

**XÁC LẬP VÀ KHAI THÁC NHÃN HIỆU CHỨNG NHẬN
ĐỐI VỚI CÁC ĐẶ SẢN ĐỊA PHƯƠNG: KINH NGHIỆM TỪ
TỈNH QUẢNG NINH VÀ THÀNH PHỐ HUẾ**

NGUYỄN VĂN PHÚC*

HOÀNG MINH VŨ**

Ngày nhận bài: 05/10/2025

Ngày phản biện: 15/10/2025

Ngày đăng bài: 25/12/2025

Tóm tắt:

Xác lập nhãn hiệu chứng nhận cho các đặc sản địa phương đóng vai trò quan trọng trong việc bảo hộ tài sản trí tuệ và khai thác giá trị thương mại cho các sản phẩm chủ lực của vùng miền. Trên cơ sở phân tích thực trạng xác lập và khai thác nhãn hiệu chứng nhận các đặc sản địa phương tại Việt Nam, nghiên cứu làm rõ những khó khăn, vướng mắc còn tồn tại về mặt pháp lý và thực tiễn hiện nay. Từ tham khảo kinh nghiệm thực tiễn tại tỉnh Quảng Ninh và thành phố Huế, bài viết đề xuất một số gợi mở nhằm hoàn thiện pháp luật về xác lập quyền đối với nhãn hiệu chứng nhận và nâng cao hiệu quả khai thác, phát triển bền vững các đặc sản địa phương sau bảo hộ tại Việt Nam.

Abstract:

The establishment of certification marks for local specialties plays a crucial role in protecting intellectual property and exploiting the commercial value of key regional products. Based on an analysis of the current situation regarding the registration and exploitation of certification marks for local specialties in Vietnam, this study identifies existing legal and practical challenges in their implementation. Drawing on practical experiences from Quang Ninh Province and Hue City, the paper proposes several recommendations aimed at improving the legal framework for establishing certification marks and enhancing the effectiveness and sustainability of exploiting and developing local specialties after protection in Vietnam.

* ThS., Giảng viên Trường Đại học Luật, Đại học Huế; Email: phucnv@hul.edu.vn.

**ThS., Giảng viên Trường Đại học Y Dược Huế; Email: hmvu@huemed-univ.edu.vn.

Từ khóa:

Nhãn hiệu chứng nhận, đặc sản địa phương, xác lập và khai thác, sở hữu trí tuệ, Quảng Ninh, Huế.

Keywords:

Certification marks, local specialties, establishment and exploitation, intellectual property.

1. Đặt vấn đề

Đặc sản địa phương được biết đến dưới nhiều thuật ngữ khác nhau như: sản phẩm địa phương (local product, regional products), đặc sản vùng miền (Regional specialty) hay đặc sản truyền thống (Traditional specialty) dùng để chỉ các sản phẩm được sản xuất hay khai thác ở một khu vực địa lý nhất định gắn với điều kiện tự nhiên, văn hoá và con người tạo dựng nên thương hiệu riêng của địa phương¹. Vì vậy, nhiều địa phương đã có những chính sách đặc thù riêng để bảo vệ và phát triển các sản phẩm thế mạnh này, trong đó việc nhìn nhận “đặc sản địa phương” như một loại “tài sản trí tuệ” cần được bảo hộ quyền sở hữu trí tuệ (SHTT) đang là hướng đi phù hợp.

Hiện nay, trong số các đối tượng của quyền SHTT, lựa chọn bảo hộ thông qua nhãn hiệu chứng nhận (NHCN) được xem là một công cụ hữu hiệu vừa giúp phân biệt hàng hoá, dịch vụ trên thị trường vừa làm cơ sở đảm bảo chất lượng, uy tín cho đặc sản địa phương. Tuy nhiên, thực trạng quy định về xác lập NHCN cho những đặc sản nào và khai thác sau bảo hộ ra sao vẫn còn tồn tại những hạn chế nhất định cả về mặt pháp lý và thực tiễn thực hiện tại Việt Nam. Vì vậy, việc nghiên cứu lựa chọn một số mô hình thành công trong xác lập và khai thác NHCN các đặc sản địa phương có ý nghĩa về mặt thực tiễn. Trong nghiên cứu này, tác giả tiếp cận kinh nghiệm xác lập và khai thác NHCN từ tỉnh Quảng Ninh với mô hình xác lập NHCN phát triển song hành chương trình OCOP và kinh nghiệm tại thành phố Huế (trước đây là tỉnh Thừa Thiên Huế) với việc phát triển NHCN đặc sản truyền thống dựa trên thế mạnh du lịch. Đây là hai địa phương có các chính sách xác lập và khai thác NHCN đối với các đặc sản địa phương hiệu quả đã được chứng minh và điều này có ý nghĩa gợi mở quan trọng cho các địa

¹ Lư Đức Thanh (2019), *Thương hiệu cho các đặc sản địa phương*, Công thông tin điện tử Cục Sở hữu trí tuệ, truy cập tại <https://ipvietnam.gov.vn/phat-trien-chi-dan-ia-ly/-/assetg>, truy cập ngày 20/09/2025.

phương khác trong cả nước nghiên cứu, học tập và vận dụng phù hợp vào điều kiện thực tiễn của mình.

2. Thực trạng xác lập và khai thác nhãn hiệu chứng nhận đối với đặc sản địa phương tại Việt Nam

2.1. Thực trạng xác lập quyền đối với nhãn hiệu chứng nhận các đặc sản địa phương

Nhãn hiệu chứng nhận là đối tượng quyền sở hữu công nghiệp được xác lập trên cơ sở thủ tục đăng ký bảo hộ và được cấp giấy chứng nhận tại Việt Nam, theo quy định Luật SHTT năm 2005, sửa đổi, bổ sung năm 2009, 2019 và 2022 (gọi là Luật SHTT năm 2005) việc xác lập quyền đối với NHCN bên cạnh phải tuân thủ các điều kiện bảo hộ chung như nhãn hiệu thông thường, cần phải đáp ứng các quy định đặc thù về chủ thể, điều kiện, thủ tục xác lập quyền đối với NHCN, cụ thể:

Về điều kiện đối với chủ thể có quyền đăng ký NHCN, cần phải tuân thủ quy định tại khoản 4 Điều 87 Luật SHTT năm 2005: (i) Phải là tổ chức; (ii) Phải có chức năng kiểm soát, chứng nhận chất lượng, đặc tính, nguồn gốc hoặc tiêu chí khác liên quan đến hàng hóa, dịch vụ có quyền đăng ký NHCN; (iii) Không tiến hành sản xuất, kinh doanh hàng hóa, dịch vụ đó. Quy định thể hiện sự khác biệt của NHCN so với các loại nhãn hiệu thông thường bởi NHCN đòi hỏi tổ chức phải có năng lực chuyên môn, khả năng quản lý và kiểm soát chất lượng cho hàng hoá, dịch vụ mang NHCN sau khi được cấp văn bằng một cách khách quan, độc lập.

