚP PV-NEXT 2025 ĐỀU Ý THỨC RÕ NHỮNG NHIỆM VỤ QUAN TRỌNG MÀ MÌNH CẦN HƯỚNG TỚI TRONG TƯƠNG LAI. VÌ VẬY, MỖI NGƯỜI ĐỀU PHẢI NỖ LỰC NHIỀU HƠN ĐỂ HOÀN THÀNH TỐT KHÓA HỌC, LÀM TỐT CÔNG VIỆC HIỆN TẠI VÀ TỪNG BƯỚC ĐÓNG GÓP NHIỀU HƠN CHO ĐƠN VỊ, CHO TẬP ĐOÀN VÀ CHO ĐẤT NƯỚC”.



Câu chuyện về “Nhà máy thông minh” Đạm Cà Mau thu hút sự quan tâm của các học viên PV-NEXT



The delegation tours Ca Mau GPP Gas Processing Plant

JOURNEY OF GROWTH FOR “FUTURE LEADERS” OF PETROVIETNAM

There are journeys intended not just for seeing and hearing, but for understanding and re-evaluating one’s own work in a bigger panorama.

◀ H. HANH

This was what could be sensed about the field trip of the “Petrovietnam Future Leaders 2025” (PV-NEXT 2025) class. Held in late March at gas, power, and fertilizer facilities in the Southwestern region, the journey was brief but impactful. It allowed 60 trainees

to realize that their daily figures and reports are actually part of a living, breathing system operating tirelessly for national energy security.

Finding oneself in value chain The first stop was Song Hau 1 Thermal Power Plant. The atmosphere at the plant blended technical precision with

youthfulness, as the “Next-Power Generation” exchange program coincided with the Youth month.

Moving away from rigid seminars, the discussion on electricity unfolded in an open space. Young professionals directly operating the national grid spoke with Petrovietnam’s “future leaders.” Questions

delved deep into power industry technicalities, and speakers shared honest insights into operational challenges.

The group then move from the briefing room to the plant where two 600 MW units operated steadily, turning theoretical technical parameters into tangible real “product”. However, what made quite a lot of trainees most surprised was not the capacity or technology, but by the plant’s cleanliness.

The port area, where coal is imported and slag is exported, showed virtually no signs of environmental emission. Fly ash is collected in a closed system and transported directly to vessels. This small detail highlighted the plant’s methodical and professional operations.

Leaving Song Hau, the PV-NEXT 2025 class continued to Ca Mau Gas-Power-Fertilizer Complex. The impression here was less about scale and more about a production space with its own rhythm. Greenery and gardens tended by Youth Union members were interspersed among turbines, pipelines, and stacks. Here, concepts like “value chains” and “industry linkages” were no longer just theories.

One trainee shared that while their work previously hinged around reports and analytical data, standing in the plant changed everything. Seeing the electricity generated and bags of fertilizer ready for transportation to farmers made their role clear. Work was no longer a series of disconnected spreadsheets, but a part of a continuous flow. For many, seeing the “end product” provided the strongest possible motivation.

Conversations without barriers

A notable aspect of the trip was the closing of the gap between “trainees” and “practitioners.”

At Ca Mau Fertilizer Plant, the “Smart Factory” discussion

went beyond highlighting achievements. It delved into the actual experience of implementation, from obstacles to solutions. One brief saying shared resonated deeply among the trainees: “It’s not that you can’t do it; it’s that you haven’t done it yet. Once you start, you will find a way.”

These exchanges, characterized by inspiration rather than mere instruction, defined the unique value of the trip.

Walking through the plants and meeting those who operate the energy system, many trainees

Human Resources Management Department Le Thi Lam Tra noted that the trip was a vital shift in how trainees perceive their roles.

After completing the theoretical content, the field trip with field contents, from power generation to gas and fertilizer, helps trainees see beyond individual tasks. Every position is now viewed as part of the broader industrial-energy flow.

As Tra put it, these first-hand experiences and open dialogues helped trainees better recognize the value of their work. Understanding their place in the value chain strengthens their



According to Deputy Head of Petrovietnam’s Human Resources Management Department Le Thi Lam Tra, the trip is a key turning point in how trainees perceive their work

expressed a shared sense of pride. This was not a superficial slogan, but a pride rooted in realizing that their work, regardless of their positions, contributes to a larger system. It is a system that produces not just electricity and fertilizer, but also supports the livelihoods of millions. This direct contact with reality made concepts like responsibility, mission, and energy security be no more abstract.

Deputy Head of Petrovietnam’s

pride and spirit of dedication. Consequently, learning becomes a self-driven need to perform better and prepare for greater future responsibilities.

“Through these pexperiential activities, my classmates and I clearly understand the important tasks we must aim for. Therefore, each of us must strive harder to complete the course, excel in our current roles, and contribute more to our units, the Group, and the country,” she shared./.



Các đại biểu tham gia Lễ đặt tên giàn khoan tự nâng đa năng PV DRILLING IX

PV DRILLING ĐẶT TÊN GIÀN KHOAN TỰ NÂNG ĐA NĂNG PV DRILLING IX

Việc đặt tên giàn PV DRILLING IX mở ra chặng đường vận hành mới, bổ sung vào đội hình 7 giàn khoan của PV Drilling, gồm 6 giàn khoan tự nâng (jack-up) và 1 giàn khoan nước sâu (TAD).

KỶ VỌNG BỔ SUNG NĂNG LỰC THẨM ĐÒ KHAI THÁC DẦU KHÍ

Sáng ngày 27/3, tại Cảng hạ lưu PTSC (phường Rạch Dừa, TP HCM), Tổng công ty Cổ phần Khoan và Dịch vụ Khoan Dầu khí (PV Drilling, mã chứng khoán: PVD), đơn vị thành viên của Tập đoàn Công nghiệp - Năng lượng Quốc gia Việt Nam (Petrovietnam) đã long trọng tổ chức Lễ đặt tên giàn khoan tự nâng đa năng PV DRILLING IX, đánh dấu việc hoàn tất tái khởi

động và sẵn sàng đưa giàn vào hoạt động thương mại từ tháng 4/2026.

Tham dự buổi lễ, về phía Petrovietnam có ông Trần Quang Dũng - Phó Bí thư thường trực Đảng ủy Petrovietnam; các Phó Tổng Giám đốc: Dương Mạnh Sơn, Lê Mạnh Cường; ông Nguyễn Mạnh Kha - Chủ tịch Công đoàn Petrovietnam; cùng lãnh đạo các ban chuyên môn Tập đoàn.

Sự kiện còn có sự hiện diện của nhiều khách hàng, đối tác lớn của PV Drilling như: Vietsovpetro,

PVEP, BIENDONG POC, Zarubezhneft EP Vietnam B.V., JVPC, PVI South, PTSC Supply Base, VRJ Petroleum Company, PETROSETCO, Westwood, ABS...

Phát biểu tại buổi lễ, ông Nguyễn Xuân Cường - Tổng Giám đốc PV Drilling nhấn mạnh, PV Drilling xác định việc chủ động nâng lực kỹ thuật, thiết bị, nhân lực và chất lượng dịch vụ là nền tảng để bảo đảm tự chủ trong cung cấp giàn khoan, đáp ứng nhu cầu thị trường trong tương lai. Hiện, PV Drilling đang cung cấp

dịch vụ cho hơn 10 giàn khoan tại Đông Nam Á; riêng tại Việt Nam đang vận hành 1 giàn sở hữu và thuê thêm 4 giàn tự nâng từ nước ngoài, cho thấy nguồn cung vẫn thiếu hụt đáng kể. Giàn PV DRILLING IX được kỳ vọng sẽ bổ sung năng lực quan trọng, góp phần duy trì ổn định hoạt động thăm dò khai thác dầu khí.

PV DRILLING IX là giàn tự nâng thế hệ mới theo thiết kế JU2000E, tự động hóa cao, thông số kỹ thuật vượt trội, có thể hoạt động ở độ sâu tới 129 m, phù hợp thay thế giàn floater tại các khu vực nước sâu như bể Nam Côn Sơn. Giàn được đóng năm 2016, từng vận hành hiệu quả tại Biển Bắc trước khi được PV Drilling tiếp nhận và tái khởi động. Hành trình đưa giàn về Việt Nam trải qua hơn 12.800 km từ châu Âu về Vũng Tàu vào cuối năm 2025, sau đó nhanh chóng được hoàn thiện nâng cấp.

PV DRILLING IX tích hợp nhiều thiết bị hiện đại từ các nhà cung cấp hàng đầu thế giới như NOV/SLB. Giàn được trang bị các hệ thống khoan tiên tiến nhất, bao gồm công nghệ tự động hóa trong thao tác cần khoan, các thiết bị hỗ trợ khoan song hành và đáp ứng các giếng khoan điều kiện nhiệt độ cao - áp suất cao (HPHT).

Giàn có khả năng hoạt động tại nhiều khu vực như Biển Bắc, Trung Đông và Đông Nam Á. PV DRILLING IX có thể thi công giếng khoan sâu tới 30.000 feet (khoảng 9.144 m) và có sức chứa tối đa 170 nhân sự làm việc trực tiếp trên giàn.

CHẶNG ĐƯỜNG MỚI VẬN HÀNH CÁC GIÀN KHOAN CỦA PV DRILLING

Việc đặt tên giàn PV DRILLING IX không chỉ đánh dấu mốc hoàn tất quá trình tái khởi động mà còn mở ra chặng đường vận hành mới, bổ sung vào đội hình 7 giàn khoan của PV Drilling, gồm 6 giàn khoan tự



Các đại biểu tham quan giàn khoan PV DRILLING IX

nâng (jack-up) và 1 giàn khoan nước sâu (TAD). Dự kiến từ tháng 4/2026, giàn sẽ chính thức cung cấp dịch vụ cho khách hàng trong và ngoài nước, góp phần nâng cao năng lực cạnh tranh của PV Drilling trên thị trường khoan khu vực.

Việc đưa PV DRILLING IX vào vận hành được kỳ vọng sẽ góp phần tăng cường năng lực cung ứng dịch vụ khoan và kỹ thuật giếng khoan của PV Drilling, đáp ứng nhu cầu ngày càng gia tăng của thị trường năng lượng trong nước và khu vực.

Phát biểu tại buổi lễ, ông Lê Mạnh Cường - Phó Tổng Giám đốc Petrovietnam ghi nhận và đánh giá cao sự nỗ lực, quyết tâm của PV Drilling trong việc chuẩn bị và đưa giàn khoan vào vận hành.

