

13 năm vững bước - Thương hiệu & Công luận và hành trình cùng doanh nghiệp Việt

10:24 08/08/2025

Thành lập trong bối cảnh báo chí kinh tế chuyên sâu về thương hiệu còn nhiều khoảng trống, ngày 8/8/2012, Thương hiệu & Công luận (TH&CL) chính thức phát hành số báo đầu tiên, mở ra một hướng đi mới mẻ và đầy thử thách: Đưa báo chí trở thành người bạn đồng hành tin cậy của doanh nghiệp trong hành trình kiến tạo, bảo vệ và phát triển thương hiệu Việt Nam.

Luôn thể hiện vai trò là tiếng nói phản biện có trách nhiệm

Trải qua 13 năm xây dựng và trưởng thành, TH&CL đã khẳng định vị thế là cơ quan báo chí chuyên biệt, góp phần lan tỏa giá trị Việt, thúc đẩy một nền kinh tế phát triển bền vững, dựa trên nền tảng thương hiệu mạnh và uy tín.

Năm 2012, khi khái niệm “thương hiệu” còn khá mờ nhạt trong nhận thức của nhiều doanh nghiệp, nhất là khu vực doanh nghiệp nhỏ và vừa, TH&CL đã lựa chọn dẫn thân vào thực tiễn sản xuất - kinh doanh bằng một tinh thần làm báo đầy trách nhiệm. Không chỉ phản ánh hiện trạng, báo còn góp phần định hướng nhận thức về vai trò của thương hiệu, sở hữu trí tuệ, quản trị truyền thông trong môi trường cạnh tranh ngày càng gay gắt.

Tại các khu công nghiệp như Bắc Ninh, Hải Dương, Thái Nguyên (cũ)... nơi hàng nghìn doanh nghiệp đang nỗ lực tái cấu trúc, chuyển đổi công nghệ, tìm kiếm thị trường xuất khẩu sau khủng hoảng tài chính, phóng viên TH&CL đã không quản ngại khó khăn để có mặt kịp thời, ghi nhận hơi thở thực tiễn từ nhà máy, xưởng sản xuất, phản ánh lên trang tạp chí bằng góc nhìn nhân văn, khách quan, vì sự phát triển dài hạn của doanh nghiệp và nền kinh tế quốc gia.

Cũng trong thời gian này, TH&CL nổi bật với nhiều tuyến bài điều tra hàng giả, hàng nhái, vi phạm nhãn hiệu, tại các trung tâm bán buôn lớn như chợ Đồng Xuân (Hà Nội), chợ Tân Bình (TP. HCM)..., tạo hiệu ứng xã hội tích cực, thúc đẩy các cơ quan chức năng tăng cường kiểm tra, xử lý, góp phần bảo vệ quyền lợi hợp pháp của doanh nghiệp chân chính và người tiêu dùng. Sứ mệnh “công luận” - làm báo vì công ích, lên tiếng vì sự thật, ngày càng được thể hiện rõ nét.

Tác nghiệp trong lĩnh vực kinh tế - doanh nghiệp, luôn đòi hỏi đội ngũ phóng viên rèn luyện cho mình bản lĩnh nghề nghiệp vững vàng, nhất là khi xử lý các vấn đề nhạy cảm liên quan đến thương hiệu, sở hữu trí tuệ và hành vi cạnh tranh không lành mạnh. Là một tờ Tạp chí chuyên sâu, TH&CL nhiều lần phải đối diện với áp lực từ các tổ chức, cá nhân bị phản ánh. Tuy nhiên, đội ngũ phóng viên, biên tập viên của Tạp chí vẫn luôn kiên định nguyên tắc: Đưa tin trung thực, khách quan, đa chiều và đặt lợi ích công chúng lên hàng đầu.

Chính từ bản lĩnh nghề báo ấy, TH&CL không chỉ dừng lại ở việc phản ánh thực trạng, mà còn góp phần định hướng dư luận, thúc đẩy sự minh bạch trong môi trường kinh doanh, bảo vệ quyền lợi chính đáng của người tiêu dùng và uy tín của các doanh nghiệp làm ăn chân chính.

Trong mọi hoàn cảnh, TH&CL luôn thể hiện vai trò là tiếng nói phản biện có trách nhiệm, đồng hành vì sự phát triển bền vững của thương hiệu Việt.



TH&CL đồng hành cùng doanh nghiệp trên hành trình xây dựng thương hiệu bền vững, gắn kết giá trị Việt với thời đại

Mỗi trang viết - một hành trình kết nối thương hiệu tử tế

Trước những biến động của thị trường bất động sản, chứng khoán hay các trào lưu đầu tư ảo, TH&CL luôn giữ được sự tỉnh táo và chính xác. Những bài viết phân tích rủi ro, cảnh báo kịp thời, đã giúp bạn đọc, nhất là doanh nghiệp và nhà đầu tư, có thêm công cụ nhận diện đúng - sai, thực - ảo trong dòng chảy thông tin nhiều chiều và đôi khi lệch chuẩn.

