

Vai trò của chỉ dẫn địa lý trong việc gia tăng giá trị kinh tế nông sản Việt Nam

NGUYỄN THỊ PHƯƠNG HẢO*

Tóm tắt

Là một quốc gia định hướng xuất khẩu, lấy xuất khẩu làm nguồn thu ngoại tệ đáng kể, Việt Nam cần tuân thủ đầy đủ các quy định về truy xuất nguồn gốc của thị trường nhập khẩu. Do đó, việc gia tăng nhu cầu bảo hộ đối với các sản phẩm có chất lượng đặc thù thông qua chỉ dẫn địa lý (CDDL) đang cho thấy vai trò quan trọng trong phát triển xuất khẩu. Nghiên cứu tiếp cận từ góc độ vai trò vị trí của CDDL trong hoạt động thương mại hàng hóa để phân tích thực trạng bảo hộ CDDL hàng nông sản Việt và từ đó đưa ra các khuyến nghị với mong muốn thúc đẩy việc thực hiện bảo hộ CDDL có hiệu quả, góp phần nâng cao chất lượng xuất khẩu, giá trị kinh tế cho mặt hàng nông sản của Việt Nam.

Từ khóa: chỉ dẫn địa lý, nông sản, sở hữu trí tuệ, truy xuất nguồn gốc, thương mại

Summary

As an export-oriented country that sees export as a significant source of foreign currency revenue, Vietnam needs to fully comply with the regulations on traceability of the importers. As such, the increasing demand for protecting the products of particular quality through geographical indications (GIs) is showing an important role in export development. The study analyzes the current status of GIs protection for Vietnamese agricultural products from the perspective of the role and position of GIs in trade in goods and thereby proposing the recommendations to promote the implementation of effective GIs protection, contributing to improving export quality and economic value of Vietnam's agricultural products.

Keywords: geographical indications, agricultural products, intellectual property, traceability, trade

CDL VÀ VAI TRÒ CỦA NÓ TRONG PHÁT TRIỂN KINH TẾ VIỆT NAM

Tính chất pháp lý của CDDL

Thương mại quốc tế phát triển đã thúc đẩy các quốc gia trên thế giới không ngừng gia tăng bảo hộ đối với các sản phẩm có chất lượng đặc thù, điều này làm nảy sinh nhu cầu cần có những quy định cụ thể mang tính quốc tế nhằm bảo hộ đối tượng đặc biệt này. Hiệp định về các khía cạnh liên quan tới thương mại của quyền sở hữu trí tuệ (Hiệp định TRIPS) được coi là văn bản pháp lý về sở hữu trí tuệ toàn diện nhất với các quy định cụ thể về CDDL. Hiệp định TRIPS định nghĩa: “CDL (Geographical Indications) được hiểu là một chỉ dẫn nhằm xác định một sản phẩm có xuất xứ từ lãnh thổ của một nước thành viên hoặc từ một vùng, một khu vực địa lý của nước

đó, mà chất lượng, danh tiếng hay các đặc tính khác của sản phẩm chủ yếu có được do nguồn gốc địa lý này mang lại”. Theo đó, sản phẩm được mang chỉ dẫn địa lý là sản phẩm phải có 3 điều kiện:

(i) Các chỉ dẫn có thể là dấu hiệu bất kỳ (từ ngữ, hình ảnh) miễn là qua đó có thể chỉ ra được hàng hóa mang chỉ dẫn địa lý được bảo hộ bắt nguồn từ lãnh thổ của quốc gia nào hoặc thuộc khu vực địa phương nào của lãnh thổ quốc gia đó. Tuy nhiên, dấu hiệu trên hàng hóa phải liên quan đến một quốc gia cụ thể hoặc một địa phương, khu vực của một quốc gia cụ thể đến mức qua dấu hiệu người tiêu dùng biết được hàng hóa bắt nguồn từ đâu.

(ii) Hàng hóa mang chỉ dẫn địa lý phải có nguồn gốc từ quốc gia hoặc từ khu vực địa phương mà hàng hóa đó được xác định mang chỉ dẫn địa lý.

(iii) Hàng hóa mang chỉ dẫn địa lý phải có chất lượng, uy tín hoặc đặc tính nhất định chủ yếu do quốc gia hay khu vực địa phương đã được chỉ dẫn là nơi hàng hóa bắt nguồn quy định.

