

**ỦY BAN NHÂN DÂN
TỈNH THÁI NGUYÊN**

Số: 210 /QĐ-UBND

CỘNG HÒA XÃ HỘI CHỦ NGHĨA VIỆT NAM
Độc lập - Tự do - Hạnh phúc

Thái Nguyên, ngày 27 tháng 7 năm 2017

QUYẾT ĐỊNH

Về việc ban hành Đề án Nâng cao giá trị gia tăng, phát triển bền vững cây chè và thương hiệu sản phẩm trà Thái Nguyên, giai đoạn 2017-2020

ỦY BAN NHÂN DÂN TỈNH THÁI NGUYÊN

Căn cứ Luật Tổ chức chính quyền địa phương năm 2015;

Căn cứ các Quyết định của Thủ tướng Chính phủ: Số 260/QĐ-TTg, ngày 27/02/2015 phê duyệt quy hoạch tổng thể phát triển kinh tế xã hội tỉnh Thái Nguyên đến năm 2020, tầm nhìn đến năm 2030; số 124/QĐ-TTg, ngày 02/12/2012 phê duyệt quy hoạch tổng thể phát triển sản xuất ngành nông nghiệp đến năm 2020 tầm nhìn 2030; số 634/QĐ-TTg, ngày 29/4/2014 về việc phê duyệt Đề án Phát triển thị trường trong nước gắn với Cuộc vận động "Người Việt Nam ưu tiên dùng hàng Việt Nam" giai đoạn 2014-2020; số 899/QĐ-TTg, ngày 10/6/2013 về phê duyệt Đề án "Tái cơ cấu ngành nông nghiệp theo hướng nâng cao giá trị gia tăng và phát triển bền vững"; số 62/2013/QĐ-TTg, ngày 25/01/2013 về Chính sách khuyến khích phát triển, hợp tác, liên kết sản xuất gắn với tiêu thụ nông sản, xây dựng cánh đồng lớn;

Căn cứ Thông tư số 171/2014/TT-BTC, ngày 14/11/2014 của Bộ Tài chính về việc hướng dẫn cơ chế tài chính hỗ trợ từ ngân sách nhà nước để thực hiện chương trình xúc tiến thương mại quốc gia; số 49/2013/TT-BNNPTNT ngày 19/11/2013 của Bộ Nông nghiệp và PTNT hướng dẫn tiêu chí xác định vùng sản xuất trồng tập trung đủ điều kiện an toàn thực phẩm;

Căn cứ Nghị quyết số 03-NQ/ĐH ngày 28/10/2015 của Đảng bộ tỉnh Thái Nguyên lần thứ XIX, nhiệm kỳ 2015 - 2020;

Căn cứ Kết luận số 123-KL/TU ngày 19/4/2017 của Ban Chấp hành Đảng bộ tỉnh về Đề án Nâng cao giá trị gia tăng, phát triển bền vững cây chè và thương hiệu sản phẩm trà Thái Nguyên, giai đoạn 2017-2020;

Căn cứ Quyết định số 2018/QĐ-UBND ngày 05/7/2017 của UBND tỉnh Thái Nguyên về việc phê duyệt Đề án Tái cơ cấu nông nghiệp theo hướng nâng cao giá trị gia tăng và phát triển bền vững tỉnh thái nguyên, giai đoạn 2017-2020;

Xét đề nghị của Sở Nông nghiệp và Phát triển nông thôn tại Tờ trình số 1741/TTr-SNN ngày 13/7/2016,

QUYẾT ĐỊNH:

Điều 1. Ban hành kèm theo Quyết định này Đề án Nâng cao giá trị gia tăng, phát triển bền vững cây chè và thương hiệu sản phẩm trà Thái Nguyên, giai đoạn 2017-2020.

Điều 2. Quyết định này có hiệu lực kể từ ngày ký.

Điều 3. Chánh Văn phòng UBND tỉnh; Thủ trưởng các Sở, Ban, ngành ở tỉnh, các tổ chức đoàn thể thuộc tỉnh, Chủ tịch UBND các huyện, thành phố, thị xã và các tổ chức, cá nhân có liên quan chịu trách nhiệm thi hành Quyết định này. /

Nơi nhận:

- Như Điều 3;
 - Bộ Nông nghiệp và PTNT;
 - TT Tỉnh ủy, TT HĐND tỉnh;
 - Chủ tịch và các PCT UBND tỉnh;
 - Hội chèo Thái Nguyên;
 - CVP và các PCVP UBND tỉnh;
 - Các chuyên viên NCTH;
 - Trung tâm thông tin tỉnh;
 - Lưu: VT, CNN, TH.
- Bachdt, 16/7/17, 100b

TM. ỦY BAN NHÂN DÂN
KT. CHỦ TỊCH



Đoàn Văn Tuấn

ĐỀ ÁN

**Nâng cao giá trị gia tăng, phát triển bền vững cây chè và thương hiệu
sản phẩm trà Thái Nguyên, giai đoạn 2017-2020**
(Kèm theo Quyết định số 2200/QĐ-UBND ngày 24/7/2017 của UBND tỉnh)

I. SỰ CẦN THIẾT XÂY DỰNG ĐỀ ÁN

Chè là cây trồng thế mạnh của tỉnh Thái Nguyên, sản xuất chè góp phần phát triển nền sản xuất nông nghiệp hàng hóa bền vững. Trong những năm qua tỉnh đã quan tâm, ưu tiên đầu tư cho phát triển chè. Nhiều chính sách đã được áp dụng, trong đó triển khai thực hiện Đề án phát triển chè tỉnh Thái Nguyên qua các giai đoạn 2001-2005, 2006-2010 và giai đoạn 2011-2015 đã hỗ trợ người dân phát triển sản xuất mang lại hiệu quả kinh tế hơn hẳn so với sản xuất các cây trồng khác, đến nay cơ bản các mục tiêu của Đề án đã hoàn thành vượt mức.

Mặc dù tỉnh Thái Nguyên có thế mạnh về sản xuất chè xanh chất lượng cao, diện tích chè lớn, năng suất, sản lượng chè cao, nhưng chất lượng, giá trị, sức cạnh tranh sản phẩm chè tỉnh Thái Nguyên chưa tương xứng với tiềm năng, lợi thế; sản xuất, sơ chế chủ yếu theo phương pháp truyền thống quy mô hộ, chưa quy hoạch vùng sản xuất nguyên liệu tập trung theo cơ cấu giống, gắn với chế biến, tiêu thụ sản phẩm; chưa gắn kết hiệu quả sản xuất, chế biến, tiêu thụ chè với văn hoá - du lịch, di tích lịch sử; tỷ lệ sản xuất theo quy trình thực hành sản xuất nông nghiệp tốt (VietGAP, GAP khác) được chứng nhận còn thấp. Công tác quản lý kinh doanh, sử dụng thuốc bảo vệ thực vật, an toàn thực phẩm đang là thách thức lớn; cơ sở hạ tầng vùng sản xuất tập trung đầu tư còn hạn chế; chưa có mô hình vùng sản xuất chè ứng dụng công nghệ cao; tỷ lệ chế biến công nghiệp, cơ giới hoá còn thấp, chủ yếu là nguyên liệu thô có chất lượng và giá trị kinh tế thấp; chưa thu hút được các doanh nghiệp trong và ngoài nước đầu tư vào sản xuất - chế biến chè công nghệ cao cho tiêu dùng trong nước và xuất khẩu; chế biến, xây dựng thương hiệu còn rất khó khăn; chưa xây dựng được liên kết chuỗi trong sản xuất, chế biến tiêu thụ sản phẩm; giá trị thương hiệu, sức cạnh tranh của các sản phẩm chè Thái Nguyên chưa tương xứng với tiềm năng.

Từ thực tế trên, việc xây dựng Đề án "Nâng cao giá trị gia tăng, phát triển bền vững cây chè và thương hiệu sản phẩm trà Thái Nguyên, giai đoạn 2017 - 2020" là hết sức cần thiết và cấp bách, nhằm tiếp tục nâng cao giá trị, sức cạnh tranh và khẳng định vị thế là cây đặc sản, thế mạnh của tỉnh Thái Nguyên.

II. CĂN CỨ LẬP ĐỀ ÁN

1. Căn cứ Quyết định số 260/QĐ-TTg, ngày 27/2/2015 của Thủ tướng Chính phủ phê duyệt quy hoạch tổng thể phát triển kinh tế - xã hội tỉnh Thái Nguyên đến năm 2020, tầm nhìn đến năm 2030;
2. Căn cứ Quyết định số 124/QĐ-TTg, ngày 02/12/2012 của Thủ tướng Chính phủ phê duyệt quy hoạch tổng thể phát triển sản xuất ngành nông nghiệp đến năm 2020 tầm nhìn 2030;
3. Căn cứ Quyết định số 634/QĐ-TTg, ngày 29/4/2014 về việc phê duyệt Đề án Phát triển thị trường trong nước gắn với Cuộc vận động “Người Việt Nam ưu tiên dùng hàng Việt Nam” giai đoạn 2014-2020;
4. Căn cứ Quyết định số 62/2013/QĐ-TTg, ngày 25/01/2013 của Thủ tướng Chính phủ về Chính sách khuyến khích phát triển, hợp tác, liên kết sản xuất gắn với tiêu thụ nông sản, xây dựng cánh đồng lớn;
5. Căn cứ Quyết định số 899/QĐ-TTg, ngày 10/6/2013 của Thủ tướng Chính phủ về phê duyệt Đề án “Tái cơ cấu ngành nông nghiệp theo hướng nâng cao giá trị gia tăng và phát triển bền vững”;
6. Căn cứ Quyết định số 1384/QĐ-BNN-KH, ngày 18/6/2013 của Bộ Nông nghiệp và PTNT ban hành Chương trình hành động thực hiện Đề án “Tái cơ cấu nông nghiệp theo hướng nâng cao giá trị gia tăng và phát triển bền vững”;
7. Căn cứ Thông tư số 171/2014/TT-BTC, ngày 14/11/2014 của Bộ Tài chính về việc hướng dẫn cơ chế tài chính hỗ trợ từ ngân sách nhà nước để thực hiện chương trình Xúc tiến thương mại quốc gia;
8. Căn cứ Thông tư số 49/2013/TT-BNNPTNT, ngày 19/11/2013 của Bộ Nông nghiệp và PTNT Hướng dẫn tiêu chí xác định vùng sản xuất trồng trọt tập trung đủ điều kiện an toàn thực phẩm;
9. Căn cứ Nghị quyết số 03-NQ/ĐH, ngày 28/10/2015 của Đảng bộ tỉnh Thái Nguyên lần thứ XIX, nhiệm kỳ 2015 - 2020;
10. Căn cứ Quyết định số 2398/QĐ-UBND, ngày 26/9/2011 của UBND tỉnh Thái Nguyên về việc “Phê duyệt Quy hoạch tổng thể phát triển nông nghiệp, nông thôn tỉnh Thái Nguyên đến năm 2020 và định hướng đến năm 2030”;
11. Căn cứ Quyết định 3130/QĐ-UBND, ngày 13/12/2011 của UBND tỉnh về phê duyệt Quy hoạch vùng nông nghiệp chè an toàn tỉnh Thái Nguyên đến năm 2020;
12. Căn cứ Quyết định số 223/QĐ-UBND, ngày 26/01/2016 của UBND tỉnh Thái Nguyên về việc phê duyệt Đề cương, nhiệm vụ - dự toán Đề án nâng cao giá trị và phát triển bền vững chè thái nguyên, giai đoạn 2016-2020;
13. Căn cứ Kết luận số 123-KL/TU ngày 19/4/2017 của Ban Chấp hành Đảng bộ tỉnh về Đề án Nâng cao giá trị gia tăng, phát triển bền vững cây chè và thương hiệu sản phẩm trà Thái Nguyên, giai đoạn 2017-2020;
14. Căn cứ Quyết định số 2018/QĐ-UBND ngày 05/7/2017 của UBND tỉnh Thái Nguyên về việc phê duyệt Đề án Tái cơ cấu nông nghiệp theo hướng nâng cao giá trị gia tăng và phát triển bền vững tỉnh thái nguyên, giai đoạn 2017-2020.

PHẦN I
HIỆN TRẠNG SẢN XUẤT, CHẾ BIẾN, TIÊU THỤ VÀ
PHÁT TRIỂN THƯƠNG HIỆU CHÈ THÁI NGUYÊN
GIAI ĐOẠN 2011-2015 VÀ NĂM 2016

I. ĐÁNH GIÁ VỀ HIỆN TRẠNG PHÁT TRIỂN NÔNG NGHIỆP GẮN
VỚI SẢN XUẤT CHÈ TRÊN ĐỊA BÀN TỈNH GIAI ĐOẠN 2011 - 2015 VÀ
NĂM 2016

Sản xuất nông nghiệp của tỉnh có sự chuyển dịch cơ cấu kinh tế nông nghiệp như: Giảm tỷ trọng trồng trọt và tăng tỷ trọng chăn nuôi, chuyển dịch cơ cấu mùa vụ, chuyển đổi cây trồng, chuyển dịch sử dụng đất có hiệu quả. Đến năm 2016, giá trị sản xuất ngành nông, lâm nghiệp, thủy sản (giá so sánh) đạt 12.158 tỷ đồng, tăng 5,3% so với năm 2015, chiếm 15,8% cơ cấu kinh tế của tỉnh; tốc độ tăng trưởng (GRDP) giai đoạn 2011 - 2015 đạt 5,1%; tỷ trọng trồng trọt giảm, chăn nuôi, lâm nghiệp, thủy sản tăng; bước đầu hình thành một số vùng sản xuất tập trung và một số sản phẩm trở thành hàng hóa tập trung như: Chè, nấm, lợn, gà, gỗ nguyên liệu; thu nhập, đời sống của cư dân nông thôn từng bước cải thiện, góp phần đáng kể vào chương trình xoá đói, giảm nghèo; ổn định đời sống, phát triển kinh tế - xã hội và xây dựng nông thôn mới.

Trong sản xuất trồng trọt, nhiều tiến bộ kỹ thuật về giống, biện pháp canh tác tiên tiến được áp dụng vào sản xuất mang lại hiệu quả cao; chuyển đổi một số diện tích lúa kém hiệu quả sang cây trồng khác đã tạo thu nhập đáng kể cho người dân.

Sản xuất chè đang chuyển dịch theo hướng tích cực, sản lượng, giá trị sản phẩm không ngừng được nâng cao. Năm 2016, diện tích chè toàn tỉnh là 21.361 ha, sản lượng 211.244 tấn; diện tích chè giống mới đạt 14.409 ha, chiếm 67,5% tổng diện tích.

Nhiều giống cây lương thực, cây rau màu, cây chè là những giống mới có năng suất, chất lượng cao được ứng dụng vào sản xuất; đã áp dụng sản xuất được cấp chứng nhận VietGAP đối với cây chè 640 ha, rau 30 ha.

