

Hội chợ Mùa Thu 2025: VEC thiết lập chuẩn mực mới, giải tỏa điểm nghẽn hạ tầng tổ chức sự kiện quốc tế

09:23 08/11/2025

Thông qua thành công của Hội chợ Mùa Thu lần I - 2025, Trung tâm Triển lãm Việt Nam (VEC) nói riêng và Vingroup nói chung đã thiết lập một chuẩn mực mới, khai thông điểm nghẽn hạ tầng tổ chức các sự kiện giao thương, giải trí quốc tế của Việt Nam.

Hội chợ Mùa Thu lần I 2025 được tổ chức tại Trung tâm Triển lãm Quốc gia (VEC), là sự kiện xúc tiến thương mại quan trọng mở đầu cho chuỗi các hoạt động xúc tiến thương mại – đầu tư – văn hóa quy mô quốc gia trong kỷ nguyên mới. Chương trình do Thủ tướng giao Bộ Công thương chủ trì, phối hợp với Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch, UBND thành phố Hà Nội, Tập đoàn Vingroup cùng các bộ, ngành và địa phương tổ chức tại Trung tâm Triển lãm Việt Nam (đường cầu Tứ Liên, Đông Anh, Hà Nội).



Hội chợ Mùa Thu lần thứ nhất 2025 ghi thêm dấu ấn mới cho vị thế và tầm vóc của VEC

Bộ ba trụ cột khai thông điểm nghẽn hạ tầng suốt nhiều chục năm

Trong nhiều năm, giới chuyên gia và doanh nghiệp liên tục chỉ ra một nghịch lý của nền kinh tế Việt Nam: tăng trưởng thương mại ấn tượng, hàng hóa và sản vật ngày càng chất lượng, chủ động hội nhập sâu rộng, nhưng lại thiếu vắng một "sân khấu", một không gian triển lãm quy mô quốc tế, đủ tầm vóc để tổ chức các "siêu hội chợ" ngay tại sân nhà.

Đây không chỉ là một sự thiếu hụt về cơ sở vật chất, mà là một "điểm nghẽn" chiến lược, kìm hãm đà phát triển của công tác xúc tiến thương mại.



Không gian trong nhà lên tới 130.000 m2 của VEC đáp ứng các sự kiện xúc tiến thương mại quy mô quốc gia, quốc tế

Thực trạng này khiến nhiều sự kiện giao thương tầm cỡ quốc tế "lỡ hẹn" với Việt Nam, hoặc buộc doanh nghiệp phải chấp nhận tổ chức manh mún, làm giảm vị thế và hình ảnh quốc gia khi đón tiếp các đoàn thu mua, các nhà nhập khẩu quốc tế.

Sự ra đời của Trung tâm Triển lãm Quốc gia (VEC), tọa lạc tại vị trí chiến lược phía Đông Hà Nội, với quy mô tổ hợp 90 ha và không gian trưng bày trong nhà lên đến 130.000 m2, đã mang đến một lời giải mang tính bước ngoặt.

Ông Bùi Trọng Lịch, Giám đốc nhãn hàng Bezen Việt Nam - đơn vị tham gia gian hàng tại Hội chợ Mùa Thu nhận định: *"VEC là một sân chơi rất uy tín mang tầm vóc gương mặt quốc gia. Nhiều cá nhân, doanh nghiệp coi việc các gian hàng*

xuất hiện ở VEC là đã được thẩm định kỹ lưỡng nên có nhiều niềm tin khi tiêu dùng và đặt quan hệ hợp tác".



Ông Bùi Trọng Lịch - Giám đốc nhãn hàng Bezen Việt Nam và đại diện Bezen Australia tại gian hàng ở Hội chợ Mùa Thu.

Hội chợ Mùa Thu lần I - 2025 thu hút hơn 1 triệu lượt khách trong 10 ngày diễn ra sự kiện, tập hợp hơn 1.000 doanh nghiệp và trưng bày hơn 3.000 gian hàng trong nhà và ngoài trời. Theo nhiều doanh nghiệp, yếu tố then chốt để Hội chợ đạt được những kết quả ấn tượng đó, đồng thời định hình chuẩn mực mới, chính

là mô hình "All-in-one Experience" (Trải nghiệm Tất cả trong một) mà Vingroup cùng VEC đã kiến tạo.

Thay vì một không gian trưng bày thuần túy, có phần khô cứng, VEC đã mang đến một “siêu lễ hội” giao thương, văn hóa, giải trí cùng hệ sinh thái trải nghiệm đa tầng, giúp kéo dài thời gian tham quan, mua sắm, tăng chi tiêu, và quan trọng nhất là tăng sự hài lòng của tất cả các bên.



Những sản phẩm tiện dụng trong cuộc sống tại quầy hàng của Rạng Đông.

