

Số: /KH-UBND Bắc Ninh, ngày tháng 4 năm 2026

**KẾ HOẠCH**  
**Phát triển Thương hiệu tỉnh Bắc Ninh năm 2026**

Căn cứ Quyết định số 30/2019/QĐ-TTg ngày 08/10/2019 của Thủ tướng Chính phủ ban hành Quy chế xây dựng, quản lý thực hiện Chương trình thương hiệu Quốc gia Việt Nam; Quyết định số 03/2026/QĐ-TTg ngày 20/01/2026 sửa đổi, bổ sung Quy chế xây dựng, quản lý thực hiện Chương trình thương hiệu Quốc gia Việt Nam ban hành kèm theo Quyết định số 30/2019/QĐ-TTg ngày 08/10/2019 của Thủ tướng Chính phủ;

Căn cứ Quyết định số 1320/QĐ-TTg ngày 08/10/2019 của Thủ tướng Chính phủ phê duyệt Chương trình Thương hiệu quốc gia Việt Nam từ năm 2020 đến năm 2030;

Căn cứ Nghị quyết số 14/2023/NQ-HĐND ngày 05/10/2023 của HĐND tỉnh Bắc Ninh khoá XIX, nhiệm kỳ 2021-2026 về việc ban hành Quy định hỗ trợ xây dựng và phát triển thương hiệu cho các doanh nghiệp trên địa bàn tỉnh Bắc Ninh đến năm 2030; Nghị quyết số 28/NQ-HĐND ngày 11/8/2025 của HĐND tỉnh Bắc Ninh khoá XIX, kỳ họp thứ 3 về áp dụng các nghị quyết quy phạm pháp luật thuộc lĩnh vực công thương trên địa bàn tỉnh Bắc Ninh;

Căn cứ Quyết định số 23/2024/QĐ-UBND ngày 06/9/2024 của UBND tỉnh ban hành Quy định nội dung và mức hỗ trợ kinh phí thực hiện Chương trình xúc tiến thương mại tỉnh Bắc Ninh;

Căn cứ Quyết định số 554/2025/QĐ-UBND ngày 24/12/2025 của UBND tỉnh về việc phê duyệt Kế hoạch phát triển thương mại điện tử tỉnh Bắc Ninh giai đoạn 2026-2030;

Theo đề nghị của Sở Công Thương tại Tờ trình số 379/TTr-SCT ngày 08/4/2026,

UBND tỉnh Bắc Ninh ban hành Kế hoạch Phát triển thương hiệu tỉnh Bắc Ninh năm 2026, như sau:

**I. MỤC ĐÍCH, YÊU CẦU**

**1. Mục đích**

- Cụ thể hóa và tổ chức triển khai có hiệu quả Quyết định số 1320/QĐ-TTg trên địa bàn tỉnh Bắc Ninh, bảo đảm sự thống nhất giữa mục tiêu phát triển thương hiệu của tỉnh với mục tiêu chung của Chương trình Thương hiệu quốc gia Việt Nam;

- Nâng cao nhận thức của các cấp, các ngành, cộng đồng doanh nghiệp, hợp tác xã, cơ sở sản xuất kinh doanh và người dân về vai trò của thương hiệu trong sản xuất, kinh doanh, đầu tư, xúc tiến thương mại, xúc tiến du lịch và hội nhập quốc tế;

chuyển mạnh từ tư duy phát triển theo chiều rộng sang phát triển dựa trên chất lượng, uy tín, đổi mới sáng tạo, giá trị gia tăng và năng lực cạnh tranh bền vững.

- Hỗ trợ doanh nghiệp trên địa bàn tỉnh nâng cao năng lực xây dựng, phát triển, quản trị, bảo vệ và khai thác thương hiệu, nhất là doanh nghiệp công nghiệp chế biến, chế tạo, điện tử, công nghiệp hỗ trợ, thương mại, dịch vụ, làng nghề, nông sản thực phẩm, sản phẩm OCOP, sản phẩm chủ lực cấp tỉnh; từng bước hình thành đội ngũ doanh nghiệp có thương hiệu mạnh, có khả năng tham gia Chương trình Thương hiệu quốc gia Việt Nam, chuỗi giá trị trong nước và quốc tế.

- Phát triển thương hiệu tỉnh Bắc Ninh gắn với quảng bá hình ảnh địa phương, sản phẩm, dịch vụ và con người Bắc Ninh, bảo đảm vừa thể hiện được bản sắc văn hóa, vừa phản ánh đúng vị thế của tỉnh là trung tâm công nghiệp phát triển, năng động, hiện đại, có môi trường đầu tư kinh doanh thuận lợi; qua đó góp phần thúc đẩy thu hút đầu tư, phát triển thương mại, dịch vụ, du lịch, tiêu thụ sản phẩm, mở rộng thị trường trong nước và xuất khẩu.

