

# QUẢNG NINH: ĐẨY MẠNH XÂY DỰNG THƯƠNG HIỆU NÔNG SẢN

**TẠ DUY THỊNH**

Giám đốc Sở KH&CN Quảng Ninh

Hoạt động hỗ trợ xây dựng, khai thác, quản lý và phát triển tài sản trí tuệ đối với chỉ dẫn địa lý, nhãn hiệu chứng nhận, nhãn hiệu tập thể (gọi chung là thương hiệu) cho các sản phẩm, hàng hóa, đặc biệt là các nông phẩm, đặc sản của các địa phương đã được Chính phủ chỉ đạo triển khai thực hiện từ năm 2005. Thực tế triển khai xây dựng và áp dụng tại nhiều địa phương đã chứng minh các mô hình xây dựng chỉ dẫn địa lý, nhãn hiệu chứng nhận, nhãn hiệu tập thể rất phù hợp với các sản phẩm có tính vùng miền, các nông phẩm, đặc sản của địa phương, mang lại giá trị kinh tế cao cho các nông phẩm và nâng cao thu nhập cho người nông dân.

Những kết quả bước đầu của chương trình xây dựng thương hiệu nông sản của tỉnh Quảng Ninh là một trong những ví dụ điển hình minh chứng cho tính hiệu quả của chủ trương này.

## **Xây dựng thương hiệu nông sản - Yếu cầu cấp bách của thực tiễn**

Tỉnh Quảng Ninh có khoảng 45-50 nông phẩm, đặc sản cần xây dựng thương hiệu (dưới hình thức nhãn hiệu tập thể, nhãn hiệu chứng nhận hoặc chỉ dẫn địa lý). Việc đăng ký bảo hộ thương hiệu giúp cho các nông phẩm của tỉnh có thương hiệu chính thức để đưa ra thị trường, bảo vệ uy tín thương mại hàng hóa trước các hành vi cạnh tranh không lành mạnh, làm hàng giả, hàng nhái và chiếm đoạt bất hợp pháp như đã từng xảy ra đối với các địa phương khác (thương hiệu “Buôn Mê Thuột”, “Đắc Lắc” cho sản phẩm cà phê của tỉnh Đắc Lắc; thương hiệu “Bến Tre” cho sản phẩm kẹo dừa của tỉnh Bến Tre...). Đồng thời, là công cụ đắc lực để tuyên truyền, quảng bá nhằm phát triển sản xuất kinh doanh, nâng cao khả năng cạnh tranh và giá trị của hàng hóa. Các sản phẩm sau khi có thương hiệu, giá bán thường tăng 15-20%, thị trường được mở rộng,

thuận lợi cho việc đàm phán, tiếp thị, cung ứng sản phẩm cho các siêu thị, trung tâm thương mại trong và ngoài tỉnh. Mặt khác, công tác quản lý chất lượng sản phẩm, quản lý thương hiệu được chặt chẽ hơn thông qua việc hình thành các tổ chức đại diện cho các tổ chức, hộ gia đình cùng tham gia sản xuất kinh doanh (các hợp tác xã, hiệp hội ngành nghề...). Những tác dụng, hiệu quả to lớn do việc xây dựng và phát triển thương hiệu cho các nông phẩm mang lại sẽ là cơ sở, căn cứ quan trọng để thực hiện các mục tiêu đổi mới về kinh tế và tổ chức sản xuất ở các địa bàn nông thôn thuộc Chương trình nông thôn mới của tỉnh Quảng Ninh.

