

Số: /KH-UBND

Hải Phòng, ngày tháng năm 2026

## KẾ HOẠCH

### Triển khai thực hiện Nghị quyết số 88/NQ-CP ngày 05/4/2026 của Chính phủ về thúc đẩy phát triển thị trường trong nước, kích cầu tiêu dùng, đẩy mạnh Cuộc vận động “Người Việt Nam ưu tiên dùng hàng Việt Nam” trên địa bàn thành phố Hải Phòng

Thực hiện Nghị quyết số 88/NQ-CP ngày 05/4/2026 của Chính phủ về thúc đẩy phát triển thị trường trong nước, kích cầu tiêu dùng, đẩy mạnh Cuộc vận động “Người Việt Nam ưu tiên dùng hàng Việt Nam”, Ủy ban nhân dân thành phố ban hành Kế hoạch triển khai thực hiện với các nội dung sau:

#### I. MỤC ĐÍCH, YÊU CẦU

##### 1. Mục đích

- Bám sát quan điểm chỉ đạo, mục tiêu, định hướng, nhiệm vụ giải pháp nêu tại Nghị quyết số 88/NQ-CP ngày 05/4/2026 của Chính phủ về thúc đẩy phát triển thị trường trong nước, kích cầu tiêu dùng, đẩy mạnh Cuộc vận động “Người Việt Nam ưu tiên dùng hàng Việt Nam”; cụ thể hóa nội dung, các nhiệm vụ, giải pháp cần thực hiện phù hợp với tình hình địa phương.

- Thúc đẩy mạnh mẽ thị trường trong nước, kích cầu tiêu dùng, tăng cường sức mua của người dân và doanh nghiệp, tạo động lực quan trọng để hoàn thành các chỉ tiêu tăng trưởng kinh tế mà Thành phố đã đặt ra.

- Tập trung thúc đẩy sản xuất kinh doanh, coi việc đẩy mạnh sản xuất trong nước là nền tảng bền vững để cung ứng hàng hóa cho thị trường nội địa.

##### 2. Yêu cầu

- Các sở, ngành, địa phương xác định doanh nghiệp, hợp tác xã, hộ sản xuất kinh doanh là trung tâm trong triển khai các giải pháp phát triển thị trường, kích cầu tiêu dùng và thúc đẩy lưu thông hàng hóa trên địa bàn thành phố; tập trung triển khai đồng bộ các giải pháp hỗ trợ sản xuất, kinh doanh, kết nối cung cầu, phát triển thị trường tiêu thụ hàng hóa trong nước.

- Đẩy mạnh phát triển sản xuất nông, lâm, thủy sản gắn với tiêu thụ bền vững; hỗ trợ tiêu thụ sản phẩm OCOP, sản phẩm công nghiệp nông thôn tiêu biểu, sản phẩm đặc trưng của thành phố thông qua hệ thống phân phối truyền thống, hiện đại và thương mại điện tử; thúc đẩy phát triển dịch vụ, du lịch, logistics và khai thác hiệu quả thị trường nội địa.

- Đẩy mạnh chuyển đổi số trong lĩnh vực thương mại; khuyến khích doanh nghiệp ứng dụng các nền tảng số, giải pháp công nghệ số trong hoạt động sản xuất, kinh doanh, phân phối và tiêu dùng; ưu tiên sử dụng sản phẩm, dịch vụ công nghệ số do doanh nghiệp Việt Nam phát triển theo quy định.

- Tăng cường các hoạt động xúc tiến thương mại, kết nối cung cầu, hội chợ, triển lãm thương mại, tuần hàng Việt, chương trình khuyến mại tập trung nhằm thúc đẩy tiêu thụ hàng hóa sản xuất trong nước; hỗ trợ doanh nghiệp mở rộng hệ thống phân phối, phát triển thị trường trong nước và thương mại điện tử.

