



BẢN TIN

KHUYẾN CÔNG

BẢN TIN CỦA CỤC ĐỔI MỚI SÁNG TẠO, CHUYỂN ĐỔI XANH VÀ KHUYẾN CÔNG - BỘ CÔNG THƯƠNG

SỐ 9/2025



**MỞ RỘNG CÁCH CỬA XUẤT KHẨU
CHO SẢN PHẨM CÔNG NGHIỆP NÔNG THÔN VIỆT**

Trang 18

BẢN TIN KHUYẾN CÔNG

Cục Đổi mới sáng tạo, Chuyển đổi xanh
và Khuyến công
Báo Công Thương
conghuong.vn/khuyencong

Giấy phép xuất bản số 26/GP-XBBT
do Cục Báo chí cấp ngày 5/6/2025

CHỊU TRÁCH NHIỆM NỘI DUNG:

NGUYỄN VĂN MINH

Tổng Biên tập Báo Công Thương

HỘI ĐỒNG BIÊN TẬP:

NGUYỄN THỊ LÂM GIANG

Cục trưởng

Cục Đổi mới sáng tạo, Chuyển đổi xanh
và Khuyến công

NGUYỄN VĂN MINH

Tổng Biên tập Báo Công Thương

ĐỖ THỊ MINH TRÂM

Phó Cục trưởng

Cục Đổi mới sáng tạo, Chuyển đổi xanh
và Khuyến công

NGUYỄN TIẾN CƯỜNG

Phó Tổng Biên tập Báo Công Thương

TỔ CHỨC SẢN XUẤT:

HUYỀN LINH - DƯƠNG NGÀ

BIÊN TẬP:

ĐÌNH DŨNG - HỒNG VÂN

THƯ KÝ BIÊN TẬP:

MỸ HẠNH

TRÌNH BÀY:

NHÓM KỸ THUẬT

Phát hành tại:

Công ty Phát hành Báo chí Trung ương

In 1.000 cuốn tại Công ty TNHH MTV

In Báo Hà Nội Mới

TRONG SỐ NÀY

TIÊU ĐIỂM

3. Khuyến công phía Nam: Bà đỡ cho công nghiệp nông thôn vươn mình

GÓC NHÌN - TRAO ĐỔI

6. Khuyến công thúc đẩy công nghiệp nông thôn Tây Ninh phát triển bền vững

HOẠT ĐỘNG KHUYẾN CÔNG

8. Cà Mau định hình công tác khuyến công cho giai đoạn mới

10. Khuyến công Đồng Tháp: Cộng lực với nguồn vốn xã hội, lan tỏa giá trị phát triển

12. Khuyến công Khánh Hoà: Chung sức phát triển công nghiệp nông thôn bền vững

ĐẦU TƯ - HỘI NHẬP - THỊ TRƯỜNG

18. Mở rộng cánh cửa xuất khẩu cho sản phẩm công nghiệp nông thôn Việt

20. Đồng Nai tạo động lực đầu tư cho sản phẩm công nghiệp nông thôn

21. Hội nhập sâu rộng - động lực mới cho An Giang

PHÁT TRIỂN CỤM CÔNG NGHIỆP

22. Khởi công cụm công nghiệp Kim Thái

23. Hải Phòng: Khởi công cụm công nghiệp Cẩm Văn

SẢN PHẨM CÔNG NGHIỆP NÔNG THÔN TIÊU BIỂU

24. Tạo giá trị bền vững cho sản phẩm công nghiệp nông thôn tiêu biểu

26. Quảng Trị: Sản phẩm công nghiệp nông thôn tiêu biểu vươn tầm

CHÍNH SÁCH

28. Đồng Nai đẩy mạnh khuyến công, phát triển công nghiệp nông thôn

KINH NGHIỆM PHÁT TRIỂN

30. TP. Hồ Chí Minh: Khuyến công tạo đà cho công nghiệp nông thôn phát triển

DOANH NGHIỆP - LÀNG NGHỀ

32. Khuyến công: “Thúc” làng nghề Việt vươn xa

KẾT NỐI GIAO THƯƠNG

34. An Giang tạo điểm hẹn giao thương, khơi dậy sức sống sản phẩm nông thôn

Mọi ý kiến đóng góp, thư từ, tin, bài xin gửi về:

PHÒNG CHUYÊN ĐỀ - SỰ KIỆN, BỘ PHẬN BIÊN TẬP BẢN TIN KHUYẾN CÔNG - BÁO CÔNG THƯƠNG

Địa chỉ: Tầng 10, 11 - 655 Phạm Văn Đồng - Bắc Từ Liêm - Hà Nội

ĐT: 024.63260739; Fax: 024.39366402 - 39386300

Email: ngadt.baoc@moit.gov.vn



Cơ sở Công ty Alita Tech được hỗ trợ nguồn vốn khuyến công công nghiệp nông thôn phía Nam năm 2024 Ảnh minh họa

KHUYẾN CÔNG PHÍA NAM:

BÀ ĐỠ CHO CÔNG NGHIỆP NÔNG THÔN VƯỜN MÌNH

Với sự hỗ trợ tích cực của Bộ Công Thương, khu vực phía Nam đã có nhiều nỗ lực, vượt qua khó khăn, thúc đẩy đổi mới sáng tạo, ứng dụng công nghệ, chuyển đổi xanh nâng cao hiệu quả công tác khuyến công, góp phần quan trọng vào phát triển công nghiệp - thương mại của vùng.

► **NGUYỄN VŨ**

Thực hiện tốt vai trò bà đỡ

Trong giai đoạn 2021- 2025, với sự tham mưu của Bộ Công Thương, khung khổ pháp lý cũng như cơ chế chính sách cho hoạt động khuyến công tiếp tục được hoàn thiện, giúp các địa phương, doanh nghiệp cả nước nói chung, khu vực phía Nam nói riêng phát triển.

Một trong những khung chính sách quan trọng cho khuyến công là việc Chính phủ ban hành Nghị định về phát triển cụm công nghiệp (CCN); Nghị định về khuyến công và Chương trình khuyến công quốc gia giai đoạn 2021- 2025 (Quyết định 1881/QĐ-TTg ngày 20/11/2020); cùng với hàng loạt thông tư hướng dẫn của Bộ Công Thương.

Nguồn vốn khuyến công được bổ sung kịp thời đã tạo điều kiện cho các doanh nghiệp, cơ sở sản xuất công

ng nghiệp nông thôn (CNNT) ở 8 tỉnh phía Nam duy trì, mở rộng sản xuất, tạo ra nhiều sản phẩm chất lượng cao, mẫu mã đa dạng phục vụ thị trường trong nước và xuất khẩu. Tạo công ăn việc làm, thu nhập ổn định cho người dân nông thôn.

Song song hỗ trợ nguồn vốn môi, Bộ Công Thương duy trì cơ chế bình chọn sản phẩm CNNT tiêu biểu, coi đây là đòn bẩy “mềm” để thúc đẩy chuẩn hóa chất lượng, thiết kế bao bì, truy xuất nguồn gốc, thúc đẩy công nghiệp hỗ trợ và thương mại hóa.

Qua các đợt bình chọn, hàng trăm sản phẩm CNNT tiêu biểu cấp quốc gia được công nhận tập trung vào các nhóm sản phẩm địa phương có thể mạnh như thủ công mỹ nghệ đến chế biến nông - lâm - thủy sản, thực phẩm, thiết bị - cơ khí...



Đề án khuyến công hỗ trợ cho Công ty TNHH một thành viên đóng sà lan Nguyên Hồng, xã Thủ Thừa, tỉnh Tây Ninh phát huy hiệu quả

Ngoài ra, trong chuỗi chính sách ngành, Bộ dành trọng tâm cho phát triển CCN theo hướng “xanh” đảm bảo đồng bộ về hạ tầng, dịch vụ logistic, bảo vệ môi trường. Trong giai đoạn 2021-2025 đã có gần 100 CCN được hỗ trợ lập quy hoạch chi tiết và đầu tư hạ tầng tạo nền tảng để địa phương chủ động kêu gọi nhà đầu tư thứ cấp và doanh nghiệp, cơ sở sản xuất CNNT tham gia.

Từ tháng 7/2025, sau khi 8 tỉnh, thành phố phía Nam hoàn thành việc sắp xếp hành chính, mạng lưới khuyến công ở các Sở Công Thương nhanh chóng ổn định tổ chức, tái cơ cấu hoạt động và khởi động lại các đề án hỗ trợ cơ sở sản xuất CNNT. Các trung tâm khuyến công tại TP. Hồ Chí Minh, Đồng Nai, Tây Ninh, Cần Thơ, Vĩnh Long, Đồng Tháp, An Giang và Cà Mau, đã phát huy tốt vai trò “bà đỡ” và là cánh tay nối dài của Bộ Công Thương trong việc phát triển CNNT, đảm bảo chương trình không bị gián đoạn.

Tổ chức bộ máy khuyến công vùng hiện có 8 trung tâm trực thuộc

Sở Công Thương, với 442 cán bộ, viên chức (trong đó 417 biên chế chính thức). Mô hình khuyến công - xúc tiến thương mại - tiết kiệm năng lượng tiếp tục được duy trì, giúp các địa phương triển khai đồng bộ mục tiêu chuyển đổi xanh, hỗ trợ doanh nghiệp từ khâu thiết bị đến thị trường.

“Vốn mồi” khơi dậy nội lực công nghiệp nông thôn

Khu vực phía Nam hội tụ nhiều điều kiện thuận lợi về tự nhiên cũng như vị trí địa lý để phát triển công nghiệp và kinh tế CNNT. Điều này cũng tạo nên một bức tranh khuyến công đa màu sắc với các thế mạnh riêng của từng địa phương. Nơi thì mạnh về công nghiệp hỗ trợ và chế biến sâu, nơi lại có ưu thế hàng thủ công mỹ nghệ, thực phẩm bản địa hay nông sản chế biến. Đáng chú ý khu vực kinh tế tư nhân khá phát triển là điều kiện tốt để khuyến công địa phương đạt hiệu quả cao với đề án khuyến công cao hơn khu vực khác.

Từ nguồn vốn mồi khuyến công, các doanh nghiệp đã mạnh dạn đầu tư dây chuyền sản xuất theo hướng khép kín, đổi mới công nghệ, tăng năng suất, chất lượng sản phẩm. Các đề án hỗ trợ ứng dụng máy móc, thiết bị tiên tiến từ sấy, đóng gói nông sản, chiết bột sen, dẹt chiếu, làm nhang tự động, chạm khắc gỗ, đến các dây chuyền chế biến nấm ăn và nấm dược liệu đạt được hiệu quả cao.

Báo cáo của nhiều địa phương cho thấy, sau khi được hỗ trợ năng suất ở nhiều cơ sở tăng 15 - 40%, chi phí giảm, doanh thu tăng, việc làm ổn định. Ngày càng có nhiều mô hình sản xuất khép kín, tiết kiệm năng lượng, vệ sinh an toàn thực phẩm...ra đời.

Theo thống kê sơ bộ, khuyến công khu vực phía Nam năm 2024 và 9 tháng đầu năm 2025, tổng kinh phí khuyến công toàn vùng đạt 54,8 tỷ đồng, bằng 77,4% kế hoạch năm, trong đó nguồn khuyến công địa phương (KCĐP) chiếm đến 90%. Trong đó nhiều địa phương như Đồng Nai, TP. Hồ Chí Minh, Đồng Tháp, Vĩnh Long duy trì mức đầu tư từ 4 - 10 tỷ đồng/năm, cao hơn mặt bằng chung cả nước.

Năm 2024, hoạt động nổi bật là hỗ trợ ứng dụng máy móc, thiết bị tiên tiến với số vốn lên tới hàng chục tỷ đồng. Hơn 400 cơ sở công nghiệp nông thôn được tư vấn, áp dụng sản xuất sạch hơn: 19 cơ sở đầu tư thiết bị hiện đại, 2 mô hình trình diễn kỹ thuật vận hành thành công, giúp năng suất tăng 15 - 40% so với trước.

Cùng với đó, công tác tuyên truyền, đào tạo và xúc tiến thương mại được mở rộng. Năm 2024, các đại phương trong khu vực phía Nam đã tổ chức 12 hội thảo chuyên đề,

595 học viên được tập huấn, 150 gian hàng tiêu chuẩn cho 560 lượt cơ sở tham gia hội chợ. Đặc biệt, 219 sản phẩm CNNT tiêu biểu được công nhận cấp khu vực, tạo cơ hội mở rộng thị trường trong nước, đặc biệt đã có nhiều sản phẩm bước đầu vươn ra thị trường quốc tế.

Tiền đề cho bước tăng trưởng mới

Với tiềm năng lợi thế rất lớn của cả vùng, cùng với kết quả đạt được trong giai đoạn 2021-2025, đặc biệt trong 2 năm gần đây, 8 tỉnh, thành phố phía Nam sẽ tiếp tục bám sát chỉ đạo, chủ trương mới từ Trung

ương, đặc biệt là Quyết định 2646/QĐ-BCT ngày 23/9/2025 của Bộ Công Thương và các Nghị quyết của Đảng uỷ, chính quyền địa phương đẩy mạnh công tác khuyến công giai đoạn 2026 - 2030 theo hướng phát triển bền vững, nâng cao hiệu quả, chuỗi giá trị của CNNT.

Thứ nhất, sẽ thực hiện phương thức hỗ trợ từ nhỏ lẻ sang hỗ trợ tập trung chuỗi mô hình năng suất, chất lượng, giúp doanh nghiệp cải tiến toàn bộ dây chuyền theo tiêu chí số hóa, tiết kiệm năng lượng, ESG và truy xuất nguồn gốc nhằm tạo nền tảng bền vững, nâng sức cạnh tranh của sản phẩm CNNT ở khu vực phía Nam.

Thứ hai, phát huy và nâng cao giá trị danh hiệu “sản phẩm CNNT tiêu biểu” thành thương hiệu vùng. Tiếp tục hỗ trợ các doanh nghiệp, cơ sở sản xuất CNNT xây dựng bao bì, nhãn hiệu, chỉ dẫn địa lý và kết nối sàn thương mại điện tử trong và ngoài nước.

Thứ ba, tiếp tục hoàn thiện mô hình CCN xanh, được thiết kế đồng bộ, hiện đại thích ứng với yêu cầu phát triển mới và các cam kết quốc tế.

Có thể khẳng định, nhìn lại cả giai đoạn 2021-2025, “điểm sáng” của công tác khuyến công phía Nam là nguồn vốn tuy không lớn nhưng đã được sử dụng hiệu quả, giúp tăng năng suất cho doanh nghiệp; công tác bình chọn sản phẩm CNNT tiêu biểu đã trở thành cú hích thương hiệu không chỉ cho doanh nghiệp mà còn cả địa phương và vùng; hạ tầng CCN được đẩy nhanh ở nhiều địa phương, tạo mặt bằng sản xuất và chuỗi dịch vụ cho doanh nghiệp nhỏ. Đây là bước đi quan trọng giúp doanh nghiệp nông thôn phát triển bền vững, hòa nhập với xu thế số hóa và kinh tế xanh trong kỷ nguyên vươn mình của dân tộc. ■



Sản xuất tại Công ty TNHH Huỳnh Anh (tỉnh Tây Ninh) năm 2024

KHUYẾN CÔNG THÚC ĐẨY CÔNG NGHIỆP NÔNG THÔN TÂY NINH PHÁT TRIỂN BỀN VỮNG

Chuỗi sự kiện ngành Công Thương các tỉnh, thành phố khu vực phía Nam năm 2025 sẽ được diễn ra từ ngày 20 đến ngày 26/10/2025 tại tỉnh Tây Ninh. Đây là dịp để các địa phương chia sẻ kinh nghiệm, thảo luận giải pháp nâng cao hiệu quả hoạt động khuyến công trong giai đoạn mới.

