

Số: /KH-UBND

Điện Biên, ngày tháng 5 năm 2026

## KẾ HOẠCH

**Triển khai 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 Điện Biên.**

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;

Thực hiện Kế hoạch số 34-KH/TU ngày 28/02/2026 của Ban Thường vụ Tỉnh ủy về việc triển khai Nghị quyết số 80-NQ/TW, ngày 07/01/2026 của Bộ Chính trị về phát triển văn hóa Việt Nam;

Tiếp theo Kế hoạch số 3216/KH-UBND, ngày 23/4/2026 của UBND tỉnh về việc triển khai Kế hoạch số 34-KH/TU ngày 28/02/2026 của Ban Thường vụ Tỉnh ủy về việc triển khai Nghị quyết số 80-NQ/TW, ngày 07/01/2026 của Bộ Chính trị về phát triển văn hóa Việt Nam;

Ủy ban nhân dân tỉnh ban hành Kế hoạch triển khai, cụ thể như sau:

### I. MỤC ĐÍCH, YÊU CẦU

#### 1. Mục đích

- Truyền thông, giới thiệu và quảng bá hình ảnh Việt Nam, hình ảnh, con người, lịch sử, văn hóa tỉnh Điện Biên ra nước ngoài theo định hướng Chiến lược truyền thông quảng bá hình ảnh Việt Nam ra nước ngoài giai đoạn 2026-2030, tầm nhìn đến năm 2045; qua đó, nâng cao nhận thức, thiện cảm và sự tin tưởng của cộng đồng quốc tế đối với những thành tựu phát triển của đất nước và của tỉnh Điện Biên; khẳng định vị thế, uy tín và bản sắc văn hóa của tỉnh; tạo môi trường thuận lợi để mở rộng hợp tác quốc tế, thu hút đầu tư, phát triển du lịch và thúc đẩy phát triển kinh tế - xã hội bền vững.

- Phân công rõ nhiệm vụ, trách nhiệm cho các sở, ngành, địa phương; bảo đảm sự phối hợp đồng bộ, thống nhất và hiệu quả.

#### 2. Yêu cầu

- Công tác truyền thông phải đảm bảo tính chuyên nghiệp, hiện đại, phù hợp với chuẩn mực quốc tế, có trọng tâm, trọng điểm. Nội dung đảm bảo tính chính xác, phong phú và phù hợp với mục tiêu tuyên truyền.

- Đảm bảo sự lãnh đạo, chỉ đạo trực tiếp của Tỉnh ủy; sự quản lý, điều hành của UBND tỉnh; phát huy sức mạnh tổng hợp của cả hệ thống chính trị.
- Kết hợp hài hòa giữa truyền thông truyền thống và truyền thông số; tận dụng tối đa thành tựu của công nghệ số, dữ liệu lớn (Big Data) và trí tuệ nhân tạo (AI) để nâng cao hiệu quả quảng bá.
- Bảo đảm công tác theo dõi, đánh giá hiệu quả truyền thông theo từng giai đoạn, phù hợp với điều kiện thực tế của tỉnh.

## **II. NHIỆM VỤ VÀ GIẢI PHÁP**

### **1. Đổi mới mạnh mẽ tư duy, thống nhất cao về nhận thức và hành động về vai trò của truyền thông quảng bá hình ảnh tỉnh Điện Biên ra nước ngoài**

- Tạo sự thống nhất về nhận thức của các sở, ban, ngành, tổ chức chính trị - xã hội, địa phương và Nhân dân về vai trò của công tác truyền thông, quảng bá hình ảnh Điện Biên ra nước ngoài; coi đây là nhiệm vụ chính trị, đối ngoại, văn hóa và kinh tế tổng hợp, đòi hỏi sự phối hợp đồng bộ của các sở, ban, ngành, tổ chức chính trị - xã hội, địa phương, cơ quan báo chí, doanh nghiệp, người dân trong tỉnh và cộng đồng người Việt Nam ở nước ngoài.
- Chuyển đổi mạnh mẽ từ tư duy truyền thông một chiều sang truyền thông tương tác, xây dựng hình ảnh, thương hiệu và sức mạnh mềm; lấy việc tạo cảm hứng, chia sẻ giá trị làm trọng tâm để khơi dậy, cũng như duy trì thiện cảm của công chúng quốc tế.

