

Đà Nẵng có thêm 2 sản phẩm OCOP đạt chuẩn 5 sao quốc gia

04:55 16/05/2026

Trong khuôn khổ lễ khai mạc sự kiện “Trung bày, giới thiệu sản phẩm OCOP và kết nối giao thương tại TP. Đà Nẵng năm 2026”, Sở Nông nghiệp và Môi trường TP. Đà Nẵng đã tổ chức lễ công bố quyết định và trao chứng nhận sản phẩm OCOP 5 sao cấp quốc gia.



Đại biểu cắt băng khai mạc sự kiện trưng bày, giới thiệu sản phẩm OCOP.

Tối 15/5, tại phường Bàn Thạch, Sở Nông nghiệp và Môi trường TP. Đà Nẵng tổ chức sự kiện “Trung bày, giới thiệu sản phẩm OCOP và kết nối giao thương tại TP. Đà Nẵng năm 2026”, nhằm quảng bá sản phẩm OCOP, kết nối tiêu thụ và mở rộng thị trường cho các chủ thể sản xuất trên địa bàn.

Thừa ủy quyền và thực hiện Quyết định số 1440/QĐ-BNNMT ngày 21/4/2026 của Bộ Nông nghiệp và Môi trường về kết quả đánh giá, phân hạng sản phẩm OCOP cấp Quốc gia năm 2025, Ban tổ chức đã trao chứng nhận 5 sao cho 2 sản phẩm gồm: Bánh dừa nướng mè TOPCOCO và bánh dừa nướng đậu phộng

TOPCOCO. Cả hai sản phẩm xuất sắc này đều thuộc Công ty TNHH Mỹ Phương Food, phường Hòa Khánh, TP. Đà Nẵng.



Phó Giám đốc Sở Nông nghiệp và Môi trường Vũ Thị Bích Hậu (trái) trao chứng nhận 2 sản phẩm OCOP 5 sao cấp quốc gia cho Công ty TNHH Mỹ Phương Food.

Một tín hiệu đáng mừng, Công ty TNHH Mỹ Phương Food vừa xuất lô hàng 5 container sản phẩm bánh dừa nước sang Hệ thống siêu thị Costco tại Úc để tiêu thụ.



Sản phẩm bánh dừa nước TOPCOCO có mặt ở Hệ thống siêu thị Costco tại Úc.

Costco là tập đoàn phân phối, bán lẻ đa quốc gia lớn nhất Hoa Kỳ, có hệ thống siêu thị ở nhiều nước trên thế giới, trong đó có Úc. Giám đốc Kinh doanh Công ty TNHH Mỹ Phương Food Mai Thị Ý Nhi cho biết: Để vào được hệ thống Costco, đơn vị đã nỗ lực gần 1 năm để đánh giá và hoàn thiện sản phẩm theo đúng các tiêu chuẩn, yêu cầu khắt khe của đối tác này từ quy cách thùng hàng, bao bì, chất lượng, an toàn thực phẩm của sản phẩm theo tiêu chuẩn quốc tế, v.v... đến áp lực về sản lượng, tiến độ giao hàng, môi trường làm việc, quyền lợi người lao động, tính minh bạch và trách nhiệm xã hội trong hoạt động sản xuất.



Một công đoạn sản xuất bánh dừa nước TOPCOCO của Công ty TNHH Mỹ Phương Food.

Dự kiến, trong tháng 7 tới, Công ty tiếp tục xuất hàng cho Hệ thống siêu thị Costco tại Úc nếu kết quả bán hàng tích cực.

Theo báo cáo mới nhất, tính đến tháng 5/2026, toàn TP. Đà Nẵng có 473 sản phẩm OCOP được công nhận còn hạn, trong đó có 4 sản phẩm đạt 5 sao, 78 sản phẩm đạt 4 sao, 391 sản phẩm đạt 3 sao. Cơ cấu sản phẩm tập trung chủ yếu ở nhóm thực phẩm; ngoài ra còn có các nhóm đồ uống, dược liệu và sản phẩm từ dược liệu, thủ công mỹ nghệ, sinh vật cảnh và dịch vụ du lịch cộng đồng, du lịch sinh thái, điểm du lịch.

Một số sản phẩm OCOP tiêu biểu như: MITRITEA Trà sâm Ngọc Linh, Thực phẩm bảo vệ sức khỏe Saphraton, Bánh dừa nướng Quý Thu, Tiêu Tiên Phước, Cá đét khô tẩm gia vị, Tinh dầu quế Trà My Minh Phúc, Thanh gạo lứt hạt và rong biển, Bánh khô mè đen gạo lứt, Bánh dừa nướng TOPCOCO...



Hàng trăm sản phẩm OCOP của các địa phương, doanh nghiệp trên địa bàn thành phố tham gia trưng bày, giới thiệu đến khách hàng.

Những sản phẩm OCOP có thể khai thác trong hoạt động du lịch, xúc tiến thương mại và tiêu dùng của khách du lịch gồm: Các sản phẩm đặc sản, sản phẩm chế biến sâu, quà tặng, hàng thủ công mỹ nghệ, sản phẩm làng nghề và sản phẩm gắn với bản sắc địa phương như, đĩa đá ngọc chạm các cầu tại TP. Đà Nẵng, nước mắm Nam Ô - Hương làng cổ, quạt sậy sợi Phúc Nguyễn, đèn lồng Hội An (Đèn lồng Dé Lantana), rượu vang lòn bon, gạo tím than lò gạch cũ, bộ sản phẩm gốc tre mỹ nghệ Phước Lộc Thọ - Phương Đỏ.

Theo bà Vũ Thị Bích Hậu, kết quả trên không chỉ là niềm tự hào của doanh nghiệp mà còn thể hiện quá trình đổi mới, nâng cao chất lượng sản phẩm, xây dựng thương hiệu và khẳng định vị thế sản phẩm OCOP của Đà Nẵng trên thị trường trong nước và quốc tế.

“Sự kiện lần này cũng tạo điều kiện để các chủ thể OCOP kết nối với doanh nghiệp phân phối, doanh nghiệp xuất khẩu, hệ thống siêu thị, sàn thương mại điện tử và người tiêu dùng; qua đó mở rộng cơ hội hợp tác, thúc đẩy xúc tiến thương mại, chuyển đổi số và phát triển thương hiệu sản phẩm”, bà Hậu nhấn mạnh.

Hoàng Hữu Quyết