

Phụ lục II
BỘ TIÊU CHÍ ĐÁNH GIÁ SẢN PHẨM OCOP
(KIỂM PHIẾU ĐÁNH GIÁ SẢN PHẨM OCOP
CỦA THÀNH VIÊN HỘI ĐỒNG ĐÁNH GIÁ)

DỰ THẢO

STT	Nội dung
1	Bộ sản phẩm: Rau, củ, quả, hạt tươi
2	Bộ sản phẩm: Thịt, thủy sản, trứng, sữa tươi
3	Bộ sản phẩm: Gạo, ngũ cốc, hạt sơ chế khác
4	Bộ sản phẩm: Mật ong, mật khác và nông sản thực phẩm khác
5	Bộ sản phẩm: Đồ ăn nhanh
6	Bộ sản phẩm: Chế biến từ gạo, ngũ cốc
7	Bộ sản phẩm: Chế biến từ rau, củ, quả, hạt
8	Bộ sản phẩm: Chế biến từ thịt, thủy sản, trứng, sữa, các sản phẩm từ mật ong, mật khác và nông sản thực phẩm khác
9	Bộ sản phẩm: Tương, nước mắm, gia vị dạng lỏng khác
10	Bộ sản phẩm: Gia vị khác (muối, hành, tỏi, tiêu)
11	Bộ sản phẩm: Chè tươi, chè chế biến
12	Bộ sản phẩm: Sản phẩm trà từ thực vật khác
13	Bộ sản phẩm: Cà phê, cacao
14	Bộ sản phẩm: Rượu trắng
15	Bộ sản phẩm: Đồ uống có cồn khác
16	Bộ sản phẩm: Nước khoáng thiên nhiên, nước tinh khiết
17	Bộ sản phẩm: Đồ uống không cồn khác
18	Bộ sản phẩm: Thực phẩm chức năng, thuốc dược liệu, thuốc y học cổ truyền
19	Bộ sản phẩm: Mỹ phẩm có thành phần từ thảo dược
20	Bộ sản phẩm: Tinh dầu và thảo dược khác
21	Bộ sản phẩm: Thủ công mỹ nghệ
22	Bộ sản phẩm: Vải, may mặc
23	Bộ sản phẩm: Hoa
24	Bộ sản phẩm: Cây cảnh
25	Bộ sản phẩm: Động vật cảnh
26	Bộ sản phẩm: Dịch vụ du lịch cộng đồng, du lịch sinh thái và điểm du lịch

1. Bộ sản phẩm: Rau, củ, quả, hạt tươi

(Sản phẩm: Thực phẩm. Nhóm: Thực phẩm tươi sống)

Tên sản phẩm:

Mã số sản phẩm.(T).-(X).-(STT).-20.....

T: Mã tỉnh- X: Mã xã- STT: Số Thứ tự sản phẩm do xã lập thống kê - Năm đánh giá. Mã đơn vị hành chính theo Quyết định số 19/2025/QĐ-TTg ngày 30/6/2025

Tên chủ thể sản xuất:

Số điện thoại:

Địa chỉ:

Hồ sơ bị loại khi: Giả mạo hồ sơ hoặc không tuân thủ đầy đủ các quy định về giấy chứng nhận cơ sở đủ điều kiện ATTP theo quy định; hoặc không đáp ứng về Hồ sơ dự thi theo quy định

Các tiêu chí	Thang điểm
Phần A: SẢN PHẨM VÀ SỨC MẠNH CỦA CỘNG ĐỒNG (40 Điểm)	40
1. TỔ CHỨC SẢN XUẤT	20
1.1. Nguồn gốc sản phẩm	5
<i>Yêu cầu: 100% sản phẩm được trồng trên địa bàn cấp tỉnh</i>	
☐ Sản phẩm được trồng trên địa bàn cấp xã dưới 50%	1
☐ Sản phẩm được trồng trên địa bàn cấp xã từ 50% đến dưới 75%	3
☐ Sản phẩm được trồng trên địa bàn cấp xã từ 75% đến 100%	5
1.2. Vùng nguyên liệu được cấp chứng nhận chất lượng	2
☐ Được cấp giấy chứng nhận chất lượng theo tiêu chuẩn Việt Nam	1
☐ Được cấp giấy chứng nhận chất lượng theo tiêu chuẩn quốc tế	2
1.3. Gia tăng giá trị	3
☐ Sơ chế (rửa, làm sạch, phân loại, đóng gói...) thủ công	1
☐ Ứng dụng máy móc trong sơ chế, đóng gói sản phẩm	2
☐ Ứng dụng công nghệ tiên tiến trong sơ chế, bảo quản (nâng cao chất lượng sản phẩm/kéo dài thời gian bảo quản và giữ chất lượng ổn định trong quá trình bảo quản...)*****	3
1.4. Năng lực sản xuất đáp ứng yêu cầu phân phối <i>(Khả năng sản xuất đáp ứng nhu cầu về số lượng/quy mô của thị trường, so sánh với quy mô trung bình ở cùng đối tượng sản xuất tại địa phương)</i>	3
☐ Có năng lực, quy mô sản xuất mức độ nhỏ	1
☐ Có năng lực, quy mô sản xuất trung bình****	2
☐ Có năng lực, quy mô sản xuất lớn, có thể đáp ứng thị trường xuất khẩu****	3
1.5. Liên kết sản xuất	3
☐ Không có liên kết hoặc có nhưng không rõ ràng	0
☐ Có hợp đồng liên kết sản xuất từ 50% đến dưới 75% sản lượng tiêu thụ	1
☐ Có hợp đồng liên kết trên 75% sản lượng tiêu thụ****	2
☐ Có hợp đồng liên kết trên 75% sản lượng tiêu thụ và tổ chức thực hiện hợp đồng ổn định từ 12 tháng trở lên*****	3
1.6. Bảo vệ môi trường trong quá trình sản xuất	3
☐ Có Hồ sơ, thủ tục về môi trường theo quy định của pháp luật và các quy định khác về bảo vệ môi trường****	1

☐ Có Hồ sơ, thủ tục về môi trường theo quy định của pháp luật về bảo vệ môi trường và hồ sơ minh chứng về công trình thu gom và xử lý chất thải theo quy định	2
☐ Có Hồ sơ, thủ tục về môi trường theo quy định của pháp luật về bảo vệ môi trường; hồ sơ minh chứng về công trình thu gom và xử lý chất thải theo quy định và hồ sơ minh chứng về sử dụng bao gói thân thiện với môi trường	3
1.7. Sử dụng công nghệ theo hướng bền vững trong SX	1
☐ Không sử dụng công nghệ theo hướng bền vững trong sản xuất	0
☐ Có áp dụng công nghệ theo hướng bền vững môi trường (công nghệ tiết kiệm nguyên liệu, nhiên liệu; hoạt động xử lý/tái chế chất thải; tận thu tái sử dụng, tái chế phụ phẩm nông nghiệp,...)	1
2. PHÁT TRIỂN SẢN PHẨM	9
2.1. Nguồn gốc ý tưởng sản phẩm	3
☐ Sản phẩm được trồng phổ biến ở nhiều tỉnh, thành phố	0
☐ Sản phẩm được trồng phổ biến ở nhiều tỉnh, thành phố nhưng có chất lượng nổi trội, khác biệt do điều kiện đất đai, thời tiết, kỹ thuật bản địa	1
☐ Sản phẩm được trồng ở nhiều nơi trên địa bàn, là sản phẩm đặc trưng của tỉnh, có chất lượng nổi trội ****	3
<i>Ghi chú: Không đánh giá những sản phẩm có tính phổ biến của nhóm sản phẩm chủ lực cấp quốc gia, cấp tỉnh mà không có sự nổi trội về chất lượng và đặc sắc.</i>	
2.2. Đóng gói, bao bì sản phẩm	3
☐ Đóng gói theo hình thức thông thường, không có bao bì	0
☐ Đóng gói theo hình thức thông thường, bao bì đơn giản	1
☐ Đóng gói sáng tạo, bao bì đẹp****	2
☐ Đóng gói sáng tạo, tiện lợi, bao bì đẹp, sang trọng*****	3
2.3. Phong cách, ghi nhãn hàng hóa	3
☐ Có nhãn, ghi nhãn hàng hóa đầy đủ, theo đúng quy định	1
☐ Ghi nhãn hàng hóa đầy đủ, đúng quy định và thể hiện được thông điệp/câu truyện sản phẩm (hình ảnh hoặc lời giới thiệu)	2
☐ Ghi nhãn hàng hóa đầy đủ, đúng quy định, đẹp và thể hiện được thông điệp/câu truyện sản phẩm (hình ảnh hoặc lời giới thiệu) và có thể truy suất nguồn gốc điện tử****	3
3. SỨC MẠNH CỘNG ĐỒNG	11
3.1. Loại hình tổ chức sản xuất - kinh doanh	3
☐ Hộ gia đình có đăng ký kinh doanh hoặc trang trại hoặc tổ hợp tác (có giấy đăng ký kinh doanh của tổ trưởng)	1
☐ Công ty TNHH hoặc doanh nghiệp tư nhân hoặc công ty cổ phần có vốn góp của cộng đồng địa phương <51%	2
☐ HTX tổ chức, hoạt động theo Luật HTX 2012 hoặc công ty cổ phần có vốn góp của cộng đồng địa phương ≥ 51%;	3
3.2. Đại diện pháp luật của chủ thể là nữ/đồng bào dân tộc thiểu số	1
☐ Đại diện pháp luật của chủ thể không phải nữ/đồng bào dân tộc thiểu số	0
☐ Đại diện pháp luật của chủ thể là nữ/đồng bào dân tộc thiểu số	1
3.3. Sử dụng lao động địa phương	3
☐ Có sử dụng từ 50% đến 75% lao động là người trên địa bàn cấp huyện	1
☐ Có sử dụng ≥ 75% lao động là người trên địa bàn cấp huyện	3
3.4. Tăng trưởng sản xuất kinh doanh	2

☐ Hợp tác xã xếp loại trung bình, các loại hình khác có lợi nhuận tăng trưởng dương so với năm trước liền kề	1
☐ Hợp tác xã xếp loại khá, các loại hình khác có 2 năm liên tiếp tăng trưởng dương về lợi nhuận****	2
3.5. Sở hữu trí tuệ	2
☐ Các nhãn hiệu sử dụng trên bao bì sản phẩm được cấp giấy chứng nhận đăng ký****	1
☐ Các nhãn hiệu sử dụng trên bao bì sản phẩm được cấp giấy chứng nhận đăng ký; và sản phẩm có sử dụng dấu hiệu chỉ dẫn nguồn gốc địa lý gắn với cộng đồng địa phương (<i>đối với những sản phẩm của địa phương đã được bảo hộ chỉ dẫn địa lý, nhãn hiệu chứng nhận, nhãn hiệu tập thể gắn với chỉ dẫn nguồn gốc địa lý thì bắt buộc phải sử dụng</i>)*****	2
Phần B: KHẢ NĂNG TIẾP THỊ (25 Điểm)	25
4. TIẾP THỊ	13
4.1. Khu vực phân phối chính	5
☐ Thị trường trong xã	1
☐ Thị trường ngoài xã, có dưới 5 đại diện/đại lý phân phối	2
☐ Thị trường ngoài xã, có ≥ 5 đại diện/đại lý phân phối	3
☐ Thị trường quốc tế (có hợp đồng); hoặc phân phối tại các kênh thương mại hiện đại: siêu thị, thương mại điện tử,... (có hợp đồng và duy trì hoạt động ít nhất 6 tháng) *****	5
4.2. Tổ chức phân phối (Gồm: Tổ chức kinh doanh, phân phối sản phẩm)	4
☐ Không có người chịu trách nhiệm quản lý phân phối	0
☐ Có người chịu trách nhiệm quản lý phân phối	1
☐ Có bộ phận/phòng quản lý phân phối	3
☐ Có bộ phận/phòng quản lý phân phối, có ứng dụng công nghệ thông tin trong quản lý	4
4.3. Quảng bá sản phẩm	4
☐ Không có hoạt động quảng bá	0
☐ Có một số hoạt động quảng bá	1
☐ Có nhiều hoạt động quảng bá, có website của cơ sở/quảng bá trên mạng xã hội, có tham gia hoạt động xúc tiến thương mại trong tỉnh	2
☐ Có nhiều hoạt động quảng bá và có website của cơ sở/hoặc quảng bá trên mạng xã hội và có tham gia hoạt động xúc tiến thương mại ngoài tỉnh	3
☐ Có nhiều hoạt động quảng bá và có website của cơ sở/hoặc quảng bá trên mạng xã hội hoạt động thường xuyên và có tham gia hoạt động xúc tiến thương mại ngoài tỉnh và quốc tế	4
5. CÂU CHUYỆN VỀ SẢN PHẨM	12
5.1. Câu chuyện về sản phẩm	5
☐ Không có câu chuyện, hoặc có nhưng không được tư liệu hóa	0
☐ Có tài liệu giới thiệu về sản phẩm	1
☐ Có câu chuyện được tư liệu hóa (có cốt chuyện, nội dung cụ thể)	2
☐ Có câu chuyện được tư liệu hóa và trình bày trên nhãn/tờ rơi	3
☐ Có câu chuyện được tư liệu hóa và trình bày trên nhãn/tờ rơi và website	4
☐ Có câu chuyện được tư liệu hóa và trình bày trên nhãn/tờ rơi và website (dưới dạng hình ảnh, clip,...)	5
5.2. Trí tuệ/bản sắc địa phương	5

<i>Chỉ áp dụng khi có câu chuyện, đánh giá nội dung câu chuyện:</i>	
☐ Giống với câu chuyện sản phẩm của chủ thể khác, hoặc sản phẩm khác của cùng chủ thể	0
☐ Tương đối giống câu chuyện sản phẩm của chủ thể khác, có thay đổi một số yếu tố	1
☐ Có câu chuyện riêng, gắn với nguồn gốc xuất xứ***	3
☐ Có câu chuyện sản phẩm đặc sắc, mang sắc thái truyền thống, văn hóa và trí tuệ/bản sắc địa phương****	5
5.3. Cấu trúc câu chuyện	2
<i>Chỉ áp dụng khi có câu chuyện</i>	
☐ Đơn giản	0
☐ Có đầy đủ các yếu tố của câu chuyện sản phẩm	1
☐ Ngắn gọn, xúc tích và có các thông điệp đặc sắc về sản phẩm/văn hóa/trí tuệ/bản sắc địa phương*****	2
Phần C: CHẤT LƯỢNG SẢN PHẨM (35 Điểm)	35
6. CHỈ TIÊU CẢM QUAN	13
6.1. Kích thước, hình dạng bề ngoài	2
☐ Không đồng đều	0
☐ Không đồng đều, chấp nhận được	1
☐ Đồng đều****	2
<i>Ghi chú: Không xem xét các chỉ tiêu khác nếu sản phẩm có các tạp chất có nguy cơ cao ảnh hưởng đến vệ sinh ATTP như ruồi bọ, lông, len, cát sỏi</i>	
6.2. Màu sắc, độ chín	5
☐ Không phù hợp	0
☐ Chấp nhận được	1
☐ Tương đối phù hợp	2
☐ Phù hợp****	3
☐ Rất phù hợp	5
6.3. Mùi/vị	3
☐ Kém	0
☐ Trung bình	1
☐ Tương đối tốt	2
☐ Tốt	3
6.4. Tính đầy đủ về sản phẩm, sạch	3
☐ Tương đối chấp nhận được	0
☐ Chấp nhận được	1
☐ Tốt	2
☐ Rất tốt	3
7. DINH DƯỠNG	
<i>(Chỉ ra hàm lượng của các chỉ tiêu dinh dưỡng như: Protit, Lipid, Vitamin,... (theo phiếu kiểm nghiệm do cơ quan có thẩm quyền cấp)</i>	2
☐ Không có	0
☐ Có 1 -2 chỉ tiêu	1
☐ Có trên 2 chỉ tiêu	2
8. TÍNH ĐỘC ĐÁO	
<i>(Chất lượng: Có nét riêng, khác biệt, có dấu hiệu nhận biết rõ ràng so với sản phẩm khác, tiềm năng thành thương hiệu của địa phương)</i>	5

☐ Trung bình	0
☐ Tương đối độc đáo	1
☐ Độc đáo, mang tính đặc trưng****	3
☐ Rất độc đáo và có tính đặc trưng	5
9. CÔNG BỐ SẢN PHẨM	5
☐ Không thực hiện công bố sản phẩm theo quy định	0
☐ Có công bố sản phẩm theo quy định	5
10. ĐẢM BẢO CHẤT LƯỢNG SẢN PHẨM	5
☐ Cơ sở sơ chế, đóng gói có giấy chứng nhận đủ điều kiện ATTP theo quy định	1
☐ Cơ sở sơ chế, đóng gói có giấy chứng nhận đủ điều kiện ATTP theo quy định và có chứng nhận quản lý chất lượng của Việt Nam...)*	3
☐ Cơ sở sơ chế, đóng gói có giấy chứng nhận đủ điều kiện ATTP theo quy định và có chứng nhận quản lý chất lượng theo tiêu chuẩn quốc tế, đủ điều kiện ATTP cho xuất khẩu và các thủ tục pháp lý khác theo yêu cầu của thị trường đích*****	5
11. HƯỚNG DẪN SỬ DỤNG ĐỂ ĐẢM BẢO SẢN PHẨM CÓ CHẤT LƯỢNG TỐT NHẤT CHO NGƯỜI TIÊU DÙNG	2
☐ Có hướng dẫn sử dụng sản phẩm đơn giản	1
☐ Có hướng dẫn sử dụng chi tiết, cụ thể để đảm bảo chất lượng sản phẩm*****	2
12. CƠ HỘI THỊ TRƯỜNG TOÀN CẦU	3
☐ Có thể xuất khẩu đến thị trường khu vực Đông Nam Á	1
☐ Có thể xuất khẩu các thị trường ngoài khu vực Đông Nam Á	2
☐ Có thể xuất khẩu đến các thị trường có tiêu chuẩn cao (Mỹ, Nhật, EU...)	3
TỔNG CỘNG	100

Ghi chú: Dấu sao là yêu cầu tối thiểu phải đạt theo các cấp độ sao (** - 3 sao; **** - 4 sao; ***** - 5 sao)

Ý kiến của người đánh giá:

.....

..., ngày ... tháng ... năm ...

Người đánh giá

(Ký và ghi rõ họ tên)

2. Bộ sản phẩm: Thịt, thủy sản, trứng, sữa tươi

(Sản phẩm: Thực phẩm. Nhóm: Thực phẩm tươi sống)

Tên sản phẩm:

Mã số sản phẩm.(T).-(X).-(STT).-20.....

T: Mã tỉnh- X: Mã xã- STT: Số Thứ tự sản phẩm do xã lập thống kê - Năm đánh giá. Mã đơn vị hành chính theo Quyết định số 19/2025/QĐ-TTg ngày 30/6/2025

Tên chủ thể sản xuất:

Số điện thoại:

Địa chỉ:

Hồ sơ bị loại khi: Giả mạo hồ sơ hoặc không tuân thủ đầy đủ các quy định về giấy chứng nhận cơ sở đủ điều kiện ATTP theo quy định; hoặc không đáp ứng về Hồ sơ dự thi theo quy định

Các tiêu chí	Thang điểm
Phần A:	40
SẢN PHẨM VÀ SỨC MẠNH CỦA CỘNG ĐỒNG (40 Điểm)	
1. TỔ CHỨC SẢN XUẤT	20
1.1. Nguồn gốc sản phẩm	5
<i>Yêu cầu: 100% sản phẩm được nuôi trồng, đánh bắt trên địa bàn cấp tỉnh (không tính phạm vi ngư trường đánh bắt)</i>	
☐ Sản phẩm được nuôi, đánh bắt trên địa bàn cấp xã dưới 50%	1
☐ Sản phẩm được nuôi, đánh bắt trên địa bàn cấp xã từ 50% đến dưới 75%	3
☐ Sản phẩm được nuôi, đánh bắt trên địa bàn cấp xã từ 75% đến 100%	5
1.2. Gia tăng giá trị	3
☐ Sơ chế (rửa, làm sạch, phân loại, đóng gói...) thủ công	1
☐ Ứng dụng máy móc trong sơ chế, giết mổ, đóng gói sản phẩm	2
☐ Ứng dụng công nghệ tiên tiến trong sơ chế, giết mổ, bảo quản (nâng cao chất lượng sản phẩm/kéo dài thời gian bảo quản và giữ chất lượng ổn định trong quá trình bảo quản...)*	3
1.3. Vùng sản xuất được cấp chứng nhận chất lượng	2
☐ Khu vực nuôi trồng được cấp giấy chứng nhận chất lượng theo tiêu chuẩn Việt Nam	1
☐ Khu vực nuôi trồng được cấp giấy chứng nhận chất lượng theo tiêu chuẩn quốc tế	2
1.4. Năng lực sản xuất để đáp ứng yêu cầu phân phối	3
<i>(Khả năng sản xuất đáp ứng nhu cầu về số lượng/quy mô của thị trường, so sánh với quy mô trung bình ở cùng đối tượng sản xuất tại địa phương)</i>	
☐ Có năng lực, quy mô sản xuất mức độ nhỏ	1
☐ Có năng lực, quy mô sản xuất trung bình**	2
☐ Có năng lực, quy mô sản xuất lớn, có thể đáp ứng thị trường xuất khẩu**	3
1.5. Liên kết chuỗi trong sản xuất	3
☐ Không có liên kết hoặc có nhưng không rõ ràng	0
☐ Có hợp đồng liên kết sản xuất từ 50% đến dưới 75% sản lượng tiêu thụ	1
☐ Có hợp đồng liên kết trên 75% sản lượng tiêu thụ**	2
☐ Có hợp đồng liên kết trên 75% sản lượng tiêu thụ và tổ chức thực hiện hợp đồng ổn định từ 12 tháng trở lên**	3
1.6. Bảo vệ môi trường trong quá trình sản xuất	3
☐ Có Hồ sơ, thủ tục về môi trường theo quy định của pháp luật và các quy định khác về bảo vệ môi trường**	1

☐ Có Hồ sơ, thủ tục về môi trường theo quy định của pháp luật về bảo vệ môi trường và hồ sơ minh chứng về công trình thu gom và xử lý chất thải theo quy định	2
☐ Có Hồ sơ, thủ tục về môi trường theo quy định của pháp luật về bảo vệ môi trường; hồ sơ minh chứng về công trình thu gom và xử lý chất thải theo quy định và hồ sơ minh chứng về sử dụng bao gói thân thiện với môi trường	3
1.7. Sử dụng công nghệ theo hướng bền vững trong SX	1
☐ Không sử dụng công nghệ theo hướng bền vững trong sản xuất	0
☐ Có áp dụng công nghệ theo hướng bền vững môi trường (công nghệ tiết kiệm nguyên liệu, nhiên liệu; hoạt động xử lý/tái chế chất thải; tận thu tái sử dụng, tái chế phụ phẩm nông nghiệp,...)	1
2. PHÁT TRIỂN SẢN PHẨM	9
2.1. Nguồn gốc ý tưởng sản phẩm	3
☐ Sản phẩm được nuôi trồng, đánh bắt phổ biến ở nhiều tỉnh, thành phố	0
☐ Sản phẩm được trồng phổ biến ở nhiều tỉnh, thành phố nhưng có chất lượng nổi trội, khác biệt do điều kiện đất đai, thời tiết, kỹ thuật bản địa	1
☐ Sản phẩm được nuôi trồng, đánh bắt ở nhiều nơi trên địa bàn, là sản phẩm đặc trưng của tỉnh, có chất lượng nổi trội****	3
2.2. Đóng gói, bao bì sản phẩm	3
☐ Đóng gói theo hình thức thông thường, không có bao bì	0
☐ Đóng gói theo hình thức thông thường, bao bì đơn giản	1
☐ Đóng gói sáng tạo, bao bì đẹp****	2
☐ Đóng gói sáng tạo, tiện lợi, bao bì đẹp, sang trọng*****	3
2.3. Phong cách, ghi nhãn hàng hóa	3
(Gồm: Nội dung, hình ảnh, kiểu dáng, màu sắc...)	
☐ Có nhãn, ghi nhãn hàng hóa đầy đủ, theo đúng quy định	1
☐ Ghi nhãn hàng hóa đầy đủ, đúng quy định và thể hiện được thông điệp/câu truyện sản phẩm (hình ảnh hoặc lời giới thiệu)	2
☐ Ghi nhãn hàng hóa đầy đủ, đúng quy định, đẹp và thể hiện được thông điệp/câu truyện sản phẩm (hình ảnh hoặc lời giới thiệu) và có thể truy suất nguồn gốc điện tử****	3
3. SỨC MẠNH CỘNG ĐỒNG	11
3.1. Loại hình tổ chức sản xuất - kinh doanh	3
☐ Hộ gia đình có đăng ký kinh doanh hoặc trang trại hoặc tổ hợp tác (có giấy đăng ký kinh doanh của tổ trưởng)	1
☐ Công ty TNHH hoặc doanh nghiệp tư nhân hoặc công ty cổ phần có vốn góp của cộng đồng địa phương <51%	2
☐ HTX tổ chức, hoạt động theo Luật HTX 2012 hoặc công ty cổ phần có vốn góp của cộng đồng địa phương ≥ 51%;	3
3.2. Đại diện pháp luật của chủ thể là nữ/đồng bào dân tộc thiểu số	1
☐ Đại diện pháp luật của chủ thể không phải nữ/đồng bào dân tộc thiểu số	0
☐ Đại diện pháp luật của chủ thể là nữ/đồng bào dân tộc thiểu số	1
3.3. Sử dụng lao động địa phương	3
☐ Có sử dụng từ 50% đến 75% lao động là người trên địa bàn cấp huyện	1
☐ Có sử dụng ≥ 75% lao động là người trên địa bàn cấp huyện	3
3.4. Tăng trưởng sản xuất kinh doanh	2
☐ Hợp tác xã xếp loại trung bình, các loại hình khác có lợi nhuận tăng trưởng dương so với năm trước liền kề	1
☐ Hợp tác xã xếp loại khá, các loại hình khác có 2 năm liên tiếp tăng trưởng dương về lợi nhuận****	2

3.5. Sở hữu trí tuệ****	2
☐ Các nhãn hiệu sử dụng trên bao bì sản phẩm được cấp giấy chứng nhận đăng ký****	1
☐ Các nhãn hiệu sử dụng trên bao bì sản phẩm được cấp giấy chứng nhận đăng ký; và sản phẩm có sử dụng dấu hiệu chỉ dẫn nguồn gốc địa lý gắn với cộng đồng địa phương (<i>đối với những sản phẩm của địa phương đã được bảo hộ chỉ dẫn địa lý, nhãn hiệu chứng nhận, nhãn hiệu tập thể gắn với chỉ dẫn nguồn gốc địa lý thì bắt buộc phải sử dụng</i>)*****	2
Phần B: KHẢ NĂNG TIẾP THỊ (25 Điểm)	25
4. TIẾP THỊ	13
4.1. Khu vực phân phối chính	5
☐ Thị trường trong xã	1
☐ Thị trường ngoài xã, có dưới 5 đại diện/đại lý phân phối	2
☐ Thị trường ngoài xã, có ≥ 5 đại diện/đại lý phân phối	3
☐ Thị trường quốc tế (có hợp đồng); hoặc phân phối tại các kênh thương mại hiện đại: siêu thị, thương mại điện tử,... (có hợp đồng và duy trì hoạt động ít nhất 6 tháng) *****	5
4.2. Tổ chức phân phối	4
(Gồm: Tổ chức kinh doanh, phân phối sản phẩm)	
☐ Không có người chịu trách nhiệm quản lý phân phối	0
☐ Có người chịu trách nhiệm quản lý phân phối	1
☐ Có bộ phận/phòng quản lý phân phối	3
☐ Có bộ phận/phòng quản lý phân phối, có ứng dụng công nghệ thông tin trong quản lý	4
4.3. Quảng bá sản phẩm	4
☐ Không có hoạt động quảng bá	0
☐ Có một số hoạt động quảng bá	1
☐ Có nhiều hoạt động quảng bá, có website của cơ sở/quảng bá trên mạng xã hội, có tham gia hoạt động xúc tiến thương mại trong tỉnh	2
☐ Có nhiều hoạt động quảng bá và có website của cơ sở/hoặc quảng bá trên mạng xã hội và có tham gia hoạt động xúc tiến thương mại ngoài tỉnh	3
☐ Có nhiều hoạt động quảng bá và có website của cơ sở/hoặc quảng bá trên mạng xã hội hoạt động thường xuyên và có tham gia hoạt động xúc tiến thương mại ngoài tỉnh và quốc tế	4
5. CÂU CHUYỆN VỀ SẢN PHẨM	12
5.1. Câu chuyện về sản phẩm	5
☐ Không có câu chuyện, hoặc có nhưng không được tư liệu hóa	0
☐ Có tài liệu giới thiệu về sản phẩm	1
☐ Có câu chuyện được tư liệu hóa (có cốt chuyện, nội dung cụ thể)	2
☐ Có câu chuyện được tư liệu hóa và trình bày trên nhãn/tờ rơi	3
☐ Có câu chuyện được tư liệu hóa và trình bày trên nhãn/tờ rơi và website	4
☐ Có câu chuyện được tư liệu hóa và trình bày trên nhãn/tờ rơi và website (dưới dạng hình ảnh, clip,...)	5
5.2. Trí tuệ/bản sắc địa phương	5
<i>Chỉ áp dụng khi có câu chuyện, đánh giá nội dung câu chuyện:</i>	
☐ Giống với câu chuyện sản phẩm của chủ thể khác, hoặc sản phẩm khác của cùng chủ thể	0
☐ Tương đối giống câu chuyện sản phẩm của chủ thể khác, có thay đổi một số yếu tố	1

☐ Có câu chuyện riêng, gắn với nguồn gốc xuất xứ***	3
☐ Có câu chuyện sản phẩm đặc sắc, mang sắc thái truyền thống, văn hóa và trí tuệ/bản sắc địa phương****	5
5.3. Cấu trúc câu chuyện	2
<i>Chỉ áp dụng khi có câu chuyện</i>	
☐ Đơn giản	0
☐ Có đầy đủ các yếu tố của câu chuyện sản phẩm	1
☐ Ngắn gọn, xúc tích và có các thông điệp đặc sắc về sản phẩm/văn hóa/trí tuệ/bản sắc địa phương*****	2
Phần C: CHẤT LƯỢNG SẢN PHẨM (35 Điểm)	35
6. CHỈ TIÊU CẢM QUAN	15
6.1. Tạp chất	4
☐ Có tạp chất, chấp nhận được	1
☐ Có rất ít tạp chất, chấp nhận được	2
☐ Sạch, không phát hiện tạp chất*****	4
<i>Chú ý: Nếu có các tạp chất không chấp nhận được (có nguy cơ gây mất ATTP) như: Lông, côn trùng, mẫu gỗ, cát, nhựasẽ không đánh giá các bước tiếp theo</i>	
6.2. Kích thước, hình dạng bề ngoài	3
☐ Không đồng đều	0
☐ Không đồng đều, chấp nhận được	1
☐ Tương đối đồng đều	2
☐ Đồng đều****	3
6.3. Màu sắc	5
☐ Chấp nhận được	0
☐ Tương đối phù hợp với đặc tính sản phẩm	1
☐ Tốt, phù hợp với đặc tính sản phẩm****	3
☐ Rất tốt, phù hợp với đặc tính sản phẩm*****	5
6.4. Mùi	3
☐ Có mùi lạ, chấp nhận được	0
☐ Mùi không rõ, chấp nhận được	1
☐ Có mùi rõ, phù hợp với sản phẩm****	2
☐ Có mùi rõ, rất phù hợp với sản phẩm*****	3
7. TÍNH ĐỘC ĐÁO	5
<i>(Chất lượng: Có nét riêng, khác biệt, có dấu hiệu nhận biết rõ ràng so với sản phẩm khác, tiềm năng thành thương hiệu của địa phương)</i>	
☐ Trung bình	0
☐ Tương đối độc đáo	1
☐ Độc đáo, mang tính đặc trưng****	3
☐ Rất độc đáo và có tính đặc trưng*****	5
9. CÔNG BỐ CHẤT LƯỢNG SẢN PHẨM	5
☐ Không thực hiện công bố sản phẩm theo quy định	0
☐ Có công bố sản phẩm theo quy định***	5
10. ĐẢM BẢO CHẤT LƯỢNG SẢN PHẨM	5
☐ Cơ sở sơ chế, đóng gói có giấy chứng nhận đủ điều kiện ATTP theo quy định	1
☐ Cơ sở sơ chế, đóng gói có giấy chứng nhận đủ điều kiện ATTP theo quy định và có chứng nhận quản lý chất lượng của Việt Nam...)*****	3

☐ Cơ sở sơ chế, đóng gói có giấy chứng nhận đủ điều kiện ATTP theo quy định và có chứng nhận quản lý chất lượng theo tiêu chuẩn quốc tế, đủ điều kiện ATTP cho xuất khẩu và các thủ tục pháp lý khác theo yêu cầu của thị trường đích*****	5
11. HƯỚNG DẪN SỬ DỤNG ĐỂ ĐẢM BẢO SẢN PHẨM CÓ CHẤT LƯỢNG TỐT NHẤT CHO NGƯỜI TIÊU DÙNG	2
☐ Có hướng dẫn sử dụng sản phẩm đơn giản	1
☐ Có hướng dẫn sử dụng chi tiết, cụ thể để đảm bảo chất lượng sản phẩm*****	2
12. CƠ HỘI THỊ TRƯỜNG TOÀN CẦU	3
☐ Có thể xuất khẩu đến thị trường khu vực Đông Nam Á	1
☐ Có thể xuất khẩu các thị trường ngoài khu vực Đông Nam Á	2
☐ Có thể xuất khẩu đến các thị trường có tiêu chuẩn cao (Mỹ, Nhật, EU...)	3
TỔNG CỘNG	100

Ghi chú: Dấu sao là yêu cầu tối thiểu phải đạt theo các cấp độ sao (** - 3 sao; **** - 4 sao; ***** - 5 sao)

Ý kiến của người đánh giá:

.....

..., ngày ... tháng ... năm ...

Người đánh giá
 (Ký và ghi rõ họ tên)

3. Bộ sản phẩm: Gạo, ngũ cốc, hạt sơ chế khác

(Sản phẩm: Thực phẩm. Nhóm: Thực phẩm thô, sơ chế)

Tên sản phẩm:

Mã số sản phẩm.(T).-(X).-(STT).-20.....

T: Mã tỉnh- X: Mã xã- STT: Số Thứ tự sản phẩm do xã lập thống kê - Năm đánh giá. Mã đơn vị hành chính theo Quyết định số 19/2025/QĐ-TTg ngày 30/6/2025

Tên chủ thể sản xuất:

Số điện thoại:

Địa chỉ:

Hồ sơ bị loại khi: Giả mạo hồ sơ hoặc không tuân thủ đầy đủ các quy định về giấy chứng nhận cơ sở đủ điều kiện ATTP theo quy định; hoặc không đáp ứng về Hồ sơ dự thi theo quy định

Các tiêu chí	Thang điểm
Phần A: SẢN PHẨM VÀ SỨC MẠNH CỦA CỘNG ĐỒNG (40 Điểm)	40
1. TỔ CHỨC SẢN XUẤT	20
1.1. Nguồn gốc sản phẩm	5
<i>Yêu cầu: 100% sản phẩm được trồng trên địa bàn cấp tỉnh</i>	
☐ Sản phẩm được trồng trên địa bàn cấp xã dưới 50%	1
☐ Sản phẩm được trồng trên địa bàn cấp xã từ 50% đến dưới 75%	3
☐ Sản phẩm được trồng trên địa bàn cấp xã từ 75% đến 100%	5
1.2. Vùng nguyên liệu được cấp chứng nhận chất lượng	2
☐ Được cấp giấy chứng nhận chất lượng theo tiêu chuẩn Việt Nam	1
☐ Được cấp giấy chứng nhận chất lượng theo tiêu chuẩn quốc tế	2
1.3. Gia tăng giá trị	3
☐ Sơ chế (rửa, làm sạch, phân loại, đóng gói...) thủ công	1
☐ Ứng dụng máy móc trong sơ chế, đóng gói sản phẩm	2
☐ Ứng dụng công nghệ tiên tiến trong sơ chế, bảo quản (nâng cao chất lượng sản phẩm/kéo dài thời gian bảo quản và giữ chất lượng ổn định trong quá trình bảo quản...)*****	3
1.4. Năng lực sản xuất để đáp ứng yêu cầu phân phối	3
<i>(Khả năng sản xuất đáp ứng nhu cầu về số lượng/quy mô của thị trường, so sánh với quy mô trung bình ở cùng đối tượng sản xuất tại địa phương)</i>	
☐ Có năng lực, quy mô sản xuất mức độ nhỏ	1
☐ Có năng lực, quy mô sản xuất trung bình****	2
☐ Có năng lực, quy mô sản xuất lớn, có thể đáp ứng thị trường xuất khẩu*****	3
1.5. Liên kết chuỗi trong sản xuất	3
☐ Không có liên kết hoặc có nhưng không rõ ràng	0
☐ Có hợp đồng liên kết sản xuất từ 50% đến dưới 75% sản lượng tiêu thụ	1
☐ Có hợp đồng liên kết trên 75% sản lượng tiêu thụ****	2
☐ Có hợp đồng liên kết trên 75% sản lượng tiêu thụ và tổ chức thực hiện hợp đồng ổn định từ 12 tháng trở lên*****	3
1.6. Bảo vệ môi trường trong quá trình sản xuất	3
☐ Có Hồ sơ, thủ tục về môi trường theo quy định của pháp luật và các quy định khác về bảo vệ môi trường*****	1
☐ Có Hồ sơ, thủ tục về môi trường theo quy định của pháp luật về bảo vệ môi trường và hồ sơ minh chứng về công trình thu gom và xử lý chất thải theo quy định	2

☐ Có Hồ sơ, thủ tục về môi trường theo quy định của pháp luật về bảo vệ môi trường; hồ sơ minh chứng về công trình thu gom và xử lý chất thải theo quy định và hồ sơ minh chứng về sử dụng bao gói thân thiện với môi trường	3
1.7. Sử dụng công nghệ theo hướng bền vững trong SX	1
☐ Không sử dụng công nghệ theo hướng bền vững trong sản xuất	0
☐ Có áp dụng công nghệ theo hướng bền vững môi trường (công nghệ tiết kiệm nguyên liệu, nhiên liệu; hoạt động xử lý/tái chế chất thải; tận thu tái sử dụng, tái chế phụ phẩm nông nghiệp,...)	1
2. PHÁT TRIỂN SẢN PHẨM	9
2.1. Nguồn gốc ý tưởng sản phẩm	3
☐ Sản phẩm được trồng phổ biến ở nhiều tỉnh, thành phố	0
☐ Sản phẩm được trồng phổ biến ở nhiều tỉnh, thành phố nhưng có chất lượng nổi trội, khác biệt do điều kiện đất đai, thời tiết, kỹ thuật bản địa	1
☐ Sản phẩm được trồng ở nhiều nơi trên địa bàn, là sản phẩm đặc trưng của tỉnh, có chất lượng nổi trội ****	3
2.2. Đóng gói, bao bì sản phẩm	3
☐ Đóng gói theo hình thức thông thường, không có bao bì	0
☐ Đóng gói theo hình thức thông thường, bao bì đơn giản	1
☐ Đóng gói sáng tạo, bao bì đẹp****	2
☐ Đóng gói sáng tạo, tiện lợi, bao bì đẹp, sang trọng*****	3
2.3. Phong cách, ghi nhãn hàng hóa	3
<i>(Gồm: Hình ảnh, màu sắc, ghi nhãn sản phẩm...)</i>	
☐ Có nhãn, ghi nhãn hàng hóa đầy đủ, theo đúng quy định	1
☐ Ghi nhãn hàng hóa đầy đủ, đúng quy định và thể hiện được thông điệp/câu truyện sản phẩm (hình ảnh hoặc lời giới thiệu)	2
☐ Ghi nhãn hàng hóa đầy đủ, đúng quy định, đẹp và thể hiện được thông điệp/câu truyện sản phẩm (hình ảnh hoặc lời giới thiệu) và có thể truy suất nguồn gốc điện tử*****	3
3. SỨC MẠNH CỘNG ĐỒNG	11
3.1. Loại hình tổ chức sản xuất - kinh doanh	3
☐ Hộ gia đình có đăng ký kinh doanh hoặc trang trại hoặc tổ hợp tác (có giấy đăng ký kinh doanh của tổ trưởng)	1
☐ Công ty TNHH hoặc doanh nghiệp tư nhân hoặc công ty cổ phần có vốn góp của cộng đồng địa phương <51%	2
☐ HTX tổ chức, hoạt động theo Luật HTX 2012 hoặc công ty cổ phần có vốn góp của cộng đồng địa phương ≥ 51%;	3
3.2. Đại diện pháp luật của chủ thể là nữ/đồng bào dân tộc thiểu số	1
☐ Đại diện pháp luật của chủ thể không phải nữ/đồng bào dân tộc thiểu số	0
☐ Đại diện pháp luật của chủ thể là nữ/đồng bào dân tộc thiểu số	1
3.3. Sử dụng lao động địa phương	3
☐ Có sử dụng từ 50% đến 75% lao động là người trên địa bàn cấp huyện	1
☐ Có sử dụng ≥ 75% lao động là người trên địa bàn cấp huyện	3
3.4. Tăng trưởng sản xuất kinh doanh	2
☐ Hợp tác xã xếp loại trung bình, các loại hình khác có lợi nhuận tăng trưởng dương so với năm trước liền kề	1
☐ Hợp tác xã xếp loại khá, các loại hình khác có 2 năm liên tiếp tăng trưởng dương về lợi nhuận****	2
3.6. Sở hữu trí tuệ****	2

☐ Các nhãn hiệu sử dụng trên bao bì sản phẩm được cấp giấy chứng nhận đăng ký****	1
☐ Các nhãn hiệu sử dụng trên bao bì sản phẩm được cấp giấy chứng nhận đăng ký; và sản phẩm có sử dụng dấu hiệu chỉ dẫn nguồn gốc địa lý gắn với cộng đồng địa phương (<i>đối với những sản phẩm của địa phương đã được bảo hộ chỉ dẫn địa lý, nhãn hiệu chứng nhận, nhãn hiệu tập thể gắn với chỉ dẫn nguồn gốc địa lý thì bắt buộc phải sử dụng</i>)*****	2
Phần B: KHẢ NĂNG TIẾP THỊ (25 Điểm)	25
4. TIẾP THỊ	13
4.1. Khu vực phân phối chính	5
☐ Thị trường trong xã	1
☐ Thị trường ngoài xã, có dưới 5 đại diện/đại lý phân phối	2
☐ Thị trường ngoài xã, có ≥ 5 đại diện/đại lý phân phối	3
☐ Thị trường quốc tế (có hợp đồng); hoặc phân phối tại các kênh thương mại hiện đại: siêu thị, thương mại điện tử,... (có hợp đồng và duy trì hoạt động ít nhất 6 tháng) *****	5
4.2. Tổ chức phân phối	4
(Gồm: Tổ chức kinh doanh, phân phối sản phẩm)	
☐ Không có người chịu trách nhiệm quản lý phân phối	0
☐ Có người chịu trách nhiệm quản lý phân phối	1
☐ Có bộ phận/phòng quản lý phân phối	3
☐ Có bộ phận/phòng quản lý phân phối, có ứng dụng công nghệ thông tin trong quản lý	4
4.3. Quảng bá sản phẩm	4
☐ Không có hoạt động quảng bá	0
☐ Có một số hoạt động quảng bá	1
☐ Có nhiều hoạt động quảng bá, có website của cơ sở/quảng bá trên mạng xã hội, có tham gia hoạt động xúc tiến thương mại trong tỉnh	2
☐ Có nhiều hoạt động quảng bá và có website của cơ sở/hoặc quảng bá trên mạng xã hội và có tham gia hoạt động xúc tiến thương mại ngoài tỉnh	3
☐ Có nhiều hoạt động quảng bá và có website của cơ sở/hoặc quảng bá trên mạng xã hội hoạt động thường xuyên và có tham gia hoạt động xúc tiến thương mại ngoài tỉnh và quốc tế	4
5. CÂU CHUYỆN VỀ SẢN PHẨM	12
5.1. Câu chuyện về sản phẩm	5
☐ Không có câu chuyện, hoặc có nhưng không được tư liệu hóa	0
☐ Có tài liệu giới thiệu về sản phẩm	1
☐ Có câu chuyện được tư liệu hóa (có cốt chuyện, nội dung cụ thể)	2
☐ Có câu chuyện được tư liệu hóa và trình bày trên nhãn/tờ rơi	3
☐ Có câu chuyện được tư liệu hóa và trình bày trên nhãn/tờ rơi và website	4
☐ Có câu chuyện được tư liệu hóa và trình bày trên nhãn/tờ rơi và website (dưới dạng hình ảnh, clip,...)	5
5.2. Trí tuệ/bản sắc địa phương	5
<i>Chỉ áp dụng khi có câu chuyện, đánh giá nội dung câu chuyện:</i>	
☐ Giống với câu chuyện sản phẩm của chủ thể khác, hoặc sản phẩm khác của cùng chủ thể	0
☐ Tương đối giống câu chuyện sản phẩm của chủ thể khác, có thay đổi một số yếu tố	1
☐ Có câu chuyện riêng, gắn với nguồn gốc xuất xứ***	3

☐ Có câu chuyện sản phẩm đặc sắc, mang sắc thái truyền thống, văn hóa và trí tuệ/bản sắc địa phương****	5
5.3. Cấu trúc câu chuyện	2
<i>Chỉ áp dụng khi có câu chuyện</i>	
☐ Đơn giản	0
☐ Có đầy đủ các yếu tố của câu chuyện sản phẩm	1
☐ Ngắn gọn, xúc tích và có các thông điệp đặc sắc về sản phẩm/văn hóa/trí tuệ/bản sắc địa phương*****	2
Phần C: CHẤT LƯỢNG SẢN PHẨM (35 Điểm)	35
6. CHỈ TIÊU CẢM QUAN	13
6.1. Tạp chất	3
☐ Có tạp chất, chấp nhận được	1
☐ Có rất ít tạp chất, chấp nhận được	2
☐ Sạch, không phát hiện tạp chất****	3
<i>Ghi chú: Không đánh giá các bước tiếp theo nếu phát hiện tạp chất không chấp nhận được như: Bọ, lông, len, cát sỏi,...</i>	
6.2. Kích thước, độ đồng đều	3
☐ Không đồng đều	0
☐ Không đồng đều, chấp nhận được	1
☐ Tương đối đồng đều	2
☐ Đồng đều****	3
6.3. Màu sắc	3
☐ Chấp nhận được	0
☐ Tương đối phù hợp với đặc tính sản phẩm	1
☐ Tốt, phù hợp với đặc tính sản phẩm****	2
☐ Rất tốt, phù hợp với đặc tính sản phẩm*****	3
6.4. Mùi, vị	4
☐ Có mùi/vị lạ	0
☐ Có mùi vị/lạ, nhưng chấp nhận được	1
☐ Có mùi/vị tương đối phù hợp với đặc tính sản phẩm	2
☐ Có mùi/vị phù hợp với đặc tính sản phẩm****	3
☐ Có mùi/vị rất phù hợp với đặc tính sản phẩm*****	4
7. DINH DƯỠNG <i>(Chỉ ra hàm lượng của các chỉ tiêu như: Amylose, cacbohydrat, năng lượng, lipid,... theo phiếu kiểm nghiệm)</i>	2
☐ Không có	0
☐ Có 1 - 2 chỉ tiêu	1
☐ Có trên 2 chỉ tiêu	2
8. TÍNH ĐỘC ĐÁO	5
<i>(Chất lượng: Có nét riêng, khác biệt, có dấu hiệu nhận biết rõ ràng so với sản phẩm khác, tiềm năng thành thương hiệu của địa phương)</i>	
☐ Trung bình	0
☐ Tương đối độc đáo	1
☐ Độc đáo, mang tính đặc trưng****	3
☐ Rất độc đáo và có tính đặc trưng*****	5

9. CÔNG BỐ SẢN PHẨM	5
☐ Không thực hiện công bố sản phẩm theo quy định	0
☐ Có công bố sản phẩm theo quy định***	5
10. ĐẢM BẢO CHẤT LƯỢNG SẢN PHẨM	5
☐ Cơ sở sơ chế, đóng gói có giấy chứng nhận đủ điều kiện ATTP theo quy định	1
☐ Cơ sở sơ chế, đóng gói có giấy chứng nhận đủ điều kiện ATTP theo quy định và có chứng nhận quản lý chất lượng của Việt Nam...****	3
☐ Cơ sở sơ chế, đóng gói có giấy chứng nhận đủ điều kiện ATTP theo quy định và có chứng nhận quản lý chất lượng theo tiêu chuẩn quốc tế, đủ điều kiện ATTP cho xuất khẩu và các thủ tục pháp lý khác theo yêu cầu của thị trường đích*****	5
11. HƯỚNG DẪN SỬ DỤNG ĐỂ ĐẢM BẢO SẢN PHẨM CÓ CHẤT LƯỢNG TỐT NHẤT CHO NGƯỜI TIÊU DÙNG	2
☐ Có hướng dẫn sử dụng sản phẩm đơn giản	1
☐ Có hướng dẫn sử dụng chi tiết, cụ thể để đảm bảo chất lượng sản phẩm*****	2
12. CƠ HỘI THỊ TRƯỜNG TOÀN CẦU	3
☐ Có thể xuất khẩu đến thị trường khu vực Đông Nam Á	1
☐ Có thể xuất khẩu các thị trường ngoài khu vực Đông Nam Á	2
☐ Có thể xuất khẩu đến các thị trường có tiêu chuẩn cao (Mỹ, Nhật, EU...)	3
TỔNG CỘNG	100

Ghi chú: Dấu sao là yêu cầu tối thiểu phải đạt theo các cấp độ sao (*** - 3 sao; **** - 4 sao; ***** - 5 sao)

Ý kiến của người đánh giá:

.....

..., ngày ... tháng ... năm ...

Người đánh giá

(Ký và ghi rõ họ tên)

4. Bộ sản phẩm: Mật ong, mật khác và nông sản thực phẩm khác

(Sản phẩm: Thực phẩm. Nhóm: Thực phẩm thô, sơ chế)

Tên sản phẩm:

Mã số sản phẩm.(T).-(X).-(STT).-20.....

