

Số: /KH-UBND

Hải Phòng, ngày tháng năm 2025

KẾ HOẠCH

Phát triển thị trường trong nước, kích cầu tiêu dùng; đẩy mạnh Cuộc vận động “Người Việt Nam ưu tiên dùng hàng Việt Nam”; hỗ trợ doanh nghiệp tư nhân xây dựng và quảng bá thương hiệu giai đoạn 2025-2027

Căn cứ Quyết định số 2269/QĐ-BCT ngày 08/8/2025 của Bộ trưởng Bộ Công Thương phê duyệt Chương trình phát triển thị trường trong nước, kích cầu tiêu dùng, đẩy mạnh Cuộc vận động Người Việt Nam ưu tiên dùng hàng Việt Nam giai đoạn 2025 – 2027;

Căn cứ Kế hoạch số 07-KH/TU ngày 25/7/2025 của Ban Thường vụ Thành ủy thực hiện Nghị quyết số 68-NQ/TW, ngày 04/5/2025 của Bộ Chính trị về phát triển kinh tế tư nhân;

Ủy ban nhân dân thành phố Hải Phòng ban hành Kế hoạch Phát triển thị trường trong nước, kích cầu tiêu dùng; đẩy mạnh Cuộc vận động “Người Việt Nam ưu tiên dùng hàng Việt Nam”; hỗ trợ doanh nghiệp tư nhân xây dựng và quảng bá thương hiệu giai đoạn 2025-2027 với các nội dung sau:

I. MỤC ĐÍCH, YÊU CẦU

1. Mục đích

- Cụ thể hóa chủ trương của Đảng, Nhà nước: triển khai Nghị quyết số 68-NQ/TW, Quyết định số 2269/QĐ-BCT của Bộ Công Thương về phát triển thị trường trong nước, kích cầu tiêu dùng, đẩy mạnh Cuộc vận động “Người Việt Nam ưu tiên dùng hàng Việt Nam”, đồng thời gắn với Chương trình phát triển thương hiệu quốc gia và các chính sách hỗ trợ doanh nghiệp tư nhân.

- Nâng cao năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp tư nhân: hỗ trợ thiết thực trong xây dựng, phát triển và quảng bá thương hiệu, thúc đẩy sản phẩm, dịch vụ của doanh nghiệp tham gia sâu hơn vào hệ thống phân phối hiện đại và nền tảng số.

- Khơi dậy niềm tin và sự tự hào của người tiêu dùng đối với hàng Việt Nam; nâng cao nhận thức xã hội, hình thành thói quen tiêu dùng ưu tiên hàng Việt, từ đó gia tăng tổng mức bán lẻ hàng hóa, dịch vụ và góp phần ổn định kinh tế vĩ mô của thành phố.

- Tạo sự phối hợp đồng bộ giữa các Sở, ngành, Ủy ban nhân dân cấp xã và hiệp hội, cộng đồng doanh nghiệp trong triển khai Cuộc vận động và hỗ trợ thương hiệu, đảm bảo hiệu quả, minh bạch, tránh hình thức.

2. Yêu cầu

- Bám sát thực tiễn và phù hợp với định hướng phát triển của Thành phố trong phát triển kinh tế giai đoạn đến năm 2030. Phát triển thị trường trong nước gắn với xu thế phát triển của thương mại điện tử và ứng dụng các thành tựu của công cuộc phát triển khoa học công nghệ, đổi mới sáng tạo và chuyển đổi số quốc gia.

- Các nhiệm vụ, giải pháp của Kế hoạch đảm bảo kết hợp hài hòa giữa mục tiêu ngắn hạn (kích cầu tiêu dùng) và mục tiêu dài hạn (phát triển bền vững, chuyển đổi mô hình tiêu dùng, sản xuất).

- Phân công nhiệm vụ rõ ràng cho các cơ quan, đơn vị liên quan, bảo đảm tính đồng bộ, hiệu quả và tránh chồng chéo trong thực hiện. Bảo đảm sự phối hợp thường xuyên, hiệu quả trong việc tổ chức thực hiện Kế hoạch của Ủy ban nhân dân thành phố.

II. MỤC TIÊU

1. Mục tiêu chung

- Kích cầu tiêu dùng nội địa, phát triển thương mại trong nước theo hướng hiện đại, bền vững, qua đó trở thành điểm tựa vững chắc cho sản xuất hàng hóa trong nước. Đẩy mạnh hiệu quả Cuộc vận động “Người Việt Nam ưu tiên dùng hàng Việt Nam” trên địa bàn thành phố Hải Phòng.

- Hỗ trợ doanh nghiệp tư nhân xây dựng, phát triển và quảng bá thương hiệu, bảo vệ quyền lợi chính đáng của người tiêu dùng, góp phần ổn định kinh tế vĩ mô và thực hiện mục tiêu tăng trưởng kinh tế – xã hội của thành phố.

2. Mục tiêu cụ thể

- Tăng trưởng tổng mức bán lẻ hàng hóa và doanh thu dịch vụ tiêu dùng giai đoạn 2025 - 2027 đạt 14-15%/năm.

