

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

Tên sản phẩm:

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

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

Tên chủ thể sản xuất:

Số điện thoại:

Địa chỉ:

Hồ sơ bị loại khi: Giả mạo hồ sơ hoặc không tuân thủ đầy đủ các quy định về giấy chứng nhận cơ sở đủ điều kiện 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 nguyên liệu	5
<input type="checkbox"/> Có sử dụng nguyên liệu có nguồn gốc trong tỉnh, nhưng có tỷ lệ dưới 50%***	1
<input type="checkbox"/> Sử dụng nguyên liệu có nguồn gốc trong tỉnh từ 50% đến dưới 75%	3
<input type="checkbox"/> Sử dụng nguyên liệu có nguồn gốc trong tỉnh từ 75% đến 100%	5
<i>Ghi chú: Bị loại nếu sử dụng toàn bộ nguyên liệu nhập khẩu hoặc không rõ nguồn gốc</i>	
1.2. Gia tăng giá trị	3
<input type="checkbox"/> Chế biến đơn giản	1
<input type="checkbox"/> Chế biến	2
<input type="checkbox"/> Chế biến sâu từ vùng nguyên liệu địa phương (tạo ra sản phẩm chất lượng cao theo nhu cầu của thị trường)	3
1.3. Năng lực sản xuất để đáp ứng yêu cầu phân phối <i>(Khả năng sản xuất đáp ứng nhu cầu về số lượng/quy mô của thị trường, so sánh với quy mô trung bình ở cùng đối tượng sản xuất tại địa phương 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
1.4. 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
1.5. 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
1.6. 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 về nguyên liệu, kỹ thuật truyền thống	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/sản phẩm mới được chế biến từ nguyên liệu đặc trưng của địa phương	2
<input type="checkbox"/> Sản phẩm là đặc sản, truyền thống, chỉ sản xuất trên địa bàn của xã, có chất lượng đặc sắc, thương mại gắn với chỉ dẫn nguồn gốc địa lý hoặc sản phẩm mới được chế biến từ nguyên liệu đặc trưng của địa phương, được thương mại ổn định ít nhất 36 tháng ****	3
<i>Ghi chú: Bị loại nếu phát hiện giống hệt sản phẩm của nhà sản xuất khác, chỉ thay đổi tên sản phẩm, nhà sản xuất</i>	
2.2. Đóng gói, bao bì sản phẩm	3
<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 (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	15
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 (các tạp chất 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. Thễ chất	3
<input type="checkbox"/> Không phù hợp	0
<input type="checkbox"/> Tương đối phù hợp với tính chất của sản phẩm	1
<input type="checkbox"/> Phù hợp với tính chất của sản phẩm	2
<input type="checkbox"/> Rất phù hợp với tính chất của sản phẩm	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"/> Phù hợp với đặc tính sản phẩm****	2
<input type="checkbox"/> Rất phù hợp với đặc tính sản phẩm*****	3
6.4. Mùi	3
<input type="checkbox"/> Có mùi lạ (như khét,...)	0
<input type="checkbox"/> Có mùi chấp nhận được	1
<input type="checkbox"/> Mùi phù hợp đặc trưng của sản phẩm****	2
<input type="checkbox"/> Mùi phù hợp đặc trưng của sản phẩm, hấp dẫn*****	3
6.5. Vị	4
<input type="checkbox"/> Vị khác thường	0
<input type="checkbox"/> Chấp nhận được	1
<input type="checkbox"/> Phù hợp với đặc trưng của sản phẩm****	2
<input type="checkbox"/> Phù hợp với đặc trưng của sản phẩm, hấp dẫn*****	4
7. TÍNH ĐỘC ĐÁO	
<i>(Chất lượng: Có nét riêng, khác biệt, có dấu hiệu nhận biết rõ ràng so với sản phẩm khác, tiềm năng thành thương hiệu của địa phương)</i>	5
<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 chế biến, đóng gói có giấy chứng nhận đủ điều kiện an toàn thực phẩm theo quy định***	1
<input type="checkbox"/> Cơ sở chế biến, đóng gói có chứng nhận quản lý chất lượng theo tiêu chuẩn quốc gia (ISO, HACCP,...)****	3
<input type="checkbox"/> Cơ sở chế biến, 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)

