

Triển khai “Gian hàng Quốc gia Việt Nam - Vietnam Pavillion” trên sàn thương mại điện tử

13:01 18/03/2022

“Gian Hàng Việt Nam - Vietnam Pavilion” sẽ được triển khai trong một năm kể từ tháng 3/2022. Đây là không gian hàng hoá của Việt Nam trên sàn thương mại điện tử Alibaba.com, tập hợp giới thiệu các thương hiệu uy tín, sản phẩm chất lượng, các câu chuyện thành công của các doanh nghiệp Việt Nam khi xuất khẩu, đồng thời xây dựng thương hiệu sản phẩm Việt Nam chất lượng.

Ngày 18/03, Cục Xúc tiến thương mại - Bộ Công Thương và Alibaba.com, một trong những nền tảng hàng đầu về thương mại điện tử toàn cầu giữa doanh nghiệp với doanh nghiệp (B2B), tổ chức Hội nghị quốc tế Xuất khẩu trực tuyến qua nền tảng thương mại điện tử Alibaba.com “We choose ACCELERATION” (Chúng tôi chọn TĂNG TỐC) lần thứ hai.

Sự kiện lần thứ nhất diễn ra cách đây đúng một năm, khi Cục Xúc tiến thương mại và Alibaba.com chính thức ký Biên bản ghi nhớ, và cùng tổ chức “Hội nghị thương mại điện tử quốc tế B2B Alibaba.com 2021” để hỗ trợ các doanh nghiệp Việt Nam chuyển đổi số, tìm kiếm các cơ hội kinh doanh trong bối cảnh khó khăn của dịch bệnh và giãn cách xã hội.



Cục Xúc tiến thương mại - Bộ Công Thương và Alibaba.com phối hợp triển khai “Gian hàng Quốc gia Việt Nam - Vietnam Pavillion”.

Xúc tiến thương mại trên môi trường số - Gian hàng quốc gia trên Alibaba.com

Hội nghị năm nay diễn ra vào một thời điểm hoàn toàn khác khi ở Việt Nam đại dịch đã trở thành “bình thường mới”, và sự phục hồi của thế giới đang dần tăng tốc. Tuy nhiên, nếu có một điều kéo dài từ đại dịch trong hai năm qua, đó có lẽ là sức mạnh của xúc tiến thương mại trên môi trường số (kết nối kinh doanh, xây dựng mạng lưới, xuất khẩu trực tuyến...). Trên thực tế, Alibaba.com đã cùng với các đối tác hỗ trợ các doanh nghiệp trong nước và quốc tế nâng cao năng lực ứng dụng công nghệ thông tin và chuyển đổi số, duy trì hoạt động sinh lợi nhuận, cơ hội kinh doanh toàn cầu tại 190 quốc gia và khu vực.

“Gian Hàng Việt Nam - Vietnam Pavilion” sẽ được triển khai trong một năm kể từ tháng 03/2022. Đây là không gian hàng hoá của Việt Nam trên sàn thương mại điện tử Alibaba.com, tập hợp giới thiệu các thương hiệu uy tín, sản phẩm chất lượng, các câu chuyện thành công của các doanh nghiệp Việt Nam khi xuất khẩu, đồng thời xây dựng thương hiệu sản phẩm Việt Nam chất lượng.

Thông qua gian hàng trực tuyến, Cục Xúc tiến thương mại và Alibaba.com sẽ tiến hành các hoạt động xây dựng hình ảnh, quảng bá thương hiệu sản phẩm; nâng cao năng lực kết nối khách hàng và các hoạt động tương tác hai chiều;

nâng cao kỹ năng marketing trên môi trường số; và cung cấp thông tin về sản phẩm cho khách hàng tiềm năng.

