



**BẢN TIN**

# **KHUYẾN CÔNG**

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

SỐ 1/2026



NGHỊ ĐỊNH 235/2025/NĐ - CP

## **“CÚ HÍCH” MỚI CHO CÔNG NGHIỆP NÔNG THÔN**

Trang 3-5

KHUYẾN CÔNG HÀ NỘI:  
**MỞ LỐI THỊ TRƯỜNG,  
NÂNG TẦM GIÁ TRỊ SẢN PHẨM**

Trang 10-11

SẢN PHẨM MÂY TRE ĐAN PHÚ VINH  
**TỪNG BƯỚC HỘI NHẬP**

Trang 18-19

# BẢN TIN KHUYẾN CÔNG

Cục Đổi mới sáng tạo, Chuyển đổi xanh và  
Khuyến công  
Báo Công Thương  
congthuong.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:

### DƯƠNG ANH - HUỖN LINH

### BIÊN TẬP:

#### LAN ANH - MẠNH TRƯỜNG

### THƯ KÝ BIÊN TẬP:

#### MỸ HẠNH - QUANG LÂM

## 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

3-5. Nghị định 235/2025/NĐ - CP: “Cú hích” mới cho công nghiệp nông thôn

## GÓC NHÌN - TRAO ĐỔI

6-7. Đẩy mạnh triển khai, lan tỏa hiệu quả công tác khuyến công

## HOẠT ĐỘNG KHUYẾN CÔNG

8-9. Khuyến công 2026: Khởi thông động lực đổi mới công nghiệp nông thôn

10-11. Khuyến công Hà Nội: Mở lối thị trường, nâng tầm giá trị sản phẩm

12-13. Thanh Hóa: Đổi mới hoạt động khuyến công gắn với phát triển

công nghiệp nông thôn

## ĐẦU TƯ - HỘI NHẬP - THỊ TRƯỜNG

16-17. Nước mắm làng nghề rộng cửa ra thị trường quốc tế

18-19. Sản phẩm mây tre đan Phú Vinh từng bước hội nhập

## SẢN PHẨM CÔNG NGHIỆP NÔNG THÔN TIÊU BIỂU

20-21. RISEP - chuẩn mực mới cho sản phẩm công nghiệp nông thôn

22-23. Tranh bột điệp: Khai thác lợi thế bản địa, nâng tầm giá trị sản phẩm

24-25. Trà búp ổi Tân Yên: Công nghệ đưa phụ phẩm thành hàng hóa

## DOANH NGHIỆP - LÀNG NGHỀ

28-29. Số hóa nâng tầm giá trị sản phẩm làng nghề

## CHÍNH SÁCH

30-31. Khuyến công quốc gia giai đoạn 2026-2030:

“Đòn bẩy” phát triển công nghiệp nông thôn

## KẾT NỐI GIAO THƯƠNG

32. Khuyến công Thái Nguyên: Gắn sản xuất với thị trường

## TIN

33-35. Hội chợ khuyến công Hà Nội: Cầu nối đưa sản phẩm ra thị trường

- Khuyến công Ninh Bình: Gắn với nhu cầu thực tiễn của doanh nghiệp

- Hội chợ Hùng Vương 2026: Kết nối giao thương, mở rộng thị trường

- Thúc đẩy tiêu thụ, tăng năng lực cạnh tranh cho hàng Việt

động lực phát triển

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 - P. Nghĩa Đô - Hà Nội

ĐT: 024.63260739; Fax: 024.39366402 - 39386300

Email: ngadt.baoct@moit.gov.vn

# NGHỊ ĐỊNH 235/2025/NĐ - CP “CÚ HÍCH” MỚI CHO CÔNG NGHIỆP NÔNG THÔN

► HẢI LINH (thực hiện)

Với hàng loạt điều chỉnh kịp thời, sát thực tiễn, Nghị định số 235/2025/NĐ-CP được kỳ vọng sẽ tháo gỡ những điểm nghẽn lâu nay của hoạt động khuyến công, đồng thời mở đờ địa phát triển mới cho doanh nghiệp công nghiệp nông thôn trong bối cảnh chuyển đổi xanh và số hóa.



Nghị định số 235 thúc đẩy chuyển đổi số trong khu vực công nghiệp nông thôn

Ảnh minh họa

**T** trả lời phỏng vấn Báo Công Thương, Bà Nguyễn Thị Lâm Giang - Cục trưởng Cục Đổi mới sáng tạo, Chuyển đổi xanh và Khuyến công (Cục ĐCK), Bộ Công Thương đã nêu nhiều điểm mới của Nghị định số 235, đồng thời chia sẻ kế hoạch nhằm tăng cường tuyên truyền phổ biến chính sách này tại những địa phương.

**- Nghị định số 235/2025/NĐ-CP của Chính phủ sửa đổi, bổ sung một số điều của Nghị định số 45/2012/NĐ-CP về khuyến công đã được ban hành, xin bà cho biết những điểm mới nổi bật, đặc biệt ở cơ chế hỗ trợ cho công nghiệp nông thôn và doanh nghiệp nhỏ, siêu nhỏ?**

**Bà Nguyễn Thị Lâm Giang:** Một trong những điểm đáng chú ý của Nghị định 235/2025/NĐ-CP là điều chỉnh lại cách tiếp cận đối với khuyến công theo hướng phù hợp với bối cảnh mới. Trước hết, Nghị định đã mở rộng đáng kể phạm vi thụ hưởng, đối tượng áp dụng, quy định về tổ chức lại chính quyền địa phương hai cấp, tổ chức lại bộ máy đơn vị sự nghiệp công lập thực hiện nhiệm vụ về khuyến công tại địa phương, trách nhiệm của sở ngành, đơn vị liên quan... chính sách hướng đến doanh nghiệp nhỏ và vừa, hợp tác xã, tổ hợp tác, hộ kinh doanh đầu tư vào sản xuất công nghiệp - tiểu thủ công nghiệp cùng với các chủ thể đặc thù như nghệ nhân nhân dân, nghệ nhân ưu tú, theo tinh thần bộ đôi chính sách chiến lược của Bộ Chính trị đó là Nghị quyết số 57-NQ/TW và Nghị quyết số 68-NQ/TW tạo nền tảng đột phá cho doanh nghiệp tư nhân bứt phá trong kỷ nguyên số, đổi mới sáng tạo và chuyển đổi số trở thành động lực quan trọng của nền kinh tế, nâng cao năng lực cạnh tranh.

Đẩy mạnh sản xuất sạch hơn, sản xuất và tiêu dùng bền vững, nội dung lần đầu tiên được đưa khái niệm này vào khung pháp lý, tiếp cận theo vòng đời sản phẩm, gắn với mục tiêu tăng trưởng xanh.

Song song với đó, Nghị định nhấn mạnh thúc đẩy chuyển đổi số trong khu vực công nghiệp nông thôn. Chính sách đã cụ thể hóa bằng việc hỗ trợ ứng dụng công nghệ số trong

quản lý, sản xuất và kinh doanh, qua đó giúp doanh nghiệp nâng cao năng suất, giảm chi phí và gia tăng giá trị sản phẩm - điều mà khu vực này vốn còn yếu.

Về cơ chế tài chính, điểm mới là tính linh hoạt và khả năng huy động nguồn lực. Nghị định cho phép lồng ghép nguồn vốn từ ngân sách trung ương, địa phương với các chương trình mục tiêu quốc gia, đồng thời bổ sung quy định rõ ràng hơn về quản lý, sử dụng kinh phí theo hướng minh bạch, hiệu quả.

Đáng chú ý, chính sách đối với sản phẩm công nghiệp nông thôn theo hướng (RISEP) đã được mở rộng theo hướng "đi đến cùng". Nghị định bổ sung hàng loạt hỗ trợ sau công nhận như quảng bá, xúc tiến thương mại trong và ngoài nước, đăng ký nhãn hiệu, đầu tư không gian trưng bày, tổ chức thi thợ giỏi, thi thiết kế mẫu sản phẩm.

Bên cạnh đó, Nghị định cũng thể hiện sự ưu tiên có chọn lọc khi khuyến khích phát triển các ngành nghề trọng điểm, đồng thời dành sự quan tâm cho nhóm yếu thế như cơ sở do phụ nữ làm chủ, sử dụng nhiều lao động nữ, lao động dân tộc thiểu số. Đây là cách tiếp cận gắn phát triển công nghiệp với mục tiêu xã hội.

Một điểm mới khác là kiện toàn tổ chức khuyến công. Việc hình thành mạng lưới cộng tác viên đến cấp xã, cùng với đổi mới cơ cấu tổ chức theo hướng gắn với chuyển đổi xanh và đổi mới sáng tạo, cho thấy nỗ lực đưa chính sách "chạm" được đến tận cơ sở.

Tóm lại, Nghị định 235/2025/NĐ-CP tạo ra một bước chuyển đáng kể: Từ hỗ trợ có trọng tâm, trọng điểm phù hợp với tiềm năng, lợi thế của vùng, địa phương, từ ngắn hạn sang

dài hạn, từ tăng trưởng số lượng sang nâng cao chất lượng. Nếu triển khai đúng hướng, đây sẽ không chỉ là công cụ hỗ trợ doanh nghiệp nhỏ, siêu nhỏ, mà còn là đòn bẩy để công nghiệp nông thôn phát triển bền vững, nâng sức cạnh tranh và từng bước mở rộng ra thị trường lớn hơn.

**- Để Nghị định được triển khai thống nhất, hiệu quả trên toàn quốc, kế hoạch tập huấn, phổ biến trong năm 2026 sẽ được thực hiện như thế nào, thưa bà?**

**Bà Nguyễn Thị Lâm Giang:** Trong năm 2026, chúng tôi triển khai đồng bộ nhiều hoạt động để đảm bảo Nghị định được phổ biến rộng rãi. Trước hết là tổ chức các hội nghị tập huấn chuyên sâu tại nhiều khu vực, vừa giới thiệu điểm mới vừa hướng dẫn cụ thể cách triển khai. Thành phần tham dự gồm cơ quan quản lý (triển khai rộng đến các đơn vị thuộc chính quyền cấp xã, phường), đơn vị khuyến công, hiệp hội và doanh nghiệp nhằm tạo hiệu ứng lan tỏa.

Bên cạnh đó là bộ tài liệu hướng dẫn chi tiết sẽ được biên soạn và phát hành dưới dạng in và điện tử, giúp các địa phương và doanh nghiệp dễ dàng tra cứu, áp dụng.

Công tác phối hợp với địa phương được tăng cường thông qua hội nghị, hội thảo để kịp thời giải đáp vướng mắc. Nội dung phổ biến Nghị định cũng được lồng ghép với các hoạt động xúc tiến như hội chợ, triển lãm nhằm nâng cao hiệu quả truyền thông.

Ứng dụng công nghệ thông tin sẽ được đẩy mạnh với các lớp tập huấn và hội thảo trực tuyến, giúp mở rộng phạm vi tiếp cận, đặc biệt trong bối cảnh chuyển đổi số.

Cùng với đó, công tác kiểm tra, giám sát được triển khai song song

thông qua các đoàn công tác, nhằm theo dõi tình hình thực hiện và kịp thời tháo gỡ khó khăn, đảm bảo Nghị định đi vào thực tiễn hiệu quả.

Ngoài ra, về mặt chính sách, để nâng cao hơn nữa hiệu quả công tác khuyến công, thời gian tới, Cục cũng sẽ tập trung vào một số trọng tâm: Đổi mới cơ chế tài chính theo hướng linh hoạt, tăng mức hỗ trợ và huy động nguồn lực xã hội; thúc đẩy chuyển đổi số và sản xuất bền vững; nâng cao năng lực doanh nghiệp thông qua đào tạo và xúc tiến thương mại; hoàn thiện cơ chế hỗ trợ sản phẩm tiêu biểu theo hướng toàn diện; và tăng cường giám sát, đánh giá để đảm bảo minh bạch, hiệu quả.

Đẩy mạnh hợp tác quốc tế, học hỏi kinh nghiệm từ các mô hình thành công cũng sẽ góp phần hoàn thiện chính sách theo hướng hiện đại, hội nhập.

**- Thưa bà, với Nghị định này, kỳ vọng sẽ tạo ra chuyển biến gì đối với công tác khuyến công và phát triển công nghiệp nông thôn, đặc biệt trong mục tiêu tăng trưởng hai con số?**

**Bà Nguyễn Thị Lâm Giang:** Chúng tôi kỳ vọng Nghị định sẽ tạo ra chuyển biến mang tính nền tảng. Trước hết là nâng cao hiệu quả hỗ trợ doanh nghiệp nhỏ và vừa, các cơ sở công nghiệp nông thôn, giúp họ cải thiện năng lực sản xuất, chất lượng sản phẩm và khả năng cạnh tranh.

**Thứ hai,** thúc đẩy mạnh mẽ chuyển đổi số và sản xuất bền vững, giúp doanh nghiệp giảm chi phí, tăng giá trị gia tăng và đáp ứng yêu cầu thị trường. Đây sẽ là nền tảng cho tăng trưởng dài hạn.

**Thứ ba,** đẩy mạnh RISEP thông qua hỗ trợ toàn diện từ quảng bá đến mở rộng thị trường, tạo điều kiện để vươn ra quốc tế, đặc biệt quan tâm hỗ trợ phát triển sản phẩm sau khi được công nhận tiêu biểu các cấp. Thúc đẩy phát triển doanh nghiệp, khuyến khích thu hút đầu tư sản xuất kinh doanh tại khu vực nông thôn; định hướng

chuyển đổi tư duy sản xuất và đầu tư chiến lược, bài bản cho máy móc thiết bị, công nghệ, quản trị nhằm nâng cao năng suất, chất lượng, gia tăng giá trị sản phẩm, tận dụng ưu đãi từ các Hiệp định thương mại tự do để sản xuất hướng đến các thị trường xuất khẩu.

**Thứ tư,** kiện toàn, sắp xếp tổ chức khuyến công trên địa bàn theo định hướng, chủ trương của Đảng, chính sách pháp luật của Nhà nước, gắn kết chặt chẽ với yêu cầu nhiệm vụ của ngành Công Thương; tạo điều kiện thuận lợi nhất về môi trường làm việc, nơi ở, sinh hoạt để công chức, viên chức thực hiện nhiệm vụ khuyến công yên tâm và phát huy năng lực, sở trường công tác. Động viên công chức cấp xã nêu cao tinh thần trách nhiệm, phối hợp khảo sát, xây dựng và thực hiện đề án khuyến công tại cơ sở, nhiệt huyết trong công tác bình chọn sản phẩm công nghiệp nông thôn tiêu biểu cấp xã.

Quan trọng hơn, khi khu vực doanh nghiệp nhỏ và siêu nhỏ ở nông thôn được kích hoạt, sẽ tạo hiệu ứng lan tỏa lớn: Tăng năng suất lao động, tạo việc làm, nâng cao thu nhập và đóng góp trực tiếp vào tăng trưởng kinh tế địa phương.

**Trân trọng cảm ơn bà!**

VỚI CÁCH TIẾP CẬN TOÀN DIỆN VÀ LINH HOẠT, NGHỊ ĐỊNH SỐ 235/2025/NĐ-CP ĐƯỢC KỶ VỌNG TRỞ THÀNH ĐỘNG LỰC QUAN TRỌNG GIÚP CÁC ĐỊA PHƯƠNG ĐẠT MỤC TIÊU TĂNG TRƯỞNG CAO, ĐỒNG THỜI GÓP PHẦN THÚC ĐẨY PHÁT TRIỂN KINH TẾ NHANH VÀ BỀN VỮNG TRONG GIAI ĐOẠN TỚI.



Bà Nguyễn Thị Lâm Giang - Cục trưởng Cục ĐCK

Ảnh Nguyễn Nam



# ĐẨY MẠNH TRIỂN KHAI, LAN TỎA HIỆU QUẢ CÔNG TÁC KHUYẾN CÔNG



Quảng bá sản phẩm công nghiệp nông thôn là một ưu tiên của công tác khuyến công  
Ảnh: minh họa

► PHAN ANH

Bộ Công Thương yêu cầu đẩy mạnh triển khai các hoạt động khuyến công, đặc biệt tập trung thực hiện kế hoạch khuyến công quốc gia năm 2026 nhằm tạo xung lực cho công nghiệp nông thôn phát triển.

