

Số: **37 33**/QĐ-BCT

Hà Nội, ngày **24** tháng 12 năm 2025

QUYẾT ĐỊNH

**Về việc ban hành Kế hoạch hoạt động xúc tiến thương mại
giai đoạn 2026-2030**

BỘ TRƯỞNG BỘ CÔNG THƯƠNG

Căn cứ Luật Thương mại số 36/2005/QH11 ngày 14 tháng 6 năm 2005 của Quốc hội Nước Cộng hoà xã hội chủ nghĩa Việt Nam;

Căn cứ Luật Quản lý ngoại thương ngày 12 tháng 6 năm 2017 của Quốc hội Nước Cộng hoà xã hội chủ nghĩa Việt Nam;

Căn cứ Nghị định số 40/2025/NĐ-CP ngày 26 tháng 2 năm 2025 của Chính phủ quy định chức năng, nhiệm vụ, quyền hạn và cơ cấu tổ chức của Bộ Công Thương;

Căn cứ Nghị định số 28/2018/NĐ-CP ngày 01/03/2018 của Chính phủ Quy định chi tiết Luật Quản lý ngoại thương về một số biện pháp phát triển ngoại thương;

Căn cứ Quyết định số 72/2010/QĐ-TTg ngày 23 tháng 11 năm 2010 của Thủ tướng Chính phủ về việc ban hành Quy chế xây dựng, quản lý và thực hiện Chương trình Xúc tiến thương mại quốc gia;

Căn cứ Quyết định số 12/2019/QĐ-TTg ngày 18 tháng 3 năm 2019 của Thủ tướng Chính phủ sửa đổi, bổ sung một số điều của Quy chế xây dựng, quản lý và thực hiện Chương trình Xúc tiến thương mại quốc gia;

Căn cứ Quyết định số 493/QĐ-TTg ngày 19/4/2022 của Thủ tướng Chính phủ về việc Phê duyệt Chiến lược xuất nhập khẩu hàng hóa đến năm 2030;

Theo đề nghị của Cục trưởng Cục Xúc tiến thương mại.

QUYẾT ĐỊNH:

Điều 1. Ban hành kèm theo Quyết định này Kế hoạch hoạt động xúc tiến thương mại giai đoạn 2026 - 2030.

Điều 2. Quyết định này có hiệu lực kể từ ngày ký.

Điều 3. Chánh Văn phòng Bộ, Cục trưởng Cục Xúc tiến thương mại, Thủ trưởng các cơ quan, đơn vị thuộc Bộ và các cơ quan, đơn vị có liên quan chịu trách nhiệm thi hành Quyết định này./.

Nơi nhận:

- Như Điều 3;
- Thủ tướng Chính phủ (để b/c);
- Các đồng chí Phó Thủ tướng Chính phủ;
- Các Bộ: Tài chính, Khoa học công nghệ, Nông nghiệp và Môi trường, Ngoại giao, Nội vụ, Xây dựng (để p/h);
- Văn phòng Chính phủ;
- UBND các tỉnh, thành phố;
- Các Hiệp hội ngành hàng;
- Các đồng chí Thứ trưởng;
- Công TTĐT Bộ Công Thương;
- Lưu: VT, XTTM.



**KT. BỘ TRƯỞNG
THỨ TRƯỞNG**

Nguyễn Sinh Nhật Tân



KẾ HOẠCH**Hoạt động xúc tiến thương mại giai đoạn 2026-2030***(ban hành kèm theo Quyết định số...**37 33** /QĐ-BCT
ngày..**24**.. tháng 12 năm 2025)***I. MỤC TIÊU****1. Mục tiêu tổng quát:**

- Nâng cao hiệu quả xuất khẩu một cách bền vững, chuyển dịch cơ cấu xuất khẩu theo hướng tăng trưởng cả về quy mô lẫn chất lượng.
- Tăng tỷ trọng hàng công nghiệp chế biến, chế tạo trong tổng kim ngạch xuất khẩu, phát triển mạnh các ngành công nghệ trung bình và cao.
- Nâng cao giá trị gia tăng nội địa (DVA), giảm dần sự phụ thuộc vào nguyên liệu, linh kiện nhập khẩu.
- Phát triển mạnh mẽ thương hiệu quốc gia và thương hiệu ngành hàng, xây dựng hình ảnh quốc gia về sản phẩm đáng tin cậy, bền vững và thông minh.

