

Số: 08/CT-BCT

Hà Nội, ngày 04 tháng 4 năm 2025

CHỈ THỊ**Về việc thực hiện các giải pháp tiếp tục đẩy mạnh
phát triển thị trường trong nước, kích cầu tiêu dùng năm 2025**

Ba tháng đầu năm 2025, tình hình chính trị và kinh tế thế giới tiếp tục có nhiều biến động phức tạp ảnh hưởng đến thị trường hàng hóa trong và ngoài nước. Trong nước, với sự chỉ đạo quyết liệt của Chính phủ, Thủ tướng Chính phủ và các Bộ ngành, kinh tế cả nước tiếp tục đà phục hồi và phát triển, các lĩnh vực đầu tư, xuất nhập khẩu, thương mại... duy trì đà tăng trưởng khá so với cùng kỳ năm 2024 (so với cùng kỳ năm trước, trong 02 tháng đầu năm, vốn đầu tư từ ngân sách nhà nước tăng 21,7%, đầu tư nước ngoài tăng 35,5%, kim ngạch xuất khẩu tăng 32,6%, tổng mức bán lẻ hàng hóa và dịch vụ tăng 9,4%). Mặc dù nền kinh tế đã đạt được một số kết quả tích cực bước đầu, nhưng so với mục tiêu Chính phủ giao tăng trưởng GDP năm 2025 trên 8%, tổng mức bán lẻ hàng hóa và dịch vụ đạt 12%, mức tăng trưởng của thị trường bán lẻ hàng hóa, dịch vụ các tháng đầu năm chưa đạt mức kỳ vọng và tiềm ẩn nhiều khó khăn, thách thức do tác động của thị trường nước ngoài, các chính sách bảo hộ của các nước lớn trên thế giới.

Để phấn đấu đạt được mục tiêu Chính phủ giao về tăng trưởng thị trường bán lẻ hàng hóa, dịch vụ trong nước, góp phần đạt mục tiêu tăng trưởng kinh tế năm 2025 trên 8% theo tinh thần Nghị quyết số 25/NQ-CP ngày 05 tháng 02 năm 2025 của Chính phủ, Bộ Công Thương yêu cầu Sở Công Thương các tỉnh, thành phố trực thuộc Trung ương, các đơn vị thuộc Bộ, các Tập đoàn, Tổng công ty, Công ty, các Hiệp hội ngành hàng tiếp tục tích cực thực hiện các nhiệm vụ, giải pháp (đã nêu tại Chỉ thị số 05/CT-TTg ngày 01 tháng 3 năm 2025 của Thủ tướng Chính phủ, Công điện số 02/CĐ-TTg ngày 15 tháng 01 năm 2025 của Thủ tướng Chính phủ) và các nhiệm vụ cụ thể sau:

1. Các đơn vị thuộc Bộ Công Thương**a) Vụ Kế hoạch – Tài chính và Quản lý doanh nghiệp**

Chủ trì, đôn đốc các đơn vị liên quan đẩy mạnh thực hiện các nhiệm vụ, chỉ tiêu được giao nhằm thực hiện Nghị quyết của Chính phủ về nhiệm vụ, giải pháp chủ yếu thực hiện Kế hoạch phát triển kinh tế - xã hội và dự toán ngân sách nhà

nước năm 2025; Nghị quyết số 25/NQ-CP ngày 05 tháng 02 năm 2025 của Chính phủ về mục tiêu tăng trưởng các ngành, lĩnh vực và địa phương bảo đảm mục tiêu tăng trưởng cả nước năm 2025 đạt 8% trở lên.

b) Cục Quản lý và Phát triển thị trường trong nước

- Phối hợp với Sở Công Thương các địa phương, các doanh nghiệp triển khai các hoạt động kết nối cung cầu, kết hợp với việc triển khai các Chương trình Người Việt Nam ưu tiên dùng hàng Việt Nam, Chương trình mỗi xã một sản phẩm (OCOP)... nhằm gắn kết giữa sản xuất với phân phối hàng hóa, hỗ trợ tiêu thụ hàng hóa sản xuất trong nước, đặc biệt trong bối cảnh một số thị trường xuất khẩu lớn áp dụng dụng chính sách bảo hộ.