## “ĐÒN BẨY MỀM” THÚC ĐẨY CÔNG NGHIỆP NÔNG THÔN

Trong tiến trình công nghiệp hóa, hiện đại hóa đất nước, khu vực nông thôn không chỉ là “bệ đỡ” mà còn là không gian rộng lớn để phát triển công nghiệp và tiểu thủ công nghiệp. Ở đó, hoạt động khuyến công đóng vai trò như một “đòn bẩy mềm”, hỗ trợ các cơ sở sản xuất tiếp cận công nghệ, nâng cao năng lực quản trị, mở rộng thị trường và từng bước tham gia sâu hơn vào chuỗi giá trị.

Những năm qua, hệ thống khuyến công trên cả nước đã không ngừng nỗ lực, góp phần giúp nhiều doanh nghiệp, cơ sở công nghiệp nông thôn đổi mới thiết bị, ứng dụng tiến bộ khoa học kỹ thuật vào sản xuất. Nhờ đó, năng suất lao động được cải thiện, chất lượng sản phẩm

được nâng lên, nhiều sản phẩm địa phương đã có chỗ đứng vững chắc trên thị trường.

Đặc biệt, trong bối cảnh hiện nay ghi nhận nhiều chuyển động tích cực về thể chế và tư duy phát triển, niềm tin của cộng đồng doanh nghiệp tiếp tục được củng cố. Các chủ trương lớn về phát triển kinh tế tư nhân, đổi mới sáng tạo đã mở ra không gian phát triển mới cho khu vực công nghiệp nông thôn - nơi hội tụ đông đảo các doanh nghiệp nhỏ và vừa, hợp tác xã và hộ sản xuất.

Nhằm tiếp tục phát huy vai trò này, Chính phủ đã ban hành Nghị định số 235/2025/NĐ-CP sửa đổi, bổ sung Nghị định số 45/2012/NĐ-CP về khuyến công, tạo hành lang pháp lý phù hợp hơn với thực tiễn. Trên cơ sở đó, Bộ Công Thương đã phê duyệt Chương trình khuyến công

quốc gia giai đoạn 2026 - 2030 và ban hành Chỉ thị số 20/CT-BCT xác định rõ mục tiêu thúc đẩy công nghiệp nông thôn phát triển nhanh, bền vững, gắn với đổi mới sáng tạo và chuyển đổi xanh.

Có thể thấy, khuyến công bên cạnh hỗ trợ máy móc, thiết bị cho sản xuất còn hướng đến xây dựng một hệ sinh thái phát triển toàn diện: Từ nâng cao chất lượng nguồn nhân lực đến kết nối thị trường và thúc đẩy chuyển đổi số. Đây chính là nền tảng quan trọng để công nghiệp nông thôn phát triển theo chiều sâu, gia tăng giá trị và sức cạnh tranh.

## TẬP TRUNG TRIỂN KHAI KẾ HOẠCH KHUYẾN CÔNG QUỐC GIA 2026

Năm 2026 - năm đầu tiên triển khai Chương trình khuyến công quốc

gia giai đoạn mới, Bộ Công Thương đã có những chỉ đạo quyết liệt thông qua Văn bản số 1462/BCT-ĐCK, yêu cầu các địa phương khẩn trương, chủ động vào cuộc.

Một trong những nội dung trọng tâm là quán triệt và triển khai hiệu quả Chỉ thị số 20/CT-BCT. Theo đó, các địa phương cần rà soát, xây dựng và hoàn thiện hệ thống văn bản quy phạm pháp luật về khuyến công, bảo đảm phù hợp với quy định mới và điều kiện thực tế. Việc kiện toàn tổ chức bộ máy thực hiện công tác khuyến công cũng được nhấn mạnh, nhằm đảm bảo hoạt động được triển khai kịp thời, đồng bộ và hiệu quả.

Song song với đó, Bộ Công Thương đề nghị các tỉnh, thành phố tích cực phối hợp triển khai Chương trình khuyến công quốc gia, trước mắt là xây dựng và đăng ký các đề án, nhiệm vụ năm 2026. Đáng chú ý, các hoạt động khuyến công trong giai đoạn mới được định hướng triển

khai theo hướng có trọng tâm, phù hợp với lợi thế từng vùng.

Bên cạnh đó, chương trình còn chú trọng đến các nội dung như sản xuất sạch hơn, phát triển bền vững, chuyển đổi số và kinh tế tuần hoàn. Đây là những xu hướng tất yếu, giúp các cơ sở công nghiệp nông thôn nâng cao hiệu quả sản xuất, đáp ứng tốt hơn các tiêu chuẩn thị trường, đặc biệt là thị trường xuất khẩu.

Công tác bình chọn và phát triển sản phẩm công nghiệp nông thôn tiêu biểu cũng tiếp tục được đẩy mạnh. Không chỉ dừng lại ở việc tôn vinh, các sản phẩm sau khi được công nhận sẽ được hỗ trợ phát triển, mở rộng thị trường, qua đó góp phần xây dựng thương hiệu địa phương.

Ngoài ra, việc tăng cường nguồn lực cho khuyến công, từ ngân sách địa phương đến việc lồng ghép với các chương trình mục tiêu khác, cũng là một trong những giải pháp

quan trọng. Cùng với đó là chú trọng đào tạo, bồi dưỡng đội ngũ cán bộ, xây dựng mạng lưới cộng tác viên khuyến công rộng khắp, đáp ứng yêu cầu triển khai trên địa bàn ngày càng mở rộng.

Có thể thấy, sau nhiều năm triển khai, công tác khuyến công ngày càng khẳng định vai trò là cầu nối giữa chính sách và thực tiễn, giữa Nhà nước và doanh nghiệp. Những chỉ đạo kịp thời, sát sao của Bộ Công Thương, cùng với sự chủ động của các địa phương, sẽ tạo nên sức bật mới cho công nghiệp nông thôn trong năm 2026 và những năm tiếp theo.

Với nền tảng đã được chuẩn bị kỹ lưỡng, cùng quyết tâm triển khai đồng bộ, hoạt động khuyến công hứa hẹn tiếp tục lan tỏa những giá trị tích cực, góp phần đưa công nghiệp nông thôn phát triển mạnh mẽ, bền vững, đóng góp ngày càng lớn vào tăng trưởng kinh tế đất nước. ■



Hoạt động khuyến công hỗ trợ doanh nghiệp ứng dụng công nghệ, đổi mới sản xuất

Ảnh: minh họa

KHUYẾN CÔNG 2026

# KHỞI THÔNG ĐỘNG LỰC ĐỔI MỚI CÔNG NGHIỆP NÔNG THÔN

► MINH ANH

**Năm 2026 mở ra một giai đoạn mới của công tác khuyến công với nhiều định hướng mang tính đổi mới, lấy khoa học - công nghệ, chuyển đổi xanh và liên kết thị trường làm trục xuyên suốt.**



Tích cực quảng bá cho sản phẩm RISEP

Ảnh minh họa

## NHỮNG ĐỊNH HƯỚNG TRỌNG TÂM

Năm 2026, công tác khuyến công được định hướng triển khai bám sát Chương trình khuyến công quốc gia giai đoạn 2026 - 2030 do Bộ Công Thương ban hành tại Quyết định số 2646/QĐ-BCT. Đây không chỉ là căn cứ để tổ chức thực hiện, mà còn là “trục xương sống” giúp các địa phương xây dựng kế hoạch phù hợp với điều kiện thực

tiễn, đồng thời bảo đảm sự đồng bộ trong phát triển công nghiệp nông thôn trên phạm vi cả nước.

Trong tổng thể định hướng chung đó, khuyến công năm 2026 nổi bật với cách tiếp cận có chọn lọc, tập trung vào các mô hình có khả năng lan tỏa và những cơ sở công nghiệp nông thôn có tiềm năng phát triển thành hạt nhân sản xuất của vùng. Việc ưu tiên đúng đối tượng không chỉ giúp nâng cao

hiệu quả nguồn lực hỗ trợ mà còn góp phần hình thành những cụm sản xuất có tính dẫn dắt, tạo sức bật cho kinh tế nông thôn.

Một điểm nhấn xuyên suốt là việc gắn hoạt động khuyến công với khoa học - công nghệ, đổi mới sáng tạo và chuyển đổi số. Các nội dung hỗ trợ được thiết kế theo hướng toàn diện hơn, từ đầu tư máy móc thiết bị, cải tiến quy trình sản xuất đến nâng cao năng lực quản trị, quảng bá sản phẩm. Nhờ đó, các cơ sở công nghiệp nông thôn không chỉ nâng cao năng suất mà còn từng bước thích ứng với môi trường kinh doanh hiện đại.

Cùng với đó, định hướng phát triển sản xuất sạch hơn, thúc đẩy tiêu dùng bền vững tiếp tục được đặt ở vị trí trung tâm, phù hợp với xu hướng kinh tế xanh và kinh tế tuần hoàn. Khuyến công không còn chỉ dừng ở hỗ trợ sản xuất, mà mở rộng sang việc định hình phương thức sản xuất thân thiện môi trường, đáp ứng các tiêu chuẩn ngày càng cao của thị trường.

Đáng chú ý, hoạt động sau bình

chọn sản phẩm công nghiệp nông thôn tiêu biểu (RISEP) tiếp tục được nâng tầm. Các chương trình hỗ trợ đi sâu vào hoàn thiện mẫu mã, chuẩn hóa quy trình và kết nối thị trường, giúp sản phẩm không chỉ đạt danh hiệu mà còn có chỗ đứng vững chắc trên thị trường trong và ngoài nước.

Trong bức tranh chung ấy, Hà Nội là địa phương sớm triển khai chương trình khuyến công năm 2026. Ngay từ cuối năm 2025, thành phố đã chủ động ban hành kế hoạch, thể hiện tinh thần vào cuộc sớm và quyết liệt.

Hà Nội lựa chọn ứng dụng khoa học - công nghệ làm trọng tâm, với kế hoạch hỗ trợ từ 10 - 15 cơ sở công nghiệp nông thôn đầu tư đổi mới thiết bị, cải tiến quy trình sản xuất. Song song với đó, các nội dung nâng cao năng lực quản trị, phát triển thương mại điện tử, kết nối thị trường quốc tế được triển khai mạnh mẽ. Hoạt động xúc tiến thương mại được tổ chức theo hướng chuyên nghiệp, nổi bật là Hội chợ quốc tế Quà tặng hàng thủ công mỹ nghệ Hà Nội (Hanoi Giftshow 2026), cùng các hội chợ trong nước, góp phần mở rộng đầu ra và nâng cao giá trị sản phẩm.

### **GIẢI PHÁP THỰC HIỆN GẮN VỚI NỀN TẢNG KẾT QUẢ KHUYẾN CÔNG**

Để triển khai hiệu quả các định hướng của năm 2026, những giải pháp được đưa ra đều kế thừa và phát huy kết quả tích cực của năm 2025. Theo Quyết định số 4052/QĐ-BCT, kế hoạch kinh phí khuyến công quốc gia năm 2025 đã triển

khai 93 đề án tại 22 địa phương, cùng sự tham gia của nhiều tổ chức dịch vụ khuyến công. Ngay từ đầu năm, công tác hướng dẫn, theo dõi tiến độ được thực hiện chủ động, linh hoạt, bảo đảm các nhiệm vụ được triển khai đúng kế hoạch và đạt hiệu quả thiết thực.

Từ thực tiễn đó, năm 2026 tiếp tục nhấn mạnh giải pháp điều hành linh hoạt, bám sát thực tiễn địa phương. Việc điều chỉnh, bổ sung kế hoạch khi cần thiết được coi là công cụ quan trọng nhằm nâng cao hiệu quả sử dụng nguồn lực, đồng thời đáp ứng kịp thời nhu cầu phát sinh trong quá trình triển khai.

Các hoạt động xúc tiến thương mại, hội chợ, triển lãm trong năm 2025 đã tạo nền tảng kết nối vững chắc giữa cơ sở công nghiệp nông thôn với thị trường. Bước sang năm 2026, giải pháp được đặt ra là nâng tầm các hoạt động này theo hướng chuyên sâu hơn, gắn chặt với nhu cầu của doanh nghiệp và xu hướng

tiêu dùng, từ đó giúp sản phẩm tiếp cận thị trường một cách bền vững.

Hoạt động bình chọn và tôn vinh RISEP năm 2025, với 108 sản phẩm cấp quốc gia được công nhận, cũng để lại nhiều kinh nghiệm quý. Trên cơ sở đó, năm 2026 tập trung mạnh vào các hoạt động “hậu tôn vinh”, coi đây là khâu then chốt để nâng cao giá trị và sức cạnh tranh của sản phẩm.

Một giải pháp quan trọng khác là tiếp tục hoàn thiện thể chế, phát huy hiệu quả của các văn bản như Nghị định số 235/2025/NĐ-CP và Thông tư số 63/2025/TT-BCT. Hệ thống chính sách đồng bộ giúp các địa phương có thêm cơ sở triển khai linh hoạt, đồng thời tạo môi trường thuận lợi để doanh nghiệp và cơ sở sản xuất phát triển.

Bên cạnh đó, việc kiện toàn tổ chức khuyến công địa phương, nâng cao năng lực đội ngũ cán bộ và tăng cường phối hợp giữa các cấp, các ngành cũng được xác định là giải pháp mang tính nền tảng. ■



*Khuyến công lấy ứng dụng khoa học công nghệ, đổi mới sản xuất làm trọng tâm. Ảnh minh họa*

KHUYẾN CÔNG HÀ NỘI

# MỞ LỐI THỊ TRƯỜNG, NÂNG TẦM GIÁ TRỊ SẢN PHẨM

► THANH TUẤN

**Khuyến công Hà Nội đang chuyển trọng tâm từ hỗ trợ sản xuất sang mở rộng thị trường, nâng tầm giá trị sản phẩm và tăng sức cạnh tranh cho công nghiệp nông thôn.**



*Từ thị trường nội địa đến quốc tế, khuyến công Hà Nội giúp sản phẩm gia tăng giá trị*

*Ảnh: minh họa*

## TỪ HỖ TRỢ SANG DẪN DẮT

Trong bối cảnh chuyển dịch mô hình tăng trưởng theo hướng xanh, số và bền vững, hoạt động khuyến công tại Hà Nội đang được định vị lại với vai trò hoàn toàn mới. Không còn dừng lại ở những hỗ trợ kỹ thuật mang tính đơn lẻ, khuyến công đang từng bước trở thành công cụ chính sách quan trọng, góp phần tái cấu trúc công nghiệp nông thôn và thúc đẩy quá trình công nghiệp hóa theo chiều sâu. Chương trình khuyến công Hà Nội giai đoạn 2026 - 2030 được phê

duyet gần đây là minh chứng rõ nét cho cách tiếp cận mới này, khi đặt khoa học - công nghệ, đổi mới sáng tạo, chuyển đổi xanh và chuyển đổi số vào trung tâm của quá trình phát triển.

Điểm đáng chú ý nhất của chương trình không nằm ở quy mô hay nguồn lực, mà ở sự thay đổi tư duy. Khuyến công không còn được xem là hoạt động hỗ trợ riêng lẻ cho từng cơ sở sản xuất, mà được đặt trong tổng thể tái cơ

cấu kinh tế nông thôn, gắn với xây dựng nông thôn mới và chuyển dịch cơ cấu lao động theo hướng bền vững. Đây là bước chuyển quan trọng, bởi đưa khuyến công từ vị trí hỗ trợ sang vai trò dẫn dắt, từ can thiệp ngắn hạn sang kiến tạo dài hạn. Trong cách tiếp cận mới, doanh nghiệp và cơ sở công nghiệp nông thôn không còn là đối tượng thụ hưởng thụ động, mà trở thành chủ thể trung tâm của chính sách, trực tiếp tham gia và

quyết định hiệu quả của quá trình phát triển.

Cùng với sự thay đổi về tư duy là sự chuyển dịch rõ rệt về trọng tâm. Nếu trước đây khuyến công chủ yếu hướng đến mở rộng số lượng cơ sở sản xuất, thì nay Hà Nội lựa chọn con đường nâng cao chất lượng tăng trưởng. Trọng tâm được đặt vào ứng dụng khoa học - công nghệ, đổi mới quy trình sản xuất và chuyển dịch sang các ngành có hàm lượng công nghệ cao. Đây là lựa chọn mang tính tất yếu trong bối cảnh cạnh tranh ngày càng khốc liệt, khi lợi thế về lao động giá rẻ hay tài nguyên dần suy giảm, nhường chỗ cho năng suất, công nghệ và giá trị gia tăng.