2. Mục tiêu cụ thể đến năm 2030:

a. Tăng trưởng xuất khẩu duy trì ở mức bình quân 5-6%/năm trong cả giai đoạn 2026-2030, đảm bảo thặng dư thương mại ổn định.

b. Cơ cấu xuất khẩu:

- Tỷ trọng hàng công nghiệp chế biến, chế tạo xuất khẩu đạt 90%.
- Trong đó, tỷ trọng xuất khẩu hàng công nghệ trung bình và cao đạt ít nhất 70%.

c. Năng lực hệ thống xúc tiến thương mại:

100% cơ quan xúc tiến thương mại cấp tỉnh đạt điểm Chỉ số đánh giá năng lực cơ quan xúc tiến thương mại cấp tỉnh (TPCI) từ 75/100 điểm trở lên.

d. Chuyển đổi số:

Xây dựng và đưa vào vận hành chính thức Hệ sinh thái xúc tiến thương mại số quốc gia (National Digital Trade Promotion Platform), đảm bảo kết nối liên thông dữ liệu từ trung ương đến địa phương, tích hợp các công cụ trí tuệ nhân tạo (AI), dữ liệu lớn (Big Data), công nghệ chuỗi khối (blockchain) và sàn giao dịch B2B xuyên biên giới.

II. KẾ HOẠCH HÀNH ĐỘNG GIAI ĐOẠN 2026 - 2030

1. Đa dạng hóa thị trường và nâng cao hiệu quả khai thác hiệp định thương mại tự do (FTA):

- Thị trường truyền thống (Hoa Kỳ, EU, Trung Quốc, Nhật Bản, Hàn Quốc, ASEAN): Tiếp tục củng cố và nâng cấp thâm nhập, tập trung vào phân khúc trung – cao cấp, đáp ứng tiêu chuẩn xanh và truy xuất nguồn gốc.

- Thị trường tiềm năng (Anh, Canada, Úc, Ấn Độ, UAE, Ả rập Xê út, Mexico, Nam Mỹ, Châu Phi, Halal): tăng cường, đẩy mạnh xúc tiến thương mại theo cụm ngành hàng, triển khai nghiên cứu thị trường chuyên sâu, mở rộng mạng lưới đối tác.

- Nâng cao tỷ lệ tận dụng ưu đãi FTA: Đẩy mạnh tuyên truyền, đào tạo và hỗ trợ doanh nghiệp, đặc biệt cho các FTA thế hệ mới (CPTPP, EVFTA, UKVFTA, RCEP,...).

2. Đẩy mạnh Chương trình “Người Việt Nam ưu tiên dùng hàng Việt Nam”:

- Phát triển thị trường nội địa thành trụ cột chiến lược, kích cầu tiêu dùng bền vững.

- Nhân rộng mô hình Hội chợ Quốc gia quy mô lớn kết hợp đa mục tiêu: xúc tiến thương mại, đầu tư, du lịch, văn hóa.

- Thúc đẩy mạnh mẽ thương mại điện tử và hệ thống bán lẻ hiện đại để đưa hàng Việt tiếp cận sâu rộng người tiêu dùng.

3. Phát triển Hệ thống xúc tiến thương mại quốc gia gắn kết – hiện đại – chuyên nghiệp:

- Nghiên cứu xây dựng và ban hành Quy chế phối hợp xúc tiến thương mại liên ngành, phân định rõ vai trò, trách nhiệm của các bộ, ngành, địa phương.

- Nghiên cứu xây dựng, đề xuất mô hình tham khảo về về vị trí, chức năng, cơ cấu tổ chức, nhiệm vụ của Trung tâm xúc tiến thương mại địa phương.

- Xây dựng mạng lưới chuyên gia xúc tiến thương mại theo ngành và thị trường.

4. Nâng cao năng lực cho các Hiệp hội ngành hàng (BSOs) và Trung tâm xúc tiến thương mại địa phương (TPOs):

- Triển khai các chương trình đào tạo chuyên sâu về chuyển đổi số, chuyển đổi xanh và tiêu chuẩn bền vững.