Về điều kiện đăng ký NHCN các đặc sản địa phương gắn với địa danh. Tại khoản 4, Điều 87 Luật SHTT năm 2005 quy định việc nộp đơn đăng ký NHCN đối với địa danh, dấu hiệu khác chỉ nguồn gốc địa lý đặc sản địa phương của Việt Nam phải có văn bản cho phép sử dụng địa danh của Ủy ban nhân dân cấp tỉnh/thành phố trực thuộc trung ương và bản đồ khu vực địa lý tương ứng theo quy định².

Về điều kiện đối với quy chế sử dụng NHCN. Thủ tục xác lập quyền đối với NHCN khi đăng ký các “đặc sản địa phương” cần phải có “Quy chế sử dụng

² Hướng dẫn tại khoản 2 Điều 36 Nghị định 65/2023/NĐ-CP hướng dẫn Luật Sở hữu trí tuệ về sở hữu công nghiệp, bảo vệ quyền sở hữu công nghiệp, quyền đối với giống cây trồng và quản lý Nhà nước về sở hữu trí tuệ.

nhãn hiệu” theo khoản 5 Điều 105 Luật SHTT năm 2005.³ Quy chế này đóng vai trò quan trọng trong việc xác định và kiểm soát các điều kiện để tổ chức, cá nhân được phép sử dụng NHCN hay nói cách khác chứa đựng các điều kiện để một “đặc sản địa phương” có thể sử dụng dấu hiệu chứng nhận lên hàng hoá, dịch vụ của mình.

Có thể nhận thấy Luật SHTT đã có những quy định mang tính đặc thù cho việc xác lập NHCN nói chung và NHCN “đặc sản địa phương” nói riêng, tuy nhiên quy trình và thủ tục xác lập NHCN cũng cần đảm bảo tuân thủ các điều kiện cơ bản của một nhãn hiệu.

Hiện nay, theo thống kê của Cục SHTT, tính đến hết năm 2024 cả nước đã cấp 675 giấy chứng nhận NHCN trên phạm vi 63 tỉnh, thành phố. Tuy nhiên, khi đặt trong tương quan với số lượng nhãn hiệu thông thường được cấp riêng trong năm 2024 lên đến 46.787 giấy chứng nhận, có thể thấy số lượng NHCN vẫn còn hết sức khiêm tốn so với tiềm năng mà loại hình nhãn hiệu này mang lại. Cụ thể, trong năm 2024, số lượng đơn đăng ký nhãn hiệu tập thể và NHCN chỉ đạt 151 đơn, và kết quả xử lý đối với nhóm đơn này là 221 đơn⁴. Con số này cho thấy mức độ quan tâm và xác lập NHCN vẫn còn hạn chế so với nhãn hiệu thông thường. Nguyên nhân lý giải cho sự chênh lệch này có thể kể đến như: sự giới hạn chủ thể xác lập NHCN; hạn chế quyền sử dụng NHCN của chủ sở hữu nhãn hiệu; quy trình kiểm soát, giám sát và hậu kiểm sau bảo hộ phức tạp; khai thác và quảng bá NHCN chưa phát huy hiệu quả. Bên cạnh đó, hiện nay vẫn còn tồn tại những hạn chế nhất định về quy định xác lập NHCN gây cản trở cho việc tiếp cận bảo hộ đối tượng nhãn hiệu này, như:

Thứ nhất, chưa có mẫu hướng dẫn chi tiết về “Quy chế quản lý và sử dụng NHCN”. Hiện nay tại Điều 105 Luật SHTT năm 2005 chỉ hướng dẫn chung các nội dung trong quy chế sử dụng NHCN nhưng không có nội dung “quản lý” NHCN và không có biểu mẫu hướng dẫn thống nhất. Ngoài ra, chủ thể tham gia quản lý, cấp phép sử dụng NHCN thường không đồng nhất với chủ sở hữu

³ Bao gồm các nội dung chủ yếu: Tổ chức, cá nhân là chủ sở hữu nhãn hiệu; Điều kiện để được sử dụng nhãn hiệu; Các đặc tính của hàng hóa, dịch vụ được chứng nhận bởi nhãn hiệu; Phương pháp đánh giá các đặc tính của hàng hóa, dịch vụ và phương pháp kiểm soát việc sử dụng nhãn hiệu; Chi phí mà người sử dụng nhãn hiệu phải trả cho việc chứng nhận, bảo vệ nhãn hiệu, nếu có.

⁴ Cục Sở hữu Trí tuệ (2025), *Báo cáo thường niên hoạt động sở hữu trí tuệ năm 2024*, truy cập tại <https://www.ipvietnam.gov.vn/documents>, truy cập ngày 20/12/2025.

NHCN, đặc biệt đối với các NHCN là các “đặc sản địa phương” do cơ quan Nhà nước làm chủ sở hữu thường giao lại cho các cơ quan chuyên môn, hiệp hội, tổ chức đại diện tập thể trực tiếp quản lý, khai thác NHCN. Nhưng trong quy chế sử dụng NHCN và hướng dẫn nội dung tại Điều 105 không đề cập đến việc phân công trách nhiệm quản lý và xác định quyền, nghĩa vụ của các chủ thể quản lý NHCN mà các chủ sở hữu NHCN tự ban hành văn bản uỷ quyền phân công riêng.