13 năm gắn bó, cũng là hành trình TH&CL đồng hành cùng hàng trăm thương hiệu Việt - từ những tập đoàn lớn đến doanh nghiệp địa phương, hợp tác xã nông nghiệp hay các startup công nghệ. Nhiều lãnh đạo doanh nghiệp chia sẻ rằng, chính những bài viết của TH&CL, đã giúp họ định hình chiến lược truyền thông, tiếp cận đối tác và khơi dậy niềm tin vào hành trình phát triển thương hiệu bài bản, dài hạn.

Trong hành trình ấy, TH&CL vinh dự được hợp tác truyền thông chiến lược với nhiều doanh nghiệp hàng đầu - không chỉ là đối tác, mà còn là người bạn đồng hành đáng tin cậy, cùng kể những câu chuyện thương hiệu đầy cảm hứng:

Tài chính - ngân hàng: MB, VietinBank, VPBank, SHB, PVcomBank - những “trụ cột” góp phần ổn định thị trường và thúc đẩy tăng trưởng kinh tế;

Năng lượng - công nghiệp: PetroVietnam - nơi TH&CL phản ánh những bước tiến công nghệ, tinh thần trách nhiệm xã hội và tầm nhìn phát triển bền vững;

Bán lẻ - tiêu dùng: WinMart - biểu tượng hiện đại hóa hệ thống phân phối nội địa, nơi giá trị Việt được phát huy trên nền tảng chuyển đổi số;

Bất động sản - đầu tư: Vingroup, MIK Group - đối tác gắn bó lâu dài, nơi mỗi bài viết cùng TH&CL lan tỏa khát vọng và chiến lược phát triển bền vững...

Không dừng lại ở những tên tuổi lớn, TH&CL còn "góp mặt" ở mọi miền đất nước, đồng hành cùng hàng trăm doanh nghiệp vừa và nhỏ, thương hiệu địa phương - nơi mỗi trang tạp chí là một cây cầu kết nối giá trị, thắp lên niềm tin và khát vọng vươn lên mạnh mẽ.

Trong lĩnh vực nông nghiệp - nơi Việt Nam có nhiều lợi thế về sản lượng, nhưng còn hạn chế về giá trị gia tăng và năng lực xây dựng thương hiệu, TH&CL đã dành nhiều trang viết cho những mô hình canh tác sạch, nông nghiệp hữu cơ, hợp tác xã kiểu mới. Từ sầu riêng Gia Lai đạt chứng nhận VietGAP đến chanh dây xuất khẩu sang Trung Đông, những thương hiệu thâm lặn từ đất và người Việt, đã được TH&CL tiếp sức bằng sự lắng nghe và đồng hành chân thành, khách quan.



Phía sau mỗi trang tạp chí là sự tâm huyết và tinh thần trách nhiệm của đội ngũ phóng viên TH&CL - những người làm nghề với chữ “Tín” và “Tâm”

Bước vào kỷ nguyên số, khi báo chí đứng trước thách thức cạnh tranh dữ dội với mạng xã hội và các nền tảng nội dung mới, TH&CL vẫn giữ vững “cốt cách” của một tờ tạp chí chính luận: Trung thực, sâu sắc và chuẩn mực.

Đồng thời, TH&CL cũng chủ động chuyển đổi mạnh mẽ: Nâng cấp giao diện điện tử, phát triển nội dung đa phương tiện trên các nền tảng số như YouTube, Facebook, Tiktok... mà không đánh mất bản sắc.

Đội ngũ phóng viên, biên tập viên của TH&CL không ngừng học hỏi, làm chủ các công cụ công nghệ hiện đại, nhưng luôn đặt đạo đức nghề nghiệp làm kim chỉ nam, tránh chạy theo thị hiếu nhất thời, giữ vững vai trò người dẫn đường thông tin đúng đắn cho bạn đọc và doanh nghiệp.

Tính đến nay, TH&CL đã hiện diện tại khắp các vùng kinh tế trọng điểm cả nước, trở thành địa chỉ tin cậy của cộng đồng doanh nghiệp, các cơ quan hoạch định chính sách và bạn đọc quan tâm đến phát triển thương hiệu Việt.

Không chỉ dừng lại ở việc đưa tin, TH&CL đang góp phần định hình một môi trường truyền thông lành mạnh - nơi sự thật được bảo vệ, giá trị được lan tỏa và những nỗ lực xây dựng thương hiệu của doanh nghiệp Việt được ghi nhận, cổ vũ và truyền cảm hứng.

Trong kỷ nguyên hội nhập toàn diện, thương hiệu không chỉ là tài sản kinh tế, mà còn là sức mạnh mềm của quốc gia, là biểu tượng của bản sắc và năng lực cạnh tranh. Một Việt Nam mạnh, cần những thương hiệu mạnh và để điều đó trở thành hiện thực, không thể thiếu vai trò của báo chí đồng hành, định hướng và tiếp sức.

Với hành trang 13 năm phụng sự thương hiệu Việt, TH&CL xứng đáng tiếp tục là nhịp cầu tin cậy giữa sản phẩm, thị trường, niềm tin và khát vọng. Một khát vọng về một Việt Nam có chỗ đứng vững chắc trong chuỗi giá trị toàn cầu - bằng chính những thương hiệu mang bản sắc Việt.

Hà Trần