

Số: 269 /KH-UBND

Hải Phòng, ngày 17 tháng 7 năm 2026

KẾ HOẠCH
Xúc tiến thương mại trên địa bàn thành phố Hải Phòng
giai đoạn 2026 - 2030

Căn cứ Quyết định số 3733/QĐ-BCT ngày 24/12/2025 của Bộ trưởng Bộ Công Thương về việc ban hành Kế hoạch hoạt động xúc tiến thương mại giai đoạn 2026 - 2030;

Ủy ban nhân dân thành phố Hải Phòng ban hành Kế hoạch xúc tiến thương mại trên địa bàn thành phố Hải Phòng giai đoạn 2026 - 2030 với các nội dung sau:

I. MỤC ĐÍCH, YÊU CẦU

1. Mục đích

- Tổ chức triển khai hiệu quả các hoạt động xúc tiến thương mại trên địa bàn thành phố giai đoạn 2026 - 2030 theo định hướng của Bộ Công Thương, phù hợp với chiến lược phát triển kinh tế - xã hội của thành phố Hải Phòng.

- Thúc đẩy mở rộng thị trường tiêu thụ hàng hóa, phát triển thị trường trong nước gắn với xuất khẩu; nâng cao năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp, hợp tác xã; hỗ trợ doanh nghiệp Hải Phòng tham gia sâu hơn vào chuỗi cung ứng, chuỗi giá trị trong nước và quốc tế.

- Đẩy mạnh ứng dụng chuyển đổi số, thương mại điện tử, xúc tiến thương mại trên nền tảng số, góp phần xây dựng và phát triển Hải Phòng trở thành trung tâm công nghiệp, logistics và cửa ngõ giao thương quốc tế của khu vực phía Bắc.

2. Yêu cầu

- Các hoạt động xúc tiến thương mại cần được triển khai đồng bộ, xác định rõ nhiệm vụ trọng tâm, sản phẩm chủ lực, thị trường mục tiêu và địa bàn trọng điểm, gắn với định hướng phát triển ngành, lĩnh vực của thành phố; bảo đảm hiệu quả, thiết thực, tránh hình thức; tăng cường khả năng kết nối thực chất giữa doanh nghiệp với đối tác, thị trường tiêu thụ.

- Phát huy vai trò phối hợp thường xuyên, hiệu quả của các sở, ngành, địa phương, hiệp hội và cộng đồng doanh nghiệp trong tổ chức thực hiện.

- Phân công nhiệm vụ rõ ràng cho các cơ quan, đơn vị liên quan, bảo đảm cụ thể, khả thi, có mục tiêu, kết quả/sản phẩm phù hợp và tránh chồng chéo; nâng cao hiệu quả sử dụng nguồn lực và đẩy mạnh chuyển đổi số trong hoạt động xúc tiến thương mại.

II. MỤC TIÊU

1. Mục tiêu chung

- Nâng cao hiệu quả, chất lượng hoạt động xúc tiến thương mại của thành phố Hải Phòng theo hướng chuyên nghiệp, hiện đại, hiệu quả và bền vững; đẩy

mạnh ứng dụng chuyển đổi số, thương mại điện tử và các nền tảng số trong hoạt động quảng bá, kết nối giao thương và phát triển thị trường; phát triển thị trường trong nước gắn với mở rộng thị trường xuất khẩu, khai thác hiệu quả các Hiệp định thương mại tự do (FTA), góp phần đa dạng hóa thị trường, chuỗi cung ứng và nâng cao năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp.

- Hỗ trợ doanh nghiệp, hợp tác xã và hộ sản xuất, kinh doanh trên địa bàn thành phố xây dựng và phát triển thương hiệu, ưu tiên các sản phẩm chủ lực, nâng cao chất lượng sản phẩm, mở rộng hệ thống phân phối, tham gia sâu hơn vào chuỗi giá trị và chuỗi cung ứng trong nước, quốc tế đặc biệt tại các thị trường mục tiêu và địa bàn trọng điểm; phát huy lợi thế của Hải Phòng là trung tâm công nghiệp, cảng biển, logistics và cửa ngõ giao thương quốc tế của khu vực phía Bắc, góp phần thúc đẩy tăng trưởng thương mại, đóng góp vào tăng trưởng GRDP và thực hiện các mục tiêu phát triển kinh tế - xã hội của thành phố giai đoạn 2026-2030.

2. Mục tiêu cụ thể

- Kim ngạch xuất khẩu đến năm 2030 phấn đấu đạt 75 tỷ USD trở lên, tăng trưởng bình quân 8 - 8,5%/năm giai đoạn 2026-2030. Tỷ trọng hàng công nghiệp chế biến, chế tạo xuất khẩu đạt trên 90%; trong đó, tỷ trọng xuất khẩu hàng công nghệ trung bình và cao đạt ít nhất 70%. Duy trì và mở rộng thị trường xuất khẩu của doanh nghiệp Hải Phòng tới 150 quốc gia và vùng lãnh thổ.

- Tổng mức bán lẻ hàng hóa và doanh thu dịch vụ tiêu dùng trên địa bàn thành phố giai đoạn 2026-2030 tăng bình quân 14-15%/năm.

- Trong giai đoạn 2026-2030:

+ Tập huấn cho trên 800 lượt doanh nghiệp, hợp tác xã, cơ sở sản xuất, kinh doanh về xúc tiến thương mại, xây dựng thương hiệu, truy xuất nguồn gốc.

+ Tổ chức 40 - 50 chương trình xúc tiến thương mại trong nước (hội chợ, triển lãm, kết nối cung - cầu, quảng bá sản phẩm, khảo sát và phát triển thị trường); hỗ trợ trên 500 lượt doanh nghiệp, hợp tác xã, cơ sở sản xuất kinh doanh quảng bá, kết nối và tiêu thụ sản phẩm trên các nền tảng số và hệ thống phân phối trong nước.

+ Hỗ trợ trên 400 lượt doanh nghiệp, hợp tác xã, cơ sở sản xuất, kinh doanh tham gia các hoạt động xúc tiến thương mại ngoại thương và nâng cao năng lực logistics phục vụ xuất khẩu.

+ Phấn đấu hỗ trợ từ 20-30 sản phẩm chủ lực của thành phố được đưa vào hệ thống siêu thị, trung tâm thương mại, sàn thương mại điện tử và các kênh phân phối hiện đại.

- Cơ quan xúc tiến thương mại của thành phố đạt điểm Chỉ số đánh giá năng lực cơ quan xúc tiến thương mại cấp tỉnh (TPCI) từ 75/100 điểm trở lên.

- Xây dựng cơ sở dữ liệu về xúc tiến thương mại; tích hợp trong hệ thống cơ sở dữ liệu của Bộ Công Thương và thành phố Hải Phòng.