Cụ thể, chương trình đặt mục tiêu xây dựng các mô hình trình diễn kỹ thuật, hỗ trợ hàng chục cơ sở ứng dụng máy móc, thiết bị tiên tiến, từng bước tự động hóa các khâu sản xuất, đồng thời hoàn thiện quy trình công nghệ theo hướng chuẩn hóa. Những con số này tuy không lớn về lượng nhưng lại có ý nghĩa hạt nhân, tạo hiệu ứng lan tỏa trong toàn bộ khu vực công nghiệp nông thôn. Điều quan trọng hơn là cách tiếp cận không dừng ở đầu tư thiết bị, mà hướng đến thay đổi toàn diện phương thức sản xuất, từ tổ chức dây chuyền, kiểm soát chất lượng đến quản trị vận hành.

## **NÂNG TẦM GIÁ TRỊ SẢN PHẨM**

Cùng với trụ cột công nghệ, Hà Nội cũng dành sự quan tâm đặc biệt đến phát triển thị trường. Việc tiếp tục tổ chức Hội chợ quốc tế quà tặng hàng thủ công mỹ nghệ Hà Nội với quy mô lớn, thu hút hàng trăm nhà nhập khẩu quốc tế mỗi kỳ, cùng với các hoạt động xúc tiến



*Khuyến công Hà Nội chuyển trọng tâm sang thị trường, giúp sản phẩm nâng giá trị*

thương mại trong và ngoài nước, cho thấy nỗ lực mở rộng không gian tiêu thụ cho sản phẩm công nghiệp nông thôn. Đây là hướng đi đúng, bởi một trong những điểm nghẽn lớn nhất của khu vực này lâu nay không phải là sản xuất, mà là thị trường. Khuyến công, theo đó, không chỉ hỗ trợ làm ra sản phẩm mà còn đồng hành để đưa sản phẩm ra thị trường, thậm chí là thị trường toàn cầu.

Một bước tiến đáng chú ý khác là việc đưa nội dung xây dựng thương hiệu và chuyển đổi số vào chương trình. Việc hỗ trợ đăng ký nhãn hiệu, xây dựng phòng trưng bày, ứng dụng công nghệ thông tin và hình thành cơ sở dữ liệu sản phẩm, ngành hàng cho thấy khuyến công đã vượt ra khỏi khuôn khổ truyền thống để tiếp cận theo hướng phát triển chuỗi giá trị. Trong bối cảnh kinh tế số, sản phẩm không chỉ cần chất lượng mà còn cần câu chuyện thương hiệu, khả năng hiện diện trên nền tảng số và năng lực kết nối với hệ sinh thái phân phối. Đây chính là những yếu tố quyết định khả năng cạnh tranh dài hạn.

Bên cạnh phần cứng là máy móc, công nghệ, chương trình cũng chú trọng đầu tư vào phần mềm là con người. Hàng trăm lớp đào tạo nghề, tập huấn quản trị, phát

triển sản phẩm và thương mại điện tử được đặt ra, cùng với việc bồi dưỡng đội ngũ nghệ nhân, thợ giỏi và chuyên gia sản xuất sạch hơn. Đây là nền tảng quan trọng, bởi công nghiệp nông thôn Việt Nam mang đặc thù gắn với làng nghề và kỹ năng thủ công. Nếu không nâng cao chất lượng nguồn nhân lực, mọi nỗ lực về công nghệ và thị trường sẽ khó phát huy hiệu quả.

Ở góc độ quản trị, Hà Nội cũng thể hiện rõ quyết tâm nâng cao hiệu quả thực thi chính sách thông qua việc tăng cường lãnh đạo, chỉ đạo, xây dựng kế hoạch sát thực tiễn, công khai minh bạch trong lựa chọn đối tượng thụ hưởng và phát huy vai trò của chính quyền cơ sở. Đây là yếu tố then chốt để tránh tình trạng dàn trải, hình thức. Khi chính quyền cơ sở thực sự vào cuộc, khuyến công mới có thể đi vào đời sống sản xuất một cách thực chất.

Với tổng kinh phí dự kiến hơn 437 tỷ đồng, chương trình khuyến công Hà Nội giai đoạn 2026 - 2030 không chỉ là một gói hỗ trợ, mà là khoản đầu tư cho năng lực sản xuất dài hạn của khu vực công nghiệp nông thôn. Giá trị của chương trình không nằm ở con số chi tiêu, mà ở cách phân bổ nguồn lực có trọng tâm, hướng tới hiệu quả và khả năng lan tỏa. ■



THANH HÓA

# ĐỔI MỚI HOẠT ĐỘNG KHUYẾN CÔNG GẮN VỚI PHÁT TRIỂN CÔNG NGHIỆP NÔNG THÔN

## ► LINH ĐẠN

**Giai đoạn 2026 - 2030, Thanh Hóa định hướng tiếp tục đổi mới hoạt động khuyến công theo hướng gắn chặt với phát triển sản phẩm công nghiệp nông thôn, góp phần nâng cao chất lượng tăng trưởng kinh tế.**

### TRIỂN KHAI 85 ĐỀ ÁN KHUYẾN CÔNG

Trong giai đoạn 2021 - 2025, các chương trình, đề án khuyến công trên địa bàn tỉnh Thanh Hóa đã phát huy hiệu quả rõ nét, đặc biệt trong lĩnh vực chế biến lâm sản. Toàn tỉnh đã triển khai 4 mô hình trình diễn kỹ thuật cùng hơn 20 đề án ứng dụng dây chuyền thiết bị đồng bộ phục vụ sản xuất gỗ ván ép, gỗ ghép thanh, đồ nội thất...

Từ nguồn hỗ trợ ban đầu, nhiều doanh nghiệp đã chủ động bổ sung vốn đối ứng để đầu tư hoàn thiện dây chuyền sản xuất, qua đó nâng cao năng lực cạnh tranh và mở rộng thị trường tiêu thụ sản phẩm.

Một số doanh nghiệp tiêu biểu có thể kể đến như Công ty TNHH Lâm sản Đại Phát với sản phẩm gỗ ván ép phủ phim; Công ty TNHH Sản xuất Thương mại Đồng Tâm với sản phẩm gỗ ván ép xuất khẩu; Công ty TNHH Hải Oanh và Công ty TNHH Xuyên Bình với các dòng sản phẩm gỗ ván ghép thanh phục vụ trang trí nội thất và xuất khẩu.

Ở các lĩnh vực khác như chế biến thực phẩm, may mặc, cơ khí nhỏ, việc được hỗ trợ máy móc, thiết bị đã giúp nhiều cơ sở sản xuất cải thiện điều kiện làm việc, rút ngắn



*Giai đoạn 2026 - 2030, hoạt động khuyến công tại Thanh Hóa sẽ ưu tiên hỗ trợ ứng dụng công nghệ sạch*

thời gian gia công, giảm chi phí và nâng cao chất lượng sản phẩm.

Tại khu vực nông thôn, nhiều làng nghề truyền thống cũng được tiếp cận chính sách khuyến công thông qua hỗ trợ thiết bị, đào tạo nghề và tư vấn cải tiến quy trình sản xuất. Nhờ đó, các cơ sở không chỉ duy trì hoạt động trong bối cảnh thị trường biến động mà còn tạo việc làm ổn định cho lao động địa phương.

Song song với hỗ trợ sản xuất, chương trình khuyến công còn hỗ trợ 3 cơ sở công nghiệp nông thôn xây dựng,

đăng ký nhãn hiệu cho 10 sản phẩm; hỗ trợ 4 lượt cơ sở tham gia Hội chợ quốc tế hàng thủ công mỹ nghệ (Gift Show) và hơn 12 lượt doanh nghiệp tham gia các hội chợ trong nước. Qua đó, giá trị thương hiệu và khả năng cạnh tranh của sản phẩm từng bước được nâng cao.

Theo Sở Công Thương Thanh Hóa, trong giai đoạn 2021 - 2025, toàn tỉnh đã triển khai 85 đề án khuyến công với tổng kinh phí hỗ trợ từ nguồn khuyến công quốc gia và địa phương đạt hơn 29,6 tỷ đồng. Từ nguồn "vốn mỗi" này,

các doanh nghiệp và cơ sở sản xuất đã huy động thêm nguồn lực xã hội hóa, nâng tổng vốn đầu tư thực hiện các đề án lên trên 115 tỷ đồng.

Các nội dung hỗ trợ được triển khai tương đối đồng bộ, tập trung vào đổi mới máy móc, thiết bị sản xuất; xây dựng mô hình trình diễn kỹ thuật; tư vấn, đào tạo nâng cao năng lực quản lý; xúc tiến thương mại và quảng bá sản phẩm. Nhờ đó, nhiều cơ sở sản xuất đã tăng công suất, mở rộng quy mô và từng bước tham gia vào chuỗi cung ứng của các doanh nghiệp lớn trong và ngoài tỉnh.

Một số doanh nghiệp đã tận dụng hiệu quả cơ hội từ chương trình để hoàn thiện quy trình sản xuất, đáp ứng các tiêu chuẩn kỹ thuật, qua đó ký kết hợp đồng với đối tác tại Nhật Bản, Hàn Quốc và thị trường châu Âu.

## **ĐỊNH HƯỚNG ĐỔI MỚI HOẠT ĐỘNG KHUYẾN CÔNG**

Bước sang giai đoạn 2026 - 2030, trong bối cảnh tổ chức chính quyền địa phương 2 cấp, hoạt động khuyến công tại Thanh Hóa tiếp tục được định hướng đổi mới theo hướng gắn với phát triển công nghiệp nông thôn bền vững và nâng cao chất lượng tăng trưởng. Trọng tâm hỗ trợ sẽ tập trung vào những lĩnh vực có khả năng tạo giá trị gia tăng cao, sử dụng nhiều lao động và phù hợp với lợi thế của địa phương.

Theo đó, các nội dung ưu tiên bao gồm: hỗ trợ ứng dụng công nghệ sạch, tiết kiệm năng lượng; đầu tư dây chuyền sản xuất đồng bộ thay thế thiết bị đơn lẻ; thúc đẩy chuyển đổi số trong quản lý và tiêu thụ sản phẩm; tăng cường xúc tiến thương mại và kết nối thị trường trong, ngoài nước.

Bên cạnh hỗ trợ tài chính, việc nâng cao năng lực cho doanh nghiệp



*HTX Nông lâm nghiệp Bình Sơn được hỗ trợ ứng dụng máy móc thiết bị tiên tiến để nâng cao chất lượng sản phẩm chế biến*

và cơ sở sản xuất tiếp tục được xác định là nhiệm vụ then chốt. Các hoạt động tư vấn về quản trị sản xuất, xây dựng thương hiệu, tiêu chuẩn chất lượng sẽ được đẩy mạnh, cùng với cải cách thủ tục hành chính và minh bạch quy trình xét chọn đề án, nhằm giúp doanh nghiệp tiếp cận chính sách thuận lợi hơn.

Ông Hoàng Xuân Phong - Giám đốc Trung tâm Xúc tiến Công Thương Thanh Hóa cho biết, trong bối cảnh mới, chuyển đổi số được xác định là giải pháp quan trọng để nâng cao hiệu quả hoạt động khuyến công. Việc số hóa hồ sơ, quản lý trực tuyến, xây dựng cơ sở dữ liệu và bản đồ số về sản phẩm, cơ sở sản xuất và nguồn lực hỗ trợ sẽ góp phần tăng tính minh bạch, rút ngắn thời gian xử lý thủ tục và nâng cao chất lượng hỗ trợ.

Cùng với đó, công tác hậu kiểm và nhân rộng các mô hình hiệu quả cũng sẽ được tăng cường. Các đề án sau khi triển khai sẽ được đánh giá theo tiêu chí cụ thể nhằm tránh đầu tư dàn trải, đồng thời lựa chọn những mô hình phù hợp để nhân rộng trên địa bàn.

Việc thúc đẩy liên kết vùng trong xúc tiến thương mại và chuyển giao công nghệ cũng được chú trọng,

trong đó định hướng hợp tác với các trung tâm kinh tế - thương mại lớn được xem là giải pháp quan trọng để mở rộng thị trường, nâng cao vị thế cho sản phẩm công nghiệp nông thôn của tỉnh. ■

**GIẢI ĐOẠN  
2026 - 2030, HOẠT  
ĐỘNG KHUYẾN CÔNG  
TẠI THANH HÓA SẼ ƯU  
TIÊN HỖ TRỢ ỨNG DỤNG  
CÔNG NGHỆ SẠCH, TIẾT  
KIỂM NĂNG LƯỢNG;  
ĐẦU TƯ DÂY CHUYỀN  
SẢN XUẤT ĐỒNG BỘ;  
THÚC ĐẨY CHUYỂN ĐỔI  
SỐ TRONG QUẢN LÝ  
VÀ TIÊU THỤ SẢN PHẨM;  
TĂNG CƯỜNG XÚC TIẾN  
THƯƠNG MẠI, HỖ TRỢ  
DOANH NGHIỆP VÀ  
CƠ SỞ CÔNG NGHIỆP  
NÔNG THÔN KẾT NỐI  
THỊ TRƯỜNG TRONG VÀ  
NGOÀI NƯỚC.**

Tại Nghị quyết số 48/2025/NQ-HĐND, Thành phố Hồ Chí Minh đã ban hành quy định về mức chi cho hoạt động khuyến công. Trong đó, tập trung hỗ trợ thành lập doanh nghiệp sản xuất công nghiệp nông thôn tại các địa bàn có điều kiện kinh tế khó khăn và đặc biệt khó khăn.

TP. HỒ CHÍ MINH

# Quy định mức chi cho hoạt động khuyến công

► NGUYỄN HÒA

## HỖ TRỢ THÀNH LẬP DOANH NGHIỆP SẢN XUẤT CÔNG NGHIỆP NÔNG THÔN

Cụ thể, Nghị quyết 48 của TP. Hồ Chí Minh quy định về mức chi cho các hoạt động khuyến công trên địa bàn theo quy định tại Điều 1, Thông tư số 28/2018/TT-BTC của Bộ Tài chính về hướng dẫn lập, quản lý, sử dụng kinh phí khuyến công được sửa đổi, bổ sung bởi Thông tư số 64/2024/TT-BTC và các quy định có liên quan.

Đối tượng áp dụng của nghị quyết là 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 tại các xã, đặc khu trên địa bàn TP. Hồ Chí Minh; các làng nghề được UBND Thành phố công nhận. Cơ sở sản xuất công nghiệp áp dụng sản xuất sạch hơn, sản xuất và tiêu dùng bền vững; doanh nghiệp, hợp tác xã là chủ đầu tư xây dựng hạ tầng cụm công nghiệp trên địa bàn.

Nghị quyết cũng quy định mức chi cho nghệ nhân nhân dân, nghệ nhân ưu tú trong lĩnh vực nghề thủ công mỹ nghệ. Tổ chức, cá nhân trong nước và nước ngoài tham gia công tác quản lý, thực hiện các hoạt động dịch vụ khuyến công.

Về mức chi hoạt động khuyến công, TP. Hồ Chí Minh sẽ chi hỗ trợ thành lập doanh nghiệp sản xuất công nghiệp nông thôn tại các địa bàn có điều kiện kinh tế - xã hội khó khăn và đặc biệt khó khăn theo quy định của pháp luật, bao gồm: hoàn thiện kế hoạch kinh doanh; dự án thành lập doanh nghiệp và chi phí liên quan đến đăng ký thành lập doanh nghiệp.



Nhờ chính sách khuyến công hỗ trợ, Công ty Cổ phần nước dừa Việt Nam (VIETNIPA) đã ứng dụng thành công máy móc thiết bị tiên tiến vào quy trình sản xuất, nâng cao chất lượng sản phẩm

Cùng đó, hỗ trợ xây dựng mô hình trình diễn kỹ thuật như: mô hình trình diễn để phổ biến công nghệ mới, sản xuất sản phẩm mới, bao gồm các chi phí xây dựng, mua máy móc thiết bị. Chi hỗ trợ mô hình của các cơ sở công nghiệp nông thôn đang hoạt động có hiệu quả cần phổ biến tuyên truyền, mức hỗ trợ 100% chi phí nhưng không quá 100 triệu đồng/mô hình.

