



BẢN TIN

KHUYẾN CÔNG

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

SỐ 6/2025

NÂNG THANG TIÊU CHÍ - NÂNG TẦM SẢN PHẨM CÔNG NGHIỆP NÔNG THÔN TIÊU BIỂU

Trang 6



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 SỬA XUẤT:

HUYỀN LINH - DƯƠNG NGÀ

BIÊN TẬP:

ĐÌNH DŨNG - HỒNG VÂN

THƯ KÝ BIÊN TẬP:

MỸ HẠNH

TRÌNH BÀY:

NHÓM KỸ THUẬT

Phát hành tại:

Công ty Phát hành Báo chí Trung ương

In 1.000 cuốn tại Công ty TNHH MTV

In Báo Hà Nội Mới

TRONG SỐ NÀY

TIÊU ĐIỂM

3. Hoàn thiện khung pháp lý cho sản phẩm công nghiệp nông thôn tiêu biểu

GÓC NHÌN - TRAO ĐỔI

6. Nâng thang tiêu chí - nâng tầm sản phẩm CNNT tiêu biểu

HOẠT ĐỘNG KHUYẾN CÔNG

8. Khuyến công Khánh Hòa: Nền tảng chính sách vững

10. Khuyến công Phú Thọ: Tiếp sức doanh nghiệp cơ khí

12. Khuyến công Quảng Trị: Nền tảng chính sách vững chắc, hiệu quả lan tỏa mạnh mẽ

ĐẦU TƯ - HỘI NHẬP - THỊ TRƯỜNG

18. Khuyến công Lâm Đồng: Lực đẩy mạnh cho công nghiệp nông thôn bứt phá

20. Hưng Yên tích cực xúc tiến tiêu thụ sản phẩm thế mạnh

21. Ứng dụng AI để phát triển cơ sở công nghiệp nông thôn

PHÁT TRIỂN CỤM CÔNG NGHIỆP

22. Hội Tổ soạn thảo Nghị định về quản lý, phát triển cụm công nghiệp

23. Ninh Bình thành lập 2 cụm công nghiệp tổng vốn hơn 1.650 tỉ đồng

SẢN PHẨM CÔNG NGHIỆP NÔNG THÔN TIÊU BIỂU

24. Phú Thọ: Đề xuất thiết thực cho bình chọn sản phẩm CNNT tiêu biểu

26. Tăng hiệu quả bình chọn sản phẩm CNNT tiêu biểu: Đề xuất từ địa phương

CHÍNH SÁCH

28. Chính sách khuyến công An Giang: Hỗ trợ công nghiệp nông thôn bứt phá

KINH NGHIỆM PHÁT TRIỂN

30. Hà Nội tạo bộ phóng tiêu thụ sản phẩm công nghiệp nông thôn

DOANH NGHIỆP - LÀNG NGHỀ

32. Thu nhập, môi trường, sáng tạo: Ba phép thử cho làng nghề Việt

KẾT NỐI GIAO THƯƠNG

34. Xúc tiến tiêu thụ cho sản phẩm tiểu thủ công nghiệp: Cách nào hiệu quả?

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

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

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

ĐT: 024.63260739; Fax: 024.39366402 - 39386300

Email: ngadt.baoct@moit.gov.vn



Hội thảo lấy ý kiến về bình chọn sản phẩm CNNT tiêu biểu

HOÀN THIỆN KHUNG PHÁP LÝ CHO SẢN PHẨM CÔNG NGHIỆP NÔNG THÔN TIÊU BIỂU

Sau hơn 10 năm triển khai, chương trình bình chọn sản phẩm công nghiệp nông thôn (CNNT) tiêu biểu đã tạo dấu ấn quan trọng, góp phần phát triển kinh tế công nghiệp địa phương cũng như đất nước. Tuy nhiên, để thúc đẩy công tác này, Bộ Công Thương đang nỗ lực hoàn thiện khung pháp lý phù hợp với yêu cầu hội nhập, phát triển bền vững và cơ chế quản lý hai cấp.

► ĐÌNH DỨNG

Những đóng góp từ bình chọn

Trong suốt hơn một thập kỷ qua, chương trình bình chọn sản phẩm CNNT tiêu biểu do Bộ Công Thương thực hiện đã trở thành một trong những điểm nhấn quan trọng trong công tác khuyến công, góp phần khẳng định giá trị và vị thế của sản phẩm CNNT Việt Nam trên thị trường trong nước và quốc tế.

Chương trình đã trở thành kênh đánh giá uy tín, tạo cú hích mạnh mẽ để các cơ sở CNNT cải tiến chất lượng, đa dạng hóa mẫu mã, nâng cao giá trị và hướng tới thị trường rộng lớn hơn; không chỉ giúp người tiêu dùng được sử dụng sản phẩm tốt mà còn góp phần giữ gìn văn hoá truyền thống của làng nghề, nâng cao vị thế, thương hiệu cho doanh nghiệp, cơ sở sản xuất.

Theo thống kê của Bộ Công Thương, qua nhiều kỳ bình chọn, hàng nghìn sản phẩm CNNT đã được tôn

vinh ở các cấp. Tính đến hết năm 2024, chương trình khuyến công quốc gia và địa phương đã tổ chức bình chọn và cấp Giấy chứng nhận cho 4.154 sản phẩm tiêu biểu cấp tỉnh, 2.111 sản phẩm cấp khu vực và 686 sản phẩm cấp quốc gia ở nhiều lĩnh vực: Thủ công mỹ nghệ, chế biến nông sản - thực phẩm, thiết bị cơ khí, dệt may, hóa mỹ phẩm. v.v.

Theo nhiều chuyên gia, công tác bình chọn sản phẩm CNNT tiêu biểu đã mang lại nhiều lợi ích. Lợi ích đầu tiên và rõ rệt nhất phải kể đến là tạo động lực đổi mới công nghệ, nâng cao chất lượng sản phẩm. Nhiều cơ sở CNNT trước đây vốn chỉ sản xuất nhỏ lẻ, mẫu mã đơn điệu, nhưng khi tham gia bình chọn đã thay đổi tư duy để đầu tư thiết bị, chuẩn hóa quy trình, đáp ứng tiêu chuẩn về chất lượng, môi trường và an toàn cũng như gia tăng khả năng cạnh tranh.



Bà Nguyễn Thị Lâm Giang- Cục trưởng Cục ĐCK, Bộ Công Thương

Thứ hai là gia tăng giá trị thương hiệu cho sản phẩm, bộ sản phẩm. Bởi lẽ, chứng nhận CNNT tiêu biểu trở thành “tem bảo đảm” cho sản phẩm, giúp cơ sở sản xuất dễ dàng tiếp cận thị trường, đặc biệt là các hệ thống phân phối hiện đại. Tại nhiều địa phương, sản phẩm đạt chứng nhận CNNT tiêu biểu đã trở thành niềm tự hào, là thương hiệu tập thể đại diện cho cả vùng, được kết nối với các chương trình xúc tiến thương mại, hội chợ quốc tế.

Thứ ba là tác động tích cực đến phát triển cộng đồng. Bình chọn sản phẩm CNNT tiêu biểu không chỉ kích lệ tinh thần sáng tạo của các chủ thể sản xuất mà còn thúc đẩy sự liên kết giữa nông dân, hợp tác xã, doanh nghiệp. Từ đó, hình thành chuỗi giá trị từ nguyên liệu đến chế biến, tiêu thụ, góp phần tạo việc làm, tăng thu nhập và giữ gìn nghề truyền thống. Đây là nền tảng quan trọng để nông thôn phát triển bền vững, gắn với công nghiệp hóa và hiện đại hóa.

Lý do phải hoàn thiện khung pháp lý

Tại Hội thảo lấy ý kiến góp ý sửa đổi Thông tư quy định việc tổ chức bình chọn sản phẩm của Bộ Công Thương, nhiều đại biểu đến từ các Sở Công Thương, hiệp hội và cơ sở sản xuất CNNT cho rằng, bên cạnh những kết quả tích cực, thực tiễn cũng chỉ ra rằng khung pháp lý cho công tác bình chọn sản phẩm CNNT tiêu biểu còn một số hạn chế cần sửa đổi bổ sung cho phù hợp với bối cảnh “sắp xếp lại giang sơn” và thực hiện mô hình chính quyền 2 cấp.

Thứ nhất, tiêu chí bình chọn chưa thật sự bắt kịp xu hướng phát triển. Một số tiêu chí còn nặng về hình thức, chưa chú trọng đến các yêu cầu mới của thị trường như ứng dụng công nghệ số, tiêu chuẩn ESG (Môi trường - Xã hội - Quản trị), hay tiêu chí về đổi mới thiết kế. Điều này khiến nhiều sản phẩm tuy có tiềm năng xuất khẩu, đáp ứng yêu cầu thị

trường quốc tế nhưng lại khó được công nhận hoặc chưa được đánh giá đúng mức.

Thứ hai, cách thức tổ chức bình chọn còn chưa thống nhất giữa các địa phương. Do thẩm quyền phân cấp cho chính quyền địa phương trước đây (tỉnh/huyện), nhiều nơi còn lúng túng trong khâu triển khai. Một số địa phương chưa chú trọng đúng mức, dẫn đến tình trạng quy mô bình chọn hạn chế, chưa tạo được sức lan tỏa. Điều này gây khó khăn cho việc đồng bộ chất lượng sản phẩm CNNT tiêu biểu trên phạm vi toàn quốc.

Thứ ba, công tác hậu bình chọn còn yếu. Dù nhiều sản phẩm được công nhận CNNT tiêu biểu nhưng cơ chế hỗ trợ sau đó (về vốn, xúc tiến thương mại, tiếp cận công nghệ) chưa đủ mạnh. Một số cơ sở CNNT sau khi đạt chứng nhận vẫn loay hoay trong khâu tiêu thụ, chưa mở rộng được quy mô sản xuất, thậm chí mất dần động lực đổi mới.

Thứ tư, hành lang pháp lý còn chồng chéo và chưa đồng bộ. Quy định về bình chọn CNNT tiêu biểu hiện mới dừng ở thông tư hướng dẫn, chưa gắn kết chặt chẽ với các chính sách liên quan như OCOP, chương trình xây dựng nông thôn mới, hay chính sách phát triển công nghiệp hỗ trợ.

Thứ năm, nguồn lực triển khai còn hạn chế, đặc biệt là kinh phí dẫn đến việc tổ chức ở nhiều địa phương mang tính hình thức. Bên cạnh đó, đội ngũ cán bộ trực tiếp thực hiện chưa đồng đều về năng lực, thiếu sự phối hợp giữa các cơ quan liên quan.

Những hạn chế nêu trên cho thấy, nếu không có sự điều chỉnh kịp thời, chương trình bình chọn CNNT tiêu biểu sẽ khó giữ vững uy tín và lan tỏa, đặc biệt trong bối cảnh đất nước bước vào giai đoạn hội nhập sâu rộng, cạnh tranh ngày càng gay gắt.

Kỳ vọng mới

Nhận rõ những hạn chế nêu trên, Bộ Công Thương đã hoàn thiện dự thảo và đang tiến hành lấy ý kiến rộng rãi để sửa đổi, bổ sung Thông tư quy định về bình chọn sản phẩm CNNT tiêu biểu. Đây được coi là bước đi quan trọng để hoàn thiện khung pháp lý, khắc phục bất cập và tạo động lực mới cho CNNT trong giai đoạn mới.

Theo Cục trưởng Cục Đổi mới sáng tạo, Chuyển đổi xanh và Khuyến công Nguyễn Thị Lâm Giang, việc sửa đổi Thông tư nhằm khắc phục những khó khăn tồn tại, đồng thời điều chỉnh, bổ sung nhiều nội dung mới, bảo đảm tính khả thi, đồng bộ giữa các cấp tổ chức bình chọn; đặc biệt không làm phát sinh thủ tục hành chính hoặc nghĩa vụ pháp lý bắt buộc đối với cơ sở đăng ký tham gia; thúc đẩy ứng dụng nền tảng số trong hoạt động bình chọn, nâng cao tính minh bạch và khả năng liên thông dữ liệu, tạo thuận lợi trong công tác triển khai thực hiện từ trung ương đến địa phương.

Nhiều ý kiến cho rằng, bên cạnh tiêu chí chung cần xây dựng bộ tiêu chí riêng theo nhóm sản phẩm để dễ thực hiện, đồng thời xem xét các tiêu chí theo hướng đơn giản để giúp hội đồng chấm điểm có thể lựa chọn các sản phẩm đúng đắn. Trong khi đó, một số ý kiến cho rằng cần tăng tính linh hoạt và minh bạch; phân cấp mạnh hơn giữa trung ương và địa phương; xây dựng dữ liệu điện tử, áp dụng chuyển đổi số trong công tác bình chọn; phát triển kênh giới thiệu sản phẩm để hỗ trợ đưa sản phẩm lên sàn thương mại điện tử, giảm phí tham gia để mở rộng tiêu thụ cho sản phẩm CNNT tiêu biểu.

Nhìn chung, các ý kiến đều thống nhất rằng cần sửa đổi, cập nhật tiêu



Các đại biểu trao đổi bên lề hội nghị

chí bình chọn theo hướng hiện đại và hội nhập; có hệ thống giám sát, đánh giá minh bạch; thống nhất phân cấp mạnh mẽ; hỗ trợ sau bình chọn để phát triển mạnh mẽ; công tác bình chọn gắn kết chặt chẽ với các chương trình quốc gia khác, tạo ra sự liên thông chính sách, gia tăng giá trị cộng hưởng, tránh dàn trải nguồn lực; khuyến khích xã hội hoá trong đầu tư, phát triển chuỗi giá trị; đẩy mạnh truyền thông cho các hoạt động bình chọn và hỗ trợ sau bình chọn.

Đánh giá về việc sửa đổi Thông tư, bà Hà Thị Vinh - Giám đốc công ty TNHH Gốm sứ Quang Vinh bày tỏ sự kỳ vọng lớn lao vào những bước đi tiếp theo của Bộ Công Thương. Theo bà, điểm quan trọng nhất là sự thay đổi trong vai trò và cách tiếp cận của cơ quan quản lý: Bộ không chỉ dừng lại ở việc tổ chức một cuộc thi để chấm giải, mà cần trở thành “bà đỡ”, “tay vịn” vững chắc, hỗ trợ doanh nghiệp ngay từ nền tảng để họ có đủ năng lực tạo ra những sản phẩm xuất sắc.

Bà Vinh đặc biệt nhấn mạnh để xuất xây dựng các “Trung tâm thiết

kế đổi mới sáng tạo” tại những vùng làng nghề trọng điểm, nhất là các khu vực có tiềm năng xuất khẩu. Các trung tâm này cần sự chung tay của cả Nhà nước và doanh nghiệp: Nhà nước hỗ trợ mặt bằng, ưu đãi thuế và một phần kinh phí nhập khẩu thiết bị, còn doanh nghiệp và người dân góp vốn để thuê chuyên gia, đầu tư máy móc hiện đại.

Theo bà Vinh, mô hình này sẽ trở thành nơi “giải mã” những bài toán công nghệ, thiết kế, thị trường, giúp doanh nghiệp đi con đường ngắn nhất để đạt các tiêu chí khắt khe, từ đó đưa ra đời những sản phẩm nông thôn tiêu biểu, bền vững và có sức cạnh tranh quốc tế.

Với sự vào cuộc quyết liệt của Bộ Công Thương cùng sự tham gia của các địa phương, hiệp hội và cộng đồng doanh nghiệp, việc sửa đổi Thông tư lần này sẽ là bước ngoặt quan trọng. Nó không chỉ tháo gỡ rào cản pháp lý, mà còn mở ra kỳ vọng mới: xây dựng thương hiệu mạnh cho sản phẩm CNNT Việt Nam, góp phần phát triển nông thôn bền vững và hiện thực hóa khát vọng đất nước thịnh vượng. ■

NÂNG THANG TIÊU CHÍ - NÂNG TẦM SẢN PHẨM CNNT TIÊU BIỂU

Trao đổi bên lề hội thảo góp ý thông tư về bình chọn sản phẩm CNNT tiêu biểu diễn ra ngày 22/8 do Cục Đổi mới sáng tạo, Chuyển đổi xanh và Khuyến công tổ chức, ông Dương Tấn Cương - Trưởng Phòng Chính sách, Liên minh Hợp tác xã Việt Nam cho rằng, cần nâng thang tiêu chí theo mỗi cấp bình chọn.