Tuy nhiên, cho đến năm 2012, Quảng Ninh mới chỉ có 1 nhãn hiệu tập thể (nhãn hiệu tập thể Hoàn Bồ cho sản phẩm hoa của huyện Hoàn Bồ) và chưa có nhãn hiệu chứng nhận hoặc chỉ dẫn địa lý của nông phẩm nào được đăng ký bảo hộ. Nguyên nhân của hiện trạng này là: việc xây

dựng thương hiệu cho các nông sản theo hình thức chỉ dẫn địa lý, nhãn hiệu chứng nhận, nhãn hiệu tập thể còn mới, yêu cầu cao về chuyên môn và chi phí lớn. Mặt khác, theo quy định của Luật Sở hữu trí tuệ thì quyền sở hữu đối với chỉ dẫn địa lý, nhãn hiệu chứng nhận sử dụng cho các đặc sản địa phương là UBND các tỉnh, các tỉnh phải thực hiện bảo hộ và phát triển đối với các chỉ dẫn địa lý, nhãn hiệu chứng nhận sử dụng cho các đặc sản địa phương. Thực tế này đòi hỏi lãnh đạo tỉnh cần có chính sách sử dụng ngân sách địa phương nhằm thực hiện bảo hộ và phát triển các chỉ dẫn địa lý, nhãn hiệu chứng nhận sử dụng cho các đặc sản địa phương.

## **Sự quan tâm kịp thời của lãnh đạo tỉnh với công tác xây dựng thương hiệu nông sản**

Trước yêu cầu của thực tiễn, trong khoảng 2 năm trở lại đây, hoạt động sở hữu trí tuệ nói chung, công tác xây

dựng thương hiệu nói riêng của tỉnh Quảng Ninh đã nhận được sự quan tâm đặc biệt của Lãnh đạo tỉnh. Trong đó, hoạt động xây dựng thương hiệu cho các sản phẩm nông nghiệp được ưu tiên hàng đầu và dành nguồn kinh phí lớn để thực hiện. Chỉ tính riêng năm 2012, HĐND tỉnh đã bố trí 32 tỷ đồng để xây dựng thương hiệu cho các sản phẩm nông nghiệp của tỉnh phục vụ phát triển sản xuất trong lĩnh vực nông nghiệp, góp phần xây dựng nông thôn mới.

Để có một kế hoạch dài hạn, ngày 13.2.2012, UBND tỉnh Quảng Ninh đã ra Quyết định số 273/QĐ-UBND ban hành Chương trình xây dựng và phát triển sản phẩm nông nghiệp của tỉnh Quảng Ninh đến năm 2015, với các mục tiêu: hỗ trợ phát triển thương hiệu sản phẩm nông nghiệp nhằm phát triển sản xuất, nâng cao giá trị sản phẩm nông nghiệp của tỉnh thông qua việc triển khai đồng bộ các hoạt động ứng dụng KH&CN vào sản xuất; tạo lập, quản lý và phát triển tài sản trí tuệ đối với sản phẩm; hỗ trợ hoạt động thương mại, tiêu thụ sản phẩm. Các chỉ tiêu cụ thể mà Chương trình đề ra là: đến năm 2015, 100% địa phương có yêu cầu xây dựng và phát triển thương hiệu cho các sản phẩm nông nghiệp đã được xác định, hỗ trợ thực hiện; tối thiểu xây dựng và phát triển chỉ dẫn địa lý, nhãn hiệu chứng nhận, nhãn hiệu tập thể cho 20-25 nông sản và 25-30 hợp tác xã, làng nghề truyền thống.

Tiếp đó, UBND tỉnh Quảng Ninh đã ban hành Quyết định số 1473/UBND-KHCN ngày 11.4.2012 về việc phê duyệt bổ sung danh mục dự án thuộc Chương trình xây dựng thương hiệu nông sản; Quyết định số 797/QĐ-UBND ngày 11.4.2012 về việc phê duyệt bổ sung danh mục sản phẩm nông nghiệp thuộc Chương trình xây dựng và phát triển thương hiệu cho sản phẩm nông nghiệp tỉnh Quảng Ninh; Quyết định số 2122/QĐ-UBND ngày 23.8.2012 về việc phê duyệt bổ sung danh mục sản phẩm nông



ng nghiệp xây dựng thương hiệu bắt đầu thực hiện từ năm 2012.

