



Phụ lục I
DANH MỤC PHÂN LOẠI SẢN PHẨM THAM GIA ĐÁNH GIÁ,
PHÂN HẠNG SẢN PHẨM OCOP
(Kèm theo Quyết định số 26/2026/QĐ-TTg
ngày 22 tháng 5 năm 2026 của Thủ tướng Chính phủ)

STT	Phân loại sản phẩm	Cơ quan chủ trì quản lý ¹
I	SẢN PHẨM THỰC PHẨM	
1	Nhóm: Thực phẩm tươi sống	
a	Phân nhóm: Rau, củ, quả, hạt tươi	Bộ Nông nghiệp và Môi trường
b	Phân nhóm: Thịt, thủy sản, trứng, sữa tươi	Bộ Nông nghiệp và Môi trường
2	Nhóm: Thực phẩm thô, sơ chế	
a	Phân nhóm: Gạo, ngũ cốc, hạt sơ chế khác	Bộ Nông nghiệp và Môi trường
b	Phân nhóm: Mật ong, mật khác và nông sản thực phẩm khác	Bộ Nông nghiệp và Môi trường
3	Nhóm: Thực phẩm chế biến	
a	Phân nhóm: Đồ ăn nhanh	Bộ Công Thương
b	Phân nhóm: Chế biến từ gạo, ngũ cốc	Bộ Nông nghiệp và Môi trường; Bộ Công Thương
c	Phân nhóm: Chế biến từ rau, củ, quả, hạt	Bộ Nông nghiệp và Môi trường
d	Phân nhóm: Chế biến từ thịt, trứng, sữa, thủy sản, các sản phẩm từ mật ong, mật khác và nông sản thực phẩm khác	Bộ Nông nghiệp và Môi trường; Bộ Công Thương
4	Nhóm: Gia vị	
a	Phân nhóm: Tương, nước mắm, gia vị dạng lỏng khác	Bộ Nông nghiệp và Môi trường
b	Phân nhóm: Gia vị khác	Bộ Nông nghiệp và Môi trường
5	Nhóm: Chè	
a	Phân nhóm: Chè tươi, chế biến	Bộ Nông nghiệp và Môi trường
b	Phân nhóm: Sản phẩm chè từ thực vật khác	Bộ Nông nghiệp và Môi trường

¹ Theo Nghị định số 15/2018/NĐ-CP ngày 02 tháng 02 năm 2018 của Chính phủ về quy định chi tiết thi hành một số điều của Luật An toàn thực phẩm. Trường hợp có sự thay đổi thì áp dụng theo văn bản sửa đổi, bổ sung hoặc thay thế.

STT	Phân loại sản phẩm	Cơ quan chủ trì quản lý ¹
6	Nhóm: Cà phê, Ca cao	Bộ Nông nghiệp và Môi trường
II	SẢN PHẨM ĐỒ UỐNG	
1	Nhóm: Đồ uống có cồn	
a	Phân nhóm: Rượu trắng	Bộ Công Thương
b	Phân nhóm: Đồ uống có cồn khác	Bộ Công Thương
2	Nhóm: Đồ uống không cồn	
a	Phân nhóm: Nước khoáng thiên nhiên, nước uống đóng chai	Bộ Y tế
b	Phân nhóm: Đồ uống không cồn	Bộ Công Thương
III	SẢN PHẨM DƯỢC LIỆU VÀ SẢN PHẨM TỪ DƯỢC LIỆU	
1	Nhóm: Thực phẩm chức năng, thuốc dược liệu, thuốc cổ truyền	Bộ Y tế
2	Nhóm: Mỹ phẩm có thành phần từ dược liệu	Bộ Y tế
3	Nhóm: Tinh dầu và dược liệu khác	Bộ Y tế; Bộ Công Thương
IV	SẢN PHẨM HÀNG THỦ CÔNG MỸ NGHỆ	
1	Nhóm: Thủ công mỹ nghệ gia dụng, trang trí	Bộ Công Thương; Bộ Nông nghiệp và Môi trường
2	Nhóm: Vải, may mặc	Bộ Công Thương
V	SẢN PHẨM SINH VẬT CẢNH	
1	Nhóm: Hoa	Bộ Nông nghiệp và Môi trường
2	Nhóm: Cây cảnh	Bộ Nông nghiệp và Môi trường
3	Nhóm: Động vật cảnh	Bộ Nông nghiệp và Môi trường
VI	SẢN PHẨM DỊCH VỤ DU LỊCH CỘNG ĐỒNG, DU LỊCH SINH THÁI VÀ ĐIỂM DU LỊCH	
1	Nhóm: Dịch vụ du lịch cộng đồng, du lịch sinh thái và điểm du lịch	Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch; Bộ Nông nghiệp và Môi trường



Phụ lục II
BỘ TIÊU CHÍ ĐÁNH GIÁ SẢN PHẨM OCOP
(Kiểm phiếu đánh giá sản phẩm OCOP)
(Kèm theo Quyết định số 26/2026/QĐ-TTg
ngày 22 tháng 5 năm 2026 của Thủ tướng Chính phủ)

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 uống đóng chai
17	Bộ sản phẩm: Đồ uống không cồn khác
18	Bộ sản phẩm: Thực phẩm chức năng, thuốc dược liệu, thuốc cổ truyền
19	Bộ sản phẩm: Mỹ phẩm có thành phần từ dược liệu
20	Bộ sản phẩm: Tinh dầu và dược liệu 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 an toàn thực phẩm theo quy định; hoặc không đáp ứng về Hồ sơ đăng ký 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 gốc sản phẩm	3
<i>Yêu cầu: 100% sản phẩm được trồng trên địa bàn cấp tỉnh</i>	
<input type="checkbox"/> Sản phẩm được trồng trên địa bàn cấp xã, nhưng có tỷ lệ dưới 50%	1
<input type="checkbox"/> Sản phẩm được trồng trên địa bàn cấp xã từ 50% đến dưới 75%	2
<input type="checkbox"/> Sản phẩm được trồng trên địa bàn cấp xã từ 75% đến 100%	3
1.2. Vùng nguyên liệu được cấp chứng nhận chất lượng	2
<input type="checkbox"/> Không được cấp giấy chứng nhận chất lượng	0
<input type="checkbox"/> Được cấp giấy chứng nhận chất lượng theo tiêu chuẩn quốc gia (VietGAP, hữu cơ,...)	1
<input type="checkbox"/> Được cấp giấy chứng nhận chất lượng theo tiêu chuẩn quốc tế (GlobalGAP, hữu cơ - Organic,...)	2
1.3. Gia tăng giá trị	3
<input type="checkbox"/> Sơ chế (rửa, làm sạch, phân loại, đóng gói...) thủ công	1
<input type="checkbox"/> Ứng dụng máy móc trong sơ chế, đóng gói sản phẩm	2
<input type="checkbox"/> 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 về sản lượng hoặc giá trị sản xuất)</i>	3
<input type="checkbox"/> Có năng lực, quy mô sản xuất mức độ nhỏ	1
<input type="checkbox"/> Có năng lực, quy mô sản xuất trung bình	2
<input type="checkbox"/> Có năng lực, quy mô sản xuất lớn	3
1.5. Liên kết sản xuất	3
<input type="checkbox"/> Không có liên kết hoặc có liên kết nhưng không rõ ràng	0
<input type="checkbox"/> Có hợp đồng liên kết từ 50% đến dưới 75% sản lượng tiêu thụ	1
<input type="checkbox"/> Có hợp đồng liên kết trên 75% sản lượng tiêu thụ****	2
<input type="checkbox"/> 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 tính đến thời điểm đăng ký đánh giá, phân hạng OCOP*****	3
1.6. Bảo vệ môi trường trong quá trình sản xuất	3
<input type="checkbox"/> 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

