

**QUYẾT ĐỊNH**

**Phê duyệt Kế hoạch tăng cường xúc tiến thương mại  
cho các sản phẩm tiểu thủ công nghiệp tại các làng nghề**

**BỘ TRƯỞNG BỘ CÔNG THƯƠNG**

Căn cứ Nghị định số 40/2025/NĐ-CP ngày 26 tháng 02 năm 2025 của Chính phủ quy định chức năng, nhiệm vụ, quyền hạn và cơ cấu tổ chức của Bộ Công Thương;

Căn cứ Thông báo số 29/TB-BCT ngày 27 tháng 02 năm 2026 về việc thông báo kết luận của Quyền Bộ trưởng Bộ Công Thương tại Hội nghị giao ban Bộ Công Thương;

Xét đề nghị của Cục trưởng Cục Xúc tiến thương mại.

**QUYẾT ĐỊNH:**

**Điều 1.** Phê duyệt Kế hoạch tăng cường xúc tiến thương mại cho các sản phẩm tiểu thủ công nghiệp tại các làng nghề với các nội dung sau đây:

**1. Quan điểm**

a) Phát triển hoạt động xúc tiến thương mại theo hướng chuyên nghiệp, có chiến lược, dài hạn, lấy thị trường làm trung tâm; gắn xúc tiến thương mại với phát triển sản xuất, xây dựng thương hiệu và nâng cao giá trị gia tăng.

b) Kết hợp hài hòa giữa giá trị kinh tế và giá trị văn hóa, phát huy lợi thế sản phẩm làng nghề gắn với bản sắc dân tộc, thủ công truyền thống và xu hướng tiêu dùng bền vững.

c) Tăng cường ứng dụng chuyên đổi số, thương mại điện tử, đa dạng hóa phương thức xúc tiến thương mại, kết hợp giữa trực tiếp và trực tuyến.

d) Đẩy mạnh liên kết giữa Nhà nước – doanh nghiệp – hiệp hội – địa phương, nâng cao hiệu quả sử dụng nguồn lực xúc tiến thương mại.

**2. Mục tiêu**

a) Mục tiêu chung

- Nâng cao năng lực xúc tiến thương mại, mở rộng thị trường tiêu thụ trong nước và xuất khẩu, góp phần nâng cao giá trị, năng lực cạnh tranh và phát triển bền vững sản phẩm tiểu thủ công nghiệp tại các làng nghề.

- Thúc đẩy đổi mới sáng tạo, ứng dụng công nghệ và phát triển bền vững, nhằm góp phần thực hiện mục tiêu tăng trưởng hai con số giai đoạn 2026–2030.

#### b) Mục tiêu cụ thể

- Tăng cường sự hiện diện của sản phẩm làng nghề trong hệ thống phân phối hiện đại và các nền tảng thương mại điện tử.

- Hỗ trợ doanh nghiệp, hợp tác xã, cơ sở sản xuất tiếp cận và mở rộng thị trường xuất khẩu, đặc biệt tại các thị trường trọng điểm.

- Nâng cao tỷ lệ sản phẩm có thương hiệu, nhãn hiệu tập thể, chỉ dẫn địa lý.

- Từng bước chuẩn hóa sản phẩm đáp ứng tiêu chuẩn chất lượng, môi trường và truy xuất nguồn gốc của thị trường trong nước và quốc tế.

- Nâng cao năng lực xúc tiến thương mại, marketing và giao dịch quốc tế cho các chủ thể làng nghề.

### 3. Nhiệm vụ và giải pháp chủ yếu

#### a) Quảng bá, xây dựng và phát triển thương hiệu

- Xây dựng chiến lược thương hiệu tổng thể cho sản phẩm làng nghề theo từng nhóm ngành hàng và địa phương.

- Hỗ trợ thiết kế hệ thống nhận diện thương hiệu (logo, bao bì, nhãn mác, câu chuyện sản phẩm).