Phó Tổng Giám đốc Petrovietnam nhận định, thị trường khoan dầu khí trong nước và khu vực đang bước vào chu kỳ phục hồi tích cực, với nhu cầu giàn khoan tăng, công suất sử dụng ở mức cao và giá thuê giàn cải thiện rõ rệt. Đây là cơ hội, đồng thời cũng đặt ra yêu cầu ngày càng cao về năng lực thiết bị, công nghệ và nguồn nhân lực cho cung cấp dịch vụ khoan.

Việc tiếp tục đầu tư, phát triển và chính thức đưa vào vận hành giàn khoan tự nâng PV DRILLING IX là một bước đi có ý nghĩa chiến lược, thể hiện rõ tầm nhìn dài hạn cũng như sự chủ động của PV Drilling trong việc nắm bắt cơ hội từ sự phục hồi mạnh mẽ của thị trường khoan dầu khí./.

TRONG GIAI ĐOẠN TÁI KHỞI ĐỘNG ĐẦU TIÊN TẠI ĐẠN MẠCH TỪ THÁNG 9/2025, PV DRILLING IX ĐÃ HOÀN TẤT KIỂM TRA, VẬN HÀNH VÀ CHẠY THỬ CÁC HỆ THỐNG QUAN TRỌNG THEO TIÊU CHUẨN CỦA TỔ CHỨC ĐĂNG KIỂM ABS, BAO GỒM HỆ THỐNG AN TOÀN, THIẾT BỊ NÂNG HẠ, ĐỘNG CƠ VÀ MÁY PHÁT ĐIỆN. NGÀY 30/10/2025, GIÀN RỜI CẢNG ESBJERG (ĐẠN MẠCH), DI CHUYỂN ĐẾN ROTTERDAM (HÀ LAN) TRƯỚC KHI ĐƯỢC VẬN CHUYỂN VỀ VIỆT NAM BẰNG TÀU CHUYÊN DỤNG. SAU HÀNH TRÌNH HƠN 12.800 HẢI LÝ, GIÀN ĐÃ CẬP CẢNG VŨNG TÀU AN TOÀN VÀO NGÀY 25/12/2025.

PV DRILLING: NAME GIVEN TO **MULTIPURPOSE JACK-UP RIG**

That PV Drilling gave the name PV DRILLING IX to a new multipurpose jack-up rig has opened a new operational chapter, expanding PV Drilling's fleet to seven rigs, including six jack-ups and one tender assist drilling (TAD) unit.

EXPANDING OIL AND GAS EXPLORATION AND PRODUCTION CAPACITY

On the morning of March 27, at the PTSC Downstream Port in Rach Dua Ward of Ho Chi Minh City, PetroVietnam Drilling and Well Service Corporation (PV Drilling, stock code: PVD), a subsidiary of the Vietnam National Industry - Energy

Group (Petrovietnam), solemnly held the naming ceremony for the multipurpose jack-up rig PV DRILLING IX. The event marked the completion of the rig's reactivation, signaling its readiness for commercial operations starting April 2026.

Distinguished attendees from Petrovietnam included Permanent Deputy Secretary of

Petrovietnam Party Committee Tran Quang Dung; Vice Presidents Duong Manh Son and Le Manh Cuong; Chairman of the Petrovietnam Trade Union Nguyen Manh Kha; and leaders from various departments and agencies under the group.

The ceremony also welcomed major clients and partners of PV Drilling, such as Vietsovetro, PVEP, BIENDONG POC, Zarubezhneft EP Vietnam B.V., JVPC, PVI South, PTSC Supply Base, VRJ Petroleum Company, PETROSETCO, Westwood, and ABS.

Speaking at the ceremony, PV Drilling President & CEO Nguyen Xuan Cuong emphasized that proactively managing technical capacity, equipment, human resources, and service quality is the foundation for ensuring autonomy in rig supply and meeting future market demands. Currently, PV Drilling provides services for over 10 rigs across Southeast Asia. In Vietnam alone, the corporation operates one owned rig and four chartered jack-ups from abroad, indicating a significant supply deficit. PV DRILLING IX is expected to provide critical capacity,





contributing to the stability of oil and gas exploration and production activities.

PV DRILLING IX is a new-generation jack-up rig based on the JU2000E design, featuring high automation and superior technical specifications. It can operate in the water depth of up to 129 meters, making it a suitable replacement for floaters in deep-water areas like Nam Con Son Basin. Built in 2016, the rig operated effectively in the North Sea before being acquired and reactivated by PV Drilling. The journey to Vietnam covered a distance of over 12,800 km from Europe to Vung Tau in late 2025, followed by rapid upgrades.

The rig integrates modern equipment from world-leading suppliers, such as NOV and SLB. It is equipped with advanced drilling systems, including automated pipe-handling technology and high-temperature and high-pressure (HTHP) drilling technology.

Designed to operate in diverse regions, including the North Sea, the Middle East, and Southeast Asia, PV DRILLING IX can reach the drilling depths of up to 30,000 feet (approximately

9,144 meters) and accommodate up to 170 personnel.

NEW CHAPTER FOR PV DRILLING'S RIG OPERATIONS

The name PV DRILLING IX not only marks the completion of the reactivation process, but also opens a new operational phase, bringing PV Drilling's fleet to seven rigs: six jack-ups and one TAD unit. Starting April 2026, the rig is scheduled to officially provide services to domestic and international clients, enhancing PV Drilling's competitiveness in the regional drilling market.

The deployment of PV DRILLING IX is expected to bolster the capacity of PV Drilling in providing well drilling and technical services, meeting the growing demands of the domestic and regional energy markets.

Petrovietnam Vice President Le Manh Cuong praised PV Drilling for its efforts and determination in preparing and commissioning the rig. He noted that the domestic and regional drilling markets are in a positive recovery cycle, characterized by increased rig demands, high utilization rates, and significantly improved day rates. While

this presents an opportunity, it also sets higher standards for equipment, technology, and human resources.

The continued investment and official commissioning of PV DRILLING IX make a strategic move, demonstrating PV Drilling's long-term vision and proactivity in capturing opportunities from the robust recovery of the oil and gas drilling market.

IN THE INITIAL REACTIVATION PHASE IN DENMARK STARTING SEPTEMBER 2025, PV DRILLING IX UNDERWENT INSPECTIONS AND SEA TRIALS FOR CRITICAL SYSTEMS, INCLUDING SAFETY, LIFTING, ENGINES, AND GENERATORS. ALL WERE DONE UNDER ABS CLASSIFICATION STANDARDS. ON OCTOBER 30, 2025, THE RIG LEFT ESBJERG, DENMARK, FOR ROTTERDAM, NETHERLANDS, BEFORE BEING TRANSPORTED TO VIETNAM VIA A HEAVY-LIFT VESSEL. AFTER A JOURNEY OF OVER 12,800 NAUTICAL MILES, THE RIG ARRIVED SAFELY AT VUNG TAU PORT ON DECEMBER 25, 2025.



PVEP NÂNG CAO TÍNH CHỦ ĐỘNG VÀ KHẢ NĂNG **THÍCH ỨNG TRONG QUẢN TRỊ**

Trong bối cảnh thị trường năng lượng thế giới biến động mạnh, chi phí dịch vụ dầu khí và logistics gia tăng, Tổng công ty Thăm dò Khai thác Dầu khí (PVEP), đơn vị thành viên của Petrovietnam vẫn duy trì nhịp độ sản xuất an toàn, ổn định, hoàn thành vượt mức nhiều chỉ tiêu chủ yếu trong quý I/2026.

◀ PHƯƠNG NGÀ

CHỦ ĐỘNG, THÍCH ỨNG TRONG QUẢN TRỊ

Bước vào năm 2026, PVEP đối mặt với không ít thách thức khi tình hình địa chính trị toàn cầu tiếp tục diễn biến phức tạp, giá dầu biến động mạnh, rủi ro đứt gãy chuỗi cung ứng thiết bị và dịch vụ dầu khí vẫn hiện hữu. Trong bối cảnh đó, tổng công ty đã bám sát diễn biến thị trường, chủ động quản trị rủi ro chi phí và tiến độ, đồng thời tận dụng điều kiện thuận lợi của giá dầu để duy trì sản lượng khai thác ổn định, nâng cao hiệu quả sản xuất, kinh doanh.

Dấu ấn nổi bật nhất trong quý

I/2026 là công tác vận hành, khai thác dầu khí được duy trì an toàn, liên tục và tối ưu. Uptime trung bình toàn hệ thống đạt 99,74%. Các dự án đã chủ động tối ưu thời gian dừng mỏ và bảo dưỡng tại nhiều lô trọng điểm như: 05-1(a), 11-2, 433a & 416b. Riêng công tác bảo dưỡng máy nén khí được rút ngắn khoảng 209 giờ, góp phần gia tăng sản lượng cho PVEP. Cùng với đó, 27 công việc can thiệp giếng đã được triển khai, trong đó có 15 công việc được đẩy sớm từ 1-4 tháng và bổ sung thêm 8 công việc ngoài kế hoạch, giúp gia tăng sản lượng khai thác mỗi ngày.

Nhờ điều hành sát sao, linh hoạt và đồng bộ, PVEP duy trì hoạt động sản xuất, kinh doanh ổn định, an toàn và cơ bản hoàn thành các chỉ tiêu kế hoạch Petrovietnam giao. Trong đó, sản lượng khai thác vượt mức kế hoạch (107%) và tăng mạnh (136%) so với cùng kỳ năm 2025, góp phần bảo đảm nguồn thu và hiệu quả tài chính của Tổng công ty. Về kết quả tài chính, tổng doanh thu đạt 118%, tăng mạnh so với cùng kỳ, chủ yếu nhờ doanh thu dầu khí tăng và doanh thu tài chính vượt kế hoạch; nộp ngân sách nhà nước đạt 180% kế hoạch.



Chủ tịch HĐQTV PVEP Trương Quốc Lâm thăm và kiểm tra hoạt động trên giàn Sứ Tử Vàng.

Bên cạnh đó, PVEP còn chủ động gia tăng sản lượng từ các giếng mới. Đến hết quý I/2026, Tổng công ty đã thi công 9 giếng khoan phát triển khai thác, trong đó đã hoàn thành 5 giếng và đang tiếp tục thi công 4 giếng.