- Bảo đảm nguồn cung các mặt hàng thiết yếu đáp ứng đủ nhu cầu tiêu dùng, không để xảy ra tình trạng thiếu hụt hàng hóa gây tăng giá bất hợp lý, giữ thị trường bình ổn, đặc biệt trong các tháng cuối năm và Tết Nguyên đán, góp phần thực hiện mục tiêu kiểm soát lạm phát hàng năm Chính phủ đề ra.

- Ít nhất 1 triệu người tiêu dùng tiếp cận các chiến dịch truyền thông, xúc tiến thương mại.

- Hằng năm tổ chức trên 15 chương trình xúc tiến thương mại trong và ngoài nước để thúc đẩy tiêu thụ hàng hóa, mở rộng thị trường.

- Phân đầu trong giai đoạn 2025-2027, hỗ trợ ít nhất 80 doanh nghiệp tư nhân được đăng ký bảo hộ, hỗ trợ khai thác, quản lý, phát triển tài sản trí tuệ (như nhãn hiệu, nhãn hiệu tập thể, kiểu dáng công nghiệp, sáng chế...).

III. GIẢI PHÁP CHỦ YẾU

1. Kích cầu tiêu dùng nội địa

(1) Thực hiện chiến dịch truyền thông đặc biệt “Người Việt Nam dùng sản phẩm Việt Nam”:

- Thực hiện tuyên truyền đồng bộ trên các phương tiện thông tin đại chúng, mạng xã hội, hệ thống truyền thanh cơ sở và các kênh truyền thông của doanh nghiệp; Slogan chính: “*Người Việt Nam dùng sản phẩm Việt Nam*” với thông điệp “Tự hào hàng Việt”.

- Tổ chức các chương trình tọa đàm, phóng sự, video quảng bá thương hiệu, sản phẩm/dịch vụ tiêu biểu của doanh nghiệp Hải Phòng.

- Xây dựng và vận hành chuyên mục “Tự hào hàng Việt Nam”, “Tinh hoa hàng Việt Nam” trên các kênh truyền thông (báo in, truyền hình, phát thanh, báo điện tử) nhằm tuyên truyền, giới thiệu các sản phẩm, doanh nghiệp Việt Nam tiêu biểu; Quảng bá các mô hình sản xuất, kinh doanh sáng tạo, ứng dụng khoa học công nghệ vào sản xuất hàng Việt Nam; Tăng cường nhận thức, tạo niềm tin của nhân dân đối với sản phẩm nội địa; Tôn vinh và lan tỏa nét đẹp của sản phẩm, thương hiệu Việt tới người tiêu dùng trong và ngoài nước.

(2) Tổ chức các chương trình xúc tiến thương mại, kết nối cung cầu:

- Vận động, hướng dẫn doanh nghiệp, hợp tác xã, liên hiệp hợp tác xã, tổ chức xúc tiến thương mại tổ chức các chương trình như Tuần hàng Việt Nam tại Hải Phòng, chương trình đưa hàng Việt về nông thôn, vào các khu cụm công nghiệp; tham gia các chương trình kết nối cung cầu, giới thiệu sản phẩm, hội chợ OCOP và đặc sản vùng miền... hằng năm.

- Thông tin, hỗ trợ doanh nghiệp, hợp tác xã, liên hiệp hợp tác xã thành phố tham gia các hội chợ, triển lãm, chương trình xúc tiến thương mại cấp quốc gia ở trong và ngoài nước.

- Kết hợp chương trình khuyến mại tập trung của thành phố với hoạt động thanh toán không dùng tiền mặt, thương mại điện tử, áp dụng công nghệ số để gia tăng tương tác và thu hút người tiêu dùng trẻ.

(3) Kết hợp xúc tiến thương mại với phát triển du lịch, văn hóa:

- Tổ chức các hoạt động quảng bá, giới thiệu sản phẩm Việt gắn với các sự kiện du lịch – văn hóa lớn tại Hải Phòng như: Lễ Hội Đèn Bìa, Lễ hội Chùa Giám, Lễ hội Văn miếu Mao Điền, Lễ hội Côn Sơn - Kiếp Bạc mùa xuân, mùa thu, Lễ hội Truyền thống Nữ tướng Lê Chân, Lễ hội Hoa Phượng Đỏ hàng năm...

- Xây dựng các “tour trải nghiệm hàng Việt” tại một số chợ truyền thống, làng nghề, cơ sở OCOP.

- Kết nối sản phẩm của doanh nghiệp, hợp tác xã, liên hiệp hợp tác xã Hải Phòng với các sự kiện quốc gia, liên vùng, bảo đảm hàng Việt hiện diện trong hệ thống du lịch, dịch vụ ăn uống, lưu trú, vận tải.

