

BỘ CÔNG THƯƠNG

Số: 1 4 4 2 /BCT-XTTM

V/v góp ý dự thảo Báo cáo kết quả tổ chức Hội chợ Mùa xuân lần thứ nhất năm 2026

CỘNG HÒA XÃ

Độc lập



Ký bởi: Bộ Công Thương
Cơ quan: Bộ Công Thương

Thư gửi: 1442/BCT-XTTM

HỘI NGHĨA VIỆT NAM

Độc lập - Tự Do - Hạnh phúc

Hà Nội, ngày 07 tháng 03 năm 2026

Kính gửi:

- UBND các tỉnh, thành phố;
- Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch;
- Bộ Nông nghiệp và Môi trường;
- Đài Truyền hình Việt Nam;
- Đài Tiếng nói Việt Nam;
- Thông tấn xã Việt Nam;
- Tập đoàn Vigroup / Công ty Cổ phần Trung tâm Hội chợ Triển lãm Việt Nam (VEFAC).

Thực hiện chỉ đạo của Thủ tướng Chính phủ tại công văn số 1735/VPCP-KTTH ngày 27 tháng 02 năm 2026 (đính kèm), trên cơ sở tổng hợp thông tin đồng thời tiến hành khảo sát kết quả tham dự Hội chợ của các đơn vị liên quan, Bộ Công Thương dự thảo báo cáo kết quả tổ chức Hội chợ Mùa Xuân lần thứ nhất năm 2026 (kèm theo).

Bộ Công Thương kính đề nghị Quý Cơ quan, Đơn vị cho ý kiến đối với dự thảo báo cáo để Bộ tổng hợp, hoàn thiện báo cáo trình Thủ tướng Chính phủ Phạm Minh Chính, Phó Thủ tướng Chính phủ, Trưởng Ban Chỉ đạo các Hội chợ Quốc gia. Ý kiến góp ý (nếu có) của Quý Cơ quan, Đơn vị đề nghị gửi bằng văn bản tới Bộ Công Thương trước ngày 10 tháng 03 năm 2026.

Đầu mối của Bộ Công Thương nhận thông tin: Chị Nguyễn Thị Thu Thủy (Di động: 0903488963; email: thuyntt@vietrade.gov.vn; thuy148@gmail.com).

Bộ Công Thương trân trọng cảm ơn sự phối hợp của Quý Cơ quan./.

Nơi nhận:

- Như trên;
- PTTg. Bùi Thanh Sơn;
- QBTr. Lê Mạnh Hùng;
- VPCP;
- Các Thành viên BCDCHCQG (để b/c);
- Các Thành viên BTCCHCQG;
- Lưu: VT, XTMM.

KT. BỘ TRƯỞNG
THỨ TRƯỞNG



Nguyễn Sinh Nhật Tân

BỘ CÔNG THƯƠNG**CỘNG HOÀ XÃ HỘI CHỦ NGHĨA VIỆT NAM****Độc lập - Tự do - Hạnh phúc**

Số: /BC-BCT

V/v báo cáo kết quả tổ chức Hội chợ Mùa
Xuân lần thứ nhất năm 2026

Hà Nội, ngày tháng 3 năm 2026

Kính gửi:

- Thủ tướng Chính phủ Phạm Minh Chính;
- Phó Thủ tướng Chính phủ Bùi Thanh Sơn,
Trưởng Ban Chỉ đạo các Hội chợ Quốc gia.

Thực hiện Quyết định số 194/QĐ-BCĐHCQG ngày 27 tháng 01 năm 2026 của Ban Chỉ đạo các Hội chợ Quốc gia về việc phê duyệt Đề án Tổ chức Hội chợ Mùa Xuân lần thứ nhất năm 2026, dưới sự chỉ đạo của Chính phủ, Bộ Công Thương chủ trì, phối hợp với Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch, Bộ Nông nghiệp và Môi trường, UBND Thành phố Hà Nội, UBND Thành phố Hồ Chí Minh cùng 32 tỉnh, thành phố, Tập đoàn Vingroup tổ chức Hội chợ Mùa Xuân lần thứ nhất năm 2026 từ ngày 02 - 13/02/2026 tại Trung tâm Triển lãm Việt Nam, Hà Nội.