- Hỗ trợ tư vấn trực tiếp cho doanh nghiệp thay đổi tư duy và năng lực sản xuất – kinh doanh.

5. Số hóa cơ sở dữ liệu và quản lý mạng lưới xúc tiến thương mại:

- Xây dựng cơ sở dữ liệu quốc gia về xúc tiến thương mại liên thông, tập trung.

- Số hóa việc quản trị Chương trình cấp quốc gia về xúc tiến thương mại.

6. Tăng cường hạ tầng xúc tiến thương mại:

- Khuyến khích các địa phương quy hoạch và đầu tư phát triển cơ sở vật chất phục vụ xúc tiến thương mại như trung tâm hội chợ triển lãm, hội nghị quốc tế, khu trải nghiệm sản phẩm.

- Kết nối hạ tầng xúc tiến thương mại với hạ tầng giao thông, logistics để tạo thành mạng lưới liên vùng liên mạch.

7. Xây dựng Chương trình doanh nghiệp dẫn dắt ngành hàng (Leading Corporations & SMEs Pioneers):

- Lựa chọn và hỗ trợ các doanh nghiệp lớn dẫn dắt chuỗi giá trị và các doanh nghiệp vừa và nhỏ tiên phong tham gia Chương trình “Vươn ra thị trường quốc tế” (Go Global).

- Hỗ trợ toàn diện chuỗi cung ứng: thượng nguồn (nguyên liệu, thiết kế), trung nguồn (sản xuất thông minh, chuyển đổi số), hạ nguồn (thương hiệu, phân phối, hậu cần).

8. Xây dựng Bộ nhận diện xuất khẩu gắn với hình ảnh quốc gia:

- Thiết lập và áp dụng thống nhất Bộ nhận diện xuất khẩu quốc gia cho các hoạt động xúc tiến thương mại ở nước ngoài.

- Xây dựng, phát triển và áp dụng bộ nhận diện xuất khẩu cho các ngành hàng.

9. Xây dựng kế hoạch xúc tiến thương mại theo ngành hàng/địa phương:

Các địa phương và hiệp hội căn cứ vào Kế hoạch này để xây dựng kế hoạch chi tiết, phù hợp với thế mạnh và đặc thù của mình, bảo đảm tính đồng bộ và tránh chồng chéo.

III. CÁC GIẢI PHÁP CHỦ YẾU:

1. Đổi mới toàn diện Chương trình cấp quốc gia về xúc tiến thương mại:

- Nâng cấp, đổi mới toàn diện nội dung, cách thức thực hiện.
- Đơn giản hóa tối đa hồ sơ thủ tục hỗ trợ.
- Tăng định mức và tỷ lệ hỗ trợ tiệm cận với thực tế thị trường

2. Xây dựng Quy chế phối hợp liên ngành trong hệ thống xúc tiến thương mại:

- Xác định rõ vai trò điều phối của Bộ Công Thương và trách nhiệm phối hợp của các bộ, ngành, địa phương, hiệp hội.
- Thiết lập nguyên tắc chia sẻ thông tin, dữ liệu thống nhất trên nền tảng số chung.

3. Phát triển Thương hiệu Quốc gia và thương hiệu ngành hàng:

- Nâng cấp Chương trình Thương hiệu Quốc gia, lồng ghép các tiêu chí xanh, số và bền vững.
- Hỗ trợ xây dựng thương hiệu cho các ngành hàng có lợi thế cạnh tranh.
- Hỗ trợ doanh nghiệp, đặc biệt là SMEs, về quản trị thương hiệu, marketing số và bảo hộ sở hữu trí tuệ.

4. Phối hợp chặt chẽ với hoạt động ngoại giao kinh tế:

- Thiết lập cơ chế phối hợp thường xuyên giữa Bộ Công Thương và Bộ Ngoại giao, hệ thống cơ quan đại diện Việt Nam ở nước ngoài.
- Lồng ghép nội dung xúc tiến thương mại vào các chuyến thăm cấp cao, đối thoại kinh tế để tháo gỡ rào cản, mở cửa thị trường.