2. Hỗ trợ doanh nghiệp, hợp tác xã, liên hiệp hợp tác xã sản xuất và phân phối bán lẻ

Thông tin, hướng dẫn doanh nghiệp, hợp tác xã, liên hiệp hợp tác xã sản xuất và phân phối, bán lẻ, nhất là khối doanh nghiệp tư nhân tiếp cận các gói tín dụng ưu đãi; chính sách thuế ưu đãi, giảm phí, lệ phí được cấp có thẩm quyền phê duyệt, trên nguyên tắc bảo đảm không vi phạm cam kết quốc tế. Ưu tiên hỗ trợ doanh nghiệp, hợp tác xã, liên hiệp hợp tác xã sản xuất, phân phối có tỷ lệ sử dụng nguyên liệu trong nước ở mức cao; sản phẩm có chứng nhận truy xuất nguồn gốc, xuất xứ rõ ràng; áp dụng công nghệ sản xuất thân thiện môi trường, đáp ứng tiêu chuẩn ESG, công nghệ xanh; doanh nghiệp, hợp tác xã, liên hiệp hợp tác xã bán lẻ Việt Nam thực hiện phát triển và mở rộng mạng lưới chuỗi bán lẻ ở khu vực nông thôn, miền núi, vùng sâu, vùng xa, hải đảo; doanh nghiệp, hợp tác xã, liên hiệp hợp tác xã bán lẻ trong nước có quy mô lớn, có hệ thống phân phối hiện đại với vai trò dẫn dắt thị trường.

3. Đảm bảo nguồn cung ổn định, tái cơ cấu nguồn cung theo hướng bền vững, bình ổn giá cả thị trường

(1) Thúc đẩy sản xuất hàng hóa thiết yếu:

- Hỗ trợ phát triển, mở rộng sản xuất các ngành hàng thiết yếu, có tác động trực tiếp đến đời sống nhân dân và ổn định kinh tế vĩ mô, bao gồm: lương thực, thực phẩm, xăng dầu, dược phẩm, vật tư nông nghiệp, vật liệu xây dựng...

- Xây dựng cơ chế khuyến khích, hỗ trợ doanh nghiệp, hợp tác xã, liên hiệp hợp tác xã đầu tư đổi mới công nghệ, mở rộng quy mô sản xuất và nâng cao khả năng cạnh tranh của sản phẩm sản xuất trong nước.

- Kịp thời tháo gỡ khó khăn về thủ tục, vốn, mặt bằng cho các doanh nghiệp, hợp tác xã, liên hiệp hợp tác xã sản xuất hàng thiết yếu.

(2) Đa dạng hóa nguồn cung và phát triển hạ tầng logistics:

- Đẩy mạnh tìm kiếm, mở rộng và đa dạng hóa các nguồn cung nguyên liệu, hàng hóa, tránh phụ thuộc vào số ít nhà cung cấp hoặc một khu vực địa lý duy nhất nhằm giảm thiểu rủi ro đứt gãy.

- Phát triển hệ thống hạ tầng logistics hiện đại, hình thành các trung tâm kho vận, trung tâm phân phối kết nối vùng, đặc biệt tại các đô thị lớn, khu công nghiệp, khu kinh tế, khu thương mại tự do cũng như vùng sâu, vùng xa, hải đảo.

- Từng bước xây dựng hệ thống cảnh báo sớm về biến động cung – cầu hàng hóa, giá cả thị trường, gắn với việc nâng cao năng lực dự báo, giúp doanh nghiệp chủ động điều chỉnh kế hoạch sản xuất, phân phối.

(3) Tái cơ cấu nguồn cung theo hướng bền vững và bình ổn giá:

- Khuyến khích ứng dụng công nghệ cao, công nghệ mới trong sản xuất và phân phối nhằm tăng năng suất, giảm chi phí và nâng cao chất lượng sản phẩm, đồng thời giảm thiểu tác động tiêu cực đến môi trường.

- Đẩy mạnh phát triển mô hình kinh tế xanh, kinh tế tuần hoàn trong các ngành hàng chủ lực; khuyến khích sử dụng năng lượng tái tạo, vật liệu thân thiện môi trường, nông nghiệp hữu cơ.

- Hỗ trợ các doanh nghiệp, hợp tác xã, liên hiệp hợp tác xã xây dựng chuỗi cung ứng bền vững gắn với cam kết phát triển ESG và mục tiêu phát triển xanh của thành phố.

(4) Chương trình hỗ trợ dự trữ, điều phối hàng hóa và cảnh báo thị trường:

- Hỗ trợ doanh nghiệp, hợp tác xã, liên hiệp hợp tác xã thực hiện tích trữ hàng hóa theo mùa vụ, theo vùng, để chủ động cung ứng và bình ổn giá thị trường.

- Tổ chức kết nối giữa các hệ thống bán lẻ, phân phối với nhà sản xuất để điều phối cung ứng hàng hóa linh hoạt, kịp thời, đặc biệt trong dịp lễ, Tết hoặc khi có biến động bất thường.

4. Tăng cường kiểm tra, kiểm soát thị trường và bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng

- Tổ chức kiểm tra, kiểm soát chặt chẽ thị trường hàng hóa, đặc biệt tại các địa bàn nông thôn, miền núi, vùng sâu, vùng xa, hải đảo – nơi người dân dễ bị tác động bởi hàng giả, hàng kém chất lượng. Phát hiện và xử lý nghiêm theo quy định pháp luật đối với các hành vi sản xuất, buôn bán hàng giả, hàng cấm, hàng nhập lậu, hàng xâm phạm quyền sở hữu trí tuệ, hàng kém chất lượng, gian lận thương mại, vi phạm về an toàn thực phẩm.

