

Đưa trái cây, nông sản sạch đến với người tiêu dùng Thủ đô

15:33 25/05/2023

Chiếm 8,5% dân số cả nước, Hà Nội là một thị trường tiềm năng cho các doanh nghiệp quảng bá, tiêu thụ sản phẩm nông sản, đặc sản địa phương. Tuần hàng trái cây, nông sản Hà Nội là cơ hội để các doanh nghiệp giới thiệu, quảng bá nhiều sản phẩm trái cây, nông sản mùa vụ, đặc sản vùng miền, sản phẩm OCOP... tới người tiêu dùng

Vừa qua, Sở Công thương Hà Nội chủ trì, phối hợp với các đơn vị tổ chức Tuần hàng trái cây, nông sản các tỉnh, thành phố tại Trung tâm thương mại Vincom Plaza Long Biên, phố Chu Huy Mân, quận Long Biên, Hà Nội, từ ngày 24/5 - 28/5. Kết hợp cùng Tuần hàng quảng bá, giới thiệu và bán nông sản thực phẩm tại các kênh phân phối.



Gian hàng tại Tuần hàng trái cây, nông sản các tỉnh, thành tại Hà Nội.
(Ảnh: internet)

Với quy mô hơn 130 gian hàng của hơn 80 doanh nghiệp đến từ Hà Nội và 18 tỉnh trong cả nước, bao gồm: Hà Nam, Hưng Yên, Sơn La, Lào Cai, Quảng Ninh, Quảng Ngãi, Hải Phòng, Lào Cai, Nam Định, Bắc Giang, Bình Thuận, Bắc Kạn,

Nghệ An, Quảng Nam, Hậu Giang...

Xét về tâm lý mua hàng, người tiêu dùng Thủ đô luôn ưa chuộng sản phẩm đặc sản, rõ nguồn gốc xuất xứ, có thương hiệu, chỉ dẫn địa lý, chất lượng tốt, sẵn sàng chấp nhận mức giá cao hơn so với sản phẩm cùng loại ngoài thị trường. Tuần hàng trái cây, nông sản sạch là cơ hội để các doanh nghiệp quảng bá, kết nối tiêu thụ sản phẩm OCOP, trái cây, nông sản các tỉnh, thành phố đến thời điểm thu hoạch, có sản lượng lớn, cần tiêu thụ trong thời gian ngắn vào các hệ thống kênh phân phối, đồng thời giúp người tiêu dùng Thủ đô được tiếp cận, nhận biết mẫu mã, thương hiệu các sản phẩm, rõ nguồn gốc xuất xứ để ưu tiên lựa chọn, tiêu dùng.

Trong những năm qua, thành phố Hà Nội đã tổ chức hàng trăm sự kiện giao thương, hội chợ, tuần hàng. Qua đó, hỗ trợ các tỉnh, thành phố trong hoạt động quảng bá, giới thiệu, kết nối tiêu thụ trái cây, nông sản, đặc sản tại thị trường Hà Nội.

Đặc biệt, nhiều sản phẩm có thế mạnh của các tỉnh đã được các doanh nghiệp phân phối lớn của Hà Nội như Aeon, MM Mega Market, Central Group,... tư vấn hỗ trợ về thiết kế mẫu mã, bao bì, đưa vào kênh phân phối hiện đại tiêu thụ, không chỉ trên thị trường Hà Nội mà còn mở ra cơ hội xâm nhập vào hệ thống phân phối nước ngoài tại Nhật Bản, Thái Lan...

Với tinh thần hỗ trợ đơn vị Hà Nội và các tỉnh, thành phố, tuần hàng có ý nghĩa thiết thực trong việc đồng hành, hỗ trợ các doanh nghiệp, hợp tác xã của Hà Nội và các tỉnh, thành phố quảng bá, kết nối tiêu thụ sản phẩm tại thị trường Hà Nội, đồng thời giúp người tiêu dùng Thủ đô nhận biết, có thêm nhiều lựa chọn tiêu dùng sản phẩm chất lượng với giá cả hợp lý, phát huy tinh thần tự lực, tự cường.

PV