T: Mã tỉnh- X: Mã xã- STT: Số Thứ tự sản phẩm do xã lập thống kê - Năm đánh giá. Mã đơn vị hành chính theo Quyết định số 19/2025/QĐ-TTg ngày 30/6/2025

Tên chủ thể sản xuất:

Số điện thoại:

Địa chỉ:

Hồ sơ bị loại khi: Giả mạo hồ sơ hoặc không tuân thủ đầy đủ các quy định về giấy chứng nhận cơ sở đủ điều kiện ATTP theo quy định; hoặc không đáp ứng về Hồ sơ dự thi theo quy định

Các tiêu chí	Thang điểm
Phần A: SẢN PHẨM VÀ SỨC MẠNH CỦA CỘNG ĐỒNG (40 Điểm)	40
1. TỔ CHỨC SẢN XUẤT	20
1.1. Nguồn gốc sản phẩm	5
<i>Yêu cầu: 100% sản phẩm được nuôi/trồng trên địa bàn cấp tỉnh</i>	
☐ Sản phẩm được nuôi/trồng trên địa bàn cấp xã dưới 50%	1
☐ Sản phẩm được nuôi/trồng trên địa bàn cấp xã từ 50% đến dưới 75%	3
☐ Sản phẩm được nuôi/trồng trên địa bàn cấp xã từ 75% đến 100%	5
1.2. Vùng nguyên liệu được cấp chứng nhận chất lượng	2
☐ Được cấp giấy chứng nhận chất lượng theo tiêu chuẩn Việt Nam	1
☐ Được cấp giấy chứng nhận chất lượng theo tiêu chuẩn quốc tế	2
1.3. Gia tăng giá trị	3
☐ Sơ chế (lọc, loại tạp chất, phân loại, đóng gói...) thủ công	1
☐ Ứng dụng máy móc trong sơ chế, đóng gói sản phẩm	2
☐ Ứng dụng công nghệ tiên tiến trong sơ chế, bảo quản (nâng cao chất lượng sản phẩm/kéo dài thời gian bảo quản và giữ chất lượng ổn định trong quá trình bảo quản...)*****	3
1.4. Năng lực sản xuất để đáp ứng yêu cầu phân phối <i>(Khả năng sản xuất đáp ứng nhu cầu về số lượng/quy mô của thị trường, so sánh với quy mô trung bình ở cùng đối tượng sản xuất tại địa phương)</i>	3
☐ Có năng lực, quy mô sản xuất mức độ nhỏ	1
☐ Có năng lực, quy mô sản xuất trung bình****	2
☐ Có năng lực, quy mô sản xuất lớn, có thể đáp ứng thị trường xuất khẩu*****	3
1.5. Liên kết chuỗi trong sản xuất	3
☐ Không có liên kết hoặc có nhưng không rõ ràng	0
☐ Có hợp đồng liên kết sản xuất từ 50% đến dưới 75% sản lượng tiêu thụ	1
☐ Có hợp đồng liên kết trên 75% sản lượng tiêu thụ****	2
☐ Có hợp đồng liên kết trên 75% sản lượng tiêu thụ và tổ chức thực hiện hợp đồng ổn định từ 12 tháng trở lên*****	3
1.6. Bảo vệ môi trường trong quá trình sản xuất	3
☐ Có Hồ sơ, thủ tục về môi trường theo quy định của pháp luật và các quy định khác về bảo vệ môi trường****	1
☐ Có Hồ sơ, thủ tục về môi trường theo quy định của pháp luật về bảo vệ môi trường và hồ sơ minh chứng về công trình thu gom và xử lý chất thải theo quy định	2

☐ Có Hồ sơ, thủ tục về môi trường theo quy định của pháp luật về bảo vệ môi trường; hồ sơ minh chứng về công trình thu gom và xử lý chất thải theo quy định và hồ sơ minh chứng về sử dụng bao gói thân thiện với môi trường	3
1.7. Sử dụng công nghệ theo hướng bền vững trong SX	1
☐ Không sử dụng công nghệ theo hướng bền vững trong sản xuất	0
☐ Có áp dụng công nghệ theo hướng bền vững môi trường (công nghệ tiết kiệm nguyên liệu, nhiên liệu; hoạt động xử lý/tái chế chất thải; tận thu tái sử dụng, tái chế phụ phẩm nông nghiệp,...)	1
2. PHÁT TRIỂN SẢN PHẨM	9
2.1. Nguồn gốc ý tưởng sản phẩm	3
☐ Sản phẩm được sản xuất phổ biến ở nhiều tỉnh, thành phố	0
☐ Sản phẩm được sản xuất phổ biến ở nhiều tỉnh, thành phố nhưng có chất lượng nổi trội, khác biệt do điều kiện đất đai, thời tiết, kỹ thuật bản địa	1
☐ Sản phẩm được sản xuất ở nhiều nơi trên địa bàn, là sản phẩm đặc trưng của tỉnh, có chất lượng nổi trội *****	3
2.2. Đóng gói, bao bì sản phẩm	3
☐ Đóng gói theo hình thức thông thường, không có bao bì	0
☐ Đóng gói theo hình thức thông thường, bao bì đơn giản	1
☐ Đóng gói sáng tạo, bao bì đẹp*****	2
☐ Đóng gói sáng tạo, tiện lợi, bao bì đẹp, sang trọng*****	3
2.3. Phong cách, ghi nhãn hàng hóa	3
<i>(Gồm: Hình ảnh, màu sắc, ghi nhãn sản phẩm...)</i>	
☐ Có nhãn, ghi nhãn hàng hóa đầy đủ, theo đúng quy định	1
☐ Ghi nhãn hàng hóa đầy đủ, đúng quy định và thể hiện được thông điệp/câu truyện sản phẩm (hình ảnh hoặc lời giới thiệu)	2
☐ Ghi nhãn hàng hóa đầy đủ, đúng quy định, đẹp và thể hiện được thông điệp/câu truyện sản phẩm (hình ảnh hoặc lời giới thiệu) và có thể truy suất nguồn gốc điện tử*****	3
3. SỨC MẠNH CỘNG ĐỒNG	11
3.1. Loại hình tổ chức sản xuất - kinh doanh	3
☐ Hộ gia đình có đăng ký kinh doanh hoặc trang trại hoặc tổ hợp tác (có giấy đăng ký kinh doanh của tổ trưởng)	1
☐ Công ty TNHH hoặc doanh nghiệp tư nhân hoặc công ty cổ phần có vốn góp của cộng đồng địa phương <51%	2
☐ HTX tổ chức, hoạt động theo Luật HTX 2012 hoặc công ty cổ phần có vốn góp của cộng đồng địa phương $\geq 51\%$;	3
3.2. Đại diện pháp luật của chủ thể là nữ/đồng bào dân tộc thiểu số	1
☐ Đại diện pháp luật của chủ thể không phải nữ/đồng bào dân tộc thiểu số	0
☐ Đại diện pháp luật của chủ thể là nữ/đồng bào dân tộc thiểu số	1
3.3. Sử dụng lao động địa phương	3
☐ Có sử dụng từ 50% đến 75% lao động là người trên địa bàn cấp huyện	1
☐ Có sử dụng $\geq 75\%$ lao động là người trên địa bàn cấp huyện	3
3.4. Tăng trưởng sản xuất kinh doanh	2
☐ Hợp tác xã xếp loại trung bình, các loại hình khác có lợi nhuận tăng trưởng dương so với năm trước liền kề	1
☐ Hợp tác xã xếp loại khá, các loại hình khác có 2 năm liên tiếp tăng trưởng dương về lợi nhuận*****	2
3.5. Sở hữu trí tuệ*****	2

☐ Các nhãn hiệu sử dụng trên bao bì sản phẩm được cấp giấy chứng nhận đăng ký****	1
☐ Các nhãn hiệu sử dụng trên bao bì sản phẩm được cấp giấy chứng nhận đăng ký; và sản phẩm có sử dụng dấu hiệu chỉ dẫn nguồn gốc địa lý gắn với cộng đồng địa phương (<i>đối với những sản phẩm của địa phương đã được bảo hộ chỉ dẫn địa lý, nhãn hiệu chứng nhận, nhãn hiệu tập thể gắn với chỉ dẫn nguồn gốc địa lý thì bắt buộc phải sử dụng</i>)*****	2
Phần B: KHẢ NĂNG TIẾP THỊ (25 Điểm)	25
4. TIẾP THỊ	13
4.1. Khu vực phân phối chính	5
☐ Thị trường trong xã	1
☐ Thị trường ngoài xã, có dưới 5 đại diện/đại lý phân phối	2
☐ Thị trường ngoài xã, có ≥ 5 đại diện/đại lý phân phối	3
☐ Thị trường quốc tế (có hợp đồng); hoặc phân phối tại các kênh thương mại hiện đại: siêu thị, thương mại điện tử,... (có hợp đồng và duy trì hoạt động ít nhất 6 tháng) *****	5
4.2. Tổ chức phân phối (Gồm: Tổ chức kinh doanh, phân phối sản phẩm)	4
☐ Không có người chịu trách nhiệm quản lý phân phối	0
☐ Có người chịu trách nhiệm quản lý phân phối	1
☐ Có bộ phận/phòng quản lý phân phối	3
☐ Có bộ phận/phòng quản lý phân phối, có ứng dụng công nghệ thông tin trong quản lý	4
4.3. Quảng bá sản phẩm	4
☐ Không có hoạt động quảng bá	0
☐ Có một số hoạt động quảng bá	1
☐ Có nhiều hoạt động quảng bá, có website của cơ sở/quảng bá trên mạng xã hội, có tham gia hoạt động xúc tiến thương mại trong tỉnh	2
☐ Có nhiều hoạt động quảng bá và có website của cơ sở/hoặc quảng bá trên mạng xã hội và có tham gia hoạt động xúc tiến thương mại ngoài tỉnh	3
☐ Có nhiều hoạt động quảng bá và có website của cơ sở/hoặc quảng bá trên mạng xã hội hoạt động thường xuyên và có tham gia hoạt động xúc tiến thương mại ngoài tỉnh và quốc tế	4
5. CÂU CHUYỆN VỀ SẢN PHẨM	12
5.1. Câu chuyện về sản phẩm	5
☐ Không có câu chuyện, hoặc có nhưng không được tư liệu hóa	0
☐ Có tài liệu giới thiệu về sản phẩm	1
☐ Có câu chuyện được tư liệu hóa (có cốt chuyện, nội dung cụ thể)	2
☐ Có câu chuyện được tư liệu hóa và trình bày trên nhãn/tờ rơi	3
☐ Có câu chuyện được tư liệu hóa và trình bày trên nhãn/tờ rơi và website	4
☐ Có câu chuyện được tư liệu hóa và trình bày trên nhãn/tờ rơi và website (dưới dạng hình ảnh, clip,...)	5
5.2. Trí tuệ/bản sắc địa phương <i>Chỉ áp dụng khi có câu chuyện, đánh giá nội dung câu chuyện:</i>	5
☐ Giống với câu chuyện sản phẩm ở nơi khác	0
☐ Tương đối giống câu chuyện sản phẩm ở nơi khác, có thay đổi một số yếu tố	1
☐ Có câu chuyện riêng, gắn với nguồn gốc xuất xứ***	3
☐ Có câu chuyện sản phẩm đặc sắc, mang sắc thái truyền thống, văn hóa và trí tuệ/bản sắc địa phương*****	5

5.3. Cấu trúc câu chuyện	2
<i>Chỉ áp dụng khi có câu chuyện</i>	
☐ Đơn giản	0
☐ Có đầy đủ các yếu tố của câu chuyện sản phẩm	1
☐ Ngắn gọn, xúc tích và có các thông điệp đặc sắc về sản phẩm/văn hóa/trí tuệ/bản sắc địa phương*****	2
Phần C:	
CHẤT LƯỢNG SẢN PHẨM (35 Điểm)	35
6. CHỈ TIÊU CẢM QUAN	13
6.1. Tập chất	2
☐ Có tập chất	0
☐ Có rất ít tập chất, chấp nhận được	1
☐ Sạch, không phát hiện tập chất*****	2
<i>Chú ý: Nếu có các tạp chất không chấp nhận được (có nguy cơ gây mất ATTP) sẽ không đánh giá các bước tiếp theo</i>	
6.2. Độ đồng đều của sản phẩm	2
☐ Không đồng đều	0
☐ Tương đối đồng đều	1
☐ Đồng đều*****	2
6.3. Màu sắc, thể chất	4
☐ Chấp nhận được	0
☐ Tương đối phù hợp với đặc tính sản phẩm	1
☐ Tốt, phù hợp với đặc tính sản phẩm*****	2
☐ Rất tốt, phù hợp với đặc tính sản phẩm*****	4
6.4. Mùi, vị	5
☐ Có mùi/vị lạ	0
☐ Có mùi vị/lạ, nhưng chấp nhận được	1
☐ Có mùi/vị tương đối phù hợp với đặc tính sản phẩm	2
☐ Có mùi/vị tự nhiên, phù hợp với đặc tính sản phẩm*****	3
☐ Có mùi/vị tự nhiên, rất phù hợp với đặc tính sản phẩm*****	5
7. DINH DƯỠNG	
<i>(Chỉ ra hàm lượng của các chỉ tiêu dinh dưỡng như: Vitamin B2, B3, B5, B6, B9; đường khử tự do;... theo phiếu kiểm nghiệm)</i>	2
☐ Không có	0
☐ Có 1 - 2 chỉ tiêu	1
☐ Có trên 2 chỉ tiêu	2
8. TÍNH ĐỘC ĐÁO	
<i>(Chất lượng: Có nét riêng, khác biệt, có dấu hiệu nhận biết rõ ràng so với sản phẩm khác, tiềm năng thành thương hiệu của địa phương)</i>	5
☐ Trung bình	0
☐ Tương đối độc đáo	1
☐ Độc đáo, mang tính đặc trưng*****	3
☐ Rất độc đáo và có tính đặc trưng*****	5
9. CÔNG BỐ SẢN PHẨM	5
☐ Không thực hiện công bố sản phẩm theo quy định	0
☐ Có công bố sản phẩm theo quy định***	5
10. ĐẢM BẢO CHẤT LƯỢNG SẢN PHẨM	5
☐ Cơ sở sơ chế, đóng gói có giấy chứng nhận đủ điều kiện ATTP theo quy định	1
☐ Cơ sở sơ chế, đóng gói có giấy chứng nhận đủ điều kiện ATTP theo quy định và có chứng nhận quản lý chất lượng của Việt Nam...)*****	3

☐ Cơ sở sơ chế, đóng gói có giấy chứng nhận đủ điều kiện ATTP theo quy định và có chứng nhận quản lý chất lượng theo tiêu chuẩn quốc tế, đủ điều kiện ATTP cho xuất khẩu và các thủ tục pháp lý khác theo yêu cầu của thị trường đích*****	5
11. HƯỚNG DẪN SỬ DỤNG ĐỂ ĐẢM BẢO SẢN PHẨM CÓ CHẤT LƯỢNG TỐT NHẤT CHO NGƯỜI TIÊU DÙNG	2
☐ Có hướng dẫn sử dụng sản phẩm đơn giản	1
☐ Có hướng dẫn sử dụng chi tiết, cụ thể để đảm bảo chất lượng sản phẩm*****	2
12. CƠ HỘI THỊ TRƯỜNG TOÀN CẦU	3
☐ Có thể xuất khẩu đến thị trường khu vực Đông Nam Á	1
☐ Có thể xuất khẩu các thị trường ngoài khu vực Đông Nam Á	2
☐ Có thể xuất khẩu đến các thị trường có tiêu chuẩn cao (Mỹ, Nhật, EU...)	3
TỔNG CỘNG	100

Ghi chú: Dấu sao là yêu cầu tối thiểu phải đạt theo các cấp độ sao (** - 3 sao; **** - 4 sao; ***** - 5 sao)

Ý kiến của người đánh giá:

.....

..., ngày ... tháng ... năm ...

Người đánh giá
 (Ký và ghi rõ họ tên)

5. Bộ sản phẩm: Đồ ăn nhanh

(Sản phẩm: Thực phẩm. Nhóm: Thực phẩm chế biến)

Tên sản phẩm:

Mã số sản phẩm.(T).-(X).-(STT).-20.....

T: Mã tỉnh- X: Mã xã- STT: Số Thứ tự sản phẩm do xã lập thống kê - Năm đánh giá. Mã đơn vị hành chính theo Quyết định số 19/2025/QĐ-TTg ngày 30/6/2025

Tên chủ thể sản xuất:

Số điện thoại:

Địa chỉ:

Hồ sơ bị loại khi: Giả mạo hồ sơ hoặc không tuân thủ đầy đủ các quy định về giấy chứng nhận cơ sở đủ điều kiện ATTP theo quy định; hoặc không đáp ứng về Hồ sơ dự thi theo quy định

Các tiêu chí	Thang điểm
Phần A: SẢN PHẨM VÀ SỨC MẠNH CỦA CỘNG ĐỒNG (40 Điểm)	40
1. TỔ CHỨC SẢN XUẤT	18
1.1. Nguồn nguyên liệu	5
☐ Sử dụng nguyên liệu có nguồn gốc trong tỉnh dưới 50%	1
☐ Sử dụng nguyên liệu có nguồn gốc trong tỉnh từ 50% đến dưới 75%***	3
☐ Sử dụng nguyên liệu có nguồn gốc trong tỉnh từ 75% đến 100%	5
1.2. Gia tăng giá trị	3
☐ Chế biến đơn giản	1
☐ Chế biến	2
☐ Chế biến sâu (tạo ra sản phẩm chất lượng cao theo nhu cầu của thị trường)	3
1.3. Năng lực sản xuất để đáp ứng yêu cầu phân phối (Khả năng sản xuất đáp ứng nhu cầu về số lượng/quy mô của thị trường, so sánh với quy mô trung bình ở cùng đối tượng sản xuất tại địa phương)	3
☐ Có năng lực, quy mô sản xuất mức độ nhỏ	1
☐ Có năng lực, quy mô sản xuất trung bình****	2
☐ Có năng lực, quy mô sản xuất lớn, có thể đáp ứng thị trường xuất khẩu*****	3
1.4. Liên kết chuỗi trong sản xuất	3
☐ Không có liên kết hoặc có nhưng không rõ ràng	0
☐ Có hợp đồng liên kết sản xuất từ 50% đến dưới 75% sản lượng nguyên liệu đầu vào cho chế biến	1
☐ Có hợp đồng liên kết trên 75% sản lượng nguyên liệu đầu vào cho chế biến****	2
☐ Có hợp đồng liên kết trên 75% sản lượng nguyên liệu đầu vào cho chế biến và tổ chức thực hiện hợp đồng ổn định từ 12 tháng trở lên*****	3
1.5. Bảo vệ môi trường trong quá trình sản xuất	3
☐ Có Hồ sơ, thủ tục về môi trường theo quy định của pháp luật và các quy định khác về bảo vệ môi trường****	1
☐ Có Hồ sơ, thủ tục về môi trường theo quy định của pháp luật về bảo vệ môi trường và hồ sơ minh chứng về công trình thu gom và xử lý chất thải theo quy định	2
☐ Có Hồ sơ, thủ tục về môi trường theo quy định của pháp luật về bảo vệ môi trường; hồ sơ minh chứng về công trình thu gom và xử lý chất thải theo quy định và hồ sơ minh chứng về sử dụng bao gói thân thiện với môi trường	3
1.6. Sử dụng công nghệ theo hướng bền vững trong SX	1

☐ Không sử dụng công nghệ theo hướng bền vững trong sản xuất	0
☐ Có áp dụng công nghệ theo hướng bền vững môi trường (công nghệ tiết kiệm nguyên liệu, nhiên liệu; hoạt động xử lý/tái chế chất thải; tận thu tái sử dụng, tái chế phụ phẩm nông nghiệp,...)	1
2. PHÁT TRIỂN SẢN PHẨM	11
2.1. Nguồn gốc ý tưởng sản phẩm	5
☐ Sản phẩm được sản xuất phổ biến ở nhiều tỉnh, thành phố	0
☐ Sản phẩm được sản xuất phổ biến ở nhiều tỉnh, thành phố nhưng có chất lượng nổi trội, khác biệt do điều kiện đất đai, thời tiết, kỹ thuật bản địa	3
☐ Sản phẩm được sản xuất ở nhiều nơi trên địa bàn, là sản phẩm đặc trưng của tỉnh, có chất lượng nổi trội ****	5
2.2. Đóng gói, bao bì sản phẩm	3
☐ Đóng gói theo hình thức thông thường, không có bao bì	0
☐ Đóng gói theo hình thức thông thường, bao bì đơn giản	1
☐ Đóng gói sáng tạo, bao bì đẹp****	2
☐ Đóng gói sáng tạo, tiện lợi, bao bì đẹp, sang trọng*****	3
2.3. Phong cách, ghi nhãn hàng hóa	3
(Gồm: Hình ảnh, màu sắc, ghi nhãn sản phẩm...)	
☐ Có nhãn, ghi nhãn hàng hóa đầy đủ, theo đúng quy định	1
☐ Ghi nhãn hàng hóa đầy đủ, đúng quy định và thể hiện được thông điệp/câu truyện sản phẩm (hình ảnh hoặc lời giới thiệu)	2
☐ Ghi nhãn hàng hóa đầy đủ, đúng quy định, đẹp và thể hiện được thông điệp/câu truyện sản phẩm (hình ảnh hoặc lời giới thiệu) và có thể truy suất nguồn gốc điện tử*****	3
3. SỨC MẠNH CỘNG ĐỒNG	11
3.1. Loại hình tổ chức sản xuất - kinh doanh	3
☐ Hộ gia đình có đăng ký kinh doanh hoặc trang trại hoặc tổ hợp tác (có giấy đăng ký kinh doanh của tổ trưởng)	1
☐ Công ty TNHH hoặc doanh nghiệp tư nhân hoặc công ty cổ phần có vốn góp của cộng đồng địa phương <51%	2
☐ HTX tổ chức, hoạt động theo Luật HTX 2012 hoặc công ty cổ phần có vốn góp của cộng đồng địa phương ≥ 51%;	3
3.2. Đại diện pháp luật của chủ thể là nữ/đồng bào dân tộc thiểu số	1
☐ Đại diện pháp luật của chủ thể không phải nữ/đồng bào dân tộc thiểu số	0
☐ Đại diện pháp luật của chủ thể là nữ/đồng bào dân tộc thiểu số	1
3.3. Sử dụng lao động địa phương	3
☐ Có sử dụng từ 50% đến 75% lao động là người trên địa bàn cấp huyện	1
☐ Có sử dụng ≥ 75% lao động là người trên địa bàn cấp huyện	3
3.4. Tăng trưởng sản xuất kinh doanh	2
☐ Hợp tác xã xếp loại trung bình, các loại hình khác có lợi nhuận tăng trưởng dương so với năm trước liền kề	1
☐ Hợp tác xã xếp loại khá, các loại hình khác có 2 năm liên tiếp tăng trưởng dương về lợi nhuận****	2
3.5. Sở hữu trí tuệ****	2
☐ Các nhãn hiệu sử dụng trên bao bì sản phẩm được cấp giấy chứng nhận đăng ký*****	1

☐ Các nhãn hiệu sử dụng trên bao bì sản phẩm được cấp giấy chứng nhận đăng ký; và sản phẩm có sử dụng dấu hiệu chỉ dẫn nguồn gốc địa lý gắn với cộng đồng địa phương (<i>đối với những sản phẩm của địa phương đã được bảo hộ chỉ dẫn địa lý, nhãn hiệu chứng nhận, nhãn hiệu tập thể gắn với chỉ dẫn nguồn gốc địa lý thì bắt buộc phải sử dụng</i>)*****	2
Phân B: KHẢ NĂNG TIẾP THỊ (25 Điểm)	25
4. TIẾP THỊ	13
4.1. Khu vực phân phối chính	5
☐ Thị trường trong xã	1
☐ Thị trường ngoài xã, có dưới 5 đại diện/đại lý phân phối	2
☐ Thị trường ngoài xã, có ≥ 5 đại diện/đại lý phân phối	3
☐ Thị trường quốc tế (có hợp đồng); hoặc phân phối tại các kênh thương mại hiện đại: siêu thị, thương mại điện tử,... (có hợp đồng và duy trì hoạt động ít nhất 6 tháng) *****	5
4.2. Tổ chức phân phối (Gồm: Tổ chức kinh doanh, phân phối sản phẩm)	4
☐ Không có người chịu trách nhiệm quản lý phân phối	0
☐ Có người chịu trách nhiệm quản lý phân phối	1
☐ Có bộ phận/phòng quản lý phân phối	3
☐ Có bộ phận/phòng quản lý phân phối, có ứng dụng công nghệ thông tin trong quản lý	4
4.3. Quảng bá sản phẩm	4
☐ Không có hoạt động quảng bá	0
☐ Có một số hoạt động quảng bá	1
☐ Có nhiều hoạt động quảng bá, có website của cơ sở/quảng bá trên mạng xã hội, có tham gia hoạt động xúc tiến thương mại trong tỉnh	2
☐ Có nhiều hoạt động quảng bá và có website của cơ sở/hoặc quảng bá trên mạng xã hội và có tham gia hoạt động xúc tiến thương mại ngoài tỉnh	3
☐ Có nhiều hoạt động quảng bá và có website của cơ sở/hoặc quảng bá trên mạng xã hội hoạt động thường xuyên và có tham gia hoạt động xúc tiến thương mại ngoài tỉnh và quốc tế	4
5. CÂU CHUYỆN VỀ SẢN PHẨM	12
5.1. Câu chuyện về sản phẩm	5
☐ Không có câu chuyện, hoặc có nhưng không được tư liệu hóa	0
☐ Có tài liệu giới thiệu về sản phẩm	1
☐ Có câu chuyện được tư liệu hóa (có cốt chuyện, nội dung cụ thể)	2
☐ Có câu chuyện được tư liệu hóa và trình bày trên nhãn/tờ rơi	3
☐ Có câu chuyện được tư liệu hóa và trình bày trên nhãn/tờ rơi và website	4
☐ Có câu chuyện được tư liệu hóa và trình bày trên nhãn/tờ rơi và website (dưới dạng hình ảnh, clip,...)	5
5.2. Trí tuệ/bản sắc địa phương <i>Chỉ áp dụng khi có câu chuyện, đánh giá nội dung câu chuyện:</i>	5
☐ Giống với câu chuyện sản phẩm ở nơi khác	0
☐ Tương đối giống câu chuyện sản phẩm ở nơi khác, có thay đổi một số yếu tố	1
☐ Có câu chuyện riêng, gắn với nguồn gốc xuất xứ***	3
☐ Có câu chuyện sản phẩm đặc sắc, mang sắc thái truyền thống, văn hóa và trí tuệ/bản sắc địa phương*****	5
5.3. Cấu trúc câu chuyện	2
<i>Chỉ áp dụng khi có câu chuyện</i>	
☐ Đơn giản	0

☐ Có đầy đủ các yếu tố của câu chuyện sản phẩm	1
☐ Ngắn gọn, xúc tích và có các thông điệp đặc sắc về sản phẩm/văn hóa/trí tuệ/bản sắc địa phương*****	2
Phần C: CHẤT LƯỢNG SẢN PHẨM (35 Điểm)	35
6. CHỈ TIÊU CẢM QUAN	15
6.1. Tập chất	2
☐ Có tập chất	0
☐ Có rất ít tập chất, chấp nhận được	1
☐ Sạch, không phát hiện tập chất*****	2
<i>Ghi chú: Nếu có tập chất không chấp nhận được (các tạp chất có nguy cơ không đạt ATTP) như: đất, côn trùng, lông, len, mốc nguy hại,... sẽ không đánh giá các bước tiếp theo.</i>	
6.2. Hình dạng	3
☐ Không phù hợp	0
☐ Tương đối phù hợp với phong cách của sản phẩm	1
☐ Phù hợp với phong cách của sản phẩm	2
☐ Rất phù hợp với phong cách của sản phẩm	3
6.3. Màu sắc, thể chất	3
☐ Màu không đều	0
☐ Màu không đều, chấp nhận được	1
☐ Màu tương đối đồng đều, phù hợp với tính chất sản phẩm	2
☐ Màu đồng đều, phù hợp với tính chất sản phẩm	3
6.4. Mùi	3
☐ Có mùi lạ (như khét,...)	0
☐ Có mùi chấp nhận được	1
☐ Mùi phù hợp đặc trưng của sản phẩm*****	2
☐ Mùi phù hợp đặc trưng của sản phẩm, hấp dẫn*****	3
6.5. Vị	4
☐ Vị khác thường	0
☐ Chấp nhận được	1
☐ Phù hợp với đặc trưng của sản phẩm*****	2
☐ Phù hợp với đặc trưng của sản phẩm, hấp dẫn*****	4
7. TÍNH ĐỘC ĐÁO <i>(Chất lượng: Có nét riêng, khác biệt, có dấu hiệu nhận biết rõ ràng so với sản phẩm khác, tiềm năng thành thương hiệu của địa phương)</i>	5
☐ Trung bình	0
☐ Tương đối độc đáo	1
☐ Độc đáo, mang tính đặc trưng*****	3
☐ Rất độc đáo và có tính đặc trưng*****	5
8. CÔNG BỐ SẢN PHẨM	5
☐ Không thực hiện công bố sản phẩm theo quy định	0
☐ Có công bố sản phẩm theo quy định***	5
9. ĐẢM BẢO CHẤT LƯỢNG SẢN PHẨM	5
☐ Cơ sở sơ chế, đóng gói có giấy chứng nhận đủ điều kiện ATTP theo quy định	1
☐ Cơ sở sơ chế, đóng gói có giấy chứng nhận đủ điều kiện ATTP theo quy định và có chứng nhận quản lý chất lượng của Việt Nam...)*****	3
☐ Cơ sở sơ chế, đóng gói có giấy chứng nhận đủ điều kiện ATTP theo quy định và có chứng nhận quản lý chất lượng theo tiêu chuẩn quốc tế, đủ điều kiện ATTP cho xuất khẩu và các thủ tục pháp lý khác theo yêu cầu của thị trường	5

đích*****	
10. HƯỚNG DẪN SỬ DỤNG ĐỂ ĐẢM BẢO SẢN PHẨM CÓ CHẤT LƯỢNG TỐT NHẤT CHO NGƯỜI TIÊU DÙNG	2
☐ Có hướng dẫn sử dụng sản phẩm đơn giản	1
☐ Có hướng dẫn sử dụng chi tiết, cụ thể để đảm bảo chất lượng sản phẩm*****	2
11. CƠ HỘI THỊ TRƯỜNG TOÀN CẦU	3
☐ Có thể xuất khẩu đến thị trường khu vực Đông Nam Á	1
☐ Có thể xuất khẩu các thị trường ngoài khu vực Đông Nam Á	2
☐ Có thể xuất khẩu đến các thị trường có tiêu chuẩn cao (Mỹ, Nhật, EU...)	3
TỔNG CỘNG	100

Ghi chú: Dấu sao là yêu cầu tối thiểu phải đạt theo các cấp độ sao (** - 3 sao; **** - 4 sao; *****- 5 sao)

Ý kiến của người đánh giá:

.....

..., ngày ... tháng ... năm ...

Người đánh giá
 (Ký và ghi rõ họ tên)

6. Bộ sản phẩm: Chế biến từ gạo, ngũ cốc

(Sản phẩm: Thực phẩm. Nhóm: Thực phẩm chế biến)

Tên sản phẩm:

Mã số sản phẩm.(T).-(X).-(STT).-20.....

T: Mã tỉnh- X: Mã xã- STT: Số Thứ tự sản phẩm do xã lập thống kê - Năm đánh giá. Mã đơn vị hành chính theo Quyết định số 19/2025/QĐ-TTg ngày 30/6/2025

Tên chủ thể sản xuất:

Số điện thoại:

Địa chỉ:

Hồ sơ bị loại khi: Giả mạo hồ sơ hoặc không tuân thủ đầy đủ các quy định về giấy chứng nhận cơ sở đủ điều kiện ATTP theo quy định; hoặc không đáp ứng về Hồ sơ dự thi theo quy định

Các tiêu chí	Thang điểm
Phần A: SẢN PHẨM VÀ SỨC MẠNH CỦA CỘNG ĐỒNG (40 Điểm)	40
1. TỔ CHỨC SẢN XUẤT	19
1.1. Nguồn nguyên liệu	4
☐ Sử dụng nguyên liệu có nguồn gốc trong tỉnh dưới 50%***	1
☐ Sử dụng nguyên liệu có nguồn gốc trong tỉnh từ 50% đến dưới 75%	2
☐ Sử dụng nguyên liệu có nguồn gốc trong tỉnh từ 75% đến 100%	4
1.2. Vùng nguyên liệu được cấp chứng nhận chất lượng	2
☐ Được cấp giấy chứng nhận chất lượng theo tiêu chuẩn Việt Nam	1
☐ Được cấp giấy chứng nhận chất lượng theo tiêu chuẩn quốc tế	2
1.3. Gia tăng giá trị	3
☐ Chế biến đơn giản	1
☐ Chế biến	2
☐ Chế biến sâu từ vùng nguyên liệu địa phương (tạo ra sản phẩm chất lượng cao theo nhu cầu của thị trường)	3
1.4. Năng lực sản xuất để đáp ứng yêu cầu phân phối (Khả năng sản xuất đáp ứng nhu cầu về số lượng/quy mô của thị trường, so sánh với quy mô trung bình ở cùng đối tượng sản xuất tại địa phương)	3
☐ Có năng lực, quy mô sản xuất mức độ nhỏ	1
☐ Có năng lực, quy mô sản xuất trung bình****	2
☐ Có năng lực, quy mô sản xuất lớn, có thể đáp ứng thị trường xuất khẩu*****	3
1.5. Liên kết chuỗi trong sản xuất	3
☐ Không có liên kết hoặc có nhưng không rõ ràng	0
☐ Có hợp đồng liên kết sản xuất từ 50% đến dưới 75% sản lượng nguyên liệu đầu vào cho chế biến	1
☐ Có hợp đồng liên kết trên 75% sản lượng nguyên liệu đầu vào cho chế biến****	2
☐ Có hợp đồng liên kết trên 75% sản lượng nguyên liệu đầu vào cho chế biến và tổ chức thực hiện hợp đồng ổn định từ 12 tháng trở lên*****	3
1.6. Bảo vệ môi trường trong quá trình sản xuất	3
☐ Có Hồ sơ, thủ tục về môi trường theo quy định của pháp luật và các quy định khác về bảo vệ môi trường****	1
☐ Có Hồ sơ, thủ tục về môi trường theo quy định của pháp luật về bảo vệ môi trường và hồ sơ minh chứng về công trình thu gom và xử lý chất thải	2

theo quy định	
☐ Có Hồ sơ, thủ tục về môi trường theo quy định của pháp luật về bảo vệ môi trường; hồ sơ minh chứng về công trình thu gom và xử lý chất thải theo quy định và hồ sơ minh chứng về sử dụng bao gói thân thiện với môi trường	3
1.7. Sử dụng công nghệ theo hướng bền vững trong SX	1
☐ Không sử dụng công nghệ theo hướng bền vững trong sản xuất	0
☐ Có áp dụng công nghệ theo hướng bền vững môi trường (công nghệ tiết kiệm nguyên liệu, nhiên liệu; hoạt động xử lý/tái chế chất thải; tận thu tái sử dụng, tái chế phụ phẩm nông nghiệp,...)	1
2. PHÁT TRIỂN SẢN PHẨM	10
2.1. Nguồn gốc ý tưởng sản phẩm	4
☐ Sản phẩm được sản xuất phổ biến ở nhiều tỉnh, thành phố	0
☐ Sản phẩm được sản xuất phổ biến ở nhiều tỉnh, thành phố nhưng có chất lượng nổi trội, khác biệt do điều kiện về nguyên liệu, kỹ thuật truyền thống	1
☐ Sản phẩm được sản xuất ở nhiều nơi trên địa bàn, là sản phẩm đặc trưng của tỉnh, có chất lượng nổi trội/sản phẩm mới được chế biến từ nguyên liệu đặc trưng của địa phương	2
☐ Sản phẩm là đặc sản, truyền thống, chỉ sản xuất trên địa bàn của xã, có chất lượng đặc sắc, thương mại gắn với chỉ dẫn nguồn gốc địa lý/sản phẩm mới được chế biến từ nguyên liệu đặc trưng của địa phương, được thương mại ổn định ít nhất 36 tháng *****	4
<i>Ghi chú: Bị loại nếu phát hiện giống hệt sản phẩm của nhà sản xuất khác, chỉ thay đổi tên sản phẩm, nhà sản xuất</i>	
2.2. Đóng gói, bao bì sản phẩm	3
☐ Đóng gói theo hình thức thông thường, không có bao bì	0
☐ Đóng gói theo hình thức thông thường, bao bì đơn giản	1
☐ Đóng gói sáng tạo, bao bì đẹp*****	2
☐ Đóng gói sáng tạo, tiện lợi, bao bì đẹp, sang trọng*****	3
2.3. Phong cách, ghi nhãn hàng hóa	3
<i>(Gồm: Hình ảnh, màu sắc, ghi nhãn sản phẩm...)</i>	
☐ Có nhãn, ghi nhãn hàng hóa đầy đủ, theo đúng quy định	1
☐ Ghi nhãn hàng hóa đầy đủ, đúng quy định và thể hiện được thông điệp/câu truyện sản phẩm (hình ảnh hoặc lời giới thiệu)	2
☐ Ghi nhãn hàng hóa đầy đủ, đúng quy định, đẹp và thể hiện được thông điệp/câu truyện sản phẩm (hình ảnh hoặc lời giới thiệu) và có thể truy suất nguồn gốc điện tử*****	3
3. SỨC MẠNH CỘNG ĐỒNG	11
3.1. Loại hình tổ chức sản xuất - kinh doanh	3
☐ Hộ gia đình có đăng ký kinh doanh hoặc trang trại hoặc tổ hợp tác (có giấy đăng ký kinh doanh của tổ trưởng)	1
☐ Công ty TNHH hoặc doanh nghiệp tư nhân hoặc công ty cổ phần có vốn góp của cộng đồng địa phương <51%	2
☐ HTX tổ chức, hoạt động theo Luật HTX 2012 hoặc công ty cổ phần có vốn góp của cộng đồng địa phương ≥ 51%;	3
3.2. Đại diện pháp luật của chủ thể là nữ/đồng bào dân tộc thiểu số	1
☐ Đại diện pháp luật của chủ thể không phải nữ/đồng bào dân tộc thiểu số	0
☐ Đại diện pháp luật của chủ thể là nữ/đồng bào dân tộc thiểu số	1
3.3. Sử dụng lao động địa phương	3
☐ Có sử dụng từ 50% đến 75% lao động là người trên địa bàn cấp huyện	1

☐ Có sử dụng $\geq 75\%$ lao động là người trên địa bàn cấp huyện	3
3.4. Tăng trưởng sản xuất kinh doanh	2
☐ Hợp tác xã xếp loại trung bình, các loại hình khác có lợi nhuận tăng trưởng dương so với năm trước liền kề	1
☐ Hợp tác xã xếp loại khá, các loại hình khác có 2 năm liên tiếp tăng trưởng dương về lợi nhuận****	2
3.5. Sở hữu trí tuệ	2
☐ Các nhãn hiệu sử dụng trên bao bì sản phẩm được cấp giấy chứng nhận đăng ký****	1
☐ Các nhãn hiệu sử dụng trên bao bì sản phẩm được cấp giấy chứng nhận đăng ký; và sản phẩm có sử dụng dấu hiệu chỉ dẫn nguồn gốc địa lý gắn với cộng đồng địa phương (<i>đối với những sản phẩm của địa phương đã được bảo hộ chỉ dẫn địa lý, nhãn hiệu chứng nhận, nhãn hiệu tập thể gắn với chỉ dẫn nguồn gốc địa lý thì bắt buộc phải sử dụng</i>)*****	2
Phần B: KHẢ NĂNG TIẾP THỊ (25 Điểm)	25
4. TIẾP THỊ	13
4.1. Khu vực phân phối chính	5
☐ Thị trường trong xã	1
☐ Thị trường ngoài xã, có dưới 5 đại diện/đại lý phân phối	2
☐ Thị trường ngoài xã, có ≥ 5 đại diện/đại lý phân phối	3
☐ Thị trường quốc tế (có hợp đồng); hoặc phân phối tại các kênh thương mại hiện đại: siêu thị, thương mại điện tử,... (có hợp đồng và duy trì hoạt động ít nhất 6 tháng) *****	5
4.2. Tổ chức phân phối (Gồm: Tổ chức kinh doanh, phân phối sản phẩm)	4
☐ Không có người chịu trách nhiệm quản lý phân phối	0
☐ Có người chịu trách nhiệm quản lý phân phối	1
☐ Có bộ phận/phòng quản lý phân phối	3
☐ Có bộ phận/phòng quản lý phân phối, có ứng dụng công nghệ thông tin trong quản lý	4
4.3. Quảng bá sản phẩm	4
☐ Không có hoạt động quảng bá	0
☐ Có một số hoạt động quảng bá	1
☐ Có nhiều hoạt động quảng bá, có website của cơ sở/quảng bá trên mạng xã hội, có tham gia hoạt động xúc tiến thương mại trong tỉnh	2
☐ Có nhiều hoạt động quảng bá và có website của cơ sở/hoặc quảng bá trên mạng xã hội và có tham gia hoạt động xúc tiến thương mại ngoài tỉnh	3
☐ Có nhiều hoạt động quảng bá và có website của cơ sở/hoặc quảng bá trên mạng xã hội hoạt động thường xuyên và có tham gia hoạt động xúc tiến thương mại ngoài tỉnh và quốc tế	4
5. CÂU CHUYỆN VỀ SẢN PHẨM	12
5.1. Câu chuyện về sản phẩm	5
☐ Không có câu chuyện, hoặc có nhưng không được tư liệu hóa	0
☐ Có tài liệu giới thiệu về sản phẩm	1
☐ Có câu chuyện được tư liệu hóa (có cốt chuyện, nội dung cụ thể)	2
☐ Có câu chuyện được tư liệu hóa và trình bày trên nhãn/tờ rơi	3
☐ Có câu chuyện được tư liệu hóa và trình bày trên nhãn/tờ rơi và website	4
☐ Có câu chuyện được tư liệu hóa và trình bày trên nhãn/tờ rơi và website (dưới dạng hình ảnh, clip,...)	5

5.2. Trí tuệ/bản sắc địa phương	5
<i>Chỉ áp dụng khi có câu chuyện, đánh giá nội dung câu chuyện:</i>	
☐ Giống với câu chuyện sản phẩm ở nơi khác	0
☐ Tương đối giống câu chuyện sản phẩm ở nơi khác, có thay đổi một số yếu tố	1
☐ Có câu chuyện riêng, gắn với nguồn gốc xuất xứ***	3
☐ Có câu chuyện sản phẩm đặc sắc, mang sắc thái truyền thống, văn hóa và trí tuệ/bản sắc địa phương****	5
5.3. Cấu trúc câu chuyện	2
<i>Chỉ áp dụng khi có câu chuyện</i>	
☐ Đơn giản	0
☐ Có đầy đủ các yếu tố của câu chuyện sản phẩm	1
☐ Ngắn gọn, xúc tích và có các thông điệp đặc sắc về sản phẩm/văn hóa/trí tuệ/bản sắc địa phương*****	2
Phần C:	35
CHẤT LƯỢNG SẢN PHẨM (35 Điểm)	
6. CHỈ TIÊU CẢM QUAN	15
6.1. Tập chất	3
☐ Có tập chất	0
☐ Có rất ít tập chất, chấp nhận được	1
☐ Sạch, không phát hiện tập chất*****	3
<i>Ghi chú: Nếu có tập chất không chấp nhận được (các tạp chất có nguy cơ không đạt ATTP) như: đất, côn trùng, lông, len, mốc nguy hại,... sẽ không đánh giá các bước tiếp theo.</i>	
6.2. Ngoại hình, đồng đều	3
☐ Không đồng đều	0
☐ Không đồng đều, chấp nhận được	1
☐ Tương đối đồng đều	2
☐ Đồng đều	3
6.3. Màu sắc	3
☐ Chấp nhận được	0
☐ Tương đối phù hợp với đặc tính sản phẩm	1
☐ Phù hợp với đặc tính sản phẩm	2
☐ Rất phù hợp với đặc tính sản phẩm	3
6.4. Mùi	3
☐ Có mùi lạ (như khét,...)	0
☐ Có mùi chấp nhận được	1
☐ Mùi phù hợp đặc trưng của sản phẩm****	2
☐ Mùi phù hợp đặc trưng của sản phẩm, hấp dẫn*****	3
6.5. Vị	3
☐ Vị khác thường	0
☐ Chấp nhận được	1
☐ Phù hợp với đặc trưng của sản phẩm****	2
☐ Phù hợp với đặc trưng của sản phẩm, hấp dẫn*****	3
7. TÍNH ĐỘC ĐÁO	5
<i>(Chất lượng: Có nét riêng, khác biệt, có dấu hiệu nhận biết rõ ràng so với sản phẩm khác, tiềm năng thành thương hiệu của địa phương)</i>	
☐ Trung bình	0
☐ Tương đối độc đáo	1
☐ Độc đáo, mang tính đặc trưng****	3
☐ Rất độc đáo và có tính đặc trưng*****	5

8. CÔNG BỐ SẢN PHẨM	5
☐ Không thực hiện công bố sản phẩm theo quy định	0
☐ Có công bố sản phẩm theo quy định***	5
9. ĐẢM BẢO CHẤT LƯỢNG SẢN PHẨM	5
☐ Cơ sở chế biến, đóng gói có giấy chứng nhận đủ điều kiện ATTP theo quy định	1
☐ Cơ sở chế biến, đóng gói có giấy chứng nhận đủ điều kiện ATTP theo quy định và có chứng nhận quản lý chất lượng của Việt Nam...)*****	3
☐ Cơ sở chế biến, đóng gói có giấy chứng nhận đủ điều kiện ATTP theo quy định và có chứng nhận quản lý chất lượng theo tiêu chuẩn quốc tế, đủ điều kiện ATTP cho xuất khẩu và các thủ tục pháp lý khác theo yêu cầu của thị trường đích*****	5
10. HƯỚNG DẪN SỬ DỤNG ĐỂ ĐẢM BẢO SẢN PHẨM CÓ CHẤT LƯỢNG TỐT NHẤT CHO NGƯỜI TIÊU DÙNG	2
☐ Có hướng dẫn sử dụng sản phẩm đơn giản	1
☐ Có hướng dẫn sử dụng chi tiết, cụ thể để đảm bảo chất lượng sản phẩm*****	2
11. CƠ HỘI THỊ TRƯỜNG TOÀN CẦU	3
☐ Có thể xuất khẩu đến thị trường khu vực Đông Nam Á	1
☐ Có thể xuất khẩu các thị trường ngoài khu vực Đông Nam Á	2
☐ Có thể xuất khẩu đến các thị trường có tiêu chuẩn cao (Mỹ, Nhật, EU...)	3
TỔNG CỘNG	100

Ghi chú: Dấu sao là yêu cầu tối thiểu phải đạt theo các cấp độ sao (***) - 3 sao; **** - 4 sao; ***** - 5 sao)

Ý kiến của người đánh giá:

.....

..., ngày ... tháng ... năm ...

Người đánh giá
 (Ký và ghi rõ họ tên)

7. Bộ sản phẩm: Chế biến từ rau, củ, quả, hạt
(Sản phẩm: Thực phẩm. Nhóm: Nông sản chế biến)

Tên sản phẩm:

Mã số sản phẩm.(T).-.(X).-.(STT).-20.....

