

Số: /KH-UBND

Tuyên Quang, ngày tháng 5 năm 2026

## KẾ HOẠCH

**Thực hiện Quyết định số 173/QĐ-TTg ngày 27/01/2026  
của Thủ tướng Chính phủ phê duyệt Chiến lược truyền thông, quảng bá  
hình ảnh Việt Nam ra nước ngoài giai đoạn 2026 - 2030, tầm nhìn  
đến năm 2045 trên địa bàn tỉnh Tuyên Quang**

Căn cứ Kết luận số 57-KL/TW ngày 15/6/2023 của Bộ Chính trị về tiếp tục nâng cao chất lượng, hiệu quả công tác thông tin đối ngoại trong tình hình mới;

Căn cứ Nghị định số 72/2015/NĐ-CP ngày 07/9/2015 của Chính phủ về quản lý hoạt động thông tin đối ngoại;

Căn cứ Quyết định số 173/QĐ-TTg ngày 27/01/2026 của Thủ tướng Chính phủ phê duyệt Chiến lược truyền thông quảng bá hình ảnh Việt Nam ra nước ngoài giai đoạn 2026 - 2030, tầm nhìn đến năm 2045 (sau đây gọi tắt là Chiến lược);

Căn cứ Kế hoạch số 142/KH-UBND ngày 11/12/2025 của UBND tỉnh Tuyên Quang về thực hiện Kết luận số 57-KL/TW ngày 15/6/2023 của Bộ Chính trị về tiếp tục nâng cao chất lượng, hiệu quả công tác thông tin đối ngoại trong tình hình mới;

Căn cứ Kế hoạch số 129/KH-UBND ngày 27/3/2026 của Ủy ban nhân dân tỉnh Tuyên Quang về công tác thông tin đối ngoại năm 2026.

Ủy ban nhân dân tỉnh ban hành Kế hoạch triển khai thực hiện Chiến lược, như sau:

### I. MỤC ĐÍCH, YÊU CẦU

#### 1. Mục đích

- Triển khai thực hiện hiệu quả Chiến lược truyền thông quảng bá hình ảnh Việt Nam ra nước ngoài giai đoạn 2026-2030, tầm nhìn đến năm 2045 phù hợp với điều kiện thực tiễn của tỉnh Tuyên Quang.

- Đẩy mạnh truyền thông, quảng bá hình ảnh con người Tuyên Quang thân thiện, thiên nhiên hùng vĩ; giới thiệu tiềm năng, thế mạnh, các cơ chế chính sách ưu đãi, hỗ trợ khuyến khích, mời gọi đầu tư, xúc tiến thương mại, du lịch tỉnh Tuyên Quang đến với nhân dân, bạn bè trong nước, quốc tế.

- Nâng cao hiệu quả công tác quản lý thông tin tuyên truyền; kịp thời giải quyết các khủng hoảng về thông tin, truyền thông. Thông qua công tác thông tin, tuyên truyền, quảng bá góp phần xây dựng hình ảnh, thương hiệu, vị thế của tỉnh Tuyên Quang với bạn bè trong nước và quốc tế.

#### 2. Yêu cầu

- Công tác truyền thông, quảng bá phải đảm bảo sự lãnh đạo, chỉ đạo của

Tỉnh ủy, sự quản lý, điều hành thống nhất của Ủy ban nhân dân tỉnh và sự phối hợp chặt chẽ giữa các cơ quan Trung ương và địa phương, các sở, ban, ngành, đoàn thể trong tỉnh về công tác thông tin, tuyên truyền, góp phần tiếp tục thực hiện có hiệu quả đường lối, chính sách đối ngoại của Đảng, Nhà nước.

- Chú trọng công tác truyền thông toàn diện, chuyên nghiệp và hiện đại; ứng dụng chuyển đổi số quốc gia, tận dụng thành tựu của trí tuệ nhân tạo (AI) và dữ liệu lớn để tối ưu hóa hiệu quả lan tỏa.

- Nội dung Kế hoạch phải phân công rõ trách nhiệm của các sở, ban, ngành, địa phương trong tổ chức triển khai thực hiện; bảo đảm sự phối hợp đồng bộ, hiệu quả trong công tác truyền thông quảng bá hình ảnh của tỉnh ra nước ngoài.