### **2. Xây dựng nội dung, thông điệp và định vị thương hiệu tỉnh Điện Biên**

- Thiết lập các thông điệp cốt lõi có trọng tâm, trọng điểm; linh hoạt điều chỉnh theo từng giai đoạn, từng thị trường và từng nhóm công chúng mục tiêu.
- Khai thác các câu chuyện, hình mẫu, nhân vật, sự kiện, sáng kiến, sản phẩm tiêu biểu trên nhiều lĩnh vực nhằm lan tỏa và định vị thương hiệu “Điện Biên” gắn với hình ảnh con người thân thiện, mến khách; sở hữu giá trị lịch sử đặc biệt với Quân thể di tích Quốc gia đặc biệt Chiến trường Điện Biên Phủ; cảnh quan thiên nhiên hùng vĩ, cùng các lễ hội đặc trưng như: Lễ hội Hoa Ban, Lễ hội Hoa Anh Đào, Lễ hội Đền Hoàng Công Chất, Lễ hội đua thuyền đuôi én, Ngày hội văn hóa các dân tộc..., cùng hệ thống di sản văn hóa phong phú, trong đó có 02 di sản được UNESCO ghi danh vào Danh sách di sản văn hóa phi vật thể đại diện của nhân loại (Thực hành Then của người Tày, Nùng, Thái ở Việt Nam; Nghệ thuật Xòe Thái)...
- Xây dựng bộ nhận diện thương hiệu tỉnh Điện Biên đồng bộ, chuyên nghiệp, gắn với việc xây dựng bộ nhận diện hình ảnh quốc gia Việt Nam để bảo đảm tính thống nhất.

- Tập trung truyền thông về hình ảnh Điện Biên có lợi thế nổi bật để phát triển du lịch với ba trụ cột: Du lịch lịch sử - tâm linh; Du lịch văn hóa dân tộc; Du

lịch sinh thái, nghỉ dưỡng, chăm sóc sức khỏe; tiềm năng về kinh tế cửa khẩu, sản xuất nông nghiệp hàng hóa và năng lượng tái tạo; các nội dung trên được phủ thông tin thường xuyên, liên tục trên các nền tảng truyền thông trong nước và quốc tế. Thông qua đó, góp phần định vị hình ảnh Điện Biên là điểm đến tiềm năng, đang được khai mở, có sức hấp dẫn đối với các nhà đầu tư trong và ngoài nước.

- Tăng cường truyền thông phương châm hành động của tỉnh: ***“Tinh thần Điện Biên Phủ năm xưa thấp lên trong thời bình như một mệnh lệnh phát triển”***, gắn với việc phản ánh rõ nét quyết tâm của tỉnh trong đồng hành cùng doanh nghiệp, tạo lập môi trường đầu tư thông thoáng, minh bạch và triển khai hiệu quả các cam kết sau Hội nghị Xúc tiến đầu tư năm 2026.

- Chủ động phối hợp với các cơ quan thông tấn, báo chí đối ngoại của Việt Nam, các đơn vị truyền thông quốc tế và các nền tảng mạng xã hội để cung cấp thông tin tích cực, khách quan góp phần nâng cao vị thế của tỉnh ra quốc tế. Tăng tỷ lệ thông tin tích cực về tỉnh Điện Biên (ít nhất 20%/năm) trên các phương tiện truyền thông quốc tế (báo chí, mạng xã hội, nền tảng số...) và giảm thiểu ảnh hưởng tiêu cực từ thông tin sai lệch, xuyên tạc liên quan đến tỉnh Điện Biên.

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

- Ứng dụng mạnh mẽ công nghệ số, trí tuệ nhân tạo và dữ liệu trong sản xuất và phân phối nội dung truyền thông, xây dựng hệ sinh thái nội dung số đa ngôn ngữ trên các nền tảng số xuyên biên giới.

- Xây dựng kho dữ liệu số dùng chung phục vụ công tác truyền thông đối ngoại gồm: hình ảnh, video clip, phim tư liệu, ấn phẩm điện tử, dữ liệu du lịch, di sản văn hóa, sản phẩm OCOP, sản phẩm đặc trưng của tỉnh; bảo đảm kết nối, chia sẻ dữ liệu với các nền tảng quảng bá quốc gia và các cơ quan thông tấn, báo chí.

- Tổ chức các chiến dịch quảng bá kết hợp hình thức trực tiếp và trực tuyến; số hóa nội dung, hình ảnh từ các sự kiện truyền thông để lan tỏa trên nền tảng số.

