

Số: 1970 /QĐ-BCT

Hà Nội, ngày 07 tháng 7 năm 2025

QUYẾT ĐỊNH

Về việc ban hành Kế hoạch hành động của Bộ Công Thương thực hiện Chỉ thị số 18/CT-TTg ngày 18 tháng 6 năm 2025 của Thủ tướng Chính phủ về việc thực hiện các nhiệm vụ, giải pháp xúc tiến thương mại trong và ngoài nước để thúc đẩy hoạt động thương mại năm 2025

BỘ TRƯỞNG BỘ CÔNG THƯƠNG

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 Chỉ thị số 18/CT-TTg ngày 18 tháng 6 năm 2025 của Thủ tướng Chính phủ về việc thực hiện các nhiệm vụ, giải pháp xúc tiến thương mại trong và ngoài nước để thúc đẩy hoạt động thương mại năm 2025;

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

QUYẾT ĐỊNH:

Điều 1. Ban hành kèm theo Quyết định này Kế hoạch hành động của Bộ Công Thương thực hiện Chỉ thị số 18/CT-TTg ngày 18 tháng 6 năm 2025 của Thủ tướng Chính phủ về việc thực hiện các nhiệm vụ, giải pháp xúc tiến thương mại trong và ngoài nước để thúc đẩy hoạt động thương mại năm 2025.

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);
- Văn phòng Chính phủ;
- Các đồng chí Thứ trưởng;
- Công TTĐT Bộ Công Thương;
- Lưu: VT, XTTM.



BỘ TRƯỞNG

[Signature]
★ Nguyễn Hồng Diên

KẾ HOẠCH HÀNH ĐỘNG CỦA BỘ CÔNG THƯƠNG

Thực hiện Chỉ thị số 18/CT-TTg ngày 18 tháng 6 năm 2025 của Thủ tướng Chính phủ về việc thực hiện các nhiệm vụ, giải pháp xúc tiến thương mại trong và ngoài nước để thúc đẩy hoạt động thương mại năm 2025

(ban hành kèm theo Quyết định số.../QĐ-BCT ngày 07 tháng 7 năm 2025)

1970

I. MỤC TIÊU:

1. Tổ chức cụ thể hóa và thực hiện đầy đủ các quan điểm, mục tiêu, nhiệm vụ và giải pháp đã đề ra trong Chỉ thị số 18/CT-TTg ngày 18 tháng 6 năm 2025 của Thủ tướng Chính phủ về việc thực hiện các nhiệm vụ, giải pháp xúc tiến thương mại trong và ngoài nước để thúc đẩy hoạt động thương mại năm 2025.

2. Xác định các nhiệm vụ, giải pháp cụ thể của các đơn vị thuộc Bộ làm căn cứ tổ chức thực hiện một cách đồng bộ và hiệu quả Chỉ thị số 18/CT-TTg, hiện thực hóa mục tiêu thúc đẩy phát triển mạnh mẽ và bền vững thị trường nội địa, nâng cao năng lực ứng phó với các rào cản thương mại, đa dạng hóa thị trường xuất khẩu, giảm phụ thuộc vào các thị trường truyền thống, để giữ vững đà phục hồi và phát triển kinh tế bền vững trong năm 2025 và những năm tiếp theo.

II. NHIỆM VỤ, GIẢI PHÁP:

1. Cục Xúc tiến thương mại:

- Chủ trì, phối hợp với các cơ quan, tổ chức tăng cường thực hiện đa dạng, có hiệu quả các hoạt động xúc tiến thương mại phục vụ xuất nhập khẩu:

+ Triển khai có hiệu quả, đa dạng hóa các chương trình xúc tiến thương mại với quy mô lớn, chuyên sâu theo từng ngành hàng tại các thị trường trọng điểm như: EU, Hoa Kỳ, Trung Quốc, Nhật Bản, Hàn Quốc, ASEAN, Ấn Độ, Trung Đông, châu Phi và khu vực Mỹ Latin,... Tăng cường tổ chức chương trình xúc tiến thương mại đối với các mặt hàng Việt Nam có thế mạnh tại các thị trường có FTA/CEPA với Việt Nam, thị trường ngách và thị trường mới như: thị trường sản phẩm Halal, Saudi Arabia, Ai Cập, UAE, Brazil, thị trường Bắc Phi,... Tăng cường đẩy mạnh xúc tiến thương mại đối với các sản phẩm công nghệ cao, đặc biệt là trong các lĩnh vực công nghệ bán dẫn, trí tuệ nhân tạo, tự động hóa, máy móc, thiết bị và linh kiện, năng lượng tái tạo.