## HỖ TRỢ MÔ HÌNH ÁP DỤNG SẢN XUẤT SẠCH HƠN

Chi hỗ trợ xây dựng mô hình về áp dụng sản xuất sạch hơn, sản xuất và tiêu dùng bền vững trong công nghiệp cho các cơ sở sản xuất công nghiệp; bao gồm các chi phí: thay thế nguyên, nhiên, vật liệu; đổi mới máy móc thiết bị, dây chuyền công nghệ; đào tạo nâng cao năng lực quản lý; đào tạo nâng cao trình độ tay nghề công nhân; tiêu thụ sản phẩm; hoàn chỉnh tài liệu về quy trình công nghệ, quy trình sản xuất phục vụ cho việc trình diễn kỹ thuật. Mức hỗ trợ 30% chi phí nhưng không quá 500 triệu đồng/mô hình.

Chi hỗ trợ ứng dụng máy móc thiết bị tiên tiến, tiến bộ khoa

học kỹ thuật vào sản xuất công nghiệp - tiểu thủ công nghiệp. Mức hỗ trợ 50% chi phí nhưng không quá 300 triệu đồng/cơ sở. Trường hợp chi hỗ trợ dây chuyền công nghệ thì mức hỗ trợ 50% chi phí nhưng không quá 450 triệu đồng/cơ sở.

Chi hỗ trợ tổ chức, tham gia hội chợ triển lãm hàng công nghiệp nông thôn, hàng thủ công mỹ nghệ trong nước, bao gồm: chi hỗ trợ cơ quan, đơn vị tổ chức hội chợ triển lãm trong Thành phố; hỗ trợ 100% chi phí gian hàng chung; chi thông tin tuyên truyền và hoạt động của Ban tổ chức trên cơ sở giá đấu thầu hoặc trường hợp không đủ điều kiện đấu thầu thì theo giá được cấp có thẩm quyền phê duyệt; hỗ trợ 100% chi phí thuê gian hàng cho các cơ sở công nghiệp nông thôn trong Thành phố tham gia hội chợ.

Nghị quyết cũng quy định mức chi tham gia hội chợ triển lãm cho các cơ sở công nghiệp nông thôn tại nước ngoài. Hỗ trợ 100% các khoản chi phí, bao gồm: thuê mặt bằng, thiết kế, dàn dựng gian hàng; trang trí chung của TP. Hồ Chí Minh (bao gồm cả gian hàng Thành phố nếu có); chi phí tổ chức khai mạc nếu là hội chợ triển lãm riêng của TP. Hồ Chí Minh tổ chức; chi phí tổ chức hội thảo, trình diễn sản phẩm; chi phí cho cán bộ tổ chức chương trình. Các khoản chi phí được xác định trên cơ sở giá đấu thầu hoặc trường hợp không đủ điều kiện đấu thầu thì theo giá được cấp có thẩm quyền phê duyệt.

Hỗ trợ các cơ sở công nghiệp nông thôn đi tham gia khảo

sát, học tập kinh nghiệm tại nước ngoài: hỗ trợ 100% chi phí vé máy bay, số người được hỗ trợ theo quyết định của UBND Thành phố. Hỗ trợ tổ chức bình chọn và trao giấy chứng nhận sản phẩm công nghiệp nông thôn tiêu biểu cấp Thành phố, cấp xã. Chi tổ chức bình chọn, trao giấy chứng nhận sản phẩm công nghiệp nông thôn tiêu biểu cấp Thành phố, mức hỗ trợ 100% chi phí nhưng không quá 200 triệu đồng/lần; chi thưởng cho sản phẩm công nghiệp nông thôn tiêu biểu được bình chọn bao gồm: giấy chứng nhận, khung, kỉ niệm chương và tiền thưởng, mức chi đạt giải cấp Thành phố 5 triệu đồng/sản phẩm đạt giải.

Hỗ trợ tổ chức bình chọn, trao giấy chứng nhận sản phẩm công nghiệp nông thôn tiêu biểu cấp xã mức hỗ trợ 100% chi phí nhưng không quá 50 triệu đồng/lần.■

HỖND TP. HỒ CHÍ MINH CŨNG QUY ĐỊNH  
CHI HỖ TRỢ ĐĂNG KÝ NHÃN HIỆU ĐỐI  
VỚI CÁC SẢN PHẨM CÔNG NGHIỆP  
NÔNG THÔN, VỚI MỨC HỖ TRỢ 100% CHI  
PHÍ NHƯNG KHÔNG QUÁ 15 TRIỆU ĐỒNG/  
NHÃN HIỆU.



Hỗ trợ doanh nghiệp, cơ sở công nghiệp nông thôn tham gia hội chợ triển lãm hàng công nghiệp nông thôn, hàng thủ công mỹ nghệ

# Nước mắm làng nghề rộng cửa ra thị trường quốc tế

## ► HÒA NGUYỄN

Từ nền tảng sản phẩm công nghiệp nông thôn tiêu biểu, những doanh nghiệp nước mắm truyền thống như Hải Nguyên, Lê Gia đang đứng trước cơ hội mở rộng đầu tư, hội nhập sâu hơn và từng bước chinh phục thị trường quốc tế.

*Nước mắm Hải Nguyên được công nhận sản phẩm công nghiệp nông thôn tiêu*



## DOANH NGHIỆP LÀNG NGHỀ BƯỚC VÀO “SÂN CHƠI LỚN”

Kỳ bình chọn sản phẩm công nghiệp nông thôn tiêu biểu cấp quốc gia năm 2025 không chỉ dừng lại ở việc tôn vinh 108 sản phẩm xuất sắc, mà còn mở ra một không gian phát triển mới cho các doanh nghiệp làng nghề. Với những doanh nghiệp nước mắm truyền thống, đây là bước đệm quan trọng để chuyển mình từ sản xuất quy mô địa phương sang tiếp cận thị trường rộng lớn hơn, cả trong và ngoài nước.

Trường hợp của Doanh nghiệp tư nhân Hải Nguyên (Phú Quốc, An Giang) cho thấy rõ điều đó. Việc được công nhận sản phẩm tiêu biểu không chỉ mang ý nghĩa danh hiệu, mà còn là “tấm vé thông hành” giúp doanh nghiệp nâng cao uy tín, gia tăng niềm tin với đối tác và người tiêu dùng. Đây là yếu tố đặc biệt quan trọng trong

bối cảnh thị trường thực phẩm ngày càng cạnh tranh, yêu cầu cao về truy xuất nguồn gốc, chất lượng và câu chuyện sản phẩm.

Điểm đáng chú ý là mô hình sản xuất của Hải Nguyên mang tính tích hợp tương đối hoàn chỉnh. Doanh nghiệp chủ động từ nguồn nguyên liệu đầu vào đến chế biến và phân phối sản phẩm. Việc sở hữu đội tàu thu mua cá cơm và hệ thống nhà thùng quy mô lớn giúp kiểm soát chất lượng xuyên suốt chuỗi giá trị. Đây là lợi thế lớn khi tham gia vào các thị trường khó tính, nơi tiêu chuẩn về an toàn thực phẩm và tính ổn định của sản phẩm được đặt lên hàng đầu.

Ở góc độ đầu tư, mô hình này cũng cho thấy tiềm năng mở rộng theo chiều sâu. Thay vì chỉ gia tăng sản lượng, doanh nghiệp có thể đầu tư vào công nghệ bảo quản, đóng gói, xây dựng thương hiệu và hệ thống phân

phối hiện đại. Khi sản phẩm đã được chứng nhận và có câu chuyện lịch sử rõ ràng, giá trị gia tăng không chỉ nằm ở sản lượng mà còn ở khả năng định vị phân khúc cao cấp.

Không chỉ riêng Hải Nguyên, nhiều sản phẩm nước mắm truyền thống khác của Việt Nam cũng đang đứng trước cơ hội tương tự. Việc được công nhận sản phẩm công nghiệp nông thôn tiêu biểu tạo ra một “hệ sinh thái uy tín”, giúp các doanh nghiệp dễ dàng tiếp cận các chương trình xúc tiến thương mại, kết nối với nhà phân phối và tham gia chuỗi cung ứng toàn cầu.

### **MỞ RỘNG THỊ TRƯỜNG, GIA TĂNG GIÁ TRỊ TRONG HỘI NHẬP**

Trong bối cảnh hội nhập kinh tế quốc tế ngày càng sâu rộng, thị trường cho các sản phẩm truyền thống như nước mắm không còn bó hẹp trong phạm vi nội địa. Điển hình như Công ty Lê Gia - một doanh nghiệp sản xuất nước mắm truyền thống của tỉnh Thanh Hóa. Hiện sản phẩm nước mắm Lê Gia đã xuất khẩu sang nhiều thị trường khó tính như Nhật Bản, Hoa Kỳ, Hàn Quốc, Singapore...

Có thể thấy, nhu cầu đối với các sản phẩm mang tính bản sắc, tự nhiên và có câu chuyện văn hóa đang gia tăng tại nhiều quốc gia. Đây chính là cơ hội để nước mắm Phú Quốc nói chung và các thương hiệu như Hải Nguyên nói riêng vươn ra thị trường quốc tế.

Tuy nhiên, để tận dụng cơ hội này, doanh nghiệp nước mắm truyền thống cần chuyển đổi tư duy sản xuất. Điều đó đồng nghĩa với việc đầu tư bài bản hơn vào tiêu chuẩn chất lượng, bao bì, nhãn mác, cũng như đáp ứng các quy định kỹ thuật của từng thị trường. Những yếu tố như chứng nhận, chỉ dẫn địa lý, truy xuất nguồn gốc sẽ đóng vai trò then chốt trong quá trình thâm nhập thị trường.

Một điểm đáng chú ý là câu chuyện phát triển của doanh nghiệp không chỉ dừng ở yếu tố kinh tế, mà còn gắn với trách nhiệm xã hội. Việc tạo việc làm ổn định cho lao động địa phương, tham gia các hoạt động an sinh xã hội giúp doanh nghiệp xây dựng hình ảnh tích cực. Trong bối cảnh người tiêu dùng quốc tế ngày càng quan tâm đến yếu tố bền vững và trách nhiệm xã hội, đây có thể trở thành lợi thế cạnh tranh mềm nhưng rất quan trọng.

Ở tầm rộng hơn, sự phát triển của các doanh

nh nghiệp nước mắm truyền thống còn góp phần nâng tầm giá trị ngành hàng. Khi một thương hiệu thành công trong việc mở rộng thị trường, hiệu ứng lan tỏa sẽ tạo điều kiện cho các doanh nghiệp khác cùng tham gia, hình thành chuỗi giá trị và nâng cao vị thế chung của sản phẩm nước mắm Việt Nam trên thị trường quốc tế.

Dù vậy, thách thức vẫn hiện hữu. Thị trường quốc tế đòi hỏi sự ổn định lâu dài, trong khi sản xuất truyền thống phụ thuộc nhiều vào điều kiện tự nhiên và kinh nghiệm. Việc cân bằng giữa giữ gìn phương pháp ủ chượp truyền thống và áp dụng công nghệ hiện đại sẽ là bài toán không dễ. Nhưng nếu giải được bài toán này, giá trị mang lại sẽ không chỉ là doanh thu, mà còn là việc khẳng định thương hiệu quốc gia cho một sản phẩm mang đậm bản sắc Việt.



*Sản phẩm nước mắm truyền thống Lê Gia đang từng bước chinh phục thị trường quốc tế*

**DANH HIỆU SẢN PHẨM CÔNG NGHIỆP NÔNG THÔN TIÊU BIỂU KHÔNG CHỈ LÀ SỰ GHI NHẬN CHẤT LƯỢNG, MÀ CÒN LÀ CÔNG CỤ HỖ TRỢ DOANH NGHIỆP MỞ RỘNG THỊ TRƯỜNG. THÔNG QUA CÁC CHƯƠNG TRÌNH XÚC TIẾN THƯƠNG MẠI, KẾT NỐI CUNG CẦU VÀ HỖ TRỢ XÂY DỰNG THƯƠNG HIỆU, CÁC SẢN PHẨM ĐƯỢC CÔNG NHẬN CÓ THÊM CƠ HỘI TIẾP CẬN HỆ THỐNG PHÂN PHỐI LỚN, TỪNG BƯỚC THAM GIA SÂU HƠN VÀO CHUỖI GIÁ TRỊ TRONG NƯỚC VÀ QUỐC TẾ.**

# SẢN PHẨM MÂY TRE ĐAN PHÚ VINH TỪNG BƯỚC HỘI NHẬP

## ► CHU HẰNG

**Việc được công nhận sản phẩm công nghiệp nông thôn tiêu biểu cấp quốc gia năm 2025 không chỉ khẳng định chất lượng, giá trị sản phẩm mà còn mở ra cơ hội lớn để các làng nghề và doanh nghiệp mở rộng thị trường, từng bước hội nhập sâu hơn.**

### TỪ DANH HIỆU QUỐC GIA ĐẾN ĐỘNG LỰC NÂNG TẦM LÀNG NGHỀ

Danh hiệu Sản phẩm công nghiệp nông thôn tiêu biểu (RISEP) cấp quốc gia đang cho thấy vai trò ngày càng rõ nét trong việc thúc đẩy phát triển các làng nghề truyền thống. Không chỉ là sự ghi nhận về chất lượng, thiết kế và tính ứng dụng của sản phẩm, chứng nhận này còn mở ra cơ hội giúp sản phẩm tiến xa hơn trên thị trường.

Trường hợp của sản phẩm “Lồng bàn đan mây” do Công ty TNHH Mây tre đan Việt Quang sản xuất là một minh chứng điển hình. Trải qua các vòng bình chọn từ cấp địa phương, khu vực đến quốc gia, sản phẩm đã được Bộ Công Thương công nhận là sản phẩm công nghiệp nông thôn tiêu biểu cấp quốc gia năm 2025. Đây không chỉ là niềm tự hào của doanh nghiệp, mà còn là sự khích lệ lớn đối với cộng đồng nghệ nhân làng nghề mây tre đan Phú Vinh, Hà Nội.

Đứng sau thành công đó là Nghệ nhân nhân dân Nguyễn Văn Tĩnh - người sáng lập Công ty TNHH Mây tre đan Việt Quang. Sinh ra và lớn lên trong gia đình có truyền thống làm nghề tại làng Phú Vinh, ông gắn bó với mây tre đan hơn 50 năm, thấu hiểu từng công đoạn, từng đặc tính của nguyên liệu. Không chỉ kế thừa



Sản phẩm mây tre đan Phú Vinh nhiều cơ hội vươn ra thị trường quốc tế

kỹ thuật truyền thống, ông còn không ngừng sáng tạo, kết hợp mây tre với các chất liệu mới như sắt, gỗ, sơn mài, tạo nên những sản phẩm vừa mang tính hiện đại, vừa giữ được hồn cốt dân tộc.

Sản phẩm “Lồng bàn đan mây” được đánh giá cao nhờ sử dụng nguyên liệu tự nhiên, không hóa chất, an toàn cho thực phẩm. Kỹ thuật đan xoay đồng tâm hoàn toàn thủ công tạo nên cấu trúc chắc chắn, đồng thời mang lại giá trị thẩm mỹ cao. Đây chính là sự kết tinh giữa tay nghề

truyền thống và tư duy thiết kế hiện đại, một trong những yếu tố then chốt giúp sản phẩm đáp ứng nhu cầu ngày càng cao của thị trường.

Theo Nghệ nhân Nguyễn Văn Tĩnh, việc được công nhận RISEP cấp quốc gia không chỉ là phần thưởng, mà còn là động lực để nghệ nhân tiếp tục sáng tạo, đổi mới sản phẩm. Đồng thời, danh hiệu này góp phần khẳng định thương hiệu làng nghề, tạo nền tảng để doanh nghiệp đẩy mạnh sản xuất, tìm kiếm cơ hội mở rộng thị trường.

## LÀNG NGHỀ PHÚ VINH VÀ CƠ HỘI MỞ RỘNG THỊ TRƯỜNG

Làng mây tre đan Phú Vinh (xã Phú Nghĩa, TP. Hà Nội) là một trong những làng nghề truyền thống lâu đời, với lịch sử gần 400 năm. Từ tên gọi ban đầu Phú Hoa Trang - “trời phú cho đôi bàn tay lụa”, nơi đây đã hình thành nên một cộng đồng người thợ tài hoa, gắn bó với cây tre, cây mây qua nhiều thế hệ.