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

Tên sản phẩm:

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

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

Tên chủ thể sản xuất:

Số điện thoại:

Địa chỉ:

Hồ sơ bị loại khi: Giả mạo hồ sơ hoặc không tuân thủ đầy đủ các quy định về giấy chứng nhận cơ sở đủ điều kiện 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 nguyên liệu	3
<input type="checkbox"/> Có sử dụng nguyên liệu có nguồn gốc trong tỉnh, nhưng có tỷ lệ dưới 50%***	1
<input type="checkbox"/> Sử dụng nguyên liệu có nguồn gốc trong tỉnh từ 50% đến dưới 75%	2
<input type="checkbox"/> Sử dụng nguyên liệu có nguồn gốc trong tỉnh từ 75% đến 100%	3
<i>Ghi chú: Bị loại nếu sử dụng toàn bộ nguyên liệu nhập khẩu hoặc không rõ nguồn gốc</i>	
1.2. Vùng nguyên liệu được cấp chứng nhận chất lượng	2
<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"/> Chế biến đơn giản	1
<input type="checkbox"/> Chế biến	2
<input type="checkbox"/> Chế biến sâu từ vùng nguyên liệu địa phương (tạo ra sản phẩm chất lượng cao theo nhu cầu của thị trường)	3
1.4. Năng lực sản xuất để đáp ứng yêu cầu phân phối <i>(Khả năng sản xuất đáp ứng nhu cầu về số lượng/quy mô của thị trường, so sánh với quy mô trung bình ở cùng đối tượng sản xuất tại địa phương 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 về nguyên liệu, kỹ thuật truyền thống	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/sản phẩm mới được chế biến từ nguyên liệu đặc trưng của địa phương	2
<input type="checkbox"/> Sản phẩm là đặc sản, truyền thống, chỉ sản xuất trên địa bàn của xã, có chất lượng đặc sắc, thương mại gắn với chỉ dẫn nguồn gốc địa lý hoặc sản phẩm mới được chế biến từ nguyên liệu đặc trưng của địa phương, được thương mại ổn định ít nhất 36 tháng ****	3
<i>Ghi chú: Bị loại nếu phát hiện giống hệt sản phẩm của nhà sản xuất khác, chỉ thay đổi tên sản phẩm, nhà sản xuất</i>	
2.2. Đóng gói, bao bì sản phẩm	3
<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 $\geq 75\%$ 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 VỀ 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	15
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 (các tạp chất 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. Thễ chất	3
<input type="checkbox"/> Không phù hợp	0
<input type="checkbox"/> Tương đối phù hợp với tính chất của sản phẩm	1
<input type="checkbox"/> Phù hợp với tính chất của sản phẩm	2
<input type="checkbox"/> Rất phù hợp với tính chất của sản phẩm	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"/> Phù hợp với đặc tính sản phẩm****	2
<input type="checkbox"/> Rất phù hợp với đặc tính sản phẩm*****	3
6.4. Mùi	3
<input type="checkbox"/> Có mùi lạ (như khét,...)	0
<input type="checkbox"/> Có mùi chấp nhận được	1
<input type="checkbox"/> Mùi phù hợp đặc trưng của sản phẩm****	2
<input type="checkbox"/> Mùi phù hợp đặc trưng của sản phẩm, hấp dẫn*****	3
6.5. Vị	4
<input type="checkbox"/> Vị khác thường	0
<input type="checkbox"/> Chấp nhận được	1
<input type="checkbox"/> Phù hợp với đặc trưng của sản phẩm****	2
<input type="checkbox"/> Phù hợp với đặc trưng của sản phẩm, hấp dẫn*****	4