+ Phối hợp với hệ thống Thương vụ, Văn phòng Xúc tiến thương mại, Trung tâm Giới thiệu sản phẩm Việt Nam tại nước ngoài tăng cường hỗ trợ doanh nghiệp Việt Nam cung cấp thông tin, tư vấn thị trường, kết nối các nhà xuất khẩu, nhập khẩu, phân phối ở thị trường sở tại, quảng bá sản phẩm, thương hiệu. Mở rộng triển khai quảng bá Chương trình và các sản phẩm đạt Thương hiệu Quốc

gia Việt Nam và hỗ trợ doanh nghiệp xây dựng chiến lược thương hiệu bài bản, bảo hộ sở hữu trí tuệ tại thị trường nước ngoài. Tiếp tục triển khai kế hoạch mở rộng hệ thống các Văn phòng Xúc tiến thương mại Việt Nam tại các thị trường trọng điểm nhằm tăng cường nguồn lực hỗ trợ trực tiếp cho các doanh nghiệp Việt Nam tại thị trường nước ngoài.

+ Phối hợp hiệu quả với cơ quan đại diện ngoại giao, thương vụ nước ngoài và các Tổ chức Xúc tiến thương mại quốc tế lớn như: KOTRA, JETRO, ITC ... Tranh thủ và sử dụng hiệu quả nguồn lực, hỗ trợ kỹ thuật của các Tổ chức quốc tế để nâng cao năng lực, kỹ năng xúc tiến xuất khẩu, tiếp cận thị trường của các Hiệp hội, ngành hàng và doanh nghiệp Việt Nam.

+ Chủ trì, phối hợp với các cơ quan, tổ chức lựa chọn, phát triển nhóm sản phẩm chủ lực gắn với Thương hiệu quốc gia và đẩy mạnh quảng bá thông qua hoạt động hội chợ triển lãm, sự kiện ngoại giao – văn hóa, và nền tảng số nhằm nâng cao giá trị, vị thế sản phẩm Việt trên thị trường quốc tế.

+ Đẩy mạnh các hoạt động xúc tiến thương mại phục vụ nhập khẩu có chọn lọc đối với nguyên liệu đầu vào, linh kiện, thiết bị, công nghệ phục vụ sản xuất, nhằm hỗ trợ doanh nghiệp trong nước nâng cao năng lực sản xuất, gia tăng giá trị sản phẩm để xuất khẩu, góp phần cân bằng cán cân thương mại tại các thị trường lớn như: Hoa Kỳ, EU.

- Chủ trì, phối hợp với các cơ quan, đơn vị liên quan thực hiện các hoạt động xúc tiến thương mại phát triển thị trường nội địa:

+ Tăng cường thực hiện các hoạt động xúc tiến thương mại liên kết vùng, liên kết ngành trong tiêu thụ sản phẩm nội địa, các hội chợ, triển lãm hàng hóa quy mô quốc gia và khu vực, phát triển các mô hình “kết nối cung – cầu”, “hội chợ hàng Việt lưu động”, “đưa hàng Việt về nông thôn, khu công nghiệp, vùng sâu vùng xa” để mở rộng độ phủ thị trường.

+ Tổ chức hiệu quả các chương trình khuyến mại tập trung trên phạm vi toàn quốc trong các tháng tiêu dùng thấp điểm và các tháng cuối năm với các hình thức thiết thực, sáng tạo và phù hợp xu hướng tiêu dùng mới, đảm bảo quyền của người tiêu dùng theo quy định của pháp luật.

- Chủ trì, phối hợp với các cơ quan, tổ chức đẩy mạnh ứng dụng công nghệ, chuyển đổi số, chuyển đổi xanh trong công tác xúc tiến thương mại để hỗ trợ doanh nghiệp nâng cao năng lực cạnh tranh:

+ Tăng cường thực hiện các hoạt động xúc tiến thương mại trên môi trường số, các hoạt động xúc tiến xuất khẩu trực tuyến thông qua các sàn thương mại điện tử, tổ chức các hoạt động kết nối giao thương trực tuyến để tiếp cận nhanh chóng với thị trường quốc tế.

