

## **Thương hiệu Vàng TP. HCM 2026: Kiến tạo động lực tăng trưởng mới từ sức mạnh thương hiệu**

09:10 30/07/2026

Trong bối cảnh TP. HCM bước vào giai đoạn phát triển với không gian kinh tế mở rộng và mục tiêu trở thành trung tâm tài chính, thương mại của khu vực, Giải thưởng "Thương hiệu Vàng TP. HCM" năm 2026 tiếp tục được kỳ vọng trở thành động lực thúc đẩy doanh nghiệp đầu tư bài bản vào xây dựng thương hiệu, đổi mới sáng tạo và phát triển bền vững.

### **Thương hiệu mạnh - nền tảng cho tăng trưởng bền vững**

Sáng 30/7, dưới sự chỉ đạo của UBND TP. HCM, Báo Điện tử Tuổi Trẻ phối hợp với Sở Công Thương TP. HCM tổ chức Lễ phát động Giải thưởng "Thương hiệu Vàng TP. HCM" lần thứ 6 năm 2026. Chương trình đánh dấu sự khởi động của chuỗi hoạt động bình chọn, truyền thông và tôn vinh các doanh nghiệp có thành tích nổi bật trong xây dựng, phát triển thương hiệu trên địa bàn thành phố.

Phát biểu tại buổi lễ, bà Nguyễn Thị Kim Ngọc, Phó Giám đốc Sở Công Thương TP. HCM cho biết, thương hiệu ngày nay không còn đơn thuần là tên gọi hay biểu tượng của doanh nghiệp mà đã trở thành tài sản chiến lược, phản ánh năng lực quản trị, sức sáng tạo, uy tín và khả năng cạnh tranh trên thị trường.



Bà Nguyễn Thị Kim Ngọc, Phó Giám đốc Sở Công Thương TP. HCM.  
(Ảnh: Quang Định - Báo Điện tử Tuổi Trẻ)

Theo bà Kim Ngọc, sau khi mở rộng không gian phát triển, TP. HCM đã trở thành đô thị đặc biệt với diện tích hơn 6.700 km<sup>2</sup>, dân số trên 14 triệu người, hội tụ các lợi thế về tài chính, thương mại, công nghiệp, công nghệ và logistics. Trong bối cảnh đó, việc hình thành những doanh nghiệp sở hữu thương hiệu mạnh không chỉ mang ý nghĩa đối với từng doanh nghiệp mà còn góp phần nâng cao sức cạnh tranh của toàn bộ nền kinh tế thành phố.

Được triển khai từ năm 2020, Giải thưởng "Thương hiệu Vàng TP. HCM" đã từng bước khẳng định uy tín, trở thành sân chơi tôn vinh những doanh nghiệp tiêu biểu trong xây dựng thương hiệu. Qua 5 năm tổ chức, nhiều doanh nghiệp đạt giải đã mở rộng thị trường, gia tăng giá trị thương hiệu và đóng góp tích cực cho tăng trưởng kinh tế của thành phố.

"Quan trọng hơn, Giải thưởng đã góp phần hình thành và lan tỏa nhận thức rằng đầu tư cho thương hiệu chính là đầu tư cho sự phát triển bền vững của doanh nghiệp", bà Nguyễn Thị Kim Ngọc nhấn mạnh.

Theo lãnh đạo Sở Công Thương TP. HCM, năm 2026 mở ra nhiều cơ hội mới khi doanh nghiệp có điều kiện đẩy mạnh ứng dụng khoa học công nghệ, trí tuệ nhân tạo, chuyển đổi số, phát triển kinh tế tuần hoàn và sản xuất xanh. Đây cũng là nền tảng để xây dựng thương hiệu dựa trên những giá trị cốt lõi về chất lượng, đổi mới sáng tạo, trách nhiệm xã hội và phát triển bền vững.