► NGỌC ANH (thực hiện)



Ông có đề xuất nâng cấp tiêu chí theo từng cấp bình chọn sản phẩm công nghiệp nông thôn (CNNT) tiêu biểu, xin chia sẻ cụ thể vấn đề này?

Hiện nay, bộ tiêu chí bình chọn sản phẩm CNNT tiêu biểu gồm nhiều nhóm nội dung: Kinh tế, sản phẩm, xã hội, môi trường... nhưng bộ tiêu chí này không thể dùng chung cho cả ba cấp. Theo tôi, ban soạn thảo nên lựa chọn các tiêu chí cơ bản nhất cho cấp xã, ví dụ khoảng 10 tiêu chí với 4 nhóm chỉ tiêu.

Lên cấp tỉnh, cần bổ sung thêm những yêu cầu hướng tới phát triển thị trường hoặc điều chỉnh số điểm giữa các nhóm. Ví dụ, cấp xã chỉ yêu cầu sản phẩm tiêu thụ nội địa, nhưng cấp tỉnh cần thêm tiêu chí sản phẩm xuất khẩu, chiếm 30-50% thị phần thì mới đạt chuẩn. Ngoài ra, có thể bổ sung tiêu chí đổi mới sáng tạo, chuyển đổi số, truy xuất nguồn gốc...

Còn ở cấp quốc gia, mục tiêu là hướng tới xuất khẩu. Sản phẩm phải đạt tỷ lệ doanh thu nhất định, có tiêu chuẩn cao hơn như áp dụng kinh tế tuần hoàn, tiến tới Net Zero... Tóm lại, hệ thống tiêu chí cần tiến triển dần, để cơ sở sản xuất phấn đấu từ cấp xã lên cấp tỉnh, rồi quốc gia. Nếu dùng chung một bộ tiêu chí, sẽ không phân loại được và khó tạo động lực nâng tầm sản phẩm.

Như vậy, nâng cấp tiêu chí nhằm tạo động lực, nhưng ngoài thông tư, theo ông có cần chính sách hỗ trợ khác để khuyến khích doanh nghiệp tham gia không?

Bản chất của việc bình chọn là giúp cơ sở sản xuất đưa sản phẩm ra thị trường, đó là mục tiêu cuối cùng. Doanh nghiệp tham gia mong muốn có thương hiệu, nhãn hiệu để quảng bá.

Để khuyến khích được doanh

nghiệp tham gia, cần cụ thể hóa mức hỗ trợ ở từng cấp. Ví dụ, đạt cấp xã được lợi ích gì, cấp tỉnh ra sao, cấp quốc gia như thế nào. Như vậy, cơ sở sản xuất mới tính toán được chi phí cải tiến công nghệ, đầu tư sản xuất, giảm giá thành... để tối ưu lợi ích. Quan trọng là phải quy định rõ việc tham gia bình chọn hoàn toàn miễn phí, để các cơ sở tự tin, phù hợp với năng lực. Họ cần thấy rõ lợi ích thì mới sẵn sàng đầu tư.

Ông vừa nhấn mạnh mục tiêu cuối cùng của bình chọn là đưa sản phẩm ra thị trường, hiện nay, Bộ Công Thương đã có những chính sách hỗ trợ, để hiệu quả hơn, ông có khuyến nghị gì?

Điều 17 dự thảo có nhắc đến hoạt động xúc tiến thương mại, kết nối thị trường cho sản phẩm CNNT tiêu biểu như hội chợ triển lãm, nhưng đây là kênh truyền thống, không tạo



Tôn vinh và trao giấy chứng nhận sản phẩm công nghiệp nông thôn tiêu biểu khu vực phía Bắc 2024 Ảnh: VGP/Thùy Linh

đột phá. Thực tế, nhiều hợp tác xã, doanh nghiệp sẵn sàng bỏ chi phí tham gia hội chợ nên không nhất thiết coi đó là lợi ích lớn.

Theo tôi, cần thiết kế một chương trình riêng cho sản phẩm CNNT tiêu biểu. Ví dụ, xây dựng cổng thương mại điện tử, website giới thiệu sản phẩm, huy động các đơn vị, các chương trình trong ngành Công Thương cùng làm nhiệm vụ quảng bá, kết nối khách hàng với cơ sở sản xuất.

Ngoài ra, có thể hỗ trợ sản phẩm tiếp cận các sàn thương mại điện tử trong và ngoài nước, bằng cách giảm phí tham gia, trợ giá dịch vụ... Như vậy mới thật sự giúp sản phẩm đến được tay người tiêu dùng, đồng thời tạo “quyền lực thị trường” cho nhóm sản phẩm này.

Dự thảo lần này có điểm đáng chú ý là nêu rõ bỏ thủ tục, ông đánh giá thế nào về điều này và cần làm gì để tạo sức hút mạnh mẽ hơn nữa cho chương trình?

Thủ tục bình chọn hiện nay khá phức tạp, tốn thời gian và chi phí, đơn giản hóa là rất cần thiết. Nếu ứng dụng môi trường điện tử trong nộp hồ sơ, càng tiện lợi hơn.

Để thuận lợi hơn cho doanh nghiệp, cơ sở sản xuất CNNT, tôi đề



Sản phẩm Mật ong sú vẹt (Công ty TNHH MTV Bảo Sơn Food) - sản phẩm CNNT tiêu biểu khu vực phía Bắc năm 2024

ngợi thêm “luồng xanh” cho các sản phẩm đã có chứng chỉ quốc tế như FDA, CE, GlobalGAP ... không nên yêu cầu họ chứng nhận lại. Điều đó vừa giảm thủ tục, vừa khuyến khích cơ sở tham gia.

Để tăng sức hút cho chương trình, đầu tiên phải nhìn thấy hiệu quả của chương trình đã, tức là phải có tổng kết, đánh giá cụ thể để biết các cơ sở tham gia bình chọn được lợi ích gì, chẳng hạn doanh thu tăng, mở rộng thị trường xuất khẩu... Nếu có số liệu rõ ràng, như doanh thu

tăng bao nhiêu phần trăm sau một năm, hay so sánh giữa cơ sở tham gia và không tham gia thì sẽ rất thuyết phục.

Từ kết quả đánh giá đó, truyền thông mạnh mẽ hơn trên đa kênh, đa nền tảng để làm nổi bật chương trình và hiệu quả của chương trình để không chỉ doanh nghiệp mà ngay cả nhân dân đều biết. Từ đó sẽ mở những cơ hội để tăng số lượng tham gia chương trình.

Xin trân trọng cảm ơn ông!

KHUYẾN CÔNG KHÁNH HÒA:

NỀN TẢNG CHÍNH SÁCH VỮNG



Hội nghị kết nối cung cầu sản phẩm công nghiệp nông thôn tiêu biểu tỉnh Khánh Hòa năm 2024

Trong giai đoạn 2021-2025, công tác khuyến công tại Khánh Hòa đã được triển khai đồng bộ. Với nền tảng chính sách rõ ràng, quá trình tổ chức thực hiện khuyến công đã mang lại những hiệu quả thiết thực, thể hiện qua nhiều mô hình ứng dụng tiến bộ kỹ thuật, hỗ trợ doanh nghiệp đổi mới công nghệ, nâng cao năng lực sản xuất.

► **THANH TÂM**

Kết quả nổi bật từ triển khai đồng bộ

Ngay sau khi Thủ tướng Chính phủ phê duyệt Chương trình khuyến công quốc gia giai đoạn 2021-2025 theo Quyết định số 1881/QĐ-TTg, Khánh Hòa đã chủ động ban hành các văn bản cụ thể để triển khai thực hiện. Sở Công Thương được giao vai trò nòng cốt, tham mưu ban hành chương trình khuyến công giai đoạn cùng các kế hoạch hàng năm, bảo đảm đúng mục tiêu, nội dung, đối tượng hỗ trợ. Việc phổ biến chủ trương, hướng dẫn chính sách đến tận các cấp huyện, thị xã, thành phố và phối hợp chặt chẽ với các

tổ chức chính trị - xã hội đã giúp khuyến công lan tỏa sâu rộng, được nhiều cơ sở công nghiệp nông thôn (CNNT) biết và tham gia.

Kết quả, đến nay, Khánh Hòa đã thực hiện 40 đề án ứng dụng máy móc thiết bị tiên tiến trong sản xuất CN-TTCN với tổng kinh phí hỗ trợ hơn 5,38 tỷ đồng, thu hút thêm 20 tỷ đồng vốn đối ứng từ doanh nghiệp. Trong số các mô hình tiêu biểu có thể kể đến: Ứng dụng máy móc thiết bị tiên tiến vào sản xuất cơ khí tàu biển tại Công ty TNHH H.T.H và Công ty TNHH Hưng Bảo; sản xuất dụng cụ thể thao của Công ty Việt Pháp tại cụm công nghiệp Diên Phú;

chế biến sản phẩm từ rong biển của Công ty TNHH Trí Tín (Ninh Hòa);cản xuất sản phẩm yến hũ của Công ty Cổ phần DT Food (Nha Trang). Những mô hình này không chỉ giúp doanh nghiệp tiết kiệm chi phí, nâng cao năng lực cạnh tranh mà còn góp phần hình thành những “hạt nhân” lan tỏa công nghệ hiện đại trong sản xuất CNNT địa phương.

Song song với đó, công tác bình chọn sản phẩm CNNT tiêu biểu cũng được duy trì. Trong giai đoạn 2021-2023, tỉnh đã tổ chức 2 kỳ bình chọn cấp huyện và tỉnh, đăng ký tham gia khu vực và quốc gia với tổng kinh phí hỗ trợ 1,04 tỷ đồng. Đặc biệt, năm 2024, một doanh nghiệp tại huyện miền núi Khánh Sơn đã được hỗ trợ 40 triệu đồng để thành lập phòng trưng bày sản phẩm, mở rộng cơ hội quảng bá và kết nối thị trường. Ngoài ra, các hoạt động tập huấn, tư vấn,

nâng cao năng lực quản lý cho cơ sở CNNT cũng được chú trọng. Tổng cộng, ngân sách nhà nước đã hỗ trợ trực tiếp 6,89 tỷ đồng cho các hoạt động khuyến công giai đoạn 2021-2024, cùng với nguồn vốn tự có hơn 20 tỷ đồng từ các cơ sở CNNT. Đây là minh chứng rõ ràng cho tính hiệu quả của cơ chế “đầu tư môi” từ khuyến công, tạo động lực để doanh nghiệp mạnh dạn bỏ vốn, đổi mới sản xuất.

Nền tảng chính sách vững chắc cho phát triển lâu dài

Nhìn lại cả giai đoạn, có thể thấy hiệu quả đạt được của khuyến công Khánh Hòa không chỉ nằm ở những con số kinh phí hay số lượng mô hình được hỗ trợ, mà quan trọng hơn là cách thức tổ chức, nền tảng chính sách và hệ thống thực thi được xây dựng bài bản, đồng bộ.

Từ việc ban hành Quyết định số 16/2016/QĐ-UBND và Quyết định số 39/2018/QĐ-UBND sửa đổi, bổ sung quy định quản lý chương trình khuyến công, Khánh Hòa đã thiết lập một khung khổ pháp lý rõ ràng, minh bạch, tạo thuận lợi cho cả cơ quan quản lý lẫn doanh nghiệp tham gia. Các kế hoạch khuyến công hằng năm (từ 2021 đến 2024) đều được UBND tỉnh phê duyệt kịp thời, giúp triển khai đúng tiến độ, đảm bảo hiệu quả sử dụng ngân sách.

Không chỉ dừng lại ở hỗ trợ tài chính, các hoạt động khuyến công tại Khánh Hòa đã khẳng định vai trò “bà đỡ” về tri thức, quản trị và kết nối thị trường cho doanh nghiệp CNNT. Các lớp đào tạo, hoạt động tư vấn, chương trình truyền thông đã thực sự trở thành cầu nối giữa chính sách và thực tiễn, giúp doanh nghiệp tự tin đổi mới, thích ứng với xu thế cạnh tranh ngày càng khốc liệt.

Tuy chưa triển khai nhiều mô hình sản xuất sạch hơn, hay các dự án liên kết chuỗi giá trị, nhưng bước đi thận trọng và tập trung vào đổi mới công nghệ, quảng bá sản phẩm chính là sự lựa chọn phù hợp với thực tế địa phương. Đây cũng là nền tảng để giai đoạn tới, khuyến công Khánh Hòa có thể mở rộng chiều sâu, hướng tới các mô hình xanh, bền vững.

Có thể nói, hiệu quả của khuyến công Khánh Hòa giai đoạn 2021-2025 được thể hiện ở ba phương diện: Chính sách rõ ràng - mô hình tiêu biểu - sự đồng hành của doanh nghiệp. Chính những trụ cột này đã giúp khuyến công không chỉ dừng lại ở hỗ trợ tài chính ngắn hạn, mà còn góp phần xây dựng nền tảng phát triển CNNT bền vững cho tỉnh. ■



Nghiệm thu để án khuyến công địa phương 2024 “Ứng dụng máy móc thiết bị sản xuất đại thép” tại Công ty TNHH Xây dựng - Thương mại Minh Khôi



Sau khi được hỗ trợ từ nguồn kinh phí khuyến công địa phương năm 2024, sản xuất tại Công ty TNHH HTH Vĩnh Phúc tăng cả chất và lượng

KHUYẾN CÔNG PHÚ THỌ TIẾP SỨC DOANH NGHIỆP CƠ KHÍ

Tại Phú Thọ, sự đồng hành của nguồn vốn khuyến công đã và đang giúp nhiều doanh nghiệp cơ khí mạnh dạn đổi mới công nghệ, nâng cao năng lực cạnh tranh. Trường hợp của Công ty TNHH HTH Vĩnh Phúc là minh chứng sinh động, cho thấy tính hiệu quả, thiết thực của chính sách này.

► **NGỌC THẮNG**

Hiệu quả từ đổi mới công nghệ

Năm 2024, Công ty TNHH HTH Vĩnh Phúc nhận được sự hỗ trợ 270 triệu đồng từ nguồn vốn khuyến công của Sở Công Thương Phú Thọ để thực hiện đề án “Hỗ trợ kinh phí đầu tư máy móc thiết bị tiên tiến trong sản xuất gia công cơ khí”. Với khoản hỗ trợ này, doanh nghiệp đã mạnh dạn đầu tư hơn 1,1 tỷ đồng mua mới máy cắt laser FM3015 và máy chấn hiện đại - những thiết bị giữ vai trò then chốt trong dây chuyền sản xuất.

Sự đầu tư đúng thời điểm đã tạo ra bước chuyển biến rõ rệt. Năng suất lao động tăng cao, chất lượng sản phẩm cải thiện đáng kể, đồng thời

tiết kiệm nguyên liệu và nhân công so với phương thức sản xuất thủ công. Đặc biệt, công nghệ mới giúp doanh nghiệp đa dạng hóa mẫu mã, đáp ứng tốt yêu cầu ngày càng khắt khe của khách hàng. Không chỉ dừng ở thị trường trong nước, HTH Vĩnh Phúc đã trở thành đối tác gia công tin cậy cho nhiều công ty Hàn Quốc tại các khu công nghiệp lớn như Khai Quang, Bá Thiện II và Thăng Long Vĩnh Phúc.

Không chỉ mang lại lợi ích kinh tế, việc ứng dụng máy móc tiên tiến còn giúp cải thiện môi trường làm việc, giảm phế phẩm và đảm bảo an toàn lao động. Người lao động tại công ty có mức thu nhập ổn định từ 12 - 15 triệu đồng/tháng, đời sống được

nâng cao, tạo ra sự gắn bó lâu dài với doanh nghiệp. Có thể thấy, khuyến công không chỉ hỗ trợ doanh nghiệp, mà còn góp phần trực tiếp vào an sinh xã hội tại địa phương.

