



BẢN TIN

KHUYẾN CÔNG

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

SỐ 10/2025



Bộ trưởng Bộ Công Thương Nguyễn Hồng Diên thăm gian hàng tại Hội chợ triển lãm hàng công nghiệp nông thôn khu vực phía Bắc - Tuyên Quang 2025

KHUYẾN CÔNG KHU VỰC PHÍA BẮC THÍCH ỨNG TRONG CHUYỂN ĐỘNG MỚI CỦA BỘ MÁY CHÍNH QUYỀN HAI CẤP *Trang 3-5*

HỘI CHỢ TRIỂN LÃM HÀNG CNNT TIÊU BIỂU KHU VỰC PHÍA BẮC NĂM 2025: **CẦU NỖI GIÁ TRỊ VÀ NIỀM TIN CỦA DOANH NGHIỆP** *Trang 26-27*

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

3-5: Khuyến công khu vực phía Bắc: Thích ứng trong chuyển động mới của bộ máy hai cấp

GÓC NHÌN - TRAO ĐỔI

6-7: Lực đẩy mạnh cho công nghiệp nông thôn Bắc Ninh

HOẠT ĐỘNG KHUYẾN CÔNG

8-9: Thái Nguyên: Khuyến công theo nhịp bộ máy mới

10: Khuyến công Điện Biên: "Môi lửa nhỏ" góp sức thấp sáng công nghiệp hóa vùng cao

ĐẦU TƯ - HỘI NHẬP - THỊ TRƯỜNG

18: Tuyên Quang: Đầu tư để nâng chất sản phẩm công nghiệp nông thôn

PHÁT TRIỂN CỤM CÔNG NGHIỆP

22-23: Đà Nẵng: Đẩy nhanh dự án cụm công nghiệp Hòa Khánh Nam

- Giữ nhịp sản xuất tại cụm công nghiệp - làng nghề Trung Lương

- Phú Thọ: Đẩy nhanh tiến độ hoàn thiện hạ tầng cụm công nghiệp

SẢN PHẨM CÔNG NGHIỆP NÔNG THÔN TIÊU BIỂU

24-25: Tạo giá trị bền vững cho sản phẩm công nghiệp nông thôn tiêu biểu

26-27: Hội chợ triển lãm hàng CNNT tiêu biểu khu vực phía bắc năm 2025

CHÍNH SÁCH

28-29: Vì sao năm 2025 làng Sơn không triển khai được công tác khuyến công?

KINH NGHIỆM - PHÁT TRIỂN

Xuất khẩu cho sản phẩm công nghiệp nông thôn: Kinh nghiệm hay từ Hà Nội

DOANH NGHIỆP - LÀNG NGHỀ

32: Khuyến công Hà Nội: Đưa sản phẩm làng nghề hội nhập thế giới

KẾT NỐI GIAO THƯƠNG

34: Lào Cai chuẩn bị cho Hội chợ thương mại quốc tế Việt - Trung lần thứ 25

Hải Phòng: Mở kênh liên kết tiêu thụ sản phẩm công nghiệp nông thôn

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

BAN TRUYỀN THÔNG - 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

KHUYẾN CÔNG KHU VỰC PHÍA BẮC: THÍCH ỨNG TRONG CHUYỂN ĐỘNG MỚI CỦA BỘ MÁY HAI CẤP

► MINH ANH

Bước vào năm 2025 - năm cuối cùng của chương trình khuyến công giai đoạn 2021-2025, hoạt động khuyến công khu vực phía Bắc đứng trước những thay đổi lớn khi nhiều địa phương thực hiện sáp nhập địa giới hành chính, vận hành mô hình chính quyền hai cấp. Trong bối cảnh đó, nỗ lực duy trì tiến độ, bảo đảm hiệu quả và hướng tới hoàn thành kế hoạch năm trở thành phép thử rõ rệt cho sự thích ứng và bản lĩnh của toàn hệ thống làm nhiệm vụ khuyến công.



Hội nghị khuyến công các tỉnh, thành phố khu vực phía Bắc lần thứ XIX năm 2025 tại Tuyên Quang

“CÁNH TAY NỐI DÀI” TRONG PHÁT TRIỂN CÔNG NGHIỆP NÔNG THÔN

Tại Hội nghị Khuyến công các tỉnh, thành phố khu vực phía Bắc lần thứ XIX - năm 2025, do Cục Đổi mới sáng tạo, Chuyển đổi xanh và Khuyến công (ĐCK), Bộ Công Thương phối hợp với Sở Công Thương Tuyên Quang tổ chức tại Tuyên Quang,

ngày 16/10 vừa qua, bà Nguyễn Thị Lâm Giang, Cục trưởng Cục ĐCK, đã nhấn mạnh: “Trong bối cảnh thế giới và trong nước còn nhiều biến động, công tác khuyến công tiếp tục phát huy vai trò là công cụ chính sách quan trọng của Chính phủ, hỗ trợ doanh nghiệp và cơ sở công nghiệp nông thôn vượt qua khó khăn, ổn định và phát triển sản xuất, kinh doanh”.



Lễ Trao cờ tổ chức Hội nghị khuyến công các tỉnh, thành phố khu vực phía Bắc năm 2026 cho thành phố Hải Phòng

Phát biểu ấy phản ánh trọn vẹn vai trò của khuyến công trong thời điểm nền kinh tế đang nỗ lực phục hồi và chuyển đổi. Với nhiệm vụ vừa hỗ trợ kỹ thuật, vừa tạo động lực cho sản xuất, khuyến công được xem là “cánh tay nối dài” giúp lan tỏa chính sách phát triển công nghiệp nông thôn từ Trung ương đến cơ sở.

Theo báo cáo của Cục ĐCK, 9 tháng năm 2025, tổng kế hoạch kinh phí khuyến công của 15 tỉnh, thành phía Bắc đạt 148,24 tỷ đồng, tăng 40% so với năm 2024. Dù tiến độ giải ngân mới đạt gần 29%, nhưng đây vẫn là con số phản ánh nỗ lực đáng kể trong bối cảnh bộ máy hành chính nhiều nơi đang trong giai đoạn kiện toàn.

Đáng chú ý, hỗ trợ ứng dụng máy móc thiết bị tiên tiến tiếp tục là điểm sáng, với 84 cơ sở công nghiệp nông thôn được hỗ trợ, tổng kinh phí hơn 27 tỷ đồng. Cùng với đó, 30 sản phẩm công nghiệp nông thôn tiêu biểu cấp quốc gia được bình chọn và tôn vinh, khẳng định hướng đi đúng của chính

sách khuyến công gắn với nâng cao giá trị sản phẩm và mở rộng thị trường.

Từ góc độ địa phương, ông Hoàng Anh Cường, Giám đốc Sở Công Thương Tuyên Quang cũng chia sẻ: “Khu vực phía Bắc có tiềm năng phát triển công nghiệp rất lớn nhờ vị trí chiến lược, hạ tầng ngày càng hoàn thiện và lực lượng lao động dồi dào. Chính quyền địa phương năng động, đội ngũ lao động trẻ và ham học hỏi đang tạo nên những điều kiện thuận lợi để vùng này bứt phá.”

THÁCH THỨC MỚI TRONG VẬN HÀNH MÔ HÌNH CHÍNH QUYỀN HAI CẤP

Điểm đáng chú ý của năm 2025 là quá trình sáp nhập địa giới hành chính và triển khai mô hình chính quyền địa phương hai cấp tại nhiều tỉnh, thành khu vực phía Bắc. Sự thay đổi này không chỉ là bài toán tổ chức bộ máy, mà còn tác động trực tiếp đến cách thức triển khai công tác khuyến công ở từng cấp độ.

Việc thay đổi cơ cấu tổ chức và

thẩm quyền điều hành khiến một số địa phương gặp lúng túng trong phân cấp, phê duyệt và giám sát đề án khuyến công. Tiến độ phân bổ ngân sách, đặc biệt là nguồn khuyến công quốc gia, bị ảnh hưởng; trong khi nhiều đề án địa phương vẫn phải chờ hướng dẫn cụ thể về quy trình thẩm định, khiến thời gian triển khai bị kéo dài.

Bà Nguyễn Thị Lâm Giang thẳng thắn nhìn nhận: “Khi bộ máy hành chính đang trong quá trình tinh gọn, việc tổ chức thực hiện các chương trình khuyến công đòi hỏi sự linh hoạt, đồng thời phải đảm bảo tuân thủ pháp lý, tránh để chậm tiến độ hoặc dàn trải nguồn lực”.

Thực tế, một số điểm nghẽn đã lộ rõ: Có tỉnh nhiều năm liền chưa xây dựng được đề án khuyến công điểm có sức lan tỏa; có nơi tổ chức bộ máy chưa bám sát quy định pháp lý; kinh phí hỗ trợ tuy tăng nhưng vẫn chưa đáp ứng nhu cầu đổi mới công nghệ và chuyển đổi xanh của rất nhiều cơ sở công nghiệp nông thôn.

Ngoài ra, sự chồng chéo giữa các

cấp trong thẩm định, phê duyệt đề án vẫn tồn tại, khiến tỷ lệ giải ngân trung bình toàn vùng mới đạt khoảng 30%, thấp hơn kỳ vọng. Nhiều địa phương phản ánh quy định mới về mô hình hai cấp đòi hỏi thời gian để ổn định nhân sự, quy trình điều hành, trong khi nhiệm vụ khuyến công lại cần tính liên tục, kịp thời.

Song trong thách thức đó cũng có cơ hội: Việc sáp nhập đơn vị hành chính và xây dựng chính quyền hai cấp mở ra khả năng tập trung nguồn lực, gắn kết vùng và hình thành các chuỗi giá trị sản xuất lớn hơn. Đây chính là nền tảng để khuyến công chuyển từ mô hình hỗ trợ nhỏ lẻ sang phát triển theo hướng quy hoạch và liên kết vùng, giúp các địa phương khai thác thế mạnh chung của khu vực.

NỖ LỰC HOÀN THÀNH KẾ HOẠCH NĂM, BƯỚC ĐỆM CHỖ GIAI ĐOẠN MỚI

Báo cáo từ Cục ĐCK cũng cho thấy, dù chịu tác động của thay đổi cơ chế, hoạt động khuyến công khu vực phía Bắc vẫn duy trì được nhịp độ, nhiều địa phương chủ động thích ứng. Bắc Ninh, Hải Dương, Phú Thọ là những điểm sáng khi nhanh chóng kiện toàn tổ chức, củng cố đội ngũ cán bộ, từng bước chuyên nghiệp hóa công tác khuyến công.

Đáng chú ý, nhiều Sở Công Thương đã tăng cường phối hợp giữa khuyến công quốc gia và địa phương, chủ động rà soát các đề án cũ, điều chỉnh cho phù hợp mô hình mới. Một số địa phương còn triển khai chương trình khuyến công xanh, hỗ trợ cơ sở chuyển đổi sang sản xuất sạch hơn, tiết kiệm năng lượng, hướng đi phù hợp với xu thế phát triển công nghiệp bền vững.

Với nền tảng đó, để đảm bảo



Bà Nguyễn Thị Lâm Giang- Cục trưởng Cục ĐCK phát biểu tại hội nghị

hoàn thành kế hoạch năm 2025, Cục ĐCK đã đề nghị các tỉnh, thành tập trung vào những giải pháp trọng tâm: Tăng tốc giải ngân các đề án đã phê duyệt, bảo đảm kinh phí sử dụng đúng mục đích, đúng tiến độ. Kiện toàn tổ chức bộ máy, đào tạo, bồi dưỡng cán bộ khuyến công theo mô hình hai cấp, nâng cao năng lực quản lý và điều hành. Đẩy mạnh phối hợp liên vùng, chia sẻ kinh nghiệm và mô hình thành công, đồng thời thúc đẩy truyền thông số để lan tỏa chính sách khuyến công đến doanh nghiệp và cộng đồng.

Đặc biệt, việc ban hành Nghị định số 235/2025/NĐ-CP và Quyết định số 2646/QĐ-BCT về Chương trình khuyến công giai đoạn 2026-2030 được coi là bước tiến quan trọng. Đây không chỉ là khung pháp lý mới, mà còn là cơ hội để các địa phương chủ động xây dựng chiến lược khuyến công dài hạn, phù hợp thực tiễn phát triển công nghiệp vùng miền.

Bước vào chặng cuối của năm 2025, khi mô hình chính quyền hai cấp dần đi vào ổn định, khuyến công khu vực phía Bắc đang đứng trước

cơ hội tái cơ cấu theo hướng liên kết - chuyên nghiệp - bền vững. Nhiệm vụ không chỉ dừng ở hỗ trợ thiết bị hay kinh phí, mà là xây dựng hệ sinh thái công nghiệp nông thôn với năng lực đổi mới, sáng tạo và khả năng cạnh tranh cao hơn. Nếu tận dụng tốt đà này, hoạt động khuyến công sẽ không chỉ là “trợ lực” phục hồi kinh tế, mà còn là động cơ thúc đẩy quá trình chuyển đổi xanh, chuyển đổi số của khu vực công nghiệp nông thôn, đúng như mục tiêu mà Bộ Công Thương đang hướng tới.

Như bà Nguyễn Thị Lâm Giang khẳng định tại hội nghị: “Khuyến công không chỉ là nhiệm vụ hỗ trợ sản xuất, mà là công cụ tạo năng lực mới cho nền công nghiệp địa phương, cùng bước vào quá trình phát triển bền vững”.

Từ những con số, nỗ lực và định hướng đó, có thể tin rằng, khuyến công khu vực phía Bắc đang chuyển mình đúng hướng, từ chỗ thích ứng với thay đổi cơ chế, đến chủ động kiến tạo mô hình phát triển mới, góp phần quan trọng vào mục tiêu tăng trưởng công nghiệp và thương mại chung của đất nước. ■



KHUYẾN CÔNG:

LỰC ĐẨY MẠNH CHỖ CÔNG NGHIỆP NÔNG THÔN BẮC NINH



Ông Hoàng Anh Tuấn, Giám đốc Sở Công Thương Bắc Ninh

► PHÚC AN (thực hiện)

Với sự quan tâm sát sao của các cấp chính quyền, công tác khuyến công đã và đang trở thành lực đẩy quan trọng giúp công nghiệp nông thôn của tỉnh Bắc Ninh phát triển nhanh, mạnh và tiếp cận mục tiêu tăng trưởng bền vững.

Trao đổi với phóng viên ông Hoàng Anh Tuấn, Giám đốc Sở Công Thương tỉnh Bắc Ninh không chỉ chia sẻ kết quả và còn thẳng thắn chỉ ra những hạn chế còn tồn tại cũng như đưa ra những đề xuất nhằm phát triển mạnh mẽ hơn nữa công tác khuyến công

Thưa ông, giai đoạn 2021-2025, Bắc Ninh được ghi nhận là địa phương tiêu biểu trong triển khai công tác khuyến công. Xin ông chia sẻ những kết quả nổi bật đã đạt được trong giai đoạn 5 năm này?

Giai đoạn 2021-2025, công tác khuyến công của tỉnh đã đạt nhiều kết quả tích cực, góp phần đáng kể vào chuyển dịch cơ cấu kinh tế theo hướng công nghiệp hóa - hiện đại

hóa tại khu vực nông thôn. Tổng kinh phí khuyến công đã huy động được trên 33,4 tỷ đồng, trong đó ngân sách trung ương (khuyến công quốc gia) hơn 7,4 tỷ đồng, còn lại từ nguồn địa phương.

