BAN CHỈ ĐẠO CUỘC VẬN ĐỘNG
NGƯỜI VIỆT NAM ƯU TIÊN DÙNG HÀNG VIỆT NAM THÀNH PHỐ HÀ NỘI
HANOI STEERING COMMITTEE OF THE CAMPAIGN
VIETNAMESE PEOPLE PRIORITIZE USING VIETNAMESE GOODS

Hàng VIỆT NAM

ĐƯỢC NGƯỜI TIÊU DÙNG YÊU THÍCH

Năm 2019

Vietnamese Products Are Loved By Consumers In 2019

THÁNG 12/2019
Dec 2019

3 Lời giới thiệu
Introduction

4 - 7 Hoạt động của Cơ quan chủ trì
Chairing agency's activities

8 - 9 Bìa chuyên mục Sản phẩm được người tiêu dùng bình chọn năm 2019
Cover of categories of products selected by consumers in 2019

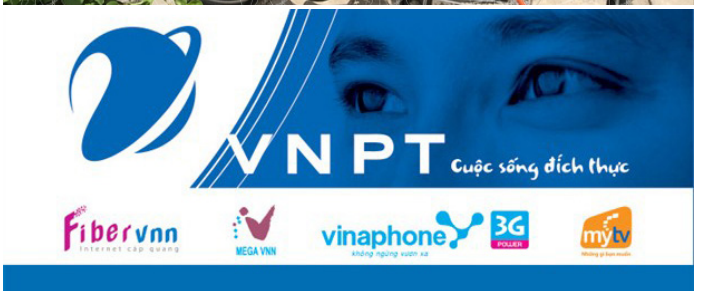
10 - 117 Nội dung, hình ảnh sản phẩm, dịch vụ
Contents, images of products, services

118 - 119 Sự kiện mua sắm thường niên
Annual shopping events

120 - 123 Thông tin về bản đồ mua sắm
Information about shopping map

Tài liệu tuyên truyền, không bán
Propaganda documents not for sale

Hàng VIỆT NAM
ĐƯỢC NGƯỜI TIÊU DÙNG YÊU THÍCH
Năm 2019
Vietnamese Products Are Loved By Consumers In 2019



Ban chỉ đạo xuất bản

BÀ NGUYỄN LAN HƯƠNG
Chủ tịch Ủy ban MTTQ Việt Nam Thành phố Hà Nội
Trưởng Ban chỉ đạo CVĐ Thành phố
Publication steering committee
Mrs. NGUYEN LAN HUONG
President of Hanoi's Vietnam fatherland front committee
Head of the campaign steering committee

ÔNG NGUYỄN DOÃN TOÁN
Phó Chủ tịch Ủy ban Nhân dân Thành phố Hà Nội
Phó Trưởng ban thường trực Ban chỉ đạo CVĐ Thành phố
Mr. NGUYEN DOAN TOAN
Vice president of Hanoi people's committee
Standing deputy head of the campaign steering committee

ÔNG NGUYỄN ANH TUẤN
Phó Chủ tịch thường trực Ủy ban MTTQ Việt Nam Thành phố Hà Nội
Phó Trưởng ban chỉ đạo CVĐ Thành phố
Mr. NGUYEN ANH TUAN
Standing vice president of Hanoi's Vietnam fatherland front
Deputy head of the campaign steering committee

Địa chỉ liên hệ:
Ban Tuyên giáo và Đối ngoại Ủy ban MTTQ Việt Nam TP. Hà Nội
29 Lý Thường Kiệt, Q. Hoàn Kiếm, TP. Hà Nội
Điện thoại: 024 3824 5918
Email: tuyengiaomattranhanoi@gmail.com/ bcdcvdtphn@gmail.com
Website: http://mttqhanoi.org.vn

