

KẾ HOẠCH
Truyền thông, quảng bá về ASEAN giai đoạn 2026 - 2030
trên địa bàn thành phố Hải Phòng

Thực hiện Quyết định số 1477/QĐ-TTg ngày 04/8/2026 của Thủ tướng Chính phủ ban hành Kế hoạch truyền thông, quảng bá về ASEAN giai đoạn 2026 - 2030;

Ủy ban nhân dân thành phố Hải Phòng ban hành Kế hoạch truyền thông, quảng bá về ASEAN giai đoạn 2026-2030 trên địa bàn thành phố Hải Phòng, như sau:

I. QUAN ĐIỂM

- Công tác truyền thông, quảng bá về ASEAN giai đoạn 2026 - 2030 trên địa bàn thành phố Hải Phòng là nhiệm vụ thông tin đối ngoại thường xuyên, lâu dài, có ý nghĩa quan trọng trong thực hiện đường lối đối ngoại, hội nhập quốc tế của Đảng và Nhà nước; góp phần nâng cao nhận thức, tạo đồng thuận xã hội và thúc đẩy sự tham gia chủ động, tích cực của thành phố vào tiến trình xây dựng Cộng đồng ASEAN.

- Bảo đảm sự thống nhất về định hướng, nội dung và thông điệp truyền thông về ASEAN; đồng thời phát huy tính chủ động, sáng tạo của các sở, ban, ngành, địa phương, các cơ quan báo chí, doanh nghiệp và các tổ chức, cá nhân trên địa bàn thành phố trong lựa chọn hình thức, phương thức truyền thông phù hợp với từng nhóm đối tượng.

- Gắn truyền thông, quảng bá về ASEAN với truyền thông đối ngoại, ngoại giao kinh tế, ngoại giao văn hóa, xúc tiến đầu tư, thương mại, du lịch và quảng bá hình ảnh thành phố Hải Phòng; khai thác hiệu quả vị trí địa kinh tế, hệ thống cảng biển, logistics, các khu kinh tế, khu công nghiệp, thương mại, du lịch biển, di sản văn hóa và các lợi thế mới của thành phố sau hợp nhất để tăng cường kết nối, hợp tác với các nước ASEAN.

- Phát huy vai trò chủ thể của người dân, doanh nghiệp, tổ chức xã hội, thanh niên và các lực lượng truyền thông số trong tham gia, thụ hưởng và lan tỏa các giá trị của tiến trình hợp tác ASEAN; lấy người dân làm trung tâm của hoạt động truyền thông; tập trung làm rõ những lợi ích thiết thực mà Cộng đồng ASEAN mang lại đối với người dân và doanh nghiệp Hải Phòng về thương mại, đầu tư, logistics, du lịch, việc làm, giáo dục, đào tạo, giao lưu văn hóa, chuyển đổi số, đổi mới sáng tạo và các lĩnh vực hợp tác khác.

- Đẩy mạnh chuyển đổi số, đổi mới phương thức truyền thông, phát huy hiệu quả hệ sinh thái truyền thông đa nền tảng, mạng xã hội và các công nghệ truyền

thông hiện đại; ưu tiên các sản phẩm đa phương tiện, trực quan, ngắn gọn, dễ tiếp cận, có khả năng lan tỏa cao và phù hợp với từng nhóm đối tượng.

II. MỤC TIÊU

- Nâng cao nhận thức của các cấp, các ngành, cán bộ, công chức, viên chức, lực lượng vũ trang, cộng đồng doanh nghiệp và các tầng lớp Nhân dân thành phố về Cộng đồng ASEAN, vai trò, vị trí của ASEAN, những thành quả và lợi ích thiết thực của tiến trình hội nhập ASEAN; qua đó tạo sự đồng thuận, khuyến khích sự tham gia chủ động của người dân, doanh nghiệp và toàn xã hội vào tiến trình hội nhập quốc tế.

- Khẳng định vị trí, vai trò của ASEAN là không gian hợp tác chiến lược quan trọng của Việt Nam; đồng thời quảng bá hình ảnh thành phố Hải Phòng là địa phương chủ động, tích cực, năng động và trách nhiệm trong hội nhập quốc tế, có tiềm năng và điều kiện thuận lợi để mở rộng hợp tác với các nước ASEAN trên các lĩnh vực kinh tế, thương mại, đầu tư, logistics, khoa học - công nghệ, đổi mới sáng tạo, văn hóa, du lịch, giáo dục, thể thao và giao lưu nhân dân.

- Góp phần thực hiện hiệu quả các mục tiêu, nhiệm vụ của Quyết định số 1477/QĐ-TTg; đồng thời tạo sự gắn kết giữa lợi ích của thành phố, lợi ích của người dân, doanh nghiệp Hải Phòng với lợi ích chung của Cộng đồng ASEAN, góp phần xây dựng hình ảnh Hải Phòng hội nhập sâu rộng, có sức hấp dẫn và vị thế ngày càng cao trong khu vực.

- Nâng cao nhận thức về Cộng đồng ASEAN và bản sắc ASEAN; phấn đấu trên 90% cán bộ, công chức, viên chức có hiểu biết cơ bản về Cộng đồng Văn hóa - Xã hội ASEAN và lợi ích của quá trình xây dựng Cộng đồng ASEAN; tăng cường tuyên truyền, thúc đẩy ý thức về bản sắc ASEAN trong thế hệ trẻ và cộng đồng dân cư.

III. YÊU CẦU

- Bám sát nội dung, mục tiêu, yêu cầu và nhiệm vụ của Quyết định số 1477/QĐ-TTg ngày 04/8/2026 của Thủ tướng Chính phủ; bảo đảm thống nhất với định hướng thông tin đối ngoại, hội nhập quốc tế và quảng bá hình ảnh Việt Nam; đồng thời cụ thể hóa phù hợp với điều kiện, đặc điểm, chức năng, nhiệm vụ và thế mạnh của thành phố Hải Phòng gắn với mục tiêu, nhiệm vụ phát triển kinh tế - xã hội, đối ngoại, hội nhập quốc tế, thông tin đối ngoại và quảng bá hình ảnh thành phố Hải Phòng trong giai đoạn mới.

- Nội dung truyền thông phải chính xác, kịp thời, có định hướng, có chiều sâu, dễ tiếp cận và có tính thuyết phục, phù hợp với từng nhóm đối tượng; ưu tiên những nội dung gắn trực tiếp với lợi ích của người dân, doanh nghiệp và các hoạt động phát triển kinh tế - xã hội của thành phố.

- Bảo đảm truyền thông có trọng tâm, trọng điểm, tránh dàn trải, trùng lặp; kết hợp hài hòa giữa truyền thông đối nội và đối ngoại, truyền thông chính sách

với quảng bá hình ảnh Hải Phòng, giữa thông tin về ASEAN với quảng bá cơ hội hợp tác, đầu tư, thương mại, du lịch và giao lưu nhân dân.

- Đa dạng hóa hình thức, phương thức truyền thông; kết hợp hiệu quả giữa báo chí, phát thanh, truyền hình, cổng/trang thông tin điện tử, bản tin, ấn phẩm, pa-nô, áp-phích, triển lãm, hội nghị, hội thảo, hoạt động văn hóa - nghệ thuật với truyền thông số, mạng xã hội, video ngắn, infographic, podcast và các sản phẩm đa phương tiện.

- Đẩy mạnh chuyển đổi số trong công tác truyền thông, quảng bá; tăng cường ứng dụng công nghệ mới, trí tuệ nhân tạo, dữ liệu số và các nền tảng truyền thông hiện đại; chú trọng xây dựng các sản phẩm truyền thông đa ngôn ngữ, phù hợp với công chúng trong nước và quốc tế, đặc biệt là công chúng tại các nước ASEAN.

- Gắn hoạt động truyền thông với các sự kiện, hoạt động đối ngoại, hội nghị quốc tế, xúc tiến đầu tư, thương mại, du lịch, văn hóa, thể thao và giao lưu nhân dân tổ chức tại Hải Phòng; tận dụng các sự kiện có sự tham gia của đại biểu, doanh nghiệp, nhà đầu tư, khách du lịch và công chúng đến từ các nước ASEAN để tăng cường quảng bá hình ảnh thành phố.