► **TIẾN PHÒNG** (thực hiện)



Ông Trần Đăng Tiến
Phó Giám đốc Sở Công Thương tỉnh Tây Ninh

Nhân dịp này, phóng viên Báo Công Thương có cuộc trao đổi với ông Trần Đăng Tiến - Phó Giám đốc Sở Công Thương tỉnh Tây Ninh, về công tác chuẩn bị, kết quả nổi bật của hoạt động khuyến công thời gian qua và định hướng phát triển trong thời gian tới.

Ông đánh giá như thế nào về sự hỗ trợ của Bộ Công Thương đối với công tác khuyến công của tỉnh Tây Ninh trong giai đoạn 2021 - 2025?

Ông Trần Đăng Tiến: Trong giai đoạn 2021 - 2025, Bộ Công Thương đã dành sự quan tâm sâu sát và hỗ trợ rất thiết thực cho công tác khuyến công của tỉnh Tây Ninh. Thông qua các chương trình khuyến công quốc gia, Bộ đã hỗ trợ địa phương triển khai nhiều đề án trọng điểm, góp phần

thúc đẩy phát triển công nghiệp nông thôn, chuyển dịch cơ cấu kinh tế theo hướng xanh và bền vững.

Bộ cũng thường xuyên chỉ đạo, hướng dẫn nghiệp vụ, tổ chức tập huấn, tháo gỡ khó khăn về thủ tục, giúp địa phương triển khai hiệu quả các đề án hỗ trợ doanh nghiệp nhỏ và vừa. Đặc biệt, việc ưu tiên phân bổ kinh phí cho các lĩnh vực đặc thù đã tạo điều kiện thuận lợi để Tây Ninh phát huy tiềm năng, thế mạnh trong phát triển công nghiệp nông thôn.

Từ những hỗ trợ đó, cùng với nỗ lực của địa phương, ông có thể chia sẻ những kết quả nổi bật mà công tác khuyến công Tây Ninh đã đạt được trong giai đoạn 2021 - 2025?

Ông Trần Đăng Tiến: Nhờ sự hỗ trợ của Bộ Công Thương, sự chỉ

đạo quyết liệt của UBND tỉnh cùng sự phối hợp chặt chẽ của các sở, ban, ngành, công tác khuyến công của Tây Ninh trong giai đoạn 2021 - 2025 đã đạt được nhiều kết quả tích cực, toàn diện.

Cụ thể, toàn tỉnh đã triển khai 121 đề án khuyến công với tổng kinh phí 26,561 tỷ đồng, trong đó có 6 đề án khuyến công quốc gia (kinh phí 9,09 tỷ đồng) và 115 đề án khuyến công địa phương (kinh phí 17,471 tỷ đồng).

Một số kết quả đáng chú ý: Hỗ trợ 93 cơ sở công nghiệp nông thôn ứng dụng máy móc, thiết bị tiên tiến trong sản xuất, chế biến, với tổng kinh phí 18,866 tỷ đồng; Hỗ trợ 1 cơ sở xây dựng mô hình trình diễn kỹ thuật trong chế biến nông sản (trái cây chiên) với kinh phí 1 tỷ đồng; Hỗ trợ 4 cơ sở xây dựng phòng trưng bày sản phẩm,



Doanh nghiệp Tây Ninh nhận Giấy chứng nhận sản phẩm CNNT tiêu biểu cấp quốc gia năm 2025

quảng bá hàng hóa công nghiệp nông thôn tiêu biểu, với tổng kinh phí 200 triệu đồng.

Những kết quả này đã góp phần quan trọng vào chuyển dịch cơ cấu kinh tế nông thôn, nâng cao năng suất - chất lượng sản phẩm, đồng thời tăng cường năng lực cạnh tranh và phát triển bền vững cho doanh nghiệp địa phương.

Xin ông chia sẻ về công tác chuẩn bị cho Hội nghị Khuyến công và Hội chợ sản phẩm công nghiệp nông thôn khu vực phía Nam năm 2025 tại Tây Ninh? Những điểm mới nào đáng chú ý trong lần tổ chức này?

Ông Trần Đăng Tiến: Đến thời điểm này, các nội dung chủ chốt đã được triển khai đúng tiến độ. Địa điểm, mặt bằng triển lãm, hệ thống gian hàng, hạ tầng điện - nước - an ninh đã được khảo sát và bố trí cơ bản hoàn chỉnh. Công tác mời doanh nghiệp, hợp tác xã, làng nghề và các địa phương trong vùng đã hoàn tất;

nhiều đơn vị đã xác nhận tham gia và gửi hồ sơ sản phẩm.

Chúng tôi cũng đã thành lập Ban Tổ chức và các tổ công tác chuyên môn như hậu cần, an ninh, y tế, truyền thông, đối ngoại. Các thủ tục liên quan đến giấy phép, an toàn, phòng cháy chữa cháy và y tế dự phòng đang được hoàn thiện trước ngày hội.

Điểm mới nổi bật của kỳ hội nghị - hội chợ năm nay là sự tham gia của 96 xã, phường trên địa bàn tỉnh Tây Ninh, cho thấy sức lan tỏa mạnh mẽ của hoạt động khuyến công đến tận cơ sở sau sáp nhập, đồng thời giúp nhiều sản phẩm OCOP và sản phẩm công nghiệp nông thôn tiêu biểu có cơ hội tiếp cận thị trường rộng hơn.

Đặc biệt, sự kiện được lồng ghép chào mừng thành công Đại hội Đại biểu Đảng bộ tỉnh Tây Ninh lần thứ I, nhiệm kỳ 2025 - 2030, thể hiện rõ định hướng phát triển kinh tế địa phương trong giai đoạn mới - ổn định, đổi mới, sáng tạo và phát triển bền vững.

Sở Công Thương tỉnh Tây Ninh kỳ vọng gì thông qua Hội chợ năm nay đối với các doanh nghiệp và cơ sở sản xuất trong khu vực phía Nam?

Ông Trần Đăng Tiến: Chúng tôi kỳ vọng Hội chợ Sản phẩm công nghiệp nông thôn tiêu biểu khu vực phía Nam năm 2025 tại Tây Ninh sẽ là cầu nối thiết thực giúp các doanh nghiệp, cơ sở sản xuất trong và ngoài tỉnh giao lưu, hợp tác, mở rộng thị trường tiêu thụ sản phẩm.

Đây cũng là dịp để các địa phương trao đổi kinh nghiệm, học hỏi mô hình khuyến công hiệu quả, đẩy mạnh đổi mới công nghệ, phát triển sản xuất xanh và xây dựng thương hiệu sản phẩm. Với sự tham gia của 96 xã, phường trong tỉnh, hội chợ năm nay sẽ góp phần lan tỏa tinh thần khuyến công đến tận cơ sở, tạo động lực mới cho phát triển công nghiệp nông thôn Tây Ninh nói riêng và khu vực phía Nam nói chung.

Xin cảm ơn ông!

CÀ MAU ĐỊNH HÌNH CÔNG TÁC KHUYẾN CÔNG CHO GIAI ĐOẠN MỚI



Giai đoạn 2026-2030 ít nhất có 58 cơ sở sản xuất được thụ hưởng chính sách khuyến công

UBND tỉnh Cà Mau đã ban hành Chương trình khuyến công giai đoạn 2026 - 2030 với những mục tiêu và ưu tiên cụ thể, là khung nội dung để địa phương triển khai công tác này trong những năm tiếp theo.

► **MINH ANH**

Ưu tiên phát triển sản xuất hàng hóa theo chuỗi

Điểm khác biệt dễ nhận thấy là chương trình không còn dừng ở hỗ trợ rời rạc cho từng cơ sở mà chuyển sang khuyến khích liên kết theo chuỗi giá trị từ sản xuất nguyên liệu - chế biến - tiêu thụ.

Theo đó, tỉnh sẽ hỗ trợ ít nhất 58 cơ sở công nghiệp nông thôn (CNNT) qua nhiều hình thức: Xây dựng mô hình trình diễn kỹ thuật, chuyển giao công nghệ, ứng dụng máy móc thiết bị tiên tiến, triển khai mô hình sản xuất sạch hơn và nâng cấp hệ thống

xử lý môi trường. Trong đó, chương trình nhấn mạnh 2 mô hình thí điểm sản xuất sạch hơn, 2 đề án khuyến công điểm kéo dài 3 năm, và hỗ trợ 50 cơ sở ứng dụng công nghệ hiện đại vào sản xuất.

Các chỉ tiêu đặt ra rất cụ thể: Tăng tỷ lệ chế biến sâu sản phẩm nông - lâm - thủy sản lên $\geq 20\%$; giảm ít nhất 15% tiêu hao nguyên liệu, nhiên liệu tại các cơ sở được hỗ trợ; giải quyết việc làm cho khoảng 1.000 lao động nông thôn; doanh thu bình quân của cơ sở sau hỗ trợ tăng trên 20%. Những con số này

không chỉ là “chiếc tem” đánh bóng hồ sơ, nếu được thực hiện nghiêm, chúng sẽ thay đổi cấu trúc sản xuất địa phương giúp tăng hàm lượng chế biến, nâng cao giá trị gia tăng, giảm phụ thuộc vào nguyên liệu thô.

Chương trình cũng đặt cược vào đổi mới sáng tạo và chuyển đổi số như nhân tố quyết định để tiến tới công nghiệp xanh, kinh tế các-bon thấp. Mục tiêu đến 2030 là có ít nhất 10 sản phẩm đạt tiêu chuẩn xuất khẩu và 5 sản phẩm bước chân ra thị trường quốc tế. Đây có thể được nhìn nhận là tham vọng lớn, nhưng hợp lý nếu có liên kết chuỗi và xúc tiến thương mại đúng cách.

Từ “khuyến khích” sang “đồng hành phát triển bền vững”

Điểm quan trọng thứ hai là sự thay đổi về phương thức: Nhà nước không chỉ khuyến khích mà đồng hành cùng doanh nghiệp. Thay vì giải quyết từng đề án rời rạc, Cà Mau xây dựng kế hoạch tổng thể, lồng ghép nguồn vốn ngân sách với vốn xã hội hóa và các chương trình mục tiêu quốc gia, nghĩa là tạo “dòng chảy tài chính” ổn định để tránh hỗ trợ manh mún, ngắt quãng.

Công tác xúc tiến thương mại được đưa lên thành chiến lược. Tỉnh cam kết tham gia ít nhất 10 hội chợ, hỗ trợ trên 50 lượt cơ sở trưng bày, đồng thời đẩy mạnh truyền thông đa kênh, từ chuyên đề truyền hình, báo chí đến cổng thông tin điện tử. Đây là đoạn nối quan trọng giữa sản xuất và thị trường: không có thị trường, đầu tư cho công nghệ chỉ là chi phí.

Nâng cao năng lực cán bộ và doanh nghiệp cũng là trọng tâm: 5 lớp tập huấn chuyên môn, 5 chuyến khảo sát học tập kinh nghiệm, kiện

toàn bộ máy khuyến công theo hướng tinh gọn, hiện đại. Mục tiêu là có đội ngũ tư vấn, kết nối, và giám sát đủ năng lực để điều phối các đề án theo chuỗi - chứ không để mọi thứ rơi vào tay những giải pháp “mua máy về là xong”.

Về môi trường, chương trình đưa vào nội dung bắt buộc: hỗ trợ sửa chữa, nâng cấp hệ thống xử lý ô nhiễm tại 2 cơ sở CNNT, coi đây là bước thử nghiệm hướng tới mô hình sản xuất tuần hoàn, nơi phụ phẩm, chất thải được tái sử dụng, giảm áp lực với nguồn lực tự nhiên. Nếu chỉ “nói” về sản xuất sạch hơn mà không đầu tư thí điểm, mục tiêu giảm phát thải và tiết kiệm nguyên liệu sẽ rất khó thành hiện thực.

Cơ chế tổ chức rõ ràng: Sở Công Thương chủ trì, phối hợp các sở, ngành, Trung tâm Khuyến

công-Xúc tiến thương mại triển khai; Sở Tài chính cân đối nguồn vốn; UBND xã, phường vào cuộc tuyên truyền, lập kế hoạch cấp xã. Quy trình giám sát, sơ kết, đánh giá định kỳ được nhắc đến nhiều lần - dấu hiệu cho thấy tỉnh muốn tránh “báo cáo hình thức” và hướng tới quản trị bằng kết quả.

Có thể thấy, Chương trình khuyến công 2026 - 2030 của Cà Mau thể hiện bước chuyển tư duy từ hỗ trợ đơn thuần sang kiến tạo hệ sinh thái sản xuất nơi công nghệ, thị trường, tài chính và môi trường liên kết với nhau. Lộ trình và chỉ tiêu đã rõ, câu hỏi còn lại là năng lực thực thi. Nếu bộ máy hiện đại, nguồn vốn bền vững và năng lực địa phương được nâng cao, chương trình sẽ trở thành đòn bẩy chuyển đổi kinh tế nông thôn.■



Cà Mau hướng đến sản xuất xanh, tuần hoàn cho công nghiệp nông thôn



Khuyến công Đồng Tháp hỗ trợ nhiều cơ sở công nghiệp nông thôn hiện đại dần công nghệ sản xuất tại Công ty TNHH Thực phẩm Sao Khuê năm 2025

KHUYẾN CÔNG ĐỒNG THÁP: **CỘNG LỰC VỚI NGUỒN VỐN XÃ HỘI, LAN TỎA GIÁ TRỊ PHÁT TRIỂN**

Giai đoạn 2021 - 2025, công tác khuyến công ở Đồng Tháp đã phát huy vai trò đòn bẩy trong phát triển công nghiệp nông thôn, thu hút mạnh mẽ nguồn lực xã hội, đặc biệt trong đầu tư máy móc, thiết bị hiện đại hóa sản xuất. Đây là nền tảng quan trọng để địa phương định hình giai đoạn mới 2026 - 2030 theo hướng xanh, bền vững và gắn kết chuyển đổi số.

► **TÂM TÂM**

Hấp dẫn vốn đối ứng

Theo báo cáo từ Sở Công Thương Đồng Tháp, trong 5 năm qua, từ nguồn vốn khuyến công địa phương và khuyến công quốc gia, tỉnh đã hỗ trợ cho nhiều cơ sở công nghiệp nông thôn ứng dụng máy móc, thiết bị tiên tiến vào sản xuất. Nhờ đó, nhiều cơ sở mạnh dạn đầu tư đổi mới công nghệ, cải tiến quy trình sản xuất, nâng cao năng suất và chất lượng sản phẩm. Hoạt động này không chỉ giúp doanh nghiệp giảm chi phí, mà còn tạo việc làm ổn định cho người lao động, đóng góp tích cực cho tăng trưởng kinh tế địa phương.

Đáng chú ý, tổng vốn huy động

cho hoạt động khuyến công đạt tới vài chục tỷ đồng, trong đó nguồn vốn xã hội - tức vốn đối ứng của doanh nghiệp, cơ sở sản xuất - chiếm tới 58%. Đây là tỷ lệ cao, thể hiện rõ hiệu quả của cơ chế “Nhà nước hỗ trợ - Doanh nghiệp đầu tư”, qua đó kích thích khu vực tư nhân chủ động hơn trong hiện đại hóa sản xuất. Sự kết hợp hài hòa này giúp giảm gánh nặng ngân sách, đồng thời lan tỏa tinh thần tự lực, sáng tạo trong cộng đồng doanh nghiệp nhỏ và vừa.