+ Phối hợp với các sàn thương mại điện tử triển khai các chương trình xúc tiến thương mại tiêu thụ sản phẩm, hàng hoá sản xuất trong nước. Phát động phong trào tiêu dùng hàng hoá Việt Nam, sản phẩm địa phương thông qua các mô hình gian hàng quốc gia Việt Nam trên sàn thương mại điện tử.

+ Áp dụng các giải pháp công nghệ để nâng cao hiệu quả của hệ thống xúc tiến thương mại.

+ Tăng cường đào tạo, bồi dưỡng kiến thức, kỹ năng xúc tiến thương mại, ứng dụng công nghệ, chuyên đổi số trong hoạt động xúc tiến thương mại, phát triển thị trường.

- Tăng cường công tác quản lý nhà nước về hoạt động xúc tiến thương mại.

2. Cục Xuất nhập khẩu:

- Theo dõi chặt chẽ diễn biến kim ngạch xuất khẩu, nhập khẩu theo từng ngành hàng, từng thị trường; phân tích nguyên nhân biến động, xu hướng phát sinh để kịp thời tham mưu, đề xuất Bộ Công Thương các giải pháp điều hành, điều chỉnh chính sách xuất nhập khẩu phù hợp, góp phần ổn định thị trường, bảo đảm cân đối cung cầu, thúc đẩy xuất khẩu và kiểm soát nhập khẩu hợp lý.

- Chủ động cung cấp cho cộng đồng doanh nghiệp xuất khẩu các thông tin cập nhật về thị trường, chính sách thương mại, xu hướng tiêu dùng và yêu cầu kỹ thuật của các đối tác thuộc các thị trường có FTA/CEPA với Việt Nam, đặc biệt là CPTPP, EVFTA, RCEP. Tổ chức các hội thảo chuyên đề, lớp tập huấn chuyên sâu nhằm hướng dẫn doanh nghiệp tận dụng tối đa các ưu đãi thuế quan, đáp ứng đầy đủ và hiệu quả các tiêu chuẩn xuất khẩu quốc tế, đặc biệt là truy xuất nguồn gốc, tiêu chuẩn kỹ thuật, môi trường, lao động; từ đó nâng cao năng lực cạnh tranh, khả năng tham gia sâu vào chuỗi cung ứng toàn cầu và khai thác bền vững cơ hội từ các hiệp định thương mại tự do thế hệ mới.

- Chủ động nghiên cứu, đánh giá thực trạng cán cân thương mại song phương với các đối tác trọng yếu như Hoa Kỳ, EU, Trung Quốc; từ đó đề xuất các giải pháp tổng thể và dài hạn nhằm thúc đẩy xuất khẩu nhóm hàng có giá trị gia tăng cao, mở rộng thị phần hàng Việt Nam tại các thị trường phát triển, đồng thời kiểm soát hiệu quả nhập khẩu, từng bước cân bằng cán cân thương mại với các thị trường lớn, đặc biệt là giảm dần mức thâm hụt thương mại với Trung Quốc theo hướng bền vững và có lợi cho sản xuất trong nước.

- Phối hợp với Vụ Thị trường nước ngoài tổ chức nghiên cứu, phân tích sâu tác động của các chính sách thương mại quốc tế mới (như chính sách thuế quan của Hoa Kỳ, cơ chế điều chỉnh biên giới carbon – CBAM của EU) đối với xuất nhập khẩu của Việt Nam, qua đó tham mưu đề xuất giải pháp ứng phó hiệu quả.

3. Vụ Phát triển thị trường nước ngoài:

- Phối hợp với các cơ quan liên quan của Bộ Ngoại giao, hệ thống Thương vụ Việt Nam tại nước ngoài và các tổ chức xúc tiến thương mại quốc tế xây dựng, phát triển và duy trì cơ sở dữ liệu toàn diện, cập nhật thường xuyên về thông tin thị trường xuất khẩu; tập trung vào các chính sách thương mại, thuế quan, rào cản kỹ thuật, tiêu chuẩn chất lượng, yêu cầu về môi trường và phát triển bền vững của các thị trường trọng điểm như EU, Hoa Kỳ, Trung Quốc, Nhật Bản, Hàn Quốc, ASEAN, Ấn Độ, Trung Đông, châu Phi và Mỹ Latin.