- Chủ động cung cấp thông tin chính thống, kịp thời; tăng cường theo dõi, phân tích thông tin, dư luận xã hội và các vấn đề liên quan đến ASEAN trên môi trường số; kịp thời giải thích, làm rõ thông tin sai lệch, thiếu chính xác, góp phần tạo môi trường thông tin tích cực, lành mạnh và nâng cao hiệu quả thông tin đối ngoại.

- Bảo đảm các nhiệm vụ được triển khai theo hướng “6 rõ”: rõ nhiệm vụ, rõ cơ quan chủ trì, rõ cơ quan phối hợp, rõ thời gian thực hiện, rõ sản phẩm/kết quả và rõ nguồn lực thực hiện; thường xuyên kiểm tra, đôn đốc, sơ kết, tổng kết và đánh giá hiệu quả, kịp thời điều chỉnh nội dung, phương thức truyền thông phù hợp với tình hình thực tế và yêu cầu hội nhập quốc tế của thành phố.

IV. ĐỐI TƯỢNG TRUYỀN THÔNG

- Cán bộ, công chức, viên chức, người lao động trong hệ thống chính trị thành phố.
- Người dân trên địa bàn thành phố; thanh niên, học sinh, sinh viên.
- Cộng đồng doanh nghiệp, hiệp hội ngành nghề, doanh nghiệp xuất khẩu, logistics, công nghệ số, đổi mới sáng tạo.
- Khách du lịch, người nước ngoài sinh sống, làm việc, học tập tại Hải Phòng, nhất là công dân các nước ASEAN.

- Cộng đồng người Hải Phòng ở nước ngoài; các tổ chức, doanh nghiệp và đối tác tại các nước ASEAN.

V. NỘI DUNG TRUYỀN THÔNG

Công tác truyền thông được triển khai theo hướng phân tích chuyên sâu, làm rõ lợi ích thiết thực của Cộng đồng ASEAN đối với người dân, doanh nghiệp trong

các lĩnh vực học tập, việc làm, du lịch, thương mại điện tử, chuyển đổi số và giao lưu văn hóa; đồng thời truyền thông về Tầm nhìn Cộng đồng ASEAN 2045 với thông điệp “ASEAN: Tương lai chung của chúng ta”, hướng tới xây dựng một Cộng đồng ASEAN tự cường, đổi mới, năng động và lấy người dân làm trung tâm; tăng cường truyền thông về các định hướng lớn của ASEAN trong giai đoạn mới, bảo đảm có trọng tâm, trọng điểm. Trong giai đoạn 2026 - 2027, tập trung xây dựng, củng cố nhận thức và nâng cao mức độ quan tâm của người dân, doanh nghiệp và xã hội về Cộng đồng ASEAN, vai trò và đóng góp của Việt Nam trong ASEAN; giai đoạn 2028 - 2030 đẩy mạnh truyền thông chuyên sâu, quảng bá hình ảnh Việt Nam gắn với các lĩnh vực hợp tác ưu tiên của ASEAN và tăng cường ứng dụng công nghệ số, nền tảng số trong triển khai hoạt động truyền thông, cụ thể:

1. Truyền thông về ASEAN vì hòa bình, ổn định và hợp tác khu vực

a) Thông điệp truyền thông ASEAN là không gian hòa bình, ổn định, hợp tác và phát triển; giữ vai trò trung tâm trong cấu trúc khu vực, thúc đẩy đối thoại, xây dựng lòng tin, giải quyết hòa bình các tranh chấp và ứng phó hiệu quả với các thách thức an ninh truyền thống, phi truyền thống.

b) Nội dung trọng tâm

- Vai trò của ASEAN trong duy trì hòa bình, ổn định, an ninh khu vực trên cơ sở Hiến chương ASEAN, Hiến chương Liên hợp quốc, luật pháp quốc tế và các nguyên tắc cơ bản của ASEAN.

- Vai trò trung tâm của ASEAN trong các cơ chế hợp tác khu vực; quan hệ giữa ASEAN với các đối tác; đóng góp của ASEAN trong duy trì chủ nghĩa đa phương và trật tự quốc tế dựa trên luật lệ.

- Các nguyên tắc giải quyết tranh chấp bằng biện pháp hòa bình; tôn trọng luật pháp quốc tế, trong đó có Công ước Liên hợp quốc về Luật Biển năm 1982 (UNCLOS 1982).

- Hợp tác ASEAN trong phòng, chống tội phạm xuyên quốc gia, tội phạm mạng, lừa đảo trực tuyến, buôn bán người, rửa tiền và các thách thức an ninh phi truyền thống.

- Các giá trị cốt lõi của ASEAN như đoàn kết, bao trùm, tự cường, tôn trọng đa dạng và lấy người dân làm trung tâm; nâng cao nhận thức về bản sắc ASEAN và Tầm nhìn Cộng đồng ASEAN 2045.

2. Truyền thông về ASEAN là không gian tăng trưởng, đổi mới sáng tạo và kết nối kinh tế

a) Thông điệp truyền thông ASEAN là một trong những trung tâm tăng trưởng năng động của thế giới, có nền kinh tế tự cường, đổi mới sáng tạo, kết nối sâu rộng và phát triển bền vững; tạo nhiều cơ hội cho người dân, doanh nghiệp và các quốc gia thành viên tham gia, thụ hưởng thành quả của hội nhập khu vực.

b) Nội dung trọng tâm

- Vai trò của ASEAN là động lực tăng trưởng kinh tế quan trọng của khu vực và thế giới; những thành tựu nổi bật của Cộng đồng Kinh tế ASEAN (AEC); tiềm năng phát triển của ASEAN trong bối cảnh chuyển dịch kinh tế toàn cầu.

- ASEAN là thị trường chung, cơ sở sản xuất thống nhất và mắt xích quan trọng trong chuỗi cung ứng khu vực, toàn cầu; các cơ hội hợp tác về thương mại, đầu tư, dịch vụ, logistics; các hiệp định thương mại tự do của ASEAN và ASEAN+; hỗ trợ doanh nghiệp, đặc biệt là doanh nghiệp nhỏ và vừa, khai thác hiệu quả các cơ hội từ hội nhập kinh tế ASEAN.

- Các lĩnh vực kinh tế mới, động lực tăng trưởng mới của ASEAN như kinh tế số, kinh tế xanh, kinh tế sáng tạo, kinh tế biển, trí tuệ nhân tạo (AI), bán dẫn, dữ liệu lớn, công nghệ sinh học, công nghệ tài chính (fintech), chuyển đổi năng lượng và các ngành công nghệ cao; các mô hình đổi mới sáng tạo, khởi nghiệp sáng tạo tiêu biểu trong ASEAN.

- Xây dựng Cộng đồng ASEAN số; thúc đẩy chuyển đổi số, thương mại điện tử, dịch vụ số xuyên biên giới; phổ biến kiến thức, kỹ năng số cho người dân và doanh nghiệp; phát huy vai trò của công nghệ số trong tăng cường kết nối, quảng bá bản sắc ASEAN và thúc đẩy hội nhập khu vực.

- Năng lực tự cường kinh tế, an ninh kinh tế, an ninh tài chính và khả năng chống chịu của ASEAN trước các biến động toàn cầu; các giải pháp tăng cường liên kết kinh tế nội khối, đa dạng hóa chuỗi cung ứng, bảo đảm ổn định tài chính và phát triển bao trùm, không để ai bị bỏ lại phía sau.

- Các định hướng phát triển bền vững của ASEAN, bao gồm tăng trưởng xanh, kinh tế tuần hoàn, kinh tế biển, nông nghiệp bền vững, ứng phó biến đổi khí hậu, bảo vệ môi trường và sử dụng hiệu quả tài nguyên; nâng cao nhận thức về trách nhiệm của cộng đồng, doanh nghiệp và người dân trong thực hiện các mục tiêu phát triển bền vững của ASEAN.

3. Truyền thông về ASEAN lấy người dân làm trung tâm, phát huy bản sắc và tăng cường gắn kết xã hội

a) Thông điệp truyền thông

ASEAN là Cộng đồng lấy người dân làm trung tâm, hướng tới nâng cao chất lượng cuộc sống, phát huy bản sắc chung trong đa dạng văn hóa, tăng cường gắn kết xã hội, phát triển nguồn nhân lực chất lượng cao và bảo đảm mọi người dân đều được tham gia, thụ hưởng thành quả của tiến trình xây dựng Cộng đồng ASEAN.

b) Nội dung trọng tâm

- Các giá trị và bản sắc ASEAN; tinh thần đoàn kết, gắn kết cộng đồng; vai trò của người dân trong tiến trình xây dựng Cộng đồng ASEAN; tăng cường hiểu biết, giao lưu và kết nối giữa người dân các quốc gia thành viên ASEAN.