Contact address:
Department of propaganda and foreign affairs, Hanoi's Vietnam fatherland front committee - 29 Ly Thuong Kiet - Hoan Kiem district - Hanoi
Tel: 024. 3824 5918
E-mail: tuyengiaomattranhanoi@gmail.com/ bcdcvdtphn@gmail.com
Website: http://mttqhanoi.org.vn

Tư vấn, thiết kế và dàn trang:
Công ty Cổ phần Công nghệ Truyền thông Minh Vân
Consulting, design and layout unit:
Minh Van Communication Technology Joint Stock Company

In 10.500 bản, khổ 20,5 x 29,5cm
Tại Công ty Cổ phần Công nghệ Truyền thông Minh Vân
Số xác nhận đăng ký xuất bản: 5294-2019/CXBIPH/24-142/TN
Số quyết định xuất bản: 1460/QĐ-NXBTN ngày 23/12/2019
Mã số sách tiêu chuẩn quốc tế (ISBN): 978-604-978-487-3
In xong và nộp lưu chiểu Tháng 12/2019

Print 10,500 copies, size: 20.5 x 29.5cm
At: Minh Van Communication Technology Joint Stock Company
Publishing Registration Confirmation No.: 5294-2019/CXBIPH/24-142/TN
Publishing decision No.: 1460/QĐ-NXBTN dated December 23, 2019
International Standard Book Number (ISBN): 978-604-978-487-3
Printed and submitted in December 2019

LỜI GIỚI THIỆU

Năm 2009, Bộ Chính trị đã phát động Cuộc vận động "Người Việt Nam ưu tiên dùng hàng Việt Nam" nhằm phát huy mạnh mẽ lòng yêu nước, ý chí tự lực, tự cường, tự tôn dân tộc, xây dựng văn hóa tiêu dùng của người Việt Nam và sản xuất ra nhiều hàng Việt Nam có chất lượng, sức cạnh tranh cao, đáp ứng nhu cầu tiêu dùng trong nước và xuất khẩu.

Sau 10 năm triển khai thực hiện Cuộc vận động "Người Việt Nam ưu tiên dùng hàng Việt Nam" trên địa bàn TP. Hà Nội, với nhiều nội dung, hình thức hoạt động phong phú, sinh động, thiết thực theo hướng: nâng cao chất lượng sản phẩm hàng Việt, kết nối cung cầu, đưa hàng Việt Nam đến với người tiêu dùng trong nước và từng bước vươn ra thị trường khu vực và thế giới. Kết quả Cuộc vận động không chỉ góp phần thúc đẩy sản xuất, nâng cao uy tín của hàng hóa, doanh nghiệp Việt Nam mà còn có ý nghĩa tích cực trong việc thực hiện các giải pháp để giữ vững ổn định sản xuất, kinh doanh bảo đảm đời sống của nhân dân, duy trì phát triển kinh tế, góp phần xây dựng phát triển Thủ đô và đất nước.

Nhằm tiếp tục thực hiện hiệu quả Cuộc vận động "Người Việt Nam ưu tiên dùng hàng Việt Nam"; Tuyên truyền rộng rãi và giới thiệu các thương hiệu, sản phẩm, dịch vụ Việt Nam được người tiêu dùng bình chọn thông qua Chương trình bình chọn "Hàng Việt Nam được người tiêu dùng yêu thích" năm 2019 và các sự kiện mua sắm thường niên nổi bật của thành phố, Ban chỉ đạo Cuộc vận động thành phố Hà Nội biên soạn ấn phẩm "Hàng Việt Nam được người tiêu dùng yêu thích năm 2019".

Hy vọng, ấn phẩm "Hàng Việt Nam được người tiêu dùng yêu thích năm 2019" sẽ là một cuốn tài liệu tham khảo hữu ích dành cho người tiêu dùng cũng như bạn bè quốc tế khi đến Hà Nội có nhu cầu mua sắm hàng hóa, dịch vụ chất lượng cao.

Trân trọng!

