

Khuyến mại mạnh tay, mở rộng cơ hội mua sắm tiết kiệm cho người tiêu dùng

07:00 26/06/2026

Trong bối cảnh chi phí sinh hoạt vẫn là mối quan tâm của nhiều gia đình, các chương trình kích cầu tiêu dùng đang được đẩy mạnh nhằm tạo điều kiện để người dân tiếp cận hàng hóa với mức giá hợp lý hơn. Cùng với việc chính sách tăng lương sắp có hiệu lực và giá nhiên liệu trong nước giảm so với đầu năm, thị trường bán lẻ đang kỳ vọng những hoạt động khuyến mại quy mô lớn sẽ tạo thêm động lực phục hồi sức mua.

Thời gian qua, dù nguồn cung hàng hóa cơ bản được bảo đảm, một số mặt hàng thiết yếu vẫn chịu áp lực tăng giá do tác động từ chi phí sản xuất, vận chuyển và biến động thị trường. Tại TP.HCM, nhiều loại rau xanh được ghi nhận ở mức giá khá cao, trong khi thịt heo và một số nhóm thực phẩm thiết yếu cũng có xu hướng biến động theo từng thời điểm.

Trước thực tế này, các cơ quan quản lý và doanh nghiệp bán lẻ đang triển khai nhiều giải pháp nhằm hỗ trợ người tiêu dùng, đồng thời thúc đẩy hoạt động sản xuất, kinh doanh. Một trong những chương trình đáng chú ý là Chương trình Khuyến mại tập trung quốc gia lần thứ nhất năm 2026 do Bộ Công Thương triển khai trong tháng 7 trên phạm vi toàn quốc.



Các chương trình khuyến mại quy mô lớn được triển khai nhằm hỗ trợ người tiêu dùng tiết kiệm chi phí mua sắm, đồng thời kích thích sức mua trên thị trường bán lẻ.

Theo kế hoạch, doanh nghiệp tham gia chương trình có thể áp dụng mức giảm giá lên tới 100% giá trị hàng hóa, dịch vụ theo quy định. Đây được xem là cơ hội để các đơn vị sản xuất, phân phối tăng cường quảng bá sản phẩm, mở rộng thị trường, đồng thời giúp người tiêu dùng tiếp cận nhiều mặt hàng với mức giá ưu đãi.

Tại TP.HCM, nhiều hoạt động kết nối thương mại và kích cầu tiêu dùng cũng được triển khai. Trung tâm Xúc tiến Thương mại và Đầu tư TP.HCM phối hợp cùng Tổng Công ty Thương mại Sài Gòn TNHH MTV (Satra) tổ chức các chương trình giảm giá, bán hàng theo combo tiết kiệm, giới thiệu sản phẩm mới nhằm gia tăng lựa chọn cho khách hàng.

Theo đại diện Satra, bên cạnh yếu tố giá cả, doanh nghiệp chú trọng kiểm soát chất lượng hàng hóa, bảo đảm sản phẩm đưa đến người tiêu dùng đáp ứng các tiêu chuẩn về an toàn và nguồn gốc xuất xứ. Đây được xem là yếu tố quan trọng trong việc duy trì niềm tin của khách hàng khi các chương trình khuyến mại ngày càng phổ biến.

Các hệ thống bán lẻ lớn cũng đồng loạt tung ra nhiều chương trình ưu đãi trong mùa mua sắm giữa năm. Hệ thống GO! triển khai chương trình tri ân khách hàng nhân dịp kỷ niệm 28 năm hoạt động với nhiều ưu đãi trên toàn quốc. Bên cạnh các chương trình giảm giá trực tiếp tại siêu thị, khách hàng mua sắm trực

tuyến còn có cơ hội tham gia quay số với hàng nghìn phần thưởng có tổng giá trị lớn.

Trong khi đó, Lotte Mart tổ chức chương trình Lotte Max Sale 2026 với hàng loạt ưu đãi dành cho nhiều nhóm ngành hàng như thực phẩm tươi sống, đồ uống, hàng gia dụng, thời trang, hóa mỹ phẩm và sản phẩm chăm sóc cá nhân. Nhiều mặt hàng được giảm giá sâu, áp dụng chương trình mua kèm ưu đãi hoặc mua một tặng một nhằm thu hút người tiêu dùng.

Không chỉ tập trung vào các kênh bán hàng truyền thống, nhiều doanh nghiệp bán lẻ cũng đẩy mạnh thương mại điện tử, giúp khách hàng dễ dàng tiếp cận chương trình khuyến mại thông qua các ứng dụng mua sắm trực tuyến. Xu hướng kết hợp giữa cửa hàng vật lý và nền tảng số đang trở thành giải pháp quan trọng để mở rộng tệp khách hàng và nâng cao trải nghiệm mua sắm.

Trong thời gian diễn ra World Cup 2026, các hệ thống phân phối cũng tận dụng nhu cầu tiêu dùng tăng cao để triển khai nhiều chương trình dành cho nhóm sản phẩm ăn uống, đồ ăn nhẹ và nước giải khát. Các combo tiết kiệm, ưu đãi theo nhóm sản phẩm được kỳ vọng góp phần kích thích chi tiêu trong mùa sự kiện thể thao lớn.

Bên cạnh các chương trình giảm giá trực tiếp, ngành công thương cũng hướng tới những giải pháp dài hạn nhằm giúp người tiêu dùng tiếp cận sản phẩm chất lượng với chi phí phù hợp. TP.HCM đang triển khai các chương trình hỗ trợ doanh nghiệp áp dụng tiêu chuẩn phát triển bền vững, giảm chi phí sản xuất và thúc đẩy tiêu dùng xanh.

Theo ngành công thương thành phố, việc phát triển sản phẩm xanh không chỉ dừng ở yếu tố môi trường mà còn cần bảo đảm khả năng tiếp cận của người dân thông qua giá thành hợp lý. Do đó, các hoạt động kết nối cung cầu, phát triển thương mại điện tử, giảm khâu trung gian trong phân phối và xây dựng chuỗi cung ứng minh bạch sẽ tiếp tục được thúc đẩy.

Trong thời gian tới, thành phố cũng tiếp tục triển khai các chương trình kiểm soát chất lượng hàng hóa thiết yếu, mở rộng mô hình điểm bán thực phẩm có trách nhiệm nhằm nâng cao tính minh bạch và bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng.

Các chuyên gia nhận định, việc đẩy mạnh khuyến mại trong giai đoạn hiện nay không chỉ giúp người dân giảm áp lực chi tiêu mà còn tạo động lực cho doanh nghiệp tăng trưởng doanh thu, giải phóng hàng tồn kho và mở rộng thị trường. Khi sức mua được cải thiện, các hoạt động kích cầu sẽ trở thành một trong

những yếu tố quan trọng góp phần thúc đẩy tăng trưởng thương mại trong nửa cuối năm 2026.

Nam Sơn (t/h)