- Tăng cường quảng bá thương hiệu Bắc Ninh trong mối liên kết với quảng bá thương hiệu quốc gia Việt Nam, ưu tiên các sản phẩm, doanh nghiệp, ngành hàng, điểm đến, giá trị văn hóa tiêu biểu của tỉnh.

- Tạo nền tảng để xây dựng hệ sinh thái thương hiệu cấp tỉnh đồng bộ, chuyên nghiệp và bền vững, gồm thương hiệu địa phương, thương hiệu ngành hàng, thương hiệu doanh nghiệp, thương hiệu sản phẩm và thương hiệu điểm đến; bảo đảm phục vụ mục tiêu phát triển nhanh, bền vững và định hướng xây dựng Bắc Ninh trở thành thành phố trực thuộc Trung ương.

## **2. Yêu cầu**

- Bám sát mục tiêu, nội dung, đối tượng và nguyên tắc tổ chức thực hiện của Quyết định số 1320/QĐ-TTg; các nhiệm vụ của kế hoạch phải hướng vào ba trụ cột chính là: nâng cao nhận thức, nâng cao năng lực xây dựng và quản trị thương hiệu, đẩy mạnh quảng bá thương hiệu.

- Bảo đảm đồng bộ, thiết thực, hiệu quả, có trọng tâm, trọng điểm; tránh dàn trải, hình thức; lấy doanh nghiệp, sản phẩm và giá trị đặc trưng của tỉnh làm trung tâm hỗ trợ.

- Việc xây dựng và phát triển thương hiệu phải gắn chặt với nâng cao chất lượng sản phẩm, tiêu chuẩn, quy chuẩn, truy xuất nguồn gốc, đổi mới công nghệ, chuyển đổi số, sở hữu trí tuệ, trách nhiệm xã hội, bảo vệ môi trường và năng lực cạnh tranh.

- Tăng cường phối hợp liên ngành giữa các sở, ban, ngành, UBND cấp xã, hiệp hội ngành hàng, cơ sở đào tạo, cơ quan truyền thông, cộng đồng doanh nghiệp và các cơ quan Trung ương có liên quan; phát huy vai trò chủ động của doanh nghiệp trong phát triển thương hiệu.

- Bảo đảm sử dụng hiệu quả các nguồn lực ngân sách nhà nước, lồng ghép với các chương trình, đề án, kế hoạch có liên quan; đồng thời huy động mạnh mẽ nguồn lực xã hội hóa, nguồn tài trợ hợp pháp và sự tham gia của khu vực tư nhân.

- Các nội dung, nhiệm vụ của Kế hoạch phải phù hợp với điều kiện thực tiễn của tỉnh, có tính khả thi cao, gắn với nhu cầu của doanh nghiệp và thị trường.

## **II. NỘI DUNG THỰC HIỆN**

### **1. Tuyên truyền nâng cao nhận thức về vai trò của thương hiệu trong hoạt động sản xuất, kinh doanh, đầu tư**

- Tổ chức quán triệt, tuyên truyền sâu rộng các chủ trương, chính sách của Đảng, Nhà nước và của tỉnh về vai trò của thương hiệu trong nâng cao giá trị sản phẩm, năng lực cạnh tranh doanh nghiệp, thu hút đầu tư và phát triển địa phương.

- Đẩy mạnh công tác tuyên truyền, quảng bá trên các cơ quan báo chí, truyền thông của Trung ương (*trên kênh VOV giao thông - Đài tiếng nói Việt Nam; kênh VTV3 - Đài Truyền hình Việt Nam*) và địa phương, cổng/trang thông tin điện tử, nền tảng số và mạng xã hội phù hợp; xây dựng chuyên trang, chuyên mục, tuyển tin, bài, phóng sự, tọa đàm, clip giới thiệu về thương hiệu tỉnh Bắc Ninh, sản phẩm chủ lực, sản phẩm OCOP, sản phẩm làng nghề, doanh nghiệp tiêu biểu, điểm đến văn hóa - du lịch và các mô hình sản xuất, kinh doanh hiệu quả; Tuyên truyền về bảo hộ nhãn hiệu, chỉ dẫn địa lý trên địa bàn tỉnh; chống xâm phạm bản quyền Sở hữu trí tuệ.