- Phát triển thị trường trong nước gắn với xu hướng phát triển của thương mại điện tử, kinh tế số, đổi mới sáng tạo và chuyên đổi số; nâng cao chất lượng, giá trị, khả năng cạnh tranh của hàng hóa Việt Nam trên địa bàn thành phố.

- Thực hiện hiệu quả vai trò kết nối giữa sản xuất và tiêu dùng; chú trọng phát triển thị trường khu vực nông thôn, hải đảo; hỗ trợ đưa hàng Việt về khu công nghiệp, cụm công nghiệp, nông thôn và địa bàn có điều kiện khó khăn.

- Các giải pháp hỗ trợ doanh nghiệp, hợp tác xã, hộ sản xuất kinh doanh bảo đảm phù hợp với quy định pháp luật và cam kết quốc tế mà Việt Nam là thành viên; bảo đảm công khai, minh bạch, không phân biệt đối xử giữa các thành phần kinh tế theo quy định hiện hành.

- 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. NHIỆM VỤ, GIẢI PHÁP**

### **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 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 Côn Sơn - Kiếp Bạc mùa xuân, mùa thu, Lễ hội Truyền thống Nữ tướng Lê Chân, Lễ hội Hoa Phượng Đỏ...

- Xây dựng các “tour trải nghiệm hàng Việt” tại một số chợ truyền thống, làng nghề, cơ sở OCOP phù hợp với điều kiện thực tiễn của từng địa phương.

- 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. Khuyến khích, ưu tiên trong phạm vi các chương trình, đề án hỗ trợ được cấp có thẩm quyền phê duyệt đối với các doanh nghiệp, hợp tác xã, liên hiệp hợp tác xã có tỷ lệ sử dụng nguyên liệu trong nước cao; sản phẩm có 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 phát triển và mở rộng mạng lưới phân phối tại 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, giữ 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.

- Tăng cường công tác thu thập, cập nhật, chia sẻ thông tin thị trường; phối hợp với các Bộ, ngành và cơ quan liên quan trong công tác dự báo diễn biến cung cầu, giá cả hàng hóa.

**(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:**

- Khuyến khích doanh nghiệp chủ động dự trữ hàng hóa, bảo đảm nguồn cung hàng hóa thiết yếu; tham gia các chương trình bình ổn thị trường, dự trữ và điều phối hàng hóa theo các chương trình, kế hoạch được cấp có thẩm quyền phê duyệt.

- 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, phù hợp với quy hoạch, kế hoạch sử dụng đất và các quy định pháp luật có liên quan; bảo đảm 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.

- Khuyến khích phát triển các điểm giới thiệu, quảng bá và tiêu thụ sản phẩm OCOP, sản phẩm đặc trưng địa phương.

### **6. Đẩy mạnh chuyển đổi số, phát triển thương mại điện tử và ứng dụng công nghệ số**

- Đẩy mạnh chuyển đổi số trong lĩnh vực thương mại; khuyến khích doanh nghiệp ứng dụng các nền tảng số, giải pháp công nghệ số trong hoạt động sản xuất, kinh doanh, phân phối và tiêu dùng.

- Xây dựng, cập nhật cơ sở dữ liệu về doanh nghiệp, năng lực sản xuất, thương mại, hàng hóa, dịch vụ, hệ thống phân phối và nhu cầu kết nối tiêu thụ trên địa bàn thành phố; tăng cường chia sẻ thông tin phục vụ công tác quản lý nhà nước và hỗ trợ doanh nghiệp phát triển thị trường.

- Đẩy mạnh ứng dụng thương mại điện tử, thanh toán không dùng tiền mặt; hướng dẫn, hỗ trợ doanh nghiệp, hợp tác xã, hộ kinh doanh ứng dụng công nghệ số trong truy xuất nguồn gốc, ghi nhãn hàng hóa, công bố thông tin hàng hóa, bảo hộ chỉ dẫn địa lý, nhãn hiệu tập thể, nhãn hiệu chứng nhận theo quy định.