- Các chính sách, chương trình hợp tác của ASEAN nhằm nâng cao chất lượng cuộc sống của người dân; thúc đẩy phát triển xã hội bao trùm, công bằng, bền vững; bảo đảm an sinh xã hội, giảm khoảng cách phát triển, hỗ trợ các nhóm dễ bị tổn thương và không để ai bị bỏ lại phía sau.

- Các hoạt động hợp tác của ASEAN trong lĩnh vực giáo dục, đào tạo, phát triển nguồn nhân lực, nâng cao kỹ năng nghề nghiệp, đào tạo lại và đào tạo nâng cao kỹ năng trong bối cảnh chuyển đổi số; tận dụng lợi thế dân số, chuẩn bị nguồn nhân lực cho các ngành nghề mới và các động lực tăng trưởng mới của ASEAN.

- Các chương trình hợp tác của ASEAN về y tế, chăm sóc sức khỏe, nâng cao chất lượng dân số, an ninh y tế, phòng chống dịch bệnh, chăm sóc sức khỏe cộng đồng và thực hiện quyền trẻ em; nâng cao nhận thức của người dân về các vấn đề sức khỏe trong bối cảnh mới.

- Các vấn đề an ninh con người, khả năng chống chịu của cộng đồng trước thiên tai, dịch bệnh, biến đổi khí hậu, an ninh mạng và các thách thức phi truyền thống; vai trò của ASEAN trong tăng cường hợp tác nhân đạo, hỗ trợ khẩn cấp và bảo vệ người dân trước các rủi ro mới nổi.

- Vai trò của thanh niên, phụ nữ và các nhóm xã hội trong xây dựng Cộng đồng ASEAN; thúc đẩy bình đẳng giới, tăng cường quyền năng cho phụ nữ; khuyến khích thanh niên tham gia đổi mới sáng tạo, chuyển đổi số, khởi nghiệp và các hoạt động hợp tác ASEAN.

- Các giá trị văn hóa, di sản, nghệ thuật, du lịch, thể thao và công nghiệp văn hóa ASEAN; các hoạt động giao lưu nhân dân, giao lưu văn hóa, giáo dục, du lịch và thể thao nhằm tăng cường hiểu biết, gắn kết cộng đồng và quảng bá hình ảnh ASEAN trong khu vực và trên thế giới.

4. Truyền thông về ASEAN kết nối toàn diện, hiện đại và bền vững

a) Thông điệp truyền thông: Kết nối là nền tảng thúc đẩy hội nhập, tăng cường liên kết khu vực và nâng cao chất lượng cuộc sống của người dân; hướng tới xây dựng một Cộng đồng ASEAN kết nối toàn diện, liền mạch, hiện đại, thông minh và bền vững.

b) Nội dung trọng tâm

- Vai trò của kết nối ASEAN trong thúc đẩy hội nhập khu vực, mở rộng không gian phát triển, nâng cao năng lực cạnh tranh và tăng cường liên kết giữa các quốc gia thành viên ASEAN.

- Phát triển hệ thống hạ tầng kết nối hiện đại, đồng bộ và bền vững, bao gồm hạ tầng giao thông, năng lượng, đô thị, thanh toán và các hạ tầng thiết yếu khác; các dự án kết nối trọng điểm của ASEAN và lợi ích mang lại cho người dân, doanh nghiệp.

- Xây dựng kết nối số trong ASEAN; thúc đẩy chuyển đổi số, kết nối dữ liệu, dịch vụ số xuyên biên giới; nâng cao nhận thức về an ninh mạng, an toàn thông tin và vai trò của công nghệ số trong tăng cường liên kết khu vực.

- Tăng cường kết nối logistics, chuỗi cung ứng, thương mại và dòng chảy thông tin xuyên biên giới; nâng cao nhận thức về vai trò của kết nối trong thúc đẩy phát triển kinh tế, thương mại và đầu tư trong ASEAN.

- Thúc đẩy kết nối con người thông qua hợp tác giáo dục, văn hóa, du lịch, thể thao, giao lưu nhân dân và các hoạt động hợp tác thanh niên; tăng cường hiểu biết, gắn kết và xây dựng bản sắc chung ASEAN.

- Truyền thông về cách tiếp cận liên ngành, liên lĩnh vực trong thúc đẩy kết nối ASEAN; sự gắn kết giữa kết nối ASEAN với các khuôn khổ hợp tác tiểu vùng, khu vực và toàn cầu; phát triển các đô thị thông minh, đô thị bền vững và các mô hình kết nối mới phục vụ phát triển lâu dài của Cộng đồng ASEAN.

5. Truyền thông về tăng cường thể chế và năng lực thích ứng của ASEAN

a) Thông điệp truyền thông: ASEAN không ngừng nâng cao năng lực quản trị, hiệu quả điều phối và khả năng thích ứng nhằm đáp ứng yêu cầu phát triển trong giai đoạn mới; xây dựng một Cộng đồng ASEAN hoạt động hiệu quả, chủ động, tự cường và sẵn sàng trước các thách thức tương lai.

b) Nội dung trọng tâm

- Vai trò của các cơ quan, tổ chức và cơ chế hợp tác ASEAN trong điều phối, triển khai các mục tiêu, chương trình và sáng kiến chung của Cộng đồng ASEAN; những nỗ lực nâng cao hiệu quả hoạt động, năng lực thực thi và khả năng phối hợp của ASEAN.

- Các định hướng, giải pháp tăng cường năng lực thể chế, hiện đại hóa quản trị công, thúc đẩy quản trị tốt, nâng cao chất lượng nguồn nhân lực khu vực công và hiệu quả cung ứng dịch vụ công trong ASEAN; tăng cường chia sẻ kinh nghiệm, mô hình quản trị hiệu quả giữa các quốc gia thành viên.

- Năng lực tự cường, khả năng thích ứng và mức độ sẵn sàng của ASEAN trước các biến động và thách thức mới nổi như cạnh tranh chiến lược, biến động kinh tế, biến đổi khí hậu, dịch bệnh, an ninh mạng và các thách thức phi truyền thống khác; vai trò của ASEAN trong dự báo, điều phối và ứng phó với các vấn đề khu vực, quốc tế.

- Cơ chế phối hợp liên ngành, liên lĩnh vực và liên trụ cột trong ASEAN; sự gắn kết giữa các chính sách, chương trình và sáng kiến của ASEAN trên các lĩnh vực chính trị - an ninh, kinh tế, văn hóa - xã hội và kết nối nhằm nâng cao hiệu quả triển khai các mục tiêu chung của Cộng đồng ASEAN.

6. Truyền thông về vai trò, vị thế và đóng góp của Việt Nam trong ASEAN

a) Thông điệp truyền thông: Việt Nam là thành viên chủ động, tích cực, có trách nhiệm; cùng ASEAN xây dựng Cộng đồng đoàn kết, tự cường, phát triển bền vững và nâng cao vị thế của khu vực trên trường quốc tế.

b) Nội dung trọng tâm

- Quá trình tham gia và những đóng góp của Việt Nam trong xây dựng, phát triển Cộng đồng ASEAN; vai trò của Việt Nam trong duy trì đoàn kết nội khối, thúc đẩy hợp tác, củng cố vai trò trung tâm của ASEAN và tăng cường quan hệ giữa ASEAN với các đối tác.

- Các sáng kiến, đề xuất và đóng góp của Việt Nam trong các lĩnh vực hợp tác ASEAN, nhất là các lĩnh vực phù hợp với ưu tiên phát triển của đất nước như chuyển đổi số, đổi mới sáng tạo, tăng trưởng xanh, phát triển bền vững, phát triển nguồn nhân lực, thu hẹp khoảng cách phát triển và ứng phó các thách thức mới nổi.

- Vai trò của Việt Nam trong thúc đẩy đối thoại, xây dựng lòng tin, giải quyết các vấn đề khu vực bằng biện pháp hòa bình trên cơ sở luật pháp quốc tế; đóng góp của Việt Nam trong các cơ chế hợp tác chính trị - an ninh, kinh tế, văn hóa - xã hội và các cơ chế do ASEAN dẫn dắt.