7. TÍNH ĐỘC ĐÁO (Chất lượng: Có nét riêng, khác biệt, có dấu hiệu nhận biết rõ ràng so với sản phẩm khác, tiềm năng thành thương hiệu của địa phương)	5
<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 chế biến, đóng gói có giấy chứng nhận đủ điều kiện an toàn thực phẩm theo quy định***	1
<input type="checkbox"/> Cơ sở chế biến, đóng gói có chứng nhận quản lý chất lượng theo tiêu chuẩn quốc gia (ISO, HACCP,...)****	3
<input type="checkbox"/> Cơ sở chế biến, 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)

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

(Sản phẩm: Thực phẩm. Nhóm: Chè)

Tên sản phẩm:

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

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

Tên chủ thể sản xuất:

Số điện thoại:

Địa chỉ:

Hồ sơ bị loại khi: Giả mạo hồ sơ hoặc không tuân thủ đầy đủ các quy định về giấy chứng nhận cơ sở đủ điều kiện 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 nguyên liệu	3
<input type="checkbox"/> Có sử dụng nguyên liệu có nguồn gốc trong tỉnh, nhưng có tỷ lệ dưới 50%	1
<input type="checkbox"/> Sử dụng nguyên liệu có nguồn gốc trong tỉnh từ 50% đến dưới 75%***	2
<input type="checkbox"/> Sử dụng nguyên liệu có nguồn gốc trong tỉnh từ 75% đến 100%	3
<i>Ghi chú: Bị loại nếu sử dụng toàn bộ nguyên liệu nhập khẩu hoặc không rõ nguồn gốc</i>	
1.2. Vùng nguyên liệu được cấp chứng nhận chất lượng	2
<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"/> Phân loại, sơ chế	0
<input type="checkbox"/> Chế biến đơn giản	1
<input type="checkbox"/> Chế biến	2
<input type="checkbox"/> Chế biến sâu từ vùng nguyên liệu địa phương (tạo ra sản phẩm chất lượng cao theo nhu cầu của thị trường)	3
1.4. Năng lực sản xuất để đáp ứng yêu cầu phân phối <i>(Khả năng sản xuất đáp ứng nhu cầu về số lượng/quy mô của thị trường, so sánh với quy mô trung bình ở cùng đối tượng sản xuất tại địa phương 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 về nguyên liệu, kỹ thuật truyền thống	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/sản phẩm mới được chế biến từ nguyên liệu đặc trưng của địa phương	2
<input type="checkbox"/> Sản phẩm là đặc sản, truyền thống, chỉ sản xuất trên địa bàn của xã, có chất lượng đặc sắc, thương mại gắn với chỉ dẫn nguồn gốc địa lý hoặc sản phẩm mới được chế biến từ nguyên liệu đặc trưng của địa phương, được thương mại ổn định ít nhất 36 tháng ****	3
<i>Ghi chú: Bị loại nếu phát hiện giống hệt sản phẩm của nhà sản xuất khác, chỉ thay đổi tên sản phẩm, nhà sản xuất</i>	
2.2. Đóng gói, bao bì sản phẩm	3
<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	15
6.1. Ngoại hình	4
6.1.1. 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 (các tạp chất 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>	
6.1.2. Hình dạng, màu sắc cánh chè	2
<input type="checkbox"/> Hình dạng/màu không phù hợp	0
<input type="checkbox"/> Đồng đều, màu tự nhiên, tương đối phù hợp với tính chất sản phẩm	1
<input type="checkbox"/> Đồng đều, màu tự nhiên, phù hợp với tính chất sản phẩm****	2
6.2 Nước pha	11
6.2.1 Màu nước	3
<input type="checkbox"/> Hơi đục, màu nhạt, chấp nhận được	0
<input type="checkbox"/> Trong sáng, phù hợp (với tính chất sản phẩm)	1
<input type="checkbox"/> Trong sáng, rất phù hợp	2
<input type="checkbox"/> Trong sáng, rất phù hợp, bền màu	3
6.2.2 Mùi nước	3
<input type="checkbox"/> Có mùi lạ (chấp nhận được) hoặc không rõ mùi	0
<input type="checkbox"/> Thơm tự nhiên, nhẹ	1
<input type="checkbox"/> Thơm tự nhiên, mạnh	2
<input type="checkbox"/> Thơm tự nhiên, mạnh, bền mùi	3
6.2.3. Vị nước	5
<input type="checkbox"/> Vị khác thường (chấp nhận được) hoặc không rõ vị	0
<input type="checkbox"/> Tương đối đậm phù hợp (với tính chất sản phẩm)	1