- Đẩy mạnh quảng bá và hiện diện hình ảnh Điện Biên trên các nền tảng số; hợp tác với các đối tác truyền thông nước ngoài có quan điểm, hoạt động tích cực, ủng hộ Việt Nam; phát huy vai trò của kiều bào, chuyên gia uy tín có đóng góp cho sự phát triển của đất nước và mạng lưới KOLs quốc tế có định hướng cụ thể nhằm lan tỏa hình ảnh Điện Biên đến với đông đảo bạn bè trong và ngoài nước.

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

- Khuyến khích các cơ quan, đơn vị, địa phương chủ động xây dựng kế hoạch truyền thông riêng, phù hợp với chức năng nhiệm vụ của cơ quan, đơn vị; tiềm năng, thế mạnh địa phương.

- Phát huy sức mạnh của cộng đồng người Việt Nam ở nước ngoài, khách du lịch để quảng bá hình ảnh quốc gia và hình ảnh Điện Biên.

- Huy động nguồn lực xã hội hóa, đặc biệt là doanh nghiệp, các tổ chức, cá nhân, người có ảnh hưởng (KOLs) uy tín trong tỉnh, trong nước cùng tham gia quảng bá hình ảnh quốc gia và của tỉnh Điện Biên.

- Phân đầu đồng bộ hóa 100% công tác truyền thông giữa Trung ương và của tỉnh, giữa các sở, ban, ngành, địa phương, tổ chức chính trị - xã hội và doanh nghiệp đảm bảo sự liên kết chặt chẽ, nhất quán về thông điệp, hình ảnh, nội dung quảng bá quốc gia và tỉnh.

### **5. Phát triển nhân lực và năng lực truyền thông**

- Đào tạo bồi dưỡng đội ngũ truyền thông có kỹ năng truyền thông quốc tế, truyền thông số, đa ngôn ngữ có khả năng thích nghi và hội nhập với toàn cầu.

- Huy động các nguồn lực truyền thông có khả năng sản xuất nội dung chất lượng cao, hiện đại, phù hợp với xu hướng quốc tế tham gia quảng bá hình ảnh của tỉnh Điện Biên và của Việt Nam ra nước ngoài.

## **III. KINH PHÍ THỰC HIỆN**

1. Nguồn kinh phí thực hiện Kế hoạch này được bố trí từ ngân sách nhà nước theo phân cấp hiện hành, đảm bảo theo đúng quy định của pháp luật về ngân sách nhà nước và các văn bản pháp luật khác có liên quan.

2. Huy động từ các nguồn tài trợ, đóng góp, xã hội hóa của các tổ chức, doanh nghiệp và các nguồn vốn hợp pháp khác theo quy định pháp luật.

## **IV. TỔ CHỨC THỰC HIỆN**

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

- Là cơ quan đầu mối, chủ trì phối hợp với các cơ quan, đơn vị liên quan tham mưu Ủy ban nhân dân tỉnh tổ chức thực hiện Kế hoạch; theo dõi, đôn đốc, tổng hợp kết quả triển khai để báo cáo Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch và Ủy ban nhân dân tỉnh theo quy định.

- Hướng dẫn các cơ quan báo chí trên địa bàn triển khai tuyên truyền về vai trò, lợi ích của công tác truyền thông quảng bá hình ảnh quốc gia và tỉnh Điện Biên.

- Phối hợp đẩy mạnh công tác tuyên truyền, quảng bá hình ảnh tỉnh Điện Biên trên Trang thông tin điện tử đối ngoại Vietnam.vn gắn với Đề án phát triển nền tảng quảng bá hình ảnh quốc gia.

- Chủ trì, phối hợp với các cơ quan, đơn vị, địa phương xây dựng bộ nhận diện thương hiệu tỉnh Điện Biên thống nhất với bộ nhận diện hình ảnh quốc gia.

- Chủ trì hợp tác với các cơ quan báo chí, truyền thông sản xuất phim, phóng sự, video clip... giới thiệu tiềm năng, thế mạnh hình ảnh vùng đất, con người, lịch sử, thành tựu của tỉnh trên các lĩnh vực, những di tích lịch sử, danh lam thắng cảnh, nét văn hóa đặc sắc, các sản phẩm hàng hóa, dịch vụ chủ lực của tỉnh.

