

HƯỚNG DẪN
tuyên truyền Đề án Bộ nhận diện thương hiệu tỉnh Lâm Đồng
trên địa bàn xã Hàm Liêm

Ngày 23/7/2026, Ban Tuyên giáo và Dân vận Tỉnh ủy có Hướng dẫn số 35-HD/BTGDVTU về việc tuyên truyền Đề án Bộ nhận diện thương hiệu tỉnh Lâm Đồng; Ban Thường vụ Đảng ủy xã hướng dẫn công tác tuyên truyền trên địa bàn xã như sau:

I. MỤC ĐÍCH, YÊU CẦU

1. Mục đích

- Tuyên truyền sâu rộng đến cán bộ, đảng viên, đoàn viên, hội viên và các tầng lớp Nhân dân về ý nghĩa, mục tiêu, nội dung của Đề án Bộ nhận diện thương hiệu tỉnh Lâm Đồng; tạo sự thống nhất trong nhận thức và hành động, góp phần triển khai hiệu quả chủ trương của tỉnh.

- Nâng cao nhận thức về vai trò của thương hiệu địa phương trong phát triển kinh tế - xã hội, quảng bá hình ảnh tỉnh Lâm Đồng nói chung và xã Hàm Liêm nói riêng; phát huy tiềm năng, lợi thế của địa phương trong xây dựng nông thôn mới, phát triển nông nghiệp, thương mại, dịch vụ và du lịch.

- Khơi dậy niềm tự hào, trách nhiệm của cán bộ, đảng viên và Nhân dân trong việc gìn giữ hình ảnh quê hương, xây dựng môi trường văn hóa, cảnh quan xanh - sạch - đẹp, văn minh, thân thiện; góp phần lan tỏa các giá trị cốt lõi của thương hiệu tỉnh.

2. Yêu cầu

- Công tác tuyên truyền phải bám sát nội dung Đề án và định hướng của tỉnh; bảo đảm đúng quan điểm, chủ trương của Đảng, phù hợp với điều kiện thực tiễn của địa phương.

- Việc tuyên truyền được triển khai thường xuyên, liên tục, bằng nhiều hình thức phong phú, thiết thực; gắn với các phong trào thi đua yêu nước, xây dựng nông thôn mới, cải cách hành chính, chuyển đổi số và thực hiện nhiệm vụ chính trị của địa phương.

- Phát huy vai trò của hệ thống chính trị, đội ngũ báo cáo viên, tuyên truyền viên, cộng tác viên dư luận xã hội và hệ thống thông tin cơ sở trong công tác tuyên truyền.

II. NỘI DUNG TUYÊN TRUYỀN

1. Tuyên truyền về sự cần thiết và bối cảnh thực tiễn xây dựng Đề án

- Sự cần thiết, ý nghĩa và tầm quan trọng của việc xây dựng Bộ nhận diện thương hiệu tỉnh trong bối cảnh Lâm Đồng sau sáp nhập; với không gian phát triển mới: diện tích tự nhiên lớn nhất cả nước (khoảng 24.233,07 km²), hội tụ đầy đủ địa hình từ vùng núi cao thượng nguồn, trung du chuyển tiếp xuống dải đồng bằng ven biển, biển đảo rộng lớn (đường bờ biển dài 192 km, ngư trường trên 52.000 km², đặc khu Phú Quý) và tuyến biên giới đất liền giáp Vương quốc Campuchia. Đây là nền tảng vững chắc để phát triển kinh tế tổng hợp và xây dựng các chuỗi giá trị liên hoàn.

- Phân tích rõ thực trạng và những hạn chế trước đây trong công tác quảng bá hình ảnh, qua đó khẳng định việc ban hành Quyết định số 996-QĐ/TU là yêu cầu khách quan, cấp thiết nhằm xác lập một trục định vị thương hiệu bao trùm, thống nhất.