- Đẩy mạnh triển khai các đề án, chương trình mục tiêu về phát triển thương mại và thị trường trong nước đã được phê duyệt.

- Tổ chức hội nghị về giải pháp phát triển thị trường trong nước nhằm đánh giá tình hình, kịp thời nắm bắt và tháo gỡ các khó khăn vướng mắc trong công tác phát triển thị trường, thúc đẩy tiêu thụ hàng hóa tại các địa phương và doanh nghiệp.

- Phối hợp với các đơn vị liên quan chỉ đạo các thương nhân đầu mối kinh doanh xăng dầu, các thương nhân phân phối xăng dầu thực hiện nghiêm túc các quy định về kinh doanh xăng dầu (nhất là việc dự trữ lưu thông, thực hiện tổng nguồn xăng dầu tối thiểu, kế hoạch sản xuất đã đăng ký...); có kế hoạch bảo đảm đủ nguồn hàng, tổ chức tốt việc cung ứng xăng dầu liên tục, đáp ứng nhu cầu cho sản xuất, kinh doanh và tiêu dùng phục vụ phát triển kinh tế.

- Chủ trì, phối hợp với các đơn vị liên quan, các thương vụ Việt Nam tại nước ngoài nghiên cứu kinh nghiệm quốc tế để thiết kế, xây dựng chính sách và các chương trình kích cầu tiêu dùng, các chương trình khuyến khích mua sắm trên phạm vi toàn quốc, kết hợp các hoạt động thương mại truyền thống và thương mại điện tử để kích cầu thị trường tiêu dùng trong nước, đẩy mạnh hoạt động sản xuất và kinh doanh, đặc biệt vào các dịp tiêu dùng thấp điểm giữa năm.

- Tiếp tục theo dõi sát diễn biến thị trường, thực hiện các giải pháp bảo đảm cân đối cung cầu, bình ổn thị trường các hàng hóa thiết yếu phục vụ tiêu dùng và tăng trưởng kinh tế.

- Chủ động nghiên cứu, xây dựng chính sách để phát triển các hạ tầng thương mại như trung tâm logistics, outlet.

- Chỉ đạo xử lý nghiêm các hành vi vi phạm trong kinh doanh hàng hóa trên thị trường, đặc biệt là trong các chương trình khuyến mại, giảm giá nhằm tránh việc lợi dụng các hoạt động xúc tiến thương mại để tiêu thụ hàng hóa kém chất

lượng; tăng cường giám sát, xử lý nghiêm các vi phạm về kinh doanh hàng hóa trên các nền tảng thương mại điện tử.

c) Cục Xúc tiến thương mại

- Phối hợp với các địa phương, hiệp hội ngành hàng tháo gỡ khó khăn, triển khai hiệu quả các hoạt động xúc tiến thương mại hỗ trợ doanh nghiệp tìm kiếm mở rộng thị trường tiêu thụ, đặc biệt đối với các sản phẩm chủ lực, thế mạnh của địa phương và vùng miền, sản phẩm nguyên liệu đầu vào cho sản xuất trong nước, sản phẩm nông nghiệp an toàn, có chất lượng, các sản phẩm OCOP.

- Phối hợp với các địa phương, hiệp hội ngành hàng, các đơn vị liên quan tăng cường xây dựng, tổ chức các chương trình xúc tiến thương mại thị trường trong nước có tính tập trung, quy mô lớn, mang tính liên kết vùng cho sản phẩm, ngành hàng có thế mạnh của vùng tại các thị trường mục tiêu; kết hợp có hiệu quả các hoạt động xúc tiến thương mại với xúc tiến đầu tư, văn hóa, du lịch.