- Những cơ hội, lợi ích thiết thực mà ASEAN mang lại cho người dân, doanh nghiệp, địa phương Việt Nam; các kết quả hợp tác nổi bật trong thương mại, đầu tư, du lịch, giáo dục, lao động, khoa học - công nghệ, chuyển đổi số và giao lưu nhân dân.

- Quảng bá hình ảnh đất nước, con người, văn hóa Việt Nam gắn với các giá trị chung của ASEAN; các hoạt động giao lưu văn hóa, thể thao, du lịch, hợp tác giáo dục và kết nối nhân dân trong khuôn khổ ASEAN nhằm tăng cường hiểu biết, gắn kết và xây dựng bản sắc cộng đồng.

- Vị thế, uy tín quốc tế của Việt Nam thông qua quá trình tham gia ASEAN; làm rõ ASEAN là một trong những không gian chiến lược quan trọng để Việt Nam mở rộng quan hệ đối ngoại, nâng cao năng lực hội nhập quốc tế và đóng góp vào hòa bình, ổn định, hợp tác và phát triển ở khu vực và trên thế giới.

VI. HÌNH THỨC TRUYỀN THÔNG

1. Truyền thông trên các phương tiện thông tin đại chúng và nền tảng số

- Sản xuất, phát hành các chương trình, phóng sự, chuyên đề về ASEAN trên báo chí in, báo chí điện tử, phát thanh, truyền hình, cổng/trang thông tin điện tử của các Sở, ngành, địa phương; xây dựng, duy trì các chuyên trang, chuyên mục, sản phẩm chuyên đề về ASEAN.

- Đẩy mạnh truyền thông trên các nền tảng số, mạng xã hội; phát huy hệ sinh thái truyền thông đa nền tảng, phát triển các sản phẩm truyền thông số đa ngôn ngữ, đa định dạng như video ngắn, podcast, infographic, megastory, triển lãm thực tế ảo; mở rộng truyền thông đối ngoại số xuyên biên giới; khai thác hiệu quả các

nền tảng số quốc tế; chủ động giải thích, làm rõ tin giả, tin sai sự thật về ASEAN, nâng cao kỹ năng nhận diện thông tin xấu độc, xử lý khủng hoảng truyền thông và khuyến khích lan tỏa thông tin tích cực về ASEAN; tăng cường ứng dụng công nghệ số, trí tuệ nhân tạo, dữ liệu lớn và dữ liệu số trong hoạt động truyền thông về ASEAN.

2. Tổ chức các hoạt động sự kiện truyền thông, quảng bá

- Tổ chức các sự kiện, hoạt động quảng bá về ASEAN như hội chợ, triển lãm, giao lưu văn hóa, liên hoan nghệ thuật chuyên ngành; phát triển hệ sinh thái truyền thông, quảng bá bản sắc ASEAN gắn với các sự kiện văn hóa, thể thao, du lịch tổ chức tại Việt Nam.

- Thực hiện truyền thông trực quan tại nơi công cộng (pa nô, áp phích, bảng điện tử...), duy trì và phát triển các không gian giới thiệu về ASEAN; khuyến khích sử dụng cờ ASEAN, ASEAN ca và các biểu trưng, biểu tượng ASEAN phù hợp với quy định và thông lệ của ASEAN trong các hoạt động tuyên truyền, quảng bá; tổ chức các hoạt động truyền thông nhân các sự kiện, ngày kỷ niệm, hội nghị và hoạt động quan trọng của ASEAN.

- Đẩy mạnh truyền thông thông qua các mô hình thực tiễn, sáng kiến và cách làm hiệu quả tại địa phương gắn với các lĩnh vực hợp tác của ASEAN.

3. Cung cấp thông tin, tập huấn, nâng cao năng lực

- Tổ chức hội nghị, hội thảo, tọa đàm, tập huấn trực tiếp và trực tuyến cung cấp thông tin, cập nhật kiến thức về ASEAN và kỹ năng truyền thông số phù hợp cho từng nhóm đối tượng.

- Bồi dưỡng kỹ năng truyền thông về ASEAN cho các nhà báo, đội ngũ phóng viên, biên tập viên, kỹ thuật viên phát thanh, truyền hình chuyên trách về ASEAN, cán bộ phụ trách thông tin đối ngoại và cán bộ phụ trách thông tin cơ sở, người có ảnh hưởng trên mạng xã hội (KOL).

- Lồng ghép nội dung truyền thông về ASEAN trong hoạt động của các tổ chức chính trị - xã hội.

- Tăng cường cung cấp, giải đáp thông tin về hội nhập ASEAN phù hợp với nhu cầu của người dân và doanh nghiệp.

4. Xây dựng, phát hành ấn phẩm và sản phẩm truyền thông

- Biên soạn, xuất bản, phát hành các ấn phẩm, tài liệu, sản phẩm truyền thông (in, số, đa phương tiện) về ASEAN và sự tham gia của Việt Nam trong ASEAN.

- Cập nhật, phổ biến các thông tin, văn kiện, kết quả hợp tác, tài liệu nghiên cứu của ASEAN bằng các ngôn ngữ phù hợp phục vụ công tác truyền thông.

5. Tổ chức các cuộc thi, giải thưởng, các hoạt động văn hóa, thể thao và du lịch

- Tổ chức các cuộc thi tìm hiểu, giải thưởng truyền thông về ASEAN cho học sinh, sinh viên, đoàn viên các tổ chức chính trị, xã hội, nghề nghiệp và người dân.

- Thực hiện truyền thông về ASEAN thông qua các hoạt động giao lưu, trao đổi đoàn, các hoạt động văn hóa, thể thao, du lịch trong và ngoài khu vực ASEAN, góp phần tăng cường hiểu biết và kết nối.

- Khuyến khích sự tham gia của thanh niên, sinh viên, doanh nghiệp, tổ chức xã hội, người sáng tạo nội dung số và các lực lượng có ảnh hưởng tích cực trên không gian mạng trong truyền thông, quảng bá về ASEAN.

6. Hoạt động báo chí, phóng viên và hợp tác truyền thông

- Tổ chức các đoàn phóng viên thực hiện các chương trình chuyên đề về ASEAN và hợp tác khu vực.

- Tổ chức đón, trao đổi đoàn phóng viên giữa Việt Nam và các nước ASEAN nhằm quảng bá hình ảnh, tăng cường hợp tác truyền thông.

- Tổ chức các đoàn người có ảnh hưởng trên mạng xã hội (KOL) giữa Việt Nam và các nước ASEAN nhằm quảng bá hình ảnh về con người, đất nước trong khối ASEAN.

VII. KINH PHÍ THỰC HIỆN

1. Các sở, ban, ngành, cơ quan, đơn vị, địa phương căn cứ nhiệm vụ được giao tại Kế hoạch này và dự toán chi thường xuyên hằng năm đã được cấp có thẩm quyền giao, chủ động bố trí, lồng ghép kinh phí từ các chương trình, đề án, dự án, kế hoạch có liên quan; đồng thời huy động các nguồn tài trợ, đóng góp, nguồn xã hội hóa và các nguồn tài chính hợp pháp khác theo quy định để tổ chức triển khai thực hiện.

2. Đối với các nhiệm vụ phát sinh hoặc các nhiệm vụ chưa được bố trí kinh phí trong dự toán ngân sách hằng năm, cơ quan, đơn vị được giao chủ trì có trách nhiệm xây dựng kế hoạch, lập dự toán kinh phí gửi các cơ quan liên quan tham gia ý kiến, tổng hợp, trình cấp có thẩm quyền xem xét, quyết định theo quy định của pháp luật về ngân sách nhà nước và các quy định hiện hành.

3. Khuyến khích huy động các nguồn lực xã hội hóa, tăng cường hợp tác công - tư; đẩy mạnh sự tham gia của doanh nghiệp, tổ chức, cá nhân, hiệp hội, cộng đồng người Việt Nam ở nước ngoài, các tổ chức quốc tế và đối tác chiến lược trong triển khai các hoạt động truyền thông quảng bá hình ảnh thành phố Hải Phòng ra nước ngoài.

4. Việc quản lý, sử dụng, thanh quyết toán kinh phí thực hiện Kế hoạch bảo đảm đúng mục đích, hiệu quả, tiết kiệm, công khai, minh bạch và tuân thủ các quy định của pháp luật hiện hành.