Một điểm nhấn quan trọng trong công tác điều hành quý I/2026 là PVEP đã nâng cao rõ rệt tính chủ động và khả năng thích ứng trong quản trị. Tổng công ty đã hoàn thành xây dựng hệ thống kế hoạch sản xuất, kinh doanh năm 2026, giao KPI và nhiệm vụ trọng tâm tới từng đơn vị; đồng thời thiết lập cơ chế theo dõi, đánh giá theo chu kỳ ngày/tuần/tháng/quý gắn với phân tích thị trường để phục vụ điều hành kịp thời...

Song hành với quản trị điều hành, khoa học công nghệ, đổi mới sáng tạo và chuyển đổi số tiếp tục phát huy vai trò trực tiếp trong hỗ trợ sản xuất. Trong quý I/2026, các giải pháp khoa học, công nghệ và chuyển đổi số đã góp phần gia tăng khoảng 290 nghìn thùng dầu, tương đương khoảng 440 tỷ đồng, thông qua tối ưu mô hình vỉa, ứng dụng công nghệ địa chấn, giảm áp suất khai thác và nâng cao hiệu suất thiết bị. PVEP cũng tiếp tục

đẩy mạnh ứng dụng AI/ML trong minh giải địa chấn, xây dựng cơ sở dữ liệu tích hợp, triển khai ERP, Data Lakehouse, trợ lý ảo và các nền tảng điều hành số. Việc kết hợp giữa quản trị hiện đại và công nghệ mới giúp Tổng công ty nâng cao chất lượng ra quyết định, phản ứng nhanh hơn với biến động thực tế và tối ưu hiệu quả khai thác.

BẢO ĐẢM DUY TRÌ SẢN LƯỢNG KHAI THÁC ỔN ĐỊNH

Bước sang quý II, PVEP tiếp tục triển khai kế hoạch sản xuất kinh doanh trong bối cảnh thị trường năng lượng thế giới còn nhiều biến động, giá dầu có xu hướng dao động do tác động của tăng trưởng kinh tế toàn cầu, chính sách năng lượng của các quốc gia và diễn biến địa chính trị tại một số khu vực trọng điểm. Đồng thời, hoạt động dầu khí trong nước đối mặt với các thách thức về suy giảm sản lượng tự nhiên tại các mỏ hiện hữu, yêu cầu tối ưu chi phí khai thác và đẩy nhanh tiến độ triển khai dự án phát triển mỏ.

Trên cơ sở đó, PVEP tập trung điều hành theo định hướng trọng tâm: bảo đảm duy trì sản lượng khai thác ổn định và tối ưu vận

hành các mỏ hiện hữu; đẩy nhanh tiến độ các dự án phát triển mỏ trọng điểm và các hoạt động thăm dò - thẩm lượng nhằm gia tăng trữ lượng; tăng cường kiểm soát chi phí, nâng cao hiệu quả tài chính và tối ưu danh mục đầu tư; thúc đẩy nghiên cứu, ứng dụng khoa học công nghệ và chuyển đổi số nhằm nâng cao hiệu quả vận hành; chủ động tìm kiếm, đánh giá các cơ hội đầu tư mới trong và ngoài nước phù hợp với chiến lược phát triển PVEP đến năm 2030, tầm nhìn 2050.

Bên cạnh đó, thông qua các giải pháp điều hành đồng bộ, PVEP phấn đấu hoàn thành và vượt các chỉ tiêu kế hoạch năm 2026 do Tập đoàn giao, đặc biệt đối với chỉ tiêu gia tăng trữ lượng, sản lượng khai thác và tài chính.

TỪ KẾT QUẢ QUÝ I, CÓ THỂ THẤY PVEP KHÔNG CHỈ HOÀN THÀNH TỐT NHIỆM VỤ SẢN XUẤT, KINH DOANH MÀ CÒN TIẾP TỤC KHÁNG ĐỊNH VAI TRÒ LÀ LỰC LƯỢNG CHỦ LỰC CỦA PETROVIETNAM TRONG LĨNH VỰC THĂM DÒ, KHAI THÁC.

PVEP ENHANCES PROACTIVITY AND ADAPTABILITY IN GOVERNANCE

In face of the volatility of the global energy markets and rising logistics and oilfield service costs, PetroVietnam Exploration Production Corporation (PVEP), a subsidiary of Petrovietnam, maintained safe and stable operations, with several key targets exceeded in Q1/2026.

PROACTIVENESS AND ADAPTABILITY IN GOVERNANCE

Starting the year 2026, PVEP has faced numerous challenges, including complex global geopolitics, fluctuating oil prices, and persistent risks of supply chain disruptions. In response, the corporation closely monitored market trends, proactively managed cost, risks and progress, and capitalized on favorable oil prices to stabilize output and improve production and business efficiency.

A highlight of Q1/2026 was the safe, continuous, and optimized operation of oil and gas production, with an average system uptime of 99.74%. Projects proactively optimized downtime for maintenance at key blocks, such as 05-1(a), 11-2, 433a, and 416b. Notably, air compressor maintenance was shortened by 209 hours, contributing to increased output.

Additionally, 27 well intervention activities were implemented, including 15 tasks accelerated by 1-4 months and eight unplanned tasks, boosting daily production.

Through rigorous and flexible management, PVEP maintained stable operations and met Petrovietnam's core targets. Production output reached 107% of the plan, a sharp 136% increase over the same period in 2025, ensuring revenue and financial health. The total revenue reached 118% of the target, driven by oil and gas sales and financial income. State budget contributions hit 180% of the plan.

PVEP also focused on increasing output from new wells. By the end of Q1/2026, the corporation worked on nine wells developed for exploitation, completing five with four others in progress.

A key achievement in governance in Q1 was





A key highlight in Q1 management was PVEP's significant improvement in proactivity and adaptability

the significant improvement in proactivity and adaptability. PVEP finalized its business plan in 2026, assigned KPIs and core tasks to each unit, and established a daily/ weekly/ monthly/ quarterly monitoring mechanism integrated with market analysis for timely decision-making.

In tandem with governance, science, technology, innovation, and digital transformation played a direct role in supporting production. In Q1/2026, these solutions added approximately 290,000 barrels of oil, valued at 440 billion VND, through reservoir model optimization, seismic technology applications, and enhanced equipment performance. PVEP continues to integrate AI/ML to seismic interpretation, build integrated databases, and deploy ERP, Data Lakehouse, and digital operating platforms. The combination of modern governance with new technology allows for better decision-making and faster responses to market fluctuations.

PRODUCTION STABILITY ENSURED

In Q2, PVEP will continue its business plan amidst continued energy market volatility driven by

global economic growth, national energy policies, and regional geopolitical developments. Domestically, the sector faces natural decline at existing fields, requiring cost optimization and accelerated field development projects.

PVEP will focus on key orientations, such as maintaining stable production and optimizing existing fields; accelerating key development projects and exploration activities to increase reserves; strengthening cost control and investment portfolio optimization; and promoting R&D and digital transformation. The corporation will also proactively seek and evaluate new investment opportunities at home and abroad, aligned with its development strategy through 2030, with vision to 2050.

Through comprehensive management solutions, PVEP aims to meet and exceed its targets in 2026, particularly in reserve growth, production output, and financial performance./.

THE RESULTS IN Q1 NOT ONLY SHOW THAT PVEP HAS WELL COMPLETED ITS PRODUCTION AND BUSINESS TASKS, BUT ALSO REAFFIRM PVEP'S POSITION AS PETROVIETNAM'S CORE FORCE IN EXPLORATION AND PRODUCTION./.



PHÚ MỸ

ĐẨY MẠNH XUẤT KHẨU URE KỸ THUẬT, TẬN DỤNG CƠ HỘI GIÁ THẾ GIỚI TĂNG CAO

Nhờ chất lượng ổn định và uy tín thương hiệu, sản phẩm của Phú Mỹ ngày càng được các nhà sản xuất AdBlue quốc tế tin tưởng.

◀ P.N

Trong bối cảnh thị trường phân bón và hóa chất toàn cầu ghi nhận xu hướng tăng giá mạnh, Tổng công ty Phân bón và Hóa chất Dầu khí (PVFCCo) đã chủ động nắm bắt cơ hội, đẩy mạnh hoạt động xuất khẩu sản phẩm ure kỹ thuật với hiệu quả tích cực.

Cụ thể, PVFCCo đã triển khai đơn hàng xuất khẩu 3.300 tấn ure kỹ thuật phục vụ các nhà sản xuất dung dịch AdBlue trên thế giới, với mức giá ấn tượng 900 USD/tấn FOB Phú Mỹ. Đây là mức giá cao so với mặt

bằng chung trên thị trường quốc tế, góp phần nâng cao giá trị gia tăng và hiệu quả kinh doanh của doanh nghiệp.

Thành công này đến từ lợi thế cạnh tranh nổi bật của sản phẩm ure Phú Mỹ, đặc biệt là độ tinh khiết cao, đáp ứng các tiêu chuẩn khắt khe trong sản xuất AdBlue - dung dịch quan trọng trong xử lý khí thải động cơ diesel. Nhờ chất lượng ổn định và uy tín thương hiệu, sản phẩm của Phú Mỹ ngày càng được các nhà sản xuất AdBlue quốc tế tin tưởng, sẵn sàng chấp nhận mức giá tốt để đảm bảo nguồn nguyên liệu đầu vào.

Việc đẩy mạnh xuất khẩu ure kỹ thuật không chỉ giúp Phú Mỹ tối ưu hóa hiệu quả sản xuất, kinh doanh mà còn khẳng định năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp Việt Nam trên thị trường quốc tế, đặc biệt trong các phân khúc sản phẩm có giá trị cao và yêu cầu kỹ thuật khắt khe.

Trong thời gian tới, Phú Mỹ sẽ tiếp tục theo dõi sát diễn biến thị trường, tận dụng các cơ hội thuận lợi để gia tăng sản lượng xuất khẩu, đồng thời không ngừng nâng cao chất lượng sản phẩm nhằm đáp ứng tốt hơn nhu cầu đa dạng của khách hàng toàn cầu./.



Thanks to stable quality and brand reputation, Phu My products are increasingly trusted by international AdBlue manufacturers.

◀ P.N



GLOBAL PRICES RISE, PHU MY BOOSTS EXPORTS OF TECHNICAL-GRADE UREA

Amidst a strong upward trend in global fertilizer and chemical prices, PetroVietnam Fertilizer and Chemicals Corporation (PVFCCo) has proactively seized opportunities to ramp up technical-grade urea exports with positive results.

Specifically, PVFCCo has executed an export order of 3,300 tons of technical-grade urea for global AdBlue manufacturers at an impressive price of \$900 per ton. This premium price compared to international benchmarks

has significantly enhanced the company's added value and business efficiency.