II. HIỆN TRẠNG SẢN XUẤT, CHẾ BIẾN, TIÊU THỤ VÀ PHÁT
TRIỂN THƯƠNG HIỆU CHÈ GIAI ĐOẠN 2011 - 2015 VÀ NĂM 2016

1. Sản xuất nguyên liệu chè búp tươi

1.1. Diện tích, năng suất, sản lượng chè: Giai đoạn 2011 - 2015 diện tích chè tăng bình quân là 2,6%; diện tích chè kinh doanh tăng 3,7%, năng suất chè tăng 0,57%. Đến năm 2016, tổng diện tích chè toàn tỉnh 21.361 ha, tăng 1,1% so với năm 2015, trong đó diện tích cho sản phẩm 18.750 ha, tăng 2,8% so với năm 2015, chiếm 87,7% so với tổng diện tích; năng suất bình quân đạt 112,66 tạ/ha, tăng 1,69 tạ/ha; sản lượng chè búp tươi đạt 211.244 tấn, đạt 105,6% KH, tăng 4,4% so năm 2015.

1.2. Diện tích chè trồng mới, trồng lại: Thực hiện trồng mới và trồng thay thế một số diện tích chè giống cũ, già cỗi kém chất lượng sang trồng các giống chè mới năng suất, chất lượng cao hơn. Giai đoạn 2011-2015 toàn tỉnh đã trồng mới và trồng thay thế 6.925 ha, trong đó trồng mới 2.458 ha, trồng thay thế 4.467 ha. Trong năm 2016 tổng diện tích trồng mới và trồng lại bằng các giống chè mới đạt 1.273 ha. Giống chè chất lượng cao, được nhân giống bằng phương pháp giâm cành đưa vào trồng chủ yếu là các giống chè LDP1, Phúc Vân Tiên, Kim Tuyên,... các huyện trồng mới nhiều từ năm 2011 đến nay như: Đồng Hỷ (576 ha), Võ Nhai (528,3 ha), Định Hoá (382,4 ha). Diện tích trồng thay thế nhiều nhất từ năm 2011 đến nay là huyện Đại Từ (2.491 ha), tiếp theo huyện Phú Lương (1.118 ha), huyện Định Hoá (639,2 ha), thị xã Phổ Yên (417,9 ha).

1.3. Cơ cấu giống chè: Diện tích chè giống mới tăng nhanh hàng năm. Năm 2011 diện tích chè trung du chiếm 65,3%, chè giống mới chỉ chiếm 34,7% tổng diện tích, đến năm 2016 diện tích chè giống mới chiếm 67,5% đạt 14.409 ha (trong đó: Giống chè LDP1 chiếm 68,9%, Kim Tuyên 13,2%, Phúc Vân Tiên 10,1%, giống TRI777 6,8%, các giống chè mới khác 1,0%). Các giống chè LDP1 và một số giống chè nhập nội như Kim Tuyên, Phúc Vân Tiên có năng suất, chất lượng cao để làm nguyên liệu chế biến chè xanh cao cấp.

1.4. Tình hình sản xuất chè búp tươi an toàn, chất lượng:

- Tính đến hết năm 2016, toàn tỉnh có trên 80% diện tích chè tại các vùng sản xuất chè tập trung sản xuất theo hướng an toàn, áp dụng quy trình thực hành sản xuất nông nghiệp tốt (VietGAP); có 63 mô hình sản xuất chè VietGAP đã được chứng nhận với tổng diện tích 735,6 ha với trên 2.100 hộ tham gia, sản lượng chè búp tươi đạt trên 8.000 tấn. Sản xuất theo quy trình VietGAP, có giá trị sản xuất và thu nhập cao hơn so với sản xuất thông thường 15-20%;

- Diện tích chè sản xuất theo hướng đầu tư thâm canh tạo sản phẩm an toàn, chất lượng cao tăng nhanh, chủ yếu áp dụng đối với diện tích chè giống mới có năng suất, chất lượng cao, có điều kiện thâm canh: áp dụng quy trình sản xuất chè an toàn, giảm sử dụng thuốc bảo vệ thực vật hóa học, xu hướng tăng sử dụng phân bón hữu cơ (phân chuồng qua xử lý), thuốc trừ sâu sinh học và các chế phẩm sinh học.

2. Chế biến, tiêu thụ chè

- Tình hình chế biến chè trong tỉnh: Chè Thái Nguyên được chế biến bằng phương pháp truyền thống bán cơ giới và công nghiệp. Sản lượng chè qua chế biến toàn tỉnh đạt trên 42.000 tấn, trong đó chế biến công nghiệp tại doanh nghiệp là 8.400 tấn, chiếm 20% tổng sản lượng (sản phẩm chủ yếu: chè đen OTD, CTC, chè xanh ướp hương liệu) để xuất khẩu. Còn lại 80% sản lượng được chế biến bằng phương pháp truyền thống, cơ giới hoá bằng máy tôn quay, máy vò và dây chuyền chế biến quy mô nhỏ tại 43 hợp tác xã và hơn 60 nghìn hộ tại 140 làng nghề sản xuất, chế biến chè, với sản phẩm là chè xanh và chè xanh cao cấp.

Các sản phẩm chè chế biến tại Thái Nguyên ngày càng có uy tín và đa dạng về mẫu mã, chủng loại. Nhiều đơn vị, doanh nghiệp đã quan tâm nghiên

cứ, tìm hiểu thị hiếu người tiêu dùng để sản xuất ra nhiều loại sản phẩm chè chất lượng đáp ứng nhu cầu ngày càng cao của người tiêu dùng.

Sản phẩm chè chế biến tại các đơn vị, doanh nghiệp, hợp tác xã đều có bao bì, nhãn mác, tên cho từng loại sản phẩm của mình như: Ngân long trà, Phúc lộc trà, Tri âm trà, Queenli trà của Công ty Hoàng Bình; chè Nhật của Công ty chè Sông Cầu; Phúc Tâm trà, Bạch Ngọc trà, Trà đỉnh số 1 của HTX chè Tân Hương; Chè tôm nõn 1, chè tôm nõn 2, Chè gạo, Chè sen của HTX chè Thiên Phú An; Thanh Hải trà của HTX chè La Bằng; một số sản phẩm trà hữu cơ của công ty cổ phần NTea Việt Nam được chế biến từ nguyên liệu chè Thái Nguyên; sản phẩm chè Đình của Công ty cổ phần chè Hà Thái đạt giải Nhì (đứng thứ hai trong số trên 100 mẫu chè của Việt Nam tham gia) cuộc thi "Cạnh tranh chè huy chương vàng" do Ủy ban chè Thế giới tổ chức tại Bắc Mỹ, hiện tại Công ty đang bán loại chè này với giá 5 triệu đồng/kg, xuất bán khoảng 02 tấn/năm.

Sản phẩm chè chế biến tại hộ gia đình bằng phương pháp truyền thống đa phần là sản phẩm chè rời đóng bao lớn, chưa có bao bì nhãn mác riêng được bán lẻ tại các chợ địa phương theo phiên và bán buôn cho thương lái. Do quy mô chế biến nhỏ lẻ, phân tán nên việc kiểm soát về chất lượng đối với các hộ cá thể còn gặp nhiều khó khăn. Ngoài ra một số cơ sở sản xuất kinh doanh chè hộ gia đình quy mô lớn tại các vùng chè đặc sản của tỉnh đã có những sản phẩm chế biến sâu mang lại giá trị cao, có thương hiệu, thị trường tiêu thụ tốt, ổn định mang lại hiệu quả kinh tế cao.

- Thị trường tiêu thụ: Chè Thái Nguyên được tiêu thụ thị trường trong và ngoài nước. Năm 2016 sản lượng tiêu thụ nội địa đạt 38.200 tấn chè thành phẩm, chiếm trên 90% sản lượng chè chế biến, xuất khẩu ước đạt 3.800 tấn.

Đối với thị trường trong nước: Có thể nói thị trường trong nước đang là thế mạnh của chè Thái Nguyên, trên 63 tỉnh, thành phố đều có mặt hàng chè Thái Nguyên được bán với nhiều hình thức: Cửa hàng, đại lý, chợ, hệ thống siêu thị ... với nhiều hình thức quảng cáo, giới thiệu sản phẩm, chào hàng khác nhau. Nhiều đơn vị, doanh nghiệp, HTX, hộ gia đình đều có mạng lưới tiêu thụ chè khắp cả nước.

Đối với thị trường xuất khẩu: Chủ yếu là Pakistan, Đài Loan, Nga, Mỹ, Trung Quốc, Anh, Afganistan, Indonesia, các tiểu Vương Quốc Ả Rập, ... trong đó Pakistan chiếm thị phần tới 50% sản lượng chè xuất khẩu của Thái Nguyên.

Sản lượng chè xuất khẩu của Thái Nguyên có xu hướng giảm dần, bình quân giai đoạn 2011-2015 giảm 2,34%. Cụ thể năm 2011 xuất khẩu 6.926 tấn, tổng kim ngạch xuất khẩu 11,5 triệu USD; năm 2016, xuất khẩu 3.800 tấn, tổng kim ngạch xuất khẩu ước đạt trên 7,2 triệu USD. Nguyên nhân chủ yếu sụt giảm sản lượng chè xuất khẩu là do hầu hết các doanh nghiệp chế biến chè không chủ động vùng nguyên liệu; giá thu mua chè của các nhà máy chế biến luôn thấp hơn thị trường vì vậy không mua được nguyên liệu, nhà máy sản xuất cầm chừng không hết công suất. Đặc biệt các doanh nghiệp chế biến không liên kết chặt chẽ với các nhóm nông dân, các hộ sản xuất chè búp tươi để thu mua nguyên liệu.

Mặc dù tổng sản lượng chè xuất khẩu giảm nhưng sản phẩm chè xanh chất lượng cao đang là xu hướng và tiềm năng lớn xuất khẩu sang các thị trường khó tính như Ba Lan, Đức, MI, Nhật...

- Giá bán sản phẩm chè:

Hiện giá chè xuất khẩu hiện dao động 1,7 - 2,0 USD/kg tùy chủng loại, kim ngạch xuất khẩu đạt 12,6 triệu USD nhưng lượng chè xuất khẩu không nhiều và có xu hướng giảm dần.

Giá chè Thái nguyên tiêu thụ trong nước luôn cao hơn các vùng chè khác và tương đối ổn định, hiện đang ở mức 120.000 - 220.000 đồng/kg chè thành phẩm đối với sản phẩm loại trung bình; từ 280.000 - 450.000 đồng/kg chè xanh đặc sản; chè đặc sản cao cấp có giá 2.500.000 - 3.000.000 đồng/kg.

- Giá trị sản xuất trên 1 ha đất trồng chè: Việc thâm canh và chuyển đổi cơ cấu giống chè trong những năm qua đã nâng cao hiệu quả kinh tế, tăng giá trị sản phẩm trên đơn vị diện tích từ 82 triệu đồng/ha năm 2011 lên 100 triệu đồng/ha vào năm 2015, đến năm 2016 đạt 118 triệu đồng/ha. Một số địa phương đạt cao như thành phố Thái Nguyên, huyện Đại Từ, huyện Đồng Hỷ, ...

3. Hiện trạng xây dựng, quản lý và phát triển thương hiệu chè Thái Nguyên

3.1. Hiện trạng xây dựng thương hiệu

3.1.1. Hiện trạng xây dựng thương hiệu vùng, địa phương

Hiện nay, toàn tỉnh đã có 01 thương hiệu địa phương dưới hình thức bảo hộ chỉ dẫn địa lý "Chè Tân Cương" Thái Nguyên; 06 thương hiệu địa phương dưới hình thức bảo hộ nhãn hiệu tập thể: Nhãn hiệu tập thể "Chè Thái Nguyên", "Chè La Bằng", "Chè Trại Cài", "Chè Vô Tranh", "Chè Tức Tranh" và Nhãn hiệu tập thể "Chè Phở Yên". Từ việc bảo hộ quyền sở hữu trí tuệ cho các sản phẩm chè Thái Nguyên đã tạo sự chuyển biến tích cực của các cấp, các ngành và toàn thể xã hội trong việc giữ gìn và phát triển giá trị truyền thống của chè Thái Nguyên, nâng cao uy tín, chất lượng và sức cạnh tranh của sản phẩm chè Thái Nguyên trên thị trường trong nước và quốc tế.

Tuy nhiên, việc xây dựng thương hiệu cho các sản phẩm này mới dừng ở mức độ xác lập quyền sở hữu trí tuệ, việc phát triển các thương hiệu này còn gặp nhiều khó khăn bởi những hạn chế về tổ chức, kiểm soát và phát triển thương mại của các tổ chức nông dân và hộ gia đình sản xuất nhỏ, mức độ tham gia của doanh nghiệp chưa nhiều.

3.1.2. Hiện trạng xây dựng thương hiệu doanh nghiệp, sản phẩm

Hiện nay, trên địa bàn tỉnh Thái Nguyên mới có một số doanh nghiệp sản xuất kinh doanh chè xây dựng thương hiệu cho doanh nghiệp như: Tân Cương Hoàng Bình; Hà Thái Trà; Tuyết Hương Trà; Chè Minh Thu; ...

Đối với sản phẩm, chỉ có một số ít các đơn vị đăng ký bảo hộ thương hiệu như Công ty Cổ phần Tân Cương Hoàng Bình với các sản phẩm: Lan Đình Trà, Phúc Lộc Trà, Lộc Xuân Trà, Queenli, Tri Ân Trà. Riêng đối với sản phẩm Ngân Long Trà, Trà 5 sao, Công ty đã đăng ký bảo hộ cả nhãn hiệu lẫn kiểu dáng công nghiệp.

3.2. Hiện trạng quản lý và phát triển thương hiệu chè Thái Nguyên

3.2.1 Hiện trạng quản lý, phát triển nhãn hiệu tập thể “Chè Thái Nguyên”

Ngày 26/12/2006, nhãn hiệu tập thể “Chè Thái Nguyên” đã được Cục Sở hữu trí tuệ - Bộ Khoa học và Công nghệ cấp Giấy Chứng nhận đăng ký nhãn hiệu hàng hóa số 77941 tại Quyết định số 13341. Thời hạn cho Giấy chứng nhận này là 10 năm, tính từ ngày ưu tiên (21/8/2006). Tiếp đó, ngày 18/01/2007, UBND tỉnh Thái Nguyên đã giao cho Hội Nông dân tỉnh Thái Nguyên là đơn vị quản lý, thực hiện quy chế sử dụng nhãn hiệu tập thể “Chè Thái Nguyên” tại Quyết định số 159/QĐ-UBND. Từ năm 2007 đến năm 2009, số lượng các tổ chức, cá nhân đăng ký nhãn hiệu tập thể “Chè Thái Nguyên” chưa nhiều. Từ năm 2010 đến hết năm 2015 đã có 775 tổ chức, cá nhân (17 công ty, 17 hợp tác xã, tổ hợp tác, câu lạc bộ, làng nghề; 03 đại lý chè và 738 nông hộ) được cấp chứng nhận quyền sử dụng nhãn hiệu tập thể “Chè Thái Nguyên”.