- Đẩy mạnh đăng ký bảo hộ nhãn hiệu tập thể, chỉ dẫn địa lý, kiểu dáng công nghiệp.

- Tổ chức các chương trình truyền thông, quảng bá trên các phương tiện thông tin đại chúng và nền tảng số.

- Gắn quảng bá sản phẩm với phát triển du lịch làng nghề, xây dựng điểm giới thiệu và bán sản phẩm.

#### b) Tăng cường tổ chức và tham gia hoạt động xúc tiến thương mại

- Tổ chức các hội chợ, triển lãm chuyên ngành trong nước theo hướng chuyên nghiệp, hiện đại.

- Hỗ trợ doanh nghiệp tham gia các hội chợ quốc tế uy tín tại các thị trường trọng điểm (EU, Hoa Kỳ, Nhật Bản, Hàn Quốc...).

- Tổ chức các chương trình kết nối giao thương (B2B), kết nối cung cầu, tuần hàng Việt Nam trong và ngoài nước.

- Nâng cao chất lượng công tác chuẩn bị trước và sau hội chợ (lựa chọn sản phẩm, đào tạo kỹ năng, theo dõi sau giao dịch).

- Phát huy vai trò của các hiệp hội ngành hàng trong điều phối, kết nối và hỗ trợ doanh nghiệp.

#### c) Phát triển thương mại điện tử và chuyển đổi số

- Hỗ trợ doanh nghiệp, hợp tác xã tham gia các sàn thương mại điện tử trong nước và quốc tế.

- Xây dựng hệ thống dữ liệu, cơ sở dữ liệu số về sản phẩm làng nghề.

- Đào tạo kỹ năng bán hàng trực tuyến, marketing số, quản trị đơn hàng và chăm sóc khách hàng.

- Ứng dụng công nghệ số trong quảng bá, kết nối giao thương và quản lý hoạt động xúc tiến thương mại.

d) Kết nối và phát triển hệ thống phân phối

- Tăng cường kết nối với các hệ thống phân phối lớn trong nước (siêu thị, trung tâm thương mại, chuỗi bán lẻ).

- Hỗ trợ doanh nghiệp tiếp cận và tham gia hệ thống phân phối quốc tế.

- Tổ chức các chương trình kết nối cung cầu giữa làng nghề và doanh nghiệp phân phối.

- Phát triển kênh phân phối gắn với du lịch (cửa hàng lưu niệm, điểm du lịch, sân bay, khách sạn).

- Thúc đẩy các mô hình hợp tác dài hạn giữa nhà sản xuất và nhà phân phối.

đ) Nâng cao năng lực cho các chủ thể tham gia

- Tổ chức đào tạo, tập huấn về xúc tiến thương mại, marketing, thương mại quốc tế.

- Hỗ trợ đổi mới thiết kế, phát triển sản phẩm phù hợp thị trường.

- Nâng cao năng lực đáp ứng tiêu chuẩn chất lượng, môi trường, truy xuất nguồn gốc.

- Tăng cường liên kết sản xuất theo chuỗi giá trị, nâng cao khả năng đáp ứng đơn hàng lớn.

- Hỗ trợ tiếp cận thông tin thị trường, xu hướng tiêu dùng trong và ngoài nước.

## **Điều 2. Tổ chức thực hiện:**

### **1. Cục Xúc tiến thương mại:**

a) Chủ trì, phối hợp với các đơn vị liên quan xây dựng và tổ chức triển khai Kế hoạch xúc tiến thương mại đối với sản phẩm làng nghề và sản phẩm tiêu thủ công nghiệp theo hướng có trọng tâm, trọng điểm và hiệu quả.

b) Thực hiện vai trò điều phối chung các hoạt động xúc tiến thương mại giữa các bộ, ngành, địa phương và hiệp hội ngành hàng nhằm bảo đảm thống nhất về định hướng, tránh trùng lặp, chồng chéo, nâng cao hiệu quả sử dụng nguồn lực.

c) Hướng dẫn các hiệp hội ngành hàng, địa phương triển khai các hoạt động quảng bá, xây dựng thương hiệu làng nghề; hỗ trợ phát triển hệ thống nhận diện thương hiệu, tài liệu xúc tiến thương mại (catalog, ấn phẩm, nền tảng số).

d) Có giải pháp nâng cao chất lượng các hội chợ, triển lãm chuyên ngành trong nước; hỗ trợ doanh nghiệp, hợp tác xã, cơ sở sản xuất tham gia các hội chợ quốc tế.