Ở đây thuật ngữ “địa lý” được dùng với nghĩa rộng, “địa lý” không chỉ với nghĩa phạm vi, khu vực hay một

* ThS., Học viện Công nghệ Bưu chính Viễn thông - Cơ sở TP. Hồ Chí Minh

Ngày nhận bài: 06/3/2023; Ngày phản biện: 03/4/2023; Ngày duyệt đăng: 12/4/2023

vùng của lãnh thổ, mà còn thể hiện yếu tố hành chính, kinh tế và văn hóa của vùng địa lý đó. Điều đó có nghĩa CDĐL theo cách hiểu của Hiệp định TRIPS không nhất thiết là một tên gọi, mà CDĐL còn có thể là những dấu hiệu, ký hiệu hoặc những từ ngữ khác với tên gọi địa lý, miễn là chúng thể hiện được mối liên hệ giữa sản phẩm với nguồn gốc xuất xứ. Những dấu hiệu, ký hiệu hoặc những từ ngữ ấy tuy không là tên gọi địa lý của một khu vực hay một địa phương, nhưng chúng lại có khả năng làm cho khách hàng gắn kết với đặc điểm riêng biệt của hàng hóa. Chẳng hạn như hình tháp Eiffel chỉ những sản phẩm có nguồn gốc từ Paris (Pháp), hay hình ảnh con Kangaroo chỉ các sản phẩm có nguồn gốc từ Australia.

Như vậy, CDĐL có những quy định chặt chẽ hơn chỉ dẫn nguồn gốc, nhưng không quá ràng buộc như tên gọi xuất xứ. Danh tiếng của sản phẩm mang chỉ dẫn địa lý được xác định bằng mức độ tín nhiệm của người tiêu dùng đối với sản phẩm đó thông qua mức độ rộng rãi người tiêu dùng biết đến và chọn lựa sản phẩm đó. Chất lượng, đặc tính của sản phẩm mang CDĐL được xác định bằng một hoặc một số chỉ tiêu định tính, định lượng hoặc cảm quan về vật lý, hóa học, vi sinh và các chỉ tiêu đó phải có khả năng kiểm tra được bằng phương tiện kỹ thuật hoặc chuyên gia với phương pháp kiểm tra phù hợp.

Ở Việt Nam phải đến năm 1995, những quy định đầu tiên về tên gọi xuất xứ hàng hóa “là tên địa lý của nước, địa phương dùng để chỉ xuất xứ của mặt hàng từ nước, địa phương đó với điều kiện những mặt hàng này có tính chất, chất lượng đặc thù dựa trên các điều kiện địa lý độc đáo và ưu việt, bao gồm: yếu tố tự nhiên, con người hoặc kết hợp cả hai yếu tố đó” mới được chính thức đưa vào Điều 786 Bộ luật Dân sự 1995, theo tinh thần của Công ước Paris. Tiếp đến năm 2005, Luật Sở hữu trí tuệ ra đời và đến năm 2009 Luật Sở hữu trí tuệ sửa đổi và bổ sung đã chính thức đưa ra định nghĩa ngắn gọn về CDĐL và những đặc trưng của CDĐL vào phân quy định về điều kiện bảo hộ CDĐL. Năm 2019, Luật Sở hữu trí tuệ tiếp tục được sửa đổi và bổ sung theo Luật số 42/2019/QH14 ngày 14/6/2019 của Quốc hội sửa đổi, bổ sung một số điều của Luật Kinh doanh bảo hiểm, Luật Sở hữu trí tuệ, có hiệu lực kể từ ngày 01/11/2019 và Luật Sở hữu trí tuệ số 07/VBHN-VPQH, ngày 25/6/2019 của Quốc hội, có hiệu lực kể từ ngày 01/11/2019 vẫn giữ nguyên định nghĩa về CDĐL của các văn bản luật trước đây: “CDĐL là dấu hiệu để chỉ sản phẩm có nguồn gốc từ khu vực, địa phương, vùng lãnh thổ hay quốc gia cụ thể”. Theo đó, CDĐL nằm trong nhóm đối tượng được bảo hộ thông qua sở hữu công nghiệp, cơ quan quản lý và cấp văn bằng bảo hộ là Cục sở hữu trí tuệ - Bộ Khoa học và Công nghệ. Bên cạnh đó, bảo hộ CDĐL được thể hiện trong nhiều văn bản pháp luật của các bộ ngành liên quan, đặc biệt là các văn bản của Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn, bộ Y tế...