T: Mã tỉnh- X: Mã xã- STT: Số Thứ tự sản phẩm do xã lập thống kê - Năm đánh giá. Mã đơn vị hành chính theo Quyết định số 19/2025/QĐ-TTg ngày 30/6/2025

Tên chủ thể sản xuất:

Số điện thoại:

Địa chỉ:

Hồ sơ bị loại khi: Giả mạo hồ sơ hoặc không tuân thủ đầy đủ các quy định về giấy chứng nhận cơ sở đủ điều kiện ATTP theo quy định; hoặc không đáp ứng về Hồ sơ dự thi theo quy định

Các tiêu chí	Thang điểm
Phần A: SẢN PHẨM VÀ SỨC MẠNH CỦA CỘNG ĐỒNG (40 Điểm)	40
1. TỔ CHỨC SẢN XUẤT	19
1.1. Nguồn nguyên liệu	4
☐ Sử dụng nguyên liệu có nguồn gốc trong tỉnh dưới 50%***	1
☐ Sử dụng nguyên liệu có nguồn gốc trong tỉnh từ 50% đến dưới 75%	2
☐ Sử dụng nguyên liệu có nguồn gốc trong tỉnh từ 75% đến 100%	4
<i>Ghi chú: Bị loại nếu sử dụng toàn bộ nguyên liệu nhập khẩu hoặc không rõ nguồn gốc</i>	
1.2. Vùng nguyên liệu được cấp chứng nhận chất lượng	2
☐ Được cấp giấy chứng nhận chất lượng theo tiêu chuẩn Việt Nam	1
☐ Được cấp giấy chứng nhận chất lượng theo tiêu chuẩn quốc tế	2
1.3. Gia tăng giá trị	3
☐ Chế biến đơn giản	1
☐ Chế biến	2
☐ Chế biến sâu từ vùng nguyên liệu địa phương (tạo ra sản phẩm chất lượng cao theo nhu cầu của thị trường)	3
1.4. Năng lực sản xuất để đáp ứng yêu cầu phân phối <i>(Khả năng sản xuất đáp ứng nhu cầu về số lượng/quy mô của thị trường, so sánh với quy mô trung bình ở cùng đối tượng sản xuất tại địa phương)</i>	3
☐ Có năng lực, quy mô sản xuất mức độ nhỏ	1
☐ Có năng lực, quy mô sản xuất trung bình****	2
☐ Có năng lực, quy mô sản xuất lớn, có thể đáp ứng thị trường xuất khẩu*****	3
1.5. Liên kết chuỗi trong sản xuất	3
☐ Không có liên kết hoặc có nhưng không rõ ràng	0
☐ Có hợp đồng liên kết sản xuất từ 50% đến dưới 75% sản lượng nguyên liệu đầu vào cho chế biến	1
☐ Có hợp đồng liên kết trên 75% sản lượng nguyên liệu đầu vào cho chế biến****	2
☐ Có hợp đồng liên kết trên 75% sản lượng nguyên liệu đầu vào cho chế biến và tổ chức thực hiện hợp đồng ổn định từ 12 tháng trở lên*****	3
1.6. Bảo vệ môi trường trong quá trình sản xuất	3
☐ Có Hồ sơ, thủ tục về môi trường theo quy định của pháp luật và các quy định	1

khác về bảo vệ môi trường****	
☐ Có Hồ sơ, thủ tục về môi trường theo quy định của pháp luật về bảo vệ môi trường và hồ sơ minh chứng về công trình thu gom và xử lý chất thải theo quy định	2
☐ Có Hồ sơ, thủ tục về môi trường theo quy định của pháp luật về bảo vệ môi trường; hồ sơ minh chứng về công trình thu gom và xử lý chất thải theo quy định và hồ sơ minh chứng về sử dụng bao gói thân thiện với môi trường	3
1.7. Sử dụng công nghệ theo hướng bền vững trong SX	1
☐ Không sử dụng công nghệ theo hướng bền vững trong sản xuất	0
☐ Có áp dụng công nghệ theo hướng bền vững môi trường (công nghệ tiết kiệm nguyên liệu, nhiên liệu; hoạt động xử lý/tái chế chất thải; tận thu tái sử dụng, tái chế phụ phẩm nông nghiệp,...)	1
2. PHÁT TRIỂN SẢN PHẨM	10
2.1. Nguồn gốc ý tưởng sản phẩm	4
☐ Sản phẩm được sản xuất phổ biến ở nhiều tỉnh, thành phố	0
☐ Sản phẩm được sản xuất phổ biến ở nhiều tỉnh, thành phố nhưng có chất lượng nổi trội, khác biệt do điều kiện về nguyên liệu, kỹ thuật truyền thống	1
☐ Sản phẩm được sản xuất ở nhiều nơi trên địa bàn, là sản phẩm đặc trưng của tỉnh, có chất lượng nổi trội/sản phẩm mới được chế biến từ nguyên liệu đặc trưng của địa phương	2
☐ Sản phẩm là đặc sản, truyền thống, chỉ sản xuất trên địa bàn của xã, có chất lượng đặc sắc, thương mại gắn với chỉ dẫn nguồn gốc địa lý/sản phẩm mới được chế biến từ nguyên liệu đặc trưng của địa phương, được thương mại ổn định ít nhất 36 tháng ****	4
<i>Ghi chú: Bị loại nếu phát hiện giống hệt sản phẩm của nhà sản xuất khác, chỉ thay đổi tên sản phẩm, nhà sản xuất</i>	
2.2. Đóng gói, bao bì sản phẩm	3
☐ Đóng gói theo hình thức thông thường, không có bao bì	0
☐ Đóng gói theo hình thức thông thường, bao bì đơn giản	1
☐ Đóng gói sáng tạo, bao bì đẹp****	2
☐ Đóng gói sáng tạo, tiện lợi, bao bì đẹp, sang trọng*****	3
2.3. Phong cách, ghi nhãn hàng hóa	3
<i>(Gồm: Hình ảnh, màu sắc, ghi nhãn sản phẩm...)</i>	
☐ Có nhãn, ghi nhãn hàng hóa đầy đủ, theo đúng quy định	1
☐ Ghi nhãn hàng hóa đầy đủ, đúng quy định và thể hiện được thông điệp/câu truyện sản phẩm (hình ảnh hoặc lời giới thiệu)	2
☐ Ghi nhãn hàng hóa đầy đủ, đúng quy định, đẹp và thể hiện được thông điệp/câu truyện sản phẩm (hình ảnh hoặc lời giới thiệu) và có thể truy xuất nguồn gốc điện tử****	3
3. SỨC MẠNH CỘNG ĐỒNG	11
3.1. Loại hình tổ chức sản xuất - kinh doanh	3
☐ Hộ gia đình có đăng ký kinh doanh hoặc trang trại hoặc tổ hợp tác (có giấy đăng ký kinh doanh của tổ trưởng)	1
☐ Công ty TNHH hoặc doanh nghiệp tư nhân hoặc công ty cổ phần có vốn góp của cộng đồng địa phương <51%	2
☐ HTX tổ chức, hoạt động theo Luật HTX 2012 hoặc công ty cổ phần có vốn góp của cộng đồng địa phương ≥ 51%;	3
3.2. Đại diện pháp luật của chủ thể là nữ/đồng bào dân tộc thiểu số	1
☐ Đại diện pháp luật của chủ thể không phải nữ/đồng bào dân tộc thiểu số	0

☐ Đại diện pháp luật của chủ thể là nữ/đồng bào dân tộc thiểu số	1
3.3. Sử dụng lao động địa phương	3
☐ Có sử dụng từ 50% đến 75% lao động là người trên địa bàn cấp huyện	1
☐ Có sử dụng $\geq 75\%$ lao động là người trên địa bàn cấp huyện	3
3.4. Tăng trưởng sản xuất kinh doanh	2
☐ Hợp tác xã xếp loại trung bình, các loại hình khác có lợi nhuận tăng trưởng dương so với năm trước liền kề	1
☐ Hợp tác xã xếp loại khá, các loại hình khác có 2 năm liên tiếp tăng trưởng dương về lợi nhuận****	2
3.5. Sở hữu trí tuệ	2
☐ Các nhãn hiệu sử dụng trên bao bì sản phẩm được cấp giấy chứng nhận đăng ký****	1
☐ Các nhãn hiệu sử dụng trên bao bì sản phẩm được cấp giấy chứng nhận đăng ký; và sản phẩm có sử dụng dấu hiệu chỉ dẫn nguồn gốc địa lý gắn với cộng đồng địa phương (<i>đối với những sản phẩm của địa phương đã được bảo hộ chỉ dẫn địa lý, nhãn hiệu chứng nhận, nhãn hiệu tập thể gắn với chỉ dẫn nguồn gốc địa lý thì bắt buộc phải sử dụng</i>)*****	2
Phần B: KHẢ NĂNG TIẾP THỊ (25 Điểm)	25
4. TIẾP THỊ	13
4.1. Khu vực phân phối chính	5
☐ Thị trường trong xã	1
☐ Thị trường ngoài xã, có dưới 5 đại diện/đại lý phân phối	2
☐ Thị trường ngoài xã, có ≥ 5 đại diện/đại lý phân phối	3
☐ Thị trường quốc tế (có hợp đồng); hoặc phân phối tại các kênh thương mại hiện đại: siêu thị, thương mại điện tử,... (có hợp đồng và duy trì hoạt động ít nhất 6 tháng) *****	5
4.2. Tổ chức phân phối (Gồm: Tổ chức kinh doanh, phân phối sản phẩm)	4
☐ Không có người chịu trách nhiệm quản lý phân phối	0
☐ Có người chịu trách nhiệm quản lý phân phối	1
☐ Có bộ phận/phòng quản lý phân phối	3
☐ Có bộ phận/phòng quản lý phân phối, có ứng dụng công nghệ thông tin trong quản lý	4
4.3. Quảng bá sản phẩm	4
☐ Không có hoạt động quảng bá	0
☐ Có một số hoạt động quảng bá	1
☐ Có nhiều hoạt động quảng bá, có website của cơ sở/quảng bá trên mạng xã hội, có tham gia hoạt động xúc tiến thương mại trong tỉnh	2
☐ Có nhiều hoạt động quảng bá và có website của cơ sở/hoặc quảng bá trên mạng xã hội và có tham gia hoạt động xúc tiến thương mại ngoài tỉnh	3
☐ Có nhiều hoạt động quảng bá và có website của cơ sở/hoặc quảng bá trên mạng xã hội hoạt động thường xuyên và có tham gia hoạt động xúc tiến thương mại ngoài tỉnh và quốc tế	4
5. CÂU CHUYỆN VỀ SẢN PHẨM	12
5.1. Câu chuyện về sản phẩm	5
☐ Không có câu chuyện, hoặc có nhưng không được tư liệu hóa	0
☐ Có tài liệu giới thiệu về sản phẩm	1
☐ Có câu chuyện được tư liệu hóa (có cốt chuyện, nội dung cụ thể)	2
☐ Có câu chuyện được tư liệu hóa và trình bày trên nhãn/tờ rơi	3

☐ Có câu chuyện được tư liệu hóa và trình bày trên nhãn/tờ rơi và website	4
☐ Có câu chuyện được tư liệu hóa và trình bày trên nhãn/tờ rơi và website (dưới dạng hình ảnh, clip,...)	5
5.2. Trí tuệ/bản sắc địa phương <i>Chỉ áp dụng khi có câu chuyện, đánh giá nội dung câu chuyện:</i>	5
☐ Giống với câu chuyện sản phẩm ở nơi khác	0
☐ Tương đối giống câu chuyện sản phẩm ở nơi khác, có thay đổi một số yếu tố	1
☐ Có câu chuyện riêng, gắn với nguồn gốc xuất xứ***	3
☐ Có câu chuyện sản phẩm đặc sắc, mang sắc thái truyền thống, văn hóa và trí tuệ/bản sắc địa phương****	5
5.3. Cấu trúc câu chuyện <i>Chỉ áp dụng khi có câu chuyện</i>	2
☐ Đơn giản	0
☐ Có đầy đủ các yếu tố của câu chuyện sản phẩm	1
☐ Ngắn gọn, xúc tích và có các thông điệp đặc sắc về sản phẩm/văn hóa/trí tuệ/bản sắc địa phương*****	2
Phần C: CHẤT LƯỢNG SẢN PHẨM (35 Điểm)	35
6. CHỈ TIÊU CẢM QUAN	15
6.1. Tập chất	2
☐ Có tập chất	0
☐ Có rất ít tập chất, chấp nhận được	1
☐ Sạch, không phát hiện tập chất****	2
<i>Ghi chú: Nếu có tập chất không chấp nhận được (các tạp chất có nguy cơ không đạt ATTP) như: đất, côn trùng, lông, len, mốc nguy hại,... sẽ không đánh giá các bước tiếp theo.</i>	
6.2. Hình dạng, thể chất	2
☐ Kích thước/hình dạng, thể chất không đồng đều	0
☐ Kích thước/hình dạng, thể chất khá đồng đều (> 60%)	1
☐ Kích thước/hình dạng, thể chất đồng đều (> 90%)	2
6.3. Màu sắc	3
☐ Chấp nhận được	0
☐ Tương đối phù hợp với đặc tính sản phẩm	1
☐ Phù hợp với đặc tính sản phẩm****	2
☐ Rất phù hợp với đặc tính sản phẩm*****	3
6.4. Mùi	3
☐ Không có mùi đặc trưng, là mùi của thành phần tạo nên (mùi của hương liệu)	1
☐ Tự nhiên của thành phần nguyên liệu****	2
☐ Tự nhiên của thành phần nguyên liệu, phù hợp, hấp dẫn*****	3
6.5. Vị	5
☐ Vị khác thường	0
☐ Chấp nhận được	1
☐ Phù hợp với đặc trưng của sản phẩm****	3
☐ Phù hợp với đặc trưng của sản phẩm, hấp dẫn*****	5
7. TÍNH ĐỘC ĐÁO <i>(Chất lượng: Có nét riêng, khác biệt, có dấu hiệu nhận biết rõ ràng so với sản phẩm khác, tiềm năng thành thương hiệu của địa phương)</i>	5
☐ Trung bình	0
☐ Tương đối độc đáo	1
☐ Độc đáo, mang tính đặc trưng****	3

☐ Rất độc đáo và có tính đặc trưng*****	5
8. CÔNG BỐ SẢN PHẨM	5
☐ Không thực hiện công bố sản phẩm theo quy định	0
☐ Có công bố sản phẩm theo quy định***	5
9. ĐẢM BẢO CHẤT LƯỢNG SẢN PHẨM	5
☐ Cơ sở chế biến, đóng gói có giấy chứng nhận đủ điều kiện ATTP theo quy định	1
☐ Cơ sở chế biến, đóng gói có giấy chứng nhận đủ điều kiện ATTP theo quy định và có chứng nhận quản lý chất lượng của Việt Nam...)*****	3
☐ Cơ sở chế biến, đóng gói có giấy chứng nhận đủ điều kiện ATTP theo quy định và có chứng nhận quản lý chất lượng theo tiêu chuẩn quốc tế, đủ điều kiện ATTP cho xuất khẩu và các thủ tục pháp lý khác theo yêu cầu của thị trường đích*****	5
10. HƯỚNG DẪN SỬ DỤNG ĐỂ ĐẢM BẢO SẢN PHẨM CÓ CHẤT LƯỢNG TỐT NHẤT CHO NGƯỜI TIÊU DÙNG	2
☐ Có hướng dẫn sử dụng sản phẩm đơn giản	1
☐ Có hướng dẫn sử dụng chi tiết, cụ thể để đảm bảo chất lượng sản phẩm*****	2
11. CƠ HỘI THỊ TRƯỜNG TOÀN CẦU	3
☐ Có thể xuất khẩu đến thị trường khu vực Đông Nam Á	1
☐ Có thể xuất khẩu các thị trường ngoài khu vực Đông Nam Á	2
☐ Có thể xuất khẩu đến các thị trường có tiêu chuẩn cao (Mỹ, Nhật, EU...)	3
TỔNG CỘNG	100

Ghi chú: Dấu sao là yêu cầu tối thiểu phải đạt theo các cấp độ sao (***) - 3 sao; (****) - 4 sao; (*****)- 5 sao)

Ý kiến của người đánh giá:

.....

..., ngày ... tháng ... năm ...

Người đánh giá

(Ký và ghi rõ họ tên)

8. Bộ sản phẩm: Chế biến từ thịt, thủy sản, trứng, sữa, các sản phẩm từ mật ong, mật khác và nông sản thực phẩm khác

(Sản phẩm: Thực phẩm. Nhóm: Nông sản chế biến)

Tên sản phẩm:

Mã số sản phẩm.(T).-(X).-(STT).-20.....

T: Mã tỉnh- X: Mã xã- STT: Số Thứ tự sản phẩm do xã lập thống kê - Năm đánh giá. Mã đơn vị hành chính theo Quyết định số 19/2025/QĐ-TTg ngày 30/6/2025

Tên chủ thể sản xuất:

Số điện thoại:

Địa chỉ:

Hồ sơ bị loại khi: Giả mạo hồ sơ hoặc không tuân thủ đầy đủ các quy định về giấy chứng nhận cơ sở đủ điều kiện ATTP theo quy định; hoặc không đáp ứng về Hồ sơ dự thi theo quy định

Các tiêu chí	Thang điểm
Phần A: SẢN PHẨM VÀ SỨC MẠNH CỦA CỘNG ĐỒNG (40 Điểm)	40
1. TỔ CHỨC SẢN XUẤT	19
1.1. Nguồn nguyên liệu	4
☐ Sử dụng nguyên liệu có nguồn gốc trong tỉnh dưới 50%***	1
☐ Sử dụng nguyên liệu có nguồn gốc trong tỉnh từ 50% đến dưới 75%	2
☐ Sử dụng nguyên liệu có nguồn gốc trong tỉnh từ 75% đến 100%	4
<i>Ghi chú: Bị loại nếu sử dụng toàn bộ nguyên liệu nhập khẩu hoặc không rõ nguồn gốc</i>	
1.2. Vùng nguyên liệu được cấp chứng nhận chất lượng	2
☐ Được cấp giấy chứng nhận chất lượng theo tiêu chuẩn Việt Nam	1
☐ Được cấp giấy chứng nhận chất lượng theo tiêu chuẩn quốc tế	2
1.3. Gia tăng giá trị	3
☐ Chế biến đơn giản	1
☐ Chế biến	2
☐ Chế biến sâu từ vùng nguyên liệu địa phương (tạo ra sản phẩm chất lượng cao theo nhu cầu của thị trường)	3
1.4. Năng lực sản xuất để đáp ứng yêu cầu phân phối <i>(Khả năng sản xuất đáp ứng nhu cầu về số lượng/quy mô của thị trường, so sánh với quy mô trung bình ở cùng đối tượng sản xuất tại địa phương)</i>	3
☐ Có năng lực, quy mô sản xuất mức độ nhỏ	1
☐ Có năng lực, quy mô sản xuất trung bình****	2
☐ Có năng lực, quy mô sản xuất lớn, có thể đáp ứng thị trường xuất khẩu*****	3
1.5. Liên kết chuỗi trong sản xuất	3
☐ Không có liên kết hoặc có nhưng không rõ ràng	0
☐ Có hợp đồng liên kết sản xuất từ 50% đến dưới 75% sản lượng nguyên liệu đầu vào cho chế biến	1
☐ Có hợp đồng liên kết trên 75% sản lượng nguyên liệu đầu vào cho chế biến****	2
☐ Có hợp đồng liên kết trên 75% sản lượng nguyên liệu đầu vào cho chế biến và tổ chức thực hiện hợp đồng ổn định từ 12 tháng trở lên*****	3
1.6. Bảo vệ môi trường trong quá trình sản xuất	3

☐ Có Hồ sơ, thủ tục về môi trường theo quy định của pháp luật và các quy định khác về bảo vệ môi trường****	1
☐ Có Hồ sơ, thủ tục về môi trường theo quy định của pháp luật về bảo vệ môi trường và hồ sơ minh chứng về công trình thu gom và xử lý chất thải theo quy định	2
☐ Có Hồ sơ, thủ tục về môi trường theo quy định của pháp luật về bảo vệ môi trường; hồ sơ minh chứng về công trình thu gom và xử lý chất thải theo quy định và hồ sơ minh chứng về sử dụng bao gói thân thiện với môi trường	3
1.7. Sử dụng công nghệ theo hướng bền vững trong SX	1
☐ Không sử dụng công nghệ theo hướng bền vững trong sản xuất	0
☐ Có áp dụng công nghệ theo hướng bền vững môi trường (công nghệ tiết kiệm nguyên liệu, nhiên liệu; hoạt động xử lý/tái chế chất thải; tận thu tái sử dụng, tái chế phụ phẩm nông nghiệp,...)	1
2. PHÁT TRIỂN SẢN PHẨM	10
2.1. Nguồn gốc ý tưởng sản phẩm	4
☐ Sản phẩm được sản xuất phổ biến ở nhiều tỉnh, thành phố nhưng có chất lượng nổi trội, khác biệt do điều kiện về nguyên liệu, kỹ thuật truyền thống	0
☐ Sản phẩm được sản xuất ở nhiều nơi trên địa bàn, là sản phẩm đặc trưng của tỉnh, có chất lượng nổi trội/sản phẩm mới được chế biến từ nguyên liệu đặc trưng của địa phương	1
☐ Sản phẩm là đặc sản, truyền thống, chỉ sản xuất trên địa bàn của xã, có chất lượng đặc sắc, thương mại gắn với chỉ dẫn nguồn gốc địa lý/sản phẩm mới được chế biến từ nguyên liệu đặc trưng của địa phương, được thương mại ổn định ít nhất 36 tháng ****	2
<i>Ghi chú: Bị loại nếu phát hiện giống hệt sản phẩm của nhà sản xuất khác, chỉ thay đổi tên sản phẩm, nhà sản xuất</i>	4
2.2. Đóng gói, bao bì sản phẩm	3
☐ Đóng gói theo hình thức thông thường, không có bao bì	0
☐ Đóng gói theo hình thức thông thường, bao bì đơn giản	1
☐ Đóng gói sáng tạo, bao bì đẹp****	2
☐ Đóng gói sáng tạo, tiện lợi, bao bì đẹp, sang trọng*****	3
2.3. Phong cách, ghi nhãn hàng hóa	3
<i>(Gồm: Hình ảnh, màu sắc, ghi nhãn sản phẩm...)</i>	
☐ Có nhãn, ghi nhãn hàng hóa đầy đủ, theo đúng quy định	1
☐ Ghi nhãn hàng hóa đầy đủ, đúng quy định và thể hiện được thông điệp/câu truyện sản phẩm (hình ảnh hoặc lời giới thiệu)	2
☐ Ghi nhãn hàng hóa đầy đủ, đúng quy định, đẹp và thể hiện được thông điệp/câu truyện sản phẩm (hình ảnh hoặc lời giới thiệu) và có thể truy xuất nguồn gốc điện tử****	3
3. SỨC MẠNH CỘNG ĐỒNG	11
3.1. Loại hình tổ chức sản xuất - kinh doanh	3
☐ Hộ gia đình có đăng ký kinh doanh hoặc trang trại hoặc tổ hợp tác (có giấy đăng ký kinh doanh của tổ trưởng)	1
☐ Công ty TNHH hoặc doanh nghiệp tư nhân hoặc công ty cổ phần có vốn góp của cộng đồng địa phương <51%	2
☐ HTX tổ chức, hoạt động theo Luật HTX 2012 hoặc công ty cổ phần có vốn góp của cộng đồng địa phương ≥ 51%;	3
3.2. Đại diện pháp luật của chủ thể là nữ/đồng bào dân tộc thiểu số	1
☐ Đại diện pháp luật của chủ thể không phải nữ/đồng bào dân tộc thiểu số	0
☐ Đại diện pháp luật của chủ thể là nữ/đồng bào dân tộc thiểu số	1

3.3. Sử dụng lao động địa phương	3
☐ Có sử dụng từ 50% đến 75% lao động là người trên địa bàn cấp huyện	1
☐ Có sử dụng $\geq 75\%$ lao động là người trên địa bàn cấp huyện	3
3.4. Tăng trưởng sản xuất kinh doanh	2
☐ Hợp tác xã xếp loại trung bình, các loại hình khác có lợi nhuận tăng trưởng dương so với năm trước liền kề	1
☐ Hợp tác xã xếp loại khá, các loại hình khác có 2 năm liên tiếp tăng trưởng dương về lợi nhuận****	2
3.5. Sở hữu trí tuệ	2
☐ Các nhãn hiệu sử dụng trên bao bì sản phẩm được cấp giấy chứng nhận đăng ký*****	1
☐ Các nhãn hiệu sử dụng trên bao bì sản phẩm được cấp giấy chứng nhận đăng ký; và sản phẩm có sử dụng dấu hiệu chỉ dẫn nguồn gốc địa lý gắn với cộng đồng địa phương (<i>đối với những sản phẩm của địa phương đã được bảo hộ chỉ dẫn địa lý, nhãn hiệu chứng nhận, nhãn hiệu tập thể gắn với chỉ dẫn nguồn gốc địa lý thì bắt buộc phải sử dụng</i>)*****	2
Phần B: KHẢ NĂNG TIẾP THỊ (25 Điểm)	25
4. TIẾP THỊ	13
4.1. Khu vực phân phối chính	5
☐ Thị trường trong xã	1
☐ Thị trường ngoài xã, có dưới 5 đại diện/đại lý phân phối	2
☐ Thị trường ngoài xã, có ≥ 5 đại diện/đại lý phân phối	3
☐ Thị trường quốc tế (có hợp đồng); hoặc phân phối tại các kênh thương mại hiện đại: siêu thị, thương mại điện tử,... (có hợp đồng và duy trì hoạt động ít nhất 6 tháng) *****	5
4.2. Tổ chức phân phối (Gồm: Tổ chức kinh doanh, phân phối sản phẩm)	4
☐ Không có người chịu trách nhiệm quản lý phân phối	0
☐ Có người chịu trách nhiệm quản lý phân phối	1
☐ Có bộ phận/phòng quản lý phân phối	3
☐ Có bộ phận/phòng quản lý phân phối, có ứng dụng công nghệ thông tin trong quản lý	4
4.3. Quảng bá sản phẩm	4
☐ Không có hoạt động quảng bá	0
☐ Có một số hoạt động quảng bá	1
☐ Có nhiều hoạt động quảng bá, có website của cơ sở/quảng bá trên mạng xã hội, có tham gia hoạt động xúc tiến thương mại trong tỉnh	2
☐ Có nhiều hoạt động quảng bá và có website của cơ sở/hoặc quảng bá trên mạng xã hội và có tham gia hoạt động xúc tiến thương mại ngoài tỉnh	3
☐ Có nhiều hoạt động quảng bá và có website của cơ sở/hoặc quảng bá trên mạng xã hội hoạt động thường xuyên và có tham gia hoạt động xúc tiến thương mại ngoài tỉnh và quốc tế	4
5. CÂU CHUYỆN VỀ SẢN PHẨM	12
5.1. Câu chuyện về sản phẩm	5
☐ Không có câu chuyện, hoặc có nhưng không được tư liệu hóa	0
☐ Có tài liệu giới thiệu về sản phẩm	1
☐ Có câu chuyện được tư liệu hóa (có cốt chuyện, nội dung cụ thể)	2
☐ Có câu chuyện được tư liệu hóa và trình bày trên nhãn/tờ rơi	3
☐ Có câu chuyện được tư liệu hóa và trình bày trên nhãn/tờ rơi và website	4

☐ Có câu chuyện được tư liệu hóa và trình bày trên nhãn/tờ rơi và website (dưới dạng hình ảnh, clip,...)	5
5.2. Trí tuệ/bản sắc địa phương	5
<i>Chỉ áp dụng khi có câu chuyện, đánh giá nội dung câu chuyện:</i>	
☐ Giống với câu chuyện sản phẩm ở nơi khác	0
☐ Tương đối giống câu chuyện sản phẩm ở nơi khác, có thay đổi một số yếu tố	1
☐ Có câu chuyện riêng, gắn với nguồn gốc xuất xứ***	3
☐ Có câu chuyện sản phẩm đặc sắc, mang sắc thái truyền thống, văn hóa và trí tuệ/bản sắc địa phương****	5
5.3. Cấu trúc câu chuyện	2
<i>Chỉ áp dụng khi có câu chuyện</i>	
☐ Đơn giản	0
☐ Có đầy đủ các yếu tố của câu chuyện sản phẩm	1
☐ Ngắn gọn, xúc tích và có các thông điệp đặc sắc về sản phẩm/văn hóa/trí tuệ/bản sắc địa phương*****	2
Phần C: CHẤT LƯỢNG SẢN PHẨM (35 Điểm)	35
6. CHỈ TIÊU CẢM QUAN	15
6.1. Tập chất	2
☐ Có tập chất	0
☐ Có rất ít tập chất, chấp nhận được	1
☐ Sạch, không phát hiện tập chất*****	2
<i>Ghi chú: Nếu có tập chất không chấp nhận được (các tạp chất có nguy cơ không đạt ATTP) như: đất, côn trùng, lông, len, móc nguy hại,... sẽ không đánh giá các bước tiếp theo.</i>	
6.2. Hình dạng, thể chất	3
☐ Không đồng đều	0
☐ Không đồng đều, chấp nhận được	1
☐ Tương đối đồng đều	2
☐ Đồng đều	3
6.3. Màu sắc	3
☐ Chấp nhận được	0
☐ Tương đối phù hợp với đặc tính sản phẩm	1
☐ Phù hợp với đặc tính sản phẩm****	2
☐ Rất phù hợp với đặc tính sản phẩm*****	3
6.4. Mùi	3
☐ Có mùi lạ (như khét,...)	0
☐ Có mùi chấp nhận được	1
☐ Mùi phù hợp đặc trưng của sản phẩm****	2
☐ Mùi phù hợp đặc trưng của sản phẩm, hấp dẫn*****	3
6.5. Vị	4
☐ Vị khác thường	0
☐ Chấp nhận được	1
☐ Phù hợp với đặc trưng của sản phẩm****	2
☐ Phù hợp với đặc trưng của sản phẩm, hấp dẫn*****	4
7. TÍNH ĐỘC ĐÁO	5
<i>(Chất lượng: Có nét riêng, khác biệt, có dấu hiệu nhận biết rõ ràng so với sản phẩm khác, tiềm năng thành thương hiệu của địa phương)</i>	
☐ Trung bình	0
☐ Tương đối độc đáo	1

☐ Độc đáo, mang tính đặc trưng****	3
☐ Rất độc đáo và có tính đặc trưng*****	5
8. CÔNG BỐ SẢN PHẨM	5
☐ Không thực hiện công bố sản phẩm theo quy định	0
☐ Có công bố sản phẩm theo quy định***	5
9. ĐẢM BẢO CHẤT LƯỢNG SẢN PHẨM	5
☐ Cơ sở chế biến, đóng gói có giấy chứng nhận đủ điều kiện ATTP theo quy định	1
☐ Cơ sở chế biến, đóng gói có giấy chứng nhận đủ điều kiện ATTP theo quy định và có chứng nhận quản lý chất lượng của Việt Nam...)*****	3
☐ Cơ sở chế biến, đóng gói có giấy chứng nhận đủ điều kiện ATTP theo quy định và có chứng nhận quản lý chất lượng theo tiêu chuẩn quốc tế, đủ điều kiện ATTP cho xuất khẩu và các thủ tục pháp lý khác theo yêu cầu của thị trường đích*****	5
10. HƯỚNG DẪN SỬ DỤNG ĐỂ ĐẢM BẢO SẢN PHẨM CÓ CHẤT LƯỢNG TỐT NHẤT CHO NGƯỜI TIÊU DÙNG	2
☐ Có hướng dẫn sử dụng sản phẩm đơn giản	1
☐ Có hướng dẫn sử dụng chi tiết, cụ thể để đảm bảo chất lượng sản phẩm*****	2
11. CƠ HỘI THỊ TRƯỜNG TOÀN CẦU	3
☐ Có thể xuất khẩu đến thị trường khu vực Đông Nam Á	1
☐ Có thể xuất khẩu các thị trường ngoài khu vực Đông Nam Á	2
☐ Có thể xuất khẩu đến các thị trường có tiêu chuẩn cao (Mỹ, Nhật, EU...)	3
TỔNG CỘNG	100

Ghi chú: Dấu sao là yêu cầu tối thiểu phải đạt theo các cấp độ sao (***) - 3 sao; **** - 4 sao; ***** - 5 sao)

Ý kiến của người đánh giá:

.....

..., ngày ... tháng ... năm ...

Người đánh giá

(Ký và ghi rõ họ tên)

9. Bộ sản phẩm: Tương, nước mắm, gia vị dạng lỏng khác
(Sản phẩm: Thực phẩm. Nhóm: Gia vị)

Tên sản phẩm:

Mã số sản phẩm.(T).-(X).-(STT).-20.....

T: Mã tỉnh- X: Mã xã- STT: Số Thứ tự sản phẩm do xã lập thống kê - Năm đánh giá. Mã đơn vị hành chính theo Quyết định số 19/2025/QĐ-TTg ngày 30/6/2025

Tên chủ thể sản xuất:

Số điện thoại:

Địa chỉ:

Hồ sơ bị loại khi: Giả mạo hồ sơ hoặc không tuân thủ đầy đủ các quy định về giấy chứng nhận cơ sở đủ điều kiện ATTP theo quy định; hoặc không đáp ứng về Hồ sơ dự thi theo quy định

Các tiêu chí	Thang điểm
Phần A: SẢN PHẨM VÀ SỨC MẠNH CỦA CỘNG ĐỒNG (40 Điểm)	40
1. TỔ CHỨC SẢN XUẤT	18
1.1. Nguồn nguyên liệu	5
☐ Sử dụng nguyên liệu có nguồn gốc trong tỉnh dưới 50%***	1
☐ Sử dụng nguyên liệu có nguồn gốc trong tỉnh từ 50% đến dưới 75%	3
☐ Sử dụng nguyên liệu có nguồn gốc trong tỉnh từ 75% đến 100%	5
<i>Ghi chú: Bị loại nếu sử dụng toàn bộ nguyên liệu nhập khẩu hoặc không rõ nguồn gốc</i>	
1.2. Gia tăng giá trị	3
☐ Chế biến đơn giản	1
☐ Chế biến	2
☐ Chế biến sâu từ vùng nguyên liệu địa phương (tạo ra sản phẩm chất lượng cao theo nhu cầu của thị trường)	3
1.3. Năng lực sản xuất để đáp ứng yêu cầu phân phối <i>(Khả năng sản xuất đáp ứng nhu cầu về số lượng/quy mô của thị trường, so sánh với quy mô trung bình ở cùng đối tượng sản xuất tại địa phương)</i>	3
☐ Có năng lực, quy mô sản xuất mức độ nhỏ	1
☐ Có năng lực, quy mô sản xuất trung bình****	2
☐ Có năng lực, quy mô sản xuất lớn, có thể đáp ứng thị trường xuất khẩu*****	3
1.4. Liên kết chuỗi trong sản xuất	3
☐ Không có liên kết hoặc có nhưng không rõ ràng	0
☐ Có hợp đồng liên kết sản xuất từ 50% đến dưới 75% sản lượng nguyên liệu đầu vào cho chế biến	1
☐ Có hợp đồng liên kết trên 75% sản lượng nguyên liệu đầu vào cho chế biến****	2
☐ Có hợp đồng liên kết trên 75% sản lượng nguyên liệu đầu vào cho chế biến và tổ chức thực hiện hợp đồng ổn định từ 12 tháng trở lên*****	3
1.5. Bảo vệ môi trường trong quá trình sản xuất	3
☐ Có Hồ sơ, thủ tục về môi trường theo quy định của pháp luật và các quy định khác về bảo vệ môi trường****	1
☐ Có Hồ sơ, thủ tục về môi trường theo quy định của pháp luật về bảo vệ môi trường và hồ sơ minh chứng về công trình thu gom và xử lý chất thải theo quy định	2

☐ Có Hồ sơ, thủ tục về môi trường theo quy định của pháp luật về bảo vệ môi trường; hồ sơ minh chứng về công trình thu gom và xử lý chất thải theo quy định và hồ sơ minh chứng về sử dụng bao gói thân thiện với môi trường	3
1.6. Sử dụng công nghệ theo hướng bền vững trong SX	1
☐ Không sử dụng công nghệ theo hướng bền vững trong sản xuất	0
☐ Có áp dụng công nghệ theo hướng bền vững môi trường (công nghệ tiết kiệm nguyên liệu, nhiên liệu; hoạt động xử lý/tái chế chất thải; tận thu tái sử dụng, tái chế phụ phẩm nông nghiệp,...)	1
2. PHÁT TRIỂN SẢN PHẨM	11
2.1. Nguồn gốc ý tưởng sản phẩm	5
☐ Sản phẩm được sản xuất phổ biến ở nhiều tỉnh, thành phố	0
☐ Sản phẩm được sản xuất phổ biến ở nhiều tỉnh, thành phố nhưng có chất lượng nổi trội, khác biệt do điều kiện về nguyên liệu, kỹ thuật truyền thống	1
☐ Sản phẩm được sản xuất ở nhiều nơi trên địa bàn, là sản phẩm đặc trưng của tỉnh, có chất lượng nổi trội/sản phẩm mới được chế biến từ nguyên liệu đặc trưng của địa phương	3
☐ Sản phẩm là đặc sản, truyền thống, chỉ sản xuất trên địa bàn của xã, có chất lượng đặc sắc, thương mại gắn với chỉ dẫn nguồn gốc địa lý/sản phẩm mới được chế biến từ nguyên liệu đặc trưng của địa phương, được thương mại ổn định ít nhất 36 tháng ****	5
<i>Ghi chú: Bị loại nếu phát hiện giống hệt sản phẩm của nhà sản xuất khác, chỉ thay đổi tên sản phẩm, nhà sản xuất</i>	
2.2. Đóng gói, bao bì sản phẩm	3
☐ Đóng gói theo hình thức thông thường, không có bao bì	0
☐ Đóng gói theo hình thức thông thường, bao bì đơn giản	1
☐ Đóng gói sáng tạo, bao bì đẹp	2
☐ Đóng gói sáng tạo, tiện lợi, bao bì đẹp, sang trọng*****	3
2.3. Phong cách, ghi nhãn hàng hóa	3
<i>(Gồm: Hình ảnh, màu sắc, ghi nhãn sản phẩm...)</i>	
☐ Có nhãn, ghi nhãn hàng hóa đầy đủ, theo đúng quy định	1
☐ Ghi nhãn hàng hóa đầy đủ, đúng quy định và thể hiện được thông điệp/câu truyện sản phẩm (hình ảnh hoặc lời giới thiệu)	2
☐ Ghi nhãn hàng hóa đầy đủ, đúng quy định, đẹp và thể hiện được thông điệp/câu truyện sản phẩm (hình ảnh hoặc lời giới thiệu) và có thể truy suất nguồn gốc điện tử*****	3
3. SỨC MẠNH CỘNG ĐỒNG	11
3.1. Loại hình tổ chức sản xuất - kinh doanh	3
☐ Hộ gia đình có đăng ký kinh doanh hoặc trang trại hoặc tổ hợp tác (có giấy đăng ký kinh doanh của tổ trưởng)	1
☐ Công ty TNHH hoặc doanh nghiệp tư nhân hoặc công ty cổ phần có vốn góp của cộng đồng địa phương <51%	2
☐ HTX tổ chức, hoạt động theo Luật HTX 2012 hoặc công ty cổ phần có vốn góp của cộng đồng địa phương ≥ 51%;	3
3.2. Đại diện pháp luật của chủ thể là nữ/đồng bào dân tộc thiểu số	1
☐ Đại diện pháp luật của chủ thể không phải nữ/đồng bào dân tộc thiểu số	0
☐ Đại diện pháp luật của chủ thể là nữ/đồng bào dân tộc thiểu số	1
3.3. Sử dụng lao động địa phương	3
☐ Có sử dụng từ 50% đến 75% lao động là người trên địa bàn cấp huyện	1
☐ Có sử dụng ≥ 75% lao động là người trên địa bàn cấp huyện	3
3.4. Tăng trưởng sản xuất kinh doanh	2

☐ Hợp tác xã xếp loại trung bình, các loại hình khác có lợi nhuận tăng trưởng dương so với năm trước liền kề	1
☐ Hợp tác xã xếp loại khá, các loại hình khác có 2 năm liên tiếp tăng trưởng dương về lợi nhuận*****	2
3.5. Sở hữu trí tuệ	2
☐ Các nhãn hiệu sử dụng trên bao bì sản phẩm được cấp giấy chứng nhận đăng ký*****	1
☐ Các nhãn hiệu sử dụng trên bao bì sản phẩm được cấp giấy chứng nhận đăng ký; và sản phẩm có sử dụng dấu hiệu chỉ dẫn nguồn gốc địa lý gắn với cộng đồng địa phương (<i>đối với những sản phẩm của địa phương đã được bảo hộ chỉ dẫn địa lý, nhãn hiệu chứng nhận, nhãn hiệu tập thể gắn với chỉ dẫn nguồn gốc địa lý thì bắt buộc phải sử dụng</i>)*****	2
Phần B: KHẢ NĂNG TIẾP THỊ (25 Điểm)	25
4. TIẾP THỊ	13
4.1. Khu vực phân phối chính	5
☐ Thị trường trong xã	1
☐ Thị trường ngoài xã, có dưới 5 đại diện/đại lý phân phối	2
☐ Thị trường ngoài xã, có ≥ 5 đại diện/đại lý phân phối	3
☐ Thị trường quốc tế (có hợp đồng); hoặc phân phối tại các kênh thương mại hiện đại: siêu thị, thương mại điện tử,... (có hợp đồng và duy trì hoạt động ít nhất 6 tháng) *****	5
4.2. Tổ chức phân phối (Gồm: Tổ chức kinh doanh, phân phối sản phẩm)	4
☐ Không có người chịu trách nhiệm quản lý phân phối	0
☐ Có người chịu trách nhiệm quản lý phân phối	1
☐ Có bộ phận/phòng quản lý phân phối	3
☐ Có bộ phận/phòng quản lý phân phối, có ứng dụng công nghệ thông tin trong quản lý	4
4.3. Quảng bá sản phẩm	4
☐ Không có hoạt động quảng bá	0
☐ Có một số hoạt động quảng bá	1
☐ Có nhiều hoạt động quảng bá, có website của cơ sở/quảng bá trên mạng xã hội, có tham gia hoạt động xúc tiến thương mại trong tỉnh	2
☐ Có nhiều hoạt động quảng bá và có website của cơ sở/hoặc quảng bá trên mạng xã hội và có tham gia hoạt động xúc tiến thương mại ngoài tỉnh	3
☐ Có nhiều hoạt động quảng bá và có website của cơ sở/hoặc quảng bá trên mạng xã hội hoạt động thường xuyên và có tham gia hoạt động xúc tiến thương mại ngoài tỉnh và quốc tế	4
5. CÂU CHUYỆN VỀ SẢN PHẨM	12
5.1. Câu chuyện về sản phẩm	5
☐ Không có câu chuyện, hoặc có nhưng không được tư liệu hóa	0
☐ Có tài liệu giới thiệu về sản phẩm	1
☐ Có câu chuyện được tư liệu hóa (có cốt chuyện, nội dung cụ thể)	2
☐ Có câu chuyện được tư liệu hóa và trình bày trên nhãn/tờ rơi	3
☐ Có câu chuyện được tư liệu hóa và trình bày trên nhãn/tờ rơi và website	4
☐ Có câu chuyện được tư liệu hóa và trình bày trên nhãn/tờ rơi và website (dưới dạng hình ảnh, clip,...)	5
5.2. Trí tuệ/bản sắc địa phương <i>Chỉ áp dụng khi có câu chuyện, đánh giá nội dung câu chuyện:</i>	5
☐ Giống với câu chuyện sản phẩm ở nơi khác	0

☐ Tương đối giống câu chuyện sản phẩm ở nơi khác, có thay đổi một số yếu tố	1
☐ Có câu chuyện riêng, gắn với nguồn gốc xuất xứ***	3
☐ Có câu chuyện sản phẩm đặc sắc, mang sắc thái truyền thống, văn hóa và trí tuệ/bản sắc địa phương*****	5
5.3. Cấu trúc câu chuyện	2
<i>Chỉ áp dụng khi có câu chuyện</i>	
☐ Đơn giản	0
☐ Có đầy đủ các yếu tố của câu chuyện sản phẩm	1
☐ Ngắn gọn, xúc tích và có các thông điệp đặc sắc về sản phẩm/văn hóa/trí tuệ/bản sắc địa phương*****	2
Phần C: CHẤT LƯỢNG SẢN PHẨM (35 Điểm)	35
6. CHỈ TIÊU CẢM QUAN	15
6.1. Tạp chất	2
☐ Có tạp chất	0
☐ Có rất ít tạp chất, chấp nhận được	1
☐ Sạch, không phát hiện tạp chất*****	2
<i>Chú ý: Nếu có các tạp chất không chấp nhận được (các tạp chất có nguy cơ không đạt ATTP) như: Lông, côn trùng, mẫu gỗ, cát, nhựa ... sẽ không đánh giá các bước tiếp theo</i>	
6.2. Thề chất	3
☐ Không phù hợp	0
☐ Tương đối phù hợp với tính chất của sản phẩm	1
☐ Phù hợp với tính chất của sản phẩm	2
☐ Rất phù hợp với tính chất của sản phẩm	3
6.3. Màu sắc	3
☐ Chấp nhận được	0
☐ Tương đối phù hợp với đặc tính sản phẩm	1
☐ Phù hợp với đặc tính sản phẩm*****	2
☐ Rất phù hợp với đặc tính sản phẩm*****	3
6.4. Mùi	3
☐ Có mùi lạ (như khét,...)	0
☐ Có mùi chấp nhận được	1
☐ Mùi phù hợp đặc trưng của sản phẩm*****	2
☐ Mùi phù hợp đặc trưng của sản phẩm, hấp dẫn*****	3
6.5. Vị	4
☐ Vị khác thường	0
☐ Chấp nhận được	1
☐ Phù hợp với đặc trưng của sản phẩm*****	2
☐ Phù hợp với đặc trưng của sản phẩm, hấp dẫn*****	4
7. TÍNH ĐỘC ĐÁO <i>(Chất lượng: Có nét riêng, khác biệt, có dấu hiệu nhận biết rõ ràng so với sản phẩm khác, tiềm năng thành thương hiệu của địa phương)</i>	5
☐ Trung bình	0
☐ Tương đối độc đáo	1
☐ Độc đáo, mang tính đặc trưng*****	3
☐ Rất độc đáo và có tính đặc trưng*****	5
8. CÔNG BỐ SẢN PHẨM	5
☐ Không thực hiện công bố sản phẩm theo quy định	0
☐ Có công bố sản phẩm theo quy định***	5

9. ĐẢM BẢO CHẤT LƯỢNG SẢN PHẨM	5
☐ Cơ sở chế biến, đóng gói có giấy chứng nhận đủ điều kiện ATTP theo quy định	1
☐ Cơ sở chế biến, đóng gói có giấy chứng nhận đủ điều kiện ATTP theo quy định và có chứng nhận quản lý chất lượng của Việt Nam...)*****	3
☐ Cơ sở chế biến, đóng gói có giấy chứng nhận đủ điều kiện ATTP theo quy định và có chứng nhận quản lý chất lượng theo tiêu chuẩn quốc tế, đủ điều kiện ATTP cho xuất khẩu và các thủ tục pháp lý khác theo yêu cầu của thị trường đích*****	5
10. HƯỚNG DẪN SỬ DỤNG ĐỂ ĐẢM BẢO SẢN PHẨM CÓ CHẤT LƯỢNG TỐT NHẤT CHO NGƯỜI TIÊU DÙNG	2
☐ Có hướng dẫn sử dụng sản phẩm đơn giản	1
☐ Có hướng dẫn sử dụng chi tiết, cụ thể để đảm bảo chất lượng sản phẩm*****	2
11. CƠ HỘI THỊ TRƯỜNG TOÀN CẦU	3
☐ Có thể xuất khẩu đến thị trường khu vực Đông Nam Á	1
☐ Có thể xuất khẩu các thị trường ngoài khu vực Đông Nam Á	2
☐ Có thể xuất khẩu đến các thị trường có tiêu chuẩn cao (Mỹ, Nhật, EU...)	3
TỔNG CỘNG	100

Ghi chú: Dấu sao là yêu cầu tối thiểu phải đạt theo các cấp độ sao (***) - 3 sao; **** - 4 sao; ***** - 5 sao)

Ý kiến của người đánh giá:

.....

..., ngày ... tháng ... năm ...

Người đánh giá
 (Ký và ghi rõ họ tên)

10. Bộ sản phẩm: Gia vị khác (muối, hành, tỏi, tiêu,...)

(Sản phẩm: Thực phẩm. Nhóm: Gia vị)

Tên sản phẩm:

Mã số sản phẩm.(T).-.(X).-.(STT).-20.....

T: Mã tỉnh- X: Mã xã- STT: Số Thứ tự sản phẩm do xã lập thống kê - Năm đánh giá. Mã đơn vị hành chính theo Quyết định số 19/2025/QĐ-TTg ngày 30/6/2025

Tên chủ thể sản xuất:

Số điện thoại:

Địa chỉ:

Hồ sơ bị loại khi: Giả mạo hồ sơ hoặc không tuân thủ đầy đủ các quy định về giấy chứng nhận cơ sở đủ điều kiện ATTP theo quy định; hoặc không đáp ứng về Hồ sơ dự thi theo quy định

Các tiêu chí	Thang điểm
Phần A: SẢN PHẨM VÀ SỨC MẠNH CỦA CỘNG ĐỒNG (40 Điểm)	40
1. TỔ CHỨC SẢN XUẤT	19
1.1. Nguồn nguyên liệu	4
☐ Sử dụng nguyên liệu có nguồn gốc trong tỉnh dưới 50%***	1
☐ Sử dụng nguyên liệu có nguồn gốc trong tỉnh từ 50% đến dưới 75%	2
☐ Sử dụng nguyên liệu có nguồn gốc trong tỉnh từ 75% đến 100%	4
<i>Ghi chú: Bị loại nếu sử dụng toàn bộ nguyên liệu nhập khẩu hoặc không rõ nguồn gốc</i>	
1.2. Vùng nguyên liệu được cấp chứng nhận chất lượng	2
☐ Được cấp giấy chứng nhận chất lượng theo tiêu chuẩn Việt Nam	1
☐ Được cấp giấy chứng nhận chất lượng theo tiêu chuẩn quốc tế	2
1.3. Gia tăng giá trị	3
☐ Chế biến đơn giản	1
☐ Chế biến	2
☐ Chế biến sâu từ vùng nguyên liệu địa phương (tạo ra sản phẩm chất lượng cao theo nhu cầu của thị trường)	3
1.4. Năng lực sản xuất để đáp ứng yêu cầu phân phối <i>(Khả năng sản xuất đáp ứng nhu cầu về số lượng/quy mô của thị trường, so sánh với quy mô trung bình ở cùng đối tượng sản xuất tại địa phương)</i>	3
☐ Có năng lực, quy mô sản xuất mức độ nhỏ	1
☐ Có năng lực, quy mô sản xuất trung bình****	2
☐ Có năng lực, quy mô sản xuất lớn, có thể đáp ứng thị trường xuất khẩu*****	3
1.5. Liên kết chuỗi trong sản xuất	3
☐ Không có liên kết hoặc có nhưng không rõ ràng	0
☐ Có hợp đồng liên kết sản xuất từ 50% đến dưới 75% sản lượng nguyên liệu đầu vào cho chế biến	1
☐ Có hợp đồng liên kết trên 75% sản lượng nguyên liệu đầu vào cho chế biến****	2
☐ Có hợp đồng liên kết trên 75% sản lượng nguyên liệu đầu vào cho chế biến và tổ chức thực hiện hợp đồng ổn định từ 12 tháng trở lên*****	3
1.6. Bảo vệ môi trường trong quá trình sản xuất	3

☐ Có Hồ sơ, thủ tục về môi trường theo quy định của pháp luật và các quy định khác về bảo vệ môi trường****	1
☐ Có Hồ sơ, thủ tục về môi trường theo quy định của pháp luật về bảo vệ môi trường và hồ sơ minh chứng về công trình thu gom và xử lý chất thải theo quy định	2
☐ Có Hồ sơ, thủ tục về môi trường theo quy định của pháp luật về bảo vệ môi trường; hồ sơ minh chứng về công trình thu gom và xử lý chất thải theo quy định và hồ sơ minh chứng về sử dụng bao gói thân thiện với môi trường	3
1.7. Sử dụng công nghệ theo hướng bền vững trong SX	1
☐ Không sử dụng công nghệ theo hướng bền vững trong sản xuất	0
☐ Có áp dụng công nghệ theo hướng bền vững môi trường (công nghệ tiết kiệm nguyên liệu, nhiên liệu; hoạt động xử lý/tái chế chất thải; tận thu tái sử dụng, tái chế phụ phẩm nông nghiệp,...)	1
2. PHÁT TRIỂN SẢN PHẨM	10
2.1. Nguồn gốc ý tưởng sản phẩm	4
☐ Sản phẩm được sản xuất phổ biến ở nhiều tỉnh, thành phố	0
☐ Sản phẩm được sản xuất phổ biến ở nhiều tỉnh, thành phố nhưng có chất lượng nổi trội, khác biệt do điều kiện về nguyên liệu, kỹ thuật truyền thống	1
☐ Sản phẩm được sản xuất ở nhiều nơi trên địa bàn, là sản phẩm đặc trưng của tỉnh, có chất lượng nổi trội/sản phẩm mới được chế biến từ nguyên liệu đặc trưng của địa phương	2
☐ Sản phẩm là đặc sản, truyền thống, chỉ sản xuất trên địa bàn của xã, có chất lượng đặc sắc, thương mại gắn với chỉ dẫn nguồn gốc địa lý/sản phẩm mới được chế biến từ nguyên liệu đặc trưng của địa phương, được thương mại ổn định ít nhất 36 tháng ****	4
<i>Ghi chú: Bị loại nếu phát hiện giống hệt sản phẩm của nhà sản xuất khác, chỉ thay đổi tên sản phẩm, nhà sản xuất</i>	
2.2. Đóng gói, bao bì sản phẩm	3
☐ Đóng gói theo hình thức thông thường, không có bao bì	0
☐ Đóng gói theo hình thức thông thường, bao bì đơn giản	1
☐ Đóng gói sáng tạo, bao bì đẹp	2
☐ Đóng gói sáng tạo, tiện lợi, bao bì đẹp, sang trọng*****	3
2.3. Phong cách, ghi nhãn hàng hóa	3
<i>(Gồm: Hình ảnh, màu sắc, ghi nhãn sản phẩm...)</i>	
☐ Có nhãn, ghi nhãn hàng hóa đầy đủ, theo đúng quy định	1
☐ Ghi nhãn hàng hóa đầy đủ, đúng quy định và thể hiện được thông điệp/câu truyện sản phẩm (hình ảnh hoặc lời giới thiệu)	2
☐ Ghi nhãn hàng hóa đầy đủ, đúng quy định, đẹp và thể hiện được thông điệp/câu truyện sản phẩm (hình ảnh hoặc lời giới thiệu) và có thể truy suất nguồn gốc điện tử*****	3
3. SỨC MẠNH CỘNG ĐỒNG	11
3.1. Loại hình tổ chức sản xuất - kinh doanh	3
☐ Hộ gia đình có đăng ký kinh doanh hoặc trang trại hoặc tổ hợp tác (có giấy đăng ký kinh doanh của tổ trưởng)	1
☐ Công ty TNHH hoặc doanh nghiệp tư nhân hoặc công ty cổ phần có vốn góp của cộng đồng địa phương <51%	2
☐ HTX tổ chức, hoạt động theo Luật HTX 2012 hoặc công ty cổ phần có vốn góp của cộng đồng địa phương ≥ 51%;	3
3.2. Đại diện pháp luật của chủ thể là nữ/đồng bào dân tộc thiểu số	1

☐ Đại diện pháp luật của chủ thể không phải nữ/đồng bào dân tộc thiểu số	0
☐ Đại diện pháp luật của chủ thể là nữ/đồng bào dân tộc thiểu số	1
3.3. Sử dụng lao động địa phương	3
☐ Có sử dụng từ 50% đến 75% lao động là người trên địa bàn cấp huyện	1
☐ Có sử dụng $\geq 75\%$ lao động là người trên địa bàn cấp huyện	3
3.4. Tăng trưởng sản xuất kinh doanh	2
☐ Hợp tác xã xếp loại trung bình, các loại hình khác có lợi nhuận tăng trưởng dương so với năm trước liền kề	1
☐ Hợp tác xã xếp loại khá, các loại hình khác có 2 năm liên tiếp tăng trưởng dương về lợi nhuận****	2
3.5. Sở hữu trí tuệ	2
☐ Các nhãn hiệu sử dụng trên bao bì sản phẩm được cấp giấy chứng nhận đăng ký****	1
☐ Các nhãn hiệu sử dụng trên bao bì sản phẩm được cấp giấy chứng nhận đăng ký; và sản phẩm có sử dụng dấu hiệu chỉ dẫn nguồn gốc địa lý gắn với cộng đồng địa phương (<i>đối với những sản phẩm của địa phương đã được bảo hộ chỉ dẫn địa lý, nhãn hiệu chứng nhận, nhãn hiệu tập thể gắn với chỉ dẫn nguồn gốc địa lý thì bắt buộc phải sử dụng</i>)*****	2
Phần B: KHẢ NĂNG TIẾP THỊ (25 Điểm)	25
4. TIẾP THỊ	13
4.1. Khu vực phân phối chính	5
☐ Thị trường trong xã	1
☐ Thị trường ngoài xã, có dưới 5 đại diện/đại lý phân phối	2
☐ Thị trường ngoài xã, có ≥ 5 đại diện/đại lý phân phối	3
☐ Thị trường quốc tế (có hợp đồng); hoặc phân phối tại các kênh thương mại hiện đại: siêu thị, thương mại điện tử,... (có hợp đồng và duy trì hoạt động ít nhất 6 tháng) *****	5
4.2. Tổ chức phân phối (Gồm: Tổ chức kinh doanh, phân phối sản phẩm)	4
☐ Không có người chịu trách nhiệm quản lý phân phối	0
☐ Có người chịu trách nhiệm quản lý phân phối	1
☐ Có bộ phận/phòng quản lý phân phối	3
☐ Có bộ phận/phòng quản lý phân phối, có ứng dụng công nghệ thông tin trong quản lý	4
4.3. Quảng bá sản phẩm	4
☐ Không có hoạt động quảng bá	0
☐ Có một số hoạt động quảng bá	1
☐ Có nhiều hoạt động quảng bá, có website của cơ sở/quảng bá trên mạng xã hội, có tham gia hoạt động xúc tiến thương mại trong tỉnh	2
☐ Có nhiều hoạt động quảng bá và có website của cơ sở/hoặc quảng bá trên mạng xã hội và có tham gia hoạt động xúc tiến thương mại ngoài tỉnh	3
☐ Có nhiều hoạt động quảng bá và có website của cơ sở/hoặc quảng bá trên mạng xã hội hoạt động thường xuyên và có tham gia hoạt động xúc tiến thương mại ngoài tỉnh và quốc tế	4
5. CÂU CHUYỆN VỀ SẢN PHẨM	12
5.1. Câu chuyện về sản phẩm	5
☐ Không có câu chuyện, hoặc có nhưng không được tư liệu hóa	0
☐ Có tài liệu giới thiệu về sản phẩm	1
☐ Có câu chuyện được tư liệu hóa (có cốt chuyện, nội dung cụ thể)	2

☐ Có câu chuyện được tư liệu hóa và trình bày trên nhãn/tờ rơi	3
☐ Có câu chuyện được tư liệu hóa và trình bày trên nhãn/tờ rơi và website	4
☐ Có câu chuyện được tư liệu hóa và trình bày trên nhãn/tờ rơi và website (dưới dạng hình ảnh, clip,...)	5
5.2. Trí tuệ/bản sắc địa phương	5
<i>Chỉ áp dụng khi có câu chuyện, đánh giá nội dung câu chuyện:</i>	
☐ Giống với câu chuyện sản phẩm ở nơi khác	0
☐ Tương đối giống câu chuyện sản phẩm ở nơi khác, có thay đổi một số yếu tố	1
☐ Có câu chuyện riêng, gắn với nguồn gốc xuất xứ***	3
☐ Có câu chuyện sản phẩm đặc sắc, mang sắc thái truyền thống, văn hóa và trí tuệ/bản sắc địa phương*****	5
5.3. Cấu trúc câu chuyện	2
<i>Chỉ áp dụng khi có câu chuyện</i>	
☐ Đơn giản	0
☐ Có đầy đủ các yếu tố của câu chuyện sản phẩm	1
☐ Ngắn gọn, xúc tích và có các thông điệp đặc sắc về sản phẩm/văn hóa/trí tuệ/bản sắc địa phương*****	2
Phần C:	35
CHẤT LƯỢNG SẢN PHẨM (35 Điểm)	
6. CHỈ TIÊU CẢM QUAN	15
6.1. Tạp chất	2
☐ Có tạp chất	0
☐ Có rất ít tạp chất, chấp nhận được	1
☐ Sạch, không phát hiện tạp chất*****	2
<i>Chú ý: Nếu có các tạp chất không chấp nhận được (các tạp chất có nguy cơ không đạt ATTP) như: Lông, côn trùng, mẫu gỗ, cát, nhựa ... sẽ không đánh giá các bước tiếp theo</i>	
6.2. Thể chất	3
☐ Không phù hợp	0
☐ Tương đối phù hợp với tính chất của sản phẩm	1
☐ Phù hợp với tính chất của sản phẩm	2
☐ Rất phù hợp với tính chất của sản phẩm	3
6.3. Màu sắc	3
☐ Chấp nhận được	0
☐ Tương đối phù hợp với đặc tính sản phẩm	1
☐ Phù hợp với đặc tính sản phẩm*****	2
☐ Rất phù hợp với đặc tính sản phẩm*****	3
6.4. Mùi	3
☐ Có mùi lạ (như khét,...)	0
☐ Có mùi chấp nhận được	1
☐ Mùi phù hợp đặc trưng của sản phẩm*****	2
☐ Mùi phù hợp đặc trưng của sản phẩm, hấp dẫn*****	3
6.5. Vị	4
☐ Vị khác thường	0
☐ Chấp nhận được	1
☐ Phù hợp với đặc trưng của sản phẩm*****	2
☐ Phù hợp với đặc trưng của sản phẩm, hấp dẫn*****	4

7. TÍNH ĐỘC ĐÁO (Chất lượng: Có nét riêng, khác biệt, có dấu hiệu nhận biết rõ ràng so với sản phẩm khác, tiềm năng thành thương hiệu của địa phương)	5
☐ Trung bình	0
☐ Tương đối độc đáo	1
☐ Độc đáo, mang tính đặc trưng****	3
☐ Rất độc đáo và có tính đặc trưng*****	5
8. CÔNG BỐ SẢN PHẨM	5
☐ Không thực hiện công bố sản phẩm theo quy định	0
☐ Có công bố sản phẩm theo quy định***	5
9. ĐẢM BẢO CHẤT LƯỢNG SẢN PHẨM	5
☐ Cơ sở chế biến, đóng gói có giấy chứng nhận đủ điều kiện ATTP theo quy định	1
☐ Cơ sở chế biến, đóng gói có giấy chứng nhận đủ điều kiện ATTP theo quy định và có chứng nhận quản lý chất lượng của Việt Nam...)*****	3
☐ Cơ sở chế biến, đóng gói có giấy chứng nhận đủ điều kiện ATTP theo quy định và có chứng nhận quản lý chất lượng theo tiêu chuẩn quốc tế, đủ điều kiện ATTP cho xuất khẩu và các thủ tục pháp lý khác theo yêu cầu của thị trường đích*****	5
10. HƯỚNG DẪN SỬ DỤNG ĐỂ ĐẢM BẢO SẢN PHẨM CÓ CHẤT LƯỢNG TỐT NHẤT CHO NGƯỜI TIÊU DÙNG	2
☐ Có hướng dẫn sử dụng sản phẩm đơn giản	1
☐ Có hướng dẫn sử dụng chi tiết, cụ thể để đảm bảo chất lượng sản phẩm*****	2
11. CƠ HỘI THỊ TRƯỜNG TOÀN CẦU	3
☐ Có thể xuất khẩu đến thị trường khu vực Đông Nam Á	1
☐ Có thể xuất khẩu các thị trường ngoài khu vực Đông Nam Á	2
☐ Có thể xuất khẩu đến các thị trường có tiêu chuẩn cao (Mỹ, Nhật, EU...)	3
TỔNG CỘNG	100

Ghi chú: Dấu sao là yêu cầu tối thiểu phải đạt theo các cấp độ sao (***) - 3 sao; **** - 4 sao; ***** - 5 sao)

Ý kiến của người đánh giá:

.....