2. Lan tỏa chiến lược định vị thương hiệu và câu chuyện thương hiệu

- Tập trung tuyên truyền sâu rộng phát biểu định vị cốt lõi: *“Lâm Đồng là trung tâm kết nối chiến lược hội tụ hệ sinh thái độc đáo cao nguyên trung du - duyên hải; tiên phong kiến tạo một “Bản giao hưởng Xanh - nơi mang lại không gian sống an lành cho người dân, hành trình trải nghiệm trọn vẹn cho du khách và môi trường đầu tư phát triển bền vững cho doanh nghiệp; hướng tới mục tiêu bứt phá, trở thành cực tăng trưởng năng động trong kỷ nguyên vươn mình của dân tộc”.*

- Truyền thông mạnh mẽ Câu chuyện thương hiệu “LÂM ĐỒNG - BẢN GIAO HƯỞNG XANH CỦA ĐẠI NGÀN VÀ BIỂN CẢ”. Làm rõ triết lý xem thiên nhiên và con người là những nốt nhạc hòa âm hoàn hảo; khắc họa vẻ đẹp hiền hòa, cần cù, sáng tạo của con người Lâm Đồng - những “nhạc trưởng” giữ gìn bản sắc và kết nối sức mạnh khối đại đoàn kết toàn dân tộc của 49 dân tộc anh em trên vùng đất mới.

3. Tuyên truyền về tầm nhìn đến năm 2050 và 04 giá trị cốt lõi

- Khẳng định tầm nhìn chiến lược dài hạn: Đến năm 2050, Lâm Đồng vươn lên trở thành địa phương tiêu biểu cả nước về phát triển xanh, bền vững; dẫn dắt các ngành kinh tế mũi nhọn và là không gian sinh thái đáng sống bậc nhất.

- Quán triệt sâu sắc nội dung và ý nghĩa hành động của 04 giá trị cốt lõi cấu thành thương hiệu địa phương: (1) Khác biệt bằng sinh thái: Đặt sự toàn vẹn của môi trường tự nhiên và uy tín sinh thái làm ưu tiên tối cao trong mọi chính sách phát triển; (2) Bứt phá bằng đổi mới: Thúc đẩy tư duy thông minh, kinh tế tuần hoàn, chuyển đổi số nhằm dẫn dắt nền kinh tế địa phương một cách có trách nhiệm; (3) Sức mạnh từ sự tích hợp: Tôn vinh sự giao thoa đặc sắc giữa văn hóa cộng đồng

Tây Nguyên đại ngàn và sự hào sảng, khoáng đạt của văn hóa duyên hải, biển đảo trong chính thể thống nhất; (4) Lấy con người làm trung tâm: Xem sự phồn vinh, hạnh phúc và an sinh xã hội của người dân (đặc biệt là vùng nông thôn, đồng bào dân tộc thiểu số) là đích đến cuối cùng của sự thụ hưởng thành quả phát triển.

4. Tuyên truyền Thông điệp, Hệ thống khẩu hiệu (Slogan) và Cấu trúc phân tầng

- Lan tỏa sâu rộng thông điệp thương hiệu cốt lõi và Slogan Master: “Lâm Đồng - Bản giao hưởng Xanh”/“Lam Dong - The Eco Symphony”. Khẳng định thông điệp là cam kết hành động của Đảng bộ và Chính quyền tỉnh Lâm Đồng.

- Phổ biến mô hình quản trị kiến trúc 04 tầng thương hiệu liên thông, bao gồm: Tầng 1 (Thương hiệu lõi cấp tỉnh); Tầng 2 (Thương hiệu địa phương động lực như Đà Lạt, Phan Thiết - Mũi Né, Đắc Nông, Phú Quý); Tầng 3 (Thương hiệu các ngành mũi nhọn: Nông nghiệp sinh thái công nghệ cao, du lịch di sản trải nghiệm, công nghiệp xanh, xúc tiến đầu tư); Tầng 4 (Thương hiệu sản phẩm, dịch vụ khu vực tư nhân, OCOP...). Tuyên truyền rõ cơ chế cấp phép sử dụng và thu hồi nhãn bảo chứng đối với các đơn vị vi phạm quy chuẩn môi trường hoặc chất lượng sản phẩm.