In 2009, the Political Bureau launched "Vietnamese people prioritize using Vietnamese goods" campaign to promote strongly patriotism, self-reliance, national self-respect, and build a culture of consumption used by Vietnamese and produce many Vietnamese goods of high quality and competitiveness, meeting domestic and export demands.

After 10 years of implementing the campaign "Vietnamese people prioritize using Vietnamese goods" in Hanoi, with many diverse and practical contents and activities forms in the direction of: improving the quality of Vietnamese goods, connecting supply and demand, bringing Vietnamese goods to domestic consumers and each step out to regional and world markets. Results of the campaign not only contributes to boosting production and raises the reputation of Vietnamese goods and businesses but also has a positive meaning in implementing solutions to maintain production and business stability to ensure people's life, maintain economic development, and contribute to the development of the Capital and the country.

In order to continue effectively implementing the campaign "Vietnamese people prioritize using Vietnamese goods"; Widely propagate and introduce Vietnamese brands, products and services voted by consumers through the program "Vietnamese products preferred by consumers" in 2019 and key annual shopping events of the city, Campaign Steering Committee of Hanoi City compiled a publication" Vietnamese products preferred by consumers in 2019".

Hopefully, the publication "Vietnamese products preferred by consumers in 2019" will be an useful reference for consumers as well as international friends when coming to Hanoi to purchase goods and services of high quality.

Yours sincerely!

TM. BAN CHỈ ĐẠO CUỘC VẬN ĐỘNG TP HÀ NỘI
TRƯỞNG BAN
ON BEHALF OF CAMPAIGN STEERING COMMITTEE OF HANOI CITY
HEAD OF THE COMMITTEE

NGUYỄN LAN HƯƠNG
Chủ Tịch Ủy Ban MTTQ Việt Nam thành phố Hà Nội
President of Hanoi's Vietnam Fatherland Front Committee

Introduction

Cuộc vận động "Người Việt Nam ưu tiên dùng hàng Việt Nam"

Để đưa nền kinh tế Việt Nam chủ động vượt qua những khó khăn, thách thức, phát triển nhanh, mạnh, bền vững, giải quyết tốt an sinh xã hội, năm 2009, Bộ Chính trị đã phát động Cuộc vận động "Người Việt Nam ưu tiên dùng hàng Việt Nam". Với vị trí là trung tâm chính trị, kinh tế và văn hóa lớn của cả nước, Thủ đô Hà Nội là một trong những địa phương luôn hưởng ứng và triển khai tích cực, sáng tạo, có hiệu quả Cuộc vận động này.

Với việc triển khai đồng bộ 4 nhóm giải pháp, hơn 10 năm qua, việc triển khai thực hiện Cuộc vận động trên địa bàn Thành phố đã đạt được những kết quả tích cực.

Ban Chỉ đạo Cuộc vận động "Người Việt Nam ưu tiên dùng hàng Việt Nam" Thành phố đã triển khai nội dung của Cuộc vận động một cách đồng bộ và sâu rộng tới các đơn vị thành viên, các cấp uỷ Đảng, chính quyền, ban, ngành, đoàn thể từ Thành phố đến cơ sở, các đơn vị doanh nghiệp, tổ chức sản xuất kinh doanh trên địa bàn, theo 4 nhóm nhiệm vụ và giải pháp cơ bản, gồm:

1. Đẩy mạnh công tác thông tin, tuyên truyền về mục đích, ý nghĩa của CVĐ đến các cơ quan, đơn vị, tổ chức chính trị – xã hội, các doanh nghiệp và đông đảo người dân, từ đó, họ có nhận thức và hành động hưởng ứng CVĐ. Thông qua: tuyên truyền trên hệ thống thông tin đại chúng, tuyên truyền trực quan, ấn phẩm tuyên truyền; tổ chức chương trình bình chọn…

2. Phối hợp với UBND Thành phố tháo gỡ khó khăn cho các doanh nghiệp, ban hành chính sách khuyến khích sản xuất, tiêu dùng trong nước; cải cách thủ tục hành chính, hỗ trợ doanh nghiệp phát triển.