This success stems from the competitive advantages of Phu My urea, particularly its high purity, which meets the stringent standards for AdBlue production - a critical solution for diesel engine emission treatment. Due to consistent quality and brand prestige, international AdBlue producers place increasingly trust in Phu My products and are willing to pay at premium prices to secure their raw material supply.

Boosting technical-grade urea exports not only optimizes Phu My's business performance, but also affirms the competitiveness of Vietnamese enterprises in the international market, especially in high-value, technically demanding product segments.

In the coming time, Phu My will continue to closely monitor market trends and leverage favorable opportunities to increase export volumes. The company also aims to continuously improve product quality to better meet the diverse needs of global customers./.



PVCFC
THỨC ĐẨY TIÊU THỤ,
MỞ RỘNG THỊ TRƯỜNG,
TẠO ĐỘNG LỰC
TĂNG TRƯỞNG MỚI

Với định hướng phát triển dài hạn, Tổng công ty Phân bón Dầu khí Cà Mau (PVCFC), đơn vị thành viên của Tập đoàn Công nghiệp - Năng lượng Quốc gia Việt Nam (Petrovietnam) đang triển khai nhiều giải pháp nhằm thúc đẩy tiêu thụ, mở rộng thị trường trong và ngoài nước.

◀ **NGUYỄN HIỂN**

**TĂNG SỨC CẠNH TRANH
NGAY TỪ THỊ TRƯỜNG NỘI ĐỊA**

Trong bối cảnh nhu cầu phân bón trong nước không tăng mạnh, việc giữ vững thị phần và nâng cao hiệu quả tiêu thụ trở thành nhiệm vụ trọng tâm đối với PVCFC. Doanh nghiệp xác định phát triển sản phẩm phù hợp với nhu cầu thực tế của nông nghiệp là một trong những giải pháp quan trọng.

Theo đó, các dòng sản phẩm NPK chuyên dụng và các loại phân bón có khả năng nâng cao hiệu quả sử dụng dinh dưỡng tiếp tục được nghiên cứu, hoàn thiện. Những sản phẩm như urê ức chế men, urê tan chậm hay các công thức NPK tối ưu cho từng loại cây trồng được kỳ vọng giúp nông dân

tiết giảm chi phí đầu vào và nâng cao năng suất canh tác.

Cùng với phát triển sản phẩm, PVCFC cũng chú trọng đổi mới phương thức kinh doanh. Các chính sách bán hàng được thiết kế linh hoạt hơn, kết hợp với hoạt động truyền thông, quảng bá thương hiệu và tư vấn kỹ thuật nhằm tiếp cận đúng đối tượng khách hàng. Việc mở rộng kênh bán hàng số và các dịch vụ hỗ trợ kỹ thuật cũng được đẩy mạnh để tăng sự gắn kết với người nông dân và hệ thống phân phối.

Ở góc độ hạ tầng thương mại, doanh nghiệp tiếp tục rà soát và tối ưu hệ thống kho bãi, vận chuyển, bảo đảm hàng hóa được phân phối nhanh chóng từ nhà máy đến các vùng sản xuất nông nghiệp trọng điểm.

MỞ RỘNG THỊ TRƯỜNG XUẤT KHẨU

Song song với thị trường nội địa, xuất khẩu tiếp tục là hướng phát triển quan trọng trong chiến lược của PVCFC. Sau khi đã xây dựng được mạng lưới khách hàng tại nhiều quốc gia, doanh nghiệp đặt mục tiêu mở rộng thêm các thị trường mới, đặc biệt là những thị trường có yêu cầu cao về chất lượng nhưng có khả năng mang lại giá trị gia tăng lớn.

Để làm được điều này, PVCFC tăng cường theo dõi diễn biến thị trường quốc tế, đa dạng hóa nguồn thông tin và nâng cao năng lực dự báo nhằm chủ động trong các quyết định kinh doanh. Các điều kiện giao dịch cũng được áp dụng linh hoạt để tối ưu chi phí logistics và nâng cao khả năng cạnh tranh của sản phẩm trên thị trường quốc tế.

Trong dài hạn, doanh nghiệp hướng tới từng bước thiết lập các đầu mối thương mại tại nước ngoài, tạo điều kiện thuận lợi cho hoạt động phân phối và khai thác hiệu quả ưu đãi thương mại tại từng thị trường.

Bên cạnh các thị trường truyền thống, PVCFC cũng đặt mục tiêu mở rộng hoạt động tại khu vực Đông Nam Á và một số quốc gia Nam Á - những thị trường có nhu cầu lớn về vật tư nông nghiệp.

Tại Campuchia, chiến lược được triển khai theo hướng mở rộng hệ thống phân phối và gia tăng độ phủ sản phẩm. Trong khi đó, tại Lào, doanh nghiệp tập trung phát triển các kênh hợp tác với những nông trường và vùng canh tác quy mô lớn. Một số thị trường khác như Myanmar hay Sri Lanka cũng được nghiên cứu để từng bước triển khai hoạt động kinh doanh trong thời gian tới.

Việc mở rộng thị trường khu vực không chỉ giúp tăng sản lượng tiêu thụ mà còn góp phần đa dạng hóa thị trường, giảm phụ thuộc vào một số thị trường truyền thống.

TẠO ĐỘNG LỰC PHÁT TRIỂN DÀI HẠN

Một điểm nhấn đáng chú ý trong chiến lược

phát triển của PVCFC giai đoạn 2026-2030 là việc đẩy mạnh các hoạt động mua bán - sáp nhập doanh nghiệp.

Theo kế hoạch, PVCFC dự kiến thực hiện một số thương vụ M&A trong các lĩnh vực có liên quan đến chuỗi giá trị nông nghiệp, như sản xuất thuốc bảo vệ thực vật, phân bón hữu cơ vi sinh, chế biến nông sản - thực phẩm hoặc các sản phẩm sinh học phục vụ chăn nuôi.

Mục tiêu của chiến lược này là từng bước hình thành hệ sinh thái sản phẩm đa dạng phục vụ nông nghiệp, từ vật tư đầu vào đến các sản phẩm giá trị gia tăng. Đây cũng là hướng đi giúp doanh nghiệp mở rộng lĩnh vực hoạt động, tạo thêm nguồn doanh thu mới và nâng cao khả năng thích ứng trước biến động của thị trường phân bón.

Để triển khai hiệu quả các thương vụ M&A, PVCFC đang hoàn thiện hệ thống quy trình nội bộ, xây dựng đội ngũ chuyên trách và tăng cường hợp tác với các đơn vị tư vấn có kinh nghiệm trong lĩnh vực đầu tư và sáp nhập.

Trong bối cảnh ngành nông nghiệp đang bước vào giai đoạn chuyển đổi mạnh mẽ theo hướng bền vững và ứng dụng công nghệ cao, việc mở rộng thị trường và đa dạng hóa hoạt động kinh doanh trở thành yêu cầu tất yếu đối với các doanh nghiệp phân bón.

Với những định hướng chiến lược về tiêu thụ, xuất khẩu và M&A, PVCFC đang từng bước mở rộng không gian phát triển, hướng tới mục tiêu trở thành doanh nghiệp cung cấp giải pháp toàn diện cho nông nghiệp.

Cùng với sự hỗ trợ và định hướng của Petrovietnam, các chiến lược này được kỳ vọng sẽ tạo nền tảng để PVCFC tiếp tục nâng cao năng lực cạnh tranh, mở rộng thị trường và đóng góp tích cực cho sự phát triển của nông nghiệp Việt Nam trong những năm tới./.



PVCFC BOOSTS CONSUMPTION, EXPANDS MARKETS, AND CREATES NEW GROWTH DRIVERS

With a long-term development orientation, Ca Mau Petroleum Fertilizer Joint Stock Company (PVCFC), a member of Petrovietnam, is implementing various solutions to boost consumption and expand both domestic and foreign markets.

◀ NGUYEN HIEN

COMPETITIVENESS STRENGTHENED IN DOMESTIC MARKET

Amidst stagnant domestic fertilizer demand, maintaining market share and improving consumption efficiency have become core priorities for PVCFC. The company has identified developing products tailored to the practical needs of agriculture as a key solution.

Consequently, specialized NPK product lines and fertilizers designed to improve nutrient use are being researched and refined. Products, such as enzyme-inhibiting urea, slow-release urea, and optimized NPK formulas for specific crops are expected to help farmers reduce input costs and increase yields.

Alongside product development, PVCFC is focusing on innovating its business methods. Sales policies are designed with greater flexibility, combined with brand communication and technical consultancy to reach the right customer segments. The expansion of digital sales channels and technical support

services is also being accelerated to strengthen ties with farmers and the distribution system.

Regarding commercial infrastructure, the enterprise continues to review and optimize its warehouse and transportation systems to ensure goods are distributed rapidly from factories to key agricultural production regions.

EXPANSION OF EXPORT MARKETS

In tandem with the domestic market, exports remain a vital direction in PVCFC's strategy. Having built a customer network across many countries, the company aims to penetrate new markets, particularly those with high quality requirements and the potential for high added value.



The Korea-Vietnam Fertilizer (KVF) plant is a successful M&A deal for PVCFC



To achieve this, PVCFC is intensifying its monitoring of international market trends, diversifying information sources, and enhancing forecasting capabilities to remain proactive in business decisions. Transaction terms are also applied flexibly to optimize logistics costs and enhance product competitiveness globally.

In the long term, the company aims to gradually establish overseas trading hubs to facilitate distribution and effectively leverage trade incentives in each market.

Beyond traditional markets, PVCFC aims to expand those in Southeast Asia and several South

Asian countries, regions with high demand for agricultural inputs.

In Cambodia, the strategy focuses on expanding the distribution system and increasing product coverage. In Laos, the company is prioritizing cooperation with large-scale plantations and farming areas. Other markets, such as Myanmar and Sri Lanka, are also being studied for gradual implementation of business in the near future.

Expansion of market in the region not only increases sales volume, but also contributes to market diversification, reducing reliance on a few traditional markets.

LONG-TERM DEVELOPMENT MOMENTUM NEEDED

A notable highlight in PVCFC's development strategy for the 2026-2030 period is the acceleration of merger and acquisition (M&A) activities.

According to the plan, PVCFC expects to execute several M&A deals in sectors related to agricultural value chains, such as pesticides, organic-microbial fertilizers, agro-food processing, or biological products for livestock.

The goal of this strategy is to gradually form a diverse ecosystem of agricultural products, ranging from input materials to value-added products. This direction will help the company expand its scope of operations, create new sources of revenue, and enhance adaptability to fertilizer market fluctuations.

