

Hà Nội: Tăng cường xúc tiến thương mại, đưa sản phẩm OCOP vươn ra quốc tế

14:00 23/11/2025

Đại diện Sở Công Thương Hà Nội cho biết, thời gian qua nhiều đoàn công tác của thành phố đã tham gia các chương trình xúc tiến ở Đức, Italia, Australia, Thụy Điển, Mỹ..., giới thiệu sản phẩm OCOP Việt Nam đến người tiêu dùng và nhà nhập khẩu nước ngoài. Qua đó, nhiều sản phẩm đã được nhận diện và tiêu thụ tại các thị trường lớn...

Dẫn đầu cả nước về số lượng và chất lượng sản phẩm OCOP

Theo ông Nguyễn Thế Hiệp, Phó Giám đốc Sở Công Thương Hà Nội, hiện thành phố hiện có hơn 3.600 sản phẩm OCOP đã được công nhận, dẫn đầu cả nước về số lượng và chất lượng sản phẩm, trong đó có 65 sản phẩm OCOP 5 sao, chiếm trên 50% tổng số sản phẩm 5 sao của cả nước.

Thời gian qua, TP. Hà Nội đã chú trọng triển khai hàng loạt hoạt động xúc tiến thương mại, tiêu thụ sản phẩm OCOP, như: Tuần hàng tư vấn, giới thiệu và xúc tiến tiêu thụ sản phẩm OCOP, làng nghề, nông sản thực phẩm an toàn...



Triển lãm sản phẩm OCOP, làng nghề Thanh Oai (ngày 20/11) quy tụ 125 gian hàng. Ảnh: TH

Mỗi tuần hàng, hội chợ đều thu hút hàng trăm doanh nghiệp, hợp tác xã đến từ Hà Nội và các địa phương như: Hà Tĩnh, Khánh Hòa, Lào Cai, Thanh Hóa, Quảng Ninh, Ninh Bình, Sơn La, Phú Thọ... tham gia. Hầu hết các đơn vị tham gia đều kết nối được nhiều khách hàng, tìm được đầu ra cho sản phẩm.

Các sản phẩm góp mặt tại Hội chợ đặc sản vùng miền Việt Nam 2025 vô cùng phong phú, đại diện cho bản sắc ẩm thực và nông sản của các vùng miền.

Điểm mới tại hội chợ năm 2025, là sự phối hợp cùng các sàn thương mại điện tử quốc tế lớn như: Alibaba, Amazon trong tiến trình bắt nhịp với phương thức giao thương số, qua đó hỗ trợ các sản phẩm chất lượng của Việt Nam có cơ hội xuất khẩu, được đông đảo du khách quốc tế biết tới.

Thông tin trước báo chí, bà Nguyễn Ánh Dương, Phó Giám đốc Sở Công Thương Hà Nội cho biết: “Hội chợ năm nay có nhiều đổi mới trong công tác tổ chức, ứng dụng công nghệ thông tin, chuyển đổi số và truyền thông. Thông qua những đổi mới này, Sở kỳ vọng không chỉ quảng bá sản phẩm đặc sản vùng miền đến người tiêu dùng, mà còn mở ra cơ hội đưa sản phẩm vào các hệ thống phân phối trong nước, đồng thời thúc đẩy xuất khẩu ra thị trường quốc tế”.

Mở rộng thị trường ra nước ngoài

Tính đến nay, Hà Nội đã xây dựng 115 điểm giới thiệu và bán sản phẩm OCOP trên khắp địa bàn, tạo điều kiện cho người dân và du khách dễ dàng tiếp cận hàng hóa chất lượng cao.

Bên cạnh đó, Hà Nội cũng thường xuyên tổ chức hội chợ, hội thảo, sự kiện kết nối giao thương, giúp các chủ thể OCOP giới thiệu sản phẩm, mở rộng thị trường tiêu thụ và liên kết với doanh nghiệp phân phối. Các hoạt động này không chỉ tập trung trong nội thành, mà còn lan tỏa về khu vực ngoại thành, gần với các điểm du lịch làng nghề và du lịch nông thôn.