Bằng nguồn lực đó, chúng tôi đã triển khai nhiều đề án thiết thực như: Hỗ trợ đầu tư máy móc thiết bị tiên tiến cho gần 90 cơ sở sản xuất, xây dựng mô hình trình diễn kỹ thuật, hỗ trợ phòng trưng bày sản phẩm, tổ chức các chương trình tuyên truyền, hội chợ triển lãm, đào tạo nâng cao năng lực quản lý và kỹ thuật... Đặc biệt, các đề án đều triển khai đúng tiến độ, đúng đối tượng thụ hưởng và mang lại hiệu quả rõ rệt về kinh tế - xã hội.

Có thể nói, chương trình khuyến công đã tác động mạnh mẽ đến

việc đổi mới công nghệ, nâng cao năng suất, chất lượng sản phẩm và mở rộng thị trường tiêu thụ. Nhiều cơ sở công nghiệp nông thôn trước đây còn sản xuất theo phương pháp thủ công, lạc hậu, sau khi nhận hỗ trợ đã mạnh dạn đầu tư dây chuyền tự động, bán tự động hiện đại.

Ngoài ra, các hoạt động như triển lãm sản phẩm công nghiệp nông thôn tiêu biểu, hội chợ kết nối cung cầu, bình chọn sản phẩm tiêu biểu... cũng tạo cơ hội cho doanh nghiệp nhỏ và vừa giới thiệu sản phẩm, tìm kiếm đối tác, nâng cao năng lực cạnh tranh.

Tuy đã đạt được nhiều kết quả tích cực, song công tác khuyến công tại Bắc Ninh thời gian qua vẫn gặp

những khó khăn nào, thưa ông?

Khó khăn lớn nhất là nguồn kinh phí khuyến công quốc gia và địa phương còn hạn chế, chủ yếu từ ngân sách Nhà nước, chưa huy động được nguồn đóng góp từ các tổ chức, cá nhân trong và ngoài nước. Mức hỗ trợ vốn còn thấp nên chưa thu hút được nhiều cơ sở công nghiệp nông thôn tham gia, đặc biệt là trong việc đầu tư máy móc, thiết bị, công nghệ mới vào sản xuất.

Công tác quản lý nhà nước về khuyến công chưa đồng bộ. Cấp cơ sở chưa có đội ngũ cán bộ chuyên trách nên việc lựa chọn, xây dựng các đề án còn nhiều khó khăn. Sự phối hợp giữa chính quyền địa phương với Sở Công Thương và các ngành chức năng trong triển khai cũng chưa thật sự chặt chẽ.

Với “bức tranh” đó, định hướng công tác khuyến công của Bắc Ninh giai đoạn 2026-2030 sẽ như thế nào? Những giải pháp cụ thể mà tỉnh tập trung triển khai là gì, thưa ông?

Bước vào giai đoạn 2026-2030,

chúng tôi xác định chương trình khuyến công vẫn là công cụ hỗ trợ quan trọng để giúp các cơ sở công nghiệp nông thôn phát triển. Định hướng lớn là chuyển mạnh từ hỗ trợ đơn lẻ sang hỗ trợ theo cụm ngành, chuỗi giá trị, hướng đến công nghiệp xanh, công nghiệp sạch và phát triển bền vững.

Mục tiêu cụ thể gồm: Hỗ trợ xây dựng ít nhất 3 mô hình trình diễn kỹ thuật; hỗ trợ đầu tư thiết bị tiên tiến cho khoảng 90 cơ sở sản xuất; tổ chức 2 hội chợ triển lãm hàng công nghiệp nông thôn tiêu biểu, hàng thủ công mỹ nghệ; tổ chức 2 đợt bình chọn sản phẩm tiêu biểu cấp tỉnh và 10-20 lượt hội chợ trong nước.

Bên cạnh đó, tỉnh sẽ đẩy mạnh chuyển đổi số, phát triển công nghiệp hỗ trợ, tăng cường kết nối sản phẩm với thị trường trong và ngoài nước thông qua sàn thương mại điện tử, hội chợ quốc tế, siêu thị...

Để thực hiện hiệu quả, Bắc Ninh kiến nghị nâng mức hỗ trợ từ ngân sách trung ương và địa phương cho các đề án có tính lan tỏa cao; đồng thời

cải tiến nội dung, phương thức tuyên truyền để truyền tải đầy đủ, chính xác, kịp thời các cơ chế, chính sách khuyến công tới người dân và doanh nghiệp công nghiệp nông thôn.

Tỉnh cũng sẽ chú trọng đào tạo, nâng cao năng lực chuyên môn cho đội ngũ cán bộ khuyến công, đảm bảo đủ trình độ triển khai các chương trình ngày càng chuyên sâu. Khuyến khích doanh nghiệp lớn trong cụm công nghiệp, làng nghề đóng vai trò đầu tàu, liên kết cùng các cơ sở nhỏ lẻ phát triển. Việc hình thành cụm liên kết ngành và chuỗi giá trị là yếu tố then chốt trong giai đoạn mới.

Chương trình khuyến công cũng sẽ tập trung hỗ trợ một số đề án trọng điểm, mang tính chiều sâu, đồng thời lồng ghép với các chương trình hỗ trợ khác để triển khai trong nhiều năm. Từ đó, tạo điều kiện cho doanh nghiệp phát triển, trở thành hạt nhân để thúc đẩy và nhân rộng mô hình ra các đơn vị, doanh nghiệp khác trên địa bàn tỉnh.

Trân trọng cảm ơn ông!



Lãnh đạo Sở Công Thương Bắc Ninh kiểm tra sản xuất thực tế tại cơ sở sản xuất năm 2025



THÁI NGUYÊN:

KHUYẾN CÔNG THEO NHỊP BỘ MÁY MỚI

► MINH ANH

Sau sáp nhập tỉnh và triển khai mô hình chính quyền hai cấp, công tác khuyến công ở Thái Nguyên bước vào giai đoạn thử thách khi vừa phải ổn định tổ chức, vừa tăng tốc giải ngân, hỗ trợ doanh nghiệp và cơ sở công nghiệp nông thôn để hoàn thành mục tiêu năm.



Hợp tác xã Nông nghiệp Tiên Phong (xã Yên Trạch) được hỗ trợ kinh phí khuyến công địa phương năm 2025

BỘ MÁY ĐỔI NHIỆM VỤ KHÔNG ĐỔI

Việc sắp xếp đơn vị hành chính, thu gọn tầng nấc quản lý theo mô hình chính quyền hai cấp là chủ trương lớn, mang hy vọng tinh gọn bộ máy, rút ngắn thủ tục cho người dân và doanh nghiệp. Thế nhưng,

thực tế triển khai tại Thái Nguyên cho thấy “đổi” không đồng nghĩa với thuận lợi ngay lập tức. Như Phó Giám đốc Sở Công Thương tỉnh Thái Nguyên, Dương Văn Hoàn: “Việc tổ chức lại theo mô hình hai cấp đã giảm được tầng nấc trung gian, song đồng thời đặt ra yêu

cầu lớn về năng lực tiếp nhận và xử lý công việc tại cấp xã. Nhiều cán bộ cấp xã chưa được đào tạo bài bản, dẫn đến lúng túng trong triển khai nhiệm vụ khuyến công”.

Con số và hiện trạng phản ánh điều đó: Từ đầu năm tới nay, Thái Nguyên đã triển khai 17 đề án khuyến công với tổng kinh phí gần 3 tỷ đồng, cho thấy nỗ lực chính sách vẫn được duy trì. Nhưng tiến độ giải ngân, khả năng tiếp cận của cơ sở và chất lượng thẩm định đề án còn hạn chế. Nút thắt không nằm ở ý chí mà ở năng lực thực thi khi thiếu cán bộ chuyên môn đủ năng lực, thiếu hệ thống tư vấn hỗ trợ doanh nghiệp tại chỗ, và thủ tục nội bộ chưa được tinh giản theo nhịp bộ máy mới.

Vấn đề mấu chốt là sự “liên mạch” trong phục vụ. Khi quyền hạn được dịch chuyển xuống cấp xã, trách nhiệm tăng lên nhưng năng lực và nguồn lực chưa kịp theo kèm. Hệ quả là hồ sơ bị treo, đề án chậm triển khai, doanh nghiệp và cơ sở sản xuất nông thôn phải chờ đợi.

Thực tế, tinh gọn là cần thiết, nhưng không thể tinh gọn bằng cách nơi lỏng trách nhiệm đào tạo, hướng dẫn và giám sát. Khuyến công, với chức năng hỗ trợ kỹ thuật, chuyển giao công nghệ và kết nối thị trường, đòi hỏi một “hệ điều hành” có khả năng vận hành liên tục và có chiều sâu. Điều này đòi hỏi cần bổ sung sớm năng lực cho cấp cơ sở trong triển khai công tác khuyến công.

TẬP TRUNG HOÀN THÀNH NHIỆM VỤ NĂM

Những năm qua khuyến công đã đem lại những hiệu ứng tích cực cho công nghiệp nông thôn tỉnh Thái Nguyên. Nhiều cơ sở sản xuất đã được hưởng kinh phí khuyến công để đầu tư máy móc, nâng cao năng suất; nhiều sản phẩm công nghiệp nông thôn được củng cố, mở rộng thị trường. Những thành tựu ấy là minh chứng cho tính hữu dụng của chính sách khi được triển khai đúng cách.

Song thành quả vẫn chưa tương xứng với tiềm năng. Quy mô nguồn lực khuyến công còn khiêm tốn so với nhu cầu thực tế; nhiều cơ sở chưa nắm rõ chính sách nên khó tiếp cận hỗ trợ; thiếu đề án mang tính liên vùng, lan tỏa; khả năng huy động nguồn lực xã hội hóa còn yếu. Ông Dương Văn Hoàn cũng thẳng thắn chỉ rõ: “Số cơ sở đăng ký và đủ điều kiện tham gia chương trình khuyến công còn hạn chế, chưa tương xứng với quy mô hoạt động công nghiệp, tiểu thủ công nghiệp của tỉnh”.

Để khắc phục những hạn chế trên, trước hết nhằm mục tiêu ngắn hạn là hoàn thành kế hoạch khuyến công năm 2025, Sở Công Thương

Thái Nguyên chú trọng: Triển khai các chính sách khuyến công đảm bảo bám sát mục tiêu, kế hoạch của chương trình khuyến công từng giai đoạn được Bộ Công Thương, UBND tỉnh Thái Nguyên phê duyệt. Tiếp tục đào tạo, bồi dưỡng nâng cao năng lực chuyên môn của đội ngũ cán bộ làm công tác khuyến công, nhất là đội ngũ cộng tác viên khuyến công, cán bộ tham mưu công tác khuyến công ở địa phương, cơ sở.

Thực hiện các nội dung hoạt động khuyến công cụ thể, phù hợp với nhu cầu, khả năng tiếp cận của các doanh nghiệp, cơ sở công nghiệp nông thôn trên địa bàn tỉnh, như: Xây dựng mô hình trình diễn kỹ thuật, ứng dụng máy móc tiên tiến, tiến bộ khoa học kỹ thuật vào sản xuất; đào tạo nghề, truyền nghề theo nhu cầu của doanh nghiệp, cơ sở công nghiệp nông thôn; hỗ trợ tìm kiếm, mở rộng thị trường tiêu thụ sản phẩm; hỗ trợ nâng cao năng lực quản lý, gia tăng sức cạnh tranh cho sản phẩm và cơ

sở công nghiệp nông thôn...

Tăng cường thực hiện các chương trình xúc tiến thương mại để quảng bá thương hiệu, giới thiệu sản phẩm và mở rộng thị trường tiêu thụ các sản phẩm công nghiệp nông thôn tiêu biểu gắn với chương trình OCOP của tỉnh. Đẩy mạnh công tác thông tin, tuyên truyền, kết nối tiêu thụ sản phẩm thông qua các nền tảng công nghệ số và trên môi trường mạng bên cạnh các phương thức truyền thống.

Đẩy mạnh công tác phối hợp với các ngành, địa phương trong việc tuyên truyền, vận động, hướng dẫn các cơ sở công nghiệp nông thôn trên địa bàn tỉnh phối hợp, triển khai các chính sách khuyến công. Đồng thời, thực hiện lồng ghép chính sách khuyến công với các chương trình khác như: Chương trình mục tiêu quốc gia xây dựng nông thôn mới, Chương trình xóa đói giảm nghèo để nâng cao hiệu quả hoạt động khuyến công. ■



Sở Công Thương Thái Nguyên kiểm tra thực tế tại cơ sở đăng ký đề án khuyến công năm 2025



KHUYẾN CÔNG ĐIỆN BIÊN:

“MỖI LỬA NHỎ” GÓP SỨC THẮP SÁNG CÔNG NGHIỆP HÓA VÙNG CAO

► ĐỨC LONG

Trong điều kiện kinh tế - xã hội còn nhiều khó khăn, chương trình khuyến công ở Điện Biên vẫn đang bền bỉ tạo dựng nền tảng cho công nghiệp nông thôn, từng bước giúp các cơ sở sản xuất vươn lên, khẳng định vị thế trên thị trường.



Khuyến công trở thành lực đẩy cho công nghiệp nông thôn Điện Biên phát triển. Ảnh minh họa

BƯỚC ĐI CHẬM NHƯNG CHẮC CỦA KHUYẾN CÔNG VÙNG CAO

Là tỉnh miền núi biên giới, địa hình chia cắt, giao thông khó khăn, Điện Biên chưa có nền công nghiệp phát triển mạnh. Tuy vậy, những năm qua, công tác khuyến công trên địa bàn vẫn nhận được sự quan tâm của các cấp, các ngành. Nhờ đó, hoạt động khuyến công đã góp phần đáng kể thúc đẩy

phát triển tiểu thủ công nghiệp, tạo việc làm và nâng cao thu nhập cho người dân.

Giai đoạn 2021 - 2024, tổng kinh phí dành cho hoạt động khuyến công của tỉnh đạt hơn 3 tỷ đồng, trong đó khoảng 2 tỷ đồng từ nguồn khuyến công quốc gia, hơn 1 tỷ đồng từ ngân sách địa phương. Tuy nhiên, nguồn lực này vẫn rất khiêm tốn so

với nhu cầu thực tế. Năm 2024, Điện Biên không được phân bổ kinh phí khuyến công quốc gia, trong khi kinh phí địa phương chỉ đạt 500 triệu đồng, đây là mức thấp so với các tỉnh trong khu vực.

Khó khăn càng nhân lên khi hoạt động khuyến công phải đối mặt với nhiều thách thức nội tại. Công tác tuyên truyền chưa thực sự hiệu quả,

khiến một số địa phương vùng sâu, vùng xa chưa nắm rõ chính sách; nhiều cơ sở công nghiệp nông thôn còn mơ hồ về cơ chế hỗ trợ, dẫn đến tỷ lệ đăng ký kế hoạch khuyến công còn thấp.

Số lượng cơ sở sản xuất công nghiệp của tỉnh cũng hạn chế, phần lớn là doanh nghiệp nhỏ, siêu nhỏ hoặc hộ cá thể, năng lực đầu tư và đổi mới công nghệ còn yếu. Trong bối cảnh mô hình chính quyền hai cấp mới triển khai, cán bộ cấp xã phụ trách Công Thương đa phần chưa có kinh nghiệm, nên việc hướng dẫn cơ sở tiếp cận chương trình khuyến công còn chậm.

