

Số: 18/2026/TT-BCT

Hà Nội, ngày 03 tháng 11 năm 2026

THÔNG TƯ

**Quy định hệ thống tiêu chí của
Chương trình Thương hiệu quốc gia Việt Nam**

Căn cứ Luật Quản lý ngoại thương số 05/2017/QH14;

Căn cứ Nghị định số 40/2025/NĐ-CP của Chính phủ quy định chức năng, nhiệm vụ, quyền hạn và cơ cấu tổ chức của Bộ Công Thương được sửa đổi, bổ sung bởi Nghị định số 109/2025/NĐ-CP, Nghị định số 193/2025/NĐ-CP;

Căn cứ Nghị định số 28/2018/NĐ-CP của Chính phủ quy định chi tiết Luật Quản lý ngoại thương về một số biện pháp phát triển ngoại thương được sửa đổi, bổ sung bởi Nghị định số 24/2024/NĐ-CP;

Căn cứ Quyết định số 30/2019/QĐ-TTg ngày 08 tháng 10 năm 2019 của Thủ tướng Chính phủ ban hành Quy chế xây dựng, quản lý, thực hiện Chương trình Thương hiệu quốc gia Việt Nam được sửa đổi, bổ sung bởi Quyết định số 03/2026/QĐ-TTg;

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

Bộ trưởng Bộ Công Thương ban hành Thông tư quy định hệ thống tiêu chí của Chương trình Thương hiệu quốc gia Việt Nam.

Chương I

Quy định chung

Điều 1. Phạm vi điều chỉnh

Thông tư này quy định hệ thống tiêu chí của Chương trình Thương hiệu quốc gia Việt Nam (sau đây gọi tắt là Chương trình), bao gồm:

1. Tiêu chí xây dựng, thẩm định, phê duyệt đề án thuộc Chương trình.
2. Tiêu chí đăng ký, xét chọn sản phẩm đạt Thương hiệu quốc gia Việt Nam.

Điều 2. Đối tượng áp dụng

Thông tư này áp dụng đối với các đơn vị chủ trì đề án thuộc Chương trình, cơ quan quản lý Chương trình và các cơ quan, tổ chức, doanh nghiệp, cá nhân liên quan.

Chương II

Hệ thống tiêu chí của Chương trình

Mục 1

**Tiêu chí xây dựng, thẩm định, phê duyệt đề án thuộc
Chương trình**

Điều 3. Tiêu chí xây dựng đề án thuộc Chương trình

1. Tiêu chí 1: Đề án phù hợp với các quy định tại khoản 1, khoản 2, khoản 3 Điều 16 Nghị định số 28/2018/NĐ-CP của Chính phủ quy định chi tiết Luật Quản lý ngoại thương về một số biện pháp phát triển ngoại thương.

2. Tiêu chí 2: Đề án đáp ứng được một trong các mục tiêu:

a) Nâng cao nhận thức của xã hội về vai trò của thương hiệu trong hoạt động sản xuất, kinh doanh và đầu tư;

b) Nâng cao năng lực xây dựng, phát triển, quản trị thương hiệu cho doanh nghiệp nhằm đáp ứng tiêu chí của Chương trình;

c) Quảng bá Thương hiệu quốc gia Việt Nam gắn với quảng bá thương hiệu sản phẩm đạt Thương hiệu quốc gia Việt Nam.

3. Tiêu chí 3: Nội dung của đề án phù hợp với quy định tại Phụ lục I ban hành kèm theo Thông tư này.

Điều 4. Tiêu chí thẩm định, phê duyệt đề án thuộc Chương trình

1. Các tiêu chí thẩm định đề án thuộc Chương trình bao gồm:

a) Tiêu chí 1: Sự cần thiết;

b) Tiêu chí 2: Mục tiêu;

c) Tiêu chí 3: Nội dung;

d) Tiêu chí 4: Phương án triển khai;

e) Tiêu chí 5: Kế hoạch triển khai và tiến độ thực hiện;

f) Tiêu chí 6: Dự toán kinh phí;

g) Tiêu chí 7: Năng lực của đơn vị chủ trì;

h) Tiêu chí 8: Kết quả dự kiến, rủi ro dự kiến và biện pháp khắc phục.

2. Các tiêu chí tại khoản 1 Điều này được quy định chi tiết tại Phụ lục II ban hành kèm theo Thông tư này.

3. Đề án được thẩm định theo phương thức chấm điểm. Thang điểm đánh giá là 100. Thang điểm đánh giá được xác định cụ thể đối với từng chỉ số đánh giá trong tiêu chí quy định tại Phụ lục II ban hành kèm theo Thông tư này.