- Phối hợp với người có ảnh hưởng (KOLs, KOC) uy tín để quảng bá du lịch và hình ảnh tỉnh đến bạn bè quốc tế.
- Xây dựng các chương trình nghệ thuật đặc sắc, đậm bản sắc Điện Biên phục vụ biểu diễn tại các sự kiện lớn và hoạt động giao lưu, hợp tác quốc tế.

## **2. Sở Ngoại vụ**

- Phối hợp cung cấp thông tin thị trường, đối tác quốc tế; hỗ trợ kết nối, quảng bá, thúc đẩy hợp tác đầu tư, thương mại, du lịch với các đối tác nước ngoài.
- Phối hợp với Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch, Công an tỉnh và các cơ quan, đơn vị liên quan trong việc tham mưu quản lý hoạt động của phóng viên nước ngoài đến hoạt động báo chí trên địa bàn tỉnh theo quy định; tranh thủ phóng viên nước ngoài trong công tác quảng bá hình ảnh tỉnh.

## **3. Sở Tài chính**

Căn cứ khả năng cân đối ngân sách địa phương, nguồn xã hội hóa và các nguồn kinh phí hợp pháp khác (nếu có), tham mưu trình cấp có thẩm quyền xem xét, quyết định bố trí kinh phí để triển khai thực hiện Kế hoạch theo quy định.

## **4. Sở Công thương**

- Chủ trì triển khai các hoạt động quảng bá hình ảnh Điện Biên thông qua hoạt động thương mại, xuất khẩu và kết nối doanh nghiệp. Quảng bá hình ảnh Điện Biên là địa phương có tiềm năng xuất khẩu, kinh tế cửa khẩu và năng lượng tái tạo; thúc đẩy xây dựng thương hiệu sản phẩm chủ lực của tỉnh trên thị trường quốc tế.
- Thúc đẩy quảng bá sản phẩm chủ lực của Điện Biên trên các sàn thương mại điện tử và nền tảng số; hỗ trợ doanh nghiệp chuyển đổi số trong xúc tiến thương mại.
- Phối hợp truyền thông về hội nhập kinh tế quốc tế, tận dụng các Hiệp định thương mại tự do (FTA) nhằm mở rộng thị trường xuất khẩu và nâng cao năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp địa phương.

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

- Phối hợp cung cấp thông tin, tài liệu, hình ảnh và tham gia các hoạt động truyền thông, quảng bá hình ảnh Việt Nam và tỉnh Điện Biên có nền sản xuất nông nghiệp xanh, thông minh, bền vững và các sản phẩm nông nghiệp chất lượng cao, sản phẩm OCOP, sản phẩm nông nghiệp chủ lực của tỉnh gắn với bảo vệ môi trường sinh thái.
- Phối hợp với các sở, ngành, địa phương và cơ quan liên quan quảng bá thương hiệu nông sản Điện Biên ra thị trường quốc tế; tham gia tổ chức các hoạt động xúc tiến thương mại, hội chợ, tuần lễ nông sản, quảng bá du lịch nông nghiệp gắn với truyền thông hình ảnh tỉnh Điện Biên.

- Phối hợp xây dựng, cung cấp tài liệu, hình ảnh, video phục vụ quảng bá các sản phẩm nông nghiệp chủ lực, sản phẩm OCOP tiêu biểu của tỉnh trên các nền tảng số, sàn thương mại điện tử và tại các chương trình xúc tiến thương mại trong và ngoài nước.

- Cung cấp thông tin về lĩnh vực nông nghiệp và môi trường; tình hình phát triển ngành, các sản phẩm, dự án ưu tiên thu hút đầu tư phục vụ công tác thông tin, truyền thông và xúc tiến đầu tư của tỉnh”.

## **6. Công an tỉnh**

Chủ động nắm tình hình, phòng ngừa, phát hiện và xử lý thông tin sai sự thật, tin giả, thông tin chưa được kiểm chứng trên không gian mạng, nhất là các nội dung nhạy cảm có nguy cơ ảnh hưởng đến hình ảnh, uy tín của tỉnh Điện Biên; tổ chức rà soát, giám sát thường xuyên không gian mạng; kịp thời phát hiện, ngăn chặn và xử lý theo thẩm quyền các hành vi vi phạm pháp luật và các vụ việc phức tạp phát sinh trên không gian mạng liên quan đến tỉnh.