VIII. TỔ CHỨC THỰC HIỆN

1. Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch

- Là cơ quan đầu mối tham mưu Ủy ban nhân dân thành phố tổ chức triển khai Kế hoạch; hướng dẫn, đôn đốc, kiểm tra và tổng hợp kết quả thực hiện, báo cáo Ủy ban nhân dân thành phố và Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch theo quy định.

- Chủ trì truyền thông về bản sắc ASEAN, văn hóa, du lịch, thể thao, giao lưu nhân dân; truyền thông về vai trò, vị thế và đóng góp của Việt Nam trong ASEAN; quảng bá hình ảnh Hải Phòng gắn với bản sắc ASEAN.

- Tổ chức các hoạt động truyền thông phù hợp với từng nhóm đối tượng thông qua các cơ quan thông tin, báo chí, truyền thông, hệ thống thông tin cơ sở và nền tảng số.

- Thực hiện chia sẻ, kết nối dữ liệu truyền thông liên quan đến nội dung Kế hoạch này với Cổng thông tin ASEAN tại địa chỉ aseanvietnam.vn phù hợp với tình hình thực tế của thành phố.

2. Sở Ngoại vụ

- Là đầu mối tham mưu về nội dung đối ngoại, hội nhập quốc tế và hợp tác ASEAN; cung cấp thông tin, tài liệu chính thống về ASEAN phục vụ công tác truyền thông.

- Chủ trì hoặc phối hợp tổ chức các hoạt động giao lưu, tọa đàm, hội thảo, diễn đàn, trao đổi đoàn với các cơ quan, tổ chức, địa phương, doanh nghiệp và đối tác các nước ASEAN.

- Kết nối với các cơ quan đại diện Việt Nam ở nước ngoài, cơ quan đại diện các nước ASEAN, tổ chức quốc tế và đối tác ASEAN để hỗ trợ quảng bá hình ảnh Hải Phòng.

- Phối hợp cung cấp thông tin phục vụ truyền thông đối ngoại bằng tiếng Anh và các ngôn ngữ phù hợp.

- Phối hợp xử lý, cung cấp thông tin đối ngoại đối với các vấn đề liên quan ASEAN phát sinh trên địa bàn thành phố trên cơ sở định hướng của Ban Tuyên giáo và Dân vận Thành ủy và Bộ Ngoại giao.

3. Sở Công Thương

- Chủ trì thông tin, tuyên truyền, phổ biến về Cộng đồng Kinh tế ASEAN (AEC), thị trường ASEAN, các Hiệp định thương mại tự do trong ASEAN và giữa ASEAN với các đối tác; các cơ hội, cam kết và lợi ích của hội nhập kinh tế ASEAN đối với doanh nghiệp.

- Tăng cường thông tin, hướng dẫn, hỗ trợ doanh nghiệp khai thác thị trường ASEAN, tận dụng các FTA, mở rộng xuất nhập khẩu, phát triển thương mại điện tử, dịch vụ logistics và tham gia chuỗi cung ứng khu vực.

- Cung cấp số liệu, doanh nghiệp tiêu biểu và các kết quả nổi bật về công nghiệp, thương mại, xuất nhập khẩu, dịch vụ logistics và hội nhập kinh tế ASEAN phục vụ công tác thông tin, tuyên truyền của thành phố.

- Tổ chức hoặc phối hợp tổ chức các hội nghị, hội thảo, tọa đàm, chương trình xúc tiến thương mại, kết nối giao thương giữa doanh nghiệp Hải Phòng với doanh nghiệp, hiệp hội và đối tác các nước ASEAN.

- Lồng ghép nội dung thông tin, tuyên truyền về ASEAN trong các chương trình, hoạt động xúc tiến thương mại, hội nhập kinh tế quốc tế, hội chợ, triển lãm và kết nối doanh nghiệp phù hợp với chức năng, nhiệm vụ.

4. Sở Khoa học và Công nghệ

- Chủ động lồng ghép nội dung truyền thông trên Cổng thông tin Sở, trên các trang thông tin điện tử, các nền tảng số đang quản lý và vận hành về các định hướng của Tầm nhìn Cộng đồng ASEAN đến năm 2045 phù hợp với chức năng, nhiệm vụ được giao, trong đó tập trung vào các nội dung trọng tâm: Chuyển đổi số, đổi mới sáng tạo, phát triển kinh tế số, tăng trưởng xanh, phát triển bền vững.

- Phối hợp truyền thông về kết nối số, thương mại điện tử, thanh toán số, dữ liệu số và an toàn không gian mạng.

- Cung cấp thông tin, mô hình, sáng kiến, doanh nghiệp công nghệ tiêu biểu của Hải Phòng phục vụ hoạt động quảng bá.

- Phối hợp xây dựng kho dữ liệu/tài nguyên số về ASEAN của thành phố; hỗ trợ ứng dụng công nghệ trong quản lý, phân phối và đo lường hiệu quả truyền thông.

- Phối hợp với Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch triển khai các sản phẩm truyền thông số đa nền tảng, ứng dụng công nghệ mới và phân tích dữ liệu truyền thông.

5. Sở Nông nghiệp và Môi trường

- Chủ trì truyền thông về phát triển xanh, kinh tế tuần hoàn, kinh tế biển, bảo vệ môi trường, ứng phó biến đổi khí hậu và phát triển bền vững trong hợp tác ASEAN.

- Cung cấp thông tin, mô hình tiêu biểu về sản xuất nông nghiệp xanh, nông nghiệp công nghệ cao, nuôi trồng thủy sản bền vững, bảo vệ tài nguyên biển và môi trường.

- Phối hợp quảng bá sản phẩm OCOP, sản phẩm nông nghiệp, thủy sản, làng nghề và sản phẩm đặc trưng của Hải Phòng có khả năng tiếp cận thị trường ASEAN.

- Tổ chức hoặc phối hợp thực hiện các chiến dịch truyền thông về bảo vệ môi trường biển, giảm rác thải nhựa, thích ứng biến đổi khí hậu.

- Phối hợp truyền thông về phát triển kinh tế biển bền vững và bảo tồn hệ sinh thái biển trong không gian hợp tác ASEAN.

6. Sở Nội vụ

- Chủ trì truyền thông về các nội dung thuộc lĩnh vực lao động, việc làm, phát triển nguồn nhân lực, thanh niên, bình đẳng giới và các nội dung thuộc trụ cột Văn hóa – Xã hội ASEAN theo chức năng, nhiệm vụ.

- Lồng ghép nội dung về ASEAN và hội nhập quốc tế trong công tác đào tạo, bồi dưỡng cán bộ, công chức, viên chức; nâng cao kiến thức về ASEAN, kỹ năng hội nhập và năng lực ngoại ngữ.

- Phối hợp cung cấp thông tin, số liệu, mô hình, sáng kiến thuộc lĩnh vực quản lý phục vụ truyền thông khi có yêu cầu.

7. Sở Giáo dục và Đào tạo

- Tổ chức tuyên truyền, giáo dục về ASEAN, Cộng đồng ASEAN và lợi ích của hội nhập ASEAN trong các cơ sở giáo dục.

- Lồng ghép nội dung ASEAN vào hoạt động ngoại khóa, giáo dục kỹ năng, hoạt động trải nghiệm, cuộc thi tìm hiểu ASEAN phù hợp với từng cấp học.

- Khuyến khích học sinh, sinh viên tham gia các hoạt động giao lưu văn hóa, ngôn ngữ, nghệ thuật, thể thao với các nước ASEAN.

- Phối hợp tổ chức các cuộc thi, diễn đàn, tọa đàm, ngày hội ASEAN trong trường học.

- Phối hợp cung cấp các sản phẩm, mô hình, câu chuyện tiêu biểu về giáo dục, đào tạo, hợp tác quốc tế phục vụ truyền thông.

8. Sở Xây dựng

Phối hợp, cung cấp các thông tin, dữ liệu theo chức năng quản lý gồm: Các công trình, dự án hạ tầng cảng thủy nội địa, kết nối giao thông đồng bộ, hiện đại; phát triển đô thị xanh, đô thị thông minh, và các giải pháp phát triển đô thị bền vững, kết nối khu vực và quốc tế.

9. Sở Tài chính

Trên cơ sở đề nghị của các sở, ngành, địa phương có liên quan, tham mưu cấp có thẩm quyền bố trí kinh phí thực hiện Kế hoạch theo quy định của Luật Ngân sách nhà nước và các văn bản hướng dẫn có liên quan, phù hợp với khả năng cân đối của ngân sách nhà nước; thực hiện cấp kinh phí và tổng hợp quyết toán theo quy định.

