

Số: 18 /CT-TTg

Hà Nội, ngày 18 tháng 6 năm 2025

CHỈ THỊ

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

Trong những tháng đầu năm 2025, mặc dù kinh tế thế giới và trong nước tiếp tục gặp nhiều khó khăn, thách thức nhưng các Bộ, ngành, địa phương đã quyết liệt triển khai, thực hiện các giải pháp đề ra trong Nghị quyết, Chỉ thị của Chính phủ, Thủ tướng Chính phủ về phát triển kinh tế - xã hội nhằm đạt kết quả cao nhất các mục tiêu tăng trưởng kinh tế năm 2025. Cơ bản tình hình kinh tế - xã hội duy trì xu hướng tích cực, kinh tế vĩ mô ổn định, lạm phát trong tầm kiểm soát; các ngành, lĩnh vực đạt được nhiều kết quả quan trọng, tạo đà tăng trưởng cho các tháng tiếp theo.

Tuy nhiên, tình hình kinh tế - xã hội nước ta còn đối mặt với nhiều khó khăn, thách thức. Tình hình thế giới, khu vực tiếp tục diễn biến nhanh, phức tạp và khó lường; căng thẳng địa chính trị, cạnh tranh nước lớn ngày càng gia tăng, việc Hoa Kỳ công bố mức thuế quan cao áp dụng cho các đối tác tiềm ẩn nguy cơ suy thoái kinh tế toàn cầu. Đây là thách thức lớn, đặt ra yêu cầu cấp thiết về việc điều chỉnh, bổ sung các giải pháp, nhiệm vụ xúc tiến thương mại nhằm nâng cao khả năng thích ứng của nền kinh tế, bảo vệ sản xuất trong nước, phát triển thị trường nội địa và thúc đẩy xuất khẩu, giữ vững đà phục hồi, phát triển kinh tế bền vững trong năm 2025 và những năm tiếp theo.

Bên cạnh các giải pháp, nhiệm vụ được nêu tại Nghị quyết 66-NQ/TW của Bộ Chính trị về đổi mới công tác xây dựng và thi hành pháp luật đáp ứng yêu cầu phát triển đất nước trong kỷ nguyên mới, Nghị quyết 68-NQ/TW của Bộ Chính trị về phát triển kinh tế tư nhân, Nghị quyết 57-NQ/TW của Bộ Chính trị về đột phá phát triển khoa học, công nghệ, đổi mới sáng tạo và chuyển đổi số quốc gia, Nghị quyết 59-NQ/TW của Bộ Chính trị về hội nhập quốc tế trong tình hình mới, các Nghị quyết của Quốc hội, để thực hiện thắng lợi Kết luận số 123-KL/TW ngày 24 tháng 01 năm 2025 của Trung ương, Nghị quyết số 25/NQ-CP ngày 05 tháng 02 năm 2025 của Chính phủ về mục tiêu tăng trưởng các ngành, lĩnh vực và địa phương bảo đảm mục tiêu tăng trưởng cả nước năm 2025 đạt 8% trở lên, Thủ tướng Chính phủ chỉ thị các Bộ, cơ quan ngang Bộ, cơ quan thuộc Chính phủ, cơ quan khác ở Trung ương, Chủ tịch Ủy ban nhân dân các tỉnh, thành phố trực thuộc Trung ương (gọi tắt là các Bộ, cơ quan, địa phương) tiếp tục thực hiện các nhiệm vụ, giải pháp xúc tiến thương mại trong và ngoài nước để thúc đẩy hoạt động thương mại năm 2025 như sau:

I. Nhiệm vụ chung

1. Đẩy mạnh các hoạt động xúc tiến thương mại phục vụ xuất khẩu, gia tăng thị phần hàng hóa Việt Nam tại các thị trường truyền thống và các thị trường có FTA/CEPA với Việt Nam, đồng thời mở rộng, đa dạng hóa thị trường xuất khẩu, giảm phụ thuộc vào một số thị trường có rủi ro cao.