Bên cạnh đó, chương trình khuyến công Đồng Tháp còn tổ chức các đợt bình chọn sản phẩm công nghiệp nông thôn tiêu biểu theo quy định. Các sản phẩm sau khi đạt bình chọn,

thông qua nguồn kinh phí khuyến công được hỗ trợ mở rộng sản xuất, xúc tiến tiêu thụ, từ đó tạo thành sản phẩm “hạt nhân” cho công nghiệp nông thôn của địa phương. Đặc biệt, nhiều sản phẩm đã được hỗ trợ xúc tiến thương mại, quảng bá tại các hội chợ, góp phần nâng tầm thương hiệu hàng Việt ở khu vực đồng bằng sông Cửu Long.

Có thể nói, khuyến công Đồng Tháp đã trở thành kênh dẫn vốn hiệu quả, vừa “môi” vừa “kích” được nguồn lực xã hội hóa, góp phần tái cơ cấu ngành công nghiệp nông thôn của địa phương theo hướng hiện đại, thân thiện môi trường, gắn với xây dựng nông thôn mới và phát triển kinh tế xanh.

Tuy nhiên, bên cạnh kết quả tích cực, công tác khuyến công vẫn đối mặt với không ít thách thức. Một số cơ sở công nghiệp nông thôn còn hạn chế về vốn, trình độ công nghệ, chưa khai thác hết công suất máy móc. Đặc biệt, tình trạng sản xuất nhỏ lẻ, tập trung vào chế biến thô, chưa chú trọng đầu tư chế biến sâu vẫn còn phổ biến. Nguyên nhân sâu xa nằm ở chỗ phần lớn các cơ sở là doanh

nh nghiệp nhỏ, hộ cá thể, năng lực tài chính yếu, trong khi mức hỗ trợ từ ngân sách chưa thật tương xứng với nhu cầu đầu tư thực tế.

Hướng tới hiện đại hóa và chuyển đổi số cho sản xuất công nghiệp nông thôn

Bước sang giai đoạn 2026 - 2030, Đồng Tháp đặt mục tiêu đẩy mạnh thu hút các nguồn lực xã hội đầu tư vào công nghiệp nông thôn, hỗ trợ doanh nghiệp mọi thành phần kinh tế phát triển sản xuất theo hướng xanh, sạch, tiết kiệm năng lượng và ứng dụng công nghệ số. Tinh xác định khuyến công không chỉ là chính sách hỗ trợ tài chính, mà là công cụ phát triển công nghiệp bền vững, góp phần thực hiện mục tiêu tăng trưởng xanh đến năm 2045.

Trong định hướng mới, địa phương sẽ ưu tiên các chương trình chuyển đổi số trong sản xuất và kinh doanh, hỗ trợ phần mềm quản lý, hệ thống tự động hóa, thương mại điện tử, cũng như các giải pháp quản trị tiên tiến giúp tối ưu quy trình, giảm chi phí,

nâng cao năng suất và mở rộng thị trường. Đây là bước đi phù hợp với xu thế “số hóa công nghiệp nông thôn”, một yêu cầu tất yếu để doanh nghiệp tồn tại và cạnh tranh trong bối cảnh hội nhập.

Giải pháp trọng tâm được Đồng Tháp nhấn mạnh là nâng cao năng lực tổ chức và chất lượng đội ngũ làm khuyến công, coi đây là “đầu tàu” kết nối chính sách với doanh nghiệp. Công tác phối hợp giữa các sở, ngành, đoàn thể cũng được siết chặt hơn, nhằm đảm bảo kinh phí khuyến công được sử dụng đúng đối tượng, đúng mục đích và mang lại giá trị thực chất.

Cùng với nguồn ngân sách địa phương, tỉnh sẽ tăng cường lồng ghép các chương trình mục tiêu quốc gia với chương trình khuyến công, đồng thời tiếp tục khai thác mạnh các nguồn vốn xã hội hóa. Đây chính là “chìa khóa” để duy trì hiệu quả lâu dài - khi vốn nhà nước chỉ đóng vai trò khởi động, còn sức dân, sức doanh nghiệp mới là động lực bền vững cho công nghiệp nông thôn phát triển. ■



Sản xuất tại Công ty TNHH MTV Nam Huy Đồng Tháp (xã Tân Nhuận Đông)- Doanh nghiệp có sản phẩm đạt bình chọn sản phẩm công nghiệp nông thôn tiêu biểu cấp quốc gia năm 2025

KHUYẾN CÔNG KHÁNH HOÀ:

CHUNG SỨC PHÁT TRIỂN CÔNG NGHIỆP NÔNG THÔN BỀN VỮNG

Với mục tiêu chung sức phát triển nhanh và bền vững, khuyến công Khánh Hòa giai đoạn 2026 - 2030 được định hướng cụ thể nhưng để hoàn thành bên cạnh sự hỗ trợ của chính sách còn cần nỗ lực của cộng đồng doanh nghiệp công nghiệp nông thôn của tỉnh.

► THANH LÂM



Lãnh đạo tỉnh trao đổi với chủ thể sản phẩm OCOP 5 sao Rong nho Trí Tín năm 2025

Mục tiêu cụ thể và hướng tới phát triển bền vững

Khuyến công Khánh Hòa đã định hướng cho công tác khuyến công giai đoạn 2026 - 2030 với khung mục tiêu dự kiến được lượng hóa, nhắm thẳng vào thực tế sản xuất công nghiệp - tiểu thủ công nghiệp (CN-TTCN) của địa phương. Mục tiêu tổng quát là huy động và sử

dụng hiệu quả mọi nguồn lực trong nước để thúc đẩy sản xuất CN-TTCN, chuyển dịch cơ cấu theo hướng công nghiệp hóa - hiện đại hóa; tạo việc làm, tăng thu nhập, góp phần xây dựng nông thôn mới và nâng cao năng lực cạnh tranh trong quá trình hội nhập quốc tế. Địa phương tập trung khai thác lợi thế tại chỗ, nâng cấp công nghệ,

tạo thương hiệu và mở rộng thị trường theo hướng kết hợp giữa truyền thống và hiện đại.

Điểm đáng chú ý là các chỉ tiêu cụ thể, như: Tổ chức 8-10 lớp đào tạo, bồi dưỡng cho khoảng 400-500 học viên; xây dựng 3-4 mô hình trình diễn kỹ thuật sản xuất sản phẩm mới; hỗ trợ 60-70 cơ sở công nghiệp nông thôn (CNNT) ứng dụng máy

móc, thiết bị tiên tiến; hỗ trợ 3-5 cơ sở áp dụng sản xuất “sạch hơn”; hỗ trợ 100-120 cơ sở tham gia hội chợ, triển lãm trong nước; xây dựng, đăng ký thương hiệu cho 7-10 cơ sở; đầu tư phòng trưng bày cho 5-7 cơ sở; công nhận, khen thưởng 100-120 sản phẩm CNNT tiêu biểu cấp tỉnh. Ngoài ra, chương trình nhấn mạnh xử lý ô nhiễm, tiết kiệm tài nguyên và giảm phát thải, đây là yếu tố bắt buộc để Khánh Hòa hướng tới mục tiêu phát triển công nghiệp bền vững.

Có thể thấy những mục tiêu Khánh Hòa đặt ra cho công tác khuyến công giai đoạn mới không nhẹ nhàng nhưng cần thiết để ngành công nghiệp địa phương hoàn thiện cùng phát triển với nền kinh tế của tỉnh nói chung, của cả nước nói riêng.

Tính khả thi cao trên nền tảng tốt

Cơ sở để Khánh Hòa đặt ra những mục tiêu trên là những kết quả khả quan đạt được trong triển khai công tác khuyến công giai đoạn 2021-2024 và năm 2025.

Theo báo cáo từ Sở Công Thương Khánh Hòa, giai đoạn 2021 - 2024, khuyến công Khánh Hòa đã làm được điều thiết thực khi kích hoạt đầu tư ứng dụng công nghệ vào sản xuất, khuyến khích doanh nghiệp bỏ vốn.

Theo đó, dưới sự hỗ trợ của nguồn vốn khuyến công, rất nhiều đề án ứng dụng máy móc, thiết bị tiên tiến và sản xuất CN-TTCN đã được triển khai, thu hút hàng chục tỷ đồng vốn đối ứng từ các cơ sở sản xuất. Đáng nói, một số mô hình mang tính lan tỏa, tập trung vào cơ khí (máy phục vụ đóng tàu), chế biến nông - lâm - thủy sản, sản phẩm từ rong biển và yến sào.

Dù đã đạt những kết quả tốt, tuy nhiên địa phương cũng còn gặp nhiều khó khăn trong thực hiện công tác khuyến công. Trong đó, chưa có lượng doanh nghiệp đăng ký tham gia thụ hưởng đề án khuyến công quốc gia, đây là điều cần khắc phục. Bởi lẽ, nguồn kinh phí khuyến công quốc gia có quy mô lớn hơn, ưu tiên hỗ trợ theo chuỗi sản xuất, do đó, hiệu quả đạt được có tác động ở diện rộng.

Mặt khác, những đề án mô hình trình diễn kỹ thuật quy mô, mô hình sản xuất sạch hơn và hệ thống xử lý môi trường còn hạn chế, trong khi đó, những mô hình này là cầu nối để lan tỏa kỹ thuật cho nhiều cơ sở cùng lúc. Thêm nữa, kế hoạch khuyến công địa phương hiện vẫn phụ thuộc chủ yếu vào kinh phí khuyến công hàng năm việc huy động nguồn vốn xã hội còn hạn hẹp.

Để tháo gỡ những khó khăn trên, Khánh Hòa được khuyến nghị: Đồng hành, khuyến khích doanh nghiệp tiếp cận chính sách khuyến công; ưu

tiên mô hình trình diễn có tính lan tỏa, ở lĩnh vực lợi thế; đẩy mạnh liên kết chuỗi giá trị thông qua việc hỗ trợ thành lập hiệp hội ngành, kết nối với doanh nghiệp du lịch, xuất khẩu; lập quy hoạch cụm công nghiệp có xử lý môi trường để di dời cơ sở ô nhiễm.

Tiếp tục huy động nguồn vốn xã hội hoá tham gia vào công tác khuyến công; khuyến khích vốn tư nhân bằng ưu đãi thuế, hỗ trợ lãi suất; giám sát chặt chẽ các đề án được triển khai nhằm đạt hiệu quả tối đa.

Có thể thấy, khuyến công Khánh Hòa giai đoạn 2021-2024 đã đạt những kết quả nền tảng, giúp địa phương vững vàng bước vào triển khai công tác này trong giai đoạn mới. Tuy nhiên với bối cảnh phát triển mới, yêu cầu mới và khó khăn hơn, công tác khuyến công đòi hỏi phải được địa phương quan tâm hơn, đầu tư hơn và sát sao hơn mới có thể hoàn thành mục tiêu chung tay phát triển kinh tế của Khánh Hòa phát triển nhanh, bền vững. ■



Đề án khuyến công giúp Hợp tác xã Thủ công mỹ nghệ xuất khẩu Vĩnh Phước nâng cao chất lượng sản phẩm năm 2025

Từ ngày 15/10, Nghị định số 235 về khuyến công chính thức có hiệu lực

Thứ trưởng Bộ Công Thương Nguyễn Sinh Nhật Tân đã ký xác thực Văn bản hợp nhất số 42/VBHN-BCT về Nghị định số 235/2025/NĐ-CP sửa đổi, bổ sung một số điều Nghị định số 45/2012/NĐ-CP về khuyến công. Nghị định số 235/2025/NĐ-CP có hiệu lực kể từ ngày 15/10/2025.

Theo đó, so với Nghị định số 45/2012/NĐ-CP, Nghị định số 235/2025/NĐ-CP có những điểm mới, phù hợp hơn với bối cảnh của nền kinh tế ở thời điểm hiện tại. Trong đó, Nghị định số 235/2025/NĐ-CP điều chỉnh đối tượng áp dụng chính sách khuyến công. Chính sách khuyến công mở rộng và cụ thể hóa cho doanh nghiệp nhỏ và vừa, hợp tác xã, hộ kinh doanh trực tiếp đầu tư sản xuất công nghiệp - tiểu thủ công nghiệp; đồng thời bổ sung cơ sở áp dụng sản xuất sạch hơn, tiêu dùng bền vững, hay doanh nghiệp đầu tư hạ tầng cụm công nghiệp. Nghề nhân nhân dân, nghề nhân ưu tú cũng được ghi nhận là đối tượng thụ hưởng chính sách, đây là động thái cho thấy sự coi trọng



Từ ngày 15/10, Nghị định số 235 về khuyến công chính thức có hiệu lực

giá trị truyền thống gắn với phát triển kinh tế. Đồng thời, có ưu tiên đặc biệt cho các cơ sở do phụ nữ, người dân tộc thiểu số làm chủ. Đây là điểm tiến bộ, phản ánh sự quan tâm đến yếu tố bình đẳng giới và phát triển bao trùm.

Quảng Trị: Đề xuất 2 đề án khuyến công quốc gia năm 2026

Trung tâm Khuyến công và Xúc tiến thương mại tỉnh Quảng Trị đã xây dựng đăng ký 02 đề án khuyến công quốc gia năm 2026 gửi Cục Đổi mới sáng tạo, Chuyển đổi xanh và Khuyến công trình Bộ Công Thương phê duyệt.

Cụ thể, đề án xây dựng mô hình trình diễn kỹ thuật sản xuất viên nén năng lượng tại Công ty cổ phần VBE Quảng Bình với kinh phí đề nghị hỗ trợ là 1 tỷ đồng; đề án hỗ trợ ứng dụng dây chuyền bóc vỏ tốc độ cao trong sản xuất chế biến gỗ với kinh phí đề nghị hỗ trợ là 450 triệu đồng.

Theo ông Nguyễn Xuân Minh, Phó Giám đốc Sở Công Thương tỉnh Quảng Trị, đối với công tác khuyến công, sau thời điểm sáp nhập, Sở Công Thương Quảng Trị đã tổ chức rà soát các doanh nghiệp, cơ sở sản xuất trong tỉnh để đăng ký bổ sung Kế hoạch Khuyến công quốc gia năm 2025 và kế hoạch khuyến công quốc gia năm



Đoàn công tác Sở Công Thương Quảng Trị kiểm tra cơ sở đăng ký đề án khuyến công địa phương đợt 2/2025 tại Công ty TNHH MTV HOC

2026. Ngoài ra, tổng hợp hồ sơ và đề xuất mức kinh phí hỗ trợ 06 đề án khuyến công tỉnh đợt 2/2025 trên địa bàn các phường, xã khu vực phía Nam tỉnh Quảng Trị.

Hội chợ triển lãm sản phẩm công nghiệp nông thôn tiêu biểu vùng Đông Nam Bộ - Đồng Nai năm 2025

Trung tâm Khuyến công và Tư vấn phát triển công nghiệp Đồng Nai được giao chủ trì, tham mưu tổ chức “Hội chợ triển lãm sản phẩm công nghiệp nông thôn tiêu biểu vùng Đông Nam Bộ - Đồng Nai năm 2025.