IV. TỔ CHỨC THỰC HIỆN:

1. Cục Xúc tiến thương mại là cơ quan đầu mối của Bộ Công Thương, chủ trì triển khai, đôn đốc và hướng dẫn các bộ, ngành, địa phương, hiệp hội và doanh nghiệp thực hiện các nhiệm vụ, giải pháp về xúc tiến thương mại giai đoạn 2026–2030; tổng hợp tình hình, báo cáo Bộ trưởng theo định kỳ và đột xuất.

Các đơn vị thuộc Bộ Công Thương, theo chức năng, nhiệm vụ được giao, phối hợp với Cục Xúc tiến thương mại thực hiện các nội dung liên quan; định kỳ hàng năm đánh giá, báo cáo tình hình triển khai và kết quả thực hiện gửi Cục Xúc tiến thương mại để tổng hợp.

2. Ủy ban nhân dân các tỉnh, thành phố chỉ đạo Sở Công Thương và các đơn vị liên quan:

- Bố trí nguồn lực, nâng cao năng lực Trung tâm XTTM; tham gia hệ thống phối hợp liên ngành và chia sẻ dữ liệu doanh nghiệp, sản phẩm.
- Đẩy mạnh chuyển đổi số, hỗ trợ doanh nghiệp tham gia thương mại điện tử và xuất khẩu qua nền tảng xuyên biên giới.
- Tăng cường triển khai Chương trình “Người Việt Nam ưu tiên dùng hàng Việt Nam”; tổ chức hội chợ, tuần lễ hàng Việt;
- Liên kết với doanh nghiệp FDI để thúc đẩy đặt hàng, chuyển giao công nghệ, tiêu chuẩn chất lượng.
- Quy hoạch và phát triển hạ tầng XTTM hiện đại, gồm: trung tâm hội chợ – triển lãm, kho lạnh, logistics, sàn thương mại điện tử địa phương.

3. Các hiệp hội ngành hàng:

- Hỗ trợ, hướng dẫn doanh nghiệp đa dạng hóa thị trường, khai thác FTA; nghiên cứu thị trường, xây dựng bản đồ xuất khẩu ngành; kết nối với Thương vụ Việt Nam tại nước ngoài, Thương vụ nước ngoài tại Việt Nam.

- Tham gia xây dựng và vận hành hệ sinh thái xúc tiến thương mại, cung cấp dữ liệu ngành, kiến nghị chính sách, xây dựng mạng lưới chuyên gia.

- Nâng cao năng lực thành viên và hỗ trợ doanh nghiệp chuyển đổi xanh – số thông qua đào tạo, xây dựng cẩm nang tiêu chuẩn.

- Phối hợp số hóa dữ liệu ngành, liên thông với nền tảng xúc tiến thương mại quốc gia.

- Triển khai chương trình doanh nghiệp dẫn dắt và SMEs tiên phong, tổ chức Vietnam Pavilion tại các sự kiện xúc tiến thương mại quốc tế.

- Áp dụng và phát triển Bộ nhận diện xuất khẩu quốc gia trong ngành.

4. Doanh nghiệp:

- Tập trung đổi mới sáng tạo, nâng cao chất lượng sản phẩm, phát triển thương hiệu xuất khẩu, tuân thủ tiêu chuẩn quốc tế và xu hướng xanh – bền vững.

- Nâng cao năng lực xúc tiến thương mại, chuyển đổi số, ứng dụng thương mại điện tử xuyên biên giới và phân tích dữ liệu lớn.

- Liên kết chặt chẽ với các tổ chức xúc tiến thương mại, tham gia tích cực các chương trình xúc tiến thương mại và mạng lưới chuỗi cung ứng toàn cầu.

- Tăng cường quản trị rủi ro, theo dõi biến động chính sách thương mại, logistics./.

Phụ lục: Phân công nhiệm vụ triển khai kế hoạch xúc tiến thương mại giai đoạn 2026-2030
(ban hành kèm theo Quyết định số..... /QĐ-BCT ngày tháng 12 năm 2025)