- Lồng ghép chuyên đề về xây dựng, phát triển và quản trị thương hiệu trong các hội nghị, hội thảo, diễn đàn, tọa đàm, lớp tập huấn của các chương trình xúc tiến thương mại, xúc tiến đầu tư, xúc tiến du lịch, hỗ trợ doanh nghiệp nhỏ và vừa, khởi nghiệp đổi mới sáng tạo, phát triển sản phẩm OCOP; đồng thời tuyên truyền, phổ biến các mô hình tốt, kinh nghiệm hay, thương hiệu thành công trong và ngoài nước, giới thiệu các doanh nghiệp có sản phẩm đạt Thương hiệu quốc gia Việt Nam để tạo sức lan tỏa trong cộng đồng doanh nghiệp.

- Thu thập, xây dựng, cập nhật cơ sở dữ liệu về doanh nghiệp OCOP, doanh nghiệp làng nghề, doanh nghiệp xuất khẩu, doanh nghiệp có sản phẩm chủ lực, sản phẩm đặc trưng và sản phẩm tiềm năng của tỉnh, phục vụ công tác quản lý nhà nước, hoạt động xúc tiến thương mại và triển khai nhiệm vụ xây dựng, phát triển thương hiệu hàng năm; bảo đảm đồng bộ thông tin phục vụ tuyên truyền, quảng bá, kết nối cung - cầu và mở rộng thị trường tiêu thụ sản phẩm.

- Xây dựng, biên soạn, phát hành các ấn phẩm, tài liệu, video, clip, cẩm nang giới thiệu, quảng bá thương hiệu tỉnh và sản phẩm hàng hóa đặc sản, chủ lực, tiềm năng, sản phẩm OCOP, sản phẩm thủ công mỹ nghệ của tỉnh; chú trọng tài liệu song ngữ và đa ngữ như Việt - Anh, Việt - Trung, Việt - Nhật, Việt - Hàn để phục vụ hoạt động quảng bá thương hiệu, xúc tiến thương mại và giới thiệu sản phẩm tại các hội nghị, hội chợ, triển lãm, diễn đàn kết nối giao thương trong nước và quốc tế.

### **2. Phát triển thương hiệu cho các nhóm sản phẩm, dịch vụ, lĩnh vực có lợi thế của tỉnh**

Trên cơ sở các ngành, lĩnh vực có lợi thế, tập trung triển khai các hoạt động hỗ trợ phát triển thương hiệu gắn với sản phẩm, doanh nghiệp và thị trường, bảo đảm phù hợp với đặc thù từng lĩnh vực và nhu cầu thực tiễn, cụ thể:

- Lựa chọn các doanh nghiệp tiêu biểu trong các ngành công nghiệp điện tử, công nghiệp công nghệ cao, công nghiệp hỗ trợ và chế biến, chế tạo để hỗ trợ xây dựng và phát triển thương hiệu doanh nghiệp. Nội dung hỗ trợ tập trung vào việc nâng cao hình ảnh doanh nghiệp gắn với năng lực công nghệ, chất lượng sản phẩm, tiêu chuẩn quốc tế, đổi mới sáng tạo và trách nhiệm xã hội; đồng thời hỗ trợ doanh nghiệp tham gia các hoạt động xúc tiến thương mại, kết nối giao thương, quảng bá thương hiệu tại các hội chợ, triển lãm trong nước và quốc tế.

- Đối với lĩnh vực nông nghiệp, làng nghề và sản phẩm địa phương, tập trung hỗ trợ phát triển thương hiệu cho các sản phẩm OCOP, sản phẩm đặc sản, sản phẩm làng nghề truyền thống thông qua việc chuẩn hóa thông tin sản phẩm, xây dựng câu chuyện sản phẩm, hoàn thiện bao bì, nhãn mác, truy xuất nguồn gốc và quảng bá trên các kênh truyền thông, nền tảng số và sàn thương mại điện tử. Đồng thời, lồng ghép hoạt động phát triển thương hiệu với các chương trình xúc tiến tiêu thụ sản phẩm, hội nghị kết nối cung cầu, hội chợ triển lãm nhằm mở rộng thị trường tiêu thụ.

- Đối với lĩnh vực thương mại, dịch vụ và logistics, tập trung quảng bá hình ảnh môi trường thương mại, dịch vụ của tỉnh theo hướng hiện đại, thuận lợi, thân thiện và đáp ứng yêu cầu hội nhập; hỗ trợ doanh nghiệp xây dựng thương hiệu trong hoạt động phân phối, bán lẻ, logistics và dịch vụ hỗ trợ sản xuất, gắn với ứng dụng thương mại điện tử, chuyển đổi số và nâng cao chất lượng dịch vụ.

- Đối với lĩnh vực du lịch và văn hóa đẩy mạnh quảng bá thương hiệu điểm đến Bắc Ninh gắn với các giá trị đặc trưng như dân ca Quan họ, hệ thống di tích lịch sử - văn hóa, lễ hội truyền thống, làng nghề và ẩm thực địa phương. Tăng cường lồng ghép quảng bá sản phẩm đặc trưng, sản phẩm OCOP và sản phẩm làng nghề trong các hoạt động du lịch, sự kiện văn hóa, hội chợ, triển lãm nhằm tạo sự liên kết giữa thương hiệu điểm đến với thương hiệu sản phẩm của tỉnh.