- Nghiên cứu, phân tích các cam kết trong các FTA, CEPA đã ký kết để tham mưu xây dựng và hoàn thiện hệ thống chính sách hỗ trợ doanh nghiệp tận dụng hiệu quả ưu đãi thuế quan, đồng thời đề xuất các giải pháp nâng cao năng lực cạnh tranh cho doanh nghiệp trong việc tiếp cận và mở rộng thị trường, nhất là tại các khu vực có FTA thế hệ mới như CPTPP, EVFTA, RCEP, UKVFTA.

- Phối hợp chặt chẽ với Cục Xúc tiến thương mại trong việc xây dựng và triển khai các chương trình kết nối giao thương có trọng tâm, trọng điểm, nhằm tạo cầu nối hiệu quả giữa doanh nghiệp Việt Nam và các nhà phân phối, nhập khẩu, chuỗi bán lẻ quốc tế lớn; đặc biệt phát huy vai trò của sự kiện Vietnam International Sourcing 2025 như một nền tảng xúc tiến thương mại quy mô quốc gia, giúp doanh nghiệp Việt chủ động tiếp cận, đàm phán, ký kết hợp đồng với đối tác nước ngoài, mở rộng kênh tiêu thụ trên thị trường toàn cầu, qua đó thúc đẩy gia tăng giá trị và vị thế hàng hóa Việt Nam trong chuỗi cung ứng quốc tế.

4. Cục Quản lý và phát triển thị trường trong nước:

- Phối hợp chặt chẽ với các cơ quan, đơn vị có liên quan triển khai có hiệu quả các Chương trình xúc tiến thương mại để mở rộng thị trường, kết nối tiêu thụ các sản phẩm tại thị trường trong nước và xuất khẩu.

- Chủ trì, phối hợp với các đơn vị liên quan lồng ghép thực hiện các nội dung của Đề án Người Việt Nam ưu tiên dùng hàng Việt Nam như: đẩy mạnh công tác tuyên truyền, quảng bá nâng cao chất lượng về hàng Việt Nam, xây dựng tổ chức các điểm bán hàng Việt; tổ chức các Hội nghị kết nối cung cầu tiêu thụ các sản phẩm hàng hóa do Việt Nam sản xuất; phối hợp tổ chức các Hội chợ, phiên chợ đưa hàng Việt về khu công nghiệp, vùng nông thôn, vùng sâu, vùng xa, vùng cao biên giới, qua đó sẽ góp phần đẩy mạnh phát triển sản xuất trong nước, giúp cho người tiêu dùng tại các vùng có điều kiện kinh tế còn nhiều khó khăn được tiếp cận, tiêu dùng các sản phẩm có chất lượng tốt do Việt Nam sản xuất góp phần nâng cao đời sống vật chất, tinh thần cho người dân các địa phương.

- Chủ trì và phối hợp với các cơ quan, đơn vị triển khai biện pháp Nghiệp vụ Quản lý thị trường để tăng cường công tác kiểm tra, kiểm soát thị trường, kịp

thời phát hiện và xử lý nghiêm các hành vi vi phạm về kinh doanh hàng nhái, hàng giả, hàng kém chất lượng, hàng không rõ nguồn gốc xuất xứ, hàng hóa vi phạm về đảm bảo vệ sinh an toàn thực phẩm ... qua đó góp phần lành mạnh hóa môi trường kinh doanh, bảo vệ quyền lợi hợp pháp của doanh nghiệp sản xuất và người tiêu dùng, nâng cao uy tín, hình ảnh sản phẩm, hàng hóa Việt Nam trên thị trường trong nước và quốc tế".

5. Cục Thương mại điện tử và kinh tế số:

- Chủ trì, phối hợp với các sàn thương mại điện tử, nền tảng kinh doanh trực tuyến lớn trong nước và quốc tế triển khai các chương trình kết nối thương mại điện tử, liên kết vùng trong thương mại điện tử, thương mại điện tử xuyên biên giới nhằm thúc đẩy tiêu thụ sản phẩm, hàng hóa trên môi trường trực tuyến, chú trọng hỗ trợ doanh nghiệp nhỏ và vừa, hợp tác xã, làng nghề, cơ sở sản xuất địa phương tiếp cận và mở rộng kênh bán hàng trực tuyến. Phát động các chương trình thúc đẩy tiêu dùng hàng Việt và sản phẩm địa phương thông qua các nền tảng thương mại điện tử và mạng xã hội và các mô hình kinh doanh thương mại điện tử khác nhau, từ đó thúc đẩy chuyển đổi số trong hoạt động sản xuất kinh doanh cho doanh nghiệp, nâng cao giá trị thương hiệu, hình ảnh địa phương cũng như mở rộng thị trường tiêu thụ tại nội địa và hướng tới xuất khẩu.

