



# Chương trình Thương hiệu Quốc gia Việt Nam

**Ông Đỗ Kim Lang**

Phó Cục trưởng Cục Xúc tiến thương mại

Phó Tổng Thư ký Chương trình Thương hiệu Quốc gia



*Chất lượng - Đổi mới, Sáng tạo - Năng lực tiên phong  
Quality - Innovation - Leadership*



Vietnam Value

# Thế giới và khu vực đang làm gì?



Chất lượng - Đổi mới, Sáng tạo - Năng lực tiên phong  
Quality - Innovation - Leadership



## Lịch sử hình thành Chương trình Thương hiệu Quốc gia Việt Nam

- Chương trình Thương hiệu Quốc gia (THQG) ra đời theo Quyết định số 253 ngày 25/11/2003 của Thủ tướng Chính phủ, giao cho Bộ Công Thương là cơ quan thường trực, chịu trách nhiệm phối hợp với các Bộ ngành, tổ chức kinh tế và doanh nghiệp triển khai.
- Kết thúc giai đoạn 2003-2010, căn cứ kết quả đạt được và đề án thực hiện Chương trình THQG từ năm 2011 trở đi, Thủ tướng Chính phủ đã phê duyệt cho phép tiếp tục thực hiện Chương trình THQG, giao Bộ trưởng Bộ Công Thương ban hành Quy chế xây dựng và thực hiện Chương trình.





## Lịch sử hình thành Chương trình Thương hiệu Quốc gia Việt Nam

- Ngày 12/6/2017, Quốc hội Việt Nam đã thông qua Luật quản lý ngoại thương do Bộ Công Thương đệ trình với tỷ lệ 88,19% số đại biểu đồng ý với nội dung dự luật.
- Là một nội dung do Luật quản lý ngoại thương điều chỉnh, hoạt động quản lý công tác xây dựng và phát triển thương hiệu tại Việt Nam đã được luật hóa và đảm bảo thực thi, theo đó Chương trình THQG sẽ được Thủ tướng Chính phủ ban hành quyết định thực hiện để thay thế cho quyết định hiện hành của Bộ trưởng Bộ Công Thương khi Luật có hiệu lực vào ngày 1/1/2018.





## Mục đích của Chương trình THQG

- Xây dựng hình ảnh về Việt Nam là một quốc gia có uy tín về hàng hoá và dịch vụ đa dạng, phong phú với chất lượng cao ***nhằm nâng cao sức cạnh tranh cho các thương hiệu sản phẩm Việt Nam trên thị trường trong nước và quốc tế*** trong quá trình hội nhập; tăng cường sự nhận biết của các nhà phân phối và người tiêu dùng trong và ngoài nước đối với các sản phẩm mang thương hiệu Việt Nam;
- Xây dựng hình ảnh Việt Nam gắn với các giá trị ***“Chất lượng - Đổi mới, Sáng tạo - Năng lực tiên phong”***. Tăng thêm uy tín, niềm tự hào và sức hấp dẫn cho đất nước và con người Việt Nam, góp phần khuyến khích du lịch và thu hút đầu tư nước ngoài.





## Mục đích của Chương trình THQG

Chất lượng

Đổi mới  
Sáng tạo

Năng lực tiên phong

- Về bản chất, mục tiêu lâu dài của Chương trình THQG hướng đến xây dựng sức cạnh tranh cho Việt Nam trên hai cấp độ: doanh nghiệp và quốc gia trong mối quan hệ tương hỗ. Theo đó, các giá trị của Chương trình THQG vừa là mục tiêu vừa là cơ sở.
- Xét theo 12 chỉ số năng lực cạnh tranh toàn cầu (GCI) đối với các quốc gia, các chỉ số liên quan đến trình độ doanh nghiệp và năng lực đổi mới sáng tạo hoàn toàn tương thích với các giá trị mà Chương trình THQG theo đuổi



Chất lượng - Đổi mới, Sáng tạo - Năng lực tiên phong  
Quality - Innovation - Leadership