4. Đề án đủ điều kiện xét phê duyệt là đề án có tổng điểm thẩm định đạt từ 80 điểm trở lên, trong đó mỗi tiêu chí quy định tại khoản 1 Điều này có điểm đạt từ 60% trở lên.

5. Trên cơ sở dự toán chi ngân sách cho Chương trình được Bộ Tài chính thông báo hàng năm, Bộ trưởng Bộ Công Thương quyết định phê duyệt đề án theo nguyên tắc tổng kinh phí thực hiện các đề án không vượt quá tổng dự toán được giao.

Mục 2

Tiêu chí đăng ký, xét chọn sản phẩm đạt Thương hiệu quốc gia Việt Nam

Điều 5. Tiêu chí đăng ký sản phẩm đạt Thương hiệu quốc gia Việt Nam

1. Tiêu chí đăng ký đối với sản phẩm bao gồm:

f

- a) Là sản phẩm, hàng hóa của Việt Nam theo quy định của pháp luật;
- b) Sản phẩm, hàng hóa được bảo hộ quyền sở hữu trí tuệ tại Việt Nam.

2. Tiêu chí đăng ký đối với doanh nghiệp bao gồm:

a) Là doanh nghiệp được thành lập theo pháp luật Việt Nam và do tổ chức, cá nhân Việt Nam nắm giữ trên 50% vốn điều lệ hoặc tổng số cổ phần phổ thông của doanh nghiệp đó.

Trường hợp doanh nghiệp không đáp ứng tiêu chí về vốn nhưng có sản phẩm tham gia xét chọn thể hiện yếu tố đặc sắc Việt Nam, góp phần nâng cao hình ảnh và giá trị thương hiệu quốc gia Việt Nam thì Hội đồng Thương hiệu quốc gia Việt Nam xem xét, quyết định;

b) Là chủ sở hữu văn bằng bảo hộ sở hữu trí tuệ của sản phẩm đăng ký xét chọn;

c) Có thời gian hoạt động tối thiểu từ 02 năm liên tiếp trước năm xét chọn;

d) Tuân thủ các quy định của pháp luật về hoạt động sản xuất, đầu tư, kinh doanh, bảo vệ môi trường, lao động, trách nhiệm xã hội, nghĩa vụ về tài chính, thuế và các nghĩa vụ khác đối với ngân sách nhà nước. Trường hợp doanh nghiệp có hành vi vi phạm hành chính nhưng đã chấp hành xong quyết định xử phạt, thực hiện đầy đủ các biện pháp khắc phục hậu quả (nếu có) theo quy định của pháp luật và không trong thời gian bị cơ quan nhà nước có thẩm quyền áp dụng các biện pháp ngăn chặn, cưỡng chế tại thời điểm nộp hồ sơ đăng ký xét chọn thì được coi là đáp ứng tiêu chí quy định tại điểm này.

Điều 6. Tiêu chí xét chọn sản phẩm đạt Thương hiệu quốc gia Việt Nam

1. Tiêu chí xét chọn sản phẩm đạt Thương hiệu quốc gia Việt Nam bao gồm:

- a) Tiêu chí 1: Chất lượng;
- b) Tiêu chí 2: Đổi mới sáng tạo;
- c) Tiêu chí 3: Năng lực tiên phong.

2. Các tiêu chí tại khoản 1 Điều này được quy định chi tiết tại Phụ lục III ban hành kèm theo Thông tư này.

3. Việc xét chọn sản phẩm đạt Thương hiệu quốc gia Việt Nam được thực hiện theo phương thức chấm điểm. Thang điểm đánh giá là 1.000. Thang điểm đánh giá được xác định cụ thể đối với từng chỉ số đánh giá trong tiêu chí quy định tại Phụ lục III ban hành kèm theo Thông tư này.

4. Tổng điểm quy định để một sản phẩm đạt Thương hiệu quốc gia Việt Nam là từ 650 điểm trở lên và điểm mỗi tiêu chí quy định tại khoản 1 Điều này đạt từ 60% trở lên.