STT	Nhiệm vụ trọng tâm	Nội dung công việc	Thời hạn	Cơ quan chủ trì	Cơ quan phối hợp
I	HOÀN THIỆN THỂ CHẾ, CHÍNH SÁCH				
1.1	Đổi mới toàn diện Chương trình XTTM quốc gia	- Nâng cấp, đổi mới toàn diện nội dung, cách thức thực hiện. - Đơn giản hóa tối đa hồ sơ thủ tục hỗ trợ. - Tăng định mức và tỷ lệ hỗ trợ tiệm cận với thực tế thị trường	Q4/2026	Cục XTTM	Các cơ quan liên quan thuộc Bộ Tài chính, Bộ Tư pháp, các cơ quan XTTM của các Bộ, Ngành, Hiệp hội ngành hàng, Sở Công Thương, Trung tâm XTTM, Thương vụ, LMHTX Việt Nam,...
1.2	Xây dựng Quy chế phối hợp liên ngành về XTTM	- Nghiên cứu, soạn thảo Quy chế phối hợp. - Lấy ý kiến các cơ quan, đơn vị liên quan. - Trình cấp có thẩm quyền ban hành.	Q2/2026	Cục XTTM	Các cơ quan XTTM của các Bộ, Ngành, Hiệp hội ngành hàng, Sở Công Thương, Trung tâm XTTM, Thương vụ, LMHTX Việt Nam,...
1.3	Nghiên cứu sửa đổi, bổ sung khái niệm XTTM trong văn bản pháp luật	- Đề xuất định nghĩa XTTM mới, hiện đại. - Lồng ghép vào quá trình sửa đổi Luật Thương mại, Luật Quản lý ngoại thương.	2027-2028	Vụ Pháp chế	Cục XTTM, các chuyên gia
II	PHÁT TRIỂN HẠ TẦNG & HỆ SINH THÁI XÚC TIẾN THƯƠNG MẠI SỐ				
2.1	Xây dựng & vận hành Hệ sinh thái	- Thiết kế kiến trúc tổng thể nền tảng.	Hoàn thành giai đoạn 1: 2026	Cục XTTM	Cục TMĐT và kinh tế số, các cơ quan XTTM của các Bộ, Ngành, Hiệp hội ngành hàng, Sở Công

STT	Nhiệm vụ trọng tâm	Nội dung công việc	Thời hạn	Cơ quan chủ trì	Cơ quan phối hợp
	XTTM số quốc gia	- Phát triển các module: CSDL, quốc gia, phân tích AI, sàn B2B, gian hàng số. - Triển khai thí điểm và vận hành chính thức.	Vận hành toàn diện: 2030		Thương, Trung tâm XTTM, Thương vụ, LMHTX Việt Nam, VCCI,....
2.2	Số hóa cơ sở dữ liệu XTTM	- Chuẩn hóa, tích hợp dữ liệu từ các nguồn - Xây dựng cơ chế cập nhật và chia sẻ dữ liệu liên thông.	Q4/2028	Cục XTTM	Các cơ quan XTTM của các Bộ, Ngành, Hiệp hội ngành hàng, Sở Công Thương, Trung tâm XTTM, Thương vụ, LMHTX Việt Nam, VCCI,....
2.3	Quy hoạch & đầu tư hạ tầng XTTM vật chất	- Các địa phương xây dựng quy hoạch trung tâm hội chợ triển lãm, không gian trải nghiệm.	Xây dựng quy hoạch: 2026-2027	UBND các tỉnh, thành phố	Bộ Công Thương, Bộ Xây dựng, Bộ Tài chính
III NÂNG CAO NĂNG LỰC HỆ THỐNG & DOANH NGHIỆP					
3.1	Nâng cao năng lực cho TPOs/BSOs (Trung tâm & Hiệp hội)	- Xây dựng chương trình đào tạo chuyên sâu về chuyển đổi số, xanh, tiêu chuẩn quốc tế. - Tổ chức các khóa đào tạo, tập huấn định kỳ.	Hàng năm (2026-2030)	Cục XTTM	Các cơ quan XTTM của các Bộ, Ngành, Hiệp hội ngành hàng, Sở Công Thương, Trung tâm XTTM, Thương vụ, LMHTX Việt Nam, VCCI,...., các tổ chức XTTM quốc tế
3.2	Triển khai Chương trình Doanh nghiệp dẫn dắt (Go Global)	- Xây dựng tiêu chí, lựa chọn doanh nghiệp dẫn dắt và SMEs tiên phong. - Xây dựng gói hỗ trợ toàn diện 3 chiều (thương, trung, hạ nguồn).	2026-2030	Vụ KHTC	Các cơ quan XTTM của các Bộ, Ngành, Hiệp hội ngành hàng, Sở Công Thương, Trung tâm XTTM, Thương vụ, LMHTX Việt Nam, VCCI,...., các tổ chức XTTM quốc tế