Hỗ trợ đi vào chiều sâu

Thành công từ đề án tại Công ty HTH Vinh Phúc chỉ là một trong nhiều điển hình cho thấy hướng đi đúng đắn của Phú Thọ trong triển khai chính sách khuyến công. Không chỉ dừng ở việc hỗ trợ vốn, tỉnh đã có định hướng dài hạn, gắn với việc quy định rõ mức hỗ trợ cho từng nội dung đề án.

Đặc biệt, theo Nghị quyết số 21/2024/NQ-HĐND, Phú Thọ quy định mức hỗ trợ tối đa 300 triệu đồng cho một đề án ứng dụng máy móc, thiết bị tiên tiến vào sản xuất và tối đa 500 triệu đồng cho một mô hình trình diễn kỹ thuật. Đây là hai nội dung được ưu tiên hàng đầu, thể hiện rõ định hướng của tỉnh: không chỉ giúp doanh nghiệp đổi mới công nghệ, mà còn khuyến khích xây dựng các mô hình mẫu để nhân rộng, tạo lan tỏa trong cộng đồng công nghiệp nông thôn.

Theo đại diện Sở Công Thương Phú Thọ, việc hỗ trợ doanh nghiệp đầu tư máy móc hiện đại là chủ trương phù hợp, đúng với định hướng phát triển công nghiệp của địa phương. Đã không chỉ giúp doanh nghiệp giải quyết đầu ra, tạo thêm việc làm, mà còn lan tỏa động lực đổi mới công nghệ trong toàn ngành cơ khí của tỉnh.

Trong dài hạn, Phú Thọ xác định khuyến công sẽ tiếp tục là công cụ chính sách quan trọng, song hành cùng doanh nghiệp trong suốt quá trình phát triển. Bằng cách quy định mức hỗ trợ cụ thể, minh bạch, tỉnh tạo niềm tin để các cơ sở sản xuất mạnh dạn xây dựng đề án, chủ động đầu tư. Với ngành cơ khí, việc khuyến khích ứng dụng mô hình trình diễn kỹ thuật không chỉ dừng lại ở việc mua sắm máy móc, mà còn mở ra cơ hội nhân rộng mô hình, để nhiều doanh nghiệp khác học hỏi, áp dụng.

Đặc biệt, khi xu thế hội nhập ngày càng sâu rộng, doanh nghiệp cơ khí Phú Thọ muốn đứng vững trên thị trường thì đổi mới công nghệ là con

đường tất yếu. Chính sách khuyến công vì vậy không chỉ là hỗ trợ trước mắt, mà còn là nền tảng xây dựng năng lực cạnh tranh lâu dài.

Thành công của HTH Vinh Phúc cho thấy, chỉ cần một cú hích ban đầu từ khuyến công, doanh nghiệp có thể bứt phá mạnh mẽ. Hỗ trợ không lớn, nhưng hiệu quả lan tỏa lại sâu rộng: tạo thêm việc làm, nâng cao thu nhập, đóng góp ngân sách và ổn định đời sống người lao động. Quan trọng hơn, chính sách này đã khơi dậy tinh thần dám nghĩ dám làm, giúp các chủ doanh nghiệp trẻ mạnh dạn khởi nghiệp trong lĩnh vực cơ khí vốn được xem là ngành đòi hỏi vốn đầu tư lớn và kỹ thuật cao.

Nhìn rộng ra, việc Phú Thọ kiên định định hướng hỗ trợ ứng dụng máy móc tiên tiến và mô hình trình diễn kỹ thuật sẽ giúp toàn ngành công nghiệp nông thôn phát triển theo chiều sâu, thay vì manh mún, nhỏ lẻ. Đây là cách tiếp cận bền vững, góp phần đưa công nghiệp địa phương trở thành trụ cột trong cơ cấu kinh tế, đóng góp tích cực cho mục tiêu công nghiệp hóa, hiện đại hóa. ■



KHUYẾN CÔNG QUẢNG TRỊ:

NỀN TẢNG CHÍNH SÁCH VỮNG CHẮC, HIỆU QUẢ LAN TỎA MẠNH MẼ



Hệ thống máy cắt chia khổ carton tự động được hỗ trợ một phần kinh phí từ nguồn vốn khuyến công quốc gia tại Công ty Cổ phần Bao bì Carton Quảng Trị

Chính sách làm nền tảng

Ngay sau khi Thủ tướng ban hành Quyết định số 1881/QĐ-TTg (20/11/2020) phê duyệt Chương trình khuyến công quốc gia giai đoạn 2021 - 2025, UBND tỉnh Quảng Trị đã chỉ đạo quyết liệt. Sở Công Thương trở thành cơ quan tham mưu, xây dựng kế hoạch và tổ chức triển khai chương trình khuyến công quốc gia lồng ghép với chương trình khác tại địa phương. Quảng Trị đã coi công tác xây dựng

chính sách là “nền móng” để mọi hoạt động khuyến công được thực hiện có căn cứ, có thẩm quyền và bền vững.

Theo đó, một loạt văn bản quan trọng được ban hành, như: Nghị quyết 38/2020/NQ-HĐND quy định nội dung, mức chi hỗ trợ hoạt động khuyến công, thay thế cho quy định cũ vốn không còn phù hợp; Quyết định 3849/QĐ-UBND (29/12/2020) phê duyệt Chương trình khuyến

Trong giai đoạn 2021-2025, công tác khuyến công tại Quảng Trị đã chứng minh vai trò không chỉ là “nguồn lực tiếp sức” cho cơ sở công nghiệp nông thôn (CNNT), mà còn là công cụ điều tiết, dẫn dắt quá trình công nghiệp hóa nông thôn dựa trên nền tảng chính sách được xây dựng bài bản.

► **NGỌC LINH**

công tỉnh giai đoạn 2021 - 2025, tạo “bản đồ” tổng thể cho cả giai đoạn... Đáng nói, không chỉ dừng lại ở ban hành chính sách mà địa phương còn liên tục kiểm tra, giám sát công tác triển khai. Nhờ đó, hoạt động khuyến công tại Quảng Trị không sa vào hình thức, mà duy trì được tính thực chất, minh bạch và hiệu quả.

Sự đồng bộ còn thể hiện ở phối hợp liên ngành: Sở Công Thương ký

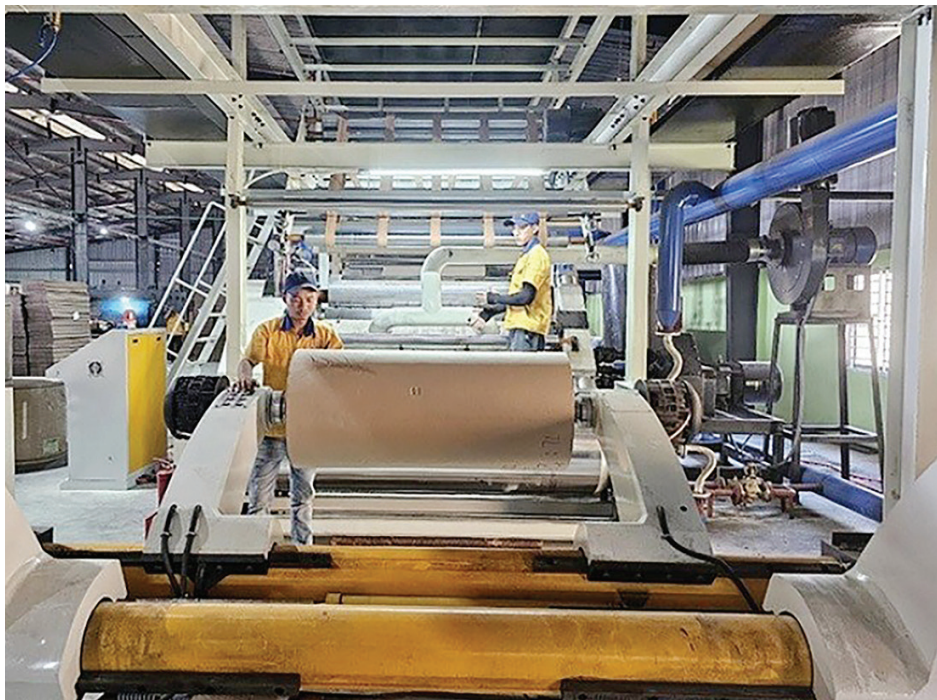
kết chương trình phối hợp với Hội Nông dân, Tỉnh đoàn, Hội Liên hiệp Phụ nữ, Ban quản lý Khu kinh tế và Liên minh Hợp tác xã. Điều này mở rộng mạng lưới triển khai, thu hút các tổ chức xã hội cùng tham gia, vừa hỗ trợ cơ sở CNNT, vừa gắn hoạt động khuyến công với phong trào phát triển cộng đồng.

Khuyến công gắn với nhu cầu thực tiễn

Trên cơ sở nền tảng chính sách vững chắc, trong giai đoạn 2021 - 2025, Quảng Trị (cũ) đã huy động tổng kinh phí khuyến công gần 31.000 triệu đồng (bao gồm khuyến công quốc gia và địa phương). Hiệu quả mang lại rõ nét nhờ cách phân bổ trọng tâm khi tập trung hỗ trợ ứng dụng máy móc tiên tiến, đổi mới công nghệ và phát triển sản phẩm CNNT tiêu biểu.

Ở cấp quốc gia, Quảng Trị đã triển khai 8 đề án, hỗ trợ 14 cơ sở ứng dụng máy móc thiết bị hiện đại. Những dây chuyền này không chỉ giúp tăng năng suất, giảm giá thành mà còn tạo ra sản phẩm mới, nâng sức cạnh tranh. Đặc biệt, các ngành chế biến gỗ, dược liệu, bao bì... đã hưởng lợi trực tiếp, tạo nên những doanh nghiệp đầu tàu.

Một số mô hình điển hình có thể kể đến: Công ty TNHH Tiến Phong (Cam Lộ) đầu tư máy móc chế biến gỗ, giúp tăng năng suất, giảm lãng phí nguyên liệu, đồng thời sản phẩm đáp ứng yêu cầu xuất khẩu. Công ty TNHH Thiên Ân Phát Quảng Trị ứng dụng công nghệ mới trong sản xuất, nâng cao chất lượng, đa dạng hóa sản phẩm. Công ty TNHH MTV Hiếu Anh, Công ty TNHH Phong Hải, Công ty TNHH MTV Gỗ Nguyên Phong... đều là



Công ty CP Bao bì carton Quảng Trị nâng cao năng suất nhờ khuyến công năm 2023
Ảnh: Thành Long

những đơn vị được hỗ trợ từ khuyến công để đổi mới công nghệ, cải thiện môi trường sản xuất.

Ở cấp địa phương, chương trình cũng được thực hiện linh hoạt hơn với 10 mô hình trình diễn kỹ thuật trong chế biến hạt, bột sấy lạnh, bao bì carton, may công nghiệp... với vốn hỗ trợ chỉ hơn 1,3 tỷ đồng nhưng huy động được tới 40 tỷ đồng từ doanh nghiệp đối ứng; 338 đề án ứng dụng máy móc với tổng hỗ trợ gần 19,500 triệu đồng, trải rộng các ngành nghề: chế biến nông - lâm - thủy sản, cơ khí nông nghiệp, sản xuất hàng tiêu dùng...; 4 đề án sản xuất sạch hơn, giúp doanh nghiệp nhận diện lãng phí, cải tiến công nghệ, giảm phát thải ra môi trường.

Công tác phát triển sản phẩm CNNT tiêu biểu cũng ghi dấu: 56 sản phẩm được công nhận cấp tỉnh, 14 sản phẩm đạt cấp khu vực, 2 sản phẩm đạt cấp quốc gia. Đây không

chỉ là sự tôn vinh mà còn là công cụ quảng bá, mở rộng thị trường...

Có thể nói, thành công lớn nhất của khuyến công Quảng Trị là ở tính lan tỏa: từ một phần vốn hỗ trợ, đã thu hút được khoảng 100 tỷ đồng vốn đầu tư từ doanh nghiệp. Tỷ lệ “1 vốn khuyến công - 4 vốn doanh nghiệp” là con số phản ánh hiệu quả thực chất, khẳng định khuyến công là đòn bẩy, không phải là nguồn vốn bao cấp.

Nhìn lại giai đoạn 2021 - 2025, có thể khẳng định khuyến công Quảng Trị đã đi đúng hướng khi vừa chú trọng xây dựng chính sách vững chắc làm nền tảng, vừa triển khai các mô hình cụ thể, thiết thực gắn với nhu cầu sản xuất. Nhờ vậy, công tác khuyến công không rơi vào tình trạng manh mún, dàn trải, mà tạo ra tác động lan tỏa rộng rãi, giúp doanh nghiệp đổi mới công nghệ, phát triển sản phẩm, mở rộng thị trường và ổn định việc làm. ■

Thành lập Trung tâm Khuyến công và Xúc tiến Công thương Tuyên Quang

Chiều 19/8, Sở Công Thương Tuyên Quang đã tổ chức Hội nghị công bố và trao các quyết định về công tác cán bộ đối với Trung tâm Khuyến công và Xúc tiến Công Thương (Trung tâm), thuộc Sở Công Thương.

Theo đó, Trung tâm được thành lập trên cơ sở sau khi hợp nhất Sở Công Thương tỉnh Hà Giang (cũ) và Sở Công Thương tỉnh Tuyên Quang (cũ). Trung tâm được thành lập gồm 3 phòng chuyên môn, nghiệp vụ: Phòng Tổng hợp hành chính; Phòng Xúc tiến thương mại; Phòng Khuyến công, đổi mới sáng tạo và chuyển đổi xanh.

Các quyết định bổ nhiệm lần này là bước kiện toàn nhân sự quan trọng, đảm bảo bộ máy tổ chức của Trung tâm hoạt động ổn định, hiệu quả và đáp ứng yêu cầu thực tiễn trong tình hình mới.

Phát biểu tại hội nghị, đồng chí Hoàng Đức Tiến, Phó Giám đốc Sở Công Thương Tuyên Quang đã khẳng định: Việc bổ nhiệm là kết quả của quá trình đánh giá công



Ban Giám đốc Sở Công Thương trao quyết định và chúc mừng Ban Giám đốc Trung tâm Khuyến công và Xúc tiến Công Thương Tuyên Quang

tâm, khách quan năng lực cán bộ, đồng thời thể hiện sự tin tưởng của cấp trên đối với tập thể lãnh đạo Trung tâm nhiệm kỳ mới.

Cao Bằng: Tiếp tục khảo sát, xây dựng đề án khuyến công

Theo báo cáo từ Trung tâm Khuyến công và Xúc tiến thương mại tỉnh Cao Bằng (Trung tâm), trong 6 tháng đầu năm 2025, Trung tâm tiếp tục khảo sát các cơ sở công nghiệp nông thôn trên địa bàn tỉnh, xây dựng đề án đăng ký kế hoạch khuyến công quốc gia năm 2025. Đồng thời tiếp tục tổng hợp hồ sơ các cơ sở công nghiệp nông thôn trên địa bàn tỉnh để đăng ký xây dựng kế hoạch khuyến công quốc gia năm 2026.

Về nhiệm vụ những tháng cuối năm, với khuyến công quốc gia, Trung tâm tiếp tục thực hiện công tác khảo sát các cơ sở công nghiệp nông thôn trên địa bàn tỉnh để xây dựng đề án, tổng hợp hồ sơ gửi Cục Đối mới sáng tạo, Chuyển đổi xanh và Khuyến công trình Bộ Công Thương phê duyệt Kế hoạch Khuyến công quốc gia năm 2026. Khuyến công địa phương, triển khai thực hiện Đề án đã được UBND tỉnh phê duyệt tại Quyết định số 1727/QĐ-UBND ngày 12/12/2024



Hỗ trợ ứng dụng máy móc thiết bị tiên tiến trong sản xuất miến dong tại Hợp tác xã nông nghiệp Cai Bộ từ nguồn kinh phí khuyến công quốc gia năm 2023

của Ủy ban nhân dân tỉnh Cao Bằng và khi Hội đồng nhân dân ban hành Nghị quyết Quy định mức chi cụ thể cho các hoạt động Khuyến công địa phương trên địa bàn tỉnh Cao Bằng. Khảo sát cơ sở công nghiệp nông thôn trên địa bàn tỉnh, lập Đề án, xây dựng kế hoạch khuyến công địa phương, khuyến công quốc gia năm 2026.