Chương III

Tổ chức thực hiện

Điều 7. Trách nhiệm của các đơn vị thuộc Bộ Công Thương

1. Cục Xúc tiến thương mại là đầu mối chủ trì quản lý, thực hiện Chương trình có trách nhiệm:

a) Hướng dẫn xây dựng các đề án, tiếp nhận, thẩm định, trình Bộ trưởng phê duyệt;

b) Tổng hợp, xây dựng dự toán kinh phí quản lý, thực hiện Chương trình và tổng hợp chung trong dự toán của Bộ Công Thương, trình cấp có thẩm quyền theo quy định của Luật ngân sách Nhà nước;

c) Quản lý, sử dụng nguồn kinh phí của Chương trình theo chế độ tài chính hiện hành;

d) Ký hợp đồng thực hiện các đề án thuộc Chương trình với các đơn vị chủ trì và thanh, quyết toán kinh phí hỗ trợ theo Hợp đồng đã ký; trực tiếp thực hiện các đề án thuộc chương trình do Cục Xúc tiến thương mại chủ trì; Nội dung hợp đồng ký với các đơn vị chủ trì thực hiện theo quy định tại Điều 12 của Nghị định số 28/2018/NĐ-CP;

đ) Tiếp nhận, giải quyết thủ tục hành chính về xét chọn sản phẩm đạt Thương hiệu quốc gia Việt Nam theo quy định tại Điều 8 Quy chế xây dựng, quản lý, thực hiện Chương trình Thương hiệu quốc gia Việt Nam ban hành kèm theo Quyết định số 30/2019/QĐ-TTg của Thủ tướng Chính phủ được sửa đổi, bổ sung Quyết định số 03/2026/QĐ-TTg của Thủ tướng Chính phủ;

e) Trước ngày 20 tháng 12 hàng năm tổng hợp, đánh giá, báo cáo Bộ Công Thương để báo cáo Thủ tướng Chính phủ về tình hình thực hiện Chương trình;

g) Chủ trì, phối hợp với các cơ quan có liên quan kiểm tra, giám sát việc thực hiện các đề án thuộc Chương trình, việc tuân thủ các quy định của Chương trình đối với các doanh nghiệp tham gia Chương trình;

h) Tổ chức hướng dẫn, triển khai và kiểm tra việc thực hiện Thông tư này.

2. Vụ Kế hoạch, Tài Chính và Quản lý doanh nghiệp có trách nhiệm phối hợp với Cục Xúc tiến thương mại thực hiện tổng hợp dự toán, phân bổ và quyết toán kinh phí thực hiện Chương trình theo quy định.

3. Cục Quản lý và Phát triển thị trường trong nước có trách nhiệm phối hợp với Cục Xúc tiến thương mại thực hiện kiểm tra, giám sát việc thực hiện Thông tư này theo quy định tại Quyết định số 30/2019/QĐ-TTg.

4. Các đơn vị khác thuộc Bộ Công Thương có trách nhiệm phối hợp với Cục Xúc tiến thương mại và các đơn vị chủ trì đề án triển khai thực hiện có hiệu quả Chương trình.

Điều 8. Trách nhiệm của đơn vị chủ trì đề án, các doanh nghiệp tham gia xét chọn sản phẩm đạt Thương hiệu quốc gia Việt Nam

1. Đơn vị chủ trì đề án chịu trách nhiệm tổng hợp nhu cầu của các tổ chức, doanh nghiệp, hiệp hội ngành hàng để đề xuất, xây dựng và phối hợp thực hiện các đề án theo các tiêu chí tại Thông tư này và các quy định tại Quyết định số 30/2019/QĐ-TTg.

2. Các doanh nghiệp đăng ký xét chọn sản phẩm đạt Thương hiệu quốc gia Việt Nam chịu trách nhiệm thực hiện các quy định của Thông tư này và Quyết định số 30/2019/QĐ-TTg.

f

Điều 9. Hiệu lực thi hành

1. Thông tư này có hiệu lực thi hành kể từ ngày ký ban hành và thay thế Thông tư số 33/2019/TT-BCT của Bộ trưởng Bộ Công Thương quy định Hệ thống tiêu chí của Chương trình Thương hiệu quốc gia Việt Nam và Thông tư số 25/2021/TT-BCT ngày 20 tháng 12 năm 2021 của Bộ trưởng Bộ Công Thương sửa đổi, bổ sung một số điều của Thông tư số 33/2019/TT-BCT của Bộ trưởng Bộ Công Thương quy định Hệ thống tiêu chí của Chương trình Thương hiệu quốc gia Việt Nam.

2. Trường hợp các văn bản viện dẫn tại Thông tư này được sửa đổi, bổ sung, thay thế thì áp dụng theo các văn bản sửa đổi, bổ sung, thay thế đó.

3. Trong quá trình thực hiện, nếu có khó khăn, vướng mắc, đề nghị các cơ quan, tổ chức, cá nhân phản ánh kịp thời về Bộ Công Thương để nghiên cứu, giải quyết.