Tại Hội chợ Mùa Thu vừa qua, VEC trở thành một đại trung tâm giao thương B2B quốc tế, quy tụ hơn 200 nhà nhập khẩu quốc tế từ 30 quốc gia, thúc đẩy hơn 100 thỏa thuận hợp tác (MoU).

VEC không chỉ cung cấp mặt bằng. Nơi đây đã trở thành một "hub" tri thức, một trung tâm kết nối toàn cầu ngay tại Hà Nội, thông qua hàng loạt hội thảo B2B, vừa kết nối các thị trường truyền thống (Hội nghị Xúc tiến thương mại Việt Nam – Trung Quốc (Tứ Xuyên), Giao thương Việt Nam – New Zealand...), vừa giải mã thị trường ngách (Hội thảo thị trường Halal 2.000 tỷ USD), vừa tạo diễn đàn mở về kinh tế số với sự góp mặt của Amazon Global Selling và Alibaba.com.

Bên cạnh đó, VEC còn nâng tầm Hội chợ Mùa Thu thành một lễ hội tiêu dùng - giải trí bùng nổ. Sức mua vượt kỳ vọng được ghi nhận ở hầu hết các gian hàng. Công ty Hwin Group ghi nhận doanh thu 120-150 triệu đồng/ngày, Dệt may Dkoma đạt mức 50-70 triệu đồng/ngày, hay Bích Chi (Đồng Tháp) với hàng trăm

triệu đồng/ngày là những ví dụ thực tế.



Quầy hàng với những sản phẩm mang chỉ dẫn địa lý Việt Nam

Đặc biệt, VEC đã trở thành một điểm đến văn hóa thực thụ khi tích hợp thành công yếu tố lễ hội vào thương mại. Khách tham quan đến VEC không chỉ để mua hàng, mà còn để chơi hội. Họ check-in "Con đường mùa thu" lãng mạn ở sảnh chính, tham gia hành trình ẩm thực "Một vòng Việt Nam" ở khu ngoài trời với phở Atiso, vịt Cổ Lũng, hay bùng nổ tại "Cheer Fest" với bia thủ công và các món nướng thượng hạng. Cùng lúc đó, các phiên livestream tại Trung tâm Báo chí và gian hàng kết nối sự kiện với hàng triệu người tiêu dùng số.

Khẳng định năng lực vận hành quốc tế

Năng lực của VEC được thể hiện rõ nhất qua khả năng vận hành song song. Trong cùng một ngày, VEC vừa đón dòng du khách khổng lồ tham quan, mua sắm, trải nghiệm ẩm thực; vừa đảm bảo không gian yên tĩnh, chuyên nghiệp cho các phiên hội thảo B2B cấp cao diễn ra; đồng thời vẫn điều phối cho lễ hội "Cheer Fest" sôi động ngoài trời. Đây là điều các trung tâm triển lãm quy mô nhỏ, thiếu đồng bộ trước đây không thể làm được.



Các thương gia nước ngoài trải nghiệm sản phẩm thực phẩm của Việt Nam

Trải nghiệm "5 sao" của khách hàng và doanh nghiệp được đảm bảo bởi một hạ tầng hậu cần vượt trội: hệ thống bãi đỗ xe 10.000 chỗ, các tuyến bus tăng cường, luồng giao thông thông minh phân tách khách và hàng hóa, hệ thống an ninh đa lớp và đặc biệt là dịch vụ vệ sinh công nghiệp liên tục.

Năng lực vận hành này đã thuyết phục được các đối tác khó tính nhất. Đại diện Bezen Việt Nam đánh giá: *"VEC có một lợi thế lớn khi được vận hành bởi Vingroup, một tổ chức có kinh nghiệm vận hành các mô hình lớn, phục vụ nhiều người với tiêu chuẩn cao. Chưa có hội chợ, triển lãm nào mà lại sạch sẽ, vệ sinh và nghiêm ngặt như VEC. Điều này là tiền đề để sẵn sàng cho các sự kiện lớn tầm cỡ khu vực và cả quốc tế".*

Ngay sau Hội chợ Mùa Thu, Tuần lễ Công nghiệp & Công nghệ Việt Nam 2025 cũng được tổ chức tại VEC từ ngày 12 - 15/11. Đây không chỉ là không gian trưng bày và trải nghiệm, mà còn là diễn đàn giao thoa giữa sản xuất và đổi mới, nơi Việt Nam khẳng định vị thế trung tâm sản xuất, sáng tạo và kết nối của khu vực, hướng tới tầm nhìn công nghiệp – công nghệ vươn tầm thế giới. Trong khi đó, VEC sẽ tiếp tục tăng tốc với vai trò điểm đến của các sự kiện quy mô cấp quốc gia và quốc tế, khẳng định vị thế trung tâm hội nghị – triển lãm hàng đầu khu vực.

PV