<input type="checkbox"/> 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
<input type="checkbox"/> 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 sản xuất	1
<input type="checkbox"/> Không sử dụng công nghệ theo hướng bền vững trong sản xuất	0
<input type="checkbox"/> 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	3
<input type="checkbox"/> Sản phẩm được trồng phổ biến ở nhiều tỉnh, thành phố	0
<input type="checkbox"/> 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
<input type="checkbox"/> Sản phẩm được trồng ở nhiều nơi trên địa bàn, là sản phẩm đặc trưng của tỉnh, có chất lượng nổi trội, thương mại gắn với dấu hiệu chỉ dẫn nguồn gốc địa lý ****	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
<input type="checkbox"/> Đóng gói theo hình thức thông thường, không có bao bì	0
<input type="checkbox"/> Đóng gói theo hình thức thông thường, bao bì đơn giản	1
<input type="checkbox"/> Đóng gói sáng tạo, bao bì đẹp***	2
<input type="checkbox"/> Đóng gói sáng tạo, tiện lợi, bao bì đẹp, sang trọng	3
2.3. Phong cách, ghi nhãn hàng hóa	3
<input type="checkbox"/> Có nhãn, ghi nhãn hàng hóa đầy đủ, theo đúng quy định***	1
<input type="checkbox"/> Ghi nhãn hàng hóa đầy đủ, đúng quy định và thể hiện được thông điệp câu chuyện sản phẩm (hình ảnh hoặc lời giới thiệu)	2
<input type="checkbox"/> Ghi nhãn hàng hóa đầy đủ, đúng quy định, đẹp và thể hiện được thông điệp câu chuyện sản phẩm (hình ảnh hoặc lời giới thiệu) và có mã truy xuất nguồn gốc điện tử****	3
2.4. Ghi nhãn hàng hóa có sử dụng song ngữ (Việt - Anh hoặc ngôn ngữ nước ngoài khác)	1
3. SỨC MẠNH CỘNG ĐỒNG	12
3.1. Loại hình tổ chức sản xuất - kinh doanh	3
<input type="checkbox"/> Hộ sản xuất/hộ gia đình có đăng ký kinh doanh; hoặc trang trại; hoặc tổ hợp tác (có giấy đăng ký kinh doanh theo quy định)	1
<input type="checkbox"/> Công ty TNHH; hoặc doanh nghiệp tư nhân; hoặc công ty cổ phần có vốn góp của cộng đồng người địa phương <51%	2
<input type="checkbox"/> HTX tổ chức, hoạt động theo đúng quy định của pháp luật; hoặc công ty cổ phần có vốn góp của cộng đồng người địa phương $\geq 51\%$;	3
3.2. Đại diện pháp luật của chủ thể là nữ; hoặc đồng bào dân tộc thiểu số; hoặc người khuyết tật	1
<input type="checkbox"/> Đại diện pháp luật của chủ thể không phải nữ, không phải là đồng bào dân tộc thiểu số, không phải là người khuyết tật	0
<input type="checkbox"/> Đại diện pháp luật của chủ thể là nữ; hoặc là đồng bào dân tộc thiểu số; hoặc là người khuyết tật	1
3.3. Sử dụng lao động địa phương	3
<input type="checkbox"/> Có sử dụng từ 25% đến dưới 50% lao động là người trên địa bàn cấp xã	1
<input type="checkbox"/> Có sử dụng từ 50% đến 75% lao động là người trên địa bàn cấp xã	2

<input type="checkbox"/> Có sử dụng $\geq 75\%$ lao động là người trên địa bàn cấp xã	3
3.4. Tăng trưởng sản xuất kinh doanh	2
<input type="checkbox"/> Hợp tác xã xếp loại trung bình hoặc năm trước liền kề năm đánh giá có lợi nhuận cao hơn so với năm trước liền kề; các loại hình khác: Năm trước liền kề năm đánh giá có lợi nhuận cao hơn so với năm trước liền kề.	1
<input type="checkbox"/> Hợp tác xã xếp loại khá trở lên hoặc có 02 năm liên tiếp tăng trưởng dương về lợi nhuận tính từ năm trước liền kề năm đánh giá; các loại hình khác: Có 02 năm liên tiếp tăng trưởng dương về lợi nhuận tính từ năm trước liền kề năm đánh giá****	2
3.5. Sở hữu trí tuệ	3
<input type="checkbox"/> Đơn đăng ký nhãn hiệu đã được cơ quan có thẩm quyền chấp nhận hoặc công bố (đã qua vòng thẩm định hình thức)***	1
<input type="checkbox"/> Các nhãn hiệu sử dụng trên bao bì, nhãn của sản phẩm được cấp Giấy chứng nhận đăng ký nhãn hiệu và sản phẩm có sử dụng dấu hiệu chỉ dẫn nguồn gốc địa lý gắn với cộng đồng địa phương (trường hợp sản phẩm đã được nhà nước bảo hộ chỉ dẫn địa lý, nhãn hiệu tập thể, nhãn hiệu chứng nhận thì phải có văn bản ghi nhận quyền sử dụng)****	2
<input type="checkbox"/> Các nhãn hiệu sử dụng trên bao bì, nhãn của sản phẩm được cấp Giấy chứng nhận đăng ký nhãn hiệu và sản phẩm có sử dụng dấu hiệu chỉ dẫn nguồn gốc địa lý gắn với cộng đồng địa phương (trường hợp sản phẩm đã được nhà nước bảo hộ chỉ dẫn địa lý, nhãn hiệu tập thể, nhãn hiệu chứng nhận thì phải có văn bản ghi nhận quyền sử dụng) và có Bằng độc quyền kiểu dáng công nghiệp, hoặc Bằng sáng chế, hoặc Bằng độc quyền giải pháp hữu ích, hoặc Giấy chứng nhận đăng ký quyền tác giả (trừ Giấy chứng nhận đăng ký quyền tác giả đối với nhãn hiệu).	3
Phần B: KHẢ NĂNG TIẾP THỊ (25 Điểm)	25
4. TIẾP THỊ	13
4.1. Khu vực phân phối chính	5
<input type="checkbox"/> Thị trường trong địa bàn cấp xã	1
<input type="checkbox"/> Thị trường ngoài địa bàn cấp xã, có dưới 5 đại diện/đại lý phân phối***	2
<input type="checkbox"/> Thị trường ngoài địa bàn cấp xã, có ≥ 5 đại diện/đại lý phân phối****	3
<input type="checkbox"/> Thị trường quốc tế (có hợp đồng và tài liệu minh chứng thực hiện hợp đồng) hoặc phân phối tại các kênh thương mại hiện đại: siêu thị, thương mại điện tử, ... (có hợp đồng và tài liệu minh chứng thực hiện hợp đồng, đường dẫn gian hàng điện tử) *****	5
4.2. Tổ chức phân phối (Gồm: Tổ chức kinh doanh, phân phối sản phẩm)	3
<input type="checkbox"/> Không có người chịu trách nhiệm quản lý phân phối	0
<input type="checkbox"/> Có người chịu trách nhiệm quản lý phân phối	1
<input type="checkbox"/> Có bộ phận/phòng quản lý phân phối	2
<input type="checkbox"/> Có bộ phận/phòng quản lý phân phối, có ứng dụng công nghệ thông tin trong quản lý	3
4.3. Quảng bá sản phẩm	5
<input type="checkbox"/> Không có hoạt động quảng bá sản phẩm	0
<input type="checkbox"/> Có 03 hoạt động quảng bá sản phẩm trở xuống	1
<input type="checkbox"/> Có nhiều hơn 03 hoạt động quảng bá sản phẩm, có website của cơ sở (hoặc quảng bá trên mạng xã hội) và có tham gia hoạt động xúc tiến thương mại, hội chợ, triển lãm trong tỉnh	2
<input type="checkbox"/> Có nhiều hơn 03 hoạt động quảng bá sản phẩm, có website của cơ sở (hoặc quảng bá trên mạng xã hội) và có tham gia hoạt động xúc tiến thương mại, hội chợ, triển lãm ngoài tỉnh	3
<input type="checkbox"/> Có nhiều hơn 03 hoạt động quảng bá sản phẩm 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, hội chợ, triển lãm ngoài tỉnh và quốc tế	5

5. CÂU CHUYỆN SẢN PHẨM	12
5.1. Câu chuyện sản phẩm	5
<input type="checkbox"/> Không có câu chuyện sản phẩm	0
<input type="checkbox"/> Có câu chuyện sản phẩm	1
<input type="checkbox"/> Có câu chuyện sản phẩm được tư liệu hóa và thể hiện trên tờ rơi	2
<input type="checkbox"/> Có câu chuyện sản phẩm được tư liệu hóa, thể hiện trên tờ rơi và website (dưới dạng hình ảnh, clip,...)	3
<input type="checkbox"/> Có câu chuyện sản phẩm được tư liệu hóa, thể hiện trên tờ rơi, website (dưới dạng hình ảnh, clip,...) và đưa vào nội dung truy xuất nguồn gốc điện tử ****	5
5.2. Cấu trúc câu chuyện sản phẩm	2
<i>Chỉ áp dụng khi có câu chuyện sản phẩm</i>	
<input type="checkbox"/> Đơn giản	0
<input type="checkbox"/> Ngắn gọn, xúc tích	1
<input type="checkbox"/> Ngắn gọn, xúc tích và có văn phong kể chuyện	2
5.3. Trí tuệ/bản sắc địa phương	
<i>Yêu cầu: Nội dung câu chuyện sản phẩm OCOP phải thể hiện rõ nguồn gốc, tài nguyên bản địa, văn hóa, bản sắc địa phương, giá trị đặc trưng của sản phẩm, có tính truyền cảm và thuyết phục.</i>	5
<input type="checkbox"/> Giống với câu chuyện sản phẩm của chủ thể khác, hoặc sản phẩm khác của cùng chủ thể	0
<input type="checkbox"/> Có câu chuyện riêng, gắn với nguồn gốc xuất xứ sản phẩm***	1
<input type="checkbox"/> Nội dung câu chuyện mang sắc thái truyền thống, văn hóa địa phương và giá trị đặc trưng của sản phẩm	3
<input type="checkbox"/> Nội dung câu chuyện mang sắc thái truyền thống, văn hóa địa phương, giá trị đặc trưng của sản phẩm, có tính truyền cảm và thuyết phục	5
Phần C: CHẤT LƯỢNG SẢN PHẨM (35 Điểm)	35
6. CHỈ TIÊU CẢM QUAN	12
6.1. Kích thước, hình dạng bề ngoài	2
<input type="checkbox"/> Không đồng đều	0
<input type="checkbox"/> Không đồng đều, chấp nhận được	1
<input type="checkbox"/> Đồng đều****	2
<i>Ghi chú: Không xem xét các chỉ tiêu khác nếu sản phẩm có các tạp chất có nguy cơ ảnh hưởng đến vệ sinh an toàn thực phẩm, như: ruồi bọ, lông, len, cát sỏi</i>	
6.2. Màu sắc, độ chín	4
<input type="checkbox"/> Không phù hợp	0
<input type="checkbox"/> Chấp nhận được	1
<input type="checkbox"/> Tương đối phù hợp	2
<input type="checkbox"/> Phù hợp****	3
<input type="checkbox"/> Rất phù hợp	4
6.3. Mùi/vị	3
<input type="checkbox"/> Kém	0
<input type="checkbox"/> Trung bình	1
<input type="checkbox"/> Tương đối tốt	2
<input type="checkbox"/> Tốt	3
6.4. Tính đầy đủ về sản phẩm, sạch	3
<input type="checkbox"/> Tương đối chấp nhận được	0
<input type="checkbox"/> Chấp nhận được	1
<input type="checkbox"/> Tốt	2
<input type="checkbox"/> Rất tốt	3

