TẠP CHÍ ĐIỆN TỬ
THƯƠNG HIỆU & CÔNG LUẬN

# Dấu ấn 10 năm tuần hàng Việt Nam tại AEON Nhật Bản: Thúc đẩy tiêu dùng và giao lưu văn hóa Việt - Nhật

16:27 12/06/2026

Năm 2026 đánh dấu chặng đường 10 năm AEON phối hợp với cùng Bộ Công Thương tổ chức Tuần hàng Việt Nam tại Nhật Bản, một hành trình không ngừng nỗ lực đưa hàng Việt giới thiệu đến các thị trường quốc tế.

Năm nay với chủ đề "Trải nghiệm Việt Nam qua năm giác quan - Sức hút của Ẩm thực, Văn hóa và Du lịch", sự kiện tiếp tục được mở rộng, trở thành cầu nối đưa sản phẩm Việt đến gần hơn với người tiêu dùng đồng thời tại các hệ thống AEON ở Nhật Bản, Malaysia, Hong Kong (Trung Quốc), Campuchia, ... Riêng tại Nhật Bản, sự kiện sẽ diễn ra từ ngày 11 - 14/6/2026 tại hệ thống gần 400 cửa hàng và siêu thị AEON.

Đây là hoạt động thường niên nằm trong khuôn khổ Đề án "Thúc đẩy doanh nghiệp Việt Nam tham gia trực tiếp vào hệ thống phân phối nước ngoài" do Bộ Công Thương triển khai, phối hợp tổ chức cùng UBND TP. Hà Nội, UBND TP. Hồ Chí Minh và Tập đoàn AEON.




Tuần hàng Việt Nam năm 2026 mở rộng quy mô, diễn ra tại gần 400 cửa hàng và siêu thị AEON chỉ riêng tại Nhật Bản

Năm 2025, lượng khách tham quan tại AEON Laketown - điểm tổ chức chính của sự kiện, ghi nhận sự tăng trưởng 10% so với năm 2024. Tiếp nối thành công này, Tuần hàng Việt Nam 2026 kỳ vọng tiếp tục mang đến trải nghiệm phong phú cho người tiêu dùng Nhật Bản, đồng thời mở rộng cơ hội giới thiệu các sản phẩm cho doanh nghiệp tham gia sự kiện.

Lễ khai mạc Tuần hàng Việt Nam 2026 tại Nhật Bản diễn ra vào sáng ngày 11/6/2026 có sự tham dự của bà Phan Thị Thắng - Thứ trưởng Bộ Công Thương; ông Tạ Đức Minh - Tham tán Thương mại Việt Nam tại Nhật Bản. Về phía AEON có sự tham dự của bà Mitsuko Tsuchiya - Phó Chủ tịch điều hành, Giám đốc điều hành tập đoàn AEON; ông Furusawa Yasuyuki - Thành viên Ban Giám đốc điều hành Tập đoàn AEON phụ trách Kinh doanh Trung tâm Bách hóa tổng hợp và Siêu thị kiêm Tổng Giám đốc AEON Retail (Nhật Bản); ông Tezuka Daisuke - Thành viên Ban điều hành Tập đoàn, Trưởng Đại diện Tập đoàn AEON tại Việt Nam kiêm Tổng Giám đốc AEON Việt Nam; ông Shiotani Yuichiro - Tổng Giám đốc AEON TOPVALU Việt Nam.



Bà Phan Thị Thắng - Thứ trưởng Bộ Công Thương phát biểu tại Lễ khai mạc Tuần hàng Việt Nam tại Nhật Bản 2026

Phát biểu tại Lễ Khai mạc Tuần hàng Việt Nam tại Nhật Bản, bà Phan Thị Thắng, Thứ trưởng Bộ Công Thương chia sẻ: "*Bộ Công Thương luôn trân trọng sự đồng hành của tập đoàn AEON - đối tác chiến lược đã góp phần quan trọng giúp hàng hóa Việt Nam từng bước khẳng định vị thế tại Nhật Bản - một thị trường nổi tiếng với những yêu cầu cao về chất lượng, sự tinh tế và an toàn thực phẩm. Chúng tôi mong rằng tuần hàng Việt Nam sẽ trở thành sự kiện được người tiêu dùng ở trên khắp thế giới chờ đón hàng năm*".