Đánh giá hợp tác giữa với Alibaba.com, ông Đỗ Thắng Hải, Thứ trưởng Bộ Công Thương cho biết: “Hoạt động xúc tiến thương mại số không ngừng được đẩy mạnh, tăng cường và đổi mới nhằm thích ứng linh hoạt với tình hình mới, góp phần hỗ trợ doanh nghiệp đẩy mạnh sản xuất, giao thương và xuất khẩu. Có thể nói, Bộ Công Thương (Cục Xúc tiến thương mại) là đơn vị tiên phong tại Việt Nam nhanh chóng sáng tạo, ứng dụng thực hiện các mô hình xúc tiến thương mại trực tuyến và hybrid (trực tiếp kết hợp trực tuyến) tại Việt Nam. Bộ Công Thương đánh giá cao vai trò của Alibaba.com đối với việc thúc đẩy, tổ chức những hoạt động hỗ trợ các doanh nghiệp Việt Nam có thêm kỹ năng, kiến thức về xuất khẩu trực tuyến, về thương mại điện tử quốc tế để từ đó tiến hành kinh doanh bền vững. Bộ cũng hoan nghênh việc Cục Xúc tiến thương mại là cơ quan đầu mối của Bộ về xúc tiến thương mại, xúc tiến đầu tư trong lĩnh vực công nghiệp và thương mại, phối hợp với Alibaba.com trong năm 2022 để triển khai, xây dựng và vận hành ‘Gian Hàng Quốc gia Việt Nam - Vietnam Pavilion’ trên sàn thương mại điện tử Alibaba.com, nhằm hỗ trợ các doanh nghiệp Việt Nam xây dựng hình ảnh, quảng bá thương hiệu sản phẩm; hỗ trợ hoạt động kết nối kinh doanh, tăng cường hiểu biết về sản phẩm và doanh nghiệp Việt Nam cho khách hàng quốc tế”.

Ông Vũ Bá Phú - Cục trưởng Cục xúc tiến thương mại cho hay: “Cục Xúc tiến thương mại và Alibaba.com đã ký Biên bản ghi vào tháng 3 năm 2021 nhằm hỗ trợ doanh nghiệp nâng cao năng lực ứng dụng công nghệ thông tin và chuyển đổi số trong xúc tiến thương mại. Chúng tôi đã đồng tổ chức hơn 20 hội thảo, tọa đàm trên toàn quốc với sự tham gia của hơn 2.000 doanh nghiệp nhỏ và vừa xuất khẩu trong nước, tại các thành phố như Quảng Ninh, Hải Phòng, Hải Dương, Yên Bái, Thái Nguyên, Hưng Yên, Bắc Giang; Khu vực miền trung: Quy Nhơn; khu vực phía nam: Long An, ĐồngTháp, Tây Ninh, Cà Mau và Kiên Giang

“Trong hai năm qua, dịch Covid-19 đã ảnh hưởng nghiêm trọng đến hoạt động sản xuất, đầu tư và kinh doanh trên toàn thế giới, gây gián đoạn chuỗi cung ứng và thương mại quốc tế. Hoạt động xúc tiến thương mại cũng gặp nhiều khó khăn. Không thể thực hiện các hoạt động xúc tiến thương mại truyền thống cần trao đổi trực tiếp giữa nhà cung cấp, nhà phân phối, người mua, nhà xuất khẩu và nhà nhập khẩu. Trong bối cảnh đó, hoạt động xúc tiến thương mại trên nền tảng số đã được Cục Xúc tiến thương mại phối hợp với các nền tảng thương mại điện tử, trong đó hoạt động đào tạo phối hợp với Alibaba.com đã được các đối tác và doanh nghiệp vừa và nhỏ đón nhận và đánh giá cao.”

Ông Andrew Zheng, Phó Tổng giám đốc Alibaba.com chia sẻ: “Với sự hỗ trợ không ngừng của Cục Xúc tiến thương mại - Bộ Công thương Việt Nam và các đối tác địa phương tại Việt Nam, chúng tôi tin tưởng mạnh mẽ rằng Alibaba.com sẽ vững bước để đồng hành cùng các doanh nghiệp nhỏ và vừa Việt Nam vượt qua thách thức, hướng tới một năm 2022 bền vững hơn. Chúng tôi cũng sẽ tiếp tục cam kết lâu dài và đầu tư hiệu quả vào Việt Nam”.