10. Ban Quản lý Khu kinh tế Hải Phòng

- Chủ trì cung cấp thông tin và tổ chức truyền thông, quảng bá về Khu kinh tế, các khu công nghiệp, môi trường đầu tư, chính sách ưu đãi, các dự án đầu tư tiêu biểu của Hải Phòng tới doanh nghiệp, nhà đầu tư và đối tác ASEAN.

- Xây dựng các sản phẩm truyền thông bằng tiếng Anh và ngôn ngữ phù hợp về môi trường đầu tư của thành phố.

- Tổ chức hoặc phối hợp các chương trình xúc tiến đầu tư, kết nối doanh nghiệp Hải Phòng với doanh nghiệp các nước ASEAN.

- Cung cấp dữ liệu, hình ảnh, câu chuyện về các doanh nghiệp ASEAN đang đầu tư, sản xuất, kinh doanh hiệu quả tại Hải Phòng.

- Phối hợp với Sở Công Thương, Sở Ngoại vụ và Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch xây dựng các chiến dịch quảng bá Hải Phòng là điểm đến đầu tư, sản xuất và logistics của khu vực.

11. Công an thành phố

- Chủ trì tuyên truyền về bảo đảm an ninh, an toàn trong quá trình hội nhập và hợp tác ASEAN; phòng, chống tội phạm xuyên quốc gia, tội phạm công nghệ cao, lừa đảo trực tuyến, mua bán người và các thách thức an ninh phi truyền thống.

- Phối hợp truyền thông nâng cao nhận thức, kỹ năng phòng ngừa rủi ro trên không gian mạng cho người dân và doanh nghiệp.

- Cung cấp thông tin chính thống phục vụ truyền thông về các vấn đề an ninh liên quan đến hợp tác ASEAN theo quy định.

- Phối hợp bảo đảm an ninh, an toàn tại các sự kiện, hoạt động giao lưu, hội nghị, hội thảo quốc tế liên quan ASEAN tổ chức trên địa bàn.

12. Thành đoàn Hải Phòng

- Chủ trì tổ chức các hoạt động truyền thông ASEAN trong đoàn viên, thanh niên; phát huy vai trò thanh niên trong quảng bá hình ảnh Hải Phòng.

- Tổ chức các cuộc thi, diễn đàn, tọa đàm, chương trình sáng tạo nội dung số về ASEAN.

- Tổ chức, phối hợp tổ chức giao lưu thanh niên, sinh viên với các nước ASEAN.

- Khuyến khích xây dựng các sản phẩm video ngắn, infographic, podcast, ảnh và nội dung mạng xã hội về ASEAN.

- Phát huy mạng lưới thanh niên tình nguyện, đại sứ trẻ, câu lạc bộ ngoại ngữ trong hoạt động quảng bá hình ảnh Hải Phòng.

13. Báo và phát thanh, truyền hình Hải Phòng; Cổng Thông tin điện tử thành phố

- Xây dựng chuyên trang, chuyên mục, tuyển tin, bài, phóng sự về ASEAN và quan hệ hợp tác Việt Nam - ASEAN.

- Tăng cường các tuyển bài chuyên sâu về cơ hội từ ASEAN đối với Hải Phòng; giới thiệu doanh nghiệp, sản phẩm, mô hình, cá nhân tiêu biểu.

- Tập trung quảng bá các thế mạnh của Hải Phòng: cảng biển - logistics; công nghiệp công nghệ cao; đổi mới sáng tạo; kinh tế biển; du lịch; văn hóa; đô thị thông minh; chuyển đổi xanh.

- Sản xuất sản phẩm truyền thông đa phương tiện, ưu tiên video ngắn, infographic, podcast, ảnh và nội dung số.

- Chủ động truyền thông bằng tiếng Anh và các ngôn ngữ phù hợp đối với các nội dung quảng bá đối ngoại.

- Phối hợp chia sẻ các sản phẩm truyền thông phù hợp với Cổng thông tin ASEAN Việt Nam và các nền tảng truyền thông đối ngoại của Trung ương.

14. Các sở, ban, ngành, đơn vị thuộc thành phố

Căn cứ chức năng, nhiệm vụ và lĩnh vực quản lý nhà nước, chủ động:

- Xây dựng nội dung truyền thông ASEAN thuộc lĩnh vực phụ trách (nếu có).
- Lồng ghép nhiệm vụ truyền thông ASEAN vào chương trình, kế hoạch công tác hằng năm.
- Cung cấp thông tin, số liệu, hình ảnh, mô hình, sản phẩm, câu chuyện điển hình cho Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch và các cơ quan báo chí.
- Chủ động tổ chức hoặc phối hợp tổ chức hội nghị, hội thảo, tọa đàm, triển lãm, hoạt động giao lưu phù hợp.

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

- Tổ chức tuyên truyền về ASEAN phù hợp với đặc điểm dân cư, kinh tế - xã hội và thế mạnh của địa phương.
- Phát huy hệ thống thông tin cơ sở, Cổng/Trang thông tin điện tử, nền tảng số và các hình thức truyền thông phù hợp để phổ biến thông tin về ASEAN.
- Quảng bá các giá trị văn hóa, di sản, lễ hội, làng nghề, sản phẩm OCOP, sản phẩm nông nghiệp, du lịch và đặc sản địa phương gắn với không gian ASEAN.
- Chủ động phát hiện, giới thiệu các mô hình hay, cách làm hiệu quả, nhân vật tiêu biểu để phục vụ truyền thông chung của thành phố.
- Phối hợp tổ chức các hoạt động giao lưu văn hóa, thể thao, du lịch, giáo dục và nhân dân với các đối tác ASEAN khi có điều kiện.

16. Hiệp hội doanh nghiệp, các tổ chức xã hội - nghề nghiệp và doanh nghiệp trên địa bàn

- Chủ động tham gia các hoạt động truyền thông, quảng bá ASEAN do thành phố tổ chức.
- Cung cấp thông tin, câu chuyện, mô hình doanh nghiệp tiêu biểu trong hợp tác, đầu tư, thương mại với các nước ASEAN.
- Phối hợp tổ chức các hoạt động xúc tiến thương mại, đầu tư, du lịch và kết nối doanh nghiệp.
- Khuyến khích doanh nghiệp tham gia xây dựng nội dung truyền thông, tài trợ và huy động nguồn lực xã hội hóa theo quy định.

IX. CHẾ ĐỘ THÔNG TIN, BÁO CÁO

Các cơ quan, đơn vị, địa phương thực hiện chế độ báo cáo, đánh giá kết quả định kỳ trước ngày 05 tháng 11 hằng năm hoặc đột xuất khi cấp có thẩm quyền

yêu cầu; thực hiện sơ kết giữa kỳ vào năm 2028; tổng kết toàn diện vào năm 2030; gửi báo cáo kết quả thực hiện về Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch để tổng hợp báo cáo Ủy ban nhân dân thành phố, Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch theo quy định.

Yêu cầu các Sở, ngành, địa phương, đơn vị liên quan nghiêm túc thực hiện. Trong quá trình tổ chức thực hiện có phát sinh vướng mắc, các cơ quan, đơn vị có ý kiến bằng văn bản gửi về Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch để tổng hợp, kịp thời báo cáo Ủy ban nhân dân thành phố xem xét, chỉ đạo./.