Điểm đặc sắc của sản phẩm Phú Vinh nằm ở sự tỉ mỉ và tinh xảo trong từng công đoạn. Từ khâu chọn nguyên liệu, xử lý chống mối mọt, chẻ nan, chuoát sợi cho đến kỹ thuật đan đều đòi hỏi tay nghề cao và kinh nghiệm lâu năm. Đặc biệt, kỹ thuật chẻ nan lẻ là một sáng tạo riêng của làng nghề, giúp tạo ra những sợi mây đều, đẹp, phục vụ cho các sản phẩm cao cấp.

Không dừng lại ở các sản phẩm truyền thống như thúng, mủng, dầm, sàng, làng nghề Phú Vinh đã phát triển nhiều dòng sản phẩm mới như tranh

nghệ thuật, chao đèn, đồ trang trí nội thất... đáp ứng nhu cầu đa dạng của thị trường hiện đại. Sự kết hợp giữa yếu tố thủ công truyền thống và xu hướng thiết kế mới đã giúp sản phẩm mây tre đan ngày càng phù hợp hơn với thị hiếu tiêu dùng trong và ngoài nước.

Thực tế cho thấy, sản phẩm mây tre đan Phú Vinh đã có mặt tại nhiều thị trường quốc tế và tham gia các sự kiện, triển lãm tại Pháp, Thái Lan, Trung Quốc, Ấn Độ, Philippines... Điều này cho thấy tiềm năng lớn của các sản phẩm làng nghề khi được đầu tư đúng hướng về thiết kế, chất lượng và thương hiệu.

Trong bối cảnh đó, danh hiệu sản phẩm công nghiệp nông thôn tiêu biểu cấp quốc gia đóng vai trò như một “đòn bẩy” quan trọng. Không chỉ giúp nâng cao uy tín sản phẩm, chứng nhận này còn hỗ trợ doanh nghiệp trong hoạt động xúc tiến thương mại, kết nối thị trường, từ đó mở rộng quy mô sản xuất và gia tăng giá trị xuất khẩu.

Đối với Công ty TNHH Mây tre đan

Việt Quang, việc được công nhận sản phẩm công nghiệp nông thôn tiêu biểu cấp quốc gia vừa là cơ hội để tiếp tục khẳng định vị thế trên thị trường, đồng thời đưa các sản phẩm mây tre đan Phú Vinh vươn xa hơn. Việc kết hợp giữa nền tảng làng nghề truyền thống với tư duy sản xuất hiện đại, cùng sự hỗ trợ từ các chương trình khuyến công, đang tạo ra dư địa lớn để doanh nghiệp phát triển bền vững.

**CHỨNG NHẬN SẢN PHẨM CÔNG NGHIỆP NÔNG THÔN TIÊU BIỂU CẤP QUỐC GIA KHÔNG CHỈ GHI NHẬN CHẤT LƯỢNG SẢN PHẨM MÀ CÒN GÓP PHẦN QUẢNG BÁ THƯƠNG HIỆU, HỖ TRỢ XÚC TIẾN THƯƠNG MẠI VÀ MỞ RỘNG THỊ TRƯỜNG. ĐÂY LÀ ĐỘNG LỰC QUAN TRỌNG ĐỂ CÁC LÀNG NGHỀ ĐỔI MỚI SÁNG TẠO, NÂNG CAO NĂNG LỰC CẠNH TRANH TRONG QUÁ TRÌNH HỘI NHẬP.**



Nghệ nhân nhân dân Nguyễn Văn Tinh - người sáng lập Công ty Việt Quang bên các sản phẩm do doanh nghiệp sản xuất



Không chỉ góp phần tôn vinh các sản phẩm chất lượng, sự ra đời và triển khai hệ thống bình chọn sản phẩm công nghiệp nông thôn tiêu biểu (RISEP - Rural Industrial Selected Excellent Products) còn tạo dựng một chuẩn mực mới cho phát triển công nghiệp nông thôn theo hướng hiện đại, bền vững và hội nhập.

► LINH ĐẠN



Bà Nguyễn Thị Lâm Giang, Cục trưởng Cục Đổi mới sáng tạo, Chuyển đổi xanh và Khuyến công - Bộ Công Thương

# RISEP - CHUẨN MỰC MỚI CHO SẢN PHẨM CÔNG NGHIỆP NÔNG THÔN

## 6 KỲ BÌNH CHỌN VÀ 800 SẢN PHẨM CÔNG NGHIỆP NÔNG THÔN TIÊU BIỂU

Triển khai chủ trương của Chính phủ, Bộ Công Thương đã cho ra đời và triển khai Hệ thống bình chọn sản phẩm công nghiệp nông thôn tiêu biểu với tên gọi quốc tế RISEP. Cuối năm 2025, chương trình bình chọn và trao giấy chứng nhận sản phẩm RISEP quốc gia lần thứ VI được Bộ Công Thương tổ chức. Sự kiện đã lựa chọn được 108 sản phẩm, đại diện mọi vùng, miền trên cả nước, theo quy trình bình chọn chặt chẽ và minh bạch.

Như vậy, trải qua 6 kỳ bình chọn, cả nước đã có khoảng 800 sản phẩm công nghiệp nông thôn tiêu biểu cấp quốc gia. Theo Cục Đổi mới sáng tạo,

Chuyển đổi xanh và Khuyến công (Bộ Công Thương), trên 80% số sản phẩm được công nhận tiêu biểu các cấp đã được hỗ trợ tham gia các chương trình khuyến công như ứng dụng công nghệ, đổi mới máy móc thiết bị, xây dựng mô hình trình diễn kỹ thuật, xúc tiến thương mại...

Cùng với đó, trên 70% sản phẩm đã tham gia các kênh phân phối, chuỗi cung ứng trên thị trường toàn quốc. Điều đó cho thấy, công tác bình chọn không chỉ là vinh danh mà còn mở ra chuỗi hỗ trợ thiết thực, giúp các doanh nghiệp, cơ sở công nghiệp nông thôn nâng cao năng lực cạnh tranh, hội nhập sâu hơn vào chuỗi cung ứng trong và ngoài nước.

Theo bà Nguyễn Thị Lâm Giang, Cục trưởng Cục Đổi mới sáng tạo,

Chuyển đổi xanh và Khuyến công (Bộ Công Thương), việc được công nhận là sản phẩm RISEP mang lại nhiều lợi ích thiết thực cho các cơ sở công nghiệp nông thôn. Không chỉ được sử dụng logo chương trình trên sản phẩm, các cơ sở còn được ưu tiên hỗ trợ từ nguồn kinh phí khuyến công, tham gia các hoạt động xúc tiến thương mại, quảng bá trên các phương tiện truyền thông.

*“Quan trọng hơn, RISEP giúp định vị thương hiệu cho sản phẩm, tạo niềm tin với người tiêu dùng và đối tác. Đây là bước đệm để sản phẩm công nghiệp nông thôn tham gia sâu hơn vào chuỗi giá trị, mở rộng thị trường trong nước và hướng tới xuất khẩu”,* bà Lâm Giang chia sẻ thêm.

Hoạt động bình chọn và trao giấy chứng nhận RISEP là một nhiệm vụ

SẢN PHẨM CÔNG NGHIỆP NÔNG THÔN TIÊU BIỂU CẤP QUỐC GIA - NĂM 2025

## MIẾN DONG BÌNH LIÊU

CÔNG TY CP THƯƠNG MẠI VÀ DỊCH VỤ BÌNH LIÊU - TỈNH QUẢNG NINH



Nguyên Phó Thủ tướng Chính phủ Bùi Thanh Sơn và Thứ trưởng Bộ Công Thương Phan Thị Thắng trao giấy chứng nhận sản phẩm RISEP cấp quốc gia lần thứ VI năm 2025 cho đơn vị đoạt giải

quan trọng trong Chương trình khuyến công quốc gia, được đề cập tại Nghị định 45/2012/NĐ-CP và cụ thể hóa hơn trong Nghị định 235/2025/NĐ-CP của Chính phủ.

Có thể nói, trong nhiều năm qua, hoạt động khuyến công đã khẳng định vai trò là “đòn bẩy” quan trọng thúc đẩy công nghiệp nông thôn phát triển, hỗ trợ hàng nghìn cơ sở sản xuất đổi mới công nghệ, mở rộng quy mô, tạo việc làm và nâng cao thu nhập cho người dân. Khuyến công không chỉ góp phần chuyển dịch cơ cấu kinh tế nông thôn mà còn hình thành nhiều sản phẩm có giá trị, sức cạnh tranh trên thị trường.

## RISEP NÂNG TẦM SẢN PHẨM CÔNG NGHIỆP NÔNG THÔN

Trong bối cảnh Việt Nam đang bước vào giai đoạn phát triển mới, chú trọng tăng trưởng dựa vào khoa học - công nghệ, đổi mới sáng tạo và chuyển đổi số. Cùng với đó, là khuyến khích khu vực kinh tế tư nhân, khu vực công nghiệp nông thôn tham gia vào chuỗi giá trị và đóng góp vào tăng trưởng kinh tế, chương trình bình chọn RISEP tiếp tục là “cánh tay nối dài” của khuyến công, góp phần phát hiện, tôn vinh và quảng bá sản phẩm chất lượng, thúc đẩy đổi mới sáng tạo, xây dựng thương hiệu và mở rộng thị trường cho các cơ sở sản xuất nông thôn.

Bà Nguyễn Thị Lâm Giang nhận định, RISEP không đơn thuần là một danh hiệu, mà là một hệ sinh thái đánh giá, sàng lọc và nâng tầm sản phẩm dựa trên những tiêu chí khoa học, minh bạch và thống nhất trên toàn quốc. Ngày 26/12/2025, Bộ Công Thương đã ban hành Thông tư số 63 Quy định về việc tổ chức bình

chọn sản phẩm công nghiệp nông thôn tiêu biểu, nhằm cụ thể hoá các quy định của Chính phủ tại Nghị định 235. Đây là một bộ cẩm nang toàn diện, minh bạch, được xây dựng khoa học để lựa chọn ra các sản phẩm RISEP tiêu biểu nhất.

Một trong những điểm nổi bật của hệ thống RISEP là quy trình bình chọn được tổ chức theo 3 cấp: cấp xã, cấp tỉnh và cấp quốc gia. Cách tổ chức này không chỉ đảm bảo tính bao phủ rộng khắp mà còn tạo ra các “vòng sàng lọc” chặt chẽ, khách quan để chọn lựa ra những sản phẩm xứng đáng nhất, nâng tầm sản phẩm Việt.

Toàn bộ quá trình bình chọn được thực hiện theo nguyên tắc công khai, minh bạch, tự nguyện và có trách nhiệm. Các cơ sở tham gia phải tự chịu trách nhiệm về tính chính xác của thông tin, đồng thời tuân thủ đầy đủ các quy định về pháp luật, sở hữu trí tuệ, chất lượng sản phẩm và môi trường.

Bên cạnh đó, uy tín của sản phẩm RISEP được bảo chứng bởi hệ thống tiêu chí bình chọn khoa học và toàn diện. Sản phẩm được chấm điểm dựa trên 4 nhóm tiêu chí chính, gồm tiêu chí về năng lực phát triển sản xuất và

đáp ứng nhu cầu thị trường; tiêu chí về kinh tế - kỹ thuật - xã hội và môi trường; tiêu chí về tính văn hóa và thẩm mỹ. Cuối cùng là các tiêu chí khác, nhằm đánh giá bổ sung các yếu tố đặc thù như khả năng đổi mới sáng tạo, ứng dụng công nghệ số hay tiềm năng xuất khẩu.

Theo bà Nguyễn Thị Lâm Giang, thời gian tới, khi các chính sách khuyến công tiếp tục được triển khai mạnh mẽ, RISEP sẽ đóng vai trò ngày càng quan trọng trong việc xây dựng thương hiệu quốc gia cho sản phẩm công nghiệp nông thôn, đưa những giá trị bản địa vươn xa, không chỉ tại thị trường Việt Nam mà còn vươn tầm quốc tế.

**HỆ THỐNG SẢN PHẨM RISEP KHÔNG CHỈ LÀ MỘT CHƯƠNG TRÌNH BÌNH CHỌN MÀ CÒN LÀ MỘT CÔNG CỤ CHÍNH SÁCH QUAN TRỌNG TRONG PHÁT TRIỂN CÔNG NGHIỆP NÔNG THÔN. THÔNG QUA QUY TRÌNH CHẶT CHẼ, TIÊU CHÍ RÕ RÀNG VÀ ĐỘI NGŨ ĐÁNH GIÁ CHUYÊN NGHIỆP, RISEP ĐÃ VÀ ĐANG GÓP PHẦN NÂNG TẦM SẢN PHẨM VIỆT, THỨC ĐẨY ĐỔI MỚI SÁNG TẠO VÀ HƯỚNG TỚI PHÁT TRIỂN BỀN VỮNG.**

**Là một trong 27 sản phẩm công nghiệp nông thôn tiêu biểu của tỉnh Quảng Ninh năm 2025, tranh bột điệp Quảng Ninh không chỉ trở thành sản phẩm có giá trị kinh tế mà còn là “đại sứ” văn hóa, lan tỏa bản sắc địa phương.**

► **QUỲNH HOA**



*Họa sĩ Đinh Công Tuyến vẽ tranh vỏ điệp*

TRANH BỘT ĐIỆP

# Khai thác lợi thế bản địa, nâng tầm giá trị sản phẩm

## Từ phế thải ven biển đến sản phẩm độc đáo

Quảng Yên (tỉnh Quảng Ninh) từ lâu là vùng đất của nghề khai thác điệp. Vào mùa vụ, người dân có thể đánh bắt hàng tạ điệp mỗi ngày. Tuy nhiên, sau khi tách lấy phần thịt, lượng vỏ điệp thải ra môi trường là rất lớn, gây áp lực không nhỏ đến cảnh quan và sinh thái địa phương. Chính từ thực tế này, họa sĩ Đinh Công Tuyến đã trăn trở tìm hướng đi mới nhằm tận dụng nguồn nguyên liệu sẵn có, đồng thời giảm thiểu tác động môi trường.

Với nền tảng là một giáo viên mỹ thuật, họa sĩ Đinh Công Tuyến đã dành nhiều năm nghiên cứu, thử nghiệm để tạo ra dòng tranh bột điệp độc đáo. Từ năm 2014, sau nhiều lần thất bại, ông đã hoàn thiện quy trình kỹ thuật sản

xuất tranh, một quy trình đòi hỏi sự tỉ mỉ, kiên trì và cảm quan nghệ thuật tinh tế. Để tạo nên một bức tranh bột điệp, công đoạn đầu tiên là xử lý nguyên liệu. Vỏ điệp được ngâm nước, làm sạch hoàn toàn lớp bùn đất, sau đó nung ở nhiệt độ thích hợp bằng bếp hồng ngoại để giữ nguyên màu sắc xà cừ tự nhiên. Khi đạt độ “chín”, vỏ điệp được nghiền thủ công thành hai loại bột: bột mịn để phủ nền và bột thô để tạo điểm nhấn lấp lánh.

Trên nền mica trong suốt, nghệ nhân sử dụng hỗn hợp keo epoxy làm chất kết dính, sau đó tiến hành vẽ và phủ bột điệp theo ý tưởng sáng tác. Chính sự kết hợp linh hoạt giữa bột mịn và bột thô đã tạo nên hiệu ứng ánh sáng đặc biệt, khiến mỗi bức tranh đều có chiều sâu và sức hút riêng. Mỗi tác

phẩm hoàn thiện có thể mất từ 20 - 30 phút đối với tranh nhỏ, nhưng với những bức tranh lớn, thời gian có thể kéo dài hàng tháng. Nội dung tranh phong phú, từ phong cảnh quê hương Quảng Yên, vịnh Hạ Long đến các đề tài dân gian như tứ linh, tứ quý... Giá trị sản phẩm dao động từ vài trăm nghìn đến vài triệu đồng, phù hợp với nhiều phân khúc khách hàng.

Không chỉ là sản phẩm thủ công mỹ nghệ, tranh bột điệp còn mang ý nghĩa văn hóa sâu sắc khi kế thừa tinh thần của dòng tranh dân gian Đông Hồ, nơi bột điệp từng được sử dụng để tạo nên giấy điệp đặc trưng. Từ những vỏ điệp vô tri, qua bàn tay tài hoa của nghệ nhân Đinh Công Tuyến, đã hình thành nên một sản phẩm mang giá trị “kép”: vừa kinh tế, vừa văn hóa. Đây

chính là hướng đi mà nhiều địa phương có thể học hỏi, đó là khai thác lợi thế bản địa, gắn với sáng tạo để nâng tầm sản phẩm.