Tuy vậy, trong khó khăn, Điện Biên vẫn nhìn thấy ánh sáng của sự đổi thay. Nhờ nguồn kinh phí tuy ít ỏi, nhiều cơ sở đã được hỗ trợ đầu tư máy móc tiên tiến, đổi mới công nghệ, cải thiện năng suất và chất lượng sản phẩm. Một số đơn vị được hỗ trợ còn tận dụng cơ hội để mở rộng quy mô sản xuất, từng bước tạo thương hiệu cho sản phẩm địa phương.

CẦN CƠ CHẾ MẠNH ĐỂ KHUYẾN CÔNG “CHẠM TỚI” CƠ SỞ

Nhìn nhận thực tế, Điện Biên vẫn là một trong những tỉnh có ngân sách phụ thuộc hơn 90% vào Trung ương, do đó nguồn lực dành cho khuyến công rất nhỏ bé. Mức hỗ trợ hiện nay chưa đủ để tạo cú hích cho công nghiệp nông thôn, trong khi nhu cầu đổi mới thiết bị, chuyển giao công nghệ của doanh nghiệp ngày càng lớn.

Trước thực trạng đó, Sở Công Thương Điện Biên đã tham mưu UBND tỉnh ban hành mức chi khuyến công mới, đồng thời trình HĐND tỉnh phê duyệt kế hoạch kinh phí năm 2025, bao gồm cả phần ngân sách

khuyến công quốc gia. Đây là cơ sở quan trọng để tỉnh chủ động triển khai các đề án, mô hình hỗ trợ trong giai đoạn tới.

Tác động tích cực của chính sách khuyến công thể hiện rõ qua những thay đổi ở khu vực sản xuất nông thôn. Nhiều sản phẩm công nghiệp nông thôn, sản phẩm OCOP của Điện Biên như cà phê Mường Ảng, chè Tủa Chùa, mật ong Điện Biên... đã có điều kiện cải tiến bao bì, mở rộng kênh tiêu thụ, tham gia các hội chợ, triển lãm trong và ngoài tỉnh. Đây chính là kết quả trực tiếp của việc khuyến công hỗ trợ ứng dụng công nghệ, xúc tiến thương mại và xây dựng thương hiệu.

Tuy nhiên, để hoạt động khuyến công phát huy hiệu quả bền vững, Điện Biên cũng đề xuất một số kiến nghị. Trong đó, Cục Đổi mới sáng tạo, Chuyển đổi xanh và Khuyến công tăng cường chia sẻ mô hình, kinh nghiệm của các địa phương đã làm tốt để Điện Biên học hỏi, nhân rộng. Tổ chức các lớp tập huấn cho đội ngũ cán bộ khuyến công cấp cơ sở và các chủ cơ sở sản xuất, nhằm nâng cao năng lực quản lý, triển khai chính sách mới.

Các cơ quan Trung ương đơn giản hóa thủ tục hành chính, đặc biệt là việc cấp giấy chứng nhận sản phẩm công nghiệp nông thôn tiêu biểu, vốn đang gây mất thời gian và hạn chế sự tham gia của cơ sở. Phê duyệt sớm Chương trình khuyến công quốc gia hàng năm để địa phương chủ động bố trí kế hoạch, tránh tình trạng “chạy nước rút” khi được phân bổ vốn.

Điện Biên cũng mong muốn Bộ Công Thương sớm ban hành Thông tư hướng dẫn thực hiện Nghị định 235/2025/NĐ-CP giúp thống nhất cơ chế quản lý, chi tiêu và hỗ trợ trong lĩnh vực khuyến công trên cả nước.

Dù nguồn lực còn mỏng, song có thể khẳng định khuyến công Điện Biên đang đi đúng hướng. Mỗi mô hình được hỗ trợ, mỗi cơ sở được tiếp cận thiết bị mới không chỉ là một bước tiến kỹ thuật, mà còn là sự khởi đầu cho hành trình làm công nghiệp trong vùng núi. Với sự đồng hành của các cấp, ngành Công Thương Điện Biên đặt mục tiêu đưa khuyến công trở thành “đòn bẩy” thực sự cho phát triển công nghiệp nông thôn, gắn với chuyển đổi xanh, chuyển đổi số và phát triển bền vững. ■



Diệp thanh trà - sản phẩm tiêu biểu cấp khu vực năm 2024 của tỉnh Điện Biên



KHUYẾN CÔNG PHÚ THỌ:

CƠ HỘI MỞ RỘNG TRONG BỨC TRANH CÔNG NGHIỆP MỚI

► THANH ANH

Sau sáp nhập, tỉnh Phú Thọ có quy mô lớn hơn về diện tích và dân số. Trong bối cảnh đó, hoạt động khuyến công bước vào giai đoạn điều chỉnh để thích ứng với phạm vi quản lý, nguồn lực và yêu cầu liên vùng.



Công ty TNHH HTH Vĩnh Phúc được hỗ trợ từ nguồn kinh phí khuyến công địa phương năm 2024 cho ứng dụng máy móc thiết bị tiên tiến trong gia công cơ khí”.

Việc sáp nhập Vĩnh Phúc, Phú Thọ và Hòa Bình hình thành Phú Thọ mới đã thay đổi bản đồ hành chính và kinh tế của vùng. Với tổng diện tích trên 9.300 km² và quy mô dân số khoảng 4,5 triệu người, Phú Thọ mới trở thành một địa bàn có chiều sâu về nguồn lực, vị trí địa lý và tiềm năng công nghiệp.

Vùng đất trước đây thuộc Vĩnh Phúc vốn có sức hút FDI rõ rệt, với những tên tuổi như Toyota, Honda cùng nhiều doanh nghiệp FDI khác đã hình thành chuỗi cung ứng và nhà máy sản xuất. Khu vực Hòa Bình đóng góp lợi thế năng lượng khi có nhà máy thủy điện Hòa Bình với công suất lớn, tạo nguồn

điện ổn định cho phát triển công nghiệp. Bên cạnh đó, Phú Thọ cũ có thể mạnh truyền thống ở các ngành dệt may, chế biến, sản xuất vật liệu. Những nền tảng có thể kết hợp với nguồn lực mới để mở rộng hoạt động công nghiệp, trong đó có khuyến công.

Theo ông Dương Quốc Thắng,

Phó Giám đốc Sở Công Thương Phú Thọ, sáp nhập mở rộng phạm vi quản lý, đồng thời tạo điều kiện để triển khai khuyến công theo quy mô vùng, kết nối các cụm công nghiệp, làng nghề và chuỗi cung ứng từng phần rời rạc trước đây. Việc mở rộng địa bàn cho phép ngành Công Thương nói chung, công tác khuyến công nói riêng tiếp cận nguồn lực tập trung hơn, tổ chức các chương trình liên kết vùng thay vì ứng xử theo ranh giới hành chính hẹp.

Báo cáo từ Sở Công Thương cho thấy, hoạt động khuyến công đang trong giai đoạn chuyển đổi để thích nghi với thực tế sau sáp nhập. Những thay đổi rõ nét là phạm vi tổ chức và cơ chế phối hợp; tuy nhiên, quá trình triển khai tại cơ sở vẫn còn những vướng mắc cần khắc phục.

Một yếu tố thực tế là quy mô diện tích và dân số tăng khiến công tác quản lý, khảo sát và đi cơ sở mất nhiều thời gian hơn. Phú Thọ mới, theo so sánh, vào nhóm những địa phương có diện tích quản lý lớn; điều này đặt ra yêu cầu về bố trí nhân lực, cơ sở dữ liệu và điều phối giữa các cấp hành chính.

Cơ sở dữ liệu doanh nghiệp chưa được đồng bộ là hạn chế được đề cập nhiều lần. Việc chưa có hệ thống dữ liệu thống nhất giữa các huyện, xã và giữa các phần địa bàn sáp nhập gây khó khăn cho công tác khảo sát nhu cầu, quy hoạch đề án và tránh trùng lặp trong phân bổ hỗ trợ. Đồng thời, cán bộ cấp xã, phường nơi trực tiếp tiếp xúc với cơ sở sản xuất, làng nghề nhiều nơi còn chưa quen với nhiệm vụ mới sau cơ



Nấm Đông trùng hạ thảo của Hợp tác xã Nấm Tam Đảo được chứng nhận là sản phẩm công nghiệp nông thôn tiêu biểu cấp tỉnh năm 2024

cấu lại, dẫn tới lúng túng trong tiếp nhận, hướng dẫn và hỗ trợ kỹ thuật.

Về nguồn lực tài chính, mặc dù quy mô tỉnh lớn hơn, song cơ chế phân bổ ngân sách và thời điểm phê duyệt các chương trình, nghị quyết vẫn ảnh hưởng tới khả năng triển khai đề án khuyến công kịp thời. Việc ban hành văn bản hướng dẫn, điều chỉnh nghị định, thông tư liên quan tới khuyến công và cơ chế hỗ trợ đang trong quá trình hoàn thiện; điều này ảnh hưởng trực tiếp đến năng lực lập kế hoạch và triển khai các đề án quy mô vùng trong năm đầu tổ chức mới.

Trên thực địa, khuyến công đã có những chuyển động rõ rệt: Một số làng nghề được hỗ trợ trang thiết bị, một vài cụm công nghiệp nhỏ bắt đầu có sự liên kết cung ứng, và một số sản phẩm OCO được hưởng lợi từ các hoạt động xúc tiến, nâng cấp bao bì, tiêu chuẩn. Những kết quả bước đầu này phản ánh tính khả thi khi nguồn lực được tập trung đúng mục tiêu.

Tuy nhiên, hoạt động hỗ trợ vẫn phân tán ở nhiều địa phương, còn tình trạng đề án nhỏ lẻ, khó tạo đột

phá về chuỗi giá trị. Các đại diện cơ quan quản lý tại hội nghị cũng chỉ ra nhu cầu thống nhất mô hình tổ chức khuyến công, nâng cao năng lực chuyên môn cho trung tâm khuyến công cấp tỉnh và tăng cường phân cấp hợp lý cho cấp xã, phường trong các nhiệm vụ kỹ thuật tại chỗ.

Ngoài ra, yếu tố kết nối thị trường vẫn là điểm nghẽn khi nhiều cơ sở sản xuất còn thiếu năng lực về truy xuất nguồn gốc, bao bì, thương mại điện tử và xúc tiến thương mại, khiến sản phẩm dù được đầu tư về công nghệ nhưng chưa khai thác được thị trường rộng hơn.

Sáp nhập ba tỉnh đã tạo ra Phú Thọ mới với quy mô và lợi thế mới, mở ra điều kiện để hoạt động khuyến công triển khai theo hướng liên kết vùng, tập trung nguồn lực và kết nối chuỗi giá trị. Song thực tế triển khai cho thấy khuyến công đang ở giai đoạn điều chỉnh cần hoàn thiện dữ liệu, bố trí nhân lực phù hợp, hoàn thiện cơ chế phân bổ và hướng dẫn văn bản triển khai để chuyển lợi thế hành chính thành những kết quả cụ thể trên thực địa. ■



Tuyên Quang lấy ý kiến dự thảo quy định về quản lý khuyến công



Tuyên Quang tổ chức Hội chợ hàng công nghiệp nông thôn tiêu biểu khu vực phía Bắc năm 2025

Sở Công Thương Tuyên Quang đang lấy ý kiến cho dự thảo Quyết định của UBND tỉnh ban hành Quy định xây dựng, tổ chức thực hiện và

quản lý chương trình, kế hoạch, đề án và quản lý kinh phí khuyến công địa phương trên địa bàn tỉnh Tuyên Quang.

Dự thảo gồm 4 chương, 29 điều, quy định xây dựng, tổ chức thực hiện và quản lý chương trình, kế hoạch, đề án và quản lý kinh phí khuyến công địa phương trên địa bàn tỉnh Tuyên Quang. Áp dụng đối với các cơ quan nhà nước, tổ chức, cá nhân liên quan đến việc thực hiện, thụ hưởng và quản lý các chương trình, kế hoạch và đề án khuyến công địa phương quy định tại Nghị định số 45/2012/NĐ-CP.

Dự thảo cũng quy định cụ thể về quy trình: Xây dựng, phê duyệt, tổ chức thực hiện chương trình khuyến công địa phương giai đoạn, cấp tỉnh và cấp xã; quy định nguyên tắc lập đề án khuyến công địa phương; nội dung cơ bản của đề án khuyến công địa phương; hồ sơ đăng ký hỗ trợ kinh phí đề án khuyến công; trách nhiệm thẩm tra, thẩm định, phê duyệt đề án khuyến công địa phương...

Điện Biên ghi nhận sản phẩm CNNT tiêu biểu cấp quốc gia lần đầu tiên



Diệp Thanh Trà- sản phẩm CNNT tiêu biểu cấp quốc gia năm 2025 của tỉnh Điện Biên

Tại kỳ bình chọn sản phẩm công nghiệp nông thôn tiêu biểu cấp quốc gia lần thứ VI năm 2025, lần đầu tiên tỉnh Điện Biên có 1 sản phẩm được tôn vinh, trao giấy chứng nhận sản phẩm công nghiệp nông thôn tiêu biểu cấp quốc gia. Đó là sản phẩm Diệp Thanh Trà - Trà xanh shan tuyết cổ thụ của Công ty TNHH Hương Linh Điện Biên.

Đây là cơ sở để các sản phẩm công nghiệp nông thôn tiêu biểu của tỉnh phấn đấu được công nhận sản phẩm công nghiệp nông thôn tiêu biểu cấp quốc gia, cũng là kết quả đẩy mạnh các hoạt động hỗ trợ thông qua chính sách khuyến công của Trung ương, địa phương trong những năm qua.

Theo Sở Công Thương Điện Biên, với sản phẩm đạt bình chọn cấp quốc gia năm nay là sự động viên, khuyến khích các cơ sở sản xuất trên địa bàn tỉnh áp dụng khoa học công nghệ, hiện đại, mẫu mã tinh tế, thân thiện môi trường, có chất lượng vượt trội, giá trị sử dụng cao, ứng dụng công nghệ tiên tiến trong sản xuất, phù hợp bối cảnh chuyển đổi số, chuyển đổi xanh và hội nhập quốc tế sâu rộng.



Đoàn kiểm tra tại Công ty TNHH Dịch vụ may Anh Tuấn

Sở Công Thương Quảng Trị đã tiến hành kiểm tra, thẩm định các đề án được phê duyệt hỗ trợ kinh phí khuyến công địa phương đợt 2 năm 2025.

Đoàn kiểm tra đã tiến hành kiểm tra, thẩm định 4 cơ sở công nghiệp nông thôn (CNNT): Công ty TNHH dịch vụ và

QUẢNG TRỊ:

Thẩm định cơ sở đăng ký hỗ trợ kinh phí khuyến công địa phương đợt 2 năm 2025

Thương mại Nhất Toàn, Công ty TNHH Thương mại Dịch vụ Thanh Hòa Phát, Công ty TNHH Dịch vụ may Anh Tuấn và Công ty TNHH MTV HOC thuộc các ngành nghề đa dạng như: sản xuất cửa nhựa lõi thép, cửa nhôm; sản xuất mây tre đan; may công nghiệp và sấy thóc, lúa.

