BỘ CÔNG THƯƠNG	CỘNG HÒA XÃ HỘI CHỦ NGHĨA VIỆT NAM Độc lập – Tự do – Hạnh phúc
Số: 3142 /QĐ-BCT	*Hà Nội, ngày 25 tháng 11 năm 2026*

QUYẾT ĐỊNH

Về việc tổ chức "Ngày Thương mại điện tử quốc gia 12 tháng 12 và Tuần lễ Thương mại điện tử Việt Nam (Online Friday 2026)"

BỘ TRƯỞNG BỘ CÔNG THƯƠNG

Căn cứ Luật Thương mại ngày 14 tháng 6 năm 2005;

Căn cứ Nghị định số 351/2026/NĐ-CP ngày 11 tháng 9 năm 2026 của Chính phủ quy định chức năng, nhiệm vụ, quyền hạn và cơ cấu tổ chức của Bộ Công Thương;

Căn cứ Quyết định số 1568/QĐ-BCT ngày 03 tháng 6 năm 2025 của Bộ Công Thương phê duyệt Kế hoạch tổng thể phát triển thương mại điện tử quốc gia giai đoạn 2026 - 2030;

Căn cứ Quyết định số 3829/QĐ-BCT ngày 31 tháng 12 năm 2025 của Bộ trưởng Bộ Công Thương phê duyệt các đề án thuộc Chương trình phát triển thương mại điện tử quốc gia năm 2026;

Theo đề nghị của Cục trưởng Cục Thương mại điện tử.

QUYẾT ĐỊNH:

Điều 1: Tổ chức chuỗi sự kiện hưởng ứng "Ngày Thương mại điện tử quốc gia 12 tháng 12 và Tuần lễ Thương mại điện tử Việt Nam (Online Friday 2026)" từ ngày 10 đến ngày 16 tháng 12 năm 2026 trên phạm vi toàn quốc theo Kế hoạch đính kèm Quyết định này.

Điều 2: Quyết định này có hiệu lực thi hành kể từ ngày ký.

Điều 3: Chánh Văn phòng Bộ, Cục trưởng Cục Thương mại điện tử, Thủ trưởng các đơn vị thuộc Bộ Công Thương; Các hiệp hội, ngành hàng; Sở Công Thương các tỉnh, thành phố trực thuộc Trung ương và các cơ quan, tổ chức, thương nhân, cá nhân có liên quan chịu trách nhiệm thi hành Quyết định này./.

Nơi nhận:
- Như Điều 3;
- Lãnh đạo Bộ;
- Các hiệp hội, ngành hàng;
- Sở Công Thương các địa phương;
- Lưu: VT, TMĐT (HanhNTH).

KT. BỘ TRƯỞNG
THỨ TRƯỞNG

Ký bởi: VĂN PHÒNG
Email: vpbct@moit.gov.vn
Cơ quan: BỘ CÔNG THƯƠNG
Ngày ký: 25-11-2026 18:01:20 +07:00

Nguyễn Việt Sơn

KẾ HOẠCH

Tổ chức các hoạt động hưởng ứng "Ngày Thương mại điện tử quốc gia 12/12 và Tuần lễ Thương mại điện tử Việt Nam (Online Friday 2026)"

(Ban hành kèm theo Quyết định số 3142/QĐ-BCT ngày 25 tháng 11 năm 2026 của Bộ trưởng Bộ Công Thương)

I. MỤC TIÊU

Thứ nhất, lan tỏa và tạo dấu ấn Ngày thương mại điện tử quốc gia 12/12 và chuỗi sự kiện kích cầu tiêu dùng cuối năm: Tổ chức chuỗi hoạt động hưởng ứng Ngày Thương mại điện tử Việt Nam (12/12) và Tuần lễ TMĐT Việt Nam trên toàn quốc với sức lan tỏa rộng rãi; kết nối cơ quan quản lý, nền tảng công nghệ, doanh nghiệp và người tiêu dùng nhằm thúc đẩy tiêu dùng nội địa, nâng cao nhận thức về kinh tế số và định hình thị trường TMĐT hiện đại, bền vững.