To effectively implement M&A deals, PVCFC is perfecting its internal processes, building a specialized team, and strengthening cooperation with consultants experienced in investment and acquisitions.

As the agricultural sector enters a phase of strong transformation toward sustainability and high-tech application, expanding markets and diversifying business operations have become essential for fertilizer enterprises.

With strategic orientations in consumption, exports, and M&A, PVCFC is gradually widening its development space, aiming to become a provider of comprehensive agricultural solutions.

Supported by Petrovietnam's guidance, these strategies are expected to provide the foundation for PVCFC to continue enhancing its competitiveness, expanding its market presence, and contributing actively to the development of the agricultural sector of Vietnam in the coming years./.



PVCFC aims to expand operations in Southeast Asia and several South Asian countries

PV GAS

NÂNG CAO NĂNG LỰC HẠ TẦNG, SẴN SÀNG CHO CAO ĐIỂM MÙA KHÔ

Việc Tổng công ty Khí Việt Nam (PV GAS) - đơn vị thành viên của Tập đoàn Công nghiệp - Năng lượng Quốc gia Việt Nam (Petrovietnam) hoàn thành nâng công suất Kho LNG Thị Vải lên mức 288 tấn/giờ có ý nghĩa chiến lược trong bối cảnh chuỗi cung ứng năng lượng toàn cầu tiềm ẩn rủi ro.

GIA TĂNG CÔNG SUẤT TÁI HÓA

Ngày 02/4/2026, Chi nhánh Logistics (đơn vị trực thuộc PV GAS) đã phối hợp cùng các bên liên quan hoàn thành chương trình chạy thử nâng công suất tái hóa Kho LNG Thị Vải, sau các đợt triển khai vào ngày 18 - 19/3 và 01 - 02/4/2026.

Kết quả cho thấy hệ thống vận hành an toàn, ổn định ở mức 288 tấn/giờ (so với công suất thiết kế ban đầu 171 tấn/giờ), tương đương khoảng 9,5 triệu Sm³/ngày, đáp ứng các yêu cầu kỹ thuật và điều kiện vận hành.

Kho LNG Thị Vải vận hành an toàn, ổn định ở mức công suất tái hóa 288 tấn/giờ, tương đương khoảng 9,5 triệu Sm³/ngày. Toàn bộ hệ thống đã được kiểm định, đánh giá theo tiêu chuẩn Việt Nam và quốc tế, với sự giám sát của tổ chức đăng kiểm DNV. Việc nâng công suất giúp PV GAS gia tăng đáng kể năng lực cấp khí, sẵn sàng đáp ứng nhu cầu huy động cho các nhà máy điện theo điều độ của Công ty Vận hành hệ thống điện và thị trường điện quốc gia (NSMO) trong cao điểm mùa khô.

KHẸNG ĐỊNH NĂNG LỰC LÀM CHỦ CÔNG NGHỆ VÀ VẬN HÀNH LNG

Việc vận hành Kho LNG Thị Vải ổn định ở mức công suất cao



Bồn chứa LNG dung tích 180.000m³ của Kho LNG Thị Vải (TP. Hồ Chí Minh)

hơn thiết kế ban đầu đòi hỏi trình độ kỹ thuật và kinh nghiệm vận hành cao. Trong suốt quá trình chạy thử, đội ngũ cán bộ, kỹ sư PV GAS đã duy trì giám sát liên tục 24/7, đảm bảo kiểm soát chặt chẽ các thông số vận hành then chốt như nhiệt độ, áp suất, độ rung và chuyển vị thiết bị. Các thông số kỹ thuật quan trọng đều được theo dõi sát sao và duy trì trong giới hạn cho phép. Việc nâng công suất Kho LNG Thị Vải có ý nghĩa chiến lược trong bối cảnh chuỗi cung ứng năng lượng toàn cầu tiềm ẩn rủi ro. Hạ tầng này tiếp tục đóng vai trò quan trọng trong chuỗi cung cấp khí, góp phần đảm bảo nguồn

nhiên liệu ổn định cho sản xuất điện tại khu vực Đông Nam Bộ.

Đội ngũ cán bộ, kỹ sư và người lao động của PV GAS/PV GAS Logistics đã duy trì chế độ giám sát liên tục 24/7, phối hợp chặt chẽ giữa hiện trường và trung tâm điều khiển.

Với nền tảng hạ tầng ngày càng hoàn thiện, năng lực vận hành được khẳng định và khả năng thích ứng linh hoạt, PV GAS tiếp tục giữ vai trò nòng cốt trong ngành công nghiệp khí Việt Nam, góp phần đảm bảo vững chắc an ninh năng lượng quốc gia và đáp ứng nhu cầu năng lượng ngày càng gia tăng của nền kinh tế.

P.V

PV GAS ENHANCES INFRASTRUCTURE CAPACITY FOR PEAK DEMANDS DURING DRY SEASON

That the capacity of Thi Vai LNG Terminal has been upgraded to 288 tons per hour by Petrovietnam Gas Joint Stock Corporation (PV GAS), a subsidiary of the Vietnam National Industry - Energy Group (Petrovietnam), holds strategic importance amidst the fluctuating global energy supply chain.

REGASIFICATION CAPACITY ENHANCED

On April 2, 2026, PV GAS Logistics, an affiliate of PV GAS, in coordination with relevant partners, successfully completed a trial program to upgrade the regasification capacity of Thi Vai LNG Terminal following testing phases conducted on March 18-19 and April 1-2, 2026.

As the results have confirmed, the system operates safely and stably at 288 tons per hour, up from the original design of 171 tons per hour, equivalent to approximately 9.5 million Sm³/day. This performance meets all technical requirements and operating conditions.

Thi Vai LNG Terminal maintains safe and stable operations at this new regasification peak. The entire system has been inspected and evaluated in line with Vietnamese and international standards under the supervision of the DNV registration organization.

This capacity significantly boost enhances PV GAS's gas supply capabilities, ensuring that it can meet the mobilization demands of power plants as dispatched by the National System and Market Operator (NSMO) during peak periods in dry season.

MASTERY OF LNG TECHNOLOGY AND OPERATIONS ASSERTED

Operating Thi Vai LNG Terminal stably at a capacity exceeding its original design requires high technical expertise and operational experience. Throughout the trial process, PV GAS engineers maintained 24/7 continuous monitoring to ensure strict control over key operational parameters, such as temperature, pressure, vibration, and equipment displacement. All critical technical metrics were closely tracked and kept within safety limits.

Expanding the capacity of the terminal is a strategic move given the inherent risks in global energy supply chains. This infrastructure continues to play a vital role in the gas supply chain, contributing to a stable fuel source for power generation in the Southeastern region.

The team of officers, engineers, and workers at PV GAS and PV GAS Logistics maintained 24/7 monitoring, ensuring seamless coordination between the field and the control center.

With increasingly sophisticated infrastructure, proven operational expertise, and flexible adaptability, PV GAS continues to play a core role in Vietnam's gas industry, making contribution to securing national energy security and meeting the growing energy demands of the economy. **P.V**



VAECO trở thành tổ chức đầu tiên tại Việt Nam được EASA phê chuẩn là Tổ chức đào tạo bảo dưỡng, theo tiêu chuẩn EASA Part 147

VAECO

ĐẠT CHUẨN ĐÀO TẠO

EASA PART 147

Lần đầu tiên một tổ chức tại Việt Nam đạt chứng nhận này, mở ra khả năng đào tạo kỹ sư bảo dưỡng tàu bay theo chuẩn châu Âu ngay trong nước, thay vì phụ thuộc vào các trung tâm đào tạo nước ngoài.

◀ THU HƯỚNG

KHẲNG ĐỊNH VỊ THẾ NHÂN LỰC HÀNG KHÔNG VIỆT NAM TRÊN TRƯỜNG QUỐC TẾ

Là đơn vị thành viên của Vietnam Airlines, Công ty TNHH MTV Kỹ thuật máy bay (VAECO) - đơn vị thành viên của Vietnam Airlines vừa được Cơ quan An toàn Hàng không châu Âu (EASA) phê chuẩn là Tổ chức đào tạo bảo dưỡng theo tiêu chuẩn EASA Part 147 đã khẳng định năng lực tự chủ về nguồn nhân lực chất lượng cao của ngành hàng không Việt Nam trong quá trình hội nhập quốc tế.

Ông Ưông Việt Dũng, Cục trưởng Cục Hàng không Việt Nam cho biết, sự phát triển bền vững, nhanh và tuyệt đối an toàn của ngành hàng không không chỉ đến

từ công nghệ, mà cốt lõi nằm ở con người - đó là tri thức và kỷ luật. Việc VAECO đạt được chứng nhận là minh chứng cho quá trình nỗ lực, trưởng thành nhanh chóng, thể hiện sự đầu tư bài bản cả về công nghệ lẫn nguồn nhân lực, được cụ thể hóa bằng quyết tâm, ý chí và trí tuệ của đội ngũ kỹ sư, người lao động.

Được biết, EASA Part 147 là tiêu chuẩn quốc tế trong lĩnh vực đào tạo kỹ thuật bảo dưỡng tàu bay, cho phép các tổ chức đào tạo kỹ sư bảo dưỡng theo chuẩn châu Âu. Thông qua chương trình này, các kỹ sư có thể được cấp chứng chỉ kỹ xác nhận bảo dưỡng đối với các loại tàu bay quốc tế, đặc biệt là các tàu bay đăng ký tại châu Âu.

Việc một tổ chức tại Việt Nam đạt chứng nhận EASA Part 147 cho thấy năng lực đào tạo kỹ thuật hàng không trong nước đã đáp ứng được các chuẩn mực quốc tế và tiết kiệm được 90% chi phí đào tạo.

Được biết, trong nhiều năm, Vietnam Airlines đã phải cử kỹ sư, nhân viên kỹ thuật ra nước ngoài đào tạo theo tiêu chuẩn EASA Part 147 với chi phí rất cao cho một khóa học. Tuy nhiên, việc trung tâm đào tạo của VAECO đạt chứng nhận này đã giúp chi phí đào tạo giảm xuống chỉ còn khoảng 10% so với trước đây, đồng thời quan trọng hơn là chủ động làm chủ toàn bộ quy trình đào tạo theo tiêu chuẩn khắt khe của EASA.