7. DINH DƯỠNG (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)	3
<input type="checkbox"/> Không có	0
<input type="checkbox"/> Có 1 - 2 chỉ tiêu	1
<input type="checkbox"/> Có trên 2 chỉ tiêu	3
8. 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
<input type="checkbox"/> Trung bình	0
<input type="checkbox"/> Tương đối độc đáo	1
<input type="checkbox"/> Độc đáo, mang tính đặc trưng****	3
<input type="checkbox"/> Rất độc đáo và có tính đặc trưng	5
9. CÔNG BỐ CHẤT LƯỢNG SẢN PHẨM	5
<input type="checkbox"/> Có công bố chất lượng sản phẩm***	2
<input type="checkbox"/> Có công bố chất lượng sản phẩm theo quy định (trường hợp sản phẩm có quy chuẩn kỹ thuật quốc gia thì bắt buộc áp dụng) và áp dụng các tiêu chuẩn quốc gia	4
<input type="checkbox"/> Có công bố chất lượng sản phẩm theo quy định và áp dụng các tiêu chuẩn quốc tế	5
<i>Ghi chú: Bàn Tiêu chuẩn sản phẩm phải có phiếu kiểm nghiệm các chỉ tiêu an toàn thực phẩm</i>	
10. ĐẢM BẢO CHẤT LƯỢNG SẢN PHẨM	5
<input type="checkbox"/> Cơ sở sơ chế, đóng gói có giấy chứng nhận đủ điều kiện an toàn thực phẩm theo quy định***	1
<input type="checkbox"/> Cơ sở sơ chế, đóng gói có chứng nhận quản lý chất lượng theo tiêu chuẩn quốc gia (ISO, HACCP,...)****	3
<input type="checkbox"/> Cơ sở sơ chế, đóng gói có chứng nhận quản lý chất lượng theo tiêu chuẩn quốc tế, đủ điều kiện an toàn thực phẩm cho xuất khẩu và các thủ tục pháp lý khác theo yêu cầu của thị trường đích (ISO, HACCP, BRC, Halal, FDA...)	5
11. HƯỚNG DẪN SỬ DỤNG ĐỂ ĐẢM BẢO SẢN PHẨM CÓ CHẤT LƯỢNG TỐT NHẤT CHO NGƯỜI TIÊU DÙNG	2
<input type="checkbox"/> Có hướng dẫn sử dụng sản phẩm đơn giản	1
<input type="checkbox"/> 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
<i>Ghi chú: Đánh giá dựa trên các hợp đồng xuất khẩu đã thực hiện, hoặc các chứng nhận chất lượng đã được cấp, hoặc các thông tin về đánh giá thị trường, kết quả xúc tiến thương mại ở các thị trường tiềm năng.</i>	
<input type="checkbox"/> Có thể xuất khẩu đến thị trường khu vực Đông Nam Á	1
<input type="checkbox"/> Có thể xuất khẩu các thị trường ngoài khu vực Đông Nam Á	2
<input type="checkbox"/> 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 an toàn thực phẩm theo quy định; hoặc không đáp ứng về Hồ sơ đăng ký 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 gốc sản phẩm	3
<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>	
<input type="checkbox"/> Sản phẩm được nuôi, đánh bắt trên địa bàn cấp xã, nhưng có tỷ lệ dưới 50%	1
<input type="checkbox"/> Sản phẩm được nuôi, đánh bắt trên địa bàn cấp xã từ 50% đến dưới 75%	2
<input type="checkbox"/> Sản phẩm được nuôi, đánh bắt trên địa bàn cấp xã từ 75% đến 100%	3
1.2. Gia tăng giá trị	3
<input type="checkbox"/> Sơ chế (rửa, làm sạch, phân loại, đóng gói...) thủ công	1
<input type="checkbox"/> Ứng dụng máy móc trong sơ chế, giết mổ, đóng gói sản phẩm	2
<input type="checkbox"/> 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
<input type="checkbox"/> Không được cấp giấy chứng nhận chất lượng	0
<input type="checkbox"/> Được cấp giấy chứng nhận chất lượng theo tiêu chuẩn quốc gia (VietGAP, hữu cơ,...)	1
<input type="checkbox"/> Được cấp giấy chứng nhận chất lượng theo tiêu chuẩn quốc tế (ASC, BAP, Global GAP, MSC,...)	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 về sản lượng hoặc giá trị sản xuất)</i>	
<input type="checkbox"/> Có năng lực, quy mô sản xuất mức độ nhỏ	1
<input type="checkbox"/> Có năng lực, quy mô sản xuất trung bình	2
<input type="checkbox"/> Có năng lực, quy mô sản xuất lớn	3
1.5. Liên kết chuỗi trong sản xuất	3
<input type="checkbox"/> Không có liên kết hoặc có liên kết nhưng không rõ ràng	0
<input type="checkbox"/> Có hợp đồng liên kết từ 50% đến dưới 75% sản lượng tiêu thụ	1
<input type="checkbox"/> Có hợp đồng liên kết trên 75% sản lượng tiêu thụ****	2
<input type="checkbox"/> 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 tính đến thời điểm đăng ký đánh giá, phân hạng OCOP*****	3
1.6. Bảo vệ môi trường trong quá trình sản xuất	3

<input type="checkbox"/> 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
<input type="checkbox"/> 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
<input type="checkbox"/> 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 sản xuất	1
<input type="checkbox"/> Không sử dụng công nghệ theo hướng bền vững trong sản xuất	0
<input type="checkbox"/> 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	3
<input type="checkbox"/> Sản phẩm được nuôi trồng, đánh bắt phổ biến ở nhiều tỉnh, thành phố	0
<input type="checkbox"/> 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
<input type="checkbox"/> 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, thương mại gắn với chỉ dẫn nguồn gốc địa lý****	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 và đặc sắc.</i>	
2.2. Đóng gói, bao bì sản phẩm	3
<input type="checkbox"/> Đóng gói theo hình thức thông thường, không có bao bì	0
<input type="checkbox"/> Đóng gói theo hình thức thông thường, bao bì đơn giản	1
<input type="checkbox"/> Đóng gói sáng tạo, bao bì đẹp***	2
<input type="checkbox"/> Đóng gói sáng tạo, tiện lợi, bao bì đẹp, sang trọng	3
2.3. Phong cách, ghi nhãn hàng hóa	3
<input type="checkbox"/> Có nhãn, ghi nhãn hàng hóa đầy đủ, theo đúng quy định***	1
<input type="checkbox"/> Ghi nhãn hàng hóa đầy đủ, đúng quy định và thể hiện được thông điệp câu chuyện sản phẩm (hình ảnh hoặc lời giới thiệu)	2
<input type="checkbox"/> Ghi nhãn hàng hóa đầy đủ, đúng quy định, đẹp và thể hiện được thông điệp câu chuyện sản phẩm (hình ảnh hoặc lời giới thiệu) và có mã truy xuất nguồn gốc điện tử****	3
2.4. Ghi nhãn hàng hóa có sử dụng song ngữ (Việt - Anh hoặc ngôn ngữ nước ngoài khác)	1
3. SỨC MẠNH CỘNG ĐỒNG	12
3.1. Loại hình tổ chức sản xuất - kinh doanh	3
<input type="checkbox"/> Hộ sản xuất/hộ gia đình có đăng ký kinh doanh; hoặc trang trại; hoặc tổ hợp tác (có giấy đăng ký kinh doanh theo quy định)	1
<input type="checkbox"/> Công ty TNHH; hoặc doanh nghiệp tư nhân; hoặc công ty cổ phần có vốn góp của cộng đồng người địa phương <51%	2
<input type="checkbox"/> HTX tổ chức, hoạt động theo đúng quy định của pháp luật; hoặc công ty cổ phần có vốn góp của cộng đồng người địa phương $\geq 51\%$	3
3.2. Đại diện pháp luật của chủ thể là nữ; hoặc đồng bào dân tộc thiểu số; hoặc người khuyết tật	1
<input type="checkbox"/> Đại diện pháp luật của chủ thể không phải nữ, không phải là đồng bào dân tộc thiểu số, không phải là người khuyết tật	0
<input type="checkbox"/> Đại diện pháp luật của chủ thể là nữ; hoặc là đồng bào dân tộc thiểu số; hoặc là người khuyết tật	1
3.3. Sử dụng lao động địa phương	3
<input type="checkbox"/> Có sử dụng từ 25% đến dưới 50% lao động là người trên địa bàn cấp xã	1
<input type="checkbox"/> Có sử dụng từ 50% đến 75% lao động là người trên địa bàn cấp xã	2