Với những kết quả tích cực đã đạt được, ngày 21/8/2016, Cục Sở hữu trí tuệ - Bộ Khoa học và Công nghệ đã có Quyết định gia hạn sử dụng thêm 10 năm cho nhãn hiệu tập thể “Chè Thái Nguyên”.

Nhãn hiệu tập thể “Chè Thái Nguyên” được đăng ký bảo hộ tại thị trường Mỹ, Trung Quốc và lãnh thổ Đài Loan (Trung Quốc). Trong đó, đã bảo hộ thành công tại thị trường Mỹ.

Hiện trạng cấp tem nhãn sử dụng nhãn hiệu tập thể “Chè Thái Nguyên”:
Từ khi được cấp giấy chứng nhận sử dụng nhãn hiệu tập thể “Chè Thái Nguyên” đến nay, đã sử dụng 26.115 tem nhãn hiệu tập thể chè Thái Nguyên, chủ yếu cấp miễn phí và dùng cho hoạt động quảng bá sản phẩm tại các hội chợ, triển lãm. Hiện nay, đa số các đơn vị, doanh nghiệp in tem trực tiếp lên bao bì theo từng loại sản phẩm.

Hiện trạng bảo vệ và phát triển nhãn hiệu tập thể “Chè Thái Nguyên”:

Theo Luật Sở hữu trí tuệ, các tổ chức, cá nhân được cấp chứng nhận quyền sử dụng nhãn hiệu tập thể “Chè Thái Nguyên” mới được ghi trên nhãn mác bao bì nhãn hiệu “Chè Thái Nguyên”. Việc không đăng ký xin cấp chứng nhận quyền sử dụng nhãn hiệu tập thể “Chè Thái Nguyên” của các tổ chức, cá nhân, doanh nghiệp trong tỉnh sẽ tạo cơ hội cho một số sản phẩm chè kém chất lượng mạo danh thương hiệu chè Thái Nguyên. Thực trạng này không chỉ làm ảnh hưởng đến uy tín, chất lượng của thương hiệu chè Thái Nguyên mà còn gây thiệt hại về kinh tế cho người trồng chè và sức khỏe của người tiêu dùng. Nếu tình trạng vi phạm này tiếp tục kéo dài, chè Thái Nguyên có thể sẽ mất đi ưu thế và sự ưa chuộng của người tiêu dùng.

3.2.2. Hiện trạng quản lý và phát triển thương hiệu chè mang chỉ dẫn địa lý “Tân Cương”:

Năm 2007, Cục Sở hữu trí tuệ, Bộ Khoa học và Công nghệ đã cấp Văn bằng bảo hộ chỉ dẫn địa lý “Tân Cương”. Sản phẩm được mang chỉ dẫn địa lý “Tân Cương” là các sản phẩm chè có nguồn gốc từ giống chè trung du lá nhỏ, được trồng, chế biến, tại 06 xã: Tân Cương, Phúc Xuân, Phúc Triu, Quyết Thắng, Thịnh Đức và Phúc Hà thuộc thành phố Thái Nguyên. Sở Khoa học và Công nghệ là cơ quan được UBND tỉnh Thái Nguyên trao quyền quản lý nhà nước đối với chỉ dẫn địa lý “Tân Cương”.

Về việc cấp giấy chứng nhận quyền sử dụng cho các sản phẩm chè mang chỉ dẫn địa lý “Tân Cương”: Hiện nay đã có cho 33 tổ chức, cá nhân trong và ngoài tỉnh được cấp Giấy chứng nhận quyền sử dụng chỉ dẫn địa lý “Tân Cương”, trong đó có 4 đơn vị, cá nhân ngoài tỉnh.

Về việc bảo vệ và phát triển sản phẩm chè mang chỉ dẫn địa lý “Tân Cương”: Từ năm 2007 đến năm 2011, nhiệm vụ quản lý được giao cho UBND thành phố Thái Nguyên thực hiện. Để nâng cao hiệu quả quản lý chỉ dẫn địa lý “Tân Cương”, đến tháng 7/2011, UBND tỉnh đã quyết định trao quyền quản lý cho Sở Khoa học và Công nghệ tỉnh Thái Nguyên. UBND tỉnh thành lập hệ thống tổ chức quản lý chỉ dẫn địa lý “Chè Tân Cương”, cấp quyền sử dụng cho các công ty, hợp tác xã, cơ sở sản xuất chè đủ điều kiện trong tỉnh.

Tuy nhiên, hiện nay, hoạt động quản lý và sử dụng chỉ dẫn địa lý “Chè Tân Cương” vẫn còn nhiều vướng mắc do hệ thống văn bản phục vụ công tác quản lý chưa được xây dựng đầy đủ; các quy định về kỹ thuật sản xuất đối với sản phẩm mang chỉ dẫn địa lý chưa thống nhất và quy chuẩn; hệ thống kiểm soát còn lỏng lẻo; việc ghi nhãn hàng hóa không tuân theo các quy định nên gây nhiều khó khăn cho quy trình kiểm soát và truy xuất nguồn gốc sản phẩm, dễ gây nhầm lẫn cho khách hàng khi mua sản phẩm chè “Tân Cương”.

3.2.3. Phát triển thương hiệu thông qua Festival Trà quốc tế và xúc tiến thương mại.

Các năm 2011, 2013 và 2015, tỉnh Thái Nguyên đã tổ chức thành công các kỳ Festival Trà. Đây là cơ hội kết nối người trồng chè, nhà sản xuất, doanh nghiệp và người tiêu dùng sản phẩm chè.

3.2.4. Phát triển thương hiệu chè thông qua hoạt động xúc tiến thương mại

Hoạt động xúc tiến thương mại nói chung, đặc biệt là cho ngành chè Thái Nguyên trong thời gian qua đã đem lại những hiệu quả tích cực. Tỉnh Thái Nguyên đã hỗ trợ tuyên truyền quảng bá và cung cấp thông tin thị trường thông qua Bản tin Kinh tế Công Thương được xuất bản định kỳ hàng tháng (phát hành miễn phí cho các tổ chức, doanh nghiệp); website ngành Công Thương và sàn giao dịch thương mại điện tử của Tỉnh; hỗ trợ xây dựng website miễn phí (trong tổng số trên 60 đơn vị được hỗ trợ có đến gần 40 đơn vị, doanh nghiệp sản xuất kinh doanh chè). Đây là những công cụ hữu ích giúp doanh nghiệp có thông tin về thị

trường, khách hàng cũng như giới thiệu, quảng bá sản phẩm trên môi trường trực tuyến.

Tổ chức và hỗ trợ cho nhiều đơn vị, doanh nghiệp sản xuất kinh doanh chè tham gia Hội chợ triển lãm lớn trong nước và nước ngoài (Trung Quốc; Lào; Pakistan, Xri lanka; Nga; Ba Lan... Thông qua các chương trình, một số đơn vị sản xuất, kinh doanh chè của tỉnh Thái Nguyên đã tìm được khách hàng, ký kết được hợp đồng xuất khẩu.

Hàng năm, ngành Công Thương tổ chức các cuộc hội thảo, hội nghị và định kỳ tổ chức từ 2-3 hội chợ, triển lãm nhằm hỗ trợ doanh nghiệp trong và ngoài tỉnh đẩy mạnh giao thương, tăng cường hoạt động xúc tiến thương mại, đầu tư, liên kết hợp tác, trong đó đặc biệt quan tâm đến công tác hỗ trợ các đơn vị, doanh nghiệp sản xuất kinh doanh chè quảng bá thương hiệu, mở rộng thị trường.

- Xây dựng và triển khai Chương trình, Đề án hỗ trợ doanh nghiệp xây dựng, phát triển thương hiệu và tìm đầu ra cho sản phẩm:

+ Xây dựng và triển khai thực hiện Đề án “Phát triển thương mại hàng nông, lâm, thủy sản tỉnh Thái Nguyên, giai đoạn 2011-2020”; Chương trình “Xúc tiến thương mại, hỗ trợ xây dựng và phát triển thương hiệu, tìm đầu ra cho hàng hóa nông sản tỉnh Thái Nguyên đến năm 2020” đã được UBND tỉnh phê duyệt: Tổ chức khảo sát sản phẩm nông, lâm, thủy sản tiềm năng, thế mạnh tại tất cả các huyện, thành phố, thị xã trong tỉnh. Trên cơ sở đó, đã và đang triển khai hỗ trợ các đơn vị chè về: Đăng ký bảo hộ thương hiệu; hồ sơ phù hợp quy định an toàn vệ sinh thực phẩm; đăng ký mã vạch; thiết kế, in ấn bao bì, nhãn mác và tờ rơi tuyên truyền. Thông qua các hoạt động xúc tiến thương mại và hội nghị kết nối giữa Sở Công Thương, Trung tâm Xúc tiến thương mại của các tỉnh, thành phố trong nước đã hỗ trợ tìm kiếm đầu ra cho sản phẩm hàng hóa của tỉnh vào các siêu thị, trung tâm thương mại trong và ngoài tỉnh.

+ Tham gia “Chương trình nâng cao năng lực cạnh tranh xuất khẩu cho các doanh nghiệp nhỏ và vừa Việt Nam thông qua hệ thống xúc tiến thương mại địa phương” do Chính phủ Thụy Sĩ tài trợ, Cục Xúc tiến thương mại chủ trì thực hiện. Tỉnh Thái Nguyên được Dự án lựa chọn hỗ trợ sản phẩm chè, trong đó 2 đơn vị là: Công ty Cổ phần chè Hà Thái và Công ty Cổ phần chè Tân Cương Hoàng Bình được lựa chọn là thành viên chính thức.

- Đã tổ chức các lớp đào tạo, tập huấn nhằm nâng cao năng lực sản xuất, kinh doanh, tăng cường kỹ năng ứng dụng công nghệ thông tin và thương mại điện tử cho doanh nghiệp, ...

4. Các hình thức tổ chức sản xuất

Toàn tỉnh có 140 làng nghề sản xuất, chế biến chè được tỉnh cấp bằng công nhận, trong đó 01 làng nghề tiêu biểu Việt Nam và 43 HTX sản xuất chè; các hợp tác xã, làng nghề sản xuất, chế biến chè tăng cả về số lượng, quy mô, hiệu quả hoạt động sản xuất, kinh doanh chè.

Đã hình thành các vùng làng nghề chè đặc sản nổi tiếng tập trung như Tân Cương thành phố Thái Nguyên; Phúc Thuận thị xã Phổ Yên; Trại Cài Minh Lập, Sông Cầu huyện Đồng Hỷ, Khe Cốc, Túc Tranh huyện Phú Lương; La Bằng huyện Đại Từ,... Trong đó có xã La Bằng huyện Đại Từ là xã đầu tiên trong tỉnh có 100% số xóm được công nhận làng nghề chè. Việc phát triển làng nghề chè cùng với các chính sách hỗ trợ đã thực sự tạo ra động lực cho việc phát triển ngành nghề nông thôn, giải quyết việc làm, chuyển dịch cơ cấu lao động và cơ cấu ngành nghề, góp phần tăng trưởng giá trị sản xuất và xây dựng nông thôn mới.

5. Kết quả thực hiện chính sách đầu tư phát triển chè

Từ năm 2011 đến nay, từ nguồn kinh phí dự án QSEAP Thái Nguyên đã tổ chức 411 lớp về đào tạo, tập huấn về sản xuất chè theo quy trình VietGAP, đào tạo giảng viên IPM, vệ sinh an toàn thực phẩm nông trại; đào tạo kỹ thuật viên tham gia hoạt động hỗ trợ chứng nhận VietGAP...

Từ năm 2011-2014, đã sử dụng nguồn kinh phí của Dự án QSEAP Thái Nguyên để hỗ trợ 100% giá giống chè để trồng thay thế (trồng lại), đào tạo, tập huấn, chứng nhận sản xuất VietGAP, hỗ trợ xây dựng 35 mô hình sản xuất chè an toàn. Năm 2015 tỉnh đã hỗ trợ 50% giá giống cho trồng mới, trồng lại chè. Năm 2016 đã sử dụng nguồn kinh phí của Dự án QSEAP Thái Nguyên hỗ trợ 100% giá giống chè để trồng thay thế 830 ha chè; diện tích còn lại tỉnh hỗ trợ 50% giá giống chè để trồng mới, trồng lại.

Đã triển khai 6 mô hình hỗ trợ xây dựng cơ sở hạ tầng sản xuất chè an toàn tại thị xã Phổ Yên, các huyện Đại Từ, Phú Lương, Định Hóa, Đồng Hỷ với các hạng mục đầu tư gồm: Công trình thủy lợi, cấp nước tưới, đường trục, đường nội đồng, đường điện hạ thế, trung tâm đóng gói, bể thu gom vỏ bao bì nhằm đáp ứng cơ bản yêu cầu phục vụ sản xuất chè an toàn theo quy trình VietGAP.

Kinh phí thực hiện trong 5 năm 2011-2015 (không tính vốn nhân dân tự đầu tư) đầu tư cho phát triển chè Thái Nguyên (dự án sử dụng nguồn vốn ADB) là 135.845,4 triệu đồng, trong đó: Vốn vay Ngân hàng phát triển Châu Á (ADB) 118.131 triệu đồng; kinh phí đối ứng từ ngân sách tỉnh 17.714,4 triệu đồng. Các hạng mục đầu tư gồm: Quy hoạch vùng sản xuất chè an toàn 1.933 triệu đồng; đầu tư cơ sở hạ tầng vùng chè an toàn: 52.023 triệu đồng; đầu tư cho thay thế giống 61.645 triệu đồng; hỗ trợ chứng nhận sản phẩm 3.129 triệu đồng; đào tạo, tập huấn, phát triển chương trình Biogas 7.681 triệu đồng; đào tạo, tập huấn kỹ thuật sản xuất chè an toàn theo quy trình VietGAP: 5.529 triệu đồng; đầu tư khác 3.905,4 triệu đồng. Năm 2016 (không tính vốn nhân dân tự đầu tư) đầu tư cho phát triển chè Thái Nguyên (dự án sử dụng nguồn vốn ADB) là 13.105 triệu đồng, trong đó: Vốn vay Ngân hàng phát triển Châu Á (ADB) 11.643 triệu đồng. Các hạng mục đầu tư gồm: Thay thế giống 11.190,1 triệu đồng; phát triển chương trình Biogas 642,1 triệu đồng; đào tạo, tập huấn kỹ thuật sản xuất chè an toàn theo quy trình VietGAP: 973,6 triệu đồng; đầu tư khác 299,2 triệu đồng.