Thứ hai, thu hẹp khoảng cách số giữa các vùng miền: Phổ cập TMĐT đến khu vực nông thôn, miền núi, vùng sâu, vùng xa, biên giới và hải đảo; tạo điều kiện để người dân, hộ kinh doanh và hợp tác xã địa phương bình đẳng tiếp cận công nghệ, mở rộng đầu ra cho hàng hóa và thúc đẩy kinh tế vùng.

Thứ ba, nâng cao năng lực số và sức cạnh tranh cho doanh nghiệp: Hỗ trợ các chủ thể kinh doanh (doanh nghiệp, HTX và cơ sở sản xuất, hộ kinh doanh) làm chủ kỹ năng kinh doanh đa nền tảng, xây dựng thương hiệu và ứng dụng công nghệ mới để tối ưu hóa sản xuất, tiếp thị và phân phối.

Thứ tư, đẩy mạnh tiêu thụ sản phẩm Việt và đặc sản địa phương: Liên kết các sàn TMĐT, đơn vị phân phối và logistics triển khai các chương trình xúc tiến, khuyến mại và livestream bán hàng; đưa hàng Việt, sản phẩm OCOP, công nghiệp nông thôn tiêu biểu và sản phẩm làng nghề tiếp cận sâu rộng thị trường cả nước.

Thứ năm, xây dựng môi trường TMĐT an toàn, minh bạch và củng cố niềm tin số: Đẩy mạnh các giải pháp phòng chống hàng giả, gian lận thương mại và bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng; khuyến khích giao dịch hàng chính hãng thông qua ứng dụng công nghệ xác thực, truy xuất nguồn gốc, thanh toán an toàn và cơ chế giải quyết tranh chấp hiệu quả.

Thứ sáu, phát triển đồng bộ hạ tầng và tối ưu chuỗi cung ứng: Thúc đẩy liên kết giữa TMĐT với phân phối truyền thống; khuyến khích đổi mới sáng tạo trong thanh toán số, logistics, kho vận và giao nhận nhằm rút ngắn thời gian giao hàng, giảm chi phí và nâng cao trải nghiệm mua sắm đa kênh.

Thứ bảy, mở rộng xuất khẩu qua TMĐT xuyên biên giới: Hỗ trợ doanh nghiệp Việt kết nối với các nền tảng và mạng lưới logistics quốc tế; nâng cao năng lực đáp ứng tiêu chuẩn thị trường nhập khẩu và quảng bá thương hiệu quốc gia, gia tăng giá trị xuất khẩu và hội nhập kinh tế quốc tế.

Cuối cùng, lan tỏa chính sách và tăng cường liên kết hệ sinh thái: Phổ biến kịp thời chủ trương, chính sách của Đảng, Nhà nước, Bộ Công Thương và các xu hướng, quy định pháp luật mới về kinh tế số; thắt chặt phối hợp giữa cơ quan quản

lý, địa phương, hiệp hội và doanh nghiệp nhằm kiến tạo môi trường kinh doanh trực tuyến cạnh tranh lành mạnh và bao trùm.

II. NỘI DUNG CHƯƠNG TRÌNH

1. Thời gian:

- Lễ khai mạc và kích hoạt sự kiện trải nghiệm và không gian số: Diễn ra vào ngày 10-11/12/2026 tại Bảo tàng Hà Nội, theo đó, *Lễ khai mạc Ngày Thương mại điện tử quốc gia vào sáng 11/12/2026*

- Ngày Thương mại điện tử quốc gia 12/12/2026: Siêu ngày hội số và cao điểm kích cầu tiêu dùng trực tuyến.

- Tuần lễ Thương mại điện tử quốc gia: Triển khai liên tục từ ngày 10-16/12/2026.

2. Đối tượng tham gia: Tất cả các tổ chức, thương nhân theo quy định của pháp luật.

3. Hạn mức tối đa giá trị hàng hóa, dịch vụ dùng để khuyến mại và mức giảm giá tối đa đối với hàng hóa, dịch vụ được khuyến mại là: 100% (theo quy định tại khoản 4 Điều 6 và khoản 2 Điều 7 Nghị định 81/2018/NĐ-CP ngày 22/5/2018 của Chính phủ).