<input type="checkbox"/> Có sử dụng $\geq 75\%$ lao động là người trên địa bàn cấp xã	3
3.4. Tăng trưởng sản xuất kinh doanh	2
<input type="checkbox"/> Hợp tác xã xếp loại trung bình hoặc năm trước liền kề năm đánh giá có lợi nhuận cao hơn so với năm trước liền kề; các loại hình khác: Năm trước liền kề năm đánh giá có lợi nhuận cao hơn so với năm trước liền kề.	1
<input type="checkbox"/> Hợp tác xã xếp loại khá trở lên hoặc có 02 năm liên tiếp tăng trưởng dương về lợi nhuận tính từ năm trước liền kề năm đánh giá; các loại hình khác: Có 02 năm liên tiếp tăng trưởng dương về lợi nhuận tính từ năm trước liền kề năm đánh giá****	2
3.5. Sở hữu trí tuệ	3
<input type="checkbox"/> Đơn đăng ký nhãn hiệu đã được cơ quan có thẩm quyền chấp nhận hoặc công bố (đã qua vòng thẩm định hình thức)***	1
<input type="checkbox"/> Các nhãn hiệu sử dụng trên bao bì, nhãn của sản phẩm được cấp Giấy chứng nhận đăng ký nhãn hiệu và sản phẩm có sử dụng dấu hiệu chỉ dẫn nguồn gốc địa lý gắn với cộng đồng địa phương (<i>trường hợp sản phẩm đã được nhà nước bảo hộ chỉ dẫn địa lý, nhãn hiệu tập thể, nhãn hiệu chứng nhận thì phải có văn bản ghi nhận quyền sử dụng</i>)****	2
<input type="checkbox"/> Các nhãn hiệu sử dụng trên bao bì, nhãn của sản phẩm được cấp Giấy chứng nhận đăng ký nhãn hiệu và sản phẩm có sử dụng dấu hiệu chỉ dẫn nguồn gốc địa lý gắn với cộng đồng địa phương (<i>trường hợp sản phẩm đã được nhà nước bảo hộ chỉ dẫn địa lý, nhãn hiệu tập thể, nhãn hiệu chứng nhận thì phải có văn bản ghi nhận quyền sử dụng</i>) và có Bằng độc quyền kiểu dáng công nghiệp, hoặc Bằng sáng chế, hoặc Bằng độc quyền giải pháp hữu ích, hoặc Giấy chứng nhận đăng ký quyền tác giả (trừ Giấy chứng nhận đăng ký quyền tác giả đối với nhãn hiệu).	3
Phần B: KHẢ NĂNG TIẾP THỊ (25 Điểm)	25
4. TIẾP THỊ	13
4.1. Khu vực phân phối chính	5
<input type="checkbox"/> Thị trường trong địa bàn cấp xã	1
<input type="checkbox"/> Thị trường ngoài địa bàn cấp xã, có dưới 5 đại diện/đại lý phân phối***	2
<input type="checkbox"/> Thị trường ngoài địa bàn cấp xã, có ≥ 5 đại diện/đại lý phân phối****	3
<input type="checkbox"/> Thị trường quốc tế (có hợp đồng và tài liệu minh chứng thực hiện hợp đồng) hoặc phân phối tại các kênh thương mại hiện đại: siêu thị, thương mại điện tử,... (có hợp đồng và tài liệu minh chứng thực hiện hợp đồng, đường dẫn gian hàng điện tử) *****	5
4.2. Tổ chức phân phối	3
(<i>Gồm: Tổ chức kinh doanh, phân phối sản phẩm</i>)	
<input type="checkbox"/> Không có người chịu trách nhiệm quản lý phân phối	0
<input type="checkbox"/> Có người chịu trách nhiệm quản lý phân phối	1
<input type="checkbox"/> Có bộ phận/phòng quản lý phân phối	2
<input type="checkbox"/> Có bộ phận/phòng quản lý phân phối, có ứng dụng công nghệ thông tin trong quản lý	3
4.3. Quảng bá sản phẩm	5
<input type="checkbox"/> Không có hoạt động quảng bá sản phẩm	0
<input type="checkbox"/> Có 03 hoạt động quảng bá sản phẩm trở xuống	1
<input type="checkbox"/> Có nhiều hơn 03 hoạt động quảng bá sản phẩm, có website của cơ sở (hoặc quảng bá trên mạng xã hội) và có tham gia hoạt động xúc tiến thương mại, hội chợ, triển lãm trong tỉnh	2
<input type="checkbox"/> Có nhiều hơn 03 hoạt động quảng bá sản phẩm, có website của cơ sở (hoặc quảng bá trên mạng xã hội) và có tham gia hoạt động xúc tiến thương mại, hội chợ, triển lãm ngoài tỉnh	3
<input type="checkbox"/> Có nhiều hơn 03 hoạt động quảng bá sản phẩm 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, hội chợ, triển lãm ngoài tỉnh và quốc tế	5
5. CÂU CHUYỆN SẢN PHẨM	12
5.1. Câu chuyện sản phẩm	5
<input type="checkbox"/> Không có câu chuyện sản phẩm	0

<input type="checkbox"/> Có câu chuyện sản phẩm	1
<input type="checkbox"/> Có câu chuyện sản phẩm được tư liệu hóa và thể hiện trên tờ rơi	2
<input type="checkbox"/> Có câu chuyện sản phẩm được tư liệu hóa, thể hiện trên tờ rơi và website (dưới dạng hình ảnh, clip,...)	3
<input type="checkbox"/> Có câu chuyện sản phẩm được tư liệu hóa, thể hiện trên tờ rơi, website (dưới dạng hình ảnh, clip,...) và đưa vào nội dung truy xuất nguồn gốc điện tử ****	5
5.2. Cấu trúc câu chuyện sản phẩm	2
<i>Chỉ áp dụng khi có câu chuyện sản phẩm</i>	
<input type="checkbox"/> Đơn giản	0
<input type="checkbox"/> Ngắn gọn, xúc tích	1
<input type="checkbox"/> Ngắn gọn, xúc tích và có văn phong kể chuyện	2
5.3. Trí tuệ/bản sắc địa phương	
<i>Yêu cầu: Nội dung câu chuyện sản phẩm OCOP phải thể hiện rõ nguồn gốc, tài nguyên bản địa, văn hóa, bản sắc địa phương, giá trị đặc trưng của sản phẩm, có tính truyền cảm và thuyết phục.</i>	5
<input type="checkbox"/> Giống với câu chuyện sản phẩm của chủ thể khác, hoặc sản phẩm khác của cùng chủ thể	0
<input type="checkbox"/> Có câu chuyện riêng, gắn với nguồn gốc xuất xứ sản phẩm***	1
<input type="checkbox"/> Nội dung câu chuyện mang sắc thái truyền thống, văn hóa địa phương và giá trị đặc trưng của sản phẩm	3
<input type="checkbox"/> Nội dung câu chuyện mang sắc thái truyền thống, văn hóa địa phương, giá trị đặc trưng của sản phẩm, có tính truyền cảm và thuyết phục	5
Phần C: CHẤT LƯỢNG SẢN PHẨM (35 Điểm)	35
6. CHỈ TIÊU CẢM QUAN	15
6.1. TẠP CHẤT	4
<input type="checkbox"/> Có tạp chất, chấp nhận được	1
<input type="checkbox"/> Có rất ít tạp chất, chấp nhận được	2
<input type="checkbox"/> Sạch, không phát hiện tạp chất*****	4
<i>Chú ý: Nếu có các tạp chất không chấp nhận được (có nguy cơ gây mất an toàn thực phẩm) như: Lông, côn trùng, mẫu gỗ, cát, nhựa ...sẽ không đánh giá các bước tiếp theo</i>	
6.2. Kích thước, hình dạng bề ngoài	3
<input type="checkbox"/> Không đồng đều	0
<input type="checkbox"/> Không đồng đều, chấp nhận được	1
<input type="checkbox"/> Tương đối đồng đều	2
<input type="checkbox"/> Đồng đều*****	3
6.3. Màu sắc	5
<input type="checkbox"/> Chấp nhận được	0
<input type="checkbox"/> Tương đối phù hợp với đặc tính sản phẩm	1
<input type="checkbox"/> Tốt, phù hợp với đặc tính sản phẩm****	3
<input type="checkbox"/> Rất tốt, phù hợp với đặc tính sản phẩm*****	5
6.4. Mùi	3
<input type="checkbox"/> Có mùi lạ, chấp nhận được	0
<input type="checkbox"/> Mùi không rõ, chấp nhận được	1
<input type="checkbox"/> Có mùi rõ, phù hợp với sản phẩm****	2
<input type="checkbox"/> 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>	
<input type="checkbox"/> Trung bình	0
<input type="checkbox"/> Tương đối độc đáo	1

