

Sắp diễn ra Hội chợ Hàng Việt Nam tiêu biểu xuất khẩu năm 2026

09:40 11/09/2026

Hội chợ Hàng Việt Nam tiêu biểu xuất khẩu năm 2026 sẽ quy tụ khoảng 750 gian hàng, kết nối doanh nghiệp trong nước với nhà nhập khẩu, tập đoàn bán lẻ và hệ thống phân phối toàn cầu. Bên cạnh hỗ trợ toàn bộ chi phí gian hàng tiêu chuẩn đầu tiên, chương trình mở rộng kết nối từ gian hàng đến nhà máy, vùng nguyên liệu và các nền tảng thương mại điện tử.



Từ ngày 22 đến 24/10/2026, Hội chợ Hàng Việt Nam tiêu biểu xuất khẩu năm 2026 sẽ được tổ chức tại Trung tâm Triển lãm Quốc tế WTC Expo, phường Bình Dương, TP.HCM. (Ảnh: minh họa)

Từ ngày 22 đến 24/10/2026, Hội chợ Hàng Việt Nam tiêu biểu xuất khẩu năm 2026 sẽ được tổ chức tại Trung tâm Triển lãm Quốc tế WTC Expo, phường Bình Dương, TP.HCM. Với quy mô 750 gian hàng, sự kiện được kỳ vọng trở thành điểm gặp gỡ giữa năng lực sản xuất trong nước và nhu cầu tìm kiếm nguồn cung của thị trường quốc tế.

Không gian trưng bày bao phủ nhiều nhóm hàng xuất khẩu chủ lực như nông sản, lương thực, thực phẩm, đồ uống, thực phẩm, thủy sản, cà phê, dệt may, da

giày, đồ gỗ, thủ công mỹ nghệ, thiết bị gia dụng, kim khí và dụng cụ cầm tay.

Các dịch vụ hỗ trợ xuất khẩu cũng được giới thiệu, từ đánh giá, kiểm định chất lượng đến logistics, kho bãi, cảng, bảo hiểm và ngân hàng. Cách bố trí này giúp doanh nghiệp không chỉ tìm kiếm khách hàng, mà còn có thể tiếp cận những mắt xích cần thiết để hoàn thiện chuỗi cung ứng.

Một trong những chính sách thiết thực của hội chợ năm nay là hỗ trợ 100% chi phí gian hàng tiêu chuẩn đầu tiên cho mỗi doanh nghiệp. Chính sách hướng đến các doanh nghiệp vừa và nhỏ, đơn vị có sản phẩm đã xuất khẩu hoặc còn nhiều tiềm năng mở rộng thị trường.

Doanh nghiệp được khuyến khích đầu tư không gian giới thiệu sản phẩm theo hướng chuyên nghiệp, làm rõ nhận diện thương hiệu và năng lực sản xuất. Các khu trưng bày theo nhóm ngành, chuỗi cung ứng hoặc chủ đề chuyển đổi số, chuyển đổi xanh và phát triển bền vững cũng được ưu tiên.

Sản phẩm tham gia sẽ được lựa chọn dựa trên các tiêu chí về chất lượng, nguồn gốc xuất xứ và khả năng đáp ứng yêu cầu xuất khẩu. Nhóm sản phẩm chủ lực, sản phẩm công nghiệp, công nghiệp hỗ trợ tiêu biểu của TP.HCM và sản phẩm đạt Giải thưởng Thương hiệu Vàng thành phố được kỳ vọng tạo điểm nhấn tại hội chợ.

Ngoài trưng bày trực tiếp, doanh nghiệp còn có cơ hội kết nối với hệ thống phân phối trong nước, sàn thương mại điện tử quốc tế, tổ chức xúc tiến thương mại nước ngoài cùng các đơn vị cung cấp dịch vụ xuất khẩu. Hoạt động livestream và quảng bá qua KOL, KOC sẽ mở thêm kênh tiếp cận người tiêu dùng và đối tác ngoài nước.

Hội chợ cũng dành không gian thảo luận về những vấn đề doanh nghiệp đang quan tâm như tiêu chuẩn CBAM, UKCA, FDA; cơ hội tại thị trường Halal; xuất khẩu qua Amazon, TikTok Shop; ứng dụng trí tuệ nhân tạo, tự động hóa và chuyển đổi xanh trong sản xuất.

Mục tiêu không dừng ở việc đưa sản phẩm lên kệ trưng bày. Doanh nghiệp cần có thêm thông tin để điều chỉnh quy trình sản xuất, đáp ứng yêu cầu truy xuất nguồn gốc, trách nhiệm môi trường và các tiêu chuẩn ngày càng chặt chẽ của thị trường toàn cầu.

Trọng tâm của hội chợ năm 2026 là tăng hiệu quả kết nối doanh nghiệp với các nhà mua hàng trong và ngoài nước. Các phiên giao thương B2B sẽ được tổ chức theo từng ngành hàng và nhu cầu tìm kiếm nguồn cung, giúp hai bên đi thẳng vào khả năng hợp tác, chất lượng sản phẩm và năng lực đáp ứng đơn hàng.



Doanh nghiệp giới thiệu sản phẩm, kết nối trực tiếp với nhà mua hàng quốc tế. (Ảnh: minh họa)

Hội chợ dự kiến thu hút các đoàn mua hàng, doanh nghiệp thu mua và hệ thống phân phối đến từ Hoa Kỳ, Nhật Bản, Trung Quốc, Hồng Kông, Singapore, Hàn Quốc, Ấn Độ, Australia, New Zealand, Đức, châu Âu, Trung Đông cùng nhiều quốc gia Đông Nam Á. Tập đoàn bán lẻ Walmart của Hoa Kỳ cũng được kỳ vọng tham gia chương trình cùng các tổ chức thu mua và nền tảng thương mại điện tử quốc tế.

Một điểm mới là nhà mua hàng không chỉ xem sản phẩm tại gian trưng bày. Tùy theo nhu cầu, các đoàn quốc tế có thể được đưa đến khảo sát nhà máy, xí nghiệp và vùng nguyên liệu. Việc kiểm tra trực tiếp quy mô sản xuất, quy trình kiểm soát chất lượng và khả năng cung ứng sẽ giúp đối tác có thêm căn cứ trước khi đặt hàng hoặc xây dựng kế hoạch hợp tác dài hạn.

Cùng với hoạt động trực tiếp, hai kỳ triển lãm trên môi trường điện tử sẽ kéo dài khả năng kết nối, giúp doanh nghiệp tiếp cận đối tác ngay cả khi họ không thể đến TP.HCM. Đây là bước mở rộng cần thiết khi hoạt động tìm kiếm nguồn hàng và giao dịch B2B ngày càng dịch chuyển lên nền tảng số.

Thông qua hội chợ, TP.HCM hướng tới giảm chi phí tìm kiếm đối tác cho doanh nghiệp, mở rộng đầu ra và đưa hàng Việt tham gia sâu hơn vào mạng lưới sản xuất, cung ứng, phân phối toàn cầu. Giá trị lớn nhất vì thế không nằm ở số lượng gian hàng, mà ở khả năng chuyển những cuộc tiếp xúc thành đơn hàng, hợp đồng và quan hệ hợp tác bền vững.

L.T