## Mở hướng phát triển bền vững

Năm 2025, tỉnh Quảng Ninh tôn vinh 27 sản phẩm công nghiệp nông thôn tiêu biểu, trong đó có tranh bột điệp do nghệ nhân, họa sĩ Đinh Công Tuyển thực hiện. Các sản phẩm được tôn vinh không chỉ nâng cao chất lượng mà còn chú trọng mẫu mã, tính thẩm mỹ và cơ hội phát triển thị trường rất lớn. Do vậy, việc tranh bột điệp được vinh dự nằm trong nhóm sản phẩm công nghiệp nông thôn tiêu biểu của Quảng Ninh năm 2025 không chỉ là sự tôn vinh cá nhân nghệ nhân Đinh Công

Tuyển mà còn phản ánh xu hướng phát triển mới của khu vực nông thôn: chuyển từ sản xuất thô sang sáng tạo giá trị gia tăng cao. Đặc biệt, việc tỉnh Quảng Ninh tiếp tục tôn vinh các sản phẩm công nghiệp nông thôn tiêu biểu không chỉ là sự ghi nhận mà còn tạo động lực để các chủ thể sản xuất không ngừng đổi mới, sáng tạo.

Hiện tại, từ một nguồn nguyên liệu bị coi là rác thải, tranh bột điệp đã trở thành mặt hàng có giá trị kinh tế, góp phần tạo việc làm, tăng thu nhập cho người dân địa phương. Đáng chú ý, với quy trình kỹ thuật đã được chuẩn hóa, tranh bột điệp hoàn toàn có thể nhân rộng, tạo thành chuỗi sản xuất gắn với du lịch trải nghiệm và làng nghề. Đây chính là tiềm năng để địa phương khai thác sản phẩm như một “đại sứ” văn

hóa quảng bá hình ảnh Quảng Ninh đến du khách trong và ngoài nước.

Tuy nhiên, để sản phẩm thực sự phát huy hết tiềm năng, cần có sự đồng hành của chính quyền và các chương trình khuyến công. Trong đó, cần tăng cường hỗ trợ xúc tiến thương mại, xây dựng thương hiệu, kết nối thị trường và ứng dụng công nghệ sẽ là yếu tố then chốt giúp tranh bột điệp tiếp cận rộng rãi hơn với người tiêu dùng. Bên cạnh đó, việc gắn sản phẩm với du lịch địa phương cũng mở ra hướng đi hiệu quả. Bởi, du khách khi đến Quảng Ninh không chỉ tham quan vịnh Hạ Long mà còn có thể trải nghiệm hoạt động sản xuất các sản phẩm nông thôn tiêu biểu, qua đó nâng cao giá trị dịch vụ và kéo dài thời gian lưu trú. ■



Tranh bột điệp “đại sứ” văn hóa tỉnh Quảng Ninh

Ảnh: Thanh Phương



Từng bị coi là phụ phẩm, trà búp ổi Tân Yên (tỉnh Bắc Ninh) hiện đã trở thành sản phẩm công nghiệp nông thôn tiêu biểu, góp phần nâng cao thu nhập cho người dân, tạo dựng thương hiệu nông sản địa phương.

► BẢO THOA

TRÀ BÚP ỔI TÂN YÊN

# Công nghệ đưa phụ phẩm THÀNH HÀNG HÓA

## BIẾN PHỤ PHẨM THÀNH SẢN PHẨM GIÁ TRỊ CAO

Với mong muốn lập nghiệp tại quê hương - huyện Tân Yên, tỉnh Bắc Giang (cũ), nay là xã Tân Yên, tỉnh Bắc Ninh, năm 2010, sau khi tốt nghiệp chuyên ngành chăn nuôi thú y của Trường Đại học Nông nghiệp I (Học viện Nông nghiệp Việt Nam), ông Đặng Huy Phong (1982) đã xây dựng hệ thống chuồng trại hiện đại để phát triển mô hình chăn nuôi lợn đực giống. Đến năm 2017, ông “bắt tay” liên kết với các hộ dân địa phương thành lập HTX Nông nghiệp Quyên Phong với mục tiêu xây dựng chuỗi giá trị bền vững cho cây ổi-loại cây trồng chủ lực tại địa phương. Qua quá trình hoạt động, HTX không ngừng nỗ lực mở rộng vùng trồng, nâng cao chất lượng sản phẩm và tìm kiếm thị trường tiêu thụ ổn định, từng bước khẳng định uy tín và thương hiệu trên thị trường

Trong quá trình vận hành HTX Nông nghiệp Quyên Phong, nhận thấy tiềm năng lớn từ cây ổi, ông Phong quyết định trồng thử nghiệm trên diện tích 9 sào. Nhờ áp dụng quy trình sản xuất an toàn, vùng nguyên liệu nhanh chóng mở rộng lên 50 ha với sản lượng đạt khoảng 600 tấn quả mỗi năm, mang về doanh thu hơn 14 tỷ đồng. Trong quá trình sản



Vườn trồng ổi Tân Yên

Ảnh: minh họa

xuất, ông Đặng Huy Phong nhận thấy lượng lớn búp và lá ổi non bị cắt bỏ gây lãng phí nguồn dược liệu quý. Vì thế, từ năm 2021, ông bắt đầu tìm hướng tận dụng nguồn phụ phẩm này.

Tuy nhiên, việc sử dụng búp ổi tươi gặp khó khăn do hương vị còn ngái và khó bảo quản lâu dài. Thực tế này đã thôi thúc ông Đặng Huy Phong tìm kiếm giải pháp công nghệ nhằm nâng cao giá trị cây ổi. Những thử nghiệm ban đầu với phương pháp phơi khô, đóng gói thủ công tuy chưa hoàn thiện về hình thức nhưng đã nhận được phản hồi tích cực

về chất lượng nước trà. Đây là nền tảng quan trọng để ông Đặng Huy Phong quyết định đầu tư bài bản vào công nghệ chế biến.

Đầu năm 2023, HTX Nông nghiệp Quyên Phong triển khai đề tài khoa học cấp cơ sở về ứng dụng chế phẩm sinh học trong sản xuất và chế biến trà ổi túi lọc từ búp ổi. Quy trình sản xuất được xây dựng theo tiêu chuẩn VietGAP, đảm bảo an toàn cho người tiêu dùng. Nguyên liệu búp và lá ổi sau thu hái được phân loại kỹ lưỡng, băm nhỏ, đưa vào hệ thống sấy liên tục trong vòng hai



Trà búp ổi Tân Yên được sản xuất từ nguyên liệu sạch

Ảnh minh họa

ngày, sau đó nghiền mịn và đóng gói thành phẩm.

Việc ứng dụng công nghệ sấy lạnh hiện đại giúp giữ nguyên hương vị tự nhiên và các dưỡng chất trong búp ổi. Trung bình, mỗi tấn nguyên liệu tươi sau chế biến cho ra gần 200 kg thành phẩm. Trà búp ổi Tân Yên được sản xuất hoàn toàn từ nguyên liệu sạch theo tiêu chuẩn VietGAP, không sử dụng hóa chất, mang lại nhiều lợi ích cho sức khỏe như hỗ trợ tiêu hóa, cải thiện giấc ngủ, giảm đường huyết và góp phần bảo vệ tim mạch.

### **KHẲNG ĐỊNH THƯƠNG HIỆU SẢN PHẨM TIÊU BIỂU**

Sản phẩm trà búp ổi Tân Yên không chỉ tiện dụng dưới dạng túi lọc mà còn được phát triển dòng cao cấp “một tôm hai lá” nhằm phục vụ phân khúc khách hàng cao cấp. Hiện sản phẩm trà túi lọc được bán với giá khoảng 55.000 đồng/hộp, trong khi dòng trà thượng hạng đạt mức 2 triệu đồng/kg. Đây là

mức giá cho thấy tiềm năng lớn của việc nâng cao giá trị nông sản thông qua chế biến sâu.

Từ một ý tưởng tận dụng phụ phẩm, trà búp ổi Tân Yên đã trở thành sản phẩm mang đậm dấu ấn vùng miền, là kết quả khoa học và kinh nghiệm sản xuất. Những túi trà nhỏ bé không chỉ chứa đựng hương vị tự nhiên của vùng đất Tân Yên mà còn là minh chứng cho tư duy đổi mới, dám nghĩ dám làm của người nông dân trong thời kỳ phát triển kinh tế tuần hoàn và nông nghiệp bền vững.

Nhờ chất lượng, trà búp ổi Tân Yên hiện đã được người tiêu dùng trên cả nước đón nhận thông qua nhiều chương trình xúc tiến thương mại. Đặc biệt, mô hình sản xuất của HTX nông nghiệp Quyên Phong đã tạo việc làm ổn định cho 13 lao động với thu nhập từ 250.000 - 300.000 đồng/ngày công. Sau khi trừ chi phí, người trồng ổi có thể đạt lợi nhuận từ 25 - 30 triệu đồng mỗi sào, cho thấy hiệu quả kinh tế rõ rệt.

Năm 2025, tỉnh Bắc Ninh công nhận 22 sản phẩm công nghiệp nông thôn tiêu biểu cấp tỉnh, trong đó có trà búp ổi Tân Yên, ngoài ra sản phẩm còn được chọn 10 sản phẩm tiêu biểu nhất để tham gia bình chọn cấp khu vực. Được đánh giá là những sản phẩm hội tụ đầy đủ các tiêu chí về chất lượng, sáng tạo, khả năng cạnh tranh, tiềm năng mở rộng thị trường, phản ánh rõ nét bản sắc văn hóa, thế mạnh sản xuất của địa phương.

Từ những thành công trong việc phát triển trà búp ổi, HTX Nông nghiệp Quyên Phong xác định tiếp tục đẩy mạnh ứng dụng khoa học kỹ thuật, từng bước mở rộng quy mô sản xuất và đa dạng hóa sản phẩm, đặc biệt phát triển các dòng sản phẩm chế biến từ ổi nhằm nâng cao giá trị gia tăng. Đồng thời, HTX sẽ tăng cường kết nối thị trường, mở rộng kênh tiêu thụ cả trong và ngoài tỉnh, hướng tới xây dựng chuỗi giá trị bền vững. ■



Sản phẩm mây tre đan xuất khẩu của Công ty TNHH Đức Phong là 1 trong những sản phẩm đạt giải sản phẩm công nghiệp nông thôn tiêu biểu cấp tỉnh

# Chính sách khuyến công tạo lực đẩy cho sản phẩm công nghiệp nông thôn

► TUỆ ANH

Liên tiếp có các sản phẩm, bộ sản phẩm được công nhận sản phẩm công nghiệp nông thôn tiêu biểu cấp quốc gia qua các kỳ bình chọn cho thấy, chính sách khuyến công tại Nghệ An đang phát huy hiệu quả, trở thành “bệ đỡ” giúp sản phẩm công nghiệp nông thôn nâng cao năng lực cạnh tranh và từng bước chinh phục thị trường.

## NÂNG TẦM SẢN PHẨM TỪ CHÍNH SÁCH HỖ TRỢ

Năm 2023, Nghệ An có 5 sản phẩm, bộ sản phẩm được Bộ Công Thương công nhận là sản phẩm công nghiệp nông thôn tiêu biểu cấp quốc gia. Đến năm 2025, tỉnh tiếp tục có thêm 2 sản phẩm được vinh danh ở cấp này. Các sản phẩm được đánh giá cao về chất lượng, công nghệ, tính ứng dụng, đồng

thời phù hợp với xu hướng chuyển đổi xanh, chuyển đổi số.

Kết quả này phản ánh rõ nét sự cải thiện về năng lực sản xuất và khả năng cạnh tranh của các doanh nghiệp công nghiệp nông thôn trên địa bàn. Đằng sau đó là vai trò của chính sách khuyến công được triển khai bài bản, liên tục trong giai đoạn 2021 - 2025.

Cụ thể, Nghệ An đã duy trì hiệu quả

hoạt động bình chọn sản phẩm công nghiệp nông thôn tiêu biểu, qua đó tạo động lực để các cơ sở sản xuất đổi mới công nghệ, mở rộng quy mô và xây dựng thương hiệu. Theo Sở Công Thương Nghệ An, toàn tỉnh đã tổ chức 2 kỳ bình chọn, công nhận 140 sản phẩm cấp huyện, 51 sản phẩm cấp tỉnh, 8 sản phẩm cấp khu vực và 5 sản phẩm cấp quốc gia. Những con số này không

chỉ thể hiện quy mô mà còn cho thấy xu hướng phát triển đi lên của khu vực công nghiệp nông thôn trong bối cảnh thị trường ngày càng khắt khe.

Theo Trung tâm Hỗ trợ và Tư vấn Phát triển Công Thương Nghệ An, việc tôn vinh sản phẩm tiêu biểu không dừng lại ở ý nghĩa ghi nhận mà còn tạo ra tác động lan tỏa rõ rệt. Các sản phẩm sau khi được công nhận có cơ hội được quảng bá, kết nối thị trường, từ đó gia tăng doanh thu và nâng cao vị thế.

Thực tế cho thấy, nhiều cơ sở sau khi đạt danh hiệu đã mạnh dạn đầu tư đổi mới công nghệ, mở rộng sản xuất. Quy mô lao động tăng từ vài chục lên hàng trăm người, doanh thu từ mức 3-5 tỷ đồng mỗi năm tăng lên trên 20 tỷ đồng. Không ít sản phẩm đã vượt ra khỏi thị trường trong nước, từng bước tiếp cận thị trường quốc tế.

Song song với đó, nguồn lực khuyến công cũng được phân bổ có trọng tâm. Trong giai đoạn 2021 - 2025, tổng kinh phí hỗ trợ cho các cơ sở có sản phẩm tiêu biểu đạt gần 2 tỷ đồng, tập trung vào đầu tư máy móc thiết bị, xây dựng phòng trưng bày và cải tiến công nghệ. Mức hỗ trợ từ 50 đến 120 triệu đồng tùy theo cấp độ danh hiệu đã góp phần thiết thực nâng cao chất lượng và hình ảnh sản phẩm công nghiệp nông thôn Nghệ An.

## HOÀN THIỆN CHÍNH SÁCH ĐỂ MỞ RỘNG DƯ ĐỊA PHÁT TRIỂN

Bên cạnh những kết quả đạt được, công tác bình chọn sản phẩm công nghiệp nông thôn tiêu biểu tại Nghệ An vẫn còn những hạn chế. Một số địa phương chưa nhận thức đầy đủ vai trò của hoạt động này nên chưa tổ chức thường xuyên các kỳ bình chọn cấp huyện. Số lượng sản phẩm tham gia

cấp tỉnh còn hạn chế, thiếu đa dạng.

Công tác tuyên truyền chưa thực sự hiệu quả khiến nhiều cơ sở chưa tiếp cận được thông tin để tham gia. Trong khi đó, phần lớn các cơ sở công nghiệp nông thôn có quy mô nhỏ, gặp khó khăn về vốn, hồ sơ pháp lý cũng như khả năng đáp ứng các tiêu chuẩn kỹ thuật và an toàn thực phẩm.

Trước thực tế này, Sở Công Thương Nghệ An đã đề ra các giải pháp nhằm hoàn thiện và nâng cao hiệu quả chính sách. Trong đó, việc đẩy mạnh ứng dụng công nghệ thông tin vào quản lý và tổ chức bình chọn được xác định là giải pháp trọng tâm. Hệ thống phần mềm thống nhất từ Trung ương đến địa phương sẽ hỗ trợ cập nhật dữ liệu, xử lý hồ sơ trực tuyến, đảm bảo minh bạch và giảm thủ tục hành chính.

Cùng với đó, chính sách hỗ trợ cũng được điều chỉnh theo hướng linh hoạt hơn, từ mức thường đến nội dung hỗ trợ. Phạm vi hỗ trợ không chỉ dừng ở đầu tư công nghệ sản xuất mà còn mở rộng sang xúc tiến thương mại, xây dựng thương hiệu và tiêu chuẩn hóa sản phẩm.

Với cách tiếp cận đồng bộ này, hoạt động khuyến công và bình chọn sản phẩm công nghiệp nông thôn tiêu biểu tại Nghệ An đang dần trở thành công cụ chính sách hiệu quả, tạo động lực thúc đẩy khu vực công nghiệp nông thôn phát triển bền vững. Đây cũng là nền tảng quan trọng để các sản phẩm “made in Nghệ An” tiếp tục mở rộng thị trường, từng bước khẳng định vị thế ở cả trong nước và quốc tế. ■

VIỆC TÔN VINH SẢN PHẨM CÔNG NGHIỆP NÔNG THÔN TIÊU BIỂU KHÔNG CHỈ LÀ HOẠT ĐỘNG NHẪM VINH DANH CÁC SẢN PHẨM CÓ CHẤT LƯỢNG, GIÁ TRỊ CAO MÀ CÒN TẠO RA ĐỘNG LỰC THIẾT THỰC CHO CÁC CƠ SỞ SẢN XUẤT.