Lào Cai hỗ trợ hơn 4 tỷ đồng hoạt động khuyến công

Năm 2025, tỉnh Lào Cai tiếp tục hỗ trợ các cơ sở công nghiệp nông thôn trên địa bàn, cụ thể có 7 đơn vị, cơ sở công nghiệp nông thôn được hỗ trợ kinh phí từ chương trình khuyến công năm 2025.

Tổng kinh phí thực hiện các nhiệm vụ, đề án khuyến công năm 2025 là hơn 4,1 tỷ đồng theo Kế hoạch số 79/KH-UBND ngày 17/02/2025 của UBND tỉnh Lào Cai về khuyến công năm 2025 trên địa bàn tỉnh. Trong đó, kinh phí hỗ trợ từ nguồn vốn khuyến công cấp tỉnh, cấp huyện là hơn 1,2 tỷ đồng; còn lại là nguồn kinh phí đối ứng của các đơn vị thụ hưởng gần 2,9 tỷ đồng. Nội dung hỗ trợ tập trung vào các ngành nghề: chế biến nông, lâm, sản; dược liệu; đồ thủ công mỹ nghệ...

Việc hỗ trợ nhằm khuyến khích các tổ chức, cá nhân, các thành phần kinh tế tham gia đầu tư, phát triển sản xuất công nghiệp, tiểu thủ công nghiệp trên địa bàn; phát huy thế mạnh, tiết kiệm nguồn tài nguyên và đặc biệt nâng cao giá trị gia tăng, năng lực cạnh tranh của sản phẩm hàng hóa. Trước đó, trong năm 2024, tỉnh Lào Cai phê duyệt hơn 3,8



Các sản phẩm công nghiệp nông thôn của tỉnh Lào Cai năm 2024

tỷ thực hiện các nhiệm vụ đề án khuyến công trên địa bàn tỉnh. Nguồn kinh phí này hỗ trợ các cơ sở công nghiệp nông thôn thuộc những ngành, nghề có tiềm năng, thế mạnh và có khả năng cạnh tranh trên thị trường trong nước và xuất khẩu, như chế biến nông, lâm sản, dược liệu, đồ thủ công mỹ nghệ...

Khuyến công trợ lực cho công nghiệp nông thôn

Năm 2025, Trung tâm Xúc tiến Đầu tư, Thương mại và Du lịch tỉnh Bắc Kạn (nay là Thái Nguyên) đề ra các mục tiêu trọng điểm trong hoạt động khuyến công trong giai đoạn mới 2026 - 2030.

Cụ thể, tập trung chuyển giao công nghệ, ứng dụng máy móc tiên tiến, tăng cường đào tạo chuyển đổi số cho doanh nghiệp, xúc tiến thương mại các nông sản chủ lực của tỉnh tại các hội chợ, triển lãm và trên các sàn thương mại điện tử...

Đồng thời, tỉnh cũng đặt mục tiêu thực hiện 50 đề án khuyến công địa phương với tổng kinh phí khoảng 2,5 tỷ đồng và 10 đề án khuyến công quốc gia với tổng kinh phí khoảng 3 tỷ đồng trong giai đoạn 2026 - 2030. Dự kiến, chương trình sẽ hỗ trợ hơn 500 lượt doanh nghiệp và cơ sở sản xuất, tạo việc làm cho khoảng 3.000 - 4.000 lao động nông thôn. Để đạt mục tiêu, thời gian tới, Trung tâm Xúc tiến Đầu tư, Thương mại và Du lịch tỉnh Thái Nguyên cũng sẽ tăng cường quản lý, giám sát việc sử dụng kinh phí khuyến công đúng mục đích; khảo sát, lựa chọn các cơ sở, doanh nghiệp có năng lực và có nhu cầu thực sự



Hội đồng bình chọn sản phẩm công nghiệp nông thôn tiêu biểu tỉnh Bắc Kạn năm 2024 đang đánh giá sản phẩm

cần thiết để lập và xây dựng đề án khuyến công hỗ trợ phù hợp với định hướng phát triển của tỉnh.

LAM ANH

CÔNG NGHIỆP NÔNG THÔN NGHỆ AN: VƯỜN XA NHỎ KHUYẾN CÔNG



Nghiệm thu đề án khuyến công địa phương năm 2024

Những năm qua, chương trình khuyến công Nghệ An đã trở thành điểm tựa quan trọng giúp hàng trăm cơ sở công nghiệp nông thôn (CNNT) đổi mới công nghệ, nâng cao năng suất và chất lượng sản phẩm. Trong bối cảnh tỉnh đang chuyển sang mô hình chính quyền 2 cấp, hoạt động này càng được củng cố và định hướng rõ nét hơn, hướng tới giai đoạn mới với kỳ vọng mới.

► NGUYỄN VŨ

Hiệu quả được ghi nhận

Việc hỗ trợ ứng dụng máy móc, thiết bị tiên tiến vào sản xuất là nội dung trọng tâm trong hoạt động khuyến công của Nghệ An những năm qua. Nhiều cơ sở CNNT đã nhờ đó có điều kiện thay thế quy trình thủ công bằng dây chuyền bán tự động hoặc tự động, từ đó nâng cao năng suất, giảm chi phí và cải thiện chất lượng sản phẩm.

Một trong những minh chứng rõ nét là Công ty TNHH Đức Phong, chuyên sản xuất các sản phẩm mây tre đan. Nhờ chương trình khuyến công, Đức Phong được hỗ trợ tham

gia hội chợ thương mại trong và ngoài nước, trong đó có hội chợ quốc tế tại Đức nơi tập trung nhiều khách hàng tiềm năng. Từ đó, doanh nghiệp đã ký kết được hợp đồng xuất khẩu lớn, đưa sản phẩm mây tre Nghệ An vươn ra thị trường châu Âu. Không chỉ doanh thu phục hồi, công ty còn mở rộng việc làm cho lao động nông thôn, khẳng định sức sống bền bỉ của nghề truyền thống trong bối cảnh hội nhập.

Một điển hình khác là Công ty CP Tân Thành Long Group (Lovifood). Năm 2020, giữa lúc dịch bệnh khiến sản xuất đình trệ, công ty được

chương trình khuyến công hỗ trợ đầu tư máy nghiền bột, máy rang và máy đóng gói tự động. Việc ứng dụng thiết bị hiện đại đã mang lại nhiều đổi thay, năng suất tăng, chất lượng sản phẩm đồng đều hơn, chi phí gia công giảm đáng kể.

Bên cạnh hỗ trợ thiết bị, khuyến công Nghệ An còn triển khai nhiều hoạt động hỗ trợ: Đào tạo nghề, truyền nghề ngắn hạn, phát triển sản phẩm OCOP, hỗ trợ xây dựng thương hiệu, tổ chức bình chọn sản phẩm CNNT tiêu biểu, xúc tiến thương mại trong và ngoài tỉnh. Đặc biệt, trong giai đoạn hậu Covid-19, các chương trình này đã giúp hàng trăm cơ sở ổn định sản xuất, duy trì việc làm và góp phần vào phục hồi kinh tế nông thôn.

Định hướng trong bối cảnh mới

Qua thực tiễn triển khai có thể thấy, khuyến công Nghệ An đã rất linh hoạt trong triển khai, từ đó đạt nhiều kết quả tốt. Trong đó, địa phương đã chọn đúng đối tượng hỗ trợ khi tập trung vào cơ sở có tiềm năng phát triển, có khả năng lan tỏa. Sát cánh cùng doanh nghiệp thông qua việc không chỉ hỗ trợ vốn mà còn tư vấn công nghệ, kết nối thị trường. Phối hợp đồng bộ giữa các cấp chính quyền và đẩy mạnh truyền thông tạo sự lan tỏa cho chương trình.

Đặc biệt, Nghệ An chính thức vận hành mô hình chính quyền 2 cấp. Đây là thay đổi lớn trong tổ chức bộ máy, rút ngắn khâu trung gian, giúp công tác khuyến công được triển khai nhanh và trực tiếp hơn. Trong bối cảnh này, vai trò điều phối từ cấp tỉnh và sự chủ động của cấp xã là yếu tố then chốt. Cấp xã cần được tăng quyền đăng ký để án, trở thành “tai

mắt” nắm bắt nhu cầu cơ sở; còn cấp tỉnh cần nâng cao năng lực chỉ đạo, ứng dụng nền tảng số để phối hợp hiệu quả.

Thực tế cho thấy, những năm qua, Sở Công Thương và Trung tâm Khuyến công Nghệ An đã phối hợp chặt chẽ với địa phương để triển khai hàng loạt đề án. Việc lắng nghe nhu cầu cơ sở, tổ chức kiểm tra, giám sát thường xuyên giúp chính sách đi đúng địa chỉ, tránh dàn trải. Bước sang giai đoạn chính quyền 2 cấp, cơ chế này cần tiếp tục được củng cố để đảm bảo tính hiệu lực.

Không dừng lại ở kết quả đã đạt được, Nghệ An đã ban hành văn bản đôn đốc đăng ký hỗ trợ hoạt động khuyến công năm 2025, đồng thời

xây dựng kế hoạch khuyến công địa phương năm 2026. Theo đó, trọng tâm vẫn là hỗ trợ cơ sở ứng dụng công nghệ tiên tiến, tổ chức đào tạo nghề, phát triển sản phẩm OCOP, tham gia hội chợ triển lãm và quảng bá thương hiệu. Đáng chú ý, tình yêu cầu các đơn vị đăng ký đề án qua hệ thống phần mềm quản lý văn bản điện tử VNPTioffic, thể hiện rõ định hướng chuyển đổi số trong quản lý khuyến công.

Có thể khẳng định, khuyến công Nghệ An đã và đang phát huy vai trò “bệ đỡ” cho CNNT khi tiếp sức đúng lúc, kịp thời cho doanh nghiệp nông thôn vượt qua khó khăn, khẳng định chỗ đứng trên thị trường, thậm chí vươn ra quốc tế. ■



Sản phẩm Bột ngũ cốc bữa sáng tiện lợi của Công ty TNHH SX và TM Long Liên Nghệ An

KHUYẾN CÔNG LÂM ĐỒNG:

Lực đẩy mạnh cho công nghiệp nông thôn bứt phá

► LÊ DUNG

Nhờ sự hỗ trợ kịp thời từ các đề án, nhất là ứng dụng thiết bị tiên tiến vào sản xuất, khuyến công Lâm Đồng đã và đang tạo lực đẩy mạnh cho công nghiệp nông thôn của tỉnh bứt phá.



Thiết bị hỗ trợ từ nguồn vốn khuyến công địa phương năm 2024 của Lâm Đồng tại Công ty TNHH Sản xuất Thương mại Dịch vụ Cà phê Đất Đỏ

Đồng hành cùng cơ sở công nghiệp nông thôn

Nhiều năm qua, khuyến công đã trở thành bộ đỡ quan trọng, giúp nhiều doanh nghiệp công nghiệp nông thôn trên địa bàn tỉnh mạnh dạn nâng cấp công nghệ, nâng cao năng suất và chất lượng sản phẩm.

Công ty TNHH MTV Sản xuất, thương mại, dịch vụ Vương Anh là một điển hình. Khởi đầu từ một xưởng chế biến nhỏ, nay công ty đã trở thành doanh nghiệp có hệ thống thu mua - sản xuất - phân phối bài bản, với sản phẩm chính là hạt mắc ca sấy thăng hoa. Nhờ

ứng dụng công nghệ hiện đại, sản phẩm giữ được nguyên vị, đáp ứng nhu cầu ngày càng khắt khe của thị trường.

Ông Nguyễn Công Trường, Giám đốc công ty chia sẻ, nhận thấy mắc ca được trồng nhiều ở Lâm Đồng nhưng chế biến sâu còn manh mún, tôi quyết định đầu tư dây chuyền sản xuất hiện đại để gia tăng giá trị, bảo đảm chất lượng sản phẩm trước khi đưa ra thị trường. Hiện công ty không chỉ liên kết chặt chẽ với nông dân trong khâu nguyên liệu mà còn tạo việc làm thường xuyên cho hơn 10 lao động địa phương. Các sản

phẩm đã hiện diện tại siêu thị, cửa hàng đặc sản ở TP.HCM, Hà Nội và bước đầu tiếp cận thị trường Hàn Quốc, Nhật Bản.

Cơ sở sản xuất nắm linh chi của bà Nguyễn Thị Toàn (xã Nhân Cơ) cũng là một điểm sáng. Từ mô hình gia đình, bà Toàn đã mạnh dạn đầu tư mở xưởng quy mô nhỏ, đưa ra thị trường hàng trăm kg nấm linh chi mỗi năm. Bà Toàn bày tỏ, điều tâm đắc nhất là sản phẩm nấm linh chi không chỉ mang lại thu nhập mà còn trở thành niềm tự hào của người dân địa phương. Khách hàng đến mua còn muốn tìm hiểu quy trình

sản xuất, được tính của nắm, tạo sự gắn kết bền chặt giữa người làm và người dung.

Công ty TNHH Sản xuất Thương mại Dịch vụ Cà phê Đất Đỏ (xã Hiệp Thạnh) đã được hỗ trợ 100 triệu đồng từ nguồn kinh phí khuyến công địa phương năm 2024 để đầu tư máy rang cà phê 22 kg/mẻ/12 phút, trị giá 364,5 triệu đồng. Đây là thiết bị hoàn toàn mới, giúp doanh nghiệp hoàn chỉnh quy trình sản xuất và nâng cao chất lượng cà phê rang xay.

Ông Hồ Thái Dũng, Giám đốc công ty khẳng định, sự hỗ trợ từ nguồn kinh phí khuyến công không chỉ giúp doanh nghiệp tiết kiệm chi phí đầu tư mà còn tạo động lực mạnh mẽ để mở rộng sản xuất. Máy móc mới giúp nâng công suất chế biến, đáp ứng yêu cầu ngày càng khắt khe của thị trường. Hiện mỗi năm công ty thu mua ổn định từ 13 - 14 tấn cà phê nhân xanh của nông dân địa phương, tạo việc làm thường xuyên cho khoảng 6 lao động.

Có thể thấy, sự đồng hành từ khuyến công đã góp phần lan tỏa hiệu quả, không chỉ giúp doanh nghiệp vững vàng hơn trên thị trường mà còn kéo theo lợi ích xã hội: kích thích nông nghiệp phát triển, tạo sinh kế bền vững cho người dân.

Hướng tới phát triển bền vững

Thực tế cho thấy, hầu hết các cơ sở công nghiệp nông thôn ở Lâm Đồng đều dựa vào thế mạnh địa phương, tạo việc làm và đóng góp tích cực cho phát triển kinh tế nông thôn. Tuy nhiên, để bứt phá, họ rất cần sự đồng hành lâu dài của chính sách khuyến công, đặc biệt trong đầu tư máy móc, chuyển giao công nghệ, xây dựng thương hiệu.

Như chia sẻ của ông Nguyễn Công Trường, khó khăn lớn nhất hiện nay là đầu tư công nghệ bảo quản, mở rộng quy mô sản xuất và phát triển thương hiệu. *“Nếu có thêm sự hỗ trợ từ xúc tiến thương mại và bảo vệ thương hiệu, sản phẩm mắc ca hoàn toàn có thể trở thành sản phẩm chủ lực của Lâm Đồng”*, ông Trường kỳ vọng.

Trước nhu cầu thực tiễn này, ngành Công Thương Lâm Đồng đang tập trung triển khai nhiều hoạt động: Xây dựng mô hình trình diễn kỹ thuật, chuyển giao công nghệ cho sản phẩm đặc trưng; cung cấp thông tin chính sách phát triển công nghiệp; tổ chức hội thảo, hội nghị tổng kết hoạt động khuyến công; đồng thời lập kế hoạch khuyến công hàng năm cụ thể, sát với nhu cầu doanh nghiệp.

Theo Sở Công Thương Lâm Đồng (cũ), năm 2025 toàn tỉnh triển khai 43 đề án và 3 đề án nhóm, với tổng kinh phí hơn 10,5 tỷ đồng, trong đó, khuyến công địa phương chiếm 43 đề án, hơn 6,8 tỷ đồng. Đây sẽ là nguồn lực quan trọng để hỗ trợ hàng chục doanh nghiệp, cơ sở công nghiệp nông thôn đầu tư công nghệ mới, khẳng định thương hiệu trên thị trường.

