

Vietnam Post khẳng định giá trị thương hiệu Việt

07:43 30/10/2026

Tại Lễ công bố sản phẩm đạt Thương hiệu quốc gia Việt Nam lần thứ 10 năm 2026, dịch vụ bưu chính chuyển phát của Tổng công ty Bưu điện Việt Nam (Vietnam Post) tiếp tục được vinh danh. Đây là sự ghi nhận cho những nỗ lực nâng cao chất lượng dịch vụ, thúc đẩy đổi mới sáng tạo và chuyển đổi số, qua đó góp phần khẳng định giá trị thương hiệu Việt trên thị trường.

Lễ công bố sản phẩm đạt Thương hiệu quốc gia Việt Nam năm 2026 do Bộ Công Thương tổ chức với chủ đề “Dòng chảy Thương hiệu Việt”, có sự tham dự của Thủ tướng Chính phủ Lê Minh Hưng cùng lãnh đạo các bộ, ban, ngành và cộng đồng doanh nghiệp.

Tại sự kiện, 499 sản phẩm của 227 doanh nghiệp được công nhận đạt Thương hiệu quốc gia Việt Nam năm 2026.

Đây là sự ghi nhận dành cho những sản phẩm, dịch vụ đáp ứng các tiêu chí về chất lượng, đổi mới sáng tạo và năng lực tiên phong. Việc dịch vụ bưu chính chuyển phát tiếp tục được vinh danh cho thấy những nỗ lực của Vietnam Post trong duy trì chất lượng phục vụ, đổi mới phương thức hoạt động và thích ứng với yêu cầu ngày càng cao của thị trường.



Vietnam Post tận tâm phục vụ, gửi bưu phẩm gửi đến tận tay khách hàng, góp phần khẳng định uy tín và chất lượng dịch vụ

Cụ thể hóa ba giá trị cốt lõi của Thương hiệu quốc gia

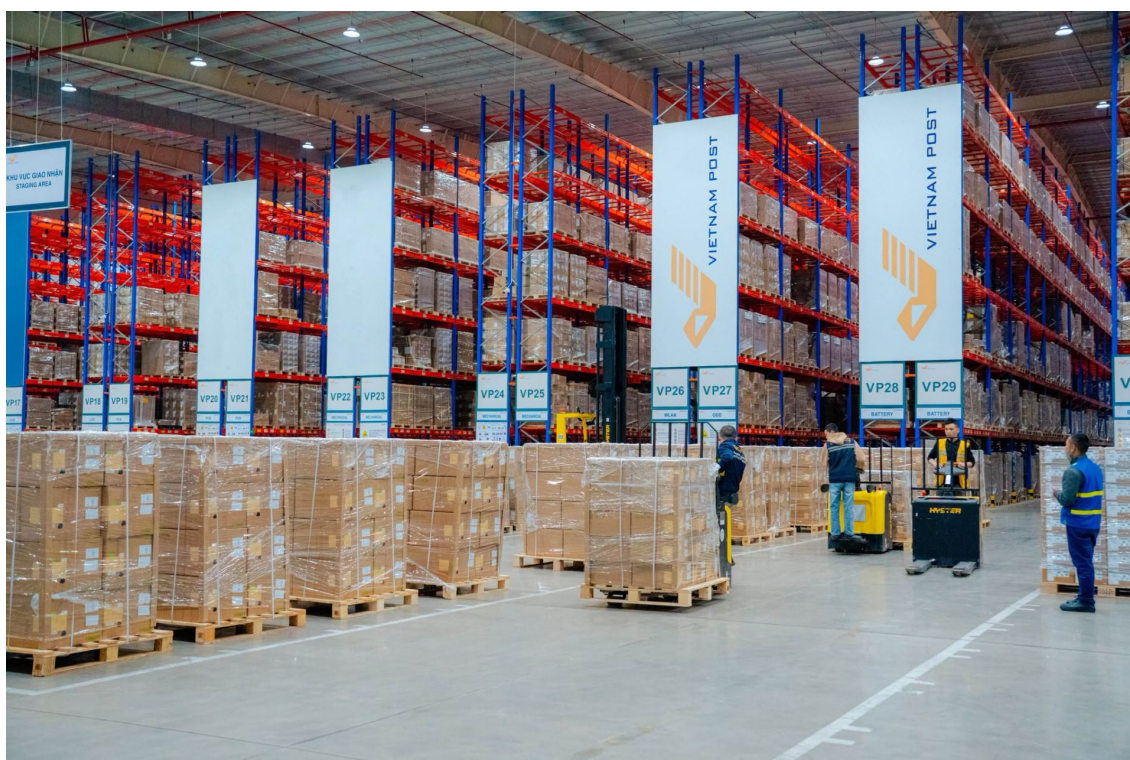
Chương trình Thương hiệu quốc gia Việt Nam năm 2026 lấy ba giá trị cốt lõi làm nền tảng xét chọn gồm: Chất lượng - Đổi mới, sáng tạo - Năng lực tiên phong. Đây cũng là những định hướng được Vietnam Post cụ thể hóa trong chiến lược phát triển dịch vụ bưu chính chuyển phát thông qua ba nhóm giải pháp trọng tâm: nâng cao chất lượng, thúc đẩy chuyển đổi số và chủ động nghiên cứu, thử nghiệm công nghệ mới.