## **II. MỤC TIÊU**

### **1. Mục tiêu cụ thể đến năm 2030**

- Xây dựng hình ảnh tỉnh Tuyên Quang gắn liền với một Việt Nam hòa bình, năng động, sáng tạo, giàu bản sắc văn hóa và hội nhập sâu rộng.

- Tăng ít nhất 20%/năm về mức độ hiện diện và uy tín của tỉnh trên các kênh truyền thông quốc tế và nền tảng số.

- Đạt 100% sự liên kết chặt chẽ về nội dung quảng bá giữa tỉnh với các bộ, ngành Trung ương.

- Tăng tỷ lệ thông tin tích cực về tỉnh trên phương tiện truyền thông quốc tế ít nhất 20%/năm.

- Ứng dụng mạnh mẽ trí tuệ nhân tạo (AI) và dữ liệu lớn để lan tỏa thông tin và đo lường hiệu quả truyền thông.

- 100% các xã, phường thực hiện truyền thông quảng bá hình ảnh địa phương ra nước ngoài theo định hướng chung của Chiến lược.

### **2. Tầm nhìn đến năm 2045**

- Góp phần đưa Việt Nam vào Top 30 thế giới về Chỉ số Sức mạnh mềm quốc gia.

- Hình ảnh tỉnh được nhận diện rõ nét là địa phương nhân văn, sáng tạo, là điểm đến hấp dẫn về du lịch và đầu tư. Xây dựng Tuyên Quang trở thành trung tâm du lịch quốc gia và quốc tế. Định vị thương hiệu Tuyên Quang là “Trung tâm du lịch di sản văn hóa - lịch sử - sinh thái của vùng Trung du miền núi phía Bắc và Việt Nam”.

## **III. NHIỆM VỤ VÀ GIẢI PHÁP**

### **1. Đổi mới mạnh mẽ tư duy, thống nhất nhận thức và hành động về công tác truyền thông quảng bá hình ảnh tỉnh Tuyên Quang ra nước ngoài**

- Tạo sự thống nhất cao về nhận thức trong toàn hệ thống chính trị của tỉnh về vai trò, ý nghĩa của công tác truyền thông quảng bá hình ảnh tỉnh Tuyên Quang ra nước ngoài.

- Đổi mới tư duy truyền thông theo hướng chuyển từ tuyên truyền một chiều sang xây dựng hình ảnh, thương hiệu và phát huy giá trị đặc trưng của tỉnh Tuyên Quang; lấy việc lan tỏa giá trị văn hóa, con người, tiềm năng và lợi thế của tỉnh làm trọng tâm; tăng

cường truyền thông đa chiều, khách quan; bảo đảm nội dung sáng tạo, hấp dẫn, phù hợp với từng khu vực, thị trường và nhóm công chúng mục tiêu ở nước ngoài.

## **2. Xây dựng nội dung và thông điệp truyền thông**

- Xây dựng hệ thống nhận diện hình ảnh địa phương theo hướng chuyên nghiệp, hiện đại, phù hợp với chuẩn mực quốc tế nhưng vẫn làm nổi bật được giá trị đặc trưng của vùng địa đầu cực Bắc của Tổ quốc.

- Xây dựng thông điệp truyền thông gắn với các giá trị tiêu biểu, sản phẩm đặc trưng của tỉnh để quảng bá, định vị thương hiệu hình ảnh tỉnh Tuyên Quang nổi bật là điềm đến thân thiện, an toàn, giàu bản sắc văn hóa truyền thống.

- Xây dựng nội dung truyền thông có chiều sâu, lấy yếu tố con người làm trung tâm, thông qua việc kể các câu chuyện tiêu biểu, giàu bản sắc về con người Tuyên Quang, các sản phẩm đặc trưng (*như chè Shan Tuyết, cam Sành Hàm Yên, ...*) và các giá trị văn hóa, lịch sử, thiên nhiên của tỉnh; tập trung khai thác, giới thiệu các danh lam, thắng cảnh, di tích tiêu biểu (*như Khu di tích quốc gia đặc biệt Tân Trào, Khu du lịch sinh thái Na Hang - Lâm Bình, Di tích lịch sử Căng Bắc Mê, Di tích kiến trúc nghệ thuật Nhà Vương, Công viên địa chất toàn cầu cao nguyên đá Đổng Văn, Sông Nho Quế, ...*) gắn với thông điệp rõ ràng, hấp dẫn, phù hợp từng đối tượng, qua đó lan tỏa hình ảnh đất nước, con người Việt Nam nói chung và tỉnh Tuyên Quang nói riêng đến bạn bè trong nước và quốc tế.