5. Phổ biến quy chuẩn Bộ nhận diện trực quan cốt lõi

- Giới thiệu vai trò trung tâm của biểu trưng (Logo) chính thức của tỉnh, phản ánh ngôn ngữ thị giác hiện đại, độc bản, thể hiện sự giao hòa giữa rừng và biển, tối ưu hóa hiển thị trên môi trường số. Tuyên truyền hướng dẫn về cẩm nang quy chuẩn kỹ thuật (màu sắc chủ đạo, phong chữ hệ thống, họa tiết đồ họa hỗ trợ phác thảo từ địa hình tự nhiên) trên toàn bộ hệ thống văn bản Đảng, chính quyền, ấn phẩm đối ngoại, hội nghị và quà tặng ngoại giao.

- Đặc biệt tuyên truyền việc chuyển hóa thông điệp thương hiệu thành “Văn hóa công vụ thân thiện, hòa hợp”, nâng cao tinh thần trách nhiệm, phục vụ của cán bộ, công chức tại bộ phận một cửa, trung tâm hành chính công các cấp.

6. Tuyên truyền về lộ trình thực hiện và 05 Đề án thành phần

Giới thiệu rõ ràng mục tiêu, sản phẩm đầu ra và lộ trình phối hợp chặt chẽ của 05 Đề án thành phần giữ vai trò công cụ thực thi chiến lược, bao gồm: **(1).** Đề án triển khai ứng dụng Bộ nhận diện thương hiệu tỉnh Lâm Đồng (hoàn thành Quý III/2026); **(2).** Đề án quản lý, bảo hộ và khai thác thương hiệu tỉnh Lâm Đồng (hoàn thành Quý IV/2026); **(3).** Đề án truyền thông, lan tỏa và tạo đồng thuận xã hội về Bộ nhận diện thương hiệu tỉnh Lâm Đồng (hoàn thành Quý I/2027); **(4).** Đề án ứng dụng thương hiệu trong phát triển sản phẩm, dịch vụ và xúc tiến đầu tư (hoàn thành Quý I/2027); **(5).** Đề án nâng tầm công tác đối ngoại gắn với thương hiệu tỉnh Lâm Đồng (hoàn thành Quý I/2027).

- Tuyên truyền lộ trình 03 bước cụ thể: Giai đoạn 2026 - 2027 (Kiến tạo nền tảng số và khung pháp lý); Giai đoạn 2028 - 2030 (Đồng bộ nhận diện, dán nhãn sản phẩm chủ lực toàn tỉnh); Giai đoạn sau năm 2030 (Mở rộng và khẳng định năng lực cạnh tranh quốc tế).

III. HÌNH THỨC VÀ BIỆN PHÁP TUYÊN TRUYỀN CHỦ YẾU

- Tổ chức quán triệt, tuyên truyền thông qua sinh hoạt chi bộ, sinh hoạt của Mặt trận Tổ quốc và các tổ chức chính trị - xã hội; các hội nghị, lớp tập huấn, sinh hoạt chuyên đề.

- Tăng cường tuyên truyền trên Trang thông tin điện tử xã, hệ thống truyền thanh cơ sở, các nền tảng mạng xã hội chính thức của địa phương (Facebook, Zalo, YouTube, ...), bảng tin điện tử và các hình thức tuyên truyền trực quan.

- Lồng ghép nội dung tuyên truyền trong các phong trào thi đua yêu nước, các hoạt động văn hóa, văn nghệ, thể thao, ngày hội đại đoàn kết toàn dân tộc và các sự kiện chính trị của địa phương.

