

OCOP Phú Thọ: Đòn bẩy cho kinh tế địa phương

16:15 15/04/2026

Trong tiến trình tái cơ cấu nông nghiệp và xây dựng nông thôn mới, Chương trình “Mỗi xã một sản phẩm” (OCOP) đang trở thành một trong những động lực quan trọng thúc đẩy phát triển kinh tế địa phương tại Phú Thọ. Không chỉ góp phần nâng cao giá trị nông sản, OCOP còn mở ra hướng đi mới cho phát triển du lịch, bảo tồn văn hóa và tạo sinh kế bền vững cho người dân.

Từ sản phẩm đặc trưng đến động lực kinh tế

Những năm gần đây, OCOP Phú Thọ có bước phát triển mạnh mẽ cả về số lượng và chất lượng. Toàn tỉnh hiện có gần 700 sản phẩm đạt từ 3 sao trở lên, phân bố rộng khắp ở hầu hết các địa phương. Chương trình đã thu hút hàng trăm doanh nghiệp, hợp tác xã và hộ sản xuất tham gia, hình thành mạng lưới sản xuất hàng hóa quy mô ngày càng lớn. Đây là kết quả của quá trình chuyển đổi tư duy sản xuất từ nhỏ lẻ sang hàng hóa chất lượng cao, có tiêu chuẩn và truy xuất nguồn gốc rõ ràng.

Hiệu quả kinh tế mang lại là rất rõ nét. Doanh thu của các chủ thể OCOP tăng trung bình trên 15%, đồng thời tạo việc làm ổn định cho hơn 5.000 lao động nông thôn. Điều này cho thấy OCOP không chỉ góp phần nâng cao thu nhập mà còn giải quyết bài toán việc làm, giữ chân lao động tại địa phương.

Thông qua chương trình OCOP, các chủ thể sản xuất – từ hợp tác xã, doanh nghiệp đến hộ gia đình – đã chú trọng hơn đến việc chuẩn hóa quy trình, cải tiến mẫu mã, xây dựng thương hiệu và câu chuyện sản phẩm. Nhờ đó, giá trị hàng hóa không ngừng được nâng lên, đáp ứng tốt hơn nhu cầu ngày càng cao của thị trường.

Quan trọng hơn, OCOP không chỉ dừng lại ở việc phát triển sản phẩm mà còn tạo sinh kế cho hàng nghìn lao động nông thôn, góp phần chuyển dịch cơ cấu kinh tế theo hướng tích cực và bền vững.



Không chỉ mang ý nghĩa kinh tế, mỗi sản phẩm OCOP còn là kết tinh của bản sắc văn hóa địa phương. Ảnh minh họa

Gắn OCOP với du lịch: “đòn bẩy kép” cho tăng trưởng

Một điểm nổi bật trong chiến lược phát triển OCOP của Phú Thọ hiện nay là gắn sản phẩm với du lịch. Đây được xem là hướng đi hiệu quả, tạo ra giá trị gia tăng cao và lan tỏa rộng hơn.

Trong bối cảnh nhu cầu du lịch trải nghiệm ngày càng tăng, Phú Thọ đã khéo léo biến các sản phẩm OCOP thành “đại sứ văn hóa”. Du khách không chỉ mua sản phẩm mà còn được tham gia vào quá trình sản xuất, khám phá làng nghề, thưởng thức ẩm thực và tìm hiểu đời sống bản địa.

Thực tế cho thấy, nhiều sản phẩm OCOP như bưởi Đoan Hùng, mì gạo Hùng Lô, thịt chua Thanh Sơn hay các sản phẩm chè đặc sản không chỉ là hàng hóa tiêu dùng mà còn trở thành quà tặng du lịch, sản phẩm trải nghiệm. Các điểm du lịch, lễ hội, khu di tích trên địa bàn tỉnh đều tích cực trưng bày, giới thiệu và tiêu thụ sản phẩm OCOP, giúp mở rộng thị trường một cách tự nhiên.

Năm 2025, Phú Thọ đón khoảng 14,5 triệu lượt khách du lịch với doanh thu ước đạt 14.800 tỷ đồng – con số cho thấy hiệu quả rõ nét của việc kết hợp giữa phát triển sản phẩm OCOP và khai thác du lịch.