STT	Nhiệm vụ trọng tâm	Nội dung công việc	Thời hạn	Cơ quan chủ trì	Cơ quan phối hợp
		- Tổ chức kết nối, xúc tiến chuyên sâu.			
3.3	Đào tạo, nâng cao năng lực XTMM cho doanh nghiệp	- Tổ chức các hội thảo, khóa đào tạo về thị trường, FTA, marketing quốc tế, thương mại điện tử xuyên biên giới. - Tư vấn cá nhân hóa cho doanh nghiệp.	Hàng năm (2026-2030)	Các Hiệp hội ngành hàng, Trung tâm XTMM địa phương	Vụ CSTMDB, Văn phòng Ban chỉ đạo liên ngành hội nhập quốc tế về kinh tế, Cục XTMM, các trường đại học, chuyên gia
3.4	Báo cáo xếp hạng TPCI	Đánh giá và công bố Chỉ số năng lực XTMM cấp tỉnh	Hàng năm (2026-2030)	Cục XTMM	Sở Công Thương, Trung tâm XTMM
IV	ĐA DẠNG HÓA THỊ TRƯỜNG & PHÁT TRIỂN THƯƠNG HIỆU				
4.1	Triển khai chiến lược đa dạng hóa thị trường	- Nghiên cứu, xây dựng bản đồ thị trường ưu tiên cho từng ngành hàng. - Tổ chức các đoàn XTMM, hội chợ chuyên ngành tại thị trường mới nổi, thị trường tiềm năng. - Tăng cường hoạt động của Thương vụ tại các thị trường trọng điểm.	Hàng năm (2026-2030)	Cục XTMM	Vụ TTNN, các cơ quan liên quan thuộc Bộ Ngoại giao, các cơ quan XTMM của các Bộ, Ngành, Hiệp hội ngành hàng, Sở Công Thương, Trung tâm XTMM, Thương vụ, LMHTX Việt Nam, VCCI,..., các tổ chức XTMM quốc tế
4.3	Phát triển Thương hiệu Quốc gia & ngành hàng	- Nâng cấp tiêu chí và quy trình công nhận Thương hiệu Quốc gia. - Xây dựng chiến dịch truyền thông quốc tế cho thương hiệu ngành hàng. - Hỗ trợ doanh nghiệp đăng ký bảo hộ sở hữu trí tuệ ở nước ngoài.	Chiến lược thương hiệu: 2026 Triển khai chiến dịch: 2027-2030	Cục XTMM	Bộ NN&MT, Bộ VH&TT&DL, Bộ KH&CN, các Hiệp hội
V	XÚC TIẾN THƯƠNG MẠI CHO THỊ TRƯỜNG NỘI ĐỊA				

STT	Nhiệm vụ trọng tâm	Nội dung công việc	Thời hạn	Cơ quan chủ trì	Cơ quan phối hợp
5.1	Tổ chức các Hội chợ Quốc gia quy mô lớn	- Tổ chức các Hội chợ Quốc gia (Mùa Xuân, Mùa Hạ, Mùa Thu,...) với quy mô và chất lượng cao. - Kết nối với các chuỗi bán lẻ, tập đoàn mua hàng quốc tế.	Hàng năm	Cục XTTM	UBND TP. Hà Nội, TP.HCM, các Bộ/Ngành liên quan, các Sở Công Thương
5.2	Thúc đẩy tiêu dùng nội địa qua thương mại điện tử	- Phối hợp với các sàn TMĐT - Hỗ trợ doanh nghiệp số hóa kênh bán hàng.	Hàng quý/năm	Cục Thương mại điện tử và Kinh tế số	Cục XTTM, Hiệp hội TMĐT, các sàn TMĐT
VI	TỔNG KẾT, BÁO CÁO				
6.1	Tổng kết, báo cáo định kỳ	Báo cáo tổng kết giai đoạn 2026-2030.	Báo cáo năm vào tháng 12 hàng năm Tổng kết: Q4/2030	Bộ Công Thương (Cục XTTM)	Các đơn vị chủ trì, phối hợp được phân công