

Hội chợ thương mại - động lực mới trong chiến lược xúc tiến và hội nhập kinh tế

06:10 28/11/2025

Trong bối cảnh kinh tế thế giới biến động nhanh, cạnh tranh gia tăng và yêu cầu hội nhập ngày càng sâu rộng, hoạt động xúc tiến thương mại của Việt Nam đang có sự chuyển mình mạnh mẽ. Từ vai trò hỗ trợ doanh nghiệp tiếp cận thị trường, xúc tiến thương mại nay đã trở thành trụ cột chiến lược, góp phần duy trì đà tăng trưởng, quảng bá thương hiệu quốc gia và mở rộng sự hiện diện của hàng Việt Nam trên bản đồ thương mại quốc tế.

Biểu tượng rõ nét nhất của sự thay đổi này chính là Hội chợ Mùa Thu, sự kiện được xem là dấu mốc về cách làm mới, tầm vóc mới của công tác xúc tiến thương mại. Tại tọa đàm “Nâng tầm hội chợ thương mại trở thành kênh xúc tiến thương mại, kinh tế đầu tư quốc gia” ngày 26/11/2025, Cục trưởng Cục Xúc tiến thương mại Vũ Bá Phú đã tổng kết những kết quả vượt trội mà hội chợ đạt được, qua đó khẳng định mô hình hội chợ hiện đại đang dần trở thành “hạ tầng mềm” của nền kinh tế.



Hội chợ Mùa Thu 2025 thu hút đông đảo lượng khách thăm quan.

Hội chợ năm nay quy tụ hơn 3.000 gian hàng, thu hút 2.500 doanh nghiệp trong và ngoài nước – quy mô lớn nhất từ trước đến nay. Doanh thu B2C tăng 40–50% so với các sự kiện truyền thống, trong khi các giao dịch B2B, hợp đồng và biên bản ghi nhớ đạt khoảng 5.000 tỷ đồng, phản ánh hiệu quả kết nối thực chất. Mỗi ngày, hội chợ đón trung bình 100.000 lượt khách, trở thành hoạt động thu hút nhất trong hệ thống xúc tiến thương mại nội địa.

Không chỉ là nơi trưng bày sản phẩm, hội chợ được thiết kế theo hướng tích hợp, kết nối thương mại – đầu tư – văn hoá – du lịch. 34 tỉnh, thành phố tham gia với các đặc sản, sản phẩm thế mạnh và bản sắc vùng miền. Ở cấp độ quốc tế, doanh nghiệp từ 16 quốc gia và vùng lãnh thổ góp mặt với khoảng 100 gian hàng, thể hiện sức hút ngày càng tăng của thị trường Việt Nam.



Ông Vũ Bá Phú, Cục trưởng Cục Xúc tiến thương mại.

Các chuyên gia nhận định, để phát triển mô hình hội chợ trở thành công cụ xúc tiến quốc gia mang tính bền vững, Việt Nam cần đồng bộ nhiều giải pháp. Trước hết là đổi mới tư duy, xác định hội chợ như một bộ phận của công nghiệp văn hóa và kinh tế, đòi hỏi sự chỉ đạo thống nhất từ Chính phủ đến các địa phương. Công tác tổ chức phải chuyên nghiệp, hiện đại, tạo ra không gian vừa giao thương vừa trải nghiệm văn hóa.

Bên cạnh đó, chính sách hỗ trợ doanh nghiệp đóng vai trò quan trọng: tăng nguồn kinh phí cho Quỹ Xúc tiến Quốc gia, ưu đãi thuế, giảm chi phí gian hàng để thúc đẩy sự tham gia của doanh nghiệp nhỏ và vừa. Việc xây dựng hệ thống

Big Data cho hội chợ, quảng bá ra quốc tế bằng nhiều nền tảng truyền thông, và đặc biệt là tăng cường hoạt động kết nối sau hội chợ cũng là những hướng đi tất yếu.

Cục Xúc tiến thương mại cho biết, từ năm 2026, Bộ Công Thương sẽ tổ chức chuỗi hội chợ Mùa Xuân – Mùa Hạ – Mùa Thu với các triển lãm chuyên ngành theo chuỗi giá trị, hướng tới xây dựng Việt Nam trở thành trung tâm hội chợ – triển lãm của khu vực.

Trong dài hạn, yếu tố quyết định vẫn là con người. Đào tạo nhân lực chuyên nghiệp cho ngành công nghiệp sự kiện, hội chợ là nền tảng để Việt Nam bước vào giai đoạn phát triển mới, nơi hội chợ không chỉ là nơi bán hàng mà là động lực thúc đẩy tăng trưởng và hội nhập quốc gia.

Nam Sơn (t/h)