### **3. Nâng cao năng lực xây dựng, phát triển, quản trị thương hiệu cho doanh nghiệp trên địa bàn tỉnh**

- Hỗ trợ doanh nghiệp, hợp tác xã trong việc tra cứu, tư vấn, xây dựng và hoàn thiện hồ sơ đăng ký bảo hộ tài sản trí tuệ như nhãn hiệu, nhãn hiệu tập thể, nhãn hiệu chứng nhận, kiểu dáng công nghiệp và quyền tác giả; hướng dẫn quản lý, khai thác và phát triển thương hiệu đối với các sản phẩm chủ lực, sản phẩm đặc trưng, sản phẩm OCOP và sản phẩm làng nghề của tỉnh.

- Hỗ trợ các doanh nghiệp nâng cao chất lượng sản phẩm, áp dụng tiêu chuẩn, quy chuẩn kỹ thuật, truy xuất nguồn gốc, bảo đảm an toàn thực phẩm; đồng thời được hướng dẫn các biện pháp bảo vệ thương hiệu, phòng ngừa rủi ro và kết nối với các cơ quan chức năng trong việc xử lý các hành vi xâm phạm quyền sở hữu trí tuệ.

#### **4. Quảng bá và phát triển thương hiệu gắn với xúc tiến thương mại**

- Các hoạt động phát triển thương hiệu được lồng ghép với chương trình xúc tiến thương mại của tỉnh thông qua việc tổ chức và tham gia các hội chợ, triển lãm thương mại trong nước và quốc tế; trưng bày, giới thiệu các sản phẩm chủ lực, sản phẩm OCOP, sản phẩm làng nghề và sản phẩm có thương hiệu của tỉnh.

- Tổ chức các hội nghị xúc tiến tiêu thụ sản phẩm, kết nối cung cầu giữa doanh nghiệp, hợp tác xã với các hệ thống phân phối, trung tâm thương mại, siêu thị, sàn thương mại điện tử và các doanh nghiệp logistics nhằm mở rộng thị trường tiêu thụ sản phẩm.

- Tổ chức các hoạt động quảng bá sản phẩm tại các khu công nghiệp, trung tâm thương mại, điểm du lịch và các sự kiện lớn của tỉnh; tăng cường quảng bá sản phẩm đến các cơ quan đại diện ngoại giao, tham tán thương mại, tổ chức xúc tiến thương mại quốc tế nhằm hỗ trợ doanh nghiệp mở rộng thị trường xuất khẩu.

#### **5. Ứng dụng chuyển đổi số trong phát triển thương hiệu**

- Đẩy mạnh ứng dụng công nghệ số trong quảng bá và phát triển thương hiệu, hỗ trợ doanh nghiệp xây dựng nội dung số và quảng bá sản phẩm trên các nền tảng mạng xã hội và sàn thương mại điện tử.

- Tổ chức các chương trình livestream quảng bá, xúc tiến tiêu thụ sản phẩm chủ lực, sản phẩm OCOP trên các nền tảng như: TikTok, Facebook, YouTube; đồng thời hỗ trợ doanh nghiệp tham gia các sàn thương mại điện tử trong nước và quốc tế nhằm mở rộng kênh phân phối và tiếp cận thị trường.

- Xây dựng hệ thống cơ sở dữ liệu số tập trung, thống nhất về các thương hiệu của tỉnh, sản phẩm chủ lực, sản phẩm OCOP, sản phẩm làng nghề và sản phẩm tiềm năng trên địa bàn tỉnh.

#### **6. Tổ chức Tuần lễ Thương hiệu quốc gia chào mừng Ngày Thương hiệu Việt Nam 20/4**

Tổ chức các hoạt động hưởng ứng Ngày Thương hiệu Việt Nam (20/4) và Tuần lễ Thương hiệu quốc gia Việt Nam năm 2026 nhằm nâng cao nhận thức của cộng đồng doanh nghiệp và người dân về vai trò của thương hiệu trong phát triển sản phẩm, nâng cao năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp Việt Nam trong bối cảnh hội nhập kinh tế quốc tế.

### **III. KINH PHÍ THỰC HIỆN**

1. Kinh phí thực hiện kế hoạch được bố trí từ ngân sách nhà nước theo phân cấp ngân sách hiện hành, lồng ghép trong các chương trình, đề án, kế hoạch liên quan đã được cấp có thẩm quyền phê duyệt.