Thực hiện chỉ đạo của Thủ tướng Chính phủ tại Công văn số 1735/VPCP-KTTH ngày 27/02/2026, Bộ Công Thương kính báo cáo Thủ tướng Chính phủ Phạm Minh Chính, Phó Thủ tướng Chính phủ Bùi Thanh Sơn – Trưởng Ban Chỉ đạo các Hội chợ Quốc gia kết quả tổ chức Hội chợ Mùa Xuân lần thứ nhất năm 2026, cụ thể như sau:

I. Tình hình thực hiện các mục tiêu, nhiệm vụ của Đề án

1. Về quy mô Hội chợ: Hội chợ được tổ chức với quy mô hơn 100.000 m² gồm 10 sảnh trưng bày trong Nhà triển lãm Kim Quy, mỗi sảnh khoảng 10.000 m², được quy hoạch thành 07 phân khu chủ đề, gồm:

- Phân khu “Xuân sắc phương Nam – Tiên phong vững bước” – Sảnh chính: Do UBND Thành phố Hồ Chí Minh chủ trì, giới thiệu toàn diện hình ảnh và thành tựu kinh tế, văn hóa, du lịch, công nghệ, cùng các sản phẩm mang đậm màu sắc truyền thống kết hợp hiện đại, các hoạt động văn hóa – nghệ thuật đặc trưng của phương Nam, để du khách khi tham quan, mua sắm còn được thưởng thức các chương trình nghệ thuật, hoạt động văn hóa truyền thống của các vùng miền. Đặc biệt, Thành phố Hồ Chí Minh đã tổ chức các không gian sân khấu văn hóa, giới thiệu đờn ca tài tử – di sản văn hóa phi vật thể được UNESCO công nhận, các bộ sưu tập áo dài cùng nhiều chương trình văn hóa, văn nghệ phục vụ du khách...

- Phân khu “Tết Sum vầy” – Sảnh 8: Do UBND Thành phố Hà Nội chủ trì, với các không gian trưng bày, giới thiệu sản phẩm thương mại tiêu biểu, sản phẩm OCOP, sản phẩm thủ công mỹ nghệ, làng nghề truyền thống; tái hiện không khí Tết cổ truyền thông qua các hoạt động trải nghiệm văn hóa đặc sắc. Khách tham quan có cơ hội thưởng thức nghệ thuật thư pháp, xin chữ đầu xuân,

xem trình diễn viết câu đối, trải nghiệm các hoạt động truyền thống như gói bánh chưng, bánh dày, giã giò, nặn tò he... Các nghệ nhân, thợ giỏi trực tiếp trình diễn kỹ thuật nghề, góp phần tôn vinh giá trị văn hóa làng nghề. Thông qua không gian “Tết sum vầy”, Thành phố Hà Nội còn giới thiệu trang phục truyền thống, ẩm thực ngày Tết, nghệ thuật tía hoa, cắm hoa, bày mâm ngũ quả, mâm cỗ Tết, kết hợp các tiểu cảnh, mô hình trang trí mang đậm sắc xuân. Đây không chỉ là điểm đến mua sắm, mà còn là không gian văn hóa, nơi các giá trị truyền thống được gìn giữ và lan tỏa trong đời sống hiện đại.

- Phân khu “Xuân quê hương - Sản vật bốn phương” – Sảnh 1,2: Do UBND 32 tỉnh, thành phố chủ trì, trưng bày đa dạng sản phẩm nông sản sạch, đặc sản vùng miền, OCOP; cung cấp các trải nghiệm văn hóa, ẩm thực Tết vùng miền; các sản phẩm mang nhãn hiệu tập thể, chứng nhận, chỉ dẫn địa lý.

- Phân khu “Nông sản Việt - Lan tỏa sắc xuân” – Sảnh 3: Do Bộ Nông nghiệp và Môi trường chủ trì, quy tụ sự tham gia của 278 gian hàng của 189 doanh nghiệp và 90 Hợp tác xã, giới thiệu các sản phẩm nông sản, thực phẩm, sản phẩm OCOP, làng nghề... tiêu biểu; giới thiệu các mô hình sản xuất - chế biến - tiêu thụ nông sản sạch, truy xuất nguồn gốc, hướng tới sản xuất, tiêu dùng xanh, bền vững.

- Phân khu “Xuân Thịnh vượng” và Triển lãm chuỗi giá trị ngành Dệt may, Da giày, Đồ gỗ và Thủ công mỹ nghệ (VIVC 2026) – Sảnh 4,5,6,7: Do Bộ Công Thương chủ trì, trưng bày các sản phẩm với thông điệp “Người Việt Nam dùng hàng Việt Nam” gắn liền với Chiến lược “Phát triển thương mại trong nước giai đoạn đến năm 2030, tầm nhìn đến năm 2045” và Đề án “Thúc đẩy Doanh nghiệp Việt Nam tham gia trực tiếp các mạng phân phối nước ngoài”, Chương trình Xúc tiến thương mại quốc gia, Chương trình Thương hiệu Quốc gia, Chương trình Khuyến công quốc gia v.v... và các cơ chế, chính sách thúc đẩy phát triển các ngành công nghiệp sản xuất như may mặc, gỗ, nông sản... nhằm xây dựng chuỗi kinh tế ngành tự chủ, hiện đại có sự tăng trưởng mạnh mẽ. Thông qua các phân khu này, Bộ Công Thương hướng tới mục tiêu thúc đẩy tiêu dùng nội địa, hỗ trợ sản xuất trong nước, kết nối cung - cầu, hỗ trợ doanh nghiệp mở rộng thị trường, tìm đối tác xuất khẩu đồng thời tạo điều kiện để người dân tiếp cận các sản phẩm có nguồn gốc rõ ràng, chất lượng đảm bảo.