Điều 10. Điều khoản chuyển tiếp

Các hồ sơ đề án, hồ sơ đăng ký xét chọn sản phẩm đạt Thương hiệu quốc gia Việt Nam hợp lệ đã nộp trước ngày Thông tư này có hiệu lực thi hành thì tiếp tục thực hiện theo trình tự, thủ tục quy định tại Thông tư số 33/2019/TT-BCT được sửa đổi, bổ sung bởi Thông tư số 25/2021/TT-BCT. Đối với các hồ sơ đề án, hồ sơ đăng ký xét chọn sản phẩm đạt Thương hiệu quốc gia Việt Nam nộp kể từ ngày Thông tư này có hiệu lực thi hành thì thực hiện theo trình tự, thủ tục quy định tại Thông tư này. /

Nơi nhận:

- Ban Bí thư Trung ương Đảng;
- Thủ tướng Chính phủ, các Phó Thủ tướng Chính phủ;
- Các Ban của Đảng;
- Các Văn phòng: Văn phòng Trung ương Đảng, Văn phòng Tổng Bí thư, Văn phòng Chủ tịch nước, Văn phòng Chính phủ, Văn phòng Quốc hội;
- Các Bộ, cơ quan ngang Bộ, cơ quan thuộc Chính phủ;
- Hội đồng Dân tộc và các Ủy ban của Quốc hội;
- Hội đồng nhân dân, Ủy ban nhân dân các tỉnh, thành phố trực thuộc Trung ương;
- Tòa án nhân dân tối cao;
- Viện Kiểm sát nhân dân tối cao;
- Kiểm toán nhà nước;
- Cơ quan Trung ương của các đoàn thể chính trị - xã hội;
- Cục Kiểm tra văn bản và Tổ chức thi hành pháp luật (Bộ Tư pháp);
- Cục Kiểm soát thủ tục hành chính (Bộ Tư pháp);
- Công báo;
- Cổng Thông tin điện tử Chính phủ, Cổng Thông tin điện tử Bộ Công Thương;
- Bộ Công Thương: Q. Bộ trưởng, các Thứ trưởng, các đơn vị thuộc Bộ;
- Sở Công Thương các tỉnh, thành phố trực thuộc Trung ương;
- Lưu: VT, XTTM.

**KT. BỘ TRƯỞNG
THỦ TƯỚNG**



Nguyễn Sinh Nhật Tân

PHỤ LỤC I

Nội dung hoạt động của các đề án thuộc Chương trình

(Ban hành kèm theo Thông tư số 18/2026/TT-BCT ngày 05 tháng 11 năm 2026 của Bộ trưởng Bộ Công Thương)

I. Nâng cao nhận thức của xã hội về vai trò của thương hiệu trong hoạt động sản xuất, kinh doanh và đầu tư

1. Xây dựng mục tiêu, chiến lược Chương trình trong từng thời kỳ

Đơn vị chủ trì đề án thực hiện một hoặc một số hoạt động sau:

a) Khảo sát, nghiên cứu đánh giá và lập các báo cáo chuyên đề về Chương trình trong và ngoài nước;

b) Tổ chức nghiên cứu đánh giá tại bàn, nghiên cứu thực địa ở nước ngoài và lập các báo cáo chuyên đề về kinh nghiệm quốc tế trong xây dựng, quản lý, thực hiện Chương trình;

c) Thực hiện báo cáo tổng hợp về mục tiêu, chiến lược xây dựng, phát triển, quảng bá hình ảnh quốc gia;

d) Tổ chức hội thảo, hội nghị lấy ý kiến các bên liên quan;

đ) Phát hành báo cáo nghiên cứu dưới dạng bản in, ấn phẩm điện tử hoặc phổ biến tại các hội nghị, hội thảo, đào tạo, tập huấn.

2. Xây dựng hệ thống tiêu chí của Chương trình

Đơn vị chủ trì đề án thực hiện một hoặc một số hoạt động sau:

a) Khảo sát, nghiên cứu đánh giá và lập các báo cáo chuyên đề về sửa đổi, bổ sung hệ thống tiêu chí của Chương trình;

b) Tổ chức nghiên cứu đánh giá tại bàn, tổ chức nghiên cứu thực địa ở nước ngoài và lập các báo cáo chuyên đề về kinh nghiệm quốc tế trong xây dựng hệ thống tiêu chí Chương trình Thương hiệu quốc gia Việt Nam;

c) Thực hiện báo cáo tổng hợp về sửa đổi, bổ sung hệ thống tiêu chí của Chương trình;

d) Tổ chức hội thảo, hội nghị lấy ý kiến các bên liên quan;

đ) Phát hành báo cáo nghiên cứu dưới dạng bản in, ấn phẩm điện tử hoặc phổ biến tại các hội nghị, hội thảo, đào tạo, tập huấn.