3. Phối hợp với các cơ quan chức năng tổ chức các hoạt động hỗ trợ doanh nghiệp.

4. Các đơn vị chức năng tăng cường đổi mới, chấn chỉnh các hoạt động kiểm tra, quản lý thị trường.

Với việc triển khai đồng bộ 4 nhóm giải pháp, hơn 10 năm qua, việc triển khai thực hiện Cuộc vận động trên địa bàn Thành phố đã đạt được những kết quả tích cực. Nhận thức về Cuộc vận động nâng lên: Người tiêu dùng đã chú ý sản phẩm hàng Việt; các doanh nghiệp có ý thức đổi mới, nâng cao chất lượng hàng hóa, quan tâm quảng bá, khai thác thị trường Việt; các cấp, các ngành chức năng có giải pháp hữu hiệu để tháo gỡ khó khăn cho doanh nghiệp, thúc đẩy phát triển sản xuất.

The campaign "Vietnamese people prioritize using Vietnamese goods"

In order to support Vietnam's economy to proactively overcome difficulties and challenges for rapid, strong and sustainable development as well as good social security, in 2009, the Politburo launched the Campaign "Vietnamese people prioritize using Vietnamese goods". As the major political, economic and cultural center of the country, Hanoi is one of the localities that always respond to and implement this Campaign actively, creatively and effectively.

With the synchronous implementation of 4 groups of solutions, over the past 10 years, the implementation of the Campaign in the city has achieved positive results.

The Steering Committee of the Campaign "Vietnamese people prioritize using Vietnamese goods" has implemented the contents of the Campaign synchronously and deeply to the member units, the Party committees, the authorities, departments, industries and unions from the city to grassroots, enterprises, production and business organizations in the area, according to 4 groups of basic tasks and solutions, including:

1. Promote information and propaganda about the purpose and meaning of the Campaign to socio-political agencies, units, organizations, enterprises and citizens, from which they acknowledge and take action to respond to the Campaign. Via: propaganda on the mass media, visual propaganda, publications; organization of voting program, etc.

2. Coordinate with the City People's Committee in solving difficulties for enterprises, issuing policies to encourage domestic production and consumption; reforming administrative procedures, supporting the enterprises' development.

3. Coordinate with functional authorities to organize activities to support enterprises.

4. Functional units shall enhance innovation and regulate the inspection and market management activities.

With the synchronous implementation of 4 groups of solutions, over the past 10 years, the implementation of the Campaign in the city has achieved positive results. Awareness of the Campaign increasing: Consumers have noticed Vietnamese products; enterprises have been conscious of innovating, improving goods quality, paid attention to promotion and exploitation of Vietnamese market; agencies of all levels and functional industries have taken effective solutions to remove the difficulties for enterprises and promote production development.

Hà Nội: Hiệu quả 10 năm thực hiện Cuộc vận động "Người Việt Nam ưu tiên dùng hàng Việt Nam"

Năm 2019 ghi dấu ấn 10 năm triển khai Cuộc vận động (CVĐ): "Người Việt Nam ưu tiên dùng hàng Việt Nam". TP. Hà Nội, với vai trò là 1 trong 2 trung tâm kinh tế trọng điểm của đất nước, có sức ảnh hưởng và lan tỏa sâu rộng với sự phát triển kinh tế chung của khu vực phía Bắc đã sớm triển khai CVĐ vào thực tiễn. Với cách làm sáng tạo, sâu sát và sự vào cuộc của cả hệ thống chính trị toàn TP, CVĐ đã có sức lan tỏa, đi sâu vào cuộc sống, giúp người tiêu dùng trên địa bàn Thủ đô hướng tới lựa chọn, mua sắm và tin dùng hàng Việt.