<input type="checkbox"/> Vị đậm, dịu, phù hợp	3
<input type="checkbox"/> Vị đậm, dịu, phù hợp, có hậu vị ngọt	5
7. TÍNH ĐỘC ĐÁO (Chất lượng: Có nét riêng, khác biệt, có dấu hiệu nhận biết rõ ràng so với sản phẩm khác, tiềm năng thành thương hiệu của địa phương)	5
<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>	5
9. ĐẢM BẢO CHẤT LƯỢNG SẢN PHẨM	
<input type="checkbox"/> Cơ sở chế biến, đóng gói có giấy chứng nhận đủ điều kiện an toàn thực phẩm theo quy định***	1
<input type="checkbox"/> Cơ sở chế biến, đóng gói có chứng nhận quản lý chất lượng theo tiêu chuẩn quốc gia (ISO, HACCP,...)****	3
<input type="checkbox"/> Cơ sở chế biến, 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)

12. Sản phẩm trà từ thực vật khác (Sản phẩm: Thực phẩm. Nhóm: Chè)

Tên sản phẩm:

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

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

Tên chủ thể sản xuất:

Số điện thoại:

Địa chỉ:

Hồ sơ bị loại khi: Giả mạo hồ sơ hoặc không tuân thủ đầy đủ các quy định về giấy chứng nhận cơ sở đủ điều kiện 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 nguyên liệu	3
<input type="checkbox"/> Có sử dụng nguyên liệu có nguồn gốc trong tỉnh, nhưng có tỷ lệ dưới 50%	1
<input type="checkbox"/> Sử dụng nguyên liệu có nguồn gốc trong tỉnh từ 50% đến dưới 75%***	2
<input type="checkbox"/> Sử dụng nguyên liệu có nguồn gốc trong tỉnh từ 75% đến 100%	3
<i>Ghi chú: Bị loại nếu sử dụng toàn bộ nguyên liệu nhập khẩu hoặc không rõ nguồn gốc</i>	
1.2. Vùng nguyên liệu được cấp chứng nhận chất lượng	2
<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"/> Phân loại, sơ chế	0
<input type="checkbox"/> Chế biến đơn giản	1
<input type="checkbox"/> Chế biến	2
<input type="checkbox"/> Chế biến sâu từ vùng nguyên liệu địa phương (tạo ra sản phẩm chất lượng cao theo nhu cầu của thị trường)	3
1.4. Năng lực sản xuất để đáp ứng yêu cầu phân phối <i>(Khả năng sản xuất đáp ứng nhu cầu về số lượng/quy mô của thị trường, so sánh với quy mô trung bình ở cùng đối tượng sản xuất tại địa phương 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 về nguyên liệu, kỹ thuật truyền thống	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/sản phẩm mới được chế biến từ nguyên liệu đặc trưng của địa phương	2
<input type="checkbox"/> Sản phẩm là đặc sản, truyền thống, chỉ sản xuất trên địa bàn của xã, có chất lượng đặc sắc, thương mại gắn với chỉ dẫn nguồn gốc địa lý hoặc sản phẩm mới được chế biến từ nguyên liệu đặc trưng của địa phương, được thương mại ổn định ít nhất 36 tháng ****	3
<i>Ghi chú: Bị loại nếu phát hiện giống hệt sản phẩm của nhà sản xuất khác, chỉ thay đổi tên sản phẩm, nhà sản xuất</i>	
2.2. Đóng gói, bao bì sản phẩm	3
<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 (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	15
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 (các tạp chất 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. Hình dạng (Của ngoại hình trà, trà thảo mộc, ...)	2
<input type="checkbox"/> Không đồng đều, chấp nhận được	0
<input type="checkbox"/> Tương đối đồng đều, phù hợp	1
<input type="checkbox"/> Đồng đều, phù hợp	2
6.3. Màu nước	3
<input type="checkbox"/> Hơi đục, màu nhạt, chấp nhận được	0
<input type="checkbox"/> Trong sáng, phù hợp (với tính chất sản phẩm)	1
<input type="checkbox"/> Trong sáng, rất phù hợp****	2
<input type="checkbox"/> Trong sáng, rất phù hợp, bền màu	3
6.4. Mùi nước	3
<input type="checkbox"/> Có mùi lạ (chấp nhận được) hoặc không rõ mùi	0
<input type="checkbox"/> Thơm tự nhiên, nhẹ	1
<input type="checkbox"/> Thơm tự nhiên, mạnh****	2
<input type="checkbox"/> Thơm tự nhiên, mạnh, bền mùi	3
6.5. Vị nước	5
<input type="checkbox"/> Vị khác thường (chấp nhận được) hoặc không rõ vị	0
<input type="checkbox"/> Tương đối đậm phù hợp (với tính chất sản phẩm)	1
<input type="checkbox"/> Vị đậm, dịu, phù hợp****	3
<input type="checkbox"/> Vị đậm, dịu, phù hợp, có hậu vị ngọt	5