Theo đó, hội chợ triển lãm dự kiến tổ chức từ ngày 24/11 đến ngày 30/11/2025, tại Trung tâm Xúc tiến Đầu tư Thương mại và Du lịch tỉnh Đồng Nai - Số 01 đường Nguyễn Ái Quốc, phường Tân Triều, tỉnh Đồng Nai. Hội chợ được tổ chức với quy mô dự kiến 250 gian hàng tiêu chuẩn, (mỗi gian hàng rộng 9 m2, kích thước 3m x 3m). Để khuyến khích các đối tượng tham gia, đối với các đơn vị tham gia là các doanh nghiệp nhỏ và vừa, tổ hợp tác, hợp tác xã, liên hiệp hợp tác xã, hộ kinh doanh trực tiếp đầu tư, sản xuất công nghiệp - tiểu thủ công nghiệp được hỗ trợ 80% chi phí thuê gian hàng từ nguồn kinh phí khuyến công quốc gia năm 2025 (hỗ trợ tối đa 04 gian hàng/đơn vị).



Gian hàng của Đồng Nai tại Hội chợ triển lãm hàng công nghiệp nông thôn năm 2025 tổ chức tại Hà Nội

Phường Tân Ninh, tỉnh Tây Ninh xây dựng kế hoạch khuyến công 2026

Thực hiện Công văn số 290/SCT-KC&XTTM ngày 23/7/2025 của Sở Công Thương tỉnh Tây Ninh về việc thực hiện kế hoạch khuyến công năm 2025 và đăng ký kế hoạch khuyến công năm 2026, Ủy ban nhân dân phường Tân Ninh đã thông báo đến các doanh nghiệp, hợp tác xã, hộ kinh doanh trên địa bàn phường về nội dung này.

Danh mục ngành, nghề được hưởng chính sách khuyến công, gồm: Công nghiệp chế biến nông - lâm - thủy sản và chế biến thực phẩm; sản xuất hàng công nghiệp phục vụ tiêu dùng và xuất khẩu, hàng thay thế hàng nhập khẩu; công nghiệp hóa chất phục vụ nông nghiệp, nông thôn; sản xuất vật liệu xây dựng... Nội dung tập trung hỗ trợ, gồm: Hỗ trợ ứng dụng máy móc thiết bị; xây dựng mô hình trình diễn kỹ thuật; tham gia các hội chợ triển lãm giới thiệu sản phẩm; hỗ trợ lập quy hoạch chi tiết cụm công nghiệp; hỗ trợ đầu tư hạ tầng cụm công nghiệp; hỗ trợ xử lý ô nhiễm môi trường tại các cụm công nghiệp, cơ sở công nghiệp nông thôn,... Ngoài ra, các địa phương có thể đề xuất các dạng đề án nhóm, đề án điểm.



Hỗ trợ ứng dụng máy móc thiết bị tiên tiến vào sản xuất là nội dung ưu tiên của công tác khuyến công phường Tân Ninh.

Ảnh minh họa

PHÚC AN

KHUYẾN CÔNG ĐÀ NẴNG:

HỖ TRỢ NHỎ, HIỆU QUẢ LỚN



Nghiệm thu, bàn giao máy móc cho Công ty Cổ phần thương mại và sản xuất Asia Green năm 2025

Ngày 6/10, Trung tâm Khuyến công và Xúc tiến thương mại (Sở Công Thương TP. Đà Nẵng) tổ chức nghiệm thu, bàn giao máy móc, thiết bị cho 5 doanh nghiệp. Hoạt động này một lần nữa khẳng định vai trò thiết thực của khuyến công trong hỗ trợ doanh nghiệp nhỏ và vừa, thúc đẩy công nghiệp nông thôn phát triển hiện đại hơn.

► NHẤT THIÊN

Doanh nghiệp đối ứng lớn, hiệu quả cao

Trong đợt 1/2025, có 5 doanh nghiệp được thụ hưởng hỗ trợ từ chương trình khuyến công với tổng kinh phí đầu tư hơn 5 tỷ đồng. Trong đó, ngân sách địa phương hỗ trợ gần 1,62 tỷ đồng, phần còn lại gần 3,43 tỷ đồng là vốn đối ứng của doanh nghiệp - chiếm hơn 68% tổng kinh phí. Cơ chế “Nhà nước hỗ trợ, doanh nghiệp đối ứng vốn” không chỉ giúp sàng lọc đơn vị có năng lực mà còn đảm bảo mỗi đồng vốn hỗ trợ phát huy hiệu quả lan tỏa rõ rệt.

Công ty CP Thực phẩm FuJa (phường Hòa Khánh) là một trong những đơn vị tiêu biểu. Nhờ được hỗ trợ 420 triệu đồng từ chương trình khuyến công, doanh nghiệp đầu tư dây chuyền sản xuất canh dưỡng sinh hiện đại trị giá hơn 1 tỷ đồng. Bà Nguyễn Thị Tài, Giám đốc công ty chia sẻ: “Trước đây, nhiều công đoạn phải làm thủ công nên năng suất thấp, không đáp ứng được yêu cầu thị trường. Nhờ đầu tư máy móc mới, năng suất tăng hơn 70%, chất lượng sản phẩm tốt hơn, giảm tiêu hao nguyên liệu và nhân công từ 10

người xuống chỉ còn 3 người. Chương trình khuyến công thực sự là cú hích quan trọng giúp doanh nghiệp nhỏ mạnh dạn đổi mới công nghệ, tạo sản phẩm cạnh tranh hơn và phát triển bền vững.”

Tương tự, Công ty CP Thương mại và Sản xuất ASIA GREEN (phường Hòa Xuân) được hỗ trợ 300 triệu đồng để đầu tư hệ thống thiết bị tiên tiến phục vụ sản xuất phụ kiện ống gió, cửa gió. Sau đầu tư, công suất sản xuất tăng gấp 1,5 lần, doanh thu dự kiến tăng 25-30%. Ông Trần Đức Thọ, Tổng Giám đốc công ty cho biết: “Nhờ máy móc mới, quy trình sản xuất khép kín, giảm đáng kể chi phí nhân công và nâng cao chất lượng sản phẩm. Hiệu quả đầu tư không chỉ nằm ở con số doanh thu mà còn giúp chúng tôi đủ năng lực mở rộng thị trường ra nước ngoài.”

Công ty TNHH MTV Inox Kính Thành, một trong hai đơn vị được hỗ trợ mô hình sản xuất sạch hơn, đã đầu tư máy chấn tôn thủy lực CNC với tổng vốn hơn 1,3 tỷ đồng, trong đó khuyến công hỗ trợ 300 triệu đồng. Ông Hà Kim Khánh, Giám đốc công ty, đánh giá: “Máy mới giúp thời gian gia công rút ngắn gấp 3 lần, tỷ lệ phế phẩm giảm còn 5%, tiết kiệm 65% điện năng. Hiệu quả đầu tư rõ rệt, vừa tiết kiệm chi phí, vừa góp phần giảm phát thải, phù hợp định hướng sản xuất xanh mà thành phố đang theo đuổi.”

Những mô hình này cho thấy, khi doanh nghiệp sẵn sàng bỏ phần vốn đối ứng lớn, hiệu quả của chương trình càng cao. Hỗ trợ từ Nhà nước trở thành đòn bẩy, giúp doanh nghiệp chủ động đổi mới công nghệ, hiện đại hóa sản xuất, từ đó gia tăng năng lực cạnh tranh.

Phối hợp đồng hành, hướng tới phát triển bền vững

Theo Trung tâm Khuyến công và Xúc tiến thương mại Đà Nẵng, trong 5 năm (2021-2025), chương trình đã triển khai 40 đề án hỗ trợ ứng dụng máy móc thiết bị tiên tiến và 18 đề án tư vấn sản xuất sạch hơn. Tổng kinh phí thực hiện hơn 57 tỷ đồng, trong đó ngân sách hỗ trợ hơn 16,6 tỷ đồng, phần còn lại hơn 40,8 tỷ đồng là vốn đối ứng từ doanh nghiệp.

Ông Đinh Văn Phúc, Phó Giám đốc Trung tâm Khuyến công và Xúc tiến thương mại, khẳng định, khuyến công không chỉ là hỗ trợ vốn mà là quá trình đồng hành toàn diện từ tư vấn kỹ thuật, đào tạo đến giám sát hiệu quả đầu tư. Khi doanh nghiệp cùng bỏ vốn đối ứng, đề án trở nên thiết thực, hiệu quả và bền vững hơn. Mỗi đồng vốn khuyến công đều được sử dụng đúng mục tiêu, đúng đối tượng, mang lại giá trị lan tỏa thực chất cho cộng đồng doanh nghiệp.

Sở Công Thương Đà Nẵng đánh giá, cơ chế đồng hành Nhà nước - doanh nghiệp đã giúp khuyến công trở thành kênh dẫn vốn hiệu quả cho đổi mới công nghệ, ứng dụng sản xuất sạch, giảm tiêu hao năng lượng và bảo vệ môi trường. Từ đó, nhiều cơ sở công nghiệp nông thôn đã từng bước nâng cao năng suất, tạo thêm việc làm, đóng góp tích cực vào giá trị sản xuất công nghiệp của thành phố.

Theo bà Đỗ Thị Quỳnh Trâm, Phó Giám đốc Sở Công Thương TP. Đà Nẵng, hướng tới giai đoạn 2026-2030, Sở Công Thương Đà Nẵng xác định tiếp tục mở rộng hỗ trợ có vốn đối ứng của doanh nghiệp, tập trung vào các lĩnh vực sản xuất sạch hơn, đổi mới công nghệ, phát triển sản phẩm công nghiệp nông thôn tiêu biểu và liên kết chuỗi giá trị. Song song đó, thành phố sẽ xây dựng nghị quyết mới về xúc tiến thương mại, hoàn thiện chính sách khuyến công để phù hợp hơn với tình hình thực tế và xu thế chuyển đổi xanh.■



Nghiệm thu, bàn giao máy móc cho Công ty CP Thực phẩm FuJa năm 2025

MỞ RỘNG CÁNHNH CỬA XUẤT KHẨU cho sản phẩm công nghiệp nông thôn Việt



Đà Nẵng tích cực tổ chức xúc tiến thương mại cho sản phẩm CNNT

Tạo sức cạnh tranh từ chất lượng

Không nằm ngoài xu hướng chung, sản phẩm công nghiệp nông thôn (CNNT) đang phát triển mạnh theo hướng bền vững và thân thiện với môi trường, khi người tiêu dùng ngày càng quan tâm đến yếu tố sinh thái và văn hóa đằng sau mỗi sản phẩm.

Minh chứng rõ nét là sản phẩm CNNT tiêu biểu cấp thành phố của Đà

Nẵng - bánh dừa nướng của Công ty TNHH Sản xuất thương mại Quý Thu (Phú Mỹ, Xuân Phú), đã xuất khẩu sang Mỹ, Hà Lan, Úc, Nga, Đài Loan, Trung Quốc... Ông Lương Văn Phòng, đại diện xúc tiến thương mại của công ty cho biết: “Để đưa hàng hóa vươn ra thế giới, doanh nghiệp đã tìm hiểu kỹ đặc điểm thị trường nhập khẩu, tiêu chuẩn kỹ thuật và quy định pháp lý, đồng thời xây dựng chiến lược marketing hiệu quả, hợp tác chặt chẽ với đối tác quốc tế”.

Là những sản phẩm có hàm lượng chế biến, hàm lượng giá trị cao nhưng việc tham gia vào thị trường xuất khẩu của sản phẩm công nghiệp nông thôn nói chung, sản phẩm công nghiệp nông thôn tiêu biểu nói riêng còn nhiều gian nan.

► ĐỨC LONG

Thành công của Quý Thu cho thấy rõ vai trò của đầu tư bài bản. Việc chọn sản phẩm có thể mạnh, đáp ứng chứng nhận chất lượng quốc tế giúp hàng hóa Việt có chỗ đứng vững chắc trên thị trường toàn cầu.

Theo các chuyên gia, để xuất khẩu thành công, doanh nghiệp, cơ sở sản xuất cần đầu tư vào công nghệ, quy trình sản xuất tiên tiến để nâng cao chất lượng, mẫu mã sản phẩm. Cùng với đó, thiết kế bao bì

phải đẹp mắt, thể hiện bản sắc văn hóa và phù hợp quy định của từng thị trường.

Thực tế cho thấy, yếu tố thẩm mỹ và câu chuyện văn hóa đang trở thành “vũ khí mềm” giúp sản phẩm Việt ghi dấu trong lòng người tiêu dùng quốc tế. Sản phẩm CNNT của các địa phương, những sản phẩm mang hồn Việt ngày càng được ưa chuộng khi đi cùng chứng chỉ chất lượng, mẫu mã sáng tạo và tính bền vững.

Song, để giữ được đà này, các chủ thể sản xuất cần chủ động hơn trong xúc tiến thương mại hiện đại. Thay vì chỉ dựa vào hội chợ truyền thống, cần tận dụng thương mại điện tử, sàn giao dịch quốc tế và nền tảng số để quảng bá sản phẩm. Đây là hướng đi tất yếu trong thời đại chuyển đổi số, giúp giảm chi phí và mở rộng tiếp cận khách hàng toàn cầu.

Một ví dụ điển hình khác đến từ chị Lê Hoài Thu - Chủ cơ sở sản xuất Bánh Ram Anh Thu (Hà Tĩnh). Với quy trình sản xuất đạt chuẩn HACCP, sản phẩm bánh Ram đã xuất khẩu sang Hàn Quốc, Mỹ, Nhật Bản, chiếm khoảng 40% tổng sản lượng hơn 200.000 tệp bánh mỗi năm.

Chị Thu chia sẻ: “Mặc dù xuất khẩu khá tốt nhưng chủ yếu qua doanh nghiệp trung gian, cơ sở chưa trực tiếp tham gia các hội chợ quốc tế. Chúng tôi mong được hỗ trợ để tiếp cận thị trường nước ngoài, nâng cao giá trị và tạo thêm việc làm cho người lao động”.

Những chia sẻ ấy cho thấy, dù tiềm năng lớn, nhưng khả năng tự chủ xuất khẩu của các cơ sở vẫn còn hạn chế - đặc biệt về nhân lực, ngoại ngữ và hiểu biết pháp lý quốc tế. Do đó, hỗ trợ đào tạo chuyên sâu và kết nối đối tác quốc tế là yêu cầu cấp thiết để nâng tầm sản phẩm công nghiệp nông thôn trong giai đoạn tới.

Tiếp cận xu hướng mới, mở rộng thị trường từ giá trị văn hóa

Xúc tiến thương mại vẫn được nhìn nhận là chìa khóa mở cánh cửa xuất khẩu cho sản phẩm CNNT, bởi mỗi sản phẩm không chỉ là hàng hóa mà còn là câu chuyện văn hóa, thể hiện bàn tay và tâm hồn người thợ Việt.

Thực tế tại Đà Nẵng cho thấy điều này, từ sâm Ngọc Linh, yến sào Cù Lao Chàm, trầm hương, quế, nấm linh chi... các sản phẩm địa phương đã từng bước chinh phục được người tiêu dùng trong và ngoài nước. Ông Nguyễn Thanh Quang, Phó Giám đốc Sở Công Thương Đà Nẵng, nhận định: “Các doanh nghiệp, hợp tác xã cần tận dụng các hiệp định thương mại tự do thế hệ mới như CPTPP, EVFTA để mở rộng thị trường, đưa hàng hóa vươn ra thế giới”.