III ĐÁNH GIÁ CHUNG VỀ HIỆN TRẠNG SẢN XUẤT, CHẾ BIẾN, TIÊU THỤ, PHÁT TRIỂN THƯƠNG HIỆU CHÈ THÁI NGUYÊN

1. Kết quả đạt được

Tỉnh đã hoàn thành xây dựng Quy hoạch vùng sản xuất chè an toàn tỉnh Thái Nguyên được UBND tỉnh phê duyệt tại Quyết định số 3130/QĐ-UBND ngày 13/12/2011.

Trong những năm qua, do tăng cường đầu tư sản xuất, chế biến theo hướng nâng cao chất lượng, an toàn thực phẩm, chất lượng chè Thái Nguyên được nâng lên rõ rệt đã khẳng định uy tín sản phẩm chè của tỉnh.

Sản phẩm chè tiêu thụ phần lớn là trong nước, giá chè Thái nguyên tiêu thụ trong nước luôn cao hơn các vùng chè khác và tương đối ổn định.

Số lượng các tổ chức, cá nhân được cấp quyền sử dụng nhãn hiệu tập thể chè Thái Nguyên tăng mạnh qua các năm. Việc bảo hộ quyền sở hữu trí tuệ cho các sản phẩm chè Thái Nguyên đã tạo sự chuyển biến tích cực của các cấp, các ngành vào toàn xã hội trong việc gìn giữ và phát triển giá trị truyền thống của chè Thái Nguyên, nâng cao uy tín, chất lượng và sức cạnh tranh của sản phẩm chè Thái Nguyên trên thị trường.

Công tác quảng bá, xúc tiến thương mại tiêu thụ sản phẩm đã được tỉnh quan tâm, thông qua 3 lần tổ chức thành công Festival trà Thái nguyên.

Tỉnh đã chú trọng hỗ trợ thành lập phát triển các tổ hợp tác, hợp tác xã, nhóm hộ, nông trại, doanh nghiệp tư nhân, các làng nghề, làng nghề truyền thống sản xuất, chế biến chè dẫn đến tăng cả về số lượng, quy mô, hiệu quả hoạt động sản xuất, kinh doanh chè.

2. Hạn chế, tồn tại

- Sản xuất chè nguyên liệu chủ yếu thực hiện ở quy mô hộ, diện tích nhỏ (trung bình chỉ đạt 0,11 ha/hộ). Sản xuất quy mô hộ hiệu quả chưa cao do nhiều nguyên nhân như: Chưa có hình thức tổ chức sản xuất phù hợp, thiếu liên kết, đầu tư về vốn còn hạn chế, quy mô diện tích nhỏ hẹp, chất lượng sản phẩm không đồng đều, khó quản lý, ...

- Mặc dù phần lớn diện tích sản xuất theo hướng an toàn, nhưng tỷ lệ chứng nhận VietGAP còn thấp. Một trong những nguyên nhân chủ yếu là: Quy mô sản xuất, chế biến chè hộ gia đình, nên khả năng đáp ứng các yêu cầu và kinh phí chứng nhận VietGAP còn hạn chế, khó khăn; chưa chú trọng đầu tư sản xuất có chứng nhận GAP.

- Cơ sở hạ tầng vùng sản xuất nguyên liệu đầu tư còn hạn chế; chưa xây dựng được vùng sản xuất ứng dụng công nghệ cao; các doanh nghiệp sản xuất, chế biến, tiêu thụ chè của tỉnh chưa có vùng nguyên liệu riêng do vậy luôn bị động trong sản xuất và quản lý chất lượng.

- Chế biến truyền thống bán cơ giới là chủ yếu, tỷ lệ chế biến công nghiệp, cơ giới hoá thấp; sản phẩm chủ yếu là chè xanh tiêu thụ nội địa chưa đáp ứng được thị hiếu, nhu cầu đa dạng hoá sản phẩm của người tiêu dùng.

- Các tổ chức, cá nhân sản xuất, kinh doanh sản phẩm chè chưa nhận thức được đầy đủ tầm quan trọng trong việc sử dụng các nhãn hiệu chè Thái Nguyên được bảo hộ như là một lợi thế tích cực trong việc mở rộng đầu tư và nâng cao khả năng cạnh tranh trên thị trường; việc ghi nhãn hàng hoá đối với các sản phẩm chè Thái Nguyên chưa đúng quy định; hệ thống kiểm soát các nhãn hiệu chè Thái Nguyên còn lỏng lẻo chưa có các quy định cụ thể về kiểm soát, chưa xây dựng được kế hoạch kiểm soát.

- Việc liên kết giữa các tác nhân liên quan đến chuỗi giá trị ngành chè chưa chặt chẽ, chủ yếu vẫn là người trồng chè tự chế biến và tiêu thụ; số đơn vị, doanh nghiệp có liên kết với người trồng chè chưa nhiều.

- Chè Thái Nguyên hiện được tiêu thụ trên khắp cả nước nhưng chủ yếu tại các cửa hàng đại lý, chợ truyền thống. Đối với hệ thống phân phối hiện đại như siêu thị, trung tâm thương mại, hiện có rất ít doanh nghiệp đáp ứng đủ các tiêu chí để cung cấp sản phẩm vào các kênh phân phối.

- Chè Thái Nguyên được xuất khẩu sang nhiều nước trên thế giới nhưng chủ yếu chỉ là nguyên liệu thô với giá bình quân chỉ bằng 60% so với giá trên thị trường thế giới, dùng để đầu trộn với các loại chè khác hoặc để chiết xuất. Các mặt hàng chè chế biến chưa thực sự đa dạng, phong phú về chủng loại và mẫu mã, có rất ít doanh nghiệp đầu tư vào thương hiệu, đóng gói gia tăng giá trị cho trà cũng như đáp ứng được các yêu cầu về kỹ thuật, kiểm soát dư lượng thuốc bảo vệ thực vật để xuất khẩu sang các thị trường khó tính như Châu Âu, Mỹ...

IV. TÁC ĐỘNG CỦA ĐỀ ÁN NÂNG CAO NĂNG LỰC SẢN XUẤT, CHẾ BIẾN, TIÊU THỤ CHÈ TỈNH THÁI NGUYÊN GIAI ĐOẠN 2011-2015 ĐỐI VỚI PHÁT TRIỂN - KINH TẾ XÃ HỘI

Đề án đã góp phần tăng nhanh năng suất, sản lượng, chất lượng, giá trị các sản phẩm chè, giá trị sản xuất/1 ha đất trồng chè đã được nâng lên rõ rệt. Hiệu quả sản xuất và thu nhập của người sản xuất chè không ngừng được nâng cao. Đề án đã góp phần tích cực phát triển sản xuất nông nghiệp hàng hóa, phát triển kinh tế, xã hội của tỉnh.

Trong 5 năm 2011-2015 các chỉ tiêu về sản xuất chè đều hoàn thành, nhiều chỉ tiêu đã hoàn thành vượt kế hoạch của Đề án.

Toàn tỉnh đã triển khai thực hiện hiệu quả giải pháp phát triển sản xuất chè theo hướng nâng cao chất lượng, an toàn. Đặc biệt là chính sách hỗ trợ chuyên đổi giống chè; hỗ trợ công tác đào tạo, tập huấn, chuyển giao tiến bộ khoa học, hỗ trợ chứng nhận sản phẩm,...

Trên địa bàn tỉnh đã xây dựng được một số mô hình sản xuất chè an toàn chất lượng, có thị trường tiêu thụ, giá bán cao; thông qua công tác đào tạo, tập huấn sản xuất chè an toàn và các mô hình sản xuất mang lại hiệu quả kinh tế cao đã làm chuyển biến rõ rệt về nhận thức của người sản xuất và tiêu thụ chè an toàn. Sản xuất chè theo hướng nâng cao chất lượng, an toàn đang được người sản xuất hưởng ứng tích cực.

PHẦN II

DỰ BÁO TÌNH HÌNH SẢN XUẤT, CHẾ BIẾN, TIÊU THỤ CHÈ VÀ NHẬN ĐỊNH GIÁ TRỊ THƯƠNG HIỆU CHÈ ĐẾN NĂM 2020

I. CÁC YẾU TỐ TÁC ĐỘNG ĐẾN PHÁT TRIỂN NGÀNH CHÈ

1. Khí hậu, thủy văn

Độ ẩm không khí trung bình năm 81,2%, số giờ nắng trung bình năm 1.187 giờ. Lượng mưa trên địa bàn tỉnh trung bình năm khoảng 2.000 - 2.500 mm, phân bố không đều, tập trung từ tháng 5 đến tháng 10, lượng mưa chiếm tới 90% lượng mưa cả năm.

2. Địa hình

Vùng núi, gồm các huyện Đại Từ, Định Hóa, Võ Nhai và một phần của huyện Phú Lương. Đây là vùng có địa hình cao chia cắt phức tạp do quá trình castor phát triển mạnh, có độ cao từ 500 - 1000m, độ dốc thường từ 25-35⁰.

Vùng Trung du nằm ở trung tâm tỉnh, gồm các huyện Đông Hỷ, phía Nam huyện Phú Lương, phía Nam huyện Đại Từ, phía Tây thành phố Thái Nguyên và phía Tây thành phố Sông Công.

Vùng thấp, gồm các huyện phía Nam tỉnh: Huyện Phú Bình, thị xã Phổ Yên, phía Nam thành phố Thái Nguyên và phía Đông thành phố Sông Công.

Nhìn chung Thái Nguyên có sự khác biệt rõ nét ở độ cao và địa hình, địa mạo nên hình thành các cụm tiểu vùng khí hậu khác nhau. Sự đa dạng về khí hậu của tỉnh thuận lợi cho phát triển một hệ sinh thái đa dạng và bền vững về các tập đoàn cây trồng, vật nuôi, đặc biệt rất phù hợp đối với sản xuất cây công nghiệp dài ngày như cây chè. Đây chính là cơ sở để đầu tư phát triển sản xuất chè, phát huy lợi thế so sánh giữa sản xuất chè và các chủng loại, cơ cấu cây trồng khác của tỉnh.

3. Tài nguyên đất

Diện tích đất tự nhiên của tỉnh 353.101 ha, đất đồi núi chiếm 85,8% diện tích đất tự nhiên.

Đất phù sa: Diện tích 19.448 ha, chiếm 5,49%;

Đất bạc màu: Diện tích chỉ có 4.331 ha, chiếm 1,22%;

Đất dốc tụ: Diện tích 18.411 ha, chiếm 5,2%;

Đất đỏ vàng biến đổi do trồng lúa: Diện tích 4.380 ha, chiếm 1,24%;

Đất đỏ vàng trên phiến thạch sét: diện tích 136.880 ha, chiếm 38,65%, đây là diện tích đất lớn nhất, phân bố tập trung ở huyện Phú Lương, Võ Nhai, Đại Từ, Đông Hỷ, Định Hoá, thành phố Thái Nguyên, Thị xã Phổ Yên. Đất có thành phần

cơ giới từ thịt trung bình đến thịt nặng, độ pH đất từ 4,5 - 5,5. Loại đất này có khoảng 48,5% diện tích có độ dốc từ 8 - 25⁰, rất thích hợp với phát triển cây chè.

4. Tài nguyên nước

Nguồn nước mặt của tỉnh Thái Nguyên chủ yếu do hệ thống sông ngòi cung cấp: Có 3 con sông lớn chảy qua là sông Cầu, sông Công và sông Rong, ngoài ra, còn có nhiều sông nhỏ khác thuộc hệ thống sông Kỳ Cùng và hệ thống sông Lô. Sông Cầu có lưu vực khoảng 3.480 km², chiều dài chảy qua Thái Nguyên khoảng 110 km, lượng nước bình quân 2,28 tỷ m³/năm; sông Công có lưu vực 951 km², dòng sông đã được ngăn lại thành Hồ Núi Cốc, rộng 25 km², chứa khoảng 175 triệu m³ nước, điều hòa dòng chảy, tưới cho 12.000 ha lúa 2 vụ, cây màu, cây công nghiệp; cả tỉnh có 395 hồ chứa nước lớn, nhỏ phục vụ sản xuất, sinh hoạt và nuôi trồng thủy sản.

II. DỰ BÁO TÌNH HÌNH SẢN XUẤT, CHẾ BIẾN, TIÊU THỤ CHÈ ĐẾN NĂM 2020

1. Dự báo thị trường chè thế giới

1.1. Khả năng cung cấp

Theo số liệu FAO 2015, dự báo tốc độ tăng sản lượng chè trong 10 năm đến năm 2023 chỉ ra rằng sản lượng chè đen thế giới sẽ tăng trưởng với tốc độ cao hơn không nhiều so với thập kỷ trước. Sản xuất chè đen dự báo sẽ tăng trưởng ở mức 2,9% mỗi năm đạt 4.170.000 tấn vào năm 2023. Sản lượng chè xanh thế giới dự kiến sẽ tăng trưởng với tốc độ nhanh hơn so với chè đen, 8,2%/năm, phản ánh sự tăng trưởng ở Trung Quốc là nơi sản xuất chè xanh dự kiến đạt 2,97 triệu tấn vào năm 2023. Các nước cung cấp chè chính cho thị trường thế giới vẫn là các nước truyền thống, gồm những nước sản xuất chè lớn như: Trung Quốc, Ấn Độ, Kenya, Srilanka, Indonexia, Việt Nam,...

1.2. Nhu cầu thị trường

Cùng với FAO, các hiệp hội chè lớn trên thế giới như Ấn Độ, Srilanka,... nhận định giá chè thế giới sẽ có xu hướng tăng và có thể duy trì mức tăng trong một thời gian tương đối dài. Dự báo nhu cầu tiêu thụ chè xanh trên thế giới trong thời gian tới sẽ tăng cao. Trung Quốc là nước tiêu thụ chè xanh lớn nhất thế giới (670,7 nghìn tấn/năm). Hai thị trường lớn là Trung Quốc và Indonesia cũng đang gia tăng nhập khẩu chè cho tiêu dùng trong nước.

Các loại chè tiêu thụ chủ yếu tại Nhật bản là chè xanh các loại, chiếm 85%, trong đó trà xanh Matcha hiện đang được ưa chuộng nhất, giá dao động phụ thuộc vào chất lượng từ 10 USD/kg tới 100 USD/kg; ở Việt Nam tại các quán cafe ở Hà Nội, thành phố Hồ Chí Minh Matcha cũng được giới thiệu như một loại chè đặc biệt.

Tại thị trường Mỹ nhu cầu tăng mạnh, người tiêu dùng tại Mỹ có xu hướng chuyển từ những đồ uống đắt tiền như cà phê, nước trái cây... sang các sản phẩm

đồ uống có giá rẻ hơn (chè...).

Tại thị trường châu Âu, các nước như: Đức, Anh, Nga cũng đều có xu hướng tăng nhu cầu tiêu dùng chè trong thời gian tới...

Như vậy: Nhu cầu tiêu dùng chè được dự báo sẽ tăng mạnh, trong khi nguồn cung chè trên thế giới được dự báo là không tăng tương ứng, đây là một trong những nhân tố thúc đẩy giá chè thế giới và Việt Nam tăng.