- Phối hợp với các cơ quan báo chí Trung ương xây dựng các sản phẩm truyền thông, phim phóng sự, tài liệu, ký sự giới thiệu quảng bá hình ảnh của tỉnh lan tỏa rộng rãi bạn bè trong nước và quốc tế.

- Thường xuyên đăng tải thông tin tuyên truyền, video clip quảng bá giới thiệu hình ảnh Tuyên Quang trên Cổng Thông tin điện tử tỉnh ([tuyenquang.gov.vn](http://tuyenquang.gov.vn)); trang thông tin điện tử đối ngoại (<https://doingoai.tuyenquang.gov.vn>) Fanpage Thông tin Tuyên Quang; App Tuyen Quang ID; Zalo OA Chính quyền điện tử tỉnh Tuyên Quang và trang thông tin điện tử của các sở, ban ngành, địa phương.

## **3. Thiết lập hệ sinh thái truyền thông số toàn diện**

- Tận dụng mạnh mẽ công nghệ số, trí tuệ nhân tạo (AI) và dữ liệu lớn để sản xuất, phân phối nội dung đa ngôn ngữ trên các nền tảng xuyên biên giới.

- Chuyển đổi các thông tin quảng bá sang dạng số, tăng cường tính tương tác và hiện diện của hình ảnh Tuyên Quang trên không gian mạng toàn cầu.

- Tổ chức triển khai các chiến dịch quảng bá theo phương thức kết hợp trực tiếp và trực tuyến; tăng cường số hóa nội dung, hình ảnh từ các sự kiện của tỉnh để lan tỏa trên nền tảng số, góp phần nâng cao vị thế và hình ảnh địa phương trong nước và quốc tế.

- Tăng cường công tác truyền thông đối ngoại; chủ động phối hợp, hợp tác với các cơ quan báo chí và tổ chức truyền thông quốc tế uy tín nhằm quảng bá hình ảnh địa phương một cách có định hướng, bài bản và bền vững.

#### **4. Nâng cao hiệu quả phối hợp liên ngành, liên cấp và huy động nguồn lực xã hội**

- Tăng cường phối hợp giữa tỉnh với các bộ, ngành Trung ương và các cơ quan đại diện Việt Nam ở nước ngoài trong việc cung cấp thông tin tích cực về địa phương.

- Tăng cường liên kết, hợp tác giữa tỉnh với các bộ, ngành Trung ương, các địa phương trong xây dựng và triển khai kế hoạch truyền thông, quảng bá hình ảnh; đồng thời đẩy mạnh chuẩn hóa, đồng bộ hệ thống thông tin theo định hướng Chiến lược quốc gia về ứng dụng công nghệ thông tin trong cơ quan nhà nước, bảo đảm kết nối, chia sẻ, khai thác và trích xuất dữ liệu thông suốt giữa Trung ương và địa phương, phục vụ hiệu quả công tác truyền thông, quảng bá hình ảnh của tỉnh.

- Xây dựng hệ thống dữ liệu thông tin đối ngoại của tỉnh để bảo đảm kết nối và chia sẻ dữ liệu với hệ thống chung của quốc gia.

- UBND các xã, phường chủ động phát triển thương hiệu đặc trưng gắn với bản sắc vùng miền và tích hợp vào dữ liệu chung của tỉnh.

- Huy động nguồn lực xã hội hóa, khuyến khích doanh nghiệp, tổ chức, cá nhân và người có ảnh hưởng (KOLs) tham gia quảng bá hình ảnh tỉnh Tuyên Quang.

- Phát huy sức mạnh của cộng đồng người Việt Nam ở nước ngoài trong quảng bá hình ảnh và cơ hội phát triển của tỉnh Tuyên Quang.