- Tuyên truyền, phổ biến pháp luật về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng. Tiếp nhận, giải quyết khiếu nại, kiến nghị của người tiêu dùng. Vận động các doanh nghiệp, hợp tác xã, liên hiệp hợp tác xã bán lẻ, chuỗi phân phối triển khai chương trình bình ổn giá, các chuyến đưa hàng Việt về nông thôn, miền núi, vùng sâu vùng xa, hải đảo, qua đó hạn chế tình trạng người dân vùng khó khăn mua phải hàng kém chất lượng, hàng không rõ nguồn gốc.

5. Phát triển đồng bộ hạ tầng thương mại hiện đại

- Xây dựng định hướng phát triển hạ tầng thương mại hiện đại gắn kết giữa thương mại điện tử, chợ truyền thống, siêu thị, trung tâm thương mại và logistics, tạo môi trường lưu thông hàng hóa thuận lợi, chất lượng dịch vụ cao, góp phần tăng năng lực cạnh tranh.

- Khuyến khích đầu tư hạ tầng thương mại tại khu vực nông thôn, miền núi, vùng sâu, vùng xa, hải đảo, bảo đảm tiếp cận hàng hóa chất lượng, giá hợp lý cho người dân.

- Rà soát, lập kế hoạch cải tạo, nâng cấp các chợ hiện hữu, đảm bảo hạ tầng kỹ thuật, vệ sinh môi trường, phòng cháy chữa cháy, an toàn thực phẩm. Tích hợp mô hình bán lẻ hiện đại vào chợ quy mô lớn (siêu thị mini, kiosk tự động, cửa hàng tiện lợi), tạo không gian mua sắm kết hợp giữa truyền thống và hiện đại.

- Hình thành trung tâm/sàn giao dịch hàng hóa, giới thiệu và quảng bá sản phẩm OCOP, hàng Việt Nam chất lượng cao trên địa bàn thành phố.

6. Thúc đẩy ứng dụng thương mại điện tử, chuyển đổi số trong hoạt động sản xuất kinh doanh

- Phát triển hạ tầng và nền tảng thương mại điện tử: Đầu tư, nâng cấp hạ tầng viễn thông, internet tốc độ cao tại các khu vực nông thôn, miền núi, hải đảo, bảo đảm điều kiện tiếp cận thương mại điện tử cho mọi người dân và doanh nghiệp. Khuyến khích xây dựng, vận hành các sàn thương mại điện tử địa phương, kết nối với các sàn thương mại điện tử lớn trong nước và quốc tế, tạo điều kiện để sản phẩm của doanh nghiệp Hải Phòng tiếp cận thị trường rộng lớn hơn.

- Ứng dụng chuyển đổi số trong sản xuất và phân phối: Hỗ trợ doanh nghiệp áp dụng công nghệ số trong quản lý chuỗi cung ứng: quản lý kho bãi, logistics, vận tải, dự báo nhu cầu, quản trị đơn hàng.

- Khuyến khích áp dụng mã QR, truy xuất nguồn gốc điện tử, công nghệ blockchain để bảo đảm minh bạch nguồn gốc hàng hóa, chống hàng giả, tăng niềm tin người tiêu dùng.

- Thúc đẩy ứng dụng thanh toán số, ví điện tử, ngân hàng số trong hoạt động thương mại; hỗ trợ tiểu thương, hộ kinh doanh nhỏ lẻ chuyển đổi dần sang hình thức bán hàng trực tuyến, thanh toán không tiền mặt.

- Hỗ trợ doanh nghiệp nhỏ và vừa, hợp tác xã, liên hiệp hợp tác xã, hộ kinh doanh: Xây dựng chương trình đào tạo, tập huấn miễn phí cho doanh nghiệp, hợp tác xã, liên hiệp hợp tác xã, hộ kinh doanh về kỹ năng thương mại điện tử, marketing số, bảo vệ dữ liệu và an toàn mạng. Triển khai các gói hỗ trợ, tư vấn doanh nghiệp nhỏ và vừa, hợp tác xã, liên hiệp hợp tác xã, hộ kinh doanh trong chuyển đổi số theo mô hình “cùng làm – cầm tay chỉ việc” để bảo đảm hiệu quả thực tiễn.

- Thúc đẩy tiêu dùng số và kết nối thị trường: Tổ chức các sự kiện “Ngày mua sắm trực tuyến” gắn với Cuộc vận động “*Người Việt Nam ưu tiên dùng hàng Việt Nam*”. Khuyến khích kết hợp thương mại điện tử với các chương trình xúc tiến thương mại, du lịch, lễ hội văn hóa để mở rộng tiêu dùng số.

- Phát triển hệ sinh thái khởi nghiệp số và đổi mới sáng tạo: Khuyến khích doanh nghiệp khởi nghiệp (startup) trong lĩnh vực thương mại điện tử, fintech, logistics số, marketing công nghệ.