## Đặc điểm của Chương trình THQG



- Chương trình Thương hiệu Quốc gia là chương trình XTTM dài hạn, duy nhất của Chính phủ Việt Nam tiến hành với mục đích quảng bá hình ảnh quốc gia, thương hiệu quốc gia thông qua **thương hiệu sản phẩm và doanh nghiệp**;
- Biểu trưng Thương hiệu quốc gia có tựa đề Giá trị Việt Nam (Vietnam Value) được trao cho các thương hiệu sản phẩm đáp ứng hệ thống tiêu chí của Chương trình; **có giá trị bảo chứng**
- Chương trình **không phải là một giải thưởng thương hiệu**. Việc lựa chọn các thương hiệu sản phẩm đạt THQG chỉ là sự khởi đầu để các doanh nghiệp trở thành đối tác của Chương trình, **đồng hành với Chính phủ theo đuổi các giá trị mà quốc gia hướng tới**.





## Các cơ quan quản lý và thực hiện Chương trình

**Hội đồng Thương hiệu Quốc gia**, do Bộ trưởng Bộ Công Thương làm Chủ tịch và các ủy viên là lãnh đạo của các Bộ, ngành và tổ chức liên quan, có nhiệm vụ chỉ đạo thực hiện Chương trình, tư vấn cho Chính phủ về xây dựng, phát triển, quảng bá thương hiệu và hình ảnh quốc gia Việt Nam.

**Hội đồng các Ban chuyên gia**, do lãnh đạo Bộ Công Thương làm Chủ tịch và các ủy viên là đại diện của các Bộ, ngành, tổ chức và cá nhân liên quan, có nhiệm vụ thẩm định hồ sơ của các doanh nghiệp có thương hiệu đăng ký tham gia Chương trình và tham vấn chuyên môn cho Chương trình.

**Ban Thư ký Chương trình**, do Cục trưởng Cục Xúc tiến thương mại làm Tổng Thư ký, có nhiệm vụ hướng dẫn việc xây dựng, tiếp nhận, đánh giá sơ bộ các hồ sơ của doanh nghiệp đăng ký tham gia Chương trình; xây dựng và tổ chức thực hiện kế hoạch hoạt động dài hạn và hàng năm của Chương trình.







## Nội dung hoạt động chính

- Giúp cộng đồng doanh nghiệp Việt Nam nâng cao nhận thức và năng lực trong việc xây dựng, quảng bá, phát triển và bảo vệ thương hiệu sản phẩm.
- Lựa chọn các thương hiệu tiêu biểu của Việt Nam để hỗ trợ và phát triển theo các giá trị của Chương trình là **Chất lượng – Đổi mới sáng tạo – Năng lực tiên phong** và quảng bá hình ảnh Việt Nam gắn với các giá trị này trên thị trường trong nước, thị trường thế giới tới các đối tượng mục tiêu.
- Tuyên truyền, quảng bá cho Chương trình Thương hiệu quốc gia và các thương hiệu sản phẩm Việt Nam ở trong và ngoài nước.





## Lựa chọn Doanh nghiệp đạt THQG

Việc xét chọn các sản phẩm được mang Biểu trưng Thương hiệu Quốc gia (Vietnam Value) tiến hành hai năm một lần.

Đến nay Chương trình đã tiến hành 04 đợt lựa chọn các Doanh nghiệp và sản phẩm tiêu biểu của Việt Nam đạt đủ các tiêu chí được mang biểu trưng Thương hiệu Quốc gia.

- Năm 2008** → 30 Doanh nghiệp
- Năm 2010** → 43 Doanh nghiệp
- Năm 2012** → 54 Doanh nghiệp
- Năm 2014** → 63 Doanh nghiệp
- Năm 2016** → 88 Doanh nghiệp



# Lễ công bố các Doanh nghiệp có sản phẩm đạt Thương hiệu Quốc gia qua các năm





## Các hoạt động thường niên:

- Diễn đàn Thương hiệu Việt Nam
- Đào tạo, tập huấn marketing, quản trị thương hiệu
- Xây dựng và phát triển thương hiệu ngành



- Hoạt động xúc tiến thương mại & đầu tư trong khuôn khổ Chương trình XTTM quốc gia
- Tuyên truyền, quảng bá Thương hiệu quốc gia, hình ảnh quốc gia trong và ngoài nước