2. Huy động các nguồn lực hợp pháp khác, bao gồm nguồn xã hội hóa, tài trợ của tổ chức, doanh nghiệp, đóng góp của các đơn vị tham gia và các nguồn vốn hợp pháp khác.

3. Việc quản lý, sử dụng kinh phí phải bảo đảm đúng mục đích, tiết kiệm, hiệu quả, công khai, minh bạch và tuân thủ quy định của pháp luật.

## **IV. TỔ CHỨC THỰC HIỆN**

### **1. Sở Công Thương**

- Chủ trì, phối hợp với các Sở, ngành, UBND các xã, phường tổ chức triển khai thực hiện có hiệu quả nội dung Kế hoạch.

- Chủ trì phối hợp với các sở, ngành, địa phương, hiệp hội doanh nghiệp và các đơn vị liên quan tổ chức thực hiện các nhiệm vụ về nâng cao nhận thức, hỗ trợ doanh nghiệp phát triển thương hiệu, kết nối với Chương trình Thương hiệu quốc gia Việt Nam, xúc tiến thương mại gắn với quảng bá thương hiệu tỉnh.

- Tổng hợp, báo cáo UBND tỉnh và Bộ Công Thương về tình hình, kết quả thực hiện Kế hoạch theo định kỳ hoặc yêu cầu đột xuất.

### **2. Sở Tài chính**

Hàng năm, căn cứ khả năng cân đối ngân sách tham mưu cấp có thẩm quyền bố trí kinh phí thực hiện Kế hoạch theo quy định của Luật Ngân sách.

### **3. Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch**

Chủ trì tham mưu triển khai các nhiệm vụ quảng bá hình ảnh, thương hiệu điểm đến, thương hiệu văn hóa, du lịch Bắc Ninh; lồng ghép phát triển thương hiệu trong các hoạt động văn hóa, thể thao, du lịch trong và ngoài tỉnh; đẩy mạnh quảng bá giá trị văn hóa tỉnh nhà, dân ca Quan họ và các di tích, lễ hội tiêu biểu.

### **4. Sở Khoa học và Công nghệ**

Chủ trì hướng dẫn, hỗ trợ về sở hữu trí tuệ, tiêu chuẩn đo lường chất lượng, đổi mới sáng tạo, bảo hộ và phát triển tài sản trí tuệ cho sản phẩm, doanh nghiệp, tổ chức trên địa bàn tỉnh; phối hợp tham mưu phát triển thương hiệu gắn với năng suất, chất lượng và đổi mới công nghệ.

### **5. Sở Nông nghiệp và Môi trường**

Chủ trì phát triển thương hiệu đối với các sản phẩm nông nghiệp, làng nghề, sản phẩm OCOP, sản phẩm đặc sản; gắn thương hiệu với vùng nguyên liệu, chất lượng, an toàn thực phẩm, truy xuất nguồn gốc và phát triển bền vững.

### **6. Báo và Phát thanh, Truyền hình Bắc Ninh, Cổng Thông tin điện tử tỉnh**

Xây dựng các chuyên mục, nội dung tuyên truyền thường xuyên về phát triển thương hiệu tỉnh, thương hiệu doanh nghiệp, sản phẩm tiêu biểu và các hoạt động triển khai Kế hoạch.

### **7. UBND xã, phường**

Căn cứ Kế hoạch này, chủ động xây dựng và tổ chức thực hiện các nhiệm vụ phát triển thương hiệu gắn với lợi thế của địa phương; lựa chọn sản phẩm, doanh nghiệp, làng nghề, điểm đến tiêu biểu để hỗ trợ và quảng bá; bố trí nguồn lực, lồng ghép với các chương trình phát triển kinh tế - xã hội của địa phương.

### **8. Các Hội, Hiệp hội doanh nghiệp, doanh nghiệp, hợp tác xã**

Quan tâm, dành nguồn lực hợp lý cho hoạt động phát triển thương hiệu; thường xuyên cải tiến mẫu mã, đa dạng sản phẩm, quan tâm chất lượng sản phẩm; chú trọng nâng cao hàm lượng công nghệ, giá trị gia tăng cho sản phẩm, xây dựng và phát triển thương hiệu hàng hóa, doanh nghiệp...; nâng cao năng lực, hiệu quả của công tác thông tin, dự báo thị trường; thường xuyên đổi mới về mô hình, phương thức, cơ chế tài chính; đẩy mạnh ứng dụng công nghệ thông tin, đa dạng hóa và nâng cao chất lượng nguồn thông tin xúc tiến thương mại đáp ứng yêu cầu của sản xuất, tiêu thụ hàng hóa, dịch vụ trong quá trình hội nhập kinh tế quốc tế hiện nay.