Với sự đồng hành tích cực từ chương trình khuyến công, những doanh nghiệp, hợp tác xã, cơ sở sản xuất ở Lâm Đồng đang có thêm niềm tin và động lực để đổi mới. Đầu tư máy móc thiết bị tiên tiến không chỉ là cách nâng cao năng suất, chất lượng sản phẩm, mà còn là con đường tắt yếu để công nghiệp nông thôn bứt phá, vững vàng hơn trên hành trình hội nhập. ■



Sản phẩm cà phê của Công ty TNHH Sản xuất Thương mại Dịch vụ Cà phê Đất Đỏ, tỉnh Lâm Đồng

Đẩy mạnh hợp tác thương mại Thanh Hoá - Hủa Phăn

Ngày 29/7, Hội nghị “Hợp tác phát triển thương mại biên giới và kết nối doanh nghiệp giữa tỉnh Thanh Hóa và tỉnh Hủa Phăn (Lào)” đã được tổ chức tại Thanh Hóa.

Theo Phó Giám đốc Sở Công Thương Thanh Hoá - Trần Đức Lương, hội nghị được tổ chức là một sự kiện quan trọng để hai bên cùng nhìn lại kết quả hợp tác phát triển thương mại biên giới trong thời gian qua; cùng trao đổi, lắng nghe, tháo gỡ những khó khăn, vướng mắc

của các doanh nghiệp hai bên trong quá trình hợp tác đầu tư, sản xuất kinh doanh. Đồng thời, đề xuất những giải pháp cụ thể nhằm tăng cường kết nối doanh nghiệp, thúc đẩy xuất nhập khẩu hàng hóa, mở rộng thị trường hợp tác đầu tư sản xuất, nâng cao hiệu quả hoạt động thương mại biên giới giữa hai tỉnh thiết thực, hiệu quả trong thời gian tới.



Hội nghị “Hợp tác phát triển thương mại biên giới và kết nối doanh nghiệp giữa tỉnh Thanh Hóa và tỉnh Hủa Phăn”

Trong giai đoạn 2021-2025, tổng kim ngạch xuất, nhập khẩu qua biên giới giữa Thanh Hóa và Hủa Phăn đạt gần 385 triệu USD. Trong đó, xuất khẩu đạt hơn 349 triệu USD, các mặt hàng chủ lực là vật liệu xây dựng, xăng dầu, máy móc thiết bị và hàng tiêu dùng. Nhập khẩu đạt trên 35 triệu USD, tập trung vào các sản phẩm nông - lâm sản, gỗ và quặng sắt.

Hưng Yên tích cực xúc tiến tiêu thụ sản phẩm thế mạnh

Sáng ngày 20/8, UBND tỉnh Hưng Yên đã tổ chức Hội nghị Xúc tiến tiêu thụ nhãn và nông sản tỉnh Hưng Yên năm 2025.

Hội nghị được tổ chức với mục tiêu tiếp tục quảng bá thương hiệu, kết nối cung - cầu, mở rộng thị trường tiêu thụ trong và ngoài nước, lãnh đạo UBND tỉnh mong muốn thông qua hội nghị này, các doanh nghiệp, nhà phân phối và đối tác quốc tế sẽ tìm thấy những cơ hội hợp tác bền vững, cùng nhau đưa nông sản Hưng Yên vươn xa hơn nữa.

Tỉnh Hưng Yên cam kết tạo lập môi trường đầu tư thông thoáng, minh bạch, tiếp tục đồng hành cùng bà con nông dân và doanh nghiệp thông qua các chính sách hỗ trợ về kỹ thuật, giống cây trồng, xúc tiến thương mại và chuyển đổi số trong nông nghiệp.

Tại hội nghị, các đồng chí lãnh đạo tỉnh và các đại biểu đã chứng kiến lễ ký kết biên bản hợp tác tiêu thụ nhãn và



Lễ ký kết biên bản trong khuôn khổ sự kiện

nông sản Hưng Yên năm 2025 giữa các hợp tác xã, nhà vườn Hưng Yên với các doanh nghiệp phân phối, chế biến nông sản, sản thương mại điện tử.

Cao Bằng: 73 lượt sản phẩm được công nhận sản phẩm công nghiệp nông thôn tiêu biểu

Qua 6 kỳ tổ chức bình chọn từ năm 2012 đến nay, toàn tỉnh có 73 lượt sản phẩm, bộ sản phẩm được công nhận sản phẩm công nghiệp nông thôn (CNNT) tiêu biểu. Trong đó có 2 sản phẩm thuộc nhóm sản phẩm thủ công mỹ nghệ, 63 sản phẩm thuộc nhóm sản phẩm chế biến nông, lâm, thủy sản và thực phẩm, 8 sản phẩm thuộc nhóm sản phẩm về thiết bị, máy móc, dụng cụ và phụ tùng cơ khí của 69 cơ sở CNNT được UBND tỉnh công nhận và cấp Giấy chứng nhận sản phẩm CNNT tiêu biểu cấp tỉnh. Một số sản phẩm đăng ký tham gia bình chọn cấp cao hơn và có 12 sản phẩm thuộc nhóm sản phẩm chế biến nông, lâm, thủy sản và thực phẩm được công nhận sản phẩm CNNT tiêu biểu cấp khu vực, 3 sản phẩm thuộc nhóm sản phẩm chế biến nông, lâm, thủy sản và thực phẩm được công nhận sản phẩm CNNT tiêu biểu cấp quốc gia.



Từ năm 2012 đến nay, Cao Bằng có 73 lượt sản phẩm công nghiệp nông thôn tiêu biểu

Các sản phẩm được công nhận là sản phẩm CNNT tiêu biểu được giới thiệu, quảng bá và hỗ trợ xúc tiến thương mại thông qua tổ chức triển lãm, giới thiệu tại các hội chợ triển lãm hàng CNNT tiêu biểu khu vực phía Bắc để giới thiệu, đáp ứng thị hiếu người tiêu dùng trong và ngoài nước.

Ứng dụng AI để phát triển cơ sở công nghiệp nông thôn

Nhằm hiện thực hóa mục tiêu ứng dụng AI trong khu vực công nghiệp nông thôn, trong thời gian qua cũng như định hướng trong giai đoạn 2026-2030, năm 2025 Trung tâm Đổi mới sáng tạo và Khuyến công (Cục Đổi mới sáng tạo, Chuyển đổi xanh và Khuyến công, Bộ Công Thương) triển khai nhiều hoạt động thiết thực. Theo đó, Trung tâm tổ chức các khóa đào tạo, hội thảo chuyên đề về AI, chuyển đổi số, chuyển đổi xanh cho doanh nghiệp nông thôn; phối hợp với các trường đại học, viện nghiên cứu, doanh nghiệp công nghệ để chuyển giao giải pháp AI phù hợp cho các cơ sở công nghiệp nông thôn; xây dựng nền tảng tư vấn trực tuyến, hỗ trợ các cơ sở công nghiệp nông thôn tiếp cận công nghệ, nhận tư vấn miễn phí về lộ trình chuyển đổi số và ứng dụng AI. Triển khai các mô hình trình diễn sử dụng AI trong khâu quản lý sản xuất như nhận diện lỗi sản phẩm, giám sát môi trường sản xuất, dự báo bảo trì thiết bị tại một số cơ sở ở vùng sâu, vùng xa. Việc đưa AI vào các cơ sở công nghiệp nông thôn là xu



Ứng dụng AI trong sản xuất mang lại nhiều lợi ích

Ảnh minh họa hướng tất yếu để nâng cao hiệu quả sản xuất, tiết kiệm chi phí và từng bước hiện đại hóa khu vực nông thôn. Trung tâm Đổi mới sáng tạo và Khuyến công cam kết tiếp tục đồng hành, kết nối và hỗ trợ toàn diện để đưa công nghệ AI trở thành động lực phát triển bền vững cho công nghiệp nông thôn.

BÙI HIỂN

Họp Tổ soạn thảo Nghị định về quản lý, phát triển cụm công nghiệp

Chiều 25/8/2025, Bộ Công Thương đã tổ chức cuộc Họp Tổ soạn thảo Nghị định sửa đổi, bổ sung một số điều của Nghị định số 32/2024/NĐ-CP ngày 15/3/2024 của Chính phủ về quản lý, phát triển cụm công nghiệp (Nghị định số 32/2024/NĐ-CP).

Tại cuộc họp, các thành viên Tổ soạn thảo và đại biểu đã tập trung thảo luận các nội dung chính trong bố cục của Nghị định. Theo đó, bố cục bản dự thảo Nghị định được xây dựng, sửa đổi, bổ sung bao gồm 3 điều:

Điều 1: Sửa đổi, bổ sung một số điều của Nghị định số 32/2024/NĐ-CP về quản lý, phát triển cụm công nghiệp (CCN). Nội dung sửa đổi, bổ sung tập trung vào các điều khoản quan trọng như: Điều 2, Điều 3, Điều 8, Điều 9, Điều 12, Điều 13, Điều 14, Điều 18, Điều 19, Điều 26, Điều 32, Điều 34, Điều 35... nhằm hoàn thiện hơn khung pháp lý cho công tác quản lý và phát triển CCN.

Điều 2: Thay thế, bãi bỏ một số từ ngữ, cụm từ, quy định tại Nghị định số 32/2024/NĐ-CP. Việc điều chỉnh này nhằm



Thành viên tổ soạn thảo phân công nhiệm vụ cho các thành viên
Nguồn IGIP

bảo đảm tính chính xác, thống nhất và phù hợp với các văn bản quy phạm pháp luật hiện hành, đồng thời khắc phục những hạn chế phát sinh trong thực tiễn áp dụng.

Điều 3: Xác định rõ hiệu lực thi hành và trách nhiệm của các cơ quan, đơn vị liên quan trong việc tổ chức triển khai Nghị định sửa đổi, bổ sung, nhằm nhấn mạnh vai trò phối hợp giữa các Bộ, ngành và địa phương, bảo đảm các quy định mới được áp dụng đồng bộ, thống nhất và mang lại hiệu quả thiết thực trong quản lý, phát triển CCN.

Thái Nguyên 6 tháng, thẩm định hồ sơ đề nghị thành lập/mở rộng 4 cụm công nghiệp

6 tháng đầu năm, Sở Công Thương Thái Nguyên (mới) đã thẩm định hồ sơ đề nghị thành lập/mở rộng 4 cụm công nghiệp (CCN), gồm: CCN Minh Đức 1 (diện tích đề nghị thành lập 67,37 ha, vốn đăng ký đầu tư: 992,84 tỷ đồng); CCN Lương Sơn 2 (diện tích đề nghị thành lập 68 ha, vốn đăng ký đầu tư: 1.140,641 tỷ đồng); hồ sơ đề nghị mở rộng CCNT Bảo Lý - Xuân Phương (diện tích đề nghị mở rộng 46,84 ha, vốn đăng ký đầu tư 673,924 tỷ đồng); CCN Cầu Bình (diện tích đề nghị thành lập là 34,68 ha; tổng vốn đầu tư khoảng 447,517 tỷ đồng).

Đơn vị chức năng thuộc Sở cũng đã hướng dẫn hoàn thiện hồ sơ thành lập CCN Cổ Lũng huyện Phú Lương; có 1 CCN đang trong quá trình thông báo tiếp nhận hồ sơ đề nghị thành lập CCN Yên Ninh.

Trước đó, Sở Công Thương tỉnh Bắc Kạn (cũ) đã tham mưu UBND tỉnh thành lập 2 CCN: CCN Cẩm Giàng, diện tích 43 ha, vốn đăng ký đầu tư 288 tỷ đồng; CCN Huyền



Cụm công nghiệp Sơn Cẩm 1

Tụng 2, diện tích 30 ha, vốn đăng ký đầu tư 389 tỷ đồng và đã thực hiện thẩm định, báo cáo UBND tỉnh thành lập 3 CCN (Tân Tú, Bình Trung, Quảng Chu 1) với tổng diện tích 93,5 ha, vốn đăng ký đầu tư 837 tỷ đồng.

Điều chỉnh cục bộ quy hoạch cụm công nghiệp Chàng Sơn giai đoạn 2

Ngày 25-8, UBND xã Tây Phương, Thành phố Hà Nội đã tổ chức Hội nghị xin ý kiến cộng đồng dân cư về điều chỉnh cục bộ quy hoạch cụm công nghiệp (CCN) Chàng Sơn giai đoạn 2.

Theo đó, tạ hội nghị, đại diện Công ty Cổ phần Hoàng Hưng Tiến (địa chỉ tại Lô 292, khu tiểu thủ công nghiệp Chàng Sơn, xã Chàng Sơn, huyện Thạch Thất, Thành phố Hà Nội) - chủ đầu tư xây dựng hạ tầng CCN Chàng Sơn giai đoạn 2 đã trình bày phương án điều chỉnh cục bộ quy hoạch chi tiết tỷ lệ 1/500 CCN Chàng Sơn giai đoạn 2. Trong đó, Khoản 4, Điều 8, Quyết định 33 của UBND Thành phố Hà Nội ngày 3/10/2022 ban hành quy chế quản lý CCN trên địa bàn Thành phố Hà Nội quy định: Phương án quy hoạch chia lô đất xây dựng phải đáp ứng được nhu cầu sử dụng đất của các nhà đầu tư, bảo đảm diện tích tối thiểu cho doanh nghiệp nhỏ và vừa, hợp tác xã, tổ hợp tác thuê để sản xuất, kinh doanh là 2.000m² trong các CCN; diện tích tối thiểu cho doanh nghiệp nhỏ và vừa, hợp tác xã, tổ hợp tác, cơ sở sản xuất hộ gia đình,



Phó Chủ tịch UBND xã Tây Phương (Hà Nội) Nguyễn Tuấn Trung phát biểu tại hội nghị
Ảnh: Hoa Phượng

cá nhân trong làng nghề thuê để sản xuất, kinh doanh là 1.000m² trong các CCN làng nghề.

Theo quy định mới, đối với CCN làng nghề Chàng Sơn giai đoạn 2 sẽ thay đổi diện tích các lô đất trong cụm công nghiệp. Theo quy định cũ, diện tích các lô từ 115 đến 270m², nay được điều chỉnh tối thiểu là 1.000m². Như vậy, số lô đất giảm từ 423 xuống còn 90 lô.

Ninh Bình thành lập cụm công nghiệp Xuân Chính

UBND tỉnh Ninh Bình đã ban hành Quyết định số 692/QĐ-UBND ngày 26/6/2025 về thành lập cụm công nghiệp (CCN) CCN Xuân Chính.

CCN Xuân Chính có diện tích 72,25ha thuộc địa bàn xã Xuân Chính, huyện Kim Sơn, tỉnh Ninh Bình (cũ) nay là xã Chất Bình, tỉnh Ninh Bình (mới). CNN Xuân Chính định hướng thu hút các nhà đầu tư thứ cấp vào các lĩnh vực công nghệ cao, công nghệ sạch, công nghiệp hỗ trợ, chế tạo máy móc thiết bị, thiết bị điện và linh kiện điện tử. Chủ đầu tư xây dựng hạ tầng kỹ thuật là Công ty Cổ phần CCN Xuân Chính, tổng mức vốn đầu tư hơn 816 tỉ đồng.

Quy mô đầu tư xây dựng hạ tầng kỹ thuật chia làm 2 giai đoạn. Trong giai đoạn I, nhà đầu tư sẽ xây dựng khu điều hành, đất công nghiệp để xây dựng nhà xưởng, trạm xử lý nước thải với công suất khoảng 1.050 m³/ngày đêm, cùng hệ thống hạ tầng phụ trợ, cây xanh, sân đường nội bộ... Giai đoạn II sẽ tiếp tục hoàn thiện các hạng mục còn lại như khu đất công nghiệp, bãi đỗ xe, cây xanh mặt nước và bổ sung module xử lý nước thải với công suất dự kiến



Phối cảnh một cụm công nghiệp tại tỉnh Ninh Bình

950 m³/ngày đêm. Dự kiến, giai đoạn I được triển khai từ quý II năm 2025 đến hết quý IV năm 2027, sẵn sàng tiếp nhận nhà đầu tư vào hoạt động.