3. Bảo hộ quyền sở hữu trí tuệ cho biểu trưng và hệ thống nhận diện Thương hiệu quốc gia Việt Nam ở trong nước

Đơn vị chủ trì đề án thực hiện một hoặc một số hoạt động sau:

a) Thuê tư vấn xây dựng hồ sơ đăng ký bảo hộ;

b) Đăng ký bảo hộ các đối tượng sở hữu trí tuệ; sửa đổi, gia hạn hiệu lực văn bằng bảo hộ;

c) Khiếu nại, giải quyết khiếu nại về quyền sở hữu trí tuệ.

4. Bảo hộ quyền sở hữu trí tuệ cho biểu trưng và hệ thống nhận diện Thương hiệu quốc gia Việt Nam ở ngoài nước

6

Đơn vị chủ trì đề án thực hiện một hoặc một số hoạt động sau:

- a) Thuê tư vấn xây dựng hồ sơ đăng ký bảo hộ;
- b) Phiên dịch, biên dịch tài liệu;
- c) Đăng ký bảo hộ các đối tượng sở hữu trí tuệ; sửa đổi, gia hạn hiệu lực văn bằng bảo hộ;
- d) Chinh sửa, bổ sung tài liệu và giải trình trong quá trình đăng ký bảo hộ quyền sở hữu trí tuệ;
- e) Tổ chức hội thảo, hội nghị lấy ý kiến các bên liên quan;
- e) Khiếu nại, giải quyết khiếu nại về quyền sở hữu trí tuệ.

II. Nâng cao năng lực xây dựng, phát triển, quản trị thương hiệu cho doanh nghiệp nhằm đáp ứng tiêu chí của Chương trình

1. Hỗ trợ doanh nghiệp phát triển sản phẩm đáp ứng hệ thống tiêu chí Thương hiệu quốc gia Việt Nam

Đơn vị chủ trì đề án thực hiện một hoặc một số hoạt động sau:

a) Nghiên cứu, đánh giá nhu cầu và khả năng áp dụng các tiêu chí Thương hiệu quốc gia Việt Nam tại các doanh nghiệp

- Khảo sát, nghiên cứu đánh giá và lập các báo cáo chuyên đề về khả năng áp dụng các tiêu chí Thương hiệu quốc gia Việt Nam tại các doanh nghiệp;

- Tổ chức hội thảo, hội nghị công bố kết quả nghiên cứu, đánh giá;

- Phát hành báo cáo nghiên cứu dưới dạng bản in, ấn phẩm điện tử hoặc phổ biến tại các hội nghị, hội thảo, đào tạo, tập huấn.

b) Phổ biến, cung cấp thông tin

- Tổ chức tuyên truyền về hệ thống tiêu chí của Chương trình theo hình thức trực tiếp;

- Tổ chức tuyên truyền về hệ thống tiêu chí của Chương trình theo hình thức trực tuyến.

c) Tổ chức đào tạo, tập huấn, tư vấn doanh nghiệp phát triển sản phẩm

- Tuyên truyền, quảng bá, mời các tổ chức, doanh nghiệp tham gia;

- Biên soạn nội dung đào tạo, tập huấn;

- Thuê giảng viên, báo cáo viên, chuyên gia tư vấn;

- Thuê hội trường, trang trí, thiết bị, in ấn tài liệu, văn phòng phẩm, giải khát giữa giờ;

- Thuê nền tảng đào tạo trực tuyến, trang trí, thiết bị, dụng cụ phục vụ đào tạo, tập huấn; khởi tạo tài khoản giảng viên và học viên; số hóa bài giảng; khởi tạo và nhập liệu nội dung đào tạo; kiểm thử chương trình đào tạo;

- Kiểm tra, đánh giá kết quả, in ấn, phát hành chứng chỉ (nếu có).