### Những kết quả bước đầu

Xác định việc xây dựng thương hiệu là để phục vụ phát triển sản xuất, do vậy, các dự án xây dựng thương hiệu của tỉnh phải bám sát thực tiễn, hỗ trợ sản xuất sản phẩm hàng hóa, phải đảm bảo đưa được sản phẩm ra thị trường, xây dựng được các kênh tiêu thụ sản phẩm, các công cụ tuyên truyền quảng bá để phát triển thị trường. Vì vậy, các dự án xây dựng thương hiệu của tỉnh phải đảm bảo các yêu cầu:

- Quy hoạch vùng sản xuất sản phẩm hàng hóa; hỗ trợ phát triển sản xuất, áp dụng các tiến bộ kỹ thuật và sản xuất đảm bảo chất lượng sản phẩm.

- Xây dựng, tiêu chuẩn hóa các quy trình quản lý sản xuất, chuẩn hóa các tiêu chuẩn chất lượng sản phẩm từ khâu quản lý nguyên liệu, con giống đến sản xuất, thu hoạch, chế biến, đóng gói sản phẩm.

- Xác lập quyền sở hữu trí tuệ đối với thương hiệu; xây dựng chuẩn hóa hệ thống bao bì nhãn mác, hệ thống nhận diện sản phẩm, hệ thống các công cụ tuyên truyền quảng bá phát triển thị trường.

- Xây dựng hệ thống các kênh tiêu thụ sản phẩm, đưa sản phẩm ra thị trường.

Đây là mô hình có tính đặc thù riêng của tỉnh Quảng Ninh. Trong khi các dự án xây dựng thương hiệu theo chương trình của các địa phương

khác chỉ tập trung vào nội dung: xác lập quyền sở hữu trí tuệ đối với thương hiệu xây dựng, chuẩn hóa hệ thống bao bì nhãn mác, hệ thống nhận diện sản phẩm, hệ thống các công cụ tuyên truyền quảng bá mà không có nội dung hỗ trợ sản xuất và xây dựng kênh tiêu thụ, đưa sản phẩm ra thị trường.

Qua gần 2 năm thực hiện, việc đẩy mạnh xây dựng thương hiệu nông sản của tỉnh Quảng Ninh đã đạt được những kết quả quan trọng. Tỉnh đã triển khai thực hiện 23 dự án xây dựng thương hiệu, trong đó, có 3 dự án xây dựng và phát triển chỉ dẫn địa lý cho sản phẩm: chả mực Hạ Long, ngán Quảng Ninh, mai vàng Yên Tử; 13 dự án xây dựng và phát triển nhãn hiệu chứng nhận cho các sản phẩm: rượu mơ Yên Tử, rau an toàn Quảng Yên, nước mắm Cái Rồng, gà Tiên Yên, mực ống Cô Tô, rượu ba kích Quảng Ninh, miến dong Bình Liêu, chè Đường Hoa, tu hài Vân Đồn, thanh long Uông Bí, trứng gà Tân An, nhựa thông Quảng Ninh, gẹ Trà Cổ; 5 dự án xây dựng và phát triển nhãn hiệu tập thể: vải chín sớm Phương Nam, na dai Đông Triều, nếp cái hoa vàng Đông Triều, mía tím Quảng Ninh, tôm chân trắng Móng Cái. 2 dự án thuộc chương trình hỗ trợ phát triển tài sản trí tuệ do trung ương hỗ trợ kinh phí và trực tiếp quản lý, tỉnh Quảng Ninh phối hợp triển khai thực hiện là: dự án xây dựng và phát triển chỉ dẫn địa lý cho sản phẩm sá sùng và dự án nhãn hiệu chứng nhận mật ong Tiên Yên.

Trong quá trình thực hiện, Sở KH&CN Quảng Ninh luôn bám sát

tiến độ triển khai các dự án, kịp thời ban hành các văn bản hướng dẫn; đôn đốc, chỉ đạo, kiểm tra các đơn vị bám sát kế hoạch, chủ động triển khai dự án đảm bảo tiến độ...

