

Hà Nội nâng chất OCOP, mở đường cho sản vật địa phương vươn xa

06:04 05/09/2026

Không chỉ dẫn đầu cả nước về số lượng sản phẩm được đánh giá, phân hạng, Hà Nội đang bước vào giai đoạn phát triển mới của Chương trình mỗi xã một sản phẩm (OCOP). Trọng tâm không còn đơn thuần là tạo thêm sản phẩm mà hướng tới nâng cao chất lượng, hoàn thiện chuỗi giá trị, xây dựng thương hiệu và mở rộng thị trường, qua đó đưa những đặc sản, sản phẩm làng nghề của Thủ đô tiến gần hơn tới người tiêu dùng quốc tế.

Với 3.531 sản phẩm OCOP đã được đánh giá, phân hạng, Hà Nội tiếp tục giữ vị trí dẫn đầu cả nước về phát triển Chương trình mỗi xã một sản phẩm. Tuy nhiên, quy mô lớn cũng đặt ra yêu cầu mới: làm thế nào để các sản phẩm không chỉ dừng lại ở danh hiệu mà thực sự tạo ra giá trị kinh tế, xây dựng được thương hiệu và có chỗ đứng bền vững trên thị trường.

Trong tổng số sản phẩm OCOP của Hà Nội hiện có 18 sản phẩm đạt 5 sao, 22 sản phẩm tiềm năng 5 sao, 1.584 sản phẩm đạt 4 sao và 1.907 sản phẩm đạt 3 sao. Sự đa dạng này phản ánh lợi thế của Hà Nội khi hội tụ cả vùng sản xuất nông nghiệp, các làng nghề truyền thống và nhiều đặc sản mang đậm dấu ấn văn hóa địa phương.

Từ lợi thế số lượng đến cuộc đua về chất lượng

Theo định hướng của thành phố, OCOP đang chuyển dần từ giai đoạn phát triển theo chiều rộng sang nâng cao chất lượng và giá trị. Điều quan trọng không chỉ là có thêm bao nhiêu sản phẩm được xếp hạng mà là năng lực cạnh tranh, khả năng thương mại hóa và mức độ nhận diện thương hiệu của từng sản phẩm.



Các sản phẩm OCOP của Hà Nội được giới thiệu tại hoạt động xúc tiến thương mại. Thành phố đang chuyển trọng tâm từ phát triển số lượng sang nâng cao chất lượng, xây dựng thương hiệu và mở rộng thị trường tiêu thụ. Ảnh: NNHN

Trong năm 2026, Hà Nội phấn đấu có khoảng 300 sản phẩm được công nhận đạt từ 3 sao trở lên, đồng thời hướng tới ít nhất 20 sản phẩm tiềm năng được đề xuất đánh giá, phân hạng OCOP 5 sao cấp quốc gia.

Mục tiêu này cho thấy thành phố đang tập trung lựa chọn và đầu tư chiều sâu cho những sản phẩm có tiềm năng trở thành thương hiệu mạnh. Đây cũng là hướng đi phù hợp trong bối cảnh người tiêu dùng ngày càng quan tâm đến chất lượng, nguồn gốc sản phẩm, quy trình sản xuất và các yếu tố phát triển bền vững.

Để hiện thực hóa mục tiêu này, các chủ thể OCOP đang được hỗ trợ hoàn thiện tiêu chuẩn sản xuất, cải tiến bao bì, nhãn mác, nâng cao chất lượng và tăng cường truy xuất nguồn gốc. Việc ứng dụng khoa học, công nghệ và chuyển đổi số cũng được xem là công cụ quan trọng giúp doanh nghiệp, hợp tác xã kiểm soát chất lượng tốt hơn và tăng tính minh bạch cho sản phẩm.

Đối với các sản phẩm tiềm năng 5 sao, việc hoàn thiện hồ sơ, tiêu chuẩn và các yêu cầu liên quan đến thị trường sẽ là bước chuẩn bị cần thiết để nâng cao vị thế và hướng tới những thị trường có yêu cầu cao hơn.

Hoàn thiện hệ sinh thái để OCOP vươn xa

Một sản phẩm chất lượng sẽ khó mở rộng thị trường nếu thiếu hệ thống phân phối và chuỗi cung ứng phù hợp. Vì vậy, Hà Nội đang hướng tới xây dựng hệ sinh thái OCOP đồng bộ hơn, từ sản xuất, chế biến, hoàn thiện sản phẩm đến quảng bá và tiêu thụ.

Việc kết nối sản phẩm với các siêu thị, hệ thống bán lẻ hiện đại, sàn thương mại điện tử và hoạt động du lịch được xem là giải pháp quan trọng để mở rộng đầu ra. Các sản phẩm OCOP cũng có thêm cơ hội tiếp cận người tiêu dùng thông qua hệ thống điểm giới thiệu và bán sản phẩm trên địa bàn.

Đáng chú ý, thành phố định hướng tăng cường liên kết giữa sản xuất với logistics và chuỗi cung ứng lạnh. Đây là yếu tố có ý nghĩa đặc biệt đối với nhóm nông sản, thực phẩm, giúp giảm tổn thất sau thu hoạch, duy trì chất lượng và kéo dài thời gian bảo quản.

Bên cạnh thị trường trong nước, Hà Nội tiếp tục hỗ trợ doanh nghiệp, hợp tác xã tham gia các hội chợ, triển lãm và hoạt động xúc tiến thương mại trong và ngoài nước. Việc quảng bá sản phẩm cũng được gắn với văn hóa, làng nghề và phát triển du lịch, qua đó tạo nên câu chuyện riêng cho từng sản phẩm.

Các trung tâm thiết kế sáng tạo, không gian quảng bá sản phẩm OCOP và sản phẩm làng nghề được kỳ vọng sẽ trở thành cầu nối giữa sản xuất truyền thống với xu hướng tiêu dùng hiện đại.

Sau nhiều năm phát triển mạnh về số lượng, OCOP Hà Nội đang đứng trước giai đoạn chuyển mình mới. Khi chất lượng, thương hiệu, công nghệ, logistics và thị trường được kết nối thành một chuỗi giá trị hoàn chỉnh, những sản vật mang dấu ấn Thủ đô sẽ không chỉ hiện diện nhiều hơn trên các kệ hàng trong nước mà còn có thêm cơ hội bước ra thị trường quốc tế. Đây cũng là con đường để OCOP tạo ra giá trị bền vững, góp phần nâng cao thu nhập cho người dân và gìn giữ những giá trị đặc sắc của các vùng quê, làng nghề Hà Nội.

Minh Thành (t/h)