Ông Trần Quốc Hoài, Tổng giám đốc VAECO, cho biết: “Việc đạt chứng nhận EASA Part 147 là bước tiến quan trọng trong quá trình nâng cao chất lượng nguồn nhân lực kỹ thuật và chuẩn hóa công tác đào tạo bảo dưỡng tàu bay theo các tiêu chuẩn quốc tế. Làm chủ hệ thống đào tạo theo chuẩn châu Âu giúp VAECO chủ động phát triển đội ngũ kỹ sư bảo dưỡng, đồng thời góp phần củng cố nền tảng an toàn khai thác và nâng cao năng lực kỹ thuật của ngành hàng không Việt Nam trong bối cảnh đội tàu bay ngày càng hiện đại”.

Với chứng nhận này, VAECO trở thành tổ chức đầu tiên tại Việt Nam đạt EASA Part 147, đồng thời là một trong bốn đơn vị tại Đông Nam Á sở hữu đồng thời EASA Part 145 và Part 147 cho hoạt động sửa chữa, bảo dưỡng và đào tạo kỹ thuật tàu bay.

“Đây là một trong những yếu tố nền tảng để ngành hàng không phát triển bền vững và từng bước nâng cao khả năng cạnh tranh trong khu vực”, ông Hoài nhấn mạnh.

VỚI NỀN TẢNG TỪ CHỨNG NHẬN EASA PART 147, VAECO ĐANG TỪNG BƯỚC KHẲNG ĐỊNH VAI TRÒ KHÔNG CHỈ LÀ MỘT TỔ CHỨC BẢO DƯỠNG TÀU BAY, MÀ CÒN LÀ TRUNG TÂM ĐÀO TẠO KỸ THUẬT HÀNG KHÔNG ĐẠT CHUẨN QUỐC TẾ, GÓP PHẦN NÂNG TẦM VỊ THẾ CỦA NGÀNH HÀNG KHÔNG VIỆT NAM TRÊN BẢN ĐỒ THẾ GIỚI.

KIỀM ĐỊNH MỤC TIÊU, VƯỢT QUA THÁCH THỨC VỚI CÁC TIÊU CHUẨN KHẮT KHE

Trong bối cảnh ngành hàng không dân dụng toàn cầu đang chuyển mình mạnh mẽ theo hướng tiêu chuẩn hóa và hội nhập sâu rộng, yêu cầu đối với nguồn nhân lực kỹ thuật, đặc biệt trong lĩnh vực bảo dưỡng tàu bay, ngày càng khắt khe, đòi hỏi tuân thủ nghiêm ngặt các chuẩn mực quốc tế về đào tạo và cấp chứng chỉ.

Ông Đặng Ngọc Hòa - Chủ tịch Hội đồng thành viên Vietnam Airlines nhấn mạnh: Với vai trò hãng hàng không quốc gia, Vietnam Airlines xác định, bên cạnh mục tiêu hiệu quả kinh doanh, mà còn phải giữ vững kết nối, duy trì dòng chảy giao thương và củng cố niềm tin của thị trường. Để làm được điều đó, doanh nghiệp phải đi trước trong tiếp cận, tiếp nhận và làm chủ công nghệ, đồng thời không ngừng nâng cao năng lực nội tại.

Trong sinh thái đó, VAECO đã liên tiếp đạt các chứng chỉ quốc tế quan trọng như FAA (Hoa Kỳ) và EASA (châu Âu), và nay tiếp tục trở thành tổ chức đầu tiên tại Việt Nam được phê chuẩn đào tạo bảo dưỡng tàu bay theo tiêu chuẩn EASA Part 147. Đây không chỉ là dấu mốc của riêng Vietnam Airlines, mà còn là thành tựu chung của toàn ngành hàng không Việt Nam.

Ông Đặng Ngọc Hòa cho biết, trong thời gian tới, Vietnam Airlines xác định tiếp tục ưu tiên đầu tư cho con người, nâng cao chất lượng đội ngũ kỹ sư, làm chủ đào tạo và tối ưu vận hành. Đây là yếu tố then chốt tạo nền tảng vững chắc cho sự phát triển lâu dài, bền vững của doanh nghiệp và của cả ngành hàng không Việt Nam./.

VAECO

MEETS EASA PART 147 TRAINING STANDARDS

◀ By **THU HUONG**

For the first time, a Vietnamese organization has secured EASA Part 147 certification, enabling domestic aircraft maintenance engineer training to be certified under European standards and ending reliance on foreign training centers.

AFFIRMING GLOBAL STANDING OF VIETNAMESE AVIATION PERSONNEL

Vietnam Airlines Engineering Company (VAECO), a subsidiary of Vietnam Airlines, has recently been approved by the European Union Aviation Safety Agency (EASA) as an EASA Part 147 maintenance training organization. This milestone confirms the Vietnamese aviation industry's capacity for high-quality human resource autonomy during international integration.

According to Director General of the Civil Aviation Authority of Vietnam (CAAV) Uong Viet Dung, the sustainable, rapid, and safe development of the aviation sector stems not only from technology, but also fundamentally from knowledge and discipline. That VAECO earned the certification this time serves as evidence of its rapid growth and systematic investment in both technology and personnel, realized through the determination and expertise of its engineers and staff.

EASA Part 147 is an international standard for aircraft maintenance technical training, allowing organizations to train engineers to European benchmarks. Through this program, engineers can be licensed to certify maintenance for aircraft, particularly those registered in Europe.

Achieving EASA Part 147 certification demonstrates that domestic aviation technical training meets international standards and can reduce training costs by 90%. For years, Vietnam Airlines had to send engineers and technicians abroad for EASA Part 147 training at high expense. With VAECO's training center certified now, costs are expected



Announcement Ceremony - EASA Part 147 maintenance Training organisation Certificate

to drop to approximately 10% of the previous levels, while, more importantly, allowing the company to master the entire training process under strict EASA standards.

CEO of VAECO Tran Quoc Hoai held that, “Achieving EASA Part 147 certification is a vital step in enhancing the quality of our technical workforce and standardizing aircraft maintenance training in line with international standards. Mastering a European-standard training system allows VAECO to proactively develop its maintenance team, strengthening operational safety and technical capacity as our fleet has been increasingly modern.”

With this certification, VAECO is the first organization in Vietnam to achieve the EASA Part 147 status. It is also one of the only four units in Southeast Asia to simultaneously hold EASA Part 145 and Part 147 certifications for aircraft repair, maintenance, and technical training. “This is a foundational element for the sustainable development of the aviation industry and for gradually improving regional competitiveness,” Hoai emphasized.

CONSISTENT GOALS UNDER STRICT STANDARDS


As the global civil aviation industry shifts toward deeper integration and standardization, requirements for technical personnel, especially in aircraft maintenance, have been getting increasingly stringent. Strict compliance with international standards for training and certification is now mandatory.

Chairman of the Board of Directors of Vietnam Airlines Dang Ngoc Hoa emphasized that as a national flag carrier, Vietnam Airlines balances business efficiency with maintaining trade flows and market confidence. To achieve this, the enterprise must lead in adopting and mastering technology while continuously enhancing internal capabilities.

Within this ecosystem, VAECO has consistently earned major international certifications, such as FAA (USA) and EASA (Europe). Becoming the first organization in Vietnam to be approved for EASA Part 147 training is not only a milestone for Vietnam Airlines, but also a common achievement for the entire Vietnamese aviation industry.

Hoa noted that Vietnam Airlines will continue to prioritize investment in personnel, improving engineer quality, mastering training, and optimizing operations. These are the key factors in building a solid foundation for the long-term, sustainable development of both the company and the national aviation sector./.

WITH THE EASA PART 147 CERTIFICATION RECENTLY EARNED, VAECO IS ASSERTING ITS ROLE NOT ONLY AS AN AIRCRAFT MAINTENANCE ORGANIZATION, BUT ALSO AS AN INTERNATIONALLY-STANDARDIZED AVIATION TECHNICAL TRAINING CENTER, ELEVATING THE STATUS OF VIETNAM'S AVIATION SECTOR ON THE GLOBAL MAP./.



Khách quốc tế tại Hà Nội

DU LỊCH VĂN HÓA, LỊCH SỬ

Động lực tăng trưởng trong kỷ nguyên mới

TIỀM NĂNG LỚN VỀ DU LỊCH VĂN HÓA, LỊCH SỬ

Việt Nam không chỉ được thiên nhiên ưu đãi mà còn là một trong những quốc gia sở hữu bề dày lịch sử hàng nghìn năm gắn với một hệ thống di sản văn hóa đa dạng, phong phú và giàu bản sắc. Từ nền văn minh lúa nước hình thành trên châu thổ sông Hồng, qua các triều đại phong kiến. Đặc biệt, những cuộc kháng chiến giành độc lập, thống nhất đất nước cho đến giai đoạn hội nhập quốc tế sâu rộng hiện nay, mỗi lớp trầm tích lịch sử đều để lại dấu ấn đậm nét trong đời sống văn hóa, lịch sử dân tộc.

Đồng bằng sông Hồng “cái nôi” của văn minh lúa nước, là nơi lưu giữ nhiều giá trị tiêu biểu của văn hóa Việt. Từ Hoàng thành Thăng Long đến tín ngưỡng thờ cúng Hùng Vương, từ những làn điệu quan họ, ca trù, hát xoan đến hệ thống bia tiến sĩ tại Văn Miếu - Quốc

Tử Giám... Tất cả tạo nên một không gian văn hóa đặc biệt, nơi du khách không chỉ tham quan mà còn “chạm” vào chiều sâu lịch sử.

Cùng với đó là hệ thống làng nghề truyền thống trải dài từ Bắc vào Nam như: gốm Bát Tràng, lụa Vạn Phúc, sơn mài Hạ Thái, đá mỹ nghệ Non Nước hay gốm Bàu Trúc... không chỉ tạo ra sản phẩm thủ công tinh xảo mà còn kể những câu chuyện về lịch sử, nghề nghiệp và đời sống của người Việt. Mỗi làng nghề trở thành một điểm đến du lịch hấp dẫn, nơi du khách vừa trải nghiệm, vừa tham gia vào quá trình sáng tạo.

Một điểm nhấn quan trọng khác là hệ thống lễ hội và đời sống tín ngưỡng phong phú. Hàng trăm lễ hội lớn nhỏ diễn ra quanh năm, đặc biệt vào dịp đầu xuân, đã trở thành “sợi dây” kết nối cộng đồng và là sản phẩm du lịch đặc sắc. Đặc biệt, Giỗ Tổ Hùng Vương - Lễ hội Đền Hùng (10/3 Âm lịch) là biểu tượng

Trong bối cảnh thực hiện Nghị quyết 80-NQ/TW, phát triển du lịch văn hóa, lịch sử chính là con đường để biến nguồn lực văn hóa thành động lực tăng trưởng mới.