### **Quy hoạch vùng nguyên liệu**

Quy hoạch vùng sản xuất hàng hóa tập trung là một trong các nội dung quan trọng của Chương trình xây dựng thương hiệu, giúp đảm bảo vùng sản xuất hàng hóa cho các nhãn hiệu được xây dựng. Hiện nay, đã có 17 dự án có quyết định phê duyệt quy hoạch vùng sản xuất hàng hóa tập trung, gồm: dự án nhãn hiệu chứng nhận trứng gà Tân An, miến dong Bình Liêu, tu hài Vân Đồn, gà Tiên Yên, nước mắm Cái Rồng, thanh long Uông Bí, chè Đường Hoa, rau an toàn Quảng Yên; nhãn hiệu tập thể tôm chân trắng Móng Cái, rượu mơ Yên Tử, rượu ba kích Quảng Ninh, nhựa thông Quảng Ninh, vải chín sớm Phương Nam, na dai Đông Triều, nếp cái hoa vàng Đông Triều, ngán Quảng Ninh, mai vàng Yên Tử.

### **Lập hồ sơ đăng ký bảo hộ sở hữu trí tuệ**

Trong quá trình thực hiện, các dự án đã hoàn tất việc xây dựng các quy

trình kỹ thuật, phân tích chất lượng sản phẩm, quy chế quản lý và nộp hồ sơ đăng ký bảo hộ sở hữu trí tuệ tại Cục Sở hữu trí tuệ. Đến nay, có 19 nhãn hiệu đã được cấp văn bằng bảo hộ của Cục Sở hữu trí tuệ, gồm: mực ống Cô Tô, rượu mơ Yên Tử, rau an toàn Quảng Yên, miến dong Bình Liêu, gà Tiên Yên, rượu ba kích Quảng Ninh, nếp cái hoa vàng Đông Triều, chè Hải Hà, trứng gà Tân An, na dai Đông Triều, vải chín sớm Phương Nam, thanh long Uông Bí, nhựa thông Quảng Ninh, mai vàng Yên Tử, chả mực Hạ Long, tu hài Vân Đồn, nước mắm Cái Rồng, tôm chân trắng Móng Cái, mật ong Tiên Yên.

### **Thiết kế bộ nhận diện sản phẩm**

Hiện nay, tất cả 23/23 dự án đã có bộ nhận diện sản phẩm được phê duyệt: mực ống Cô Tô, rượu mơ Yên Tử, rau an toàn Quảng Yên, miến dong Bình Liêu, gà Tiên Yên, rượu ba kích Quảng Ninh, nếp cái hoa vàng Đông Triều, chè Hải Hà, trứng gà Tân An, na dai Đông Triều, vải chín sớm Phương Nam, thanh long Uông Bí, nhựa thông Quảng Ninh, mai vàng Yên Tử, chả mực Hạ Long, tu hài Vân Đồn, nước mắm Cái Rồng, tôm chân trắng Móng Cái, mật ong Tiên Yên, ghe Trà Cổ, ngán Quảng

Ninh, mía tím Quảng Ninh, sá sùng Vân Đồn.