Bà Mitsuko Tsuchiya - Đại diện Tập đoàn AEON phát biểu tại Lễ Khai mạc Tuần hàng Việt Nam tại AEON Nhật Bản 2026

Đại diện Tập đoàn AEON, Bà Mitsuko Tsuchiya, Phó Chủ tịch điều hành, Giám đốc điều hành tập đoàn AEON nhấn mạnh: "*Năm 2026 là một cột mốc đầy ý nghĩa khi đánh dấu lần thứ 10 AEON tổ chức Tuần hàng Việt Nam tại các cửa hàng, siêu thị AEON trên toàn Nhật Bản. Chúng tôi sẽ tiếp tục truyền tải nét quyến rũ của Việt Nam đến nhiều khách hàng Nhật Bản hơn cũng như đáp ứng nhu cầu của khách hàng Việt Nam đang sinh sống tại Nhật Bản*".

**Mang trải nghiệm Việt Nam đến gần hơn với người tiêu dùng Nhật Bản**

Với chủ đề "Trải nghiệm Việt Nam qua năm giác quan", AEON mang đến cho khách hàng Nhật Bản những sản phẩm Việt Nam chất lượng, không gian văn hóa đậm bản sắc cùng những món ngon đặc trưng của Việt Nam.

Thông qua chương trình, AEON mong muốn gia tăng nhận biết của người tiêu dùng Nhật Bản đối với sản phẩm, ẩm thực và văn hóa Việt Nam, đồng thời đáp ứng nhu cầu ngày càng cao về những trải nghiệm mang đậm bản sắc Việt. Đây cũng là cơ hội để khách hàng Nhật Bản hiểu hơn và thêm yêu mến đất nước, con người Việt Nam.

Hiện nay, nhiều loại gia vị và nguyên liệu của Việt Nam đang ngày càng trở nên phổ biến trong các gia đình Nhật Bản. Đặc biệt, các sản phẩm như bánh tráng được người tiêu dùng đón nhận tích cực, cho thấy sức hấp dẫn ngày càng lớn của ẩm thực Việt Nam tại thị trường này.

Một trong những điểm nhấn là món gỏi cuốn - món ăn quen thuộc của Việt Nam được giới thiệu như một gợi ý cho hoạt động làm bếp cùng gia đình vào cuối tuần. Các nguyên liệu chính gồm bánh tráng thương hiệu TOPVALU Best Price - Nhãn hàng riêng của AEON, tôm bóc vỏ cỡ lớn đạt chứng nhận ASC, thịt gà sạch, xà lách, kem phô mai cùng nhiều loại nước chấm đa dạng như nước mắm và tương ớt chua ngọt.




Hàng hóa Việt Nam tại sự kiện thu hút sự quan tâm lớn từ người tiêu dùng tại AEON (Nhật Bản)

Các món salad mang cảm hứng Việt Nam như gỏi gà (salad gà với xà lách, cà rốt, rau thơm, bạc hà, đậu phộng và nước mắm), các biến tấu của bún trộn hay phở trộn cũng được giới thiệu, kết hợp với các loại rau gia vị đặc trưng như ngò rí và bạc hà - những nguyên liệu ngày càng được người tiêu dùng Nhật Bản yêu thích.

Bên cạnh các món ăn chế biến tại chỗ, chương trình còn giới thiệu đa dạng sản phẩm Việt Nam thuộc nhiều ngành hàng. Trong nhóm thực phẩm khô có mì Hảo Hảo với các hương vị quen thuộc như Tôm Chua Cay, Kim Chi, Lẩu Thái, muối chấm Hảo Hảo cùng các sản phẩm phở và mì cay ăn liền TOPVALU.

Đối với nhóm thực phẩm chế biến sẵn, AEON mang đến bánh mì kẹp và gà nướng cay kiểu Việt Nam, nổi bật là món thịt heo nướng BBQ thái lát dùng cho cơm tấm.

Đối với ngành hàng nông sản, khách hàng Nhật Bản có cơ hội thưởng thức nhiều loại trái cây đặc trưng của Việt Nam như vải thiều tươi từ miền Bắc, thanh long ruột đỏ và ruột trắng, long nhãn, dừa tươi; đặc biệt là chuối trồng trên vùng cao lần đầu tiên ra mắt với thương hiệu TOPVALU.

Các món tráng miệng và sản phẩm bơ sữa cũng góp mặt với bánh flan (caramen sữa đặc), thạch cà phê Việt Nam, chè và bánh su kem. Ngoài ra, chương trình còn giới thiệu bia Sài Gòn nhập khẩu trực tiếp cùng bia thủ công Isekado (vị Passionfruit Pale Ale/Hoppy Rice Lager) được phát triển từ nguyên liệu bản địa Việt Nam.