Qua kiểm tra thực tế tại các cơ sở, đoàn nhận thấy các cơ sở CNNT đã có các hạng mục đầu tư phù hợp với các nội dung trong hồ sơ đề nghị hỗ trợ, đáp ứng với các quy định hiện hành, các nội dung thực hiện của các đề án mang tính thiết thực, ý nghĩa, động viên, khuyến khích kịp thời được các đơn vị. Một số cơ sở CNNT đã mạnh dạn đầu tư mở rộng quy mô sản xuất, đổi mới công nghệ và thiết bị với giá trị đầu tư lớn qua đó đã giúp phát huy được tiềm năng, thế mạnh của địa phương.

Từ thực tế kiểm tra, thẩm định đề án khuyến công địa phương trong thời gian tới, Sở Công Thương sẽ hoàn tất các thủ tục liên quan để hỗ trợ vốn khuyến công cho các cơ sở CNNT đợt 2 năm 2025 theo quy định.

Hải Phòng bám sát kế hoạch khuyến công giai đoạn 2021-2025

Theo thông tin từ Trung tâm Khuyến công và Tư vấn phát triển công nghiệp Hải Phòng, năm 2025, nhiệm vụ trọng tâm của khuyến công Hải Phòng là tiếp tục triển khai thực hiện các đề án, nhiệm vụ bám sát theo Chương trình khuyến công thành phố giai đoạn 2021 - 2025 đã được phê duyệt. Trong đó, tập trung thực hiện hỗ trợ xây dựng mô hình trình diễn kỹ thuật, chuyển giao công nghệ và ứng dụng máy móc, thiết bị tiên tiến vào sản xuất...

Tăng cường công tác hướng dẫn, kiểm tra, giám sát và kịp

thời tháo gỡ những khó khăn, vướng mắc trong quá trình triển khai thực hiện đề án, nhiệm vụ khuyến công, đảm bảo hoàn thành đúng tiến độ, đạt hiệu quả và chất lượng. Tăng cường đổi mới các hoạt động kết nối thị trường cho doanh nghiệp, cơ sở công nghiệp nông thôn của tỉnh thông qua các hội chợ, hội nghị kết nối cung cầu trong nước... Tiếp tục triển khai tốt các chương trình phối hợp về hoạt động khuyến công.

Trung tâm xây dựng và tham gia chương trình phối hợp hoạt động về đổi mới phát triển và nâng cao hiệu quả của cơ sở công nghiệp nông thôn trong lĩnh vực Công Thương; hỗ trợ trực tiếp cho một số cơ sở tham gia chương trình khuyến công địa phương hoặc quốc gia; hỗ trợ gián tiếp qua hoạt động thông tin tuyên truyền, quảng bá doanh nghiệp...

Ngọc Linh



KHUYẾN CÔNG NINH BÌNH:

Gặp khó về nhân lực

► THANH THẢO

Sau hợp nhất hành chính, hoạt động khuyến công ở Ninh Bình đứng trước những thử thách lớn bởi cơ cấu tổ chức mới, nhân lực thay đổi, cơ chế tài chính chuyển giao. Trước hiện trạng đó, ngành Công Thương Ninh Bình đang nỗ lực tìm hướng đi ổn định và hiệu quả hơn cho công tác khuyến công.



Ninh Bình kiện toàn bộ máy Trung tâm Khuyến công và Xúc tiến thương mại tỉnh

CƠ CẤU MỚI, BỘ MÁY NHIỀU THÁCH THỨC

Từ ngày 1/7/2025, ba tỉnh Hà Nam, Nam Định và Ninh Bình chính thức hợp nhất thành tỉnh Ninh Bình mới theo nghị quyết của Trung ương và Quốc hội. Cùng với việc tổ chức mô hình chính quyền hai cấp, toàn bộ hệ thống các sở, ban, ngành cũng được sắp xếp, kiện toàn lại để phù hợp với quy mô mới.

Với lĩnh vực Công Thương, sự thay đổi này đặt ra không ít khó khăn, đặc biệt là với hoạt động khuyến công - lĩnh vực gắn trực tiếp với doanh nghiệp, cơ sở sản xuất ở vùng nông thôn. Ba trung tâm khuyến công và xúc tiến thương mại của ba tỉnh cũ được hợp nhất thành Trung tâm Khuyến công và Xúc tiến thương mại tỉnh Ninh Bình, đảm nhiệm khối lượng công việc lớn hơn.

Theo ông Hoàng Chí Dũng - Phó Giám đốc Sở Công Thương Ninh Bình, quá trình hợp nhất khiến các sở, ngành phải dồn lực củng cố tổ chức, dẫn tới việc triển khai nhiều đề án khuyến công bị chậm tiến độ. “Cấp huyện, xã được sắp xếp lại, trong khi đội ngũ cán bộ ở cơ sở, đặc biệt là cán bộ chuyên môn về Công Thương còn thiếu và yếu. Sự phối hợp giữa các cấp, các ngành chưa thật chặt chẽ, nên hiệu quả triển khai chưa cao”, ông Dũng chia sẻ.

Một vướng mắc lớn khác nằm ở chính sách tài chính cho hoạt động khuyến công. Trước khi sáp nhập, ba tỉnh đều có cơ chế riêng về hỗ trợ khuyến công. Sau hợp nhất, tỉnh giao nhiệm vụ phải xây dựng một chính sách thống nhất áp dụng toàn địa bàn. Tuy nhiên, theo Thông tư số 64 (ban hành tháng 8/2024, sửa đổi Thông tư 28/2018), thẩm quyền ban hành mức chi khuyến công được chuyển từ Ủy ban nhân dân sang Hội đồng nhân dân tỉnh.

Điều này khiến quy trình xây dựng và thông qua nghị quyết trở nên phức tạp, cần chờ kỳ họp của Hội đồng nhân dân. Do nghị quyết mới chưa được ban hành, tỉnh Ninh Bình hiện chưa có cơ sở pháp lý để triển khai các đề án khuyến công, ảnh hưởng trực tiếp đến tiến độ chung của chương trình.

GIẢI PHÁP THÁO GỠ TỪ THỰC TIỄN

Không chỉ dừng ở việc nêu khó khăn, Sở Công Thương Ninh Bình đã chủ động đề xuất một loạt giải pháp và kiến nghị cụ thể với Bộ Công Thương, nhằm tháo gỡ điểm nghẽn trong tổ chức và triển khai khuyến công.

Thứ nhất, tỉnh đề nghị Cục Đổi mới sáng tạo, Chuyển đổi xanh và Khuyến công tiếp tục tham mưu Bộ Công Thương hỗ trợ kinh phí từ nguồn khuyến công quốc gia cho các địa phương, đặc biệt là các tỉnh mới sáp nhập. Do ngân sách địa phương còn hạn hẹp, việc bố trí vốn

đối ứng cho các đề án khuyến công cấp tỉnh vẫn gặp nhiều khó khăn, nên sự hỗ trợ từ nguồn quốc gia có ý nghĩa rất lớn.

Thứ hai, về mức hỗ trợ khuyến công, mức hỗ trợ hiện hành đã không còn phù hợp khi chi phí đầu tư, vật tư, nhân công đều tăng mạnh trong những năm gần đây. Việc nâng mức hỗ trợ sẽ giúp khuyến khích doanh nghiệp, cơ sở sản xuất mạnh dạn đổi mới công nghệ, đầu tư máy móc hiện đại hơn.

Đặc biệt, Ninh Bình cũng đề xuất mở rộng đối tượng được hưởng hỗ trợ khuyến công. Theo Nghị định 45 và Nghị định 235 sửa đổi, đối tượng hiện nay chỉ bao gồm doanh nghiệp nhỏ và vừa. Tuy nhiên, trên thực tế, tại Ninh Bình, phần lớn cơ sở công nghiệp nông thôn là doanh nghiệp siêu nhỏ (đơn vị có dưới 10 lao động đóng bảo hiểm và doanh thu dưới 3 tỷ đồng/năm). “Chính các doanh nghiệp siêu nhỏ này mới là lực lượng nòng cốt trong phát triển công nghiệp nông thôn. Nếu không có cơ chế hỗ trợ phù hợp, họ sẽ rất khó đầu tư đổi mới thiết bị, công nghệ, dẫn đến sản xuất trì trệ, khó cạnh tranh”, ông Dũng nhấn mạnh.

Bên cạnh đó, việc kiện toàn tổ chức trung tâm khuyến công cũng được địa phương đặt lên hàng đầu. Ninh Bình dự kiến trong năm 2026 sẽ hoàn thiện bộ máy nhân sự cho Trung tâm Khuyến công và Xúc tiến thương mại, phân định rõ các mảng nhiệm vụ: Khuyến công, xúc tiến thương mại, tiết kiệm năng lượng và quản lý cụm công nghiệp. Mục tiêu là chuyên môn hóa hoạt động, giảm chồng chéo, tăng hiệu quả phối hợp giữa các phòng, ban.

Sau sáp nhập, quy mô địa bàn và số lượng cơ sở sản xuất công nghiệp nông thôn tăng gấp ba lần, mở ra không gian phát triển rộng hơn nhưng cũng đòi hỏi cách làm bài bản, chuyên nghiệp. Việc củng cố bộ máy khuyến công, sớm ban hành nghị quyết mới về mức chi hỗ trợ và mở rộng đối tượng thụ hưởng được xem là chìa khóa để Ninh Bình tiếp tục phát huy vai trò khuyến công trong giai đoạn mới.

“Bộ máy có thể thay đổi, nhưng nhiệm vụ của khuyến công thì không đổi. Đó vẫn là nhiệm vụ đồng hành cùng doanh nghiệp nông thôn, giúp họ lớn lên bằng chính sức mình, đóng góp cho phát triển kinh tế - xã hội địa phương”, ông Dũng nói. ■



Sản xuất tại Công ty TNHH Cơ khí Quyết Tiến - Doanh nghiệp có sản phẩm CNNT tiêu biểu cấp quốc gia năm 2025



TUYÊN QUANG: ĐẦU TƯ ĐỂ NÂNG CHẤT SẢN PHẨM CÔNG NGHIỆP NÔNG THÔN

▶ VIỆT TÙNG

Với 113 đề án và khoảng 22 tỷ đồng đầu tư cho khuyến công giai đoạn 2021 - 2025, Tuyên Quang đang từng bước biến tiềm năng nông - lâm sản thành sản phẩm có năng lực cạnh tranh. Vấn đề đặt ra là làm sao phân bổ nguồn lực đúng trọng tâm để nâng cao năng suất, chất lượng và mở rộng thị trường.

Tuyên Quang là tỉnh miền núi có lợi thế lớn về nguyên liệu tại chỗ: Chè Shan tuyết, mật ong bạc hà, mận, gỗ rừng và nhiều sản vật đặc trưng khác. Nhận diện thế mạnh này, những năm gần đây tỉnh chú trọng công tác khuyến công, hỗ trợ cơ sở công nghiệp nông thôn tiếp cận công nghệ, nâng cao năng suất và chất lượng.

Giai đoạn 2021 - 2025, Tuyên Quang đã triển khai 113 đề án khuyến công với tổng kinh phí khoảng 22 tỷ đồng; trong đó có 24 đề án sử dụng nguồn khuyến công quốc gia, còn lại 89 đề án được hỗ trợ từ ngân sách địa phương. Nguồn lực này đã tạo động lực cho nhiều cơ sở sản xuất công nghiệp nông thôn tham gia đổi mới công nghệ sản xuất. Hiệu quả có thể thấy rõ ở các đề án ứng dụng máy móc, thiết bị. Nhiều cơ sở đã tự động hóa một số công đoạn, giảm hao hụt, nâng cao độ đồng đều sản phẩm. Một số sản phẩm OCOP của tỉnh được hỗ trợ về dây chuyền, bao bì và truy xuất nguồn gốc, nhờ đó tiếp cận kênh phân phối chuyên nghiệp hơn.



Tuyên Quang ưu tiên tổ chức, tìm ra sản phẩm công nghiệp nông thôn tiêu biểu

Trường hợp cụ thể và dễ nhìn thấy là Công ty TNHH Xuất nhập khẩu Nông sản Bình An (thôn Lùng Thành, xã Quán Bạ). Công ty này được Trung tâm Khuyến công - Xúc tiến Công Thương tỉnh hỗ trợ 200 triệu đồng đầu tư máy hạ thủy phân. Ông Lê Trung Kiên, Giám đốc Công

ty, cho hay: “Được hỗ trợ từ khuyến công, chúng tôi đã đầu tư máy hạ thủy phân, theo đó chất lượng mật ong cải thiện, giảm nước trong mật, tránh lên men và tăng giá trị xuất khẩu”.

Kết quả thực tế cho thấy sau khi có máy, Bình An liên kết với 2 hợp

tác xã và 8 hộ dân, sản lượng đạt hơn 6 tấn mật ong bạc hà/năm, được xuất khẩu tới thị trường như Hàn Quốc, Canada. Đó là minh chứng cụ thể cho thấy nguồn vốn khuyến công, khi sử dụng đúng mục tiêu, có thể tạo bước nhảy về chất cho các cơ sở nông thôn.

Bên cạnh sản xuất, khuyến công tại Tuyên Quang còn tập trung vào xúc tiến thương mại; xây dựng thương hiệu, thiết kế bao bì, đăng ký nhãn hiệu, hỗ trợ tham gia hội chợ trong và ngoài tỉnh. Các đề án hỗ trợ được lựa chọn kỹ lưỡng, gắn với chương trình OCOP; mục tiêu là giúp cơ sở có đủ vốn để đầu tư trang thiết bị, nâng cao năng suất và giá trị sản phẩm.

Dù đã có nguồn lực và những mô hình thành công nhưng chất lượng đề án vẫn được nhìn nhận là một điểm nghẽn trong công tác khuyến công của Tuyên Quang. Nhiều đề án lập

chưa bám sát khả năng sản xuất thực tế, hoặc thiếu phương án khai thác, dẫn tới tình trạng đầu tư máy móc nhưng không phát huy chiều sâu (ví dụ: có máy nhưng thiếu thị trường ổn định, thiếu liên kết chuỗi cung ứng). Vì thế, đầu tư rải rác khó tạo đột phá chuỗi giá trị. Bên cạnh đó, mặc dù có tỷ lệ lớn đề án khuyến công địa phương (89/113 đề án), nhưng nguồn lực địa phương còn hạn chế. Nhiều cơ sở ở vùng sâu có khó khăn về ngân sách đối ứng.

Từ thực tế này, Trung tâm Khuyến công và Xúc tiến Công Thương tỉnh và Sở Công Thương đã đề xuất một số giải pháp thực tiễn: Ưu tiên đề án liên vùng, có chuỗi giá trị rõ ràng, thay vì đầu tư manh mún; tăng cường đào tạo cho cán bộ cấp xã và chủ cơ sở về cách viết đề án, quản lý đầu tư, tiêu chuẩn chất lượng; lồng ghép nguồn lực khuyến công

với nông thôn mới, xúc tiến thương mại để tránh trùng lặp và tăng hiệu quả đầu tư; sớm triển khai mô hình trình diễn kỹ thuật nhằm chứng minh hiệu quả trước khi nhân rộng.