1.3. Nhận định chung

Diễn biến thị trường chè có những xu thế sau:

- Do những tác động đối với sức khỏe và sự nhận thức toàn cầu về cuộc sống lành mạnh, hiện nay thị trường chè xanh chiếm khoảng 40%, dự báo nhu cầu chè xanh trong những năm tới sẽ tăng mạnh.

- Nhu cầu tiêu dùng các loại chè núi nhúng, chè bột (chè Matcha - Nhật Bản), chè hoà tan ngày càng gia tăng, nhất là ở những nước phát triển; ở những nước này, chỉ còn khoảng 5 -10% chè đen truyền thống được tiêu thụ.

- Thị trường chè thế giới chịu sự cạnh tranh gay gắt giữa chính các nước sản xuất, cung ứng chè. Hầu hết các nước sản xuất và cung ứng chè đều là những nước đang phát triển, chè vừa là nguồn thu ngoại tệ vừa là cây trồng giải quyết việc làm và đảm bảo cuộc sống tối thiểu cho bộ phận không nhỏ người lao động. Vì vậy, trong những năm tới thị trường xuất khẩu chè của Việt Nam nói chung và các mặt hàng sản phẩm chè xanh Việt Nam nói riêng chịu sự cạnh tranh gay gắt của Trung Quốc, Nhật Bản; chè đen chịu sự cạnh tranh gay gắt của Ấn Độ, Srilanka, Indonesia.

2. Dự báo thị trường chè trong nước

2.1. Khả năng cung cấp

Với sản lượng chè 195 ngàn tấn chè khô hiện nay và dự kiến đến năm 2020 đạt khoảng 275 ngàn tấn chè khô (trong đó chè xanh chiếm khoảng 30% - 40%), Việt Nam hoàn toàn có khả năng cung cấp đáp ứng nhu cầu của người tiêu dùng trong nước với mức tiêu dùng trung bình 0,38 - 0,50 kg/người/năm.

2.2. Dự báo biến động giá chè trong nước

Trong thời gian tới, thị trường chè nội tiêu ít chịu ảnh hưởng của giá chè thế giới, giá chè nội tiêu chủ yếu chịu ảnh hưởng từ sản xuất trong nước. Việc biến động giá chè trong nước chỉ phụ thuộc vào giá cả tiêu dùng chung của các mặt hàng khác. Đối với những sản phẩm chè nhập khẩu, hiện nay, mức tiêu thụ trong nước cũng ít nên sẽ ảnh hưởng không nhiều. Mặt khác, các sản phẩm chè nhập khẩu thường ít biến động từ giá gốc mà chỉ phụ thuộc vào tỷ giá đồng Việt Nam so với các ngoại tệ mạnh.

2.3. Dự báo thị trường nội tiêu và xuất khẩu chè

Dự báo trong thời gian tới, sản phẩm chè chất lượng cao, đặc biệt là sản phẩm chè xanh chất lượng cao, an toàn sẽ được người tiêu dùng trong nước tiêu thụ nhiều hơn.

Xu hướng tỷ lệ xuất khẩu chè đen giảm dần. Năm 2006, tỷ lệ xuất khẩu chè đen chiếm 58,0%; năm 2010 giảm xuống còn 54,0% và năm 2015 giảm xuống còn 51,0%. Dự báo đến năm 2020, xuất khẩu chè đen chỉ chiếm tỷ lệ 47,0%; xuất khẩu chè xanh năm 2006 chiếm 42%, năm 2010 tăng lên 46,0%, tăng 49,0% vào năm 2015 và tăng 53,0% vào năm 2020.

Giá xuất khẩu chè đen có mức tăng, nhưng tăng không nhiều so với mức tăng giá xuất khẩu chè xanh. Dự báo biến động về giá xuất khẩu chè đen: Năm 2010 tăng 28% so với năm 2006; năm 2015 tăng 17,4% so với năm 2010; năm 2020 tăng 26% so với năm 2015. Dự báo biến động về giá xuất khẩu chè xanh: năm 2010 tăng 23,3% so với năm 2006; năm 2015 tăng 26% so với năm 2010; năm 2020 tăng 28% so với năm 2015.

2.4. Khả năng cạnh tranh về sản xuất và tiêu thụ sản phẩm

Hiện nay, sản xuất chè của Việt Nam đứng thứ 5 thế giới về năng suất và sản lượng. Việc nâng cao sản lượng chè có thể thực hiện được nhờ việc trồng thêm diện tích giống chè mới và áp dụng các biện pháp kỹ thuật canh tác tiên tiến, đồng bộ.

- *Về hiệu quả sản xuất:* Hiện nay chi phí cho 1 kg chè khô thành phẩm ở Việt Nam vẫn là ở mức thấp so với những nước sản xuất chè. Trong khi đó chi phí sản xuất phần lớn là chi cho công lao động (khâu thu hái chiếm 61,57%), phần chi phí cho vật tư chiếm tỷ lệ thấp: 15,49%.

Giá xuất khẩu chè Việt Nam ở mức thấp, nhưng giá chè xanh thành phẩm tiêu thụ nội địa có giá và hiệu quả kinh tế cao hơn, nhất là chè xanh Thái Nguyên.

- *Khả năng cạnh tranh về thiết bị và công nghệ chế biến:*

Công nghiệp chế biến (CNCB) chè ở nước ta cho đến nay tuy lớn mạnh về quy mô và năng lực thu hút nguyên liệu nhưng rất phức tạp về loại hình, về tiêu chuẩn nhà máy....Ngoài các nhà máy có dây chuyền đồng bộ (thiết bị của Liên Xô cũ, Ấn Độ, Đài Loan, Trung Quốc), các loại hình chế biến khác (xưởng "mini", các xưởng sản xuất nhỏ, các lò chế biến thủ công) rất khó kiểm soát, dẫn đến chất lượng sản phẩm chưa đồng đều. Công nghệ chế biến không đồng bộ, tiêu chuẩn nguyên liệu chưa đáp ứng yêu cầu đa dạng hoá sản phẩm. Vì vậy giá chè xuất khẩu của Việt Nam thường chỉ bằng 60-70% giá chè xuất khẩu bình quân của thế giới. Xét trong chuỗi giá trị ngành chè thì người nông dân sản xuất ra chè búp tươi được hưởng lợi ít nhất.

- *Cạnh tranh về mặt hàng và thị trường tiêu thụ, xuất khẩu:*

Xét về chất lượng và uy tín trên thị trường quốc tế thì sản phẩm chè Việt Nam vẫn còn xếp ở thứ hạng thấp. Sản phẩm chè Việt Nam thường được các nước nhập khẩu đấu trộn với các loại chè khác, rồi đóng gói thành phẩm và bán ra với một thương hiệu khác. Chè Việt Nam thường yếu do khâu bảo quản (độ ẩm cao), lẫn loại, ngoại hình không đều, kém xoắn, nước không sánh, thường nhiều vụn và lẫn tạp chất. Nguyên nhân của sự yếu kém này là do kỹ thuật canh tác chưa áp dụng đúng quy trình (thường hái già), không đáp ứng được tiêu chuẩn về

chất lượng nguyên liệu. Hiện nay, có một vấn đề đang đặt ra cho ngành Chè Việt Nam là dư lượng thuốc bảo vệ thực vật trong nguyên liệu chè còn một số mẫu vượt mức cho phép, là một trong những cản trở khiến Chè Việt Nam không thể tăng khối lượng và giá xuất khẩu vào những thị trường khó tính và có những yêu cầu về vệ sinh an toàn thực phẩm cao như Mỹ và EU. Công tác quản lý xuất khẩu và chế biến chè còn nhiều bất cập.

Tuy nhiên trong những năm qua, sản lượng chè xuất khẩu của Việt Nam vẫn tăng đều hàng năm. Nếu năm 1997, Việt Nam chỉ xuất khẩu được 29,5 ngàn tấn thì năm 2015 đã đạt 180 nghìn tấn (tăng gấp 6,1 lần). Đây là tín hiệu hết sức khả quan và cũng phần nào thể hiện nỗ lực của ngành Chè trong việc nâng cao chất lượng sản phẩm và mở rộng thị trường trong thời gian qua.

Các đối thủ cạnh tranh lớn: Các đối thủ cạnh tranh lớn đối với sản phẩm chè của Việt Nam nhìn chung đều có xu hướng khai thác lợi thế cạnh tranh riêng, thay vì cạnh tranh đối đầu và cạnh tranh qua giá, ví dụ:

- Kenya do có lợi thế về độ cao địa hình và khí hậu, thổ nhưỡng đã tập trung sản xuất chè CTC có chất lượng, xuất khẩu sang Anh, Ai Cập, Pakistan.

- Srilanka do có vùng nguyên liệu tốt, nằm ở độ cao trên 900 m so với mực nước biển nên đã tạo ra được sản phẩm chè đen Orthodox có chất lượng cao và chè thành phẩm có giá trị gia tăng.

- Ấn Độ có thị trường nội địa rộng lớn, có lợi thế đối với thị trường Nga và các nước CIS.

- Trung Quốc gần như chiếm độc quyền trên thị trường chè xanh thế giới (chiếm 75% thị phần).

- Indonesia là đối thủ có phần yếu hơn so với các nước trên. Cũng như Việt Nam, Indonesia chủ yếu vẫn cạnh tranh đối đầu qua giá, nhưng Indonesia lại có sự phát triển về công nghiệp chè từ rất sớm (hơn 100 năm), thị trường xuất khẩu phân bố tương đối đều và rộng giữa các nước và các khu vực, do vậy ngành Chè Indonesia không bị phụ thuộc quá nhiều vào một vài thị trường như của Việt Nam. Mặt khác, sản phẩm chè của Indonesia đã có chỗ đứng vững chắc ở các thị trường nhập khẩu quan trọng như Anh, Mỹ, Pakistan, Đức, Hà Lan, CIS (chiếm tới 14% thị phần ở Pakistan và chỉ đứng sau Kenya).

Một nhân tố quan trọng khác là ngoài quy mô sản lượng và lợi thế cạnh tranh riêng, các nước nói trên đều hơn hẳn Việt Nam về bí quyết công nghệ, trình độ tổ chức quản lý, hệ thống Marketing và kinh nghiệm về hoạt động kinh doanh, buôn bán trên thương trường. Đó là những thách thức không nhỏ đối với ngành Chè nước ta.

3. Dự báo về thị trường chè Thái Nguyên

Chè xanh nội tiêu là lợi thế của Thái Nguyên so với mức sử dụng chè bình quân của thế giới 0,5kg/người/năm (cao nhất là >2 kg/người/năm), mức tiêu thụ chè bình quân đầu người của Việt Nam hiện nay đạt 0,4 kg/người/năm thấp hơn bình quân thế giới. Tổng nhu cầu chè nội tiêu hiện nay là 3,58 vạn tấn, theo đó cả

vùng chè Thái Nguyên hiện cũng chỉ đáp ứng được nhu cầu tiêu dùng nội địa. Dự báo, trong những năm tới, nhu cầu sử dụng có thể tăng thêm. Nếu nâng lên mức tiêu thụ trung bình 0,5 kg/người thì Việt Nam có nhu cầu tiêu thụ 4,3 vạn tấn chè xanh/năm (chiếm 30% tổng sản lượng chè Việt Nam hiện nay). Nếu nhu cầu chè xanh nội tiêu là 4 vạn tấn/năm thì khả năng cung cấp cả vùng chè Thái Nguyên cũng chỉ đáp ứng đủ cho nội tiêu trong nước. Từ những phân tích trên cho thấy thị trường tiêu thụ chè xanh rất có triển vọng.

Sản phẩm chè nội tiêu của Việt Nam là chè xanh vì thế chè Thái Nguyên rất có lợi thế và có giá trị cao cho tiêu dùng nội địa. Xu thế sử dụng chè hiện nay ngày càng đòi hỏi loại chè có chất lượng cao, an toàn và đa dạng về mẫu mã, tiện lợi trong cách sử dụng, phù hợp với phong tục văn hoá Việt Nam.

Để thu được giá trị cao và phát huy lợi thế so sánh, ngành chè Thái Nguyên cần tăng cường đầu tư các mô hình giống chè mới có năng suất, chất lượng cao; xây dựng các trung tâm dịch vụ kỹ thuật sản xuất chè ứng dụng công nghệ cao, đổi mới thiết bị và công nghệ chế biến chè; chế biến đa dạng các sản phẩm chè: Sản phẩm chè đặc sản có chất lượng cao cung cấp cho thị trường chè trong nước như thủ đô Hà Nội, thành phố Hải Phòng, thành phố Hồ Chí Minh, đặc biệt cung cấp cho các khu công nghiệp và khu dân cư của thành phố Thái Nguyên - những nơi có yêu cầu chất lượng và yêu cầu thưởng thức văn hoá trà; sản phẩm chè xanh đại trà có thị trường rộng lớn trong các tỉnh Trung du, đồng bằng Bắc Bộ, đòi hỏi lượng lớn cung cấp cho nhu cầu của các phong tục cưới hỏi, hội làng; sản phẩm chè xanh chất lượng cao có thể cung cấp cho thị trường Đài Loan, Nhật Bản.

III. NHẬN ĐỊNH GIÁ TRỊ THƯƠNG HIỆU CHÈ THÁI NGUYÊN

1. Giá trị thương hiệu chè Thái Nguyên đối với người sản xuất

"Từ sản phẩm đến thương hiệu như từ vật thể đến con người. Thương hiệu mang đến linh hồn và sức sống cho sản phẩm". Thương hiệu và chất lượng sản phẩm đóng vai trò quyết định đối với sự tồn tại và phát triển của mỗi đơn vị, doanh nghiệp sản xuất, kinh doanh chè, hỗ trợ nâng cao khả năng cạnh tranh, mở rộng thị trường và đem lại giá trị gia tăng bền vững cho doanh nghiệp.

Thương hiệu tạo nên sự khác biệt trong quá trình phát triển của sản phẩm chè Thái Nguyên. Mỗi sản phẩm được định vị cụ thể sẽ có những khác biệt cơ bản về công dụng hoặc tính năng chủ yếu và mang những thương hiệu nhất định, phụ thuộc vào chiến lược kinh doanh của doanh nghiệp.

Thương hiệu tốt sẽ tạo dựng được ấn tượng đối với doanh nghiệp và sản phẩm trong tâm trí người tiêu dùng, là sự cam kết giữa cơ sở sản xuất, kinh doanh chè Thái Nguyên với khách hàng về chất lượng, những lợi ích từ việc sử dụng chè. Một thương hiệu khi đã được chấp nhận sẽ mang lại cho đơn vị sản xuất,

kinh doanh những lợi ích đích thực, dễ nhận thấy. Đó là khả năng tiếp cận thị trường dễ dàng, sâu rộng hơn, ngay cả khi đó là loại chè mới.