- Phân khu “Tinh hoa văn hóa Việt Nam” – Sảnh trung tâm: Do Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch chủ trì, có sự tham gia của hơn 190 doanh nghiệp, hợp tác xã, hộ kinh doanh thuộc các ngành công nghiệp văn hoá với các sản phẩm phong phú, đa dạng từ các ngành du lịch, thủ công mỹ nghệ, thiết kế sáng tạo, phần mềm, xuất bản, ẩm thực vùng miền... Phân khu đã tổ chức đa dạng hoạt động xúc tiến du lịch, biểu diễn nghệ thuật, trưng bày hàng hóa, vật phẩm nhằm tạo không khí văn hóa, thu hút du khách và quảng bá hình ảnh Việt Nam giàu bản sắc.

- Bên cạnh 07 phân khu chủ đề trên, Ban Tổ chức còn tổ chức Phân khu ẩm thực kết hợp trưng bày hoa, cây cảnh (Vị Xuân gắn kết và Sắc Xuân Việt) ngoài trời rộng 43.000 m².

2. Về đối tượng tham gia: Hội chợ đã có hơn 2.200 doanh nghiệp trong nước và quốc tế tham gia với gần 3.000 gian hàng, trong đó có nhiều tập đoàn, doanh nghiệp hàng đầu của Việt Nam, nhiều doanh nghiệp đạt Thương hiệu Quốc gia. Bên cạnh các doanh nghiệp thuộc mọi thành phần kinh tế trong nước, còn có sự tham gia của các tổ chức, doanh nghiệp nước ngoài (Campuchia, Đài Loan, Hồng Kông, Rumania, Pakistan, Trung Quốc).

3. Về lượt khách tham gia: Theo thống kê của VEC, trong 12 ngày diễn ra Hội chợ ước tính đã có trên 500 nghìn lượt người (trung bình khoảng 40.000 lượt khách tham quan/ngày). Lượng khách cuối tuần và các buổi tối tăng mạnh. Hội chợ cũng đón một số đoàn khách nước ngoài đến từ Anh, Ấn Độ, Bỉ, Hàn Quốc, Nhật Bản, Pakistan, Philippines, Trung Quốc... đến tham quan, giao dịch, tìm hiểu cơ hội hợp tác kinh doanh.

4. Về doanh số bán hàng: Theo kết quả khảo sát của Ban Tổ chức bằng phương thức gửi phiếu khảo sát trực tuyến hàng ngày và tổng kết sau Hội chợ cho thấy, nhiều gian hàng có doanh thu ghi nhận từ vài triệu đến hàng trăm triệu đồng mỗi ngày, trong đó một số tỉnh, thành phố có doanh thu vượt trội như Hà Nội, Cà Mau, Điện Biên, Lào Cai... Cá biệt có ngày có doanh nghiệp đạt doanh thu trên 2 tỷ đồng. Ước tính có tới 75% số đơn vị tham gia đạt mức doanh thu tăng trưởng vượt bậc 2 ngày cuối tuần Hội chợ. Nhiều doanh nghiệp tìm được đại lý, nhà phân phối phù hợp, triển vọng từ Hội chợ. Tổng doanh thu bán hàng tại Hội chợ ước đạt trên 300 tỷ đồng, chưa kể doanh số tương đương đạt được từ các hợp đồng, thỏa thuận hợp tác giao thương khác tại Hội chợ, tạo đà tăng trưởng mạnh mẽ cho thương mại, dịch vụ trong nước ngay trong quý I/2026, góp phần hiện thực hóa mục tiêu tăng trưởng kinh tế hai con số mà Nghị quyết Đại hội XIV đã đề ra.

