TẠP CHÍ ĐIỆN TỬ
THƯƠNG HIỆU & CÔNG LUẬN

Masan Consumer cùng TP.Hồ Chí Minh tăng cường quảng bá hàng Việt ra thế giới

15:03 25/05/2023

Ngày 25/5/2023, Công ty Cổ phần Hàng Tiêu dùng Masan (Masan Consumer) đồng hành cùng Sở Công thương TP.Hồ Chí Minh tham gia Diễn đàn và Hội chợ Xuất khẩu TP.Hồ Chí Minh, tạo lực đẩy phát triển cho hoạt động xuất khẩu, quảng bá sản phẩm chất lượng Việt ra thế giới, góp phần cùng thành phố đạt mục tiêu tăng trưởng kinh tế.



Ông Đỗ Thắng Hải - Thứ trưởng Bộ Công Thương, ông Võ Văn Hoan - Phó chủ tịch UBND TP.HCM, ông Bùi Tá Hoàng Vũ - Giám đốc Sở Công thương TP.HCM và cùng lãnh đạo Tập đoàn Masan, Công ty Masan Consumer

Sự kiện HCM City Export 2023 lần đầu tiên được tổ chức, diễn ra trong 4 ngày từ 25/5-28/5/2023 tại Trung tâm triển lãm quốc tế SECC, Quận 7. Là đơn vị đồng hành cùng Sở Công thương TP.Hồ Chí Minh, Masan Consumer mang đến một không gian nổi bật, tái hiện gian hàng CHIN-SU tại Foodex Tokyo - Nhật Bản đầu

tháng 3/2023 vừa qua. Tại đây, CHIN-SU tự hào giới thiệu bộ sản phẩm khẩu vị Nhật hiện đang bán song hành tại cả 2 thị trường Việt Nam và Nhật Bản.

Theo ông Bùi Tá Hoàng Vũ, Giám đốc Sở Công thương TP.Hồ Chí Minh: “Năm 2023, ngành Công thương thành phố tiếp tục thúc đẩy phát triển sản xuất công nghiệp, thương mại, dịch vụ, đẩy mạnh hoạt động xuất khẩu để tạo đà tăng trưởng cho những năm tiếp theo. Chúng tôi hoan nghênh các doanh nghiệp xuất khẩu, trong đó có Masan Consumer, doanh nghiệp đang có chiến lược đẩy mạnh xuất khẩu sản phẩm nổi bật, phù hợp với người tiêu dùng thế giới, đồng thời cũng giới thiệu các sản phẩm này đến thị trường trong nước với 100 triệu dân. Động thái này giúp cho người người tiêu dùng nội địa có cơ hội tiếp cận được các sản phẩm đa dạng, phù hợp với xu hướng toàn cầu hóa mạnh mẽ hiện nay”.



Gian hàng CHIN-SU mang đậm phong cách Nhật Bản



Bộ sản phẩm gia vị khẩu vị Nhật Bản được bày bán tại gian hàng CHIN-SU

Masan Consumer hiện đang đẩy mạnh chiến lược "Go Global - mang thương hiệu Việt Nam ra thế giới" hướng đến mục tiêu, năm 2027, đóng góp 15% doanh số đến từ hoạt động kinh doanh quốc tế. Thành công trên thị trường Nhật Bản là một đòn bẩy, tạo tiền đề cho gia vị CHIN-SU nói riêng và các sản phẩm khác của Masan Consumer nói chung thâm nhập nhiều thị trường phát triển khác trên thế giới như Hàn Quốc, Úc, châu Âu và Bắc Mỹ…

Bà Đinh Hồng Vân, Giám đốc Marketing cấp cao Công ty Cổ phần Hàng tiêu dùng Masan - đơn vị đồng hành cùng HCM City Export 2023 lần này cho biết: "Masan khởi đầu là công ty xuất khẩu, sau đó xây dựng nhà máy sản xuất và kinh doanh nội địa trở thành một trong những công ty hàng tiêu dùng lớn nhất Việt Nam. Hiện nay, Masan Consumer đang đẩy mạnh chiến lược xuất khẩu các sản phẩm tiêu biểu ra thế giới. Như đã chia sẻ, chúng tôi nhắm tới mục tiêu 15% doanh số năm 2027 tới từ kinh doanh quốc tế. Hiện tại chỉ là 4%, như vậy mỗi năm phải thêm 2-3% trong phần tỉ trọng này. HCM City Export 2023 thật sự là một sự kiện thiết thực của thành phố trong bối cảnh toàn cầu đang đẩy mạnh giao thương kinh tế sau đại dịch Covid-19. Chúng tôi mong rằng đây sẽ là sự kiện thường niên thu hút đông đảo sự tham gia của các công ty quốc tế và công ty trong nước, trở thành sự kiện tiêu biểu của TP.Hồ Chí Minh xứng tầm với các hội chợ của các nước trong khu vực và thế giới".

Là công ty thành viên của Tập đoàn Masan, Masan Consumer (“MSC”) - một trong những công ty hàng tiêu dùng lớn nhất Việt Nam, hiện đang sản xuất và phân phối nhiều mặt hàng thực phẩm và đồ uống, bao gồm các mặt hàng gia vị (nước mắm, nước tương, tương ớt, hạt nêm), hàng thực phẩm tiện lợi (mì ăn liền, bữa ăn sáng tiện lợi) và các sản phẩm đồ uống (cà phê hòa tan, ngũ cốc dinh dưỡng, nước khoáng và nước tăng lực). Công ty bắt đầu đi vào hoạt động trong năm 1996 và từ đó đã phát triển thành công danh mục sản phẩm,hệ thống phân phối để thiết lập vị thế hàng đầu của mình trên thị trường hàng thực phẩm,đồ uống có thương hiệu ở Việt Nam. Masan Consumer đã tạo nên các thương hiệu được yêu thích và tin dùng hàng đầu như CHIN-SU, Omachi, Kokomi, Nam Ngư, Tam Thái Tử, Vinacafé, Wake-Up Saigon, Wake-Up 247, Vĩnh Hảo... thông qua chiến lược đặt người tiêu dùng Việt lên hàng đầu.

Việt Anh