ĐỨC LONG



Ông Nguyễn Việt Dũng - Phó Giám đốc Sở Công Thương Phú Thọ

PHÚ THỌ:

ĐỀ XUẤT THIẾT THỰC CHO BÌNH CHỌN SẢN PHẨM CNNT TIÊU BIỂU

Trên cơ sở thực tế địa phương, đại diện Sở Công Thương Phú Thọ đề xuất nhiều ý kiến nhằm hoàn thiện dự thảo thông tư cũng như gia tăng hiệu quả công tác bình chọn sản phẩm CNNT tiêu biểu.

► **BẢO ANH**

Trong giai đoạn 2021- 2025, tỉnh Phú Thọ có 73 sản phẩm công nghiệp nông thôn (CNNT) tiêu biểu được công nhận từ cấp tỉnh, khu vực và quốc gia. Con số này được đánh giá là khá khiêm tốn so với 248 sản phẩm được chứng nhận OCOP, đồng thời phản ánh sự thiếu mặn mà của nhiều doanh nghiệp, cơ sở CNNT đối với chương trình bình chọn.

Tại Hội thảo góp ý thông tư về bình chọn sản phẩm CNNT tiêu biểu do Bộ Công Thương tổ chức ngày 22/8, ông Nguyễn Việt Dũng, Phó

Giám đốc Sở Công Thương Phú Thọ, cho rằng, có tình trạng sản phẩm tốt, có vị thế trên thị trường, thậm chí xuất khẩu rất thành công nhưng lại không tham gia bình chọn. Lại có tình trạng, một số sản phẩm được công nhận tiêu biểu nhưng chỉ sau thời gian ngắn đã biến mất khỏi thị trường.

Ông Dũng cũng nêu thực tế có những sản phẩm CNNT vừa được công nhận tiêu biểu, lại tiếp tục tham gia chương trình OCOP. “Đây là bất cập cần nghiên cứu, xem xét để tránh chồng chéo và giảm hiệu quả lan tỏa”, ông Dũng nhấn mạnh.

Một vấn đề khác là tính khuyến khích còn hạn chế. Sau khi được công nhận, mỗi sản phẩm CNNT tiêu biểu chỉ nhận mức thưởng từ 3 - 4,5 triệu đồng, trong khi doanh nghiệp phải đầu tư nhiều công sức, hồ sơ và thủ tục. Theo lãnh đạo Sở Công Thương Phú Thọ, mức thưởng này chưa đủ động lực để thu hút sự tham gia của các cơ sở.

Ngoài ra, công tác bình chọn ở cấp xã hiện vẫn thiếu sự hỗ trợ và chỉ đạo của hệ thống chính trị. Nhiều nơi, việc triển khai chỉ do cán bộ phòng kinh tế - hạ tầng hoặc Trung tâm

Khuyến công thực hiện, hiệu quả vận động chưa cao. Ông Dũng đề xuất: “Cần có văn bản hoặc chỉ thị của Bộ Công Thương tăng cường chỉ đạo. Nếu có thể chấm điểm, gắn trách nhiệm thì mới vận động được nhiều doanh nghiệp, cơ sở tham gia”.

Theo lãnh đạo Sở Công Thương Phú Thọ, tiềm năng phát triển sản phẩm CNNT có thể gắn với du lịch văn hóa và tâm linh. Chỉ tính riêng lượng khách về Đền Hùng, mỗi năm tỉnh đón khoảng 10 triệu lượt người. “Nếu chỉ một nửa trong số này chi tiêu 100.000 đồng cho sản phẩm thủ công, tổng giá trị đã đạt 500 tỷ đồng”, ông Dũng dẫn chứng, đồng thời khẳng định đây là dư địa lớn để khai thác và phát triển sản phẩm

CNNT gắn với di sản Hùng Vương và du lịch sinh thái, nghỉ dưỡng.

Tuy nhiên, cơ chế tổ chức bình chọn cần điều chỉnh để tiết kiệm và hiệu quả. Nếu để từng xã thành lập hội đồng bình chọn, chi phí sẽ rất lớn, riêng Phú Thọ có 148 xã, có thể tốn hàng chục tỷ đồng. Do đó, giải pháp được đề xuất là giao Trung tâm Khuyến công phối hợp với các huyện, cụm xã để triển khai, vừa tiết kiệm vừa tập trung.

Để hoạt động khuyến công nói chung, công tác bình chọn sản phẩm CNNT tiêu biểu đạt hiệu quả cao, đại diện Sở Công Thương Phú Thọ cũng kiến nghị Bộ Công Thương sớm ban hành Chương trình khuyến công giai đoạn 2026-2030, làm cơ sở để các

địa phương xây dựng kế hoạch và dự toán ngân sách. Đặc biệt, cần có chính sách hỗ trợ cho các tỉnh miền núi, vùng sâu, vùng xa như Cao Bằng, Lai Châu, Điện Biên, nơi khó khăn về kinh phí triển khai.

Đối với đề xuất bỏ hội đồng bình chọn và bỏ cấp xã, ông Nguyễn Việt Dũng cho rằng không nên: “Cán bộ cấp xã mới nắm rõ nhất hiện trạng sản phẩm CNNT. Họ biết sản phẩm nào có thể tham gia, sản phẩm nào còn tiềm năng. Do đó, tổ chức bình chọn cấp xã vẫn cần được duy trì”.

Trước ý kiến của lãnh đạo Sở Công Thương Phú Thọ cùng các địa phương khác, ông Nguyễn Văn Thịnh, Phó Cục trưởng Cục Công Thương địa phương, cho rằng vấn đề có nên duy trì bình chọn cấp xã cần được linh hoạt. “Nội dung này nên giao cho tỉnh tự quyết, phù hợp với đặc thù từng địa phương”, ông nhấn mạnh.

Với đề xuất chia nhỏ tiêu chí theo nhóm đối tượng và cấp bình chọn, ông Thịnh nhận xét điều này khó khả thi. Phương án tốt nhất là có tiêu chí khung, đủ căn cứ khoa học. Khi phát sinh vấn đề, ban giám khảo sẽ báo cáo hội đồng để có quyết định phù hợp.

Ngoài ra, các vấn đề về kinh phí, áp dụng chuyển đổi số trong chấm điểm cũng sẽ dần được giải quyết khi hạ tầng đáp ứng và các văn bản liên quan được ban hành.

Ở góc độ quản lý, bà Nguyễn Thị Lâm Giang, Cục trưởng Cục Công Thương địa phương, khẳng định sản phẩm CNNT tiêu biểu sẽ được lựa chọn theo hướng ưu tiên đổi mới sáng tạo và hàm lượng khoa học công nghệ. “Số lượng có thể không nhiều, nhưng đây sẽ là những sản phẩm nổi trội, có giá trị kinh tế cao”, bà Giang nhấn mạnh. ■



Chè xanh Cẩm Mỹ - sản phẩm CNNT tiêu biểu khu vực phía Bắc năm 2024 của tỉnh Phú Thọ

TĂNG HIỆU QUẢ BÌNH CHỌN SẢN PHẨM CNNT TIÊU BIỂU:

ĐỀ XUẤT TỪ ĐỊA PHƯƠNG



Ông Đặng Hồng Sơn - Phó Giám đốc Trung tâm khuyến công xúc tiến thương mại và phát triển cụm công nghiệp Ninh Bình

Trong nhiều năm qua, chương trình bình chọn sản phẩm công nghiệp nông thôn tiêu biểu (CNNT) tiêu biểu đã trở thành một trong những hoạt động khuyến công quan trọng, nhằm phát hiện, tôn vinh những sản phẩm đặc sắc, có chất lượng và tiềm năng phát triển. Đây cũng là bước đệm giúp cơ sở công nghiệp nông thôn quảng bá thương hiệu, tiếp cận thị trường và nâng cao năng lực cạnh tranh.

► THANH AN

Thực tế cho thấy, hiệu quả của chương trình không nhỏ. Tại cuộc bình chọn CNNT tiêu biểu khu vực phía Bắc năm 2024, trong tổng số 126 sản phẩm được công nhận, Hải Phòng có tới 13 sản phẩm. Những sản phẩm này đa dạng từ thực phẩm chế biến, hàng thủ công mỹ nghệ đến đồ gỗ gia dụng. Kết quả đó cho thấy công tác bình chọn đã góp phần nâng giá trị thương mại, tạo động lực cho doanh nghiệp.

Ông Nguyễn Quốc Việt - Phó Giám đốc Trung tâm Khuyến công và Xúc tiến thương mại Hải Phòng - cho rằng: Các sản phẩm CNNT tiêu biểu không chỉ khẳng định chất lượng mà còn trở thành 'tấm vé' để doanh nghiệp bước vào các kênh phân phối

lớn, cả trong và ngoài nước. Đó là giá trị thiết thực của chương trình.

Tuy vậy, sau 10 năm triển khai bình chọn, đặc biệt là sau khi mô hình chính quyền 2 cấp đi vào thực thi, công tác bình chọn cần điều chỉnh để phù hợp với thực tế.

Tồn tại một số vướng mắc

Vướng mắc đầu tiên chính là việc quy định bình chọn ở cấp xã. Theo ông Nguyễn Quốc Việt: "Nên mạnh dạn bỏ bình chọn cấp xã, bởi vì rất khó triển khai. Ở Hải Dương trước đây, ngay cả cấp huyện cũng phải nhờ cán bộ Trung tâm khuyến công xuống cầm tay chỉ việc. Với cấp xã thì gần như không thể, do số lượng sản phẩm ít, kinh phí không có, cán bộ lại

thiếu kiến thức về khuyến công, thì làm sao triển khai hiệu quả”,

Ông Đặng Hồng Sơn - Phó Giám đốc Trung tâm khuyến công xúc tiến thương mại và phát triển cụm công nghiệp Ninh Bình cũng đồng quan điểm: “Nếu để hội đồng bình chọn cấp xã thì Ninh Bình rất khó triển khai, vì ngay cấp huyện nhiều năm nay còn chưa làm được. Chủ yếu là cấp tỉnh trực tiếp xuống cơ sở. Vì thế, xã nên dừng ở mức rà soát, giới thiệu sản phẩm để trình lên cấp cao hơn.”

Ngoài ra, thủ tục hành chính cũng là rào cản lớn. Không ít địa phương phản ánh tình trạng kết quả đã chấm xong nhưng chậm được công bố vì vướng thủ tục cập nhật trên hệ thống hành chính công. Ông Việt cho biết: “Nhiều khi kết quả đã hoàn tất, hội đồng đã chấm xong, nhưng phải chờ qua các khâu hành chính, từ sở sang văn phòng UBND. Hai năm mới làm một lần, cán bộ quên thủ tục, lại phải mời chuyên viên công nghệ thông tin về hướng dẫn lại từ đầu. Rất mất thời gian và giám ý nghĩa của chương trình.”

Chính vì vậy, nhiều ý kiến cho rằng cần đưa hoạt động bình chọn ra khỏi danh mục thủ tục hành chính để bảo đảm sự linh hoạt, hiệu quả.

Cần thay đổi để tăng hiệu quả và sức hút

Từ thực tiễn triển khai, các địa phương đều kiến nghị phải sửa đổi quy định để chương trình bình chọn phù hợp hơn với mô hình chính quyền mới và đạt hiệu quả như mong muốn.

Thứ nhất, bỏ bình chọn cấp xã và chỉ giao nhiệm vụ rà soát, giới thiệu sản phẩm. Điều này sẽ giúp giảm hình thức, tập trung nguồn lực vào cấp tỉnh và quốc gia nơi có đủ năng lực tổ chức.

Thứ hai, điều chỉnh lịch trình



Bộ trống đồng là sản phẩm CNNT tiêu biểu cấp khu vực năm 2024 của tỉnh Hải Dương, nay là thành phố Hải Phòng

CỤC ĐỔI MỚI SÁNG TẠO, CHUYỂN ĐỔI XANH VÀ KHUYẾN CÔNG ĐANG TIẾN HÀNH LẤY Ý KIẾN ĐÓNG GÓP CHO DỰ THẢO THÔNG TƯ VỀ BÌNH CHỌN SẢN PHẨM CNNT TIÊU BIỂU. KỶ VỌNG, KHI ĐƯỢC HOÀN THIỆN VÀ BAN HÀNH SẼ TẠO CƠ SỞ PHÁP LÝ VỮNG CHẮC VÀ THUẬN LỢI CHO CÁC ĐỊA PHƯƠNG TRIỂN KHAI THỰC HIỆN.

bình chọn theo hướng cấp quốc gia tổ chức vào năm chẵn, cấp tỉnh vào năm lẻ. Cách bố trí này đảm bảo duy trì liên tục, tạo động lực thường xuyên cho doanh nghiệp, thay vì gián đoạn.

Thứ ba, đơn giản hóa thủ tục và áp dụng nền tảng số. Hiện đã có phần mềm chấm điểm trực tuyến do Cục Đổi mới sáng tạo, Chuyển đổi xanh và Khuyến công phát triển, nhưng lại chưa có quy định pháp lý cứng. Ông Đặng Hồng Sơn nhấn mạnh: “Nếu không bổ sung quy định này, các địa phương sẽ tiếp tục thực hiện thủ công, vừa tốn thời gian, vừa không minh bạch. Bình chọn cần được gắn với nền tảng số để giảm thiểu thủ tục, tăng tốc độ xử lý và công khai kết quả.”

Thứ tư, quan trọng nhất là chính

sách hỗ trợ sau bình chọn. Nhiều doanh nghiệp thờ ơ với sản phẩm CNNT tiêu biểu. “Muốn doanh nghiệp mặn mà, cần có ưu tiên rõ ràng: hỗ trợ trưng bày, kết nối sàn giao dịch, siêu thị, trung tâm thương mại; hỗ trợ xúc tiến thương mại và xây dựng thương hiệu. Khi sản phẩm đạt chứng nhận, doanh nghiệp phải thấy ngay lợi ích thiết thực thì mới tích cực tham gia”, ông Sơn thẳng thắn nói.

Công tác bình chọn sản phẩm CNNT tiêu biểu đã góp phần quan trọng trong việc tôn vinh sản phẩm nông thôn, tạo động lực phát triển cho doanh nghiệp và làng nghề. Tuy nhiên, để chương trình bút phá cần một hệ thống quy định phù hợp, chính sách hỗ trợ mạnh mẽ hơn nữa. ■

Giai đoạn 2021-2025, tỉnh An Giang (cũ) xác định khuyến công là một trong những giải pháp then chốt nhằm hỗ trợ công nghiệp nông thôn phát triển bền vững, góp phần thúc đẩy chuyển dịch cơ cấu kinh tế, nâng cao thu nhập và tạo việc làm cho người dân.

► **NGUYỄN HÒA**



An Giang hỗ trợ cơ sở công nghiệp nông thôn tham gia hội chợ, triển lãm

CHÍNH SÁCH KHUYẾN CÔNG AN GIANG:

HỖ TRỢ CÔNG NGHIỆP NÔNG THÔN BỨT PHÁ

4 mục tiêu cần hướng tới

Chương trình Khuyến công tỉnh An Giang giai đoạn 2021-2025 hướng đến 4 mục tiêu, bao gồm: Thứ nhất, huy động các nguồn lực trong và ngoài tỉnh tham gia hoặc hỗ trợ các tổ chức, cá nhân đầu tư sản xuất công nghiệp - tiểu thủ công nghiệp và các dịch vụ khuyến công, góp phần vào việc chuyển dịch cơ cấu kinh tế theo hướng phát triển công nghiệp - tiểu thủ công nghiệp tạo việc làm, tăng thu nhập cho người lao động. Góp phần tích cực vào việc phân công lại lao động xã hội, nâng cao hiệu quả kinh tế địa phương trong xây dựng nông thôn mới.

Thứ hai, khuyến khích, hỗ trợ sản xuất sạch, an toàn môi trường tại các cơ sở sản xuất công nghiệp nông

thôn, nhằm nâng cao hiệu quả sử dụng tài nguyên thiên nhiên, nguyên liệu, nhiên liệu, vật liệu; giảm thiểu phát thải và hạn chế ô nhiễm; bảo vệ và cải thiện chất lượng môi trường, sức khỏe con người.