Năm 2025, tỉnh Nghệ An có 2 sản phẩm được tôn vinh sản phẩm công nghiệp nông thôn tiêu biểu cấp quốc gia  
Ảnh: minh họa



Làng nghề Bát Tràng đẩy mạnh số hoá, ứng dụng AI trong sản xuất  
Nguồn: Ảnh minh họa

# SỐ HÓA NÂNG TẦM giá trị sản phẩm làng nghề

## ► QUỲNH HOA

**Chuyển đổi số là xu thế tất yếu để sản phẩm làng nghề Hà Nội mở rộng thị trường, lan tỏa thương hiệu, nâng cao sức cạnh tranh, vị thế trong giai đoạn hội nhập kinh tế.**

### XU THẾ TẤT YẾU

Hà Nội hiện là địa phương dẫn đầu cả nước với 1.350 làng có nghề. Tính đến nay, có hơn 300 làng nghề truyền thống đã được UBND Thành phố công nhận, với 47/52 nghề trong tổng số nghề truyền thống của cả nước. Với hơn 1.300 làng nghề và làng có nghề, Hà Nội sở hữu hệ sinh thái sản xuất thủ công phong phú bậc nhất cả nước, từ gốm sứ, dệt lụa, mây tre đan đến sơn mài, điêu khắc gỗ. Đây là nguồn lực đặc biệt quan trọng, không chỉ góp phần bảo tồn giá trị văn hóa mà còn đóng vai trò thiết thực trong

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

Trong bối cảnh chuyển đổi số đang diễn ra mạnh mẽ, công nghệ là “chìa khóa” để nâng cao giá trị gia tăng cho sản phẩm làng nghề. Vì vậy, các làng nghề Hà Nội cũng không nằm ngoài xu thế này. Theo các chuyên gia và đại diện doanh nghiệp, việc số hóa sản phẩm, xây dựng cơ sở dữ liệu làng nghề, cá nhân hóa sản phẩm theo nhu cầu thị trường sẽ giúp các làng nghề thích ứng tốt hơn với xu hướng tiêu dùng hiện đại. Không chỉ

dừng ở việc bán sản phẩm, chuyển đổi số còn giúp “kể câu chuyện làng nghề” một cách sinh động, đưa giá trị văn hóa đến gần hơn với du khách trong và ngoài nước.

Nhận thức được tầm quan trọng của chuyển đổi số, cùng với doanh nghiệp, các hợp tác xã và cơ sở sản xuất làng nghề Hà Nội thời gian qua đã đẩy mạnh ứng dụng công nghệ, tích cực ứng dụng thương mại điện tử trong hoạt động sản xuất, kinh doanh. Đơn cử, nhiều làng nghề truyền thống của Hà Nội như Bát Tràng, Vạn Phúc, Phú Vinh, Hạ Thái hay Sơn Đồng đã

ứng dụng AI vào sản xuất, chủ động xây dựng gian hàng trực tuyến, quảng bá sản phẩm qua mạng xã hội và tham gia các sàn thương mại điện tử trong và ngoài nước. Việc ứng dụng thương mại điện tử không chỉ giúp gia tăng doanh số mà còn thay đổi cách sản phẩm tham gia thị trường. Thay vì phụ thuộc vào các khâu trung gian, nhiều cơ sở sản xuất đã trực tiếp kết nối với nhà phân phối và người tiêu dùng quốc tế, góp phần minh bạch hóa chuỗi cung ứng, đồng thời nâng cao lợi nhuận và năng lực cạnh tranh.

Cùng với đó, hoạt động xúc tiến thương mại trên môi trường số cũng được đẩy mạnh theo hướng chuyên nghiệp hơn. Không chỉ dừng lại ở việc giới thiệu sản phẩm, thông qua các nền tảng số, các làng nghề còn tăng cường cập nhật xu hướng tiêu dùng, tiêu chuẩn môi trường và yêu cầu phát triển bền vững từ các thị trường khó tính như châu Âu, Bắc Mỹ hay Nhật Bản. Qua đó, nhằm củng cố, góp phần để sản phẩm làng nghề Hà Nội thâm nhập và đứng vững trên thị trường quốc tế.

Cùng với sự chủ động của các làng nghề, Sở Công Thương Hà Nội cũng đã triển khai các chương trình đào tạo nghề, truyền nghề và nâng cao tay nghề cho người lao động tại các cơ sở công nghiệp nông thôn, trong đó tập trung tập huấn, hỗ trợ chuyển đổi số được đẩy mạnh tại nhiều địa phương. Các chương trình đào tạo do Sở Công Thương Hà Nội phối hợp tổ chức đã thu hút đông đảo doanh nghiệp, hợp tác xã và hộ sản xuất tham gia. Nhờ vậy, người dân được hướng dẫn kỹ năng chụp ảnh sản phẩm, quản lý gian hàng điện tử, quảng bá qua mạng xã hội, gắn mã QR truy xuất nguồn gốc... góp phần gia tăng doanh thu và mở rộng thị trường tiêu thụ.



Làng lụa Vạn Phúc đẩy mạnh số hóa, lan tỏa thương hiệu

Ảnh minh họa

### THÁO GỠ CÁC ĐIỂM NGHÈN

Tuy nhiên, bên cạnh những kết quả tích cực, quá trình chuyển đổi số tại làng nghề Hà Nội vẫn còn nhiều khó khăn như hạ tầng công nghệ chưa đồng bộ, thiếu nhân lực am hiểu công nghệ, chi phí quảng cáo và logistics cao, một bộ phận người dân còn e ngại thay đổi thói quen kinh doanh truyền thống. Do vậy, để tháo gỡ các vướng mắc hiện nay, Hà Nội đang triển khai nhiều chương trình hỗ trợ như “Gian hàng số - nâng tầm thương nhân Thủ đô”, “Gian hàng sản phẩm Thủ đô Hà Nội”, qua đó hỗ trợ các hợp tác xã, làng nghề đưa sản phẩm lên nền tảng trực tuyến. Đồng thời, các sở, ngành tăng cường đào tạo chuyên sâu về thương mại điện tử, kỹ năng livestream, chăm sóc khách hàng trực tuyến.

Bên cạnh đó, Thành phố tập trung ứng dụng khoa học công nghệ, khai thác thành tựu của cách mạng công nghiệp 4.0 nhằm nâng cao hiệu quả sử dụng tài nguyên, bảo vệ môi trường và hướng tới tăng trưởng xanh. Ngoài ra, Hà Nội cũng khuyến khích các cơ sở công nghiệp nông

thôn tiếp cận kinh tế số, nâng cao năng suất, tham gia sâu vào chuỗi cung ứng và hội nhập quốc tế. Các chính sách phát triển công nghiệp, tiểu thủ công nghiệp được triển khai đồng bộ nhằm tạo việc làm, ổn định thu nhập và góp phần chuyển dịch cơ cấu kinh tế theo hướng hiện đại.

Theo Sở Công Thương Hà Nội, thương mại điện tử và công nghệ số đang trở thành một phần không thể thiếu trong sự phát triển của làng nghề Hà Nội, giúp các cơ sở sản xuất quảng bá hiệu quả hơn, đồng thời thể hiện sự thích ứng kịp thời trong nền kinh tế số. Vì vậy, trong giai đoạn 2025 - 2030, Hà Nội đặt mục tiêu hỗ trợ số hóa 300 sản phẩm làng nghề, tạo điều kiện để các sản phẩm tiếp cận thị trường trực tuyến. Song song với đó, Hà Nội đặt mục tiêu đẩy mạnh phát triển không gian trưng bày, giới thiệu và bán sản phẩm, phấn đấu có ít nhất 30% làng nghề tham gia sàn thương mại điện tử. Việc xây dựng Vlog làng nghề và số tay điện tử làng nghề cũng được triển khai nhằm tăng cường quảng bá và kết nối thị trường. ■



Hỗ trợ ứng dụng máy móc tiên tiến vào sản xuất

Nguồn: Ảnh minh họa

KHUYẾN CÔNG QUỐC GIA GIAI ĐOẠN 2026 - 2030

# “ĐÒN BẨY” PHÁT TRIỂN CÔNG NGHIỆP NÔNG THÔN

## ► BẢO THOA

**Chương trình khuyến công quốc gia giai đoạn 2026 - 2030 được xây dựng trong bối cảnh yêu cầu phát triển công nghiệp nông thôn không chỉ dừng ở mở rộng quy mô mà phải chuyển sang nâng cao chất lượng, hiệu quả và tính bền vững.**

### PHÁT TRIỂN GẮN VỚI CHUYỂN ĐỔI SỐ, TĂNG TRƯỞNG XANH

Quan điểm xuyên suốt của Chương trình khuyến công quốc gia giai đoạn 2026 - 2030 là đẩy mạnh chính sách khuyến công trên cơ sở phát huy vai trò động lực của khoa học công nghệ, đổi mới sáng tạo, chuyển đổi số, chuyển đổi xanh nhằm thực hiện mục tiêu công nghiệp hóa, hiện đại hóa nông nghiệp, nông thôn. Đồng thời, chương trình đặt trọng tâm vào việc khai thác và phát huy

tốt nhất mọi tiềm năng, lợi thế của quốc gia, vùng và địa phương cho phát triển công nghiệp nông thôn. Qua đó khơi dậy mạnh mẽ tinh thần khởi nghiệp, sản xuất kinh doanh của các tổ chức, cá nhân trong lĩnh vực công nghiệp, tiểu thủ công nghiệp.

Cùng với đó, chương trình nhấn mạnh yêu cầu đổi mới công tác khuyến công với sự tham gia của cả hệ thống chính trị, từ các cấp ủy, chính quyền trung ương và địa phương đến các tổ chức dịch vụ khuyến công, doanh

nh nghiệp và cơ sở công nghiệp nông thôn. Việc hoàn thiện tổ chức hệ thống khuyến công từ trung ương đến địa phương được xác định là yếu tố quan trọng nhằm nâng cao hiệu quả thực thi chính sách. Đội ngũ công chức, viên chức ngành Công Thương được kỳ vọng phát huy vai trò tiên phong, chủ động, sáng tạo trong nâng cao nhận thức, tăng cường phối hợp, phân công, phân cấp để hoàn thành mục tiêu của chính sách.

Trên cơ sở quan điểm đã xác định, Chương trình khuyến công quốc gia giai

đoạn 2026-2030 đặt ra mục tiêu tổng thể là kích hoạt, huy động và sử dụng hiệu quả mọi nguồn lực cho phát triển công nghiệp, tiểu thủ công nghiệp, gắn với xây dựng nông thôn mới và chuyển dịch cơ cấu kinh tế theo hướng công nghiệp hóa, hiện đại hóa. Để đạt được mục tiêu này, chương trình định hướng đẩy mạnh các hoạt động khuyến công theo hướng kết hợp giữa Nhà nước với doanh nghiệp, phát triển theo chuỗi ngành hàng và gắn với chuyển đổi số. Việc tăng cường hỗ trợ ứng dụng khoa học công nghệ, đổi mới công nghệ được xác định là giải pháp trọng tâm nhằm chuyển dịch cơ cấu kinh tế từ các ngành thâm dụng tài nguyên và lao động sang các ngành thâm dụng vốn và công nghệ, từ đó nâng cao năng suất, chất lượng và giá trị gia tăng của sản phẩm công nghiệp nông thôn.

Chương trình cũng nhấn mạnh việc khuyến khích, hỗ trợ sản xuất sạch hơn, sản xuất và tiêu dùng bền vững, hướng tới các ngành công nghiệp xanh, công nghiệp các-bon thấp gắn với bảo vệ môi trường. Đây là định hướng quan trọng nhằm thúc đẩy kinh tế xanh, kinh tế tuần hoàn và kinh tế số trong khu vực công nghiệp nông thôn. Bên cạnh đó, việc tạo điều kiện cho các cơ sở công nghiệp nông thôn nâng cao năng lực cạnh tranh, thích ứng với các tiêu chuẩn thị trường quốc tế và tham gia vào các chuỗi giá trị khu vực, toàn cầu cũng được xác định là mục tiêu quan trọng. Các địa phương được khuyến khích triển khai các đề án khuyến công quốc gia trọng điểm có tác động lan tỏa, tập trung hỗ trợ sản xuất các sản phẩm có tiềm năng, lợi thế cạnh tranh.

Bên cạnh đó, chương trình đưa ra các mục tiêu cụ thể với những chỉ tiêu rõ ràng. Trong đó, xây dựng 100 mô hình trình diễn kỹ thuật để phổ biến công nghệ mới hoặc sản xuất sản

phẩm mới; hỗ trợ ứng dụng máy móc thiết bị hiện đại và dây chuyền công nghệ tiên tiến cho 1.600 cơ sở công nghiệp nông thôn; xây dựng 100 mô hình thí điểm về sản xuất sạch hơn; hỗ trợ công nghệ xử lý nước thải, khí thải cho 100 cơ sở. Ngoài ra, chương trình đặt mục tiêu nâng cao năng lực quản lý và tổ chức thực hiện hoạt động khuyến công cho đội ngũ cán bộ, cộng tác viên.

## **NÂNG CAO HIỆU QUẢ THỰC THI CHÍNH SÁCH**

Để hiện thực hóa các mục tiêu đề ra, loạt nội dung cần triển khai cũng được nêu rõ, đó là hỗ trợ xây dựng mô hình trình diễn kỹ thuật, chuyển giao công nghệ và ứng dụng máy móc tiên tiến vào sản xuất công nghiệp, tiểu thủ công nghiệp. Các mô hình được ưu tiên trong lĩnh vực chế biến nông, lâm, thủy sản, ứng dụng công nghệ cao, sản xuất theo hướng tuần hoàn, cũng như các mô hình góp phần giảm nghèo bền vững tại địa bàn khó khăn; hỗ trợ phát triển sản phẩm công nghiệp nông thôn thông qua việc tổ chức bình chọn sản phẩm tiêu biểu cấp quốc gia; hỗ trợ tạo điều kiện cho các cơ sở tham gia các hoạt động xúc tiến thương mại trong và ngoài nước.

Một điểm đáng chú ý là việc đẩy mạnh ứng dụng công nghệ thông tin và chuyển đổi số trong hoạt động phát triển sản phẩm. Các cơ sở công nghiệp nông thôn được hỗ trợ xây dựng website, gian hàng số, tài khoản mạng xã hội, truy xuất nguồn gốc và các hoạt động số hóa khác nhằm nâng cao khả năng tiếp cận thị trường. Đồng thời, phát triển nguồn nhân lực được xác định là một nội dung trọng tâm với nhiều hoạt động cụ thể; hỗ trợ tư vấn chuyển đổi hộ kinh doanh thành doanh nghiệp, đào tạo khởi sự kinh doanh và quản trị doanh nghiệp, nâng cao nhận thức về sản xuất sạch hơn và tiêu dùng bền vững.

Có thể thấy, với hệ thống quan điểm rõ ràng, mục tiêu cụ thể và nội dung hỗ trợ toàn diện, Chương trình khuyến công quốc gia giai đoạn 2026 - 2030 đã tạo dựng một khung chính sách đồng bộ, hướng tới phát triển công nghiệp nông thôn theo hướng hiện đại, bền vững. Qua đó, chương trình được kỳ vọng sẽ không chỉ góp phần nâng cao năng lực cạnh tranh của các cơ sở sản xuất mà còn thúc đẩy chuyển dịch cơ cấu kinh tế nông thôn, đóng góp tích cực vào tăng trưởng kinh tế trong giai đoạn tới. ■



*Đẩy mạnh gia tăng giá trị của sản phẩm công nghiệp nông thôn*

*Nguồn: VGP*



KHUYẾN CÔNG THÁI NGUYÊN

# GẮN SẢN XUẤT VỚI THỊ TRƯỜNG

▶ THANH TUẤN

**Gắn sản xuất với thị trường, Thái Nguyên tái định vị vai trò khuyến công, thúc đẩy kết nối giao thương, mở rộng tiêu thụ và nâng giá trị sản phẩm công nghiệp nông thôn.**



Sản phẩm công nghiệp nông thôn tỉnh Thái Nguyên tham gia Hội chợ Mùa Thu 2025

**T**rong bối cảnh công nghiệp nông thôn đang đứng trước yêu cầu phải chuyển mình mạnh mẽ để thích ứng với thị trường ngày càng mở rộng và cạnh tranh gay gắt, Thái Nguyên đang lựa chọn hướng đi đáng chú ý khi lấy kết nối giao thương làm trục xuyên suốt trong triển khai chương trình khuyến công giai đoạn 2026-2030. Nếu trước đây, khuyến công chủ yếu tập trung hỗ trợ máy móc, thiết bị, nâng cao năng lực sản xuất, thì nay, tư duy đã thay đổi rõ rệt là sản xuất phải gắn với thị trường, sản phẩm phải đi được ra ngoài phạm vi địa phương.