4. Các hoạt động triển khai trong Chương trình

- Lễ khai mạc và kích hoạt sự kiện trải nghiệm và không gian số: Diễn ra vào ngày 10-11/12/2026 tại Bảo tàng Hà Nội với 5 khu hoạt động chính bao gồm khoảng 150 ô gian hàng tiêu chuẩn và 8 phiên hội thảo chuyên đề.

- Ngày Thương mại điện tử quốc gia 12/12/2026: Siêu ngày hội số và cao điểm kích cầu tiêu dùng trực tuyến.

- Tuần lễ Thương mại điện tử quốc gia: Triển khai liên tục từ ngày 10-16/12/2026. Trong đó các hoạt động mua sắm trực tuyến trên nền tảng thương mại điện tử tiếp tục được triển khai từ ngày 13-16/12/2026.

Với chủ đề xuyên suốt: "Thương mại điện tử không khoảng cách", khu gian hàng được tổ chức thành 5 khu vực, trong đó, mỗi khu mang một thông điệp về thu hẹp khoảng cách giữa vùng miền, quy mô, thế hệ, kỹ năng và pháp lý.

(i) Khu Hàng Việt – OCOP các địa phương: nơi trưng bày, giới thiệu đặc sản và sản phẩm OCOP do Sở Công Thương các tỉnh, thành phố giới thiệu; hướng dẫn chủ thể OCOP, hợp tác xã đưa sản phẩm lên sàn;

(ii) Khu Doanh nghiệp và thương hiệu chính hãng: nơi hộ kinh doanh, doanh nghiệp nhỏ và vừa trưng bày bên cạnh các thương hiệu lớn đang kinh doanh trên sàn; giới thiệu sản phẩm, chương trình ưu đãi;

(iii) Khu Hệ sinh thái thương mại điện tử: nơi nền tảng thương mại điện tử; công nghệ, AI và giải pháp; ngân hàng, thanh toán, ví điện tử; logistics và thương mại điện tử xuyên biên giới giới thiệu giải pháp, ưu đãi dành cho nhà bán hàng;

(iv) Khu Bảo vệ người tiêu dùng – Hàng thật, hàng giả: hướng dẫn nhận diện hàng thật – hàng giả, giải pháp truy xuất nguồn gốc, tem chống giả; phổ biến quy định mới; tiếp nhận phản ánh của người tiêu dùng;

(v) Stamp rally: nơi khách tham quan thu thập dấu qua các gian hàng để nhận quà và tham gia bốc thăm (kết nối các khu).

5. Phạm vi: Trên toàn quốc.

III. TỔ CHỨC THỰC HIỆN

1. Bộ Công Thương

a) Cục Thương mại điện tử:

- Chủ trì, phối hợp với các đơn vị có liên quan để thực hiện các hoạt động phát động, truyền thông cho chương trình. Cụ thể như sau:

+ Triển khai công bố Chương trình trên các phương tiện thông tin đại chúng trước thời gian tổ chức.

+ Triển khai lễ bấm nút kích hoạt Chương trình theo hình thức cầu truyền hình kết nối các điểm cầu ở các tỉnh, thành phố kết hợp livestream trực tuyến với sự tham gia của đại diện Lãnh đạo Chính phủ, đại diện Lãnh đạo Bộ và các khách mời là các bộ, ngành, hiệp hội, doanh nghiệp.

+ Tổ chức các hoạt động hội thảo trực tiếp và trực tuyến; các hoạt động tương tác cho người tiêu dùng trên môi trường trực tuyến; các hoạt động tuyên truyền, phổ biến, trải nghiệm đối với người tiêu dùng, doanh nghiệp và cơ quan quản lý về phát triển thương mại điện tử bền vững.

+ Phối hợp với các tỉnh, thành phố triển khai hỗ trợ doanh nghiệp, người tiêu dùng trải nghiệm công nghệ số và thương mại điện tử; truyền thông rộng rãi về Tuần lễ thương mại điện tử quốc gia 2026.

+ Triển khai hình thức mã giảm giá độc quyền trên các nền tảng mạng xã hội của Chương trình.

- Chủ trì, phối hợp với các đơn vị liên quan để tổng hợp, đánh giá kết quả thực hiện Chương trình, báo cáo Lãnh đạo Bộ Công Thương.