Là một trong những quốc gia sản xuất đại diện cho khu vực Đông Nam Á, Việt Nam đã và đang có được uy tín mạnh mẽ đối với các khách hàng toàn cầu với năng lực sản xuất, sản phẩm chất lượng cao, giá cả cạnh tranh và định hướng tập trung xuất khẩu. Các mặt hàng của doanh nghiệp Việt Nam được thị trường quốc tế yêu thích phải kể đến thực phẩm, đồ uống, nhà, vườn, làm đẹp, chăm sóc cá nhân và nông nghiệp... Cùng với các hiệp định thương mại tự do FTA được ký kết gần đây; và tăng trưởng thương mại toàn cầu gia tăng mạnh mẽ, đạt mức cao nhất mọi thời đại là 28 nghìn tỷ USD trong năm qua, cao hơn 11% so với mức trước COVID (theo Liên hợp quốc, UNCTAD và IMF). Đây là những ưu điểm và điều kiện thuận lợi để các doanh nghiệp tìm kiếm các mô hình kinh doanh bền vững thông qua các phương tiện số, từ đó, tăng tốc phục hồi và thậm chí có được tăng trưởng bền vững, giảm bớt rào cản xuất khẩu vào các thị trường mới.

Ông Roger Lou - Giám đốc quốc gia Alibaba.com Việt Nam cho biết: “Tôi đã chứng kiến sự phục hồi mạnh mẽ của nền kinh tế và xuất khẩu Việt Nam thông qua sức mạnh kỹ thuật số và TMĐT. Bất chấp những khó khăn và trở ngại lớn, một số ngành công nghiệp của Việt Nam đã đạt được những kỷ lục xuất khẩu đáng chú ý như sản phẩm nông nghiệp và thực phẩm đồ uống. Nhìn vào khía cạnh tích cực, tôi tin rằng TMĐT toàn cầu có thể làm được nhiều việc hơn nữa để giúp các DN VN Việt Nam nâng tầm quy mô sản xuất, khai phá thị trường quốc tế, tăng sản lượng xuất khẩu, tạo thêm việc làm, đào tạo thêm nhiều lao động hiểu biết về TMĐT và có tác động tích cực đến nền kinh tế đất nước”.

Chia sẻ về hiệu quả hoạt động xuất khẩu trực tuyến của doanh nghiệp trên Alibaba.com trong thời gian qua, bà Nguyễn Xuân Hải Yến - Phó Giám đốc Proline Việt Nam cho biết: “Con đường xuất khẩu là con đường bắt buộc trong định hướng phát triển của công ty, chúng tôi chọn xuất khẩu trực tuyến bởi đó là cách nhanh nhất, hiệu quả nhất, chi phí tối ưu nhất để một DNNVV tiếp cận khách hàng. Ưu điểm nói chung của TMĐT chính là việc có thể tiếp cận được với khách hàng trên toàn thế giới chỉ bằng những cú nhấp chuột không phân biệt thời gian, địa điểm và có thể tiết kiệm được rất nhiều chi phí marketing, lưu kho, công tác, chi phí tiếp cận khách hàng... Chúng tôi gửi gắm trọn niềm tin vào Alibaba.com bởi đây là sàn thương mại điện tử B2B lớn và uy tín trên thế

giới với đội ngũ chăm sóc khách hàng chuyên nghiệp, tận tâm, chu đáo. Nền tảng cũng có những tính năng như RFQ (yêu cầu báo giá), livestream, hội chợ thương mại trực tuyến... giúp nhà bán hàng tiếp cận được nhanh và trực tiếp với nhu cầu người mua”.