Các hoạt động xúc tiến thị trường cần được đẩy mạnh hơn thông qua việc nâng tiêu chuẩn vệ sinh an toàn thực phẩm, hỗ trợ đăng ký mã vạch, nhãn hiệu, và đưa sản phẩm lên các sàn thương mại điện tử. Những việc này sẽ kết nối trực tiếp với mục tiêu xuất khẩu và giúp tăng giá trị sản phẩm.

Có thể thấy, Tuyên Quang đã rất nỗ lực khi dành nguồn lực cho khuyến công, tuy nhiên, để nguồn lực này thực sự thúc đẩy sản xuất, nâng cao chất lượng và mở rộng thị trường, tỉnh cần ưu tiên đề án mang tính chuỗi, tăng cường đào tạo, hoàn thiện cơ chế phối hợp giữa các cấp và đẩy mạnh xúc tiến thương mại. ■



Sở Công Thương Tuyên Quang nghiệm thu đề án khuyến công địa phương năm 2025



Nghệ An: Vận hành Phòng trưng bày sản phẩm



Phòng trưng bày giới thiệu và bán sản phẩm công nghiệp, tiểu thủ công nghiệp, tiết kiệm năng lượng và các sản phẩm OCOP của Nghệ An

Theo đại diện Trung tâm Hỗ trợ và Tư vấn phát triển Công Thương Nghệ An (trung tâm), thực hiện Quyết định số 503/QĐ-SCT.VP ngày 22/9/2025 của

Sở Công Thương Nghệ An về việc giao quản lý, sử dụng Phòng trưng bày giới thiệu và bán sản phẩm công nghiệp, tiểu thủ công nghiệp, tiết kiệm năng lượng

và các sản phẩm OCOP, Trung tâm Hỗ trợ và Tư vấn phát triển Công Thương tổ chức Hội nghị trao đổi, thảo luận phương án hợp tác, vận hành phòng trưng bày.

Hội nghị có sự tham dự và chỉ đạo của lãnh đạo Sở Công Thương cùng các phòng chuyên môn, Trung tâm, đồng thời có sự tham gia đông đảo doanh nghiệp sản xuất, kinh doanh sản phẩm công nghiệp - tiểu thủ công nghiệp, OCOP trên địa bàn tỉnh.

Đây là dịp để các doanh nghiệp kết nối, chia sẻ kinh nghiệm, tìm kiếm cơ hội hợp tác và quảng bá sản phẩm trong không gian trưng bày chung của tỉnh. Sự tham gia của quý doanh nghiệp sẽ góp phần quan trọng vào thành công của Phòng trưng bày, qua đó nâng cao hình ảnh, thương hiệu và thúc đẩy phát triển sản xuất kinh doanh bền vững.

Lào Cai liên kết đầu tư phát triển với doanh nghiệp Trung Quốc



Lễ ký kết biên bản ghi nhớ giữa UBND tỉnh Lào Cai và Công ty TNHH Viện nghiên cứu Trang Nghiêm (Trung Quốc)

UBND tỉnh Lào Cai đã tổ chức lễ ký kết bản ghi nhớ hợp tác với Công ty TNHH Viện nghiên cứu Trang Nghiêm (Trung Quốc).

Theo đó, UBND tỉnh Lào Cai sẽ tạo điều kiện phù hợp với quy định pháp luật Việt Nam và các điều ước quốc tế mà Việt Nam là thành viên để Công ty TNHH Viện nghiên cứu Trang Nghiêm (Trung Quốc) vào khảo sát, nghiên cứu đầu tư các dự án phù hợp với định hướng phát triển của tỉnh, đặc biệt là trong lĩnh vực giao thông, năng lượng tái tạo, logistics, đô thị công nghiệp thông minh, du lịch và phát triển nguồn nhân lực; trong quá trình hợp tác, trong khả năng của mình Công ty TNHH Viện nghiên cứu Trang Nghiêm sẽ hỗ trợ truyền thông, quảng bá về tiềm năng, thế mạnh phát triển của tỉnh Lào Cai, thu hút các đối tác và các nhà đầu tư quốc tế lớn đến đầu tư, kinh doanh tại tỉnh Lào Cai; hỗ trợ tư vấn cho tỉnh Lào Cai đối với các lĩnh vực là thế mạnh của công ty.

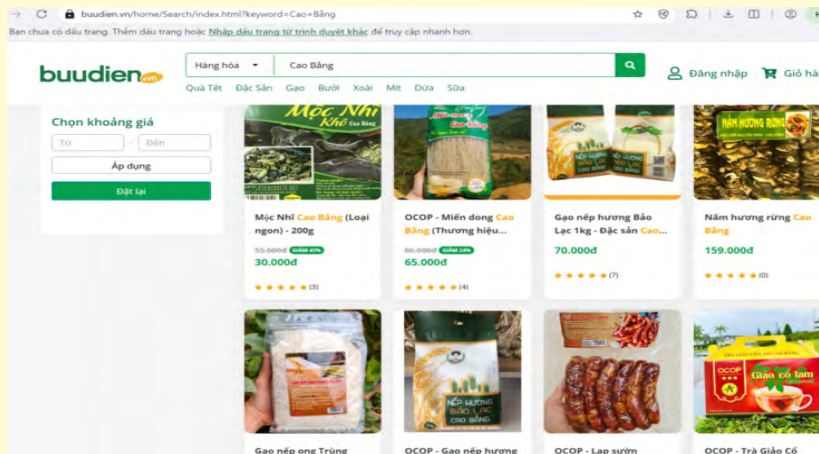
Việc ký kết bản ghi nhớ sẽ mang lại nhiều tác động tích cực, góp phần tăng cường quảng bá tiềm năng, thế mạnh của Lào Cai trên trường quốc tế, thu hút thêm các nhà đầu tư chiến lược

CAO BẰNG:

Ưu tiên đưa sản phẩm CNNT tiêu biểu lên sàn thương mại điện tử

Nhằm hỗ trợ doanh nghiệp, hợp tác xã, hộ kinh doanh giới thiệu, quảng bá và xây dựng thương hiệu giữa doanh nghiệp và khách hàng, thúc đẩy tiêu thụ sản phẩm thông qua sàn thương mại điện tử, tăng cường các hoạt động xúc tiến thương mại thông qua ứng dụng Thương mại điện tử, Sở Công Thương Cao Bằng phối hợp Cục Thương mại điện tử và Kinh tế số - Bộ Công Thương thực hiện Đề án “Giải pháp hỗ trợ doanh nghiệp, hợp tác xã, hộ kinh doanh trên địa bàn tỉnh Cao Bằng tham gia sàn thương mại điện tử”.

Đề án lựa chọn 3 doanh nghiệp hợp tác xã hộ kinh doanh có tiềm năng và phù hợp với mục tiêu phát triển tham gia đề án. Tạo và tối ưu tài khoản Tiktok Shop; xác định thị trường, tập khách hàng; hỗ trợ các đơn vị tham gia phiên livestream tiktok.



Cao Bằng ưu tiên đưa sản phẩm CNNT tiêu biểu lên các sàn thương mại điện tử

Đối tượng hỗ trợ tham gia đề án là các doanh nghiệp hợp tác xã hộ kinh doanh trên địa bàn tỉnh, ưu tiên cho các đơn vị sản xuất, có sản phẩm được công nhận sản phẩm OCOP, sản phẩm công nghiệp nông thôn tiêu biểu.



Nước mắm Luận Nghiệp - sản phẩm CNNT tiêu biểu cấp quốc gia năm 2025 của tỉnh Hà Tĩnh

Năm 2025 ngành Công Thương Sóc Trăng đặt mục tiêu lớn cho sản xuất công nghiệp với mức tăng trưởng 10% so với năm 2024.

Tỉnh cũng nỗ lực nhằm hoàn thành các dự án đầu tư kết cấu hạ tầng cụm công nghiệp (Xây Đá B, An Lạc Thôn 1), đẩy mạnh công tác kêu gọi đầu tư đối với các dự án phát triển các

Hà Tĩnh có 2 sản phẩm CNNT tiêu biểu cấp quốc gia năm 2025

cụm công nghiệp Long Đức 1, Long Đức 2, Xây Đá B mới; tổ chức thực hiện 17 đề án khuyến công.

Năm 2024, ngành Công Thương Sóc Trăng đạt nhiều kết quả tích cực và đóng góp vào sức tăng trưởng chung của tỉnh. Bên cạnh kết quả tăng trưởng các chỉ tiêu, Sở Công Thương đã triển khai kịp thời, đạt kết quả một số công tác trọng tâm, như: Nghiên cứu, đề xuất xây dựng các cơ chế, chính sách, trình tự, thủ tục để triển khai thực hiện Nghị định số 32/2024/NĐ-CP ngày 15/3/2024 về quản lý, phát triển cụm công nghiệp, Nghị định số 60/2024/NĐ-CP ngày 05/6/2024 về phát triển và quản lý chợ; triển khai công tác đầu tư xây mới 01 chợ, cải tạo, nâng cấp 03 chợ; thực hiện 12 đề án khuyến công; tổ chức 22 hội chợ, chức 05 Phiên chợ kích cầu tiêu dùng trên địa bàn tỉnh và 11 chuyến bán hàng Việt về nông thôn.

Phan Anh



ĐÀ NẴNG:

Đẩy nhanh dự án cụm công nghiệp Hòa Khánh Nam

Dự án cụm công nghiệp (CCN) Hòa Khánh Nam (Phường Hòa Khánh Nam, TP. Đà Nẵng) có tổng phê duyệt giá trị đến bù đến nay là 42,289 tỷ đồng, lũy kế giải ngân đến nay đạt 26,23 tỷ đồng. Tổng số hồ sơ thực hiện kiểm đếm là 306 hồ sơ, đã bàn giao mặt bằng 150 hồ sơ, còn lại 156 hồ sơ chưa bàn giao mặt bằng.

Hiện nay, dự án còn một số khó khăn, vướng mắc, như còn 106 hồ sơ chưa phê duyệt phương án bồi thường, hỗ trợ, tái định cư và thu hồi đất do còn nhiều trường hợp xây dựng trên đất nông nghiệp, chưa rõ về cơ sở pháp lý; các chính sách áp dụng chưa đồng bộ nên người dân trong khu vực chưa thống nhất dẫn đến công tác vận động bàn giao mặt bằng gặp khó khăn, kéo dài thời gian thực hiện.

Tại buổi khảo sát thực tế dự án CCN Hòa Khánh Nam, ông Trần Xuân Vinh, Phó Chủ tịch HĐND thành phố đề nghị UBND phường Hòa Khánh Nam phối hợp với Chi nhánh khu vực 5, Trung tâm Phát



Khảo sát thực tế dự án CCN Hòa Khánh Nam

triển quỹ đất tiếp tục rà soát, làm rõ cơ sở pháp lý, thực hiện tốt công tác giải phóng mặt bằng; bên cạnh đó tổng hợp, báo cáo, đề xuất cấp có thẩm quyền xử lý đối với các vướng mắc cụ thể của dự án.

Giữ nhịp sản xuất tại cụm công nghiệp - làng nghề Trung Lương



Sản xuất tại cơ sở đá mỹ nghệ Quốc Anh, CCN - LN Trung Lương

Thời điểm này, các cơ sở sản xuất tại cụm công nghiệp - làng nghề Trung Lương (CCN - LN), phường Bắc Hồng Lĩnh, Hà Tĩnh đang nỗ lực khắc phục khó khăn để đáp ứng thị trường cuối năm.

Theo ông Lê Bá Khánh - Phó Chủ tịch UBND phường Bắc Hồng Lĩnh, CCN-LN Trung Lương có 19 doanh nghiệp, cơ sở sản xuất, góp phần giải quyết việc làm cho hàng trăm lao động và đóng góp lớn cho ngân sách Nhà nước. Qua rà soát, hầu hết các khu vực sản xuất tại đây đều bị thiệt hại nặng nề, chính quyền địa phương đã lập đoàn đến động viên, khuyến khích các đơn vị nhanh chóng khắc phục, ổn định sản xuất. Đến nay, phần lớn doanh nghiệp đã đi vào hoạt động, song vẫn còn một vài doanh nghiệp chưa thể vận hành trở lại.

Để tiếp tục phát triển CCN- LN, địa phương đang xây dựng kế hoạch, phân bổ nguồn lực từ cấp trên, sớm có giải pháp hỗ trợ kịp thời để giúp các doanh nghiệp, cơ sở sản xuất tiếp tục phát huy lợi thế, từng bước ổn định sản xuất, tiếp tục đóng góp cho sự phát triển kinh tế - xã hội.

PHÚ THỌ:

Đẩy nhanh tiến độ hoàn thiện hạ tầng cụm công nghiệp

Theo báo cáo từ Sở Công Thương Phú Thọ, sau khi sáp nhập địa giới hành chính địa phương đang gặp khó trong công tác quản lý cụm công nghiệp (CCN), các cơ sở sản xuất nằm giữa 2 đơn vị cấp xã (mới) có sự chông chéo về trách nhiệm quản lý; chưa có cơ chế chính sách và hướng dẫn cụ thể về việc tiếp nhận quản lý hạ tầng kỹ thuật CCN do Nhà nước đầu tư; quy chế quản lý CCN của 3 tỉnh trước sáp nhập có những đặc thù riêng, khó áp dụng chung cho tỉnh Phú Thọ mới.

Tại buổi làm việc với Phó Chủ tịch UBND tỉnh Phú Thọ Phùng Thị Kim Nga, ngày 15/10, Sở Công Thương kiến nghị UBND tỉnh giao UBND cấp xã quản lý 2 CCN làng nghề (CCN Yên Đồng cho xã Tam Hồng, CCN Tế Lỗ cho xã Tế Lỗ), để thuận lợi xử lý vướng mắc đất đai và thuận tiện trọng việc quản lý, vận hành; bố trí nguồn lực, cơ chế hỗ trợ để đẩy nhanh tiến độ đầu tư hạ tầng xử lý nước thải tập trung cho các CCN; rà soát và kiên quyết thu hồi đất



Phó Chủ tịch UBND tỉnh Phú Thọ Phùng Thị Kim Nga làm việc với Sở Công Thương tỉnh

với dự án chậm tiến độ, tháo gỡ khó khăn vướng mắc để thu hút đầu tư...

Trước hiện trạng trên, Phó Chủ tịch UBND tỉnh Phú Thọ Phùng Thị Kim Nga yêu cầu Sở Công Thương kiểm tra tiến độ triển khai thực hiện các CCN, đề xuất phương án giải quyết các CCN chậm tiến độ kéo dài; nghiên cứu phương án thực hiện các khu tái định cư phục vụ giải phóng mặt bằng các dự án CCN.

HẢI PHÒNG: Phát triển cụm công nghiệp xanh



Dự án đầu tư xây dựng và kinh doanh hạ tầng CCN Cẩm Văn

Cụm công nghiệp (CCN) Cẩm Văn (xã An Quang, thành phố Hải Phòng) mới được khởi công gần đây. Dự án được đầu tư kèm theo hệ thống nhà xưởng, kho bãi xây sẵn với tổng vốn khoảng 480 tỷ đồng...

CCN Cẩm Văn có tổng diện tích gần 35ha, tổng vốn đầu tư khoảng 480 tỷ đồng. Dự án được thiết kế với hệ thống hạ tầng kỹ thuật hiện đại, đồng bộ, đi kèm hơn 400.000 m² nhà

xưởng và kho bãi xây sẵn, đáp ứng nhu cầu thuê của các doanh nghiệp trong và ngoài nước.