<input type="checkbox"/> Độc đáo, mang tính đặc trưng****	3
<input type="checkbox"/> Rất độc đáo và có tính đặc trưng*****	5
8. CÔNG BỐ CHẤT LƯỢNG SẢN PHẨM	5
<input type="checkbox"/> Có công bố chất lượng sản phẩm***	2
<input type="checkbox"/> Có công bố chất lượng sản phẩm theo quy định (trường hợp sản phẩm có quy chuẩn kỹ thuật quốc gia thì bắt buộc áp dụng) và áp dụng các tiêu chuẩn quốc gia	4
<input type="checkbox"/> Có công bố chất lượng sản phẩm theo quy định và áp dụng các tiêu chuẩn quốc tế	5
<i>Ghi chú: Bản Tiêu chuẩn sản phẩm phải có phiếu kiểm nghiệm các chỉ tiêu an toàn thực phẩm</i>	
9. ĐẢM BẢO CHẤT LƯỢNG SẢN PHẨM	5
<input type="checkbox"/> Cơ sở sơ chế, đóng gói có giấy chứng nhận đủ điều kiện an toàn thực phẩm theo quy định***	1
<input type="checkbox"/> Cơ sở sơ chế, đóng gói có chứng nhận quản lý chất lượng theo tiêu chuẩn quốc gia (ISO, HACCP,...)****	3
<input type="checkbox"/> Cơ sở sơ chế, đóng gói có chứng nhận quản lý chất lượng theo tiêu chuẩn quốc tế, đủ điều kiện an toàn thực phẩm cho xuất khẩu và các thủ tục pháp lý khác theo yêu cầu của thị trường đích (ISO, HACCP, BRC, Halal, FDA...)	5
10. HƯỚNG DẪN SỬ DỤNG ĐỂ ĐẢM BẢO SẢN PHẨM CÓ CHẤT LƯỢNG TỐT NHẤT CHO NGƯỜI TIÊU DÙNG	2
<input type="checkbox"/> Có hướng dẫn sử dụng sản phẩm đơn giản	1
<input type="checkbox"/> 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
<i>Ghi chú: Đánh giá dựa trên các hợp đồng xuất khẩu đã thực hiện, hoặc các chứng nhận chất lượng đã được cấp, hoặc các thông tin về đánh giá thị trường, kết quả xúc tiến thương mại ở các thị trường tiềm năng.</i>	
<input type="checkbox"/> Có thể xuất khẩu đến thị trường khu vực Đông Nam Á	1
<input type="checkbox"/> Có thể xuất khẩu các thị trường ngoài khu vực Đông Nam Á	2
<input type="checkbox"/> 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: Giá gạo hồ sơ hoặc không tuân thủ đầy đủ các quy định về giấy chứng nhận cơ sở đủ điều kiện an toàn thực phẩm theo quy định; hoặc không đáp ứng về Hồ sơ đăng ký 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 gốc sản phẩm	3
<i>Yêu cầu: 100% sản phẩm được trồng trên địa bàn cấp tỉnh</i>	
<input type="checkbox"/> Sản phẩm được trồng trên địa bàn cấp xã, nhưng có tỷ lệ dưới 50%	1
<input type="checkbox"/> Sản phẩm được trồng trên địa bàn cấp xã từ 50% đến dưới 75%	2
<input type="checkbox"/> Sản phẩm được trồng trên địa bàn cấp xã từ 75% đến 100%	3
1.2. Vùng nguyên liệu được cấp chứng nhận chất lượng	2
<input type="checkbox"/> Không được cấp giấy chứng nhận chất lượng	0
<input type="checkbox"/> Được cấp giấy chứng nhận chất lượng theo tiêu chuẩn quốc gia (VietGAP, hữu cơ,...)	1
<input type="checkbox"/> Được cấp giấy chứng nhận chất lượng theo tiêu chuẩn quốc tế (GlobalGAP, hữu cơ - Organic,...)	2
1.3. Gia tăng giá trị	3
<input type="checkbox"/> Sơ chế (rửa, làm sạch, phân loại, đóng gói...) thủ công	1
<input type="checkbox"/> Ứng dụng máy móc trong sơ chế, đóng gói sản phẩm	2
<input type="checkbox"/> 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 về sản lượng hoặc giá trị sản xuất)</i>	
<input type="checkbox"/> Có năng lực, quy mô sản xuất mức độ nhỏ	1
<input type="checkbox"/> Có năng lực, quy mô sản xuất trung bình	2
<input type="checkbox"/> Có năng lực, quy mô sản xuất lớn	3
1.5. Liên kết chuỗi trong sản xuất	3
<input type="checkbox"/> Không có liên kết hoặc có liên kết nhưng không rõ ràng	0
<input type="checkbox"/> Có hợp đồng liên kết từ 50% đến dưới 75% sản lượng tiêu thụ	1
<input type="checkbox"/> Có hợp đồng liên kết trên 75% sản lượng tiêu thụ****	2
<input type="checkbox"/> 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 tính đến thời điểm đăng ký đánh giá, phân hạng OCOP*****	3
1.6. Bảo vệ môi trường trong quá trình sản xuất	3
<input type="checkbox"/> 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

<input type="checkbox"/> 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
<input type="checkbox"/> 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 sản xuất	1
<input type="checkbox"/> Không sử dụng công nghệ theo hướng bền vững trong sản xuất	0
<input type="checkbox"/> 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	3
<input type="checkbox"/> Sản phẩm được trồng phổ biến ở nhiều tỉnh, thành phố	0
<input type="checkbox"/> 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
<input type="checkbox"/> Sản phẩm được trồng ở nhiều nơi trên địa bàn, là sản phẩm đặc trưng của tỉnh, có chất lượng nổi trội, thương mại gắn với chỉ dẫn nguồn gốc địa lý ****	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 và đặc sắc.</i>	
2.2. Đóng gói, bao bì sản phẩm	3
<input type="checkbox"/> Đóng gói theo hình thức thông thường, không có bao bì	0
<input type="checkbox"/> Đóng gói theo hình thức thông thường, bao bì đơn giản	1
<input type="checkbox"/> Đóng gói sáng tạo, bao bì đẹp***	2
<input type="checkbox"/> Đóng gói sáng tạo, tiện lợi, bao bì đẹp, sang trọng	3
2.3. Phong cách, ghi nhãn hàng hóa	3
<input type="checkbox"/> Có nhãn, ghi nhãn hàng hóa đầy đủ, theo đúng quy định***	1
<input type="checkbox"/> Ghi nhãn hàng hóa đầy đủ, đúng quy định và thể hiện được thông điệp câu chuyện sản phẩm (hình ảnh hoặc lời giới thiệu)	2
<input type="checkbox"/> Ghi nhãn hàng hóa đầy đủ, đúng quy định, đẹp và thể hiện được thông điệp câu chuyện sản phẩm (hình ảnh hoặc lời giới thiệu) và có mã truy xuất nguồn gốc điện tử****	3
2.4. Ghi nhãn hàng hóa có sử dụng song ngữ (Việt - Anh hoặc ngôn ngữ nước ngoài khác)	1
3. SỨC MẠNH CỘNG ĐỒNG	12
3.1. Loại hình tổ chức sản xuất - kinh doanh	3
<input type="checkbox"/> Hộ sản xuất/hộ gia đình có đăng ký kinh doanh; hoặc trang trại; hoặc tổ hợp tác (có giấy đăng ký kinh doanh theo quy định)	1
<input type="checkbox"/> Công ty TNHH; hoặc doanh nghiệp tư nhân; hoặc công ty cổ phần có vốn góp của cộng đồng người địa phương <51%	2
<input type="checkbox"/> HTX tổ chức, hoạt động theo đúng quy định của pháp luật; hoặc công ty cổ phần có vốn góp của cộng đồng người địa phương ≥ 51%	3
3.2. Đại diện pháp luật của chủ thể là nữ; hoặc đồng bào dân tộc thiểu số; hoặc người khuyết tật	1
<input type="checkbox"/> Đại diện pháp luật của chủ thể không phải nữ, không phải là đồng bào dân tộc thiểu số, không phải là người khuyết tật	0
<input type="checkbox"/> Đại diện pháp luật của chủ thể là nữ; hoặc là đồng bào dân tộc thiểu số; hoặc là người khuyết tật	1
3.3. Sử dụng lao động địa phương	3
<input type="checkbox"/> Có sử dụng từ 25% đến dưới 50% lao động là người trên địa bàn cấp xã	1
<input type="checkbox"/> Có sử dụng từ 50% đến 75% lao động là người trên địa bàn cấp xã	2
<input type="checkbox"/> Có sử dụng ≥ 75% lao động là người trên địa bàn cấp xã	3