..., ngày ... tháng ... năm ...

Người đánh giá

(Ký và ghi rõ họ tên)

11. Bộ sản phẩm: Chè tươi, chè chế biến

(Sản phẩm: Thực phẩm. Nhóm: Chè)

Tên sản phẩm:

Mã số sản phẩm.(T).-(X).-(STT).-20.....

T: Mã tỉnh- X: Mã xã- STT: Số Thứ tự sản phẩm do xã lập thống kê - Năm đánh giá. Mã đơn vị hành chính theo Quyết định số 19/2025/QĐ-TTg ngày 30/6/2025

Tên chủ thể sản xuất:

Số điện thoại:

Địa chỉ:

Hồ sơ bị loại khi: Giả mạo hồ sơ hoặc không tuân thủ đầy đủ các quy định về giấy chứng nhận cơ sở đủ điều kiện ATTP theo quy định; hoặc không đáp ứng về Hồ sơ dự thi theo quy định

Các tiêu chí	Thang điểm
Phần A: SẢN PHẨM VÀ SỨC MẠNH CỦA CỘNG ĐỒNG (40 Điểm)	40
1. TỔ CHỨC SẢN XUẤT	19
1.1. Nguồn nguyên liệu	4
☐ Sử dụng nguyên liệu có nguồn gốc trong tỉnh dưới 50%	1
☐ Sử dụng nguyên liệu có nguồn gốc trong tỉnh từ 50% đến dưới 75%***	2
☐ Sử dụng nguyên liệu có nguồn gốc trong tỉnh từ 75% đến 100%	4
<i>Ghi chú: Bị loại nếu sử dụng toàn bộ nguyên liệu nhập khẩu hoặc không rõ nguồn gốc</i>	
1.2. Vùng nguyên liệu được cấp chứng nhận chất lượng	2
☐ Được cấp giấy chứng nhận chất lượng theo tiêu chuẩn Việt Nam	1
☐ Được cấp giấy chứng nhận chất lượng theo tiêu chuẩn quốc tế	2
1.3. Gia tăng giá trị	3
☐ Phân loại, sơ chế	0
☐ Chế biến đơn giản	1
☐ Chế biến	2
☐ Chế biến sâu từ vùng nguyên liệu địa phương (tạo ra sản phẩm chất lượng cao theo nhu cầu của thị trường)	3
1.4. Năng lực sản xuất để đáp ứng yêu cầu phân phối <i>(Khả năng sản xuất đáp ứng nhu cầu về số lượng/quy mô của thị trường, so sánh với quy mô trung bình ở cùng đối tượng sản xuất tại địa phương)</i>	3
☐ Có năng lực, quy mô sản xuất mức độ nhỏ	1
☐ Có năng lực, quy mô sản xuất trung bình****	2
☐ Có năng lực, quy mô sản xuất lớn, có thể đáp ứng thị trường xuất khẩu*****	3
1.5. Liên kết chuỗi trong sản xuất	3
☐ Không có liên kết hoặc có nhưng không rõ ràng	0
☐ Có hợp đồng liên kết sản xuất từ 50% đến dưới 75% sản lượng nguyên liệu đầu vào cho chế biến	1
☐ Có hợp đồng liên kết trên 75% sản lượng nguyên liệu đầu vào cho chế biến****	2
☐ Có hợp đồng liên kết trên 75% sản lượng nguyên liệu đầu vào cho chế biến và tổ chức thực hiện hợp đồng ổn định từ 12 tháng trở lên*****	3
1.6. Bảo vệ môi trường trong quá trình sản xuất	3

☐ Có Hồ sơ, thủ tục về môi trường theo quy định của pháp luật và các quy định khác về bảo vệ môi trường****	1
☐ Có Hồ sơ, thủ tục về môi trường theo quy định của pháp luật về bảo vệ môi trường và hồ sơ minh chứng về công trình thu gom và xử lý chất thải theo quy định	2
☐ Có Hồ sơ, thủ tục về môi trường theo quy định của pháp luật về bảo vệ môi trường; hồ sơ minh chứng về công trình thu gom và xử lý chất thải theo quy định và hồ sơ minh chứng về sử dụng bao gói thân thiện với môi trường	3
1.7. Sử dụng công nghệ theo hướng bền vững trong SX	1
☐ Không sử dụng công nghệ theo hướng bền vững trong sản xuất	0
☐ Có áp dụng công nghệ theo hướng bền vững môi trường (công nghệ tiết kiệm nguyên liệu, nhiên liệu; hoạt động xử lý/tái chế chất thải; tận thu tái sử dụng, tái chế phụ phẩm nông nghiệp,...)	1
2. PHÁT TRIỂN SẢN PHẨM	10
2.1. Nguồn gốc ý tưởng sản phẩm	4
☐ Sản phẩm được sản xuất phổ biến ở nhiều tỉnh, thành phố	0
☐ Sản phẩm được sản xuất phổ biến ở nhiều tỉnh, thành phố nhưng có chất lượng nổi trội, khác biệt do điều kiện về nguyên liệu, kỹ thuật truyền thống	1
☐ Sản phẩm được sản xuất ở nhiều nơi trên địa bàn, là sản phẩm đặc trưng của tỉnh, có chất lượng nổi trội/sản phẩm mới được chế biến từ nguyên liệu đặc trưng của địa phương	2
☐ Sản phẩm là đặc sản, truyền thống, chỉ sản xuất trên địa bàn của xã, có chất lượng đặc sắc, thương mại gắn với chỉ dẫn nguồn gốc địa lý/sản phẩm mới được chế biến từ nguyên liệu đặc trưng của địa phương, được thương mại ổn định ít nhất 36 tháng ****	4
<i>Ghi chú: Bị loại nếu phát hiện giống hệt sản phẩm của nhà sản xuất khác, chỉ thay đổi tên sản phẩm, nhà sản xuất</i>	
2.2. Đóng gói, bao bì sản phẩm	3
☐ Đóng gói theo hình thức thông thường, không có bao bì	0
☐ Đóng gói theo hình thức thông thường, bao bì đơn giản	1
☐ Đóng gói sáng tạo, bao bì đẹp	2
☐ Đóng gói sáng tạo, tiện lợi, bao bì đẹp, sang trọng*****	3
2.3. Phong cách, ghi nhãn hàng hóa	3
<i>(Gồm: Hình ảnh, màu sắc, ghi nhãn sản phẩm...)</i>	
☐ Có nhãn, ghi nhãn hàng hóa đầy đủ, theo đúng quy định	1
☐ Ghi nhãn hàng hóa đầy đủ, đúng quy định và thể hiện được thông điệp/câu truyện sản phẩm (hình ảnh hoặc lời giới thiệu)	2
☐ Ghi nhãn hàng hóa đầy đủ, đúng quy định, đẹp và thể hiện được thông điệp/câu truyện sản phẩm (hình ảnh hoặc lời giới thiệu) và có thể truy suất nguồn gốc điện tử****	3
3. SỨC MẠNH CỘNG ĐỒNG	11
3.1. Loại hình tổ chức sản xuất - kinh doanh	3
☐ Hộ gia đình có đăng ký kinh doanh hoặc trang trại hoặc tổ hợp tác (có giấy đăng ký kinh doanh của tổ trưởng)	1
☐ Công ty TNHH hoặc doanh nghiệp tư nhân hoặc công ty cổ phần có vốn góp của cộng đồng địa phương <51%	2
☐ HTX tổ chức, hoạt động theo Luật HTX 2012 hoặc công ty cổ phần có vốn góp của cộng đồng địa phương ≥ 51%;	3
3.2. Đại diện pháp luật của chủ thể là nữ/đồng bào dân tộc thiểu số	1
☐ Đại diện pháp luật của chủ thể không phải nữ/đồng bào dân tộc thiểu số	0

☐ Đại diện pháp luật của chủ thể là nữ/đồng bào dân tộc thiểu số	1
3.3. Sử dụng lao động địa phương	3
☐ Có sử dụng từ 50% đến 75% lao động là người trên địa bàn cấp huyện	1
☐ Có sử dụng $\geq 75\%$ lao động là người trên địa bàn cấp huyện	3
3.4. Tăng trưởng sản xuất kinh doanh	2
☐ Hợp tác xã xếp loại trung bình, các loại hình khác có lợi nhuận tăng trưởng dương so với năm trước liền kề	1
☐ Hợp tác xã xếp loại khá, các loại hình khác có 2 năm liên tiếp tăng trưởng dương về lợi nhuận*****	2
3.5. Sở hữu trí tuệ	2
☐ Các nhãn hiệu sử dụng trên bao bì sản phẩm được cấp giấy chứng nhận đăng ký*****	1
☐ Các nhãn hiệu sử dụng trên bao bì sản phẩm được cấp giấy chứng nhận đăng ký; và sản phẩm có sử dụng dấu hiệu chỉ dẫn nguồn gốc địa lý gắn với cộng đồng địa phương (<i>đối với những sản phẩm của địa phương đã được bảo hộ chỉ dẫn địa lý, nhãn hiệu chứng nhận, nhãn hiệu tập thể gắn với chỉ dẫn nguồn gốc địa lý thì bắt buộc phải sử dụng</i>)*****	2
Phần B: KHẢ NĂNG TIẾP THỊ (25 Điểm)	25
4. TIẾP THỊ	13
4.1. Khu vực phân phối chính	5
☐ Thị trường trong xã	1
☐ Thị trường ngoài xã, có dưới 5 đại diện/đại lý phân phối	2
☐ Thị trường ngoài xã, có ≥ 5 đại diện/đại lý phân phối	3
☐ Thị trường quốc tế (có hợp đồng); hoặc phân phối tại các kênh thương mại hiện đại: siêu thị, thương mại điện tử,... (có hợp đồng và duy trì hoạt động ít nhất 6 tháng) *****	5
4.2. Tổ chức phân phối (Gồm: Tổ chức kinh doanh, phân phối sản phẩm)	4
☐ Không có người chịu trách nhiệm quản lý phân phối	0
☐ Có người chịu trách nhiệm quản lý phân phối	1
☐ Có bộ phận/phòng quản lý phân phối	3
☐ Có bộ phận/phòng quản lý phân phối, có ứng dụng công nghệ thông tin trong quản lý	4
4.3. Quảng bá sản phẩm	4
☐ Không có hoạt động quảng bá	0
☐ Có một số hoạt động quảng bá	1
☐ Có nhiều hoạt động quảng bá, có website của cơ sở/quảng bá trên mạng xã hội, có tham gia hoạt động xúc tiến thương mại trong tỉnh	2
☐ Có nhiều hoạt động quảng bá và có website của cơ sở/hoặc quảng bá trên mạng xã hội và có tham gia hoạt động xúc tiến thương mại ngoài tỉnh	3
☐ Có nhiều hoạt động quảng bá và có website của cơ sở/hoặc quảng bá trên mạng xã hội hoạt động thường xuyên và có tham gia hoạt động xúc tiến thương mại ngoài tỉnh và quốc tế	4
5. CÂU CHUYỆN VỀ SẢN PHẨM	12
5.1. Câu chuyện về sản phẩm	5
☐ Không có câu chuyện, hoặc có nhưng không được tư liệu hóa	0
☐ Có tài liệu giới thiệu về sản phẩm	1
☐ Có câu chuyện được tư liệu hóa (có cốt chuyện, nội dung cụ thể)	2
☐ Có câu chuyện được tư liệu hóa và trình bày trên nhãn/tờ rơi	3

☐ Có câu chuyện được tư liệu hóa và trình bày trên nhãn/tờ rơi và website	4
☐ Có câu chuyện được tư liệu hóa và trình bày trên nhãn/tờ rơi và website (dưới dạng hình ảnh, clip,...)	5
5.2. Trí tuệ/bản sắc địa phương <i>Chỉ áp dụng khi có câu chuyện, đánh giá nội dung câu chuyện:</i>	5
☐ Giống với câu chuyện sản phẩm ở nơi khác	0
☐ Tương đối giống câu chuyện sản phẩm ở nơi khác, có thay đổi một số yếu tố	1
☐ Có câu chuyện riêng, gắn với nguồn gốc xuất xứ***	3
☐ Có câu chuyện sản phẩm đặc sắc, mang sắc thái truyền thống, văn hóa và trí tuệ/bản sắc địa phương****	5
5.3. Cấu trúc câu chuyện <i>Chỉ áp dụng khi có câu chuyện</i>	2
☐ Đơn giản	0
☐ Có đầy đủ các yếu tố của câu chuyện sản phẩm	1
☐ Ngắn gọn, xúc tích và có các thông điệp đặc sắc về sản phẩm/văn hóa/trí tuệ/bản sắc địa phương*****	2
Phần C: CHẤT LƯỢNG SẢN PHẨM (35 Điểm)	35
6. CHỈ TIÊU CẢM QUAN	15
6.1. Ngoại hình	4
6.1.1. Tập chất	2
☐ Có tập chất	0
☐ Có rất ít tập chất, chấp nhận được	1
☐ Sạch, không phát hiện tập chất*****	2
<i>Chú ý: Nếu có các tạp chất không chấp nhận được (các tạp chất có nguy cơ không đạt ATTP) như: Lông, côn trùng, mẫu gỗ, cát, nhựa ... sẽ không đánh giá các bước tiếp theo</i>	
6.1.2. Hình dạng, màu sắc cánh chè	2
☐ Hình dạng/màu không phù hợp	0
☐ Đồng đều, màu tự nhiên, tương đối phù hợp với tính chất sản phẩm	1
☐ Đồng đều, màu tự nhiên, phù hợp với tính chất sản phẩm****	2
6.2 Nước pha	11
6.2.1 Màu nước	3
☐ Hơi đục, màu nhạt, chấp nhận được	0
☐ Trong sáng, phù hợp (với tính chất sản phẩm)	1
☐ Trong sáng, rất phù hợp	2
☐ Trong sáng, rất phù hợp, bền màu	3
6.2.2 Mùi nước	3
☐ Có mùi lạ (chấp nhận được) hoặc không rõ mùi	0
☐ thơm tự nhiên, nhẹ	1
☐ thơm tự nhiên, mạnh	2
☐ thơm tự nhiên, mạnh, bền mùi	3
6.2.3. Vị nước	5
☐ Vị khác thường (chấp nhận được) hoặc không rõ vị	0
☐ Tương đối đậm phù hợp (với tính chất sản phẩm)	1
☐ Vị đậm, dịu, phù hợp	3
☐ Vị đậm, dịu, phù hợp, có hậu vị ngọt	5
7. TÍNH ĐỘC ĐÁO <i>(Chất lượng: Có nét riêng, khác biệt, có dấu hiệu nhận biết rõ ràng so với sản phẩm khác, tiềm năng thành thương hiệu của địa phương)</i>	5

☐ Trung bình	0
☐ Tương đối độc đáo	1
☐ Độc đáo, mang tính đặc trưng****	3
☐ Rất độc đáo và có tính đặc trưng*****	5
8. CÔNG BỐ SẢN PHẨM	5
☐ Không thực hiện công bố sản phẩm theo quy định	0
☐ Có công bố sản phẩm theo quy định***	5
9. ĐẢM BẢO CHẤT LƯỢNG SẢN PHẨM	5
☐ Cơ sở chế biến, đóng gói có giấy chứng nhận đủ điều kiện ATTP theo quy định	1
☐ Cơ sở chế biến, đóng gói có giấy chứng nhận đủ điều kiện ATTP theo quy định và có chứng nhận quản lý chất lượng của Việt Nam...)*****	3
☐ Cơ sở chế biến, đóng gói có giấy chứng nhận đủ điều kiện ATTP theo quy định và có chứng nhận quản lý chất lượng theo tiêu chuẩn quốc tế, đủ điều kiện ATTP cho xuất khẩu và các thủ tục pháp lý khác theo yêu cầu của thị trường đích*****	5
10. HƯỚNG DẪN SỬ DỤNG ĐỂ ĐẢM BẢO SẢN PHẨM CÓ CHẤT LƯỢNG TỐT NHẤT CHO NGƯỜI TIÊU DÙNG	2
☐ Có hướng dẫn sử dụng sản phẩm đơn giản	1
☐ Có hướng dẫn sử dụng chi tiết, cụ thể để đảm bảo chất lượng sản phẩm*****	2
11. CƠ HỘI THỊ TRƯỜNG TOÀN CẦU	3
☐ Có thể xuất khẩu đến thị trường khu vực Đông Nam Á	1
☐ Có thể xuất khẩu các thị trường ngoài khu vực Đông Nam Á	2
☐ Có thể xuất khẩu đến các thị trường có tiêu chuẩn cao (Mỹ, Nhật, EU...)	3
TỔNG CỘNG	100

Ghi chú: Dấu sao là yêu cầu tối thiểu phải đạt theo các cấp độ sao (***) - 3 sao; **** - 4 sao; ***** - 5 sao)

Ý kiến của người đánh giá:

.....

..., ngày ... tháng ... năm ...

Người đánh giá
 (Ký và ghi rõ họ tên)

12. Sản phẩm trà từ thực vật khác

(Sản phẩm: Thực phẩm. Nhóm: Chè)

Tên sản phẩm:

Mã số sản phẩm.(T).-(X).-(STT).-20.....

T: Mã tỉnh- X: Mã xã- STT: Số Thứ tự sản phẩm do xã lập thống kê - Năm đánh giá. Mã đơn vị hành chính theo Quyết định số 19/2025/QĐ-TTg ngày 30/6/2025

Tên chủ thể sản xuất:

Số điện thoại:

Địa chỉ:

Hồ sơ bị loại khi: Giả mạo hồ sơ hoặc không tuân thủ đầy đủ các quy định về giấy chứng nhận cơ sở đủ điều kiện ATTP theo quy định; hoặc không đáp ứng về Hồ sơ dự thi theo quy định

Các tiêu chí	Thang điểm
Phần A: SẢN PHẨM VÀ SỨC MẠNH CỦA CỘNG ĐỒNG (40 Điểm)	40
1. TỔ CHỨC SẢN XUẤT	19
1.1. Nguồn nguyên liệu	4
☐ Sử dụng nguyên liệu có nguồn gốc trong tỉnh dưới 50%	1
☐ Sử dụng nguyên liệu có nguồn gốc trong tỉnh từ 50% đến dưới 75%***	2
☐ Sử dụng nguyên liệu có nguồn gốc trong tỉnh từ 75% đến 100%	4
<i>Ghi chú: Bị loại nếu sử dụng toàn bộ nguyên liệu nhập khẩu hoặc không rõ nguồn gốc</i>	
1.2. Vùng nguyên liệu được cấp chứng nhận chất lượng	2
☐ Được cấp giấy chứng nhận chất lượng theo tiêu chuẩn Việt Nam	1
☐ Được cấp giấy chứng nhận chất lượng theo tiêu chuẩn quốc tế	2
1.3. Gia tăng giá trị	3
☐ Phân loại, sơ chế	0
☐ Chế biến đơn giản	1
☐ Chế biến	2
☐ Chế biến sâu từ vùng nguyên liệu địa phương (tạo ra sản phẩm chất lượng cao theo nhu cầu của thị trường)	3
1.4. Năng lực sản xuất để đáp ứng yêu cầu phân phối <i>(Khả năng sản xuất đáp ứng nhu cầu về số lượng/quy mô của thị trường, so sánh với quy mô trung bình ở cùng đối tượng sản xuất tại địa phương)</i>	3
☐ Có năng lực, quy mô sản xuất mức độ nhỏ	1
☐ Có năng lực, quy mô sản xuất trung bình****	2
☐ Có năng lực, quy mô sản xuất lớn, có thể đáp ứng thị trường xuất khẩu*****	3
1.5. Liên kết chuỗi trong sản xuất	3
☐ Không có liên kết hoặc có nhưng không rõ ràng	0
☐ Có hợp đồng liên kết sản xuất từ 50% đến dưới 75% sản lượng nguyên liệu đầu vào cho chế biến	1
☐ Có hợp đồng liên kết trên 75% sản lượng nguyên liệu đầu vào cho chế biến****	2
☐ Có hợp đồng liên kết trên 75% sản lượng nguyên liệu đầu vào cho chế biến và tổ chức thực hiện hợp đồng ổn định từ 12 tháng trở lên*****	3

1.6. Bảo vệ môi trường trong quá trình sản xuất	3
☐ Có Hồ sơ, thủ tục về môi trường theo quy định của pháp luật và các quy định khác về bảo vệ môi trường****	1
☐ Có Hồ sơ, thủ tục về môi trường theo quy định của pháp luật về bảo vệ môi trường và hồ sơ minh chứng về công trình thu gom và xử lý chất thải theo quy định	2
☐ Có Hồ sơ, thủ tục về môi trường theo quy định của pháp luật về bảo vệ môi trường; hồ sơ minh chứng về công trình thu gom và xử lý chất thải theo quy định và hồ sơ minh chứng về sử dụng bao gói thân thiện với môi trường	3
1.7. Sử dụng công nghệ theo hướng bền vững trong SX	1
☐ Không sử dụng công nghệ theo hướng bền vững trong sản xuất	0
☐ Có áp dụng công nghệ theo hướng bền vững môi trường (công nghệ tiết kiệm nguyên liệu, nhiên liệu; hoạt động xử lý/tái chế chất thải; tận thu tái sử dụng, tái chế phụ phẩm nông nghiệp,...)	1
2. PHÁT TRIỂN SẢN PHẨM	10
2.1. Nguồn gốc ý tưởng sản phẩm	4
☐ Sản phẩm được sản xuất phổ biến ở nhiều tỉnh, thành phố	0
☐ Sản phẩm được sản xuất phổ biến ở nhiều tỉnh, thành phố nhưng có chất lượng nổi trội, khác biệt do điều kiện về nguyên liệu, kỹ thuật truyền thống	1
☐ Sản phẩm được sản xuất ở nhiều nơi trên địa bàn, là sản phẩm đặc trưng của tỉnh, có chất lượng nổi trội/sản phẩm mới được chế biến từ nguyên liệu đặc trưng của địa phương	2
☐ Sản phẩm là đặc sản, truyền thống, chỉ sản xuất trên địa bàn của xã, có chất lượng đặc sắc, thương mại gắn với chỉ dẫn nguồn gốc địa lý/sản phẩm mới được chế biến từ nguyên liệu đặc trưng của địa phương, được thương mại ổn định ít nhất 36 tháng ****	4
<i>Ghi chú: Bị loại nếu phát hiện giống hệt sản phẩm của nhà sản xuất khác, chỉ thay đổi tên sản phẩm, nhà sản xuất</i>	
2.2. Đóng gói, bao bì sản phẩm	3
☐ Đóng gói theo hình thức thông thường, không có bao bì	0
☐ Đóng gói theo hình thức thông thường, bao bì đơn giản	1
☐ Đóng gói sáng tạo, bao bì đẹp	2
☐ Đóng gói sáng tạo, tiện lợi, bao bì đẹp, sang trọng*****	3
2.3. Phong cách, ghi nhãn hàng hóa	3
<i>(Gồm: Hình ảnh, màu sắc, ghi nhãn sản phẩm...)</i>	
☐ Có nhãn, ghi nhãn hàng hóa đầy đủ, theo đúng quy định	1
☐ Ghi nhãn hàng hóa đầy đủ, đúng quy định và thể hiện được thông điệp/câu truyện sản phẩm (hình ảnh hoặc lời giới thiệu)	2
☐ Ghi nhãn hàng hóa đầy đủ, đúng quy định, đẹp và thể hiện được thông điệp/câu truyện sản phẩm (hình ảnh hoặc lời giới thiệu) và có thể truy suất nguồn gốc điện tử****	3
3. SỨC MẠNH CỘNG ĐỒNG	11
3.1. Loại hình tổ chức sản xuất - kinh doanh	3
☐ Hộ gia đình có đăng ký kinh doanh hoặc trang trại hoặc tổ hợp tác (có giấy đăng ký kinh doanh của tổ trưởng)	1
☐ Công ty TNHH hoặc doanh nghiệp tư nhân hoặc công ty cổ phần có vốn góp của cộng đồng địa phương <51%	2
☐ HTX tổ chức, hoạt động theo Luật HTX 2012 hoặc công ty cổ phần có vốn góp của cộng đồng địa phương $\geq 51\%$;	3

3.2. Đại diện pháp luật của chủ thể là nữ/đồng bào dân tộc thiểu số	1
☐ Đại diện pháp luật của chủ thể không phải nữ/đồng bào dân tộc thiểu số	0
☐ Đại diện pháp luật của chủ thể là nữ/đồng bào dân tộc thiểu số	1
3.3. Sử dụng lao động địa phương	3
☐ Có sử dụng từ 50% đến 75% lao động là người trên địa bàn cấp huyện	1
☐ Có sử dụng $\geq 75\%$ lao động là người trên địa bàn cấp huyện	3
3.4. Tăng trưởng sản xuất kinh doanh	2
☐ Hợp tác xã xếp loại trung bình, các loại hình khác có lợi nhuận tăng trưởng dương so với năm trước liền kề	1
☐ Hợp tác xã xếp loại khá, các loại hình khác có 2 năm liên tiếp tăng trưởng dương về lợi nhuận*****	2
3.5. Sở hữu trí tuệ	2
☐ Các nhãn hiệu sử dụng trên bao bì sản phẩm được cấp giấy chứng nhận đăng ký*****	1
☐ Các nhãn hiệu sử dụng trên bao bì sản phẩm được cấp giấy chứng nhận đăng ký; và sản phẩm có sử dụng dấu hiệu chỉ dẫn nguồn gốc địa lý gắn với cộng đồng địa phương (<i>đối với những sản phẩm của địa phương đã được bảo hộ chỉ dẫn địa lý, nhãn hiệu chứng nhận, nhãn hiệu tập thể gắn với chỉ dẫn nguồn gốc địa lý thì bắt buộc phải sử dụng</i>)*****	2
Phần B: KHẢ NĂNG TIẾP THỊ (25 Điểm)	25
4. TIẾP THỊ	13
4.1. Khu vực phân phối chính	5
☐ Thị trường trong xã	1
☐ Thị trường ngoài xã, có dưới 5 đại diện/đại lý phân phối	2
☐ Thị trường ngoài xã, có ≥ 5 đại diện/đại lý phân phối	3
☐ Thị trường quốc tế (có hợp đồng); hoặc phân phối tại các kênh thương mại hiện đại: siêu thị, thương mại điện tử,... (có hợp đồng và duy trì hoạt động ít nhất 6 tháng) *****	5
4.2. Tổ chức phân phối (Gồm: Tổ chức kinh doanh, phân phối sản phẩm)	4
☐ Không có người chịu trách nhiệm quản lý phân phối	0
☐ Có người chịu trách nhiệm quản lý phân phối	1
☐ Có bộ phận/phòng quản lý phân phối	3
☐ Có bộ phận/phòng quản lý phân phối, có ứng dụng công nghệ thông tin trong quản lý	4
4.3. Quảng bá sản phẩm	4
☐ Không có hoạt động quảng bá	0
☐ Có một số hoạt động quảng bá	1
☐ Có nhiều hoạt động quảng bá, có website của cơ sở/quảng bá trên mạng xã hội, có tham gia hoạt động xúc tiến thương mại trong tỉnh	2
☐ Có nhiều hoạt động quảng bá và có website của cơ sở/hoặc quảng bá trên mạng xã hội và có tham gia hoạt động xúc tiến thương mại ngoài tỉnh	3
☐ Có nhiều hoạt động quảng bá và có website của cơ sở/hoặc quảng bá trên mạng xã hội hoạt động thường xuyên và có tham gia hoạt động xúc tiến thương mại ngoài tỉnh và quốc tế	4
5. CÂU CHUYỆN VỀ SẢN PHẨM	12
5.1. Câu chuyện về sản phẩm	5
☐ Không có câu chuyện, hoặc có nhưng không được tư liệu hóa	0

☐ Có tài liệu giới thiệu về sản phẩm	1
☐ Có câu chuyện được tư liệu hóa (có cốt chuyện, nội dung cụ thể)	2
☐ Có câu chuyện được tư liệu hóa và trình bày trên nhãn/tờ rơi	3
☐ Có câu chuyện được tư liệu hóa và trình bày trên nhãn/tờ rơi và website	4
☐ Có câu chuyện được tư liệu hóa và trình bày trên nhãn/tờ rơi và website (dưới dạng hình ảnh, clip,...)	5
5.2. Trí tuệ/bản sắc địa phương	5
<i>Chỉ áp dụng khi có câu chuyện, đánh giá nội dung câu chuyện:</i>	
☐ Giống với câu chuyện sản phẩm ở nơi khác	0
☐ Tương đối giống câu chuyện sản phẩm ở nơi khác, có thay đổi một số yếu tố	1
☐ Có câu chuyện riêng, gắn với nguồn gốc xuất xứ****	3
☐ Có câu chuyện sản phẩm đặc sắc, mang sắc thái truyền thống, văn hóa và trí tuệ/bản sắc địa phương*****	5
5.3. Cấu trúc câu chuyện	2
<i>Chỉ áp dụng khi có câu chuyện</i>	
☐ Đơn giản	0
☐ Có đầy đủ các yếu tố của câu chuyện sản phẩm	1
☐ Ngắn gọn, xúc tích và có các thông điệp đặc sắc về sản phẩm/văn hóa/trí tuệ/bản sắc địa phương*****	2
Phần C:	35
CHẤT LƯỢNG SẢN PHẨM (35 Điểm)	
6. CHỈ TIÊU CẢM QUAN	15
6.1. Tạp chất	2
☐ Có tạp chất	0
☐ Có rất ít tạp chất, chấp nhận được	1
☐ Sạch, không phát hiện tạp chất*****	2
<i>Chú ý: Nếu có các tạp chất không chấp nhận được (các tạp chất có nguy cơ không đạt ATTP) như: Lông, côn trùng, mẫu gỗ, cát, nhựa ... sẽ không đánh giá các bước tiếp theo</i>	
6.2. Hình dạng	2
<i>(Của ngoại hình trà, trà thảo mộc, ...)</i>	
☐ Không đồng đều, chấp nhận được	0
☐ Tương đối đồng đều, phù hợp	1
☐ Đồng đều, phù hợp	2
6.3. Màu nước	3
☐ Hơi đục, màu nhạt, chấp nhận được	0
☐ Trong sáng, phù hợp (với tính chất sản phẩm)	1
☐ Trong sáng, rất phù hợp*****	2
☐ Trong sáng, rất phù hợp, bền màu	3
6.4. Mùi nước	3
☐ Có mùi lạ (chấp nhận được) hoặc không rõ mùi	0
☐ thơm tự nhiên, nhẹ	1
☐ thơm tự nhiên, mạnh*****	2
☐ thơm tự nhiên, mạnh, bền mùi	3
6.5. Vị nước	5
☐ Vị khác thường (chấp nhận được) hoặc không rõ vị	0
☐ Tương đối đậm phù hợp (với tính chất sản phẩm)	1
☐ Vị đậm, dịu, phù hợp*****	3
☐ Vị đậm, dịu, phù hợp, có hậu vị ngọt	5

7. TÍNH ĐỘC ĐÁO (Chất lượng: Có nét riêng, khác biệt, có dấu hiệu nhận biết rõ ràng so với sản phẩm khác, tiềm năng thành thương hiệu của địa phương)	5
☐ Trung bình	0
☐ Tương đối độc đáo	1
☐ Độc đáo, mang tính đặc trưng****	3
☐ Rất độc đáo và có tính đặc trưng*****	5
8. CÔNG BỐ SẢN PHẨM	5
☐ Không thực hiện công bố sản phẩm theo quy định	0
☐ Có công bố sản phẩm theo quy định***	5
9. ĐẢM BẢO CHẤT LƯỢNG SẢN PHẨM	5
☐ Cơ sở chế biến, đóng gói có giấy chứng nhận đủ điều kiện ATTP theo quy định	1
☐ Cơ sở chế biến, đóng gói có giấy chứng nhận đủ điều kiện ATTP theo quy định và có chứng nhận quản lý chất lượng của Việt Nam...)*****	3
☐ Cơ sở chế biến, đóng gói có giấy chứng nhận đủ điều kiện ATTP theo quy định và có chứng nhận quản lý chất lượng theo tiêu chuẩn quốc tế, đủ điều kiện ATTP cho xuất khẩu và các thủ tục pháp lý khác theo yêu cầu của thị trường đích*****	5
10. HƯỚNG DẪN SỬ DỤNG ĐỂ ĐẢM BẢO SẢN PHẨM CÓ CHẤT LƯỢNG TỐT NHẤT CHO NGƯỜI TIÊU DÙNG	2
☐ Có hướng dẫn sử dụng sản phẩm đơn giản	1
☐ Có hướng dẫn sử dụng chi tiết, cụ thể để đảm bảo chất lượng sản phẩm*****	2
11. CƠ HỘI THỊ TRƯỜNG TOÀN CẦU	3
☐ Có thể xuất khẩu đến thị trường khu vực Đông Nam Á	1
☐ Có thể xuất khẩu các thị trường ngoài khu vực Đông Nam Á	2
☐ Có thể xuất khẩu đến các thị trường có tiêu chuẩn cao (Mỹ, Nhật, EU...)	3
TỔNG CỘNG	100

Ghi chú: Dấu sao là yêu cầu tối thiểu phải đạt theo các cấp độ sao (*** - 3 sao; **** - 4 sao; ***** - 5 sao)

Ý kiến của người đánh giá:

.....

..., ngày ... tháng ... năm ...

Người đánh giá
 (Ký và ghi rõ họ tên)

13. Sản phẩm cà phê, ca cao

(Sản phẩm: Thực phẩm. Nhóm: Cà phê, Ca cao)

Tên sản phẩm:

Mã số sản phẩm.(T).-(X).-(STT).-20.....

T: Mã tỉnh- X: Mã xã- STT: Số Thứ tự sản phẩm do xã lập thống kê - Năm đánh giá. Mã đơn vị hành chính theo Quyết định số 19/2025/QĐ-TTg ngày 30/6/2025

Tên chủ thể sản xuất:

Số điện thoại:

Địa chỉ:

Hồ sơ bị loại khi: Giả mạo hồ sơ hoặc không tuân thủ đầy đủ các quy định về giấy chứng nhận cơ sở đủ điều kiện ATTP theo quy định; hoặc không đáp ứng về Hồ sơ dự thi theo quy định

Các tiêu chí	Thang điểm
Phần A: SẢN PHẨM VÀ SỨC MẠNH CỦA CỘNG ĐỒNG (40 Điểm)	40
1. TỔ CHỨC SẢN XUẤT	19
1.1. Nguồn nguyên liệu	4
☐ Sử dụng nguyên liệu có nguồn gốc trong tỉnh dưới 50%	1
☐ Sử dụng nguyên liệu có nguồn gốc trong tỉnh từ 50% đến dưới 75%***	2
☐ Sử dụng nguyên liệu có nguồn gốc trong tỉnh từ 75% đến 100%	4
<i>Ghi chú: Bị loại nếu sử dụng toàn bộ nguyên liệu nhập khẩu hoặc không rõ nguồn gốc</i>	
1.2. Vùng nguyên liệu được cấp chứng nhận chất lượng	2
☐ Được cấp giấy chứng nhận chất lượng theo tiêu chuẩn Việt Nam	1
☐ Được cấp giấy chứng nhận chất lượng theo tiêu chuẩn quốc tế	2
1.3. Gia tăng giá trị	3
☐ Phân loại, sơ chế	0
☐ Chế biến đơn giản	1
☐ Chế biến	2
☐ Chế biến sâu từ vùng nguyên liệu địa phương (tạo ra sản phẩm chất lượng cao theo nhu cầu của thị trường)	3
1.4. Năng lực sản xuất để đáp ứng yêu cầu phân phối <i>(Khả năng sản xuất đáp ứng nhu cầu về số lượng/quy mô của thị trường, so sánh với quy mô trung bình ở cùng đối tượng sản xuất tại địa phương)</i>	3
☐ Có năng lực, quy mô sản xuất mức độ nhỏ	1
☐ Có năng lực, quy mô sản xuất trung bình****	2
☐ Có năng lực, quy mô sản xuất lớn, có thể đáp ứng thị trường xuất khẩu*****	3
1.5. Liên kết chuỗi trong sản xuất	3
☐ Không có liên kết hoặc có nhưng không rõ ràng	0
☐ Có hợp đồng liên kết sản xuất từ 50% đến dưới 75% sản lượng nguyên liệu đầu vào cho chế biến	1
☐ Có hợp đồng liên kết trên 75% sản lượng nguyên liệu đầu vào cho chế biến****	2
☐ Có hợp đồng liên kết trên 75% sản lượng nguyên liệu đầu vào cho chế biến và tổ chức thực hiện hợp đồng ổn định từ 12 tháng trở lên*****	3

1.6. Bảo vệ môi trường trong quá trình sản xuất	3
☐ Có Hồ sơ, thủ tục về môi trường theo quy định của pháp luật và các quy định khác về bảo vệ môi trường****	1
☐ Có Hồ sơ, thủ tục về môi trường theo quy định của pháp luật về bảo vệ môi trường và hồ sơ minh chứng về công trình thu gom và xử lý chất thải theo quy định	2
☐ Có Hồ sơ, thủ tục về môi trường theo quy định của pháp luật về bảo vệ môi trường; hồ sơ minh chứng về công trình thu gom và xử lý chất thải theo quy định và hồ sơ minh chứng về sử dụng bao gói thân thiện với môi trường	3
1.7. Sử dụng công nghệ theo hướng bền vững trong SX	1
☐ Không sử dụng công nghệ theo hướng bền vững trong sản xuất	0
☐ Có áp dụng công nghệ theo hướng bền vững môi trường (công nghệ tiết kiệm nguyên liệu, nhiên liệu; hoạt động xử lý/tái chế chất thải; tận thu tái sử dụng, tái chế phụ phẩm nông nghiệp,...)	1
2. PHÁT TRIỂN SẢN PHẨM	10
2.1. Nguồn gốc ý tưởng sản phẩm	4
☐ Sản phẩm được sản xuất phổ biến ở nhiều tỉnh, thành phố	0
☐ Sản phẩm được sản xuất phổ biến ở nhiều tỉnh, thành phố nhưng có chất lượng nổi trội, khác biệt do điều kiện về nguyên liệu, kỹ thuật truyền thống	1
☐ Sản phẩm được sản xuất ở nhiều nơi trên địa bàn, là sản phẩm đặc trưng của tỉnh, có chất lượng nổi trội/sản phẩm mới được chế biến từ nguyên liệu đặc trưng của địa phương	2
☐ Sản phẩm là đặc sản, truyền thống, chỉ sản xuất trên địa bàn của xã, có chất lượng đặc sắc, thương mại gắn với chỉ dẫn nguồn gốc địa lý/sản phẩm mới được chế biến từ nguyên liệu đặc trưng của địa phương, được thương mại ổn định ít nhất 36 tháng ****	4
<i>Ghi chú: Bị loại nếu phát hiện giống hệt sản phẩm của nhà sản xuất khác, chỉ thay đổi tên sản phẩm, nhà sản xuất</i>	
2.2. Đóng gói, bao bì sản phẩm	3
☐ Đóng gói theo hình thức thông thường, không có bao bì	0
☐ Đóng gói theo hình thức thông thường, bao bì đơn giản	1
☐ Đóng gói sáng tạo, bao bì đẹp	2
☐ Đóng gói sáng tạo, tiện lợi, bao bì đẹp, sang trọng*****	3
2.3. Phong cách, ghi nhãn hàng hóa	3
<i>(Gồm: Hình ảnh, màu sắc, ghi nhãn sản phẩm...)</i>	
☐ Có nhãn, ghi nhãn hàng hóa đầy đủ, theo đúng quy định	1
☐ Ghi nhãn hàng hóa đầy đủ, đúng quy định và thể hiện được thông điệp/câu truyện sản phẩm (hình ảnh hoặc lời giới thiệu)	2
☐ Ghi nhãn hàng hóa đầy đủ, đúng quy định, đẹp và thể hiện được thông điệp/câu truyện sản phẩm (hình ảnh hoặc lời giới thiệu) và có thể truy suất nguồn gốc điện tử****	3
3. SỨC MẠNH CỘNG ĐỒNG	11
3.1. Loại hình tổ chức sản xuất - kinh doanh	3
☐ Hộ gia đình có đăng ký kinh doanh hoặc trang trại hoặc tổ hợp tác (có giấy đăng ký kinh doanh của tổ trưởng)	1
☐ Công ty TNHH hoặc doanh nghiệp tư nhân hoặc công ty cổ phần có vốn góp của cộng đồng địa phương <51%	2
☐ HTX tổ chức, hoạt động theo Luật HTX 2012 hoặc công ty cổ phần có vốn góp của cộng đồng địa phương ≥ 51%;	3
3.2. Đại diện pháp luật của chủ thể là nữ/đồng bào dân tộc thiểu số	1

☐ Đại diện pháp luật của chủ thể không phải nữ/đồng bào dân tộc thiểu số	0
☐ Đại diện pháp luật của chủ thể là nữ/đồng bào dân tộc thiểu số	1
3.3. Sử dụng lao động địa phương	3
☐ Có sử dụng từ 50% đến 75% lao động là người trên địa bàn cấp huyện	1
☐ Có sử dụng $\geq 75\%$ lao động là người trên địa bàn cấp huyện	3
3.4. Tăng trưởng sản xuất kinh doanh	2
☐ Hợp tác xã xếp loại trung bình, các loại hình khác có lợi nhuận tăng trưởng dương so với năm trước liền kề	1
☐ Hợp tác xã xếp loại khá, các loại hình khác có 2 năm liên tiếp tăng trưởng dương về lợi nhuận****	2
3.5. Sở hữu trí tuệ	2
☐ Các nhãn hiệu sử dụng trên bao bì sản phẩm được cấp giấy chứng nhận đăng ký****	1
☐ Các nhãn hiệu sử dụng trên bao bì sản phẩm được cấp giấy chứng nhận đăng ký; và sản phẩm có sử dụng dấu hiệu chỉ dẫn nguồn gốc địa lý gắn với cộng đồng địa phương (<i>đối với những sản phẩm của địa phương đã được bảo hộ chỉ dẫn địa lý, nhãn hiệu chứng nhận, nhãn hiệu tập thể gắn với chỉ dẫn nguồn gốc địa lý thì bắt buộc phải sử dụng</i>)*****	2
Phần B: KHẢ NĂNG TIẾP THỊ (25 Điểm)	25
4. TIẾP THỊ	13
4.1. Khu vực phân phối chính	5
☐ Thị trường trong xã	1
☐ Thị trường ngoài xã, có dưới 5 đại diện/đại lý phân phối	2
☐ Thị trường ngoài xã, có ≥ 5 đại diện/đại lý phân phối	3
☐ Thị trường quốc tế (có hợp đồng); hoặc phân phối tại các kênh thương mại hiện đại: siêu thị, thương mại điện tử,... (có hợp đồng và duy trì hoạt động ít nhất 6 tháng) *****	5
4.2. Tổ chức phân phối (Gồm: Tổ chức kinh doanh, phân phối sản phẩm)	4
☐ Không có người chịu trách nhiệm quản lý phân phối	0
☐ Có người chịu trách nhiệm quản lý phân phối	1
☐ Có bộ phận/phòng quản lý phân phối	3
☐ Có bộ phận/phòng quản lý phân phối, có ứng dụng công nghệ thông tin trong quản lý	4
4.3. Quảng bá sản phẩm	4
☐ Không có hoạt động quảng bá	0
☐ Có một số hoạt động quảng bá	1
☐ Có nhiều hoạt động quảng bá, có website của cơ sở/quảng bá trên mạng xã hội, có tham gia hoạt động xúc tiến thương mại trong tỉnh	2
☐ Có nhiều hoạt động quảng bá và có website của cơ sở/hoặc quảng bá trên mạng xã hội và có tham gia hoạt động xúc tiến thương mại ngoài tỉnh	3
☐ Có nhiều hoạt động quảng bá và có website của cơ sở/hoặc quảng bá trên mạng xã hội hoạt động thường xuyên và có tham gia hoạt động xúc tiến thương mại ngoài tỉnh và quốc tế	4
5. CÂU CHUYỆN VỀ SẢN PHẨM	12
5.1. Câu chuyện về sản phẩm	5
☐ Không có câu chuyện, hoặc có nhưng không được tư liệu hóa	0
☐ Có tài liệu giới thiệu về sản phẩm	1
☐ Có câu chuyện được tư liệu hóa (có cốt chuyện, nội dung cụ thể)	2

☐ Có câu chuyện được tư liệu hóa và trình bày trên nhãn/tờ rơi	3
☐ Có câu chuyện được tư liệu hóa và trình bày trên nhãn/tờ rơi và website	4
☐ Có câu chuyện được tư liệu hóa và trình bày trên nhãn/tờ rơi và website (dưới dạng hình ảnh, clip,...)	5
5.2. Trí tuệ/bản sắc địa phương <i>Chỉ áp dụng khi có câu chuyện, đánh giá nội dung câu chuyện:</i>	5
☐ Giống với câu chuyện sản phẩm ở nơi khác	0
☐ Tương đối giống câu chuyện sản phẩm ở nơi khác, có thay đổi một số yếu tố	1
☐ Có câu chuyện riêng, gắn với nguồn gốc xuất xứ***	3
☐ Có câu chuyện sản phẩm đặc sắc, mang sắc thái truyền thống, văn hóa và trí tuệ/bản sắc địa phương****	5
5.3. Cấu trúc câu chuyện <i>Chỉ áp dụng khi có câu chuyện</i>	2
☐ Đơn giản	0
☐ Có đầy đủ các yếu tố của câu chuyện sản phẩm	1
☐ Ngắn gọn, xúc tích và có các thông điệp đặc sắc về sản phẩm/văn hóa/trí tuệ/bản sắc địa phương*****	2
Phần C: CHẤT LƯỢNG SẢN PHẨM (35 Điểm)	35
6. CHỈ TIÊU CẢM QUAN	15
6.1. Ngoại hình	10
6.1.1 Tạp chất lạ	2
☐ Có các tạp chất, chấp nhận được	0
☐ Có rất ít tạp chất, chấp nhận được	1
☐ Sạch, không có tạp chất	2
<i>Ghi chú: Nếu có tạp chất lạ có nguy cơ gây mất ATTP như đất, côn trùng, lông, len ... sẽ không đánh giá các bước tiếp theo.</i>	
6.1.2. Trạng thái/hình dạng	2
☐ Không đồng đều, chấp nhận được	0
☐ Tương đối đồng đều, phù hợp	1
☐ Đồng đều, phù hợp	2
6.1.3. Màu sắc	2
☐ Không đồng đều hoặc bị cháy	0
☐ Đồng đều, tự nhiên, tương đối phù hợp (với tính chất sản phẩm)	1
☐ Đồng đều, tự nhiên, phù hợp	2
6.1.4 Mùi	2
☐ Có mùi lạ (chấp nhận được) hoặc không rõ mùi	0
☐ thơm tự nhiên đặc trưng, nhẹ	1
☐ thơm tự nhiên đặc trưng, mạnh	2
6.1.5 Vị	2
☐ Vị khác thường (chấp nhận được) hoặc không rõ vị	0
☐ Vị đậm đà phù hợp (với tính chất sản phẩm)	1
☐ Vị đậm đà, hấp dẫn	2
6.2 Nước pha	5
6.2.1 Màu nước	2
☐ Hơi đục, màu nhạt, chấp nhận được	0
☐ Đậm, sánh, phù hợp (với tính chất sản phẩm)	1
☐ Đậm, sánh, rất phù hợp	2
6.2.2. Mùi, vị	3

☐ Khác thường (chấp nhận được) hoặc không rõ vị	0
☐ Mùi, vị phù hợp với đặc tính sản phẩm	1
☐ Mùi vị hấp dẫn, đặc sắc	3
7. TÍNH ĐỘC ĐÁO (Chất lượng: Có nét riêng, khác biệt, có dấu hiệu nhận biết rõ ràng so với sản phẩm khác, tiềm năng thành thương hiệu của địa phương)	5
☐ Trung bình	0
☐ Tương đối độc đáo	1
☐ Độc đáo, mang tính đặc trưng****	3
☐ Rất độc đáo và có tính đặc trưng*****	5
8. CÔNG BỐ SẢN PHẨM	5
☐ Không thực hiện công bố sản phẩm theo quy định	0
☐ Có công bố sản phẩm theo quy định***	5
9. ĐẢM BẢO CHẤT LƯỢNG SẢN PHẨM	5
☐ Cơ sở chế biến, đóng gói có giấy chứng nhận đủ điều kiện ATTP theo quy định	1
☐ Cơ sở chế biến, đóng gói có giấy chứng nhận đủ điều kiện ATTP theo quy định và có chứng nhận quản lý chất lượng của Việt Nam...)*****	3
☐ Cơ sở chế biến, đóng gói có giấy chứng nhận đủ điều kiện ATTP theo quy định và có chứng nhận quản lý chất lượng theo tiêu chuẩn quốc tế, đủ điều kiện ATTP cho xuất khẩu và các thủ tục pháp lý khác theo yêu cầu của thị trường đích*****	5
10. HƯỚNG DẪN SỬ DỤNG ĐỂ ĐẢM BẢO SẢN PHẨM CÓ CHẤT LƯỢNG TỐT NHẤT CHO NGƯỜI TIÊU DÙNG	2
☐ Có hướng dẫn sử dụng sản phẩm đơn giản	1
☐ Có hướng dẫn sử dụng chi tiết, cụ thể để đảm bảo chất lượng sản phẩm*****	2
11. CƠ HỘI THỊ TRƯỜNG TOÀN CẦU	3
☐ Có thể xuất khẩu đến thị trường khu vực Đông Nam Á	1
☐ Có thể xuất khẩu các thị trường ngoài khu vực Đông Nam Á	2
☐ Có thể xuất khẩu đến các thị trường có tiêu chuẩn cao (Mỹ, Nhật, EU...)	3
TỔNG CỘNG	100

Ghi chú: Dấu sao là yêu cầu tối thiểu phải đạt theo các cấp độ sao (***) - 3 sao; (****) - 4 sao; (*****)- 5 sao)

Ý kiến của người đánh giá:

.....