7. TÍNH ĐỘC ĐÁO <i>(Chất lượng: Có nét riêng, khác biệt, có dấu hiệu nhận biết rõ ràng so với sản phẩm khác, tiềm năng thành thương hiệu của địa phương)</i>	5
<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 chế biến, đóng gói có giấy chứng nhận đủ điều kiện an toàn thực phẩm theo quy định***	1
<input type="checkbox"/> Cơ sở chế biến, đóng gói có chứng nhận quản lý chất lượng theo tiêu chuẩn quốc gia (ISO, HACCP,...)****	3
<input type="checkbox"/> Cơ sở chế biến, 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)

13. Sản phẩm cà phê, ca cao

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

Tên sản phẩm:

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

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

Tên chủ thể sản xuất:

Số điện thoại:

Địa chỉ:

Hồ sơ bị loại khi: Giả mạo hồ sơ hoặc không tuân thủ đầy đủ các quy định về giấy chứng nhận cơ sở đủ điều kiện 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 nguyên liệu	3
<input type="checkbox"/> Có sử dụng nguyên liệu có nguồn gốc trong tỉnh, nhưng có tỷ lệ dưới 50%	1
<input type="checkbox"/> Sử dụng nguyên liệu có nguồn gốc trong tỉnh từ 50% đến dưới 75%***	2
<input type="checkbox"/> Sử dụng nguyên liệu có nguồn gốc trong tỉnh từ 75% đến 100%	3
<i>Ghi chú: Bị loại nếu sử dụng toàn bộ nguyên liệu nhập khẩu hoặc không rõ nguồn gốc</i>	
1.2. Vùng nguyên liệu được cấp chứng nhận chất lượng	2
<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"/> Phân loại, sơ chế	0
<input type="checkbox"/> Chế biến đơn giản	1
<input type="checkbox"/> Chế biến	2
<input type="checkbox"/> Chế biến sâu từ vùng nguyên liệu địa phương (tạo ra sản phẩm chất lượng cao theo nhu cầu của thị trường)	3
1.4. Năng lực sản xuất để đáp ứng yêu cầu phân phối <i>(Khả năng sản xuất đáp ứng nhu cầu về số lượng/quy mô của thị trường, so sánh với quy mô trung bình ở cùng đối tượng sản xuất tại địa phương 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 về nguyên liệu, kỹ thuật truyền thống	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/sản phẩm mới được chế biến từ nguyên liệu đặc trưng của địa phương	2
<input type="checkbox"/> Sản phẩm là đặc sản, truyền thống, chỉ sản xuất trên địa bàn của xã, có chất lượng đặc sắc, thương mại gắn với chỉ dẫn nguồn gốc địa lý hoặc sản phẩm mới được chế biến từ nguyên liệu đặc trưng của địa phương, được thương mại ổn định ít nhất 36 tháng ****	3
<i>Ghi chú: Bị loại nếu phát hiện giống hệt sản phẩm của nhà sản xuất khác, chỉ thay đổi tên sản phẩm, nhà sản xuất</i>	
2.2. Đóng gói, bao bì sản phẩm	3
<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)	4