3.4. Tăng trưởng sản xuất kinh doanh	2
<input type="checkbox"/> Hợp tác xã xếp loại trung bình hoặc năm trước liền kề năm đánh giá có lợi nhuận cao hơn so với năm trước liền kề; các loại hình khác: Năm trước liền kề năm đánh giá có lợi nhuận cao hơn so với năm trước liền kề.	1
<input type="checkbox"/> Hợp tác xã xếp loại khá trở lên hoặc có 02 năm liên tiếp tăng trưởng dương về lợi nhuận tính từ năm trước liền kề năm đánh giá; các loại hình khác: Có 02 năm liên tiếp tăng trưởng dương về lợi nhuận tính từ năm trước liền kề năm đánh giá****	2
3.5. Sở hữu trí tuệ	3
<input type="checkbox"/> Đơn đăng ký nhãn hiệu đã được cơ quan có thẩm quyền chấp nhận hoặc công bố (đã qua vòng thẩm định hình thức)***	1
<input type="checkbox"/> Các nhãn hiệu sử dụng trên bao bì, nhãn của sản phẩm được cấp Giấy chứng nhận đăng ký nhãn hiệu và sản phẩm có sử dụng dấu hiệu chỉ dẫn nguồn gốc địa lý gắn với cộng đồng địa phương (<i>trường hợp sản phẩm đã được nhà nước bảo hộ chỉ dẫn địa lý, nhãn hiệu tập thể, nhãn hiệu chứng nhận thì phải có văn bản ghi nhận quyền sử dụng</i>)****	2
<input type="checkbox"/> Các nhãn hiệu sử dụng trên bao bì, nhãn của sản phẩm được cấp Giấy chứng nhận đăng ký nhãn hiệu và sản phẩm có sử dụng dấu hiệu chỉ dẫn nguồn gốc địa lý gắn với cộng đồng địa phương (<i>trường hợp sản phẩm đã được nhà nước bảo hộ chỉ dẫn địa lý, nhãn hiệu tập thể, nhãn hiệu chứng nhận thì phải có văn bản ghi nhận quyền sử dụng</i>) và có Bằng độc quyền kiểu dáng công nghiệp, hoặc Bằng sáng chế, hoặc Bằng độc quyền giải pháp hữu ích, hoặc Giấy chứng nhận đăng ký quyền tác giả (trừ Giấy chứng nhận đăng ký quyền tác giả đối với nhãn hiệu).	3
Phần B: KHẢ NĂNG TIẾP THỊ (25 Điểm)	25
4. TIẾP THỊ	13
4.1. Khu vực phân phối chính	5
<input type="checkbox"/> Thị trường trong địa bàn cấp xã	1
<input type="checkbox"/> Thị trường ngoài địa bàn cấp xã, có dưới 5 đại diện/đại lý phân phối***	2
<input type="checkbox"/> Thị trường ngoài địa bàn cấp xã, có ≥ 5 đại diện/đại lý phân phối****	3
<input type="checkbox"/> Thị trường quốc tế (có hợp đồng và tài liệu minh chứng thực hiện hợp đồng) hoặc phân phối tại các kênh thương mại hiện đại: siêu thị, thương mại điện tử,... (có hợp đồng và tài liệu minh chứng thực hiện hợp đồng, đường dẫn gian hàng điện tử) *****	5
4.2. Tổ chức phân phối	3
(<i>Gồm: Tổ chức kinh doanh, phân phối sản phẩm</i>)	
<input type="checkbox"/> Không có người chịu trách nhiệm quản lý phân phối	0
<input type="checkbox"/> Có người chịu trách nhiệm quản lý phân phối	1
<input type="checkbox"/> Có bộ phận/phòng quản lý phân phối	2
<input type="checkbox"/> Có bộ phận/phòng quản lý phân phối, có ứng dụng công nghệ thông tin trong quản lý	3
4.3. Quảng bá sản phẩm	5
<input type="checkbox"/> Không có hoạt động quảng bá sản phẩm	0
<input type="checkbox"/> Có 03 hoạt động quảng bá sản phẩm trở xuống	1
<input type="checkbox"/> Có nhiều hơn 03 hoạt động quảng bá sản phẩm, có website của cơ sở (hoặc quảng bá trên mạng xã hội) và có tham gia hoạt động xúc tiến thương mại, hội chợ, triển lãm trong tỉnh	2
<input type="checkbox"/> Có nhiều hơn 03 hoạt động quảng bá sản phẩm, có website của cơ sở (hoặc quảng bá trên mạng xã hội) và có tham gia hoạt động xúc tiến thương mại, hội chợ, triển lãm ngoài tỉnh	3
<input type="checkbox"/> Có nhiều hơn 03 hoạt động quảng bá sản phẩm 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, hội chợ, triển lãm ngoài tỉnh và quốc tế	5

5. CÂU CHUYỆN SẢN PHẨM	12
5.1. Câu chuyện sản phẩm	5
<input type="checkbox"/> Không có câu chuyện sản phẩm	0
<input type="checkbox"/> Có câu chuyện sản phẩm	1
<input type="checkbox"/> Có câu chuyện sản phẩm được tư liệu hóa và thể hiện trên tờ rơi	2
<input type="checkbox"/> Có câu chuyện sản phẩm được tư liệu hóa, thể hiện trên tờ rơi và website (dưới dạng hình ảnh, clip,...)	3
<input type="checkbox"/> Có câu chuyện sản phẩm được tư liệu hóa, thể hiện trên tờ rơi, website (dưới dạng hình ảnh, clip,...) và đưa vào nội dung truy xuất nguồn gốc điện tử ****	5
5.2. Cấu trúc câu chuyện sản phẩm	2
<i>Chỉ áp dụng khi có câu chuyện sản phẩm</i>	
<input type="checkbox"/> Đơn giản	0
<input type="checkbox"/> Ngắn gọn, xúc tích	1
<input type="checkbox"/> Ngắn gọn, xúc tích và có văn phong kể chuyện	2
5.3. Trí tuệ/bản sắc địa phương	
<i>Yêu cầu: Nội dung câu chuyện sản phẩm OCOP phải thể hiện rõ nguồn gốc, tài nguyên bản địa, văn hóa, bản sắc địa phương, giá trị đặc trưng của sản phẩm, có tính truyền cảm và thuyết phục.</i>	5
<input type="checkbox"/> Giống với câu chuyện sản phẩm của chủ thể khác, hoặc sản phẩm khác của cùng chủ thể	0
<input type="checkbox"/> Có câu chuyện riêng, gắn với nguồn gốc xuất xứ sản phẩm***	1
<input type="checkbox"/> Nội dung câu chuyện mang sắc thái truyền thống, văn hóa địa phương và giá trị đặc trưng của sản phẩm	3
<input type="checkbox"/> Nội dung câu chuyện mang sắc thái truyền thống, văn hóa địa phương, giá trị đặc trưng của sản phẩm, có tính truyền cảm và thuyết phục	5
Phần C:	
CHẤT LƯỢNG SẢN PHẨM (35 Điểm)	35
6. CHỈ TIÊU CẢM QUAN	12
6.1. Tạp chất	3
<input type="checkbox"/> Có tạp chất, chấp nhận được	1
<input type="checkbox"/> Có rất ít tạp chất, chấp nhận được	2
<input type="checkbox"/> Sạch, không phát hiện tạp chất****	3
<i>Chú ý: Nếu có các tạp chất không chấp nhận được (có nguy cơ gây mất an toàn thực phẩm) như: Lông, côn trùng, mẫu gỗ, cát, nhựa ...sẽ không đánh giá các bước tiếp theo</i>	
6.2. Kích thước, độ đồng đều	3
<input type="checkbox"/> Không đồng đều	0
<input type="checkbox"/> Không đồng đều, chấp nhận được	1
<input type="checkbox"/> Tương đối đồng đều	2
<input type="checkbox"/> Đồng đều****	3
6.3. Màu sắc	3
<input type="checkbox"/> Chấp nhận được	0
<input type="checkbox"/> Tương đối phù hợp với đặc tính sản phẩm	1
<input type="checkbox"/> Tốt, phù hợp với đặc tính sản phẩm****	2
<input type="checkbox"/> Rất tốt, phù hợp với đặc tính sản phẩm*****	3
6.4. Mùi, vị	3
<input type="checkbox"/> Có mùi/vị lạ	0
<input type="checkbox"/> Có mùi/vị tương đối phù hợp với đặc tính sản phẩm	1
<input type="checkbox"/> Có mùi/vị phù hợp với đặc tính sản phẩm****	2
<input type="checkbox"/> Có mùi/vị rất phù hợp với đặc tính sản phẩm*****	3