Điểm đáng chú ý là dự án được quy hoạch theo định hướng CCN xanh, sử dụng công nghệ thân thiện môi trường, tích hợp hệ thống xử lý nước thải tập trung, thu gom rác thải, khu cây xanh cách ly và hạ tầng số phục vụ quản lý vận hành thông minh.

Với vị trí chiến lược gần nút giao Quốc lộ 10 và cao tốc Hà Nội - Hải Phòng, CCN Cẩm Văn có lợi thế đặc biệt trong kết nối giao thương và logistics, góp phần hình thành chuỗi liên kết xanh giữa sản xuất - phụ trợ - lưu trữ - vận tải trên địa bàn.

Theo định hướng của thành phố Hải Phòng, CCN Cẩm Văn sẽ ưu tiên thu hút các ngành nghề có hàm lượng khoa học công nghệ cao và ít phát thải, như: Sản xuất linh kiện điện tử, điện lạnh, viễn thông, công nghệ thông tin; sản xuất thiết bị điện, vật liệu mới, sản phẩm công nghiệp hỗ trợ và các ngành công nghiệp nhẹ thân thiện môi trường.

NGỌC MINH



Nhờ nguồn lực khuyến công, Công ty TNHH Thành Sơn đã biến cây trà Shan tuyết cổ thụ thành chuỗi giá trị kinh tế, từ vùng nguyên liệu đến mỹ phẩm xuất khẩu, giúp giữ đất, giữ rừng và nâng đời người vùng cao.

► NGỌC DIỆP

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

Khi khuyến công chạm đúng nút then chốt

Trong sương mù của núi rừng Tây Côn Lĩnh (tỉnh Tuyên Quang), mỗi ngọn chè Shan tuyết mang một câu chuyện dài với thời gian hàng trăm năm. Với chị Phạm Thị Minh Hải, Phó Giám đốc Công ty TNHH Thành Sơn và Giám đốc Hợp tác xã Tây Côn Lĩnh câu chuyện ấy không chỉ dừng ở cảm xúc mà phải chuyển hóa thành sinh kế bền vững cho người dân.

“Trà Shan tuyết là món quà của mẹ thiên nhiên, nhưng nếu không biết cách làm cho giá trị ấy đến được thị trường, bà con sẽ chỉ có nỗi buồn vì mất vụ, mất mùa”, chị Hải nói. Đó là lý do Thành Sơn chủ động xây dựng chuỗi sản xuất từ thu hái, sơ chế truyền thống tới đầu tư công nghệ, nghiên cứu sâu, biến trà thành sản phẩm tiêu dùng và mỹ phẩm có giá trị gia tăng cao.

Sự trợ lực của chương trình khuyến công, chính là “cú hích” cần thiết. Năm 2025, doanh nghiệp được hỗ trợ lắp đặt dây chuyền sấy chân không dung tích 100 lít; công nghệ này giúp ổn định chất lượng sản phẩm, giảm hao hụt, rút ngắn thời gian chế biến. Kết quả, năng suất tăng gấp 2,5 lần, chi phí sản xuất giảm 15 - 20%, tạo điều kiện để sản



Chị Phạm Thị Minh Hải, Phó Giám đốc Công ty TNHH Thành Sơn

phẩm vươn xa hơn với giá trị cao hơn.

Khuyến công đã giúp “mở khóa” cho Thành Sơn ở hai điểm then chốt: Tiếp cận máy móc hiện đại và tiếp cận thị trường có giá trị. “Máy móc giúp chúng tôi giữ được hương vị nguyên bản của trà, từ đó có cơ sở để thương mại hóa, đưa đề án khoa học ra thị trường”, chị Hải nhấn mạnh. Nhờ đó, thương hiệu MEE - dòng mỹ phẩm thiên nhiên từ trà của doanh nghiệp được hoàn thiện về bao bì, nhận diện, phân phối trên nền tảng thương mại điện tử và hệ thống đại lý.

Tạo chuỗi giá trị bền vững

Được biết sản phẩm của Công ty TNHH Chè Thành Sơn đã nhiều lần đạt bình chọn sản phẩm công nghiệp nông thôn tiêu biểu. Đây là nền tảng giúp doanh nghiệp khẳng định uy tín và chất lượng sản phẩm trên thị trường.

Đặc biệt, để tạo chuỗi sản xuất và giữ chân người lao động trên địa bàn, Thành Sơn không ôm giữ riêng nguồn nguyên liệu. Công ty quản lý hơn 400 ha trà san tuyết, nhưng chia sẻ vùng nguyên liệu cho bà con địa phương chăm sóc và thu hái, thu mua theo giá

thị trường với điều kiện không chặt phá hoặc bán rừng. Đây là mô hình vừa bảo tồn, vừa tạo thu nhập.

Từ kế thừa tri thức cha ông và lợi thế vùng nguyên liệu, Thành Sơn bước vào nghiên cứu sản phẩm từ chè Shan tuyết. Theo đó, tinh chất cao trà, mỹ phẩm chiết xuất từ nhụy hoa trà, kem cấp ẩm, dầu gội, sữa tắm, sản phẩm chăm sóc da, hiện doanh nghiệp có 24 sản phẩm mỹ phẩm từ trà. “Chúng tôi đưa khoa học vào để chuyển hóa giá trị được lý của trà thành sản phẩm phục vụ mọi lứa tuổi”, chị Hải cho biết. Những sản phẩm này không chỉ chữa khô da mùa hanh, mà còn khai thác tính kháng khuẩn, chống oxy hóa vốn có của trà.

Sự chuyển đổi này có ý nghĩa xã hội sâu sắc. Khi giá trị sản phẩm tăng lên, thu nhập của người trồng trà tăng, trẻ em ở bản có cơ hội ở lại học hành; phụ nữ ở vùng cao có công việc ổn định. “Khuyến công không chỉ cho máy móc mà còn cho cả cơ hội để bà con thấy một nghề bền vững, để họ không phải rời bản đi làm ăn xa”, chị Hải bày tỏ.

Đặc biệt, Thành Sơn đã đưa sản phẩm dự thi và giành giải tại cuộc thi trà ở Pháp: Giải vàng cho Hoàng Viên Trà, giải bạc cho Lạc Việt, giải ân tượng cho dòng trà trắng đặc biệt. Hai thức trà Bạch trà chốt đỉnh 2000 (trà được chế biến từ cây chè Shan tuyết sinh sống trên đỉnh Tây Côn Lĩnh, cách mặt nước biển 2.000m) và Bạch trà ướp sen Đầm Trị từng được lựa chọn trong tiệc trà cấp cao, góp phần khẳng định vị thế trà Việt trên trường quốc tế.

Tuy nhiên, theo chị Hải, trà Shan tuyết chỉ thu ba vụ một năm; mất vụ do thời tiết là thiệt thòi lớn cho người nông. Vì vậy, Thành Sơn đặt trọng tâm vào nâng giá trị thay vì chỉ tăng sản lượng: Chế biến sâu, đa dạng hóa sản phẩm,

mở kênh phân phối (thương mại điện tử chiếm tỷ lệ lớn), khai thác xuất khẩu ... tất cả nhằm đảm bảo nguồn thu ổn định cho bà con.

“Chúng tôi không muốn thương mại hóa bằng mọi giá, mà muốn thương mại hóa có trách nhiệm và trả lại cho bà con phần xứng đáng, để họ tiếp tục giữ rừng, giữ cây”, chị Hải chia sẻ.

Thành Sơn là ví dụ cụ thể cho thấy khi chính sách khuyến công chạm đúng nhu cầu thiết thực của doanh

nh nghiệp địa phương, sẽ mở ra chuỗi giá trị nhân văn và kinh tế. Máy móc làm sạch, công nghệ giữ hương, đề án khoa học nâng tầm nhưng nền tảng là quyết tâm giữ nguyên bản, biến di sản thành sống được bằng nghề. “Trà Shan tuyết không chỉ là sản phẩm kinh tế, mà là di sản, là hồn cốt của núi rừng”, như lời chị Hải nói. Nếu chính sách khuyến công tiếp tục đồng hành sát sao, thì tinh hoa ấy sẽ còn tỏa sáng, đem lại đời sống đủ đầy cho người vùng cao và đưa hương trà Việt ra thế giới. ■



Công ty TNHH Thành Sơn quảng bá sản phẩm chè Shan tuyết



Bạch trà chốt đỉnh 2000 - sản phẩm đặc biệt của Công ty TNHH Thành Sơn



HỘI CHỢ TRIỂN LÃM HÀNG CNNT TIÊU BIỂU KHU VỰC PHÍA BẮC NĂM 2025:

Cầu nối giá trị và niềm tin của doanh nghiệp

Nhờ nguồn lực khuyến công, Công ty TNHH Thành Sơn đã biến cây trà Shan tuyết cổ thụ thành chuỗi giá trị kinh tế, từ vùng nguyên liệu đến mỹ phẩm xuất khẩu, giúp giữ đất, giữ rừng và nâng cao đời sống người dân vùng cao.

► MINH NGỌC

“Điểm hẹn” của sáng tạo và liên kết vùng

Tối 16/10, tại trung tâm thành phố Tuyên Quang, Hội chợ triển lãm hàng công nghiệp nông thôn tiêu biểu khu vực phía Bắc năm 2025 chính thức khai mạc. Sự kiện có sự hiện diện của Bộ trưởng Bộ Công Thương Nguyễn Hồng Diên, cùng lãnh đạo nhiều bộ, ngành, địa phương cho thấy quy mô và ý nghĩa lớn lao của hoạt động khuyến công cấp vùng.

Theo ông Hoàng Anh Cường, Giám đốc Sở Công Thương Tuyên Quang, với hơn 250 gian hàng, hội chợ năm nay quy tụ các cơ sở CNNT, hợp tác xã, doanh nghiệp đến từ khắp các tỉnh, thành khu vực phía Bắc và một số tỉnh miền Trung, miền Nam. Hàng trăm sản phẩm sản phẩm CNNT tiêu biểu, đặc sản vùng miền được trưng bày, giới thiệu đến đông đảo người tiêu dùng.

Không chỉ là nơi trưng bày hàng hóa, hội chợ trở thành diễn đàn kết nối



Khai mạc Hội chợ triển lãm hàng CNNT tiêu biểu khu vực phía Bắc - Tuyên Quang năm 2025

sản xuất - tiêu thụ - đầu tư, nơi các địa phương giới thiệu sản phẩm đặc trưng, tìm kiếm đối tác, mở rộng thị trường. Những gian hàng trưng bày sản phẩm thủ công mỹ nghệ, dệt, gốm, nông sản chế biến, đồ gỗ... không chỉ thể hiện tinh hoa nghệ truyền thống mà còn phản ánh sự đổi mới công nghệ, sáng tạo trong mẫu mã và định hướng tiêu dùng xanh, bền vững.

Giám đốc Sở Công Thương Tuyên Quang cho rằng, hội chợ năm nay có vai trò đặc biệt trong việc lan tỏa phong trào “Người Việt Nam ưu tiên dùng hàng Việt Nam”, cụ thể hóa các mục tiêu phát triển công nghiệp, thương mại

theo định hướng của Bộ Công Thương và Nghị quyết Đại hội Đảng bộ các tỉnh, thành khu vực phía Bắc.

Sự kiện cũng là cơ hội quý giá để các doanh nghiệp, hợp tác xã trong và ngoài tỉnh quảng bá thương hiệu, tăng cường hợp tác, liên kết đầu tư, chia sẻ kinh nghiệm và hình thành mạng lưới sản xuất theo chuỗi giá trị hướng đến hội nhập sâu rộng và phát triển bền vững.

Doanh nghiệp, hợp tác xã tin tưởng và kỳ vọng

Chia sẻ tại hội chợ, ông Lý Thành Nhân, đại diện Hợp tác xã chè Phìn



Bộ trưởng Nguyễn Hồng Diên thăm quan gian hàng

Hồ, cho hay: “Chúng tôi rất vinh dự được tham dự hội chợ năm nay. Đây không chỉ là dịp quảng bá sản phẩm, mà còn là cơ hội để học hỏi, giao lưu, tìm kiếm đối tác và tiếp cận công nghệ mới”.

Tuyên Quang - vùng đất của hàng nghìn cây chè Shan tuyết cổ thụ, có diện tích chè lớn nhất cả nước, đã xác lập vị thế trên bản đồ nông sản Việt Nam. Tuy nhiên, như ông Nhân thẳng thắn nhìn nhận, ngành chè địa phương vẫn đối mặt nhiều khó khăn bởi sản xuất nhỏ lẻ, công nghệ chế biến còn lạc hậu, quy trình chưa thống nhất, thương hiệu chưa được quảng bá mạnh mẽ.

Từ thực tiễn đó, ông đưa ra loạt kiến nghị đáng chú ý: Cần quy hoạch vùng nguyên liệu tập trung, phát triển sản xuất hữu cơ, đầu tư chế biến sâu, xây dựng thương hiệu tập thể “Chè Shan tuyết cổ thụ Tuyên Quang”, đẩy mạnh truy xuất nguồn gốc, gắn

sản phẩm với du lịch trải nghiệm và chuyển đổi số trong tiêu thụ. Đó là con đường để chè Shan tuyết Tuyên Quang “vươn xa, tỏa hương” không chỉ là hàng hóa, mà còn là câu chuyện văn hóa của người miền núi phía Bắc.

Đồng quan điểm, ông Nguyễn Công Sửu, Giám đốc Hợp tác xã Dịch vụ Sản xuất Nông nghiệp Sửu Anh chia sẻ về niềm tự hào khi sản phẩm Trà Xanh Ngọc Thúy Nón của hợp tác xã vừa được công nhận sản phẩm công nghiệp nông thôn tiêu biểu cấp quốc gia. Ông nói: “Đó là vinh dự, đồng thời là động lực để chúng tôi tiếp tục đầu tư đổi mới máy móc, nâng cao chất lượng, duy trì uy tín với người tiêu dùng”.

Theo ông Sửu, dù thị trường tiêu thụ chè đang chịu tác động mạnh bởi cạnh tranh, nhưng nhờ chính sách hỗ trợ khuyến công của Bộ và Sở Công Thương, hợp tác xã đã từng bước cải tiến công nghệ, ổn định sản xuất. “Nguồn vốn khuyến công thực sự có

ý nghĩa, giúp doanh nghiệp đổi mới thiết bị, nâng cao năng lực cạnh tranh. Chúng tôi rất mong được tiếp tục hỗ trợ để mở rộng vùng nguyên liệu và khu chế biến, đưa sản phẩm đến nhiều thị trường hơn”, ông Sửu nói.

Thực tiễn nhiều năm qua cho thấy, những sản phẩm CNNT tiêu biểu đều được lan tỏa mạnh mẽ qua các hội chợ cấp khu vực do Bộ Công Thương chỉ đạo, các tỉnh đăng cai tổ chức. Hội chợ triển lãm hàng công nghiệp nông thôn khu vực phía Bắc - Tuyên Quang năm 2025 vì vậy mang ý nghĩa vượt lên khuôn khổ một sự kiện thương mại. Đó là minh chứng cho sự đồng hành của Nhà nước, ngành Công Thương với doanh nghiệp, là động lực giúp các cơ sở công nghiệp nông thôn chuyển mình, đổi mới tư duy, áp dụng công nghệ và tiến bước vững vàng trong chuỗi giá trị sản xuất - tiêu thụ - hội nhập. ■



Nghiệm thu để án khuyến công địa phương năm 2024 tại cơ sở sản xuất Hà Văn Khiết (xã Ba Sơn, tỉnh Lạng Sơn)

Vì sao năm 2025 Lạng Sơn không triển khai được công tác khuyến công?