Ở khía cạnh chất lượng, Vietnam Post tăng cường quản lý hoạt động theo quy trình và dữ liệu; đẩy mạnh ứng dụng công nghệ trong giám sát, điều hành và kiểm soát chất lượng. Cùng với đó, doanh nghiệp chú trọng hướng dẫn, hỗ trợ các đơn vị trong mạng lưới nâng cao năng suất, chuẩn hóa quy trình khai thác và chất lượng phục vụ khách hàng.

Trong lĩnh vực đổi mới sáng tạo, Vietnam Post từng bước phát triển hệ sinh thái nền tảng phục vụ hoạt động sản xuất, kinh doanh và chăm sóc khách hàng.

Các nền tảng như Địa chỉ số, My Vietnam Post Plus, Nền tảng hậu cần Bưu điện (VLP), thương mại điện tử và thanh toán số được phát triển nhằm tăng cường kết nối, tối ưu quy trình vận hành và mở rộng tiện ích cho người sử dụng.

Đáng chú ý, VLP được xây dựng theo hướng tích hợp các khâu quản lý đơn hàng, kho bãi, vận chuyển, khai thác và giao nhận trên một nền tảng thống nhất, hỗ trợ điều khiển và điều hành xuyên suốt. Nền tảng này đã được chuẩn hóa và đưa vào vận hành trên toàn mạng lưới, góp phần nâng cao hiệu quả quản trị, tăng khả năng kết nối và tối ưu hoạt động logistics.



Hệ thống kho bãi được đầu tư theo hướng hiện đại, đáp ứng nhu cầu lưu trữ, quản lý và xử lý hàng hóa hóa trong hoạt động bưu chính, logistics

Chủ động thử nghiệm công nghệ mới, mở rộng năng lực dịch vụ

Không chỉ tập trung vào chất lượng và chuyển đổi số, Vietnam Post còn chú trọng nghiên cứu, thử nghiệm những công nghệ mới nhằm đón đầu xu hướng phát triển của ngành bưu chính, logistics.

Trong đó, doanh nghiệp đã triển khai các chương trình thử nghiệm ứng dụng thiết bị bay không người lái (UAV) trong vận chuyển y tế tại Hà Nội, vận chuyển hàng hóa tại Cần Giờ và vận chuyển nông sản, hàng hóa tại Điện Biên. Các chương trình hướng tới đánh giá khả năng vận hành, hiệu quả thực tế và điều kiện triển khai công nghệ mới trong hoạt động vận chuyển.

Những bước đi này cho thấy định hướng chủ động tiếp cận công nghệ của Vietnam Post, đồng thời mở ra khả năng ứng dụng các phương thức vận chuyển mới tại những khu vực có điều kiện địa lý và hạ tầng đặc thù.

Thông qua việc kết hợp nâng cao chất lượng dịch vụ, phát triển nền tảng số và thử nghiệm công nghệ tiên tiến, Vietnam Post đang từng bước mở rộng năng lực hoạt động từ dịch vụ bưu chính truyền thống sang các lĩnh vực công nghệ và hậu cần. Đây là hướng đi nhằm đáp ứng tốt hơn nhu cầu đa dạng của khách hàng, đồng thời nâng cao năng lực cạnh tranh trong bối cảnh thị trường chuyển phát và logistics có nhiều thay đổi.



Vietnam Post phát triển mạng lưới vận hành rộng rãi khắp nơi, tăng cường kết nối hàng hóa giữa các miền miền, đáp ứng nhu cầu chuyển phát ngày càng đa dạng của khách hàng

Khẳng định giá trị thương hiệu từ niềm tin khách hàng

Việc dịch vụ bưu chính chuyển phát tiếp tục đạt danh hiệu Thương hiệu quốc gia Việt Nam không chỉ là niềm tự hào của tập thể cán bộ, công nhân viên và người lao động Vietnam Post, mà còn ghi nhận những nỗ lực bền bỉ của toàn mạng lưới trong duy trì hoạt động, nâng cao chất lượng và đáp ứng nhu cầu của khách hàng.

Trong bối cảnh thương mại điện tử phát triển mạnh, yêu cầu về tốc độ, độ chính xác, khả năng kết nối và trải nghiệm dịch vụ ngày càng cao, việc xây dựng thương hiệu bưu chính không đơn thuần dựa trên quy mô mạng lưới mà còn phụ thuộc vào chất lượng vận hành, năng lực công nghệ và uy tín trong từng khâu phục vụ.

Danh hiệu Thương hiệu quốc gia Việt Nam 2026 vì vậy vừa là sự ghi nhận những kết quả đã đạt được, vừa tạo thêm động lực để Vietnam Post tiếp tục đổi mới, nâng cao chất lượng dịch vụ và củng cố niềm tin khách hàng. Qua đó, doanh nghiệp góp phần lan tỏa giá trị thương hiệu Việt, thúc đẩy sự phát triển của ngành bưu chính và logistics theo hướng hiện đại, chuyên nghiệp và bền vững.

Trần Mạnh(nguồn: Vietnam Post)