

TP.HCM mở cao điểm kích cầu cuối năm, tăng nguồn hàng bình ổn phục vụ Tết

08:46 26/10/2026

TP.HCM chuẩn bị triển khai chuỗi hoạt động mua sắm từ tháng 11 đến Tết Nguyên đán 2027, đồng thời yêu cầu doanh nghiệp chủ động dự trữ hàng, mở rộng điểm bán và tăng nguồn cung. Với 66 doanh nghiệp tham gia chương trình bình ổn thị trường, thành phố đặt mục tiêu vừa thúc đẩy tiêu dùng, vừa hạn chế nguy cơ khan hàng, tăng giá bất hợp lý trong mùa cao điểm.

Theo Sở Công Thương TP.HCM, nhu cầu mua sắm, du lịch, ăn uống và chuẩn bị hàng hóa phục vụ Tết được dự báo sẽ thúc đẩy thị trường trong những tháng cuối năm. Hoạt động thương mại, dịch vụ có khả năng tăng tốc vào tháng 11 và tháng 12, khi các chương trình khuyến mại, kích cầu được triển khai rộng hơn.

Trong 9 tháng năm 2026, tổng mức bán lẻ hàng hóa và doanh thu dịch vụ tiêu dùng của thành phố đạt 1.488.689 tỷ đồng, ước tăng 13,8% so với cùng kỳ. Riêng doanh thu bán lẻ hàng hóa ước đạt 699.429 tỷ đồng, tăng 17,2%.



Trong 9 tháng năm 2026, tổng mức bán lẻ hàng hóa và doanh thu dịch vụ tiêu dùng của thành phố đạt 1.488.689 tỷ đồng, ước tăng 13,8% so với cùng kỳ. (Ảnh: L.T)

Sức mua từng bước cải thiện cùng với sự phát triển của hệ thống phân phối, bán lẻ hiện đại. Lượng khách du lịch phục hồi, nhất là khách quốc tế, cũng giúp các ngành lưu trú, ăn uống, vận tải và bán lẻ có thêm nguồn thu.

Tuy vậy, thị trường vẫn chịu áp lực từ chi phí đầu vào, nhiên liệu và logistics. Một bộ phận người dân còn cân nhắc chi tiêu, trong khi doanh nghiệp bán lẻ phải cạnh tranh ngày càng mạnh giữa cửa hàng truyền thống, hệ thống phân phối hiện đại và các nền tảng trực tuyến.

Chuỗi mua sắm nổi dài từ tháng 11 đến Tết

Để thúc đẩy tiêu dùng, TP.HCM sẽ tổ chức chương trình “Vibrant HCMC - Shopping Season 2026”, gắn hoạt động mua sắm với du lịch, văn hóa, ẩm thực và giải trí.

Mở đầu là tuần lễ mua sắm từ ngày 11 đến ngày 15/11/2026, với các không gian mua sắm, trải nghiệm quy mô lớn, quy tụ thương hiệu trong nước và quốc tế, hệ thống phân phối cùng doanh nghiệp thương mại, du lịch, ẩm thực và dịch vụ.

Trong tháng 12, chương trình “Vibrant HCMC - Festive Season 2026” sẽ kết nối các hoạt động Giáng sinh, lễ hội cuối năm, âm nhạc, nghệ thuật và thể thao với mạng lưới trung tâm thương mại, khách sạn, nhà hàng, cơ sở giải trí và vận chuyển. Việc kết nối này hướng đến mở rộng nhu cầu chi tiêu từ mua hàng sang sử dụng dịch vụ và trải nghiệm tại thành phố.

Từ ngày 1/1/2027 đến trước Tết Nguyên đán, chương trình “Vibrant HCMC - Lunar New Year 2027” tiếp tục gắn mua sắm Tết với các hoạt động văn hóa, du lịch, đồng thời kết nối chương trình cung ứng hàng hóa và bình ổn thị trường.

Các hoạt động hưởng ứng sẽ được triển khai tại phường, xã, đặc khu từ tháng 11/2026 đến trước Tết. Theo kế hoạch, mỗi địa phương tổ chức tối thiểu một lễ phát động hoặc hoạt động mua sắm, kích cầu tiêu dùng. Trung tâm thương mại, siêu thị, chợ, hệ thống bán lẻ và tuyến phố mua sắm được vận động cùng tổ chức khuyến mại, ưu đãi, mua sắm ban đêm, giới thiệu hàng Việt Nam và sản phẩm OCOP.

Cùng với hệ thống bán hàng trực tiếp, thương mại điện tử tiếp tục được đẩy mạnh. Trong 9 tháng, doanh thu thương mại điện tử trên địa bàn đạt khoảng 131.632 tỷ đồng, tăng khoảng 35,2% so với cùng kỳ, chiếm khoảng 8,9% tổng mức bán lẻ hàng hóa và doanh thu dịch vụ tiêu dùng. Thị trường ghi nhận khoảng 580,8 triệu lượt bán và 123,4 nghìn gian hàng có lượt bán.

Bán hàng qua phát trực tiếp, mạng xã hội và mô hình kết hợp trực tuyến với cửa hàng đang được các doanh nghiệp, hộ kinh doanh mở rộng. Đây là những kênh để các chương trình kích cầu tiếp cận thêm người mua trong mùa mua sắm cuối năm.

66 doanh nghiệp tham gia bình ổn thị trường

Song song với kích cầu, TP.HCM tập trung chuẩn bị nguồn hàng thiết yếu cho giai đoạn nhu cầu tăng cao.