7. Hỗ trợ doanh nghiệp tư nhân xây dựng và quảng bá thương hiệu

(1) Hỗ trợ về pháp lý và sở hữu trí tuệ:

- Tư vấn, hỗ trợ doanh nghiệp đăng ký bảo hộ nhãn hiệu, kiểu dáng công nghiệp, chỉ dẫn địa lý, bảo hộ thương hiệu trên môi trường số.

- Hướng dẫn doanh nghiệp tiếp cận các quy định mới của Luật Sở hữu trí tuệ, Luật Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng, Luật Thương mại và các nghị định liên quan.

(2) Hỗ trợ truyền thông, quảng bá thương hiệu:

- Tổ chức các chương trình truyền thông thương hiệu Việt, tôn vinh doanh nghiệp tư nhân có sản phẩm, dịch vụ tiêu biểu.

- Hỗ trợ doanh nghiệp tư nhân tham gia hội chợ, triển lãm, tuần hàng Việt, sự kiện xúc tiến thương mại trong và ngoài nước.

- Hỗ trợ quảng bá sản phẩm trên các kênh truyền thông số, sàn thương mại điện tử, nền tảng mạng xã hội.

(3) Đào tạo, nâng cao năng lực thương hiệu

- Tổ chức khóa đào tạo, hội thảo, tập huấn về xây dựng và quản trị thương hiệu, marketing số, thương mại điện tử, ESG và chuyển đổi xanh.

- Kết nối chuyên gia, đơn vị tư vấn thương hiệu với doanh nghiệp tư nhân để triển khai các chiến dịch quảng bá hiệu quả.

(4) Hỗ trợ tài chính, khuyến khích đổi mới sáng tạo: Tạo điều kiện cho doanh nghiệp tư nhân tiếp cận các gói tín dụng ưu đãi, chính sách giảm thuế, phí, lệ phí (theo thẩm quyền và quy định hiện hành). Hỗ trợ một phần kinh phí thiết kế bộ nhận diện thương hiệu, bao bì, nhãn mác, website, ứng dụng công nghệ số trong quảng bá.

- Liên kết và hội nhập: Tạo điều kiện để doanh nghiệp tư nhân kết nối với chuỗi cung ứng, hệ thống bán lẻ trong và ngoài nước. Hỗ trợ tham gia các chương trình thương hiệu quốc gia, chương trình “Thương hiệu Việt Nam”, các giải thưởng về đổi mới sáng tạo, thương hiệu mạnh.

IV. KINH PHÍ THỰC HIỆN

1. Nguồn kinh phí thực hiện Kế hoạch được thực hiện từ các nguồn kinh phí: Ngân sách Trung ương, Ngân sách thành phố; nguồn đóng góp của các tổ chức, doanh nghiệp và nguồn kinh phí hợp pháp khác theo quy định của pháp luật.

2. Căn cứ nội dung, nhiệm vụ thực hiện Kế hoạch này và các chính sách liên quan, hàng năm, các Sở, ban, ngành, các đơn vị liên quan xây dựng Kế hoạch tổ chức thực hiện, dự toán kinh phí thực hiện gửi Sở Tài chính thẩm định, báo cáo Ủy ban nhân dân thành phố cân đối, bố trí kinh phí theo quy định.

3. Các Sở, ban, ngành thành phố, các đơn vị liên quan có trách nhiệm huy động các nguồn vốn kết hợp với ngân sách hỗ trợ để đảm bảo thực hiện Kế hoạch.

V. TỔ CHỨC THỰC HIỆN

1. Sở Công Thương

- Chủ trì cùng với các Sở, ban, ngành, địa phương, đơn vị liên quan đôn đốc việc triển khai thực hiện Kế hoạch; thường xuyên tổng hợp các khó khăn, vướng mắc phát sinh; tham mưu việc sửa đổi, bổ sung, điều chỉnh các nội dung của Kế hoạch để đảm bảo phù hợp với thực tế và chủ trương, chính sách của Nhà nước; định kỳ hàng năm tổng hợp báo cáo Ủy ban nhân dân thành phố theo quy định.

- Hàng năm triển khai kế hoạch xúc tiến thương mại, kích cầu tiêu dùng gắn với các chương trình khuyến mại tập trung quốc gia và cuộc vận động “Người Việt Nam ưu tiên dùng hàng Việt Nam”.

- Chỉ đạo Chi cục Quản lý thị trường tăng cường kiểm tra, kiểm soát thị trường; đồng thời tuyên truyền, phổ biến pháp luật về thương mại; kiên quyết đấu tranh chống gian lận thương mại, buôn bán hàng lậu, hàng giả, hàng kém chất

lượng, hàng hóa không rõ nguồn gốc xuất xứ; giám sát công tác an toàn vệ sinh thực phẩm, nhằm bảo vệ hàng hóa sản xuất trong nước, tạo sự cạnh tranh lành mạnh trên thị trường.

- Tham mưu, đề xuất ban hành cơ chế, chính sách hỗ trợ hoạt động xúc tiến thương mại, phát triển thương mại điện tử.