## V. CHẾ ĐỘ THÔNG TIN, BÁO CÁO

Các sở, ngành, địa phương và các Hội, Hiệp hội doanh nghiệp, doanh nhân định kỳ hằng năm báo cáo kết quả thực hiện Kế hoạch về Sở Công Thương trước ngày 10 tháng 12 để tổng hợp, báo cáo UBND tỉnh theo quy định.

Trên đây là Kế hoạch Phát triển thương hiệu tỉnh Bắc Ninh năm 2026. Trong quá trình tổ chức thực hiện, nếu có khó khăn, vướng mắc vượt thẩm quyền, các cơ quan, đơn vị có trách nhiệm báo cáo Chủ tịch UBND tỉnh (qua Sở Công Thương để tổng hợp, đề xuất) xem xét, quyết định./.

*(Danh mục, nhiệm vụ cụ thể kèm theo Kế hoạch)*

### **Nơi nhận:**

- Bộ Công Thương (báo cáo);
- TT Tỉnh ủy, TT HĐND tỉnh (báo cáo);
- Chủ tịch, các PCT UBND tỉnh;
- Các Sở, cơ quan thuộc UBND tỉnh;
- UBND các xã, phường;
- Các Hội, Hiệp hội doanh nghiệp, doanh nhân tỉnh;
- Văn phòng UBND tỉnh:
  - + LĐVP, TPKTTH, TTTT, THĐT;
  - + Lưu: VT, KTTH<sub>TG</sub>.

**TM. ỦY BAN NHÂN DÂN**  
**KT. CHỦ TỊCH**  
**PHÓ CHỦ TỊCH**

**Phạm Văn Thịnh**

**PHỤ LỤC: Danh mục nhiệm vụ Chương trình phát triển thương hiệu năm 2026**  
*(Ban hành kèm theo Kế hoạch số: /KH-SCT ngày /4/2026 của UBND tỉnh Bắc Ninh)*

<b>STT</b>	<b>Nội dung chương trình</b>	<b>Thời gian thực hiện</b>	<b>Đơn vị chủ trì</b>	<b>Đơn vị phối hợp</b>	<b>Kinh phí (Tr. đồng)</b>	<b>Ghi chú</b>
<b>I</b>	<b>Nhóm nhiệm vụ tuyên truyền nâng cao nhận thức về vai trò của thương hiệu trong hoạt động sản xuất, kinh doanh, đầu tư</b>					
1	Tuyên truyền hoạt động xây dựng và quảng bá thương hiệu sản phẩm OCOP, sản phẩm chủ lực trên các kênh truyền hình Trung ương (VTV, VOV) và địa phương	Năm 2026	Sở Công Thương Bắc Ninh	Đài Truyền hình Việt Nam; Sở Nông nghiệp và Môi trường; Sở Khoa học và Công nghệ ; Các Sở, ban, ngành địa phương và các đơn vị liên quan.	440	Nguồn kinh phí thực hiện Chương trình phát triển Thương hiệu tỉnh Bắc Ninh đã giao cho Sở Công Thương năm 2026; Kế hoạch thực hiện chiến lược sở hữu trí tuệ đến năm 2030 trên địa bàn tỉnh.
2	Sản xuất video, tờ gấp quảng bá hình ảnh tỉnh phục vụ xúc tiến đầu tư, thương mại quốc tế bằng các thứ tiếng: Việt, Anh, Nhật, Hàn	Quý II/2026	Sở Tài chính; Ban quản lý các Khu công nghiệp; Báo và Phát thanh, Truyền hình tỉnh Bắc Ninh			

STT	Nội dung chương trình	Thời gian thực hiện	Đơn vị chủ trì	Đơn vị phối hợp	Kinh phí (Tr. đồng)	Ghi chú
3	Xây dựng, biên soạn và phát hành các ấn phẩm, tài liệu giới thiệu, quảng bá sản phẩm hàng hóa đặc sản, chủ lực và tiềm năng, sản phẩm OCOP, sản phẩm thủ công mỹ nghệ của tỉnh bằng tiếng song ngữ (Việt-Anh, 3 Việt-Trung, Việt-Nhật, Việt-Hàn) phục vụ các hoạt động quảng bá, xúc tiến thương mại.	Quý II-IV/2026	Sở Công Thương	Báo và Phát thanh, Truyền hình tỉnh Bắc Ninh; các cơ quan, đơn vị liên quan của tỉnh Bắc Ninh; Các doanh nghiệp, HTX, cơ sở sản xuất, kinh doanh trong và ngoài tỉnh.		Chương trình Xúc tiến thương mại
4	Xây dựng, cập nhật chuyên trang, chuyên mục, phóng sự, clip quảng bá thương hiệu tỉnh, doanh nghiệp, sản phẩm tiêu biểu	Thường xuyên	Sở Công Thương; Báo và Phát thanh, truyền hình tỉnh Bắc Ninh	Các Sở, ban, ngành địa phương và các doanh nghiệp, HTX trên địa bàn tỉnh		
5	Sản xuất và phát sóng các phóng sự tuyên truyền về hoạt động sở hữu trí tuệ trên địa bàn tỉnh	Quý I-IV/2026	Sở Khoa học và Công nghệ	Báo và Phát thanh, truyền hình tỉnh Bắc Ninh; Các Sở, ban, ngành địa phương và các đơn vị liên quan		Chương trình thực hiện Chiến lược sở hữu trí tuệ đến năm 2030 trên địa bàn tỉnh