Thứ hai, khó khăn trong việc xác lập NHCN “đặc sản địa phương” ra thị trường nước ngoài. Hiện nay, việc đăng ký tại thị trường nước ngoài cho các đặc sản địa phương thường gặp những khó khăn nhất định như: (i) Mẫu hướng dẫn theo hệ thống Madrid (theo mẫu MM2) không có lựa chọn riêng biệt đối tượng NHCN mà gộp chung vào nhãn hiệu thông thường dẫn đến không có cơ chế để nộp kèm các tài liệu như Quy chế sử dụng NHCN trong khi điều kiện xác lập một số quốc gia và Châu Âu (EUIPO) bắt buộc phải có⁵; (ii) Không tương thích với hệ thống SHTT nhiều quốc gia, ví dụ tại Liên minh Châu Âu thì NHCN “không được dùng để chỉ nguồn gốc địa lý”⁶ tức các yếu tố địa danh đi kèm với các “đặc sản địa phương” không thoả mãn điều kiện bảo hộ này; (iii) Tiêu chuẩn Việt Nam (TCVN) và Quy chuẩn Việt Nam (QCVN) đối hàng hóa làm cơ sở cho việc xây dựng các tiêu chuẩn trong quy chế sử dụng NHCN tại Việt Nam thấp hơn tiêu chuẩn quốc tế và tiêu chuẩn một số quốc gia⁷. Điều này gây khó khăn cho các hàng hoá mang NHCN tại Việt Nam xác lập ra thị trường nước ngoài.

2.2. Thực trạng khai thác nhãn hiệu chứng nhận đối với đặc sản địa phương tại Việt Nam

⁵ Bross & Partners (2023), *9 nhược điểm của Hệ thống Madrid về đăng ký quốc tế nhãn hiệu*, truy cập tại <https://khoan.lexology.com/library/detail.aspx?g=657ffa1d-2a17-4ac4-961f-e0a360d54c38>, truy cập ngày 08/05/2025.

⁶ Xem Article 83, European Union, (2017). *Regulation (EU) 2017/1001 of the European Parliament and of the Council on the European Union trade mark* (codification), truy cập tại <https://eur-lex.europa.eu/eli/reg/2017/1001/oj/eng>, accessed on May 8, 2025.

⁷ Ví dụ, Trung Quốc yêu cầu hồ sơ đăng ký NHCN các hàng hóa phải đạt yêu cầu theo quy định của Ủy ban Y tế Quốc gia Trung Quốc (National Health Commission) về Tiêu chuẩn về mức độ ô nhiễm tối đa trong thực phẩm đối với cả chì, cadimi, thủy ngân, asen, thiếc, niken, crom, nitrit... Quy định này cao hơn rất nhiều so với quy định trong QCVN 8- 2:2011/BYT về giới hạn ô nhiễm kim loại nặng trong thực phẩm của Bộ Y tế Việt Nam. Xem Trần Văn Hải, (2025) *Đăng ký bảo hộ nhãn hiệu cho sản phẩm OCOP tại nước ngoài*, Tạp chí Khoa học Đại học Quốc gia Hà Nội: Nghiên cứu Chính sách và Quản lý, Tập 41, Số 1, tr. 9.

Sau khi được xác lập NHCN đối với các đặc sản địa phương, việc khai thác NHCN này dựa trên cơ sở quy chế sử dụng NHCN của chủ sở hữu. Khác với những nhãn hiệu thông thường khi chủ sở hữu nhãn hiệu trực tiếp “độc quyền” sử dụng nhãn hiệu cho các hàng hoá, dịch vụ của mình, đối với NHCN chủ sở hữu không được phép trực tiếp tiến hành sản xuất, kinh doanh hàng hóa, dịch vụ đó⁸.

Hiện nay hoạt động khai thác NHCN đối với đặc sản địa phương có thể tiến hành thông qua các hình thức: (i) Chủ sở hữu NHCN cấp quyền sử dụng NHCN cho các cá nhân, tổ chức đáp ứng quy chế sử dụng NHCN. Đối với hình thức khai thác này các cá nhân, tổ chức sử dụng NHCN phải tuân thủ các điều kiện về đặc tính, chất lượng theo quy chế NHCN và phải trả tiền phí sử dụng, phí duy trì và kiểm định chất lượng hàng hoá dịch vụ thường niên cho chủ sở hữu NHCN. (ii) Chủ sở hữu NHCN của đặc sản địa phương chuyển giao thông qua hai hình thức: chuyển nhượng quyền sở hữu NHCN hoặc chuyển quyền sử dụng NHCN cho chủ thể khác. (iii) Cá nhân, tổ chức được cấp phép sử dụng NHCN trực tiếp khai thác. Đây là hình thức khai thác phổ biến thông qua việc các cá nhân, tổ chức được cấp phép sử dụng NHCN gắn dấu hiệu chứng nhận lên các đặc sản địa phương theo quy chế sử dụng NHCN và thu lợi trực tiếp thông qua việc bán các sản phẩm đặc sản tại địa phương.⁹

Có thể nhận thấy việc khai thác đặc sản địa phương thông qua đối tượng NHCN được tiến hành đa dạng phương thức từ chủ sở hữu nhãn hiệu thu phí cấp phép sử dụng NHCN, tự chuyển giao NHCN cho đến các cá nhân, tổ chức được cấp phép sử dụng NHCN gắn lên các đặc sản địa phương để kinh doanh thị trường. Tuy nhiên, thực tiễn khai thác NHCN tại Việt Nam, vẫn còn tồn tại những hạn chế, vướng mắc ảnh hưởng đến hiệu quả khai thác và quản lý các đặc sản địa phương, cụ thể:

⁸ Xem khoản 4, Điều 87 Luật Sở hữu trí tuệ năm 2005.

⁹ Ví dụ, các chủ thể sản xuất, kinh doanh nem Lai Vung tại tỉnh Đồng Tháp kể từ khi được cấp phép sử dụng NHCN “Đặc Sản Đồng Tháp Nem Lai Vung” (4-0331777-000 cấp ngày 01/10/2019) đã ghi nhận mức tăng trưởng doanh thu từ 15% - 20% nhờ việc nâng cao nhận diện thương hiệu và chứng nhận nguồn gốc đặc sản. Báo Đồng Tháp Online (2025), *Đồng Tháp phát triển tài sản trí tuệ - Đòn bẩy nâng tầm nông sản đặc thù*, truy cập tại <https://www.baodongthap.vn/kinh-te/dong-thap-phat-trien-tai-san-tri-tue-don-bay-nang-tam-nong-san-dac-thu-131413.aspx>, truy cập ngày 20/05/2025.