Việc tổ chức triển khai CVĐ trên địa bàn TP có sự lãnh đạo chặt chẽ, xuyên suốt của cấp uỷ Đảng, chính quyền các cấp; sự phối hợp đồng bộ giữa các lực lượng, các ngành, các cơ quan báo chí, MTTQ và các tổ chức chính trị - xã hội. Với các hình thức hoạt động phong phú, sáng tạo, thiết thực, CVĐ đã góp phần quan trọng trong việc nâng cao nhận thức và hành động của người tiêu dùng trong mua sắm và sử dụng hàng Việt, tạo điều kiện cho các doanh nghiệp (DN) Việt phát triển, góp phần phát triển kinh tế-xã hội của TP và cả nước. TP đã chú trọng tuyên truyền, quảng bá, vận động thực hiện CVĐ; triển khai các cơ chế, chính sách để hỗ trợ DN xây dựng, phát triển thương hiệu; hỗ trợ trong công tác xúc tiến thương mại, ứng dụng khoa học công nghệ, đổi mới thiết bị, phát triển sản phẩm công nghiệp chủ lực, … Qua đó, tạo những chuyển biến tích cực trong sản xuất và kinh doanh.

10 năm qua, Ban chỉ đạo (BCĐ) CVĐ các cấp đã tổ chức nhiều hoạt động, như: hội thảo, tọa đàm, hội nghị tuyên truyền với hàng nghìn người tham gia; biên soạn nhiều ấn phẩm phục vụ công tác tuyên truyền CVĐ; tiến hành 04 cuộc điều tra xã hội học để nắm bắt, định hướng dư luận về triển khai CVĐ. Gần 2 triệu lượt người được tập huấn nghiệp vụ, kỹ năng tuyên truyền CVĐ; 120 sản phẩm của 82 DN được công nhận sản phẩm công nghiệp chủ lực; hơn 1100 lượt DN đã được hỗ trợ xây dựng và phát triển thương hiệu; 254 phiên chợ Việt, 3200 chuyến bán hàng lưu động đưa hàng Việt về nông thôn; 22 trung tâm thương mại, 132 siêu thị đang vận hành hiệu quả; 771 lượt sản phẩm của 588 DN được bình chọn thông qua chương trình bình chọn "Hàng Việt Nam được người tiêu dùng yêu thích"; gần 80 ngàn vụ buôn lậu, hàng cấm, hàng giả và gian lận thương mại được xử lý; trên 3.000 sản phẩm của 24 tỉnh thành đã được kết nối tại sàn giao dịch nông sản Hà Nội là những kết quả cụ thể minh chứng cho những nỗ lực của cả hệ thống chính trị TP trong triển khai thực hiện CVĐ.

Để tiếp tục thực hiện hiệu quả CVĐ trong thời gian tới, BCĐ CVĐ TP xác định 6 nhiệm vụ trọng tâm, trong đó tập trung việc đổi mới nội dung, phương thức, nâng cao hiệu quả công tác tuyên truyền CVĐ; chú trọng đến các đối tượng là người tiêu dùng, người sản xuất và hệ thống các kênh phân phối; Đẩy mạnh phát triển hạ tầng thương mại để các DN có điều kiện đưa hàng Việt chất lượng cao đến tận tay người tiêu dùng ở cả khu vực nội thành và nông thôn; Gắn hoạt động của CVĐ với các hoạt động hỗ trợ DN của TP; cùng TP và các sở, ban, ngành tập trung tháo gỡ khó khăn cho DN. Tập trung kết nối cung - cầu, đẩy mạnh liên kết giữa ba đối tượng: nhà sản xuất - nhà phân phối và người tiêu dùng; Thực hiện tốt nhiệm vụ quản lý thị trường, giá cả sản phẩm, chống hàng giả, hàng kém chất lượng, phòng chống buôn lậu, hàng cấm và gian lận thương mại, góp phần kiềm chế lạm phát, bình ổn giá đối với các mặt hàng thiết yếu, bảo đảm an sinh xã hội và tăng trưởng bền vững; Tăng cường phối hợp chặt chẽ, đồng bộ giữa các ngành TP và các địa phương, phân công trách nhiệm các thành viên trong BCĐ CVĐ TP, đảm bảo phù hợp theo chức năng và nhiệm vụ chính trị của từng đơn vị; Thực hiện tốt công tác thi đua khen thưởng các tập thể, cá nhân có thành tích xuất sắc trong việc thực hiện CVĐ trên địa bàn TP.