Thương hiệu khi đã được chấp nhận và công nhận bởi các cơ quan pháp luật sẽ được bảo hộ pháp lý trước các đối thủ cạnh tranh. Khi đã có được thương hiệu chè nổi tiếng, các công ty sẽ thuận lợi hơn khi kêu gọi các nhà đầu tư trong và ngoài nước hợp tác liên doanh, liên kết trong sản xuất, chế biến, tiêu thụ chè.

Vấn đề đăng ký, bảo hộ thương hiệu hiện nay đang được nhiều đơn vị sản xuất, kinh doanh chè ở Thái Nguyên quan tâm, nhất là trong điều kiện hội nhập kinh tế quốc tế và khu vực ngày càng sâu rộng như hiện nay khi các sản phẩm chè của Thái Nguyên đã được tiêu thụ trên khắp cả nước đồng thời xuất khẩu sang các thị trường Đông Nam Á, Châu Âu, Hồng Kông, Hàn Quốc, Mỹ,... Tuy nhiên, trong thực tế tồn tại không ít doanh nghiệp chưa hiểu đúng vai trò, giá trị của việc xây dựng, phát triển thương hiệu đối với quá trình sản xuất, kinh doanh và phát triển bền vững của doanh nghiệp.

2. Giá trị của thương hiệu chè Thái Nguyên đối với người tiêu dùng

Thương hiệu đóng vai trò quan trọng không chỉ đối với doanh nghiệp mà cả người tiêu dùng khi quyết định sử dụng sản phẩm, dịch vụ. Thương hiệu bắt nguồn từ sự tín nhiệm của khách hàng về sản phẩm dịch vụ mà họ nhận được.

Giúp khách hàng xác định rõ nguồn gốc xuất xứ của sản phẩm:

Việc xác lập quyền sở hữu trí tuệ đối với các nhãn hiệu chè Thái Nguyên là công cụ và căn cứ khoa học để định hướng người tiêu dùng sử dụng sản phẩm bảo đảm chất lượng và nguồn gốc xuất xứ. Thương hiệu chè Thái Nguyên được quảng bá rộng rãi đến các đối tượng khách hàng với hình ảnh nhận diện riêng giúp người tiêu dùng phân biệt, lựa chọn sản phẩm dễ dàng.

Thể hiện đặc điểm và thuộc tính của sản phẩm tới người tiêu dùng

Thái Nguyên được mệnh danh là “Đệ nhất danh trà”. Thương hiệu chè Thái Nguyên được người tiêu dùng biết đến là địa danh có những sản phẩm chè chất lượng cao: Nước xanh, cánh móc câu, vị đậm đà với hương cốt m và ngọt hậu đặc trưng. Nhờ thế mạnh thương hiệu, sản phẩm chè Thái Nguyên tiêu thụ trên thị trường đáp ứng các điều kiện quy định chất lượng, đa dạng về mẫu mã, chủng loại, nhằm duy trì danh tiếng, uy tín của sản phẩm đã được đăng ký bảo hộ. Nhiều doanh nghiệp trên địa bàn tỉnh đã nghiên cứu, sản xuất ra nhiều loại sản phẩm chè chất lượng cao đáp ứng nhu cầu, thị hiếu của người tiêu dùng.

Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng

Thương hiệu chè Thái Nguyên được đăng ký, bảo hộ góp phần ngăn chặn và chống các hành vi sử dụng trái phép, bảo vệ quyền lợi hợp pháp, chính đáng cho người tiêu dùng.

PHẦN III

ĐỊNH HƯỚNG, MỤC TIÊU, NHIỆM VỤ VÀ GIẢI PHÁP

I. ĐỊNH HƯỚNG

1. Tiếp tục phát huy và khai thác có hiệu quả lợi thế, tập trung thêm nguồn lực, thực hiện đồng bộ các giải pháp mang tính đột phá chiến lược về quản lý tổ chức sản xuất, đẩy mạnh ứng dụng khoa học công nghệ và chính sách đầu tư để phát triển, khẳng định vị thế đứng đầu của thương hiệu chè Thái Nguyên.

Phát triển sản xuất, chế biến chè Thái Nguyên chủ yếu theo hướng nâng cao chất lượng, giá trị gia tăng và phát triển bền vững.

2. Xác định các sản phẩm chè xanh truyền thống và thị trường tiêu thụ nội địa là thế mạnh của tỉnh Thái Nguyên. Đẩy mạnh chế biến công nghiệp, chế biến công nghệ cao nhằm đa dạng sản phẩm có giá trị gia tăng và sức cạnh tranh cao trên thị trường trong và ngoài nước.

3. Đẩy mạnh nghiên cứu, ứng dụng tiến bộ khoa học và công nghệ, công nghệ cao trong sản xuất, chế biến, bảo quản sản phẩm; xây dựng các vùng sản xuất chè nguyên liệu ứng dụng công nghệ cao với những giống mới, có chất lượng, giá trị kinh tế cao cùng với quy trình kỹ thuật canh tác tiên tiến, hiệu quả phù hợp với định hướng sản xuất chè xanh chất lượng cao của tỉnh.

4. Tiếp tục đổi mới và tăng cường chính sách hỗ trợ phát triển chè Thái Nguyên theo định hướng và mục tiêu đề ra: Trọng tâm là tiếp tục hỗ trợ phát triển vùng nguyên liệu chè búp tươi an toàn, chất lượng làm nền tảng, bền vững cho sự phát triển; đồng thời chú trọng nâng cấp, đổi mới công nghệ chế biến, bảo quản; xây dựng thương hiệu mạnh và đổi mới nâng cao hiệu quả công tác xúc tiến thương mại, tiêu thụ sản phẩm.

II. MỤC TIÊU

1. Mục tiêu tổng quát

Đề án nhằm nâng cao năng suất, chất lượng, giá trị gia tăng, sức cạnh tranh và phát triển bền vững thương hiệu chè Thái Nguyên; gắn mục tiêu phát triển chè với mục tiêu tái cơ cấu nông nghiệp theo hướng nâng cao giá trị gia tăng, phát triển bền vững; mục tiêu phát triển nông nghiệp ứng dụng công nghệ cao và xây dựng nông thôn mới của tỉnh đến năm 2020. Phấn đấu ngành hàng chè Thái Nguyên đứng đầu cả nước về các chỉ tiêu sản xuất, giá trị và hiệu quả kinh tế, văn hoá xã hội và môi trường.

2. Mục tiêu cụ thể

- Sản xuất: Đến năm 2020, diện tích chè của tỉnh đạt 22.000 ha, tỷ lệ diện tích chè giống mới đạt 80%; năng suất chè búp tươi đạt 115 tạ/ha; sản lượng 230.000 tấn; giá trị sản phẩm/01 ha đất trồng chè bình quân đạt 170 triệu đồng trở lên; giá trị sản xuất chè búp tươi đạt 3.400 tỷ đồng, chiếm 30% giá trị sản xuất nông, lâm nghiệp thủy sản.

- **Chất lượng, an toàn sản phẩm:** 100% diện tích chè trong quy hoạch sản xuất theo hướng VietGAP (GAP khác), sản xuất chè theo hướng hữu cơ và an toàn; có 30% diện tích sản xuất chè an toàn được chứng nhận VietGAP (GAP khác), chứng nhận cơ sở đủ điều kiện đảm bảo an toàn thực phẩm, xác nhận sản phẩm chè an toàn; mỗi huyện, thành, thị là vùng chè trọng điểm của tỉnh (thành phố Thái Nguyên, huyện Đại Từ, huyện Phú Lương, huyện Định Hoá, huyện Đồng Hỷ, huyện Võ Nhai, thị xã Phổ Yên) xây dựng ít nhất 01 vùng sản xuất chè ứng dụng công nghệ cao; sản xuất chè hữu cơ.

- **Chế biến:** Sản xuất chè xanh, chè xanh chất lượng cao dự kiến chiếm 80% sản lượng; chè đen và các sản phẩm chè khác đạt 20% sản lượng; 100% cơ sở chế biến chè xanh truyền thống ứng dụng quy trình kỹ thuật mới, cơ giới hoá đảm bảo an toàn thực phẩm; chế biến công nghiệp và chế biến ứng dụng công nghệ cao đạt từ 25% tổng sản lượng chè trở lên.

- **Thương hiệu:**

+ 100% số doanh nghiệp, 80% số hợp tác xã, tổ hợp tác sản xuất, chế biến, kinh doanh chè có thương hiệu riêng với các sản phẩm đặc thù, thế mạnh;

+ 100% cơ sở sản xuất, chế biến, kinh doanh chè tập trung sử dụng nhãn hiệu tập thể chè Thái Nguyên được bảo hộ trong nước và tiến tới được bảo hộ ở ngoài nước; đến năm 2020 có 30% sản lượng chè của tỉnh được mang các nhãn hiệu bảo hộ trong nước và tham gia trực tiếp vào chuỗi giá trị toàn cầu.

+ Xây dựng thương hiệu gắn với du lịch, lịch sử, văn hóa truyền thống của tỉnh cho vùng sản xuất chè Tân Cương, thành phố Thái Nguyên; ATK Định Hoá; các vùng chè Đại Từ, Phú Lương để quảng bá, giới thiệu và tiêu thụ sản phẩm.

- **Thị trường tiêu thụ:** 80% sản lượng chè xanh, chè xanh chất lượng cao tiêu thụ thị trường thế mạnh trong nước; 20% sản lượng chè xuất khẩu sang các thị trường tiềm năng: Đài Loan, Trung Quốc, Hàn Quốc, Pakistan, Sri Lanka, Nhật, Mỹ, Đức, Nga, Ba Lan, Iran,....

III. NHIỆM VỤ

1. Quy hoạch, sản xuất nguyên liệu chè búp tươi an toàn chất lượng:

- Quy hoạch vùng sản xuất nguyên liệu chè búp tươi phù hợp với cơ cấu loại sản phẩm đối với từng huyện, thành phố, thị xã; gắn với quy hoạch vùng sản xuất chè ứng dụng công nghệ cao;

- Hình thành các vùng sản xuất chè tập trung ứng dụng tiến bộ khoa học và công nghệ, công nghệ cao, sản xuất chè theo quy trình VietGAP, sản xuất chè hữu cơ và theo hướng hữu cơ với diện tích 5.000 ha, trong đó sản xuất chè ứng dụng tiến bộ khoa học và công nghệ, công nghệ cao với diện tích 3.900 ha tại thành phố Thái Nguyên, huyện Đại Từ, huyện Đồng Hỷ, huyện Phú Lương, huyện Định Hoá, huyện Võ Nhai, thị xã Phổ Yên; từng bước đầu tư xây dựng cơ sở hạ tầng kỹ thuật phục vụ sản xuất chè ứng dụng công nghệ cao.

- Giai đoạn 2017-2020 trồng mới, trồng thay thế 3.200 ha chè bằng các giống mới có năng suất, chất lượng, khả năng chống chịu cao. Trong đó diện tích trồng mới là 700 ha, trồng thay thế 2.500 ha.

- Đẩy mạnh ứng dụng khoa học công nghệ, mở rộng diện tích sản xuất chè an toàn ứng dụng quy trình GAP; sản xuất hữu cơ; tăng diện tích chè được chứng nhận sản phẩm an toàn. Giai đoạn 2017-2020, hỗ trợ chứng nhận VietGAP (GAP khác) 300 ha/năm trở lên; chứng nhận cơ sở đủ điều kiện đảm bảo an toàn thực phẩm 50 cơ sở/năm; xác nhận sản phẩm chè an toàn.

2. Đẩy mạnh ứng dụng tiến bộ khoa học, đổi mới công nghệ trong chế biến chè; cơ giới hoá, tự động hoá trong sản xuất, chế biến, bảo quản chè truyền thống, chế biến công nghiệp và chế biến ứng dụng công nghệ cao nhằm nâng cao giá trị gia tăng của sản phẩm.

3. Phát triển và nâng cao giá trị thương hiệu, xúc tiến thương mại tiêu thụ sản phẩm chè Thái Nguyên:

- Tạo dựng và quản lý thương hiệu chè Thái Nguyên thông qua việc đánh giá nhu cầu phát triển thương hiệu của các tổ chức và cá nhân sản xuất, kinh doanh chè Thái Nguyên. Hoàn thiện hệ thống tổ chức và các văn bản phục vụ công tác quản lý của chủ sở hữu chỉ dẫn địa lý “Chè Tân Cương” và các nhãn hiệu tập thể đã được bảo hộ.

- Tuyên truyền, nâng cao nhận thức về sở hữu trí tuệ và giá trị của thương hiệu chè Thái Nguyên. Xây dựng cơ chế phối hợp giữa các đơn vị, tổ chức từ tỉnh đến địa phương, các hiệp hội, hội nghề nghiệp có liên quan thống nhất về nội dung tuyên truyền và kế hoạch thực hiện.

4. Phát triển nhanh tổ hợp tác, hợp tác xã sản xuất, chế biến, tiêu thụ chè an toàn gắn với phát triển hình thức liên kết sản xuất, tiêu thụ sản phẩm chè theo mô hình chuỗi giá trị.

5. Tăng cường, nâng cao hiệu lực, hiệu quả quản lý nhà nước về vật tư, an toàn thực phẩm, thương hiệu trong sản xuất, chế biến, tiêu thụ chè.

IV. GIẢI PHÁP THỰC HIỆN

1. Giải pháp về phát triển vùng sản xuất nguyên liệu chè búp tươi chất lượng cao đáp ứng nhu cầu chế biến chè xanh truyền thống, chế biến công nghiệp và chế biến công nghệ cao

- Thực hiện theo quy hoạch vùng sản xuất nguyên liệu chè búp tươi tỉnh Thái Nguyên để hỗ trợ đầu tư, phát triển, góp phần nâng cao giá trị gia tăng, giá trị thương hiệu đối với các sản phẩm chè của tỉnh, trong đó xác định một số vùng sản xuất chè gắn với du lịch sinh thái, di tích lịch sử và văn hóa; xác định vùng sản xuất chè hữu cơ.

- Xác định cơ cấu giống, nhu cầu chuyển đổi giống, xây dựng kế hoạch trồng mới, trồng thay thế hàng năm và giai đoạn 2017-2020. Chú trọng cải tạo,

phục tráng, trồng mới giống chè Trung Du của tỉnh. Chuyển đổi giống theo hướng ưu tiên thay thế giống chè Trung Du già cỗi, năng suất, chất lượng thấp bằng giống chè mới có năng suất, chất lượng cao, thích ứng với điều kiện tự nhiên tỉnh Thái Nguyên.

Phục tráng giống chè Trung Du gắn với bảo tồn vùng chè Trung Du thuộc chỉ dẫn địa lý “Chè Tân Cương” thành phố Thái Nguyên.

Phát triển chè giống mới, nhân giống bằng phương pháp giâm hom chủ yếu ở vùng địa hình thấp, có điều kiện thâm canh; vùng đồi núi cao ưu tiên trồng lại giống chè Trung Du đã chọn tạo, phục tráng.