đ) Xây dựng, vận hành cơ sở dữ liệu thị trường; phát triển các nền tảng xúc tiến thương mại số; tăng cường tổ chức các hoạt động kết nối giao thương trực tuyến và kết hợp trực tiếp.

e) Tổ chức đào tạo, tập huấn về kỹ năng kinh doanh trực tuyến, marketing số, vận hành gian hàng, thanh toán điện tử và logistics; hỗ trợ xây dựng catalog điện tử, nội dung số và hệ thống truy xuất nguồn gốc phục vụ hoạt động thương mại điện tử.

## **2. Cục Đổi mới sáng tạo, Chuyển đổi xanh và Khuyến công**

a) Triển khai các hoạt động khuyến công để hỗ trợ các cơ sở công nghiệp nông thôn tại làng nghề ứng dụng máy móc, thiết bị tiên tiến, tiến bộ khoa học - kỹ thuật vào sản xuất; xây dựng các mô hình trình sản xuất hiệu quả, áp dụng sản xuất sạch hơn, sản xuất và tiêu dùng bền vững để phổ biến, nhân rộng thúc đẩy chuyển dịch sản xuất theo hướng xanh, bền vững.

b) Tổ chức bình chọn, tôn vinh và hỗ trợ phát triển sản phẩm công nghiệp nông thôn tiêu biểu (RISEP) nhằm thúc đẩy đổi mới sáng tạo, gia tăng giá trị sản phẩm, gắn kết hài hòa giữa giá trị truyền thống và xu hướng thị trường, đáp ứng nhu cầu trong nước và hội nhập quốc tế.

## **3. Cục Thương mại điện tử và Kinh tế số**

Chủ trì triển khai các chương trình hỗ trợ doanh nghiệp, hợp tác xã, cơ sở làng nghề tham gia các sàn thương mại điện tử trong nước và xuyên biên giới; phát triển mô hình gian hàng số, làng nghề số.

## **4. Cục Quản lý và Phát triển thị trường trong nước**

a) Chủ trì, phối hợp với các đơn vị liên quan đẩy mạnh hoạt động kết nối sản phẩm làng nghề với hệ thống phân phối trong nước, góp phần mở rộng thị trường tiêu thụ, nâng cao giá trị sản phẩm, đồng thời bảo tồn và phát huy các giá trị văn hóa truyền thống của làng nghề.

b) Lồng ghép hiệu quả các chương trình, đề án đang triển khai vào nội dung của Kế hoạch nhằm bảo đảm tính đồng bộ, tránh trùng lặp và phát huy tối đa nguồn lực; trong đó tập trung vào các chương trình phát triển thị trường trong nước, kích cầu tiêu dùng và đẩy mạnh Cuộc vận động Người Việt Nam ưu tiên dùng hàng Việt Nam giai đoạn 2025-2027, các hoạt động hưởng ứng cuộc vận động “Người Việt Nam ưu tiên dùng hàng Việt Nam”.

c) Tăng cường công tác kiểm tra, kiểm soát thị trường; kịp thời phát hiện, xử lý các hành vi sản xuất, kinh doanh hàng giả, hàng nhái, hàng kém chất lượng; bảo vệ uy tín, thương hiệu và nâng cao niềm tin của người tiêu dùng đối với sản phẩm làng nghề.