- Hỗ trợ đào tạo cho doanh nghiệp, hợp tác xã, hộ kinh doanh tập huấn kỹ năng, kiến thức về thương mại điện tử, xúc tiến thương mại, ứng dụng chuyển đổi số; tư vấn xây dựng và phát triển thương hiệu, nhãn hiệu và đa dạng hóa sản phẩm, nâng cao sức cạnh tranh, mở rộng thị trường.

2. Sở Tài chính

- Tham mưu Ủy ban nhân dân thành phố bố trí kinh phí để triển khai thực hiện Kế hoạch này theo quy định của Luật Ngân sách nhà nước và các quy định hiện hành.

- Đẩy mạnh công tác xúc tiến, thu hút các nguồn vốn đầu tư phát triển hệ thống hạ tầng thương mại trên địa bàn thành phố.

- Chủ trì các giải pháp thúc đẩy phát triển doanh nghiệp tư nhân về số lượng và năng lực cạnh tranh.

3. Sở Nông nghiệp và Môi trường

- Đẩy mạnh hoạt động xúc tiến thương mại, kết nối cung cầu, quảng bá và tiêu thụ các sản phẩm nông, lâm, thủy sản, sản phẩm OCOP, sản phẩm chủ lực địa phương.

- Hướng dẫn, vận động các doanh nghiệp, hợp tác xã, hộ sản xuất tham gia các chương trình hội chợ, tuần hàng nông sản, sự kiện kết nối tiêu thụ sản phẩm trong và ngoài thành phố, kết nối hỗ trợ tiêu thụ hàng nông sản trên các nền tảng thương mại điện tử.

- Tăng cường công tác quản lý, giám sát môi trường trong quá trình sản xuất, chế biến, bảo đảm phát triển bền vững và thân thiện với môi trường.

4. Sở Khoa học và Công nghệ

- Tăng cường hướng dẫn, hỗ trợ các tổ chức, cá nhân sản xuất, kinh doanh áp dụng các hệ thống quản lý chất lượng tiên tiến, công cụ cải tiến năng suất chất lượng, truy xuất nguồn gốc sản phẩm và tuân thủ các quy chuẩn, tiêu chuẩn kỹ thuật về chất lượng sản phẩm, hàng hóa. Đồng thời, đẩy mạnh tư vấn, hỗ trợ việc đăng ký xác lập, khai thác và phát triển quyền sở hữu trí tuệ (bảo hộ nhãn hiệu, kiểu dáng công nghiệp, chỉ dẫn địa lý, sáng chế, tên thương mại...) cho các sản

phẩm, hàng hóa chủ lực, đặc trưng của thành phố.

- Khuyến khích ứng dụng khoa học, công nghệ mới, đổi mới sáng tạo và chuyển đổi số trong sản xuất, chế biến và phân phối sản phẩm.

- Đẩy mạnh việc phát triển các sản phẩm khởi nghiệp đổi mới sáng tạo mang tính cạnh tranh cao.

- Tổ chức các hoạt động xúc tiến, kết nối chuyên gia công nghệ, thương mại hóa sản phẩm nghiên cứu, sáng chế gắn với thị trường tiêu dùng nội địa.

5. Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch

- Phối hợp triển khai lồng ghép xúc tiến quảng bá sản phẩm, dịch vụ thương mại tại các lễ hội, sự kiện văn hóa, thể thao, du lịch tổ chức trên địa bàn, kết nối phát triển sản phẩm OCOP, đặc sản địa phương với các điểm tham quan, du lịch.

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

- Triển khai các giải pháp thu hút khách du lịch trong và ngoài nước đến thăm quan, lưu trú tại Hải Phòng để tăng mức tiêu dùng hàng hóa và sử dụng các dịch vụ trên địa bàn thành phố.

6. Ban Quản lý Khu Kinh tế

- Thu hút đầu tư xây dựng các trung tâm logistics tại các khu công nghiệp, khu kinh tế, khu thương mại tự do.

- Triển khai một số khu công nghiệp công nghệ số/khu công nghiệp công nghệ thông tin tập trung theo Quy hoạch hạ tầng thông tin và truyền thông thời kỳ 2021- 2030, tầm nhìn đến năm 2050.

7. Thuế thành phố

Triển khai các cơ chế chính sách hỗ trợ về thuế sau khi có hướng dẫn của Trung ương nhằm thúc đẩy khoa học công nghệ, đổi mới sáng tạo, chuyển đổi số, chuyển đổi xanh, kinh doanh hiệu quả, bền vững trong kinh tế tư nhân.

8. Ngân hàng Nhà nước chi nhánh Khu vực 6

Chỉ đạo các chi nhánh ngân hàng thương mại trên địa bàn thành phố:

- Tiếp tục hướng tín dụng vào các lĩnh vực sản xuất kinh doanh, lĩnh vực ưu tiên và các động lực tăng trưởng kinh tế theo chỉ đạo của Chính phủ, Thủ tướng Chính phủ; ưu tiên nguồn vốn tín dụng cho các doanh nghiệp thuộc khu vực kinh tế tư nhân, hộ kinh doanh, cá nhân kinh doanh vay vốn để thực hiện các dự án

chuyển đổi xanh, chuyển đổi số, kinh doanh theo chuỗi giá trị, chuỗi cung ứng.