III. NỘI DUNG KẾ HOẠCH

A. Nhiệm vụ trọng tâm

1. Xúc tiến thương mại đối với các ngành hàng, sản phẩm chủ lực của thành phố

Ưu tiên nguồn lực xúc tiến thương mại đối với các ngành hàng, sản phẩm chủ lực và nhóm doanh nghiệp có nhu cầu mở rộng thị trường, xây dựng thương hiệu, kết nối hệ thống phân phối và nâng cao năng lực cạnh tranh; tập trung vào:

- Xúc tiến, kết nối các sản phẩm công nghiệp hỗ trợ của thành phố cung cấp cho các doanh nghiệp FDI (trọng tâm là sản phẩm phục vụ trực tiếp cho các ngành công nghiệp chủ lực như điện tử, cơ khí chế tạo, ô tô, thiết bị năng lượng, dệt may và da giày); sản phẩm của doanh nghiệp nhỏ và vừa, hợp tác xã, hộ sản xuất kinh doanh có tiềm năng mở rộng thị trường, tham gia chuỗi cung ứng trong nước và quốc tế, phát triển hệ thống phân phối và thương mại điện tử.

- Nông sản, thủy sản, sản phẩm OCOP, sản phẩm công nghiệp nông thôn tiêu biểu, sản phẩm làng nghề, đặc sản địa phương, trọng tâm là các sản phẩm có chỉ dẫn địa lý, nhãn hiệu tập thể, các sản phẩm OCOP từ 4 sao trở lên.

- Các sản phẩm có giá trị gia tăng cao, sản phẩm xanh, sản phẩm đổi mới sáng tạo, sản phẩm đáp ứng tiêu chuẩn của thị trường xuất khẩu và có khả năng xây dựng thương hiệu.

2. Xúc tiến tại các thị trường mục tiêu, trọng điểm

- Thị trường trong nước: Tập trung phát triển thị trường nội địa thông qua tăng cường kết nối cung - cầu, mở rộng hệ thống phân phối hiện đại, trung tâm thương mại, siêu thị, chợ đầu mối, sàn thương mại điện tử và các doanh nghiệp đầu mối phân phối. Ưu tiên triển khai hoạt động xúc tiến thương mại tại các trung tâm kinh tế, thương mại lớn như Hà Nội, Thành phố Hồ Chí Minh và các tỉnh phía Nam; tại các hội chợ, triển lãm cấp quốc gia, cấp vùng.

- Thị trường quốc tế: Tập trung duy trì và mở rộng thị trường xuất khẩu truyền thống tại Trung Quốc, Nhật Bản, Hàn Quốc, ASEAN, Liên minh châu Âu (EU), Hoa Kỳ; Ưu tiên mở rộng xúc tiến tại các thị trường xuất khẩu mới như: các nước Trung Đông, vùng Vịnh, thị trường Halal, thị trường khối Mercosur; khai thác hiệu quả các FTA thế hệ mới như CPTPP, EVFTA, UKVFTA, RCEP nhằm mở rộng thị trường và đa dạng hóa đối tác thương mại.

3. Xúc tiến tại các địa bàn trọng điểm

Tập trung nguồn lực xúc tiến thương mại đối với các địa bàn có vùng sản xuất tập trung, nhiều sản phẩm OCOP, sản phẩm công nghiệp nông thôn tiêu biểu, làng nghề, khu, điểm du lịch trọng điểm như Cát Bà, Đồ Sơn, Ga Hải Phòng, quần thể di tích Côn Sơn – Kiếp Bạc, trung tâm thương mại, chợ đầu mối của thành phố; ưu tiên các địa bàn có tiềm năng mở rộng thị trường tiêu thụ, phát triển thương mại, dịch vụ và gắn kết với chuỗi cung ứng trong nước, xuất khẩu.

4. Đổi mới phương thức và nâng cao hiệu quả xúc tiến thương mại

- Đổi mới phương thức xúc tiến thương mại theo hướng kết hợp hài hòa giữa hình thức trực tiếp và trực tuyến; đẩy mạnh ứng dụng chuyển đổi số trong toàn bộ hoạt động xúc tiến thương mại.

- Ưu tiên lồng ghép các hoạt động xúc tiến thương mại với xúc tiến đầu tư, xúc tiến du lịch, phát triển logistics và các chương trình phát triển kinh tế - xã hội của thành phố; tăng cường huy động nguồn lực xã hội hóa, phát huy vai trò của hiệp hội ngành hàng, doanh nghiệp và các tổ chức xúc tiến thương mại; hạn chế việc tổ chức

hội nghị, hội thảo, in ấn tài liệu không cần thiết, bảo đảm sử dụng hiệu quả nguồn lực nhà nước.

B. Nhiệm vụ cụ thể

1. Công tác thông tin, tuyên truyền

- Tăng cường thông tin, tuyên truyền, quảng bá hình ảnh, thương hiệu, sản phẩm của thành phố; cung cấp thông tin thị trường, hội nhập kinh tế quốc tế, Hiệp định thương mại tự do (FTA), rào cản kỹ thuật và các quy định của thị trường trong nước, quốc tế.

- Xây dựng, cập nhật và khai thác hiệu quả cơ sở dữ liệu xúc tiến thương mại; đẩy mạnh truyền thông số, ứng dụng nền tảng số, sàn thương mại điện tử và các hình thức xúc tiến thương mại hiện đại.

- Tuyên truyền Cuộc vận động "Người Việt Nam ưu tiên dùng hàng Việt Nam"; hỗ trợ quảng bá sản phẩm, thương hiệu và phát triển các điểm giới thiệu, trưng bày sản phẩm OCOP, sản phẩm đặc trưng của thành phố.

2. Công tác đào tạo, tập huấn, nâng cao năng lực xúc tiến thương mại, phát triển thị trường

- Tổ chức đào tạo, tập huấn nâng cao năng lực xúc tiến thương mại, phát triển thị trường, thương mại điện tử, chuyển đổi số, hội nhập kinh tế quốc tế và tận dụng các FTA.

- Hỗ trợ doanh nghiệp nâng cao năng lực xây dựng thương hiệu, đáp ứng tiêu chuẩn chất lượng, truy xuất nguồn gốc và yêu cầu của thị trường trong nước, quốc tế.

- Nâng cao năng lực đội ngũ làm công tác xúc tiến thương mại; tăng cường sự tham gia của hiệp hội, tổ chức xúc tiến thương mại, cơ sở đào tạo và chuyên gia.

3. Hoạt động xúc tiến thương mại trong nước

- Tổ chức các hoạt động kết nối cung - cầu, kết nối giao thương; mở rộng hệ thống phân phối và phát triển thị trường trong nước.

- Tổ chức, tham gia các hội chợ, triển lãm, tuần hàng và chương trình quảng bá sản phẩm, ưu tiên các chương trình thuộc Chương trình cấp quốc gia về xúc tiến thương mại.

- Triển khai các chương trình kích cầu tiêu dùng, Cuộc vận động "Người Việt Nam ưu tiên dùng hàng Việt Nam", đưa hàng Việt về nông thôn, hải đảo, khu, cụm công nghiệp.

- Hỗ trợ doanh nghiệp ứng dụng thương mại điện tử, nền tảng số và các hình thức xúc tiến thương mại hiện đại.

