

PHỤ LỤC III**Tiêu chí xét chọn sản phẩm đạt Thương hiệu quốc gia Việt Nam**

(Ban hành kèm theo Thông tư số 18/2026/TT-BCT ngày 03 tháng 1 năm 2026 của Bộ trưởng Bộ Công Thương)

STT	Tiêu chí chấm điểm	Đánh giá tiêu chí	Tổng điểm
1	Tiêu chí 1: Chất lượng		300
1.1	Áp dụng và duy trì các hệ thống quản lý, công cụ cải tiến năng suất, chất lượng cơ bản và đặc thù theo ngành, lĩnh vực (ISO 9001, ISO 14001, ISO 22000, ISO/IEC 17025, SA 8000, ISO 45001, HACCP, GMP, VietGAP, GlobalG.A.P và các hệ thống quản lý khác)	Số lượng, thời gian áp dụng	120
1.2	Chính sách/ chiến lược về quản lý chất lượng sản phẩm và Công bố về chất lượng sản phẩm theo quy định của pháp luật	1.2.1. Có văn bản chính sách hoặc chiến lược nêu rõ các nội dung và các công cụ/biện pháp/nguồn lực cần thiết để quản lý chất lượng sản phẩm và quá trình cung ứng sản phẩm ra thị trường 1.2.2. Mức độ đầy đủ của công bố tiêu chuẩn áp dụng/ công bố hợp chuẩn/ công bố hợp quy của sản phẩm đăng ký xét chọn	60
1.3	Đầu tư duy trì chất lượng sản phẩm trong 02 năm liên tiếp trước năm xét chọn	1.3.1. Danh sách các hạng mục đầu tư trong 02 năm liên tiếp trước năm xét chọn 1.3.2. Tỷ lệ đầu tư trên tổng lợi nhuận trước thuế trong 02 năm liên tiếp trước năm xét chọn	60
1.4	Các giải thưởng chất lượng trong nước, khu vực và quốc tế đã đạt được	Số lượng, cấp bậc giải thưởng về chất lượng trong nước, khu vực và quốc tế	60

t

STT	Tiêu chí chấm điểm	Đánh giá tiêu chí	Tổng điểm
2	Tiêu chí 2: Đổi mới, sáng tạo		300
2.1	Chính sách khuyến khích đổi mới sáng tạo	Có văn bản chính sách hoặc chiến lược quy định rõ các nội dung, công cụ, biện pháp và nguồn lực cần thiết để thực hiện đổi mới sáng tạo trong hoạt động của doanh nghiệp, đồng thời có quy trình đánh giá và công nhận kết quả sáng tạo bảo đảm tính công khai, minh bạch	50
2.2	Tổ chức hoạt động đổi mới sáng tạo (như nghiên cứu và phát triển (R&D), nghiên cứu về công nghệ, kinh tế tuần hoàn, kinh tế xanh, chuyển đổi số, quy trình mới, mô hình kinh doanh mới ...)	2.2.1. Có bộ phận nghiên cứu về đổi mới sáng tạo được mô tả đầy đủ, cụ thể về vai trò, chức năng, được minh chứng bằng văn bản 2.2.2. Có hoạt động hợp tác nghiên cứu với các tổ chức, đơn vị bên ngoài (viện nghiên cứu, trường đại học,...) được minh chứng bằng văn bản hợp tác và kết quả đạt được 2.2.3. Doanh nghiệp có trích lập quỹ phát triển khoa học và công nghệ 2.2.4. Tỷ lệ đầu tư cho hoạt động đổi mới sáng tạo trên tổng doanh thu trong 02 năm liên tiếp trước năm xét chọn	50
2.3	Kết quả triển khai hoạt động đổi mới sáng tạo	2.3.1. Số lượng sáng kiến, sáng tạo được áp dụng tại doanh nghiệp trong 02 năm liên tiếp trước năm xét chọn 2.3.2. Nội dung của các hoạt động đổi mới, sáng tạo đã được triển khai tại doanh nghiệp trong 02 năm liên tiếp trước năm xét chọn 2.3.3. Đánh giá kết quả đạt được từ các hoạt động đổi mới sáng tạo, trong đó nêu rõ giá trị kinh tế mang lại	50
2.4	Tài liệu chứng minh căn cứ phát sinh, xác lập quyền sở hữu trí tuệ	2.4.1. Số lượng văn bằng bảo hộ các đối tượng sở hữu công nghiệp hoặc bằng bảo hộ giống cây trồng của sản phẩm đăng ký xét chọn còn hiệu lực do cơ quan nhà nước có thẩm quyền cấp	50

STT	Tiêu chí chấm điểm	Đánh giá tiêu chí	Tổng điểm
		2.4.2. Số lượng giấy chứng nhận đăng ký quyền tác giả hoặc Giấy chứng nhận đăng ký quyền liên quan còn hiệu lực do cơ quan nhà nước có thẩm quyền cấp hoặc tài liệu chứng minh liên quan đến quyền tác giả, quyền liên quan của sản phẩm đăng ký xét chọn (nếu có) 2.4.3. Quy chế quản lý tài sản sở hữu trí tuệ nêu rõ nội dung, công cụ và phân cấp quản lý, được minh chứng bằng văn bản (nếu có) 2.4.4. Kết quả chuyển giao các tài sản trí tuệ (chuyển giao công nghệ, nhượng quyền thương mại, li-xăng nhãn hiệu, kiểu dáng công nghiệp, sáng chế...) của doanh nghiệp, văn bản nêu số lượng, loại hình, giá trị tài sản trí tuệ được chuyển giao	
2.5	Kế hoạch phát triển nguồn nhân lực của doanh nghiệp	2.5.1. Có văn bản chính sách hoặc chiến lược phát triển nguồn nhân lực của doanh nghiệp 2.5.2. Mô tả các chương trình đào tạo trong 02 năm liên tiếp trước năm xét chọn 2.5.3. Tỷ lệ đầu tư cho phát triển nguồn nhân lực tính trên tổng lợi nhuận trước thuế trong 02 năm liên tiếp trước năm xét chọn 2.5.4. Tỷ lệ nhân sự được đào tạo, bồi dưỡng trên tổng số người lao động trong 02 năm liên tiếp trước năm xét chọn 2.5.5. Kế hoạch phát triển nguồn nhân lực trong 02 năm tiếp theo	50
2.6	Các giải thưởng đổi mới, sáng tạo trong nước, khu vực và quốc tế	Số lượng, cấp bậc giải thưởng trong nước, khu vực và quốc tế đã đạt được	50

