

Kích cầu gắn kết nối tiêu thụ, Huế tạo thêm dư địa cho doanh nghiệp phát triển

15:56 14/07/2026

Trong bối cảnh thị trường trong nước ngày càng giữ vai trò quan trọng đối với tăng trưởng kinh tế, nhiều địa phương đang chuyển trọng tâm từ các chương trình giảm giá ngắn hạn sang xây dựng chuỗi tiêu thụ bền vững cho sản phẩm địa phương.

Tại Huế, Tháng bán hàng khuyến mại lần thứ I năm 2026 không chỉ nhằm kích thích sức mua mà còn được kỳ vọng trở thành cầu nối giữa doanh nghiệp sản xuất, hệ thống phân phối và người tiêu dùng, góp phần mở rộng đầu ra cho hàng hóa mang thương hiệu địa phương.

Theo đánh giá của các cơ quan quản lý, sức mua trong nước vẫn là "điểm tựa" quan trọng của nền kinh tế trong bối cảnh thị trường xuất khẩu còn tiềm ẩn nhiều biến động. Việc phát triển thị trường nội địa vì vậy không chỉ dừng ở các chương trình khuyến mại mà cần tạo được hệ sinh thái kết nối từ sản xuất đến tiêu thụ, giúp doanh nghiệp xây dựng kênh bán hàng ổn định và nâng cao giá trị sản phẩm.

Xuất phát từ mục tiêu đó, UBND thành phố Huế đã phát động Tháng bán hàng khuyến mại lần thứ I năm 2026 với sự tham gia của 25 doanh nghiệp, hợp tác xã và cơ sở sản xuất trong và ngoài địa phương. Hơn 30 gian hàng trưng bày nhiều nhóm sản phẩm như hàng công nghiệp, tiểu thủ công nghiệp, nông sản, đặc sản, sản phẩm OCOP, hàng tiêu dùng và các mặt hàng thiết yếu, tạo cơ hội để doanh nghiệp quảng bá thương hiệu cũng như tiếp cận trực tiếp người tiêu dùng.



Chương trình được kỳ vọng tạo cầu nối giữa doanh nghiệp, hợp tác xã với hệ thống phân phối, góp phần mở rộng đầu ra và kích cầu tiêu dùng trên thị trường nội địa.

Khác với các chương trình xúc tiến thương mại chỉ tập trung vào bán hàng, hoạt động lần này được thiết kế theo hướng kết hợp giữa khuyến mại, quảng bá thương hiệu và kết nối thị trường. Nhiều doanh nghiệp triển khai các chương trình ưu đãi, giảm giá, đồng thời giới thiệu quy trình sản xuất, chất lượng sản phẩm nhằm gia tăng niềm tin của người tiêu dùng đối với hàng hóa sản xuất trong nước.

Phát biểu tại lễ phát động, Phó Chủ tịch UBND thành phố Huế Hà Văn Tuấn cho biết, chương trình là một trong những hoạt động cụ thể hóa Nghị quyết số 88/NQ-CP của Chính phủ về thúc đẩy phát triển thị trường trong nước, kích cầu tiêu dùng và tiếp tục thực hiện Cuộc vận động "Người Việt Nam ưu tiên dùng hàng Việt Nam".

Theo lãnh đạo thành phố, việc tạo điều kiện để các doanh nghiệp, hợp tác xã và cơ sở sản xuất tiếp cận hệ thống phân phối sẽ góp phần nâng cao giá trị cho sản phẩm OCOP, đặc sản địa phương và sản phẩm công nghiệp nông thôn tiêu biểu. Đây cũng là giải pháp giúp doanh nghiệp từng bước mở rộng thị trường ngay trên "sân nhà", thay vì chỉ phụ thuộc vào các kênh tiêu thụ truyền thống.

Những tín hiệu tích cực của thị trường thương mại trong nửa đầu năm 2026 được xem là nền tảng để Huế tiếp tục triển khai các hoạt động xúc tiến thương mại. Theo UBND thành phố, nguồn cung hàng hóa trên địa bàn cơ bản được bảo đảm, thị trường vận hành ổn định, tổng mức bán lẻ hàng hóa và doanh thu dịch vụ tiêu dùng duy trì mức tăng khá, trong khi hoạt động xuất khẩu cũng ghi

nhận những chuyển biến tích cực.

Để tận dụng đà tăng trưởng này, thành phố yêu cầu Sở Công Thương phối hợp với các sở, ngành và địa phương đẩy mạnh hoạt động xúc tiến thương mại theo hướng hiện đại, hỗ trợ doanh nghiệp ứng dụng thương mại điện tử và chuyển đổi số trong hoạt động kinh doanh. Song song với đó là tăng cường công tác quản lý thị trường nhằm bảo đảm môi trường cạnh tranh minh bạch, tạo niềm tin cho doanh nghiệp và người tiêu dùng.

Các doanh nghiệp cũng được khuyến khích đầu tư nâng cao chất lượng sản phẩm, xây dựng thương hiệu và chủ động tham gia các chương trình kết nối cung - cầu. Trong khi đó, hệ thống siêu thị, trung tâm thương mại và các đơn vị bán lẻ được kỳ vọng sẽ tăng cường ưu tiên phân phối hàng hóa do doanh nghiệp địa phương sản xuất, giúp mở rộng độ phủ của sản phẩm Huế trên thị trường.

Một trong những điểm nhấn của chương trình là lễ ký kết biên bản ghi nhớ hợp tác giữa các doanh nghiệp sản xuất, hợp tác xã với các đơn vị phân phối và bán lẻ. Thay vì chỉ dừng ở hoạt động quảng bá trong thời gian ngắn, các thỏa thuận hợp tác được kỳ vọng sẽ hình thành chuỗi liên kết từ sản xuất đến tiêu thụ, tạo đầu ra ổn định cho hàng hóa địa phương và nâng cao hiệu quả hoạt động của doanh nghiệp.

Trong bối cảnh cạnh tranh ngày càng gay gắt, việc xây dựng hệ thống tiêu thụ bền vững được đánh giá là yếu tố quan trọng giúp doanh nghiệp nâng cao năng lực cạnh tranh. Với cách tiếp cận kết hợp giữa kích cầu tiêu dùng, kết nối cung - cầu và hỗ trợ chuyển đổi số, Huế không chỉ hướng tới gia tăng doanh số trong ngắn hạn mà còn tạo nền tảng để hàng hóa địa phương mở rộng thị trường, nâng cao giá trị thương hiệu và phát triển bền vững trong những năm tới.

Nam Sơn (t/h)