► NGỌC ANH

Do sự không tương thích giữa cơ cấu tổ chức sau sáp nhập với những quy định hiện hành khiến năm 2025 Lạng Sơn chưa triển khai được công tác khuyến công theo kế hoạch.

Wướng từ cơ chế khi mô hình tổ chức thay đổi

Theo quyết định của Thủ tướng Chính phủ, Trung tâm Xúc tiến Đầu tư, Thương mại và Du lịch tỉnh Lạng Sơn (Trung tâm) được thành lập trên cơ sở sáp nhập ba đơn vị: Trung tâm Xúc tiến Đầu tư và Hỗ trợ doanh nghiệp (thuộc Sở Kế hoạch và Đầu tư), Trung tâm Khuyến công và Xúc tiến thương mại (thuộc Sở Công Thương) và Trung tâm Thông tin Xúc tiến Du lịch (thuộc Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch).

Sau sáp nhập, một phần chức năng của Sở Công Thương, trong đó có hoạt động khuyến công được chuyển giao cho Trung tâm trực thuộc UBND tỉnh. Mô hình này giúp tinh gọn bộ máy, giảm đầu mối, tiết kiệm ngân sách và tăng hiệu quả điều hành. Tuy nhiên, thực tế lại phát sinh vướng mắc về thể chế và nguồn kinh phí thực hiện các đề án khuyến công.

Đại diện Sở Công Thương Lạng Sơn cho biết: *“Kể từ khi Trung tâm đi vào hoạt động, một số lĩnh vực đã ổn định. Riêng khuyến công lại lúng túng do chưa có căn cứ pháp lý cho việc phân bổ kinh phí. Có kế hoạch, có nhu cầu, nhưng không thể triển khai”*.

Ngày 28/8/2024, Bộ Tài chính ban hành Thông tư 64/2024/TT-BTC sửa đổi Thông tư 28/2018/TT-BTC, quy định đơn vị chủ trì nhiệm vụ khuyến công phải gửi dự toán về Sở Công Thương để tổng hợp, sau đó Sở Công Thương phân bổ kinh phí. Song với mô hình mới, quy trình này không còn phù hợp, bởi Trung tâm Khuyến công và Xúc tiến thương mại là đơn vị trực thuộc UBND tỉnh, còn Sở Công Thương chỉ quản lý nhà nước, không còn đơn vị sự nghiệp trực thuộc.

Theo Quyết định 1725/QĐ-TTg ngày 29/12/2023 của Thủ tướng Chính

phủ và các văn bản của UBND tỉnh Lạng Sơn, Trung tâm Xúc tiến được giao trực tiếp triển khai các chương trình, đề án khuyến công; Sở Công Thương thực hiện quản lý, thẩm định, kiểm tra, giám sát. Hai đơn vị đều là đơn vị dự toán cấp I, được giao ngân sách riêng.

Sự thay đổi này khiến việc lập dự toán và phân bổ kinh phí khuyến công tại Lạng Sơn không còn khớp với quy định hiện hành. Năm 2025, tỉnh không thể giao kinh phí khuyến công cho Trung tâm để thực hiện hoạt động, dẫn đến chương trình gần như “đóng băng”, trong khi nhiều cơ sở sản xuất công nghiệp nông thôn vẫn cần được hỗ trợ máy móc, thiết bị, xúc tiến thương mại.

Kiến nghị sớm sửa quy định để khuyến công không bị gián đoạn

Trước vướng mắc này, UBND tỉnh Lạng Sơn đã gửi Văn bản 1932/UBND-KT ngày 13/12/2024 tới Bộ Tài chính đề nghị hướng dẫn tháo gỡ. Đến ngày 12/2/2025, Bộ Tài chính trả lời bằng Văn bản 1620/BTC-HCSN, khẳng định Thông tư 64/2024/TT-BTC đã đúng quy định của Nghị định 45/2012/NĐ-CP về khuyến công, đồng thời đề nghị Lạng Sơn phối hợp với Bộ Công Thương góp ý sửa đổi Nghị định này cho phù hợp thực tế.

Thực hiện chỉ đạo, Sở Công Thương Lạng Sơn đã tham mưu UBND tỉnh gửi góp ý dự thảo Nghị định sửa đổi, đề nghị bổ sung quy định cho phép các Trung tâm thuộc UBND tỉnh được giao trực tiếp kinh phí khuyến công. Cụ thể, tỉnh kiến nghị điều chỉnh khoản 3, Điều 14 Nghị định 45/2012/NĐ-CP để tạo cơ sở pháp lý cho mô hình mới.

Ngày 27/8/2025, Chính phủ ban

hành Nghị định 235/2025/NĐ-CP sửa đổi, bổ sung một số điều của Nghị định 45. Tuy nhiên, quy định về phân bổ dự toán tại khoản 3, Điều 14 vẫn giữ nguyên, chưa cập nhật mô hình sáp nhập Trung tâm như ở Lạng Sơn. Sở Công Thương vẫn được giao kinh phí khuyến công, nhưng không còn đơn vị trực thuộc để triển khai; trong khi Trung tâm Khuyến công và Xúc tiến thương mại có chức năng thực hiện nhưng lại không được giao dự toán.

“Đây là một nghịch lý thực tiễn. Chúng tôi có đội ngũ, có năng lực và kế hoạch, nhưng không có nguồn để thực hiện. Còn Sở Công Thương thì được giao kinh phí nhưng không có bộ phận làm. Nhiều đề án khuyến công bị đình trệ, doanh nghiệp mất cơ hội tiếp cận chính sách hỗ trợ”, đại diện Sở Công Thương Lạng Sơn chia sẻ.

Do đó, Sở Công Thương Lạng Sơn kiến nghị Bộ Công Thương sớm tham mưu Chính phủ hướng dẫn cụ thể, phân biệt rõ hai mô hình: Mô hình cũ - Trung tâm thuộc Sở Công Thương; và mô hình mới - Trung tâm thuộc UBND tỉnh. Theo Sở Công Thương Lạng Sơn, nếu quy định không được điều chỉnh, hoạt động khuyến công sẽ bị gián đoạn, ảnh hưởng trực tiếp đến mục tiêu phát triển công nghiệp nông thôn và hỗ trợ khởi nghiệp sản xuất tại địa phương.

Tỉnh cũng đề nghị Bộ Công Thương sớm sửa đổi quy định để đảm bảo các địa phương dù sáp nhập hay chưa đều được thụ hưởng chính sách khuyến công của Nhà nước. Đồng thời, kiến nghị Trung ương xem xét cơ chế tạm thời, linh hoạt trong thời gian chờ sửa đổi Nghị định, tránh lãng phí nguồn lực và đảm bảo tính liên tục của hoạt động hỗ trợ doanh nghiệp, làng nghề, cơ sở sản xuất công nghiệp nông thôn. ■



Hà Nội tích cực quảng bá sản phẩm công nghiệp nông thôn

XUẤT KHẨU CHO SẢN PHẨM CÔNG NGHIỆP NÔNG THÔN: KINH NGHIỆM HAY TỪ HÀ NỘI

► TÙNG LÂM

Hà Nội không chỉ là trung tâm của công nghiệp và thương mại, mà còn là “bàn đạp” giúp các sản phẩm làng nghề, sản phẩm công nghiệp nông thôn vươn ra thế giới. Với cách làm sáng tạo, linh hoạt và tầm nhìn dài hạn, hoạt động khuyến công của Thủ đô đang dần định hình mô hình mẫu cho cả nước.

Khuyến công tiếp sức

“Khuyến công không chỉ dừng lại ở việc hỗ trợ máy móc hay kỹ thuật. Đó phải là câu chuyện hỗ trợ thị trường, thương mại hóa và xây dựng thương hiệu”, ông Nguyễn Thế Hiệp, Phó Giám đốc Sở Công Thương Hà Nội, nhấn mạnh. Theo ông Hiệp, trong hơn một thập kỷ qua, chương trình khuyến

công ở Hà Nội đã góp phần không nhỏ vào việc thúc đẩy và phát triển các làng nghề truyền thống, tiểu thủ công nghiệp tại cơ sở, giúp hàng trăm doanh nghiệp, hộ sản xuất có thêm cơ hội mở rộng thị trường. “Từ khuyến công, nhiều sản phẩm thủ công mỹ nghệ, gốm sứ, hàng may, đồ mộc... đã tìm được đường ra nước ngoài”, ông nói.

Thực tế cho thấy, hoạt động xúc tiến thương mại gắn với khuyến công của Hà Nội được triển khai ngày càng bài bản, đa dạng và mang tầm quốc tế. Thành phố đã liên tục tổ chức các hội chợ, triển lãm chuyên đề, như: Hà Nội Gift Fair, Lifestyle Vietnam, Hội chợ hàng công nghiệp nông thôn Thủ đô, cùng các chương trình quảng bá sản

phẩm OCOP, hội chợ tại Tokyo (Nhật Bản), Hồng Kông (Trung Quốc). Nhờ đó, sản phẩm gốm Bát Tràng, đồ gỗ mỹ nghệ Chuyên Mỹ, sơn mài Hạ Thái, thêu ren Thường Tín... không chỉ tiêu thụ mạnh trong nước mà còn có mặt tại các thị trường Nhật Bản, châu Âu, Mỹ.

Điều đáng nói, Hà Nội coi xúc tiến thương mại là khâu nối dài của khuyến công, không tách rời mà bổ trợ cho nhau. Thay vì chỉ dừng ở hỗ trợ thiết bị hay đào tạo, Sở Công Thương đã hướng mạnh sang hỗ trợ xây dựng thương hiệu, đăng ký sở hữu trí tuệ, kết nối chuỗi phân phối hiện đại và thương mại điện tử.

Nhiều bài học hay

Nhìn lại quá trình triển khai, Hà Nội rút ra nhiều bài học quý.

Trước hết, theo ông Nguyễn Thế Hiệp, sự cam kết và vào cuộc của chính quyền các cấp là yếu tố tiên quyết. *“Nếu chỉ để khuyến công hoạt động trong phạm vi một phòng chuyên môn thì không thể tạo sức bật. Cần có sự đồng bộ từ xã tới thành phố, cùng cơ chế chính sách thông thoáng”*, ông nói.

Kinh nghiệm thứ hai là đa dạng hóa nguồn lực. Ngoài ngân sách nhà nước, Hà Nội đã huy động sự tham gia của doanh nghiệp, tổ chức xã hội, mô hình hợp tác công - tư, qua đó lan tỏa lợi ích và mở rộng quy mô. Khi doanh nghiệp phân phối, các sản phẩm thương mại điện tử và hệ thống bán lẻ cùng tham gia, mỗi liên kết “ba nhà”: Nhà nước, doanh nghiệp, nhà sản xuất trở nên bền chặt hơn.

Thứ ba, Hà Nội chú trọng lựa chọn sản phẩm chủ lực vùng, tránh dàn trải. Thay vì tổ chức hàng loạt sự kiện, thành phố chọn ra những nhóm sản

phẩm có lợi thế cạnh tranh, như hàng thủ công mỹ nghệ, sản phẩm OCOP, thực phẩm chế biến, để đầu tư chiều sâu và đưa ra thị trường quốc tế.

Song song, công tác đào tạo kỹ năng thị trường và chuyển đổi số được xem là chìa khóa. Nhiều hợp tác xã, cơ sở sản xuất nhỏ được tập huấn về thương mại điện tử, marketing, đóng gói, truy xuất nguồn gốc.

Bài học cuối cùng nhưng mang tính chiến lược là liên kết vùng. Hà Nội đã chủ động hợp tác với Bắc Ninh, Hưng Yên, Thái Nguyên ... để kết nối vùng nguyên liệu, phối hợp xúc tiến chung, tạo chuỗi sản phẩm liên vùng. Cách làm này không chỉ mở rộng đầu ra, mà còn giúp hình thành chuỗi giá trị ngành hàng, yếu tố quan trọng để vươn ra thị trường quốc tế.

Trong giai đoạn hội nhập sâu, khi thương mại điện tử và logistics hiện đại đang định hình lại dòng chảy hàng hóa, khuyến công không thể chỉ là “trợ

lực kỹ thuật” mà phải trở thành “nhịp cầu thương mại”.

Theo Sở Công Thương Hà Nội, thời gian tới, thành phố sẽ đẩy mạnh các chương trình xúc tiến thương mại chuyên đề theo ngành, theo sản phẩm; tổ chức đoàn khảo sát thị trường quốc tế, và xây dựng hệ sinh thái kết nối sản xuất - phân phối - tiêu thụ gắn với doanh nghiệp lớn. Ứng dụng công nghệ số cũng sẽ được mở rộng, giúp minh bạch thông tin, giảm chi phí tổ chức và tăng hiệu quả quản lý.

Ông Nguyễn Thế Hiệp bày tỏ: *“Chúng tôi mong muốn các địa phương cùng trao đổi, chia sẻ kinh nghiệm, cùng tổ chức những gian hàng liên vùng, những chương trình xúc tiến xuyên tỉnh. Khi sản phẩm của mỗi địa phương được kết nối, hỗ trợ lẫn nhau, thì khuyến công sẽ không chỉ là hoạt động hỗ trợ kỹ thuật, mà thực sự trở thành nhịp cầu đưa sản phẩm công nghiệp nông thôn ra thị trường thế giới”*. ■



Bình chọn sản phẩm công nghiệp nông thôn tiêu biểu là nguồn sản phẩm tốt của khuyến công Thủ đô

KHUYẾN CÔNG HÀ NỘI: ĐƯA SẢN PHẨM LÀNG NGHỀ HỘI NHẬP THẾ GIỚI

► PHAN ANH

Bằng các hoạt động xúc tiến thương mại bài bản, sáng tạo và mang đậm bản sắc văn hóa, chương trình khuyến công Hà Nội đang trở thành lực đẩy quan trọng giúp sản phẩm thủ công mỹ nghệ, sản phẩm làng nghề Thủ đô vươn xa, chinh phục thị trường trong và ngoài nước.



Một gian hàng của đoàn Sở Công Thương Hà Nội tham gia hội chợ Lifestyle Việt Nam 2025

Vừa qua, tại Quảng trường Vườn hoa Phùng Khắc Khoan (Thạch Thất, Hà Nội), Trung tâm Khuyến công và Tư vấn phát triển công nghiệp Hà Nội (Sở Công Thương Hà Nội) tổ chức Triển lãm quảng bá, giao thương kết nối sản phẩm OCOP, thủ công mỹ nghệ và làng nghề phục vụ du lịch. Sự kiện quy tụ hơn 120 gian hàng tiêu chuẩn, trưng bày các sản phẩm OCOP, hàng thủ công mỹ nghệ, sản phẩm đặc trưng của các cơ sở công nghiệp nông thôn. Theo ông Hoàng Minh Lâm, Giám đốc Trung tâm Khuyến công và Tư vấn phát triển công nghiệp Hà Nội, triển lãm là “một hành trình kết nối, nơi giá trị truyền thống hòa quyện cùng nhịp sống hiện đại”. Đây không chỉ là hoạt động xúc tiến thương mại mà còn là dịp tôn vinh tinh hoa nghề thủ công, khẳng định

nỗ lực nâng cao chất lượng, xây dựng thương hiệu và mở rộng thị trường cho sản phẩm làng nghề Hà Nội.