7. DINH DƯỠNG (Chi ra hàm lượng của các chỉ tiêu như: Amylose, cacbohydrat, năng lượng, lipid,... theo phiếu kiểm nghiệm)	3
<input type="checkbox"/> Không có	0
<input type="checkbox"/> Có 1 - 2 chỉ tiêu	1
<input type="checkbox"/> Có trên 2 chỉ tiêu	3
8. TÍNH ĐỘC ĐÁO	5
(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)	
<input type="checkbox"/> Trung bình	0
<input type="checkbox"/> Tương đối độc đáo	1
<input type="checkbox"/> Độc đáo, mang tính đặc trưng****	3
<input type="checkbox"/> Rất độc đáo và có tính đặc trưng*****	5
9. CÔNG BỐ SẢN PHẨM	5
<input type="checkbox"/> Có công bố chất lượng sản phẩm***	2
<input type="checkbox"/> Có công bố chất lượng sản phẩm theo quy định (trường hợp sản phẩm có quy chuẩn kỹ thuật quốc gia thì bắt buộc áp dụng) và áp dụng các tiêu chuẩn quốc gia	4
<input type="checkbox"/> Có công bố chất lượng sản phẩm theo quy định và áp dụng các tiêu chuẩn quốc tế	5
Ghi chú: Bản Tiêu chuẩn sản phẩm phải có phiếu kiểm nghiệm các chỉ tiêu an toàn thực phẩm	
10. ĐẢM BẢO CHẤT LƯỢNG SẢN PHẨM	5
<input type="checkbox"/> Cơ sở sơ chế, đóng gói có giấy chứng nhận đủ điều kiện an toàn thực phẩm theo quy định***	1
<input type="checkbox"/> Cơ sở sơ chế, đóng gói có chứng nhận quản lý chất lượng theo tiêu chuẩn quốc gia (ISO, HACCP,...)****	3
<input type="checkbox"/> Cơ sở sơ chế, đóng gói có chứng nhận quản lý chất lượng theo tiêu chuẩn quốc tế, đủ điều kiện an toàn thực phẩm cho xuất khẩu và các thủ tục pháp lý khác theo yêu cầu của thị trường đích (ISO, HACCP, BRC, Halal, FDA...)	5
11. HƯỚNG DẪN SỬ DỤNG ĐỂ ĐẢM BẢO SẢN PHẨM CÓ CHẤT LƯỢNG TỐT NHẤT CHO NGƯỜI TIÊU DÙNG	2
<input type="checkbox"/> Có hướng dẫn sử dụng sản phẩm đơn giản	1
<input type="checkbox"/> 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
Ghi chú: Đánh giá dựa trên các hợp đồng xuất khẩu đã thực hiện, hoặc các chứng nhận chất lượng đã được cấp, hoặc các thông tin về đánh giá thị trường, kết quả xúc tiến thương mại ở các thị trường tiềm năng.	
<input type="checkbox"/> Có thể xuất khẩu đến thị trường khu vực Đông Nam Á	1
<input type="checkbox"/> Có thể xuất khẩu các thị trường ngoài khu vực Đông Nam Á	2
<input type="checkbox"/> 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 an toàn thực phẩm theo quy định; hoặc không đáp ứng về Hồ sơ đăng ký 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 gốc sản phẩm	3
<i>Yêu cầu: 100% sản phẩm được nuôi/trồng trên địa bàn cấp tỉnh</i>	
<input type="checkbox"/> Sản phẩm được nuôi/trồng trên địa bàn cấp xã, nhưng có tỷ lệ dưới 50%	1
<input type="checkbox"/> Sản phẩm được nuôi/trồng trên địa bàn cấp xã từ 50% đến dưới 75%	2
<input type="checkbox"/> Sản phẩm được nuôi/trồng trên địa bàn cấp xã từ 75% đến 100%	3
1.2. Vùng nguyên liệu được cấp chứng nhận chất lượng	2
<input type="checkbox"/> Không được cấp giấy chứng nhận chất lượng	
<input type="checkbox"/> Được cấp giấy chứng nhận chất lượng theo tiêu chuẩn quốc gia (VietGAP, hữu cơ,...)	1
<input type="checkbox"/> Được cấp giấy chứng nhận chất lượng theo tiêu chuẩn quốc tế (GlobalGAP, hữu cơ - Organic,...)	2
1.3. Gia tăng giá trị	3
<input type="checkbox"/> Sơ chế (lọc, loại tạp chất, phân loại, đóng gói...) thủ công	1
<input type="checkbox"/> Ứng dụng máy móc trong sơ chế, đóng gói sản phẩm	2
<input type="checkbox"/> 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 về sản lượng hoặc giá trị sản xuất)</i>	3
<input type="checkbox"/> Có năng lực, quy mô sản xuất mức độ nhỏ	1
<input type="checkbox"/> Có năng lực, quy mô sản xuất trung bình	2
<input type="checkbox"/> Có năng lực, quy mô sản xuất lớn	3
1.5. Liên kết chuỗi trong sản xuất	3
<input type="checkbox"/> Không có liên kết hoặc có liên kết nhưng không rõ ràng	0
<input type="checkbox"/> Có hợp đồng liên kết từ 50% đến dưới 75% sản lượng tiêu thụ	1
<input type="checkbox"/> Có hợp đồng liên kết trên 75% sản lượng tiêu thụ****	2
<input type="checkbox"/> 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 tính đến thời điểm đăng ký đánh giá, phân hạng OCOP*****	3
1.6. Bảo vệ môi trường trong quá trình sản xuất	3
<input type="checkbox"/> 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

<input type="checkbox"/> 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
<input type="checkbox"/> 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 sản xuất	1
<input type="checkbox"/> Không sử dụng công nghệ theo hướng bền vững trong sản xuất	0
<input type="checkbox"/> 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	3
<input type="checkbox"/> Sản phẩm được sản xuất phổ biến ở nhiều tỉnh, thành phố	0
<input type="checkbox"/> 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
<input type="checkbox"/> Sản phẩm được sản xuất ở nhiều nơi trên địa bàn, là sản phẩm đặc trưng của tỉnh, có chất lượng nổi trội, thương mại gắn với chỉ dẫn nguồn gốc địa lý ****	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 và đặc sắc.</i>	
2.2. Đóng gói, bao bì sản phẩm	3
<input type="checkbox"/> Đóng gói theo hình thức thông thường, không có bao bì	0
<input type="checkbox"/> Đóng gói theo hình thức thông thường, bao bì đơn giản	1
<input type="checkbox"/> Đóng gói sáng tạo, bao bì đẹp***	2
<input type="checkbox"/> Đóng gói sáng tạo, tiện lợi, bao bì đẹp, sang trọng	3
2.3. Phong cách, ghi nhãn hàng hóa	3
<input type="checkbox"/> Có nhãn, ghi nhãn hàng hóa đầy đủ, theo đúng quy định***	1
<input type="checkbox"/> Ghi nhãn hàng hóa đầy đủ, đúng quy định và thể hiện được thông điệp câu chuyện sản phẩm (hình ảnh hoặc lời giới thiệu)	2
<input type="checkbox"/> Ghi nhãn hàng hóa đầy đủ, đúng quy định, đẹp và thể hiện được thông điệp câu chuyện sản phẩm (hình ảnh hoặc lời giới thiệu) và có mã truy xuất nguồn gốc điện tử****	3
2.4. Ghi nhãn hàng hóa có sử dụng song ngữ (Việt - Anh hoặc ngôn ngữ nước ngoài khác)	1
3. SỨC MẠNH CỘNG ĐỒNG	12
3.1. Loại hình tổ chức sản xuất - kinh doanh	3
<input type="checkbox"/> Hộ sản xuất/hộ gia đình có đăng ký kinh doanh; hoặc trang trại; hoặc tổ hợp tác (có giấy đăng ký kinh doanh theo quy định)	1
<input type="checkbox"/> Công ty TNHH; hoặc doanh nghiệp tư nhân; hoặc công ty cổ phần có vốn góp của cộng đồng người địa phương <51%	2
<input type="checkbox"/> HTX tổ chức, hoạt động theo đúng quy định của pháp luật; hoặc công ty cổ phần có vốn góp của cộng đồng người địa phương $\geq 51\%$	3
3.2. Đại diện pháp luật của chủ thể là nữ; hoặc đồng bào dân tộc thiểu số; hoặc người khuyết tật	1
<input type="checkbox"/> Đại diện pháp luật của chủ thể không phải nữ, không phải là đồng bào dân tộc thiểu số, không phải là người khuyết tật	0
<input type="checkbox"/> Đại diện pháp luật của chủ thể là nữ; hoặc là đồng bào dân tộc thiểu số; hoặc là người khuyết tật	1
3.3. Sử dụng lao động địa phương	3
<input type="checkbox"/> Có sử dụng từ 25% đến dưới 50% lao động là người trên địa bàn cấp xã	1
<input type="checkbox"/> Có sử dụng từ 50% đến 75% lao động là người trên địa bàn cấp xã	2
<input type="checkbox"/> Có sử dụng $\geq 75\%$ lao động là người trên địa bàn cấp xã	3