#### **5. Phát triển nguồn nhân lực và nâng cao năng lực truyền thông của tỉnh Tuyên Quang**

- Tăng cường đào tạo, bồi dưỡng đội ngũ làm truyền thông theo hướng chuyên nghiệp, hiện đại và đa nền tảng.

- Nâng cao năng lực sáng tạo nội dung chuyển từ truyền thông một chiều sang truyền thông đa chiều, lấy việc tạo cảm hứng, chia sẻ các giá trị văn hóa địa phương làm trọng tâm để khơi dậy thiện cảm của công chúng quốc tế.

- Khai thác hiệu quả giá trị văn hoá và hình ảnh con người Tuyên Quang hiền hòa, hiếu khách, năng động sẽ là nền tảng cốt lõi để xây dựng niềm tin của bạn bè quốc tế đối với địa phương.

#### **6. Thiết lập cơ chế giám sát, đánh giá và điều chỉnh linh hoạt**

- Thiết lập và từng bước hoàn thiện hệ thống cơ sở dữ liệu truyền thông đối ngoại của tỉnh Tuyên Quang nhằm tổng hợp, phân tích và theo dõi thông tin, hình ảnh của tỉnh trên các phương tiện truyền thông trong nước, quốc tế và các nền tảng số.

- Xây dựng tiêu chí đánh giá hiệu quả truyền thông phù hợp với điều kiện thực tiễn của tỉnh, tập trung vào các chỉ số cụ thể như: số lượng tin, bài; lượt tiếp cận và tương tác trên nền tảng số; số đoàn khách, nhà đầu tư quan tâm; mức độ tham gia của các cơ quan báo chí trung ương và đối tác truyền thông.

- Định kỳ hằng năm sơ kết, tổng kết để kịp thời điều chỉnh nhiệm vụ, giải pháp; biểu dương và nhân rộng các mô hình, sáng kiến hiệu quả trong quảng bá hình ảnh tỉnh Tuyên Quang trong nước và quốc tế.

#### **IV. KINH PHÍ THỰC HIỆN**

- Từ nguồn ngân sách nhà nước theo quy định của Luật Ngân sách.
- Căn cứ nhiệm vụ hằng năm các đơn vị, địa phương có liên quan xây dựng kế hoạch và dự toán kinh phí thực hiện, tổng hợp chung trong kế hoạch dự toán ngân sách hằng năm của đơn vị, địa phương trình cấp có thẩm quyền phê duyệt.
- Huy động từ nguồn tài trợ, đóng góp của các tổ chức, doanh nghiệp và các nguồn hợp pháp khác (nếu có).

#### **V. TỔ CHỨC THỰC HIỆN**

##### **1. Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch**

- Chủ trì tham mưu UBND tỉnh xây dựng khung nội dung, thông điệp truyền thông và bộ nhận diện hình ảnh tỉnh Tuyên Quang.
- Trực tiếp quản lý nhà nước về báo chí, xuất bản, thông tin đối ngoại, thông tin điện tử phục vụ quảng bá hình ảnh tỉnh.
- Phát triển nền tảng quảng bá số, hệ thống dữ liệu dùng chung và quy trình xử lý khủng hoảng truyền thông quốc tế.
- Định kỳ đánh giá hiệu quả công tác truyền thông quảng bá hình ảnh tỉnh.

##### **2. Sở Tài chính**

Trên cơ sở khả năng cân đối ngân sách địa phương, các chương trình, kế hoạch của Trung ương về triển khai Chiến lược theo Quyết định số 173/QĐ-TTg ngày 27/01/2026 của Thủ tướng Chính phủ và các nguồn vốn huy động hợp pháp khác, tham mưu, đề xuất Ủy ban nhân dân tỉnh bố trí kinh phí thực hiện Kế hoạch theo quy định.

Hướng dẫn các cơ quan, đơn vị có liên quan trong thực hiện cơ chế tài chính theo quy định; Cung cấp thông tin quảng bá về thành tựu phát triển Kinh tế - Văn hóa - Xã hội của tỉnh; tình hình thu hút đầu tư, các chương trình hợp tác, chính sách hỗ trợ doanh nghiệp; kết quả triển khai các thỏa thuận hợp tác với địa phương, tổ chức trong và ngoài nước.