Thứ ba, hỗ trợ, tạo điều kiện cho các tổ chức cá nhân thuộc mọi thành phần kinh tế đầu tư phát triển sản xuất công nghiệp - tiểu thủ công nghiệp một cách bền vững, nâng cao năng lực cạnh tranh, trong điều kiện hội nhập kinh tế quốc tế.

Thứ tư, tạo điều kiện cho các cơ sở công nghiệp nông thôn tiếp cận các cơ hội phát triển kinh tế số, thương mại điện tử, nâng cao năng suất chất lượng, năng lực cạnh tranh và thực hiện có hiệu quả lộ trình hội nhập kinh tế quốc tế.

Để đạt được những mục tiêu trên, UBND tỉnh An Giang yêu cầu, Chương trình Khuyến công giai đoạn 2021-2025 phải đạt chất lượng, hiệu quả lên hàng đầu, bảo đảm phát huy tối đa nguồn lực, năng lực hiện có của các cơ sở công nghiệp nông thôn trên địa bàn tỉnh.

Cùng với đó, tăng cường trách nhiệm của các cấp, các ngành, tổ chức đoàn thể xã hội trong chỉ đạo, phối hợp, triển khai các hoạt động khuyến công. Nâng cao vai trò, vị trí của các cơ quan quản lý nhà nước về Công Thương ở địa phương, năng lực của tổ chức triển khai thực hiện Chương trình Khuyến công (Trung tâm Khuyến công và Tư vấn phát triển công nghiệp - Sở Công Thương).

Thông qua đó tạo sự gắn kết với cộng đồng doanh nghiệp, cơ sở công nghiệp nông thôn.

Tạo điều kiện để công nghiệp nông thôn bứt phá

Chương trình khuyến công giai đoạn 2021-2025 của tỉnh An Giang sẽ tập trung vào nhiều nội dung, trong đó, về đào tạo nghề, Chương trình sẽ tổ chức 50 lớp đào tạo nghề và truyền nghề tiểu thủ công nghiệp cho 700 lao động theo nhu cầu của cơ sở công nghiệp nông thôn từ nguồn Đề án đào tạo nghề cho lao động nông thôn đến năm 2025.

Hỗ trợ xây dựng mô hình trình diễn kỹ thuật; chuyển giao công nghệ; xây dựng mô hình thí điểm về áp dụng sản xuất sạch hơn; ứng dụng máy móc thiết bị tiên tiến vào sản xuất công nghiệp - tiểu thủ công nghiệp. Cụ thể, hỗ trợ xây dựng 2 mô hình trình diễn kỹ thuật áp dụng công nghệ mới, sản phẩm mới; Hỗ trợ chuyển giao, ứng dụng, đổi mới công nghệ cho 17 cơ sở; Hỗ trợ ứng dụng máy móc thiết bị tiên tiến vào quy trình sản xuất cho 83 cơ sở công nghiệp nông thôn.

Chương trình cũng phát triển sản phẩm công nghiệp nông thôn tiêu biểu thông qua các hoạt động như: Tổ chức bình chọn sản phẩm công nghiệp nông thôn tiêu biểu cấp tỉnh 2 năm/lần. Cả giai đoạn 2021-2025 sẽ có khoảng 30 sản phẩm cấp tỉnh, 6 sản phẩm cấp khu vực, 3 sản phẩm đạt cấp quốc gia.

Tham gia Hội chợ, triển lãm sản phẩm công nghiệp nông thôn tiêu biểu, sản phẩm OCOP, Hội chợ ngành Công Thương Khu vực phía Nam và các cuộc Hội chợ thương mại trong và ngoài tỉnh 12 cuộc.

Hỗ trợ cơ sở công nghiệp nông thôn tham gia các kỳ hội chợ triển lãm, hội nghị, hội thảo, diễn đàn trong và ngoài tỉnh để quảng bá và kết nối giao thương tại các tỉnh, thành phố trên khắp cả nước (thực hiện theo nhu cầu thực tế hàng năm). Hỗ trợ cơ sở công nghiệp nông thôn xây dựng, phát triển và quản lý thương hiệu cho 6 cơ sở. Hỗ trợ các phòng trưng bày để giới thiệu, quảng bá sản phẩm tại cơ sở công nghiệp nông thôn (thực hiện theo nhu cầu thực tế hàng năm).

Chương trình khuyến công tỉnh An Giang giai đoạn 2021-2025 cũng cung cấp thông tin về các chính sách phát triển công nghiệp, khuyến công. Hỗ trợ liên doanh, liên kết, hợp tác kinh tế và phát triển cụm công nghiệp, bao gồm các nội dung: Hỗ trợ 2 cụm công nghiệp lập quy hoạch chi tiết; Hỗ trợ 2

cụm công nghiệp sửa chữa, nâng cấp hệ thống xử lý ô nhiễm môi trường trong cụm công nghiệp; Hỗ trợ tư vấn lãi suất vốn vay vốn cho 2 cơ sở công nghiệp nông thôn sản xuất ô nhiễm môi trường di dời vào Khu, cụm công nghiệp.

Để đạt được các mục tiêu trên, UBND tỉnh An Giang cho biết, sẽ tăng cường quản lý nhà nước về khuyến công; nâng cao năng lực bộ máy làm công tác khuyến công; huy động tài chính cho hoạt động khuyến công; lồng ghép các chương trình khuyến công vào các chương trình, mục tiêu khác. Cùng với đó, tăng cường sự phối hợp hoạt động của các cơ quan quản lý nhà nước với các đoàn thể chính trị, xã hội, nghề nghiệp; các tổ chức tư vấn, các doanh nghiệp, cơ sở để triển khai thực hiện có hiệu quả hoạt động khuyến công trong tỉnh. ■

GIẢI ĐOẠN 2021-2025 TỈNH AN GIANG LỒNG GHÉP CHƯƠNG TRÌNH KHUYẾN CÔNG VÀO CÁC CHƯƠNG TRÌNH MỤC TIÊU KHÁC NHƯ: CHƯƠNG TRÌNH MỤC TIÊU QUỐC GIA XÂY DỰNG NÔNG THÔN MỚI; ĐỀ ÁN ĐÀO TẠO NGHỀ CHO LAO ĐỘNG NÔNG THÔN; CHƯƠNG TRÌNH CHỐNG BIẾN ĐỔI KHÍ HẬU; CHÍNH SÁCH HỖ TRỢ PHÁT TRIỂN NGÀNH NGHỀ NÔNG THÔN VÀ LÀNG NGHỀ TRÊN ĐỊA BÀN TỈNH AN GIANG; CHƯƠNG TRÌNH MỠI XÃ MỘT SẢN PHẨM (OCOP) TRÊN ĐỊA BÀN TỈNH AN GIANG GIAI ĐOẠN 2021 - 2025... NHẪM KHUYẾN KHÍCH, THU HÚT NGUỒN VỐN CỦA TOÀN XÃ HỘI ĐẦU TƯ PHÁT TRIỂN CÔNG NGHIỆP NÔNG THÔN.



An Giang tổ chức 50 lớp đào tạo nghề và truyền nghề thủ công nghiệp

HÀ NỘI TẠO BỆ PHÓNG TIÊU THỤ SẢN PHẨM CÔNG NGHIỆP NÔNG THÔN

► HIỆN MAI

Hà Nội xác định hỗ trợ tiêu thụ sản phẩm công nghiệp nông thôn là nhiệm vụ trọng tâm, đưa tinh hoa làng nghề và giá trị bản địa hòa nhập dòng chảy hội nhập.



Tuần hàng Việt thành phố Hà Nội năm 2025

Tiềm năng lớn, thị trường hẹp

Trong bối cảnh hội nhập và cạnh tranh gay gắt, các sản phẩm từ làng nghề, thủ công mỹ nghệ, vật liệu chế biến, thực phẩm truyền thống... vẫn giữ được chỗ đứng riêng nhưng cũng đối diện với nhiều thách thức về thị trường, thương hiệu và kênh phân phối. Để giải bài toán này, Hà Nội đã có nhiều hoạt động hỗ trợ tiêu thụ, trong đó nổi bật là sự kiện “Tuần hàng Việt thành phố Hà Nội năm 2025”.

Thực tế nhiều năm qua cho thấy, sản phẩm công nghiệp nông thôn của cơ sở sản xuất nhỏ, làng nghề truyền thống đa phần hoạt động với quy mô hộ gia đình, thiếu vốn, thiếu kinh nghiệm thương mại, hạn chế về mẫu mã và bao bì. Doanh nghiệp nhỏ khó tiếp cận kênh phân

phối hiện đại như siêu thị, trung tâm thương mại và càng khó hơn khi muốn bước vào các sàn thương mại điện tử. Trong khi đó, nhu cầu của thị trường Hà Nội lại đòi hỏi chất lượng, thương hiệu, uy tín rõ ràng. Sự lệch pha giữa cung và cầu này khiến nhiều sản phẩm tốt không đến được tay người tiêu dùng, dẫn đến vòng luẩn quẩn khi sản xuất manh mún, tiêu thụ hạn chế, khó mở rộng quy mô. Một nguyên nhân khác là thiếu đòn bẩy về truyền thông và các sự kiện xúc tiến thương mại. Không ít sản phẩm công nghiệp nông thôn dù có chất lượng nhưng ít người biết đến, chưa được quảng bá một cách chuyên nghiệp, hệ thống. Thậm chí, một số địa phương chưa xây dựng được kế hoạch đồng bộ, khiến việc tiêu thụ sản phẩm còn manh mún,

tự phát, thiếu tính chiến lược lâu dài. Doanh nghiệp thì ngại chi phí, trong khi các chương trình xúc tiến quy mô lớn lại không thường xuyên, dẫn đến tình trạng đứt gãy kết nối cung cầu.

Trong bức tranh ấy, “Tuần hàng Việt thành phố Hà Nội năm 2025” xuất hiện như một điểm nhấn quan trọng. Sự kiện khai mạc tại thị xã Sơn Tây, quy tụ gần 100 gian hàng của khoảng 80 doanh nghiệp đến từ Hà Nội và nhiều tỉnh thành trên cả nước. Đây là cơ hội để các doanh nghiệp công nghiệp nông thôn có thể trực tiếp giới thiệu sản phẩm tới người tiêu dùng Thủ đô. Nhiều mặt hàng được trưng bày phong phú, từ sản phẩm công nghiệp tiêu dùng, làng nghề, thực phẩm, nông lâm thủy sản cho đến những sản phẩm công nghiệp đặc thù, tất cả đều mang bản

sắc và giá trị riêng. Chính sự đa dạng này giúp người tiêu dùng có thêm lựa chọn, đồng thời khẳng định sức sống của hàng Việt trong dòng chảy hội nhập.

Cơ hội mở rộng kênh phân phối

Phó Giám đốc Sở Công Thương Hà Nội Nguyễn Thế Hiệp khẳng định, thông qua tuần hàng, thành phố mong muốn tạo điều kiện để doanh nghiệp quảng bá, kết nối tiêu thụ, kích cầu tiêu dùng, từ đó đưa hàng Việt đến gần hơn với người dân và du khách. Đây là cách tiếp cận trực diện, gắn sản phẩm công nghiệp nông thôn với đời sống tiêu dùng hàng ngày, biến các sản phẩm vốn quen thuộc ở nông thôn trở thành lựa chọn ưu tiên của cư dân đô thị.

Nhiều doanh nghiệp tham gia sự kiện đã ghi nhận tác động tích cực. Chẳng hạn, Công ty TNHH Đầu tư Xuất nhập khẩu Quốc tế Vạn Long (Hà Giang cũ) cho rằng, sự kiện giúp họ quảng bá sản phẩm đặc trưng như trà Shan tuyết đến người tiêu dùng Hà Nội, từ đó mở ra khả năng thiết lập kênh phân phối trực tiếp tại Thủ đô. Không chỉ doanh nghiệp vùng núi, mà ngay cả những làng nghề ngoại thành Hà Nội cũng coi đây là cơ hội để ra phố, giới thiệu tinh hoa thủ công truyền thống tới khách hàng mới. Nhờ đó, các sản phẩm công nghiệp nông thôn không còn bó hẹp trong phạm vi địa phương, mà từng bước tiến vào thị trường lớn, góp phần nâng cao giá trị kinh tế và văn hóa.

Tuy nhiên, để việc hỗ trợ tiêu thụ sản phẩm công nghiệp nông thôn không chỉ dừng lại ở một vài sự kiện, Hà Nội cần có chiến lược dài hạn.

Thứ nhất, cần duy trì và mở rộng mô hình “Tuần hàng Việt” thành



Ông Phạm Thế Hiệp - Phó Giám đốc Sở Công Thương Hà Nội



chuỗi sự kiện thường niên, không chỉ ở khu vực trung tâm mà cả ngoại thành, nơi tập trung nhiều làng nghề. Việc tổ chức luân phiên, định kỳ sẽ giúp doanh nghiệp, cơ sở sản xuất yên tâm đầu tư, chuẩn bị sản phẩm, đồng thời tạo thói quen tiêu dùng cho người dân.

Thứ hai, song song với không gian trưng bày trực tiếp, cần phát

triển mạnh kênh bán hàng online. Các tuần hàng online hoặc sàn thương mại điện tử dành riêng cho sản phẩm công nghiệp nông thôn sẽ tạo cơ hội tiếp cận khách hàng trẻ, hiện đại, vốn quen mua sắm qua mạng. Đây cũng là cách để doanh nghiệp tận dụng dữ liệu, phản hồi khách hàng, từ đó cải tiến sản phẩm phù hợp hơn. ■

THU NHẬP, MÔI TRƯỜNG, SÁNG TẠO: BA PHÉP THỦ CHO LÀNG NGHỀ VIỆT

Xin ông chia sẻ khái quát về tình hình phát triển của các làng nghề trong thời gian gần đây?

Vài năm gần đây, làng nghề vẫn có sự phát triển nhất định, nhưng cũng gặp không ít khó khăn. Có những nơi như Bát Tràng, hoạt động kinh doanh vẫn tốt, tiêu thụ trong nước lẫn xuất khẩu đều ổn định. Nhưng với làng nghề mây tre đan thì tiêu thụ chậm lại, xuất khẩu giảm rõ rệt. Các làng thêu như Quất Động thì duy trì ở mức trung bình. Một số làng đúc đồng ở Thanh Hóa, Bắc Ninh hay Nam Định vẫn duy trì sản xuất, chủ yếu tiêu thụ trong nước.

Riêng về xuất khẩu, vẫn tăng đều ở cấp độ quốc gia, nhưng với từng làng nghề hay từng hộ thì khó khăn. Đặc thù làng nghề là doanh nghiệp nhỏ, siêu nhỏ, chủ yếu là hộ gia đình nên thường phải xuất khẩu qua các đầu mối trung gian. Điều này khiến giá trị gia tăng bị hạn chế. Hơn nữa, mẫu mã chưa đồng bộ, chất lượng mỗi nơi một khác nên khó tập hợp thành nguồn hàng lớn. Do đó, nhiều sản phẩm phải quay về tiêu thụ trong nước.

Ở đây quy luật rất rõ: Nghề nào mang lại đời sống khá thì sẽ tồn tại mạnh. Nhưng cũng cần sáng tạo thiết kế mới, hợp thị hiếu. Nhiều nghệ nhân thiết kế theo kinh nghiệm, ít được đào tạo bài bản, nên cũng hạn chế. Một vấn đề nữa đang được bàn thảo hiện nay là nghề thủ công vốn gắn liền với bàn tay nghệ nhân, việc ứng dụng máy móc vào sản xuất gây lo ngại làm mất đi hồn cốt sản phẩm. Tuy nhiên, máy móc chỉ hỗ trợ ở khâu thô, còn tinh xảo thì vẫn phải là nghề



Trao đổi với phóng viên Báo Công Thương ngày 14/8, ông Trịnh Quốc Đạt - Chủ tịch Hiệp hội Làng nghề Việt Nam nhấn mạnh: Thu nhập, môi trường, sáng tạo là ba phép thử cho làng nghề Việt trong bối cảnh hiện nay.

► LINH ANH thực hiện

nhân. Một bức tượng gỗ, dù máy có thể tạo dáng ban đầu, nhưng thần thái, hồn cốt thì chỉ bàn tay con người mới làm được. Mỗi nghệ nhân sẽ gửi tâm hồn mình vào tác phẩm.