5. Về các hoạt động văn hóa: Ngoài chương trình nghệ thuật khai mạc, bế mạc còn có hơn 30 chương trình nghệ thuật phục vụ du khách hàng ngày tại sân khấu trung tâm vào các khung giờ sáng, chiều và tối. Các hoạt động này đã góp phần thu hút hàng trăm ngàn lượt khán giả theo dõi, tạo nên không khí tham quan, mua sắm sôi động, đa sắc màu, đa trải nghiệm, đan xen giữa thương mại, văn hoá gắn với nét cổ truyền dân tộc. Bên cạnh đó, các chương trình quảng bá sản phẩm, văn hóa, nghệ thuật tại các Phân khu của 34 tỉnh, thành phố góp phần thể hiện Hội chợ không chỉ là một sự kiện thương mại sôi động mà còn là một minh chứng rõ nét cho nỗ lực đưa văn hóa Việt Nam đến gần hơn với bạn bè quốc tế.

6. Về hoạt động truyền thông: Các cơ quan truyền thông chủ lực như Đài Truyền hình Việt Nam, Đài Tiếng nói Việt Nam, Thông tấn xã Việt Nam (TTXVN), Báo Công Thương... đóng vai trò nòng cốt trong việc bảo đảm thông tin chính thống và định hướng dư luận.

Các hoạt động truyền thông được phủ rộng và khuếch tán đa kênh mạnh mẽ trên các báo, đài, website Bộ, Ngành, Địa phương, các nền tảng kỹ thuật số, mạng xã hội, tin tức trực tuyến (Facebook, Instagram, TikTok, YouTube, Zalo, LinkedIn, Thế anh 28, Beatvn, Topcomment, Tuyên Văn Hoá, Vietnam Projects

Construction, Hà Nội News, Bí mật Showbiz, Sunny Group, Chuyện của Hà Nội...), với hàng nghìn bài đăng, video và nội dung đa phương tiện được phát hành trong suốt thời gian chuẩn bị và tổ chức sự kiện. Các chương trình teaser, livestream quảng bá sản phẩm và thương hiệu, phỏng vấn doanh nghiệp và tuyên truyền trực tuyến được sản xuất bài bản, có sức lan tỏa rộng, tạo ra lượt tiếp cận và phản hồi cao mỗi ngày. Đặc biệt, lượng truy cập các bài viết trên kênh Facebook của Hội chợ do Báo Công Thương vận hành đã đạt trên 3 triệu lượt xem (số liệu được lấy từ ngày 30/1 đến ngày 13/2), fanpage do VEC vận hành với gần 17 triệu lượt hiển thị... Điều này thể hiện công tác truyền thông không chỉ giới hạn trong hệ thống báo chí truyền thông mà còn chuyển mạnh sang nền tảng kỹ thuật số để tiếp cận người dân, đặc biệt là giới trẻ.

Song song với việc quảng cáo rầm rộ trên các kênh trực tuyến, thông tin về Hội chợ còn được quảng cáo mạnh mẽ trên màn LED tại các hệ thống trung tâm thương mại Vincom, khu đô thị Vinhomes, bảng quảng cáo trên các tuyến phố trọng điểm, toà nhà lớn, ứng dụng Xanh SM, email marketing tới cán bộ nhân viên nhiều cơ quan Bộ, ngành, địa phương, hội viên các câu lạc bộ như Vinclub và cư dân Vinhomes; triển khai chụp bộ ảnh lifestyle – thu hút du khách đến Hội chợ checkin và mua sắm... Công tác truyền thông của Hội chợ ngoài việc có các tuyến nội dung truyền thông trọng điểm, bảo đảm cập nhật xuyên suốt lịch sự kiện hàng ngày; song song triển khai chuỗi bài viết Media Tour để kích hoạt sự tham gia của các nhà sáng tạo nội dung. Các KOL/KOC và nhà sáng tạo nội dung cũng tích cực tham gia truyền thông, thực hiện livestream và trải nghiệm thực tế tại Hội chợ.

Thông tin về Hội chợ cũng được truyền tải trên các kênh phiên bản tiếng Anh của nhiều báo, đài trong nước và 135 tin, bài trên báo chí quốc tế (macaubusiness, thailand-business-news, manilatimes, malaymail...) để tăng cường quảng bá ra quốc tế về quy mô, sức hút và vị thế quan trọng của Hội chợ. Các doanh nghiệp tham gia Hội chợ cũng tích cực hưởng ứng truyền thông các chương trình kích cầu, giảm giá, ưu đãi, cung cấp sản phẩm chất lượng cao giá tốt, rõ ràng nguồn gốc xuất xứ... dành cho khách mua hàng tại Hội chợ.

Những nỗ lực trên của các cơ quan báo chí trung ương, địa phương và doanh nghiệp không chỉ kịp thời phản ánh các hoạt động của Hội chợ mà còn tạo ra sức lan tỏa mạnh mẽ trong cộng đồng, góp phần quảng bá hình ảnh, sản phẩm, doanh nghiệp và thông điệp “Kết nối thịnh vượng – Đón xuân huy hoàng” của Hội chợ tới đông đảo công chúng.