Đại diện một doanh nghiệp khác, bà Trần Thị Yến Phi - Giám đốc Điều hành DSW cho biết: “Phải đối mặt với nhiều thách thức, đặc biệt là khi đại dịch toàn cầu đã và đang ngăn cản các hoạt động kinh tế trên nhiều mặt, DSW đã tìm kiếm được cơ hội cho mình, tìm kiếm được thị trường tiềm năng dựa vào sáng kiến “kinh doanh xuyên biên giới” của Alibaba. Đi lên từ con số không, DSW gặp nhiều khó khăn trong cách vận hành cũng như lựa chọn sản phẩm phù hợp, cách ‘thổi hồn’ cho từng sản phẩm, định hướng gian hàng theo một thị trường mục tiêu đã được xác định... trong những ngày đầu tham gia Alibaba.com. Nhưng nhờ sự quan tâm, chăm sóc, nắm bắt nhu cầu thị trường, và quan trọng là khi vận hành gian hàng, Alibaba.com luôn thay đổi tư duy marketing cho sản phẩm, đặc biệt kênh tìm kiếm khách hàng của Alibaba.com không hạn chế một thị trường hay một quốc gia nào, nên chỉ sau một năm, doanh thu của DSW từ 3.000 USD cho đơn hàng đầu tiên đã đạt được 260.000 USD ngay trong mùa dịch”.

Thêm cơ hội để sản phẩm Việt Nam tạo tiếng vang với thế giới

Covid-19 đã ảnh hưởng “phần lớn” hoặc “hoàn toàn tiêu cực” tới 87,2% doanh nghiệp Việt Nam, trong đó có việc tiếp cận khách hàng, dòng tiền, nhân công, chuỗi cung ứng của doanh nghiệp, theo một báo cáo của Phòng Thương mại và Công nghiệp Việt Nam (VCCI) và Ngân hàng Thế giới tại Việt Nam (WB). Để khắc phục các tác động này, một trong những giải pháp để các doanh nghiệp tìm khách hàng mới, thị trường tiêu thụ mới là tham gia vào các kênh TMĐT để xúc tiến thương mại.

“Gian Hàng Việt Nam - Vietnam Pavilion” sẽ là một kênh để sản phẩm Việt Nam tiếp cận với các thị trường tiềm năng. Các hoạt động cụ thể và dài hạn trên gian hàng sẽ được thiết kế theo thực tiễn và theo sát các hoạt động của các doanh nghiệp trên Alibaba.com.

Hợp tác giữa Cục Xúc tiến thương mại và Alibaba.com nhằm nâng cao năng lực chuyển đổi số của các doanh nghiệp Việt Nam, tiến hành các hoạt động tập huấn đào tạo nâng cao năng lực vận hành thương mại điện tử cho các doanh nghiệp trên, cùng với thế mạnh của Alibaba.com là sàn bán sỉ (B2B) có lượng người mua sỉ lớn (hơn 34 triệu) từ hơn 190 quốc gia và vùng lãnh thổ, nên các ngành như nông sản, thực phẩm chế biến - đóng gói, hàng tiêu dùng, thủ công mỹ nghệ, may mặc, cơ khí chế tạo, chế phẩm nhựa và chất dẻo, bao bì

đóng gói của Việt Nam hoàn toàn có lợi thế cạnh tranh trên sàn Alibaba.com về chi phí giá thành.

Alibaba.com tiếp tục dành riêng cho thị trường Việt nam các dịch vụ riêng biệt để giúp các doanh nghiệp tăng tốc. Cụ thể, nền tảng này sẽ phối hợp với Cục Xúc tiến thương mại thực hiện chương trình hỗ trợ Covid với các hội thảo trực tuyến cho hơn 2.500 doanh nghiệp vừa và nhỏ, giúp họ có tư duy và công cụ đúng đắn để vượt qua thời kỳ khó khăn của giãn cách xã hội. Nền tảng sẽ thúc đẩy sự thành công của các doanh nghiệp Việt Nam trên Alibaba.com hơn nữa, bằng cách tuyển dụng các chuyên gia TMĐT để tư vấn cho doanh nghiệp trong suốt quá trình tham gia TMĐT. Đồng thời, Alibaba.com cũng sẽ ra mắt các sản phẩm hội viên mới cho các doanh nghiệp Việt Nam, giúp họ có cơ hội giới thiệu các sản phẩm đến người mua hàng toàn cầu tốt hơn.

Minh Anh