Tuy nhiên, để đi xa hơn, sản phẩm CNNT cần được truyền thông chuyên nghiệp và sáng tạo hơn. Ông Nguyễn Minh Tiến gợi ý: “Đà Nẵng cần đẩy mạnh quảng bá sản phẩm CNNT trên truyền hình, báo chí và nền tảng số, lồng ghép trong sự kiện văn hóa, du lịch, ngoại giao...”.

Ở góc độ chính sách, ông Dương Tấn Cường, Phó trưởng Ban Kinh tế - Chính sách, Liên minh Hợp tác xã Việt Nam, đề xuất xây dựng cổng thương mại điện tử riêng cho nhóm sản phẩm CNNT tiêu biểu, kết nối trực tiếp doanh nghiệp với khách hàng trong và ngoài nước. Bên cạnh đó, cần đơn giản hóa thủ tục bình chọn, áp dụng “luồng xanh” cho sản phẩm đã đạt chứng chỉ quốc tế như FDA, CE, GlobalGAP... để khuyến khích doanh nghiệp tham gia. ■



Bánh Ram Anh Thu được xuất khẩu ra nhiều thị trường trên thế giới

Đồng Nai tạo động lực đầu tư cho sản phẩm công nghiệp nông thôn

Thực hiện Chương trình khuyến công quốc gia năm 2025, UBND tỉnh Đồng Nai phối hợp với Bộ Công Thương sẽ tổ chức Hội chợ triển lãm sản phẩm công nghiệp nông thôn tiêu biểu vùng Đông Nam Bộ - Đồng Nai năm 2025, diễn ra từ ngày 24-30/11 tại Trung tâm Xúc tiến Đầu tư, Thương mại và Du lịch tỉnh Đồng Nai.

Hội chợ được xem là hoạt động xúc tiến thương mại quan trọng nhằm quảng bá, kết nối và phát triển thị trường tiêu thụ sản phẩm công nghiệp nông thôn, đồng thời tạo cơ hội hợp tác, liên kết sản xuất giữa các địa phương và doanh nghiệp trong khu vực. Đây cũng là dịp để giới thiệu những thành tựu nổi bật của quá trình công nghiệp hóa nông thôn, góp phần nâng cao năng lực cạnh tranh và giá trị thương hiệu hàng Việt.

Với quy mô khoảng 250 gian hàng, trong đó có 120 gian của Đồng Nai, sự kiện sẽ trưng bày đa dạng sản phẩm



Đồng Nai mở rộng thị trường sản phẩm công nghiệp nông thôn

thủ công mỹ nghệ, hàng tiêu dùng, thiết bị phục vụ nông nghiệp và công nghiệp hỗ trợ. Song song với hoạt động trưng bày, hội chợ còn có các chương trình giao lưu văn hóa, biểu diễn nghệ thuật, thu hút người dân và du khách, góp phần thúc đẩy phát triển kinh tế nông thôn bền vững, hình thành mạng lưới phân phối ổn định cho sản phẩm công nghiệp nông thôn vùng Đông Nam Bộ.

Đòn bẩy thương mại cho sản phẩm công nghiệp nông thôn Vĩnh Long

Từ ngày 30/10 đến 5/11, tại Quảng trường phường Nguyệt Hóa, tỉnh Vĩnh Long sẽ diễn ra Hội chợ Xúc tiến thương mại - Sản phẩm công nghiệp nông thôn năm 2025, do Sở Công Thương phối hợp với các đơn vị liên quan tổ chức.

Hội chợ là hoạt động trọng điểm trong khuôn khổ Tuần lễ Văn hóa - Thể thao - Du lịch Vĩnh Long gắn với Lễ hội Ok Om Bok, nhằm quảng bá, giới thiệu và kết nối tiêu thụ các sản phẩm công nghiệp nông thôn tiêu biểu của địa phương và các tỉnh, thành trong khu vực.

Dự kiến sự kiện quy tụ khoảng 300 gian hàng của doanh nghiệp, hợp tác xã, cơ sở sản xuất trong và ngoài tỉnh, trưng bày đa dạng sản phẩm thủ công mỹ nghệ, hàng tiêu dùng, thiết bị phục vụ nông nghiệp và công nghiệp hỗ trợ. Đây là dịp để các doanh nghiệp, cơ sở sản xuất tăng cường kết nối cung - cầu, mở rộng thị trường tiêu thụ, tìm kiếm đối tác đầu tư và chuyển giao công nghệ.



Vĩnh Long thúc đẩy hội nhập, phát triển sản phẩm công nghiệp nông thôn

Hội chợ còn là cơ hội để Vĩnh Long giới thiệu chính sách ưu đãi đầu tư, tiềm năng kinh tế và các dự án trọng điểm, qua đó thúc đẩy phát triển sản phẩm công nghiệp nông thôn theo hướng bền vững, góp phần chuyển dịch cơ cấu kinh tế và nâng cao năng lực cạnh tranh cho khu vực Đồng bằng sông Cửu Long.

Kết nối thị trường, nâng tầm sản phẩm Quảng Trị

Thời gian qua, Trung tâm Khuyến công và Xúc tiến thương mại tỉnh Quảng Trị đã triển khai nhiều chương trình có trọng tâm, trọng điểm, góp phần phát triển sản phẩm công nghiệp nông thôn và mở rộng cơ hội hội nhập thị trường.

Từ ngày 25 đến 28/9, tại Showroom xuất khẩu (92-96 Nguyễn Huệ, TP. Hồ Chí Minh), Trung tâm phối hợp với Trung tâm Xúc tiến thương mại và Đầu tư TP. Hồ Chí Minh tổ chức “Tuần hàng giới thiệu, quảng bá sản phẩm nông sản, sản phẩm công nghiệp nông thôn tiêu biểu và đặc sản Quảng Trị”. Sự kiện quy tụ hơn 20 doanh nghiệp, hợp tác xã với hơn 100 sản phẩm đặc trưng, được đầu tư mẫu mã, bao bì, đảm bảo chất lượng, thu hút sự quan tâm của hệ thống phân phối, đối tác xuất khẩu và người tiêu dùng thành phố.

Đây là hoạt động nằm trong chương trình hợp tác phát triển kinh tế - xã hội giữa TP. Hồ Chí Minh và các tỉnh Bắc Trung Bộ, góp phần giúp doanh nghiệp Quảng Trị mở rộng



Quảng Trị đẩy mạnh xúc tiến thương mại, mở rộng thị phần

mạng lưới tiêu thụ, tiếp cận thị trường tiềm năng, tham gia sâu hơn vào chuỗi cung ứng hiện đại. Qua đó, từng bước khẳng định thương hiệu sản phẩm công nghiệp nông thôn Quảng Trị trên thị trường trong nước và quốc tế.

Hội nhập sâu rộng - động lực mới cho An Giang

Theo Trung tâm Xúc tiến Đầu tư, Thương mại và Du lịch tỉnh An Giang, Hội nghị Xúc tiến thương mại, thúc đẩy xuất nhập khẩu khu vực miền Nam diễn ra vào ngày 17/10 tại phường Tịnh Biên, theo hình thức trực tiếp kết hợp trực tuyến, với chủ đề “Tăng cường kết nối sản xuất, thương mại, dịch vụ và đầu tư với các đối tác Campuchia”.

Hội nghị là dịp để An Giang quảng bá tiềm năng, thế mạnh trong sản xuất công nghiệp, nông nghiệp, dịch vụ logistics và du lịch, đồng thời mở rộng kết nối chuỗi cung ứng giữa doanh nghiệp Việt Nam và Campuchia. Sự kiện cũng góp phần thúc đẩy thương mại biên giới, tạo kênh hợp tác hiệu quả, nâng cao năng lực cạnh tranh cho sản phẩm công nghiệp nông thôn của địa phương.

Song song đó, tỉnh An Giang đang chuẩn bị tham gia Hội chợ Mùa thu 2025 tại Hà Nội từ ngày 25/10 đến 4/11, với 6 doanh nghiệp đăng ký gian hàng chung, nhằm quảng bá sản phẩm đặc trưng, thu hút đầu tư và mở rộng thị trường tiêu thụ.

Các hoạt động xúc tiến được kỳ vọng tạo cú hích mới cho kinh tế địa phương, giúp An Giang khẳng định vai trò trung



An Giang chủ động hội nhập, mở rộng thị trường tiêu thụ

tâm giao thương khu vực Tây Nam Bộ, hướng tới hội nhập sâu rộng và phát triển bền vững.

BÙI HIỂN

Khởi công cụm công nghiệp Kim Thái

Sáng 10/10, Đảng ủy, HĐND, UBND xã Vụ Bản, tỉnh Ninh Bình tổ chức lễ khởi công Dự án đầu tư xây dựng hạ tầng cụm công nghiệp (CCN) Kim Thái.

Dự án đầu tư xây dựng hạ tầng CCN Kim Thái có quy mô 69 ha, tổng vốn đầu tư trên 899,7 tỷ đồng, do Công ty Cổ phần Đầu tư và Phát triển hạ tầng Thiên Minh (đơn vị thành viên của Công ty Cổ phần Đầu tư hạ tầng Khu công nghiệp Bảo Minh) làm chủ đầu tư.

Dự án hướng tới mục tiêu xây dựng hạ tầng kỹ thuật đồng bộ, hiện đại, đạt tiêu chuẩn về giao thông, điện, cấp thoát nước, xử lý môi trường; thu hút các nhà đầu tư trong và ngoài nước, tập trung vào lĩnh vực công nghiệp sạch, công nghiệp hỗ trợ, năng lượng tái tạo...

Khi đi vào hoạt động, dự án dự kiến tạo việc làm ổn định cho hơn 5.000 lao động địa phương với mức thu nhập trung bình từ 8-10 triệu đồng/tháng, góp phần thúc đẩy



Khởi công CCN Kim Thái

chuyển dịch cơ cấu kinh tế, tăng thu ngân sách, cải thiện hạ tầng kỹ thuật, đóng góp tích cực vào tăng trưởng GRDP của tỉnh. Đồng thời, dự án còn hướng tới các mục tiêu xã hội như: hỗ trợ an sinh, đào tạo nghề, giúp đỡ hộ nghèo, góp phần nâng cao chất lượng đời sống nhân dân.

Gia Lai hoàn thiện hạ tầng cụm công nghiệp

9 tháng đầu năm 2025, Gia Lai đã thành lập mới 2 cụm công nghiệp (CCN), mở rộng 4 CCN, thu hút 10 doanh nghiệp đầu tư hạ tầng kỹ thuật.

Ông Dương Minh Đức, Giám đốc Sở Công Thương Gia Lai cho biết, Sở xác định phát triển CCN là một trong những nhiệm vụ trọng tâm nhằm tạo mặt bằng sản xuất, thu hút đầu tư và phát triển công nghiệp trên địa bàn tỉnh Gia Lai. Trước hết, Sở đang xây dựng dự thảo Quy chế quản lý các cụm công nghiệp trên địa bàn tỉnh, làm cơ sở pháp lý thống nhất cho công tác quản lý, đầu tư, vận hành và khai thác hiệu quả hạ tầng CCN. Làm việc với các chủ đầu tư xây dựng và kinh doanh hạ tầng kỹ thuật các cụm công nghiệp để đôn đốc tiến độ, đảm bảo thực hiện đúng các chỉ tiêu đầu tư, phát triển CCN năm 2025.

Đồng thời, Sở sẽ tham mưu UBND tỉnh lựa chọn nhà đầu tư đủ năng lực đăng ký thực hiện các dự án xây dựng và kinh doanh hạ tầng kỹ thuật CCN như CCN Trung Hiệp, CCN Cầu 16, CCN Nam Bình Nghi... Qua đó, từng bước hoàn thiện mạng lưới CCN của tỉnh, tạo động lực thu hút



Nhà máy sản xuất phân vi sinh của Công ty cổ phần Phát triển nông nghiệp Thành Thành Công - Chi nhánh Gia Lai tại CCN Ia Sao

doanh nghiệp đầu tư sản xuất, chế biến.

Hải Phòng: Khởi công cụm công nghiệp Cẩm Văn

Sáng 3/10, tại xã An Quang (Hải Phòng), Công ty CP Tập đoàn đầu tư HTM tổ chức khởi công Dự án đầu tư xây dựng và kinh doanh hạ tầng cụm công nghiệp (CCN) Cẩm Văn.

CCN Cẩm Văn có quy mô 34,88 ha, tổng mức đầu tư khoảng 480 tỷ đồng, có hạ tầng kỹ thuật đồng bộ, hiện đại, kèm theo hệ thống nhà xưởng, kho bãi xây sẵn quy mô khoảng 400.000 m², đáp ứng chuẩn mực quốc tế cho các nhà đầu tư. CCN Cẩm Văn sẽ ưu tiên thu hút các ngành công nghiệp phụ trợ, công nghệ tiên tiến, công nghệ xanh - sạch, tạo hệ sinh thái sản xuất hiện đại, bền vững, thân thiện môi trường. Khi đi vào vận hành, dự án dự kiến thu hút trên 60 doanh nghiệp, tạo việc làm cho hàng nghìn lao động, đóng góp tích cực vào sự phát triển kinh tế - xã hội của Hải Phòng. Doanh nghiệp cam kết huy động tối đa nguồn lực tài chính, nhân sự, thiết bị, áp dụng giải pháp



Khởi công CCN Cẩm Văn

kỹ thuật tiên tiến, bảo đảm an toàn lao động, môi trường, phòng cháy, chữa cháy, phấn đấu hoàn thành và đưa vào khai thác trong quý I/2026.

Lâm Đồng kêu gọi xúc tiến đầu tư 40 cụm công nghiệp

Tại Hội nghị xúc tiến đầu tư năm 2025, Lâm Đồng đưa ra danh mục thu hút đầu tư với 40 CCN, trong đó có CCN: Trúc Sơn (xã Cư Jút, quy mô 60ha); Nam Dong (xã Nam Dong, diện tích 60ha); Đắk R'lấp (xã Quảng Tín, diện tích 50ha); Đắk Song (xã Thuận Hạnh, quy mô 50ha); Đắk R'la (xã Đắk Mil, diện tích 60ha)... Ngoài ra, còn nhiều CCN khác cũng được tỉnh Lâm Đồng kêu gọi đầu tư như: Ma Lâm, Hàm Đức, Liêm An, Tân Lập, Tân Phúc, Tân Bình, Gia An, Hầm Sỏi, Mê Pu, Tân Hà... với quy mô từ 10 - 75ha.

Theo Sở Công Thương tỉnh Lâm Đồng, mục tiêu của các dự án nói trên nhằm xây dựng kết cấu hạ tầng kỹ thuật CCN nhằm thu hút đầu tư của các cơ sở sản xuất, kinh doanh vào CCN theo ngành nghề đã được xác định. Việc hình thành các CCN sẽ tạo bước đột phá trong phân bố



CCN Đình Văn, tỉnh Lâm Đồng

không gian sản xuất, đồng thời thúc đẩy chuyển dịch cơ cấu kinh tế theo hướng đa dạng, đồng bộ. Các nhà đầu tư được hưởng cơ chế lựa chọn minh bạch theo quy định của Chính phủ, cùng nhiều chính sách hỗ trợ về hạ tầng, thủ tục hành chính và nguồn nhân lực.