7. Về các hoạt động chuyên đề: Bộ Công Thương đã tổ chức 2 sự kiện quan trọng trong khuôn khổ Hội chợ gồm: (1) Diễn đàn “Toàn cảnh Thương mại điện tử: Nâng cao năng lực quản lý – Định hướng phát triển xanh, bền vững” với sự tham gia của trên 150 đại biểu từ các địa phương và doanh nghiệp; và (2) Diễn đàn “Giải pháp nâng cao năng lực cạnh tranh cho sản phẩm xuất khẩu Việt Nam trong chuỗi thương mại toàn cầu” với sự tham gia của gần 200 đại biểu.

8. Về đảm bảo an ninh, an toàn, phòng chống cháy nổ, vệ sinh môi trường, y tế và giao thông: Trong suốt 12 ngày diễn ra Hội chợ, các hoạt động

đảm bảo an ninh, an toàn, phòng chống cháy nổ, y tế và giao thông luôn được các cơ quan chức năng của TP. Hà Nội phối hợp với VEC thực hiện tốt, không xảy ra vấn đề nghiêm trọng nào. Đặc biệt, trong các ngày Lễ Khai mạc và Lễ Bế mạc có Lãnh đạo Đảng, Nhà nước đến tham dự đã được Bộ Tư lệnh cảnh vệ K01 hết sức quan tâm, phối hợp cùng Bộ Công Thương và VEC đảm bảo an ninh tuyệt đối cho các Lãnh đạo Đảng, Nhà nước và khách quốc tế đến tham dự.

9. Về hoạt động vinh danh các tập thể, cá nhân: Ban Tổ chức thực hiện cấp Giấy chứng nhận cho trên 2.200 doanh nghiệp, hợp tác xã, hộ kinh doanh của các Bộ, ngành, địa phương tham gia các hoạt động và đóng góp vào thành công chung của Hội chợ. Ngoài ra, Ban Tổ chức thực hiện vinh danh tại Lễ Bế mạc Hội chợ đối với 64 tập thể có không gian trưng bày đặc biệt và có đóng góp xuất sắc cho thành công chung của Hội chợ gồm 3 bộ: (Bộ Công Thương, Bộ Văn hoá Thể thao và Du lịch, Bộ Nông nghiệp và Môi trường), 3 cơ quan truyền thông (Đài Truyền hình Việt Nam, Đài tiếng nói Việt Nam, Thông tấn xã Việt Nam), 34 địa phương và 24 doanh nghiệp. Hoạt động này nhằm động viên các đơn vị tham gia phát huy tinh thần sáng tạo, đầu tư nâng cao chất lượng thiết kế, nội dung và phương thức trưng bày. Đồng thời, tôn vinh những đóng góp nổi bật của các đơn vị, qua đó lan tỏa giá trị, nâng cao uy tín và hình ảnh thương hiệu Việt Nam. Lễ Vinh danh là sự ghi nhận cho công sức chuẩn bị kỹ lưỡng, khuyến khích sự minh bạch, trách nhiệm với tiêu chuẩn chất lượng và là đòn bẩy truyền thông, nâng cao uy tín hình ảnh, thúc đẩy tiêu thụ cho các đơn vị tham gia.

10. Về công tác hỗ trợ các chủ thể tham gia Hội chợ: Ban Tổ chức đã thực hiện khảo sát hàng ngày tình hình khách tham quan, giao dịch, doanh thu, chương trình quảng bá sản phẩm, dịch vụ, kích cầu mua sắm, thu hút khách hàng... tại các phân khu, gian hàng của Hội chợ, đồng thời bám sát chặt chẽ và nắm bắt nhanh tất cả các vấn đề, nội dung đề nghị của các gian hàng để kịp thời tiếp thu, hỗ trợ, tạo điều kiện thuận lợi tối đa nhất cho hoạt động của các phân khu, gian hàng tại Hội chợ. Cụ thể, theo nguyện vọng của nhiều đơn vị tham gia, Ban Tổ chức đã phối hợp với VEC chủ động kéo dài thời gian mở cửa Hội chợ đến 22h00 hàng ngày (thay vì 21h00) vào dịp cuối tuần (từ ngày 06-08/02/2026) và các ngày 11-12/02/2026. Hoạt động này nhằm tối ưu khả năng tiếp cận khách hàng cho các đơn vị và đáp ứng nhu cầu tham quan, mua sắm muộn của nhân dân Thủ đô.