2. Thực hiện các hoạt động xúc tiến thương mại để nhập khẩu hợp lý, hiệu quả phù hợp với yêu cầu sản xuất, kinh doanh.

3. Đẩy mạnh công tác xúc tiến thương mại trong nước, thực hiện các chương trình khuyến mại tập trung, kết nối cung cầu, đẩy mạnh Cuộc vận động “Người Việt Nam ưu tiên dùng hàng Việt Nam”, thúc đẩy các hoạt động xúc tiến thương mại và phân phối hàng hóa qua nền tảng số, hỗ trợ cung cấp thông tin thị trường, tư vấn pháp lý cho doanh nghiệp để khơi thông thị trường trong nước.

II. Nhiệm vụ cụ thể

1. Bộ Công Thương chủ trì, phối hợp chặt chẽ với các bộ, ngành, địa phương và các hiệp hội ngành hàng triển khai các nhiệm vụ, giải pháp cấp quốc gia về xúc tiến thương mại nhằm duy trì tăng trưởng xuất khẩu, đảm bảo cân đối cung cầu trong nước, cụ thể:

- Chủ trì xây dựng, ban hành Kế hoạch tổng thể chương trình cấp quốc gia về xúc tiến thương mại giai đoạn 2025–2030 theo quy định.

- 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...vv. 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.

+ Chỉ đạo 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 nghiên cứu việc 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 theo quy định.

+ 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 bộ ngành, địa phương, hiệp hội ngành hàng 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, chỉ đạo 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.

- Chỉ đạo đẩy mạnh thực hiện 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, chuyển 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; phối hợp với bộ, ngành, địa phương triển khai hiệu quả các biện pháp kiểm tra, kiểm soát thị trường, xử lý các hành vi liên quan buôn lậu, gian lận thương mại và hàng giả.

2. Bộ Ngoại giao

- Theo sát tình hình, chủ động nghiên cứu, đánh giá về những chuyển biến mới của tình hình kinh tế thế giới và khu vực; các xu thế thương mại, đầu tư đang nổi lên; chủ động tiếp cận, nắm bắt, phân tích, đánh giá các điều chỉnh chính sách thương mại của các đối tác; kịp thời tham mưu chính sách, đề xuất các ứng xử phù hợp, phát hiện, tận dụng các cơ hội đẩy mạnh mở rộng đa dạng hóa thị trường, đa dạng hóa sản phẩm, đa dạng hóa chuỗi cung ứng, thúc đẩy thương mại và xuất khẩu.

- Tận dụng, tranh thủ tối đa các quan hệ chính trị, đối ngoại, nhất là thúc đẩy các hoạt động đối ngoại cấp cao. Trong đó chú trọng lồng ghép và tạo điều kiện để ký kết các thỏa thuận mở cửa thị trường cho hàng hóa Việt Nam, mở rộng các cam kết thương mại song phương, đa phương.

- Tiếp tục chủ trì, phối hợp với các Bộ, ngành, địa phương liên quan đơn đốc, rà soát, thúc đẩy triển khai các cam kết, thỏa thuận giữa Việt Nam và các đối tác, nhất là các thỏa thuận cấp cao trong vấn đề mở cửa thị trường giữa ta và các đối tác. Đẩy mạnh trao đổi, vận động chính trị ngoại giao hỗ trợ giải quyết các vướng mắc, khó khăn, “điểm nghẽn”, xử lý sớm các vấn đề mới nảy sinh trong lĩnh vực thương mại.

- Chú trọng và nâng cao hiệu quả vận động chính trị - ngoại giao nhằm thúc đẩy, tạo thuận lợi đàm phán các FTA, các thỏa thuận kinh tế, thương mại song phương, nhiều bên; qua đó góp phần thiết lập mạng lưới đối tác cung ứng ổn định, đáng tin cậy cho các ngành hàng và lĩnh vực quan trọng.

- Chỉ đạo các Cơ quan đại diện Việt Nam ở nước ngoài tăng cường và nâng cao hiệu quả hoạt động ngoại giao kinh tế, hỗ trợ xúc tiến thương mại, giải quyết tranh chấp, bảo vệ quyền lợi chính đáng của doanh nghiệp Việt Nam tại nước ngoài. Đồng thời hỗ trợ quảng bá các sản phẩm đạt thương hiệu quốc gia Việt Nam tại các sự kiện, các hoạt động ngoại giao kinh tế. Chú trọng nghiên cứu, đề xuất các sáng kiến đột phá nhằm nâng cao tính thiết thực, hiệu quả và giá trị lan tỏa của các Tuần/Ngày Việt Nam ở nước ngoài.

