

ỦY BAN NHÂN DÂN
THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH
SỞ CÔNG THƯƠNG

CỘNG HÒA XÃ HỘI CHỦ NGHĨA VIỆT NAM
Độc lập – Tự do – Hạnh phúc

Số: 5136/SCT-QLTM
V/v triển khai Chương trình
Khuyến mại tập trung - Mùa mua sắm
“Shopping Season” trên địa bàn
Thành phố Hồ Chí Minh năm 2025 - Đợt 2

Thành phố Hồ Chí Minh, ngày 10 tháng 11 năm 2025

Kính gửi:

- Ủy ban nhân dân phường, xã, đặc khu;
- Các hệ thống trung tâm thương mại, siêu thị;
- Các chuỗi cửa hàng tiện lợi, cửa hàng chuyên doanh;
- Các Ban Quản lý/Thương nhân kinh doanh chợ truyền thống, chợ đầu mối;
- Các doanh nghiệp phân phối, kinh doanh trên địa bàn Thành phố.

Căn cứ Kế hoạch số 3756/KH-UBND ngày 11/11/2021 của Ủy ban nhân dân Thành phố Hồ Chí Minh về tổ chức Chương trình khuyến mại tập trung trên địa bàn Thành phố Hồ Chí Minh giai đoạn 2021 - 2025;

Triển khai Kế hoạch số 3693/KH-UBND ngày 26/5/2025 của Ủy ban nhân dân Thành phố về tổ chức Chương trình Khuyến mại tập trung - Mùa mua sắm “Shopping Season” trên địa bàn Thành phố Hồ Chí Minh năm 2025.

Tiếp nối kết quả tích cực của Chương trình “Shopping Season” - Đợt 1 năm 2025 và triển khai Đợt 2 (từ ngày 15/11 đến ngày 31/12/2025) với chủ đề “Rộn ràng mua sắm Xuân”, nhằm tạo không khí tiêu dùng sôi động dịp cuối năm, hỗ trợ doanh nghiệp kích cầu thị trường và góp phần thúc đẩy tăng trưởng thương mại Thành phố, Sở Công Thương trân trọng đề nghị Quý đơn vị phối hợp hưởng ứng, triển khai các hoạt động thuộc Chương trình “Shopping Season 2025” - Đợt 2, bảo đảm lan tỏa rộng rãi, thiết thực, hướng đến lợi ích người tiêu dùng và cộng đồng doanh nghiệp, cụ thể như sau:

1. Các hệ thống phân phối, ban quản lý chợ và doanh nghiệp:

1.1. Đẩy mạnh các Chương trình ưu đãi có sức hút đột phá

- Chủ động xây dựng các đợt ưu đãi có chiều sâu và quy mô lớn trong toàn hệ thống, đặc biệt trong giai đoạn cao điểm mua sắm cuối năm (*Lễ Giáng sinh, Tết Dương lịch*).

- Đa dạng các hình thức ưu đãi, thiết lập khung giờ vàng/ngày vàng, ưu đãi combo, hoàn tiền, tặng kèm sản phẩm, gói mua sắm gia đình và các giỏ quà Tết sớm.

- Tuân thủ các quy định về khuyến mại; bảo đảm giá niêm yết phải trung thực, nghiêm cấm tăng giá trước khi giảm, cung cấp đầy đủ và rõ ràng thông tin về điều kiện áp dụng cho người tiêu dùng.

- Đơn vị quản lý trung tâm thương mại chủ trì vận động và kêu gọi các thương nhân, nhân hàng trong trung tâm cùng tham gia tích cực, đồng loạt triển khai các chương trình khuyến mại, ưu đãi thiết thực tại gian hàng của mình.

- Ban Quản lý chợ tổ chức tuyên truyền, hướng dẫn các thương nhân, tiểu thương triển khai chương trình khuyến mại phù hợp, có tính hấp dẫn cao nhằm kích thích tiêu dùng. Đồng thời, chủ động hỗ trợ phổ biến thông tin và vận động tiểu thương tăng cường sử dụng các hình thức thanh toán không dùng tiền mặt (*chuyển khoản/quét mã QR*) tại các quầy hàng.

1.2. Kích hoạt điểm bán và tạo nhận diện đồng bộ

- Thiết lập và duy trì các điểm nhận diện Chương trình Shopping Season tại vị trí tập trung khách hàng (*cổng vào, khu vực trung tâm, quầy khuyến mại lớn, màn hình LED*) để tạo hiệu ứng thị giác và không khí sôi động.

- Chủ động tổ chức sự kiện kích hoạt mua sắm có tính tương tác cao (*như roadshow, livestream bán hàng, minigame, trình diễn sản phẩm*) ngay tại điểm bán trong giai đoạn cao điểm, nhằm tạo trải nghiệm độc đáo và lan tỏa thông tin.

1.3. Thúc đẩy thanh toán không dùng tiền mặt

- Chủ động liên kết với các đối tác thanh toán (*ngân hàng, ví điện tử*) để tích hợp các ưu đãi kép gắn liền với phương thức thanh toán số (*QR code, thẻ ngân hàng*).