Theo định hướng của tỉnh, trong giai đoạn 2026-2030, Thái Nguyên sẽ triển khai khoảng 100 đề án khuyến công, hỗ trợ gần 200 doanh nghiệp, cơ sở công nghiệp nông thôn. Nhưng điều đáng chú ý không nằm ở con số, mà ở cách thiết kế chính sách khi khuyến công không

còn là hỗ trợ một chiều, mà trở thành công cụ để kết nối, dẫn dắt và mở rộng thị trường. Các hoạt động xúc tiến thương mại, tổ chức hội chợ, triển lãm, trưng bày sản phẩm được đặt ngang hàng với hỗ trợ công nghệ.

Việc dự kiến tổ chức hàng chục hội chợ, triển lãm cấp tỉnh và khu vực trong giai đoạn tới không chỉ đơn thuần là hoạt động quảng bá sản phẩm. Đằng sau đó là mục tiêu sâu hơn là tạo ra không gian giao thương thực chất, nơi doanh nghiệp có thể tiếp cận trực tiếp với hệ thống phân phối, đối tác, nhà đầu tư và người tiêu dùng. Đây chính là điểm nghẽn lâu nay của nhiều cơ sở công nghiệp nông thôn.

Thực tế cho thấy, nhiều sản phẩm đặc trưng của Thái Nguyên như chè, thực phẩm chế biến hay các sản phẩm thủ công mỹ nghệ đã có nền tảng chất lượng khá tốt. Tuy nhiên, việc xây dựng

thương hiệu, mở rộng thị trường và tham gia vào hệ thống phân phối hiện đại vẫn còn hạn chế. Khi các hoạt động khuyến công được gắn với xúc tiến thương mại, doanh nghiệp không chỉ được trợ lực về sản xuất, mà còn được mở đường về thị trường.

Điểm đáng chú ý là Thái Nguyên không chỉ dừng lại ở việc tổ chức các sự kiện trong tỉnh, mà còn hướng tới kết nối giao thương theo chiều rộng, liên kết liên vùng. Việc đưa sản phẩm công nghiệp nông thôn tham gia các hội chợ khu vực, kết nối với các địa phương khác không chỉ giúp mở rộng thị trường tiêu thụ, mà còn tạo cơ hội để doanh nghiệp học hỏi, cập nhật xu hướng, cải tiến sản phẩm.

Cùng với đó, việc hỗ trợ bình chọn và phát triển sản phẩm công nghiệp nông thôn tiêu biểu cũng mang ý nghĩa vượt ra ngoài khuôn khổ một danh hiệu. Điểm mới đáng chú ý khác trong cách tiếp cận của Thái Nguyên là sự gắn kết giữa khuyến công với chuyển đổi số và thương mại điện tử. Trong bối cảnh hành vi tiêu dùng đang dịch chuyển mạnh sang môi trường số, việc đưa sản phẩm công nghiệp nông thôn lên các nền tảng trực tuyến không chỉ là xu hướng, mà là yêu cầu tất yếu. Khuyến công, vì thế, không chỉ dừng ở việc hỗ trợ sản xuất hay tổ chức hội chợ truyền thống, mà còn phải giúp doanh nghiệp tiếp cận các kênh phân phối mới, từ đó mở rộng thị trường theo cả chiều rộng lẫn chiều sâu. ■

HỘI CHỢ KHUYẾN CÔNG HÀ NỘI

## Cầu nối đưa sản phẩm ra thị trường

Đầu tháng 3, Hà Nội khai mạc Hội chợ hàng công nghiệp nông thôn tiêu biểu Xuân Bính Ngọ 2026 tại xã Ba Vì, sự kiện thuộc Chương trình khuyến công năm 2026, thu hút đông đảo doanh nghiệp, hợp tác xã và cơ sở sản xuất trong và ngoài thành phố tham gia.

Với quy mô hơn 60 gian hàng, hội chợ trưng bày đa dạng các sản phẩm thủ công mỹ nghệ, sản phẩm làng nghề truyền thống, nông sản và hàng công nghiệp nông thôn tiêu biểu. Không gian được bố trí khoa học, tạo điều kiện thuận lợi để doanh nghiệp quảng bá thương hiệu, giới thiệu sản phẩm và kết nối trực tiếp với đối tác, khách hàng.

Điểm đáng chú ý, hội chợ không chỉ dừng lại ở hoạt động mua bán ngắn hạn mà hướng tới thúc đẩy kết nối giao thương bền vững. Nhiều doanh nghiệp, đơn vị phân phối đã tìm kiếm cơ hội hợp tác, mở rộng kênh tiêu thụ, từng bước hình thành liên kết trong chuỗi sản xuất phân phối.



Các hoạt động xúc tiến thương mại trong khuôn khổ hội chợ đóng vai trò quan trọng giữa sản phẩm công nghiệp nông thôn với thị trường, giúp doanh nghiệp tiếp cận trực tiếp người tiêu dùng, đồng thời mở ra cơ hội tham gia vào các hệ thống phân phối ổn định trong và ngoài địa phương.

Thông qua sự kiện, Hà Nội tiếp tục khẳng định vai trò của khuyến công trong kết nối cung - cầu, mở rộng thị trường tiêu thụ, góp phần nâng cao giá trị sản phẩm và thúc đẩy phát triển công nghiệp nông thôn theo hướng bền vững.

KHUYẾN CÔNG NINH BÌNH

## Gắn với nhu cầu thực tiễn của doanh nghiệp

Hoạt động khuyến công tại Ninh Bình đang từng bước khẳng định vai trò là đòn bẩy thúc đẩy phát triển công nghiệp nông thôn theo hướng hiện đại, hiệu quả và bền vững. Không chỉ dừng lại ở hỗ trợ kinh phí, chương trình khuyến công của tỉnh những năm gần đây được triển khai theo hướng có trọng tâm, trọng điểm, gắn với nhu cầu thực tiễn của doanh nghiệp và cơ sở sản xuất.

Trọng tâm của khuyến công Ninh Bình là hỗ trợ ứng dụng máy móc, thiết bị tiên tiến vào sản xuất, qua đó nâng cao năng suất, chất lượng sản phẩm và giảm chi phí lao động. Nhiều cơ sở đã đổi mới công nghệ, cải tiến quy trình, từng bước nâng cao khả năng cạnh tranh trên thị trường.

Cùng với hỗ trợ thiết bị, công tác tư vấn, đào tạo nguồn nhân lực được chú trọng. Các lớp tập huấn về quản trị, marketing, chuyển đổi số giúp doanh nghiệp



tiếp cận phương thức kinh doanh hiện đại, từng bước tham gia sâu hơn vào chuỗi giá trị. Việc hỗ trợ xây dựng thương hiệu sản phẩm tiêu biểu tạo cú hích quan trọng, giúp mở rộng thị trường tiêu thụ.

Có thể thấy, khuyến công Ninh Bình đang chuyển từ hỗ trợ đơn lẻ sang nền tảng dài hạn, góp phần nâng cao giá trị sản xuất và thúc đẩy chuyển dịch cơ cấu kinh tế địa phương.

## HỘI CHỢ HÙNG VƯƠNG 2026

# Kết nối giao thương, mở rộng thị trường

Hội chợ Hùng Vương năm 2026 sẽ diễn ra từ ngày 20-26/4 tại Quảng trường Hùng Vương, phường Việt Trì, tỉnh Phú Thọ. Sự kiện nằm trong chuỗi hoạt động phục vụ Giỗ Tổ Hùng Vương - Lễ hội Đền Hùng và Tuần Văn hóa - Du lịch Đất Tổ năm Bính Ngọ 2026, đồng thời là điểm nhấn quan trọng trong thúc đẩy kết nối giao thương thuộc chương trình khuyến công.

Với sự tham gia của các doanh nghiệp, hợp tác xã và cơ sở sản xuất đến từ nhiều tỉnh, thành phố trên cả nước, hội chợ quy tụ đa dạng ngành hàng như sản phẩm công nghiệp - tiểu thủ công nghiệp, nông lâm thủy sản, hàng tiêu dùng, cơ khí, điện tử và sản phẩm làng nghề truyền thống. Không gian hội chợ được tổ chức theo hướng mở, tạo điều kiện thuận lợi để các đơn vị trưng bày, quảng bá sản phẩm và kết nối trực tiếp với đối tác, nhà phân phối.

Điểm nổi bật của hội chợ là vai trò cầu nối giao thương, giúp doanh nghiệp tìm kiếm cơ hội hợp tác, mở rộng thị trường tiêu thụ và nâng cao giá trị sản phẩm. Thông qua các hoạt động xúc tiến thương mại, trao đổi kinh nghiệm và liên kết cung - cầu, nhiều sản phẩm công nghiệp nông thôn có cơ hội tiếp cận sâu hơn vào hệ thống phân phối trong và ngoài địa phương.



## Thúc đẩy tiêu thụ, tăng năng lực cạnh tranh cho hàng Việt



Chương trình là nơi mở rộng kênh tiêu thụ bền vững

Chương trình Tự hào nông sản Việt Nam năm 2026 sẽ diễn ra từ ngày 23-26/4 tại Hà Nội, được xác định là hoạt động xúc tiến thương mại nông nghiệp quy mô lớn, góp phần thúc đẩy kết nối giao thương trong khuôn khổ khuyến công và phát triển sản xuất nông thôn.

Với quy mô khoảng 120 gian hàng, chương trình quy tụ các doanh nghiệp, hợp tác xã và cơ sở sản xuất đến từ Hà Nội và nhiều địa phương, trưng bày đa dạng nông sản, thực phẩm chế biến và hàng thủ công mỹ nghệ. Không gian sự kiện được thiết kế theo hướng mở, kết hợp giữa trưng bày, quảng bá và trải nghiệm, tạo điều kiện để các đơn vị trực tiếp giới thiệu sản phẩm, tiếp cận người tiêu dùng và kết nối với hệ thống phân phối.

Điểm nhấn của chương trình là các hoạt động kết nối cung - cầu được tổ chức xuyên suốt, giúp doanh nghiệp tìm kiếm đối tác, ký kết hợp tác và mở rộng thị trường tiêu thụ. Thông qua giao thương trực tiếp với siêu thị, chuỗi bán lẻ và các đơn vị phân phối, nhiều sản phẩm nông nghiệp, công nghiệp nông thôn có cơ hội tham gia sâu hơn vào chuỗi giá trị, nâng cao năng lực cạnh tranh.

Không chỉ dừng ở hoạt động trưng bày, chương trình còn tổ chức trình diễn chế biến, dùng thử sản phẩm và các hoạt động văn hóa, qua đó góp phần quảng bá thương hiệu, nâng cao nhận diện và thúc đẩy tiêu dùng nội địa.

## KHUYẾN CÔNG ĐẮK LẮK

# Cùng doanh nghiệp xây dựng thương hiệu

**T**rong những năm gần đây, hoạt động khuyến công trên địa bàn tỉnh Đắk Lắk đã và đang phát huy vai trò bộ đỡ quan trọng, giúp doanh nghiệp và cơ sở công nghiệp nông thôn nâng cao năng lực sản xuất, cải thiện chất lượng sản phẩm và mở rộng thị trường tiêu thụ. Thông qua các chương trình hỗ trợ đồng bộ, khuyến công từng bước góp phần thúc đẩy phát triển công nghiệp nông thôn theo hướng hiện đại, bền vững.

Điểm nổi bật của hoạt động khuyến công tại Đắk



Đắk Lắk tăng tốc nâng chất, mở rộng thị trường tiêu thụ

Lắk là tập trung hỗ trợ đổi mới công nghệ, đầu tư máy móc thiết bị tiên tiến, qua đó nâng cao năng suất, giảm chi phí và cải thiện chất lượng sản phẩm. Nhiều doanh nghiệp đã mạnh dạn ứng dụng khoa học kỹ thuật vào sản xuất, từng bước nâng cấp dây chuyền, đáp ứng tốt hơn các tiêu chuẩn của thị trường.

## ĐỒNG THÁP: Định hình lại cách phát triển công nghiệp nông thôn

**K**hông chỉ là một chương trình hỗ trợ, khuyến công tại Đồng Tháp đang được định hình như công cụ thúc đẩy tái cấu trúc sản xuất công nghiệp nông thôn theo hướng hiện đại, bền vững.

Việc tỉnh phê duyệt chương trình giai đoạn 2026-2030 cho thấy quyết tâm chuyển từ hỗ trợ đơn lẻ sang xây dựng nền tảng phát triển dài hạn, lấy công nghệ, thị trường và con người làm trụ cột.

Thay vì dàn trải nguồn lực, Đồng Tháp lựa chọn cách tiếp cận có trọng tâm, tập trung vào mô hình trình diễn kỹ thuật, hỗ trợ cơ sở sản xuất đổi mới thiết bị, nâng cấp quy trình và từng bước tự động hóa.

Đây không chỉ là đầu tư máy móc, mà là quá trình nâng cấp toàn diện năng lực sản xuất, giúp doanh nghiệp giảm chi phí, nâng cao chất lượng và thích ứng yêu cầu thị trường.

## ĐÀ NẴNG: Hoàn thiện cơ chế, khơi thông động lực phát triển

Trước yêu cầu hoàn thiện hệ thống chính sách sau điều chỉnh địa giới hành chính, thành phố Đà Nẵng đang xây dựng cơ chế khuyến công mới theo hướng đồng bộ, mở rộng và sát thực tiễn hơn. Việc đề xuất ban hành nghị quyết mới nhằm khắc phục tình trạng chông chéo giữa các chính sách hiện hành, đồng thời nâng cao hiệu quả hỗ trợ đối với doanh nghiệp và cơ sở sản xuất công nghiệp nông thôn.

Điểm đáng chú ý của cơ chế mới là mở rộng đối tượng thụ hưởng, không chỉ tập trung ở khu vực trung tâm mà còn hướng đến các vùng miền núi, hải đảo và làng nghề. Đây là bước đi quan trọng nhằm bảo đảm tính bao trùm của chính sách, tạo điều kiện để nhiều cơ sở sản xuất tiếp cận nguồn lực hỗ trợ, nhất là trong lĩnh vực sản xuất sản phẩm lưu niệm phục vụ du lịch.

## Kiến tạo nền tảng công nghiệp nông thôn hiện đại

Quảng Trị đang cho thấy quyết tâm rệt trong việc nâng tầm công nghiệp nông thôn khi đẩy mạnh đầu tư cho hoạt động khuyến công theo hướng bài bản, dài hạn. Không dừng ở vai trò hỗ trợ, khuyến công trở thành công cụ quan trọng thúc đẩy sản xuất bền vững, gắn với chuyển dịch cơ cấu kinh tế địa phương.

Theo kế hoạch, tổng kinh phí thực hiện chương trình khuyến công giai đoạn 2026-2030 của tỉnh dự kiến đạt khoảng 54,6 tỷ đồng, trong đó nguồn lực địa phương chiếm phần lớn, kết hợp với hỗ trợ từ khuyến công quốc gia. Đáng chú ý, tỉnh còn chủ động huy động thêm nguồn lực từ cấp cơ sở, tạo đòn bẩy kép đồng hành cùng doanh nghiệp và các cơ sở sản xuất.

Điểm nổi bật là mở rộng đối tượng thụ hưởng, từ doanh nghiệp nhỏ và vừa, hợp tác xã đến làng nghề, nghề nhân và đơn vị đầu tư hạ tầng cụm công nghiệp. Cùng với đó, chương trình tập trung vào đổi mới công nghệ, sản xuất sạch hơn và nâng cao giá trị sản phẩm, giúp nâng cao năng lực cạnh tranh.