..., ngày ... tháng ... năm ...

Người đánh giá
 (Ký và ghi rõ họ tên)

14. Bộ sản phẩm: Rượu trắng
(Sản phẩm: Đồ uống. Nhóm: Đồ uống có cồn)

Tên sản phẩm:

Mã số sản phẩm.(T).-(X).-(STT).-20.....

T: Mã tỉnh- X: Mã xã- STT: Số Thứ tự sản phẩm do xã lập thống kê - Năm đánh giá. Mã đơn vị hành chính theo Quyết định số 19/2025/QĐ-TTg ngày 30/6/2025

Tên chủ thể sản xuất:

Số điện thoại:

Địa chỉ:

Hồ sơ bị loại khi: Giả mạo hồ sơ hoặc không tuân thủ đầy đủ các quy định về giấy chứng nhận cơ sở đủ điều kiện ATTP theo quy định; hoặc không đáp ứng về Hồ sơ dự thi theo quy định

Các tiêu chí	Thang điểm
Phần A: SẢN PHẨM VÀ SỨC MẠNH CỦA CỘNG ĐỒNG (40 Điểm)	40
1. TỔ CHỨC SẢN XUẤT	18
1.1. Nguồn nguyên liệu	5
☐ Sử dụng nguyên liệu có nguồn gốc trong tỉnh dưới 50%***	1
☐ Sử dụng nguyên liệu có nguồn gốc trong tỉnh từ 50% đến dưới 75%	3
☐ Sử dụng nguyên liệu có nguồn gốc trong tỉnh từ 75% đến 100%	5
<i>Ghi chú: Bị loại nếu sử dụng toàn bộ nguyên liệu nhập khẩu hoặc không rõ nguồn gốc</i>	
1.2. Gia tăng giá trị	3
☐ Chế biến thông thường	1
☐ Sử dụng kỹ thuật thủ công để nâng cao chất lượng sản phẩm	2
☐ Áp dụng công nghệ để nâng cao chất lượng sản phẩm	3
1.3. Năng lực sản xuất để đáp ứng yêu cầu phân phối (Khả năng sản xuất đáp ứng nhu cầu về số lượng/quy mô của thị trường, so sánh với quy mô trung bình ở cùng đối tượng sản xuất tại địa phương)	3
☐ Có năng lực, quy mô sản xuất mức độ nhỏ	1
☐ Có năng lực, quy mô sản xuất trung bình****	2
☐ Có năng lực, quy mô sản xuất lớn, có thể đáp ứng thị trường xuất khẩu*****	3
1.4. Liên kết chuỗi trong sản xuất	3
☐ Không có liên kết hoặc có nhưng không rõ ràng	0
☐ Có hợp đồng liên kết sản xuất từ 50% đến dưới 75% sản lượng nguyên liệu đầu vào cho chế biến	1
☐ Có hợp đồng liên kết trên 75% sản lượng nguyên liệu đầu vào cho chế biến****	2
☐ Có hợp đồng liên kết trên 75% sản lượng nguyên liệu đầu vào cho chế biến và tổ chức thực hiện hợp đồng ổn định từ 12 tháng trở lên*****	3
1.5. Bảo vệ môi trường trong quá trình sản xuất	3
☐ Có Hồ sơ, thủ tục về môi trường theo quy định của pháp luật và các quy định khác về bảo vệ môi trường****	1
☐ Có Hồ sơ, thủ tục về môi trường theo quy định của pháp luật về bảo vệ môi trường và hồ sơ minh chứng về công trình thu gom và xử lý chất thải theo quy định	2

☐ Có Hồ sơ, thủ tục về môi trường theo quy định của pháp luật về bảo vệ môi trường; hồ sơ minh chứng về công trình thu gom và xử lý chất thải theo quy định và hồ sơ minh chứng về sử dụng bao gói thân thiện với môi trường	3
1.6. Sử dụng công nghệ theo hướng bền vững trong SX	1
☐ Không sử dụng công nghệ theo hướng bền vững trong sản xuất	0
☐ Có áp dụng công nghệ theo hướng bền vững môi trường (công nghệ tiết kiệm nguyên liệu, nhiên liệu; hoạt động xử lý/tái chế chất thải; tận thu tái sử dụng, tái chế phụ phẩm nông nghiệp,...)	1
2. PHÁT TRIỂN SẢN PHẨM	11
2.1. Nguồn gốc ý tưởng sản phẩm	5
☐ Sản phẩm được sản xuất phổ biến ở nhiều tỉnh, thành phố	0
☐ Sản phẩm được sản xuất phổ biến ở nhiều tỉnh, thành phố nhưng có chất lượng nổi trội, khác biệt do điều kiện về nguyên liệu, kỹ thuật truyền thống	1
☐ Sản phẩm được sản xuất ở nhiều nơi trên địa bàn, là sản phẩm đặc trưng của tỉnh, có chất lượng nổi trội	3
☐ Sản phẩm là đặc sản, truyền thống, chỉ sản xuất trên địa bàn của xã, có chất lượng đặc sắc, thương mại gắn với chỉ dẫn nguồn gốc địa lý ****	5
<i>Ghi chú: Bị loại nếu phát hiện giống hệt sản phẩm của nhà sản xuất khác, chỉ thay đổi tên sản phẩm, nhà sản xuất</i>	
2.2. Đóng gói, bao bì sản phẩm	3
☐ Đóng gói theo hình thức thông thường, không có bao bì	0
☐ Đóng gói theo hình thức thông thường, bao bì đơn giản	1
☐ Đóng gói sáng tạo, bao bì đẹp	2
☐ Đóng gói sáng tạo, tiện lợi, bao bì đẹp, sang trọng*****	3
2.3. Phong cách, ghi nhãn hàng hóa	3
<i>(Gồm: Hình ảnh, màu sắc, ghi nhãn sản phẩm...)</i>	
☐ Có nhãn, ghi nhãn hàng hóa đầy đủ, theo đúng quy định	1
☐ Ghi nhãn hàng hóa đầy đủ, đúng quy định và thể hiện được thông điệp/câu truyện sản phẩm (hình ảnh hoặc lời giới thiệu)	2
☐ Ghi nhãn hàng hóa đầy đủ, đúng quy định, đẹp và thể hiện được thông điệp/câu truyện sản phẩm (hình ảnh hoặc lời giới thiệu) và có thể truy suất nguồn gốc điện tử****	3
3. SỨC MẠNH CỘNG ĐỒNG	11
3.1. Loại hình tổ chức sản xuất - kinh doanh	3
☐ Hộ gia đình có đăng ký kinh doanh hoặc trang trại hoặc tổ hợp tác (có giấy đăng ký kinh doanh của tổ trưởng)	1
☐ Công ty TNHH hoặc doanh nghiệp tư nhân hoặc công ty cổ phần có vốn góp của cộng đồng địa phương <51%	2
☐ HTX tổ chức, hoạt động theo Luật HTX 2012 hoặc công ty cổ phần có vốn góp của cộng đồng địa phương ≥ 51%;	3
3.2. Đại diện pháp luật của chủ thể là nữ/đồng bào dân tộc thiểu số	1
☐ Đại diện pháp luật của chủ thể không phải nữ/đồng bào dân tộc thiểu số	0
☐ Đại diện pháp luật của chủ thể là nữ/đồng bào dân tộc thiểu số	1
3.3. Sử dụng lao động địa phương	3
☐ Có sử dụng từ 50% đến 75% lao động là người trên địa bàn cấp huyện	1
☐ Có sử dụng ≥ 75% lao động là người trên địa bàn cấp huyện	3
3.4. Tăng trưởng sản xuất kinh doanh	2
☐ Hợp tác xã xếp loại trung bình, các loại hình khác có lợi nhuận tăng trưởng dương so với năm trước liền kề	1

☐ Hợp tác xã xếp loại khá, các loại hình khác có 2 năm liên tiếp tăng trưởng dương về lợi nhuận****	2
3.5. Sở hữu trí tuệ	2
☐ Các nhãn hiệu sử dụng trên bao bì sản phẩm được cấp giấy chứng nhận đăng ký****	1
☐ Các nhãn hiệu sử dụng trên bao bì sản phẩm được cấp giấy chứng nhận đăng ký; và sản phẩm có sử dụng dấu hiệu chỉ dẫn nguồn gốc địa lý gắn với cộng đồng địa phương (<i>đối với những sản phẩm của địa phương đã được bảo hộ chỉ dẫn địa lý, nhãn hiệu chứng nhận, nhãn hiệu tập thể gắn với chỉ dẫn nguồn gốc địa lý thì bắt buộc phải sử dụng</i>)*****	2
Phần B: KHẢ NĂNG TIẾP THỊ (25 Điểm)	25
4. TIẾP THỊ	13
4.1. Khu vực phân phối chính	5
☐ Thị trường trong xã	1
☐ Thị trường ngoài xã, có dưới 5 đại diện/đại lý phân phối	2
☐ Thị trường ngoài xã, có ≥ 5 đại diện/đại lý phân phối	3
☐ Thị trường quốc tế (có hợp đồng); hoặc phân phối tại các kênh thương mại hiện đại: siêu thị, thương mại điện tử,... (có hợp đồng và duy trì hoạt động ít nhất 6 tháng) *****	5
4.2. Tổ chức phân phối (Gồm: Tổ chức kinh doanh, phân phối sản phẩm)	4
☐ Không có người chịu trách nhiệm quản lý phân phối	0
☐ Có người chịu trách nhiệm quản lý phân phối	1
☐ Có bộ phận/phòng quản lý phân phối	3
☐ Có bộ phận/phòng quản lý phân phối, có ứng dụng công nghệ thông tin trong quản lý	4
4.3. Quảng bá sản phẩm	4
☐ Không có hoạt động quảng bá	0
☐ Có một số hoạt động quảng bá	1
☐ Có nhiều hoạt động quảng bá, có website của cơ sở/quảng bá trên mạng xã hội, có tham gia hoạt động xúc tiến thương mại trong tỉnh	2
☐ Có nhiều hoạt động quảng bá và có website của cơ sở/hoặc quảng bá trên mạng xã hội và có tham gia hoạt động xúc tiến thương mại ngoài tỉnh	3
☐ Có nhiều hoạt động quảng bá và có website của cơ sở/hoặc quảng bá trên mạng xã hội hoạt động thường xuyên và có tham gia hoạt động xúc tiến thương mại ngoài tỉnh và quốc tế	4
5. CÂU CHUYỆN VỀ SẢN PHẨM	12
5.1. Câu chuyện về sản phẩm	5
☐ Không có câu chuyện, hoặc có nhưng không được tư liệu hóa	0
☐ Có tài liệu giới thiệu về sản phẩm	1
☐ Có câu chuyện được tư liệu hóa (có cốt chuyện, nội dung cụ thể)	2
☐ Có câu chuyện được tư liệu hóa và trình bày trên nhãn/tờ rơi	3
☐ Có câu chuyện được tư liệu hóa và trình bày trên nhãn/tờ rơi và website	4
☐ Có câu chuyện được tư liệu hóa và trình bày trên nhãn/tờ rơi và website (dưới dạng hình ảnh, clip,...)	5
5.2. Trí tuệ/bản sắc địa phương <i>Chỉ áp dụng khi có câu chuyện, đánh giá nội dung câu chuyện:</i>	5
☐ Giống với câu chuyện sản phẩm ở nơi khác	0
☐ Tương đối giống câu chuyện sản phẩm ở nơi khác, có thay đổi một số yếu tố	1

☐ Có câu chuyện riêng, gắn với nguồn gốc xuất xứ***	3
☐ Có câu chuyện sản phẩm đặc sắc, mang sắc thái truyền thống, văn hóa và trí tuệ/bản sắc địa phương****	5
5.3. Cấu trúc câu chuyện	2
<i>Chỉ áp dụng khi có câu chuyện</i>	
☐ Đơn giản	0
☐ Có đầy đủ các yếu tố của câu chuyện sản phẩm	1
☐ Ngắn gọn, xúc tích và có các thông điệp đặc sắc về sản phẩm/văn hóa/trí tuệ/bản sắc địa phương*****	2
Phần C: CHẤT LƯỢNG SẢN PHẨM (35 Điểm)	35
6. CHỈ TIÊU CẢM QUAN	15
6.1. Tạp chất lạ	2
☐ Có tạp chất	0
☐ Có rất ít tạp chất/có cặn, chấp nhận được	1
☐ Sạch, không phát hiện tạp chất/cặn	2
6.2. Màu sắc	3
☐ Không trong suốt, chấp nhận được	0
☐ Tương đối trong suốt	1
☐ Trong suốt, không màu	3
6.3. Mùi	5
☐ Khác thường hoặc không rõ mùi	0
☐ Mùi nhẹ, phù hợp (với đặc trưng nguyên liệu sử dụng, loại sản phẩm)	1
☐ Mùi mạnh, phù hợp	2
☐ Mùi mạnh, phù hợp, hấp dẫn	3
☐ Mùi mạnh, phù hợp, rất hấp dẫn	5
6.5. Vị	5
☐ Vị khác thường hoặc không rõ vị	0
☐ Tương đối rõ, chấp nhận được	1
☐ Vị đậm, phù hợp (với đặc trưng nguyên liệu sử dụng, loại sản phẩm)	2
☐ Vị đậm, dịu, phù hợp	3
☐ Vị đậm, dịu, phù hợp, hấp dẫn	5
7. TÍNH ĐỘC ĐÁO (Chất lượng: Có nét riêng, khác biệt, có dấu hiệu nhận biết rõ ràng so với sản phẩm khác, tiềm năng thành thương hiệu của địa phương)	5
☐ Trung bình	0
☐ Tương đối độc đáo	1
☐ Độc đáo, mang tính đặc trưng****	3
☐ Rất độc đáo và có tính đặc trưng*****	5
8. CÔNG BỐ SẢN PHẨM	5
☐ Không thực hiện công bố sản phẩm theo quy định	0
☐ Có công bố sản phẩm theo quy định***	5
9. ĐẢM BẢO CHẤT LƯỢNG SẢN PHẨM	5
☐ Cơ sở chế biến, đóng gói có giấy chứng nhận đủ điều kiện ATTP theo quy định	1
☐ Cơ sở chế biến, đóng gói có giấy chứng nhận đủ điều kiện ATTP theo quy định và có chứng nhận quản lý chất lượng của Việt Nam...)*****	3
☐ Cơ sở chế biến, đóng gói có giấy chứng nhận đủ điều kiện ATTP theo quy định và có chứng nhận quản lý chất lượng theo tiêu chuẩn quốc tế, đủ điều kiện ATTP cho xuất khẩu và các thủ tục pháp lý khác theo yêu cầu của thị trường	5

đích*****	
10. CƠ HỘI THỊ TRƯỜNG TOÀN CẦU	5
☐ Có thể xuất khẩu đến thị trường khu vực Đông Nam Á	1
☐ Có thể xuất khẩu các thị trường ngoài khu vực Đông Nam Á	3
☐ Có thể xuất khẩu đến các thị trường có tiêu chuẩn cao (Mỹ, Nhật, EU...)	5
TỔNG CỘNG	100

Ghi chú: Dấu sao là yêu cầu tối thiểu phải đạt theo các cấp độ sao (** - 3 sao; **** - 4 sao; ***** - 5 sao)

Ý kiến của người đánh giá:

.....

..., ngày ... tháng ... năm ...

Người đánh giá
 (Ký và ghi rõ họ tên)

15. Bộ sản phẩm: Đồ uống có cồn khác

(Sản phẩm: Đồ uống. Nhóm: Đồ uống có cồn)

Tên sản phẩm:

Mã số sản phẩm.(T).-.(X).-.(STT).-20.....

T: Mã tỉnh- X: Mã xã- STT: Số Thứ tự sản phẩm do xã lập thống kê - Năm đánh giá. Mã đơn vị hành chính theo Quyết định số 19/2025/QĐ-TTg ngày 30/6/2025

Tên chủ thể sản xuất:

Số điện thoại:

Địa chỉ:

Hồ sơ bị loại khi: Giả mạo hồ sơ hoặc không tuân thủ đầy đủ các quy định về giấy chứng nhận cơ sở đủ điều kiện ATTP theo quy định; hoặc không đáp ứng về Hồ sơ dự thi theo quy định

Các tiêu chí	Thang điểm
Phần A:	40
SẢN PHẨM VÀ SỨC MẠNH CỦA CỘNG ĐỒNG (40 Điểm)	
1. TỔ CHỨC SẢN XUẤT	18
1.1. Nguồn nguyên liệu	5
☐ Sử dụng nguyên liệu có nguồn gốc trong tỉnh dưới 50%***	1
☐ Sử dụng nguyên liệu có nguồn gốc trong tỉnh từ 50% đến dưới 75%	3
☐ Sử dụng nguyên liệu có nguồn gốc trong tỉnh từ 75% đến 100%	5
<i>Ghi chú: Bị loại nếu sử dụng toàn bộ nguyên liệu nhập khẩu hoặc không rõ nguồn gốc</i>	
1.2. Gia tăng giá trị	3
☐ Chế biến thông thường	1
☐ Sử dụng kỹ thuật thủ công để nâng cao chất lượng sản phẩm	2
☐ Áp dụng công nghệ để nâng cao chất lượng sản phẩm	3
1.3. Năng lực sản xuất để đáp ứng yêu cầu phân phối (Khả năng sản xuất đáp ứng nhu cầu về số lượng/quy mô của thị trường, so sánh với quy mô trung bình ở cùng đối tượng sản xuất tại địa phương)	3
☐ Có năng lực, quy mô sản xuất mức độ nhỏ	1
☐ Có năng lực, quy mô sản xuất trung bình****	2
☐ Có năng lực, quy mô sản xuất lớn, có thể đáp ứng thị trường xuất khẩu*****	3
1.4. Liên kết chuỗi trong sản xuất	3
☐ Không có liên kết hoặc có nhưng không rõ ràng	0
☐ Có hợp đồng liên kết sản xuất từ 50% đến dưới 75% sản lượng nguyên liệu đầu vào cho chế biến	1
☐ Có hợp đồng liên kết trên 75% sản lượng nguyên liệu đầu vào cho chế biến****	2
☐ Có hợp đồng liên kết trên 75% sản lượng nguyên liệu đầu vào cho chế biến và tổ chức thực hiện hợp đồng ổn định từ 12 tháng trở lên*****	3
1.5. Bảo vệ môi trường trong quá trình sản xuất	3
☐ Có Hồ sơ, thủ tục về môi trường theo quy định của pháp luật và các quy định khác về bảo vệ môi trường****	1
☐ Có Hồ sơ, thủ tục về môi trường theo quy định của pháp luật về bảo vệ môi trường và hồ sơ minh chứng về công trình thu gom và xử lý chất thải theo quy định	2

☐ Có Hồ sơ, thủ tục về môi trường theo quy định của pháp luật về bảo vệ môi trường; hồ sơ minh chứng về công trình thu gom và xử lý chất thải theo quy định và hồ sơ minh chứng về sử dụng bao gói thân thiện với môi trường	3
1.6. Sử dụng công nghệ theo hướng bền vững trong SX	1
☐ Không sử dụng công nghệ theo hướng bền vững trong sản xuất	0
☐ Có áp dụng công nghệ theo hướng bền vững môi trường (công nghệ tiết kiệm nguyên liệu, nhiên liệu; hoạt động xử lý/tái chế chất thải; tận thu tái sử dụng, tái chế phụ phẩm nông nghiệp,...)	1
2. PHÁT TRIỂN SẢN PHẨM	11
2.1. Nguồn gốc ý tưởng sản phẩm	5
☐ Sản phẩm được sản xuất phổ biến ở nhiều tỉnh, thành phố	0
☐ Sản phẩm được sản xuất phổ biến ở nhiều tỉnh, thành phố nhưng có chất lượng nổi trội, khác biệt do điều kiện về nguyên liệu, kỹ thuật truyền thống	2
☐ Sản phẩm được sản xuất ở nhiều nơi trên địa bàn, là sản phẩm đặc trưng của tỉnh, có chất lượng nổi trội	3
☐ Sản phẩm là đặc sản, truyền thống, chỉ sản xuất trên địa bàn của xã, có chất lượng đặc sắc, thương mại gắn với chỉ dẫn nguồn gốc địa lý ****	5
2.2. Đóng gói, bao bì sản phẩm	3
☐ Đóng gói theo hình thức thông thường, không có bao bì	0
☐ Đóng gói theo hình thức thông thường, bao bì đơn giản	1
☐ Đóng gói sáng tạo, bao bì đẹp	2
☐ Đóng gói sáng tạo, tiện lợi, bao bì đẹp, sang trọng*****	3
2.3. Phong cách, ghi nhãn hàng hóa	3
<i>(Gồm: Hình ảnh, màu sắc, ghi nhãn sản phẩm...)</i>	
☐ Có nhãn, ghi nhãn hàng hóa đầy đủ, theo đúng quy định	1
☐ Ghi nhãn hàng hóa đầy đủ, đúng quy định và thể hiện được thông điệp/câu truyện sản phẩm (hình ảnh hoặc lời giới thiệu)	2
☐ Ghi nhãn hàng hóa đầy đủ, đúng quy định, đẹp và thể hiện được thông điệp/câu truyện sản phẩm (hình ảnh hoặc lời giới thiệu) và có thể truy suất nguồn gốc điện tử****	3
3. SỨC MẠNH CỘNG ĐỒNG	11
3.1. Loại hình tổ chức sản xuất - kinh doanh	3
☐ Hộ gia đình có đăng ký kinh doanh hoặc trang trại hoặc tổ hợp tác (có giấy đăng ký kinh doanh của tổ trưởng)	1
☐ Công ty TNHH hoặc doanh nghiệp tư nhân hoặc công ty cổ phần có vốn góp của cộng đồng địa phương <51%	2
☐ HTX tổ chức, hoạt động theo Luật HTX 2012 hoặc công ty cổ phần có vốn góp của cộng đồng địa phương ≥ 51%;	3
3.2. Đại diện pháp luật của chủ thể là nữ/đồng bào dân tộc thiểu số	1
☐ Đại diện pháp luật của chủ thể không phải nữ/đồng bào dân tộc thiểu số	0
☐ Đại diện pháp luật của chủ thể là nữ/đồng bào dân tộc thiểu số	1
3.3. Sử dụng lao động địa phương	3
☐ Có sử dụng từ 50% đến 75% lao động là người trên địa bàn cấp huyện	1
☐ Có sử dụng ≥ 75% lao động là người trên địa bàn cấp huyện	3
3.4. Tăng trưởng sản xuất kinh doanh	2
☐ Hợp tác xã xếp loại trung bình, các loại hình khác có lợi nhuận tăng trưởng dương so với năm trước liền kề	1

☐ Hợp tác xã xếp loại khá, các loại hình khác có 2 năm liên tiếp tăng trưởng dương về lợi nhuận****	2
3.5. Sở hữu trí tuệ	2
☐ Các nhãn hiệu sử dụng trên bao bì sản phẩm được cấp giấy chứng nhận đăng ký****	1
☐ Các nhãn hiệu sử dụng trên bao bì sản phẩm được cấp giấy chứng nhận đăng ký; và sản phẩm có sử dụng dấu hiệu chỉ dẫn nguồn gốc địa lý gắn với cộng đồng địa phương (<i>đối với những sản phẩm của địa phương đã được bảo hộ chỉ dẫn địa lý, nhãn hiệu chứng nhận, nhãn hiệu tập thể gắn với chỉ dẫn nguồn gốc địa lý thì bắt buộc phải sử dụng</i>)*****	2
Phần B: KHẢ NĂNG TIẾP THỊ (25 Điểm)	25
4. TIẾP THỊ	13
4.1. Khu vực phân phối chính	5
☐ Thị trường trong xã	1
☐ Thị trường ngoài xã, có dưới 5 đại diện/đại lý phân phối	2
☐ Thị trường ngoài xã, có ≥ 5 đại diện/đại lý phân phối	3
☐ Thị trường quốc tế (có hợp đồng); hoặc phân phối tại các kênh thương mại hiện đại: siêu thị, thương mại điện tử,... (có hợp đồng và duy trì hoạt động ít nhất 6 tháng) *****	5
4.2. Tổ chức phân phối (Gồm: Tổ chức kinh doanh, phân phối sản phẩm)	4
☐ Không có người chịu trách nhiệm quản lý phân phối	0
☐ Có người chịu trách nhiệm quản lý phân phối	1
☐ Có bộ phận/phòng quản lý phân phối	3
☐ Có bộ phận/phòng quản lý phân phối, có ứng dụng công nghệ thông tin trong quản lý	4
4.3. Quảng bá sản phẩm	4
☐ Không có hoạt động quảng bá	0
☐ Có một số hoạt động quảng bá	1
☐ Có nhiều hoạt động quảng bá, có website của cơ sở/quảng bá trên mạng xã hội, có tham gia hoạt động xúc tiến thương mại trong tỉnh	2
☐ Có nhiều hoạt động quảng bá và có website của cơ sở/hoặc quảng bá trên mạng xã hội và có tham gia hoạt động xúc tiến thương mại ngoài tỉnh	3
☐ Có nhiều hoạt động quảng bá và có website của cơ sở/hoặc quảng bá trên mạng xã hội hoạt động thường xuyên và có tham gia hoạt động xúc tiến thương mại ngoài tỉnh và quốc tế	4
5. CÂU CHUYỆN VỀ SẢN PHẨM	12
5.1. Câu chuyện về sản phẩm	5
☐ Không có câu chuyện, hoặc có nhưng không được tư liệu hóa	0
☐ Có tài liệu giới thiệu về sản phẩm	1
☐ Có câu chuyện được tư liệu hóa (có cốt chuyện, nội dung cụ thể)	2
☐ Có câu chuyện được tư liệu hóa và trình bày trên nhãn/tờ rơi	3
☐ Có câu chuyện được tư liệu hóa và trình bày trên nhãn/tờ rơi và website	4
☐ Có câu chuyện được tư liệu hóa và trình bày trên nhãn/tờ rơi và website (dưới dạng hình ảnh, clip,...)	5
5.2. Trí tuệ/bản sắc địa phương <i>Chỉ áp dụng khi có câu chuyện, đánh giá nội dung câu chuyện:</i>	5
☐ Giống với câu chuyện sản phẩm ở nơi khác	0
☐ Tương đối giống câu chuyện sản phẩm ở nơi khác, có thay đổi một số yếu tố	1

☐ Có câu chuyện riêng, gắn với nguồn gốc xuất xứ***	3
☐ Có câu chuyện sản phẩm đặc sắc, mang sắc thái truyền thống, văn hóa và trí tuệ/bản sắc địa phương****	5
5.3. Cấu trúc câu chuyện	2
<i>Chỉ áp dụng khi có câu chuyện</i>	
☐ Đơn giản	0
☐ Có đầy đủ các yếu tố của câu chuyện sản phẩm	1
☐ Ngắn gọn, xúc tích và có các thông điệp đặc sắc về sản phẩm/văn hóa/trí tuệ/bản sắc địa phương*****	2
Phần C: CHẤT LƯỢNG SẢN PHẨM (35 Điểm)	35
6. CHỈ TIÊU CẢM QUAN	15
6.1. Tạp chất lạ	2
☐ Có tạp chất	0
☐ Có rất ít tạp chất/có cặn, chấp nhận được	1
☐ Sạch, không phát hiện tạp chất/cặn	2
<i>Ghi chú: Nếu có tạp chất lạ có nguy cơ gây mất an toàn thực phẩm như đất, côn trùng, lông, len ... sẽ không đánh giá các bước tiếp theo.</i>	
6.2. Màu sắc	3
☐ Màu sắc không phù hợp với đặc tính sản phẩm	0
☐ Màu sắc phù hợp với đặc tính sản phẩm****	1
☐ Màu sắc đẹp, rất phù hợp với đặc tính sản phẩm	3
6.3. Mùi	5
☐ Khác thường hoặc không rõ mùi	0
☐ Mùi nhẹ, phù hợp (với đặc trưng nguyên liệu sử dụng, loại sản phẩm)	1
☐ Mùi mạnh, phù hợp	2
☐ Mùi mạnh, phù hợp, hấp dẫn****	3
☐ Mùi mạnh, phù hợp, rất hấp dẫn	5
6.5. Vị	5
☐ Vị khác thường hoặc không rõ vị	0
☐ Tương đối rõ, chấp nhận được	1
☐ Vị đậm, phù hợp (với đặc trưng nguyên liệu sử dụng, loại sản phẩm)	2
☐ Vị đậm, dịu, phù hợp, không sốc****	3
☐ Vị đậm, dịu, phù hợp, không sốc, hấp dẫn	5
7. TÍNH ĐỘC ĐÁO <i>(Chất lượng: Có nét riêng, khác biệt, có dấu hiệu nhận biết rõ ràng so với sản phẩm khác, tiềm năng thành thương hiệu của địa phương)</i>	5
☐ Trung bình	0
☐ Tương đối độc đáo	1
☐ Độc đáo, mang tính đặc trưng****	3
☐ Rất độc đáo và có tính đặc trưng*****	5
8. CÔNG BỐ SẢN PHẨM	5
☐ Không thực hiện công bố sản phẩm theo quy định	0
☐ Có công bố sản phẩm theo quy định***	5
9. ĐẢM BẢO CHẤT LƯỢNG SẢN PHẨM	5
☐ Cơ sở chế biến, đóng gói có giấy chứng nhận đủ điều kiện ATTP theo quy định	1
☐ Cơ sở chế biến, đóng gói có giấy chứng nhận đủ điều kiện ATTP theo quy định và có chứng nhận quản lý chất lượng của Việt Nam...)*****	3

☐ Cơ sở chế biến, đóng gói có giấy chứng nhận đủ điều kiện ATTP theo quy định và có chứng nhận quản lý chất lượng theo tiêu chuẩn quốc tế, đủ điều kiện ATTP cho xuất khẩu và các thủ tục pháp lý khác theo yêu cầu của thị trường đích*****	5
10. CƠ HỘI THỊ TRƯỜNG TOÀN CẦU	5
☐ Có thể xuất khẩu đến thị trường khu vực Đông Nam Á	1
☐ Có thể xuất khẩu các thị trường ngoài khu vực Đông Nam Á	3
☐ Có thể xuất khẩu đến các thị trường có tiêu chuẩn cao (Mỹ, Nhật, EU...)	5
TỔNG CỘNG	100

Ghi chú: Dấu sao là yêu cầu tối thiểu phải đạt theo các cấp độ sao (** - 3 sao; **** - 4 sao; ***** - 5 sao)

Ý kiến của người đánh giá:

.....

..., ngày ... tháng ... năm ...

Người đánh giá
 (Ký và ghi rõ họ tên)

16. Bộ sản phẩm: Nước khoáng thiên nhiên, nước uống tinh khiết đóng chai
(Sản phẩm: Đồ uống. Nhóm: Đồ uống không cồn)

Tên sản phẩm:

Mã số sản phẩm.(T).-.(X).-.(STT).-20.....

T: Mã tỉnh- X: Mã xã- STT: Số Thứ tự sản phẩm do xã lập thống kê - Năm đánh giá. Mã đơn vị hành chính theo Quyết định số 19/2025/QĐ-TTg ngày 30/6/2025

Tên chủ thể sản xuất:

Số điện thoại:

Địa chỉ:

Hồ sơ bị loại khi: Giả mạo hồ sơ hoặc không tuân thủ đầy đủ các quy định về giấy chứng nhận cơ sở đủ điều kiện ATTP theo quy định; hoặc không đáp ứng về Hồ sơ dự thi theo quy định

Các tiêu chí	Thang điểm
Phần A: SẢN PHẨM VÀ SỨC MẠNH CỦA CỘNG ĐỒNG (40 Điểm)	40
1. TỔ CHỨC SẢN XUẤT	18
1.1. Nguồn nguyên liệu	5
☐ Sử dụng nguyên liệu có nguồn gốc trong tỉnh dưới 50%***	1
☐ Sử dụng nguyên liệu có nguồn gốc trong tỉnh từ 50% đến dưới 75%	3
☐ Sử dụng nguyên liệu có nguồn gốc trong tỉnh từ 75% đến 100%	5
1.2. Gia tăng giá trị	3
☐ Tinh chế	1
☐ Ứng dụng công nghệ cao trong tinh chế	2
☐ Ứng dụng công nghệ cao trong tinh chế, đóng gói	3
1.3. Năng lực sản xuất để đáp ứng yêu cầu phân phối (Khả năng sản xuất đáp ứng nhu cầu về số lượng/quy mô của thị trường, so sánh với quy mô trung bình ở cùng đối tượng sản xuất tại địa phương)	3
☐ Có năng lực, quy mô sản xuất mức độ nhỏ	1
☐ Có năng lực, quy mô sản xuất trung bình****	2
☐ Có năng lực, quy mô sản xuất lớn, có thể đáp ứng thị trường xuất khẩu*****	3
1.4. Liên kết chuỗi trong sản xuất	3
☐ Không có liên kết hoặc có nhưng không rõ ràng	0
☐ Có hợp đồng liên kết sản xuất từ 50% đến dưới 75% sản lượng nguyên liệu đầu vào cho chế biến	1
☐ Có hợp đồng liên kết trên 75% sản lượng nguyên liệu đầu vào cho chế biến****	2
☐ Có hợp đồng liên kết trên 75% sản lượng nguyên liệu đầu vào cho chế biến và tổ chức thực hiện hợp đồng ổn định từ 12 tháng trở lên*****	3
1.5. Bảo vệ môi trường trong quá trình sản xuất	3
☐ Có Hồ sơ, thủ tục về môi trường theo quy định của pháp luật và các quy định khác về bảo vệ môi trường****	1
☐ Có Hồ sơ, thủ tục về môi trường theo quy định của pháp luật về bảo vệ môi trường và hồ sơ minh chứng về công trình thu gom và xử lý chất thải theo quy định	2
☐ Có Hồ sơ, thủ tục về môi trường theo quy định của pháp luật về bảo vệ môi trường; hồ sơ minh chứng về công trình thu gom và xử lý chất thải theo quy định và hồ sơ minh chứng về sử dụng bao gói thân thiện với môi trường	3
1.6. Sử dụng công nghệ theo hướng bền vững trong SX	1

☐ Không sử dụng công nghệ theo hướng bền vững trong sản xuất	0
☐ Có áp dụng công nghệ theo hướng bền vững môi trường (công nghệ tiết kiệm nguyên liệu, nhiên liệu; hoạt động xử lý/tái chế chất thải; tận thu tái sử dụng, tái chế phụ phẩm nông nghiệp,...)	1
2. PHÁT TRIỂN SẢN PHẨM	11
2.1. Nguồn gốc ý tưởng sản phẩm	5
☐ Sản phẩm được sản xuất phổ biến ở nhiều tỉnh, thành phố	0
☐ Sản phẩm được sản xuất phổ biến ở nhiều tỉnh, thành phố nhưng có chất lượng nổi trội, khác biệt do điều kiện về nguyên liệu, kỹ thuật truyền thống	1
☐ Sản phẩm được sản xuất ở nhiều nơi trên địa bàn, là sản phẩm đặc trưng của tỉnh, có chất lượng nổi trội	3
☐ Sản phẩm là đặc sản, truyền thống, chỉ sản xuất trên địa bàn của xã, có chất lượng đặc sắc, thương mại gắn với chỉ dẫn nguồn gốc địa lý ****	5
2.2. Đóng gói, bao bì sản phẩm	3
☐ Đóng gói theo hình thức thông thường, không có bao bì	0
☐ Đóng gói theo hình thức thông thường, bao bì đơn giản	1
☐ Đóng gói sáng tạo, bao bì đẹp	2
☐ Đóng gói sáng tạo, tiện lợi, bao bì đẹp, thân thiện với môi trường*****	3
2.3. Phong cách, ghi nhãn hàng hóa	3
<i>(Gồm: Hình ảnh, màu sắc, ghi nhãn sản phẩm...)</i>	
☐ Có nhãn, ghi nhãn hàng hóa đầy đủ, theo đúng quy định	1
☐ Ghi nhãn hàng hóa đầy đủ, đúng quy định và thể hiện được thông điệp/câu truyện sản phẩm (hình ảnh hoặc lời giới thiệu)	2
☐ Ghi nhãn hàng hóa đầy đủ, đúng quy định, đẹp và thể hiện được thông điệp/câu truyện sản phẩm (hình ảnh hoặc lời giới thiệu) và có thể truy suất nguồn gốc điện tử****	3
3. SỨC MẠNH CỘNG ĐỒNG	11
3.1. Loại hình tổ chức sản xuất - kinh doanh	3
☐ Hộ gia đình có đăng ký kinh doanh hoặc trang trại hoặc tổ hợp tác (có giấy đăng ký kinh doanh của tổ trưởng)	1
☐ Công ty TNHH hoặc doanh nghiệp tư nhân hoặc công ty cổ phần có vốn góp của cộng đồng địa phương <51%	2
☐ HTX tổ chức, hoạt động theo Luật HTX 2012 hoặc công ty cổ phần có vốn góp của cộng đồng địa phương ≥ 51%;	3
3.2. Đại diện pháp luật của chủ thể là nữ/đồng bào dân tộc thiểu số	1
☐ Đại diện pháp luật của chủ thể không phải nữ/đồng bào dân tộc thiểu số	0
☐ Đại diện pháp luật của chủ thể là nữ/đồng bào dân tộc thiểu số	1
3.3. Sử dụng lao động địa phương	3
☐ Có sử dụng từ 50% đến 75% lao động là người trên địa bàn cấp huyện	1
☐ Có sử dụng ≥ 75% lao động là người trên địa bàn cấp huyện	3
3.4. Tăng trưởng sản xuất kinh doanh	2
☐ Hợp tác xã xếp loại trung bình, các loại hình khác có lợi nhuận tăng trưởng dương so với năm trước liền kề	1
☐ Hợp tác xã xếp loại khá, các loại hình khác có 2 năm liên tiếp tăng trưởng dương về lợi nhuận****	2
3.5. Sở hữu trí tuệ	2
☐ Các nhãn hiệu sử dụng trên bao bì sản phẩm được cấp giấy chứng nhận đăng ký****	1

☐ Các nhãn hiệu sử dụng trên bao bì sản phẩm được cấp giấy chứng nhận đăng ký; và sản phẩm có sử dụng dấu hiệu chỉ dẫn nguồn gốc địa lý gắn với cộng đồng địa phương (<i>đối với những sản phẩm của địa phương đã được bảo hộ chỉ dẫn địa lý, nhãn hiệu chứng nhận, nhãn hiệu tập thể gắn với chỉ dẫn nguồn gốc địa lý thì bắt buộc phải sử dụng</i>)*****	2
Phần B: KHẢ NĂNG TIẾP THỊ (25 Điểm)	25
4. TIẾP THỊ	13
4.1. Khu vực phân phối chính	5
☐ Thị trường trong xã	1
☐ Thị trường ngoài xã, có dưới 5 đại diện/đại lý phân phối	2
☐ Thị trường ngoài xã, có ≥ 5 đại diện/đại lý phân phối	3
☐ Thị trường quốc tế (có hợp đồng); hoặc phân phối tại các kênh thương mại hiện đại: siêu thị, thương mại điện tử,... (có hợp đồng và duy trì hoạt động ít nhất 6 tháng) *****	5
4.2. Tổ chức phân phối (Gồm: Tổ chức kinh doanh, phân phối sản phẩm)	4
☐ Không có người chịu trách nhiệm quản lý phân phối	0
☐ Có người chịu trách nhiệm quản lý phân phối	1
☐ Có bộ phận/phòng quản lý phân phối	3
☐ Có bộ phận/phòng quản lý phân phối, có ứng dụng công nghệ thông tin trong quản lý	4
4.3. Quảng bá sản phẩm	4
☐ Không có hoạt động quảng bá	0
☐ Có một số hoạt động quảng bá	1
☐ Có nhiều hoạt động quảng bá, có website của cơ sở/quảng bá trên mạng xã hội, có tham gia hoạt động xúc tiến thương mại trong tỉnh	2
☐ Có nhiều hoạt động quảng bá và có website của cơ sở/hoặc quảng bá trên mạng xã hội và có tham gia hoạt động xúc tiến thương mại ngoài tỉnh	3
☐ Có nhiều hoạt động quảng bá và có website của cơ sở/hoặc quảng bá trên mạng xã hội hoạt động thường xuyên và có tham gia hoạt động xúc tiến thương mại ngoài tỉnh và quốc tế	4
5. CÂU CHUYỆN VỀ SẢN PHẨM	12
5.1. Câu chuyện về sản phẩm	5
☐ Không có câu chuyện, hoặc có nhưng không được tư liệu hóa	0
☐ Có tài liệu giới thiệu về sản phẩm	1
☐ Có câu chuyện được tư liệu hóa (có cốt chuyện, nội dung cụ thể)	2
☐ Có câu chuyện được tư liệu hóa và trình bày trên nhãn/tờ rơi	3
☐ Có câu chuyện được tư liệu hóa và trình bày trên nhãn/tờ rơi và website	4
☐ Có câu chuyện được tư liệu hóa và trình bày trên nhãn/tờ rơi và website (dưới dạng hình ảnh, clip,...)	5
5.2. Trí tuệ/bản sắc địa phương <i>Chỉ áp dụng khi có câu chuyện, đánh giá nội dung câu chuyện:</i>	5
☐ Giống với câu chuyện sản phẩm ở nơi khác	0
☐ Tương đối giống câu chuyện sản phẩm ở nơi khác, có thay đổi một số yếu tố	1
☐ Có câu chuyện riêng, gắn với nguồn gốc xuất xứ***	3
☐ Có câu chuyện sản phẩm đặc sắc, mang sắc thái truyền thống, văn hóa và trí tuệ/bản sắc địa phương*****	5
5.3. Cấu trúc câu chuyện	2
<i>Chỉ áp dụng khi có câu chuyện</i>	

☐ Đơn giản	0
☐ Có đầy đủ các yếu tố của câu chuyện sản phẩm	1
☐ Ngắn gọn, xúc tích và có các thông điệp đặc sắc về sản phẩm/văn hóa/trí tuệ/bản sắc địa phương*****	2
Phần C: CHẤT LƯỢNG SẢN PHẨM (35 Điểm)	35
6. CHỈ TIÊU CẢM QUAN	15
6.1. TẠP CHẤT LẠ	3
☐ Có tạp chất	0
☐ Sạch, không phát hiện tạp chất/cặn	3
6.2. MÀU SẮC	3
☐ Có màu	0
☐ Trong suốt, không màu	3
6.3. MÙI	4
☐ Có mùi	0
☐ Có mùi nhẹ, tự nhiên, chấp nhận được	2
☐ Không có mùi	4
6.4. VỊ	5
☐ Có vị lạ	0
☐ Tương đối phù hợp với sản phẩm	1
☐ Phù hợp với sản phẩm	3
☐ Phù hợp với sản phẩm, "ấn tượng", sảng khoái sau uống	5
<i>Ghi chú: Nếu được 0 điểm tại một trong các chỉ tiêu trên, sẽ không đánh giá các bước tiếp theo.</i>	
7. TÍNH ĐỘC ĐÁO (Chất lượng: Có nét riêng, khác biệt, có dấu hiệu nhận biết rõ ràng so với sản phẩm khác, tiềm năng thành thương hiệu của địa phương)	5
☐ Trung bình	0
☐ Tương đối độc đáo	1
☐ Độc đáo, mang tính đặc trưng****	3
☐ Rất độc đáo và có tính đặc trưng*****	5
8. CÔNG BỐ SẢN PHẨM	5
☐ Không thực hiện công bố sản phẩm theo quy định	0
☐ Có công bố sản phẩm theo quy định***	5
9. ĐIỀU KIỆN ĐẢM BẢO AN TOÀN CHẤT LƯỢNG SẢN PHẨM	5
☐ Có giấy chứng nhận cơ sở đủ điều kiện an toàn sản xuất sản phẩm (hoặc tương đương) theo đúng quy định (do cơ quan có thẩm quyền cấp, còn hiệu lực)	1
☐ Có giấy chứng nhận cơ sở đủ điều kiện an toàn sản xuất sản phẩm (hoặc tương đương) theo đúng quy định (do cơ quan có thẩm quyền cấp, còn hiệu lực) và được kiểm tra, đánh giá của cơ quan có thẩm quyền sau cấp giấy	3
☐ Có giấy chứng nhận cơ sở đủ điều kiện an toàn sản xuất sản phẩm (hoặc tương đương) theo đúng quy định (do cơ quan có thẩm quyền cấp, còn hiệu lực); được kiểm tra, đánh giá của cơ quan có thẩm quyền sau cấp giấy và có tài liệu chứng minh áp dụng dây chuyền sản xuất tiên tiến, hiện đại.*****	5
10. CƠ HỘI THỊ TRƯỜNG TOÀN CẦU	5
☐ Có thể xuất khẩu đến thị trường khu vực Đông Nam Á	1
☐ Có thể xuất khẩu các thị trường ngoài khu vực Đông Nam Á	3
☐ Có thể xuất khẩu đến các thị trường có tiêu chuẩn cao (Mỹ, Nhật, EU...)	5
TỔNG CỘNG	100

Ghi chú: Dấu sao là yêu cầu tối thiểu phải đạt theo các cấp độ sao (** - 3 sao; **** - 4 sao; ***** - 5 sao)

Ý kiến của người đánh giá:

.....

..., ngày ... tháng ... năm ...

Người đánh giá
 (Ký và ghi rõ họ tên)

17. Bộ sản phẩm: Đồ uống không cồn khác
(Sản phẩm: Đồ uống. Nhóm: Đồ uống không cồn)

Tên sản phẩm:

Mã số sản phẩm.(T).-.(X).-.(STT).-20.....