<b>STT</b>	<b>Nội dung chương trình</b>	<b>Thời gian thực hiện</b>	<b>Đơn vị chủ trì</b>	<b>Đơn vị phối hợp</b>	<b>Kinh phí (Tr. đồng)</b>	<b>Ghi chú</b>
<b>II</b>	<b>Nhóm nhiệm vụ phát triển thương hiệu sản phẩm, ngành hàng</b>					
1	Hỗ trợ phát triển thương hiệu sản phẩm OCOP, sản phẩm đặc trưng, làng nghề gắn với truy xuất nguồn gốc, bao bì, nhãn mác	Quý II-IV/2026	Sở Công Thương, Sở Nông nghiệp và Môi trường	Các địa phương, doanh nghiệp, hợp tác xã		
2	Hỗ trợ xây dựng, phát triển thương hiệu cho doanh nghiệp công nghiệp, công nghệ cao, công nghiệp hỗ trợ	Quý II-IV/2026	Sở Công Thương, Ban Quản lý các Khu công nghiệp	Doanh nghiệp, hợp tác xã		
3	Xây dựng, quản lý và phát triển tài sản trí tuệ (nhãn hiệu, chỉ dẫn địa lý, nhãn hiệu chứng nhận) cho sản phẩm địa phương	Quý II-IV/2026	Sở Khoa học và Công nghệ	Các sở, ngành, địa phương, doanh nghiệp, hợp tác xã		Nhiệm vụ Khoa học và Công nghệ sử dụng ngân sách nhà nước
<b>III</b>	<b>Nhóm nhiệm vụ nâng cao năng lực xây dựng và quản trị thương hiệu</b>					

<b>STT</b>	<b>Nội dung chương trình</b>	<b>Thời gian thực hiện</b>	<b>Đơn vị chủ trì</b>	<b>Đơn vị phối hợp</b>	<b>Kinh phí (Tr. đồng)</b>	<b>Ghi chú</b>
1	Tổ chức hội nghị, hội thảo, tập huấn về xây dựng, phát triển, quản trị thương hiệu cho doanh nghiệp	Quý II-III/2026	Sở Công Thương, Sở Khoa học và Công nghệ	Doanh nghiệp, hợp tác xã		Chương trình Xúc tiến thương mại
2	Tư vấn, hỗ trợ doanh nghiệp đăng ký bảo hộ quyền sở hữu trí tuệ, quản lý và khai thác thương hiệu	Năm 2026	Sở Khoa học và Công nghệ	Sở Công Thương, doanh nghiệp, hợp tác xã		Chương trình thực hiện Chiến lược sở hữu trí tuệ đến năm 2030 trên địa bàn tỉnh
<b>IV</b>	<b>Nhóm nhiệm vụ xúc tiến thương mại gắn với phát triển thương hiệu</b>					
1	Tổ chức và tham gia các hội chợ trong nước và ngoài nước	Quý II-IV/2026	Sở Công Thương	Các sở, ngành, đơn vị liên quan, doanh nghiệp, hợp tác xã		Chương trình Xúc tiến thương mại
2	Tổ chức Hội nghị xúc tiến tiêu thụ sản phẩm chủ lực, sản phẩm OCOP; hội nghị kết nối cung cầu, ký kết tiêu thụ sản phẩm với hệ thống phân phối; gian hàng quảng bá sản phẩm tại KCN, siêu thị, điểm du lịch	Quý II-IV/2026	Sở Công Thương	Các Sở, ngành, đơn vị liên quan, doanh nghiệp, hợp tác xã		Chương trình Xúc tiến thương mại