Nguồn nhân lực trong các làng nghề hiện nay là một điểm yếu, ông nhận định sao về vấn đề này?

Nhân lực thừa, đủ hay thiếu cũng đều theo một quy luật: Nghề nào làm ăn tốt, thu nhập cao thì sẽ thu hút lao động, không chỉ trong làng mà còn từ nơi khác. Ngược lại, làng nghề thu nhập thấp thì ngay cả con em trong làng cũng không mặn mà. Nhiều em chọn học đại học để thoát ly nghề của cha mẹ. Ví dụ, mây tre đan Phú Vinh rất nổi tiếng nhưng số lượng người trẻ theo nghề ngày càng ít. Lao động phổ thông thì vẫn có, nhưng lao động kỹ thuật cao lại thiếu nếu không có chính sách đào tạo, bồi dưỡng.

Một vấn đề khác đang rất nan giải tại các làng nghề hiện nay là ô nhiễm môi trường. Chẳng hạn như Đại Bái (Bắc Ninh), rất nhiều cơ sở tại làng nghề từng bị đình chỉ sản xuất vì ô nhiễm do lò đúc cũ, dùng than, thải khí độc. Điều này ảnh hưởng lớn đến

đời sống người dân. Lệnh dừng là đúng, nhưng thiếu lộ trình nên gây xáo trộn.

Hiện nay xu hướng sản xuất xanh, sử dụng nguyên liệu tự nhiên đang được quan tâm, với hàng thủ công mỹ nghệ, lợi thế này có được phát huy không, thưa ông?

Xu hướng sản xuất xanh đang dần lan tỏa trong làng nghề, bởi ai cũng hiểu nếu không xanh thì khó bán hàng, kể cả trong nước. Đặc biệt, những năm gần đây sản phẩm từ nguyên liệu tự nhiên như đĩa, bát làm từ mò cau... được người tiêu dùng quan tâm hơn, bởi ngoài yếu tố môi trường những sản phẩm phẩm có tính thẩm mỹ, công năng, sự tiện dụng.

Tuy nhiên, nhận thức về sản phẩm xanh vẫn chưa lan tỏa rộng rãi, muốn thúc đẩy, phải có sự tham gia của truyền thông, chính quyền, doanh nghiệp để hình thành thói quen tiêu dùng mới. Cụ thể, Nhà nước có thể khuyến khích sản phẩm xanh bằng ưu đãi thuế, hỗ trợ doanh nghiệp sử dụng nguyên liệu tái chế. Chính sách phải rõ ràng sẽ tạo động lực cho người sản xuất.

Xin trân trọng cảm ơn ông!

Tùng nuôi sống hàng ngàn hộ dân, nay nghề muối tại Hà Tĩnh chỉ còn ít hộ bám trụ, thu nhập bấp bênh, hạ tầng xuống cấp. Trong khi đó, những mục tiêu sản xuất hàng chục nghìn tấn muối mỗi năm đang trở nên xa vời, buộc địa phương phải tìm giải pháp căn cơ để cứu lấy “hồn cốt” một nghề truyền thống.



► PHÚC AN

Nghề muối tại Trung Châu, Hà Tĩnh đang đứng trước nhiều khó khăn

NHỌC NHẢNH NGHỀ MUỐI

Giữa cái nắng chói chang, trên đồng muối Trung Châu (phường Trần Phú, tỉnh Hà Tĩnh) bóng những diêm dân cặm cùi cào, gánh muối hiện lên lặng lẽ. Hình ảnh bà Lê Thị Cúc, gầy gò cả đời với nghề, sớm tinh mơ đã dọn nài, rắc bột than, kéo nước mặn, rồi tắt bật cào gom từng hạt muối trắng, như một chứng nhân bền bỉ của làng nghề. “Làm muối phải chạy đua với nắng. Nhiều người bỏ nghề vì vất vả quá, nhưng tôi vẫn cố gắng bám trụ, giữ lấy cái nghề cha ông để lại”, bà Cúc chia sẻ.

Cùng cảnh ngộ, bà Nguyễn Thị Hồng vẫn ngày ngày xúc từng gàu muối, đẩy ra sân phơi. Thu nhập ít ỏi từ 2 tạ muối, chỉ bán được 300.000 - 400.000 đồng/ngày, không đủ trang trải cuộc sống. Được mùa thì mất giá, mất mùa thì trắng tay, muối chất đầy kho mà chẳng ai mua, đó là vòng luẩn quẩn khiến bao gia đình diêm dân kiệt sức, con cháu không còn mặn mà với nghề.

Nhìn sang làng nghề muối Hộ Độ (phường Trần Phú) từng có diện tích hơn 1.600 ha, hơn 2.000 hộ tham gia, mỗi ngày cho ra hàng nghìn tấn muối. Nhưng nay toàn phường chỉ còn khoảng 20 hộ sản xuất trên 6

ha, sản lượng cả năm chỉ đạt 50 - 100 tấn.

Không chỉ thu hẹp về quy mô, muối thủ công của các làng nghề còn lép vế trước muối công nghiệp và muối ngoại tỉnh giá rẻ. Sản phẩm khó cạnh tranh, đầu ra phụ thuộc vào thương lái, người làm muối bị ép giá. Trong khi đó, hạ tầng đồng muối xuống cấp, phương thức sản xuất thủ công lạc hậu, năng suất thấp.

Thực tế ở Hộ Độ, từng có cánh đồng 40 ha nhận nhíp sản xuất, nay gần như bỏ hoang. Ông Lê Sơn (70 tuổi) vẫn cố bám nghề nhưng ngậm ngùi: “Làm quần quật cả ngày chỉ được hơn 1 tạ muối, tính ra công chỉ vài trăm nghìn, bấp bênh lắm. Người trẻ bỏ nghề hết rồi, chỉ còn mấy người già bám trụ”.

Tình trạng này không chỉ ở Hộ Độ mà còn phổ biến tại Thạch Hà, Cẩm Xuyên, Kỳ Anh... Nhiều diện tích muối bị bỏ hoang, chuyển đổi sang nuôi tôm hoặc trồng trọt. Ở xã Mai Phụ (Thạch Hà), cả 37 ha đất muối đã không còn hộ nào sản xuất suốt ba năm qua.

UBND tỉnh Hà Tĩnh từng đặt mục tiêu đến năm 2025 khôi phục 115 ha đồng muối, sản lượng đạt 12.000 tấn/năm. Đồng muối sẽ được cải tạo, áp

dụng khoa học kỹ thuật để tăng năng suất 20%, xây dựng thương hiệu và gắn với du lịch nông thôn. Thế nhưng, đến nay, tất cả chỉ tiêu đều xác định khó đạt. Bài toán đặt ra cho Hà Tĩnh là nếu không quyết liệt, nghề muối sẽ dần biến mất. Để giữ chân diêm dân cần đồng bộ nhiều giải pháp nâng cấp hạ tầng đồng muối, đưa cơ giới hóa vào sản xuất, cải thiện chất lượng và xây dựng thương hiệu để tìm đầu ra ổn định.

Ngoài ra, cần có chính sách hỗ trợ cụ thể về vốn, kỹ thuật và thị trường. Việc gắn sản xuất muối với chế biến sâu và du lịch cộng đồng cũng là hướng mở, vừa nâng cao giá trị sản phẩm, vừa tạo thêm việc làm, thu nhập. Quan trọng hơn, phải thay đổi nhận thức, coi diêm nghiệp là một phần di sản văn hóa cần được bảo tồn, không chỉ là một ngành sản xuất nhỏ lẻ.

Nghề muối đã nuôi sống bao thế hệ người Hà Tĩnh, gắn bó với ký ức và hồn quê. Giữ nghề không chỉ là giữ kế sinh nhai cho diêm dân, mà còn là giữ lại một phần bản sắc văn hóa ven biển. Nhưng nếu những giải pháp vẫn chỉ nằm trên giấy, thì những cánh đồng muối trắng xóa ngày nào sẽ mãi chỉ còn trong ký ức. ■

XÚC TIẾN TIÊU THỤ CHO SẢN PHẨM TIỂU THỦ CÔNG NGHIỆP: **CÁCH NÀO HIỆU QUẢ?**

► BẢO ANH

Sản phẩm tiểu thủ công nghiệp, trong đó có sản phẩm thủ công mỹ nghệ tuy giá trị gia tăng cao nhưng dường như đang “lép vế” trước những lựa chọn cho công tác xúc tiến tiêu thụ.

Tiểu thủ công nghiệp nói chung, thủ công mỹ nghệ nói chung đang có những đóng góp quan trọng vào kim ngạch xuất khẩu. Như lời ông Lê Bá Ngọc - Phó Chủ tịch Hiệp hội Xuất khẩu hàng Thủ công mỹ nghệ Việt Nam, con số kim ngạch không lớn nhưng giá trị gia tăng hay giá trị để lại trong nước là khá lớn.

Trên thực tế, nhìn bài học kinh nghiệm từ Hà Nội có thể thấy, thành phố đã tổ chức các cuộc thi thiết kế mẫu mã sản phẩm thủ công mỹ nghệ, phát triển sản phẩm công nghiệp chủ lực. Nhờ đó, Hà Nội có số lượng sản phẩm công nghiệp nông thôn tiêu biểu hàng năm rất lớn, nhiều sản phẩm được công nhận ở cấp khu vực, quốc gia. Cũng là yếu tố lõi để thành phố triển khai các đề án khuyến công hỗ trợ phát triển bao gồm cả sản xuất và tiêu thụ.

Tuy nhiên, số lượng địa phương thực hiện được như Hà Nội không nhiều, hầu hết đầu vào cho bình chọn sản phẩm công nghiệp nông thôn tiêu biểu phụ thuộc vào sự tham gia từ những sản phẩm sẵn có của doanh nghiệp. Rất ít sản phẩm được đặt hàng cho hoạt động này.



Tiểu thủ công nghiệp không chỉ mang lại giá trị kinh tế, còn tạo nhiều việc làm cho lao động nông thôn

Mặt khác, công tác xúc tiến tiêu thụ cho sản phẩm tiểu thủ công nghiệp nói chung, thủ công mỹ nghệ nói riêng còn hạn chế. Ông Lê Bá Ngọc chỉ ra, điều kiện hạ tầng, cơ sở vật chất phục vụ cho các hoạt động xúc tiến thương mại như hội chợ, triển lãm thiếu trầm trọng, nhất là những sự kiện mang tầm quy mô quốc gia, chi phí tổ chức còn quá lớn. Điều này không phù hợp với doanh nghiệp, cơ sở sản xuất công nghiệp ở nông thôn, làng nghề.

Ngân sách dành cho xúc tiến thương mại còn quá nhỏ, khiến phần hỗ trợ cho đối tượng thụ hưởng không hấp dẫn. *“Cần nhấn mạnh hiệu quả của xúc tiến thương mại không chỉ ở kim ngạch xuất khẩu mà còn ở giá trị xã hội. Ví dụ ngành thủ công mỹ nghệ tuy kim ngạch chỉ khoảng 3 tỷ USD nhưng giá trị giữ lại cao, gắn với lao động nông thôn,*

giải quyết việc làm cho nhiều người bị đào thải từ khu vực FDI”, ông Lê Bá Ngọc nhấn mạnh.

Theo đó, lãnh đạo Hiệp hội Xuất khẩu hàng Thủ công mỹ nghệ Việt Nam đề xuất, cần bổ sung nguồn lực hỗ trợ cho hoạt động xúc tiến tiêu thụ sản phẩm tiểu thủ công nghiệp; phát triển hạ tầng phục vụ cho các hoạt động quảng bá, triển lãm. Quan trọng hơn, xúc tiến thương mại nên tiếp cận theo chuỗi giá trị không chỉ bán hàng, marketing mà còn tạo giá trị gia tăng trước khi sản phẩm ra thị trường.

Về định hướng phát triển của sản phẩm nhằm đáp ứng nhu cầu thị trường, theo ông Lê Bá Ngọc có hai hướng tiếp cận: Sản xuất hàng loạt giá rẻ hoặc tập trung vào sản phẩm tinh xảo, xây dựng thương hiệu. Chúng ta cần xác định rõ hướng đi để sản phẩm đưa ra thị trường đúng mục tiêu, đúng đối tượng. ■

350 gian hàng tham gian Hội chợ sản phẩm công nghiệp chủ lực 2025

Sáng 11/9, Sở Công Thương Hà Nội tổ chức họp báo thông tin Hội chợ triển lãm sản phẩm công nghiệp chủ lực Hà Nội 2025.

Theo ông Vương Đình Thanh - Phó Giám đốc Trung tâm Khuyến công và Tư vấn phát triển công nghiệp Hà Nội (Sở Công Thương Hà Nội), Hội chợ nhằm hỗ trợ các doanh nghiệp công nghiệp nói chung và doanh nghiệp công nghiệp chủ lực Thủ đô nói riêng trong quảng bá, giới thiệu sản phẩm, tìm kiếm khách hàng, đẩy mạnh xuất khẩu, hướng đến phát triển bền vững ngành công nghiệp Hà Nội trong bối cảnh hội nhập quốc tế.

Hội chợ diễn ra từ ngày 12 - 15/11/2025 tại Trung tâm Triển lãm quốc tế ICE, số 91 Trần Hưng Đạo, Hà Nội. Hội chợ có quy mô khoảng 350 gian hàng, với sự tham gia của các doanh nghiệp công nghiệp chủ lực, doanh nghiệp công nghiệp công



Họp báo thông tin Hội chợ triển lãm sản phẩm công nghiệp chủ lực Hà Nội 2025

nghe cao, công nghiệp hỗ trợ trong nước và quốc tế. Các ngành hàng trưng bày gồm: vi mạch bán dẫn, điện tử - công nghệ thông tin - trí tuệ nhân tạo, điện - điện lạnh - đồ gia dụng, cơ khí chế tạo - máy móc thiết bị công nghiệp hỗ trợ, chế biến thực phẩm - đồ uống... Doanh nghiệp tham gia được hỗ trợ một phần chi phí thuê gian hàng theo quy định của UBND Thành phố và được ưu tiên lựa chọn vị trí đẹp nếu đăng ký sớm.

Cà Mau tích cực hoàn thành mục tiêu khuyến công năm 2025

Năm 2025 là một năm có ý nghĩa đặc biệt quan trọng trong việc thực hiện các mục tiêu phát triển kinh tế - xã hội của tỉnh Cà Mau. Sau khi họp nhất hai tỉnh Cà Mau và Bạc Liêu, Sở Công Thương tỉnh Cà Mau (mới) đã rà soát, đánh giá kết quả thực hiện các nhiệm vụ của ngành để đưa ra những giải pháp, nhiệm vụ mới, phấn đấu góp phần vào chỉ tiêu tăng trưởng chung của cả tỉnh, góp phần đạt mục tiêu tăng trưởng chung từ 8,3% - 8,5% trở lên.

Riêng với công tác khuyến công, ngành Công Thương Cà Mau nỗ lực hoàn thành: Hỗ trợ 2 đơn vị ứng dụng máy móc thiết bị tiên tiến trong sản xuất thủy sản; hỗ trợ thực hiện 8 đề án và 6 đề án nhóm ứng dụng máy móc, thiết bị tiên tiến vào sản xuất công nghiệp - tiểu thủ công nghiệp; hỗ trợ xây dựng 1 mô hình trình diễn kỹ thuật và 1 mô hình thí điểm về sản xuất sạch hơn; tổ chức 01 hội thảo sử dụng năng lượng tiết kiệm và hiệu quả, cùng 1 Hội nghị tuyên truyền về sản xuất tiêu dùng bền vững, kinh tế tuần hoàn.



Vinh Long đẩy mạnh tiêu thụ sản phẩm qua thương mại điện tử

Ngoài ra, Sở Công Thương thúc đẩy tiêu thụ, quảng bá sản phẩm công nghiệp nông thôn tiêu biểu và đặc sản Cà Mau trên nền tảng TikTok; tổ chức không gian trưng bày, quảng bá các sản phẩm chủ lực, sản phẩm công nghiệp nông thôn tiêu biểu của tỉnh tại sự kiện "Xin chào Cà Mau"...

NGỌC ANH