- Ưu tiên sử dụng các nền tảng, giải pháp công nghệ số do doanh nghiệp Việt Nam phát triển theo quy định; thúc đẩy ứng dụng công nghệ số trong hoạt động xúc tiến thương mại và quản lý thị trường.

### **7. Đẩy mạnh cải cách hành chính, triển khai phân cấp, phân quyền**

- Tổ chức triển khai hiệu quả các quy định về phân cấp, phân quyền trong lĩnh vực thương mại và các lĩnh vực liên quan đến hoạt động đầu tư, sản xuất, kinh doanh, vận tải, thuế, phí, khuyến mại.

- Rà soát, đơn giản hóa quy trình giải quyết thủ tục hành chính liên quan đến đầu tư, kinh doanh, logistics, vận tải, thuế, phí, xúc tiến thương mại, khuyến mại và thương mại điện tử.

- Đẩy mạnh giải quyết thủ tục hành chính trên môi trường điện tử; nâng cao chất lượng phục vụ người dân và doanh nghiệp; kịp thời tháo gỡ khó khăn, vướng mắc trong hoạt động sản xuất, kinh doanh.

- Tăng cường công tác phối hợp giữa các sở, ngành, địa phương trong quản lý nhà nước, hỗ trợ doanh nghiệp và phát triển thị trường trong nước trên địa bàn thành phố.

### **III. KINH PHÍ THỰC HIỆN**

#### **1. Ngân sách nhà nước**

Kinh phí thực hiện bảo đảm theo phân cấp ngân sách hiện hành; được bố trí trong dự toán chi hằng năm của các cơ quan, đơn vị theo quy định.

#### **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 phát triển thị trường trong nước, kích cầu tiêu dùng, đẩy mạnh Cuộc vận động “Người Việt Nam ưu tiên dùng hàng Việt Nam”.

#### **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**

- 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 tổng hợp kết quả thực hiện Kế hoạch, báo cáo cấp có thẩm quyền.

- 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, bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng; 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; kiểm tra, kiểm soát hoạt động kinh doanh thương mại điện tử 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**

- Tuyên truyền, hướng dẫn doanh nghiệp, người tiêu dùng về chính sách thuế, phí ưu đãi đã ban hành; phối hợp, hướng dẫn các sở, ngành, địa phương giải ngân kinh phí cho các hoạt động xúc tiến thương mại, kích cầu tiêu dùng.

- Phối hợp chặt chẽ với các sở, ngành, chính quyền địa phương theo dõi sát tình hình giá cả hàng hóa dịch vụ, đặc biệt đối với những hàng hóa, dịch vụ thiết yếu để chủ động triển khai các giải pháp phù hợp, kịp thời, hiệu quả theo thẩm quyền và quy định.

## **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 doanh nghiệp, hợp tác xã, hộ sản xuất, kinh doanh ứng dụng khoa học, công nghệ, đổi mới sáng tạo và chuyển đổi số; áp dụng hệ thống quản lý chất lượng tiên tiến, công cụ cải tiến năng suất chất lượng, truy xuất nguồn gốc sản phẩm, hàng hóa; hỗ trợ tuân thủ tiêu chuẩn, quy chuẩn kỹ thuật nhằm nâng cao năng suất, chất lượng, khả năng cạnh tranh của sản phẩm, hàng hóa trên địa bàn 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; thực

hiện các biện pháp bảo vệ quyền và lợi ích hợp pháp của các tổ chức, cá nhân trong lĩnh vực sở hữu công nghiệp.