- Nghiên cứu, đề xuất đầu tư hạ tầng xúc tiến thương mại, trong đó có Tổ hợp Trung tâm tổ chức hội chợ, triển lãm của thành phố.

4. Hoạt động xúc tiến thương mại ngoại thương, hỗ trợ phát triển logistics phục vụ hoạt động ngoại thương

- Mở rộng kết nối với đối tác, nhà nhập khẩu, hệ thống phân phối, doanh nghiệp logistics và doanh nghiệp FDI; thúc đẩy tham gia chuỗi cung ứng và phát triển xuất khẩu.

- Đa dạng hóa thị trường xuất khẩu; khai thác hiệu quả các FTA; mở rộng các thị trường mới, thị trường tiềm năng.

- Hỗ trợ doanh nghiệp xuất khẩu tham gia các nền tảng thương mại điện tử xuyên biên giới.

5. Hỗ trợ nâng cao năng lực cạnh tranh của sản phẩm, hàng hóa

- Hỗ trợ doanh nghiệp nâng cao chất lượng sản phẩm, xây dựng thương hiệu, cải tiến mẫu mã và phát triển sản phẩm.

- Hỗ trợ áp dụng tiêu chuẩn chất lượng, truy xuất nguồn gốc, tiêu chuẩn xanh và các yêu cầu của thị trường.

- Hỗ trợ nghiên cứu, ứng dụng khoa học công nghệ, đổi mới sáng tạo và bảo hộ sở hữu trí tuệ nhằm nâng cao giá trị gia tăng và năng lực cạnh tranh.

Các nội dung hoạt động xúc tiến thương mại trên địa bàn thành phố Hải Phòng giai đoạn 2026–2030 được cụ thể hóa tại Phụ lục kèm theo Kế hoạch này.

IV. KINH PHÍ THỰC HIỆN

1. Ngân sách nhà nước

Kinh phí thực hiện được bố trí theo khả năng cân đối của ngân sách thành phố trong dự toán hằng năm của các sở, ngành, địa phương theo quy định của Luật Ngân sách nhà nước.

2. Nguồn xã hội hóa và tài trợ hợp pháp

Khuyến khích huy động từ các tổ chức, cá nhân trong và ngoài nước theo quy định của pháp luật để phục vụ công tác xúc tiến thương mại.

3. Quản lý, sử dụng và quyết toán kinh phí

- Lồng ghép kinh phí thực hiện Kế hoạch với các chương trình, đề án, kế hoạch của cơ quan, đơn vị nhằm nâng cao hiệu quả sử dụng nguồn lực.

- Việc quản lý, sử dụng và quyết toán kinh phí thực hiện theo đúng quy định của pháp luật về ngân sách và các quy định có liên quan; bảo đảm công khai, minh bạch, tiết kiệm và hiệu quả.

V. TỔ CHỨC THỰC HIỆN

1. Sở Công Thương

- Là cơ quan chủ trì tham mưu triển khai thực hiện Kế hoạch xúc tiến thương mại thành phố giai đoạn 2026-2030, định kỳ hàng năm tổng hợp báo cáo Ủy ban nhân dân thành phố kết quả thực hiện theo quy định.

- Xây dựng các đề án, dự án thuộc Chương trình cấp quốc gia về Xúc tiến thương mại gửi Bộ Công Thương xem xét, phê duyệt để triển khai thực hiện (đối với nguồn kinh phí hỗ trợ từ ngân sách trung ương).

- Chủ trì, phối hợp với cơ quan, đơn vị có liên quan tổ chức thực hiện các chương trình: Tuần hàng, tuần lễ quảng bá, hội chợ, triển lãm thương mại; hỗ trợ các doanh nghiệp, hợp tác xã, cơ sở sản xuất kinh doanh của thành phố tham gia các gian hàng trưng bày, giới thiệu các sản phẩm của thành phố tại các chương trình xúc tiến thương mại, hội chợ triển lãm thương mại trong nước và ngoài nước.

- Tổ chức tập huấn nâng cao năng lực xúc tiến thương mại, kỹ năng tiếp cận thị trường, quảng bá sản phẩm cho doanh nghiệp, hợp tác xã, cơ sở sản xuất kinh

doanh trên địa bàn.

2. Sở Nông nghiệp và Môi trường

- Xây dựng, duy trì và phát triển các chuỗi sản xuất, cung ứng nông sản, thủy sản an toàn; tăng cường quản lý chất lượng sản phẩm nông, lâm, thủy sản, bảo đảm đáp ứng yêu cầu của thị trường trong nước và xuất khẩu, đặc biệt là các thị trường có tiêu chuẩn cao.

- Phối hợp với Trung tâm Xúc tiến thương mại nông nghiệp (Bộ Nông nghiệp và Môi trường) và các đơn vị liên quan đẩy mạnh hoạt động quảng bá, giới thiệu, kết nối tiêu thụ nông sản, sản phẩm OCOP của thành phố tại thị trường trong nước và ngoài nước.

- Lồng ghép các hoạt động xúc tiến thương mại trong các chương trình, đề án, kế hoạch phát triển ngành nông nghiệp.

3. Sở Khoa học và Công nghệ

- Hướng dẫn, hỗ trợ các tổ chức, cá nhân áp dụng các hệ thống quản lý chất lượng tiên tiến, công cụ cải tiến năng suất, truy xuất nguồn gốc sản phẩm; bảo đảm tuân thủ các tiêu chuẩn, quy chuẩn kỹ thuật trong sản xuất, chế biến và lưu thông hàng hóa.

- Hỗ trợ đăng ký xác lập, quản lý, khai thác và phát triển quyền sở hữu trí tuệ (nhãn hiệu, nhãn hiệu tập thể, nhãn hiệu chứng nhận, chỉ dẫn địa lý...); xây dựng và phát triển thương hiệu cho các sản phẩm chủ lực của thành phố.

- Tổ chức các hoạt động kết nối, chuyển giao công nghệ; hỗ trợ thương mại hóa các kết quả nghiên cứu, sáng chế, giải pháp công nghệ gắn với nhu cầu thị trường. Triển khai các chương trình, đề án nâng cao năng suất, chất lượng sản phẩm; hỗ trợ phát triển chuỗi sản xuất – tiêu thụ hàng hóa an toàn.

- Lồng ghép các hoạt động xúc tiến thương mại trong các chương trình, đề án, kế hoạch phát triển khoa học và công nghệ.

4. Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch

- Phối hợp lồng ghép hoạt động xúc tiến thương mại với các chương trình, sự kiện văn hóa, thể thao và du lịch trên địa bàn thành phố; quảng bá sản phẩm OCOP, sản phẩm đặc trưng, hàng hóa tiêu biểu của Hải Phòng gắn với các điểm tham quan, điểm du lịch, khu du lịch, lễ hội và sự kiện lớn của thành phố.