2. Hỗ trợ doanh nghiệp xây dựng, phát triển và bảo vệ thương hiệu ở trong và ngoài nước

Đơn vị chủ trì đề án thực hiện một hoặc một số hoạt động sau:

a) Tư vấn doanh nghiệp xây dựng, phát triển thương hiệu

- Nghiên cứu, đánh giá và lập các báo cáo chuyên đề về nhu cầu xây dựng và phát triển thương hiệu;

- Xây dựng và phát hành các tài liệu, sản phẩm thông tin hướng dẫn doanh nghiệp dưới dạng bản in, ấn phẩm điện tử hoặc phổ biến tại các hội nghị, hội thảo, đào tạo, tập huấn.

b) Tư vấn bảo vệ quyền sở hữu trí tuệ trong và ngoài nước

- Nghiên cứu, đánh giá và lập các báo cáo chuyên đề về nhu cầu bảo vệ quyền sở hữu trí tuệ;

- Xây dựng và phát hành các tài liệu, sản phẩm thông tin hướng dẫn doanh nghiệp dưới dạng bản in, ấn phẩm điện tử hoặc phổ biến tại các hội nghị, hội thảo, đào tạo, tập huấn.

c) Tổ chức sự kiện, hội thảo, hội nghị, đào tạo, tập huấn

- Tuyên truyền, quảng bá trên các phương tiện truyền thông;

- Mời các tổ chức, doanh nghiệp tham gia;

- Biên soạn nội dung đào tạo, tập huấn;

- Thuê giảng viên, báo cáo viên, chuyên gia tư vấn; phiên dịch, biên dịch;

- Thuê hội trường, thiết bị, trang trí, in ấn tài liệu, văn phòng phẩm, giải khát giữa giờ;

- Thuê nền tảng đào tạo trực tuyến, trang trí, thiết bị, dụng cụ phục vụ đào tạo, tập huấn; khởi tạo tài khoản giảng viên và học viên; số hóa bài giảng; khởi tạo và nhập liệu nội dung đào tạo; kiểm thử chương trình đào tạo;

- Kiểm tra, đánh giá kết quả, in ấn, phát hành chứng chỉ (nếu có).

III. Quảng bá Thương hiệu quốc gia Việt Nam gắn với quảng bá thương hiệu sản phẩm đạt Thương hiệu quốc gia Việt Nam

1. Thuê các tổ chức, chuyên gia tư vấn trong và ngoài nước xây dựng, quảng bá Thương hiệu quốc gia Việt Nam

Đơn vị chủ trì đề án thực hiện một hoặc một số hoạt động sau:

a) Xây dựng nội dung và kế hoạch, chiến lược truyền thông, quảng bá Thương hiệu quốc gia Việt Nam theo từng thời kỳ;

b) Tổ chức hội thảo, hội nghị lấy ý kiến các bên liên quan;

c) Phát hành báo cáo nghiên cứu dưới dạng bản in, ấn phẩm điện tử hoặc phổ biến tại các hội nghị, hội thảo, đào tạo, tập huấn.

2. Điều tra, nghiên cứu thị trường để định hướng cho các hoạt động thông tin, truyền thông

Đơn vị chủ trì đề án thực hiện một hoặc một số hoạt động sau:

a) Thu thập thông tin, dữ liệu thị trường trong và ngoài nước;

b) Thuê tổ chức, chuyên gia nghiên cứu và lập các báo cáo chuyên đề;

c) Tổ chức hội thảo, hội nghị lấy ý kiến các bên liên quan.

3. Truyền thông, quảng bá về Chương trình và các doanh nghiệp có sản phẩm đạt Thương hiệu quốc gia Việt Nam tại các sự kiện ngoại giao, kinh tế, thương mại, xúc tiến thương mại - đầu tư - du lịch và trên các phương tiện truyền thông

Đơn vị chủ trì đề án thực hiện một hoặc một số hoạt động sau:

- a) Thiết kế, sản xuất, phát hành các sản phẩm truyền thông;
- b) Truyền thông trên các phương tiện truyền thông trong và ngoài nước;
- c) Truyền thông tại các sự kiện ngoại giao, kinh tế, thương mại, xúc tiến thương mại - đầu tư - du lịch trong nước và quốc tế
 - Tuyên truyền, quảng bá trên các phương tiện truyền thông;
 - Mời các tổ chức, doanh nghiệp tham gia;
 - Tổ chức hội nghị, hội thảo, diễn đàn, điều hành, trưng bày và các sự kiện khác;
 - Xây dựng khu hội chợ, triển lãm; tổ chức Lễ khai mạc và các sự kiện liên quan trong khuôn khổ hội chợ, triển lãm;
 - Thuê nền tảng trực tuyến, đường truyền mạng.