Với xã Thạch Thất, vùng đất được truyền thống như một Đại Đồng, cơ khí Kim Quan hay nghề làm ngói cổ, sự kiện này càng có ý nghĩa đặc biệt. Triển lãm góp phần giới thiệu hình ảnh địa phương năng động, sáng tạo, kết hợp hài hòa giữa gìn giữ di sản văn hóa và phát triển kinh tế nông thôn mới, hướng tới mô hình “du lịch làng nghề” bền vững.

Song song với hoạt động tại Thạch Thất, Sở Công Thương Hà Nội còn tổ chức đoàn công tác tham gia Hội chợ quốc tế Lifestyle Vietnam 2025. Khu gian hàng chung của Hà Nội có hơn 40 gian hàng, quy tụ 25 doanh nghiệp và cơ sở sản xuất có năng lực xuất khẩu

manh, đặc biệt trong lĩnh vực thủ công mỹ nghệ và làng nghề. Các sản phẩm gốm sứ, sơn mài, mây tre đan, quà tặng lưu niệm... được thiết kế nhận diện thống nhất, mang đậm dấu ấn Thủ đô sáng tạo, thân thiện, để lại ấn tượng mạnh mẽ trong mắt đối tác quốc tế.

Đáng chú ý, thành phố Hà Nội đã có cơ chế hỗ trợ tài chính đặc biệt thông qua Chương trình khuyến công năm 2025: Hỗ trợ 100% chi phí thuê gian hàng (địa điểm, thiết kế, thi công) và 40-50% chi phí tuyên truyền quảng bá cho khu gian hàng của Hà Nội. Đây là cách làm thiết thực giúp doanh nghiệp làng nghề mạnh dạn tham gia các sân chơi lớn, từng bước nâng cao năng lực hội nhập và xây dựng thương hiệu bền vững.

Tại hội chợ, đoàn Hà Nội đã tổ chức hàng trăm cuộc gặp gỡ, kết nối doanh nghiệp với các nhà nhập khẩu, chuỗi bán lẻ và đại diện thương mại quốc tế. Dự kiến, các hoạt động này sẽ tạo ra ít nhất 1.000 lượt giao thương chất lượng, mở ra cơ hội ký kết hợp đồng xuất khẩu ngay tại sự kiện, góp phần nâng tỷ trọng xuất khẩu hàng thủ công mỹ nghệ đạt 3 - 5% trong tổng kim ngạch xuất khẩu của Thủ đô.

Có thể thấy, chương trình khuyến công Hà Nội đang chuyển trọng tâm sang xúc tiến quảng bá và kết nối thị trường, đưa sản phẩm thủ công mỹ nghệ và làng nghề Thủ đô đến gần hơn với du khách, người tiêu dùng và nhà nhập khẩu quốc tế.

Ở vùng đất Cẩm Giàng (Hải Phòng), làng mộc Đông Giao từ lâu được xem như “báu vật sống” của nghề chạm khắc Việt. Sự tinh xảo, tỉ mỉ và khả năng sáng tạo đã giúp Đông Giao trở thành một trong những cái nôi của nghề mộc truyền thống Bắc bộ.

► **NGUYỄN SIÊU**



Sản phẩm của làng nghề mộc Đông Giao phong phú, đa dạng

MỘC ĐÔNG GIAO:

DỰNG THƯƠNG HIỆU TỪ TINH HOA CHẠM KHẮC

Nếu như trước kia sản phẩm Đông Giao chủ yếu là đồ thờ, hoành phi, câu đối, cửa võng... phục vụ tín ngưỡng, thì nay làng nghề đã mở rộng sang nhiều dòng sản phẩm mới, như: Đồ gia dụng, nội thất cao cấp, tượng nghệ thuật và đồ lưu niệm xuất khẩu. Sự đa dạng này không chỉ phản ánh nhu cầu thị trường, mà còn là bước tiến trong tư duy làm nghề hướng đến phát triển thương hiệu và nâng cao giá trị sản phẩm.

Nghệ nhân Ưu tú Vũ Xuân Thép chia sẻ, mỗi tác phẩm gỗ là một câu chuyện văn hóa được kể lại bằng bàn tay và tâm hồn người thợ. Mỗi đường đục, nhát chạm đều mang hơi thở của dân tộc, của sự tôn kính với nghề. “Công nghệ có thể giúp tiết kiệm thời gian, nhưng linh hồn của sản phẩm vẫn nằm ở cảm xúc và bàn tay người thợ”, ông nói.

Từ những năm 1980, khi đất nước bước vào thời kỳ đổi mới, Đông Giao đã hồi sinh mạnh mẽ. Những bộ tủ chè chạm “tứ linh, tứ quý” từng làm say lòng khách hàng khắp miền Bắc. Tiếp nối đà phát triển đó, thế hệ thợ trẻ ngày nay đã đưa sản phẩm Đông Giao đến nhiều thị trường xa hơn, từ Hà Nội, TP. Hồ Chí Minh cho tới Nhật Bản, Hàn

Quốc, Trung Quốc, thậm chí bước đầu xuất hiện ở châu Âu.

Bí quyết để làng nghề trụ vững không chỉ ở tay nghề, mà còn ở cách tổ chức sản xuất, xây dựng thương hiệu. Các cơ sở sản xuất đã mạnh dạn đầu tư máy chạm CNC, máy cắt, máy tiện gỗ hiện đại để tăng năng suất, song vẫn duy trì công đoạn chạm khắc thủ công nhằm giữ hồn sản phẩm. Nhờ đó, mỗi tác phẩm gỗ Đông Giao vẫn toát lên nét riêng, tinh xảo nhưng gần gũi, hiện đại mà vẫn đậm bản sắc dân tộc.

Đáng chú ý, trong những năm gần đây, làng nghề đã bước sang giai đoạn phát triển mới, kết hợp sản xuất với du lịch trải nghiệm. Nhiều đoàn khách trong và ngoài nước đến Đông Giao không chỉ để tham quan đình, chùa, di tích cổ, mà còn để tận mắt chứng kiến quy trình chế tác, thậm chí tự tay cầm đục, tủa thử một đường chạm. Mô hình này không chỉ tạo thêm nguồn thu mà còn giúp quảng bá văn hóa làng nghề một cách sống động và bền vững.

Thị trường cũng thay đổi nhanh chóng. Nếu trước đây sản phẩm chủ yếu phục vụ sinh hoạt truyền thống, nay khách hàng ưa chuộng tượng phong thủy, đồ trang trí, tranh chạm hoa lá, con giống, hay những món quà lưu niệm nhỏ

gọn. Người thợ Đông Giao nhạy bén nắm bắt xu hướng, sáng tạo mẫu mã mới, kết hợp gỗ quý hiếm như hoàng đàn, trắc, mun sừng... để nâng tầm giá trị. Có những tác phẩm được đấu giá trực tuyến lên tới hàng trăm triệu, thậm chí cả tỷ đồng minh chứng cho sức hút thương hiệu làng nghề.

Song song với sáng tạo, Đông Giao cũng chú trọng bảo tồn. Nghề vẫn được truyền dạy theo hình thức “cha truyền con nối”, kết hợp đào tạo bài bản. Chính quyền địa phương và các chương trình khuyến công hỗ trợ làng nghề trong việc tham gia hội chợ, quảng bá sản phẩm, đăng ký bảo hộ nhãn hiệu tập thể, từng bước hình thành thương hiệu “Mộc Đông Giao” có chỗ đứng trên thị trường.

Hơn 300 năm tồn tại và phát triển, Đông Giao không chỉ giữ nghề, mà còn khẳng định bản lĩnh vươn lên của một làng nghề Việt. Giữa nhịp sống hiện đại, những thanh gỗ vô tri vẫn được người thợ Đông Giao thổi hồn thành những tác phẩm mang hơi thở văn hóa Việt. Và chính từ đôi bàn tay ấy, thương hiệu Đông Giao đang vững vàng bước ra thế giới với niềm kiêu hãnh của người Việt làm nghề bằng cả trái tim.



Lào Cai chuẩn bị cho Hội chợ thương mại quốc tế Việt - Trung



Hội chợ thương mại quốc tế Việt - Trung thu hút sự quan tâm của nhiều doanh nghiệp- Ảnh minh họa

Tỉnh Lào Cai đang ráo riết chuẩn bị tổ chức Hội chợ thương mại quốc tế Việt - Trung (Lào Cai) lần thứ 25. Hội chợ được tổ chức luân phiên hàng năm giữa hai tỉnh Lào Cai (Việt Nam) và tỉnh Vân Nam (Trung Quốc) theo thỏa thuận ký kết giữa Bộ Công Thương, Việt Nam và Chính quyền nhân dân tỉnh Vân Nam, Trung Quốc. Qua mỗi kỳ Hội chợ đã góp phần thúc đẩy mối quan hệ hợp tác kinh tế, thương mại, du lịch và đầu tư giữa hai nước.

Hội chợ với chủ đề “Lào Cai và Vân Nam - kết nối và Phát triển” được Ủy ban nhân dân tỉnh Lào Cai (Việt Nam) và Chính quyền nhân dân Châu Hồng Hà, tỉnh Vân Nam (Trung Quốc) phối hợp tổ chức tại Trung tâm Hội chợ triển lãm Kim Thành, tỉnh Lào Cai; Thời gian diễn ra Hội chợ từ ngày 19/11/2025 đến hết ngày 24/11/2025 với quy mô từ 500 - 550 gian hàng, trong đó có 200 gian hàng của các doanh nghiệp nước ngoài gồm: Trung

Quốc, các quốc gia và vùng lãnh thổ khác.

Nội dung chính trong khuôn khổ Hội chợ và các hoạt động bên lề, gồm: Hội đàm Hợp tác kinh tế thương mại hai tỉnh Lào Cai (Việt Nam) - Vân Nam (Trung Quốc); Hội nghị giới thiệu cơ chế, chính sách, các cơ hội hợp tác, xúc tiến đầu tư; Hội nghị giới thiệu cơ chế chính sách xuất, nhập khẩu kết hợp giao thương doanh nghiệp thương mại, dịch vụ, logistic Việt - Trung.



Hải Phòng quảng bá sản phẩm công nghiệp nông thôn ở các hội chợ trong và ngoài thành phố

Hướng tới mục tiêu “Liên kết vùng - phát triển bền vững - vươn ra thế giới”, Hội chợ Công Thương vùng Đồng bằng sông Hồng - Hải Phòng 2025 đang được gấp rút hoàn thiện công tác chuẩn bị.

Hội chợ cũng là dịp để các doanh nghiệp, hợp tác

Hải Phòng: Mở kênh liên kết tiêu thụ sản phẩm công nghiệp nông thôn

xã, cơ sở sản xuất trong khu vực kết nối giao thương, học hỏi kinh nghiệm, mở rộng thị trường tiêu thụ và tìm kiếm cơ hội hợp tác đầu tư, chuyển giao công nghệ. Theo kế hoạch, hội chợ diễn ra từ ngày 05 đến hết ngày 09/11/2025, quy mô trên 210 gian hàng tiêu chuẩn, quy tụ đại diện doanh nghiệp, cơ sở sản xuất của các tỉnh, thành phố trong vùng Đồng bằng sông Hồng cùng nhiều địa phương khác trên cả nước.

Không gian hội chợ được thiết kế hiện đại, khoa học, gồm nhiều khu trưng bày phong phú: Sản phẩm công nghiệp nông thôn tiêu biểu, sản phẩm đặc sản vùng miền, hàng thủ công mỹ nghệ, đồ gỗ mỹ nghệ, sinh vật cảnh, đá mỹ nghệ,

Ninh Bình tham gia kết nối cung - cầu tại TP. Hồ Chí Minh năm 2025

Sở Công Thương Ninh Bình thông báo mời các doanh nghiệp, hợp tác xã, cơ sở sản xuất - kinh doanh trên địa bàn tỉnh tham gia các hoạt động kết nối cung - cầu giữa TP. Hồ Chí Minh với các tỉnh, thành phố năm 2025.

Chương trình do Sở Công Thương TP. Hồ Chí Minh chủ trì tổ chức, nhằm hỗ trợ doanh nghiệp các địa phương tăng cường giao thương, mở rộng thị trường tiêu thụ hàng hóa, tìm kiếm đối tác, đẩy mạnh liên kết vùng, góp phần thúc đẩy phát triển sản xuất - kinh doanh bền vững. Đây là dịp để doanh nghiệp Ninh Bình giới thiệu, quảng bá sản phẩm, dịch vụ đến với hệ thống phân phối, trung tâm thương mại, siêu thị và doanh nghiệp tại TP. Hồ Chí Minh cũng như nhiều tỉnh, thành trong cả nước.

Hoạt động dự kiến diễn ra từ ngày 19 -21/12/2025, tại khu vực Bãi sau (Công viên Thỏ trắng, chợ đêm cũ), phường Vũng Tàu, Thành phố Hồ Chí Minh.



Ninh Bình tích cực hỗ trợ doanh nghiệp tham gia các hoạt động kết nối cung - cầu

Hơn 5 tỷ đồng doanh thu từ hội chợ Công Thương Quảng Ngãi 2025

Ông Nguyễn Thanh Mân, Giám đốc Sở Công Thương tỉnh Quảng Ngãi cho biết, Hội chợ Công Thương và OCOP Quảng Ngãi năm 2025 đã mang lại hiệu quả xúc tiến thương mại tích cực. Qua 5 ngày tổ chức, Hội chợ thu hút sự quan tâm, tham gia của hơn 25.000 lượt khách tham quan, mua sắm, mang về doanh thu hơn 5 tỷ đồng, trung bình mỗi gian hàng tham gia Hội chợ có doanh số trên 100 triệu đồng.

Đặc biệt, tại Hội chợ, nhiều gian hàng đã tổ chức livestream bán hàng trực tuyến mang lại hiệu quả cao. “Từ kết quả này, Sở Công Thương xác định, đây là hướng đi mới, chủ đạo trong công tác xúc tiến thương mại của tỉnh Quảng Ngãi trong thời gian đến, góp phần nâng cao hiệu quả trong công tác xúc tiến thương mại, chuyển đổi số nói chung và phát triển thương mại điện tử của tỉnh nói riêng”, Giám đốc Sở Công Thương tỉnh Quảng Ngãi Nguyễn Thanh Mân cho hay.

Hội chợ Công Thương và OCOP Quảng Ngãi năm 2025 có quy mô 60 gian hàng, trưng bày, giới thiệu khoảng 300 sản phẩm, hàng hoá chủ yếu là sản phẩm công nghiệp nông thôn tiêu biểu, sản phẩm đặc sản, đặc trưng địa phương; có cả các sản phẩm Sâm Ngọc Linh tươi và các sản phẩm chế biến từ củ Sâm Ngọc Linh; sản phẩm của siêu thị Co.opmart,...

LÊ VĂN



Lãnh đạo tỉnh Quảng Ngãi tham quan gian hàng của xã Ngọc Linh tại Hội chợ Công Thương và OCOP Quảng Ngãi năm 2025