##### **3. Sở Ngoại vụ**

- Tham mưu lồng ghép nội dung quảng bá hình ảnh Tuyên Quang trong các hoạt động đối ngoại, chương trình hợp tác quốc tế, nội dung làm việc với các đoàn khách nước ngoài.
- Phối hợp cung cấp tài liệu giới thiệu tiềm năng, thế mạnh của tỉnh tới Bộ Ngoại giao và các cơ quan đại diện ngoại giao Việt Nam ở nước ngoài và các tổ chức quốc tế có quan hệ hợp tác với tỉnh.
- Xây dựng bộ tài liệu quảng bá chuẩn bằng tiếng Việt - Anh - Trung gồm: hồ sơ giới thiệu tỉnh, video clip quảng bá, bộ ảnh chất lượng cao để phục vụ hiệu quả hơn nữa công tác tuyên truyền, quảng bá của tỉnh.

#### **4. Sở Công Thương**

Chủ trì triển khai các hoạt động thông tin, tuyên truyền, xúc tiến thương mại nhằm quảng bá hình ảnh tỉnh Tuyên Quang là nền kinh tế năng động, môi trường đầu tư thuận lợi, điểm đến tin cậy đối với các nhà đầu tư, đối tác thương mại trong nước và quốc tế thông qua các hội chợ, triển lãm, các chương trình xúc tiến thương mại trong và ngoài nước.

#### **5. Sở Nông nghiệp và Môi trường**

- Xây dựng hình ảnh Tuyên Quang là địa phương có nền nông nghiệp xanh, bền vững; quảng bá các sản phẩm OCOP đặc sắc gắn với du lịch nông thôn.

- Thúc đẩy thông điệp “mỗi xã một sản phẩm - mỗi sản phẩm một câu chuyện” ra thị trường quốc tế.

#### **6. Sở Khoa học và Công nghệ**

Chủ trì, phối hợp với Sở Văn hoá, Thể thao và Du lịch tuyên truyền về đổi mới sáng tạo, chuyển đổi số và ứng dụng khoa học, công nghệ trên địa bàn tỉnh; giới thiệu các mô hình, sản phẩm, giải pháp tiêu biểu, qua đó góp phần nâng cao hình ảnh Tuyên Quang là địa phương từng bước ứng dụng khoa học, công nghệ phục vụ phát triển kinh tế - xã hội.

#### **7. Sở Giáo dục và Đào tạo**

Tuyên truyền đến cán bộ, học sinh, sinh viên về vai trò của công tác truyền thông, quảng bá hình ảnh quốc gia, hình ảnh Tuyên Quang ra nước ngoài; hướng dẫn cán bộ, học sinh, sinh viên tuyên truyền, quảng bá tiềm năng, thế mạnh hình ảnh vùng đất, con người, lịch sử, những di tích lịch sử, danh lam thắng cảnh, nét văn hoá đặc sắc của tỉnh trên các nền tảng số.

#### **8. Các cơ quan báo chí, Công Thông tin điện tử tỉnh.**

- Xây dựng chuyên trang, chuyên mục giới thiệu tiềm năng, thế mạnh của tỉnh; tăng cường phóng sự, bài viết về du lịch, văn hóa, sản phẩm đặc trưng.

- Đa dạng hóa hình thức tuyên truyền (báo in, báo điện tử, phát thanh, truyền hình, mạng xã hội); chú trọng nội dung phù hợp với người dân vùng sâu, vùng xa, vùng biên giới.

- Tăng cường sản xuất các nội dung truyền thông bằng tiếng dân tộc thiểu số để vừa phục vụ công tác thông tin đối nội, vừa có thể trở thành sản phẩm thông tin đối ngoại độc đáo, giới thiệu sự đa dạng, bản sắc văn hóa và tiến bộ nhân quyền của tỉnh Tuyên Quang nói riêng và Việt Nam nói chung.

