

Tập đoàn Ngọc Diệp lần thứ 5 liên tiếp được vinh danh Thương hiệu quốc gia Việt Nam

07:04 27/10/2026

Tại Lễ công bố sản phẩm đạt Thương hiệu quốc gia Việt Nam năm 2026, Tập đoàn Ngọc Diệp tiếp tục ghi dấu ấn khi cả 4 dòng sản phẩm chủ lực được vinh danh. Đây là lần thứ 5 liên tiếp doanh nghiệp đạt danh hiệu này, khẳng định những nỗ lực trong nâng cao chất lượng sản phẩm, xây dựng uy tín và phát triển thương hiệu Việt.



Bà Nguyễn Thị Phin - Phó Giám đốc Công ty cổ phần Nhôm Ngọc Diệp đại diện nhận giải

Lễ công bố sản phẩm đạt Thương hiệu quốc gia Việt Nam lần thứ 10 năm 2026 với chủ đề “Dòng chảy Thương hiệu Việt” được tổ chức với sự tham dự của lãnh đạo Chính phủ, Bộ Công Thương cùng đại diện các bộ, ngành và cộng đồng

doanh nghiệp. Tại kỳ xét chọn năm nay, 227 doanh nghiệp với 499 sản phẩm được công nhận đạt Thương hiệu quốc gia Việt Nam.

Sau 23 năm triển khai và 10 kỳ xét chọn, Chương trình Thương hiệu quốc gia Việt Nam ngày càng khẳng định vai trò trong việc hỗ trợ doanh nghiệp xây dựng, phát triển thương hiệu, nâng cao năng lực cạnh tranh và quảng bá hình ảnh hàng hóa Việt Nam trên thị trường trong nước, quốc tế.

Theo thông tin được công bố tại buổi lễ, số lượng doanh nghiệp có sản phẩm đạt Thương hiệu quốc gia đã tăng từ 30 doanh nghiệp vào năm 2008 lên 227 doanh nghiệp năm 2026. Kết quả này cho thấy sự quan tâm ngày càng lớn của cộng đồng doanh nghiệp đối với việc đầu tư nâng cao chất lượng, đổi mới sáng tạo và xây dựng thương hiệu bền vững.

Trong số các doanh nghiệp được vinh danh, Tập đoàn Ngọc Diệp tiếp tục ghi dấu ấn khi nằm trong nhóm 84 doanh nghiệp có sản phẩm đạt Thương hiệu quốc gia từ 5 kỳ xét chọn trở lên.

Đáng chú ý, cả 4 dòng sản phẩm chủ lực của Tập đoàn đều tiếp tục được công nhận đạt Thương hiệu quốc gia Việt Nam năm 2026, gồm: **Nội thất Ngọc Diệp** (Công ty TNHH Thương mại và Sản xuất Ngọc Diệp), **Bao bì Ngọc Diệp** (Công ty Cổ phần Ngọc Diệp), **Cửa NGOCDIEPWINDOW** (Công ty Cổ phần Cửa Ngọc Diệp) và **Nhôm Dinostar** (Công ty Cổ phần Nhôm Ngọc Diệp).

Việc duy trì danh hiệu qua 5 kỳ liên tiếp cho thấy sự nhất quán trong chiến lược phát triển của Tập đoàn Ngọc Diệp, đặc biệt là định hướng lấy chất lượng sản phẩm, ứng dụng công nghệ và nâng cao năng lực sản xuất làm nền tảng xây dựng thương hiệu.

Trải qua 30 năm hình thành và phát triển, từ lĩnh vực nội thất, Ngọc Diệp từng bước mở rộng hoạt động sang các ngành sản xuất công nghiệp như bao bì, cửa và nhôm. Việc phát triển đồng thời nhiều dòng sản phẩm đã góp phần hình thành hệ sinh thái sản xuất đa ngành, đáp ứng nhu cầu ngày càng đa dạng của thị trường.

Trong quá trình phát triển, Tập đoàn chú trọng đầu tư công nghệ, cải tiến quy trình sản xuất, nâng cao chất lượng sản phẩm và phát triển nguồn nhân lực. Đây được xem là những yếu tố quan trọng giúp doanh nghiệp duy trì khả năng cạnh tranh, từng bước củng cố vị thế trong lĩnh vực sản xuất công nghiệp.

Bên cạnh mở rộng quy mô hoạt động, Ngọc Diệp cũng xác định xây dựng và bảo vệ thương hiệu là nhiệm vụ lâu dài. Trong bối cảnh thị trường ngày càng cạnh tranh, việc duy trì chất lượng ổn định, bảo đảm nguồn gốc sản phẩm và

nâng cao trách nhiệm với khách hàng có ý nghĩa quan trọng đối với uy tín của doanh nghiệp.

Đặc biệt, khi tình trạng hàng giả, hàng nhái và xâm phạm quyền sở hữu trí tuệ vẫn đặt ra nhiều thách thức, việc chủ động bảo vệ thương hiệu, nâng cao khả năng nhận diện sản phẩm chính hãng không chỉ góp phần bảo vệ quyền lợi doanh nghiệp mà còn giúp người tiêu dùng lựa chọn sản phẩm có nguồn gốc rõ ràng, chất lượng được kiểm soát.

Danh hiệu Thương hiệu quốc gia Việt Nam năm 2026 tiếp tục là sự ghi nhận đối với những nỗ lực của Tập đoàn Ngọc Diệp trong quá trình phát triển sản phẩm và xây dựng uy tín trên thị trường.

Đồng thời, đây cũng là động lực để doanh nghiệp tiếp tục đổi mới công nghệ, nâng cao chất lượng và phát triển theo hướng bền vững.



Tập đoàn Ngọc Diệp ghi dấu ấn tại kỳ xét chọn Thương hiệu quốc gia Việt Nam 2026

Trong giai đoạn tới, với định hướng “Đổi mới – Chất lượng – Tiên phong”, Tập đoàn Ngọc Diệp đặt mục tiêu tiếp tục phát huy thế mạnh trong các lĩnh vực sản xuất chủ lực, gia tăng giá trị sản phẩm và từng bước mở rộng cơ hội tham gia thị trường quốc tế.

Năm kỳ liên tiếp có sản phẩm đạt Thương hiệu quốc gia Việt Nam không chỉ đánh dấu chặng đường phát triển của Tập đoàn Ngọc Diệp, mà còn cho thấy vai

trò của việc kiên trì đầu tư vào chất lượng và uy tín thương hiệu.

Từ nền tảng 30 năm xây dựng và phát triển, doanh nghiệp đang tiếp tục hướng tới mục tiêu nâng cao năng lực cạnh tranh, góp phần khẳng định vị thế thương hiệu công nghiệp Việt Nam trong chuỗi giá trị trong nước và quốc tế.

Trần Mạnh (nguồn: Ngọc Diệp)