- Chủ trì, phối hợp với các Sở Công Thương trên toàn quốc, các hiệp hội ngành hàng, các cơ quan bộ ngành thuộc tất cả các lĩnh vực kinh tế tổ chức và hỗ trợ tiêu thụ hàng xuất khẩu khi một số thị trường xuất khẩu lớn gặp khó khăn.

d) Cục Thương mại điện tử và Kinh tế số

- Hỗ trợ các địa phương, doanh nghiệp ứng dụng công nghệ số, trí tuệ nhân tạo trong việc giới thiệu, quảng bá và phân phối hàng hóa sản xuất, kinh doanh.

- Tổ chức các hoạt động thúc đẩy liên kết vùng trong thương mại điện tử, các hoạt động xúc tiến thương mại điện tử xuyên biên giới với các nước trong khu vực, các thị trường mới nhằm hỗ trợ các doanh nghiệp kết nối và mở rộng thị trường tiêu thụ sản phẩm.

- Tổ chức các chương trình, sự kiện hỗ trợ người dân, doanh nghiệp ứng dụng công nghệ thông tin, tiếp cận công nghệ, mô hình mới trong mua bán hàng hóa.

đ) Cục Phòng vệ thương mại

Chủ trì, phối hợp với các hiệp hội, ngành hàng liên quan theo dõi, hỗ trợ và hướng dẫn kịp thời các ngành sản xuất mặt hàng thiết yếu trong nước về các quy định pháp luật liên quan đến điều tra, áp dụng biện pháp phòng vệ thương mại để đảm bảo môi trường cạnh tranh lành mạnh.

e) Ủy ban Cạnh tranh quốc gia

Tăng cường nâng cao nhận thức của toàn xã hội về pháp luật bảo vệ người tiêu dùng, triển khai các hoạt động giám sát, bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng theo quy định của pháp luật; chủ động phát hiện để xử lý kịp thời các hành vi hạn chế cạnh tranh, hành vi cạnh tranh không lành mạnh và các hành vi bị nghiêm

cấm có liên quan đến cạnh tranh theo quy định của pháp luật khi triển khai các hoạt động xúc tiến thương mại.

g) Cục Xuất nhập khẩu và Vụ Phát triển thị trường nước ngoài

- Tiếp tục đa dạng hóa, mở rộng thị trường tiêu thụ sản phẩm sang các thị trường nước ngoài; mở rộng chuỗi cung ứng, chuỗi sản xuất để củng cố và phát triển thị phần hàng hóa Việt Nam tại các thị trường truyền thống và các thị trường có FTA/CEPA với Việt Nam, tạo bước đột phá mở rộng thị phần tại các thị trường mới, có tiềm năng; hỗ trợ doanh nghiệp xuất khẩu ứng phó với các chính sách bảo hộ của các nước lớn.

- Triển khai các giải pháp nhằm hỗ trợ các doanh nghiệp trong việc xử lý các vấn đề liên quan đến điều tra phòng vệ thương mại của nước ngoài; tổ chức thực hiện có hiệu quả các giải pháp phòng, chống gian lận xuất xứ; xử lý các khó khăn, vướng mắc liên quan các rào cản kỹ thuật, quy định về môi trường, phát triển bền vững, chuyển đổi xanh nhằm thúc đẩy xuất khẩu các mặt hàng chủ lực của Việt Nam sang các thị trường lớn như EU, Hoa Kỳ... và mở cửa thị trường mới cho hàng hóa Việt Nam khi các thị trường truyền thống gặp khó khăn (do tăng thuế, tăng rào cản kỹ thuật...), tiếp tục tận dụng, đẩy mạnh hợp tác giữa Việt Nam và các nước thành viên thuộc các cơ chế hợp tác tiểu vùng nhằm tranh thủ sự viện trợ, giúp đỡ từ các đối tác phát triển để nâng cao năng lực cho các doanh nghiệp thúc đẩy tạo thuận lợi thương mại cho các thành viên.