## **5. Hệ thống Thương vụ Việt Nam tại nước ngoài**

a) Chủ động nắm bắt thông tin thị trường, xu hướng tiêu dùng, tiêu chuẩn kỹ thuật, quy định nhập khẩu tại địa bàn phụ trách; kịp thời cung cấp, cập nhật cho các cơ quan trong nước, hiệp hội ngành hàng và doanh nghiệp, hợp tác xã làng nghề để định hướng sản xuất và xúc tiến thương mại phù hợp.

b) Phát huy vai trò cầu nối, đẩy mạnh kết nối sản phẩm làng nghề với các tập đoàn bán lẻ, nhà nhập khẩu, nhà phân phối tại các thị trường trọng điểm; hỗ trợ tổ chức các hoạt động giao thương, kết nối doanh nghiệp, giới thiệu sản phẩm, tìm kiếm đối tác.

c) Phối hợp tổ chức và hỗ trợ triển khai các chương trình xúc tiến thương mại tại nước ngoài như Tuần hàng Việt Nam, hội chợ, triển lãm, hoạt động quảng bá sản phẩm làng nghề; lồng ghép giới thiệu sản phẩm làng nghề trong các chương trình xúc tiến chung.

d) Hỗ trợ doanh nghiệp, hợp tác xã tiếp cận hệ thống phân phối nước ngoài thông qua tư vấn tiêu chuẩn, quy cách sản phẩm, điều kiện tham gia chuỗi phân phối; đồng thời theo dõi, hỗ trợ duy trì và phát triển quan hệ với đối tác, từng bước mở rộng sự hiện diện của sản phẩm làng nghề Việt Nam trong chuỗi phân phối toàn cầu.

## **6. Sở Công Thương các tỉnh, thành phố; Trung tâm Xúc tiến thương mại địa phương**

a) Căn cứ chức năng, nhiệm vụ được giao, định hướng phát triển kinh tế - xã hội của địa phương, kế hoạch xúc tiến thương mại giai đoạn và nhu cầu thị trường, chủ trì tham mưu Ủy ban nhân dân cấp tỉnh lồng ghép, triển khai các hoạt động xúc tiến thương mại hằng năm gắn với các sản phẩm làng nghề chủ lực.

b) Chủ trì xây dựng và tổ chức thực hiện kế hoạch xúc tiến thương mại tại địa phương; xác định thị trường mục tiêu, định hướng phát triển sản phẩm phù hợp với nhu cầu và xu hướng tiêu dùng của thị trường trong nước và quốc tế.

c) Tổ chức các hoạt động kết nối cung - cầu, hội chợ, triển lãm, tuần hàng; hỗ trợ doanh nghiệp, hợp tác xã, cơ sở sản xuất chuẩn hóa sản phẩm, xây dựng và phát triển thương hiệu, tham gia thương mại điện tử và kết nối với hệ thống phân phối.

c) Chủ động lồng ghép hoạt động xúc tiến thương mại với phát triển du lịch làng nghề, góp phần quảng bá sản phẩm, nâng cao giá trị và hình ảnh của địa phương.

## **7. Liên minh Hợp tác xã Việt Nam**

a) Chủ trì, phối hợp với các địa phương tổ chức vận động, hướng dẫn các hợp tác xã, tổ hợp tác trong làng nghề tham gia các hoạt động xúc tiến thương mại; nâng cao năng lực tổ chức sản xuất, liên kết theo chuỗi giá trị.

b) Tổ chức các chương trình đào tạo, bồi dưỡng về quản trị, marketing, thương mại điện tử, tiêu chuẩn chất lượng cho các hợp tác xã; tăng cường kết nối

giữa hợp tác xã với doanh nghiệp xuất khẩu, hệ thống phân phối và các nền tảng thương mại điện tử.