◀ HOA QUỲNH

thiên liêng của tinh thần “uống nước nhớ nguồn”, là minh chứng rõ nét cho giá trị độc đáo của văn hóa Việt Nam trên bản đồ thế giới. Cùng với đó, ẩm thực Việt Nam với sự tinh tế, hài hòa và giàu bản sắc đã trở thành “đại sứ văn hóa” đặc biệt, góp phần nâng cao sức hấp dẫn của du lịch.

TỪ TIỀM NĂNG ĐẾN SẢN PHẨM

Với tiềm năng văn hóa, bề dày lịch sử, Việt Nam liên tục được vinh danh tại các giải thưởng du lịch quốc tế với các danh hiệu như điểm đến di sản, điểm đến văn hóa hay điểm đến ẩm thực hàng đầu. Đây cũng chính là “đòn bẩy” quan trọng để du lịch Việt Nam có sự phục hồi, tăng trưởng ấn tượng trong năm 2025, đặc biệt tháng 3/2026, Việt Nam đã đón gần 2,1 triệu lượt khách quốc tế, nâng tổng số khách trong quý I lên 6,76 triệu lượt, tăng 12,4% so với cùng kỳ năm 2025. Kết quả này là mức cao nhất trong quý I từ trước đến nay, đồng thời đánh dấu lần đầu tiên 3 tháng liên tiếp Việt Nam đón trên 2 triệu lượt khách quốc tế mỗi tháng.

Tuy nhiên, dù sở hữu nguồn tài nguyên dồi dào, nhưng thực tế cho thấy du lịch văn hóa, lịch sử Việt Nam vẫn chưa phát triển tương xứng với tiềm năng. Ông Phạm Hải Quỳnh - Viện trưởng Viện Phát triển du lịch châu Á (ATI) cho rằng, một trong những hạn chế lớn nhất là sự trùng lặp, thiếu sáng tạo trong sản phẩm. Trong khi đó, xu hướng du lịch hiện đại cho thấy du khách không còn chỉ tìm kiếm cảnh đẹp mà ngày càng quan tâm đến chiều sâu văn hóa và trải nghiệm cá nhân.

Theo các chuyên gia, chìa khóa của du lịch văn hóa nằm ở việc “kể chuyện”. Mỗi di tích, mỗi làng nghề, mỗi lễ hội đều chứa đựng những câu chuyện riêng. Vấn đề là làm thế nào để kết nối những câu chuyện đó thành một hành trình có ý nghĩa, giúp du khách không chỉ “xem” mà còn “cảm” và “hiểu”. Đơn cử như sản phẩm du lịch gây ấn tượng mạnh với du khách như tour “Giải mã Hoàng thành Thăng Long”, “Tinh hoa Bắc Bộ” hay “Ký ức Hội An”.



Văn Miếu - Quốc Tử Giám, di sản văn hóa tiêu biểu

Bên cạnh đó, từ góc độ doanh nghiệp, theo ông Lê Công Năng - Chủ tịch Công ty WonderTour, sự thiếu liên kết giữa các địa phương và giữa các khâu trong chuỗi giá trị du lịch cũng là “điểm nghẽn” khai thác giá trị văn hóa, lịch sử trong du lịch. Nhiều sản phẩm vẫn được khai thác đơn lẻ, chưa hình thành các tuyến, điểm du lịch liên hoàn. Điều này không chỉ làm giảm sức hấp dẫn mà còn gây lãng phí nguồn lực. Việc tăng cường liên kết vùng, kết nối các điểm đến và “bắt tay” với các doanh nghiệp lữ hành là yếu tố then chốt để mở rộng thị trường và nâng cao hiệu quả khai thác.

Cùng với đó, ông Phạm Hải Quỳnh nêu, cần đẩy mạnh đầu tư hạ tầng, đặc biệt ở những địa phương giàu tài nguyên văn hóa nhưng còn khó khăn về kinh tế, xã hội. Hạ tầng giao thông, cơ sở lưu trú, dịch vụ hỗ trợ... là điều kiện cần để biến tiềm năng thành sản phẩm thực tế. Một yếu tố không thể thiếu là vai trò của cộng đồng. Người dân không chỉ là chủ thể sáng tạo văn hóa mà còn là người trực tiếp tham gia và hưởng lợi từ hoạt động du lịch. “Việc bảo đảm hài hòa lợi ích giữa các bên sẽ tạo động lực để cộng đồng tích cực tham gia bảo tồn và phát huy giá trị di sản”, ông Quỳnh cho hay./.

DU LỊCH KHÔNG CHỈ LÀ MỘT NGÀNH KINH TẾ MÀ CÒN LÀ “CẦU NỐI” ĐƯA VĂN HÓA VIỆT NAM RA THẾ GIỚI. KHI ĐƯỢC KHAI THÁC ĐÚNG HƯỚNG, MỖI DI SẢN, MỖI CÂU CHUYỆN VĂN HÓA SẼ TRỞ THÀNH MỘT “ĐẠI SỨ”, GÓP PHẦN XÂY DỰNG HÌNH ẢNH VIỆT NAM GIÀU BẢN SẮC, THÂN THIỆN VÀ HẤP DẪN.



“Hoi An Memories” vividly reenacts the flow of culture and history - Photo: Illustrative images

CULTURAL AND HISTORICAL TOURISM A GROWTH ENGINE IN NEW ERA

◀ By HOA QUYNH

As outlined in Resolution No.80-NQ/TW of the Party, developing cultural and historical tourism is the strategic path towards transforming cultural resources into a new driver for economic growth.

CULTURAL AND HISTORICAL TOURISM A GREAT POTENTIAL TO TAP

Vietnam is not only blessed by nature, but is also one of the nations with a millennia-old history deeply-imbued with diverse, rich, and strong-identity cultural heritage elements. From the wet rice civilization formed in the Red River Delta through the feudal age to the struggles for independence and national reunification, and today’s era of deep international integration, every historical layer has left a profound mark on the nation’s cultural and historical life.

The Red River Delta, the “cradle” of the wet rice civilization, preserves many representative values of the Vietnamese culture. From the Thang Long Imperial Citadel to the Hung Kings’ worship rituals; from the melodies of Quan ho, Ca tru, and Xoan singing to the doctoral stelae at Van Mieu - Quoc Tu Giam (Temple of Literature - First National University), and more, all bring a unique cultural space where visitors not only sightsee, but sense the depths of history.

Alongside this is a system of traditional craft villages spanning from the North to the South, such as Bat Trang ceramics, Van Phuc silk, Ha Thai lacquerware, Non Nuoc stone carving, or Bau Truc pottery craft villages. These villages not only produce exquisite handicrafts,

but also tell historical stories of craftsmanship and Vietnamese life. Each village is an attractive tourist destination where visitors can both experience and join the creative process.

Another important highlight is the rich system of festivals and religious life. Hundreds of festivals held year-round, especially during the lunar New Year, connect the community and serve as a unique tourism product. Notably, the Hung Kings' Temple Festival held on March 10th in the lunar calendar is a sacred event, symbolizing the "When drinking water, remember its source" spirit and clear evidence of the unique values of the Vietnamese culture on the global map. Furthermore, Vietnamese cuisine, with its sophistication, harmony, and identity, has become a special "cultural ambassador," making the land more appealing to tourists.

FROM POTENTIAL TO PRODUCTS

With its cultural potential and historical depth, Vietnam is often honored at international tourism awards as a leading heritage, culture, and culinary destination. This serves as a vital leverage for the recovery and impressive growth of the tourism sector in 2025. Especially, in March 2026, Vietnam welcomed nearly 2.1 million international arrivals, bringing the total number in the first quarter to 6.76 million, a 12.4% increase over the same period in 2025. This is the highest first-quarter figure to date, marking the first time Vietnam has welcomed over 2 million international tourists per month for three consecutive months.

However, despite abundant resources, Vietnam's cultural and historical tourism sector has yet to develop in tandem with its potential. Director of the Asian Tourism Development Institute (ATI) Pham Hai Quynh held that one of the biggest limitations is the duplication and a lack of creativity in products. Meanwhile, modern tourism now shows that visitors are no longer just looking for beautiful scenery. They are increasingly interested in cultural depth and personal experiences.

According to experts, the key to cultural tourism lies in "storytelling." Every monument, craft village, and festival contains its own story. The challenge is how to connect those stories into a meaningful journey, helping visitors not only "see," but also "feel" and "understand." Examples of tourism products that have made a strong impression include the "Decoding Thang Long Imperial Citadel" tour, "The Quintessence of Tonkin," and "Hoi An Memories."

From the corporate perspective, Chairman of WonderTour Le Cong Nang noted that the lack of linkage between localities and stages in the tourism

Hung Kings' Temple Festival a sacred event of the nation



value chain is a "bottleneck" in tapping cultural and historical values. Many products are still employed individually without forming continuous routes or destinations. This not only reduces attractiveness, but also wastes resources. Strengthening regional connections, linking destinations, and collaborating with travel agencies are key factors to expanding markets and improving exploitation efficiency.

Additionally, ATI Director Pham Hai Quynh stated that infrastructure investment needs to be stepped up, especially in localities rich in cultural resources but facing socio-economic difficulties. Transport infrastructure, accommodation, and support services are essential for turning potential into actual products. An indispensable factor is the role of the community. Local people are not only the subjects of cultural creation, but also direct participants and beneficiaries from tourism activities. "Ensuring harmony of interests among parties will create the motivation for the community to actively participate in preserving and promoting heritage values," Quynh said./.

TOURISM IS NOT ONLY AN ECONOMIC SECTOR, BUT ALSO A "ROAD" THAT BRINGS THE VIETNAMESE CULTURE TO THE WORLD. WHEN EMPLOYED IN THE RIGHT DIRECTION, EVERY HERITAGE SITE AND CULTURAL STORY WILL BECOME AN "AMBASSADOR," CONTRIBUTING TO BUILDING AN IMAGE OF VIETNAM, A COUNTRY THAT IS RICH IN CULTURAL IDENTITY, FRIENDLY, AND ATTRACTIVE.