- Căn cứ vào các chương trình tín dụng ưu đãi của các Tổ chức tín dụng trong từng thời kỳ, tạo điều kiện thuận lợi cho các doanh nghiệp sản xuất, phân phối, bán lẻ, nhất là khối doanh nghiệp tư nhân, các doanh nghiệp thương mại tham gia dự trữ, bình ổn giá hàng thiết yếu dịp Tết, giai đoạn thiên tai, dịch bệnh, giai đoạn khan hiếm cục bộ tiếp cận các gói tín dụng ưu đãi góp phần bảo đảm nguồn cung hàng hóa ổn định, lâu dài tại địa phương.

- Thông tin thường xuyên, kịp thời chương trình tín dụng ưu đãi lãi suất (nếu có) để khách hàng thuận lợi trong quá trình tiếp cận, tra cứu thông tin.

9. Liên minh Hợp tác xã thành phố

- Vận động các hợp tác xã tích cực tham gia hoạt động xúc tiến thương mại, kết nối cung cầu, quảng bá sản phẩm tại các phiên chợ, hội chợ, sự kiện do thành phố và các sở, ngành tổ chức.

- Đẩy mạnh xây dựng, giới thiệu thương hiệu sản phẩm của các HTX thành viên, kết nối sản phẩm vào các kênh phân phối lớn, sàn thương mại điện tử.

10. Hội Nông dân thành phố

- Thông tin, vận động hội viên đẩy mạnh sản xuất theo nhu cầu thị trường, tham gia chương trình xúc tiến thương mại, hội chợ trong và ngoài thành phố.

- Phối hợp tuyên truyền, phổ biến chủ trương, chính sách về phát triển thị trường, tham gia chuyển đổi số, áp dụng phương thức tiêu thụ hiện đại.

11. Báo và Phát thanh, Truyền hình Hải Phòng

- Chủ động, phối hợp với Sở Công Thương, Ủy ban Mặt trận tổ quốc Việt Nam thành phố và các cơ quan, đơn vị liên quan thực hiện chiến dịch truyền thông đặc biệt “Người Việt Nam dùng sản phẩm Việt Nam”, xây dựng và thực hiện có hiệu quả, có tính lan tỏa trên kênh truyền thông của đơn vị chuyên mục “Tự hào hàng Việt Nam”, “Tinh hoa hàng Việt Nam”, “Hàng Việt Nam chinh phục người Việt Nam”; và triển khai các chương trình truyền thông về sản phẩm, hàng hóa của các doanh nghiệp Việt Nam. Đồng thời, tạo điều kiện cho các doanh nghiệp, hộ sản xuất, kinh doanh có cơ hội quảng bá sản phẩm, hàng hóa của đơn vị trên các phương tiện thông tin đại chúng.

- Tích cực tuyên truyền công tác đấu tranh chống buôn lậu, gian lận thương mại, nêu những vụ việc vi phạm để lên án, định hướng cho người dân nâng cao sự cảnh giác trong quá trình lựa chọn sản phẩm.

- Thường xuyên phản ánh hoạt động của các cấp ủy Đảng, chính quyền,

doanh nghiệp, các tập thể, cá nhân trong việc triển khai thực hiện Cuộc vận động.

12. Các sở, ban, ngành, các tổ chức chính trị - xã hội

- Tổ chức hoạt động tuyên truyền, hưởng ứng Chương trình phù hợp với chức năng nhiệm vụ cơ quan, đơn vị bằng những việc làm thiết thực, cụ thể; vận động công chức, viên chức, người lao động, đoàn viên, hội viên tích cực hưởng ứng tham gia Cuộc vận động “Người Việt Nam ưu tiên dùng hàng Việt Nam”, ưu tiên mua sắm, trang bị, sản xuất, tiêu dùng hàng hóa sản xuất trong nước. Hỗ trợ kết nối tiêu thụ sản phẩm, đặc biệt là sản phẩm tại các địa phương chịu ảnh hưởng của thiên tai, dịch bệnh.

- Kịp thời tháo gỡ khó khăn về thủ tục, vốn, mặt bằng cho các doanh nghiệp sản xuất hàng thiết yếu.

- Định kỳ hoặc đột xuất báo cáo kết quả thực hiện gửi về Sở Công Thương khi có yêu cầu để tổng hợp, báo cáo Ủy ban nhân dân thành phố.

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

- Xây dựng và triển khai Kế hoạch xúc tiến thương mại tại địa phương, tập trung vào các sản phẩm đặc trưng, làng nghề truyền thống; đồng thời, đẩy mạnh Cuộc vận động “Người Việt Nam ưu tiên dùng hàng Việt Nam”, tổ chức các điểm bán hàng Việt, đưa hàng Việt về nông thôn.

- Hỗ trợ doanh nghiệp, hộ sản xuất, kinh doanh trên địa bàn tham gia các chương trình xúc tiến thương mại do thành phố, Trung ương và các địa phương trên cả nước tổ chức. Kịp thời tháo gỡ khó khăn về thủ tục, vốn, mặt bằng cho các doanh nghiệp sản xuất hàng thiết yếu.