Trong khuôn khổ chương trình, các sản phẩm hoa tươi Việt Nam – nổi bật là hoa cúc tiếp tục được đẩy mạnh phân phối tại thị trường Nhật Bản. Tuần hàng Việt Nam năm 2026 lần đầu giới thiệu các giống hoa mới cao cấp như cúc Rossi, cúc Anastasia, được trưng bày dưới đa dạng hình thức, phù hợp với nhiều nhu cầu của người tiêu dùng Nhật Bản.

Các sản phẩm thủ công như hàng thêu, túi đan lát và nhiều mặt hàng thủ công mỹ nghệ khác cũng được giới thiệu, góp phần thể hiện tinh hoa trong văn hóa và đời sống của người Việt.

Bên cạnh hoạt động giới thiệu sản phẩm, AEON còn mang đến Lễ hội Ẩm thực Việt Nam theo phong cách đường phố Nhật Bản (Yatai), nơi khách tham quan có thể thưởng thức những món ăn Việt Nam đặc trưng như cơm tấm, bánh mì, bánh xèo, phở, chè, đồ nướng.

Nhằm mang đến trải nghiệm đa giác quan, chương trình còn tổ chức nhiều hoạt động giao lưu văn hóa và workshop dành cho mọi lứa tuổi. Khách tham quan có thể chụp ảnh tại khu vực check-in được trang trí với đèn lồng và hương nhang mang đậm dấu ấn địa phương, tham gia workshop thủ công làm quạt Mandala và đèn lồng giấy kiểu Việt Nam, đồng thời thưởng thức các chương trình biểu diễn nghệ thuật như hòa tấu đàn T'rưng, múa truyền thống, biểu diễn võ thuật Vovinam, múa lân và trình diễn áo dài.

**AEON đồng hành kết nối hàng Việt với thị trường Nhật Bản và trong khu vực**

Trong khuôn khổ chương trình cũng đồng thời diễn ra hội nghị kết nối giao thương giữa 29 doanh nghiệp Việt Nam cùng bộ phận thu mua của AEON tại Nhật Bản (AEON Retail và AEON TOPVALU), số lượng doanh nghiệp tham gia kết nối năm 2026 tăng gần gấp đôi so với năm 2025.

Hoạt động này nhằm tạo điều kiện để các doanh nghiệp Việt tìm hiểu nhu cầu thị trường Nhật Bản, mở rộng cơ hội hợp tác và thúc đẩy các sản phẩm nhãn hàng riêng của AEON sản xuất tại Việt Nam cũng như hàng Việt Nam xuất khẩu sang thị trường Nhật Bản.



Tuần hàng Việt Nam tại Nhật Bản tiếp tục giới thiệu nhiều loại trái cây chất lượng cao từ Việt Nam

Bộ Công Thương và Tập đoàn AEON cũng tổ chức Hội nghị Lãnh đạo cấp cao với sự tham gia trực tiếp của lãnh đạo Bộ Công Thương, các địa phương và đại diện AEON Nhật Bản, đồng thời kết nối trực tuyến với hệ thống AEON tại Malaysia, Campuchia, Thái Lan, Trung Quốc, Hồng Kông (Trung Quốc), Indonesia và Myanmar. Các bên tập trung trao đổi về kết quả hợp tác trong 10 năm qua, tình hình triển khai Tuần hàng Việt Nam 2026 cũng như định hướng hợp tác giai đoạn 2026 - 2027 trong các lĩnh vực quảng bá sản phẩm Việt Nam, kết nối giao thương, hỗ trợ kỹ thuật và đầu tư.

Sau 10 năm triển khai, Tuần hàng Việt Nam tại Nhật Bản đã trở thành một trong những minh chứng cho nỗ lực của AEON trong việc chung tay thúc đẩy tiêu thụ hàng Việt thông qua hệ thống bán lẻ của Tập đoàn.

Tại thị trường trong nước, AEON Việt Nam đồng hành cùng các doanh nghiệp địa phương, nâng cao năng lực sản xuất thông qua các chương trình đào tạo nhà cung cấp, kết nối cung cầu và xúc tiến thương mại do Sở Công Thương các tỉnh thành tổ chức, cũng như chương trình “Đồng hành và Phát triển cùng Doanh nghiệp địa phương và đối tác kinh doanh” do AEON tổ chức. Qua đó,

AEON khẳng định những nỗ lực trong cam kết chung tay thúc đẩy phát triển kinh tế địa phương, tạo thêm việc làm và nâng cao đời sống người dân tại những địa phương AEON Việt Nam hiện diện.

**Lê Vũ**