- Đẩy mạnh công tác tuyên truyền, quảng bá về món ngon Hải Phòng và du lịch văn hóa, nông nghiệp, nông thôn trên các phương tiện truyền thông, nền tảng số góp phần nâng cao nhận diện thương hiệu địa phương.

- Triển khai các giải pháp thu hút khách du lịch trong nước và quốc tế; nâng cao chất lượng dịch vụ du lịch, qua đó góp phần gia tăng mức chi tiêu, thúc đẩy tiêu thụ hàng hóa và dịch vụ trên địa bàn thành phố.

- Khuyến khích các cơ sở kinh doanh dịch vụ du lịch sử dụng sản phẩm có nguồn gốc trong nước, sản phẩm mang bản sắc Hải Phòng, bảo đảm chất lượng, an toàn và thân thiện với môi trường.

5. Sở Tài chính

Trên cơ sở tổng hợp đề xuất của các sở, ngành, đơn vị, căn cứ khả năng cân

đổi của ngân sách thành phố, Sở Tài chính tham mưu trình cấp có thẩm quyền bố trí kinh phí để thực hiện Kế hoạch này theo quy định của Luật Ngân sách nhà nước và các quy định hiện hành.

6. Ủy ban nhân dân các xã, phường, đặc khu

- Hàng năm, căn cứ nội dung Kế hoạch xúc tiến thương mại của thành phố giai đoạn 2026 - 2030 đã được phê duyệt, xây dựng các chương trình cụ thể để triển khai thực hiện tại địa phương. Căn đổi, bố trí kinh phí cho công tác xúc tiến thương mại trên địa bàn, ưu tiên hỗ trợ các sản phẩm công nghiệp nông thôn tiêu biểu, sản phẩm OCOP, sản phẩm đặc sản của địa phương.

- Căn cứ tình hình thực tế tại địa phương, phối hợp với Sở Nông nghiệp và Môi trường, Sở Khoa học và Công nghệ chỉ đạo, hỗ trợ các doanh nghiệp, hợp tác xã trên địa bàn áp dụng quy trình sản xuất nông nghiệp sạch, nông nghiệp an toàn, quản lý mã vùng trồng, tem truy xuất nguồn gốc; xây dựng thương hiệu, nhãn hiệu, chỉ dẫn địa lý cho từng loại sản phẩm có tiềm năng, lợi thế của thành phố để quảng bá, xúc tiến thương mại.

7. Liên minh Hợp tác xã thành phố, Hội Nông dân thành phố, Hội Liên hiệp Phụ nữ thành phố

- Tuyên truyền, vận động hội viên nông dân, hợp tác xã, tổ hợp tác và các chủ thể OCOP phát triển sản xuất gắn với nhu cầu thị trường tích cực tham gia các hoạt động xúc tiến thương mại, hội chợ, triển lãm, chương trình kết nối cung – cầu do thành phố và các sở, ngành tổ chức.

- Hướng dẫn, hỗ trợ hợp tác xã, hội viên tham gia các nền tảng số, sàn thương mại điện tử; đẩy mạnh quảng bá, tiêu thụ sản phẩm nông sản, sản phẩm OCOP và hàng hóa đặc trưng của địa phương.

- Phối hợp tổ chức, triển khai các hoạt động xúc tiến thương mại theo Kế hoạch và các nhiệm vụ phát sinh theo chỉ đạo của Ủy ban nhân dân thành phố. Phối hợp tổ chức tập huấn kỹ năng xúc tiến thương mại, kỹ năng bán hàng trực tuyến, xây dựng thương hiệu, truy xuất nguồn gốc cho hội viên nông dân, hợp tác xã và tổ hợp tác.

8. Báo và Phát thanh, truyền hình Hải Phòng

- Xây dựng, đăng tải các tin, bài, phóng sự nhằm đẩy mạnh công tác tuyên truyền, quảng bá sản phẩm hàng hóa, sản phẩm OCOP, sản phẩm đặc trưng và các hoạt động xúc tiến thương mại của thành phố Hải Phòng; hỗ trợ doanh nghiệp, người dân tiếp cận thông tin thị trường và cơ hội tiêu thụ sản phẩm.

- Xây dựng chuyên mục, phóng sự giới thiệu mô hình sản xuất, kinh doanh hiệu quả.

- Phối hợp với các cơ quan, đơn vị liên quan triển khai công tác tuyên truyền theo nội dung Kế hoạch và các nhiệm vụ phát sinh theo chỉ đạo của Ủy ban nhân dân thành phố.

9. Các doanh nghiệp, hợp tác xã và các cơ sở sản xuất kinh doanh trên địa bàn thành phố

- Chủ động, tích cực tham gia các hoạt động xúc tiến thương mại, hội chợ, triển lãm, chương trình kết nối cung – cầu, giao thương trong nước và quốc tế do

các Bộ, ngành Trung ương và thành phố tổ chức.

- Quan tâm, bố trí nguồn lực phù hợp cho hoạt động xúc tiến thương mại và chuyển đổi số; nâng cao năng lực quản trị, chất lượng nguồn nhân lực, năng lực marketing và dự báo thị trường.

- Tập trung nâng cao chất lượng sản phẩm, cải tiến mẫu mã, đa dạng hóa sản phẩm; tăng hàm lượng công nghệ và giá trị gia tăng; xây dựng và phát triển thương hiệu, đăng ký bảo hộ sở hữu trí tuệ, truy xuất nguồn gốc và các chứng nhận chất lượng theo quy định (VietGAP, HACCP, ISO...).

- Tăng cường liên kết sản xuất – chế biến – tiêu thụ; tham gia phát triển chuỗi giá trị, chuỗi cung ứng bền vững; mở rộng kênh phân phối trong nước và quốc tế, đặc biệt thông qua hệ thống phân phối hiện đại và sàn thương mại điện tử.

- Tuân thủ các quy định của pháp luật về chất lượng hàng hóa, an toàn thực phẩm, thương mại điện tử, xuất xứ hàng hóa và các tiêu chuẩn kỹ thuật của thị trường trong nước và xuất khẩu.

- Phản ánh nhu cầu xúc tiến thương mại, những khó khăn, vướng mắc và đề xuất cơ chế, chính sách hỗ trợ với các cơ quan quản lý nhà nước trên địa bàn thành phố.

Trên đây là Kế hoạch xúc tiến thương mại thành phố Hải Phòng giai đoạn 2026-2030. Trong quá trình triển khai thực hiện, nếu có khó khăn, vướng mắc các cơ quan, đơn vị có ý kiến đề xuất gửi Sở Công Thương để tổng hợp, báo cáo trình Ủy ban nhân dân thành phố xem xét, chỉ đạo./.

Nơi nhận:

- Bộ Công Thương;
- BTV Thành ủy;
- CT, các PCT UBNDTP;
- CVP, các PCVP;
- Các đơn vị được giao nhiệm vụ theo Kế hoạch;
- Phòng: XDCT;
- Lưu: VT, N.T.Linh.