- Chủ trì, xây dựng đảm bảo vận hành các hệ thống kỹ thuật phục vụ Chương trình.

- Chủ trì, tổ chức triển khai tiếp nhận, tổng hợp các chương trình, hoạt động khuyến mại của thương nhân để hỗ trợ đăng ký, thông báo các thủ tục hành chính liên quan.

b) Cục Xúc tiến thương mại

- Chủ động thông tin, hướng dẫn thương nhân thực hiện các hoạt động khuyến mại.

- Hỗ trợ, tạo điều kiện thuận tiện cho thương nhân thực hiện thủ tục hành chính đăng ký hoạt động khuyến mại với Bộ Công Thương theo quy định của pháp luật.

- Cung cấp thông tin chương trình khuyến mại, phối hợp với Cục Quản lý và phát triển thị trường trong nước, Sở Công Thương và các đơn vị có liên quan để chỉ đạo, theo dõi, kiểm tra và xử lý các hành vi vi phạm hoạt động khuyến mại theo quy định của pháp luật.

- Phối hợp với Cục Thương mại điện tử để tổng hợp, đánh giá kết quả Chương trình.

c) Cục Quản lý và Phát triển thị trường trong nước

- Chủ trì, phối hợp với Cục Thương mại điện tử phát động chương trình kích cầu tiêu dùng nội địa, mở rộng thị trường trong nước gắn với các mục tiêu, hoạt động phát động, truyền thông cho Chương trình.

- Phối hợp với các cơ quan chức năng có liên quan kiểm tra hàng kém chất lượng, hàng nhái, hàng không rõ nguồn gốc xuất xứ, hàng vi phạm sở hữu trí tuệ và nắm bắt thông tin các chương trình khuyến mại vi phạm để tiến hành xử lý theo quy định trong thời gian diễn ra Chương trình.

d) Các đơn vị khác thuộc Bộ Công Thương

- Văn phòng Bộ, Báo Công Thương phối hợp tuyên truyền, quảng bá về Chương trình tại trụ sở, website của Bộ Công Thương, Báo Công Thương và trên các phương tiện truyền thông.

- Các đơn vị thuộc Bộ Công Thương phối hợp với Cục Thương mại điện tử để triển khai, thực hiện Chương trình.

2. Hiệp hội, ngành hàng

Hiệp hội, ngành hàng có liên quan phối hợp với Bộ Công Thương thông tin, khuyến khích hội viên và các doanh nghiệp tham gia Chương trình.

3. UBND, Sở Công Thương các tỉnh, thành phố trực thuộc trung ương

- Chủ động xây dựng kế hoạch thực hiện Chương trình tại địa phương đảm bảo mục đích, thời gian thực hiện Chương trình.

- Phối hợp với Cục Thương mại điện tử triển khai các khu vực hoạt động trong khuôn khổ chuỗi sự kiện hưởng ứng Ngày Thương mại điện tử Việt Nam 12/12 và Tuần lễ Thương mại điện tử Việt Nam Online Friday 2026 trên địa bàn tỉnh, thành phố.

- Phối hợp với Cục Thương mại điện tử triển khai các không gian trưng bày, trải nghiệm công nghệ số và thương mại điện tử trên địa bàn tỉnh, thành phố.

- Sử dụng logo của Chương trình trong các hoạt động truyền thông, quảng bá chung cho Chương trình.

- Chủ động thông tin, hướng dẫn thương nhân tham gia các hoạt động và Chương trình tại địa phương.

- Hỗ trợ, tạo điều kiện thuận tiện cho thương nhân thực hiện thủ tục hành chính và thực hiện hoạt động khuyến mại tại địa phương.

- Tổng hợp, đánh giá kết quả thực hiện Chương trình tại địa phương, báo cáo cấp có thẩm quyền.

4. Tổ chức và cá nhân có liên quan

Chủ động tổ chức các hoạt động khuyến mại, phối hợp, tham gia các hoạt động của Chương trình đảm bảo tuân thủ các quy định của pháp luật và bảo vệ quyền lợi hợp pháp của người tiêu dùng./.