Thứ nhất, khó khăn trong hoạt động quản lý và khai thác các NHCN các đặc sản địa phương sau sáp nhập đơn vị hành chính¹⁰. Hiện nay, trên cơ sở Điều 10 Nghị quyết số 190/2025/QH15 ngày 19/02/2025 của Quốc hội quy định về xử lý một số vấn đề liên quan đến sắp xếp tổ chức bộ máy nhà nước, Cục SHTT đã có hướng dẫn về việc vẫn công nhận hiệu lực các văn bằng đã cấp và chỉ điều chỉnh khi có yêu cầu sau sáp nhập thay đổi địa giới hành chính¹¹. Tuy nhiên, đối với việc quản lý và khai thác NHCN sau sáp nhập đơn vị hành chính đang đặt ra một số khó khăn nhất định như: (i) Các địa danh thường gắn liền với các đặc sản địa phương nên việc điều chỉnh có thể gây khó khăn trong nhận diện thương hiệu trong tâm trí người tiêu dùng; (ii) Chủ sở hữu NHCN thay đổi đối với trường hợp các NHCN gắn với địa danh thuộc quản lý Ủy ban nhân dân cấp huyện nhưng chưa xác định được đơn vị và quy trình tiếp quản; (iii) Các ranh giới địa lý của vùng đặc sản có sự thay đổi không trùng khớp với phạm vi trong quy chế sử dụng NHCN.

Thứ hai, hoạt động quản lý và khai thác NHCN các đặc sản địa phương đối với chủ sở hữu là cơ quan Nhà nước không chuyên trách. Hiện nay các cơ quan Nhà nước được giao nhiệm vụ xác lập và khai thác, quản lý NHCN theo hướng kiêm nhiệm như Ủy ban nhân dân tỉnh, các sở ban ngành chuyên môn bên cạnh nhiệm vụ quản lý hành chính¹². Điều này dẫn đến những khó khăn nhất định trong việc tách biệt và đảm bảo thời gian lẫn chuyên môn của cơ quan Nhà nước để theo sát quản lý, kiểm soát việc sử dụng NHCN đúng với quy chế.

Có thể nhận thấy thực trạng xác lập và khai thác NHCN các đặc sản địa phương trong thời gian qua đã thể hiện tầm quan trọng và kết quả đáng ghi nhận. Tuy nhiên còn tồn tại các hạn chế về pháp lý đến thực tiễn đang ảnh hưởng

¹⁰ Nghị quyết 60-NQ/TW của Hội nghị lần thứ 11 Ban chấp hành Trung ương Đảng khóa XIII và Nghị quyết số 76/2025/UBTVQH 15 của Ủy ban Thường vụ Quốc hội về việc sắp xếp đơn vị hành chính năm 2025 chủ trương việc sắp xếp các đơn vị hành chính cấp xã, huyện và cấp tỉnh theo hướng tinh gọn.

¹¹ Cục Sở hữu trí tuệ (2025), *Thông báo Phương án xử lý vấn đề thay đổi địa chỉ của người nộp đơn, chủ văn bằng bảo hộ, tác giả, tổ chức quản lý chỉ dẫn địa lý do sắp xếp lại đơn vị hành chính và tổ chức chính quyền địa phương 02 cấp*, truy cập tại https://ipvietnam.gov.vn/thong-bao/-/asset_publisher/, truy cập ngày 06/10/2025.

¹² Ví dụ: Nhân hiệu chứng nhận "Cà Phê Xứ Lạnh KON TUM ARABICA COFFEE, hình" (4-0383666 năm 2021) cấp cho Ủy ban nhân dân tỉnh Kon Tum (nay là tỉnh Quảng Ngãi) và giao cho Sở Nông nghiệp và phát triển nông thôn KonTum (nay là sở nông nghiệp và môi trường tỉnh Quảng Ngãi) quản lý. Theo Điều 4 Quyết định 831/QĐ-UBND năm 2020 của Ủy ban nhân dân tỉnh Kon Tum về Quy chế Quản lý và sử dụng Nhân hiệu chứng nhận cà phê xứ lạnh Kon Tum.

không nhỏ đến hiệu quả của khai thác NHCN cho đặc sản địa phương tại Việt Nam.

3. Kinh nghiệm trong xác lập và khai thác nhãn hiệu chứng nhận đối với các đặc sản địa phương từ thực tiễn tại tỉnh Quảng Ninh và thành phố Huế

3.1. Kinh nghiệm tại tỉnh Quảng Ninh

Thời gian qua, tỉnh Quảng Ninh đã đạt những thành công nhất định trong việc thúc đẩy các chính sách xác lập tài sản trí tuệ song hành với khai thác và phát triển “thương hiệu” các đặc sản địa phương. Tính đến hết năm 2024 toàn tỉnh đã có hơn 2.300 nhãn hiệu được cấp văn bằng bảo hộ, hơn 50 NHCN được cấp văn bằng và trở thành một trong những địa phương dẫn đầu cả nước về số lượng NHCN được xác lập¹³. Sự thành công trong xác lập và khai thác NHCN của tỉnh Quảng Ninh gắn với sự phát triển chương trình OCOP, được triển khai trên cơ sở Quyết định số 2870/QĐ-UBND ngày 22/10/2013 của Ủy ban nhân dân tỉnh Quảng Ninh phê duyệt Đề án “Tỉnh Quảng Ninh - Mỗi xã, phường một sản phẩm”, giai đoạn 2013–2016. Trên nền tảng chính sách này, cùng với việc tận dụng hiệu quả các nguồn lực sẵn có của địa phương một cách đồng bộ. Có thể đúc kết các kinh nghiệm của tỉnh Quảng Ninh trong quá trình xác lập và khai thác NHCN theo chương trình OCOP như sau:

Thứ nhất, xây dựng nhất quán lộ trình và mục tiêu phát triển tài sản trí tuệ phù hợp với các thế mạnh tại địa phương. Tỉnh Quảng Ninh đã ban hành Quyết định 3683/QĐ-UBND năm 2021 phê duyệt “Chương trình phát triển tài sản trí tuệ trên địa bàn tỉnh Quảng Ninh đến năm 2030” trong đó xác định rõ mục tiêu đến năm 2025 tối thiểu có 60% sản phẩm thuộc Chương trình OCOP đăng ký bảo hộ quyền SHTT và đến năm 2030 đưa nhiệm vụ khai thác, phát triển chỉ dẫn địa lý, NHCN, nhãn hiệu tập thể và sản phẩm gắn với Chương trình OCOP theo hướng hợp tác, liên kết sản xuất gắn với tiêu thụ sản phẩm được bảo hộ theo chuỗi giá trị. Phân đầu lộ trình đến năm 2025 và duy trì đến năm 2030 100% sản phẩm thuộc Chương trình “Mỗi xã một sản phẩm” (OCOP) được đăng ký bảo hộ quyền SHTT, phân đầu 2 sản phẩm xuất khẩu được đăng ký bảo hộ quốc tế¹⁴. Có

¹³ Quảng Ninh điện tử (2024), *Hỗ trợ tạo lập, quản lý và phát triển tài sản trí tuệ*, truy cập tại <https://baoquangninh.vn/ho-tro-tao-lap-quan-ly-va-phat-trien-tai-san-tri-tue-3336178.html>, truy cập ngày 20/5/2025.