- Tăng cường tổ chức các chương trình đào tạo, bồi dưỡng chuyên sâu nhằm nâng cao kiến thức pháp luật, kỹ năng về thương mại điện tử, thương mại điện tử xuyên biên giới cho đội ngũ cán bộ quản lý, hiệp hội ngành hàng và cộng đồng doanh nghiệp, hợp tác xã địa phương ...; hướng dẫn doanh nghiệp ứng dụng hiệu quả các giải pháp công nghệ số trong thương mại điện tử, phân tích dữ liệu lớn (Big Data), ứng dụng trí tuệ nhân tạo (AI) và các công nghệ hỗ trợ chuyển đổi số; qua đó từng bước nâng cao năng lực cho doanh nghiệp xuất khẩu, có khả năng tham gia sâu vào chuỗi giá trị toàn cầu và thích ứng linh hoạt với những mô hình kinh doanh mới trên thị trường quốc tế.

6. Vụ Chính sách thương mại đa biên

Chủ trì phối hợp với các đơn vị liên quan tập trung triển khai các Chương trình, Kế hoạch triển khai các FTA đã ký kết; ưu tiên các hoạt động về hỗ trợ doanh nghiệp, khai thác hiệu quả các FTA đã ký kết; triển khai các công việc đàm phán, rà soát, nâng cấp các FTA Việt Nam đã ký kết; mở rộng, đa dạng hóa thị trường xuất khẩu và đa dạng hóa nguồn cung ứng, đặc biệt các thị trường mới như Trung Đông, Mỹ La-tinh, Châu Phi, Trung Á, Ai Cập, Halal,...

7. Cục Đổi mới sáng tạo, Chuyển đổi xanh và Khuyến công

Triển khai các giải pháp thiết thực nhằm hỗ trợ hiệu quả các cơ sở công nghiệp nông thôn tham gia các hoạt động xúc tiến thương mại của chương trình khuyến công quốc gia, tập trung vào các sản phẩm đặc trưng địa phương như sản

phẩm công nghiệp nông thôn tiêu biểu, sản phẩm thủ công mỹ nghệ,... qua đó giúp các cơ sở sản xuất từng bước nâng cao năng lực cạnh tranh, cải tiến mẫu mã, chất lượng sản phẩm, đáp ứng yêu cầu của thị trường trong nước và quốc tế; đồng thời tạo điều kiện để các sản phẩm truyền thống, đặc sản vùng miền tham gia sâu hơn vào hệ thống phân phối hiện đại, sàn thương mại điện tử, góp phần phát triển kinh tế nông thôn bền vững và bảo tồn giá trị văn hoá bản địa

III. TỔ CHỨC THỰC HIỆN:

1. Thủ trưởng các cơ quan, đơn vị thuộc Bộ có trách nhiệm tổ chức thực hiện những nhiệm vụ được giao, chỉ đạo thường xuyên, kiểm tra, giám sát, đảm bảo thực hiện đúng tiến độ các mục tiêu, nhiệm vụ được nêu tại Chương trình này, kịp thời tổng hợp các kiến nghị, khó khăn, vướng mắc để xử lý hoặc chuyển tới cơ quan có thẩm quyền giải quyết.

2. Các đơn vị theo chức năng, nhiệm vụ được giao: định kỳ hàng quý, đánh giá, báo cáo tình hình triển khai và kết quả thực hiện Chương trình hành động của các đơn vị thuộc Bộ Công Thương thực hiện Chỉ thị của Thủ tướng Chính phủ về Xúc tiến thương mại năm 2025 gửi Cục Xúc tiến thương mại (trước ngày 20 của tháng cuối quý)./.

Phụ Lục
CÁC ĐƠN VỊ NHẬN QUYẾT ĐỊNH

1. Cục Thương mại điện tử và Kinh tế số
2. Cục Xuất nhập khẩu
3. Cục Đổi mới sáng tạo, Chuyển đổi xanh và Khuyến công
4. Cục Quản lý và phát triển thị trường trong nước
5. Vụ Chính sách thương mại đa biên
6. Vụ Phát triển thị trường nước ngoài