2. Sở Công Thương các tỉnh, thành phố trực thuộc Trung ương

- Tổ chức các hoạt động kết nối các doanh nghiệp phân phối và các doanh nghiệp sản xuất hàng hóa; phối hợp với các địa phương khác triển khai các hoạt động xúc tiến thương mại, kết nối cung cầu để hỗ trợ tiêu thụ các mặt hàng tiêu dùng sản xuất tại địa phương, các sản phẩm thực phẩm an toàn, đặc sản vùng, miền; phấn đấu đạt mục tiêu tăng trưởng tổng mức bán lẻ hàng hóa và dịch vụ năm 2025 theo mức tăng tại Phụ lục gửi kèm theo Chỉ thị, các địa phương lên kế hoạch và tích cực triển khai các chương trình xúc tiến thương mại để đạt được mục tiêu tăng trưởng tổng mức bán lẻ hàng hóa và dịch vụ được giao, nếu có khó khăn vướng mắc, kịp thời báo cáo cấp có thẩm quyền để giải quyết, không để tình trạng trì trệ khi triển khai các hoạt động.

- Khuyến khích, hướng dẫn các doanh nghiệp đẩy mạnh ứng dụng công nghệ thông tin và chuyển đổi số trong các hoạt động thương mại; hỗ trợ người dân, doanh nghiệp nhỏ và vừa trên địa bàn ứng dụng công nghệ số để kết nối cung cầu, mở rộng thị trường. Khuyến khích doanh nghiệp thương mại điện tử triển khai các chương trình khuyến mại, giảm giá, ưu đãi khi mua sắm trực tuyến để kích thích tiêu dùng.

- Đẩy mạnh triển khai các hoạt động thực hiện Cuộc vận động "Người Việt Nam ưu tiên dùng hàng Việt Nam", hỗ trợ tiêu thụ hàng sản xuất trong nước, đặc biệt đối với hàng xuất khẩu khi thị trường xuất khẩu gặp khó khăn, Chương trình đưa hàng Việt về nông thôn, về khu, cụm công nghiệp kết hợp với các chương trình hội chợ, khuyến mãi, giảm giá, kích cầu tiêu dùng.

- Đôn đốc các doanh nghiệp trên địa bàn triển khai các hoạt động xúc tiến thương mại nội địa, các chương trình kích cầu tiêu dùng; báo cáo Ủy ban nhân dân tỉnh, thành phố chỉ đạo tổ chức các đợt khuyến mại tập trung trên quy mô toàn tỉnh vào các dịp tiêu dùng cao điểm như cuối năm, lễ, tết.

- Chỉ đạo các doanh nghiệp kinh doanh xăng dầu trên địa bàn đảm bảo nguồn cung xăng dầu cung cấp cho thị trường để phục vụ hoạt động sản xuất, kinh doanh và phát triển kinh tế.

- Tăng cường hoạt động kiểm tra, giám sát thị trường, chú trọng kiểm tra về giá, chất lượng sản phẩm, các quy định về an toàn thực phẩm trong quá trình triển khai các chương trình kích cầu tiêu dùng để bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng và hỗ trợ xây dựng thương hiệu sản phẩm có chất lượng tốt.

- Phối hợp với các đơn vị liên quan tổ chức, kết hợp các chương trình du lịch, sự kiện văn hóa, thể thao với các chương trình xúc tiến thương mại cho các mặt hàng đặc sản, truyền thống của địa phương.

- Đẩy mạnh truyền thông về các chương trình xúc tiến thương mại, các chương trình triển khai Cuộc vận động "Người Việt Nam ưu tiên dùng hàng Việt Nam", hỗ trợ các doanh nghiệp truyền thông về sản phẩm hàng hóa, thương hiệu, phương thức bán hàng, địa điểm kinh doanh đến người tiêu dùng.