T: Mã tỉnh- X: Mã xã- STT: Số Thứ tự sản phẩm do xã lập thống kê - Năm đánh giá. Mã đơn vị hành chính theo Quyết định số 19/2025/QĐ-TTg ngày 30/6/2025

Tên chủ thể sản xuất:

Số điện thoại:

Địa chỉ:

Hồ sơ bị loại khi: Giả mạo hồ sơ hoặc không tuân thủ đầy đủ các quy định về giấy chứng nhận cơ sở đủ điều kiện ATTP theo quy định; hoặc không đáp ứng về Hồ sơ dự thi theo quy định

Các tiêu chí	Thang điểm
Phần A: SẢN PHẨM VÀ SỨC MẠNH CỦA CỘNG ĐỒNG (40 Điểm)	40
1. TỔ CHỨC SẢN XUẤT	18
1.1. Nguồn nguyên liệu	5
☐ Sử dụng nguyên liệu có nguồn gốc trong tỉnh dưới 50%***	1
☐ Sử dụng nguyên liệu có nguồn gốc trong tỉnh từ 50% đến dưới 75%	3
☐ Sử dụng nguyên liệu có nguồn gốc trong tỉnh từ 75% đến 100%	5
1.2. Gia tăng giá trị	3
☐ Chế biến thông thường	1
☐ Sử dụng kỹ thuật thủ công để nâng cao chất lượng sản phẩm	2
☐ Áp dụng công nghệ để nâng cao chất lượng sản phẩm	3
1.3. Năng lực sản xuất để đáp ứng yêu cầu phân phối <i>(Khả năng sản xuất đáp ứng nhu cầu về số lượng/quy mô của thị trường, so sánh với quy mô trung bình ở cùng đối tượng sản xuất tại địa phương)</i>	3
☐ Có năng lực, quy mô sản xuất mức độ nhỏ	1
☐ Có năng lực, quy mô sản xuất trung bình****	2
☐ Có năng lực, quy mô sản xuất lớn, có thể đáp ứng thị trường xuất khẩu*****	3
1.4. Liên kết chuỗi trong sản xuất	3
☐ Không có liên kết hoặc có nhưng không rõ ràng	0
☐ Có hợp đồng liên kết sản xuất từ 50% đến dưới 75% sản lượng nguyên liệu đầu vào cho chế biến	1
☐ Có hợp đồng liên kết trên 75% sản lượng nguyên liệu đầu vào cho chế biến****	2
☐ Có hợp đồng liên kết trên 75% sản lượng nguyên liệu đầu vào cho chế biến và tổ chức thực hiện hợp đồng ổn định từ 12 tháng trở lên*****	3
1.5. Bảo vệ môi trường trong quá trình sản xuất	3
☐ Có Hồ sơ, thủ tục về môi trường theo quy định của pháp luật và các quy định khác về bảo vệ môi trường****	1
☐ Có Hồ sơ, thủ tục về môi trường theo quy định của pháp luật về bảo vệ môi trường và hồ sơ minh chứng về công trình thu gom và xử lý chất thải theo quy định	2
☐ Có Hồ sơ, thủ tục về môi trường theo quy định của pháp luật về bảo vệ môi trường; hồ sơ minh chứng về công trình thu gom và xử lý chất thải theo quy định và hồ sơ minh chứng về sử dụng bao gói thân thiện với môi trường	3
1.6. Sử dụng công nghệ theo hướng bền vững trong SX	1

☐ Không sử dụng công nghệ theo hướng bền vững trong sản xuất	0
☐ Có áp dụng công nghệ theo hướng bền vững môi trường (công nghệ tiết kiệm nguyên liệu, nhiên liệu; hoạt động xử lý/tái chế chất thải; tận thu tái sử dụng, tái chế phụ phẩm nông nghiệp,...)	1
2. PHÁT TRIỂN SẢN PHẨM	11
2.1. Nguồn gốc ý tưởng sản phẩm	5
☐ Sản phẩm được sản xuất phổ biến ở nhiều tỉnh, thành phố	5
☐ Sản phẩm được sản xuất phổ biến ở nhiều tỉnh, thành phố nhưng có chất lượng nổi trội, khác biệt do điều kiện về nguyên liệu, kỹ thuật truyền thống	1
☐ Sản phẩm được sản xuất ở nhiều nơi trên địa bàn, là sản phẩm đặc trưng của tỉnh, có chất lượng nổi trội	3
☐ Sản phẩm là đặc sản, truyền thống, chỉ sản xuất trên địa bàn của xã, có chất lượng đặc sắc, thương mại gắn với chỉ dẫn nguồn gốc địa lý ****	5
2.2. Đóng gói, bao bì sản phẩm	3
☐ Đóng gói theo hình thức thông thường, không có bao bì	0
☐ Đóng gói theo hình thức thông thường, bao bì đơn giản	1
☐ Đóng gói sáng tạo, bao bì đẹp	2
☐ Đóng gói sáng tạo, tiện lợi, bao bì đẹp, thân thiện với môi trường*****	3
2.3. Phong cách, ghi nhãn hàng hóa	3
<i>(Gồm: Hình ảnh, màu sắc, ghi nhãn sản phẩm...)</i>	
☐ Có nhãn, ghi nhãn hàng hóa đầy đủ, theo đúng quy định	1
☐ Ghi nhãn hàng hóa đầy đủ, đúng quy định và thể hiện được thông điệp/câu truyện sản phẩm (hình ảnh hoặc lời giới thiệu)	2
☐ Ghi nhãn hàng hóa đầy đủ, đúng quy định, đẹp và thể hiện được thông điệp/câu truyện sản phẩm (hình ảnh hoặc lời giới thiệu) và có thể truy suất nguồn gốc điện tử****	3
3. SỨC MẠNH CỘNG ĐỒNG	11
3.1. Loại hình tổ chức sản xuất - kinh doanh	3
☐ Hộ gia đình có đăng ký kinh doanh hoặc trang trại hoặc tổ hợp tác (có giấy đăng ký kinh doanh của tổ trưởng)	1
☐ Công ty TNHH hoặc doanh nghiệp tư nhân hoặc công ty cổ phần có vốn góp của cộng đồng địa phương <51%	2
☐ HTX tổ chức, hoạt động theo Luật HTX 2012 hoặc công ty cổ phần có vốn góp của cộng đồng địa phương $\geq 51\%$;	3
3.2. Đại diện pháp luật của chủ thể là nữ/đồng bào dân tộc thiểu số	1
☐ Đại diện pháp luật của chủ thể không phải nữ/đồng bào dân tộc thiểu số	0
☐ Đại diện pháp luật của chủ thể là nữ/đồng bào dân tộc thiểu số	1
3.3. Sử dụng lao động địa phương	3
☐ Có sử dụng từ 50% đến 75% lao động là người trên địa bàn cấp huyện	1
☐ Có sử dụng $\geq 75\%$ lao động là người trên địa bàn cấp huyện	3
3.4. Tăng trưởng sản xuất kinh doanh	2
☐ Hợp tác xã xếp loại trung bình, các loại hình khác có lợi nhuận tăng trưởng dương so với năm trước liền kề	1
☐ Hợp tác xã xếp loại khá, các loại hình khác có 2 năm liên tiếp tăng trưởng dương về lợi nhuận****	2
3.5. Sở hữu trí tuệ	2
☐ Các nhãn hiệu sử dụng trên bao bì sản phẩm được cấp giấy chứng nhận đăng ký****	1

☐ Các nhãn hiệu sử dụng trên bao bì sản phẩm được cấp giấy chứng nhận đăng ký; và sản phẩm có sử dụng dấu hiệu chỉ dẫn nguồn gốc địa lý gắn với cộng đồng địa phương (<i>đối với những sản phẩm của địa phương đã được bảo hộ chỉ dẫn địa lý, nhãn hiệu chứng nhận, nhãn hiệu tập thể gắn với chỉ dẫn nguồn gốc địa lý thì bắt buộc phải sử dụng</i>)*****	2
Phần B: KHẢ NĂNG TIẾP THỊ (25 Điểm)	25
4. TIẾP THỊ	13
4.1. Khu vực phân phối chính	5
☐ Thị trường trong xã	1
☐ Thị trường ngoài xã, có dưới 5 đại diện/đại lý phân phối	2
☐ Thị trường ngoài xã, có ≥ 5 đại diện/đại lý phân phối	3
☐ Thị trường quốc tế (có hợp đồng); hoặc phân phối tại các kênh thương mại hiện đại: siêu thị, thương mại điện tử,... (có hợp đồng và duy trì hoạt động ít nhất 6 tháng) *****	5
4.2. Tổ chức phân phối (Gồm: Tổ chức kinh doanh, phân phối sản phẩm)	4
☐ Không có người chịu trách nhiệm quản lý phân phối	0
☐ Có người chịu trách nhiệm quản lý phân phối	1
☐ Có bộ phận/phòng quản lý phân phối	3
☐ Có bộ phận/phòng quản lý phân phối, có ứng dụng công nghệ thông tin trong quản lý	4
4.3. Quảng bá sản phẩm	4
☐ Không có hoạt động quảng bá	0
☐ Có một số hoạt động quảng bá	1
☐ Có nhiều hoạt động quảng bá, có website của cơ sở/quảng bá trên mạng xã hội, có tham gia hoạt động xúc tiến thương mại trong tỉnh	2
☐ Có nhiều hoạt động quảng bá và có website của cơ sở/hoặc quảng bá trên mạng xã hội và có tham gia hoạt động xúc tiến thương mại ngoài tỉnh	3
☐ Có nhiều hoạt động quảng bá và có website của cơ sở/hoặc quảng bá trên mạng xã hội hoạt động thường xuyên và có tham gia hoạt động xúc tiến thương mại ngoài tỉnh và quốc tế	4
5. CÂU CHUYỆN VỀ SẢN PHẨM	12
5.1. Câu chuyện về sản phẩm	5
☐ Không có câu chuyện, hoặc có nhưng không được tư liệu hóa	0
☐ Có tài liệu giới thiệu về sản phẩm	1
☐ Có câu chuyện được tư liệu hóa (có cốt chuyện, nội dung cụ thể)	2
☐ Có câu chuyện được tư liệu hóa và trình bày trên nhãn/tờ rơi	3
☐ Có câu chuyện được tư liệu hóa và trình bày trên nhãn/tờ rơi và website	4
☐ Có câu chuyện được tư liệu hóa và trình bày trên nhãn/tờ rơi và website (dưới dạng hình ảnh, clip,...)	5
5.2. Trí tuệ/bản sắc địa phương <i>Chỉ áp dụng khi có câu chuyện, đánh giá nội dung câu chuyện:</i>	5
☐ Giống với câu chuyện sản phẩm ở nơi khác	0
☐ Tương đối giống câu chuyện sản phẩm ở nơi khác, có thay đổi một số yếu tố	1
☐ Có câu chuyện riêng, gắn với nguồn gốc xuất xứ***	3
☐ Có câu chuyện sản phẩm đặc sắc, mang sắc thái truyền thống, văn hóa và trí tuệ/bản sắc địa phương*****	5
5.3. Cấu trúc câu chuyện	2
<i>Chỉ áp dụng khi có câu chuyện</i>	

☐ Đơn giản	0
☐ Có đầy đủ các yếu tố của câu chuyện sản phẩm	1
☐ Ngắn gọn, xúc tích và có các thông điệp đặc sắc về sản phẩm/văn hóa/trí tuệ/bản sắc địa phương*****	2
Phần C: CHẤT LƯỢNG SẢN PHẨM (35 Điểm)	35
6. CHỈ TIÊU CẢM QUAN	15
6.1. Tập chất lạ	3
☐ Có tập chất	0
☐ Có rất ít tập chất, chấp nhận được	1
☐ Sạch, không phát hiện tập chất/cặn	3
<i>Ghi chú: Nếu có tập chất lạ có nguy cơ không đạt quy định ATTP như đất, côn trùng, lông, len ... sẽ không đánh giá các bước tiếp theo</i>	
6.2. Màu sắc	4
☐ Màu sắc không phù hợp với đặc tính sản phẩm	0
☐ Màu sắc phù hợp với đặc tính sản phẩm****	2
☐ Màu sắc đẹp, rất phù hợp với đặc tính sản phẩm	4
6.3. Mùi	5
☐ Khác thường hoặc không rõ mùi	0
☐ Mùi nhẹ, phù hợp (với đặc trưng nguyên liệu sử dụng, loại sản phẩm)	1
☐ Mùi mạnh, phù hợp	2
☐ Mùi mạnh, phù hợp, hấp dẫn****	3
☐ Mùi mạnh, phù hợp, rất hấp dẫn	5
6.4. Vị	3
☐ Có vị lạ	0
☐ Tương đối phù hợp với sản phẩm	1
☐ Phù hợp với sản phẩm	2
☐ Phù hợp với sản phẩm, "ấn tượng", hấp dẫn	3
7. TÍNH ĐỘC ĐÁO (Chất lượng: Có nét riêng, khác biệt, có dấu hiệu nhận biết rõ ràng so với sản phẩm khác, tiềm năng thành thương hiệu của địa phương)	5
☐ Trung bình	0
☐ Tương đối độc đáo	1
☐ Độc đáo, mang tính đặc trưng****	3
☐ Rất độc đáo và có tính đặc trưng*****	5
8. CÔNG BỐ SẢN PHẨM	5
☐ Không thực hiện công bố sản phẩm theo quy định	0
☐ Có công bố sản phẩm theo quy định***	5
9. ĐẢM BẢO CHẤT LƯỢNG SẢN PHẨM	5
☐ Cơ sở chế biến, đóng gói có giấy chứng nhận đủ điều kiện ATTP theo quy định	1
☐ Cơ sở chế biến, đóng gói có giấy chứng nhận đủ điều kiện ATTP theo quy định và có chứng nhận quản lý chất lượng của Việt Nam...)*****	3
☐ Cơ sở chế biến, đóng gói có giấy chứng nhận đủ điều kiện ATTP theo quy định và có chứng nhận quản lý chất lượng theo tiêu chuẩn quốc tế, đủ điều kiện ATTP cho xuất khẩu và các thủ tục pháp lý khác theo yêu cầu của thị trường đích*****	5
10. CƠ HỘI THỊ TRƯỜNG TOÀN CẦU	5
☐ Có thể xuất khẩu đến thị trường khu vực Đông Nam Á	1
☐ Có thể xuất khẩu các thị trường ngoài khu vực Đông Nam Á	3
☐ Có thể xuất khẩu đến các thị trường có tiêu chuẩn cao (Mỹ, Nhật, EU...)	5

TỔNG CỘNG**100**

Ghi chú: Dấu sao là yêu cầu tối thiểu phải đạt theo các cấp độ sao (** - 3 sao; *** - 4 sao; **** - 5 sao)

Ý kiến của người đánh giá:

.....

..., ngày ... tháng ... năm ...

Người đánh giá

(Ký và ghi rõ họ tên)

18. Bộ sản phẩm: Thực phẩm chức năng, thuốc dược liệu, thuốc y học cổ truyền

(Sản phẩm: Thảo dược. Nhóm: Thực phẩm chức năng, thuốc từ dược liệu, thuốc y học cổ truyền)

Tên sản phẩm:

Mã số sản phẩm.(T).-(X).-(STT).-20.....

T: Mã tỉnh- X: Mã xã- STT: Số Thứ tự sản phẩm do xã lập thống kê - Năm đánh giá. Mã đơn vị hành chính theo Quyết định số 19/2025/QĐ-TTg ngày 30/6/2025

Tên chủ thể sản xuất:

Số điện thoại:

Địa chỉ:

Hồ sơ bị loại khi: Giả mạo hồ sơ hoặc không tuân thủ đầy đủ các quy định về giấy chứng nhận cơ sở đủ điều kiện sản xuất sản phẩm (GMP đối với thực phẩm bảo vệ hoặc tương đương); hoặc không đáp ứng Hồ sơ dự thi theo quy định.

Các tiêu chí	Thang điểm
Phần A: SẢN PHẨM VÀ SỨC MẠNH CỦA CỘNG ĐỒNG (40 Điểm)	40
1. TỔ CHỨC SẢN XUẤT	19
1.1. Nguồn nguyên liệu	4
☐ Sử dụng nguyên liệu có nguồn gốc trong tỉnh dưới 50%***	1
☐ Sử dụng nguyên liệu có nguồn gốc trong tỉnh từ 50% đến dưới 75%	2
☐ Sử dụng nguyên liệu có nguồn gốc trong tỉnh từ 75% đến 100%	4
<i>Ghi chú: Bị loại nếu sử dụng toàn bộ nguyên liệu nhập khẩu hoặc không rõ nguồn gốc</i>	
1.2. Vùng nguyên liệu được cấp chứng nhận chất lượng	2
☐ Được cấp giấy chứng nhận chất lượng theo tiêu chuẩn Việt Nam	1
☐ Được cấp giấy chứng nhận chất lượng theo tiêu chuẩn quốc tế	2
1.3. Gia tăng giá trị	3
☐ Phân loại, sơ chế	0
☐ Chế biến đơn giản	1
☐ Chế biến	2
☐ Chế biến sâu từ vùng nguyên liệu địa phương (tạo ra sản phẩm chất lượng cao theo nhu cầu của thị trường)	3
1.4. Năng lực sản xuất để đáp ứng yêu cầu phân phối <i>(Khả năng sản xuất đáp ứng nhu cầu về số lượng/quy mô của thị trường, so sánh với quy mô trung bình ở cùng đối tượng sản xuất tại địa phương)</i>	3
☐ Có năng lực, quy mô sản xuất mức độ nhỏ	1
☐ Có năng lực, quy mô sản xuất trung bình****	2
☐ Có năng lực, quy mô sản xuất lớn, có thể đáp ứng thị trường xuất khẩu*****	3
1.5. Liên kết chuỗi trong sản xuất	3
☐ Không có liên kết hoặc có nhưng không rõ ràng	0
☐ Có hợp đồng liên kết sản xuất từ 50% đến dưới 75% sản lượng nguyên liệu đầu vào cho chế biến	1
☐ Có hợp đồng liên kết trên 75% sản lượng nguyên liệu đầu vào cho chế biến*****	2

☐ Có hợp đồng liên kết trên 75% sản lượng nguyên liệu đầu vào cho chế biến và tổ chức thực hiện hợp đồng ổn định từ 12 tháng trở lên*****	3
1.6. Bảo vệ môi trường trong quá trình sản xuất	3
☐ Có Hồ sơ, thủ tục về môi trường theo quy định của pháp luật và các quy định khác về bảo vệ môi trường****	1
☐ Có Hồ sơ, thủ tục về môi trường theo quy định của pháp luật về bảo vệ môi trường và hồ sơ minh chứng về công trình thu gom và xử lý chất thải theo quy định	2
☐ Có Hồ sơ, thủ tục về môi trường theo quy định của pháp luật về bảo vệ môi trường; hồ sơ minh chứng về công trình thu gom và xử lý chất thải theo quy định và hồ sơ minh chứng về sử dụng bao gói thân thiện với môi trường	3
1.7. Sử dụng công nghệ theo hướng bền vững trong SX	1
☐ Không sử dụng công nghệ theo hướng bền vững trong sản xuất	0
☐ Có áp dụng công nghệ theo hướng bền vững môi trường (công nghệ tiết kiệm nguyên liệu, nhiên liệu; hoạt động xử lý/tái chế chất thải; tận thu tái sử dụng, tái chế phụ phẩm nông nghiệp,...)	1
2. PHÁT TRIỂN SẢN PHẨM	10
2.1. Nguồn gốc ý tưởng sản phẩm	4
☐ Sản phẩm được sản xuất phổ biến ở nhiều tỉnh, thành phố	0
☐ Sản phẩm được sản xuất phổ biến ở nhiều tỉnh, thành phố nhưng có chất lượng nổi trội, khác biệt do điều kiện về nguyên liệu, kỹ thuật truyền thống	1
☐ Sản phẩm được sản xuất ở nhiều nơi trên địa bàn, là sản phẩm đặc trưng của tỉnh, có chất lượng nổi trội/sản phẩm mới được chế biến từ nguyên liệu đặc trưng của địa phương	3
☐ Sản phẩm là đặc sản, truyền thống, chỉ sản xuất trên địa bàn của xã, có chất lượng đặc sắc, thương mại gắn với chỉ dẫn nguồn gốc địa lý/sản phẩm mới được chế biến từ nguyên liệu đặc trưng của địa phương, được thương mại ổn định ít nhất 36 tháng ****	4
2.2. Đóng gói, bao bì sản phẩm	3
☐ Đóng gói theo hình thức thông thường, không có bao bì	0
☐ Đóng gói theo hình thức thông thường, bao bì đơn giản	1
☐ Đóng gói sáng tạo, bao bì đẹp	2
☐ Đóng gói sáng tạo, tiện lợi, bao bì đẹp, sang trọng*****	3
2.3. Phong cách, ghi nhãn hàng hóa (Gồm: Hình ảnh, màu sắc, ghi nhãn sản phẩm...)	3
☐ Có nhãn, ghi nhãn hàng hóa đầy đủ, theo đúng quy định	1
☐ Ghi nhãn hàng hóa đầy đủ, đúng quy định và thể hiện được thông điệp/câu truyện sản phẩm (hình ảnh hoặc lời giới thiệu)	2
☐ Ghi nhãn hàng hóa đầy đủ, đúng quy định, đẹp và thể hiện được thông điệp/câu truyện sản phẩm (hình ảnh hoặc lời giới thiệu) và có thể truy suất nguồn gốc điện tử****	3
3. SỨC MẠNH CỘNG ĐỒNG	11
3.1. Loại hình tổ chức sản xuất - kinh doanh	3
☐ Hộ gia đình có đăng ký kinh doanh hoặc trang trại hoặc tổ hợp tác (có giấy đăng ký kinh doanh của tổ trưởng)	1
☐ Công ty TNHH hoặc doanh nghiệp tư nhân hoặc công ty cổ phần có vốn góp của cộng đồng địa phương <51%	2
☐ HTX tổ chức, hoạt động theo Luật HTX 2012 hoặc công ty cổ phần có vốn góp của cộng đồng địa phương ≥ 51%;	3
3.2. Đại diện pháp luật của chủ thể là nữ/đồng bào dân tộc thiểu số	1

☐ Đại diện pháp luật của chủ thể không phải nữ/đồng bào dân tộc thiểu số	0
☐ Đại diện pháp luật của chủ thể là nữ/đồng bào dân tộc thiểu số	1
3.3. Sử dụng lao động địa phương	3
☐ Có sử dụng từ 50% đến 75% lao động là người trên địa bàn cấp huyện	1
☐ Có sử dụng $\geq 75\%$ lao động là người trên địa bàn cấp huyện	3
3.4. Tăng trưởng sản xuất kinh doanh	2
☐ Hợp tác xã xếp loại trung bình, các loại hình khác có lợi nhuận tăng trưởng dương so với năm trước liền kề	1
☐ Hợp tác xã xếp loại khá, các loại hình khác có 2 năm liên tiếp tăng trưởng dương về lợi nhuận****	2
3.5. Sở hữu trí tuệ	2
☐ Các nhãn hiệu sử dụng trên bao bì sản phẩm được cấp giấy chứng nhận đăng ký****	1
☐ Các nhãn hiệu sử dụng trên bao bì sản phẩm được cấp giấy chứng nhận đăng ký; và sản phẩm có sử dụng dấu hiệu chỉ dẫn nguồn gốc địa lý gắn với cộng đồng địa phương (<i>đối với những sản phẩm của địa phương đã được bảo hộ chỉ dẫn địa lý, nhãn hiệu chứng nhận, nhãn hiệu tập thể gắn với chỉ dẫn nguồn gốc địa lý thì bắt buộc phải sử dụng</i>)*****	2
Phần B: KHẢ NĂNG TIẾP THỊ (25 Điểm)	25
4. TIẾP THỊ	13
4.1. Khu vực phân phối chính	5
☐ Thị trường trong xã	1
☐ Thị trường ngoài xã, có dưới 5 đại diện/đại lý phân phối	2
☐ Thị trường ngoài xã, có ≥ 5 đại diện/đại lý phân phối	3
☐ Thị trường quốc tế (có hợp đồng); hoặc phân phối tại các kênh thương mại hiện đại: siêu thị, thương mại điện tử,... (có hợp đồng và duy trì hoạt động ít nhất 6 tháng) *****	5
4.2. Tổ chức phân phối (Gồm: Tổ chức kinh doanh, phân phối sản phẩm)	4
☐ Không có người chịu trách nhiệm quản lý phân phối	0
☐ Có người chịu trách nhiệm quản lý phân phối	1
☐ Có bộ phận/phòng quản lý phân phối	3
☐ Có bộ phận/phòng quản lý phân phối, có ứng dụng công nghệ thông tin trong quản lý	4
4.3. Quảng bá sản phẩm	4
☐ Không có hoạt động quảng bá	0
☐ Có một số hoạt động quảng bá	1
☐ Có nhiều hoạt động quảng bá, có website của cơ sở/quảng bá trên mạng xã hội, có tham gia hoạt động xúc tiến thương mại trong tỉnh	2
☐ Có nhiều hoạt động quảng bá và có website của cơ sở/hoặc quảng bá trên mạng xã hội và có tham gia hoạt động xúc tiến thương mại ngoài tỉnh	3
☐ Có nhiều hoạt động quảng bá và có website của cơ sở/hoặc quảng bá trên mạng xã hội hoạt động thường xuyên và có tham gia hoạt động xúc tiến thương mại ngoài tỉnh và quốc tế	4
5. CÂU CHUYỆN VỀ SẢN PHẨM	12
5.1. Câu chuyện về sản phẩm	5
☐ Không có câu chuyện, hoặc có nhưng không được tư liệu hóa	0
☐ Có tài liệu giới thiệu về sản phẩm	1
☐ Có câu chuyện được tư liệu hóa (có cốt chuyện, nội dung cụ thể)	2

☐ Có câu chuyện được tư liệu hóa và trình bày trên nhãn/tờ rơi	3
☐ Có câu chuyện được tư liệu hóa và trình bày trên nhãn/tờ rơi và website	4
☐ Có câu chuyện được tư liệu hóa và trình bày trên nhãn/tờ rơi và website (dưới dạng hình ảnh, clip,...)	5
5.2. Trí tuệ/bản sắc địa phương <i>Chỉ áp dụng khi có câu chuyện, đánh giá nội dung câu chuyện:</i>	5
☐ Giống với câu chuyện sản phẩm ở nơi khác	0
☐ Tương đối giống câu chuyện sản phẩm ở nơi khác, có thay đổi một số yếu tố	1
☐ Có câu chuyện riêng, gắn với nguồn gốc xuất xứ***	3
☐ Có câu chuyện sản phẩm đặc sắc, mang sắc thái truyền thống, văn hóa và trí tuệ/bản sắc địa phương****	5
5.3. Cấu trúc câu chuyện <i>Chỉ áp dụng khi có câu chuyện</i>	2
☐ Đơn giản	0
☐ Có đầy đủ các yếu tố của câu chuyện sản phẩm	1
☐ Ngắn gọn, xúc tích và có các thông điệp đặc sắc về sản phẩm/văn hóa/trí tuệ/bản sắc địa phương*****	2
Phần C: CHẤT LƯỢNG SẢN PHẨM (35 Điểm)	35
6. CHẤT LƯỢNG AN TOÀN THỰC PHẨM	5
☐ Có giấy chứng nhận cơ sở đủ điều kiện an toàn sản xuất sản phẩm (GMP đối với thực phẩm bảo vệ sức khỏe hoặc tương đương) theo đúng quy định (do cơ quan có thẩm quyền cấp, còn hiệu lực).	1
☐ Có giấy chứng nhận cơ sở đủ điều kiện an toàn sản xuất sản phẩm (GMP đối với thực phẩm bảo vệ sức khỏe hoặc tương đương) theo đúng quy định (do cơ quan có thẩm quyền cấp, còn hiệu lực) và được kiểm tra, đánh giá của cơ quan có thẩm quyền sau cấp giấy.	3
☐ Có giấy chứng nhận cơ sở đủ điều kiện an toàn sản xuất sản phẩm (GMP đối với thực phẩm bảo vệ sức khỏe hoặc tương đương) theo đúng quy định (do cơ quan có thẩm quyền cấp, còn hiệu lực); được kiểm tra, đánh giá của cơ quan có thẩm quyền sau cấp giấy và có tài liệu chứng minh áp dụng dây chuyền sản xuất tiên tiến, hiện đại.*	5
7. CÔNG BỐ CHẤT LƯỢNG SẢN PHẨM	4
☐ Có Bản đăng ký công bố chất lượng sản phẩm; ghi nhãn sản phẩm; quảng cáo sản phẩm (nếu có) theo đúng quy định (do cơ quan có thẩm quyền cấp, còn hiệu lực)	2
☐ Có Bản đăng ký công bố chất lượng sản phẩm; ghi nhãn sản phẩm; quảng cáo thực phẩm (nếu có) theo đúng quy định (do cơ quan có thẩm quyền cấp, còn hiệu lực) và có đủ hồ sơ lưu trữ theo đúng quy định.	4
8. SỰ TIỆN LỢI KHI SỬ DỤNG, BẢO QUẢN	5
☐ Không tiện lợi	0
☐ Tương đối tiện lợi	1
☐ Tiện lợi	3
☐ Rất tiện lợi	5
9. HIỆU QUẢ SỬ DỤNG <i>(Sử dụng trực tiếp sản phẩm hoặc thông qua tài liệu chính thống/kết quả nghiên cứu, minh chứng người sử dụng)</i>	3
☐ Thấp, không rõ	0
☐ Có hiệu quả tương đối rõ	1

☐ Hiệu quả tốt	2
☐ Hiệu quả rất tốt	3
10. KIỂM TRA ĐỊNH KỲ <i>(Hồ sơ kiểm tra định kỳ các chỉ tiêu an toàn)</i>	3
☐ Có kết quả kiểm nghiệm các chỉ tiêu an toàn sản phẩm trong hồ sơ Bản đăng ký công bố chất lượng sản phẩm theo quy định.	1
☐ Có kết quả kiểm nghiệm các chỉ tiêu an toàn sản phẩm trong hồ sơ Bản đăng ký công bố chất lượng sản phẩm theo quy định và kết quả kiểm nghiệm định kỳ các chỉ tiêu an toàn sản phẩm đối với sản phẩm theo quy định.	3
11. TÍNH ĐỘC ĐÁO <i>(Chất lượng: Có nét riêng, khác biệt, có dấu hiệu nhận biết rõ ràng so với sản phẩm khác, tiềm năng thành thương hiệu của địa phương)</i>	5
☐ Trung bình	0
☐ Tương đối độc đáo	1
☐ Độc đáo, mang tính đặc trưng****	3
☐ Rất độc đáo và có tính đặc trưng*****	5
12. ĐẢM BẢO CHẤT LƯỢNG SẢN PHẨM	5
☐ Cơ sở chế biến, đóng gói có giấy chứng nhận đủ điều kiện ATTP theo quy định	1
☐ Cơ sở chế biến, đóng gói có giấy chứng nhận đủ điều kiện ATTP theo quy định và có chứng nhận quản lý chất lượng của Việt Nam...)*	3
☐ Cơ sở chế biến, đóng gói có giấy chứng nhận đủ điều kiện ATTP theo quy định và có chứng nhận quản lý chất lượng theo tiêu chuẩn quốc tế, đủ điều kiện ATTP cho xuất khẩu và các thủ tục pháp lý khác theo yêu cầu của thị trường đích*****	5
13. HƯỚNG DẪN SỬ DỤNG ĐỂ ĐẢM BẢO SẢN PHẨM CÓ CHẤT LƯỢNG TỐT NHẤT CHO NGƯỜI TIÊU DÙNG	2
☐ Có hướng dẫn sử dụng sản phẩm đơn giản	1
☐ Có hướng dẫn sử dụng chi tiết, cụ thể để đảm bảo chất lượng sản phẩm*****	2
14. CƠ HỘI THỊ TRƯỜNG TOÀN CẦU	3
☐ Có thể xuất khẩu đến thị trường khu vực Đông Nam Á	1
☐ Có thể xuất khẩu các thị trường ngoài khu vực Đông Nam Á	2
☐ Có thể xuất khẩu đến các thị trường có tiêu chuẩn cao (Mỹ, Nhật, EU...)	3
TỔNG CỘNG	100

Ghi chú: Dấu sao là yêu cầu tối thiểu phải đạt theo các cấp độ sao (***) - 3 sao; (****) - 4 sao; (*****)- 5 sao)

Ý kiến của người đánh giá:

.....

..., ngày ... tháng ... năm ...

Người đánh giá
 (Ký và ghi rõ họ tên)

19. Bộ sản phẩm: Mỹ phẩm có thành phần từ thảo dược
(Sản phẩm: Thảo dược. Nhóm: Mỹ phẩm)

Tên sản phẩm:

Mã số sản phẩm.(T).-(X).-(STT).-20.....

T: Mã tỉnh- X: Mã xã- STT: Số Thứ tự sản phẩm do xã lập thống kê - Năm đánh giá. Mã đơn vị hành chính theo Quyết định số 19/2025/QĐ-TTg ngày 30/6/2025

Tên chủ thể sản xuất:

Số điện thoại:

Địa chỉ:

Bị loại khi: Giả mạo hồ sơ hoặc không có đủ điều kiện bắt buộc để sản xuất sản phẩm theo quy định quản lý chuyên ngành của Bộ Y tế; hoặc không có Bản công bố sản phẩm (hoặc tương đương)

Các tiêu chí	Thang điểm
Phần A: SẢN PHẨM VÀ SỨC MẠNH CỦA CỘNG ĐỒNG (40 Điểm)	40
1. TỔ CHỨC SẢN XUẤT	18
1.1. Nguồn nguyên liệu	5
☐ Sử dụng nguyên liệu có nguồn gốc trong tỉnh dưới 50%***	1
☐ Sử dụng nguyên liệu có nguồn gốc trong tỉnh từ 50% đến dưới 75%	3
☐ Sử dụng nguyên liệu có nguồn gốc trong tỉnh từ 75% đến 100%	5
<i>Ghi chú: Bị loại nếu sử dụng toàn bộ nguyên liệu nhập khẩu hoặc không rõ nguồn gốc</i>	
1.2. Gia tăng giá trị	3
☐ Phân loại, sơ chế	0
☐ Chế biến đơn giản	1
☐ Chế biến	2
☐ Chế biến sâu từ vùng nguyên liệu địa phương (tạo ra sản phẩm chất lượng cao theo nhu cầu của thị trường)	3
1.3. Năng lực sản xuất để đáp ứng yêu cầu phân phối <i>(Khả năng sản xuất đáp ứng nhu cầu về số lượng/quy mô của thị trường, so sánh với quy mô trung bình ở cùng đối tượng sản xuất tại địa phương)</i>	3
☐ Có năng lực, quy mô sản xuất mức độ nhỏ	1
☐ Có năng lực, quy mô sản xuất trung bình****	2
☐ Có năng lực, quy mô sản xuất lớn, có thể đáp ứng thị trường xuất khẩu*****	3
1.4. Liên kết chuỗi trong sản xuất	3
☐ Không có liên kết hoặc có nhưng không rõ ràng	0
☐ Có hợp đồng liên kết sản xuất từ 50% đến dưới 75% sản lượng nguyên liệu đầu vào cho chế biến	1
☐ Có hợp đồng liên kết trên 75% sản lượng nguyên liệu đầu vào cho chế biến****	2
☐ Có hợp đồng liên kết trên 75% sản lượng nguyên liệu đầu vào cho chế biến và tổ chức thực hiện hợp đồng ổn định từ 12 tháng trở lên*****	3
1.5. Bảo vệ môi trường trong quá trình sản xuất	3
☐ Có Hồ sơ, thủ tục về môi trường theo quy định của pháp luật và các quy định khác về bảo vệ môi trường*****	1

☐ Có Hồ sơ, thủ tục về môi trường theo quy định của pháp luật về bảo vệ môi trường và hồ sơ minh chứng về công trình thu gom và xử lý chất thải theo quy định	2
☐ Có Hồ sơ, thủ tục về môi trường theo quy định của pháp luật về bảo vệ môi trường; hồ sơ minh chứng về công trình thu gom và xử lý chất thải theo quy định và hồ sơ minh chứng về sử dụng bao gói thân thiện với môi trường	3
1.6. Sử dụng công nghệ theo hướng bền vững trong SX	1
☐ Không sử dụng công nghệ theo hướng bền vững trong sản xuất	0
☐ Có áp dụng công nghệ theo hướng bền vững môi trường (công nghệ tiết kiệm nguyên liệu, nhiên liệu; hoạt động xử lý/tái chế chất thải; tận thu tái sử dụng, tái chế phụ phẩm nông nghiệp,...)	1
2. PHÁT TRIỂN SẢN PHẨM	11
2.1. Nguồn gốc ý tưởng sản phẩm	5
☐ Sản phẩm được sản xuất phổ biến ở nhiều tỉnh, thành phố	0
☐ Sản phẩm được sản xuất phổ biến ở nhiều tỉnh, thành phố nhưng có chất lượng nổi trội, khác biệt do điều kiện về nguyên liệu, kỹ thuật truyền thống	1
☐ Sản phẩm được sản xuất ở nhiều nơi trên địa bàn, là sản phẩm đặc trưng của tỉnh, có chất lượng nổi trội/sản phẩm mới được chế biến từ nguyên liệu đặc trưng của địa phương	3
☐ Sản phẩm là đặc sản, truyền thống, chỉ sản xuất trên địa bàn của xã, có chất lượng đặc sắc, thương mại gắn với chỉ dẫn nguồn gốc địa lý/sản phẩm mới được chế biến từ nguyên liệu đặc trưng của địa phương, được thương mại ổn định ít nhất 36 tháng ****	5
2.2. Đóng gói, bao bì sản phẩm	3
☐ Đóng gói theo hình thức thông thường, không có bao bì	0
☐ Đóng gói theo hình thức thông thường, bao bì đơn giản	1
☐ Đóng gói sáng tạo, bao bì đẹp	2
☐ Đóng gói sáng tạo, tiện lợi, bao bì đẹp, sang trọng*****	3
2.3. Phong cách, ghi nhãn hàng hóa	3
<i>(Gồm: Hình ảnh, màu sắc, ghi nhãn sản phẩm...)</i>	
☐ Có nhãn, ghi nhãn hàng hóa đầy đủ, theo đúng quy định	1
☐ Ghi nhãn hàng hóa đầy đủ, đúng quy định và thể hiện được thông điệp/câu truyện sản phẩm (hình ảnh hoặc lời giới thiệu)	2
☐ Ghi nhãn hàng hóa đầy đủ, đúng quy định, đẹp và thể hiện được thông điệp/câu truyện sản phẩm (hình ảnh hoặc lời giới thiệu) và có thể truy suất nguồn gốc điện tử*****	3
3. SỨC MẠNH CỘNG ĐỒNG	11
3.1. Loại hình tổ chức sản xuất - kinh doanh	3
☐ Hộ gia đình có đăng ký kinh doanh hoặc trang trại hoặc tổ hợp tác (có giấy đăng ký kinh doanh của tổ trưởng)	1
☐ Công ty TNHH hoặc doanh nghiệp tư nhân hoặc công ty cổ phần có vốn góp của cộng đồng địa phương <51%	2
☐ HTX tổ chức, hoạt động theo Luật HTX 2012 hoặc công ty cổ phần có vốn góp của cộng đồng địa phương ≥ 51%;	3
3.2. Đại diện pháp luật của chủ thể là nữ/đồng bào dân tộc thiểu số	1
☐ Đại diện pháp luật của chủ thể không phải nữ/đồng bào dân tộc thiểu số	0
☐ Đại diện pháp luật của chủ thể là nữ/đồng bào dân tộc thiểu số	1
3.3. Sử dụng lao động địa phương	3
☐ Có sử dụng từ 50% đến 75% lao động là người trên địa bàn cấp huyện	1
☐ Có sử dụng ≥ 75% lao động là người trên địa bàn cấp huyện	3

3.4. Tăng trưởng sản xuất kinh doanh	2
☐ Hợp tác xã xếp loại trung bình, các loại hình khác có lợi nhuận tăng trưởng dương so với năm trước liền kề	1
☐ Hợp tác xã xếp loại khá, các loại hình khác có 2 năm liên tiếp tăng trưởng dương về lợi nhuận****	2
3.5. Sở hữu trí tuệ	2
☐ Các nhãn hiệu sử dụng trên bao bì sản phẩm được cấp giấy chứng nhận đăng ký****	1
☐ Các nhãn hiệu sử dụng trên bao bì sản phẩm được cấp giấy chứng nhận đăng ký; và sản phẩm có sử dụng dấu hiệu chỉ dẫn nguồn gốc địa lý gắn với cộng đồng địa phương (<i>đối với những sản phẩm của địa phương đã được bảo hộ chỉ dẫn địa lý, nhãn hiệu chứng nhận, nhãn hiệu tập thể gắn với chỉ dẫn nguồn gốc địa lý thì bắt buộc phải sử dụng</i>)*****	2
Phần B: KHẢ NĂNG TIẾP THỊ (25 Điểm)	25
4. TIẾP THỊ	13
4.1. Khu vực phân phối chính	5
☐ Thị trường trong xã	1
☐ Thị trường ngoài xã, có dưới 5 đại diện/đại lý phân phối	2
☐ Thị trường ngoài xã, có ≥ 5 đại diện/đại lý phân phối	3
☐ Thị trường quốc tế (có hợp đồng); hoặc phân phối tại các kênh thương mại hiện đại: siêu thị, thương mại điện tử,... (có hợp đồng và duy trì hoạt động ít nhất 6 tháng) *****	5
4.2. Tổ chức phân phối (Gồm: Tổ chức kinh doanh, phân phối sản phẩm)	4
☐ Không có người chịu trách nhiệm quản lý phân phối	0
☐ Có người chịu trách nhiệm quản lý phân phối	1
☐ Có bộ phận/phòng quản lý phân phối	3
☐ Có bộ phận/phòng quản lý phân phối, có ứng dụng công nghệ thông tin trong quản lý	4
4.3. Quảng bá sản phẩm	4
☐ Không có hoạt động quảng bá	0
☐ Có một số hoạt động quảng bá	1
☐ Có nhiều hoạt động quảng bá, có website của cơ sở/quảng bá trên mạng xã hội, có tham gia hoạt động xúc tiến thương mại trong tỉnh	2
☐ Có nhiều hoạt động quảng bá và có website của cơ sở/hoặc quảng bá trên mạng xã hội và có tham gia hoạt động xúc tiến thương mại ngoài tỉnh	3
☐ Có nhiều hoạt động quảng bá và có website của cơ sở/hoặc quảng bá trên mạng xã hội hoạt động thường xuyên và có tham gia hoạt động xúc tiến thương mại ngoài tỉnh và quốc tế	4
5. CÂU CHUYỆN VỀ SẢN PHẨM	12
5.1. Câu chuyện về sản phẩm	5
☐ Không có câu chuyện, hoặc có nhưng không được tư liệu hóa	0
☐ Có tài liệu giới thiệu về sản phẩm	1
☐ Có câu chuyện được tư liệu hóa (có cốt chuyện, nội dung cụ thể)	2
☐ Có câu chuyện được tư liệu hóa và trình bày trên nhãn/tờ rơi	3
☐ Có câu chuyện được tư liệu hóa và trình bày trên nhãn/tờ rơi và website	4
☐ Có câu chuyện được tư liệu hóa và trình bày trên nhãn/tờ rơi và website (dưới dạng hình ảnh, clip,...)	5
5.2. Trí tuệ/bản sắc địa phương <i>Chỉ áp dụng khi có câu chuyện, đánh giá nội dung câu chuyện:</i>	5

☐ Giống với câu chuyện sản phẩm ở nơi khác	0
☐ Tương đối giống câu chuyện sản phẩm ở nơi khác, có thay đổi một số yếu tố	1
☐ Có câu chuyện riêng, gắn với nguồn gốc xuất xứ***	3
☐ Có câu chuyện sản phẩm đặc sắc, mang sắc thái truyền thống, văn hóa và trí tuệ/bản sắc địa phương****	5
5.3. Cấu trúc câu chuyện	2
<i>Chỉ áp dụng khi có câu chuyện</i>	
☐ Đơn giản	0
☐ Có đầy đủ các yếu tố của câu chuyện sản phẩm	1
☐ Ngắn gọn, xúc tích và có các thông điệp đặc sắc về sản phẩm/văn hóa/trí tuệ/bản sắc địa phương*****	2
Phần C: CHẤT LƯỢNG SẢN PHẨM (35 Điểm)	35
6. CÔNG BỐ CHẤT LƯỢNG	5
☐ Không có hồ sơ công bố tiêu chuẩn sản phẩm	0
☐ Có hồ sơ công bố tiêu chuẩn sản phẩm	1
☐ Có hồ sơ công bố tiêu chuẩn sản phẩm; tiêu chuẩn nguyên liệu/tiêu chuẩn bao bì sản phẩm	3
☐ Có hồ sơ công bố tiêu chuẩn sản phẩm; tiêu chuẩn nguyên liệu; tiêu chuẩn bao bì; phiếu kiểm nghiệm theo tiêu chuẩn tại cơ quan kiểm nghiệm độc lập	5
<i>Ghi chú: Không đánh giá các bước tiếp theo nếu không có Phiếu công bố sản phẩm mỹ phẩm theo quy định</i>	
7. CHỈ TIÊU CẢM QUAN <i>(Kiểm tra theo tiêu chuẩn công bố)</i>	3
☐ Không đạt	0
☐ Tương đối đạt	1
☐ Đạt	3
8. SỰ TIỆN LỢI KHI SỬ DỤNG, BẢO QUẢN	5
☐ Không tiện lợi	0
☐ Tương đối tiện lợi	1
☐ Tiện lợi	3
☐ Rất tiện lợi	5
9. HIỆU QUẢ SỬ DỤNG <i>(Sử dụng trực tiếp sản phẩm hoặc thông qua tài liệu chính thống/kết quả nghiên cứu, minh chứng người sử dụng)</i>	4
☐ Thấp, không rõ	0
☐ Có hiệu quả tương đối rõ	1
☐ Hiệu quả tốt	2
☐ Hiệu quả rất tốt	4
10. TÍNH ĐỘC ĐÁO <i>(Chất lượng: Có nét riêng, khác biệt, có dấu hiệu nhận biết rõ ràng so với sản phẩm khác, tiềm năng thành thương hiệu của địa phương)</i>	5
☐ Trung bình	0
☐ Tương đối độc đáo	1
☐ Độc đáo, mang tính đặc trưng****	3
☐ Rất độc đáo và có tính đặc trưng*****	5
11. KIỂM TRA ĐỊNH KỲ <i>(Hồ sơ kiểm tra định kỳ các chỉ tiêu an toàn)</i>	3
☐ Có, nhưng không đạt	0

☐ Có, đạt nhưng không đủ	1
☐ Có, đạt đầy đủ	3
12. ĐẢM BẢO CHẤT LƯỢNG SẢN PHẨM	5
☐ Cơ sở chế biến, đóng gói có giấy chứng nhận đủ điều kiện ATTP theo quy định	1
☐ Cơ sở chế biến, đóng gói có giấy chứng nhận đủ điều kiện ATTP theo quy định và có chứng nhận quản lý chất lượng của Việt Nam...)*****	3
☐ Cơ sở chế biến, đóng gói có giấy chứng nhận đủ điều kiện ATTP theo quy định và có chứng nhận quản lý chất lượng theo tiêu chuẩn quốc tế, đủ điều kiện ATTP cho xuất khẩu và các thủ tục pháp lý khác theo yêu cầu của thị trường đích*****	5
13. HƯỚNG DẪN SỬ DỤNG ĐỂ ĐẢM BẢO SẢN PHẨM CÓ CHẤT LƯỢNG TỐT NHẤT CHO NGƯỜI TIÊU DÙNG	2
☐ Có hướng dẫn sử dụng sản phẩm đơn giản	1
☐ Có hướng dẫn sử dụng chi tiết, cụ thể để đảm bảo chất lượng sản phẩm, tránh tác dụng phụ (nếu có)*****	2
14. CƠ HỘI THỊ TRƯỜNG TOÀN CẦU	3
☐ Có thể xuất khẩu đến thị trường khu vực Đông Nam Á	1
☐ Có thể xuất khẩu các thị trường ngoài khu vực Đông Nam Á	2
☐ Có thể xuất khẩu đến các thị trường có tiêu chuẩn cao (Mỹ, Nhật, EU...)	3
TỔNG CỘNG	100

Ghi chú: Dấu sao là yêu cầu tối thiểu phải đạt theo các cấp độ sao (***) - 3 sao; **** - 4 sao; ***** - 5 sao)

Ý kiến của người đánh giá:

.....

..., ngày ... tháng ... năm ...

Người đánh giá
 (Ký và ghi rõ họ tên)

20. Bộ sản phẩm: Tinh dầu và thảo dược khác

(Sản phẩm: Thảo dược. Nhóm: Thảo dược khác)

Tên sản phẩm:

Mã số sản phẩm.(T).-.(X).-.(STT).-20.....