4. Xây dựng và phát hành các sản phẩm thông tin; xây dựng và duy trì trang thông tin điện tử đa ngôn ngữ và các phần mềm ứng dụng cho Chương trình

Đơn vị chủ trì đề án thực hiện một hoặc một số hoạt động sau:

- a) Thiết kế, sản xuất các sản phẩm thông tin; phát hành trên các phương tiện truyền thông và tại các sự kiện xúc tiến thương mại;
- b) Đăng ký, xây dựng, phát triển, nâng cấp trang thông tin điện tử đa ngôn ngữ và các phần mềm ứng dụng cho Chương trình; Thuê máy chủ, duy trì tên miền; Đào tạo, hướng dẫn sử dụng.

5. Tổ chức hội thảo, hội nghị, diễn đàn để quảng bá Chương trình trong và ngoài nước

Đơn vị chủ trì đề án thực hiện một hoặc một số hoạt động sau:

- a) Tuyên truyền, quảng bá trên các phương tiện truyền thông;
- b) Mời các tổ chức, doanh nghiệp tham gia;
- c) Thuê hội trường, thiết bị, trang trí, dàn dựng, lễ tân, báo cáo viên, người dẫn chương trình, phiên dịch, biên dịch, in ấn tài liệu, văn phòng phẩm, giải khát giữa giờ;
- d) Thuê nền tảng trực tuyến, đường truyền mạng.

6. Tổ chức Tuần lễ Thương hiệu quốc gia Việt Nam trong và ngoài nước

Đơn vị chủ trì đề án thực hiện một hoặc một số hoạt động sau:

- a) Thiết kế, sản xuất các sản phẩm truyền thông về Chương trình và các sản phẩm đạt Thương hiệu quốc gia Việt Nam;
- b) Tổ chức các sự kiện xúc tiến thương mại

- Tuyên truyền, quảng bá trên các phương tiện truyền thông;
- Mời các tổ chức, doanh nghiệp tham gia;
- Tổ chức hội nghị, hội thảo, diễn đàn, điều hành, trưng bày và các sự kiện khác;
- Xây dựng khu hội chợ, triển lãm; tổ chức Lễ khai mạc và các sự kiện liên quan trong khuôn khổ hội chợ, triển lãm;
- Thuê nền tảng trực tuyến, đường truyền mạng.

7. Tổ chức Lễ Công bố các sản phẩm đạt Thương hiệu quốc gia Việt Nam

Đơn vị chủ trì đề án thực hiện một hoặc một số hoạt động sau:

- Thẩm định hồ sơ đăng ký tham gia xét chọn sản phẩm đạt Thương hiệu quốc gia Việt Nam
- Đánh giá hồ sơ đăng ký tham gia xét chọn sản phẩm đạt Thương hiệu quốc gia Việt Nam;
- Đánh giá chỉ số xếp hạng tín dụng của các hồ sơ đăng ký tham gia xét chọn sản phẩm đạt Thương hiệu quốc gia Việt Nam;
- Đánh giá khả năng nhận biết của thương hiệu đăng ký tham gia xét chọn sản phẩm đạt Thương hiệu quốc gia Việt Nam trên thị trường;
- Đánh giá tài chính của các hồ sơ đăng ký tham gia xét chọn sản phẩm đạt Thương hiệu quốc gia Việt Nam;
- Tổ chức thẩm định thực tế tại doanh nghiệp.
- a) Tổ chức Hội báo/Hội giới thiệu và cung cấp thông tin về Lễ Công bố sản phẩm đạt THQG Việt Nam
 - Tuyên truyền, quảng bá, mời các tổ chức, doanh nghiệp tham gia;
 - Thiết kế, xây dựng và phát hành các sản phẩm truyền thông, quảng bá về sự kiện;
 - Thuê hội trường, thiết bị, trang trí, dàn dựng, lễ tân, báo cáo viên, người dẫn chương trình, phiên dịch, biên dịch, in ấn tài liệu, văn phòng phẩm, giải khát giữa giờ;
 - Thuê nền tảng trực tuyến, đường truyền mạng.
- b) Tổ chức Tiếp kiến Lãnh đạo Chính phủ/ Lãnh đạo Nhà nước
 - Thiết kế, xây dựng và phát hành các sản phẩm truyền thông, quảng bá về sự kiện;
 - Thuê hội trường, thiết bị, trang trí, dàn dựng, thuê xe.
- c) Lễ Công bố các sản phẩm đạt Thương hiệu quốc gia Việt Nam
 - Thiết kế, xây dựng và phát hành các sản phẩm truyền thông, quảng bá về Chương trình Thương hiệu quốc gia Việt Nam và các sản phẩm đạt Thương hiệu quốc gia Việt Nam;
 - Tuyên truyền, quảng bá, mời các tổ chức, doanh nghiệp tham gia;

- Thuê hội trường, thiết bị, trang trí, dàn dựng, lễ tân, người dẫn chương trình, văn nghệ, phiên dịch, biên dịch, in ấn tài liệu, văn phòng phẩm, giải khát giữa giờ;
- Phát sóng truyền hình, báo điện tử và các nền tảng trực tuyến;
- Sản xuất, sửa chữa, bảo dưỡng biểu tượng Thương hiệu quốc gia Việt Nam.