Bên cạnh đó, Ban Tổ chức đã đề nghị VEC tăng cường xe điện chạy xung quanh Hội chợ đưa đón khách tham quan, cho phép xe đưa đón khách vào tận cổng các phân khu, bố trí điểm đón tiễn xe buýt ngay trước cổng sảnh 7, cung cấp giỏ hàng có kích cỡ cả lớn lẫn nhỏ... để phục vụ khách mua hàng có trải nghiệm thuận tiện hơn tại Hội chợ; hỗ trợ các đơn vị trưng bày ra, vào hàng hóa thuận lợi liên tục 24/24h hàng ngày để đảm bảo kịp thời cung cấp, tăng cường hàng hóa phục vụ Hội chợ.

II. Đánh giá chung về công tác tổ chức Hội chợ

1. Về mặt được

- Về công tác chỉ đạo điều hành: Hội chợ được Thủ tướng Chính phủ quan tâm sát sao, Phó Thủ tướng Chính phủ Bùi Thanh Sơn – Trưởng Ban Chỉ đạo các Hội chợ Quốc gia trực tiếp chỉ đạo, giao Bộ Công Thương chủ trì, phối hợp với Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch, Bộ Nông nghiệp và Môi trường, UBND Thành phố Hà Nội, UBND Thành phố Hồ Chí Minh, Tập đoàn VinGroup cùng các Bộ, ngành, địa phương tổ chức. Thủ tướng Chính phủ ban hành Quyết định số 2807/QĐ-TTg ngày 26/12/2025 về việc thành lập Ban Chỉ đạo các Hội chợ quốc gia, Công điện số 09/CĐ-TTg ngày 04/02/2026 về việc tăng cường cung cấp, quảng bá sản phẩm, thương hiệu địa phương tại Hội chợ Mùa Xuân lần thứ nhất năm 2026; Phó Thủ tướng Chính phủ Bùi Thanh Sơn – Trưởng Ban Chỉ đạo các Hội chợ Quốc gia ban hành Quyết định số 193/QĐ-BCĐ ngày 27/01/2026 nhằm tạo điều kiện thuận lợi tối đa cho hiệu quả tổ chức, hoạt động của Hội chợ. Trong quá trình triển khai, công tác chỉ đạo, điều hành được thực hiện thường xuyên, liên tục, đảm bảo tiến độ, an toàn, hiệu quả và tiết kiệm ngân sách; các nội dung quan trọng được báo cáo xin ý kiến kịp thời của Thủ tướng Chính phủ và Phó Thủ tướng Bùi Thanh Sơn phụ trách.

- Về công tác phối hợp: Cùng với sự quan tâm sâu sắc, sự chỉ đạo sát sao của các đồng chí Lãnh đạo Đảng, Nhà nước, Chính phủ. Hội chợ mùa Xuân lần thứ nhất năm 2026 là kết tinh của tinh thần trách nhiệm, sự phối hợp, đồng hành chặt chẽ và những đóng góp tích cực từ các Bộ, ngành, địa phương, tổ chức xúc tiến thương mại và hàng nghìn doanh nghiệp trên cả nước. Đặc biệt, toàn bộ 34 tỉnh, thành phố đã tham gia đầy đủ, trách nhiệm, hiệu quả đối với công tác tổ chức Hội chợ mặc dù thời gian, khoảng cách địa lý, kinh phí gặp nhiều khó khăn, đóng góp lớn vào thành công chung của Hội chợ. Trong đó, đặc biệt nổi bật là 2 thành phố đồng tổ chức là Thành phố Hồ Chí Minh với vai trò là địa phương chủ đề và Thành phố Hà Nội với vai trò địa phương chủ nhà. Tập đoàn Vingroup và Công ty VEC với vai trò vừa là đơn vị phối hợp tổ chức, vừa là nhà tài trợ lớn nhất cho Hội chợ với một phần chi phí mặt bằng, dịch vụ, đồng thời trực tiếp tư vấn thiết kế không gian từ tổng thể đến chi tiết nhận diện và bố trí mặt bằng cho từng phân khu. Trong suốt quá trình diễn ra hội chợ đã bảo đảm toàn bộ hạ tầng kỹ thuật, hệ thống an ninh, điện, nước, mạng viễn thông, bãi đỗ xe và các dịch vụ hậu cần, đồng thời phối hợp chặt chẽ với Ban Tổ chức trong công tác vận hành, giám sát, đảm bảo an toàn tuyệt đối cho khách tham quan và doanh nghiệp.