## **7. Trung tâm xúc tiến Đầu tư, Thương mại và Du lịch tỉnh**

- Chủ trì, phối hợp với các sở, ngành, cơ quan, đơn vị, địa phương và Hiệp hội Du lịch tỉnh tổ chức triển khai các hoạt động xúc tiến, quảng bá hình ảnh Điện Biên gắn với truyền thông đối ngoại, tập trung vào các thị trường trọng điểm trong và ngoài nước.

- Đẩy mạnh ứng dụng công nghệ số trong lĩnh vực đầu tư, thương mại và du lịch (mã QR, ứng dụng du lịch, nền tảng số) nhằm nâng cao trải nghiệm và khả năng tiếp cận thông tin của doanh nghiệp, du khách.

- Chủ động tổ chức và tích cực tham gia các chương trình, hội chợ, triển lãm, diễn đàn xúc tiến du lịch, đầu tư, thương mại trong nước và quốc tế; lồng ghép hiệu quả nội dung truyền thông, quảng bá hình ảnh, tiềm năng, thế mạnh của tỉnh Điện Biên trong các hoạt động xúc tiến, đặc biệt là các sự kiện quốc tế có quy mô, uy tín và các chương trình thuộc Chương trình xúc tiến thương mại quốc gia, Chương trình xúc tiến thương mại cấp tỉnh.

## **8. Đề nghị Báo và Phát thanh, Truyền hình Điện Biên**

- Tăng cường công tác truyền thông nâng cao nhận thức và trách nhiệm của các sở, ngành, địa phương, doanh nghiệp và Nhân dân trong xây dựng, quảng bá hình ảnh tỉnh Điện Biên và Việt Nam ra nước ngoài.

- Củng cố, phát triển các chuyên trang, chuyên mục và tài khoản mạng xã hội trở thành các nền tảng, ấn phẩm truyền thông có sức cạnh tranh, tầm ảnh hưởng trong khu vực.

- Chủ động phối hợp với sở, ngành, cơ quan, đơn vị, địa phương liên quan tuyên truyền kịp thời chủ trương, đường lối của Đảng, chính sách, pháp luật của Nhà nước; quảng bá hình ảnh đất nước con người Điện Biên nói riêng, của Việt

Nam nói chung (chú trọng phát triển sản phẩm truyền thông số, tăng cường tuyên truyền trên môi trường mạng fanpage, Facebook, Youtube, Tiktok...).

- Đẩy mạnh sản xuất nội dung bằng tiếng dân tộc thiểu số, phục vụ thông tin đối nội và tạo sản phẩm thông tin đối ngoại đặc thù, góp phần giới thiệu bản sắc văn hóa, sự đa dạng và thành tựu phát triển của tỉnh Điện Biên và Việt Nam.

- Tăng cường cung cấp, trao đổi, chia sẻ thông tin, dữ liệu về tỉnh Điện Biên trên các nền tảng số; khai thác hiệu quả các loại hình báo chí, phát thanh, truyền hình và mạng xã hội phục vụ tuyên truyền, truyền thông chính sách; phối hợp, 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 Hiệp hội Du lịch tỉnh Điện Biên**

- Phối hợp vận động doanh nghiệp du lịch, dịch vụ tích cực tham gia quảng bá hình ảnh Điện Biên, phát triển sản phẩm du lịch đặc trưng, nâng cao chất lượng dịch vụ và xây dựng thương hiệu điểm đến.

- Khuyến khích hội viên là các doanh nghiệp du lịch, lữ hành, cơ sở lưu trú ứng dụng nền tảng số, mạng xã hội và các kênh truyền thông quốc tế để quảng bá sản phẩm, dịch vụ và hình ảnh địa phương.

### **10. Đề nghị Ban Tuyên giáo và Dân vận Tỉnh ủy**

- Chủ trì, phối hợp với Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch thực hiện công tác định hướng tuyên truyền, quảng bá hình ảnh tỉnh Điện Biên trên các phương tiện thông tin đại chúng và các nền tảng truyền thông; bảo đảm triển khai đồng bộ theo các kế hoạch giai đoạn và kế hoạch hằng năm của tỉnh.

- Chủ trì, phối hợp với các cơ quan, đơn vị, địa phương tổ chức họp báo và cung cấp thông tin cho báo chí trong các sự kiện lớn hoặc tình huống đột xuất.