### **Hỗ trợ phát triển sản xuất các sản phẩm xây dựng thương hiệu**

Dự án nếp cái hoa vàng Đông Triều đã xây dựng mô hình sản xuất lúa giống nếp cái hoa vàng trên diện tích 10 sào và mô hình sản xuất lúa thương phẩm trên diện tích quy hoạch 50 ha (trong đó xã Yên Đức 20 ha, xã Nguyễn Huệ 10 ha, xã Hồng Phong 10 ha và xã Hoàng Quế 10 ha). Dự án thanh long Uông Bí: xây dựng mô hình thử nghiệm (1,5 ha) trồng và chăm sóc thanh long tại xã Thượng Yên Công và phường Phương Đông. Dự án rau an toàn Quảng Yên: xây dựng mô hình 22 ha trồng rau an toàn, trong đó có 5 ha theo tiêu chuẩn VietGap tại Quảng Yên. Dự án chè Đường Hoa: xây dựng 2 vườn ươm giống chè với diện tích mỗi vườn là 200 m<sup>2</sup> và 2 vườn sản xuất chè thương phẩm Hải Hà (1.000 m<sup>2</sup> mỗi vườn). Dự án trứng gà Tân An: hỗ trợ xây dựng mô hình 2.500 con gà đẻ trứng tại phường Tân An. Dự án miến dong Bình Liêu: xây dựng mô hình 1,2 ha tại xã Húc Động, huyện Bình Liêu. Dự án na dai Đông Triều: xây dựng mô hình na thương phẩm (với diện tích 40 ha tại các xã Việt Dân, An Sinh, Tân Việt) và na nhân giống (với diện tích 200 m<sup>2</sup> tại các xã Việt Dân và Tân Việt). Dự án vải chín sớm Phương Nam: xây dựng 2 mô hình (vườn ươm giống 200 m<sup>2</sup> và vườn thương phẩm 1.000 m<sup>2</sup>). Dự án gà Tiên Yên: xây dựng 3 cơ sở cung ứng gà giống, nâng cấp 1 cơ sở giết mổ để đảm bảo vệ sinh an toàn thực phẩm, xây dựng 5 điểm phân phối bán thử nghiệm sản phẩm.

Ngoài ra, các dự án còn hỗ trợ một số trang thiết bị, cung cấp phân bón, giống cây trồng cho sản xuất và kinh doanh...; tổ chức 91 buổi hội thảo, tập huấn về xây dựng quy chế quản lý và sử dụng nhãn hiệu, logo nhãn mác, quy trình cấp và sử dụng nhãn hiệu; quy trình kỹ thuật canh



Làm miến dong Bình Liêu

tác, sản xuất, chế biến sản phẩm...; tổ chức tham quan mô hình sản xuất của các địa phương có các sản phẩm liên quan.

### **Hỗ trợ phát triển thị trường sản phẩm**

Trong khuôn khổ các dự án, đã thiết kế hệ thống quảng bá giới thiệu sản phẩm như tờ rơi, poster; xây dựng biển quảng cáo tầm lớn. Theo quyết định của UBND tỉnh, sẽ xây dựng 6 biển quảng cáo tầm lớn để quảng bá cho các sản phẩm xây dựng thương hiệu tại 6 huyện, thị xã, thành phố (Đông Triều, Uông Bí, Quảng Yên, Cẩm Phả, Tiên Yên, Móng Cái). Sở KH&CN Quảng Ninh cũng đã xây dựng hồ sơ xin phê duyệt Quy hoạch địa điểm gửi các địa phương này, đồng thời đang chuẩn bị thực hiện việc xây dựng website chung cho các sản phẩm nông sản của tỉnh. Riêng 2 dự án do trung ương quản lý đã xây dựng xong 2 trang web riêng cho sản phẩm mật ong (<http://matongtienyen.com>) và sản phẩm sá sùng ([www.sasungvandon.com.vn](http://www.sasungvandon.com.vn)).

\* \*  
\*

Có thể khẳng định, các dự án xây dựng thương hiệu đã mang lại hiệu quả bước đầu cho nông dân, thu hút nông dân tham gia, mang lại diện mạo mới cho kinh tế - xã hội các địa phương. Các nông phẩm đã được thị trường quan tâm, giá bán tăng và ổn định, tăng thu nhập cho người dân. Cụ thể, đối với sản phẩm vải chín sớm Phương Nam, mặc dù đang trong quá trình xây dựng nhãn hiệu tập thể nhưng sản phẩm đã được thị trường trong và ngoài nước chú ý. Sản lượng thu hoạch vải chín sớm Phương Nam năm 2013 là 500 tấn, trong đó trên 300 tấn được tiêu thụ ngoài tỉnh (chủ yếu là Tp Hồ Chí Minh), 50 tấn tiêu thụ tại các nước láng giềng như Lào, Thái Lan và giá bán sản phẩm tăng 10.000 đồng/kg so với năm 2012. Đối với sản phẩm nếp cái hoa vàng, diện tích canh tác



