

Tuần hàng Việt ‘Made in Vietnam 2024’ tại Hà Nội kích cầu tiêu dùng nội địa

12:02 14/12/2024

Nhằm tăng cường hỗ trợ quảng bá các sản phẩm sản xuất tại Việt Nam để kích cầu tiêu dùng nội địa, bình ổn thị trường đặc biệt vào dịp cuối năm, Trung tâm Xúc tiến Đầu tư, thương mại, Du lịch thành phố Hà Nội tổ chức Tuần hàng Việt “Made in Vietnam 2024”. Đây là hoạt động có ý nghĩa đón chào Năm mới 2025 và Tết Nguyên đán Ất Ty.

Tuần hàng Việt “Made in Vietnam 2024” sẽ được tổ chức tại quận Hà Đông từ ngày 20-24/12/2024 (địa điểm dự kiến: Khu đô thị Park City Hà Đông, đường Lê Trọng Tấn, Phường La Khê, quận Hà Đông, Hà Nội).

Tuần hàng Việt “Made in Vietnam 2024” tổ chức tại thị xã Sơn Tây, dự kiến từ ngày 26 đến 29/12/2024 (địa điểm: Phố đi bộ thành cổ Sơn Tây, thị xã Sơn Tây)

Theo đó, tại mỗi địa phương nói trên sẽ có quy mô khoảng 150-170 gian hàng bao gồm: Khu gian hàng giới thiệu các sản phẩm nông sản; sản phẩm OCOP tiêu biểu, đặc sản vùng miền và làng nghề truyền thống của thành phố Hà Nội và các tỉnh, thành phố (60 gian hàng các tỉnh, thành phố; 30 gian hàng các doanh nghiệp).

Các khu không gian quảng bá, trưng bày nông sản, sản phẩm OCOP Hà Nội; Khu giao thương và kích cầu tiêu thụ sản phẩm; Khu trưng bày, giới thiệu quảng bá các sản phẩm đặc trưng, sản phẩm tiêu biểu của thành phố Hà Nội; Khu trưng bày, giới thiệu các sản phẩm định hướng xuất khẩu; Khu không gian ẩm thực (tương đương 80 gian). Bên cạnh đó, Ban Tổ chức còn dàn dựng các mô hình, tiểu cảnh trang trí về sản phẩm nông nghiệp, nông thôn, du lịch nông nghiệp, làng nghề truyền thống, cũng như các hoạt động ẩm thực, không gian Trà đạo và khu trải nghiệm nghề truyền thống...



Người dân Thủ đô mua sắm hàng hóa tại Tuần hàng "Made in Vietnam 2023". (Ảnh: VGP/Thùy Linh)

Theo Trung tâm Xúc tiến Đầu tư, Thương mại, Du lịch thành phố Hà Nội, sự kiện nhằm phát huy và giữ gìn các giá trị văn hóa bản sắc cũng như mong muốn quảng bá các giá trị văn hóa truyền thống, bản sắc của các vùng, miền; đẩy mạnh hoạt động xúc tiến giới thiệu sản phẩm làng nghề truyền thống, đặc sản địa phương; điểm đến du lịch của Thủ đô đến với người dân và du khách, hướng tới xây dựng thành sự kiện quảng bá, xúc tiến thương mại gắn kết du lịch trở thành sự kiện thường niên, góp phần quảng bá văn hóa địa phương, phát triển kinh tế xã hội trên địa bàn Thành phố.

Đồng thời, tăng cường hỗ trợ quảng bá các sản phẩm sản xuất tại Việt Nam để kích cầu tiêu dùng nội địa, tăng tổng mức bán lẻ hàng hóa dịch vụ, bình ổn thị trường đặc biệt vào dịp cuối năm, qua đó nâng cao nhận thức, lòng tin của người tiêu dùng về chất lượng, thương hiệu sản phẩm Việt, thực hiện có hiệu quả cuộc vận động “Người Việt Nam ưu tiên dùng hàng Việt Nam”.

PV (t/h)