TM. ỦY BAN NHÂN DÂN
KT. CHỦ TỊCH
PHÓ CHỦ TỊCH



Hoàng Minh Cường

Phụ lục
CÁC NHIỆM VỤ THỰC HIỆN KẾ HOẠCH XÚC TIẾN THƯƠNG MẠI
TRÊN ĐỊA BÀN THÀNH PHỐ HẢI PHÒNG GIAI ĐOẠN 2026-2030

(Kèm theo Kế hoạch số 269 /KH-UBND ngày 17 / 7 /2026 của UBND thành phố Hải Phòng)

TT	Nội dung nhiệm vụ	Cơ quan chủ trì	Cơ quan phối hợp	Kết quả/sản phẩm	Thời gian triển khai/hoàn thành	Thẩm quyền
1	Công tác thông tin, tuyên truyền					
1.1	Cập nhật, quản lý và khai thác cơ sở dữ liệu về xúc tiến thương mại; tích hợp trong hệ thống cơ sở dữ liệu của Bộ Công Thương và thành phố Hải Phòng	Sở Công Thương	Sở Khoa học và Công nghệ; Các đơn vị liên quan	Thông tin về các hoạt động xúc tiến thương mại trong và ngoài nước được cập nhật, chia sẻ trên hệ thống cơ sở dữ liệu của Bộ Công Thương và thành phố Hải Phòng. Cơ sở dữ liệu được cập nhật, khai thác phục vụ công tác quản lý nhà nước và hỗ trợ doanh nghiệp	Khi hệ thống cơ sở dữ liệu của thành phố Hải Phòng được đưa vào vận hành	Sở Công Thương
1.2	Xây dựng, cập nhật bộ dữ liệu truyền thông số (hình ảnh, video, tài liệu điện tử, nội dung đa ngôn ngữ) phục vụ quảng bá sản phẩm OCOP của thành phố trên các nền tảng số, hệ thống thông tin xúc tiến thương mại và tại các hoạt động xúc tiến thương mại trong nước, quốc tế	Sở Nông nghiệp và Môi trường	Các Sở: Tài chính, Công Thương, Khoa học và Công nghệ; UBND cấp xã; các chủ thể OCOP và các đơn vị liên quan	Bộ dữ liệu truyền thông về sản phẩm OCOP Hải Phòng để sử dụng trong các hoạt động xúc tiến thương mại trong và ngoài nước	Hàng năm	Sở Nông nghiệp và Môi trường
1.3	Xây dựng và phát triển nội dung truyền thông cho sản phẩm thương mại điện tử địa	Sở Công Thương	Các doanh nghiệp, hợp tác xã, cơ sở sản xuất kinh doanh trên	Duy trì vận hành sản phẩm TMĐT Hoa phượng tại địa chỉ hoaphuong.gov.vn.	Hàng năm	Sở Công Thương

TT	Nội dung nhiệm vụ	Cơ quan chủ trì	Cơ quan phối hợp	Kết quả/sản phẩm	Thời gian triển khai/hoàn thành	Thẩm quyền
	phương (mô hình Sàn TMĐT Hoa Phượng của Hải Phòng); hỗ trợ doanh nghiệp đăng tải thông tin, quảng bá và tiêu thụ sản phẩm.		địa bàn; Các đơn vị liên quan			
1.4	Tổ chức tuyên truyền Cuộc vận động “Người Việt Nam ưu tiên dùng hàng Việt Nam” gắn với các chương trình đưa hàng Việt về nông thôn, hải đảo, khu, cụm công nghiệp	Sở Công Thương	Các đơn vị liên quan	Bài viết, phóng sự; văn bản tuyên truyền, truyền thông gắn với các chương trình đưa hàng Việt về nông thôn, hải đảo, khu, cụm công nghiệp	Hàng năm	Sở Công Thương
1.5	Đẩy mạnh công tác tuyên truyền, quảng bá về món ngon Hải Phòng và du lịch văn hóa, nông nghiệp, nông thôn trên các phương tiện truyền thông, nền tảng số góp phần nâng cao nhận diện thương hiệu địa phương.	Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch	Các Sở ngành, địa phương trên địa bàn thành phố	Chuyên trang, chuyên mục và video quảng bá được xây dựng, phát hành	Hàng năm	Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch
2	Công tác đào tạo, tập huấn, nâng cao năng lực xúc tiến thương mại, phát triển thị trường					
2.1	Tổ chức các chương trình tập huấn về xúc tiến thương mại, phát triển thị trường xuất khẩu, tận dụng các hiệp định thương mại tự do (FTA), ứng dụng thương mại điện tử	Sở Công Thương	Các đơn vị thuộc Bộ Công Thương; Ban Quản lý Khu Kinh tế; Sở Nông nghiệp và Môi trường; Liên minh Hợp tác xã TP; Hội Liên hiệp Phụ	Tập huấn cho trên 300 lượt doanh nghiệp, hợp tác xã, cơ sở sản xuất, kinh doanh về xúc tiến thương mại, phát triển thị trường xuất khẩu, tận dụng các hiệp định thương mại tự do (FTA), ứng dụng thương mại điện tử	Hàng năm	Sở Công Thương

TT	Nội dung nhiệm vụ	Cơ quan chủ trì	Cơ quan phối hợp	Kết quả/sản phẩm	Thời gian triển khai/hoàn thành	Thẩm quyền
			nữ TP; Hội Nông dân thành phố; Cộng đồng doanh nghiệp và các đơn vị liên quan			
2.2	Tập huấn kỹ năng xây dựng thương hiệu, phát triển sản phẩm, hoàn thiện mẫu mã, bao bì, nhãn mác, bảo hộ sở hữu trí tuệ, nâng cao chất lượng sản phẩm	Sở Khoa học và Công nghệ	Sở Công Thương; Các đơn vị liên quan	Tập huấn cho trên 300 lượt doanh nghiệp, HTX, cơ sở sản xuất kinh doanh về truy xuất nguồn gốc, tiêu chuẩn chất lượng, tiêu chuẩn xuất khẩu	Hàng năm	Sở Khoa học và Công nghệ
2.3	Tổ chức tập huấn cho cán bộ Hợp tác xã, các doanh nghiệp, câu lạc bộ OCOP trên địa bàn thành phố với nội dung: “bồi dưỡng nâng cao năng lực quản trị và kỹ năng Marketing, ứng dụng TMĐT, kỹ năng bán hàng trên các nền tảng số”	Liên minh Hợp tác xã thành phố	Các đơn vị liên quan	Tập huấn kỹ năng ứng dụng TMĐT cho trên 200 lượt cán bộ hợp tác xã, doanh nghiệp câu lạc bộ OCOP trên địa bàn.	Hàng năm	Liên minh Hợp tác xã thành phố
3	Hoạt động xúc tiến thương mại trong nước					
3.1	Tổ chức khu trưng bày của thành phố Hải Phòng tại các hội chợ cấp quốc gia theo mùa	Sở Công Thương	Các Sở: Tài chính, Công Thương, Khoa học và Công nghệ, Văn hóa, Thể thao và Du lịch; UBND cấp xã; các chủ thể OCOP; cộng đồng doanh nghiệp thành	Kế hoạch của UBND thành phố về tổ chức khu trưng bày của thành phố tại Hội chợ quốc gia theo mùa. Doanh nghiệp, hợp tác xã được hỗ trợ quảng bá, kết nối giao thương tại các hội chợ cấp quốc gia	Hàng năm	UBND thành phố