f

STT	Tiêu chí chấm điểm	Đánh giá tiêu chí	Tổng điểm
3	Tiêu chí 3: Năng lực tiên phong		400
3.1	Tầm nhìn doanh nghiệp	3.1.1. Nội dung giải thích rõ ràng, dễ hiểu 3.1.2. Được truyền tải đến và thấu hiểu bởi người lao động trong doanh nghiệp	12
3.2	Giá trị cốt lõi của doanh nghiệp	3.2.1. Nội dung giải thích rõ ràng, dễ hiểu phù hợp với 3 nhóm yếu tố: (1) khách hàng, (2) đặc thù của ngành kinh doanh và (3) đặc thù của doanh nghiệp, đồng thời phù hợp với tầm nhìn chiến lược và giá trị cốt lõi của doanh nghiệp 3.2.2. Được truyền tải đến và thấu hiểu bởi người lao động trong doanh nghiệp	12
3.3	Chiến lược kinh doanh -	Nội dung giải thích rõ ràng, dễ hiểu, đồng thời phù hợp với (1) tầm nhìn doanh nghiệp và (2) giá trị cốt lõi	12
3.4	Tầm nhìn thương hiệu	3.4.1. Nội dung giải thích rõ ràng, dễ hiểu phù hợp với (1) mục tiêu, (2) chiến lược định vị thương hiệu sản phẩm 3.4.2. Được truyền tải đến và thấu hiểu bởi người lao động trong doanh nghiệp	12
3.5	Lời hứa thương hiệu	Nội dung giải thích rõ ràng, dễ hiểu, thể hiện cam kết khác biệt hóa thương hiệu trong dài hạn, cam kết hướng tới thành công một cách thực tế	12
3.6	Chiến lược định vị thương hiệu	Nội dung giải thích chiến lược định vị thương hiệu rõ ràng, dễ hiểu, phù hợp với (1) phân đoạn thị trường và (2) lời hứa thương hiệu	12
3.7	Biện pháp bảo vệ thương hiệu	Sử dụng đầy đủ các công cụ bảo vệ thương hiệu (1) chống hàng giả, hàng vi phạm sở hữu trí tuệ; (2) sử dụng các biện pháp kỹ thuật, (3) sử dụng các rào cản tâm lý; (4) sử dụng rào cản chi phí chuyển đổi; (5) các chương trình khách	12

STT	Tiêu chí chấm điểm	Đánh giá tiêu chí	Tổng điểm
		hàng thường xuyên và các biện pháp khác của doanh nghiệp	
3.8	Xây dựng thương hiệu trong nội bộ doanh nghiệp	Thực hiện các hoạt động truyền thông nội bộ, phù hợp với (1) tầm nhìn thương hiệu, (2) lời hứa thương hiệu, (3) thông điệp định vị thương hiệu; được minh chứng bằng số liệu/ văn bản	12
3.9	Xây dựng thương hiệu bên ngoài doanh nghiệp	3.9.1. Thực hiện các hoạt động truyền thông ra bên ngoài, phù hợp với (1) tầm nhìn thương hiệu, (2) lời hứa thương hiệu, (3) thông điệp định vị thương hiệu; được minh chứng bằng số liệu/ văn bản 3.9.2. Thực hiện đo lường kết quả của các hoạt động truyền thông ra bên ngoài liên quan đến thương hiệu sản phẩm xét chọn	12
3.10	Kế hoạch tài chính	Kế hoạch xác định rõ các mục tiêu tài chính, có sắp xếp thứ tự ưu tiên, nội dung cụ thể, chi tiết và khả thi, đồng thời bảo đảm gắn kết chặt chẽ với việc triển khai các hoạt động và thực hiện tầm nhìn chiến lược dài hạn của doanh nghiệp.	20
3.11	Danh mục giải thưởng dành cho cá nhân lãnh đạo doanh nghiệp	Số lượng, cấp bậc giải thưởng trong nước, khu vực và quốc tế đã đạt được	12
3.12	Khả năng nhận biết của thương hiệu trên thị trường	Nhận biết của người tiêu dùng trên thị trường đối với thương hiệu	100
3.13	Xếp hạng tín dụng	Theo bảng xếp hạng của Ngân hàng Nhà nước	80
3.14	Đánh giá tài chính	Doanh số của sản phẩm đăng ký xét chọn	10
		Tốc độ tăng trưởng doanh thu của sản phẩm đăng ký xét chọn	10
		Nợ phải trả trên tổng tài sản	10
		Nợ phải trả trên vốn chủ sở hữu	10
		Nợ phải trả dài hạn trên vốn chủ sở hữu	10

STT	Tiêu chí chấm điểm	Đánh giá tiêu chí	Tổng điểm
		Tổng lợi nhuận sau thuế trên Doanh thu	10
		Tổng lợi nhuận sau thuế trên Tổng Tài sản	10
		Tổng lợi nhuận sau thuế trên vốn chủ sở hữu	10

6/