3. Các Tập đoàn, Tổng công ty, Công ty sản xuất kinh doanh hàng hoá, dịch vụ ngành Công Thương

- Tích cực tham gia các chương trình kết nối cung cầu, các chương trình xúc tiến thương mại do Bộ Công Thương, các địa phương, hiệp hội ngành hàng tổ chức; các doanh nghiệp phân phối tích cực hỗ trợ tiêu thụ các mặt hàng nông sản, đặc sản vùng miền, các mặt hàng thực phẩm an toàn trong hệ thống phân phối.

- Đẩy mạnh việc xây dựng và mở rộng mạng lưới phân phối hàng hóa đến các khu vực nông thôn, miền núi để tăng khả năng tiếp cận hàng hóa, dịch vụ của người dân trên cả nước.

- Tăng cường đầu tư hạ tầng, nguồn lực để ứng dụng công nghệ thông tin, chuyển đổi số trong kinh doanh, phân phối hàng hóa và quản trị doanh nghiệp.

- Tập đoàn Xăng dầu Việt Nam, Tập đoàn Công nghiệp Năng lượng Quốc gia Việt Nam và các doanh nghiệp đầu mối kinh doanh xăng dầu thực hiện dự trữ lưu thông theo quy định, kế hoạch sản xuất đã đăng ký và thực hiện nghiêm túc tổng nguồn xăng dầu tối thiểu đã được phân giao, có kế hoạch đảm bảo nguồn cung xăng dầu phục vụ sản xuất, tiêu dùng của người dân, doanh nghiệp, trong đó có tính đến nhu cầu tăng thêm khi cả nước đẩy mạnh triển khai các hoạt động phát triển kinh tế.

4. Các Hiệp hội ngành hàng

- Chỉ đạo các doanh nghiệp thành viên tích cực tham gia các hoạt động xúc tiến thương mại, xây dựng thương hiệu, đổi mới công nghệ, chất lượng sản phẩm để nâng cao năng lực cạnh tranh của hàng hóa sản xuất trong nước; các doanh nghiệp có hàng xuất khẩu quan tâm xây dựng thống phân phối hàng trong nước để luôn có kênh tiêu thụ hàng hóa ổn định khi thị trường xuất khẩu gặp khó khăn; triển khai các chương trình khuyến mại với nội dung đa dạng, hấp dẫn và thực hiện giảm giá nhằm kích thích tiêu dùng trong nước.

- Hỗ trợ các doanh nghiệp mở rộng hệ thống phân phối hàng hóa, ứng dụng công nghệ thông tin, chuyển đổi số trong sản xuất, kinh doanh hàng hóa.

- Kịp thời nắm bắt các khó khăn, vướng mắc của các doanh nghiệp thành viên để tổng hợp, đề xuất với các cơ quan chức năng để hỗ trợ doanh nghiệp phát triển hoạt động sản xuất, kinh doanh, tiêu thụ sản phẩm.

5. Tổ chức thực hiện

Thủ trưởng các đơn vị thuộc Bộ, các Tập đoàn, Tổng công ty, doanh nghiệp ngành Công Thương, Sở Công Thương các tỉnh thành phố trực thuộc Trung ương và Chủ tịch các Hiệp hội ngành hàng chịu trách nhiệm thực hiện nghiêm túc Chỉ thị này và thực hiện chế độ báo cáo như sau:

- Sở Công Thương các tỉnh, thành phố trực thuộc Trung ương thực hiện việc báo cáo việc thực hiện các nhiệm vụ được giao và chỉ tiêu Tổng mức bán lẻ hàng hóa và dịch vụ (số liệu thực hiện theo tháng và lũy kế đến tháng báo cáo so với cùng kỳ năm trước) trước ngày 05 hàng tháng (báo cáo các nội dung đã thực hiện của tháng liền trước).

- Các Hiệp hội, doanh nghiệp báo cáo việc triển khai các nhiệm vụ theo Quý vào trước ngày 30 của tháng cuối Quý (báo cáo thực hiện các nhiệm vụ của Quý đó).

- Các đơn vị trong Bộ báo cáo việc thực hiện các nhiệm vụ được giao theo tháng vào trước ngày 30 hàng tháng.

