

Khởi động chương trình Tuần lễ Thương hiệu quốc gia 2019

17:36 12/04/2019

Từ ngày 15-21 tháng 4 năm 2019, Bộ Công Thương chủ trì, phối hợp với các ban, ngành địa phương tổ chức “Tuần lễ Thương hiệu quốc gia” năm 2019 tại Hà Nội, TP. Hồ Chí Minh nhằm ghi nhận, tôn vinh, khuyến khích quảng bá thương hiệu các doanh nghiệp đạt Thương hiệu quốc gia và cộng đồng doanh nghiệp Việt Nam.

Các hoạt động của Tuần lễ Thương hiệu quốc gia chào mừng ngày Thương hiệu Việt Nam 20/4 bao gồm: Tổ chức tuyên truyền bằng rôn đường phố tại Hà Nội, Thành phố Hồ Chí Minh trong khoảng thời gian trên.

Đặc biệt, ngày 17/4, Bộ Công Thương sẽ tổ chức Diễn đàn thương hiệu Việt Nam 2019 tại Hà Nội, đồng thời Triển lãm doanh nghiệp Thương hiệu quốc gia bên lề diễn đàn và Chương trình giao lưu các Doanh nghiệp Thương hiệu quốc gia.

Vào ngày 20/4, Ban tổ chức sẽ tổ chức đạp xe diễu hành “Thương hiệu quốc gia” trên một số tuyến phố của Hà Nội.



GIỚI THIỆU ▾

DỊCH VỤ CÔNG ▾

Các hoạt động của Tuần lễ Thương hiệu Quốc gia chào mừng ngày Thương hiệu Việt Nam 20/4, cụ thể như sau:

HỘI ĐỒNG THƯƠNG HIỆU QUỐC GIA
BỘ CÔNG THƯƠNG



Cơ quan thực hiện:

CỤC XÚC TIẾN THƯƠNG MẠI
BAN THƯ KÝ CHƯƠNG TRÌNH THƯƠNG HIỆU QUỐC GIA
Vietnam Trade Promotion Agency (VETRADE)
The National Branding Program Secretariat

Nhân ngày Thương hiệu Việt Nam 20/4, Bộ trưởng Trần Tuấn Anh, Chủ tịch Hội đồng Thương hiệu quốc gia Việt Nam cũng gửi thư chúc mừng và đánh giá cao cộng đồng doanh nghiệp Việt Nam.

Theo Bộ trưởng, trong công cuộc xây dựng đất nước và đổi mới, hội nhập kinh tế quốc tế, các doanh nghiệp Việt Nam đã chuyển biến không ngừng, nỗ lực hoàn thành các kế hoạch và mục tiêu sản xuất kinh doanh, xây dựng giá trị thương hiệu sản phẩm của doanh nghiệp” - Bộ trưởng nêu rõ.

Chương trình Thương hiệu quốc gia Việt Nam được Thủ tướng Chính phủ phê duyệt tại Quyết định số 253/2003/QĐ-TTg ngày 25/11/2003. Đây là Chương trình thường niên, duy nhất của Chính phủ Việt Nam nhằm quảng bá hình ảnh quốc gia, thương hiệu quốc gia thông qua thương hiệu sản phẩm (hàng hóa và dịch vụ).

Nhờ sự hỗ trợ của Chương trình Thương hiệu quốc gia, nhiều tập đoàn và doanh nghiệp Việt Nam đã ý thức được vai trò quan trọng của thương hiệu như là chìa khóa giúp gia tăng giá trị cho sản phẩm cũng như giá trị của doanh nghiệp, từ đó có bước đi đúng hướng trong việc xây dựng, phát triển và quản trị thương hiệu của mình, góp phần nâng cao năng lực cạnh tranh cho doanh nghiệp và khẳng định vị trí trên thị trường trong nước.

Trang Nguyễn