- Cung cấp, trao đổi, chia sẻ thông tin, dữ liệu để đảm bảo nội dung thông tin về tỉnh Tuyên Quang cung cấp cho nền tảng; khai thác nền tảng phục vụ công tác tuyên truyền, truyền thông chính sách trên các ấn phẩm báo chí, kênh phát thanh truyền hình; phối hợp, cho phép khai thác dữ liệu phục vụ truyền thông quảng bá hình ảnh Việt Nam ra nước ngoài, phục vụ công tác thông tin đối ngoại.

#### **9. Đề nghị Ủy ban Mặt trận Tổ quốc Việt Nam tỉnh**

Ủy ban Mặt trận Tổ quốc Việt Nam tỉnh và các tổ chức chính trị - xã hội phối hợp chặt chẽ trong công tác tuyên truyền, vận động đoàn viên, hội viên và các tầng

lớp Nhân dân tích cực tham gia quảng bá hình ảnh Việt Nam và tỉnh Tuyên Quang ra nước ngoài; đồng thời lồng ghép nội dung truyền thông đối ngoại vào các cuộc vận động và phong trào thi đua yêu nước, góp phần nâng cao hiệu quả công tác thông tin, tuyên truyền trên địa bàn Tuyên Quang.

#### **10. Ủy ban nhân dân các xã, phường** (sau đây gọi chung là địa phương)

- Căn cứ định hướng chung của tỉnh, chủ động xây dựng và triển khai hoạt động tuyên truyền, quảng bá hình ảnh địa phương; giới thiệu các giá trị văn hóa, cảnh quan, sản phẩm đặc trưng và mô hình phát triển tiêu biểu trên địa bàn.

- Thực hiện truyền thông quảng bá hình ảnh địa phương ra nước ngoài theo định hướng chung của Chiến lược.

- Phát huy hệ thống truyền thanh cơ sở, bảng tin và các nền tảng phù hợp để cung cấp thông tin tích cực, chính xác về địa phương; kịp thời phản ánh, xử lý thông tin sai lệch ảnh hưởng đến uy tín địa phương.

- Đổi mới nội dung, phương thức tuyên truyền theo hướng hiện đại, ứng dụng mạnh mẽ công nghệ thông tin và các phương tiện truyền thông mới; khai thác hiệu quả môi trường internet và các nền tảng mạng xã hội (YouTube, Facebook, TikTok, Zalo...); duy trì, nâng cao chất lượng hoạt động trang thông tin điện tử, bản tin và hệ thống bảng tin điện tử công cộng (màn hình LED); đồng thời tổ chức biên soạn, xuất bản, phát hành các xuất bản phẩm, ấn phẩm truyền thông nhằm quảng bá hình ảnh địa phương ra nước ngoài.

- Bố trí nguồn lực trong phạm vi ngân sách được giao để triển khai các hoạt động truyền thông, bảo đảm thiết thực, hiệu quả.

Trên đây là Kế hoạch triển khai thực hiện Quyết định số 173/QĐ-TTg ngày 27/01/2026 của Thủ tướng Chính phủ phê duyệt Chiến lược truyền thông quảng bá hình ảnh Việt Nam ra nước ngoài giai đoạn 2026 - 2030, tầm nhìn đến năm 2045 trên địa bàn tỉnh Tuyên Quang, đề nghị các cơ quan, đơn vị nghiêm túc triển khai thực hiện, định kỳ hằng năm báo cáo về Ủy ban nhân dân tỉnh (qua Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch) trước ngày 10/11 để tổng hợp báo cáo Ủy ban nhân dân tỉnh và Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch theo quy định./.

#### **Nơi nhận:**

- Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch;
- Thường trực Tỉnh ủy;
- Đảng ủy UBND tỉnh;
- Chủ tịch, các PCT UBND tỉnh;
- Ủy ban MTTQVN tỉnh và các tổ chức chính trị - xã hội tỉnh;
- Các sở, ban, ngành;
- Báo và phát thanh, truyền hình Tuyên Quang;
- Trung tâm Thông tin - Hội nghị, Văn phòng UBND tỉnh;
- UBND các xã, phường;
- Lưu: VT, VHXH.

**TM. ỦY BAN NHÂN DÂN**  
**K/T CHỦ TỊCH**  
**PHÓ CHỦ TỊCH**

**Vương Ngọc Hà**