¹⁴ Nghị quyết số 13-NQ/TU, ngày 28/4/2023 của Ban chấp hành Đảng bộ tỉnh Quảng Ninh về phát triển khoa học, công nghệ và đổi mới sáng tạo đến năm 2023.

thể thấy, Quảng Ninh đã xác định rõ tầm quan trọng của bảo hộ quyền SHTT trở thành một phần không thể thiếu trong mục tiêu xác lập, khai thác chuỗi giá trị sản phẩm OCOP, cách tiếp cận này phù hợp với tiềm năng của tỉnh và tạo năng lực cạnh tranh về kinh tế với các địa phương trong cả nước, thậm chí ở thị trường nước ngoài.

Thứ hai, có cơ chế hỗ trợ tài chính trong xác lập nhãn hiệu (bao gồm NHCN) trong nước và đăng ký ra nước ngoài. Hội đồng nhân dân tỉnh Quảng Ninh đã ban hành Nghị quyết số 313/2020/NQ-HĐND quy định cơ chế tài chính hỗ trợ hoạt động khoa học và công nghệ giai đoạn 2021–2025. Nghị quyết tập trung hỗ trợ đăng ký nhãn hiệu, trong đó hỗ trợ 50 triệu đồng cho mỗi nhãn hiệu tập thể, NHCN được cấp văn bằng bảo hộ và 20 triệu đồng cho nhãn hiệu gắn với địa danh tỉnh Quảng Ninh. Đối với đăng ký nhãn hiệu ra nước ngoài, hỗ trợ 100% chi phí đăng ký đối với nhãn hiệu gắn chỉ dẫn địa lý, tối đa 60 triệu đồng/đơn hợp lệ. Ngoài ra, các sản phẩm OCOP của tỉnh đạt 5 sao và 4 sao lần lượt được hỗ trợ 30 triệu đồng và 20 triệu đồng/sản phẩm.¹⁵ Đây là những chính sách hỗ trợ về tài chính được đánh giá thiết thực, bám sát quy định về chương trình OCOP tạo động lực trong việc gia tăng số lượng NHCN đối với các sản phẩm địa phương.

Thứ ba, kết hợp đa dạng các phương thức trong khai thác, tiêu thụ các sản phẩm OCOP đã xác lập nhãn hiệu. Quảng Ninh đã kết hợp đa dạng các phương thức khai thác và tiêu thụ sản phẩm từ truyền thống như tổ chức hội chợ, các chương trình xúc tiến thương mại, phân phối sản phẩm qua các điểm bán hàng và siêu thị. Cho đến chuyển đổi số trong khai thác, quảng bá và tiêu thụ các sản phẩm OCOP đã được xác lập NHCN qua sàn thương mại điện tử sử dụng hệ thống mã vạch, mã QR truy xuất nguồn gốc sản phẩm¹⁶. Quảng Ninh đã thực hiện có hiệu quả đồng bộ cả hai kênh truyền thống và hiện đại (thông qua chuyển

¹⁵ Xem Nghị quyết 313/2020/NQ-HĐND của Hội đồng nhân dân tỉnh Quảng Ninh về cơ chế tài chính khuyến khích, hỗ trợ các tổ chức, doanh nghiệp, cá nhân trong hoạt động khoa học và công nghệ trên địa bàn tỉnh Quảng Ninh giai đoạn 2021-2025.

¹⁶ Kể từ năm 2023 các sàn thương mại điện tử Quảng Ninh nâng cấp sàn thương mại điện tử thay đổi mô hình hoạt động từ B2B (Business to Business) sang B2C (Business to Consumer), trong đó Sàn thương mại OCOP Quảng Ninh với tên miền <http://ocopquangninh.com.vn> đã hoàn thành thủ tục đăng ký website cung cấp dịch vụ thương mại điện tử với Bộ Công Thương. Liên minh hợp tác xã tỉnh Quảng Ninh, (2025), *Tăng giao dịch, quảng bá sản phẩm OCOP qua thương mại điện tử*, truy cập tại <https://qca.quangninh.gov.vn/chuyen-muc-ocop/tang-giao-dich-quang-ba-san-pham-ocop-qua-thuong-mai-dien-tu-418934>, truy cập ngày 28/4/2025.

đôi số) để hỗ trợ khai thác, quảng bá, tiêu thụ sản phẩm OCOP đã được bảo hộ nhãn hiệu (bao gồm NHCN), cách tiếp cận song hành này đã mang lại hiệu quả rõ rệt trong việc mở rộng thị trường, nâng cao giá trị và sức cạnh tranh cho sản phẩm địa phương.

Từ những phân tích trên, có thể nhận thấy sự thành công của Quảng Ninh đến từ các chính sách nhất quán của toàn tỉnh trong hỗ trợ phát triển tài sản trí tuệ gắn với đặc sản địa phương theo chương trình OCOP. Từ khâu xây dựng chính sách đến hỗ trợ xác lập, khai thác, quản lý chất lượng cho các sản phẩm đặc thù gắn với thương hiệu địa phương.

