

Dừa Lương Quới: 10 năm khẳng định Thương hiệu Quốc gia, vươn xa cùng dừa Việt

09:49 12/09/2026

Dừa Lương Quới - thương hiệu Vietcoco vừa ghi dấu cột mốc 30 năm hình thành và phát triển, đồng thời có 5 lần liên tiếp sản phẩm được công nhận đạt Thương hiệu Quốc gia Việt Nam, qua đó khẳng định hành trình 10 năm bền bỉ xây dựng chất lượng và nâng tầm thương hiệu dừa Việt.



Dừa Lương Quới viết tiếp hành trình nâng tầm thương hiệu dừa Việt ra thế giới

Thương hiệu Quốc gia Việt Nam là sự ghi nhận đối với những doanh nghiệp không ngừng kiến tạo các giá trị về chất lượng, đổi mới và năng lực cạnh tranh. Với Dừa Lương Quới và thương hiệu Vietcoco, việc liên tiếp được công nhận sản phẩm đạt Thương hiệu Quốc gia là dấu ấn trên hành trình đầu tư, hoàn thiện và gia tăng giá trị cho các sản phẩm từ dừa Việt Nam.

Để tạo dựng vị thế trên thị trường, Dừa Lương Quới chú trọng phát triển năng lực tự chủ trong sản xuất, làm chủ công nghệ và xây dựng mối liên kết chặt chẽ với vùng nguyên liệu. Từ khâu lựa chọn nguyên liệu đến chế biến, hoàn thiện sản phẩm, doanh nghiệp kiểm soát chặt chẽ các công đoạn nhằm duy trì chất lượng và đáp ứng yêu cầu ngày càng cao của người tiêu dùng cũng như đối tác.

Trải qua 30 năm xây dựng và phát triển, Dừa Lương Quới từng bước đưa các sản phẩm mang thương hiệu Vietcoco đến với nhiều thị trường, góp phần nâng cao giá trị của cây dừa và sản phẩm dừa Việt Nam.

Cột mốc 5 lần liên tiếp đạt Thương hiệu Quốc gia Việt Nam không chỉ là sự ghi nhận đối với chất lượng sản phẩm mà còn cho thấy định hướng phát triển bền vững, năng lực đổi mới và sự kiên trì trong xây dựng thương hiệu của Dừa Lương Quới



Trong chặng đường tiếp theo, Dừa Lương Quới tiếp tục đặt mục tiêu nâng cao chất lượng, phát huy giá trị vùng nguyên liệu, đẩy mạnh đổi mới công nghệ và mở rộng thị trường. Đây cũng là nền tảng để thương hiệu Vietcoco tiếp tục nâng tầm giá trị dừa Việt, gia tăng sức cạnh tranh và vươn xa trên thị trường quốc tế.

Với sự đồng hành của khách hàng và đối tác, Dừa Lương Quới kỳ vọng tiếp tục tạo dựng những giá trị mới, đưa các sản phẩm từ dừa Việt Nam đến gần hơn với người tiêu dùng trong nước và quốc tế, góp phần khẳng định vị thế của thương hiệu Việt trên thị trường toàn cầu.

Trần Mạnh