- Đẩy mạnh truyền thông thông điệp “Mua sắm nhanh - Thanh toán thông minh” và hướng dẫn người tiêu dùng tại quầy thanh toán, trên kênh online và qua các hình thức chăm sóc khách hàng.

- Trường hợp cần hỗ trợ về phương thức, hạ tầng kỹ thuật triển khai thanh toán không dùng tiền mặt, đề nghị các đơn vị đăng ký với Sở Công Thương để được kết nối, giới thiệu đến các tổ chức cung ứng dịch vụ trung gian thanh toán phù hợp.

1.4. Ưu tiên nhóm sản phẩm tạo giá trị lan tỏa

- Ưu tiên bố trí khu vực trưng bày và áp dụng mức khuyến mại hấp dẫn nhất cho các nhóm sản phẩm Hàng Việt Nam chất lượng cao, OCOP và các mặt hàng thuộc Chương trình Bình ổn thị trường, Tick xanh trách nhiệm nhằm thể hiện trách nhiệm xã hội và phục vụ an sinh.

- Tập trung khuyến mại vào nhóm hàng tiêu dùng thiết yếu, thời trang, điện tử, mỹ phẩm, quà tặng dịp Lễ/Tết và hàng gia dụng là những nhóm có sức mua dịp cuối năm.

1.5. Triển khai truyền thông mạnh mẽ và đồng loạt

- Chủ động triển khai chiến dịch truyền thông đa kênh: Trên hệ thống điểm bán, nền tảng số (*fanpage, website, sàn TMĐT*), và các kênh trực tiếp (*SMS/Email khách hàng thân thiết*).

- Đồng loạt sử dụng thông điệp và bộ nhận diện chung của Chương trình Shopping Season 2025 trong tất cả các hoạt động truyền thông và khuyến mại diễn ra trong giai đoạn này.

1.6. Phối hợp xây dựng kế hoạch và triển khai tại điểm bán

- Đề nghị các đơn vị xây dựng Kế hoạch chi tiết, cụ thể các chương trình khuyến mại triển khai trong thời gian diễn ra Chương trình “Shopping Season 2025” - Đợt 2 (15/11 - 31/12/2025).

- Chủ động phối hợp với Ủy ban nhân dân cấp xã nơi có điểm bán hàng của đơn vị để triển khai và thông tin kịp thời về các chương trình ưu đãi, sự kiện kích hoạt đến người dân địa phương.

2. Ủy ban nhân dân phường, xã, đặc khu

Sở Công Thương đề nghị Ủy ban nhân dân phường, xã, đặc khu thực hiện công tác phối hợp nhằm bảo đảm thông tin Chương trình Khuyến mại tập trung - Mùa mua sắm “Shopping Season” năm 2025 - Đợt 2 được lan tỏa rộng rãi đến người tiêu dùng:

- Tổ chức các hình thức tuyên truyền, phổ biến thông tin về Chương trình “Shopping Season” năm 2025 - Đợt 2 đến người dân địa phương (*qua hệ thống đài truyền thanh, bản tin khu phố, trang thông tin điện tử, hoặc các kênh truyền thông cơ sở khác*).

- Phối hợp chặt chẽ với các hệ thống phân phối có điểm bán trên địa bàn để nắm bắt và vận động người dân ưu tiên mua sắm tại các địa điểm đang triển khai khuyến mại thuộc chương trình, tạo không khí mua sắm sôi động tại địa phương.

- Hỗ trợ các đơn vị phân phối trong công tác tổ chức sự kiện kích hoạt mua sắm tại địa phương (nếu có).

- Tổng hợp và báo cáo về Sở Công Thương những thuận lợi, khó khăn, vướng mắc hoặc các kiến nghị, đề xuất (nếu có) phát sinh trong quá trình triển khai Chương trình tại địa phương sau khi kết thúc Đợt 2 (ngày 31/12/2025).

Trường hợp cần thêm thông tin, Quý cơ quan, đơn vị vui lòng liên hệ: Phòng Quản lý Thương mại - Sở Công Thương, số 163 Hai Bà Trưng, phường Xuân Hoà, Thành phố Hồ Chí Minh (Chuyên viên: Nguyễn Hồng Quân, SĐT: 0933 638 568; Email: nhquan.sct@tphcm.gov.vn).

Sở Công Thương thông tin đến các cơ quan, đơn vị triển khai thực hiện./.

Nơi nhận:

- Như trên;
- UBND Thành phố (để báo cáo);
- Sở Tài chính; Sở Du lịch;
- Sở Văn hoá và Thể thao (để phối hợp);
- Báo Tuổi trẻ;
- Ban Giám đốc Sở;
- Chi cục QLTT Thành phố;
- Các Phòng: VP Sở; KHTC-TH; KT-PC; KTQT;
- Lưu: VT, QLTM. Quân.

(Đính kèm Kế hoạch số 3693/KH-UBND
ngày 26/5/2025 của Ủy ban nhân dân Thành phố).



**KT. GIÁM ĐỐC
PHÓ GIÁM ĐỐC**

Nguyễn Nguyên Phương