- Phối hợp với Bộ Công Thương nghiên cứu khả năng thành lập mới các Văn phòng Xúc tiến thương mại tại các thị trường trọng điểm nhằm mở rộng hệ thống các cơ quan xúc tiến thương mại và hỗ trợ doanh nghiệp Việt Nam tại thị trường nước ngoài.

3. Bộ Nông nghiệp và Môi trường

- Chủ trì phối hợp với Bộ Công Thương và các địa phương rà soát, điều chỉnh cơ cấu sản xuất nông nghiệp phù hợp với nhu cầu thị trường nội địa và xuất khẩu.

- Tăng cường hướng dẫn doanh nghiệp, hợp tác xã, hộ nông dân áp dụng các tiêu chuẩn nông nghiệp bền vững (VietGAP, GlobalGAP...), truy xuất nguồn gốc và các quy chuẩn quốc tế để nâng cao khả năng tiếp cận thị trường nước ngoài.

- Phối hợp với Bộ Công Thương triển khai các chương trình xúc tiến thương mại cho nông sản, đặc biệt tại các thị trường Trung Đông, châu Phi, Mỹ Latin, Nam Á, ASEAN và các nước thành viên CPTPP, EVFTA và các FTA khác.

- Hướng dẫn doanh nghiệp và địa phương trong việc áp dụng các tiêu chuẩn môi trường xanh, sạch, bền vững để đáp ứng yêu cầu của các thị trường cao cấp và giảm rủi ro từ rào cản kỹ thuật, thuế carbon; phối hợp với Bộ Công Thương và các Hiệp hội ngành hàng hỗ trợ, tập huấn cho người nông dân, hợp tác xã và các doanh nghiệp nông nghiệp tiếp cận và phát triển thương mại điện tử.

- Hỗ trợ phát triển các mô hình kinh tế tuần hoàn, sản xuất sạch góp phần nâng cao giá trị xuất khẩu bền vững và giảm chi phí môi trường trong chuỗi cung ứng.

- Tích cực chỉ đạo công tác tháo gỡ rào cản kỹ thuật, mở cửa dịch vụ thị trường nhằm đa dạng hóa thị trường xuất khẩu, tạo điều kiện để tăng cường triển khai công tác xúc tiến thương mại, phát triển thị trường.

4. Bộ Văn hoá, Thể thao và Du lịch

- Đẩy mạnh hoạt động quảng bá văn hóa – du lịch quốc gia kết hợp xúc tiến thương mại thông qua các sự kiện văn hóa, ẩm thực, du lịch quốc tế.

- Hỗ trợ các địa phương và doanh nghiệp khai thác yếu tố văn hóa, bản sắc địa phương để xây dựng thương hiệu sản phẩm xuất khẩu (như sản phẩm OCOP, hàng thủ công mỹ nghệ).

- Chỉ đạo, hướng dẫn các doanh nghiệp trong ngành du lịch thực hiện các hoạt động khuyến mại, xúc tiến du lịch, nâng cao chất lượng dịch vụ du lịch nhằm đáp ứng nhu cầu của du khách trong nước và thu hút du khách quốc tế đến Việt Nam

- Tăng cường hợp tác với Bộ Công Thương, Bộ Ngoại giao tổ chức “Tuần hàng Việt Nam” gắn với ngày hội văn hóa tại các thị trường trọng điểm.

5. Ngân hàng Nhà nước Việt Nam

- Chỉ đạo các tổ chức tín dụng đơn giản hóa thủ tục tín dụng nhằm tạo điều kiện thuận lợi cho người dân, doanh nghiệp tiếp cận vốn tín dụng ngân hàng.

- Theo dõi sát diễn biến trong nước và quốc tế, điều hành chính sách tiền tệ linh hoạt, hỗ trợ tăng trưởng kinh tế, ổn định kinh tế vĩ mô, kiểm soát lạm phát, góp phần tạo môi trường ổn định phục vụ hoạt động sản xuất, kinh doanh nói chung và hoạt động xuất nhập khẩu nói riêng.