# TỰ HÀO THƯƠNG HIỆU VIỆT NAM

















vietcraftexcellence.org Vietnam Craft Value

Most Visited Cổng thông tin điện tử VIETRADE VIETRADE - Admin Office Vietrade MAHNG NỖ BỐ NGÃN Truyền hình THOS

**VIETCRAFT EXCELLENCE** ABOUT US FOR BUSINESS FOR BUYERS NEWS & EVENTS CONTACT

**VIETCRAFT EXCELLENCE IS A NATIONAL BRAND OF HANDICRAFT SECTOR IN VIETNAM IT IS AWARDED TO COMPANIES THAT MEET SUSTAINABLE CRITERIA REQUIRED BY INTERNATIONAL MARKETS**

VIETCRAFT EXCELLENCE FOR BUSINESS FOR BUYERS FOR POLICY Monday, September 14, 2015







Vietnam Value

# Định hướng hoạt động Chương trình THQG đến năm 2020

## Nội dung

1

➔ Tạo dựng môi trường thuận lợi cho hoạt động phát triển thương hiệu thông qua phối hợp các chương trình và hoạt động tương đồng về mục tiêu và nội dung của các Bộ/ngành nhằm sử dụng hiệu quả nguồn lực.

## Nội dung

2

➔ Tiếp tục hỗ trợ doanh nghiệp phát triển thương hiệu thông qua các hoạt động đào tạo, tư vấn và thông tin nhằm nâng cao trình độ kinh doanh và năng lực cạnh tranh của sản phẩm, phát triển xuất khẩu, tăng thị phần nội địa, xác định hướng XK để làm nền tảng xây dựng THQG.





# Định hướng hoạt động Chương trình THQG đến năm 2020

## Nội dung

3

➔ Xây dựng và thực hiện chiến lược phát triển thương hiệu cho các ngành hàng xuất khẩu chủ lực, trên cơ sở phối hợp giữa thương hiệu sản phẩm và chỉ dẫn địa lý/thương hiệu địa phương.

## Nội dung

4

➔ Tăng cường quảng bá THQG và các sản phẩm đạt THQG thông qua các kênh thông tin truyền thông đại chúng, chuyên ngành, các sự kiện thương mại quốc tế ở trong và ngoài nước, và giáo dục ý thức tự hào dân tộc bằng việc sử dụng sản phẩm mang thương hiệu Việt Nam.





## Một số vấn đề thực tiễn trong định hướng của Chương trình THQG trong thời gian tới

- ➔ Các giá trị hiện nay của Chương trình THQG có cần hội tụ thành giá trị cốt lõi mới thể hiện tinh thần xây dựng năng lực cạnh tranh của quốc gia và doanh nghiệp?
- ➔ Hệ thống tiêu chí xét chọn doanh nghiệp hiện nay có cần được điều chỉnh để phù hợp với việc lựa chọn giữa thương hiệu sản phẩm và thương hiệu doanh nghiệp?







## Một số vấn đề thực tiễn trong định hướng của Chương trình THQG trong thời gian tới

- ➔ Tiến trình chuyển hóa các lợi thế so sánh (thương hiệu sản phẩm xuất khẩu, chỉ dẫn địa lý, thương hiệu địa phương,...) thành lợi thế/năng lực cạnh tranh xuất khẩu cho sản phẩm và doanh nghiệp diễn ra như thế nào?
- ➔ Nâng cao hiệu quả tiếp thị xuất khẩu của Chương trình THQG và vấn đề ưu tiên phân bổ nguồn lực quốc gia khi Luật quản lý ngoại thương có hiệu lực?





# XIN CẢM ƠN!

**Ban Thư ký Chương trình Thương hiệu Quốc gia**  
Cục Xúc tiến thương mại – Bộ Công Thương  
20 Lý Thường Kiệt, Q. Hoàn Kiếm, Hà Nội  
Tel: 04.39347628 \*máy lẻ 81, 86, 87 Fax: 04.39344260  
Email: [thqg@vietrade.gov.vn](mailto:thqg@vietrade.gov.vn), [tth@vietrade.gov.vn](mailto:tth@vietrade.gov.vn)  
Website: [www.vietrade.gov.vn](http://www.vietrade.gov.vn)



*Chất lượng - Đổi mới, Sáng tạo - Năng lực tiên phong*  
*Quality - Innovation - Leadership*