Hanoi: Efficiency of 10 years of implementing **"Vietnamese people prioritize using Vietnamese goods"** campaign

2019 marks the 10-year anniversary of the launch of the Campaign: "Vietnamese people prioritize using Vietnamese goods". Hanoi City, as one of the two key economic centers of Vietnam, having a great and widespread impacton the general economic development of the Northern region, has soon implemented this Campaign. With creativity, close monitoring and the participation of the whole city's political system, the Campaign has been able to spread and go deep into life, thereby helping consumers in Hanoi capital to choose, buy and trust Vietnamese goods.

The Campaign has been implemented in Hanoi city under the close and thorough leadership of the Party Committee and authorities at all levels; synchronous coordination between forces, branches, press agencies, Fatherland Front and socio-political organizations. Through diversified, creative and practical activities, the Campaign has contributed significantly to raising consumers' awareness and actions in purchasing and using Vietnamese goods, creating favorable conditions for Vietnamese enterprises' development and promoting the socio-economic development of Hanoi city and the whole country. Hanoi city has focused on propagating, promoting and campaigning to implement it; applied mechanisms and policies to support enterprises in building and developing their brands; supportedtrade promotion and application of science and technology, equipment innovation, development of key industrial products, etc.; thereby, creating positive changes in production and business.

In the past 10 years, the Steering Committee (SC) at all levelsorganized many activities such as: seminars, forums, propaganda conferences with thousands of participants; compiled many publications for campaign propaganda; conducted 04 sociological surveys to capture and guide public opinion on the implementation of the Campaign. Nearly 2 million people have been trained in professional skills and propaganda skills in the Campaign; 120 products of 82 enterprises were recognized as key industrial products; more than 1100 enterprises have been supported to build and develop their brands; 254 Vietnamese markets and 3200 mobile sales trips were held to bring Vietnamese products to the countryside; 22 trade centers and 132 supermarkets have been operating effectively; 771 products of 588 enterprises were voted as "Vietnamese products preferred by consumers"; nearly 80,000 cases of smuggling, illegal goods, counterfeit goods and commercial frauds were handled; More than 3,000 products of 24 provinces and cities were connected at Hanoi Agricultural Product Exchange. All these specific results prove the efforts of the whole city's political system in implementing the Campaign.

In order to continue the effective implementation of the Campaign in the coming time, Hanoi City Steering Committee identifies 6 key tasks: Focusing on renewing the contents and methods, improving the effectiveness of the propaganda; Paying attention to consumers, manufacturers and distribution channels; Promoting the development of commercial infrastructure for enterprises to bring high-quality Vietnamese goods to consumers in both urban and rural areas; Connecting activities of the Campaigntobusiness support activities of Hanoi city; Along with Hanoi city, departments and agencies, focusing on solving difficulties for enterprises; Focusing on supply-demand connection, promoting links among three objects: manufacturers - distributors and consumers; Well performing market management tasks, product prices, combating fake goods, poor quality goods, preventing smuggling, prohibited goods and commercial frauds; contributing to curbing inflation and stabilizing prices of essential goods and ensuring social security and sustainable growth; Strengthening close and synchronous coordination among the city branches and localities, assigning responsibilities to the members of Hanoi City Steering Committee, ensuring compliance with the functions and political duties of each unit; Well performing the emulation and commendation of collectives and individuals with outstanding achievements in the implementation of the Campaign in Hanoi city.

SẢN PHẨM ĐƯỢC NGƯỜI TIÊU DÙNG BÌNH CHỌN NĂM 2019

PRODUCTS SELECTED BY CONSUMERS IN 2019