Báo cáo của các đơn vị gửi về Cục Quản lý và Phát triển thị trường trong nước - Bộ Công Thương và email theo địa chỉ: cungcau@moit.gov.vn/. 

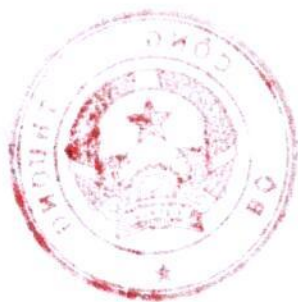
Nơi nhận:

- Thủ tướng Chính phủ;
- Các Phó Thủ tướng Chính phủ;
- Văn phòng Chính phủ;
- Lãnh đạo Bộ;
- UBND các tỉnh, thành phố;
- Sở Công Thương các tỉnh, thành phố;
- Các đơn vị nêu tại mục 1;
- Báo Công Thương, Tạp chí Công Thương;
- Các Hiệp hội: Thép, xi măng, Phân bón, Gas, Xăng dầu, Phát triển hàng tiêu dùng, Bán lẻ;
- Các Tập đoàn, Tổng công ty: Dầu khí, Hoá chất, Dệt may, Xăng dầu, Thép, Thuốc lá, Habeco, Sabeco;
- Lưu: VT, TTTN (honglt).



BỘ TRƯỞNG

Nguyễn Hồng Diên



PHỤ LỤC

CHỈ TIÊU PHÂN ĐẦU TĂNG TRƯỞNG TỔNG MỨC BÁN LẺ HÀNG HÓA VÀ DỊCH VỤ NĂM 2025 GIAO CHO SỞ CÔNG THƯƠNG CÁC TỈNH, THÀNH PHỐ TRỰC THUỘC TRUNG ƯƠNG

(Kèm theo Chỉ thị số 08 /CT-BCT ngày 04 tháng 4 năm 2025)

	Địa phương	Chỉ tiêu tăng tổng mức bán lẻ hàng hóa và dịch vụ năm 2025 (%)
1	Hà Nội	18
2	Hải Phòng	18
3	Hải Dương	18
4	Hưng Yên	12
5	Vĩnh Phúc	16
6	Bắc Ninh	18
7	Thái Bình	20
8	Nam Định	18
9	Hà Nam	18
10	Ninh Bình	18
11	Quảng Ninh	20
12	Thanh Hóa	20
13	Nghệ An	20
14	Hà Giang	20
15	Cao Bằng	20
16	Lạng Sơn	18
17	Bắc Giang	18
18	Phú Thọ	18
19	Thái Nguyên	20
20	Bắc Kạn	20
21	Tuyên Quang	12
22	Lào Cai	22

23	Yên Bái	20
24	Lai Châu	16
25	Sơn La	18
26	Điện Biên	20
27	Hòa Bình	20
28	Hà Tĩnh	20
29	Quảng Bình	18
30	Quảng Trị	18
31	Thừa Thiên Huế	20
32	Đà Nẵng	18
33	Quảng Nam	18
34	Quảng Ngãi	18
35	Bình Định	16
36	Phú Yên	16
37	Khánh Hòa	18
38	Ninh Thuận	20
39	Bình Thuận	20
40	Kon Tum	18
41	Gia Lai	18
42	Đắk Lắk	18
43	Đắk Nông	12
44	Lâm Đồng	20
45	TP Hồ Chí Minh	18
46	Đồng Nai	18
47	Bà Rịa - Vũng Tàu	18
48	Bình Dương	18
49	Bình Phước	20
50	Tây Ninh	16
51	Cần Thơ	18
52	Long An	20

53	Tiền Giang	12
54	Bến Tre	16
55	Trà Vinh	18
56	Vĩnh Long	20
57	An Giang	20
58	Đồng Tháp	16
59	Kiên Giang	20
60	Hậu Giang	16
61	Sóc Trăng	20
62	Bạc Liêu	18
63	Cà Mau	20