## Nhiều điểm mới trong Giải thưởng Thương hiệu Vàng 2026

Đồng hành cùng chương trình, Nhà báo Trần Xuân Toàn, Phó Tổng Giám đốc Cơ quan Báo và Phát thanh, Truyền hình TP. HCM, Tổng Biên tập Báo Điện tử Tuổi Trẻ cho biết, trong bối cảnh nền kinh tế đang chuyển mình mạnh mẽ, xây dựng và phát triển thương hiệu không chỉ là mục tiêu của từng doanh nghiệp mà còn là nền tảng quan trọng để nâng cao năng lực cạnh tranh của cả nền kinh tế.



Nhà báo Trần Xuân Toàn, Phó Tổng Giám đốc Cơ quan Báo và Phát thanh, Truyền hình TP. HCM, Tổng Biên tập Báo Điện tử Tuổi Trẻ.  
(Ảnh: Quang Định - Báo Điện tử Tuổi Trẻ)

"Muốn đi nhanh, doanh nghiệp cần có một sản phẩm tốt; nhưng muốn đi xa, doanh nghiệp nhất định phải xây dựng được một thương hiệu mạnh", ông Trần Xuân Toàn nhấn mạnh, đồng thời cho rằng để TP. HCM vươn tầm trở thành trung tâm kinh tế, tài chính và thương mại của khu vực cũng như quốc tế, thành phố cần có nhiều thương hiệu mang tầm vóc quốc gia và quốc tế.

Theo Ban tổ chức, Giải thưởng năm 2026 có ba điểm mới nổi bật.

Thứ nhất, phạm vi xét chọn được mở rộng phù hợp với không gian phát triển mới của TP. HCM, tạo điều kiện để doanh nghiệp thuộc nhiều lĩnh vực sản xuất, kinh doanh, dịch vụ và đổi mới sáng tạo tham gia.

Thứ hai, lần đầu tiên ý kiến bình chọn của người tiêu dùng được đưa vào quy trình đánh giá như một kênh tham chiếu quan trọng nhằm nâng cao tính khách quan, minh bạch. Đồng thời, toàn bộ quá trình đăng ký và tiếp nhận hồ sơ được

thực hiện trên nền tảng số, góp phần xây dựng cơ sở dữ liệu doanh nghiệp phục vụ công tác quản lý và phát triển thương hiệu.

Thứ ba, hệ thống tiêu chí và thang điểm được điều chỉnh theo từng nhóm ngành nghề, bảo đảm việc đánh giá sát với đặc thù của từng doanh nghiệp, phản ánh đúng năng lực và giá trị của mỗi thương hiệu.

Không chỉ dừng lại ở hoạt động bình chọn, Giải thưởng Thương hiệu Vàng TP. HCM 2026 còn mở đầu cho chuỗi chương trình đồng hành như cuộc thi viết "Thương hiệu tôi yêu", chương trình bình chọn trực tuyến "Thương hiệu được yêu thích nhất" và chuỗi talkshow "Đi cùng thương hiệu". Đây được kỳ vọng sẽ là diễn đàn để doanh nghiệp chia sẻ kinh nghiệm xây dựng thương hiệu, kết nối với chuyên gia, nhà quản lý và người tiêu dùng, qua đó lan tỏa những câu chuyện thành công và nâng cao nhận thức về vai trò của thương hiệu đối với sự phát triển kinh tế.

Theo Ban tổ chức, chủ đề của Giải thưởng năm nay là "Kiến tạo động lực tăng trưởng mới", thể hiện kỳ vọng khơi dậy những động lực phát triển mới từ đổi mới sáng tạo, chuyển đổi số, chuyển đổi xanh và năng lực quản trị hiện đại của doanh nghiệp. Thông qua giải thưởng, TP. HCM mong muốn tiếp tục phát hiện, đồng hành cùng những doanh nghiệp có chiến lược thương hiệu bài bản, năng lực cạnh tranh cao và trách nhiệm với cộng đồng, góp phần xây dựng cộng đồng doanh nghiệp năng động, hội nhập và phát triển bền vững.

**Hoàng Bách**