<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	3
<input type="checkbox"/> Có bộ phận/phòng quản lý phân phối, có ứng dụng công nghệ thông tin trong quản lý	4
4.3. Quảng bá sản phẩm	4
<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	4
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. Ngoại hình	10
6.1.1 Tạp chất lạ	2
<input type="checkbox"/> Có các tạp chất, chấp nhận được	0
<input type="checkbox"/> Có rất ít tạp chất, chấp nhận được	1
<input type="checkbox"/> Sạch, không có tạp chất	2
<i>Ghi chú: Nếu có tạp chất lạ có nguy cơ gây mất AN TOÀN THỰC PHẨM như đất, côn trùng, lông, len ... sẽ không đánh giá các bước tiếp theo.</i>	
6.1.2. Trạng thái/hình dạng	2
<input type="checkbox"/> Không đồng đều, chấp nhận được	0
<input type="checkbox"/> Tương đối đồng đều, phù hợp	1
<input type="checkbox"/> Đồng đều, phù hợp	2
6.1.3. Màu sắc	2
<input type="checkbox"/> Không đồng đều hoặc bị cháy	0
<input type="checkbox"/> Đồng đều, tự nhiên, tương đối phù hợp (với tính chất sản phẩm)	1
<input type="checkbox"/> Đồng đều, tự nhiên, phù hợp	2
6.1.4 Mùi	2
<input type="checkbox"/> Có mùi lạ (chấp nhận được) hoặc không rõ mùi	0
<input type="checkbox"/> Thơm tự nhiên đặc trưng, nhẹ	1
<input type="checkbox"/> Thơm tự nhiên đặc trưng, mạnh	2
6.1.5 Vị	2
<input type="checkbox"/> Vị khác thường (chấp nhận được) hoặc không rõ vị	0
<input type="checkbox"/> Vị đậm đà phù hợp (với tính chất sản phẩm)	1
<input type="checkbox"/> Vị đậm đà, hấp dẫn	2
6.2 Nước pha	5
6.2.1 Màu nước	2
<input type="checkbox"/> Hơi đục, màu nhạt, chấp nhận được	0
<input type="checkbox"/> Đậm, sánh, phù hợp (với tính chất sản phẩm)	1
<input type="checkbox"/> Đậm, sánh, rất phù hợp	2

6.2.2. Mùi, vị	3
<input type="checkbox"/> Khác thường (chấp nhận được) hoặc không rõ vị	0
<input type="checkbox"/> Mùi, vị phù hợp với đặc tính sản phẩm	1
<input type="checkbox"/> Mùi vị hấp dẫn, đặc sắc	3
7. TÍNH ĐỘC ĐÁO (Chất lượng: Có nét riêng, khác biệt, có dấu hiệu nhận biết rõ ràng so với sản phẩm khác, tiềm năng thành thương hiệu của địa phương)	5
<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 chế biến, đóng gói có giấy chứng nhận đủ điều kiện an toàn thực phẩm theo quy định***	1
<input type="checkbox"/> Cơ sở chế biến, đóng gói có chứng nhận quản lý chất lượng theo tiêu chuẩn quốc gia (ISO, HACCP,...)****	3
<input type="checkbox"/> Cơ sở chế biến, 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)

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

Tên sản phẩm:

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

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

Tên chủ thể sản xuất:

Số điện thoại:

Địa chỉ:

Hồ sơ bị loại khi: Giả mạo hồ sơ hoặc không tuân thủ đầy đủ các quy định về giấy chứng nhận cơ sở đủ điều kiện 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	17
1.1. Nguồn nguyên liệu	4
<input type="checkbox"/> Có sử dụng nguyên liệu có nguồn gốc trong tỉnh, nhưng có tỷ lệ dưới 50%***	1
<input type="checkbox"/> Sử dụng nguyên liệu có nguồn gốc trong tỉnh từ 50% đến dưới 75%	2
<input type="checkbox"/> Sử dụng nguyên liệu có nguồn gốc trong tỉnh từ 75% đến 100%	4
<i>Ghi chú: Bị loại nếu sử dụng toàn bộ nguyên liệu nhập khẩu hoặc không rõ nguồn gốc</i>	
1.2. Gia tăng giá trị	3
<input type="checkbox"/> Chế biến thông thường	1
<input type="checkbox"/> Sử dụng kỹ thuật thủ công để nâng cao chất lượng sản phẩm	2
<input type="checkbox"/> Áp dụng công nghệ để nâng cao chất lượng sản phẩm	3
1.3. Năng lực sản xuất để đáp ứng yêu cầu phân phối <i>(Khả năng sản xuất đáp ứng nhu cầu về số lượng/quy mô của thị trường, so sánh với quy mô trung bình ở cùng đối tượng sản xuất tại địa phương 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
1.4. 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
1.5. 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
1.6. 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	11
2.1. Nguồn gốc ý tưởng sản phẩm	4
<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 về nguyên liệu, kỹ thuật truyền thống	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	2
<input type="checkbox"/> Sản phẩm là đặc sản, truyền thống, chỉ sản xuất trên địa bàn của xã, có chất lượng đặc sắc, thương mại gắn với chỉ dẫn nguồn gốc địa lý ****	4
<i>Ghi chú: Bị loại nếu phát hiện giống hệt sản phẩm của nhà sản xuất khác, chỉ thay đổi tên sản phẩm, nhà sản xuất</i>	
2.2. Đóng gói, bao bì sản phẩm	3
<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 (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	15
6.1. TẠP CHẤT LẠ	2
<input type="checkbox"/> Có tạp chất	0
<input type="checkbox"/> Có rất ít tạp chất/có cặn, chấp nhận được	1
<input type="checkbox"/> Sạch, không phát hiện tạp chất/cặn	2
6.2. MÀU SẮC	3
<input type="checkbox"/> Không trong suốt, chấp nhận được	0
<input type="checkbox"/> Tương đối trong suốt	1
<input type="checkbox"/> Trong suốt, không màu	3
6.3. MÙI	5
<input type="checkbox"/> Khác thường hoặc không rõ mùi	0
<input type="checkbox"/> Mùi nhẹ, phù hợp (với đặc trưng nguyên liệu sử dụng, loại sản phẩm)	1
<input type="checkbox"/> Mùi mạnh, phù hợp	2
<input type="checkbox"/> Mùi mạnh, phù hợp, hấp dẫn	3
<input type="checkbox"/> Mùi mạnh, phù hợp, rất hấp dẫn	5
6.4. VỊ	5
<input type="checkbox"/> Vị khác thường hoặc không rõ vị	0
<input type="checkbox"/> Tương đối rõ, chấp nhận được	1
<input type="checkbox"/> Vị đậm, phù hợp (với đặc trưng nguyên liệu sử dụng, loại sản phẩm)	2
<input type="checkbox"/> Vị đậm, dịu, phù hợp	3
<input type="checkbox"/> Vị đậm, dịu, phù hợp, hấp dẫn	5
7. TÍNH ĐỘC ĐÁO <i>(Chất lượng: Có nét riêng, khác biệt, có dấu hiệu nhận biết rõ ràng so với sản phẩm khác, tiềm năng thành thương hiệu của địa phương)</i>	5
<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 chế biến, đóng gói có giấy chứng nhận đủ điều kiện an toàn thực phẩm theo quy định***	1

<input type="checkbox"/> Cơ sở chế biến, đóng gói có chứng nhận quản lý chất lượng theo tiêu chuẩn quốc gia (ISO, HACCP,...)****	3
<input type="checkbox"/> Cơ sở chế biến, 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. CƠ HỘI THỊ TRƯỜNG TOÀN CẦU	5
<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	3
<input type="checkbox"/> Có thể xuất khẩu đến các thị trường có tiêu chuẩn cao (Mỹ, Nhật, EU...)	5
TỔNG CỘNG	100

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

Ý kiến của người đánh giá:

.....

..., ngày ... tháng ... năm ...

Người đánh giá
 (Ký và ghi rõ họ tên)