3.2. Kinh nghiệm tại thành phố Huế

Theo thống kê từ Cục SHTT tính đến tháng 11 năm 2025 thành phố Huế¹⁷ đã có hơn 2.700 đơn đăng ký nhãn hiệu, 1.800 nhãn hiệu được cấp; 4 chỉ dẫn địa lý, 74 nhãn hiệu tập thể và đã xác lập thành công 9 NHCN¹⁸. Mặc dù không phải địa phương có số lượng NHCN nhiều nhất cả nước, nhưng các NHCN chủ yếu tập trung vào các hàng hoá, dịch vụ thể mạnh về văn hoá, truyền thống và du lịch, qua đó đã tạo dựng được thương hiệu riêng cho các “đặc sản địa phương”. Ví dụ: nhãn hiệu Bún Bò Huế (ẩm thực); nhãn hiệu Huế Festival Nghề Truyền Thống, hình (lễ hội nghề truyền thống); nhãn hiệu Hương Xưa Làng Cổ Phước Tích, hình (du lịch cộng đồng và thủ công mỹ nghệ). Sự thành công này của Huế xuất phát từ những kinh nghiệm thực tiễn cụ thể:

Thứ nhất, xây dựng chương trình phát triển tài sản trí tuệ hằng năm tập trung vào các sản phẩm đặc sản thể mạnh địa phương. Ngày 16/11/2020, Ủy ban nhân dân tỉnh Thừa Thiên Huế ban hành Quyết định số 2898/QĐ-UBND về việc Phê duyệt Chương trình phát triển tài sản trí tuệ tỉnh Thừa Thiên Huế, giai đoạn 2021-2025. Mục tiêu của Chương trình là hỗ trợ hình thành hệ thống quản lý, phát triển NHCN cho ít nhất 20 đặc sản, 100% các đặc sản của địa phương đã bảo hộ quyền SHTT được hỗ trợ để quảng bá, xúc tiến thương mại và phát triển thị trường; tổ chức ít nhất 20 hội thảo chuyên đề, xây dựng ít nhất 30 chuyên đề,

¹⁷ Thành phố Huế trước đây là tỉnh Thừa Thiên Huế kể từ ngày 1/1/2025 chính thức trở thành phố trực thuộc trung ương với tên gọi thành phố Huế.

¹⁸ Cổng thông tin điện tử Sở Khoa học và Công nghệ thành phố Huế (2025), *Hội thảo Khai thác, phát triển giá trị nhãn hiệu trên địa bàn thành phố Huế*, truy cập tại <https://skhcn.hue.gov.vn/hoat-dong-lanh-dao/hoi-thao-khai-thac-phat-trien-gia-tri-nhan-hieu-tren-dia-ban-thanh-pho-hue.html>, truy cập ngày 01/12/2025.

phóng sự trên các phương tiện truyền thông.¹⁹ Điểm chung trong chính sách của Quảng Ninh và Huế là việc xác định và tận dụng các thế mạnh địa phương thông qua các chính sách hỗ trợ trọng điểm về phát triển tài sản trí tuệ.

Thứ hai, quản lý và khai thác NHCN thông qua các hội, hiệp hội ngành nghề. Kinh nghiệm này tại thành phố Huế được đúc kết thông qua việc: (i) Xây dựng cơ chế ràng buộc giữa các thành viên hội, hiệp hội ngành nghề trong quản lý, bảo vệ và khai thác NHCN; (ii) Có chính sách hỗ trợ các thành viên hội, hiệp hội ngành nghề trong quản lý, bảo vệ và khai thác NHCN, như: Hướng dẫn, hỗ trợ việc sử dụng tem, nhãn, bao bì sản phẩm mang NHCN; Hướng dẫn, hỗ trợ hoạt động sản xuất, chế biến sản phẩm; Hỗ trợ quá trình phân phối, lưu thông, tiêu thụ sản phẩm mang NHCN trên thị trường²⁰.

Thứ ba, hỗ trợ các hoạt động khai thác, quảng bá và phát triển bền vững NHCN gắn với du lịch. Thành phố Huế đã tiến hành các giải pháp tổng thể như: i) Hỗ trợ nâng cao nhận thức trong việc sử dụng sản phẩm mang NHCN, thông qua các chuỗi hoạt động văn hóa, nghệ thuật, lễ hội dân gian, lễ hội cung đình; (ii) Hỗ trợ quảng bá, truyền thông đa nền tảng cho các hàng hoá, dịch vụ NHCN. Thông qua xây dựng các website và nền tảng đa phương tiện, hiện nay chính quyền địa phương và các chủ sở hữu NHCN đã ứng dụng công nghệ thúc đẩy hoạt động quảng bá và giới thiệu NHCN các hàng hoá, dịch vụ thế mạnh địa phương; (iii) Khai thác NHCN song hành với phát triển du lịch trải nghiệm, ví dụ: NHCN “Huế KINH ĐÔ ẩm thực Gastronomy Capital” cấp vào tháng 5/2024 cho Sở Du lịch tỉnh Thừa Thiên Huế, đã triển khai kết hợp các dịch vụ du lịch trải nghiệm ẩm thực Huế như: ẩm thực về đêm, ẩm thực đường phố, ẩm thực đầm phá.²¹

Tóm lại, có thể nhận thấy sự kinh nghiệm xác lập và khai thác NHCN các đặc sản địa phương thành công của thành phố Huế đến từ nhiều nguyên nhân: xuất phát từ chính sách phát triển tài sản trí tuệ đúng đắn gắn thế mạnh địa

¹⁹ Quyết định 2898/QĐ-UBND năm 2020 của Ủy ban nhân dân tỉnh Thừa Thiên Huế phê duyệt Chương trình phát triển tài sản trí tuệ tỉnh Thừa Thiên Huế, giai đoạn 2021-2025.

²⁰ Xem Quyết định 1133/QĐ-UBND năm 2022 về Danh mục các sản phẩm chủ lực tỉnh Thừa Thiên Huế thuộc nhóm đặc sản địa phương, làng nghề truyền thống, ngành nghề nông thôn, sản phẩm tiêu thủ công nghiệp và dịch vụ giai đoạn 2022-2025 và các giải pháp hỗ trợ phát triển sản phẩm chủ lực trên địa bàn tỉnh Thừa Thiên Huế.

²¹ Bảo Hoà (2024), *Huế – Kinh đô ẩm thực được cấp bảo hộ nhãn hiệu chứng nhận*, Tạp chí điện tử Sở hữu trí tuệ & Sáng tạo.

phương; cho đến chính sách quản lý một cách bài bản, trọng tâm; cũng như tận dụng thế mạnh về du lịch sẵn có.