- Chỉ đạo hệ thống ngân hàng thương mại và các tổ chức trung gian thanh toán thực hiện các giải pháp đẩy mạnh thanh toán không dùng tiền mặt trong giao dịch thương mại truyền thống cũng như thương mại điện tử theo quy định.

6. Bộ Tài chính

- Phối hợp với Bộ Công Thương và các Bộ, ngành liên quan rà soát, bố trí, tăng cường nguồn lực tài chính cho hoạt động xúc tiến thương mại, quảng bá thương hiệu cho doanh nghiệp và sản phẩm xuất khẩu của Việt Nam.

- Phối hợp với Bộ Công Thương và các cơ quan liên quan tăng cường công tác quản lý, kiểm tra, kiểm soát giá cả thị trường trong nước, bảo đảm ổn định trong bối cảnh điều chỉnh thị trường xuất khẩu theo chức năng, nhiệm vụ được giao.

7. Ủy ban nhân dân các tỉnh, thành phố trực thuộc trung ương

Chỉ đạo các cơ quan chức năng triển khai các giải pháp theo quy định của pháp luật và phù hợp với tình hình địa phương, chủ động phối hợp với các bộ, ngành và các hiệp hội ngành hàng thực hiện các hoạt động xúc tiến thương mại, phát triển thị trường, thu hút, mở rộng đầu tư sản xuất, kinh doanh của doanh nghiệp... để tạo năng lực sản xuất mới, đảm bảo cung ứng hàng hóa với chất lượng cao đáp ứng yêu cầu của thị trường xuất khẩu và nhu cầu của thị trường nội địa.

8. Các hiệp hội ngành hàng

- Phối hợp chặt chẽ với Bộ Công Thương và các bộ, ngành, địa phương trong việc triển khai các chương trình xúc tiến thương mại trong và ngoài nước; chủ động đề xuất các nội dung xúc tiến thương mại theo đặc thù ngành hàng để lồng ghép vào các chương trình cấp quốc gia.

- Đẩy mạnh tổ chức các đoàn khảo sát thị trường, giao thương, kết nối doanh nghiệp trong và ngoài nước; chủ trì hoặc phối hợp tổ chức các hội chợ, triển lãm chuyên ngành trong nước và quốc tế.

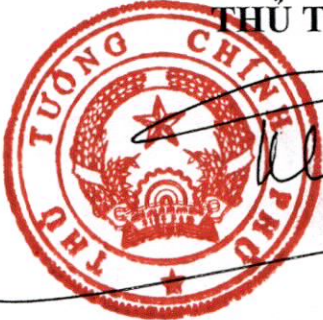
- Chủ động tham gia và thúc đẩy chuyển đổi số trong hoạt động xúc tiến thương mại ngành hàng, bao gồm ứng dụng nền tảng thương mại điện tử, logistics, tiếp thị số, và các công cụ phân tích dữ liệu để hỗ trợ doanh nghiệp tiếp cận khách hàng hiệu quả.

9. Các Bộ trưởng, Thủ trưởng cơ quan ngang Bộ, Thủ trưởng cơ quan thuộc Chính phủ, Chủ tịch Ủy ban nhân dân các tỉnh, thành phố trực thuộc Trung ương, các hiệp hội ngành hàng và cộng đồng doanh nghiệp nghiêm túc tổ chức triển khai thực hiện Chỉ thị này./.

Nơi nhận:

- Ban Bí thư Trung ương Đảng;
- Thủ tướng, các Phó Thủ tướng Chính phủ;
- Các bộ, cơ quan ngang bộ, cơ quan thuộc Chính phủ;
- HĐND, UBND các tỉnh, thành phố trực thuộc TW;
- Văn phòng Trung ương và các Ban của Đảng;
- Văn phòng Tổng Bí thư;
- Văn phòng Chủ tịch nước;
- Hội đồng Dân tộc và các Ủy ban của Quốc hội;
- Văn phòng Quốc hội;
- Tòa án nhân dân tối cao;
- Viện kiểm sát nhân dân tối cao;
- Kiểm toán nhà nước;
- VPCP: BTCN, các PCN, Trợ lý, Thư ký TTg, Phó TTg, các Vụ, Cục, đơn vị, Công TTĐTCP;
- Lưu: VT, KTTH (2).

THỦ TƯỚNG



Phạm Minh Chính