LINH ANH



Tham gia hội chợ trong nước là chưa đủ để có thể mở rộng xuất khẩu sản phẩm CNNT tiêu biểu

TẠO GIÁ TRỊ BỀN VỮNG CHO SẢN PHẨM CÔNG NGHIỆP NÔNG THÔN TIÊU BIỂU

► NGỌC ANH

Niềm tự hào sản phẩm truyền thống và khát vọng vươn xa

Mới đây Bộ Công Thương đã tổ chức tôn vinh và trao giấy chứng nhận sản phẩm công nghiệp nông thôn tiêu biểu cho 108 sản phẩm. Chia sẻ với phóng viên bên lề sự kiện, đại diện nhiều doanh nghiệp bày tỏ niềm tự hào cũng như kỳ vọng lan toả thương hiệu sản phẩm từ niềm vinh dự này.

Bà Trương Thị Thanh Nguyên - Giám đốc Doanh nghiệp tư nhân Hải Nguyên (Phú Quốc, An Giang)

Việc xây dựng và phát triển thương hiệu là việc phải làm giúp các sản phẩm công nghiệp nông thôn tiêu biểu phát triển bền vững, tuy nhiên xây dựng ra sao là câu hỏi khó.

xúc động khi nước mắm truyền thống của gia đình được công nhận là sản phẩm tiêu biểu cấp quốc gia năm 2025. “Tôi rất vui, rất mừng và cảm thấy hãnh diện khi nhận được giải thưởng này. Đây là niềm tự hào không chỉ của bản thân mà còn cho gia đình, cho doanh nghiệp, khi sản phẩm nước mắm truyền thống được ghi nhận ở tầm quốc gia”, bà Nguyên cho hay.

Với lịch sử gần 100 năm làm nghề, truyền qua ba thế hệ, nước mắm Hải Nguyên là biểu tượng của sự bền bỉ, kiên trì và lòng tự tôn nghề

nh nghiệp. Mỗi giọt nước mắm không chỉ là tinh túy của biển Phú Quốc mà còn là kết tinh của lao động, niềm tin và văn hóa. Thế nhưng, bà Nguyên cũng thẳng thắn nhìn nhận, để sản phẩm truyền thống “bay xa” hơn, doanh nghiệp cần được hỗ trợ nhiều hơn về quảng bá, xúc tiến thương mại. “Ước mơ của chúng tôi là vươn xa hơn, không chỉ thị trường trong nước mà còn cả xuất khẩu. Chúng tôi đã có nền tảng 100 năm sản xuất, nhưng để sản phẩm Việt bay xa thì cần thêm cơ hội quảng bá”, bà nói.

Thực tế, phần lớn doanh nghiệp công nghiệp nông thôn (CNNT) tiêu biểu hiện nay vẫn chỉ dừng lại ở quy mô sản xuất nhỏ, tiêu thụ trong nước, chủ yếu dựa vào kênh phân phối truyền thống. Nguồn lực hạn chế khiến họ gặp khó trong đầu tư cho marketing, truyền thông, xây dựng nhận diện thương hiệu vốn là những yếu tố sống còn trong bối cảnh hội nhập. Việc thiếu hệ thống quảng bá mang tính chuyên nghiệp khiến sản phẩm dù chất lượng cao, mang bản sắc vùng miền, vẫn khó tạo được vị thế vững chắc trên thị trường.

Trong khi đó, chương trình bình chọn sản phẩm CNNT tiêu biểu đã triển khai hơn 10 năm với 4.200 sản phẩm được bình chọn là hoạt động trọng điểm nhằm tôn vinh, quảng bá và hỗ trợ phát triển sản phẩm địa phương. Tuy nhiên, câu chuyện xây dựng thương hiệu vẫn là “nút thắt” lớn nhất. Nhiều sản phẩm tiêu biểu dù được chứng nhận cấp quốc gia, nhưng chỉ dừng lại ở việc được biết

đến trong các hội chợ, triển lãm, chưa trở thành thương hiệu có sức lan tỏa.

Cần một chiến lược thương hiệu để sản phẩm bay xa

Theo chuyên gia kinh tế Võ Trí Thành, thương hiệu không chỉ là tên gọi, logo hay bao bì mà đó là niềm tin, là cảm xúc của người tiêu dùng dành cho sản phẩm. Và muốn xây dựng được thương hiệu bền vững, doanh nghiệp phải kể được câu chuyện của mình, câu chuyện về văn hóa, trách nhiệm và giá trị. “Thái độ của người tiêu dùng phản ánh thương hiệu, uy tín của doanh nghiệp cùng câu chuyện sản xuất, kinh doanh có trách nhiệm”, vị chuyên gia này nhìn nhận.

Theo ông, trong bối cảnh hội nhập sâu rộng, xây dựng thương hiệu là cách để doanh nghiệp tạo niềm tin, khẳng định vị thế không chỉ trong nước mà cả trên thị trường quốc tế. Doanh nghiệp cần đặt người

tiêu dùng ở trung tâm, coi việc bảo vệ quyền lợi, sức khỏe của họ là giá trị cốt lõi của thương hiệu. “Thương hiệu phải thể hiện được tầm nhìn, sứ mệnh, phải có câu chuyện được kể bằng sự chân thành, trung thực, gắn với xu thế phát triển xanh, bền vững”, TS. Võ Trí Thành nhấn mạnh.

Chính vì vậy, với các sản phẩm CNNT tiêu biểu, cần một chính sách hỗ trợ sau bình chọn đủ mạnh. Chương trình đồng hành lâu dài giúp doanh nghiệp phát triển thị trường, quảng bá thương hiệu và chuyển đổi số trong tiếp cận người tiêu dùng.

Thực tế, theo chia sẻ của nhiều doanh nghiệp, thời hạn chứng nhận sản phẩm CNNT tiêu biểu hiện chỉ có 2 năm, khiến họ gặp khó trong kế hoạch đầu tư dài hạn. Ông Đỗ Văn Vĩ, Giám đốc Công ty TNHH Cơ khí Đức Thành Phương cho biết, chứng nhận là căn cứ khẳng định thương hiệu với đối tác và thị trường. Tuy nhiên, thời gian hiệu lực quá ngắn khiến doanh nghiệp phải cân nhắc khi đầu tư lớn cho sản phẩm, vì sau đó không còn được sử dụng logo chương trình.

Rõ ràng, muốn thúc đẩy thương hiệu CNNT tiêu biểu phát triển bền vững, chính sách cần tăng thời gian hiệu lực chứng nhận, đồng thời ưu tiên hỗ trợ các sản phẩm đạt bình chọn tham gia các hội chợ quốc tế, sàn thương mại điện tử, hoặc chương trình kết nối cung - cầu toàn quốc.

Bên cạnh đó, truyền thông cần đóng vai trò cầu nối, không chỉ kể lại những câu chuyện thành công, mà còn truyền cảm hứng, tạo động lực cho doanh nghiệp địa phương. Mỗi sản phẩm CNNT tiêu biểu không chỉ là kết quả của sự khéo léo, sáng tạo, mà còn là đại diện cho bản sắc, văn hóa của vùng đất, của con người Việt Nam.■



Nước mắm Hải Nguyên - một trong 108 sản phẩm công nghiệp nông thôn tiêu biểu cấp quốc gia năm 2025

QUẢNG TRỊ: **SẢN PHẨM CÔNG NGHIỆP NÔNG THÔN TIÊU BIỂU VƯỜN TÀM**



Quảng Trị tích cực quảng bá sản phẩm công nghiệp nông thôn

Ảnh minh họa

Năm 2025, Quảng Trị có 2 sản phẩm đạt bình chọn sản phẩm công nghiệp nông thôn (CNNT) tiêu biểu cấp quốc gia. Dù số lượng không lớn nhưng những sản phẩm này lại ghi nhận sự nỗ lực sáng tạo của cơ sở trong việc khoác áo mới và nâng tầm giá trị cho sản phẩm truyền thống.

► **THANH TRÀ**

Tồn tại một số vướng mắc Dấu ấn từ sự đổi mới và sáng tạo

Sản phẩm dưa gỗ sơn ta của Hợp tác xã Sản xuất và Kinh doanh thương mại dưa gỗ Quảng Thủy (xã Nam Ba Đồn) là một điển hình. Anh Lê Thanh Triển - Giám đốc Hợp tác xã Sản xuất và Kinh doanh thương mại dưa gỗ Quảng Thủy cho hay: “Trong bối cảnh thị trường tiêu dùng ngày càng khắt khe và yêu cầu cao về tính an toàn, thẩm mỹ cũng như sự khác biệt, hợp tác xã không ngừng sáng tạo, tích hợp công nghệ và tinh thần thủ công Việt vào mỗi đôi dưa gỗ. Dưa gỗ

Quảng Thủy không chỉ là sản phẩm tiêu dùng đơn thuần, mà là sự kết tinh của trí tuệ, mỹ cảm và trách nhiệm với sức khỏe người tiêu dùng, độ an toàn tuyệt đối cao”.

Nhờ đó, dưa gỗ Quảng Thủy không những đã có mặt tại nhiều hệ thống khách sạn, siêu thị, các nhà phân phối hàng gia dụng như chợ Bến Thành, Hội An, Đà Nẵng, Phú Quốc, Quảng Ninh, Nha Trang.. các hệ thống siêu thị Co.op mart, Big C.... Đặc biệt, các thị trường lớn như Nhật Bản, Hàn Quốc, Đài Loan và Châu Âu, với chất lượng được đánh giá cao và mẫu mã độc đáo, tiện lợi.

Hay sản phẩm tinh bột nghệ đỏ Vân Di của Hợp tác xã nông sản Vân Di (xã Trường Phú) cũng là một dấu ấn. Sản xuất trên dây chuyền hiện đại kết hợp công đoạn truyền thống, tinh bột nghệ đỏ Vân Di được bảo hộ thương hiệu toàn quốc, đạt chứng nhận an toàn vệ sinh thực phẩm và liên tiếp được bình chọn là sản phẩm CNNT tiêu biểu các cấp. “Không sử dụng hóa chất hay phụ gia, tinh bột nghệ đỏ Vân Di giữ trọn hương vị đặc trưng, trở thành sản phẩm quen thuộc trong mỗi gia đình, vừa bảo tồn giá trị truyền thống vừa khẳng định vị thế trên thị trường”, chị Mai Thị Vân - Giám đốc Hợp tác xã nông sản Vân Di cho hay.

Có thể thấy sản phẩm CNNT tiêu biểu cấp quốc gia nói riêng, sản phẩm công nghiệp nông thôn của Quảng Trị nói chung ngày một nhiều về lượng, cao về chất. Theo đại diện Sở Công Thương Quảng Trị, công tác bình chọn không chỉ là một cuộc “thi đua danh hiệu” mà còn là bước thử sức toàn diện của các cơ sở sản xuất trong hành trình chuẩn hóa quy trình, khẳng định thương hiệu và mở rộng tầm ảnh hưởng.

Lan tỏa giá trị, nâng cao thương hiệu sản phẩm địa phương

Cũng theo đại diện Sở Công Thương Quảng Trị, thông qua hoạt động bình chọn sản phẩm CNNT tiêu biểu, đã hình thành phong trào thi đua đổi mới sáng tạo trong cộng đồng doanh nghiệp nông thôn. Các cơ sở ngày càng chú trọng nghiên cứu, phát triển sản phẩm mới, nâng cao chất lượng, cải tiến mẫu mã, từ đó tạo ra nhiều giá trị gia tăng. Đây cũng là cơ hội để các doanh nghiệp giao lưu, học hỏi, chia sẻ kinh nghiệm



Sản phẩm tinh bột nghệ đỏ Vân Di

sản xuất, mở rộng kênh tiêu thụ và tiếp cận với các chính sách hỗ trợ của Nhà nước.

Thực tế cho thấy, nhiều sản phẩm sau khi được công nhận CNNT tiêu biểu đã nâng cao đáng kể doanh thu, mở rộng thị phần, góp phần tạo việc làm, tăng thu nhập cho người lao động, bảo tồn nghề truyền thống và thúc đẩy phát triển kinh tế - xã hội ở khu vực nông thôn. Những sản phẩm mang đậm dấu ấn văn hóa địa phương như trà thảo mộc, tinh dầu, sản phẩm mây tre đan, chế biến nông sản đặc sản... không chỉ là hàng hóa mà còn là câu chuyện về con người và bản sắc Quảng Trị.

Tuy nhiên, công tác bình chọn cấp quốc gia cũng gặp không ít khó khăn. Việc hoàn thiện hồ sơ, số hóa dữ liệu, chuẩn hóa thông tin sản phẩm là thử thách không nhỏ đối với các cơ sở sản xuất nhỏ lẻ. Nhiều doanh nghiệp còn thiếu kỹ năng trong việc lập hồ sơ kỹ thuật, dẫn đến tình trạng thông tin chưa đầy đủ, số liệu chưa chính xác, buộc cơ quan chuyên môn phải rà soát nhiều lần. Dù vậy, với sự đồng hành sát sao của Sở Công Thương và sự phối hợp của các địa phương, quá

trình bình chọn vẫn được triển khai đúng tiến độ, đảm bảo tiêu chuẩn theo quy định của Bộ Công Thương.

Nhằm giúp các doanh nghiệp, cơ sở CNNT vượt qua khó khăn và nâng cao chất lượng sản phẩm, Sở Công Thương Quảng Trị đã triển khai đồng bộ nhiều giải pháp hỗ trợ thiết thực. Ngoài việc tư vấn, hướng dẫn tham gia bình chọn, Sở còn hỗ trợ doanh nghiệp đầu tư máy móc hiện đại, cải tiến dây chuyền sản xuất, ứng dụng công nghệ tiên tiến để nâng cao năng suất, giảm chi phí và bảo đảm chất lượng sản phẩm.

Cùng với đó là hỗ trợ xây dựng thương hiệu, nhãn hiệu hàng hóa, tăng cường xúc tiến thương mại, quảng bá sản phẩm tại các hội chợ, triển lãm trong và ngoài tỉnh. Hoạt động đào tạo, tập huấn kỹ năng thương mại điện tử, chuyển đổi số cũng được chú trọng, giúp doanh nghiệp tiếp cận thị trường trực tuyến và mở rộng quy mô phân phối. Một số chương trình thí điểm sản xuất xanh, bền vững, đảm bảo vệ sinh an toàn thực phẩm cũng đang được triển khai, tạo tiền đề để sản phẩm Quảng Trị đáp ứng tốt hơn các tiêu chuẩn quốc tế. ■

Hỗ trợ máy móc cho sản xuất, tham gia hội chợ, triển lãm ngành Công Thương để quảng bá sản phẩm... đó là những nội dung kế hoạch khuyến công tỉnh Đồng Nai năm 2025 sẽ thực hiện, nhằm hỗ trợ các cơ sở công nghiệp nông thôn phát triển sản phẩm.

► **NGUYỄN HÒA**



Hỗ trợ cơ sở công nghiệp nông thôn ứng dụng máy móc sản xuất

Đồng Nai đẩy mạnh phát triển công nghiệp nông thôn

Linh hoạt, bám sát nhu cầu thực tế

UBND tỉnh Đồng Nai vừa ban hành Quyết định số 1208/QĐ-UBND về phê duyệt Kế hoạch khuyến công tỉnh Đồng Nai năm 2025. Quyết định dựa trên căn cứ của Luật Tổ chức chính quyền địa phương ngày 16/6/2025; căn cứ Nghị định 45/2012/NĐ-CP của Chính phủ về khuyến công; căn cứ Thông tư số 46/2012/TT-BCT của Bộ Công Thương quy định chi tiết một số nội dung của Nghị định 45/2012 của Chính phủ về khuyến công...