PETROVIETNAM

TẬP ĐOÀN CÔNG NGHIỆP - NĂNG LƯỢNG QUỐC GIA VIỆT NAM

**NĂNG
LƯỢNG**



**CÔNG
NGHIỆP**



**DỊCH VỤ
KỸ THUẬT
CHẤT LƯỢNG CAO**

NĂNG LƯỢNG CHO PHÁT TRIỂN



Nhà thầu khoan Việt Nam

tiên phong trong ngành khoan dầu khí



**TỔNG CÔNG TY CỔ PHẦN KHOAN
VÀ DỊCH VỤ KHOAN DẦU KHÍ**

Lầu 4, Sailing Tower, 111A Pasteur,
Phường Sài Gòn, Tp. Hồ Chí Minh,
Việt Nam

Tel: +84 - 28 - 39 142 012

Fax: +84 - 28 - 39 142 021 / 39 142 022

Web: www.pvdrilling.com.vn

PHUMY
Cho mùa bội thu

HỮU CƠ PHUMY



Hồi sinh đất
Bật sức cây

SẢN PHẨM CỦA TỔNG CÔNG TY PHÂN BÓN
VÀ HOÁ CHẤT ĐẦU KHÍ - CTCP (PVFCCO)

Địa chỉ
PHUMY Tower, Số 43 Mạc Đĩnh Chi, Phường Sài Gòn, TP. Hồ Chí Minh

Web
www.dpm.vn

Điện thoại
028 38 256 258

Động lực nền tảng 
chuỗi giá trị Dầu khí



Năng lực điều hành
hoạt động dầu khí
khắp toàn cầu

Chuyên nghiệp,
hiệu quả, đóng góp
quan trọng cho
phát triển kinh tế
đất nước

Cam kết mạnh mẽ,
hành động trách nhiệm
vì một môi trường
bền vững

Góp phần
tích cực đảm bảo
an sinh xã hội,
an ninh năng
lượng quốc gia



TỔNG CÔNG TY THĂM DÒ KHAI THÁC DẦU KHÍ
www.pvep.com.vn

Trụ sở: Tầng 26, Tòa nhà CharmVit, 117 Trần Duy Hưng, Yên Hòa, Hà Nội | Tel: 024 - 37726001 | Fax: 024 - 37726027 | Email: pvep.hn@pvep.com.vn



PHẤN BÓN CÀ MAU®
HẠT NGỌC MÙA VÀNG

Chung Một Niềm Tin Vườn Mình Phát Triển



WWW.PVCFC.COM.VN

Quét QR CODE
tìm hiểu thêm thông tin





VẬN CHUYỂN
DẦU THÔ



VẬN CHUYỂN
DẦU SẢN PHẨM/HÓA CHẤT



VẬN TẢI
KHÍ HÓA LỎNG



VẬN TẢI
HÀNG RỜI (THAN)



DỊCH VỤ
KỸ THUẬT DẦU KHÍ



DỊCH VỤ
HÀNG HẢI VÀ LOGISTICS



TỔNG CÔNG TY CỔ PHẦN VẬN TẢI DẦU KHÍ

Tầng 2, Tòa nhà Phú Mỹ, số 43 Mạc Đĩnh Chi, phường Sài Gòn, TP. HCM

ĐT: +84 28 3911 1301 | Fax: +84 28 3911 1300 | Mail: info@pvtrans.com | Web: www.pvtrans.com

TỔNG CÔNG TY KHÍ VIỆT NAM

HÀNH TRÌNH THẮP LỬA NON SÔNG





CHIẾN LƯỢC BỨT TỐC

tại THỊ TRƯỜNG MIỀN NAM

Tiếp nối thành công từ thị trường miền Bắc, KITA Group đang cho thấy sự chuyển mình mạnh mẽ tại khu vực phía Nam trên cơ sở nền tảng nội lực vững mạnh, quỹ đất sạch quy mô lên đến gần 500 ha tại các vị trí đắc địa ở các tỉnh thành phía Nam.

ANSANA by KITA:

Tâm điểm kết nối, đón sóng hạ tầng khu Tây

Tọa lạc tại vị trí "vàng" mặt tiền đại lộ Võ Văn Kiệt (phường An Lạc), dự án **ANSANA by KITA** quy mô gần 2,5 ha, mật độ xây dựng chưa tới 40%, sở hữu lợi thế chiến lược khi nằm trên trục xương sống kết nối trực tiếp khu Tây với lõi trung tâm TP. HCM. Từ đây, cư dân có thể nhanh chóng di chuyển đến Quận 1, Quận 5, Quận 6, Quận 8 (cũ) và khu đô thị phía Nam thành phố chỉ trong vài phút.



ANSANA by KITA được phát triển theo định hướng khu phức hợp hiện đại tại mặt tiền đại lộ Võ Văn Kiệt

Kiều by KITA:

Giá trị lõi di sản tại trung tâm Quận 5

Khác với các đô thị vệ tinh, **Kiều by KITA** (mặt tiền Trần Hưng Đạo) lại chọn hướng đi khác biệt khi khai thác "giá trị lõi" tại khu vực giàu bản sắc văn hóa bậc nhất TP.HCM. Dự án là lời giải cho bài toán khan hiếm quỹ nhà ở tại trung tâm, hướng đến việc kiến tạo không gian sống đậm dấu ấn Sài Gòn nhưng vẫn đáp ứng tiêu chuẩn vận hành thông minh.

KITA Airport City:

Tâm vóc đô thị vệ tinh tại "Tây Đô"

Với quy mô hơn 154ha, **KITA Airport City** là dự án chiến lược góp phần thay đổi diện mạo đô thị tại Cần Thơ. Dự án được quy hoạch đồng bộ với đa dạng loại hình sản phẩm từ nhà phố thương mại, căn hộ, biệt thự và đất nền. Dự án cũng chứng minh năng lực phát triển đô thị quy mô lớn của KITA Group tại thị trường phía Nam, khẳng định vị thế nhà phát triển bất động sản bền vững.

KITA Aqua Avenue:

Tâm điểm thịnh vượng mới bên dòng Bô Kê

Tại Vĩnh Long, **KITA Aqua Avenue** khẳng định chuẩn mực của một "Đô thị vị nhân sinh" thông qua sự giao thoa giữa kiến trúc hiện đại và hệ sinh thái bản địa. Dự án không chỉ là nơi an cư mà còn là biểu tượng của sự phát triển bền vững, kết nối hài hòa các giá trị Môi trường - Kinh tế - Xã hội. KITA Group cũng chủ động đề xuất dành quỹ đất cho việc phát triển nhà ở xã hội nhằm đón đầu sự phát triển của Khu công nghiệp Hòa Phú.

Chia sẻ về tầm nhìn dài hạn, ông Tăng Lê Hoàng - Phó Tổng Giám đốc Thường trực KITA Group khu vực Miền Nam khẳng định:

"Mục tiêu của tập đoàn không chỉ dừng lại ở việc phát triển bất động sản đơn thuần, mà là kiến tạo nên những hệ sinh thái đô thị bền vững, đóng góp vào sự phát triển chung của địa phương".



Vitality Everyday

Since 1970

High quality Vietnamese product



CÔNG TY CỔ PHẦN VIỆT NAM KỸ NGHỆ SỨC SẴN

Địa chỉ: 420 Nơ Trang Long, P. Bình Lợi Trung, TP. Hồ Chí Minh

Điện thoại: (028) 3553 3999 - 3553 3888

Email: vissanco@vissan.com.vn

Website: www.vissan.com.vn

www.vissanmart.com

VISSAN JOINT STOCK COMPANY

Add: 420 Nơ Trang Long Street, Binh Loi Trung Ward, Ho Chi Minh City

Tel: (84 28) 3553 3999 - 3553 3888

Email: vissanco@vissan.com.vn

Website: www.vissan.com.vn

www.vissanmart.com

SCAN ME



SCAN ME



OR

Chăm sóc khách hàng / Customer Service
1900 1960



SỐNG NHỊP
PHỐ THỞ HỒN
XANH



☎ 03434 55 668

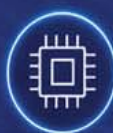
🌐 www.theparkland.imperiaoceancity.com.vn



CÔNG TY CỔ PHẦN CHẾ TẠO
THIẾT BỊ ĐIỆN VÀ MÁY BIẾN THỂ HABT

GIẢI PHÁP MÁY BIẾN ÁP HIỆU SUẤT CAO CHO HỆ THỐNG ĐIỆN VIỆT NAM

HABT là nhà sản xuất và cung cấp, lắp đặt máy biến áp, trạm biến áp hợp bộ các loại. Chúng tôi không ngừng ứng dụng công nghệ hiện đại, nâng cao chất lượng sản phẩm nhằm đáp ứng tối ưu nhu cầu sử dụng của khách hàng trong nước và hướng tới thị trường quốc tế.



CÔNG NGHỆ
HIỆN ĐẠI



TIÊU CHUẨN
QUỐC TẾ



HỖ TRỢ
24/7



Hotline:
0904.333.337 | 0962.880.101



Website:
habt.com.vn



Email:
infor@habt.com.vn



Nhà máy:
KCN Thuận Thành III,
Bắc Ninh, Việt Nam



Cảm ơn bạn đã đồng hành cùng VPBank Prime
chinh phục giải thưởng

NGÂN HÀNG DÀNH CHO
MILLENNIALS & GEN Z
TỐT NHẤT VIỆT NAM 2026



Theo kết quả từ

GLOBAL BANKING &
Finance
review®



30 năm
Niềm tin &
Thịnh vượng

PHÙNG
KHÁNH LINH

UPRIZE

CHI PU

SOOBIN

and
???

OSUN FEST

Thứ Bảy
06.06
2026

Tp. HCM
VAN PHUC
CITY

NHẠC HỘI BÙNG NỔ - SẴN VÉ LIỀN TAY

Mở thẻ tín dụng

Sở hữu Flexi Savings

Đăng ký tài khoản

Tham gia ngay



Từ 4/4/2026 - 27/5/2026, khách hàng khi thực hiện đăng ký/ sử dụng các dịch vụ của OCB sẽ được nhận được điểm tích lũy theo quy định. Điểm được dùng để quy đổi vé concert OSUN FEST.



1900 1846



ocb.com.vn

VIETNAM ECONOMIC NEWS

Head office: 655 Pham Van Dong Road, Nghia Do Ward, Hanoi
Tel: (84.24) 39366400 / Fax: (84.24) 39366402 / Email: venbct@gmail.com

EDITOR-IN-CHIEF: NGUYEN VAN MINH

DEPUTY EDITOR-IN-CHIEF:
NGUYEN TIEN CUONG
NGUYEN THI THUY LINH

Publishing license No. 276/GP-BTTTT dated August 4, 2023, granted by the Ministry of Information and Communications

Frequency: Monthly publication - Size: 20.5x29.5cm - Number of pages: 120

HANOIMOI Newspaper Printing Company Limited

PRICE: VND80,000