Nơi nhận:

- Bộ VH-TT&DL;
- Cục TTCS&TTĐN - Bộ VH-TT&DL;
- TT TU (để b/c);
- CT, PCT Nguyễn Minh Hùng;
- Ban TGDV TU;
- Các Sở, ban, ngành, đoàn thể TP;
- UBND các xã, phường, đặc khu;
- Công TTĐTTP;
- Các Phòng: VX, NVKTGS, TC;
- Lưu: VT, V.T.Huệ

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

Nguyễn Minh Hùng

PHỤ LỤC
DANH MỤC NHIỆM VỤ TRUYỀN THÔNG, QUẢNG BÁ ASEAN
GIẢI ĐOẠN 2026-2030 TRÊN ĐỊA BÀN THÀNH PHỐ HẢI PHÒNG
(Kèm theo Kế hoạch số /KH-UBND ngày / /2026 của Ủy ban nhân dân thành phố Hải Phòng)

STT	Nhiệm vụ	Cơ quan chủ trì	Cơ quan phối hợp	Thời gian thực hiện	Sản phẩm/kết quả đầu ra	Nguồn kinh phí
I	NHÓM NHIỆM VỤ TRUYỀN THÔNG VỀ TRỤ CỘT CHÍNH TRỊ - AN NINH ASEAN					
1	Truyền thông về ASEAN là không gian hòa bình, ổn định dựa trên luật lệ; vai trò trung tâm và vị thế của ASEAN trong cấu trúc khu vực và quốc tế	Sở Ngoại vụ	Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch; Công an thành phố; các cơ quan báo chí và các đơn vị liên quan	Thường xuyên	Chuyên trang, chuyên mục; tuyển bài báo chí; infographic; video clip; tọa đàm; sản phẩm truyền thông số; ấn phẩm tuyên truyền	Ngân sách thành phố
2	Truyền thông về hợp tác ASEAN trong ứng phó các thách thức an ninh truyền thông và phi truyền thông	Công an thành phố	Sở Ngoại vụ; Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch; các cơ quan báo chí và các đơn vị liên quan	Thường xuyên	Chuyên đề, infographic, tài liệu tuyên truyền	Ngân sách thành phố
3	Truyền thông về giá trị cộng đồng ASEAN: Bao trùm, đa dạng và lấy con người làm trung tâm	Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch	Các Sở, ngành, đơn vị liên quan	Thường xuyên	Sản phẩm truyền thông số; cuộc thi tìm hiểu	Ngân sách thành phố
II	NHÓM NHIỆM VỤ TRUYỀN THÔNG VỀ TRỤ CỘT KINH TẾ ASEAN					
1	Thông tin, tuyên truyền, phổ biến về Cộng đồng Kinh tế ASEAN (AEC), thị trường ASEAN, các FTA trong ASEAN và giữa ASEAN với các đối tác và cơ hội hội nhập kinh tế cho doanh nghiệp Hải Phòng	Sở Công Thương	Sở Ngoại vụ; Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch; Ban Quản lý Khu kinh tế và các đơn vị liên quan.	Thường xuyên	Hội nghị, hội thảo, tọa đàm, tập huấn; tin, bài; văn bản, thông tin hướng dẫn doanh nghiệp	Ngân sách thành phố

2	Thông tin, tuyên truyền, hướng dẫn doanh nghiệp về thương mại, xuất nhập khẩu, thương mại điện tử và tham gia chuỗi cung ứng ASEAN	Sở Công Thương	Sở Khoa học và Công nghệ; Ban Quản lý Khu kinh tế và các đơn vị liên quan	Thường xuyên	Hội nghị, hội thảo, tập huấn; văn bản/thông báo/hướng dẫn; tài liệu, tin bài; thông tin, số liệu cung cấp cơ quan truyền thông	Ngân sách thành phố
3	Thông tin, giới thiệu tiềm năng, thế mạnh về công nghiệp, thương mại, dịch vụ logistics và khả năng kết nối chuỗi cung ứng của Hải Phòng với thị trường ASEAN	Sở Công Thương	Sở Xây dựng; Ban Quản lý Khu Kinh tế, Sở Ngoại vụ; các cơ quan báo chí	Thường xuyên	Thông tin, số liệu, tài liệu; hội nghị/hội thảo/kết nối; tin, bài; nội dung cung cấp cho cơ quan báo chí, truyền thông	Ngân sách thành phố
4	Truyền thông, quảng bá môi trường đầu tư, khu kinh tế, khu công nghiệp, công nghiệp công nghệ cao và các dự án tiêu biểu của Hải Phòng tới thị trường ASEAN	Ban Quản lý Khu Kinh tế Hải Phòng	Sở Công Thương; Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch và các đơn vị liên quan	Hằng năm	Video, brochure, chuyên đề, hội nghị...	Ngân sách thành phố
5	Truyền thông về kinh tế số, đổi mới sáng tạo, AI, bán dẫn, công nghệ cao và các ngành công nghiệp mới trong hợp tác ASEAN	Sở Khoa học và Công nghệ	Sở Công Thương; Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch; Ban Quản lý Khu Kinh tế và các đơn vị liên quan	Hằng năm	Video, podcast, infographic, tọa đàm	Ngân sách thành phố
6	Quảng bá mô hình sản xuất xanh, nông nghiệp bền vững, sản phẩm OCOP, làng nghề và sản phẩm đặc trưng Hải Phòng	Sở Nông nghiệp và Môi trường	Sở Công Thương; Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch và các đơn vị liên quan	Hằng năm	Video, ảnh, bài viết, triển lãm	Ngân sách thành phố
7	Quảng bá các mô hình kinh tế tuần hoàn dựa trên nền tảng phục hồi tự nhiên, mở ra không gian kinh tế mới cho du lịch sinh thái, thực hành sản xuất xanh, áp	Sở Nông nghiệp và Môi trường	Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch và các đơn vị liên quan	Giai đoạn 2026-2030	Chuyên trang, chuyên mục; chiến dịch truyền thông; video clip; infographic; cuộc thi; tài liệu tuyên truyền	Ngân sách thành phố

	dụng nhân sinh thái ASEAN để góp phần định vị ASEAN là một khu vực phát triển có trách nhiệm, hài hòa giữa tăng trưởng kinh tế và bảo vệ môi trường					
8	Các hoạt động truyền thông về nông nghiệp xanh, nông nghiệp các-bon thấp, bảo tồn hệ sinh thái biển và ven biển, giảm ô nhiễm nhựa đại dương và thúc đẩy sinh kế bền vững cho cộng đồng ven biển trong khu vực ASEAN	Sở Nông nghiệp và Môi trường	Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch và các đơn vị liên quan	Giai đoạn 2026-2030	Chuyên trang, chuyên mục; chiến dịch truyền thông; video clip; infographic; cuộc thi; tài liệu tuyên truyền	Ngân sách thành phố
III	NHÓM NHIỆM VỤ TRUYỀN THÔNG VỀ TRỤ CỘT VĂN HÓA - XÃ HỘI ASEAN					
1	Truyền thông về các lĩnh vực lao động, việc làm, thanh niên, bình đẳng giới và các nội dung thuộc trụ cột Văn hóa - Xã hội ASEAN.	Sở Nội vụ	Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch; các cơ quan báo chí và các đơn vị liên quan	Thường xuyên	Chuyên đề; chuyên mục, tin, bài viết; tài liệu tuyên truyền; tọa đàm; sản phẩm số	Ngân sách thành phố
2	Truyền thông về xây dựng Cộng đồng ASEAN lấy người dân làm trung tâm	Sở Nội vụ	Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch; các cơ quan báo chí và các đơn vị liên quan	Thường xuyên	Video clip; infographic; cuộc thi; chiến dịch truyền thông cộng đồng	Ngân sách thành phố
3	Truyền thông về vai trò của thanh niên trong xây dựng Cộng đồng ASEAN	Sở Nội vụ	Sở Giáo dục và Đào tạo; Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch; Thành đoàn Hải Phòng và các đơn vị liên quan	Thường xuyên	Cuộc thi; diễn đàn thanh niên; video ngắn; chiến dịch truyền thông số	Ngân sách thành phố