4. Một số gợi mở nhằm xác lập và khai thác nhãn hiệu chứng nhận hiệu quả để phát triển các đặc sản địa phương tại Việt Nam

Từ thực trạng xác lập và khai thác NHCN các đặc sản địa phương tại Việt Nam và liên hệ kinh nghiệm tại tỉnh Quảng Ninh và thành phố Huế, tác giả đề xuất một số gợi mở hoàn thiện pháp luật và nâng cao hiệu quả xác lập và khai thác NHCN cho các đặc sản địa phương như sau:

Thứ nhất, bổ sung thống nhất mẫu "quy chế quản lý và sử dụng NHCN" trong xác lập NHCN. Theo quan điểm nhóm tác giả tại điểm b, khoản 1, Điều 105 Luật SHTT năm 2005, sửa đổi, bổ sung năm 2009, 2019 và 2022 thay vì chỉ yêu cầu nộp "quy chế sử dụng" như quy định trước đây, nên quy định mở rộng phạm vi sang "quy chế quản lý và sử dụng NHCN" nhằm nhấn mạnh yếu tố "quản lý" và kiểm soát NHCN sau khi xác lập. Bên cạnh đó cần bổ sung biểu mẫu thống nhất hướng dẫn về "Quy chế quản lý và sử dụng NHCN" và nhãn hiệu tập thể để thống nhất các nội dung quan trọng nhằm khai thác NHCN hiệu quả sau xác lập như: chủ thể có quyền quản lý và sử dụng nhãn hiệu; Cơ chế cấp phép, kiểm soát, hậu kiểm việc sử dụng nhãn hiệu và bảo đảm chất lượng, uy tín của hàng hóa, dịch vụ mang nhãn hiệu; Cơ chế giải quyết tranh chấp.

Thứ hai, có hướng dẫn cụ thể về quản lý và khai thác NHCN, nhãn hiệu tập thể và chỉ dẫn địa lý chịu ảnh hưởng sau sáp nhập đơn vị hành chính. Cụ thể: (i) Cần có hướng dẫn quy trình sửa đổi cụ thể đối với giấy chứng nhận, quy chế sử dụng NHCN, nhãn hiệu tập thể, chỉ dẫn địa lý có thay đổi địa danh; (ii) Kiến nghị giao cho Ủy ban nhân dân tỉnh trực tiếp quản lý hoặc giao cho cơ quan chuyên môn đầu mối giúp Ủy ban nhân dân tỉnh quản lý đối với các NHCN trước đây do Ủy ban nhân dân cấp huyện hoặc phòng ban không còn hoạt động sau sáp nhập làm chủ sở hữu hoặc trực tiếp quản lý²². (iii) Sở Khoa học và Công nghệ tại địa phương làm đầu mối hướng dẫn cụ thể đối với các NHCN, nhãn hiệu tập thể

²² Đề xuất này được xây dựng dựa trên tinh thần Nghị định số 133/2025/NĐ-CP về phân quyền, phân cấp trong lĩnh vực khoa học và công nghệ có hiệu lực và điểm h, khoản 1 Điều 9 và khoản 2, Điều 36 Nghị định số 65/2023 NĐ-CP theo đó Ủy ban nhân dân các tỉnh, thành phố trực thuộc Trung ương có trách nhiệm "quản lý chỉ dẫn địa lý thuộc địa phương, kể cả địa danh, dấu hiệu khác chỉ nguồn gốc địa lý đặc sản địa phương".

và chỉ dẫn địa lý chịu ảnh hưởng sau sáp nhập các điều kiện cần thiết về hồ sơ, quy trình cần thiết để chuyển giao cho các đơn vị tiếp quản.

Thứ ba, quản lý và khai thác NHCN các đặc sản địa phương thông qua các hội, hiệp hội ngành nghề. Từ thực tiễn kinh nghiệm tại thành phố Huế và tỉnh Quảng Ninh trong công tác quản lý và khai thác NHCN thông qua các hội, hiệp hội ngành nghề chuyên môn đối với trường hợp chủ sở hữu NHCN là cơ quan nhà nước nhằm đảm bảo sự độc lập và thẩm quyền “kiểm soát, chứng nhận chất lượng”²³. Cụ thể: (i) Kiện toàn bộ máy tổ chức và cơ cấu hoạt động hội, hiệp hội ngành nghề phù hợp với các đặc sản địa phương; (ii) Xây dựng cơ chế ràng buộc giữa các thành viên hội, hiệp hội ngành nghề trong quản lý, bảo vệ và khai thác NHCN thông qua quy chế quản lý và sử dụng NHCN cụ thể; (iii) Hỗ trợ về tài chính và tập huấn cho các thành viên hội/hiệp hội xác lập, quản lý và khai thác NHCN các đặc sản định kỳ.

Thứ tư, xây dựng chiến lược quảng bá và truyền thông “thương hiệu” cho các đặc sản địa phương song hành với phát triển du lịch. Kinh nghiệm tại tỉnh Quảng Ninh hay thành phố Huế để khai thác hiệu quả NHCN các đặc sản địa phương cần: (i) Định vị chiến lược cho từng đặc sản địa phương thông qua việc xác định khách hàng, thị trường, loại hình bảo hộ SHTT phù hợp; (ii) Xây dựng câu chuyện thương hiệu kết hợp quảng bá, xúc tiến thương mại thông qua các lễ hội, hội chợ, triển lãm, làng nghề, thương mại trực tuyến... Ví dụ: Huế là “thành phố di sản” nổi tiếng với các đặc sản truyền thống; tỉnh Đồng Tháp xây dựng thương hiệu “Vùng đất sen hồng” cho các sản phẩm từ sen; (iii) Gắn kết đặc sản với trải nghiệm du lịch và xây dựng “điểm đến thương hiệu” cho các sản phẩm đặc sản, truyền thống địa phương²⁴.

Thứ năm, xác lập và khai thác NHCN các đặc sản địa phương song hành với chương trình OCOP, mở rộng thị trường ra nước ngoài. Chương trình OCOP nhằm phát triển kinh tế nông thôn rất phù hợp với việc xác lập NHCN các đặc sản địa phương đã được chứng minh qua thực tiễn tại tỉnh Quảng Ninh với các

²³ Phù hợp quy định về chủ thể xác lập tại khoản 4 Điều 87 Luật SHTT năm 2005.