Kế hoạch khuyến công tỉnh Đồng Nai 2025 sẽ tập trung hỗ trợ ứng dụng máy móc thiết bị tiên tiến vào sản xuất, chế biến nông sản, thực

phẩm năm 2025. Hỗ trợ nâng cao năng lực quản lý và tổ chức thực hiện hoạt động Khuyến công; Tham gia hội chợ triển lãm trong nước năm 2025; Tuyên truyền, phổ biến các chủ trương, chính sách về khuyến công năm 2025; hỗ trợ tham gia học tập kinh nghiệm mô hình khuyến công hiệu quả; hỗ trợ trưng bày sản phẩm công nghiệp nông thôn...

Những năm qua, nhờ triển khai đồng bộ và hiệu quả các chính sách khuyến công do Bộ Công Thương phát động, công tác khuyến công tỉnh Đồng Nai đã đạt được nhiều kết quả tích cực, góp phần quan trọng thúc đẩy phát triển sản xuất công nghiệp nông thôn. Từ việc hỗ trợ xây dựng

mô hình trình diễn kỹ thuật, chuyển giao công nghệ tiên tiến đến đào tạo nghề, tư vấn cải tiến quy trình sản xuất, hoạt động khuyến công đã thực sự trở thành đòn bẩy giúp các cơ sở công nghiệp nông thôn đổi mới thiết bị, nâng cao năng suất và chất lượng sản phẩm.

Đặc biệt, chương trình khuyến công Đồng Nai được triển khai linh hoạt, bám sát nhu cầu thực tế của doanh nghiệp và hộ sản xuất, đồng thời gắn kết chặt chẽ với định hướng phát triển công nghiệp địa phương. Nhiều dự án đã phát huy hiệu quả rõ rệt, giúp doanh nghiệp mở rộng quy mô, đa dạng hóa sản phẩm, tạo việc làm ổn định cho lao động nông

thôn. Qua đó, khuyến công không chỉ mang lại giá trị kinh tế mà còn góp phần thúc đẩy chuyển dịch cơ cấu kinh tế nông thôn theo hướng công nghiệp hóa, hiện đại hóa.

Riêng 6 tháng đầu năm 2025, Trung tâm Khuyến công và Tư vấn Phát triển Công nghiệp Đồng Nai đã triển khai đồng loạt nhiều hoạt động, từ tham mưu chính sách, hỗ trợ doanh nghiệp đến quảng bá sản phẩm và tư vấn công nghiệp. Kết quả này góp phần thúc đẩy công nghiệp nông thôn phát triển, đồng thời tạo nền tảng cho sự chuyển đổi công nghệ, nâng cao năng lực cạnh tranh của sản phẩm địa phương.

Tiếp tục nâng hiệu quả công tác khuyến công

Nhằm nâng cao hơn nữa công tác khuyến công trên địa bàn, Trung tâm Khuyến công và Tư vấn Phát triển Công nghiệp Đồng Nai đã tham mưu Sở Công Thương trình UBND và HĐND tỉnh dự thảo Nghị quyết về nội dung, mức chi hoạt động khuyến công, dự kiến ban hành trong quý II/2025. Song song với đó, đơn vị trình dự thảo Quyết định thành lập Hội đồng xét tặng danh hiệu Nghệ nhân nhân dân, Nghệ nhân ưu tú cấp tỉnh, đồng thời kiện toàn Hội đồng xét duyệt sản phẩm công nghiệp nông thôn tiêu biểu.

Nổi bật trong hoạt động khuyến công 6 tháng đầu năm của tỉnh Đồng Nai là việc tổ chức gian hàng triển lãm tại Festival gốm Biên Hoà - Đồng Nai, quy tụ 20 cơ sở công nghiệp nông thôn với 154 sản phẩm trưng bày, từ mây tre đan, gỗ, đá mỹ nghệ đến tranh nghệ thuật. Đây không chỉ là cơ hội quảng bá mà còn kết nối doanh nghiệp với thị trường tiêu thụ.

Cùng với đó, đề án thành lập

và duy trì mạng lưới cộng tác viên khuyến công giai đoạn 2022 - 2025 tiếp tục được triển khai hiệu quả, kế hoạch chuyển đổi số trong lĩnh vực khuyến công được xây dựng. Trung tâm cũng tham gia đoàn công tác Sở Công Thương học tập kinh nghiệm chuyển đổi số tại TP.Hồ Chí Minh nhằm cập nhật xu hướng và giải pháp mới.

Những hoạt động trên cho thấy sự chủ động của Đồng Nai trong việc kết hợp hỗ trợ chính sách, nâng cao năng lực sản xuất với quảng bá sản phẩm. Việc hoàn thiện khung pháp lý

và kế hoạch khuyến công, đồng thời thúc đẩy chuyển đổi số, sẽ tạo tiền đề để các cơ sở công nghiệp nông thôn mạnh dạn đổi mới công nghệ và mở rộng thị trường.

Trong 6 tháng cuối năm, Đồng Nai dự kiến đẩy mạnh triển khai các đề án đã được phê duyệt, tổ chức thêm hội chợ, hội thảo, và mở rộng hợp tác với các tỉnh bạn. Mục tiêu không chỉ là nâng cao hiệu quả khuyến công, mà còn khẳng định vị thế của công nghiệp nông thôn Đồng Nai trong bức tranh kinh tế vùng Đông Nam Bộ và cả nước.



Sản xuất tại một cơ sở công nghiệp nông thôn chế biến nông sản ở Long Khánh năm 2024

KẾ HOẠCH KHUYẾN CÔNG NĂM 2025 ĐƯỢC HOÀN CHỈNH VỚI 8 ĐỀ ÁN TRỌNG ĐIỂM, BAO GỒM: HỌC TẬP KINH NGHIỆM; NÂNG CAO NĂNG LỰC QUẢN LÝ; ỨNG DỤNG MÁY MÓC TIỀN TIẾN; BÌNH CHỌN SẢN PHẨM CÔNG NGHIỆP NÔNG THÔN TIÊU BIỂU; THAM GIA HỘI CHỢ TRIỂN LÃM; NÂNG CAO NĂNG LỰC TỔ CHỨC THỰC HIỆN; DUY TRÌ PHÒNG TRƯNG BÀY; VÀ TUYÊN TRUYỀN KHUYẾN CÔNG.



TP. Hồ Chí Minh thường xuyên tổ chức bình chọn sản phẩm công nghiệp nông thôn tiêu biểu cấp thành phố

TP. HỒ CHÍ MINH: KHUYẾN CÔNG TẠO ĐÀ CHO CÔNG NGHIỆP NÔNG THÔN PHÁT TRIỂN

Trong số 108 sản phẩm đạt danh hiệu sản phẩm công nghiệp nông thôn tiêu biểu cấp quốc gia năm 2025 do Bộ Công Thương vừa công bố, Thành phố Hồ Chí Minh có 7 sản phẩm và bộ sản phẩm.

► HIỀN MAI

7 sản phẩm, bộ sản phẩm CNNT được vinh danh

Cụ thể, 7 sản phẩm công nghiệp nông thôn (CNNT) tiêu biểu cấp quốc gia năm 2025 của thành phố Hồ Chí Minh, bao gồm: Bộ sản phẩm cá đục nướng, cá bò nướng của Công ty Cổ phần sản xuất dịch vụ và thương mại Thuận Huệ (xã Phước Hải); Bộ sản phẩm trang trí bằng đồng mạ vàng 24k của Công ty Cổ phần quốc tế Trung Dũng (phường Thuận Giao); bộ sản phẩm ly, bát, đĩa gỗ của Công ty TNHH Sản xuất Thương mại Chân Tình (phường Tân Uyên); Mật

ong Thanh Hảo của chi nhánh Công ty TNHH mật ong Thanh Hảo (xã Bắc Tân Uyên); sản phẩm găng tay phẫu thuật tiết trùng của Công ty Cổ phần găng tay HTC (phường Tây Nam); sản phẩm mật ong hoa dừa - hiệu Phúc Lộc Thọ Honey của Công ty Cổ phần Đầu tư xuất nhập khẩu Phúc Lộc Thọ (xã Vĩnh Lộc); sản phẩm Tổ yến tinh chế của Công ty TNHH Đầu tư Thương mại Dịch vụ Yến đảo Cần Giở (xã Bình Khánh).

Việc TP. Hồ Chí Minh có 7/108 sản phẩm CNNT được tôn vinh cấp quốc gia năm 2025 không chỉ là

niềm tự hào của địa phương, mà còn cho thấy hiệu quả thiết thực của công tác khuyến công trong thúc đẩy đổi mới sáng tạo và phát triển CNNT theo hướng hiện đại. Đáng chú ý, TP. Hồ Chí Minh là đô thị đặc biệt, có nền công nghiệp phát triển, song vẫn duy trì và phát huy mạnh mẽ khu vực CNNT. Đây chính là đặc điểm riêng của Thành phố khi biết kết hợp giữa phát triển công nghiệp hiện đại với bảo tồn và nâng tầm giá trị của những sản phẩm truyền thống, gắn với đặc trưng vùng miền.

Các sản phẩm được công nhận năm nay đều thể hiện rõ tinh thần sáng tạo, hàm lượng công nghệ và khả năng mở rộng thị trường. Được vinh danh sản phẩm CNNT tiêu biểu cũng phản ánh sự năng động, sáng tạo và khả năng nắm bắt xu hướng thị trường của các cơ sở CNNT trên địa bàn Thành phố Hồ Chí Minh, cùng với đó là sự hỗ trợ tích cực của Sở Công Thương TP. Hồ Chí Minh, chương trình khuyến công những năm gần đây đã được triển khai sâu rộng, tập trung hỗ trợ đổi mới thiết bị, cải tiến mẫu mã, xây dựng thương hiệu và xúc tiến thương mại cho các cơ sở sản xuất.

Hiệu quả từ chính sách khuyến công

Trong khuôn khổ Chương trình Khuyến công quốc gia, việc TP. Hồ Chí Minh liên tục có sản phẩm đạt giải cấp quốc gia còn cho thấy tính hiệu quả của chính sách phát triển CNNT mà Bộ Công Thương đang triển khai. Từ chỗ chỉ tập trung vào hỗ trợ thiết bị, máy móc, chương trình khuyến công đã mở rộng sang các nội dung có chiều sâu như: Tư vấn sản xuất sạch hơn, hỗ trợ chuyển đổi số, thiết kế bao bì, xây dựng thương hiệu, xúc tiến thương mại quốc tế. Đây là nền tảng quan trọng giúp các cơ sở CNNT tại TP. Hồ Chí Minh nâng cao năng lực cạnh tranh và phát triển bền vững.

Để có được kết quả trên, những năm qua, TP. Hồ Chí Minh đã luôn bền bỉ với hoạt động khuyến công và Chương trình bình chọn sản phẩm CNNT tiêu biểu cấp thành phố. Với định kỳ 2 năm được tổ chức 1 lần, sau 10 năm triển khai, Sở Công Thương TP. Hồ Chí Minh đã thực hiện nhiều nội dung hoạt



Nhiều chương trình hỗ trợ sản phẩm công nghiệp nông thôn mở rộng thị trường

động đa dạng để nâng cao công tác tổ chức bình chọn, hỗ trợ phát triển sản phẩm CNNT tiêu biểu của TP. Hồ Chí Minh.

Kết quả, chương trình bình chọn sản phẩm CNNT tiêu biểu của Thành phố đã có 170 sản phẩm của 49 doanh nghiệp được công nhận sản phẩm CNNT tiêu biểu cấp Thành phố. Từ đó, các sản phẩm CNNT tiêu biểu cấp Thành phố tham gia bình chọn cấp khu vực và cấp quốc gia. Nhiều sản phẩm sau khi được công nhận sản phẩm CNNT tiêu biểu cấp thành phố đã tiếp tục được tham gia sản và đạt chứng nhận sản phẩm CNNT tiêu biểu cấp quốc gia, điển hình là sản phẩm mật ong của Công ty Cổ phần thực phẩm dinh dưỡng Trường Thọ.

Sau khi được công nhận là sản phẩm CNNT tiêu biểu cấp Thành phố năm 2021 và 2023 với sản phẩm mật ong rừng Đất phương Nam, mật ong nghệ viên vàng, mật ong nghệ

viên đen và mật ong hoa cà phê, đặc biệt sản phẩm mật ong nghệ viên vàng đạt chứng nhận sản phẩm CNNT tiêu biểu cấp quốc gia.

Sau khi được công nhận, các sản phẩm của Công ty được nâng tầm uy tín về chất lượng và thương hiệu trên thị trường; sản phẩm cũng dễ dàng tiếp cận với thị trường, kênh siêu thị và khách hàng hơn trước. Từ đó doanh số kinh doanh của các sản phẩm trên được gia tăng đáng kể.

Không chỉ vậy, đại diện Công ty Cổ phần thực phẩm dinh dưỡng Trường Thọ còn được Sở Công Thương mời đi tham gia học hỏi kinh nghiệm ở các tỉnh thành phố như Hải Phòng, Đà Nẵng, Hà Nội... để học tập kinh trao đổi kinh nghiệm về khuyến công và công nghiệp hỗ trợ; đồng thời hỗ trợ, hướng dẫn tham gia các hội chợ thương mại, kết nối cung cầu trong và ngoài tỉnh để quảng bá, giới thiệu sản phẩm.■

KHUYẾN CÔNG: “THÚC” LÀNG NGHỀ VIỆT VƯỜN XA

Thưa ông, ông đánh giá thế nào về tác động tổng thể của chính sách khuyến công đối với sự phát triển của làng nghề Việt Nam thời gian qua?

Phải nói rằng chính sách khuyến công có vai trò rất lớn, là “chìa khóa” thúc đẩy sự chuyển mình của các làng nghề Việt Nam. Trước hết, khuyến công đã giúp ứng dụng khoa học - công nghệ vào sản xuất, khuyến khích các cơ sở đổi mới máy móc, cải tiến quy trình để tăng năng suất, chất lượng sản phẩm. Nhiều làng nghề đã đầu tư hệ thống sấy, ép, cắt tự động thay cho thủ công, tiết kiệm nhân lực, giảm chi phí và nâng cao tính cạnh tranh.

Thứ hai, khuyến công góp phần xây dựng thương hiệu và phát triển thị trường. Nhiều sản phẩm làng nghề như gốm Bát Tràng, lụa Vạn Phúc, mây tre Phú Vinh... được hỗ trợ quảng bá, xúc tiến thương mại, tham gia hội chợ trong và ngoài nước. Đặc biệt, chính sách này còn có ý nghĩa xã hội sâu sắc, giúp nâng cao đời sống, tạo việc làm và bảo tồn bản sắc văn hóa truyền thống - điều mà không chính sách kinh tế nào khác có thể thay thế.

Thực tế thời gian qua, rất nhiều làng nghề đã được “hồi sinh” nhờ chính sách này. Chẳng hạn, làng nghề gốm Phù Lãng (Bắc Ninh) từng gặp khó do ô nhiễm và công nghệ cũ kỹ, nhưng sau khi được hỗ trợ lò nung gas, năng suất tăng gấp đôi, chất lượng sản phẩm ổn định, môi trường sạch hơn. Hay như làng nghề mây tre Phú Vinh (Hà Nội), được hỗ trợ thiết kế mẫu mã và xúc tiến thương mại, sản phẩm đã xuất khẩu sang châu Âu và Nhật Bản. Đó là những minh chứng rõ ràng cho thấy khuyến

Phóng viên trao đổi với ông Trịnh Quốc Đạt - Chủ tịch Hiệp hội Làng nghề Việt Nam - về vai trò, những điểm nghẽn và hướng phát triển của chính sách khuyến công đối với làng nghề Việt Nam.