TT	Nội dung nhiệm vụ	Cơ quan chủ trì	Cơ quan phối hợp	Kết quả/sản phẩm	Thời gian triển khai/hoàn thành	Thẩm quyền
			phổ và các đơn vị liên quan			
3.2	Tổ chức chương trình Tháng Khuyến mại Hải Phòng	Sở Công Thương	Các sở, ban ngành thành phố; UBND cấp xã; doanh nghiệp, hiệp hội doanh nghiệp và các đơn vị liên quan	Kế hoạch thực hiện Tháng Khuyến mại; Lễ phát động hưởng ứng Tháng Khuyến mại Hải Phòng; thu hút từ 700 đến 1.000 doanh nghiệp thuộc mọi thành phần kinh tế tham gia	Hàng năm	Sở Công Thương
3.3	Tổ chức các chương trình xúc tiến thương mại kết hợp với xúc tiến văn hóa, du lịch	Sở Công Thương	Các Sở: Văn hóa, Thể thao và Du lịch; Tài chính; Nông nghiệp và Môi trường. Các làng nghề CN, TTCN; doanh nghiệp, hợp tác xã. Các đơn vị liên quan	Sản phẩm của Hải Phòng được quảng bá gắn với sự kiện văn hóa, du lịch như: Tuần lễ xúc tiến thương mại tại Lễ hội mùa Thu Côn Sơn – Kiếp Bạc, Lễ hội mùa Xuân Côn Sơn – Kiếp Bạc	Hàng năm	Sở Công Thương
3.4	Tổ chức Chương trình kết nối cung – cầu, tiêu thụ sản phẩm OCOP và sản phẩm đặc trưng giữa Hải Phòng với Hà Nội, thành phố Hồ Chí Minh và các tỉnh phía Nam; kết nối với hệ thống phân phối hiện đại	Sở Công Thương	Sở Công Thương các tỉnh, thành phố. Sở Nông nghiệp và Môi trường. Các doanh nghiệp, hợp tác xã. Các đơn vị liên quan	Doanh nghiệp, hợp tác xã được kết nối với hệ thống phân phối hiện đại trên địa bàn thành phố và các địa phương trên cả nước; mở rộng thị trường tiêu thụ hàng hóa. Hỗ trợ 30 - 50 doanh nghiệp, HTX/năm tiếp cận trực tiếp với bộ phận thu mua của các hệ thống phân phối hiện đại	Hàng năm	Sở Công Thương
3.5	Tổ chức tuyên truyền, xúc tiến tiêu thụ vải thiều Thanh	Sở Công Thương	Sở Công Thương các tỉnh, thành phố. Sở	Tổ chức Hội nghị kết nối, xúc tiến tiêu thụ vải thiều ở trong nước và quốc tế	Hàng năm từ năm 2027	Sở Công Thương

TT	Nội dung nhiệm vụ	Cơ quan chủ trì	Cơ quan phối hợp	Kết quả/sản phẩm	Thời gian triển khai/hoàn thành	Thẩm quyền
	Hà và nông sản tiêu biểu thành phố Hải Phòng hàng năm theo hình thức trực tiếp kết hợp trực tuyến với các điểm cầu trong nước		Nông nghiệp và Môi trường. Các doanh nghiệp, hợp tác xã. Hệ thống Thương vụ Việt Nam ở nước ngoài; Các đơn vị liên quan	Văn bản tuyên truyền về tiêu thụ vải thiều, nông sản tiêu biểu Hải Phòng tới tất cả các địa phương trên cả nước và hệ thống Thương vụ Việt Nam ở nước ngoài; Tổ chức Chương trình trưng bày, kết nối tiêu thụ vải thiều và nông sản tiêu biểu Hải Phòng tại hệ thống phân phối hiện đại như TTTM Aeon Mall, siêu thị GO!, siêu thị MM Market, siêu thị Co,opmart... trên toàn quốc	Hàng năm	Sở Công Thương
3.6	Tổ chức các đoàn cán bộ và doanh nghiệp, hợp tác xã Hải Phòng tham gia hội nghị kết nối giao thương, tham dự các chương trình xúc tiến thương mại quốc gia, chương trình xúc tiến thương mại của các tỉnh, thành phố nhằm mở rộng thị trường tiêu thụ sản phẩm (như hội chợ triển lãm hàng công nghiệp nông thôn tiêu biểu, các hội chợ triển lãm công thương vùng/khu vực: miền Bắc, Trung, Nam do Bộ Công Thương chủ trì phối hợp UBND các tỉnh, thành phố chỉ đạo)	Sở Công Thương; Liên minh Hợp tác xã thành phố	Bộ Công Thương; Sở Công Thương các tỉnh, thành phố; Doanh nghiệp trên địa bàn; Các đơn vị liên quan	Trên 100 lượt doanh nghiệp, hợp tác xã được hỗ trợ khảo sát thị trường, kết nối đối tác và mở rộng thị trường tiêu thụ	Hàng năm	Sở Công Thương; Liên minh Hợp tác xã thành phố

TT	Nội dung nhiệm vụ	Cơ quan chủ trì	Cơ quan phối hợp	Kết quả/sản phẩm	Thời gian triển khai/hoàn thành	Thẩm quyền
3.7	Hỗ trợ doanh nghiệp tham gia Chương trình kết nối tiêu thụ nông sản qua sàn thương mại điện tử nhằm mở rộng kênh phân phối trong nước.	Sở Công Thương	Các doanh nghiệp trên địa bàn; Các đơn vị liên quan	Trên 200 lượt doanh nghiệp, hợp tác xã, hộ kinh doanh được hỗ trợ quảng bá, kết nối và tiêu thụ sản phẩm trên các nền tảng số	Hàng năm	Sở Công Thương
3.8	Tổ chức Hội chợ Công Thương vùng đồng bằng sông Hồng - Hải Phòng	Sở Công Thương	Cục Xúc tiến thương mại; Sở Công Thương các tỉnh, thành phố; Các đơn vị liên quan	Tổ chức Hội chợ Công Thương vùng đồng bằng sông Hồng - Hải Phòng; quy mô trên 200 gian hàng	Dự kiến năm 2027; năm 2029 (theo phê duyệt của Bộ Công Thương)	UBND thành phố
3.9	Tổ chức Hội chợ triển lãm sản phẩm công nghiệp nông thôn tiêu biểu khu vực phía Bắc	Sở Công Thương	Cục Đổi mới sáng tạo, chuyển đổi xanh và khuyến công; Các đơn vị liên quan	Tổ chức Hội chợ hàng công nghiệp nông thôn tiêu biểu Hải Phòng; quy mô 450-500 gian hàng	Năm 2026	Sở Công Thương
3.10	Tổ chức chương trình đưa hàng Việt về nông thôn, hải đảo, khu, cụm công nghiệp	Sở Công Thương	UBND xã, đặc khu; Ban Quản lý Khu Kinh tế; Các đơn vị liên quan	Mở rộng mạng lưới tiêu thụ hàng Việt; tăng khả năng tiếp cận hàng hóa của người dân. Tổ chức khoảng 5 – 7 chương trình/năm; quy mô 30-60 gian hàng	Hàng năm	Sở Công Thương
3.11	Tổ chức chương trình Famtrip trải nghiệm "Mùa quả chín xứ Đông" gắn với quảng bá nông sản, sản phẩm OCOP, sản phẩm đặc trưng và kết nối tiêu thụ sản phẩm của thành phố	Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch	Các Sở ngành, địa phương trên địa bàn thành phố	Doanh nghiệp lữ hành, cơ quan truyền thông và doanh nghiệp phân phối được kết nối, khảo sát sản phẩm, góp phần quảng bá hình ảnh du lịch, nông sản và sản phẩm OCOP của thành phố thông qua chương trình Famtrip	Hàng năm	Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch

TT	Nội dung nhiệm vụ	Cơ quan chủ trì	Cơ quan phối hợp	Kết quả/sản phẩm	Thời gian triển khai/hoàn thành	Thẩm quyền
3.12	Tổ chức vận hành Gian hàng trung tâm giới thiệu sản phẩm OCOP, sản phẩm đặc trưng, sản phẩm chủ lực của Thành phố Hải Phòng gắn với du lịch trải nghiệm	Liên minh Hợp tác xã thành phố	Các chủ thể Ocop, doanh nghiệp kinh doanh hàng Việt Nam chất lượng cao trên địa bàn thành phố; các đơn vị liên quan	- Vận hành hiệu quả gian hàng trưng bày giới thiệu sản phẩm; - Quảng bá hình ảnh sản phẩm OCOP, đặc sản địa phương với người dân và du khách; - Hình thành điểm bán giới thiệu sản phẩm phục vụ phát triển du lịch và thương mại, kết nối sản xuất du lịch – tiêu dùng trên địa bàn thành phố.	Thường xuyên	Liên minh Hợp tác xã thành phố
3.13	Tổ chức các hoạt động trưng bày, giới thiệu, quảng bá và kết nối tiêu thụ sản phẩm OCOP, sản phẩm đặc trưng, đặc sản vùng miền của các hợp tác xã, tổ hợp tác và đơn vị thành viên khu vực kinh tế tập thể trên địa bàn thành phố Hải Phòng và các tỉnh, thành phố	Liên minh Hợp tác xã thành phố	Các đơn vị có liên quan; Các chủ thể OCOP, doanh nghiệp kinh doanh hàng Việt Nam chất lượng cao trên địa bàn thành phố	Tổ chức 06 chương trình xúc tiến thương mại, trưng bày, giới thiệu và kết nối tiêu thụ sản phẩm OCOP, sản phẩm đặc trưng vùng miền; hỗ trợ các hợp tác xã, đơn vị thành viên mở rộng thị trường tiêu thụ sản phẩm.	Hàng năm	Liên minh Hợp tác xã thành phố
3.14	Tổ chức Triển lãm Công nghiệp và Sản xuất Việt Nam góp phần kết nối, hỗ trợ các doanh nghiệp sản xuất công nghiệp (đặc biệt là doanh nghiệp công nghiệp hỗ trợ) của thành phố Hải Phòng trở thành nhà cung ứng sản phẩm cho khách hàng ở trong và ngoài nước	Sở Công Thương	Ban Quản lý Khu Kinh tế, Sở Khoa học và Công nghệ; các đơn vị liên quan	Sở Công Thương phối hợp với doanh nghiệp tổ chức Triển lãm Công nghiệp và Sản xuất Việt Nam với sự tham gia của doanh nghiệp đến từ các quốc gia và vùng lãnh thổ có công nghệ tiên tiến, quy mô trên 300 gian hàng	Hàng năm	Sở Công Thương



TT	Nội dung nhiệm vụ	Cơ quan chủ trì	Cơ quan phối hợp	Kết quả/sản phẩm	Thời gian triển khai/hoàn thành	Thẩm quyền
3.15	Nghiên cứu, đề xuất vị trí khu đất thực hiện Dự án Tổ hợp Trung tâm tổ chức hội chợ, triển lãm của thành phố theo mô hình hiện đại, đa chức năng, gắn với trung tâm logistics và các khu vực phát triển thương mại, dịch vụ của thành phố, đáp ứng yêu cầu tổ chức các sự kiện xúc tiến thương mại trong nước và quốc tế.	Sở Công Thương	Sở Xây dựng, Sở Tài chính, Ban Quản lý Khu Kinh tế và các đơn vị liên quan	Báo cáo, đề xuất UBND thành phố về vị trí khu đất thực hiện Dự án Tổ hợp Trung tâm tổ chức Hội chợ - Triển lãm của thành phố phù hợp với Quy hoạch thành phố Hải Phòng.	Theo tiến độ rà soát quy hoạch chung và chỉ đạo của UBND thành phố	UBND thành phố
3.16	Tổ chức Hội chợ Thương mại điện tử “Kết nối vùng, mở rộng thị trường” tại Hải Phòng	Sở Công Thương	Cục Thương mại Điện tử và Kinh tế số; Sở Công Thương các tỉnh, thành phố; Doanh nghiệp và các đơn vị liên quan	Hội chợ được tổ chức với quy mô 30-35 gian hàng; trưng bày, giới thiệu các sản phẩm OCOP, sản phẩm công nghiệp nông thôn tiêu biểu, sản phẩm đặc trưng của địa phương và các tỉnh/thành phố; giới thiệu các giải pháp công nghệ, sản phẩm thương mại điện tử, đơn vị thanh toán (QR Code, ví điện tử), dịch vụ logistics phục vụ hoạt động sản xuất, kinh doanh trên môi trường điện tử và trình diễn Livestream	Năm 2026 và các năm tiếp theo (theo Đề án TMĐT cấp quốc gia của Bộ Công Thương)	UBND thành phố
4	Hoạt động xúc tiến thương mại ngoại thương, hỗ trợ phát triển logistics phục vụ hoạt động ngoại thương					
4.1	Hỗ trợ doanh nghiệp tham gia đoàn xúc tiến thương mại, kết nối thị trường; tham gia hội chợ, triển lãm tại các thị trường truyền thống, thị trường tiềm năng (Halal,	Sở Công Thương	Bộ Công Thương; Thương vụ Việt Nam tại nước ngoài; VCCI; Các sở, ngành của thành	Hỗ trợ tối thiểu 40-50 doanh nghiệp/năm tham gia các hoạt động xúc tiến thương mại ngoại thương	Hàng năm	Sở Công Thương