²⁴ Ví dụ: để khai thác nhãn hiệu chứng nhận cho đặc sản “Trà Hoa Vàng Ba Chẽ” tại tỉnh Quảng Ninh, địa phương đã tổ chức thường niên lễ hội trà hoa vàng Ba Chẽ kết hợp với phát triển du lịch để quảng bá, giới thiệu, tiêu thụ sản phẩm trà hoa vàng. Xem Quảng Ninh điện tử (2025), *Thúc đẩy thương hiệu Trà hoa vàng Ba Chẽ*, truy cập tại <https://baoquangninh.vn/thuc-day-thuong-hieu-tra-hoa-vang-ba-che-3353333.html>, truy cập ngày 21/5/2025.

gợi mở cụ thể: (i) Xây dựng một lộ trình nhất quán trong định hướng chủ trương và chương trình phát triển tài sản trí tuệ của địa phương; (ii) có chính sách hỗ trợ tài chính cụ thể trong xác lập và khai thác NHCN gắn với các đặc sản được chứng nhận OCOP trong nước và mở rộng ra thị trường nước ngoài phù hợp cũng như nghiên cứu quy định pháp luật SHTT đặc thù tại các quốc gia dự kiến đăng ký; (iii) bổ sung và hoàn thiện các tiêu chuẩn (TCVN), quy chuẩn kỹ thuật quốc gia (QCVN) và quy định pháp lý làm căn cứ cho việc xây dựng tiêu chuẩn kỹ thuật cơ sở trong quy chế sử dụng NHCN đối với các đặc sản địa phương, tiệm cận với tiêu chuẩn/quy chuẩn đối hàng hoá nhập khẩu tại thị trường nước ngoài.

5. Kết luận

Nhãn hiệu chứng nhận là một công cụ pháp lý quan trọng để bảo hộ và khai thác hiệu quả tiềm năng các đặc sản địa phương ở Việt Nam. Tuy nhiên, thực trạng xác lập và khai thác NHCN hiện nay vẫn còn nhiều hạn chế, từ điều kiện đăng ký, cơ chế bảo hộ ra nước ngoài, cùng với những tác động do sáp nhập đơn vị hành chính. Qua kinh nghiệm thành công của tỉnh Quảng Ninh với mô hình OCOP và thành phố Huế trong khai thác NHCN các đặc sản truyền thống song hành với du lịch. Trong thời gian tới, Việt Nam cần tiếp tục hoàn thiện các quy định pháp luật SHTT về bảo hộ NHCN, đồng thời mỗi địa phương cần xây dựng các chiến lược phát triển tài sản trí tuệ riêng, phù hợp với thế mạnh cho các đặc sản của mình từ kinh nghiệm của các mô hình thành công.

DANH MỤC TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Bảo Hoà (2024), *Huế – Kinh đô ẩm thực được cấp bảo hộ nhãn hiệu chứng nhận*, Tạp chí điện tử Sở hữu trí tuệ & Sáng tạo, truy cập tại <https://sohuutritue.net.vn/hue--kinh-do-am-thuc-duoc-cap-bao-ho-nhan-hieu-chung-nhan.html>, truy cập ngày 20/10/2025.
2. Bross & Partners (2023), *9 nhược điểm của Hệ thống Madrid về đăng ký quốc tế nhãn hiệu*, truy cập tại <https://khoan.lexology.com/library/detail.aspx?g=657ffafd->, truy cập ngày 08/05/2025.

3. Cục Sở hữu Trí tuệ (2025), *Báo cáo thường niên hoạt động sở hữu trí tuệ năm 2024*, truy cập tại <https://www.ipvietnam.gov.vn/documents/>, truy cập ngày 20/04/2025.

4. Cục Sở hữu trí tuệ (2025), *Thông báo phương án xử lý vấn đề thay đổi địa chỉ của người nộp đơn, chủ văn bằng bảo hộ, tác giả, tổ chức quản lý chỉ dẫn địa lý do sắp xếp lại đơn vị hành chính và tổ chức chính quyền địa phương 02 cấp*, truy cập tại https://ipvietnam.gov.vn/thong-bao/-/asset_publisher/, truy cập ngày 06/10/2025.

5. Cổng thông tin điện tử Sở Khoa học và Công nghệ thành phố Huế (2025), *Hội thảo Khai thác, phát triển giá trị nhãn hiệu trên địa bàn thành phố Huế*, truy cập tại <https://skhcn.hue.gov.vn /hoat-dong-lanh-dao/hoi-thao-khai-thac-phat-trien-gia-tri>, truy cập ngày 01/12/2025.

6. European Union (2017), *Regulation (EU) 2017/1001 of the European Parliament and of the Council on the European Union trade mark* (codification), truy cập tại <https://eur-lex.europa.eu/eli/reg/2017/1001/oj/eng>, accessed on May 8, 2025.

7. Trần Văn Hải, (2025) *Đăng ký bảo hộ nhãn hiệu cho sản phẩm OCOP tại nước ngoài*, Tạp chí Khoa học Đại học Quốc gia Hà Nội: Nghiên cứu Chính sách và Quản lý, Tập 41, Số 1.

8. Quảng Ninh điện tử (2025), *Thúc đẩy thương hiệu Trà hoa vàng Ba Chẽ*, <https://baoquangninh.vn/thuc-day-thuong-hieu-tra-hoa-vang-ba-che-33533333.html>, truy cập ngày 21/05/2025.

9. Quảng Ninh điện tử (2024), *Hỗ trợ tạo lập, quản lý và phát triển tài sản trí tuệ*, truy cập tại <https://baoquangninh.vn/ho-tro-tao-lap-quan-ly.html>, truy cập ngày 20/5/2025.

10. Quyết định 2898/QĐ-UBND năm 2020 của Ủy ban nhân dân tỉnh Thừa Thiên Huế phê duyệt Chương trình phát triển tài sản trí tuệ tỉnh Thừa Thiên Huế giai đoạn 2021–2025.

11. Quyết định 831/QĐ-UBND năm 2020 của Ủy ban nhân dân tỉnh Kon Tum về Quy chế quản lý và sử dụng Nhãn hiệu chứng nhận cà phê xứ lạnh Kon Tum.

12. Quyết định 1133/QĐ-UBND năm 2022 của Ủy ban nhân dân tỉnh Thừa Thiên Huế về Danh mục các sản phẩm chủ lực thuộc nhóm đặc sản địa phương, làng nghề truyền thống, sản phẩm tiểu thủ công nghiệp và các giải pháp hỗ trợ phát triển sản phẩm chủ lực giai đoạn 2022–2025.

13. Quyết định số 2634/QĐ-UBND của Ủy ban nhân dân tỉnh Lâm Đồng ngày 29/12/2023 về Ban hành Quy chế quản lý và sử dụng nhãn hiệu chứng nhận “Đà Lạt - kết tinh kỳ diệu từ đất lành”.

Tạp chí Công Thương (2021), *4 bài học thành công trong phát triển sản phẩm OCOP của Quảng Ninh*, truy cập tại <https://tapchicongthuong.vn/4-bai-hoc-thanh-cong-trong-phat-trien>, truy cập ngày 20/06/2025.