

## **Phê duyệt Chương trình phát triển thị trường trong nước, kích cầu tiêu dùng giai đoạn 2025 - 2027**

08:23 09/08/2025

Bộ Công Thương đã ký ban hành Quyết định số 2269/QĐ-BCT, chính thức phê duyệt Chương trình phát triển thị trường trong nước, kích cầu tiêu dùng và đẩy mạnh Cuộc vận động “Người Việt Nam ưu tiên dùng hàng Việt Nam” giai đoạn 2025-2027. Đây được xem là bước đi chiến lược nhằm tạo cú hích cho thương mại nội địa, đưa hàng Việt vươn xa, góp phần giữ ổn định kinh tế vĩ mô và thúc đẩy tăng trưởng bền vững.

### **Mục tiêu kép: Tăng trưởng bền vững và lan tỏa thương hiệu hàng Việt**

Theo Bộ Công Thương, chương trình hướng tới mục tiêu kích cầu tiêu dùng, phát triển thương mại nội địa theo hướng hiện đại, tăng trưởng nhanh nhưng vẫn bền vững. Không chỉ tạo điểm tựa vững chắc cho sản xuất trong nước, chương trình còn góp phần xây dựng thương hiệu hàng hóa Việt, bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng và lợi ích chính đáng của doanh nghiệp.

Mục tiêu cụ thể cho năm 2025 là tăng trưởng tổng mức bán lẻ hàng hóa và dịch vụ tiêu dùng khoảng 10,5%, phấn đấu đạt 12%, qua đó đóng góp vào chỉ tiêu tăng trưởng kinh tế 8,3-8,5% theo chỉ đạo của Thủ tướng Chính phủ. Đồng thời, bảo đảm nguồn cung hàng hóa thiết yếu, giữ thị trường ổn định, không để xảy ra thiếu hụt hay tăng giá bất hợp lý, đặc biệt dịp cuối năm và Tết Nguyên đán. Chương trình cũng đặt mục tiêu ít nhất 15 triệu người tiêu dùng tiếp cận các chiến dịch truyền thông, xúc tiến tiêu dùng và hơn 50.000 doanh nghiệp tham gia.



Giai đoạn 2026-2027, chương trình đặt kỳ vọng xây dựng nền tảng thương mại trong nước hiện đại, giàu bản sắc và bao phủ toàn quốc; phát triển các mô hình bán lẻ mang đậm dấu ấn Việt; thúc đẩy hệ sinh thái chuyển đổi số; kết nối hạ tầng thương mại liên quốc gia. Mục tiêu xa hơn là đưa Việt Nam lọt nhóm các quốc gia có thị trường bán lẻ hấp dẫn nhất toàn cầu theo xếp hạng Kearney Global Retail Development Index.

### **"Người Việt Nam dùng sản phẩm Việt Nam"**

Ngay trong năm đầu tiên triển khai, Bộ Công Thương tập trung vào nhóm giải pháp cấp bách: kích cầu tiêu dùng nội địa; hỗ trợ doanh nghiệp sản xuất, phân phối và bán lẻ; bảo đảm nguồn cung ổn định; tái cơ cấu theo hướng bền vững; bình ổn giá cả; kết nối cung cầu hàng hóa ở nông thôn, miền núi, hải đảo; và tăng cường kiểm tra, bảo vệ người tiêu dùng.

Một điểm nhấn là chiến dịch truyền thông đặc biệt “Người Việt Nam dùng sản phẩm Việt Nam” – phiên bản đổi mới của Cuộc vận động nổi tiếng suốt hơn một thập kỷ qua. Không chỉ kêu gọi dùng hàng hóa nội địa, khẩu hiệu mới khẳng định chất lượng sản phẩm Việt sánh ngang hàng nhập khẩu, đồng thời mở rộng khái niệm “sản phẩm” bao gồm cả dịch vụ, phù hợp xu hướng tiêu dùng hiện đại.

Song song, hàng loạt sự kiện quy mô quốc gia sẽ được tổ chức: “Lễ hội mua sắm Việt Nam”, chương trình khuyến mại tập trung, các hội chợ, sự kiện kết hợp xúc tiến thương mại với du lịch và lễ hội văn hóa nhằm tạo hiệu ứng lan tỏa mạnh mẽ.



Kế hoạch cũng ưu tiên hỗ trợ doanh nghiệp tiếp cận gói tín dụng ưu đãi, giảm thuế phí, ưu tiên doanh nghiệp có tỷ lệ nội địa hóa cao, sản phẩm rõ nguồn gốc, đạt chuẩn công nghệ xanh, ESG; khuyến khích doanh nghiệp bán lẻ Việt mở rộng mạng lưới tại nông thôn, miền núi và vùng sâu, vùng xa.

Ở giai đoạn tiếp theo, chương trình sẽ tập trung hoàn thiện hành lang pháp lý minh bạch, xây dựng hạ tầng thương mại hiện đại, phát triển sàn giao dịch nông sản B2B cho các ngành thế mạnh như gạo, cà phê, hạt tiêu, chè, hoa, trái cây nhiệt đới, thủy sản... đạt tiêu chuẩn quốc tế.

Cục Quản lý và Phát triển thị trường trong nước được giao làm đầu mối triển khai, phối hợp với các đơn vị liên quan, vừa thực hiện vừa giám sát để bảo đảm chương trình đạt hiệu quả cao nhất.

Với tầm nhìn chiến lược, mục tiêu cụ thể và giải pháp đồng bộ, Chương trình phát triển thị trường trong nước giai đoạn 2025–2027 không chỉ kích cầu tiêu dùng, thúc đẩy sản xuất mà còn khơi dậy niềm tự hào hàng Việt, tạo đà để thương mại nội địa bứt phá trên bản đồ bán lẻ toàn cầu.

**Thu Trang**