<b>STT</b>	<b>Nội dung chương trình</b>	<b>Thời gian thực hiện</b>	<b>Đơn vị chủ trì</b>	<b>Đơn vị phối hợp</b>	<b>Kinh phí (Tr. đồng)</b>	<b>Ghi chú</b>
3	Tổ chức Đoàn xúc tiến thương mại, quảng bá thương hiệu tại thị trường nước ngoài (Trung Quốc, Nhật Bản, Hàn Quốc...); Đón các đoàn doanh nghiệp quốc tế vào khảo sát, kết nối giao thương tại tỉnh; Tổ chức các hoạt động quảng bá sản phẩm phục vụ các chương trình đối ngoại, xúc tiến đầu tư của tỉnh	Quý II-IV/2026	Sở Công Thương	Các Sở, ngành, đơn vị liên quan, doanh nghiệp, hợp tác xã		Chương trình Xúc tiến thương mại
<b>V</b>	<b>Nhóm nhiệm vụ ứng dụng chuyển đổi số và truyền thông thương hiệu</b>					
1	Tổ chức chương trình livestream quảng bá, xúc tiến tiêu thụ sản phẩm OCOP, sản phẩm chủ lực	Quý II	Sở Công Thương	UBND phường Chũ, UBND xã Nam Dương, UBND xã Lục Ngạn...; Các Sở, ban, ngành địa phương và các đơn vị liên quan.	115	Nguồn kinh phí thực hiện chương trình phát triển thương hiệu đã giao cho Sở Công Thương năm 2026

STT	Nội dung chương trình	Thời gian thực hiện	Đơn vị chủ trì	Đơn vị phối hợp	Kinh phí (Tr. đồng)	Ghi chú
2	Hỗ trợ doanh nghiệp tham gia sàn thương mại điện tử trong nước và quốc tế	Quý II-IV/2026	Sở Công Thương	Cục Thương mại điện tử và Kinh tế số, Trung tâm Thông tin Công nghiệp và Thương mại, Bộ Công Thương; Báo và Phát thanh, Truyền hình tỉnh Bắc Ninh, các cơ quan, đơn vị liên quan của tỉnh Bắc Ninh; Các Sàn thương mại điện tử ở trong và ngoài nước; các doanh nghiệp, HTX, cơ sở sản xuất kinh doanh trên địa bàn tỉnh.		Chương trình xúc tiến thương mại
3	Thành lập và vận hành mạng lưới KOL/KOC quảng bá sản phẩm tỉnh	Quý II/2026	Sở Công Thương	Cục Thương mại điện tử và Kinh tế số, Trung tâm Thông tin Công nghiệp và Thương mại, Bộ Công Thương; Báo và Phát thanh, Truyền hình tỉnh Bắc Ninh, các cơ quan, đơn vị liên quan của tỉnh Bắc Ninh; Các chuyên gia/người nổi tiếng có sức ảnh hưởng trên mạng xã hội; Các doanh nghiệp, HTX, cơ sở sản xuất kinh doanh trên địa bàn tỉnh.		Chương trình xúc tiến thương mại

<b>STT</b>	<b>Nội dung chương trình</b>	<b>Thời gian thực hiện</b>	<b>Đơn vị chủ trì</b>	<b>Đơn vị phối hợp</b>	<b>Kinh phí (Tr. đồng)</b>	<b>Ghi chú</b>
4	Xây dựng nội dung số, truyền thông thương hiệu trên nền tảng số, mạng xã hội	Quý II-IV/2026	Sở Công Thương, Sở Khoa học và Công nghệ	Báo và Phát thanh Truyền hình tỉnh Bắc Ninh; Cổng thông tin điện tử tỉnh		Chương trình xúc tiến thương mại
5	Xây dựng hệ thống cơ sở dữ liệu số tập trung, thống nhất về các thương hiệu của tỉnh, sản phẩm chủ lực, sản phẩm OCOP, sản phẩm làng nghề và sản phẩm tiềm năng trên địa bàn tỉnh	Năm 2026	Sở Công Thương, Sở Khoa học và Công nghệ, Sở Nông nghiệp và Môi trường	Các Sở, ban, ngành địa phương và các đơn vị liên quan.		
<b>VI</b>	<b>Nhóm nhiệm vụ hưởng ứng Chương trình Thương hiệu quốc gia</b>					
1	Tổ chức Tuần lễ Thương hiệu quốc gia chào mừng Ngày Thương hiệu Việt Nam 20/4	Tháng 4/2026	Sở Công Thương	Các Sở, ban, ngành địa phương và các đơn vị liên quan; các doanh nghiệp, HTX trong tỉnh.	90	Nguồn kinh phí thực hiện Kế hoạch phát triển thương hiệu tỉnh Bắc Ninh đã giao cho Sở Công Thương năm 2026
2	Tuyên truyền, giới thiệu các doanh nghiệp đạt Thương hiệu quốc gia Việt Nam	Quý I-II/2026	Sở Công Thương	Các Sở, ban, ngành địa phương và các đơn vị liên quan; các doanh nghiệp, HTX trong tỉnh.		