

Cơ hội cho doanh nghiệp Việt Nam tại Triển lãm Seoul Food 2022

15:55 07/06/2022

Việc tham gia Triển lãm Seoul Food 2022 có ý nghĩa quan trọng tại thời điểm hiện nay, do Hàn Quốc là thị trường nhập khẩu lớn về nông sản, thực phẩm của Việt Nam.

Từ ngày 07-10/06/2022, tại Trung tâm Triển lãm Quốc tế Hàn Quốc diễn ra Triển lãm Thực phẩm Quốc tế Seoul Food 2022. Sự kiện được tổ chức hàng năm, do Cơ quan Xúc tiến Thương mại và Đầu tư Hàn Quốc (KOTRA) chủ trì.

Với tổng diện tích mặt bằng là 76.121m², mỗi kỳ triển lãm thu hút khoảng 1.000 doanh nghiệp tham gia trưng bày với gần 2.500 gian hàng, đón hơn 50.000 lượt khách quốc tế đến từ nhiều quốc gia trên thế giới tới tham quan và làm việc.

Sau hai năm các hoạt động xúc tiến thương mại trực tiếp bị trì hoãn do dịch bệnh, năm nay, đoàn doanh nghiệp Việt Nam đã trở lại tham gia Triển lãm Seoul Food 2022, đồng thời cũng là đoàn xúc tiến thương mại đầu tiên của Việt Nam quay lại Hàn Quốc từ khi nước này mở cửa trở lại sau dịch bệnh.



Khu gian hàng Việt Nam tại Triển lãm Seoul Food 2022.

Khu gian hàng Việt Nam có quy mô 180m², với sự tham gia của 20 doanh nghiệp kinh doanh thực phẩm chế biến, rau quả (đóng hộp, đông lạnh, nước ép trái cây), sữa, tiêu, điều, quế hồi, dừa, bánh kẹo, cà phê, miến, phở khô và các sản phẩm từ gạo. Đây là hoạt động thường niên do Cục Xúc tiến thương mại - Bộ Công Thương tổ chức với mục tiêu xây dựng và duy trì thương hiệu quốc gia cho ngành công nghiệp thực phẩm Việt Nam tại một trong những thị trường xuất khẩu quan trọng của Việt Nam là Hàn Quốc. Khu gian hàng Việt Nam là một trong những khu gian hàng quốc gia có quy mô lớn tại Triển lãm, thể hiện nỗ lực của Ban tổ chức đoàn cũng như các doanh nghiệp trong việc thúc đẩy xuất khẩu trong bối cảnh Hàn Quốc mới chỉ bắt đầu hạn chế các biện pháp phòng chống dịch, mở cửa đi lại với các nước.

Việc tham gia Triển lãm Seoul Food 2022 có ý nghĩa quan trọng tại thời điểm hiện nay, do Hàn Quốc là thị trường nhập khẩu lớn về nông sản, thực phẩm của Việt Nam. Đặc biệt, khi dịch bệnh được kiểm soát, nhu cầu nhập khẩu ngành hàng nông sản thực phẩm tại Hàn Quốc tăng trở lại. Vì vậy, việc tham gia Seoul Food 2022 sẽ giúp các doanh nghiệp nắm bắt được thời điểm vàng để quay trở lại và tăng cường kết nối hơn nữa với thị trường này.

Từ năm 2018, hệ thống nhận diện thương hiệu cho ngành thực phẩm của Việt Nam được giới thiệu lần đầu tiên đã có ảnh hưởng tích cực đến mỗi doanh nghiệp tham gia. Không chỉ hình ảnh Khu gian hàng Việt Nam mà còn các

sản phẩm marketing hay bao bì đóng gói đều được hầu hết các doanh nghiệp Việt Nam chú trọng, đáp ứng xu hướng tại thị trường Hàn Quốc. Với hình ảnh tươi sáng ấn tượng, Khu gian hàng Việt Nam tại Triển lãm thu hút được nhiều khách tham quan và giao dịch ngay ngày đầu tiên của Triển lãm.

Ngoài những mặt hàng truyền thống mà các doanh nghiệp đang sản xuất, lần quay trở lại này, có rất nhiều doanh nghiệp mang đến những mẫu sản phẩm mới để giới thiệu tới khách hàng tại Hàn Quốc. Cụ thể, Công ty Cổ phần Westfood đến Triển lãm năm nay với sản phẩm giống dứa mới với hàm lượng Vitamin C cao gấp đôi dứa bình thường và được đóng gói dưới dạng cốc dễ dàng sử dụng và được phân phối thẳng đến các siêu thị. Chi nhánh Công ty TNHH Sen mang đến dòng sản phẩm “thanh protein” mới được làm phần lớn từ điều với 3 hương vị chính là trà xanh, hoa quả và nguyên bản. Ngoài ra, các sản phẩm hữu cơ 100% đến từ Công ty CP Sản xuất và Xuất khẩu quế hồi Việt Nam (Vinasamex) cũng là một điểm nhấn khi là công ty đầu tiên được cấp chứng chỉ Organic do Chính phủ Hàn Quốc công nhận.

Bên cạnh đó, năm nay Khu gian hàng Việt Nam được vinh dự là một trong 5 nước được nhận cúp lưu niệm cống hiến nhân kỷ niệm 40 năm tổ chức Triển lãm Seoul Food.

Anh Minh