IV. Các nội dung hoạt động liên quan

1. Tổ chức quản lý của đơn vị chủ trì để thực hiện các hoạt động được quy định tại Phụ lục này: Bưu chính, điện thoại, văn phòng phẩm, công tác phí cho người của đơn vị chủ trì tham gia tổ chức, thuê tư vấn đầu thầu.

2. Các nội dung hoạt động liên quan khác phù hợp với quy định của pháp luật để thực hiện các hoạt động được quy định tại Phụ lục này.



PHỤ LỤC II

Tiêu chí thẩm định đề án thuộc Chương trình

(Ban hành kèm theo Thông tư số 18/2026/TT-BCT ngày 05 tháng 11 năm 2026 của Bộ trưởng Bộ Công Thương)

STT	Tiêu chí chấm điểm	Đánh giá tiêu chí	Tổng điểm
1	Tiêu chí 1: Sự cần thiết	Chứng minh sự phù hợp của đề án với: - Định hướng, chiến lược phát triển kinh tế xã hội, chiến lược ngoại thương, chiến lược xuất khẩu chung về ngành hàng và/ hoặc thị trường; hoặc - Thực trạng, nhu cầu về năng lực xây dựng, phát triển và bảo vệ thương hiệu sản phẩm của địa phương và doanh nghiệp; hoặc - Định hướng cụ thể hàng năm hoặc từng thời kỳ của Hội đồng Thương hiệu quốc gia Việt Nam.	10
2	Tiêu chí 2: Mục tiêu		10
2.1	Mục tiêu tổng quát	Làm rõ, cụ thể hóa và chi tiết hóa đề án sẽ góp phần: - Nâng cao nhận thức của xã hội về vai trò của thương hiệu trong hoạt động sản xuất, kinh doanh và đầu tư; hoặc - Nâng cao năng lực xây dựng, phát triển, quản trị thương hiệu cho doanh nghiệp nhằm đáp ứng tiêu chí của Chương trình; hoặc - Quảng bá Thương hiệu quốc gia Việt Nam gắn với quảng bá thương hiệu sản phẩm đạt Thương hiệu quốc gia Việt Nam	5
2.2	Mục tiêu cụ thể	Xác định mục tiêu cụ thể cho hoạt động được đề xuất	5
3	Tiêu chí 3: Nội dung		20
3.1		Đề án mô tả đầy đủ, chi tiết các hoạt động đề xuất theo quy định tại Điều 5 Quy chế ban hành kèm theo Quyết định số 30/2019/QĐ-TTg	15

7

STT	Tiêu chí chấm điểm	Đánh giá tiêu chí	Tổng điểm
3.2		Đề án nêu đầy đủ, chi tiết về thời gian, địa điểm, quy mô dự kiến thực hiện hoạt động đề xuất	5
4	Tiêu chí 4: Phương án triển khai	Đề án nêu rõ hình thức lựa chọn nhà thầu/đối tác, nguyên tắc phối hợp hoặc phương án bố trí nguồn lực trong trường hợp tự thực hiện để đạt mục tiêu đề án	10
5	Tiêu chí 5: Kế hoạch triển khai và tiến độ thực hiện	Kế hoạch triển khai và tiến độ thực hiện các hạng mục công việc phù hợp với phương án triển khai	10
6	Tiêu chí 6: Dự toán kinh phí	Dự toán kinh phí đầy đủ, chi tiết phù hợp với quy định	15
7	Tiêu chí 7: Năng lực của đơn vị chủ trì		15
7.1		Kinh nghiệm triển khai hoạt động đề xuất	5
7.2		Năng lực tổ chức, huy động, phối hợp các nguồn lực để thực hiện hoạt động đề xuất	10
8	Tiêu chí 8: Kết quả dự kiến, rủi ro và biện pháp khắc phục		10
8.1		Kết quả, hiệu quả và tính bền vững của đề án	5
8.2		Rủi ro dự kiến và biện pháp khắc phục	5

đ

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