TT	Nội dung nhiệm vụ	Cơ quan chủ trì	Cơ quan phối hợp	Kết quả/sản phẩm	Thời gian triển khai/hoàn thành	Thẩm quyền
	UAE, Mexico...); các hội chợ, triển lãm quốc tế tổ chức ở trong nước như: Hội chợ Hàng Việt Nam Tiêu biểu Xuất khẩu & Triển lãm Quà tặng; Triển lãm Quốc tế Quà tặng & Đồ gia dụng Việt Nam (IGHE); Hội chợ Thương mại Quốc tế Việt - Trung (Lào Cai); Hội chợ Biên giới Việt - Trung (Móng Cái); Hội chợ Thương mại Quốc tế Việt Nam (Vietnam Expo); Triển lãm Quốc tế Công nghiệp Thực phẩm Việt Nam (Vietnam Foodexpo); ...		phố; các doanh nghiệp			
4.2	Tổ chức các chương trình kết nối giao thương giữa doanh nghiệp thành phố với các nhà nhập khẩu, hệ thống phân phối, tổ chức xúc tiến thương mại, doanh nghiệp logistics và doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài (FDI); (tập trung vào nhóm sản phẩm công nghiệp hỗ trợ, sản phẩm công nghiệp chế biến, chế tạo)	Sở Công Thương	Bộ Công Thương; Thương vụ Việt Nam tại nước ngoài; VCCI; Các sở, ngành của thành phố; các doanh nghiệp	Hỗ trợ trên 100 doanh nghiệp/năm kết nối với các nhà nhập khẩu, doanh nghiệp FDI, doanh nghiệp logistics và hệ thống phân phối; mở rộng cơ hội tham gia chuỗi cung ứng, phát triển thị trường xuất khẩu và xuất khẩu tại chỗ.	Hàng năm	Sở Công Thương

TT	Nội dung nhiệm vụ	Cơ quan chủ trì	Cơ quan phối hợp	Kết quả/sản phẩm	Thời gian triển khai/hoàn thành	Thẩm quyền
4.3	Tổ chức các hoạt động trao đổi hợp tác kinh tế, thương mại với các địa phương của Trung Quốc có mối liên kết với thành phố Hải Phòng (tỉnh Vân Nam, Khu tự trị dân tộc Choang Quảng Tây)	Sở Công Thương	Sở Thương mại Vân Nam; Sở Thương mại Quảng Tây; Thương vụ Việt Nam tại Trung Quốc	Tổ chức hội nghị kết nối; đoàn xúc tiến thương mại; cung cấp danh mục thông tin nhà nhập khẩu tới cộng đồng doanh nghiệp trên địa bàn thành phố	Hàng năm	Sở Công Thương
4.4	Tổ chức Chương trình xúc tiến thương mại thị trường Halal	Sở Công Thương	Bộ Công Thương; Các tổ chức chứng nhận Halal; các doanh nghiệp và đơn vị liên quan	Trên 100 doanh nghiệp được đào tạo, tập huấn chứng nhận Halal	2026-2030	Sở Công Thương
4.5	Cung cấp thông tin, cảnh báo kịp thời tới doanh nghiệp về các thay đổi chính sách thương mại, chính sách thuế của các thị trường lớn	Sở Công Thương	Bộ Công Thương; các sở, ngành đơn vị có liên quan.	Thông tin thị trường, cảnh báo thương mại quốc tế và khuyến nghị được cập nhật, phổ biến kịp thời tới cộng đồng doanh nghiệp thông qua cổng thông tin điện tử và các nền tảng số	Thường xuyên	Sở Công Thương
4.6	Tổ chức đoàn cán bộ và hợp tác xã, doanh nghiệp đơn vị thành viên, câu lạc bộ Ocop tham gia chương trình xúc tiến thương mại tại nước ngoài (Trung Quốc, Hàn Quốc,...)	Liên minh Hợp tác xã thành phố	Các HTX, doanh nghiệp thành viên	Hỗ trợ các đơn vị thành viên đi học tập kinh nghiệm, xúc tiến thương mại, tìm hiểu cơ hội mở rộng thị trường tiêu thụ sản phẩm với các doanh nghiệp tại nước ngoài.	Hàng năm	UBND thành phố
4.7	Tổ chức chuỗi hoạt động tư vấn xuất khẩu trực tuyến chuyên sâu cho các ngành hàng: May mặc và thời trang; đồ gỗ, trang trí nhà	Sở Công Thương	Amazon Global Selling; Alibaba.com và các đơn vị liên quan	100-120 lượt doanh nghiệp, hợp tác xã, cơ sở sản xuất kinh doanh được hỗ trợ tư vấn xuất khẩu trực tuyến qua hệ thống sàn TMĐT Amazon và Alibaba	Hàng năm	Sở Công Thương

TT	Nội dung nhiệm vụ	Cơ quan chủ trì	Cơ quan phối hợp	Kết quả/sản phẩm	Thời gian triển khai/hoàn thành	Thẩm quyền
	cửa, nội thất và đồ dùng nhà bếp; sản phẩm giấy và văn phòng, sản phẩm nhựa và đồ chơi, thiết bị điện tử và đồ điện gia dụng và các ngành tiềm năng khác					
5	Hỗ trợ nâng cao năng lực cạnh tranh của sản phẩm, hàng hóa					
5.1	Hỗ trợ doanh nghiệp áp dụng hệ thống truy xuất nguồn gốc sản phẩm, hàng hóa và và công nghệ số để minh bạch thông tin về xuất xứ, quy trình sản xuất, chuỗi cung ứng và chất lượng sản phẩm đảm bảo kết nối Công thông tin truy xuất nguồn gốc Quốc gia đối với một số sản phẩm hàng hóa đặc thù, sản phẩm OCOP, sản phẩm có mức độ rủi ro cao	Sở Khoa học và Công nghệ	Sở Công Thương, Sở Nông nghiệp và Môi trường, Ủy ban nhân dân cấp xã, Các đơn vị liên quan	500 sản phẩm được hỗ trợ	Hàng năm	Sở Khoa học và Công nghệ
5.2	Hỗ trợ triển khai đăng ký bảo hộ, quản lý và phát triển nhãn hiệu tập thể, chỉ dẫn địa lý cho các sản phẩm nông sản đặc sản vùng miền	Sở Khoa học và Công nghệ	Sở Công Thương, Sở Nông nghiệp và Môi trường, Ủy ban nhân dân cấp xã, Các đơn vị liên quan	Số lượng các đơn vị được hỗ trợ hoàn thiện hồ sơ, cấp văn bằng và xây dựng quy chế quản lý cho các sản phẩm tiêu biểu	Hàng năm	Sở Khoa học và Công nghệ
5.3	Hỗ trợ doanh nghiệp quảng bá, phát triển thương hiệu; tham gia Chương trình Thương hiệu quốc gia	Sở Công Thương	Bộ Công Thương; các sở, ngành đơn vị có liên quan.	Số lượng doanh nghiệp/sản phẩm được công nhận đạt Thương hiệu quốc gia	Hàng năm	Sở Công Thương