Không chỉ vậy, nhiều địa phương còn phát triển mô hình du lịch cộng đồng gắn với sản phẩm OCOP, cho phép du khách trực tiếp tham gia trải nghiệm sản xuất, chế biến. Mô hình này tạo ra giá trị “kép”: vừa tăng sức hút du lịch, vừa nâng cao giá trị sản phẩm địa phương.

Hình thành chuỗi giá trị và nâng cao năng lực sản xuất

Một xu hướng đáng chú ý trong thời gian gần đây là việc phát triển OCOP gắn với chuỗi liên kết sản xuất – tiêu thụ. Nhiều mô hình đã bước đầu hình thành chuỗi khép kín từ sản xuất, chế biến đến tiêu thụ, giúp ổn định đầu ra và nâng cao hiệu quả kinh tế.

Điển hình như mô hình sản xuất nấm Đông trùng hạ thảo tại Tam Đảo, được triển khai theo hướng ứng dụng công nghệ cao, kiểm soát chặt chẽ quy trình và gắn với thị trường tiêu thụ.

Việc hình thành các chuỗi liên kết cũng giúp các sản phẩm OCOP cải thiện rõ rệt về chất lượng, mẫu mã và khả năng cạnh tranh, từng bước tiếp cận các thị trường lớn hơn.

Thực tế cho thấy, các mô hình đổi mới này không chỉ giúp tăng doanh thu mà còn tạo hiệu ứng lan tỏa mạnh mẽ. Năm 2025, Phú Thọ đón hàng chục triệu lượt khách với doanh thu du lịch gần 14.800 tỷ đồng, trong đó OCOP đóng vai trò quan trọng trong việc đa dạng hóa sản phẩm du lịch.



Phú Thọ đã khéo léo biến các sản phẩm OCOP thành “đại sứ văn hóa”.
Ảnh minh họa

OCOP - động lực phát triển nông thôn bền vững

Trong bối cảnh tiêu dùng hiện đại, chuyển đổi số đang trở thành “cánh tay nối dài” cho OCOP Phú Thọ. Từ việc áp dụng tem truy xuất nguồn gốc QR đến đưa sản phẩm lên các sàn thương mại điện tử, nhiều sản phẩm đã tiếp cận được khách hàng ngoài địa phương, thậm chí hướng tới thị trường quốc tế.

Đến nay, hơn 30% sản phẩm OCOP của tỉnh đã tham gia các kênh phân phối hiện đại, mở rộng thị trường tiêu thụ ra ngoài tỉnh và hướng tới xuất khẩu. Đây là bước đi quan trọng giúp sản phẩm OCOP thích ứng với xu thế tiêu dùng mới, đồng thời nâng cao tính minh bạch và niềm tin của người tiêu dùng.

Bên cạnh đó, tỉnh cũng tích cực tham gia các hội chợ, sự kiện xúc tiến thương mại quy mô lớn để quảng bá sản phẩm, kết nối cung – cầu và mở rộng thị trường tiêu thụ.

Những hoạt động này không chỉ giúp nâng cao nhận diện thương hiệu mà còn tạo điều kiện để doanh nghiệp, hợp tác xã tiếp cận xu hướng tiêu dùng mới, từ đó điều chỉnh chiến lược sản xuất phù hợp.

Có thể thấy, OCOP đang trở thành một “đòn bẩy” quan trọng thúc đẩy kinh tế nông thôn Phú Thọ phát triển theo hướng hiện đại và bền vững. Không chỉ nâng cao thu nhập cho người dân, chương trình còn góp phần bảo tồn giá trị văn hóa, khôi phục làng nghề truyền thống và tạo dựng thương hiệu cho nông sản địa phương.

Tuy nhiên, để OCOP thực sự phát huy hết tiềm năng, Phú Thọ cần tiếp tục nâng cao chất lượng sản phẩm, mở rộng chuỗi giá trị, đẩy mạnh chuyển đổi số và tăng cường liên kết thị trường. Chỉ khi đó, OCOP mới không chỉ là chương trình phát triển sản phẩm, mà trở thành nền tảng cho một nền kinh tế nông thôn năng động, hiện đại và hội nhập sâu rộng.

Hà Trần