- Kịp thời tham mưu, đề xuất phương án xử lý đối với các vụ việc bất thường, các vấn đề nhạy cảm hoặc các vấn đề nóng thu hút sự quan tâm của dư luận xã hội. Bảo đảm công tác thông tin đối ngoại được thực hiện thống nhất, xuyên suốt, tuân thủ nghiêm túc các quan điểm chỉ đạo của Tỉnh ủy, Hội đồng nhân dân và Ủy ban nhân dân tỉnh Điện Biên.

### **11. Đề nghị Ủy ban Mặt trận Tổ quốc Việt Nam tỉnh Điện Biên và các Tổ chức Chính trị - Xã hội tỉnh**

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 Điện Biên 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 tỉnh Điện Biên.

### **12. Các sở, ban, ngành tỉnh có liên quan; UBND các xã, phường**

- Tổ chức các chương trình, sự kiện lồng ghép thông tin đối ngoại với các hoạt động giao lưu, xúc tiến đầu tư, thương mại, du lịch, văn hóa; giới thiệu, quảng bá thành tựu phát triển kinh tế, văn hóa của tỉnh đến các địa phương trong nước và quốc tế.

- Phối hợp với Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch, các cơ quan báo chí, truyền thông tuyên truyền trên các phương tiện thông tin đại chúng của Trung ương, của tỉnh về giới thiệu tiềm năng, thế mạnh hình ảnh vùng đất, con người, lịch sử, thành tựu của tỉnh trên các lĩnh vực, những di tích lịch sử, danh lam thắng cảnh, nét văn hóa đặc sắc, các sản phẩm hàng hóa, dịch vụ chủ lực của ngành, địa phương mình.

- Phối hợp với Sở Khoa học và Công nghệ trong xây dựng dữ liệu số, nền tảng số, số hóa tài liệu, hình ảnh và ứng dụng công nghệ mới phục vụ công tác truyền thông quảng bá hình ảnh tỉnh Điện Biên.

- Đổi mới nội dung, phương thức tuyên truyền, ứng dụng công nghệ thông tin và truyền thông mới; khai thác phương tiện internet, các nền tảng mạng xã hội (Youtube, Facebook, Tiktok, Zalo... ); duy trì tốt hoạt động trang thông tin điện tử, bản tin, bảng tin điện tử công cộng (màn hình LED); xuất bản và phát hành các xuất bản phẩm, ấn phẩm truyền thông nhằm quảng bá hình ảnh tỉnh Điện Biên ra nước ngoài.

- Thường xuyên khai thác nền tảng tại các bộ, ngành, địa phương phục vụ công tác truyền thông đối ngoại, qua đó quảng bá hình ảnh của ngành, địa phương, đơn vị; phối hợp với Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch cung cấp nội dung số, dữ liệu số phục vụ truyền thông quảng bá hình ảnh thuộc các lĩnh vực quản lý của ngành.

- Phối hợp cung cấp thông tin, hình ảnh phục vụ xây dựng bộ nhận diện và hoạt động truyền thông chung.

- Khuyến khích các doanh nghiệp trong lĩnh vực, địa bàn quản lý tham gia quảng bá hình ảnh tỉnh Điện Biên thông qua sản phẩm và thương hiệu uy tín; phối hợp với các cơ quan có thẩm quyền xem xét, lồng ghép hình ảnh tỉnh Điện Biên vào các sản phẩm, dịch vụ có liên quan.

- Chủ động bố trí kinh phí thực hiện các nội dung của Kế hoạch trên địa bàn quản lý.

*(Các cơ quan đơn vị có liên quan thực hiện các nhiệm vụ trọng tâm tại Phụ lục kèm theo Kế hoạch này)*

Định kỳ hằng năm (trước ngày 10/12) và khi có yêu cầu, báo cáo kết quả thực hiện gửi về Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch để tổng hợp, báo cáo Ủy ban nhân dân tỉnh và Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch theo quy định.

Trên đây là Kế hoạch triển khai thực hiện 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 Điện Biên; UBND tỉnh đề nghị các cơ quan, đơn vị, địa phương có liên quan chủ động tổ chức triển khai thực hiện đạt hiệu quả cao nhất./.

***Nơi nhận:***

- TT. Tỉnh ủy (b/c);
- TT. HĐND tỉnh (b/c);
- Lãnh đạo UBND tỉnh;
- Ban Thường trực UBMTTQVN tỉnh;
- Các sở, ban, ngành tỉnh;
- Các Tổ chức CTXH tỉnh;
- Trung tâm XTĐTTM&DL tỉnh;
- Báo và PTTH Điện Biên;
- UBND các xã, phường;
- L/đ VP UBND tỉnh;
- Lưu: VT, VP, KGVX.