Chương trình bình ổn thị trường năm 2026 và Tết Đinh Mùi 2027 có sự tham gia của 66 doanh nghiệp sản xuất, phân phối và đơn vị hỗ trợ. Các nhóm hàng được tập trung gồm lương thực, thực phẩm thiết yếu, hàng phục vụ học tập và hàng tiêu dùng thiết yếu.

Riêng 11 nhóm lương thực, thực phẩm thiết yếu, lượng hàng đăng ký đáp ứng khoảng 20-30% nhu cầu thị trường trong các tháng thường và 25-35% trong tháng cao điểm Tết. Nguồn hàng này giúp thành phố tăng khả năng điều tiết khi cung cầu thay đổi, nhất là với những mặt hàng có nhu cầu tiêu thụ lớn.

Theo Sở Công Thương, từ đầu chương trình đến nay, giá hàng bình ổn đã được điều chỉnh hai lần tăng và hai lần giảm theo chi phí đầu vào và thị trường. Trong đó, thịt heo có hai đợt giảm giá từ 1-6%; phần lớn nhóm hàng còn lại duy trì ổn định.

Việc đưa hàng đến gần người tiêu dùng cũng được đẩy mạnh. Saigon Co.op và Satra đã tổ chức 181 chuyến “Bán hàng lưu động - Bình ổn thị trường”, ưu tiên phục vụ người lao động và những địa bàn có nhu cầu cao. Hoạt động này giúp người dân tiếp cận hàng thiết yếu với mức giá hợp lý, đồng thời mở thêm đầu ra cho doanh nghiệp tham gia chương trình.

Từ nay đến cuối năm, Sở Công Thương tiếp tục theo dõi cung cầu, giá cả; yêu cầu doanh nghiệp chủ động dự trữ, tăng nguồn cung, mở rộng điểm bán và bán hàng lưu động. Trọng tâm là bảo đảm hàng hóa dồi dào, hạn chế nguy cơ khan hàng, sốt giá trong giai đoạn giáp Tết.

Công tác kiểm tra thị trường sẽ tập trung vào hành vi đầu cơ, găm hàng, tăng giá bất hợp lý và gian lận thương mại trên không gian mạng. Việc kiểm tra, xử lý vi phạm được kết hợp với tuyên truyền pháp luật cho các cơ sở sản xuất, kinh doanh.

Mở rộng giao thương, hỗ trợ doanh nghiệp nâng sức cạnh tranh

Ở lĩnh vực sản xuất, chỉ số sản xuất công nghiệp của TP.HCM trong 9 tháng tăng 10,9% so với cùng kỳ, cao hơn mức tăng 6,9% của cùng kỳ năm trước. Hoạt động sản xuất tiếp tục phục hồi và mở rộng, nhưng doanh nghiệp vẫn gặp khó về công nghệ, nguyên liệu, chi phí đầu vào và khả năng tham gia sâu vào chuỗi cung ứng.



Ở lĩnh vực sản xuất, chỉ số sản xuất công nghiệp của TP.HCM trong 9 tháng tăng 10,9% so với cùng kỳ, cao hơn mức tăng 6,9% của cùng kỳ năm trước (Ảnh: Nguyễn Đại)

Yêu cầu về tiêu chuẩn sản phẩm và môi trường cũng đặt ra nhu cầu đổi mới sản xuất. Vì vậy, cùng với thúc đẩy thị trường trong nước, thành phố mở rộng kết nối giao thương, xúc tiến thương mại và hợp tác quốc tế để hỗ trợ doanh nghiệp tìm kiếm đối tác, thị trường và cơ hội đầu tư.

Các hoạt động trong tháng 10 gồm Hội chợ hàng Việt Nam tiêu biểu xuất khẩu 2026, Hội chợ triển lãm sản phẩm công nghiệp nông thôn tiêu biểu các tỉnh, thành phố khu vực phía Nam và Hội nghị Bàn tròn các Thành phố Đối tác Kinh tế năm 2026.

Theo thông tin từ Sở Công Thương, hội nghị bàn tròn tổ chức ngày 23/10 là kỳ thứ 35 và là lần thứ ba TP.HCM đăng cai, sau các năm 2002 và 2016. Nội dung hợp tác tập trung vào hỗ trợ khởi nghiệp sáng tạo, doanh nghiệp nhỏ và vừa; công nghiệp bền vững, giảm phát thải carbon và phát triển đô thị theo định hướng giao thông công cộng.

Thành phố hướng đến chuyển các cam kết hợp tác thành sáng kiến có thể triển khai, gắn đổi mới sáng tạo với thương mại hóa và tăng trưởng với giảm phát thải. Hiện TP.HCM đang triển khai kiểm kê khí nhà kính tại 360 cơ sở, chuyển đổi xe buýt sang sử dụng điện và năng lượng xanh, đồng thời tham gia lộ trình vận hành thị trường carbon quốc gia.

Trong những tháng cuối năm, nhiệm vụ của ngành công thương là giúp doanh nghiệp tận dụng mùa mua sắm để tăng tiêu thụ, đồng thời giữ nguồn cung thiết yếu ổn định. Các chương trình khuyến mại, mở rộng điểm bán và kết nối giao thương sẽ được triển khai cùng với theo dõi giá cả, kiểm soát thị trường, để sức mua tăng đi cùng khả năng đáp ứng hàng hóa và bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng.

L.T