- Xác định cơ cấu giống chè: Chè Trung Du chiếm 20% diện tích; các giống mới chiếm 80% diện tích (LDP1, Kim Tuyên, Thuý Ngọc, TRI 777, Bát Tiên, Hương Tích Sơn, Hoa Nhật Kim, Long Vân, PH8, PH10...). Trong đó ưu tiên giống để sản xuất chè xanh chất lượng cao.

- Phát triển vườn chè đầu dòng, vườn giống gốc, hàng năm cung cấp khoảng 60 triệu hom cho 60 - 70 vườn ươm để sản xuất ra khoảng 40 triệu cây giống phục vụ trồng mới và trồng thay thế.

- Đẩy nhanh tiến độ thực hiện Dự án vườn chè đầu dòng quy mô 06 ha ở huyện Đại Từ để cung cấp hom giống cho sản xuất cây chè giống (phục vụ chuyển đổi cơ cấu giống chè của tỉnh).

- Đẩy mạnh ứng dụng tiến bộ khoa học và công nghệ, quy trình kỹ thuật trong sản xuất, thu hoạch, chế biến, bảo quản nhằm nâng cao chất lượng, an toàn thực phẩm.

2. Giải pháp về sản xuất nguyên liệu chè hấp tươi an toàn

Giai đoạn 2017 - 2020, lựa chọn mục tiêu, giải pháp sản xuất chè "an toàn" làm khâu đột phá để phát triển. Cụ thể:

- Tăng cường công tác thông tin tuyên truyền, phổ biến chính sách pháp luật về an toàn thực phẩm nhằm nâng cao nhận thức của người sản xuất, kinh doanh và người tiêu dùng về chè an toàn.

- Đẩy mạnh công tác đào tạo, tập huấn, chuyển giao quy trình kỹ thuật sản xuất chè an toàn. Trong đó chú trọng đẩy mạnh tập huấn sản xuất chè theo quy trình thực hành sản xuất nông nghiệp tốt (VietGAP, GAP khác), sản xuất chè hữu cơ; ưu tiên kinh phí hỗ trợ chứng nhận VietGAP và GAP khác, chứng nhận cơ sở đủ điều kiện đảm bảo an toàn thực phẩm.

- Quản lý chặt chẽ kinh doanh thuốc bảo vệ thực vật, ngăn chặn triệt để buôn bán thuốc bảo vệ thực vật cấm sử dụng cho chè và hướng dẫn sử dụng thuốc bảo vệ thực vật theo nguyên tắc "4 đúng" là nhiệm vụ, giải pháp quan trọng hàng đầu trong sản xuất chè an toàn. Rà soát, kiên quyết loại bỏ cơ sở kinh doanh thuốc bảo vệ thực vật không đủ điều kiện; tăng cường phổ biến kiến thức pháp luật về quản lý thuốc bảo vệ thực vật; phân cấp và tăng cường công tác thanh tra, kiểm tra giám sát an toàn thực phẩm; xử lý nghiêm các vi phạm.

- **Hình thành hệ thống mạng lưới bảo vệ thực vật gắn với công tác đảm bảo an toàn thực phẩm cây trồng đến tận cấp cơ sở.**

- Phát triển nhanh hợp tác xã, tổ hợp tác sản xuất chè an toàn; xây dựng mô hình hợp tác xã dịch vụ bảo vệ thực vật; mô hình liên kết chuỗi sản xuất - chế biến - tiêu thụ chè an toàn.

- Rà soát, thống kê, đánh giá thực trạng chuỗi giá trị chè để quản lý và thực thi chính sách hỗ trợ phát triển và nhân rộng.

3. Giải pháp về chế biến

Giải pháp về chế biến được tiến hành đồng thời với giải pháp xây dựng vùng sản xuất nguyên liệu chè búp tươi chất lượng cao. Cụ thể:

- **Đẩy mạnh ứng dụng cơ giới hoá đối với loại hình chế biến truyền thống quy mô nông hộ nhằm nâng cao chất lượng, vệ sinh an toàn sản phẩm và giảm chi phí công lao động.**

- **Đối với nhóm hộ, tổ hợp tác, hợp tác xã, doanh nghiệp nhỏ và vừa, khuyến khích phát triển theo hướng chế biến truyền thống ứng dụng cơ giới hoá kết hợp chế biến công nghiệp với công nghệ tiên tiến, quy mô công suất phù hợp; khuyến khích chế biến thành phẩm được đóng gói, có bao bì, nhãn mác, chỉ dẫn địa lý. Hạn chế xuất bán sản phẩm sơ chế chất lượng, giá trị thấp.**

- **Đẩy mạnh thu hút doanh nghiệp trong và ngoài nước đầu tư chế biến ứng dụng công nghệ cao nhằm tăng giá trị gia tăng của sản phẩm chè.**

4. Giải pháp về khoa học công nghệ, khuyến nông

- **Đẩy mạnh ứng dụng đồng bộ khoa học và công nghệ tiên tiến, công nghệ cao trong sản xuất, thu hoạch, chế biến, bảo quản chè; có chính sách ưu tiên khuyến khích các doanh nghiệp đầu tư ứng dụng công nghệ cao vào khâu chế biến, nhằm đa dạng sản phẩm có giá trị gia tăng cao để phục vụ nhu cầu ngày càng cao của thị trường trong nước và đẩy mạnh xuất khẩu;**

- **Ứng dụng giống mới có năng suất, chất lượng cao; quy trình kỹ thuật sản xuất chè gắn với chứng nhận chè an toàn; ứng dụng biện pháp: quản lý cây trồng tổng hợp, phòng trừ dịch hại tổng hợp, quản lý dinh dưỡng, quản lý nước tưới, trong đó đặc biệt phát triển mở rộng áp dụng công nghệ tưới tiết kiệm; sản xuất chè hữu cơ, an toàn.**

- **Đẩy mạnh hoạt động chuyên giao tiến bộ khoa học - kỹ thuật, đào tạo, tập huấn kỹ thuật sản xuất chè hữu cơ, sản xuất chè theo quy trình VietGAP, GAP khác để nâng cao chất lượng. Xây dựng, nhân rộng mô hình trình diễn khuyến nông, mô hình liên kết chuỗi sản xuất, chế biến, tiêu thụ chè.**

5. Giải pháp về xây dựng và quản lý thương hiệu chè Thái Nguyên

- **Phát triển mạnh thương hiệu chè Thái Nguyên trên cơ sở phát huy lợi thế, sức cạnh tranh của sản phẩm về số lượng, chất lượng và giá cả; phát triển thương hiệu sản phẩm gắn với hợp tác xã, doanh nghiệp sản xuất, kinh doanh, gắn với nhãn hiệu tập thể "Chè Thái Nguyên".**

- Tăng cường công tác quản lý nhà nước về sở hữu trí tuệ đối với thương hiệu chè Thái Nguyên; nâng cao hiệu quả hoạt động, có chính sách khuyến khích, tạo điều kiện thuận lợi cho tổ chức, cá nhân xây dựng và phát triển thương hiệu.

- Nâng cao hiệu quả hoạt động quản lý và phát triển chỉ dẫn địa lý “Chè Tân Cương” và các nhãn hiệu tập thể đã được bảo hộ: Hoàn thiện hệ thống tổ chức quản lý của chủ sở hữu chỉ dẫn địa lý và các nhãn hiệu tập thể; xây dựng bổ sung và hoàn thiện hệ thống các văn bản phục vụ công tác quản lý; tăng cường công tác kiểm tra, thanh tra việc thực hiện các quy định của pháp luật về sở hữu trí tuệ, có chế tài xử lý triệt để đối với các sản phẩm làm giả, làm nhái chè Thái Nguyên trên thị trường.

- Nghiên cứu, tiếp tục tiến hành xây dựng chỉ dẫn địa lý và thương hiệu cho một số vùng chè chất lượng cao trong tỉnh.

- Đăng ký nhãn hiệu tập thể chè Thái Nguyên tại một số thị trường nước ngoài tiềm năng (ngoài các thị trường đã đăng ký là Mỹ, Trung Quốc và Đài Loan) để tạo điều kiện cho các doanh nghiệp có thể xây dựng chiến lược xuất khẩu sản phẩm chè sang các thị trường này trong thời gian tới.

6. Giải pháp về thương mại, thị trường tiêu thụ

- Tăng cường mở rộng thị trường trong nước do đời sống người dân ngày càng được nâng cao, sức tiêu thụ các mặt hàng chè tiếp tục tăng, đặc biệt là các loại chè có chất lượng được đóng gói với mẫu mã hiện đại.

- Tăng cường hoạt động xúc tiến thương mại xuất khẩu đối với sản phẩm chè. Phát triển thị trường, chú ý các thị trường ngách, thị trường tiềm năng để tiêu thụ các sản phẩm có giá trị gia tăng. Tổ chức đoàn học tập kinh nghiệm, khảo sát thị trường tại một số nước có ngành chè phát triển; trên cơ sở lựa chọn những hội chợ nước ngoài chuyên đề, có uy tín, phù hợp với sản phẩm, năng lực sản xuất, kinh doanh của doanh nghiệp Thái Nguyên để tham gia. Phối hợp chặt chẽ với Tham tán thương mại Việt Nam tại các nước để tổ chức các hoạt động giao dịch thương mại; tăng cường tuyên truyền quảng bá, thu hút vận động các đối tác nước ngoài gặp gỡ, giao thương với doanh nghiệp ngành chè.

- Đẩy mạnh hỗ trợ nâng cao kiến thức, năng lực thị trường cho người sản xuất kinh doanh thông qua công tác khuyến nông, khuyến công, phát triển hệ thống cung cấp thông tin thị trường, các hoạt động nghiên cứu thị trường.

- Đổi mới và tăng cường hình thức xúc tiến thương mại thông qua hệ thống kênh phân phối sản phẩm, các hoạt động hội chợ, triển lãm, lễ hội, Festival chè trong và ngoài nước; tăng cường quảng bá các thương hiệu sản phẩm chè trên thị trường trong và ngoài nước.

- Thiết lập hệ thống kênh phân phối sản phẩm thông qua hình thức liên kết chuỗi từ sản xuất đến tiêu thụ sản phẩm bằng các hợp đồng tiêu thụ sản phẩm, hạn chế tình trạng “phân khúc” chuỗi; hình thành hệ thống giới thiệu và tiêu thụ

sản phẩm có sự hỗ trợ của nhà nước: Không gian văn hoá chè, Trung tâm giới thiệu sản phẩm chè, Phố ẩm thực chè; chợ đầu mối tiêu thụ chè,...

- Đẩy mạnh hoạt động xúc tiến thương mại, quảng bá sản phẩm thương hiệu chè Thái Nguyên: Thực hiện nghiên cứu, dự báo, cung cấp thông tin thị trường chè trong nước và quốc tế; triển khai các chương trình truyền thông, quảng bá thương hiệu sâu rộng đến nhà sản xuất, doanh nghiệp và người tiêu dùng; tổ chức, tham gia hội nghị, hội thảo, hội chợ triển lãm; tiến hành khảo sát thị trường, tìm hiểu công nghệ sản xuất chế biến chè trong và ngoài nước, xúc tiến xuất khẩu; quảng bá giá trị thương hiệu chè Thái Nguyên thông qua hoạt động văn hóa, du lịch, ẩm thực,...

- Xác định thị trường trong nước và hướng tới đẩy mạnh xuất khẩu sang các thị trường tiềm năng: Đài Loan, Trung Quốc, Hàn Quốc, Pakistan, Sri Lanka, Nhật, Mỹ, Đức, Nga, Ba Lan, Iran...

7. Giải pháp về đổi mới hình thức sản xuất

Phát triển mạnh mô hình HTX kiểu mới, liên kết nông dân, HTX, doanh nghiệp trong sản xuất, chế biến, tiêu thụ sản phẩm; phát triển hình thức liên kết sản xuất, chế biến, tiêu thụ sản phẩm theo mô hình chuỗi.

Đổi mới quy trình sản xuất, công nghệ để thực hiện ứng dụng nông nghiệp công nghệ cao nhằm nâng cao hiệu quả sản xuất kinh doanh; đẩy mạnh ứng dụng công nghệ cao trong sản xuất, thu hoạch, sơ chế và bảo quản sản phẩm chè; thực hiện sản xuất ứng dụng công nghệ cao theo đúng quy hoạch, quy trình kỹ thuật, đảm bảo nâng cao chất lượng, giá trị, an toàn thực phẩm.

8. Giải pháp về thu hút đầu tư

Công khai danh mục đề án, dự án để kêu gọi đầu tư; ban hành cơ chế chính sách hỗ trợ khuyến khích đầu tư; tổ chức các hoạt động xúc tiến đầu tư ngành hàng chè Thái Nguyên để các nhà đầu tư nắm bắt và hiểu rõ thông tin về định hướng, chính sách phát triển chè của tỉnh để đưa ra quyết định lựa chọn đầu tư. Ưu tiên thu hút các doanh nghiệp đầu tư có công nghệ tiên tiến, hiện đại, tiết kiệm, nguyên, nhiên, vật liệu và thân thiện với môi trường, sử dụng nhiều lao động, đóng góp lớn cho ngân sách tỉnh và có sản phẩm xuất khẩu. Khuyến khích, ưu tiên đầu tư sản xuất chế biến chè ứng dụng công nghệ cao; sản xuất chè an toàn, sản xuất chè hữu cơ.

9. Giải pháp về chính sách hỗ trợ phát triển và nguồn vốn

- Hỗ trợ 100% kinh phí đào tạo hướng dẫn kỹ thuật sản xuất, chế biến chè an toàn theo quy trình VietGAP và GAP khác; hỗ trợ 100% kinh phí đào tạo nâng cao kỹ thuật chế biến chè đảm bảo an toàn thực phẩm, sản xuất hữu cơ.

- Hỗ trợ 100% kinh phí đào tạo tập huấn về xây dựng, phát triển thương hiệu chè Thái Nguyên, nâng cao nhận thức và kỹ năng về công tác thiết kế bao bì, mẫu mã, tem nhãn sản phẩm phù hợp với yêu cầu của thị trường.

- Hỗ trợ xây dựng một số chợ đầu mối, điểm du lịch, thưởng thức văn hóa chè Thái Nguyên tại không gian văn hóa chè tại thành phố Thái Nguyên, các huyện Đại Từ, Đông Hy, Phú Lương,... và các làng nghề trồng, chế biến chè. Các tour, tuyến du lịch làng nghề đến các vùng chè đặc sản của tỉnh như: Tân Cương, La Bằng, Diềm Mặc, Vô Tranh, Túc Tranh, Trại Cài,...

- Hỗ trợ giá giống chè trồng mới và trồng thay thế. Mức hỗ trợ bằng 50% giá giống chè; 50% kinh phí còn lại do dân tự đóng góp hoặc do huyện, thành, thị cân đối nguồn kinh phí để hỗ trợ.

- Hỗ trợ 40% kinh phí xây dựng mô hình ứng dụng tiến bộ khoa học công nghệ về vật tư, phân bón, chế phẩm sinh học.