- Tuyên truyền và hướng dẫn doanh nghiệp, hộ sản xuất hoạt động sản xuất theo hướng xanh, sạch, ưu tiên sử dụng các chế phẩm sinh học trong trồng trọt, chăn nuôi nhằm đảm bảo cung cấp sản phẩm chất lượng, an toàn thực phẩm.

- Khảo sát, lựa chọn các sản phẩm, hàng hóa đặc trưng, thế mạnh của địa phương để xây dựng và tổ chức thực hiện các chương trình quảng bá, giới thiệu; căn cứ khả năng cân đối ngân sách địa phương để hỗ trợ triển khai thực hiện các chương trình, nhiệm vụ của Kế hoạch này.

- Trên cơ sở Kế hoạch của địa phương ban hành, bố trí kinh phí cho các hoạt động xúc tiến thương mại theo quy định của Luật Ngân sách nhà nước và các quy định hiện hành.

- Chỉ đạo lực lượng chức năng tại địa phương phối hợp với các đơn vị liên quan tăng cường công tác kiểm tra, kiểm soát các sản phẩm hàng hóa lưu thông

trên địa bàn, xử lý vi phạm hành chính các trường hợp vi phạm pháp luật về giá, các trường hợp đầu cơ, ép giá, găm hàng gây bất ổn thị trường.

14. Đề nghị Ủy ban Mặt trận Tổ quốc Việt Nam thành phố

- Phát huy vai trò nòng cốt trong công tác tuyên truyền, vận động các tầng lớp Nhân dân tích cực hưởng ứng Cuộc vận động “Người Việt Nam ưu tiên dùng hàng Việt Nam”; gắn với các phong trào thi đua yêu nước và các cuộc vận động do Mặt trận chủ trì.

- Tổ chức các hoạt động truyền thông sâu rộng, đổi mới về nội dung và hình thức để nâng cao nhận thức xã hội về hàng Việt, khuyến khích tiêu dùng sản phẩm, hàng hóa sản xuất trong nước.

- Đề xuất khen thưởng các tập thể, cá nhân có đóng góp tiêu biểu trong triển khai Cuộc vận động.

- Chỉ đạo Mặt trận Tổ quốc các cấp triển khai mô hình điểm “Khu dân cư tiêu dùng văn minh – nói không với hàng giả, hàng kém chất lượng” tại một số địa bàn dân cư; tổ chức sơ kết, đánh giá và nhân rộng mô hình ra toàn thành phố.

- Thực hiện giám sát và phản biện xã hội đối với việc triển khai Cuộc vận động và các chính sách bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng; định kỳ tổng hợp, kiến nghị cơ quan có thẩm quyền xem xét hoàn thiện cơ chế, chính sách hỗ trợ tiêu dùng hàng Việt và phát triển thương hiệu Việt.

15. Hiệp hội doanh nghiệp, các hiệp hội ngành hàng, doanh nghiệp, hợp tác xã, hộ kinh doanh

- Chủ động nắm bắt thông tin, nhu cầu thị trường, các khó khăn, vướng mắc của doanh nghiệp thành viên trong sản xuất, tiêu thụ hàng hóa để kịp thời đề xuất các cơ quan chức năng có biện pháp hỗ trợ, tháo gỡ.

- Thông tin đến các doanh nghiệp, hợp tác xã, hộ kinh doanh tích cực tham gia các chương trình: Bình ổn thị trường, xúc tiến thương mại - du lịch, liên kết vùng, OCOP, đưa hàng về nông thôn,...

- Chủ động tìm kiếm, hình thành các chuỗi liên kết, cung ứng sản phẩm từ sản xuất đến tiêu dùng nhằm ổn định nguồn hàng, hạ giá thành sản phẩm để khuyến khích tiêu dùng. Tăng cường đưa hàng Việt vào kinh doanh tại hệ thống để người tiêu dùng có nhiều cơ hội lựa chọn.

- Tổ chức các hoạt động bán hàng và các hoạt động kích cầu tiêu dùng trong nhân dân (thực hiện các chương trình khuyến mại), đổi mới phương thức bán hàng, áp dụng khoa học công nghệ mới, cải tiến mẫu mã, nâng cao chất lượng sản

phẩm đáp ứng nhu cầu, thị hiếu của người dân.

Trên đây là Kế hoạch Phát triển thị trường trong nước, kích cầu tiêu dùng; đẩy mạnh Cuộc vận động “Người Việt Nam ưu tiên dùng hàng Việt Nam”, hỗ trợ doanh nghiệp tư nhân xây dựng và quảng bá thương hiệu giai đoạn 2025-2027. 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 thành phố xem xét, chỉ đạo./.

Nơi nhận:

- Bộ Công Thương;
- CT, các PCT UBND TP;
- Các sở, ban, ngành thành phố;
- Ủy ban Mặt trận TQVN TP HP;
- LM HTX TP;
- Hội Nông dân TP;
- UBND cấp xã;
- Báo và PTTHHP;
- CVP, các PCVP UBND TP;
- Phòng XD&CT;
- Lưu: VT. N.T.Linh.

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

Hoàng Minh Cường