TẠP CHÍ ĐIỆN TỬ
THƯƠNG HIỆU & CÔNG LUẬN

Lâm Đồng mở rộng thị trường nội địa, tạo động lực tăng trưởng

15:05 18/10/2026

Không chỉ đẩy mạnh xuất khẩu, Lâm Đồng đang tăng cường kết nối cung cầu, kích cầu tiêu dùng và mở rộng hệ thống phân phối trong nước. Lợi thế về vị trí địa lý, nguồn hàng phong phú và quy mô thị trường sau sáp nhập được kỳ vọng giúp tỉnh nâng cao vai trò kết nối giao thương, logistics giữa vùng duyên hải Nam Trung Bộ và Tây Nguyên.



Doanh nghiệp tỉnh Lâm Đồng và Ninh Bình ký kết giao thương mở rộng thị trường tiêu thụ trong thời gian tới. (Ảnh: TTXTĐT, TM & DL)

Kết nối cung cầu, mở rộng đầu ra cho sản phẩm địa phương

Thời gian qua, Sở Công Thương Lâm Đồng liên tiếp tổ chức các hội nghị kết nối giao thương tại nhiều địa phương, từ Đồng Tháp, Cà Mau đến Ninh Bình, Bắc Ninh. Hoạt động nhằm giới thiệu sản phẩm đặc trưng, giúp doanh nghiệp tìm kiếm đối tác, tiếp cận hệ thống phân phối và mở rộng thị trường tiêu thụ.

Không chỉ quảng bá sản phẩm, các chương trình còn tạo điều kiện để doanh nghiệp trao đổi trực tiếp với nhà phân phối, nắm bắt xu hướng tiêu dùng và tìm kiếm cơ hội hợp tác lâu dài. Việc tiếp cận hệ thống bán lẻ hiện đại, sàn thương mại điện tử cũng mở thêm hướng tiêu thụ cho hàng hóa địa phương.

Bà Cao Thị Thanh, Phó Giám đốc Sở Công Thương Lâm Đồng, cho biết toàn tỉnh có gần 2.230 doanh nghiệp công nghiệp, trong đó khoảng 65% hoạt động trong lĩnh vực chế biến. Nhiều sản phẩm tham gia kết nối thương mại đạt chứng nhận OCOP 4 sao, sản phẩm công nghiệp nông thôn tiêu biểu cấp tỉnh, khu vực và quốc gia.

Thông qua xúc tiến thương mại, ngành công thương kỳ vọng các bên sẽ hình thành những thỏa thuận hợp tác cụ thể, chuyển cơ hội kết nối thành đơn hàng và đầu ra ổn định.

Với doanh nghiệp, mỗi cuộc gặp gỡ là cơ hội tiếp cận thị trường mới. Bà Nguyễn Thị Thọ, giám đốc một doanh nghiệp sản xuất cà phê rang mộc tại xã Bảo Lâm 3, kỳ vọng tìm được đối tác phù hợp tại thị trường phía Bắc, từng bước đưa sản phẩm chất lượng của Lâm Đồng đến gần hơn với người tiêu dùng.



Dâu tây - đặc sản Đà Lạt.

Cùng với đó, Trung tâm Xúc tiến đầu tư, Thương mại và Du lịch tỉnh triển khai các giải pháp xúc tiến thương mại năm 2026 và những năm tiếp theo, hướng đến liên kết sản xuất - tiêu thụ sản phẩm đặc trưng, vùng nguyên liệu của ba không gian ngàn hoa, biển xanh và đại ngàn. Hội nghị kết nối doanh nghiệp

Thanh Hóa - Lâm Đồng cuối tháng 8/2026 cũng mở thêm cơ hội đưa sản phẩm địa phương đến Bắc Trung Bộ.

Kích cầu tiêu dùng, phát huy lợi thế sau sáp nhập

UBND tỉnh Lâm Đồng yêu cầu các sở, ngành, địa phương đẩy mạnh phát triển thị trường trong nước, kích cầu tiêu dùng, góp phần thực hiện mục tiêu tăng trưởng năm 2026. Ngành công thương tập trung vào những lĩnh vực, mặt hàng có dư địa tăng sức mua và phù hợp lợi thế địa phương.



Tỉnh Lâm Đồng tiếp tục hỗ trợ doanh nghiệp quảng bá sản phẩm, mở rộng thị trường tiêu thụ trong nước.

Với thế mạnh về cà phê, chè, rau củ, sầu riêng, thanh long, hạt điều, mắc ca và thủy sản, Lâm Đồng có điều kiện mở rộng tiêu thụ nông sản, thúc đẩy chế biến và gia tăng giá trị hàng hóa.

Thị trường bán lẻ đang ghi nhận tín hiệu tích cực. Tháng 9/2026, tổng mức bán lẻ hàng hóa và doanh thu dịch vụ tiêu dùng tăng 22,87% so với cùng kỳ. Lũy kế 9 tháng, chỉ tiêu này ước đạt 151.327,5 tỷ đồng, tăng gần 20%.

Để tiếp tục thúc đẩy sức mua, tỉnh dự kiến tổ chức Chương trình khuyến mại tập trung Lâm Đồng lần thứ hai năm 2026 - The Second Lamdong Grand Sale 2026, từ ngày 1/12/2026 đến 5/1/2027. Chương trình triển khai trên phạm vi toàn tỉnh, góp phần tăng lưu thông hàng hóa và hướng đến mục tiêu tổng mức bán lẻ hàng hóa, doanh thu dịch vụ năm 2026 đạt 212.100 tỷ đồng, tăng 23,87% so với năm trước.

Song song với kích cầu, Lâm Đồng định hướng phát triển hệ thống bán lẻ văn minh, hiện đại; khuyến khích mở rộng siêu thị mini, cửa hàng tiện lợi và các điểm bán phù hợp tại nông thôn, miền núi, vùng sâu, vùng xa.

Đặc biệt, lợi thế về vị trí địa lý và quy mô thị trường sau sáp nhập tạo điều kiện để tỉnh nâng cao vai trò kết nối, phân phối hàng hóa, phát triển dịch vụ logistics giữa duyên hải Nam Trung Bộ và Tây Nguyên.

Để khai thác hiệu quả dư địa này, tỉnh cần đẩy mạnh kết nối cung cầu gắn với nhu cầu thực tế của nhà phân phối; hỗ trợ doanh nghiệp, hợp tác xã và chủ thể OCOP đưa sản phẩm vào các hệ thống bán lẻ. Cùng với đó, nâng cao chất lượng, bao bì, truy xuất nguồn gốc và năng lực cung ứng sẽ giúp hàng hóa địa phương tăng sức cạnh tranh.

Mở rộng thị trường nội địa vì vậy không chỉ là giải pháp kích cầu trước mắt, mà còn tạo nền tảng phát triển thương mại bền vững, thúc đẩy sản xuất và đóng góp thiết thực vào mục tiêu tăng trưởng của Lâm Đồng.

Hoàng Phương