T: Mã tỉnh- X: Mã xã- STT: Số Thứ tự sản phẩm do xã lập thống kê - Năm đánh giá. Mã đơn vị hành chính theo Quyết định số 19/2025/QĐ-TTg ngày 30/6/2025

Tên chủ thể sản xuất:

Số điện thoại:

Địa chỉ:

Hồ sơ bị loại khi: Giả mạo hồ sơ hoặc không tuân thủ đầy đủ các quy định về giấy chứng nhận cơ sở đủ điều kiện ATTP theo quy định; hoặc không đáp ứng về Hồ sơ dự thi theo quy định

Các tiêu chí	Thang điểm
Phần A: SẢN PHẨM VÀ SỨC MẠNH CỦA CỘNG ĐỒNG (40 Điểm)	40
1. TỔ CHỨC SẢN XUẤT	18
1.1. Nguồn nguyên liệu	5
☐ Sử dụng nguyên liệu có nguồn gốc trong tỉnh dưới 50%***	1
☐ Sử dụng nguyên liệu có nguồn gốc trong tỉnh từ 50% đến dưới 75%	3
☐ Sử dụng nguyên liệu có nguồn gốc trong tỉnh từ 75% đến 100%	5
<i>Ghi chú: Bị loại nếu sử dụng toàn bộ nguyên liệu nhập khẩu hoặc không rõ nguồn gốc</i>	
1.2. Gia tăng giá trị	3
☐ Phân loại, sơ chế	0
☐ Chế biến đơn giản	1
☐ Chế biến	2
☐ Chế biến sâu từ vùng nguyên liệu địa phương (tạo ra sản phẩm chất lượng cao theo nhu cầu của thị trường)	3
1.3. Năng lực sản xuất để đáp ứng yêu cầu phân phối <i>(Khả năng sản xuất đáp ứng nhu cầu về số lượng/quy mô của thị trường, so sánh với quy mô trung bình ở cùng đối tượng sản xuất tại địa phương)</i>	3
☐ Có năng lực, quy mô sản xuất mức độ nhỏ	1
☐ Có năng lực, quy mô sản xuất trung bình****	2
☐ Có năng lực, quy mô sản xuất lớn, có thể đáp ứng thị trường xuất khẩu*****	3
1.4. Liên kết chuỗi trong sản xuất	3
☐ Không có liên kết hoặc có nhưng không rõ ràng	0
☐ Có hợp đồng liên kết sản xuất từ 50% đến dưới 75% sản lượng nguyên liệu đầu vào cho chế biến	1
☐ Có hợp đồng liên kết trên 75% sản lượng nguyên liệu đầu vào cho chế biến*****	2
☐ Có hợp đồng liên kết trên 75% sản lượng nguyên liệu đầu vào cho chế biến và tổ chức thực hiện hợp đồng ổn định từ 12 tháng trở lên*****	3
1.5. Bảo vệ môi trường trong quá trình sản xuất	3
☐ Có Hồ sơ, thủ tục về môi trường theo quy định của pháp luật và các quy định khác về bảo vệ môi trường*****	1

☐ Có Hồ sơ, thủ tục về môi trường theo quy định của pháp luật về bảo vệ môi trường và hồ sơ minh chứng về công trình thu gom và xử lý chất thải theo quy định	2
☐ Có Hồ sơ, thủ tục về môi trường theo quy định của pháp luật về bảo vệ môi trường; hồ sơ minh chứng về công trình thu gom và xử lý chất thải theo quy định và hồ sơ minh chứng về sử dụng bao gói thân thiện với môi trường	3
1.6. Sử dụng công nghệ theo hướng bền vững trong SX	1
☐ Không sử dụng công nghệ theo hướng bền vững trong sản xuất	0
☐ Có áp dụng công nghệ theo hướng bền vững môi trường (công nghệ tiết kiệm nguyên liệu, nhiên liệu; hoạt động xử lý/tái chế chất thải; tận thu tái sử dụng, tái chế phụ phẩm nông nghiệp,...)	1
2. PHÁT TRIỂN SẢN PHẨM	11
2.1. Nguồn gốc ý tưởng sản phẩm	5
☐ Sản phẩm được sản xuất phổ biến ở nhiều tỉnh, thành phố	0
☐ Sản phẩm được sản xuất phổ biến ở nhiều tỉnh, thành phố nhưng có chất lượng nổi trội, khác biệt do điều kiện về nguyên liệu, kỹ thuật truyền thống	1
☐ Sản phẩm được sản xuất ở nhiều nơi trên địa bàn, là sản phẩm đặc trưng của tỉnh, có chất lượng nổi trội/sản phẩm mới được chế biến từ nguyên liệu đặc trưng của địa phương	3
☐ Sản phẩm là đặc sản, truyền thống, chỉ sản xuất trên địa bàn của xã, có chất lượng đặc sắc, thương mại gắn với chỉ dẫn nguồn gốc địa lý/sản phẩm mới được chế biến từ nguyên liệu đặc trưng của địa phương, được thương mại ổn định ít nhất 36 tháng ****	5
2.2. Đóng gói, bao bì sản phẩm	3
☐ Đóng gói theo hình thức thông thường, không có bao bì	0
☐ Đóng gói theo hình thức thông thường, bao bì đơn giản	1
☐ Đóng gói sáng tạo, bao bì đẹp	2
☐ Đóng gói sáng tạo, tiện lợi, bao bì đẹp, sang trọng*****	3
2.3. Phong cách, ghi nhãn hàng hóa	3
<i>(Gồm: Hình ảnh, màu sắc, ghi nhãn sản phẩm...)</i>	
☐ Có nhãn, ghi nhãn hàng hóa đầy đủ, theo đúng quy định	1
☐ Ghi nhãn hàng hóa đầy đủ, đúng quy định và thể hiện được thông điệp/câu truyện sản phẩm (hình ảnh hoặc lời giới thiệu)	2
☐ Ghi nhãn hàng hóa đầy đủ, đúng quy định, đẹp và thể hiện được thông điệp/câu truyện sản phẩm (hình ảnh hoặc lời giới thiệu) và có thể truy suất nguồn gốc điện tử*****	3
3. SỨC MẠNH CỘNG ĐỒNG	11
3.1. Loại hình tổ chức sản xuất - kinh doanh	3
☐ Hộ gia đình có đăng ký kinh doanh hoặc trang trại hoặc tổ hợp tác (có giấy đăng ký kinh doanh của tổ trưởng)	1
☐ Công ty TNHH hoặc doanh nghiệp tư nhân hoặc công ty cổ phần có vốn góp của cộng đồng địa phương <51%	2
☐ HTX tổ chức, hoạt động theo Luật HTX 2012 hoặc công ty cổ phần có vốn góp của cộng đồng địa phương $\geq 51\%$;	3
3.2. Đại diện pháp luật của chủ thể là nữ/đồng bào dân tộc thiểu số	1
☐ Đại diện pháp luật của chủ thể không phải nữ/đồng bào dân tộc thiểu số	0
☐ Đại diện pháp luật của chủ thể là nữ/đồng bào dân tộc thiểu số	1
3.3. Sử dụng lao động địa phương	3
☐ Có sử dụng từ 50% đến 75% lao động là người trên địa bàn cấp huyện	1
☐ Có sử dụng $\geq 75\%$ lao động là người trên địa bàn cấp huyện	3

3.4. Tăng trưởng sản xuất kinh doanh	2
☐ Hợp tác xã xếp loại trung bình, các loại hình khác có lợi nhuận tăng trưởng dương so với năm trước liền kề	1
☐ Hợp tác xã xếp loại khá, các loại hình khác có 2 năm liên tiếp tăng trưởng dương về lợi nhuận****	2
3.5. Sở hữu trí tuệ	2
☐ Các nhãn hiệu sử dụng trên bao bì sản phẩm được cấp giấy chứng nhận đăng ký****	1
☐ Các nhãn hiệu sử dụng trên bao bì sản phẩm được cấp giấy chứng nhận đăng ký; và sản phẩm có sử dụng dấu hiệu chỉ dẫn nguồn gốc địa lý gắn với cộng đồng địa phương (<i>đối với những sản phẩm của địa phương đã được bảo hộ chỉ dẫn địa lý, nhãn hiệu chứng nhận, nhãn hiệu tập thể gắn với chỉ dẫn nguồn gốc địa lý thì bắt buộc phải sử dụng</i>)*****	2
Phần B: KHẢ NĂNG TIẾP THỊ (25 Điểm)	25
4. TIẾP THỊ	13
4.1. Khu vực phân phối chính	5
☐ Thị trường trong xã	1
☐ Thị trường ngoài xã, có dưới 5 đại diện/đại lý phân phối	2
☐ Thị trường ngoài xã, có ≥ 5 đại diện/đại lý phân phối	3
☐ Thị trường quốc tế (có hợp đồng); hoặc phân phối tại các kênh thương mại hiện đại: siêu thị, thương mại điện tử,... (có hợp đồng và duy trì hoạt động ít nhất 6 tháng) *****	5
4.2. Tổ chức phân phối (Gồm: Tổ chức kinh doanh, phân phối sản phẩm)	4
☐ Không có người chịu trách nhiệm quản lý phân phối	0
☐ Có người chịu trách nhiệm quản lý phân phối	1
☐ Có bộ phận/phòng quản lý phân phối	3
☐ Có bộ phận/phòng quản lý phân phối, có ứng dụng công nghệ thông tin trong quản lý	4
4.3. Quảng bá sản phẩm	4
☐ Không có hoạt động quảng bá	0
☐ Có một số hoạt động quảng bá	1
☐ Có nhiều hoạt động quảng bá, có website của cơ sở/quảng bá trên mạng xã hội, có tham gia hoạt động xúc tiến thương mại trong tỉnh	2
☐ Có nhiều hoạt động quảng bá và có website của cơ sở/hoặc quảng bá trên mạng xã hội và có tham gia hoạt động xúc tiến thương mại ngoài tỉnh	3
☐ Có nhiều hoạt động quảng bá và có website của cơ sở/hoặc quảng bá trên mạng xã hội hoạt động thường xuyên và có tham gia hoạt động xúc tiến thương mại ngoài tỉnh và quốc tế	4
5. CÂU CHUYỆN VỀ SẢN PHẨM	12
5.1. Câu chuyện về sản phẩm	5
☐ Không có câu chuyện, hoặc có nhưng không được tư liệu hóa	0
☐ Có tài liệu giới thiệu về sản phẩm	1
☐ Có câu chuyện được tư liệu hóa (có cốt chuyện, nội dung cụ thể)	2
☐ Có câu chuyện được tư liệu hóa và trình bày trên nhãn/tờ rơi	3
☐ Có câu chuyện được tư liệu hóa và trình bày trên nhãn/tờ rơi và website	4
☐ Có câu chuyện được tư liệu hóa và trình bày trên nhãn/tờ rơi và website (dưới dạng hình ảnh, clip,...)	5
5.2. Trí tuệ/bản sắc địa phương <i>Chỉ áp dụng khi có câu chuyện, đánh giá nội dung câu chuyện:</i>	5

☐ Giống với câu chuyện sản phẩm ở nơi khác	0
☐ Tương đối giống câu chuyện sản phẩm ở nơi khác, có thay đổi một số yếu tố	1
☐ Có câu chuyện riêng, gắn với nguồn gốc xuất xứ***	3
☐ Có câu chuyện sản phẩm đặc sắc, mang sắc thái truyền thống, văn hóa và trí tuệ/bản sắc địa phương****	5
5.3. Cấu trúc câu chuyện	2
<i>Chỉ áp dụng khi có câu chuyện</i>	
☐ Đơn giản	0
☐ Có đầy đủ các yếu tố của câu chuyện sản phẩm	1
☐ Ngắn gọn, xúc tích và có các thông điệp đặc sắc về sản phẩm/văn hóa/trí tuệ/bản sắc địa phương*****	2
Phần C: CHẤT LƯỢNG SẢN PHẨM (35 Điểm)	35
6. CÔNG BỐ CHẤT LƯỢNG	5
☐ Có hồ sơ công bố tiêu chuẩn sản phẩm	1
☐ Có hồ sơ công bố tiêu chuẩn sản phẩm; tiêu chuẩn nguyên liệu	3
☐ Có hồ sơ công bố tiêu chuẩn sản phẩm; tiêu chuẩn nguyên liệu; phiếu kiểm nghiệm theo tiêu chuẩn tại cơ quan kiểm nghiệm độc lập	5
<i>Ghi chú: Không đánh giá các bước tiếp theo nếu không có Phiếu công bố sản phẩm theo quy định</i>	
7. CHỈ TIÊU CẢM QUAN <i>(Kiểm tra theo tiêu chuẩn công bố)</i>	3
☐ Không đạt	0
☐ Tương đối đạt	1
☐ Đạt	3
8. SỰ TIỆN LỢI KHI SỬ DỤNG, BẢO QUẢN	5
☐ Không tiện lợi	0
☐ Tương đối tiện lợi	1
☐ Tiện lợi	3
☐ Rất tiện lợi	5
9. HIỆU QUẢ SỬ DỤNG <i>(Sử dụng trực tiếp sản phẩm hoặc thông qua tài liệu chính thống/kết quả nghiên cứu, minh chứng người sử dụng)</i>	4
☐ Thấp, không rõ	0
☐ Có hiệu quả tương đối rõ	1
☐ Hiệu quả tốt	2
☐ Hiệu quả rất tốt	4
<i>Ghi chú: Sử dụng trực tiếp sản phẩm hoặc thông qua tài liệu chính thống/kết quả nghiên cứu, minh chứng người sử dụng,...)</i>	
10. TÍNH AN TOÀN <i>(Theo hồ sơ nghiên cứu, thử nghiệm,...)</i>	3
☐ Tương đối an toàn	0
☐ An toàn	1
☐ Rất an toàn	3
11. TÍNH ĐỘC ĐÁO <i>Chất lượng (mùi thơm, màu sắc, chất lượng sử dụng...): Có nét riêng, khác biệt, có dấu hiệu nhận biết rõ ràng so với sản phẩm khác, tiềm năng thành thương hiệu của địa phương</i>	5

☐ Trung bình	0
☐ Tương đối độc đáo	1
☐ Độc đáo, mang tính đặc trưng****	3
☐ Rất độc đáo và có tính đặc trưng*****	5
12. ĐẢM BẢO CHẤT LƯỢNG SẢN PHẨM	5
☐ Cơ sở chế biến, đóng gói có giấy chứng nhận đủ điều kiện ATTP theo quy định	1
☐ Cơ sở chế biến, đóng gói có giấy chứng nhận đủ điều kiện ATTP theo quy định và có chứng nhận quản lý chất lượng của Việt Nam...)*	3
☐ Cơ sở chế biến, đóng gói có giấy chứng nhận đủ điều kiện ATTP theo quy định và có chứng nhận quản lý chất lượng theo tiêu chuẩn quốc tế, đủ điều kiện ATTP cho xuất khẩu và các thủ tục pháp lý khác theo yêu cầu của thị trường đích*****	5
13. HƯỚNG DẪN SỬ DỤNG ĐỂ ĐẢM BẢO SẢN PHẨM CÓ CHẤT LƯỢNG TỐT NHẤT CHO NGƯỜI TIÊU DÙNG	2
☐ Có hướng dẫn sử dụng sản phẩm đơn giản	1
☐ Có hướng dẫn sử dụng chi tiết, cụ thể để đảm bảo chất lượng sản phẩm, tránh tác dụng phụ (nếu có)*	2
14. CƠ HỘI THỊ TRƯỜNG TOÀN CẦU	3
☐ Có thể xuất khẩu đến thị trường khu vực Đông Nam Á	1
☐ Có thể xuất khẩu các thị trường ngoài khu vực Đông Nam Á	2
☐ Có thể xuất khẩu đến các thị trường có tiêu chuẩn cao (Mỹ, Nhật, EU...)	3
TỔNG CỘNG	100

Ghi chú: Dấu sao là yêu cầu tối thiểu phải đạt theo các cấp độ sao (** - 3 sao; **** - 4 sao; ***** - 5 sao)

Ý kiến của người đánh giá:

.....

..., ngày ... tháng ... năm ...

Người đánh giá
 (Ký và ghi rõ họ tên)

21. Bộ sản phẩm: Thủ công mỹ nghệ gia dụng, trang trí

(Sản phẩm: Hàng thủ công mỹ nghệ, Nhóm: Thủ công mỹ nghệ gia dụng, trang trí)

Tên sản phẩm:

Mã số sản phẩm.(T).-(X).-(STT).-20.....

T: Mã tỉnh- X: Mã xã- STT: Số Thứ tự sản phẩm do xã lập thống kê - Năm đánh giá. Mã đơn vị hành chính theo Quyết định số 19/2025/QĐ-TTg ngày 30/6/2025

Tên chủ thể sản xuất:

Số điện thoại:

Địa chỉ:

Hồ sơ bị loại khi: Giả mạo hồ sơ hoặc không đáp ứng quy định Hồ sơ dự thi theo quy định

Các tiêu chí	Thang điểm
Phần A:	40
SẢN PHẨM VÀ SỨC MẠNH CỦA CỘNG ĐỒNG (40 Điểm)	
1. TỔ CHỨC SẢN XUẤT	20
1.1. Nguồn nguyên liệu	5
☐ Sử dụng nguyên liệu có nguồn gốc trong tỉnh dưới 50%***	1
☐ Sử dụng nguyên liệu có nguồn gốc trong tỉnh từ 50% đến dưới 75%	3
☐ Sử dụng nguyên liệu có nguồn gốc trong tỉnh từ 75% đến 100%	5
1.2. Gia tăng giá trị	3
☐ Phân loại, chế tác giản đơn	1
☐ Chế tác/tạo dựng gắn với kỹ năng nghề truyền thống	2
☐ Ứng dụng công nghệ phù hợp gắn với kỹ năng nghề truyền thống, tạo ra sản phẩm tinh xảo, chất lượng cao hơn	3
1.3. Năng lực sản xuất để đáp ứng yêu cầu phân phối (Khả năng sản xuất đáp ứng nhu cầu về số lượng/quy mô của thị trường, so sánh với quy mô trung bình ở cùng đối tượng sản xuất tại địa phương)	3
☐ Có năng lực, quy mô sản xuất mức độ nhỏ	1
☐ Có năng lực, quy mô sản xuất trung bình****	2
☐ Có năng lực, quy mô sản xuất lớn, có thể đáp ứng thị trường xuất khẩu*****	3
1.4. Liên kết chuỗi trong sản xuất	4
☐ Không có liên kết hoặc có nhưng không rõ ràng	0
☐ Có hợp đồng liên kết sản xuất từ 50% đến dưới 75% sản lượng nguyên liệu đầu vào cho chế biến	1
☐ Có hợp đồng liên kết trên 75% sản lượng nguyên liệu đầu vào cho chế biến****	2
☐ Có hợp đồng liên kết trên 75% sản lượng nguyên liệu đầu vào cho chế biến và tổ chức thực hiện hợp đồng ổn định từ 12 tháng trở lên*****	4
1.5. Bảo vệ môi trường trong quá trình sản xuất	4
☐ Có Hồ sơ, thủ tục về môi trường theo quy định của pháp luật và các quy định khác về bảo vệ môi trường****	1
☐ Có Hồ sơ, thủ tục về môi trường theo quy định của pháp luật về bảo vệ môi trường và hồ sơ minh chứng về công trình thu gom và xử lý chất thải theo quy định	2
☐ Có Hồ sơ, thủ tục về môi trường theo quy định của pháp luật về bảo vệ môi trường; hồ sơ minh chứng về công trình thu gom và xử lý chất thải theo quy định và hồ sơ minh chứng về sử dụng bao gói thân thiện với môi trường	4

1.6. Sử dụng công nghệ theo hướng bền vững trong SX	1
☐ Không sử dụng công nghệ theo hướng bền vững trong sản xuất	0
☐ Có áp dụng công nghệ theo hướng bền vững môi trường (công nghệ tiết kiệm nguyên liệu, nhiên liệu; hoạt động xử lý/tái chế chất thải; tận thu tái sử dụng, tái chế phụ phẩm nông nghiệp,...)	1
2. PHÁT TRIỂN SẢN PHẨM	9
2.1. Nguồn gốc ý tưởng sản phẩm	5
☐ Sản phẩm được sản xuất phổ biến ở nhiều tỉnh, thành phố	0
☐ Sản phẩm được sản xuất phổ biến ở nhiều tỉnh, thành phố nhưng có chất lượng nổi trội, khác biệt do điều kiện về nguyên liệu, kỹ thuật truyền thống	1
☐ Sản phẩm được sản xuất ở nhiều nơi trên địa bàn, là sản phẩm đặc trưng của tỉnh, có chất lượng nổi trội/sản phẩm mới được chế biến từ nguyên liệu đặc trưng của địa phương	3
☐ Sản phẩm là đặc sản, truyền thống, chỉ sản xuất trên địa bàn của xã, có chất lượng đặc sắc, thương mại gắn với chỉ dẫn nguồn gốc địa lý/sản phẩm mới được chế biến từ nguyên liệu đặc trưng của địa phương, được thương mại ổn định ít nhất 36 tháng ****	5
2.2. Bao bì, ghi nhãn sản phẩm	4
☐ Bao bì đơn giản, thông tin ghi nhãn chưa đầy đủ	0
☐ Bao bì đơn giản, thông tin ghi nhãn đầy đủ	1
☐ Bao bì, nhãn hàng hóa đẹp, thể hiện được câu chuyện sản phẩm ****	3
☐ Bao bì, nhãn hàng hóa đẹp, thể hiện được câu chuyện sản phẩm, có gắn truy xuất nguồn gốc điện tử*****	4
3. SỨC MẠNH CỘNG ĐỒNG	11
3.1. Loại hình tổ chức sản xuất - kinh doanh	3
☐ Hộ gia đình có đăng ký kinh doanh hoặc trang trại hoặc tổ hợp tác (có giấy đăng ký kinh doanh của tổ trưởng)	1
☐ Công ty TNHH hoặc doanh nghiệp tư nhân hoặc công ty cổ phần có vốn góp của cộng đồng địa phương <51%	2
☐ HTX tổ chức, hoạt động theo Luật HTX 2012 hoặc công ty cổ phần có vốn góp của cộng đồng địa phương ≥ 51%;	3
3.2. Đại diện pháp luật của chủ thể là nữ/đồng bào dân tộc thiểu số	1
☐ Đại diện pháp luật của chủ thể không phải nữ/đồng bào dân tộc thiểu số	0
☐ Đại diện pháp luật của chủ thể là nữ/đồng bào dân tộc thiểu số	1
3.3. Sử dụng lao động địa phương	3
☐ Có sử dụng từ 50% đến 75% lao động là người trên địa bàn cấp huyện	1
☐ Có sử dụng ≥ 75% lao động là người trên địa bàn cấp huyện	3
3.4. Tăng trưởng sản xuất kinh doanh	2
☐ Hợp tác xã xếp loại trung bình, các loại hình khác có lợi nhuận tăng trưởng dương so với năm trước liền kề	1
☐ Hợp tác xã xếp loại khá, các loại hình khác có 2 năm liên tiếp tăng trưởng dương về lợi nhuận*****	2
3.5. Sở hữu trí tuệ	2
☐ Các nhãn hiệu sử dụng trên bao bì sản phẩm được cấp giấy chứng nhận đăng ký*****	1

☐ Các nhãn hiệu sử dụng trên bao bì sản phẩm được cấp giấy chứng nhận đăng ký; và sản phẩm có sử dụng dấu hiệu chỉ dẫn nguồn gốc địa lý gắn với cộng đồng địa phương (<i>đối với những sản phẩm của địa phương đã được bảo hộ chỉ dẫn địa lý, nhãn hiệu chứng nhận, nhãn hiệu tập thể gắn với chỉ dẫn nguồn gốc địa lý thì bắt buộc phải sử dụng</i>)*****	2
Phần B: KHẢ NĂNG TIẾP THỊ (25 Điểm)	25
4. TIẾP THỊ	13
4.1. Khu vực phân phối chính	5
☐ Thị trường trong xã	1
☐ Thị trường ngoài xã, có dưới 5 đại diện/đại lý phân phối	2
☐ Thị trường ngoài xã, có ≥ 5 đại diện/đại lý phân phối	3
☐ Thị trường quốc tế (có hợp đồng); hoặc phân phối tại các kênh thương mại hiện đại: siêu thị, thương mại điện tử,... (có hợp đồng và duy trì hoạt động ít nhất 6 tháng) *****	5
4.2. Tổ chức phân phối (Gồm: Tổ chức kinh doanh, phân phối sản phẩm)	4
☐ Không có người chịu trách nhiệm quản lý phân phối	0
☐ Có người chịu trách nhiệm quản lý phân phối	1
☐ Có bộ phận/phòng quản lý phân phối	3
☐ Có bộ phận/phòng quản lý phân phối, có ứng dụng công nghệ thông tin trong quản lý	4
4.3. Quảng bá sản phẩm	4
☐ Không có hoạt động quảng bá	0
☐ Có một số hoạt động quảng bá	1
☐ Có nhiều hoạt động quảng bá, có website của cơ sở/quảng bá trên mạng xã hội, có tham gia hoạt động xúc tiến thương mại trong tỉnh	2
☐ Có nhiều hoạt động quảng bá và có website của cơ sở/hoặc quảng bá trên mạng xã hội và có tham gia hoạt động xúc tiến thương mại ngoài tỉnh	3
☐ Có nhiều hoạt động quảng bá và có website của cơ sở/hoặc quảng bá trên mạng xã hội hoạt động thường xuyên và có tham gia hoạt động xúc tiến thương mại ngoài tỉnh và quốc tế	4
5. CÂU CHUYỆN VỀ SẢN PHẨM	12
5.1. Câu chuyện về sản phẩm	5
☐ Không có câu chuyện, hoặc có nhưng không được tư liệu hóa	0
☐ Có tài liệu giới thiệu về sản phẩm	1
☐ Có câu chuyện được tư liệu hóa (có cốt chuyện, nội dung cụ thể)	2
☐ Có câu chuyện được tư liệu hóa và trình bày trên nhãn/tờ rơi	3
☐ Có câu chuyện được tư liệu hóa và trình bày trên nhãn/tờ rơi và website	4
☐ Có câu chuyện được tư liệu hóa và trình bày trên nhãn/tờ rơi và website (dưới dạng hình ảnh, clip,...)	5
5.2. Trí tuệ/bản sắc địa phương <i>Chỉ áp dụng khi có câu chuyện, đánh giá nội dung câu chuyện:</i>	5
☐ Giống với câu chuyện sản phẩm ở nơi khác	0
☐ Tương đối giống câu chuyện sản phẩm ở nơi khác, có thay đổi một số yếu tố	1
☐ Có câu chuyện riêng, gắn với nguồn gốc xuất xứ***	3
☐ Có câu chuyện sản phẩm đặc sắc, mang sắc thái truyền thống, văn hóa và trí tuệ/bản sắc địa phương****	5
5.3. Cấu trúc câu chuyện	2
<i>Chỉ áp dụng khi có câu chuyện</i>	

☐ Đơn giản	0
☐ Có đầy đủ các yếu tố của câu chuyện sản phẩm	1
☐ Ngắn gọn, xúc tích và có các thông điệp đặc sắc về sản phẩm/văn hóa/trí tuệ/bản sắc địa phương*****	2
Phần C: CHẤT LƯỢNG SẢN PHẨM (35 Điểm)	35
6. CÁC CHỈ TIÊU	21
6.1. Mức độ tinh xảo/sắc nét của sản phẩm	5
☐ Không khéo léo/nhã nhặn, không thể bán được	0
☐ Khá khéo léo/nhã nhặn, có thể bán được	1
☐ Khéo léo/nhã nhặn, có thể bán được, có giá trị mỹ thuật, kỹ thuật	3
☐ Tinh xảo, có giá trị mỹ thuật, kỹ thuật, có thể bán được trong các cửa hàng lớn và xuất khẩu*****	5
6.2. Thiết kế độc đáo	5
☐ Phong cách thiết kế phổ biến	1
☐ Phong cách độc đáo riêng, nhưng là dạng thông thường	3
☐ Phong cách độc đáo riêng, thể hiện trí tuệ địa phương***** <i>Ghi chú: Nếu sản phẩm vi phạm sở hữu trí tuệ, sẽ bị loại bỏ</i>	5
6.3. Các yếu tố tích hợp lên giá trị của sản phẩm <i>(Kiểu dáng, hoa văn hài hòa, cân đối; màu sắc đều, đẹp mắt; kết cấu cân đối, chắc chắn, bền vững; kích thước, tỷ lệ phù hợp;...)</i>	3
☐ Không thể hiện rõ nét về giá trị sản phẩm	0
☐ Giá trị sản phẩm được tích hợp hài hòa, phù hợp	1
☐ Giá trị sản phẩm được tích hợp hài hòa, phù hợp các yếu tố văn hóa, dân tộc	2
☐ Giá trị sản phẩm được tích hợp hài hòa, phù hợp các yếu tố văn hóa, dân tộc truyền thống, hình thành sản phẩm đặc trưng	3
6.4. Các tính năng của sản phẩm <i>(Giá trị sử dụng của sản phẩm: Tranh ảnh trang trí; túi đựng mỹ phẩm; lắc tay;...)</i>	3
☐ Sản phẩm không có các tính năng cơ bản	0
☐ Sản phẩm có đủ các tính năng cơ bản để bán ở thị trường địa phương	1
☐ Sản phẩm có đủ các tính năng cơ bản để bán ở thị trường trong nước	2
☐ Sản phẩm có đủ các tính năng cơ bản để xuất khẩu	3
6.5. Chất lượng của nguyên liệu/thành phần	5
☐ Nguyên liệu/thành phần kém chất lượng, làm cho sản phẩm độc hại hoặc hủy hoại nguồn tài nguyên, bán có giới hạn hoặc không thể bán được trên thị trường	0
☐ Vật liệu/nguyên liệu xanh, thân thiện môi trường, có giá trị bảo tồn đa dạng sinh học, cải thiện sinh kế cho đồng bào dân tộc	3
☐ Vật liệu/nguyên liệu xanh, thân thiện môi trường, có giá trị bảo tồn đa dạng sinh học, cải thiện sinh kế cho đồng bào dân tộc, có chứng chỉ quản lý vùng nguyên liệu bền vững	5
8. KIỂM TRA ĐỊNH KỲ CÁC CHỈ TIÊU ATTP VÀ AN TOÀN SẢN PHẨM THEO QUY ĐỊNH <i>(Phiếu kiểm nghiệm định kỳ các chỉ tiêu ATTP, an toàn sản phẩm, trường hợp không bắt buộc, thì đánh giá điểm tối đa)</i>	4
☐ Có, nhưng không đạt	0
☐ Có, đạt nhưng không đủ	2
☐ Có, đạt đầy đủ (vi sinh, kim loại nặng, phụ gia, hóa chất không mong)	4

muốn,...) theo quy định	
12. ĐẢM BẢO CHẤT LƯỢNG SẢN PHẨM	5
☐ Cơ sở chế biến, đóng gói có giấy chứng nhận đủ điều kiện ATTP theo quy định	1
☐ Cơ sở chế biến, đóng gói có giấy chứng nhận đủ điều kiện ATTP theo quy định và có chứng nhận quản lý chất lượng của Việt Nam...)*****	3
☐ Cơ sở chế biến, đóng gói có giấy chứng nhận đủ điều kiện ATTP theo quy định và có chứng nhận quản lý chất lượng theo tiêu chuẩn quốc tế, đủ điều kiện ATTP cho xuất khẩu và các thủ tục pháp lý khác theo yêu cầu của thị trường đích*****	5
14. CƠ HỘI THỊ TRƯỜNG TOÀN CẦU	5
☐ Có thể xuất khẩu đến thị trường khu vực Đông Nam Á	1
☐ Có thể xuất khẩu các thị trường ngoài khu vực Đông Nam Á	3
☐ Có thể xuất khẩu đến các thị trường có tiêu chuẩn cao (Mỹ, Nhật, EU...)	5
TỔNG CỘNG	100

Ghi chú: Dấu sao là yêu cầu tối thiểu phải đạt theo các cấp độ sao (***) - 3 sao; **** - 4 sao; ***** - 5 sao)

Ý kiến của người đánh giá:

.....

..., ngày ... tháng ... năm ...

Người đánh giá
 (Ký và ghi rõ họ tên)

22. Bộ sản phẩm: Vải, may mặc

(Sản phẩm: Hàng thủ công mỹ nghệ. Nhóm: Vải, may mặc)

Tên sản phẩm:

Mã số sản phẩm.(T).-(X).-(STT).-20.....

T: Mã tỉnh- X: Mã xã- STT: Số Thứ tự sản phẩm do xã lập thống kê - Năm đánh giá. Mã đơn vị hành chính theo Quyết định số 19/2025/QĐ-TTg ngày 30/6/2025

Tên chủ thể sản xuất:

Số điện thoại:

Địa chỉ:

Hồ sơ bị loại khi: Giả mạo hồ sơ hoặc không đáp ứng quy định Hồ sơ dự thi theo quy định

Các tiêu chí	Thang điểm
Phần A: SẢN PHẨM VÀ SỨC MẠNH CỦA CỘNG ĐỒNG (40 Điểm)	40
1. TỔ CHỨC SẢN XUẤT	19
1.1. Nguồn nguyên liệu	5
☐ Sử dụng nguyên liệu có nguồn gốc trong tỉnh dưới 50%***	1
☐ Sử dụng nguyên liệu có nguồn gốc trong tỉnh từ 50% đến dưới 75%	3
☐ Sử dụng nguyên liệu có nguồn gốc trong tỉnh từ 75% đến 100%	5
1.2. Gia tăng giá trị	3
☐ Phân loại, chế tác giản đơn	1
☐ Chế tác/tạo dựng gắn với kỹ năng nghề truyền thống	2
☐ Ứng dụng công nghệ phù hợp gắn với kỹ năng nghề truyền thống, tạo ra sản phẩm tinh xảo, chất lượng cao hơn	3
1.3. Năng lực sản xuất để đáp ứng yêu cầu phân phối (Khả năng sản xuất đáp ứng nhu cầu về số lượng/quy mô của thị trường, so sánh với quy mô trung bình ở cùng đối tượng sản xuất tại địa phương)	3
☐ Có năng lực, quy mô sản xuất mức độ nhỏ	1
☐ Có năng lực, quy mô sản xuất trung bình****	2
☐ Có năng lực, quy mô sản xuất lớn, có thể đáp ứng thị trường xuất khẩu*****	3
1.4. Liên kết chuỗi trong sản xuất	4
☐ Không có liên kết hoặc có nhưng không rõ ràng	0
☐ Có hợp đồng liên kết sản xuất từ 50% đến dưới 75% sản lượng nguyên liệu đầu vào cho chế biến	1
☐ Có hợp đồng liên kết trên 75% sản lượng nguyên liệu đầu vào cho chế biến****	2
☐ Có hợp đồng liên kết trên 75% sản lượng nguyên liệu đầu vào cho chế biến và tổ chức thực hiện hợp đồng ổn định từ 12 tháng trở lên*****	4
1.5. Bảo vệ môi trường trong quá trình sản xuất	3
☐ Có Hồ sơ, thủ tục về môi trường theo quy định của pháp luật và các quy định khác về bảo vệ môi trường****	1
☐ Có Hồ sơ, thủ tục về môi trường theo quy định của pháp luật về bảo vệ môi trường và hồ sơ minh chứng về công trình thu gom và xử lý chất thải theo quy định	2
☐ Có Hồ sơ, thủ tục về môi trường theo quy định của pháp luật về bảo vệ môi trường; hồ sơ minh chứng về công trình thu gom và xử lý chất thải theo quy định và hồ sơ minh chứng về sử dụng bao gói thân thiện với môi trường	3
1.6. Sử dụng công nghệ theo hướng bền vững trong SX	1

☐ Không sử dụng công nghệ theo hướng bền vững trong sản xuất	0
☐ Có áp dụng công nghệ theo hướng bền vững môi trường (công nghệ tiết kiệm nguyên liệu, nhiên liệu; hoạt động xử lý/tái chế chất thải; tận thu tái sử dụng, tái chế phụ phẩm nông nghiệp,...)	1
2. PHÁT TRIỂN SẢN PHẨM	10
2.1. Nguồn gốc ý tưởng sản phẩm	5
☐ Sản phẩm được sản xuất phổ biến ở nhiều tỉnh, thành phố	0
☐ Sản phẩm được sản xuất phổ biến ở nhiều tỉnh, thành phố nhưng có chất lượng nổi trội, khác biệt do điều kiện về nguyên liệu, kỹ thuật truyền thống	1
☐ Sản phẩm được sản xuất ở nhiều nơi trên địa bàn, là sản phẩm đặc trưng của tỉnh, có chất lượng nổi trội/sản phẩm mới được chế biến từ nguyên liệu đặc trưng của địa phương	3
☐ Sản phẩm là đặc sản, truyền thống, chỉ sản xuất trên địa bàn của xã, có chất lượng đặc sắc, thương mại gắn với chỉ dẫn nguồn gốc địa lý/sản phẩm mới được chế biến từ nguyên liệu đặc trưng của địa phương, được thương mại ổn định ít nhất 36 tháng ****	5
2.2. Bao bì, ghi nhãn sản phẩm	5
☐ Bao bì đơn giản, thông tin ghi nhãn chưa đầy đủ	0
☐ Bao bì đơn giản, thông tin ghi nhãn đầy đủ	1
☐ Bao bì, nhãn hàng hóa đẹp, thể hiện được câu chuyện sản phẩm ****	3
☐ Bao bì, nhãn hàng hóa đẹp, thể hiện được câu chuyện sản phẩm, có gắn truy xuất nguồn gốc điện tử*****	5
3. SỨC MẠNH CỘNG ĐỒNG	11
3.1. Loại hình tổ chức sản xuất - kinh doanh	3
☐ Hộ gia đình có đăng ký kinh doanh hoặc trang trại hoặc tổ hợp tác (có giấy đăng ký kinh doanh của tổ trưởng)	1
☐ Công ty TNHH hoặc doanh nghiệp tư nhân hoặc công ty cổ phần có vốn góp của cộng đồng địa phương <51%	2
☐ HTX tổ chức, hoạt động theo Luật HTX 2012 hoặc công ty cổ phần có vốn góp của cộng đồng địa phương $\geq 51\%$;	3
3.2. Đại diện pháp luật của chủ thể là nữ/đồng bào dân tộc thiểu số	1
☐ Đại diện pháp luật của chủ thể không phải nữ/đồng bào dân tộc thiểu số	0
☐ Đại diện pháp luật của chủ thể là nữ/đồng bào dân tộc thiểu số	1
3.3. Sử dụng lao động địa phương	3
☐ Có sử dụng từ 50% đến 75% lao động là người trên địa bàn cấp huyện	1
☐ Có sử dụng $\geq 75\%$ lao động là người trên địa bàn cấp huyện	3
3.4. Tăng trưởng sản xuất kinh doanh	2
☐ Hợp tác xã xếp loại trung bình, các loại hình khác có lợi nhuận tăng trưởng dương so với năm trước liền kề	1
☐ Hợp tác xã xếp loại khá, các loại hình khác có 2 năm liên tiếp tăng trưởng dương về lợi nhuận****	2
3.5. Sở hữu trí tuệ	2
☐ Các nhãn hiệu sử dụng trên bao bì sản phẩm được cấp giấy chứng nhận đăng ký****	1
☐ Các nhãn hiệu sử dụng trên bao bì sản phẩm được cấp giấy chứng nhận đăng ký; và sản phẩm có sử dụng dấu hiệu chỉ dẫn nguồn gốc địa lý gắn với cộng đồng địa phương (đối với những sản phẩm của địa phương đã được bảo hộ chỉ dẫn địa lý, nhãn hiệu chứng nhận, nhãn hiệu tập thể gắn với chỉ dẫn nguồn gốc địa lý thì bắt buộc phải sử dụng)*****	2

Phần B: KHẢ NĂNG TIẾP THỊ (25 Điểm)	25
4. TIẾP THỊ	13
4.1. Khu vực phân phối chính	5
☐ Thị trường trong xã	1
☐ Thị trường ngoài xã, có dưới 5 đại diện/đại lý phân phối	2
☐ Thị trường ngoài xã, có ≥ 5 đại diện/đại lý phân phối	3
☐ Thị trường quốc tế (có hợp đồng); hoặc phân phối tại các kênh thương mại hiện đại: siêu thị, thương mại điện tử,... (có hợp đồng và duy trì hoạt động ít nhất 6 tháng) *****	5
4.2. Tổ chức phân phối (Gồm: Tổ chức kinh doanh, phân phối sản phẩm)	4
☐ Không có người chịu trách nhiệm quản lý phân phối	0
☐ Có người chịu trách nhiệm quản lý phân phối	1
☐ Có bộ phận/phòng quản lý phân phối	3
☐ Có bộ phận/phòng quản lý phân phối, có ứng dụng công nghệ thông tin trong quản lý	4
4.3. Quảng bá sản phẩm	4
☐ Không có hoạt động quảng bá	0
☐ Có một số hoạt động quảng bá	1
☐ Có nhiều hoạt động quảng bá, có website của cơ sở/quảng bá trên mạng xã hội, có tham gia hoạt động xúc tiến thương mại trong tỉnh	2
☐ Có nhiều hoạt động quảng bá và có website của cơ sở/hoặc quảng bá trên mạng xã hội và có tham gia hoạt động xúc tiến thương mại ngoài tỉnh	3
☐ Có nhiều hoạt động quảng bá và có website của cơ sở/hoặc quảng bá trên mạng xã hội hoạt động thường xuyên và có tham gia hoạt động xúc tiến thương mại ngoài tỉnh và quốc tế	4
5. CÂU CHUYỆN VỀ SẢN PHẨM	12
5.1. Câu chuyện về sản phẩm	5
☐ Không có câu chuyện, hoặc có nhưng không được tư liệu hóa	0
☐ Có tài liệu giới thiệu về sản phẩm	1
☐ Có câu chuyện được tư liệu hóa (có cốt chuyện, nội dung cụ thể)	2
☐ Có câu chuyện được tư liệu hóa và trình bày trên nhãn/tờ rơi	3
☐ Có câu chuyện được tư liệu hóa và trình bày trên nhãn/tờ rơi và website	4
☐ Có câu chuyện được tư liệu hóa và trình bày trên nhãn/tờ rơi và website (dưới dạng hình ảnh, clip,...)	5
5.2. Trí tuệ/bản sắc địa phương <i>Chỉ áp dụng khi có câu chuyện, đánh giá nội dung câu chuyện:</i>	5
☐ Giống với câu chuyện sản phẩm ở nơi khác	0
☐ Tương đối giống câu chuyện sản phẩm ở nơi khác, có thay đổi một số yếu tố	1
☐ Có câu chuyện riêng, gần với nguồn gốc xuất xứ***	3
☐ Có câu chuyện sản phẩm đặc sắc, mang sắc thái truyền thống, văn hóa và trí tuệ/bản sắc địa phương*****	5
5.3. Cấu trúc câu chuyện	2
<i>Chỉ áp dụng khi có câu chuyện</i>	
☐ Đơn giản	0
☐ Có đầy đủ các yếu tố của câu chuyện sản phẩm	1
☐ Ngắn gọn, xúc tích và có các thông điệp đặc sắc về sản phẩm/văn hóa/trí tuệ/bản sắc địa phương*****	2

Phần C: CHẤT LƯỢNG SẢN PHẨM (35 Điểm)	35
6. CÁC CHỈ TIÊU	25
6.1. Mức độ tinh xảo/sắc nét của sản phẩm	5
☐ Không khéo léo/nhã nhặn, không thể bán được	0
☐ Khá khéo léo/nhã nhặn, có thể bán được	1
☐ Khéo léo/nhã nhặn, có thể bán được, có giá trị mỹ thuật, kỹ thuật	3
☐ Tinh xảo, có giá trị mỹ thuật, kỹ thuật, có thể bán được trong các cửa hàng lớn và xuất khẩu*****	5
6.2. Thiết kế độc đáo (Chất lượng: Có nét riêng, khác biệt, không lẫn với sản phẩm khác,...)	5
☐ Phong cách thiết kế phổ biến	1
☐ Phong cách độc đáo riêng, nhưng là dạng thông thường	3
☐ Phong cách độc đáo riêng, thể hiện trí tuệ địa phương***** Ghi chú: Nếu sản phẩm vi phạm sở hữu trí tuệ, sẽ bị loại bỏ	5
6.3. Các yếu tố tích hợp lên giá trị của sản phẩm (Kiểu dáng, hoa văn hài hòa, cân đối; màu sắc đều, đẹp mắt; kết cấu cân đối, chắc chắn, bền vững; kích thước, tỷ lệ phù hợp;...)	5
☐ Không thể hiện rõ nét về giá trị sản phẩm	0
☐ Giá trị sản phẩm được tích hợp hài hòa, phù hợp	1
☐ Giá trị sản phẩm được tích hợp hài hòa, phù hợp các yếu tố văn hóa, dân tộc	3
☐ Giá trị sản phẩm được tích hợp hài hòa, phù hợp các yếu tố văn hóa, dân tộc truyền thống, hình thành sản phẩm đặc trưng	5
6.4. Các tính năng của sản phẩm (Giá trị sử dụng của sản phẩm: Tranh ảnh trang trí; túi đựng mỹ phẩm; lắc tay;...)	5
☐ Sản phẩm không có các tính năng cơ bản	0
☐ Sản phẩm có đủ các tính năng cơ bản để bán ở thị trường địa phương	1
☐ Sản phẩm có đủ các tính năng cơ bản để bán ở thị trường trong nước	3
☐ Sản phẩm có đủ các tính năng cơ bản để xuất khẩu	5
6.5. Chất lượng của nguyên liệu/thành phần	5
☐ Nguyên liệu/thành phần kém chất lượng, làm cho sản phẩm độc hại hoặc hủy hoại nguồn tài nguyên, bán có giới hạn hoặc không thể bán được trên thị trường	0
☐ Vật liệu/nguyên liệu xanh, thân thiện môi trường, có giá trị bảo tồn đa dạng sinh học, cải thiện sinh kế cho đồng bào dân tộc	3
☐ Vật liệu/nguyên liệu xanh, thân thiện môi trường, có giá trị bảo tồn đa dạng sinh học, cải thiện sinh kế cho đồng bào dân tộc, có chứng chỉ quản lý vùng nguyên liệu bền vững	5
7. HƯỚNG DẪN SỬ DỤNG ĐỂ ĐẢM BẢO SẢN PHẨM CÓ CHẤT LƯỢNG TỐT NHẤT CHO NGƯỜI TIÊU DÙNG	5
☐ Có hướng dẫn sử dụng sản phẩm đơn giản	1
☐ Có hướng dẫn sử dụng chi tiết, cụ thể để sử dụng đúng tính năng của sản phẩm	3
☐ Có hướng dẫn sử dụng chi tiết, cụ thể để sử dụng đúng tính năng của sản phẩm, phát huy các giá trị văn hóa, chất lượng sản phẩm *****	5
8. CƠ HỘI THỊ TRƯỜNG TOÀN CẦU	5
☐ Có thể xuất khẩu đến thị trường khu vực Đông Nam Á	1
☐ Có thể xuất khẩu các thị trường ngoài khu vực Đông Nam Á	3
☐ Có thể xuất khẩu đến các thị trường có tiêu chuẩn cao (Mỹ, Nhật, EU...)	5
TỔNG CỘNG	100

Ghi chú: Dấu sao là yêu cầu tối thiểu phải đạt theo các cấp độ sao (** - 3 sao; **** - 4 sao; ***** - 5 sao)

Ý kiến của người đánh giá:

.....

.....

.....

..., ngày ... tháng ... năm ...

Người đánh giá
(Ký và ghi rõ họ tên)

23. Bộ sản phẩm: Hoa

(Sản phẩm: Sinh vật cảnh)

Tên sản phẩm:

Mã số sản phẩm.(T).-(X).-(STT).-20.....

T: Mã tỉnh- X: Mã xã- STT: Số Thứ tự sản phẩm do xã lập thống kê - Năm đánh giá. Mã đơn vị hành chính theo Quyết định số 19/2025/QĐ-TTg ngày 30/6/2025

Tên chủ thể sản xuất:

Số điện thoại:

Địa chỉ:

Hồ sơ bị loại khi: Giả mạo hồ sơ hoặc không đáp ứng quy định Hồ sơ dự thi theo quy định

Các tiêu chí	Thang điểm
Phần A: SẢN PHẨM VÀ SỨC MẠNH CỦA CỘNG ĐỒNG (40 Điểm)	40
1. TỔ CHỨC SẢN XUẤT	20
1.1. Nguồn gốc sản phẩm	5
<i>Yêu cầu: 100% sản phẩm được trồng trên địa bàn cấp tỉnh</i>	
☐ Sản phẩm được trồng trên địa bàn cấp xã dưới 50%	1
☐ Sản phẩm được trồng trên địa bàn cấp xã từ 50% đến dưới 75%	3
☐ Sản phẩm được trồng trên địa bàn cấp xã từ 75% đến 100%	5
1.2. Gia tăng giá trị	4
☐ Sơ chế (làm sạch, phân loại, đóng gói...) thủ công	1
☐ Ứng dụng máy móc trong đóng gói, bảo quản sản phẩm	2
☐ Ứng dụng công nghệ cao trong sơ chế, bảo quản (nâng cao chất lượng sản phẩm/kéo dài thời gian bảo quản và giữ chất lượng ổn định trong quá trình bảo quản...)	4
1.3. Năng lực sản xuất để đáp ứng yêu cầu phân phối <i>(Khả năng sản xuất đáp ứng nhu cầu về số lượng/quy mô của thị trường, so sánh với quy mô trung bình ở cùng đối tượng sản xuất tại địa phương)</i>	3
☐ Có năng lực, quy mô sản xuất mức độ nhỏ	1
☐ Có năng lực, quy mô sản xuất trung bình****	2
☐ Có năng lực, quy mô sản xuất lớn, có thể đáp ứng thị trường xuất khẩu*****	3
1.4. Liên kết chuỗi trong sản xuất	4
☐ Không có liên kết hoặc có nhưng không rõ ràng	0
☐ Có hợp đồng liên kết sản xuất từ 50% đến dưới 75% sản lượng tiêu thụ	1
☐ Có hợp đồng liên kết trên 75% sản lượng tiêu thụ	2
☐ Có hợp đồng liên kết trên 75% sản lượng tiêu thụ và tổ chức thực hiện hợp đồng ổn định từ 12 tháng trở lên	4
1.5. Bảo vệ môi trường trong quá trình sản xuất	3
☐ Có Hồ sơ, thủ tục về môi trường theo quy định của pháp luật và các quy định khác về bảo vệ môi trường****	1
☐ Có Hồ sơ, thủ tục về môi trường theo quy định của pháp luật về bảo vệ môi trường và hồ sơ minh chứng về công trình thu gom và xử lý chất thải theo quy định	2
☐ Có Hồ sơ, thủ tục về môi trường theo quy định của pháp luật về bảo vệ môi trường; hồ sơ minh chứng về công trình thu gom và xử lý chất thải theo quy định và hồ sơ minh chứng về sử dụng bao gói thân thiện với môi trường	3

1.6. Sử dụng công nghệ theo hướng bền vững trong SX	1
☐ Không sử dụng công nghệ theo hướng bền vững trong sản xuất	0
☐ Có áp dụng công nghệ theo hướng bền vững môi trường (công nghệ tiết kiệm nguyên liệu, nhiên liệu; hoạt động xử lý/tái chế chất thải; tận thu tái sử dụng, tái chế phụ phẩm nông nghiệp,...)	1
2. PHÁT TRIỂN SẢN PHẨM	9
2.1. Nguồn gốc ý tưởng sản phẩm	5
☐ Sản phẩm được sản xuất phổ biến ở nhiều tỉnh, thành phố	0
☐ Sản phẩm được sản xuất phổ biến ở nhiều tỉnh, thành phố nhưng có chất lượng nổi trội, khác biệt do điều kiện về nguyên liệu, kỹ thuật truyền thống	1
☐ Sản phẩm được sản xuất ở nhiều nơi trên địa bàn, là sản phẩm đặc trưng của tỉnh, có chất lượng nổi trội/sản phẩm mới được chế biến từ nguyên liệu đặc trưng của địa phương	3
☐ Sản phẩm là đặc sản, truyền thống, chỉ sản xuất trên địa bàn của huyện, có chất lượng đặc sắc, thương mại gắn với chỉ dẫn nguồn gốc địa lý/sản phẩm mới được chế biến từ nguyên liệu đặc trưng của địa phương, được thương mại ổn định ít nhất 36 tháng ****	5
2.2. Bao bì, ghi nhãn sản phẩm	4
☐ Bao bì đơn giản, thông tin ghi nhãn chưa đầy đủ	0
☐ Bao bì đơn giản, thông tin ghi nhãn đầy đủ	1
☐ Bao bì, nhãn hàng hóa đẹp, thể hiện được câu chuyện sản phẩm ****	3
☐ Bao bì, nhãn hàng hóa đẹp, thể hiện được câu chuyện sản phẩm, có gắn truy xuất nguồn gốc điện tử*****	4
3. SỨC MẠNH CỘNG ĐỒNG	11
3.1. Loại hình tổ chức sản xuất - kinh doanh	3
☐ Hộ gia đình có đăng ký kinh doanh hoặc trang trại hoặc tổ hợp tác (có giấy đăng ký kinh doanh của tổ trưởng)	1
☐ Công ty TNHH hoặc doanh nghiệp tư nhân hoặc công ty cổ phần có vốn góp của cộng đồng địa phương <51%	2
☐ HTX tổ chức, hoạt động theo Luật HTX 2012 hoặc công ty cổ phần có vốn góp của cộng đồng địa phương $\geq 51\%$;	3
3.2. Đại diện pháp luật của chủ thể là nữ/đồng bào dân tộc thiểu số	1
☐ Đại diện pháp luật của chủ thể không phải nữ/đồng bào dân tộc thiểu số	0
☐ Đại diện pháp luật của chủ thể là nữ/đồng bào dân tộc thiểu số	1
3.3. Sử dụng lao động địa phương	3
☐ Có sử dụng từ 50% đến 75% lao động là người trên địa bàn cấp huyện	1
☐ Có sử dụng $\geq 75\%$ lao động là người trên địa bàn cấp huyện	3
3.4. Tăng trưởng sản xuất kinh doanh	2
☐ Hợp tác xã xếp loại trung bình, các loại hình khác có lợi nhuận tăng trưởng dương so với năm trước liền kề	1
☐ Hợp tác xã xếp loại khá, các loại hình khác có 2 năm liên tiếp tăng trưởng dương về lợi nhuận****	2
3.5. Sở hữu trí tuệ	2
☐ Các nhãn hiệu sử dụng trên bao bì sản phẩm được cấp giấy chứng nhận đăng ký****	1
☐ Các nhãn hiệu sử dụng trên bao bì sản phẩm được cấp giấy chứng nhận đăng ký; và sản phẩm có sử dụng dấu hiệu chỉ dẫn nguồn gốc địa lý gắn với cộng đồng địa phương (đối với những sản phẩm của địa phương đã được bảo hộ chỉ dẫn địa lý, nhãn hiệu chứng nhận, nhãn hiệu tập thể gắn với chỉ dẫn nguồn gốc địa lý thì bắt	2

<i>buộc phải sử dụng)*****</i>	
Phần B: KHẢ NĂNG TIẾP THỊ (25 Điểm)	25
4. TIẾP THỊ	13
4.1. Khu vực phân phối chính	5
☐ Thị trường trong xã	1
☐ Thị trường ngoài xã, có dưới 5 đại diện/đại lý phân phối	2
☐ Thị trường ngoài xã, có ≥ 5 đại diện/đại lý phân phối	3
☐ Thị trường quốc tế (có hợp đồng); hoặc phân phối tại các kênh thương mại hiện đại: siêu thị, thương mại điện tử,... (có hợp đồng và duy trì hoạt động ít nhất 6 tháng) *****	5
4.2. Tổ chức phân phối (Gồm: Tổ chức kinh doanh, phân phối sản phẩm)	4
☐ Không có người chịu trách nhiệm quản lý phân phối	0
☐ Có người chịu trách nhiệm quản lý phân phối	1
☐ Có bộ phận/phòng quản lý phân phối	3
☐ Có bộ phận/phòng quản lý phân phối, có ứng dụng công nghệ thông tin trong quản lý	4
4.3. Quảng bá sản phẩm	4
☐ Không có hoạt động quảng bá	0
☐ Có một số hoạt động quảng bá	1
☐ Có nhiều hoạt động quảng bá, có website của cơ sở/quảng bá trên mạng xã hội, có tham gia hoạt động xúc tiến thương mại trong tỉnh	2
☐ Có nhiều hoạt động quảng bá và có website của cơ sở/hoặc quảng bá trên mạng xã hội và có tham gia hoạt động xúc tiến thương mại ngoài tỉnh	3
☐ Có nhiều hoạt động quảng bá và có website của cơ sở/hoặc quảng bá trên mạng xã hội hoạt động thường xuyên và có tham gia hoạt động xúc tiến thương mại ngoài tỉnh và quốc tế	4
5. CÂU CHUYỆN VỀ SẢN PHẨM	12
5.1. Câu chuyện về sản phẩm	5
☐ Không có câu chuyện, hoặc có nhưng không được tư liệu hóa	0
☐ Có tài liệu giới thiệu về sản phẩm	1
☐ Có câu chuyện được tư liệu hóa (có cốt chuyện, nội dung cụ thể)	2
☐ Có câu chuyện được tư liệu hóa và trình bày trên nhãn/tờ rơi	3
☐ Có câu chuyện được tư liệu hóa và trình bày trên nhãn/tờ rơi và website	4
☐ Có câu chuyện được tư liệu hóa và trình bày trên nhãn/tờ rơi và website (dưới dạng hình ảnh, clip,...)	5
5.2. Trí tuệ/bản sắc địa phương <i>Chỉ áp dụng khi có câu chuyện, đánh giá nội dung câu chuyện:</i>	5
☐ Giống với câu chuyện sản phẩm ở nơi khác	0
☐ Tương đối giống câu chuyện sản phẩm ở nơi khác, có thay đổi một số yếu tố	1
☐ Có câu chuyện riêng, gắn với nguồn gốc xuất xứ***	3
☐ Có câu chuyện sản phẩm đặc sắc, mang sắc thái truyền thống, văn hóa và trí tuệ/bản sắc địa phương*****	5
5.3. Cấu trúc câu chuyện	2
<i>Chỉ áp dụng khi có câu chuyện</i>	
☐ Đơn giản	0
☐ Có đầy đủ các yếu tố của câu chuyện sản phẩm	1

☐ Ngắn gọn, xúc tích và có các thông điệp đặc sắc về sản phẩm/văn hóa/trí tuệ/bản sắc địa phương*****	2
Phần C: CHẤT LƯỢNG SẢN PHẨM (35 Điểm)	35
6. CHẤT LƯỢNG SẢN PHẨM	13
6.1. Kích thước, hình dạng bề ngoài	5
☐ Không đồng đều	0
☐ Không đồng đều, chấp nhận được	1
☐ Tương đối đồng đều	2
☐ Đồng đều****	5
6.2. Màu sắc	4
☐ Chấp nhận được	0
☐ Phù hợp với đặc tính sản phẩm	1
☐ Đẹp, bắt mắt so với đặc tính sản phẩm****	2
☐ Rất đẹp, bắt mắt và ấn tượng so với đặc tính sản phẩm*****	4
6.3. Thiết kế sản phẩm (bao gói, chậu trồng, ...)	4
☐ Thiết kế sản phẩm đơn giản, phổ biến	1
☐ Thiết kế đẹp, phù hợp với sản phẩm	2
☐ Thiết kế ấn tượng, sử dụng vật liệu thân thiện môi trường	4
7. TÍNH ĐỘC ĐÁO <i>Chất lượng (màu sắc, mùi thơm, ...): Có nét riêng, khác biệt, có dấu hiệu nhận biết rõ ràng so với sản phẩm khác, tiềm năng thành thương hiệu của địa phương</i>	8
☐ Trung bình	2
☐ Tương đối độc đáo	4
☐ Độc đáo, mang tính đặc trưng****	6
☐ Rất độc đáo và có tính đặc trưng*****	8
8. ĐẢM BẢO CHẤT LƯỢNG SẢN PHẨM	5
☐ Không có hoạt động kiểm soát chất lượng sản phẩm	0
☐ Có kế hoạch kiểm soát nội bộ chất lượng sản phẩm	1
☐ Có kế hoạch kiểm soát nội bộ gắn với truy xuất nguồn gốc theo quy định***	2
☐ Có chứng nhận quản lý chất lượng theo tiêu chuẩn Việt Nam	3
☐ Có chứng nhận quản lý chất lượng theo tiêu chuẩn quốc tế, đủ điều kiện ATTP cho xuất khẩu *****	5
9. HƯỚNG DẪN SỬ DỤNG ĐỂ ĐẢM BẢO SẢN PHẨM CÓ CHẤT LƯỢNG TỐT NHẤT CHO NGƯỜI TIÊU DÙNG	4
☐ Có hướng dẫn sử dụng sản phẩm đơn giản	2
☐ Có hướng dẫn sử dụng chi tiết, cụ thể để kéo dài thời gian, duy trì chất lượng sản phẩm ****	4
10. CƠ HỘI THỊ TRƯỜNG TOÀN CẦU	5
☐ Có thể xuất khẩu đến thị trường khu vực Đông Nam Á	1
☐ Có thể xuất khẩu các thị trường ngoài khu vực Đông Nam Á	3
☐ Có thể xuất khẩu đến các thị trường có tiêu chuẩn cao (Mỹ, Nhật, EU...)	5
TỔNG CỘNG	100

Ghi chú: Dấu sao là yêu cầu tối thiểu phải đạt theo các cấp độ sao (*** - 3 sao; **** - 4 sao; *****- 5 sao)

Ý kiến của người đánh giá:

.....
.....
.....