4	Truyền thông về bình đẳng giới và tăng cường quyền năng cho phụ nữ	Sở Nội vụ	Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch và các đơn vị liên quan	Thường xuyên	Chiến dịch truyền thông; tọa đàm; sản phẩm truyền thông số	Ngân sách thành phố
5	Truyền thông về phát triển nguồn nhân lực chất lượng cao và tận dụng lợi thế dân số	Sở Giáo dục và Đào tạo	Sở Nội vụ; Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch và các đơn vị liên quan	Thường xuyên	Chuyên đề giáo dục; cuộc thi; diễn đàn; sản phẩm đa phương tiện...	Ngân sách thành phố
6	Truyền thông về bảo vệ, chăm sóc sức khỏe và nâng cao chất lượng dân số, thực hiện quyền trẻ em ASEAN	Sở Y tế	Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch và các đơn vị liên quan	Thường xuyên	Tài liệu truyền thông; infographic; video clip; chiến dịch truyền thông	Ngân sách thành phố
7	Truyền thông về bảo tồn, phát huy giá trị văn hóa và phát triển công nghiệp văn hóa ASEAN	Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch	Các Sở, ngành; Ủy ban nhân dân các xã, phường, đặc khu; các cơ quan báo chí và các đơn vị liên quan	Thường xuyên	Sự kiện văn hóa; triển lãm; video quảng bá; sản phẩm đa phương tiện	Ngân sách thành phố
8	Truyền thông về phát triển thể thao và tăng cường gắn kết cộng đồng ASEAN	Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch	Các Sở, ngành; Ủy ban nhân dân các xã, phường, đặc khu; các cơ quan báo chí và các đơn vị liên quan	Thường xuyên	Sự kiện thể thao; video quảng bá; phóng sự; sản phẩm số	Ngân sách thành phố
9	Truyền thông quảng bá hình ảnh địa phương gắn với bản sắc ASEAN trên các nền tảng truyền thông	Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch	Sở Khoa học và Công nghệ; Sở Nội vụ; các cơ quan, đơn vị liên quan	Hằng năm	Chuyên trang; chuyên mục; video quảng bá; sản phẩm truyền thông số; sự kiện quảng bá	Ngân sách thành phố
IV	NHÓM NHIỆM VỤ TRUYỀN THÔNG VỀ TRỤ CỘT KẾT NỐI ASEAN 2045					
1	Truyền thông về xây dựng Cộng đồng ASEAN kết nối toàn diện, tích hợp và liền mạch	Sở Tài chính	Sở Ngoại vụ, Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch và các cơ quan liên quan	Thường xuyên	Chuyên đề báo chí; infographic; video clip	Ngân sách thành phố

2	Truyền thông về phát triển hạ tầng kết nối hiện đại, bền vững và đồng bộ	Sở Khoa học và Công nghệ	Các Sở, ngành, đơn vị liên quan	Thường xuyên	Phóng sự; chuyên trang; video clip; tọa đàm	Ngân sách thành phố
3	Truyền thông về an toàn, an ninh mạng và kỹ năng số cho người dân, doanh nghiệp trong bối cảnh hội nhập ASEAN	Công an thành phố	Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch và các đơn vị liên quan	Thường xuyên	Chuyên đề truyền thông; tài liệu phổ biến kiến thức; infographic	Ngân sách thành phố
4	Thông tin, tuyên truyền về kết nối dịch vụ logistics, chuỗi cung ứng và thương mại xuyên biên giới trong ASEAN	Sở Công Thương	Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch; Công an thành phố và các đơn vị liên quan	Thường xuyên	Hội nghị, hội thảo; tài liệu, tin bài; thông tin, số liệu; văn bản hướng dẫn doanh nghiệp	Ngân sách thành phố
5	Truyền thông về kết nối con người, giao lưu văn hóa, du lịch và hợp tác nhân dân trong ASEAN	Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch	Sở Ngoại vụ; Sở Nội vụ và các đơn vị liên quan	Thường xuyên	Hoạt động giao lưu; triển lãm; video quảng bá; sản phẩm số	Ngân sách thành phố
6	Truyền thông về phát triển đô thị thông minh, xanh và bền vững của Hải Phòng gắn với xu hướng phát triển đô thị ASEAN	Sở Xây dựng	Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch và các đơn vị liên quan	Thường xuyên	Chuyên đề truyền thông; phóng sự; infographic; video clip	Ngân sách thành phố
7	Truyền thông về chuyển đổi số và xây dựng Cộng đồng số ASEAN; tăng cường kết nối, bản sắc và gắn kết cộng đồng ASEAN thông qua môi trường số và các giá trị văn hóa chung của địa phương	Sở Khoa học và Công nghệ	Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch và các đơn vị liên quan	Hằng năm	Sản phẩm truyền thông số; chiến dịch truyền thông trên nền tảng số; video ngắn	Ngân sách thành phố
V	NHÓM NHIỆM VỤ TRUYỀN THÔNG VỀ TĂNG CƯỜNG THỂ CHẾ					
1	Truyền thông về vai trò trung tâm và năng lực điều phối của ASEAN trong khu vực	Sở Tư pháp	Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch và các sở, ngành, đơn vị liên quan	Thường xuyên	Chuyên đề báo chí; tọa đàm; tài liệu tuyên truyền	Ngân sách thành phố

2	Truyền thông về nâng cao hiệu quả hoạt động của các cơ quan, tổ chức và cơ chế ASEAN	Sở Tư pháp	Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch và các sở, ngành, đơn vị liên quan	Thường xuyên	Chuyên đề truyền thông; infographic; sản phẩm số	Ngân sách thành phố
3	Truyền thông về năng lực thích ứng và sẵn sàng của ASEAN trước các thách thức tương lai	Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch	Các Sở, ngành, đơn vị liên quan	Thường xuyên	Phóng sự; chuyên đề; video clip; tọa đàm	Ngân sách thành phố
4	Truyền thông về tăng cường phối hợp liên ngành, liên trụ cột trong ASEAN	Sở Ngoại vụ	Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch và các đơn vị liên quan	Thường xuyên	Hội nghị; hội thảo; chuyên đề báo chí; tài liệu tuyên truyền	Ngân sách thành phố
VI	NHÓM NHIỆM VỤ TRUYỀN THÔNG VỀ VAI TRÒ, VỊ THẾ VÀ ĐÓNG GÓP CỦA VIỆT NAM TRONG ASEAN					
1	Truyền thông về vai trò chủ động, tích cực và trách nhiệm của Việt Nam trong ASEAN	Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch	Các Sở, ngành, đơn vị liên quan	Thường xuyên	Chuyên trang; chuyên mục; video clip; infographic	Ngân sách thành phố
2	Truyền thông về vai trò của Việt Nam trong thúc đẩy các sáng kiến và cơ chế hợp tác ASEAN	Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch	Các Sở, ngành, đơn vị liên quan	Thường xuyên	Phóng sự; chuyên đề báo chí; tọa đàm	Ngân sách thành phố
3	Truyền thông về vai trò của Việt Nam trong thúc đẩy liên kết kinh tế và hội nhập khu vực	Sở Công Thương	Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch và các đơn vị liên quan	Thường xuyên	Cầm nang doanh nghiệp; chuyên đề báo chí; infographic	Ngân sách thành phố
4	Quảng bá các lễ hội, di sản văn hóa, sản phẩm du lịch đặc trưng của địa phương và các mô hình du lịch cộng đồng tiêu biểu thông qua các hoạt động giao lưu, hợp tác, chương trình, sự kiện liên quan đến các nước ASEAN	Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch	Sở Ngoại vụ và các cơ quan, đơn vị, địa phương	Định kỳ	Video quảng bá; sản phẩm truyền thông số; triển lãm; sự kiện quảng bá	Ngân sách thành phố

5	Tổ chức hội nghị, hội thảo, tọa đàm, diễn đàn, triển lãm về ASEAN	Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch	Các cơ quan, đơn vị, địa phương	Hằng năm	Hội nghị, tọa đàm, triển lãm	Ngân sách thành phố
6	Tổ chức các hoạt động nhân Ngày ASEAN và các sự kiện, hội nghị quan trọng của ASEAN	Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch	Các cơ quan, đơn vị, địa phương	Hằng năm	Sự kiện truyền thông	Ngân sách thành phố
VII	NHÓM NHIỆM VỤ CUNG CẤP THÔNG TIN, TẬP HUẤN VÀ NÂNG CAO NĂNG LỰC					
1	Tập huấn, bồi dưỡng kiến thức ASEAN và kỹ năng truyền thông số cho cán bộ làm công tác thông tin đối ngoại, thông tin cơ sở; phóng viên, biên tập viên, cán bộ truyền thông	Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch	Sở Nội vụ; Ủy ban nhân dân các xã, phường, đặc khu; các cơ quan báo chí và các đơn vị liên quan	Hằng năm	Hội nghị tập huấn, tài liệu	Ngân sách thành phố
2	Chia sẻ, kết nối dữ liệu và sản phẩm truyền thông phù hợp với Cổng thông tin ASEAN Việt Nam	Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch	Các Sở, ngành, thành phố; Cổng Thông tin điện tử thành phố và các đơn vị liên quan	Thường xuyên	Dữ liệu, bài viết, ảnh, video	Ngân sách thành phố
VIII	SƠ KẾT, TỔNG KẾT					
1	Sơ kết giữa kỳ thực hiện Kế hoạch	Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch	Các Sở, ban, ngành, địa phương	2028	Báo cáo sơ kết	
2	Tổng kết thực hiện Kế hoạch	Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch	Các Sở, ban, ngành, địa phương	2030	Báo cáo tổng kết	