Sản xuất rau an toàn Quảng Yên

ngày càng tăng do người dân được tập huấn, hướng dẫn về quy trình kỹ thuật nên năng suất tăng cao, chi phí sản xuất thấp, giá bán sản phẩm gạo nếp cái ra thị trường của các thành viên tham gia dự án cao hơn giá bán gạo nếp cái ngoài thị trường tự do. Giá trị kinh tế mà người sản xuất thu được khi tham gia dự án cao hơn 15% so với người không tham gia. Đối với sản phẩm rau an toàn, dù vẫn trong quá trình xây dựng nhãn hiệu chứng nhận nhưng sản phẩm đã được thị trường chào đón, mang lại giá trị kinh tế cao hơn từ 1,5 đến 2 lần so trước đây (trước khi thực hiện dự án, 1 ha rau bán được 50-70 triệu đồng nhưng khi thực hiện dự án, giá trị kinh tế mỗi ha rau là 100-120 triệu, thậm chí có hộ dân bán được 150 triệu/ha).

Bên cạnh đó, sản xuất nông nghiệp đã chuyển dần theo hướng tập trung: vùng trồng rau an toàn tại Quảng Yên; sản xuất nông nghiệp theo quy mô cánh đồng mẫu lớn đối với nếp cái hoa vàng Đông Triều; trồng na dai Đông Triều, trồng hoa tại Hoàn Bồ, trồng chè Hải Hà, miền dong Bình Liêu, nuôi gà Tiên Yên, tôm chân trắng Móng Cái được thực hiện theo quy mô trang trại... Hiện nay, đã có 18 dự án thành lập các Hội/Hợp tác xã sản xuất và kinh doanh các sản phẩm đã được xây dựng thương hiệu nhằm thực hiện vai trò đầu mối tổ chức sản xuất, vận động tuyên truyền người dân, tiếp thu ứng dụng tiến bộ KH&CN vào sản xuất, kiểm soát nội bộ để đảm bảo chất lượng sản phẩm và tìm kiếm đầu ra, phát triển thị trường cho sản phẩm của người nông dân.

Trong thời gian tới, các dự án tiếp

tục thực hiện các công việc đã đề ra theo tiến độ, tập trung vào hoàn thiện việc thiết kế hệ thống logo, nhãn mác để triển khai áp dụng trong thực tế; tập trung thiết kế bao bì, kiểu dáng cho các sản phẩm đã được bảo hộ thương hiệu, đảm bảo các yếu tố: thẩm mỹ, đa dạng về hình thức mẫu mã và tận dụng tối đa nguồn nguyên liệu và nhân công sẵn có của địa phương; xúc tiến tổ chức Đại hội để thành lập các tổ chức tập thể đại diện cho các hộ nông dân sản xuất theo các thuyết minh dự án đã được phê duyệt.

Hiện nay, Bộ KH&CN đã phê duyệt Danh mục các dự án thuộc Chương trình hỗ trợ phát triển tài sản trí tuệ để tuyển chọn thực hiện trong 2 năm 2014-2015, trong đó Quảng Ninh có 4 dự án: Xây dựng và phát triển nhãn hiệu chứng nhận của biển Quảng Yên cho sản phẩm cua biển của thị xã Quảng Yên; Xây dựng và phát triển nhãn hiệu chứng nhận thanh long Ba Chẽ cho sản phẩm thanh long của huyện Ba Chẽ; Xây dựng và phát triển nhãn hiệu chứng nhận cá ruội Cô Tô cho sản phẩm cá ruội của huyện Cô Tô; Xây dựng và phát triển nhãn hiệu chứng nhận nước khoáng Quang Hanh cho sản phẩm nước khoáng của thành phố Cẩm Phả, tỉnh Quảng Ninh. Sở KH&CN Quảng Ninh đã tổ chức các Hội đồng thẩm định về chuyên môn và tài chính để tuyển chọn đơn vị chủ trì thực hiện các dự án trên trình Bộ KH&CN phê duyệt thực hiện từ năm 2014 ■