Một gian hàng tại Hội chợ các sản phẩm OCOP xuất khẩu - VIETNAM OCOPEX 2025. Ảnh: KD

Bà Nguyễn Ánh Dương, Phó Giám đốc Sở Công Thương Hà Nội cho biết: “Điểm nổi bật, là Hà Nội đã đưa xúc tiến thương mại ra tầm quốc tế. Nhiều đoàn công tác của thành phố đã tham gia các chương trình xúc tiến ở Đức, Italia, Australia, Thụy Điển, Mỹ..., giới thiệu sản phẩm OCOP Việt Nam đến người tiêu dùng và nhà nhập khẩu nước ngoài. Thông qua đó, nhiều sản phẩm của Hà Nội, từ trà thảo mộc, mật ong, bánh kẹo truyền thống, đến gốm sứ, mây tre đan... đã được nhận diện và tiêu thụ tại các thị trường lớn.

Các hoạt động xúc tiến này giúp mở rộng kênh tiêu thụ, tăng giá trị thương hiệu và nâng cao năng lực cạnh tranh cho sản phẩm OCOP. Đồng thời, góp phần quan trọng vào quảng bá hình ảnh Hà Nội như trung tâm sáng tạo và tiêu biểu

của kinh tế nông thôn mới Việt Nam.

Có thể nói, việc chủ động các biện pháp xúc tiến thương mại, tiêu thụ đặc sản đã và đang tạo sự chuyển biến mạnh mẽ về nhận thức cho đa số người tiêu dùng Thủ đô trong việc ưu tiên lựa chọn và sử dụng hàng hóa do các doanh nghiệp trong nước sản xuất, tạo đầu ra bền vững cho nông sản, đặc sản của các địa phương.

Điển hình đưa sản phẩm OCOP vươn ra quốc tế

Một điển hình của Hà Nội có cách làm hay trong xúc tiến thương mại, đưa sản phẩm OCOP ra quốc tế là Hợp tác xã Sản xuất kinh doanh gốm sứ Tân Thịnh tại làng nghề Bát Tràng. Đây là một trong số rất ít sản phẩm OCOP 5 sao của Thủ đô, với dòng sản phẩm gốm men “Suối Ngọc” được đánh giá cao cả trong nước và quốc tế. Nhờ chất lượng vượt trội, thiết kế độc đáo kết hợp giữa nghệ thuật truyền thống và thị hiếu hiện đại, sản phẩm của Hợp tác xã đã được xuất khẩu sang nhiều thị trường khó tính như Đức, Pháp, Nhật Bản và Hàn Quốc. Việc đạt chứng nhận OCOP 5 sao đã trở thành “giấy thông hành”, giúp Hợp tác xã kết nối các sự kiện xúc tiến thương mại quốc tế, tham gia các hội chợ nước ngoài và mở rộng các kênh phân phối quốc tế. Cách làm của gốm sứ Tân Thịnh không chỉ nâng tầm thương hiệu sản phẩm OCOP Hà Nội mà còn góp phần quảng bá văn hóa Việt ra thế giới, tạo chuỗi giá trị bền vững cho hợp tác xã và cộng đồng làng nghề.

Một điển hình khác của Hà Nội là Hợp tác xã sản xuất, kinh doanh nông nghiệp Đoàn Kết. Hợp tác xã này đã đầu tư mạnh vào sản xuất lúa gạo theo tiêu chuẩn VietGAP, ứng dụng công nghệ sấy, xay xát, đóng gói đạt chuẩn để dễ dàng tiếp cận thị trường hiện đại và hướng tới xuất khẩu. Nhờ đó, sản phẩm OCOP 4 sao của Hợp tác xã đã được đưa vào các kênh phân phối lớn, thậm chí nhắm tới thị trường quốc tế, góp phần nâng cao giá trị nông sản và mở rộng xúc tiến thương mại cho sản phẩm OCOP của Hà Nội.

Tuấn Ngọc