- Về không gian Hội chợ: được tổ chức hiện đại, tinh tế với các phân khu có chủ đề đặc sắc, nội dung trưng bày đa dạng, phong phú, sinh động, thiết thực và hiệu quả, thể hiện rõ tiềm năng, lợi thế, sản phẩm chủ lực, sản phẩm mới, sản phẩm xanh – bền vững của Việt Nam; có trọng tâm, trọng điểm, không phô trương, không hình thức, lãng phí, mang lại bầu không khí thương mại sôi động kết hợp hài hòa với bầu không khí văn hóa đậm chất Tết Việt. Hội chợ đã thành công trong việc tạo ra một không gian đa chiều, nơi các giá trị văn hóa được bảo tồn, phát huy và giới thiệu một cách hấp dẫn đến bạn bè quốc tế. Sự kiện này không chỉ góp phần làm phong phú đời sống tinh thần của người dân, đặc biệt

trong bối cảnh Tết đến Xuân về mà còn đặt nền móng vững chắc cho việc khẳng định vị thế và bản sắc văn hóa Việt Nam trên trường quốc tế.

- Về hiệu quả kinh tế - thương mại: Hội chợ Mùa Xuân lần thứ nhất năm 2026 đã trở thành nhịp cầu kết nối cung cầu, kết nối doanh nghiệp với doanh nghiệp, kết nối người tiêu dùng với người sản xuất kinh doanh, là điểm đến uy tín để mua sắm và ký kết các hợp đồng thương mại, đặc biệt là thương mại điện tử bùng nổ giữa người mua và người bán trên các nền tảng số, quảng bá thương hiệu Việt tới đông đảo người dân và doanh nghiệp cả nước. Đáng lưu ý, các sản phẩm trưng bày tại đây đều là sản phẩm có chất lượng, đặc trưng, tiêu biểu, được người tiêu dùng yêu thích.

- Về kết quả giao lưu nhân dân và phát triển văn hóa: Hội chợ là một hành trình hội tụ tinh hoa, nơi những giá trị truyền thống của 3 miền Bắc – Trung – Nam được hội tụ và tỏa sáng giữa không gian của Trung tâm Triển lãm. Qua 12 ngày Hội chợ, khách tham dự đã được trải nghiệm không khí những ngày Tết đầy ắp tiếng cười, được đắm mình trong hương vị của đặc sản quê hương và cảm nhận nhịp đập của một nền kinh tế đang vươn mình mạnh mẽ. Sự đầu tư công phu của 34 tỉnh, thành phố cùng các đơn vị tham gia, hoà cùng niềm vui và sự hưởng ứng của người dân, đã dệt nên một bức tranh mùa xuân rạng rỡ, thành công và giàu giá trị thực tiễn. Hội chợ không chỉ dừng lại ở việc giới thiệu văn hóa truyền thống mà còn là nơi tôn vinh sự sáng tạo và đổi mới của con người Việt Nam trong thời đại mới. Các sản phẩm được trưng bày đều thể hiện sự kết hợp tinh tế giữa nét đẹp truyền thống và xu hướng hiện đại, từ thiết kế đến chất liệu và công nghệ sản xuất. Điều này cho thấy một Việt Nam không ngừng vươn lên, sẵn sàng hội nhập và cạnh tranh trên thị trường quốc tế.

Tóm lại, thành công của Hội chợ Mùa Xuân lần thứ nhất năm 2026 không chỉ nằm ở quy mô tổ chức hay sự hưởng ứng của nhân dân, mà hơn hết, đó là minh chứng cho tinh thần đoàn kết, sự đổi mới sáng tạo và khát vọng nâng tầm thương hiệu quốc gia, góp phần hiện thực hóa định hướng chiến lược của Chính phủ trong việc đưa Việt Nam trở thành trung tâm hội chợ, triển lãm của khu vực.

2. Về một số điểm cần nghiên cứu, rút kinh nghiệm

- Về công tác chuẩn bị tổ chức Hội chợ: Đề tổ chức Hội chợ cấp quốc gia được chu đáo, hiệu quả, thông thường công tác chuẩn bị cần thực hiện từ 6 tháng đến 1 năm. Việc tổ chức trong khoảng thời gian gấp rút khiến việc truyền thông mời nhà trưng bày, khách tham quan và khách mua hàng gặp nhiều khó khăn. Đặc biệt là khách mua hàng quốc tế, dù đã rất nỗ lực nhưng chưa đạt kỳ vọng. Đồng thời, việc tổ chức Hội chợ cần có nhiều sự kiện bên lề nhằm hỗ trợ trao đổi, chia sẻ thông tin về phát triển thị trường, xúc tiến thương mại và kết nối giao thương. Tuy nhiên, trong thời gian ngắn các cơ quan, tổ chức, doanh nghiệp sẽ không thể thực hiện.