3.4. Tăng trưởng sản xuất kinh doanh	2
<input type="checkbox"/> Hợp tác xã xếp loại trung bình hoặc năm trước liền kề năm đánh giá có lợi nhuận cao hơn so với năm trước liền kề; các loại hình khác: Năm trước liền kề năm đánh giá có lợi nhuận cao hơn so với năm trước liền kề.	1
<input type="checkbox"/> Hợp tác xã xếp loại khá trở lên hoặc có 02 năm liên tiếp tăng trưởng dương về lợi nhuận tính từ năm trước liền kề năm đánh giá; các loại hình khác: Có 02 năm liên tiếp tăng trưởng dương về lợi nhuận tính từ năm trước liền kề năm đánh giá****	2
3.5. Sở hữu trí tuệ	3
<input type="checkbox"/> Đơn đăng ký nhãn hiệu đã được cơ quan có thẩm quyền chấp nhận hoặc công bố (đã qua vòng thẩm định hình thức)***	1
<input type="checkbox"/> Các nhãn hiệu sử dụng trên bao bì, nhãn của sản phẩm được cấp Giấy chứng nhận đăng ký nhãn hiệu và sản phẩm có sử dụng dấu hiệu chỉ dẫn nguồn gốc địa lý gắn với cộng đồng địa phương (<i>trường hợp sản phẩm đã được nhà nước bảo hộ chỉ dẫn địa lý, nhãn hiệu tập thể, nhãn hiệu chứng nhận thì phải có văn bản ghi nhận quyền sử dụng</i>)****	2
<input type="checkbox"/> Các nhãn hiệu sử dụng trên bao bì, nhãn của sản phẩm được cấp Giấy chứng nhận đăng ký nhãn hiệu và sản phẩm có sử dụng dấu hiệu chỉ dẫn nguồn gốc địa lý gắn với cộng đồng địa phương (<i>trường hợp sản phẩm đã được nhà nước bảo hộ chỉ dẫn địa lý, nhãn hiệu tập thể, nhãn hiệu chứng nhận thì phải có văn bản ghi nhận quyền sử dụng</i>) và có Bằng độc quyền kiểu dáng công nghiệp, hoặc Bằng sáng chế, hoặc Bằng độc quyền giải pháp hữu ích, hoặc Giấy chứng nhận đăng ký quyền tác giả (trừ Giấy chứng nhận đăng ký quyền tác giả đối với nhãn hiệu).	3
Phần B: KHẢ NĂNG TIẾP THỊ (25 Điểm)	25
4. TIẾP THỊ	13
4.1. Khu vực phân phối chính	5
<input type="checkbox"/> Thị trường trong địa bàn cấp xã	1
<input type="checkbox"/> Thị trường ngoài địa bàn cấp xã, có dưới 5 đại diện/đại lý phân phối***	2
<input type="checkbox"/> Thị trường ngoài địa bàn cấp xã, có ≥ 5 đại diện/đại lý phân phối****	3
<input type="checkbox"/> Thị trường quốc tế (có hợp đồng và tài liệu minh chứng thực hiện hợp đồng) hoặc phân phối tại các kênh thương mại hiện đại: siêu thị, thương mại điện tử, ... (có hợp đồng và tài liệu minh chứng thực hiện hợp đồng, đường dẫn gian hàng điện tử) *****	5
4.2. Tổ chức phân phối (Gồm: Tổ chức kinh doanh, phân phối sản phẩm)	3
<input type="checkbox"/> Không có người chịu trách nhiệm quản lý phân phối	0
<input type="checkbox"/> Có người chịu trách nhiệm quản lý phân phối	1
<input type="checkbox"/> Có bộ phận/phòng quản lý phân phối	2
<input type="checkbox"/> Có bộ phận/phòng quản lý phân phối, có ứng dụng công nghệ thông tin trong quản lý	3
4.3. Quảng bá sản phẩm	5
<input type="checkbox"/> Không có hoạt động quảng bá sản phẩm	0
<input type="checkbox"/> Có 03 hoạt động quảng bá sản phẩm trở xuống	1
<input type="checkbox"/> Có nhiều hơn 03 hoạt động quảng bá sản phẩm, có website của cơ sở (hoặc quảng bá trên mạng xã hội) và có tham gia hoạt động xúc tiến thương mại, hội chợ, triển lãm trong tỉnh	2
<input type="checkbox"/> Có nhiều hơn 03 hoạt động quảng bá sản phẩm, có website của cơ sở (hoặc quảng bá trên mạng xã hội) và có tham gia hoạt động xúc tiến thương mại, hội chợ, triển lãm ngoài tỉnh	3
<input type="checkbox"/> Có nhiều hơn 03 hoạt động quảng bá sản phẩm 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, hội chợ, triển lãm ngoài tỉnh và quốc tế	5
5. CÂU CHUYỆN SẢN PHẨM	12
5.1. Câu chuyện sản phẩm	5
<input type="checkbox"/> Không có câu chuyện sản phẩm	0
<input type="checkbox"/> Có câu chuyện sản phẩm	1

<input type="checkbox"/> Có câu chuyện sản phẩm được tư liệu hóa và thể hiện trên tờ rơi	2
<input type="checkbox"/> Có câu chuyện sản phẩm được tư liệu hóa, thể hiện trên tờ rơi và website (dưới dạng hình ảnh, clip,...)	3
<input type="checkbox"/> Có câu chuyện sản phẩm được tư liệu hóa, thể hiện trên tờ rơi, website (dưới dạng hình ảnh, clip,...) và đưa vào nội dung truy xuất nguồn gốc điện tử ****	5
5.2. Cấu trúc câu chuyện sản phẩm	2
<i>Chi áp dụng khi có câu chuyện sản phẩm</i>	
<input type="checkbox"/> Đơn giản	0
<input type="checkbox"/> Ngắn gọn, xúc tích	1
<input type="checkbox"/> Ngắn gọn, xúc tích và có văn phong kể chuyện	2
5.3. Trí tuệ/bản sắc địa phương <i>Yêu cầu: Nội dung câu chuyện sản phẩm OCOP phải thể hiện rõ nguồn gốc, tài nguyên bản địa, văn hóa, bản sắc địa phương, giá trị đặc trưng của sản phẩm, có tính truyền cảm và thuyết phục.</i>	5
<input type="checkbox"/> Giống với câu chuyện sản phẩm của chủ thể khác, hoặc sản phẩm khác của cùng chủ thể	0
<input type="checkbox"/> Có câu chuyện riêng, gắn với nguồn gốc xuất xứ sản phẩm***	1
<input type="checkbox"/> Nội dung câu chuyện mang sắc thái truyền thống, văn hóa địa phương và giá trị đặc trưng của sản phẩm	3
<input type="checkbox"/> Nội dung câu chuyện mang sắc thái truyền thống, văn hóa địa phương, giá trị đặc trưng của sản phẩm, có tính truyền cảm và thuyết phục	5
Phần C: CHẤT LƯỢNG SẢN PHẨM (35 Điểm)	35
6. CHỈ TIÊU CẢM QUAN	12
6.1. Tạp chất	2
<input type="checkbox"/> Có tạp chất	0
<input type="checkbox"/> Có rất ít tạp chất, chấp nhận được	1
<input type="checkbox"/> Sạch, không phát hiện tạp chất****	2
<i>Chú ý: Nếu có các tạp chất không chấp nhận được (có nguy cơ gây mất an toàn thực phẩm) sẽ không đánh giá các bước tiếp theo</i>	
6.2. Độ đồng đều của sản phẩm	2
<input type="checkbox"/> Không đồng đều	0
<input type="checkbox"/> Tương đối đồng đều	1
<input type="checkbox"/> Đồng đều****	2
6.3. Màu sắc, thể chất	4
<input type="checkbox"/> Chấp nhận được	0
<input type="checkbox"/> Tương đối phù hợp với đặc tính sản phẩm	1
<input type="checkbox"/> Tốt, phù hợp với đặc tính sản phẩm****	2
<input type="checkbox"/> Rất tốt, phù hợp với đặc tính sản phẩm*****	4
6.4. Mùi, vị	4
<input type="checkbox"/> Có mùi/vị lạ	0
<input type="checkbox"/> Có mùi/vị/lạ, nhưng chấp nhận được	1
<input type="checkbox"/> Có mùi/vị tương đối phù hợp với đặc tính sản phẩm	2
<input type="checkbox"/> Có mùi/vị tự nhiên, phù hợp với đặc tính sản phẩm****	3
<input type="checkbox"/> Có mùi/vị tự nhiên, rất phù hợp với đặc tính sản phẩm*****	4
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>	3
<input type="checkbox"/> Không có	0
<input type="checkbox"/> Có 1 - 2 chỉ tiêu	1
<input type="checkbox"/> Có trên 2 chỉ tiêu	3

8. 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
<input type="checkbox"/> Trung bình	0
<input type="checkbox"/> Tương đối độc đáo	1
<input type="checkbox"/> Độc đáo, mang tính đặc trưng****	3
<input type="checkbox"/> Rất độc đáo và có tính đặc trưng*****	5
9. CÔNG BỐ SẢN PHẨM	5
<input type="checkbox"/> Có công bố chất lượng sản phẩm***	2
<input type="checkbox"/> Có công bố chất lượng sản phẩm theo quy định (trường hợp sản phẩm có quy chuẩn kỹ thuật quốc gia thì bắt buộc áp dụng) và áp dụng các tiêu chuẩn quốc gia	4
<input type="checkbox"/> Có công bố chất lượng sản phẩm theo quy định và áp dụng các tiêu chuẩn quốc tế	5
<i>Ghi chú: Bản Tiêu chuẩn sản phẩm phải có phiếu kiểm nghiệm các chỉ tiêu an toàn thực phẩm</i>	
10. ĐẢM BẢO CHẤT LƯỢNG SẢN PHẨM	5
<input type="checkbox"/> Cơ sở sơ chế, đóng gói có giấy chứng nhận đủ điều kiện an toàn thực phẩm theo quy định***	1
<input type="checkbox"/> Cơ sở sơ chế, đóng gói có chứng nhận quản lý chất lượng theo tiêu chuẩn quốc gia (ISO, HACCP,...)****	3
<input type="checkbox"/> Cơ sở sơ chế, đóng gói có chứng nhận quản lý chất lượng theo tiêu chuẩn quốc tế, đủ điều kiện an toàn thực phẩm cho xuất khẩu và các thủ tục pháp lý khác theo yêu cầu của thị trường đích (ISO, HACCP, BRC, Halal, FDA...)	5
11. HƯỚNG DẪN SỬ DỤNG ĐỂ ĐẢM BẢO SẢN PHẨM CÓ CHẤT LƯỢNG TỐT NHẤT CHO NGƯỜI TIÊU DÙNG	2
<input type="checkbox"/> Có hướng dẫn sử dụng sản phẩm đơn giản	1
<input type="checkbox"/> 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
<i>Ghi chú: Đánh giá dựa trên các hợp đồng xuất khẩu đã thực hiện, hoặc các chứng nhận chất lượng đã được cấp, hoặc các thông tin về đánh giá thị trường, kết quả xúc tiến thương mại ở các thị trường tiềm năng.</i>	
<input type="checkbox"/> Có thể xuất khẩu đến thị trường khu vực Đông Nam Á	1
<input type="checkbox"/> Có thể xuất khẩu các thị trường ngoài khu vực Đông Nam Á	2
<input type="checkbox"/> 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)