- Hỗ trợ xây dựng công trình tưới nước tiết kiệm cho sản xuất chè quy mô nông hộ. Mức hỗ trợ tối đa bằng 70 % chi phí mua vật tư thiết bị tưới. Hỗ trợ tối đa không quá 15,0 triệu đồng/điểm có quy mô diện tích từ 0,5 ha trở lên.

- Hỗ trợ 70% giá máy sao chè bằng GAS đối với cơ sở sản xuất, chế biến quy mô nông trại, nhóm hộ, tổ hợp tác, hợp tác xã, làng nghề (mức hỗ trợ tối đa không quá 100 triệu đồng/máy).

- Hỗ trợ 100% kinh phí lần đầu chứng nhận VietGAP, GAP khác; hỗ trợ 50% kinh phí cấp lại giấy chứng nhận an toàn VietGAP, GAP khác.

- Hỗ trợ 40% vật tư phân bón, thuốc bảo vệ thực vật có nguồn gốc sinh học, biên báo cho tổ hợp tác, hợp tác xã, làng nghề chè sản xuất theo chè theo quy trình VietGAP, GAP khác, sản xuất chè hữu cơ.

- Hỗ trợ 50% kinh phí tạo dựng thương hiệu cho sản phẩm chè (mức hỗ trợ không quá 100 triệu đồng/cơ sở).

- Hỗ trợ kinh phí 3.000 triệu đồng/1 năm cho các hoạt động xúc tiến thương mại, tổ chức sự kiện, cụ thể:

+ Tổ chức xúc tiến thương mại, tiêu thụ sản phẩm chè, hỗ trợ quảng bá thương hiệu chè Thái Nguyên trên các phương tiện thông tin đại chúng và môi trường trực tuyến; tạo liên kết trên các website của các Bộ, Ban, ngành và các tỉnh, thành phố trong cả nước.

+ Tổ chức các sự kiện: Festival trà Thái Nguyên, các hội chợ triển lãm, hội nghị, hội thảo giới thiệu để quảng bá thương hiệu, tìm kiếm, mở rộng thị trường, kết nối tiêu thụ sản phẩm.

+ Nghiên cứu thị trường trong nước và xuất khẩu để xúc tiến thương mại tập trung vào sản phẩm chè; hình thành cơ sở dữ liệu thông tin về ngành chè của tỉnh, cập nhật cho mọi đối tượng mua và bán tiếp cận một cách dễ dàng.

+ Hoạt động quản lý, khai thác và phát triển thương hiệu chè Thái Nguyên; hỗ trợ, tư vấn, hướng dẫn, đăng ký bảo hộ sở hữu trí tuệ cho các đơn vị, doanh nghiệp sản xuất, kinh doanh chè trên địa bàn tỉnh.

- Hỗ trợ 100% kinh phí phân tích mẫu, kinh phí dán nhãn xác nhận sản phẩm chè an toàn (mua tem dán nhãn, hỗ trợ công cho cán bộ đi dán tem nhãn), phân tích mẫu đảm bảo tiêu chuẩn để dán nhãn sản phẩm chè an toàn.

- Hỗ trợ 100% kinh phí xây dựng mô hình tổ dịch vụ vật tư, bảo vệ thực vật tại các huyện trọng điểm sản xuất chè.

- Hỗ trợ 100% kinh phí xây dựng bể thu gom vỏ thuốc bảo vệ thực vật, nhà sơ chế trong các vùng sản xuất chè an toàn, tập trung quy mô lớn, ứng dụng công nghệ cao.

- Hỗ trợ đầu tư xây dựng cơ sở hạ tầng vùng sản xuất chè tập trung ứng dụng công nghệ cao và hỗ trợ ứng dụng công nghệ cao trong sản xuất và chế biến chè. Nội dung và mức hỗ trợ thực hiện theo quyết định của UBND tỉnh Thái Nguyên về việc phê duyệt Đề án phát triển nông nghiệp ứng dụng công nghệ cao, giai đoạn 2017 - 2020; hỗ trợ đầu tư xây dựng các Trung tâm giới thiệu sản phẩm, chợ đầu mối tiêu thụ sản phẩm, phổ âm thực chè... theo dự án được Ủy ban nhân dân tỉnh phê duyệt.

- Thực hiện chính sách của Trung ương và của tỉnh liên quan đến lĩnh vực nông nghiệp; lồng ghép nguồn vốn từ các đề án, dự án tái cơ cấu nông nghiệp, chương trình xây dựng nông thôn mới, đề án phát triển nông nghiệp ứng dụng công nghệ cao, khuyến nông, phương án sản xuất nông nghiệp hàng năm; nguồn vốn xã hội hoá, đầu tư của doanh nghiệp, vốn đầu tư của nhân dân; các dự án có vốn vay nước ngoài...

10. Giải pháp về tăng cường hiệu lực, hiệu quả công tác quản lý nhà nước liên quan đến ngành chè

- Đẩy mạnh tuyên truyền, phổ biến, giáo dục pháp luật; nâng cao năng lực, khả năng thực thi pháp luật của hệ thống cơ quan quản lý nhà nước liên quan đến sản xuất, chế biến, tiêu thụ chè an toàn (quản lý chất lượng giống, phân bón, thuốc bảo vệ thực vật, quản lý chất lượng, vệ sinh an toàn thực phẩm); xử lý nghiêm các vi phạm và công khai minh bạch những cơ sở sản xuất, chế biến, kinh doanh chè vi phạm quy định của pháp luật về an toàn thực phẩm trên các phương tiện thông tin đại chúng; thực thi quyền sở hữu trí tuệ, bảo vệ và phát triển thương hiệu và thị trường tiêu thụ.

- Tuyên truyền về giá trị và tầm quan trọng của việc xây dựng, phát triển thương hiệu chè Thái Nguyên để nâng cao năng lực cạnh tranh cho doanh nghiệp và đẩy mạnh hoạt động sản xuất, kinh doanh.

- Tăng cường năng lực cho bộ máy quản lý, khuyến nông. Nâng cao năng lực các hội, hiệp hội ngành nghề nhằm tập trung lực lượng sản xuất đồng thời tạo điều kiện cung cấp thông tin cho các doanh nghiệp trong hội và các khách hàng có nhu cầu.

V. KINH PHÍ THỰC HIỆN: 220.860 triệu đồng, trong đó:

- Nguồn vốn ngân sách nhà nước: 149.060 triệu đồng.

- Nguồn vốn khác: 71.800 triệu đồng.

VI. TỔ CHỨC THỰC HIỆN

1. Sở Nông nghiệp và Phát triển nông thôn

- Chủ trì, phối hợp với các Sở, Ban, ngành liên quan tham mưu cho UBND tỉnh, hướng dẫn tổ chức thực hiện Đề án;

- Chủ trì phối hợp với các huyện, thành phố, thị xã và các ngành có liên quan xây dựng kế hoạch thực hiện Đề án hàng năm trình Ủy ban nhân dân tỉnh phê duyệt, chỉ đạo tổ chức thực hiện;

- Chỉ đạo, giao nhiệm vụ các đơn vị trực thuộc Sở tổ chức thực hiện các nội dung được phê duyệt theo kế hoạch hàng năm;

- Chủ trì phối hợp với các Sở, Ban, ngành, địa phương sơ kết, tổng kết, đánh giá việc thực hiện Đề án hàng năm và kết thúc giai đoạn.

2. Sở Kế hoạch và Đầu tư, Sở Tài chính

- Tham mưu bố trí nguồn lực từ ngân sách nhà nước để thực hiện Đề án;

- Chủ trì, phối hợp với Sở Nông nghiệp và PTNT và các Sở, Ban, ngành, địa phương nghiên cứu tham mưu, đề xuất sửa đổi, bổ sung các cơ chế, chính sách của tỉnh nhằm thu hút vốn đầu tư từ các thành phần kinh tế cho phát triển chè và các sản phẩm từ chè.

3. Sở Công Thương

- Chủ trì nội dung phát triển chế biến công nghiệp, nâng cao giá trị thương hiệu các sản phẩm chè tỉnh Thái Nguyên.

- Chủ trì, phối hợp với các Sở, Ban, ngành, địa phương thực hiện nhiệm vụ xúc tiến thương mại, tiêu thụ sản phẩm chè Thái Nguyên. Chủ trì thực hiện nội dung hỗ trợ quảng bá thương hiệu, xúc tiến thương mại tiêu thụ sản phẩm.

4. Sở Khoa học và Công nghệ

- Chủ trì, phối hợp với các Sở, Ban, ngành, địa phương quản lý, hướng dẫn các thủ tục về sở hữu trí tuệ; ghi nhãn hàng hoá, tạo dựng thương hiệu, nhãn hiệu tập thể; thực hiện nội dung hỗ trợ tạo dựng thương hiệu.

- Chủ trì, phối hợp với các Sở, Ban, ngành, địa phương tham mưu, đề xuất về công tác tạo dựng thương hiệu sản phẩm chè.

- Chủ trì thực hiện các đề tài, dự án nghiên cứu, ứng dụng tiến bộ khoa học mới trong sản xuất chế biến chè để ứng dụng rộng rãi trên địa bàn tỉnh.

5. Sở Văn hoá Thể thao và Du lịch

Chủ trì, phối hợp với các Sở, Ban, ngành, địa phương tham mưu, đề xuất thực hiện nhiệm vụ về các hoạt động văn hoá chè.

6. Sở Thông tin và Truyền thông

Thực hiện thông tin và truyền thông nội dung liên quan đến sản xuất, chế biến, phát triển thương hiệu, xúc tiến thương mại, thị trường, tiêu thụ chè trong và ngoài nước.

7. Hội nông dân tỉnh Thái Nguyên

Đề nghị Hội Nông dân tỉnh phối hợp với các Sở ngành liên quan; UBND các huyện, thành phố, thị xã tổ chức thực hiện Đề án.

8. UBND các huyện, thị xã, thành phố

Căn cứ nội dung đề án đã được phê duyệt, chủ động xây dựng các dự án, kế hoạch phát triển chè của địa phương, trình các cấp thẩm quyền phê duyệt và phối hợp tổ chức thực hiện.

9. Liên minh Hợp tác xã

Chủ trì, phối hợp với các Sở, Ban, ngành, địa phương tham mưu, đề xuất về nâng cao chất lượng và phát triển hợp tác xã.

10. Hội chè Thái Nguyên

Tuyên truyền định hướng, nhiệm vụ, giải pháp phát triển chè Thái Nguyên đến các hội viên, doanh nghiệp; kêu gọi đầu tư, liên kết sản xuất nguyên liệu, chế biến, xây dựng thương hiệu, tiêu thụ chè Thái Nguyên theo mục tiêu Đề án.

PHẦN IV HIỆU QUẢ CỦA ĐỀ ÁN

1. Hiệu quả kinh tế

Khi Đề án được phê duyệt, các nội dung trong Đề án được đầu tư, triển khai, thực hiện đảm bảo tiến độ thì giá trị tăng thêm của các sản phẩm chè búp tươi do tăng chất lượng từ 100 triệu đồng/ha lên 170 triệu đồng/ha vào năm 2020, tăng 1,7 lần. GTSX sản phẩm chè búp tươi năm 2015 đạt 1.823 tỷ đồng lên 3.400 tỷ đồng năm 2020.

Nâng cao năng suất, sản lượng, chất lượng chè, nâng cao giá trị và cạnh tranh uy tín thương hiệu chè Thái Nguyên. Đưa cây chè trở thành cây mũi nhọn, góp phần phát triển bền vững nền sản xuất nông nghiệp hàng hoá của tỉnh.

2. Hiệu quả về xã hội

Nâng cao giá trị gia tăng, phát triển bền vững cây chè và thương hiệu sản phẩm trà Thái Nguyên, giai đoạn 2017 - 2020 sẽ giải quyết việc làm, tạo thu nhập ổn định cho lao động hoạt động trong các lĩnh vực: Trồng, chế biến và dịch vụ của ngành chè, trong đó có cả đồng bào các dân tộc vùng đồi núi, vùng còn nhiều khó khăn, góp phần ổn định đời sống và an sinh xã hội.

Thu nhập từ sản xuất chè sẽ góp phần xóa đói, giảm nghèo, làm giàu, mức sống được cải thiện, góp phần chuyển dịch cơ cấu kinh tế và chuyển dịch theo hướng tăng về dịch vụ và thương mại, tiến tới phát triển bền vững.

Cơ sở hạ tầng các vùng chè được cải thiện (giao thông, điện, nước sinh hoạt các trung tâm dịch vụ kỹ thuật, thương mại ...). Người dân có điều kiện giao lưu với bên ngoài, tiếp cận được nhiều hơn với thị trường, khoa học kỹ thuật. Mở

rộng giao lưu văn hóa trà vừa góp phần phát triển kinh tế vừa bảo tồn và phát huy giao lưu văn hóa vùng thủ đô gió ngàn.

Thông qua các chương trình huấn luyện, đào tạo, tập huấn về kỹ thuật trồng và chăm sóc chè, người dân sẽ nâng cao được nhận thức, ứng dụng tiến bộ kỹ thuật. Có cách tiếp cận phù hợp với công nghệ mới và thị trường chè, người lao động sẽ năng động hơn trong sản xuất và tiêu thụ sản phẩm.

Thực hiện Nâng cao giá trị gia tăng, phát triển bền vững cây chè và thương hiệu sản phẩm trà Thái Nguyên, giai đoạn 2017 - 2020 sẽ tạo sự đột phá cả về năng suất và chất lượng chè, mở ra triển vọng cho các ngành sản xuất dịch vụ, du lịch, các làng nghề sản xuất, tạo diện mạo mới, nâng cao thương hiệu chè Thái Nguyên.

3. Hiệu quả môi trường

Chè là cây trồng lâu năm có độ che phủ lớn, canh tác chè chủ yếu trên đất dốc và được trồng theo đường đồng mức sẽ hạn chế xói mòn rửa trôi và có tác dụng giữ nước, góp phần phủ xanh đất trống đồi trọc và bảo vệ môi trường. Thực hiện Đề án sẽ nâng năng suất chè lên 11,5 tấn/ha vào năm 2020, sẽ tạo thảm xanh che phủ vùng đồi núi không những có ý nghĩa về môi trường mà còn tạo cảnh quan xanh rộng lớn, tạo cho du lịch sinh thái phát triển, tạo điều kiện để hạn chế tác hại của biến đổi khí hậu.

Đến năm 2020, khi Thái Nguyên có nền công nghiệp phát triển thì cây chè sẽ là thảm xanh, tạo môi trường tốt cho phát triển bền vững.

Trên đây là Đề án Nâng cao giá trị gia tăng, phát triển bền vững cây chè và thương hiệu sản phẩm trà Thái Nguyên, giai đoạn 2017-2020 của UBND tỉnh Thái Nguyên. *ctct*

TM. ỦY BAN NHÂN DÂN
KT. CHỦ TỊCH
PHÓ CHỦ TỊCH



Luas
Đoàn Văn Tuấn