**8. Các hiệp hội ngành hàng (Hiệp hội xuất khẩu hàng thủ công mỹ nghệ Việt Nam - VIETCRAFT, Hội Mỹ nghệ và Chế biến gỗ thành phố Hồ Chí Minh - HAWA, Hiệp hội Làng nghề Việt Nam)**

a) Chủ động xây dựng và tổ chức triển khai các chương trình xúc tiến thương mại theo ngành hàng; phát huy vai trò đầu mối kết nối doanh nghiệp với đối tác và thị trường trong nước, quốc tế; tổ chức các hội chợ, triển lãm chuyên ngành trong nước và hỗ trợ doanh nghiệp tham gia các hoạt động xúc tiến thương mại quốc tế tại các thị trường trọng điểm; triển khai các chương trình kết nối giao thương, kết nối cung – cầu, tuần hàng Việt Nam trong và ngoài nước; đồng thời cung cấp thông tin thị trường, tiêu chuẩn kỹ thuật và xu hướng tiêu dùng, hỗ trợ doanh nghiệp định hướng phát triển sản phẩm.

b) Chủ trì, phối hợp xây dựng định hướng và chiến lược phát triển thương hiệu cho sản phẩm làng nghề theo từng nhóm ngành hàng; hỗ trợ doanh nghiệp, hợp tác xã hoàn thiện hệ thống nhận diện thương hiệu; hướng dẫn đăng ký và bảo hộ quyền sở hữu trí tuệ; triển khai các hoạt động truyền thông, quảng bá sản phẩm trên các kênh phù hợp.

c) Hỗ trợ ứng dụng thương mại điện tử và chuyển đổi số trong xúc tiến thương mại; phát triển các kênh bán hàng trực tuyến, tham gia sàn thương mại điện tử; xây dựng và khai thác cơ sở dữ liệu sản phẩm làng nghề; nâng cao năng lực vận hành kinh doanh số, bao gồm marketing số, quản trị đơn hàng và dịch vụ khách hàng.

d) Tăng cường kết nối thị trường thông qua hệ thống phân phối; hỗ trợ doanh nghiệp tiếp cận các kênh bán lẻ trong nước và quốc tế; thúc đẩy hợp tác giữa nhà sản xuất và nhà phân phối; phát triển các điểm bán và kênh tiêu thụ gắn với du lịch và trải nghiệm sản phẩm.

đ) Tổ chức các hoạt động đào tạo, tư vấn nhằm nâng cao năng lực cho doanh nghiệp, hợp tác xã và các chủ thể làng nghề; hỗ trợ cải tiến mẫu mã, nâng cao chất lượng sản phẩm; thúc đẩy áp dụng các tiêu chuẩn về môi trường, truy xuất nguồn gốc; tăng cường liên kết sản xuất theo chuỗi giá trị và khả năng đáp ứng nhu cầu thị trường.

**9. Các hệ thống phân phối**

a) Chủ động phối hợp với cơ quan quản lý nhà nước và địa phương trong việc lựa chọn, tư vấn, hỗ trợ chuẩn hóa sản phẩm làng nghề để đưa vào hệ thống phân phối.

b) Tăng cường tổ chức các chương trình quảng bá, tuần hàng, không gian trưng bày sản phẩm làng nghề; hỗ trợ đào tạo về tiêu chuẩn chất lượng, quy trình cung ứng và chia sẻ thông tin thị trường cho doanh nghiệp, hợp tác xã.

**Điều 3.** Quyết định này có hiệu lực kể từ ngày ký.

**Điều 4.** Chánh Văn phòng Bộ, Cục trưởng Cục Xúc tiến thương mại, Thủ trưởng các cơ quan, đơn vị thuộc Bộ và các cơ quan đơn vị có liên quan chịu trách nhiệm thi hành Quyết định này./.

**Nơi nhận:**

- Như Điều 4;
- Bộ trưởng (đề b/c);
- Các đồng chí Thứ trưởng;
- Công TTĐT Bộ Công Thương;
- Lưu: VT, XTTM.

**KT. BỘ TRƯỞNG  
THỨ TRƯỞNG**



*Nguyễn Sinh Nhật Tân*

**Nguyễn Sinh Nhật Tân**

