

OCOP hành trình “toàn cầu hóa” bản sắc Việt

11:47 19/10/2025

Từ những vùng quê bình dị, những sản phẩm mang đậm bản sắc Việt đang dần khẳng định vị thế của mình trên bản đồ nông sản quốc tế. Chương trình “Mỗi xã một sản phẩm” (OCOP) không chỉ tạo nên cú hích mạnh mẽ cho nông thôn Việt Nam, mà còn là hành trình lan tỏa giá trị văn hóa và trí tuệ Việt ra toàn cầu.

Tại Đồng Tháp – vùng đất sen hồng nổi tiếng với tinh thần sáng tạo và ý chí vượt khó – chương trình OCOP được xem là đòn bẩy quan trọng để nâng tầm sản phẩm địa phương. Từ những nguyên liệu sẵn có như xoài, khóm, sầu riêng, dừa, ca cao..., người dân đã biến chúng thành các sản phẩm đặc trưng vừa giữ hồn quê, vừa đáp ứng tiêu chuẩn xuất khẩu.

Điều đáng tự hào là nhiều mặt hàng OCOP của Đồng Tháp không chỉ dừng lại ở thị trường trong nước mà đã có mặt tại Nhật Bản, Hàn Quốc, châu Âu hay Mỹ. Những chuyến hàng xoài Cao Lãnh – Tịnh Thới đạt chuẩn VietGAP, GlobalGAP liên tục được xuất đi, chứng minh rằng nông sản Việt hoàn toàn có thể cạnh tranh trên sân chơi quốc tế khi được đầu tư bài bản về chất lượng, bao bì và thương hiệu.

Với lợi thế về điều kiện tự nhiên, khí hậu và hệ sinh thái đa dạng, Đồng Tháp có nhiều tiềm năng trong phát triển nông nghiệp và sản phẩm đặc trưng vùng miền. Những năm qua, tỉnh chú trọng triển khai Chương trình OCOP gắn với khai thác lợi thế vùng nguyên liệu sẵn có, hình thành chuỗi sản phẩm phong phú, đa dạng và ngày càng khẳng định được chỗ đứng trên thị trường.



Với lợi thế về điều kiện tự nhiên, khí hậu và hệ sinh thái đa dạng, Đồng Tháp có nhiều tiềm năng trong phát triển nông nghiệp và sản phẩm đặc trưng vùng miền. Ảnh minh họa

Theo Sở Nông nghiệp và Môi trường tỉnh Đồng Tháp, trong hơn 1.000 sản phẩm này, có 799 sản phẩm đạt chuẩn 3 sao, 199 sản phẩm đạt chuẩn 4 sao và 4 sản phẩm đạt chuẩn 5 sao. Các nhóm sản phẩm trải đều từ nông sản chế biến, đồ uống, thảo dược, thủ công mỹ nghệ đến dịch vụ du lịch cộng đồng. Với kết quả có được, OCOP Đồng Tháp hôm nay là sự hội tụ của bản sắc văn hóa và trí tuệ người dân. Mỗi sản phẩm là một câu chuyện sáng tạo và chất lượng.

Trong những sản phẩm này, có nhiều sản phẩm nổi bật, có thương hiệu vững chắc như: các sản phẩm từ yến sào của Công ty TNHH Thương mại Dịch vụ Trí Sơn, gạo đặc sản VD20 Gò Công của Công ty TNHH Thương mại HK, các sản phẩm từ đông trùng hạ thảo Thiên Ân, trà măng cầu Xiêm Vĩnh Phát đạt OCOP 5 sao, bột ca cao nguyên chất và hạt ca cao nguyên chất rang của Công ty TNHH Ca cao Xuân Ron Chợ Gạo đạt OCOP 5 sao. Các chế phẩm từ sen - biểu tượng đặc trưng của Đồng Tháp; cùng các sản phẩm từ trái cây như: Xoài cát Hòa Lộc, khóm Tân Phước, sầu riêng, bưởi da xanh, thanh long, sa pô, dưa lưới, sản phẩm xoài Cao Lãnh,...

Đáng chú ý, triển khai chuỗi sản phẩm OCOP Đồng Tháp là sự gắn kết chặt chẽ giữa sản xuất - chế biến - tiêu thụ và phát triển thương hiệu. Nhiều doanh nghiệp, hợp tác xã, hộ sản xuất đã mạnh dạn đầu tư công nghệ hiện đại, phát triển sản phẩm theo hướng hữu cơ, sạch, an toàn và minh bạch nguồn gốc xuất xứ.

Nếu như trước đây, người nông dân chỉ quen với sản xuất thô, bán hàng qua thương lái, thì nay họ đã biết cách “kể câu chuyện” về sản phẩm của mình. Hợp tác xã Đông Nghi là ví dụ tiêu biểu: từ trang trại dê sữa đến nhà xưởng chế biến hiện đại, họ tạo ra nhiều dòng sản phẩm sấy thăng hoa như sữa dê, sầu riêng, chuối... đạt chuẩn OCOP 4 sao. Không chỉ sản xuất, họ còn kết hợp làm du lịch nông nghiệp, để du khách vừa được trải nghiệm, vừa hiểu hơn về quy trình tạo ra sản phẩm sạch.

Ở một hướng đi khác, cơ sở kẹo mứt Anh Quý lại biến trái cây miệt vườn thành những món quà đậm đà hương vị Việt. Từng viên kẹo dừa, lát mứt khóm hay gừng cay không chỉ là sản phẩm ngọt ngào của vùng đất phù sa mà còn là kết tinh của tay nghề thủ công, được chuẩn hóa để chinh phục những thị trường khó tính nhất ở châu Âu.



Nhiều chủ thể sản xuất đã biết tận dụng Chương trình OCOP để nâng tầm sản phẩm, từ đó mở rộng thị trường tiêu thụ và phát triển bền vững. Ảnh minh họa

Không dừng lại ở việc “làm cho có”, các địa phương như Đồng Tháp đã đặt mục tiêu đưa sản phẩm OCOP trở thành thương hiệu mạnh, gắn với chỉ dẫn địa lý, tem truy xuất nguồn gốc, và đăng ký bảo hộ sở hữu trí tuệ. Chính quyền tỉnh đang hỗ trợ hàng chục doanh nghiệp, hợp tác xã hoàn thiện bao bì, nhãn hiệu và chiến lược thương mại hóa, giúp người dân nông thôn thực sự trở thành chủ thể của chuỗi giá trị.

Tính đến nay, Đồng Tháp đã có hàng trăm sản phẩm OCOP được công nhận từ 3 đến 5 sao, trong đó không ít sản phẩm đã vươn tầm quốc tế. Mỗi sản phẩm là một “đại sứ” mang theo hương vị, tinh thần và bản sắc Việt – giản dị nhưng bền bỉ, mộc mạc mà kiêu hãnh.

Hành trình đưa sản phẩm OCOP ra thế giới vẫn còn dài. Nông sản Việt vẫn cần nỗ lực hơn nữa để đáp ứng yêu cầu về tiêu chuẩn kỹ thuật, bao bì, thương hiệu và khả năng tiếp cận thị trường quốc tế. Nhưng với nền tảng từ chương trình OCOP, cùng sự chung tay của người dân, doanh nghiệp và chính quyền, con đường ấy đang dần rõ nét hơn bao giờ hết.

Từ những sản phẩm thủ công, những gói trà, hũ mật ong, miếng mít, quả xoài..., “hồn Việt” đang từng bước lan tỏa ra thế giới – bằng chính sự sáng tạo, cần cù và khát vọng vươn lên của người nông dân Việt Nam.

Hà Trần