

OCOP Thanh Hóa mở rộng thị trường, khẳng định thương hiệu Việt

08:11 11/11/2025

Chương trình OCOP tại Thanh Hóa đã trở thành động lực quan trọng trong phát triển kinh tế nông thôn, góp phần đưa các sản phẩm đặc trưng xứ Thanh vươn ra thị trường lớn trong nước và quốc tế.

Hiện tỉnh có hơn 660 sản phẩm OCOP được công nhận, gồm 600 sản phẩm 3 sao, 59 sản phẩm 4 sao và 2 sản phẩm 5 sao. Những sản phẩm này thuộc 492 chủ thể OCOP, gồm 82 doanh nghiệp, 132 hợp tác xã, 11 tổ hợp tác và 267 hộ sản xuất, kinh doanh, phân bố tại 166 phường, xã trên toàn tỉnh.



Không gian trưng bày sản phẩm OCOP của Thanh Hoá tại Hội chợ Mùa Thu 2025.

Nhiều sản phẩm OCOP Thanh Hóa đã khai thác tốt lợi thế bản địa, gắn với vùng nguyên liệu và chỉ dẫn địa lý, từ đó nâng cao giá trị và khả năng cạnh tranh.

Tiêu biểu như mắm tôm, mắm tép Lê Gia xuất khẩu sang Nga, Hàn Quốc, Đài Loan và Nam Phi; các sản phẩm thủ công mỹ nghệ từ cói của Công ty Việt Anh được tiêu thụ tại Hoa Kỳ; sản phẩm từ tre của BambooVina tiếp cận thị trường châu Âu, Mỹ, Đức; dứa, ngô ngọt đóng hộp của Công ty Trường Tùng xuất khẩu sang châu Âu, Nga, Hàn Quốc và Australia. Tuy nhiên, chỉ 23 sản phẩm OCOP hiện có mặt ở thị trường quốc tế, chiếm khoảng 3,5%, cho thấy tiềm năng xuất khẩu còn lớn.

Nguyên nhân hạn chế xuất khẩu chủ yếu do phần lớn doanh nghiệp và hợp tác xã quy mô nhỏ, năng lực tiếp cận công nghệ số hạn chế, thiếu nhân lực chuyên môn và chưa quen giao dịch trên các sàn thương mại điện tử, cũng như quảng bá sản phẩm bằng công cụ số còn yếu. Để khắc phục, Thanh Hóa đang đẩy mạnh đào tạo, hỗ trợ chuyển đổi số, xúc tiến thương mại và hội nhập quốc tế. Tỉnh cũng khuyến khích các chủ thể tham gia hội chợ OCOP, hội chợ xuất khẩu để tìm kiếm đối tác, mở rộng thị trường.



Thủ tướng Phạm Minh Chính tham quan gian hàng OCOP tỉnh Thanh Hoá tại Hội chợ Mùa Thu 2025.

Từ năm 2021 đến nay, hơn 43 tỷ đồng đã được đầu tư hỗ trợ 529 sản phẩm OCOP, tập trung vào cải tiến bao bì, xây dựng nhãn mác, truyền thông và khen thưởng. Thanh Hóa định hướng nâng cấp chất lượng sản phẩm, khuyến khích chủ thể phấn đấu từ 3 sao lên 4 sao, từ 4 sao lên 5 sao, hướng tới xuất khẩu.

Nhiều doanh nghiệp tiên phong đổi mới công nghệ và xây dựng thương hiệu. Công ty Anh Khôi (xã Hợp Thành) đã đưa ra thị trường các sản phẩm trà thảo mộc đạt chuẩn OCOP 3 sao như trà giảo cổ lam, trà gai leo, hiện có mặt tại hơn 8.000 điểm bán ở Nam Bộ. Công ty cũng xây dựng vùng nguyên liệu 5 ha,

chuẩn bị cho mục tiêu xuất khẩu sang Nhật Bản, Philippines và Bắc Âu.

Công ty Việt Anh (xã Nga An) với sản phẩm thủ công từ cói không chỉ xuất khẩu trực tiếp mà còn có mặt trên sàn thương mại điện tử quốc tế như Alibaba, Amazon, tạo việc làm ổn định cho hàng nghìn lao động địa phương.

Nhờ sự nỗ lực của doanh nghiệp, hợp tác xã và sự đồng hành của chính quyền, sản phẩm OCOP Thanh Hóa đang từng bước khẳng định thương hiệu, mở rộng thị trường, góp phần phát triển kinh tế nông thôn và lan tỏa giá trị văn hóa Việt ra quốc tế.

Nam Sơn