### **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.

- Đẩy mạnh quảng bá du lịch Hải Phòng, tăng cường công tác tuyên truyền, giới thiệu điểm đến, sản phẩm đặc trưng nhằm thu hút khách du lịch, góp phần tăng mức chi tiêu và sử dụng 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. Công an thành phố**

Phối hợp các cơ quan chức năng đấu tranh, ngăn chặn kịp thời các hành vi vi phạm về buôn lậu, gian lận thương mại, sản xuất, buôn bán hàng giả, hàng kém chất lượng, hàng xâm phạm quyền sở hữu trí tuệ, trốn thuế và hành vi vi phạm hành chính khác liên quan đến các lĩnh vực quản lý nhà nước, trên thị trường.

### **9. 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.

### **10. Liên minh Hợp tác xã thành phố, Hội Nông dân thành phố, Hội Liên hiệp Phụ nữ thành phố**

- Tuyên truyền, vận động các hợp tác xã, hội viên 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, kích cầu tiêu dùng, phát triển thị trường trong nước, Cuộc Vận động “Người Việt Nam ưu tiên dùng hàng Việt Nam” theo Kế hoạch và các nhiệm vụ phát sinh theo chỉ đạo của Ủy ban nhân dân thành phố.

- Tổ chức các lớp đào tạo tập huấn nâng cao năng lực quản trị, marketing và kỹ năng xúc tiến thương mại cho các hợp tác xã, hội viên, câu lạc bộ OCOP, các đơn vị thành viên trên địa bàn thành phố.

### **11. Các sở, ban, ngành, các tổ chức chính trị - xã hội**

- Tổ chức hoạt động tuyên truyền, hưởng ứng Cuộc vận động “Người Việt Nam ưu tiên dùng hàng Việt Nam” 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 theo thẩm quyền được giao.

- Tổ chức triển khai các quy định về phân cấp, phân quyền, đặc biệt tập trung các nhóm thủ tục hành chính liên quan đến doanh nghiệp như đầu tư, kinh doanh, vận tải, thuế, phí, khuyến mại theo chức năng, nhiệm vụ được giao.

### **12. 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”, phối hợp 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. Phối hợp hướng dẫn, hỗ trợ doanh nghiệp, hộ sản xuất kinh doanh tiếp cận thông tin về chính sách tín dụng, mặt bằng sản xuất và thủ tục hành

chính theo thẩm quyền.

- 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 tổ chức hoặc phối hợp 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.

- Chỉ đạo lực lượng chức năng tại địa phương chủ trì hoặc 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 hoặc đề xuất xử lý theo thẩm quyền đối với các hành vi vi phạm pháp luật về giá, đầu cơ, găm hàng, gian lận thương mại trên địa bàn.

### **13. 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.

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

- Đẩy mạnh công tác tuyên truyền, vận động đoàn viên, hội viên và các tầng lớp Nhân dân hưởng ứng Cuộc vận động “Người Việt Nam ưu tiên dùng hàng Việt Nam”; ưu tiên sử dụng hàng hóa sản xuất trong nước, sản phẩm OCOP, sản phẩm đặc trưng của địa phương, hàng hóa bảo đảm chất lượng, an toàn thực phẩm; lồng ghép nội dung Cuộc vận động với các phong trào thi đua yêu nước, các cuộc vận động do Mặt trận Tổ quốc Việt Nam và các tổ chức chính trị - xã hội chủ trì phát động.

- 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.

- Phản ánh, tổng hợp ý kiến, kiến nghị của Nhân dân liên quan đến chất lượng hàng hóa, an toàn thực phẩm, tình trạng gian lận thương mại, hàng giả, hàng không bảo đảm chất lượng để kiến nghị cơ quan có thẩm quyền xem xét, xử lý theo quy định.

### **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 triển khai thực hiện Nghị quyết số 88/NQ-CP ngày 05/4/2026 của Chính phủ về thúc đẩy phát triển thị trường trong nước, kích cầu tiêu dùng, đẩy mạnh Cuộc vận động “Người Việt Nam ưu tiên dùng hàng Việt Nam” trên địa bàn thành phố Hải Phòng. 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;
- Các đơn vị được giao nhiệm vụ trong Kế hoạch;
- 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**