- Phát huy vai trò của đội ngũ báo cáo viên, tuyên truyền viên, cộng tác viên dư luận xã hội, tổ công nghệ số cộng đồng trong tuyên truyền, lan tỏa thông tin chính thống và định hướng dư luận xã hội.

IV. TỔ CHỨC THỰC HIỆN

1. Các chi, đảng bộ cơ sở, chi bộ trực thuộc Đảng ủy

Tổ chức quán triệt, tuyên truyền nội dung Đề án và lan tỏa thương hiệu “Lâm Đồng - Bản giao hưởng Xanh” đến cán bộ, đảng viên và Nhân dân. Đưa nội dung tuyên truyền vào sinh hoạt chi bộ định kỳ; gắn với việc thực hiện nhiệm vụ chính trị của cơ quan, đơn vị. Đồng thời, thường xuyên nắm bắt tình hình dư luận xã hội, chủ động định hướng thông tin và đề xuất giải pháp xử lý các vấn đề phát sinh, bảo vệ uy tín, hình ảnh của địa phương.

2. Đảng ủy Ủy ban nhân dân xã lãnh đạo Ủy ban nhân dân xã

- Chỉ đạo phòng chuyên môn tăng cường, đẩy mạnh công tác tuyên truyền trên hệ thống thông tin cơ sở; lồng ghép nội dung Đề án trong các chương trình phát triển kinh tế - xã hội, cải cách hành chính, chuyển đổi số và các hoạt động quảng bá địa phương.

- Bám sát chủ trương, hướng dẫn, chủ động xây dựng chuyên trang, chuyên mục triển khai đầy đủ các nội dung tuyên truyền về Đề án bảo đảm chính xác, kịp thời, phù hợp với thực tiễn, đồng thời tăng cường tuyên truyền trực quan như panô, áp phích, băng rôn,...

3. Ủy ban Mặt trận Tổ quốc Việt Nam xã và các tổ chức chính trị - xã hội

Đẩy mạnh công tác tuyên truyền, vận động đoàn viên, hội viên và Nhân dân tích cực hưởng ứng Đề án; phát huy mạnh mẽ vai trò giám sát của Nhân dân trong

việc gìn giữ môi trường sinh thái, bảo tồn văn hóa truyền thống dân tộc; phát động các phong trào thi đua yêu nước; khuyến khích mỗi cán bộ, đoàn viên, hội viên và người dân trở thành tuyên truyền viên tích cực trong quảng bá hình ảnh quê hương.

4. Ban Xây dựng Đảng

- Theo dõi tình hình tư tưởng, dư luận xã hội; kịp thời tham mưu xử lý các vấn đề phát sinh. Hướng dẫn đội ngũ báo cáo viên, tuyên truyền viên, cộng tác viên dư luận xã hội tăng cường tuyên truyền trên địa bàn.

- Nắm bắt tình hình tư tưởng, dư luận xã hội; kịp thời phát hiện, xử lý những vấn đề phát sinh; đấu tranh phản bác các thông tin sai trái, xuyên tạc lịch sử, uy tín, hình ảnh của địa phương.

(Nội dung cốt lõi Đề án bộ nhận diện thương hiệu tỉnh Lâm Đồng; Quyết định số 996-QĐ/TU, ngày 29/6/2026 của Tỉnh ủy về ban hành Đề án Bộ nhận diện thương hiệu tỉnh Lâm Đồng được đăng trên Website <https://dangbohamliem.vn>)

Nơi nhận:

- Ban Tuyên giáo và Dân vận Tỉnh ủy;
- Thường trực Đảng ủy, HĐND, UBND xã;
- MTTQ và các tổ chức chính trị - xã hội xã;
- Các cơ quan tham mưu, giúp việc Đảng ủy xã;
- Các chi, đảng bộ cơ sở, chi bộ trực thuộc Đảng ủy xã;
- Lưu Văn phòng Đảng ủy. Bình

**T/M BAN THƯỜNG VỤ
PHÓ BÍ THƯ THƯỜNG TRỰC**

Phan Minh Quảng