

"Tuần hàng Made in Vietnam - Tinh hoa Việt Nam": Cơ hội quảng bá sản phẩm nông nghiệp, dệt may Việt

15:49 15/10/2020



kiện

Các

đại biểu tham dự buổi họp báo

Sự kiện trên do Tập đoàn Central Retail Việt Nam phối hợp Bộ Công Thương, Bộ NN&PTNT và UBND TP. Hà Nội tổ chức thực hiện.

Tuần hàng "Tuần hàng Made in Vietnam - Tinh hoa Việt Nam" diễn ra từ ngày 23/10 -25/10/2020 tại khu vực sân vườn hoa Tượng đài Lý Thái Tổ (Hà Nội), với quy mô 100 gian hàng trưng bày giới thiệu sản phẩm của các doanh nghiệp trong lĩnh vực nông nghiệp, dệt may, da giấy Việt Nam.

Ngoài ra, tuần hàng còn được triển khai tại hơn 200 cửa hàng của Tập đoàn Central Retail Việt Nam trên toàn quốc, gồm: BigC, Robins, Nguyễn Kim, Lan Chi...

Nhằm quảng bá hàng Việt, giới thiệu và kích cầu tiêu dùng, trong thời gian diễn ra tuần hàng, các doanh nghiệp sẽ tổ chức nhiều hoạt động dùng thử, trải nghiệm sản phẩm và các chương trình khuyến mại. Đặc biệt, Tập đoàn Central Retail Việt Nam còn tổ chức kết nối tiêu thụ sản phẩm Việt Nam vào chuỗi bán lẻ hiện đại của Tập đoàn và thị trường Thái Lan.

Phó Tổng giám đốc Tập đoàn Central Retail Việt Nam, Nguyễn Thị Phương cho biết, từ năm 2016 - 2019, đơn vị liên tục tổ chức tuần hàng Việt tại Thái Lan. Tuy nhiên, năm 2020, do ảnh hưởng của dịch Covid-19 nên Tập đoàn không tổ chức tuần hàng tại Thái Lan, mà triển khai tại Hà Nội.

Theo Phó vụ trưởng Vụ Thị trường trong nước (Bộ Công Thương), Lê Việt Nga: Sự kiện này đã phần nào gợi mở cho ngành công thương xây dựng kế hoạch phát triển, khai thác thị trường nội địa giai đoạn 2021 - 2025, hưởng ứng cuộc vận động “Người Việt Nam ưu tiên dùng hàng Việt Nam”.

Để quảng bá sản phẩm, các doanh nghiệp sản xuất nên đẩy mạnh áp dụng công nghệ 4.0 vào hoạt động xúc tiến thương mại; kết nối với 4 triệu kiều bào Việt Nam ở nước ngoài, qua đó kết nối đưa hàng Việt vào hệ thống bán lẻ quốc tế...

Nguyễn Kiên