- Về thời gian tổ chức Hội chợ: Thông lệ trong nước và quốc tế thường chỉ tổ chức trong 4-5 ngày, việc kéo dài thời gian tổ chức 10-12 ngày dẫn đến một số khó khăn trong triển khai và tham gia của doanh nghiệp. Đối với doanh nghiệp quốc tế, để duy trì sự hiện diện và tham gia trong toàn bộ 12 ngày Hội chợ, nhiều đoàn đã phải bố trí luân phiên 2-3 lượt doanh nghiệp thay phiên tham dự, gây phát sinh chi phí và ảnh hưởng đến hiệu quả giao dịch. Nhiều doanh nghiệp nước ngoài đã đăng kí tham gia nhưng do thời gian kéo dài nên đã huỷ tham gia. Đối với doanh nghiệp trong nước, đặc biệt là các địa phương xa, những đơn vị có sản phẩm bán tốt gặp khó khăn trong việc bổ sung hàng hóa do chi phí vận chuyển khối lượng nhỏ cao, ảnh hưởng đến khả năng duy trì gian hàng.

- Về thời điểm tổ chức Hội chợ: Thời điểm cận Tết âm lịch, tất cả các địa phương đều tổ chức Hội chợ Xuân để phục vụ nhu cầu mua sắm tại chỗ cho người dân. Riêng Hà Nội đã tổ chức Hội chợ Xuân tại 13 điểm trên toàn thành phố. Việc tổ chức Hội chợ Xuân tập trung có ưu điểm là đa dạng hóa được sản phẩm trên mọi miền tổ quốc, nhưng việc tham gia của người dân sẽ bị hạn chế.

- Về chính sách hỗ trợ doanh nghiệp quốc tế: Kinh nghiệm quốc tế, đặc biệt là Trung Quốc, trong giai đoạn đầu tổ chức các Hội chợ quốc gia mang tầm quốc tế, Chính phủ Trung Quốc có chính sách hỗ trợ cho các doanh nghiệp quốc tế đến trưng bày, mua bán, kết nối giao thương.

- Về cơ chế tài chính tổ chức Hội chợ: Theo chỉ đạo của Thủ tướng Chính phủ, Hội chợ mùa Xuân lần thứ nhất năm 2026, chỉ hỗ trợ kinh phí ngân sách Trung ương cho các Bộ, ngành, cơ quan Trung ương, các địa phương tự lo kinh phí. Vì vậy, quá trình thực hiện phát sinh nhiều đầu mối, nhiều mức thanh quyết toán khác nhau với đơn vị tổ chức, cung cấp dịch vụ, đặc biệt các khoản chi phí chung không thể bóc tách chi tiết, cụ thể được.

- Về nguồn tài chính tổ chức Hội chợ: Trong 2 kỳ hội chợ vừa qua là Hội chợ mùa Thu lần thứ nhất năm 205 và Hội chợ mùa Xuân lần thứ nhất năm 2026, do quy trình xây dựng kế hoạch ngân sách Nhà nước theo Luật ngân sách Nhà nước hàng năm nên các Bộ, ngành, địa phương không đưa vào kế hoạch. Vì vậy, mặc dù được Thường trực Chính phủ, Thủ tướng Chính phủ quyết định cấp bổ sung kinh phí, nhưng do tiến độ cấp cấp bách nên kéo theo quy trình, thủ tục thực hiện cũng rất gấp.

III. Đề xuất, kiến nghị

Trên cơ sở những nội dung báo cáo trên, Bộ Công Thương đề xuất, kiến nghị Thủ tướng Chính phủ tiếp tục giao Ban Chỉ đạo các hội chợ quốc gia phê duyệt và triển khai tổ chức thực hiện các hội chợ thương mại quốc gia và quốc tế trong năm 2026 và đến năm 2030, góp phần thực hiện hiệu quả các mục tiêu

phát triển thị trường trong và ngoài nước, đồng thời nâng cao vị thế thương hiệu quốc gia trong kỷ nguyên mới, kỷ nguyên bứt phá của dân tộc.

Trên đây là báo cáo kết quả tổ chức Hội chợ Mùa Xuân lần thứ nhất năm 2026, Bộ Công Thương kính báo cáo Thủ tướng Chính phủ Phạm Minh Chính, Phó Thủ tướng Chính phủ Bùi Thanh Sơn, Trưởng Ban chỉ đạo các hội chợ quốc gia xem xét, cho ý kiến chỉ đạo./.

Nơi nhận:

- Các Phó Thủ tướng;
- QBT Lê Mạnh Hùng (để b/c);
- Các Bộ: Văn hóa, Thể thao và Du lịch;
Nông nghiệp và Môi trường; Tài chính;
- UBND các tỉnh, thành phố;
- VPCP;
- Các Thành viên BCDCHCQG (để b/c);
- Các Thành viên BTCCHCQG;
- Lưu: VT, XTTM.

**KT. BỘ TRƯỞNG
THỨ TRƯỞNG**

Nguyễn Sinh Nhật Tân