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

**Nguyễn Minh Phú**

## PHỤ LỤC

**Các nhiệm vụ trọng tâm 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**

*(Kèm theo Kế hoạch số /KH-UBND ngày /5/2026 của Ủy ban nhân dân tỉnh Điện Biên)*

TT	Nhiệm vụ	Cơ quan chủ trì	Cơ quan phối hợp	Sản phẩm	Thời gian thực hiện
1	Triển khai công tác truyền thông, quảng bá hình ảnh tỉnh Điện Biên ra nước ngoài trong phạm vi ngành, lĩnh vực quản lý; tập trung xây dựng và lan tỏa hình ảnh Điện Biên là điểm đến tin cậy cho nhà đầu tư, thương mại và du lịch; đồng thời làm nổi bật các tiềm năng, lợi thế của tỉnh trên các lĩnh vực như: du lịch (lịch sử - tâm linh; văn hóa dân tộc; sinh thái, nghỉ dưỡng, chăm sóc sức khỏe); nông nghiệp xanh, thông minh, bền vững với các sản phẩm chất lượng cao; kinh tế cửa khẩu; sản xuất nông nghiệp hàng hóa; năng lượng tái tạo.	Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch; Sở Công thương; Sở Nông nghiệp và Môi trường; Trung tâm Xúc tiến Đầu tư và Thương mại; các sở, ngành, đơn vị...	Các địa phương.	- Các chương trình quảng bá, xúc tiến đầu tư, thương mại, du lịch; - Các hoạt động truyền thông quảng bá; các sự kiện chiến dịch.	Nhiệm vụ thường xuyên
2	Xây dựng bộ nhận diện thương hiệu, định vị hình ảnh địa phương; quảng bá hình ảnh Điện Biên gắn với hình ảnh quốc gia.	Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch.	Các sở, ngành, đơn vị, địa phương.	Các hoạt động truyền thông quảng bá.	Nhiệm vụ thường niên
3	Đẩy mạnh truyền thông, tăng cường thông tin tuyên truyền, cung cấp thông tin tích cực, khách quan góp	Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch.	Các sở, ngành, đơn vị, địa phương.	Kế hoạch, sự kiện báo cáo hoặc các	Thường xuyên

	phần nâng cao vị thế của tỉnh Điện Biên.			hình thức cung cấp thông tin.	
4	Tuyên truyền hình ảnh Điện Biên trên các kênh truyền hình đối ngoại quốc gia; các cơ quan báo chí đối ngoại và các nền tảng số, mạng xã hội.	Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch.	Các cơ quan thông tấn báo chí đối ngoại Trung ương.	Các sản phẩm báo chí, truyền thông.	Thường xuyên
5	Sản xuất các chương trình phát thanh, truyền hình, các sản phẩm báo chí, truyền thông bằng tiếng nước ngoài, tiếng dân tộc thiểu số làm sản phẩm đối ngoại độc đáo, giới thiệu hình ảnh Điện Biên ra nước ngoài.	Báo và phát thanh, truyền hình Điện Biên.	Các sở, ngành, đơn vị, địa phương.	Các sản phẩm báo chí, truyền thông.	Thường xuyên
6	Tập huấn kỹ năng truyền thông cho phóng viên báo chí; cán bộ làm công tác tuyên truyền của các sở, ban, ngành, đơn vị, địa phương.	Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch.	Các sở, ngành, đơn vị, địa phương, các cơ quan báo chí.	Các lớp tập huấn.	Thường xuyên
7	Rà soát, phát hiện và xử lý thông tin sai sự thật, tin giả, thông tin chưa được kiểm chứng trên không gian mạng, nhất là các nội dung nhạy cảm ảnh hưởng đến hình ảnh, uy tín của tỉnh Điện Biên.	Công an tỉnh.	Các sở, ngành, đơn vị, địa phương, các cơ quan báo chí	Biên bản; Quyết định xử phạt.	Thường xuyên
8	Sơ kết, tổng kết đánh giá việc triển khai Kế hoạch công tác truyền thông, quảng bá hình ảnh Điện Biên ra nước ngoài.	Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch.	Các sở, ngành, đơn vị, địa phương, các cơ quan báo chí.	Báo cáo.	Theo quy định