..., ngày ... tháng ... năm ...

Người đánh giá
(Ký và ghi rõ họ tên)

24. Bộ sản phẩm: Cây cảnh

(Sản phẩm: Sinh vật cảnh)

Tên sản phẩm:

Mã số sản phẩm.(T).-(X).-(STT).-20.....

T: Mã tỉnh- X: Mã xã- STT: Số Thứ tự sản phẩm do xã lập thống kê - Năm đánh giá. Mã đơn vị hành chính theo Quyết định số 19/2025/QĐ-TTg ngày 30/6/2025

Tên chủ thể sản xuất:

Số điện thoại:

Địa chỉ:

Hồ sơ bị loại khi: Giả mạo hồ sơ hoặc không đáp ứng quy định Hồ sơ dự thi theo quy định

Các tiêu chí	Thang điểm
Phần A: SẢN PHẨM VÀ SỨC MẠNH CỦA CỘNG ĐỒNG (40 Điểm)	40
1. TỔ CHỨC SẢN XUẤT	20
1.1. Nguồn gốc sản phẩm	5
<i>Yêu cầu: 100% sản phẩm được trồng trên địa bàn cấp tỉnh</i>	
☐ Sản phẩm được trồng trên địa bàn cấp xã dưới 50%	1
☐ Sản phẩm được trồng trên địa bàn cấp xã từ 50% đến dưới 75%	3
☐ Sản phẩm được trồng trên địa bàn cấp xã từ 75% đến 100%	5
1.2. Gia tăng giá trị	4
☐ Trồng, chăm sóc đơn giản	1
☐ Trồng, chăm sóc, cắt tỉa	2
☐ Trồng, chăm sóc, cắt tỉa, tạo dáng kỹ thuật tay nghề cao	4
1.3. Năng lực sản xuất để đáp ứng yêu cầu phân phối <i>(Khả năng sản xuất đáp ứng nhu cầu về số lượng/quy mô của thị trường, so sánh với quy mô trung bình ở cùng đối tượng sản xuất tại địa phương)</i>	3
☐ Có năng lực, quy mô sản xuất mức độ nhỏ	1
☐ Có năng lực, quy mô sản xuất trung bình****	2
☐ Có năng lực, quy mô sản xuất lớn, có thể đáp ứng thị trường xuất khẩu*****	3
1.4. Liên kết chuỗi trong sản xuất	4
☐ Không có liên kết hoặc có nhưng không rõ ràng	0
☐ Có hợp đồng liên kết sản xuất từ 50% đến dưới 75% sản lượng tiêu thụ	1
☐ Có hợp đồng liên kết trên 75% sản lượng tiêu thụ	2
☐ Có hợp đồng liên kết trên 75% sản lượng tiêu thụ và tổ chức thực hiện hợp đồng ổn định từ 12 tháng trở lên	4
1.5. Bảo vệ môi trường trong quá trình sản xuất	3
☐ Có Hồ sơ, thủ tục về môi trường theo quy định của pháp luật và các quy định khác về bảo vệ môi trường****	1
☐ Có Hồ sơ, thủ tục về môi trường theo quy định của pháp luật về bảo vệ môi trường và hồ sơ minh chứng về công trình thu gom và xử lý chất thải theo quy định	2
☐ Có Hồ sơ, thủ tục về môi trường theo quy định của pháp luật về bảo vệ môi trường; hồ sơ minh chứng về công trình thu gom và xử lý chất thải theo quy định và hồ sơ minh chứng về sử dụng bao gói thân thiện với môi trường	3
1.6. Sử dụng công nghệ theo hướng bền vững trong SX	1

☐ Không sử dụng công nghệ theo hướng bền vững trong sản xuất	0
☐ Có áp dụng công nghệ theo hướng bền vững môi trường (công nghệ tiết kiệm nguyên liệu, nhiên liệu; hoạt động xử lý/tái chế chất thải; tận thu tái sử dụng, tái chế phụ phẩm nông nghiệp,...)	1
2. PHÁT TRIỂN SẢN PHẨM	9
2.1. Nguồn gốc ý tưởng sản phẩm	5
☐ Sản phẩm được sản xuất phổ biến ở nhiều tỉnh, thành phố	0
☐ Sản phẩm được sản xuất phổ biến ở nhiều tỉnh, thành phố nhưng có chất lượng nổi trội, khác biệt do điều kiện về nguyên liệu, kỹ thuật truyền thống	1
☐ Sản phẩm được sản xuất ở nhiều nơi trên địa bàn, là sản phẩm đặc trưng của tỉnh, có chất lượng nổi trội/sản phẩm mới được chế biến từ nguyên liệu đặc trưng của địa phương	3
☐ Sản phẩm là đặc sản, truyền thống, chỉ sản xuất trên địa bàn của huyện, có chất lượng đặc sắc, thương mại gắn với chỉ dẫn nguồn gốc địa lý/sản phẩm mới được chế biến từ nguyên liệu đặc trưng của địa phương, được thương mại ổn định ít nhất 36 tháng ****	5
2.2. Phong cách, ghi nhãn sản phẩm (tem, nhãn gắn trên sản phẩm)	4
☐ Thông tin/thuyết minh về sản phẩm chưa đầy đủ	0
☐ Thông tin/thuyết minh về sản phẩm đầy đủ	1
☐ Thông tin/thuyết minh đầy đủ, thể hiện được câu chuyện sản phẩm ****	3
☐ Thông tin/thuyết minh đầy đủ, ấn tượng, thể hiện được câu chuyện sản phẩm, có gắn truy xuất nguồn gốc điện tử*****	4
3. SỨC MẠNH CỘNG ĐỒNG	11
3.1. Loại hình tổ chức sản xuất - kinh doanh	3
☐ Hộ gia đình có đăng ký kinh doanh hoặc trang trại hoặc tổ hợp tác (có giấy đăng ký kinh doanh của tổ trưởng)	1
☐ Công ty TNHH hoặc doanh nghiệp tư nhân hoặc công ty cổ phần có vốn góp của cộng đồng địa phương <51%	2
☐ HTX tổ chức, hoạt động theo Luật HTX 2012 hoặc công ty cổ phần có vốn góp của cộng đồng địa phương $\geq 51\%$;	3
3.2. Đại diện pháp luật của chủ thể là nữ/đồng bào dân tộc thiểu số	1
☐ Đại diện pháp luật của chủ thể không phải nữ/đồng bào dân tộc thiểu số	0
☐ Đại diện pháp luật của chủ thể là nữ/đồng bào dân tộc thiểu số	1
3.3. Sử dụng lao động địa phương	3
☐ Có sử dụng từ 50% đến 75% lao động là người trên địa bàn cấp huyện	1
☐ Có sử dụng $\geq 75\%$ lao động là người trên địa bàn cấp huyện	3
3.4. Tăng trưởng sản xuất kinh doanh	2
☐ Hợp tác xã xếp loại trung bình, các loại hình khác có lợi nhuận tăng trưởng dương so với năm trước liền kề	1
☐ Hợp tác xã xếp loại khá, các loại hình khác có 2 năm liên tiếp tăng trưởng dương về lợi nhuận*****	2
3.5. Sở hữu trí tuệ	2
☐ Các nhãn hiệu sử dụng trên bao bì sản phẩm được cấp giấy chứng nhận đăng ký*****	1
☐ Các nhãn hiệu sử dụng trên bao bì sản phẩm được cấp giấy chứng nhận đăng ký; và sản phẩm có sử dụng dấu hiệu chỉ dẫn nguồn gốc địa lý gắn với cộng đồng địa phương (đối với những sản phẩm của địa phương đã được bảo hộ chỉ dẫn địa lý, nhãn hiệu chứng nhận, nhãn hiệu tập thể gắn với chỉ dẫn nguồn gốc địa lý thì bắt buộc phải sử dụng)*****	2

Phần B: KHẢ NĂNG TIẾP THỊ (25 Điểm)		25
4. TIẾP THỊ		13
4.1. Khu vực phân phối chính		5
☐ Thị trường trong xã		1
☐ Thị trường ngoài xã		2
☐ Thị trường ngoài tỉnh		3
☐ Thị trường quốc tế (có hợp đồng)		5
4.2. Tổ chức phân phối (Gồm: Tổ chức kinh doanh, phân phối sản phẩm)		4
☐ Không có người chịu trách nhiệm quản lý phân phối		0
☐ Có người chịu trách nhiệm quản lý phân phối		1
☐ Có bộ phận/phòng quản lý phân phối		3
☐ Có bộ phận/phòng quản lý phân phối, có ứng dụng công nghệ thông tin trong quản lý		4
4.3. Quảng bá sản phẩm		4
☐ Không có hoạt động quảng bá		0
☐ Có một số hoạt động quảng bá		1
☐ Có nhiều hoạt động quảng bá, có website của cơ sở/quảng bá trên mạng xã hội, có tham gia hoạt động xúc tiến thương mại trong tỉnh		2
☐ Có nhiều hoạt động quảng bá và có website của cơ sở/hoặc quảng bá trên mạng xã hội và có tham gia hoạt động xúc tiến thương mại ngoài tỉnh		3
☐ Có nhiều hoạt động quảng bá và có website của cơ sở/hoặc quảng bá trên mạng xã hội hoạt động thường xuyên và có tham gia hoạt động xúc tiến thương mại ngoài tỉnh và quốc tế		4
5. CÂU CHUYỆN VỀ SẢN PHẨM		12
5.1. Câu chuyện về sản phẩm		5
☐ Không có câu chuyện, hoặc có nhưng không được tư liệu hóa		0
☐ Có tài liệu giới thiệu về sản phẩm		1
☐ Có câu chuyện được tư liệu hóa (có cốt chuyện, nội dung cụ thể)		2
☐ Có câu chuyện được tư liệu hóa và trình bày trên nhãn/tờ rơi		3
☐ Có câu chuyện được tư liệu hóa và trình bày trên nhãn/tờ rơi và website		4
☐ Có câu chuyện được tư liệu hóa và trình bày trên nhãn/tờ rơi và website (dưới dạng hình ảnh, clip,...)		5
5.2. Trí tuệ/bản sắc địa phương <i>Chỉ áp dụng khi có câu chuyện, đánh giá nội dung câu chuyện:</i>		5
☐ Giống với câu chuyện sản phẩm ở nơi khác		0
☐ Tương đối giống câu chuyện sản phẩm ở nơi khác, có thay đổi một số yếu tố		1
☐ Có câu chuyện riêng, gắn với nguồn gốc xuất xứ***		3
☐ Có câu chuyện sản phẩm đặc sắc, mang sắc thái truyền thống, văn hóa và trí tuệ/bản sắc địa phương****		5
5.3. Cấu trúc câu chuyện		2
<i>Chỉ áp dụng khi có câu chuyện</i>		
☐ Đơn giản		0
☐ Có đầy đủ các yếu tố của câu chuyện sản phẩm		1
☐ Ngắn gọn, xúc tích và có các thông điệp đặc sắc về sản phẩm/văn hóa/trí tuệ/bản sắc địa phương*****		2
Phần C: CHẤT LƯỢNG SẢN PHẨM (35 Điểm)		35

6. CHẤT LƯỢNG SẢN PHẨM	16
6.1. Hình dáng so với loại sản phẩm	4
☐ Trung bình	1
☐ Đẹp, ấn tượng	2
☐ Rất đẹp và ấn tượng*****	4
6.2. Màu sắc	4
☐ Phù hợp với đặc tính sản phẩm	1
☐ Đẹp, bắt mắt so với đặc tính sản phẩm	2
☐ Rất đẹp, bắt mắt và ấn tượng so với đặc tính sản phẩm	4
6.3. Kiểu dáng, tạo hình, mỹ thuật	5
☐ Tạo hình, kiểu dáng trung bình	1
☐ Tạo hình, kiểu dáng khéo léo/đẹp mắt	2
☐ Tạo hình, kiểu dáng khéo léo, có giá trị mỹ thuật, kỹ thuật	3
☐ Tạo hình tinh xảo, có giá trị mỹ thuật, kỹ thuật, thể hiện thông điệp truyền tải*****	5
6.3. Thiết kế sản phẩm (chậu trồng, phụ kiện kèm theo...)	3
☐ Thiết kế sản phẩm đơn giản, phổ biến	1
☐ Thiết kế đẹp, phù hợp với sản phẩm	2
☐ Thiết kế ấn tượng, sử dụng vật liệu thân thiện môi trường	3
7. TÍNH ĐỘC ĐÁO <i>Chất lượng: Có nét riêng, khác biệt, có dấu hiệu nhận biết rõ ràng so với sản phẩm khác, tiềm năng thành thương hiệu của địa phương</i>	9
☐ Trung bình	2
☐ Tương đối độc đáo	4
☐ Độc đáo, mang tính đặc trưng****	6
☐ Rất độc đáo và có tính đặc trưng*****	9
8. ĐẢM BẢO CHẤT LƯỢNG SẢN PHẨM	5
☐ Không có hoạt động kiểm soát chất lượng sản phẩm	0
☐ Có kế hoạch kiểm soát nội bộ chất lượng sản phẩm	1
☐ Có kế hoạch kiểm soát nội bộ gắn với truy xuất nguồn gốc theo quy định***	2
☐ Có chứng nhận quản lý chất lượng theo tiêu chuẩn Việt Nam	3
☐ Có chứng nhận quản lý chất lượng theo tiêu chuẩn quốc tế, đủ điều kiện ATTP cho xuất khẩu *****	5
9. CƠ HỘI THỊ TRƯỜNG TOÀN CẦU	5
☐ Có thể xuất khẩu đến thị trường khu vực Đông Nam Á	1
☐ Có thể xuất khẩu các thị trường ngoài khu vực Đông Nam Á	3
☐ Có thể xuất khẩu đến các thị trường có tiêu chuẩn cao (Mỹ, Nhật, EU...)	5
TỔNG CỘNG	100

Ghi chú: Dấu sao là yêu cầu tối thiểu phải đạt theo các cấp độ sao (***) - 3 sao; (****) - 4 sao; (*****)- 5 sao)

Ý kiến của người đánh giá:

.....

..., ngày ... tháng ... năm ...

Người đánh giá
 (Ký và ghi rõ họ tên)

25. Bộ sản phẩm: Động vật cảnh

(Sản phẩm: Sinh vật cảnh)

Tên sản phẩm:

Mã số sản phẩm.(T).-(X).-(STT).-20.....

T: Mã tỉnh- X: Mã xã- STT: Số Thứ tự sản phẩm do xã lập thống kê - Năm đánh giá. Mã đơn vị hành chính theo Quyết định số 19/2025/QĐ-TTg ngày 30/6/2025

Tên chủ thể sản xuất:

Số điện thoại:

Địa chỉ:

Hồ sơ bị loại khi: Giả mạo hồ sơ hoặc không đáp ứng quy định Hồ sơ dự thi theo quy định

Các tiêu chí	Thang điểm
Phần A: SẢN PHẨM VÀ SỨC MẠNH CỦA CỘNG ĐỒNG (40 Điểm)	40
1. TỔ CHỨC SẢN XUẤT	20
1.1. Nguồn gốc sản phẩm	5
<i>Yêu cầu: 100% sản phẩm được nuôi trên địa bàn cấp tỉnh</i>	
☐ Sản phẩm được nuôi trên địa bàn cấp xã dưới 50%	1
☐ Sản phẩm được nuôi trên địa bàn cấp xã từ 50% đến dưới 75%	3
☐ Sản phẩm được nuôi trên địa bàn cấp xã từ 75% đến 100%	5
1.2. Gia tăng giá trị	4
☐ Nuôi, chăm sóc đơn giản	1
☐ Nuôi, chăm sóc, lựa chọn	2
☐ Nuôi, chăm sóc, lựa chọn với kỹ thuật tay nghề cao	4
1.3. Năng lực sản xuất để đáp ứng yêu cầu phân phối <i>(Khả năng sản xuất đáp ứng nhu cầu về số lượng/quy mô của thị trường, so sánh với quy mô trung bình ở cùng đối tượng sản xuất tại địa phương)</i>	3
☐ Có năng lực, quy mô sản xuất mức độ nhỏ	1
☐ Có năng lực, quy mô sản xuất trung bình****	2
☐ Có năng lực, quy mô sản xuất lớn, có thể đáp ứng thị trường xuất khẩu*****	3
1.4. Liên kết chuỗi trong sản xuất	4
☐ Không có liên kết hoặc có nhưng không rõ ràng	0
☐ Có hợp đồng liên kết sản xuất từ 50% đến dưới 75% sản lượng tiêu thụ	1
☐ Có hợp đồng liên kết trên 75% sản lượng tiêu thụ	2
☐ Có hợp đồng liên kết trên 75% sản lượng tiêu thụ và tổ chức thực hiện hợp đồng ổn định từ 12 tháng trở lên	4
1.5. Bảo vệ môi trường trong quá trình sản xuất	3
☐ Có Hồ sơ, thủ tục về môi trường theo quy định của pháp luật và các quy định khác về bảo vệ môi trường****	1
☐ Có Hồ sơ, thủ tục về môi trường theo quy định của pháp luật về bảo vệ môi trường và hồ sơ minh chứng về công trình thu gom và xử lý chất thải theo quy định	2
☐ Có Hồ sơ, thủ tục về môi trường theo quy định của pháp luật về bảo vệ môi trường; hồ sơ minh chứng về công trình thu gom và xử lý chất thải theo quy định và hồ sơ minh chứng về sử dụng bao gói thân thiện với môi trường	3
1.6. Sử dụng công nghệ theo hướng bền vững trong SX	1
☐ Không sử dụng công nghệ theo hướng bền vững trong sản xuất	0

☐ Có áp dụng công nghệ theo hướng bền vững môi trường (công nghệ tiết kiệm nguyên liệu, nhiên liệu; hoạt động xử lý/tái chế chất thải; tận thu tái sử dụng, tái chế phụ phẩm nông nghiệp,...)	1
2. PHÁT TRIỂN SẢN PHẨM	9
2.1. Nguồn gốc ý tưởng sản phẩm	5
☐ Sản phẩm được sản xuất phổ biến ở nhiều tỉnh, thành phố	0
☐ Sản phẩm được sản xuất phổ biến ở nhiều tỉnh, thành phố nhưng có chất lượng nổi trội, khác biệt do điều kiện về nguyên liệu, kỹ thuật truyền thống	1
☐ Sản phẩm được sản xuất ở nhiều nơi trên địa bàn, là sản phẩm đặc trưng của tỉnh, có chất lượng nổi trội/sản phẩm mới được chế biến từ nguyên liệu đặc trưng của địa phương	3
☐ Sản phẩm là đặc sản, truyền thống, chỉ sản xuất trên địa bàn của huyện, có chất lượng đặc sắc, thương mại gắn với chỉ dẫn nguồn gốc địa lý ****	5
2.2. Phong cách, ghi nhãn sản phẩm (tem, nhãn gắn trên sản phẩm)	4
☐ Thông tin/thuyết minh về sản phẩm chưa đầy đủ	0
☐ Thông tin/thuyết minh về sản phẩm đầy đủ	1
☐ Thông tin/thuyết minh đầy đủ, thể hiện được câu chuyện sản phẩm ****	3
☐ Thông tin/thuyết minh đầy đủ, ấn tượng, thể hiện được câu chuyện sản phẩm, có gắn truy xuất nguồn gốc điện tử*****	4
3. SỨC MẠNH CỘNG ĐỒNG	11
3.1. Loại hình tổ chức sản xuất - kinh doanh	3
☐ Hộ gia đình có đăng ký kinh doanh hoặc trang trại hoặc tổ hợp tác (có giấy đăng ký kinh doanh của tổ trưởng)	1
☐ Công ty TNHH hoặc doanh nghiệp tư nhân hoặc công ty cổ phần có vốn góp của cộng đồng địa phương <51%	2
☐ HTX tổ chức, hoạt động theo Luật HTX 2012 hoặc công ty cổ phần có vốn góp của cộng đồng địa phương ≥ 51%;	3
3.2. Đại diện pháp luật của chủ thể là nữ/đồng bào dân tộc thiểu số	1
☐ Đại diện pháp luật của chủ thể không phải nữ/đồng bào dân tộc thiểu số	0
☐ Đại diện pháp luật của chủ thể là nữ/đồng bào dân tộc thiểu số	1
3.3. Sử dụng lao động địa phương	3
☐ Có sử dụng từ 50% đến 75% lao động là người trên địa bàn cấp huyện	1
☐ Có sử dụng ≥ 75% lao động là người trên địa bàn cấp huyện	3
3.4. Tăng trưởng sản xuất kinh doanh	2
☐ Hợp tác xã xếp loại trung bình, các loại hình khác có lợi nhuận tăng trưởng dương so với năm trước liền kề	1
☐ Hợp tác xã xếp loại khá, các loại hình khác có 2 năm liên tiếp tăng trưởng dương về lợi nhuận*****	2
3.5. Sở hữu trí tuệ	2
☐ Các nhãn hiệu sử dụng trên bao bì sản phẩm được cấp giấy chứng nhận đăng ký*****	1
☐ Các nhãn hiệu sử dụng trên bao bì sản phẩm được cấp giấy chứng nhận đăng ký; và sản phẩm có sử dụng dấu hiệu chỉ dẫn nguồn gốc địa lý gắn với cộng đồng địa phương (đối với những sản phẩm của địa phương đã được bảo hộ chỉ dẫn địa lý, nhãn hiệu chứng nhận, nhãn hiệu tập thể gắn với chỉ dẫn nguồn gốc địa lý thì bắt buộc phải sử dụng)*****	2
Phần B: KHẢ NĂNG TIẾP THỊ (25 Điểm)	25
4. TIẾP THỊ	13

4.1. Khu vực phân phối chính	5
☐ Thị trường trong xã	1
☐ Thị trường ngoài xã	2
☐ Thị trường ngoài tỉnh	3
☐ Thị trường quốc tế (có hợp đồng)	5
4.2. Tổ chức phân phối (Gồm: Tổ chức kinh doanh, phân phối sản phẩm)	4
☐ Không có người chịu trách nhiệm quản lý phân phối	0
☐ Có người chịu trách nhiệm quản lý phân phối	1
☐ Có bộ phận/phòng quản lý phân phối	3
☐ Có bộ phận/phòng quản lý phân phối, có ứng dụng công nghệ thông tin trong quản lý	4
4.3. Quảng bá sản phẩm	4
☐ Không có hoạt động quảng bá	0
☐ Có một số hoạt động quảng bá	1
☐ Có nhiều hoạt động quảng bá, có website của cơ sở/quảng bá trên mạng xã hội, có tham gia hoạt động xúc tiến thương mại trong tỉnh	2
☐ Có nhiều hoạt động quảng bá và có website của cơ sở/hoặc quảng bá trên mạng xã hội và có tham gia hoạt động xúc tiến thương mại ngoài tỉnh	3
☐ Có nhiều hoạt động quảng bá và có website của cơ sở/hoặc quảng bá trên mạng xã hội hoạt động thường xuyên và có tham gia hoạt động xúc tiến thương mại ngoài tỉnh và quốc tế	4
5. CÂU CHUYỆN VỀ SẢN PHẨM	12
5.1. Câu chuyện về sản phẩm	5
☐ Không có câu chuyện, hoặc có nhưng không được tư liệu hóa	0
☐ Có tài liệu giới thiệu về sản phẩm	1
☐ Có câu chuyện được tư liệu hóa (có cốt chuyện, nội dung cụ thể)	2
☐ Có câu chuyện được tư liệu hóa và trình bày trên nhãn/tờ rơi	3
☐ Có câu chuyện được tư liệu hóa và trình bày trên nhãn/tờ rơi và website	4
☐ Có câu chuyện được tư liệu hóa và trình bày trên nhãn/tờ rơi và website (dưới dạng hình ảnh, clip,...)	5
5.2. Trí tuệ/bản sắc địa phương <i>Chỉ áp dụng khi có câu chuyện, đánh giá nội dung câu chuyện:</i>	5
☐ Giống với câu chuyện sản phẩm ở nơi khác	0
☐ Tương đối giống câu chuyện sản phẩm ở nơi khác, có thay đổi một số yếu tố	1
☐ Có câu chuyện riêng, gần với nguồn gốc xuất xứ***	3
☐ Có câu chuyện sản phẩm đặc sắc, mang sắc thái truyền thống, văn hóa và trí tuệ/bản sắc địa phương****	5
5.3. Cấu trúc câu chuyện	2
<i>Chỉ áp dụng khi có câu chuyện</i>	
☐ Đơn giản	0
☐ Có đầy đủ các yếu tố của câu chuyện sản phẩm	1
☐ Ngắn gọn, xúc tích và có các thông điệp đặc sắc về sản phẩm/văn hóa/trí tuệ/bản sắc địa phương*****	2
Phần C: CHẤT LƯỢNG SẢN PHẨM (35 Điểm)	35
6. CHẤT LƯỢNG SẢN PHẨM	15
6.1. Hình dáng so với loại sản phẩm	5
☐ Trung bình	1

☐ Đẹp, ấn tượng	3
☐ Rất đẹp và ấn tượng*****	5
6.2. Màu sắc	5
☐ Phù hợp với đặc tính sản phẩm	1
☐ Đẹp, bắt mắt so với đặc tính sản phẩm	3
☐ Rất đẹp, bắt mắt và ấn tượng so với đặc tính sản phẩm	5
6.3. Kích thước, hình dạng bề ngoài	5
☐ Không đồng đều	0
☐ Không đồng đều, chấp nhận được	1
☐ Tương đối đồng đều	3
☐ Đồng đều****	5
7. TÍNH ĐỘC ĐÁO <i>Chất lượng: Có nét riêng, khác biệt, có dấu hiệu nhận biết rõ ràng so với sản phẩm khác, tiềm năng thành thương hiệu của địa phương</i>	10
☐ Trung bình	2
☐ Tương đối độc đáo	5
☐ Độc đáo, mang tính đặc trưng****	7
☐ Rất độc đáo và có tính đặc trưng*****	10
8. ĐẢM BẢO CHẤT LƯỢNG SẢN PHẨM	5
☐ Không có hoạt động kiểm soát chất lượng sản phẩm	0
☐ Có kế hoạch kiểm soát nội bộ chất lượng sản phẩm	1
☐ Có kế hoạch kiểm soát nội bộ gắn với truy xuất nguồn gốc theo quy định***	2
☐ Có chứng nhận quản lý chất lượng theo tiêu chuẩn Việt Nam	3
☐ Có chứng nhận quản lý chất lượng theo tiêu chuẩn quốc tế, đủ điều kiện ATTP cho xuất khẩu *****	5
9. CƠ HỘI THỊ TRƯỜNG TOÀN CẦU	5
☐ Có thể xuất khẩu đến thị trường khu vực Đông Nam Á	1
☐ Có thể xuất khẩu các thị trường ngoài khu vực Đông Nam Á	3
☐ Có thể xuất khẩu đến các thị trường có tiêu chuẩn cao (Mỹ, Nhật, EU...)	5
TỔNG CỘNG	100

Ghi chú: Dấu sao là yêu cầu tối thiểu phải đạt theo các cấp độ sao (***) - 3 sao; ***** - 4 sao; *****- 5 sao)

Ý kiến của người đánh giá:

.....

..., ngày ... tháng ... năm ...

Người đánh giá
 (Ký và ghi rõ họ tên)

26. Bộ sản phẩm: Dịch vụ du lịch cộng đồng, du lịch sinh thái và điểm du lịch
(Sản phẩm: Dịch vụ du lịch cộng đồng, du lịch sinh thái và điểm du lịch)

Tên sản phẩm:

Mã số sản phẩm.(T).-(X).-(STT).-20.....

T: Mã tỉnh- X: Mã xã- STT: Số Thứ tự sản phẩm do xã lập thống kê - Năm đánh giá. Mã đơn vị hành chính theo Quyết định số 19/2025/QĐ-TTg ngày 30/6/2025

Tên chủ thể sản xuất:

Số điện thoại:

Địa chỉ:

Các tiêu chí	Thang điểm
Phần A SẢN PHẨM VÀ SỨC MẠNH CỘNG ĐỒNG (35 Điểm)	40
1. TỔ CHỨC DỊCH VỤ CỘNG ĐỒNG	15
1.1. Bộ phận điều phối quản lý và điều hành dịch vụ	3
☐ Có Bộ phận điều phối quản lý và điều hành dịch vụ	1
☐ Có Bộ phận điều phối quản lý và điều hành dịch vụ, có kế hoạch và tổ chức triển khai kế hoạch quản lý, điều hành	3
1.2. Cơ chế quản lý/quy định	6
☐ Có cơ chế/ quy định quản lý hoạt động dịch vụ	2
☐ Có cơ chế quản lý/ quy định quản lý hoạt động dịch vụ được phân nhiệm rõ ràng	4
☐ Có cơ chế quản lý/ quy định quản lý hoạt động dịch vụ được phân nhiệm rõ ràng trên cơ sở người dân địa phương tham gia quản lý và vận hành và hưởng lợi (trực tiếp/gián tiếp)	6
1.3. Bảo vệ môi trường trong cộng đồng làm du lịch/điểm du lịch	4
☐ Có giải pháp cụ thể về bảo vệ môi trường (thu gom rác thải, nước thải sinh hoạt...)	1
☐ Có giải pháp cụ thể và trang bị hạ tầng kỹ thuật chung về bảo vệ môi trường	2
☐ Có giải pháp cụ thể và có trang bị hạ tầng kỹ thuật bảo vệ môi trường và triển khai mô hình cộng đồng tự quản về môi trường	3
☐ Có giải pháp cụ thể và có trang bị hạ tầng kỹ thuật bảo vệ môi trường và triển khai mô hình cộng đồng tự quản về môi trường, đạt chuẩn tiêu chí về môi trường trong xây dựng NTM hoặc có đánh giá tác động môi trường theo quy định hiện hành	4
1.4. Sử dụng năng lượng tiết kiệm	2
☐ Có giải pháp tiết kiệm năng lượng (băng hoạt động cụ thể)	1
☐ Có giải pháp tiết kiệm, thu hồi năng lượng, tái sử dụng năng lượng, nguyên liệu tại địa phương và sử dụng công nghệ thân thiện với môi trường	2
2. PHÁT TRIỂN SẢN PHẨM	12
2.1. Nguồn gốc ý tưởng sản phẩm dịch vụ du lịch	5
☐ Phát triển dựa trên sản phẩm của nơi khác, có dựa trên lợi thế và đặc trưng của địa phương	1
☐ Phát triển dựa trên ý tưởng của mình, không trùng lặp với các sản phẩm du lịch khác	3
☐ Có tính độc đáo, khác biệt và có gắn kết các giá trị văn hóa truyền thống của địa phương vào sản phẩm du lịch	5

2.2. Tổ chức dịch vụ theo thị trường mục tiêu	2
☐ Có kế hoạch phát triển thị trường mục tiêu	1
☐ Có kế hoạch và có các sản phẩm dịch vụ du lịch phù hợp với thị trường mục tiêu.	2
2.3. Bảo vệ, bảo tồn các di sản văn hóa, thiên nhiên, đa dạng sinh học liên quan đến sản phẩm dịch vụ du lịch	5
☐ Có hoạt động bảo vệ và bảo tồn các di sản văn hóa/thiên nhiên, hệ sinh thái, đa dạng sinh học	1
☐ Có Chương trình/kế hoạch chung của cộng đồng, có hoạt động bảo vệ và bảo tồn các di sản văn hóa/thiên nhiên, hệ sinh thái, đa dạng sinh học	3
☐ Có Chương trình/kế hoạch chung của cộng đồng, cả cộng đồng đều có hoạt động bảo vệ và bảo tồn các di sản văn hóa/thiên nhiên, hệ sinh thái, đa dạng sinh học	5
3. SỨC MẠNH CỘNG ĐỒNG	13
3.1. Loại hình tổ chức sản xuất - kinh doanh	3
☐ Hộ gia đình có đăng ký kinh doanh hoặc trang trại hoặc tổ hợp tác (có giấy đăng ký kinh doanh của tổ trưởng)	1
☐ Công ty TNHH hoặc doanh nghiệp tư nhân hoặc công ty cổ phần có vốn góp của cộng đồng địa phương <51%	2
☐ HTX tổ chức, hoạt động theo Luật HTX 2012 hoặc công ty cổ phần có vốn góp của cộng đồng địa phương $\geq 51\%$; Trung tâm điều hành.	3
3.2. Đại diện pháp luật của chủ thể là nữ/đồng bào dân tộc thiểu số	1
☐ Đại diện pháp luật của chủ thể không phải nữ/đồng bào dân tộc thiểu số	0
☐ Đại diện pháp luật của chủ thể là nữ/đồng bào dân tộc thiểu số	1
3.3. Sử dụng lao động địa phương	4
☐ Có sử dụng từ 50% đến 75% lao động là người trên địa bàn cấp huyện	2
☐ Có sử dụng $\geq 75\%$ lao động là người trên địa bàn cấp huyện	4
3.4. Tăng trưởng sản xuất kinh doanh	3
☐ Hợp tác xã xếp loại trung bình, các loại hình khác có lợi nhuận tăng trưởng dương so với năm trước liền kề	1
☐ Hợp tác xã xếp loại khá, các loại hình khác có 2 năm liên tiếp tăng trưởng dương về lợi nhuận****	3
3.5. Sở hữu trí tuệ	2
☐ Các nhãn hiệu sử dụng trên bao bì sản phẩm được cấp giấy chứng nhận đăng ký****	1
☐ Các nhãn hiệu sử dụng trên bao bì sản phẩm được cấp giấy chứng nhận đăng ký; và sản phẩm có sử dụng dấu hiệu chỉ dẫn nguồn gốc địa lý gắn với cộng đồng địa phương (<i>đối với những sản phẩm của địa phương đã được bảo hộ chỉ dẫn địa lý, nhãn hiệu chứng nhận, nhãn hiệu tập thể gắn với chỉ dẫn nguồn gốc địa lý thì bắt buộc phải sử dụng</i>)*****	2
Phần B KHẢ NĂNG TIẾP THỊ (25 Điểm)	25
4. TIẾP THỊ	17
4.1. Liên kết chuỗi giá trị trong quảng bá sản phẩm du lịch	5
☐ Có đại diện/đại lý quảng bá sản phẩm	1
☐ Có ≥ 3 đại diện/đại lý quảng bá sản phẩm trong và ngoài tỉnh	3
☐ Có ≥ 5 đại diện/đại lý quảng bá sản phẩm trong và ngoài tỉnh	5
4.2 Liên kết vùng và chuỗi giá trị trong sản phẩm dịch vụ du lịch	3
☐ Có liên kết với các điểm dịch vụ du lịch khác trong tỉnh để hình thành tours sản phẩm du lịch	1

☐ Có liên kết với các điểm dịch vụ du lịch khác trong và ngoài tỉnh để hình thành tours sản phẩm du lịch	2
☐ Có liên kết với các điểm dịch vụ du lịch khác trong, ngoài tỉnh và quốc tế để hình thành tours sản phẩm du lịch	3
4.3. Tổ chức quảng bá, bán hàng	2
<i>(Gồm: Tổ chức kinh doanh, phân phối sản phẩm)</i>	
☐ Có người chịu trách nhiệm quản lý quảng bá, bán hàng	1
☐ Có bộ phận/phòng quản lý quảng bá, bán hàng, có ứng dụng công nghệ thông tin trong quản lý/bán hàng	2
4.4. Quảng bá sản phẩm	4
☐ Có nhiều hoạt động quảng bá, có trang thông tin điện tử (website) giới thiệu về điểm, cộng đồng du lịch	1
☐ Có nhiều hoạt động quảng bá, có trang thông tin điện tử (website) giới thiệu về điểm, cộng đồng du lịch, có sử dụng đặt hàng trực tuyến (online)	2
☐ Có nhiều hoạt động quảng bá, có trang thông tin điện tử (website) giới thiệu về điểm, cộng đồng du lịch, có sử dụng đặt hàng trực tuyến (online) trong nước và quốc tế uy tín (Booking, Agoda, NPB, TripAdvisor, Traveloka, iVivu...)	3
☐ Có nhiều hoạt động quảng bá quốc tế, có trang thông tin điện tử (website) bằng tiếng nước ngoài giới thiệu về điểm, cộng đồng du lịch, có sử dụng đặt hàng trực tuyến (online) trong nước và quốc tế uy tín (Booking, Agoda, NPB, TripAdvisor, Traveloka, iVivu...) có hoạt động quảng bá quốc tế	4
4.5. Bộ nhận diện quảng bá sản phẩm	3
☐ Có tờ rơi quảng bá về dịch vụ du lịch	1
☐ Có phim ngắn (video clip), tranh ảnh áp-phích (poster), tờ rơi quảng bá về dịch vụ du lịch	2
☐ Có phim ngắn (video clip), tranh ảnh áp-phích (poster), tờ rơi quảng bá về dịch vụ du lịch được thể hiện bằng tiếng Việt và ít nhất 01 tiếng nước ngoài phù hợp.	3
5. CÂU CHUYỆN SẢN PHẨM	8
5.1. Câu chuyện về sản phẩm	4
☐ Có Cẩm nang/câu chuyện liên quan đến sản phẩm dịch vụ du lịch	1
☐ Có Cẩm nang hoặc câu chuyện liên quan đến sản phẩm dịch vụ du lịch có tính riêng, đặc sắc, thể hiện trí tuệ bản sắc địa phương	2
☐ Có Cẩm nang hoặc câu chuyện liên quan đến sản phẩm dịch vụ du lịch có tính riêng, đặc sắc, thể hiện trí tuệ bản sắc địa phương và được thể hiện bằng tiếng nước ngoài phù hợp	4
5.2. Trình bày câu chuyện sản phẩm	2
☐ Cẩm nang/câu chuyện được tư liệu hóa và trình bày tại điểm cung cấp dịch vụ du lịch	1
☐ Cẩm nang/câu chuyện được tư liệu hóa và trình bày tại điểm du lịch trong và ngoài tỉnh.	2
5.3. Sản phẩm dịch vụ du lịch trên địa bàn đạt chuẩn NTM	2
☐ Cộng đồng du lịch/ Điểm du lịch trên địa bàn xã hoặc thôn, bản, ấp chưa được công nhận đạt chuẩn nông thôn mới hoặc không thuộc khu vực nông thôn.	1
☐ Cộng đồng du lịch/ Điểm du lịch trên địa bàn xã hoặc thôn, bản, ấp đã được công nhận đạt chuẩn nông thôn mới	2
Phần C CHẤT LƯỢNG SẢN PHẨM (35 Điểm)	35
6. Vị trí	3

☐ Thuận lợi, dễ tiếp cận	1
☐ Thuận lợi, dễ tiếp cận, liền kề khu vực có lợi thế phát triển du lịch	2
☐ Thuận lợi, dễ tiếp cận, liền kề và có tính liên kết với khu vực/địa điểm có lợi thế phát triển du lịch khác.	3
7. Kiến trúc và cảnh quan môi trường	3
☐ Cảnh quan môi trường sạch đẹp	1
☐ Cảnh quan môi trường sạch đẹp, kiến trúc mang đặc trưng vùng miền, có tính dân tộc;	2
☐ Cảnh quan môi trường sạch đẹp, kiến trúc mang đặc trưng vùng miền, có tính dân tộc; xã/thôn đạt tiêu chí sáng - xanh - sạch đẹp trong xây dựng nông thôn mới	3
8. Chất lượng về điều kiện kinh doanh dịch vụ	3
<i>Lựa chọn một trong hai trường hợp sau:</i>	
a. Trường hợp 1: Cộng đồng dịch vụ du lịch	
☐ Dưới 50% cơ sở dịch vụ được cấp chứng nhận đủ điều kiện kinh doanh theo quy định (dịch vụ lưu trú, vận chuyển, ...)	1
☐ Có từ 50% đến dưới 75% cơ sở dịch vụ được chứng nhận đủ điều kiện kinh doanh theo quy định (dịch vụ lưu trú, vận chuyển, ...)	2
☐ Có trên 75% cơ sở dịch vụ được cấp chứng nhận đủ điều kiện kinh doanh theo quy định (dịch vụ lưu trú, vận chuyển, ...)	3
b. Trường hợp 2: Điểm dịch vụ du lịch	
☐ Có đăng ký kinh doanh dịch vụ du lịch	1
☐ Có đăng ký kinh doanh và đáp ứng đủ điều kiện kinh doanh	2
☐ Có đăng ký kinh doanh, đáp ứng đủ điều kiện kinh doanh và được công nhận cơ sở kinh doanh dịch vụ du lịch đạt tiêu chuẩn phục vụ khách du lịch	3
9. Chất lượng an toàn và an ninh trật tự	2
<i>Lựa chọn một trong hai trường hợp sau:</i>	
a. Trường hợp 1: Cộng đồng dịch vụ du lịch	
☐ Có ít nhất 75% số cơ sở kinh doanh dịch vụ đáp ứng điều kiện về an ninh, trật tự, an toàn về phòng cháy và chữa cháy, bảo vệ môi trường, an toàn thực phẩm theo quy định của pháp luật	1
☐ Có 100% số cơ sở kinh doanh dịch vụ đáp ứng điều kiện về an ninh, trật tự, an toàn về phòng cháy và chữa cháy, bảo vệ môi trường, an toàn thực phẩm theo quy định của pháp luật	2
b. Trường hợp 2: Điểm dịch vụ du lịch	
☐ Đáp ứng điều kiện về an ninh, trật tự, an toàn về phòng cháy và chữa cháy, bảo vệ môi trường, an toàn thực phẩm theo quy định của pháp luật	1
☐ Đáp ứng điều kiện về an ninh, trật tự, an toàn về phòng cháy và chữa cháy, bảo vệ môi trường, an toàn thực phẩm theo quy định của pháp luật và có thực hiện hướng dẫn, tập huấn thường xuyên/định kỳ cho nhân viên	2
10. Tính hoàn thiện của quá trình dịch vụ	3
☐ Có điểm trưng bày, giới thiệu và bán sản phẩm truyền thống địa phương	1
☐ Có điểm trưng bày, giới thiệu và bán sản phẩm truyền thống và sản phẩm OCOP của địa phương, có tài liệu giới thiệu về sản phẩm, dịch vụ.	2
☐ Có điểm trưng bày, giới thiệu và bán sản phẩm truyền thống và sản phẩm OCOP của địa phương, có tài liệu giới thiệu về sản phẩm, dịch vụ, địa điểm bán có hạ tầng (bãi đỗ, nhà vệ sinh, khu giới thiệu về dịch vụ) được bố trí hài hòa.	3
11. Hoạt động trải nghiệm	2
☐ Có hoạt động trải nghiệm	1
☐ Có mô hình hoạt động trải nghiệm	2

12. Quản lý và nhân viên	3
☐ Có dưới 50% lao động tham gia quản lý và nhân viên đã được đào tạo về chuyên môn, nghiệp vụ	1
☐ Có từ 50-75% lao động tham gia quản lý và nhân viên đã qua đào tạo về chuyên môn, nghiệp vụ	2
☐ Trên 75% lao động tham gia quản lý và nhân viên đã qua đào tạo về chuyên môn, nghiệp vụ; có nhân viên tiếp đón thành thạo ít nhất 1 ngoại ngữ	3
13. Chất lượng sản phẩm dịch vụ du lịch	4
☐ Sản phẩm dịch vụ du lịch phong phú, hấp dẫn	1
☐ Sản phẩm dịch vụ du lịch phong phú, hấp dẫn, an toàn, chất lượng cao	2
☐ Sản phẩm dịch vụ du lịch phong phú, hấp dẫn, an toàn, chất lượng cao và được du khách đánh giá cao qua phiếu đánh giá, bình chọn của khách hàng trên các trang điện tử dịch vụ lữ hành, du lịch uy tín (Booking, Agoda, TripAdvisor, Traveloka, iVivu...).	3
☐ Sản phẩm dịch vụ du lịch phong phú, hấp dẫn, an toàn, chất lượng cao, mang đặc sắc vùng miền và được du khách đánh giá cao qua phiếu đánh giá, bình chọn của khách hàng trên các trang điện tử dịch vụ lữ hành, du lịch uy tín (Booking, Agoda, TripAdvisor, Traveloka, iVivu...).	4
14. Chất lượng phục vụ	4
☐ Thái độ phục vụ thân thiện, nhanh nhẹn, chu đáo	1
☐ Thái độ phục vụ thân thiện, nhanh nhẹn, chu đáo, được du khách đánh giá cao	2
☐ Thái độ phục vụ thân thiện, nhanh nhẹn, chu đáo, được du khách đánh giá cao qua phiếu đánh giá, bình chọn của khách hàng trên các trang điện tử dịch vụ lữ hành, du lịch uy tín (Booking, Agoda, TripAdvisor, Traveloka, iVivu...).	4
15. Tiện nghi	3
<i>Lựa chọn một trong hai trường hợp sau:</i>	
a. Trường hợp 1: Cộng đồng dịch vụ du lịch	
☐ Hạ tầng giao thông nội bộ thuận tiện, điện, nước sạch, khu vệ sinh, dịch vụ internet đầy đủ	1
☐ Hạ tầng giao thông nội bộ thuận tiện, điện, nước sạch, khu vệ sinh, dịch vụ internet đầy đủ, xã/thôn có các tiêu chí (giao thông, điện, nước, vệ sinh môi trường, vệ sinh ATTP) đạt chuẩn nông thôn mới.	3
b. Trường hợp 2: Điểm dịch vụ du lịch	
☐ Có hệ thống điện, nước sạch, khu vệ sinh, dịch vụ internet đầy đủ	1
☐ Có hệ thống điện, nước sạch, khu vệ sinh, dịch vụ internet đầy đủ, đảm bảo chất lượng và khách đánh giá cao.	3
16. Hoạt động thu hút khách du lịch	3
☐ Có cung cấp, tổ chức hoạt động trình diễn lễ hội, văn hóa tại điểm dịch vụ du lịch	1
☐ Có cung cấp, tổ chức hoạt động trình diễn lễ hội, văn hóa tại điểm dịch vụ du lịch và mang tính cộng đồng ít nhất 2 lần/năm	2
☐ Có cung cấp, tổ chức hoạt động trình diễn lễ hội, văn hóa tại điểm dịch vụ du lịch và mang tính cộng đồng, đặc sắc văn hóa dân tộc, vùng miền ít nhất 2 lần/năm	3
17. Hàng hóa dịch vụ (ăn uống, đồ lưu niệm...)	2
☐ Hàng hóa dịch vụ có nguồn gốc rõ ràng, có tiêu chuẩn chất lượng phù hợp mang tính đặc sản địa phương	1
☐ Hàng hóa dịch vụ có nguồn gốc rõ ràng, có tiêu chuẩn chất lượng phù hợp mang tính đặc sản địa phương, và bảo đảm vệ sinh an toàn thực phẩm, có sản phẩm OCOP được bày, bán	2

TỔNG CỘNG**100****Ý kiến của người đánh giá:**

.....

.....

.....

..., ngày ... tháng ... năm ...

Người đánh giá*(Ký và ghi rõ họ tên)*