► **NGỌC LINH** thực hiện



công không chỉ giúp phát triển kinh tế mà còn giúp người dân gắn bó và tự hào hơn với nghề truyền thống.

Nhiều cơ sở sản xuất phản ánh vẫn khó tiếp cận các chương trình khuyến công. Theo ông, nguyên nhân chính là gì và cần khắc phục ra sao?

Đúng là vẫn còn nhiều “điểm nghẽn”. Thủ tục hành chính phức tạp, yêu cầu vốn đối ứng cao, thông tin thiếu rộng rãi và nguồn vốn hỗ trợ còn dàn trải khiến nhiều hộ nhỏ ngại tham gia. Hiệp hội Làng nghề Việt Nam đang đóng vai trò cầu nối giữa chính sách và người dân, thông qua hệ thống văn phòng đại diện tại các địa phương, phối hợp phổ biến chính sách, hướng dẫn hồ sơ, hỗ trợ xây dựng thương hiệu, bảo hộ sở hữu trí tuệ và xúc tiến thương mại. Chúng tôi cũng thường xuyên tổ chức các hội nghị, hội thảo phản biện nhằm góp phần hoàn thiện cơ chế. Tôi kiến nghị Nhà nước cần đơn giản hóa thủ tục, linh hoạt vốn đối ứng tùy khu vực - đặc biệt giảm tỷ lệ cho vùng sâu, vùng xa - để chính sách thực sự đi vào cuộc sống.

Theo ông, đâu là hướng đi cần thiết để khuyến công phát huy hiệu quả bền vững trong giai đoạn tới?

Tôi cho rằng khuyến công cần chuyển hướng sang “khuyến công xanh” và “khuyến công số”. Trọng tâm là hỗ trợ đổi mới công nghệ sạch, nhân rộng mô hình sản xuất thân thiện môi trường; khuyến khích kết hợp giữa làng nghề và du lịch trải nghiệm để gia tăng giá trị văn hóa - kinh tế. Đồng thời, cần đẩy mạnh chuyển đổi số, hỗ trợ các cơ sở xây dựng gian hàng trực tuyến, tham gia sàn thương mại điện tử, nâng cao kỹ năng số cho nghệ nhân để đưa sản phẩm ra thị trường toàn cầu. Bên cạnh đó, phải coi đào tạo lớp kế cận là nhiệm vụ trọng tâm - hỗ trợ nghệ nhân mở lớp truyền nghề, khuyến khích thế hệ trẻ sáng tạo sản phẩm kết hợp truyền thống và hiện đại. Tôi tin rằng, nếu triển khai đồng bộ và kiên trì, khuyến công sẽ trở thành đòn bẩy chiến lược giúp hoàn thiện chuỗi giá trị từ sản xuất - chế biến - thương hiệu - tiêu thụ, đưa làng nghề Việt Nam trở thành trụ cột văn hóa - kinh tế bền vững của đất nước.

Xin trân trọng cảm ơn ông!

Hà Nội hiện có tới 1.350 làng nghề sản xuất hàng thủ công mỹ nghệ một con số thể hiện tiềm năng to lớn của ngành nghề truyền thống. Tuy nhiên, đằng sau bức tranh rực rỡ ấy vẫn là những gam màu trầm khi hàng thủ công mỹ nghệ của Thủ đô chưa phát huy hết tiềm năng, còn yếu về khả năng cạnh tranh và giá trị gia tăng.

► TÙNG LÂM

Một trong những nguyên nhân chính là việc đổi mới mẫu mã còn chậm, thiếu tính sáng tạo và thương mại. Nhiều nghề nhân có tay nghề cao, sáng tác mẫu tinh xảo nhưng “không bán được” vì xa rời thị hiếu thị trường hoặc khó sản xuất hàng loạt. Thực tế, theo Hiệp hội Xuất khẩu hàng thủ công mỹ nghệ Việt Nam, tới 90% sản phẩm hiện nay được sản xuất theo thiết kế và nhãn hiệu của khách hàng nước ngoài. Phó Cục trưởng Cục Xúc tiến thương mại (Bộ Công Thương) Lê Hoàng Tài chỉ rõ: “Giá trị gia tăng của hàng thủ công mỹ nghệ Việt Nam chưa cao, nên nhiều làng nghề chấp nhận sản xuất dưới thương hiệu của đối tác. Điều này khiến sản phẩm Việt khó xây dựng vị thế riêng trên thị trường quốc tế”.

Không chỉ yếu ở khâu thiết kế, các làng nghề còn gặp vấn đề lớn về nhận thức thương hiệu. Chủ tịch Hiệp hội Thủ công mỹ nghệ và Làng nghề Hà Nội Hà Thị Vinh thẳng thắn nhìn nhận: “Phần lớn nghề nhân nghĩ rằng làng nghề có truyền thống lâu đời thì thương hiệu tự khắc sẽ được biết đến. Chính tâm lý này khiến sản phẩm không được bảo hộ thương hiệu, bị sao chép và cạnh tranh ngược ngay trên sân nhà”.

Theo các chuyên gia, để sản phẩm làng nghề Hà Nội không mãi “núp bóng” thương hiệu ngoại, các cơ sở sản xuất cần đầu tư bài bản hơn từ

MỞ RỘNG XUẤT KHẨU SẢN PHẨM LÀNG NGHỀ HÀ NỘI: KHÓ Ở ĐÂU?

thiết kế, quảng bá đến bảo hộ thương hiệu. Ông Trần Quốc Mạnh, Phó Chủ tịch Hiệp hội Xuất khẩu hàng thủ công mỹ nghệ Việt Nam, cho rằng: “Các làng nghề cần nghiên cứu kỹ nhu cầu từng thị trường để phát triển sản phẩm phù hợp. Khi thương hiệu thủ công mỹ nghệ Việt mạnh lên, thương hiệu quốc gia cũng được củng cố”.

Dưới góc độ quản lý, thành phố Hà Nội đã có những bước đi cụ thể. Phó Giám đốc Sở Công Thương Nguyễn Ánh Dương cho biết, thành phố thường xuyên tổ chức các cuộc thi thiết kế mẫu sáng tạo, công nhận sản phẩm tiêu biểu, hỗ trợ đầu tư máy móc, ứng dụng khoa học công nghệ, qua đó giúp làng nghề nâng năng suất và cải thiện môi trường sản xuất.

Đặc biệt, theo Kế hoạch 368/KH-UBND của UBND thành phố Hà Nội, mục tiêu đến năm 2025 là tăng kim ngạch xuất khẩu hàng thủ công mỹ nghệ 6-8%/năm, tạo 650 - 800 mẫu thiết kế mới, hỗ trợ 600 - 650 doanh nghiệp tham gia hội chợ trong và

ngoài nước, và đào tạo tới 2.500 lãnh đạo cơ sở công nghiệp nông thôn.

Tuy nhiên, để thương hiệu làng nghề vươn xa hơn nữa, Hà Nội sẽ hỗ trợ doanh nghiệp nghiên cứu nhu cầu thị trường, phát triển sản phẩm đạt tiêu chuẩn quốc tế và tập trung vào quảng bá thương hiệu. “Thông qua việc chú trọng xây dựng thương hiệu, sản phẩm làng nghề sẽ có cơ hội vươn xa hơn, góp phần nâng cao giá trị kinh tế và gìn giữ bản sắc văn hóa dân tộc”, Nguyễn Ánh Dương nhấn mạnh.

Do đó, trong thời gian tới, Sở Công Thương Hà Nội sẽ tăng cường kết nối làng nghề với các Thương vụ Việt Nam ở nước ngoài, mở ra kênh giao thương trực tiếp, giúp sản phẩm làng nghề rút ngắn hành trình ra thị trường thế giới. Khi thương hiệu, mẫu mã và chiến lược quảng bá được đầu tư đúng hướng, làng nghề Hà Nội hoàn toàn có thể vươn lên vị thế xứng đáng - không chỉ là nơi lưu giữ tinh hoa văn hóa dân tộc mà còn là điểm sáng của xuất khẩu sáng tạo Việt Nam. ■

Mở rộng kênh giao thương quốc tế giúp sản phẩm làng nghề của Hà Nội tăng xuất khẩu

Lâm Đồng tăng tốc kết nối giao thương, nâng tầm sản phẩm nông thôn

Giai đoạn 2021-2025, khu vực ven biển Lâm Đồng đã triển khai hiệu quả các chương trình khuyến công với tổng kinh phí gần 20 tỷ đồng, trong đó hơn 10 tỷ đồng từ nguồn ngân sách nhà nước và phần còn lại là vốn đối ứng của các cơ sở thụ hưởng. Nguồn lực này không chỉ hỗ trợ tài chính mà còn tạo cú hích quan trọng thúc đẩy đổi mới sản xuất và kết nối thị trường cho doanh nghiệp địa phương.

Nhiều ngành nghề thế mạnh như chế biến nước mắm, thực phẩm, thủy sản, tổ yến, tương ớt, tương cà... đã được hỗ trợ đầu tư máy móc, ứng dụng công nghệ hiện đại, từng bước nâng cao năng suất và chất lượng sản phẩm, đáp ứng yêu cầu vệ sinh an toàn thực phẩm.

Đáng chú ý, tỉnh dành khoảng 1,5 tỷ đồng cho hoạt động quảng bá, trưng bày và kết nối giao thương sản phẩm công nghiệp nông thôn tiêu biểu



Lâm Đồng kết nối giao thương, khơi dậy sức bật sản phẩm nông thôn

tại các hội chợ, sự kiện xúc tiến trong và ngoài tỉnh. Từ đây, nhiều sản phẩm đặc trưng của địa phương đã khẳng định vị thế trên thị trường, mở rộng kênh tiêu thụ bền vững.

Chương trình khuyến công được xem là cầu nối quan trọng giúp doanh nghiệp ven biển Lâm Đồng tăng cường liên kết sản xuất - tiêu thụ, góp phần định hình hướng phát triển công nghiệp nông thôn hiện đại, bền vững và hội nhập.

An Giang tạo điểm hẹn giao thương, khơi dậy sức sống sản phẩm nông thôn

Từ ngày 25 đến 28/9, tại phố đi bộ Nguyễn Huệ, thành phố Long Xuyên, tỉnh An Giang diễn ra Diễn đàn vùng Đồng bằng sông Cửu Long năm 2025 với chủ đề “Liên kết cùng phát triển - An Giang 2025”. Sự kiện do UBND tỉnh An Giang phối hợp với các đơn vị liên quan tổ chức, hướng tới mục tiêu tăng cường kết nối giao thương, hỗ trợ tiêu thụ và quảng bá sản phẩm đặc trưng của khu vực.

Trong khuôn khổ chương trình, Hội nghị kết nối giao thương sản phẩm vùng Đồng bằng sông Cửu Long diễn ra vào ngày 26/9 là điểm nhấn quan trọng, tạo cầu nối giữa các doanh nghiệp, hợp tác xã, cơ sở sản xuất với các nhà phân phối, hệ thống bán lẻ trong nước. Song song đó là các hoạt động hội thảo chuyên đề, livestream giới thiệu sản phẩm và xúc tiến tiêu thụ trên nền tảng số.

Với quy mô 226 gian hàng, không gian triển lãm trưng bày phong phú các sản phẩm công nghiệp nông thôn tiêu biểu, đặc sản vùng sông nước, sản phẩm khởi nghiệp và hàng thủ công truyền thống. Sự kiện



Nhịp cầu giao thương cho sản phẩm nông thôn hội nhập tại An Giang

góp phần đẩy mạnh liên kết vùng, mở rộng chuỗi cung ứng, đồng thời quảng bá hình ảnh địa phương, tạo động lực cho phát triển công nghiệp nông thôn bền vững khu vực Đồng bằng sông Cửu Long.

TP. Hồ Chí Minh: Kết nối giao thương, thúc đẩy sản phẩm công nghiệp nông thôn

Thực hiện Kế hoạch số 2395/KH-SCT ngày 3/9/2025 của Sở Công Thương TP. Hồ Chí Minh, Trung tâm Khuyến công và Tư vấn phát triển công nghiệp phối hợp tổ chức Tuần lễ xúc tiến ngành Công nghiệp thực phẩm năm 2025 từ ngày 13 đến 18/11 tại Thương xá Tax (cũ), số 135 Nguyễn Huệ, Quận 1.

Chương trình nhằm thúc đẩy phát triển ngành công nghiệp thực phẩm theo đúng định hướng ưu tiên của Thành phố, hỗ trợ các doanh nghiệp, hợp tác xã, cơ sở công nghiệp nông thôn quảng bá sản phẩm, mở rộng thị trường tiêu thụ và kết nối giao thương với các nhà phân phối, đối tác trong và ngoài nước.

Với quy mô 150 gian hàng, sự kiện quy tụ các sản phẩm đặc trưng trong lĩnh vực thực phẩm như nước mắm truyền thống, gia vị, bánh kẹo, rau củ quả, thủy hải sản chế biến, sữa, nước giải khát, sản phẩm OCOP, sản phẩm làng nghề và các thương hiệu đạt



TP. Hồ Chí Minh thúc đẩy hợp tác, mở rộng chuỗi liên kết

giải Thương hiệu vàng TP. Hồ Chí Minh.

Tuần lễ xúc tiến được xem là dịp quan trọng để các doanh nghiệp nhỏ, siêu nhỏ khẳng định năng lực sản xuất, quảng bá hình ảnh, từng bước tham gia chuỗi cung ứng ngành thực phẩm, hướng đến phát triển bền vững và nâng tầm thương hiệu Việt trên thị trường trong nước lẫn quốc tế.

Kết nối thị trường: Động lực phát triển công nghiệp nông thôn Đồng Tháp

Không chỉ dừng lại ở việc hỗ trợ đầu tư máy móc, Chương trình khuyến công tại Đồng Tháp đang mở ra hướng đi mới: kết nối giao thương, mở rộng thị trường tiêu thụ cho sản phẩm công nghiệp nông thôn. Giai đoạn 2021-2025, toàn tỉnh đã triển khai 64 đề án hỗ trợ ứng dụng thiết bị tiên tiến cho 88 cơ sở sản xuất, góp phần nâng cao năng suất, chất lượng và khả năng cạnh tranh của doanh nghiệp địa phương.

Cùng với đó, hoạt động xúc tiến thương mại, quảng bá sản phẩm được chú trọng thực hiện. Thông qua hơn 10 kỳ hội chợ trong nước và nhiều sự kiện kết nối cung cầu, hàng trăm sản phẩm đặc trưng của Đồng Tháp từ chế biến nông sản, thủy sản đến thực phẩm truyền thống đã tiếp cận người tiêu dùng, mở rộng hệ thống phân phối và từng bước khẳng định vị thế trên thị trường.

Riêng năm 2025, tỉnh dành hơn 3,6 tỷ đồng triển khai 7 đề án khuyến công trọng điểm, tập trung vào chế biến nông sản, thực phẩm, gia vị và sản phẩm đặc sản vùng nguyên liệu. Việc đầu tư này không chỉ nâng



Đồng Tháp tăng tốc liên kết sản xuất - giao thương

cấp công nghệ mà còn tạo nền tảng để doanh nghiệp mở rộng hợp tác, hình thành chuỗi liên kết sản xuất - tiêu thụ bền vững.

Chương trình khuyến công được xem là cầu nối chiến lược, giúp Đồng Tháp phát huy tiềm năng, đưa sản phẩm công nghiệp nông thôn vươn xa và hội nhập sâu hơn vào thị trường trong nước.

NGỌC ANH