Vai trò của CDĐL

CDĐL đang cho thấy vai trò quan trọng trong phát triển xuất khẩu, thể hiện trên 4 phương diện: (1) CDĐL bảo vệ nhà sản xuất chống lại nạn hàng giả và bảo vệ người tiêu dùng không để bị đánh lừa; (2) CDĐL hỗ

trợ việc xúc tiến thương mại và là một hộ chiếu cho xuất khẩu, bởi lẽ nó là cơ sở bảo đảm uy tín, sản phẩm đến từ gốc và có chất lượng được khẳng định bằng chính tên gọi của vùng lãnh thổ và được quốc tế công nhận; (3) CDĐL là một công cụ để phát triển nông thôn và mở ra một cách sản xuất khác, như: giữ gìn và hồi sinh năng lực các vùng nông thôn; tăng thêm giá trị của sản xuất theo phương pháp truyền thống; cho phép quảng bá di sản nông nghiệp của quốc gia đồng thời giữ được truyền thống văn hóa; bảo vệ và phát triển đa dạng sinh học; (4) CDĐL góp phần thực hiện sự công bằng kinh tế, bởi lẽ sự phong phú về các CDĐL tiềm năng được phân bổ đều giữa các nước đã phát triển và các nước đang phát triển. Mặt khác, CDĐL được các quốc gia bảo hộ, với mức chi phí thấp đối với các nhà sản xuất.

THỰC TRẠNG BẢO HỘ CDĐL ĐỐI VỚI HÀNG NÔNG SẢN

Kết quả đăng ký và thực hiện bảo hộ CDĐL

Việt Nam là một quốc gia có nhiều điều kiện thuận lợi về mặt khí hậu, thổ nhưỡng để phát triển ngành nông nghiệp, đặc biệt là các mặt hàng nông sản. Hầu như ở mỗi tỉnh thành đều sở hữu các đặc sản địa phương mang lại giá trị kinh tế cao, như: dứa Bến Tre; thanh long Bình Thuận; cà phê Buôn Mê Thuột; bưởi Diễn... Tuy nhiên, chỉ có chưa đến 10% trong số đó được đăng ký bảo hộ CDĐL [3]. Theo Cục Sở hữu trí tuệ Việt Nam, tính đến tháng 12 năm 2022, Việt Nam đã bảo hộ 120 CDĐL, bao gồm: 108 CDĐL của Việt Nam và 12 CDĐL của nước ngoài. Trong đó, có 83,6% sản phẩm nông sản và 16,40% sản phẩm nông thôn khác được bảo hộ CDĐL. Đặc điểm của các sản phẩm được đăng ký bảo hộ CDĐL thuộc về các sản phẩm đặc sản, tiểu thủ công nghiệp truyền thống của các địa phương, sử dụng dấu hiệu chỉ dẫn nguồn gốc địa lý, gắn với cộng đồng ở khu vực nông thôn. Bên cạnh đó, kể từ ngày 01/8/2020, khi Hiệp định Thương mại tự do Việt Nam - EU (EVFTA) có hiệu lực cũng đã tạo điều kiện cho 39 CDĐL của Việt Nam được chính thức bảo hộ và hưởng các ưu đãi thuế quan trong xuất khẩu tại Liên minh châu Âu [9].

Nỗ lực gia tăng bảo hộ CDĐL ở nước ta thời gian qua cho thấy, nhờ đăng ký

bảo hộ CDĐL mà nhiều sản phẩm nông sản đã được thị trường thế giới biết đến, như: cam Cao Phong; xoài cát Hòa Lộc (Tiền Giang), nho Ninh Thuận, nước mắm Phú Quốc, chè Tân Cương; hoa hồi Lạng Sơn... Theo thống kê, giá bán sản phẩm sau khi đăng ký bảo hộ CDĐL tăng từ 20%-100%. Điển hình như: chuối ngự Đại Hoàng (Hà Nam) giá bán tăng 100%-130%; bưởi Phúc Trạch (Hà Tĩnh) tăng 10%-15%; cam Cao Phong (Hòa Bình) giá bán tăng gần gấp 2 lần; chè Mộc Châu (Sơn La) được bán cao hơn từ 1,7-2 lần; chè Tân Cương (Thái Nguyên) cũng có giá bán cao hơn khoảng 1,5 lần... [7]. Tuy nhiên, trong hiện thực Việt Nam vẫn chưa khai thác hết được tiềm năng và thế mạnh của CDĐL để nâng cao giá trị gia tăng của nông sản Việt trên thị trường thế giới. Vẫn còn không ít doanh nghiệp Việt thờ ơ trong việc bảo hộ CDĐL nông sản tại nước ngoài, gây ra nhiều rủi ro cho sản phẩm khi xuất khẩu. Điển hình là trường hợp nhãn hiệu cà phê Buôn Mê Thuật đã bị một công ty Trung Quốc đăng ký độc quyền nhãn hiệu trên lãnh thổ Trung Quốc, mặc dù trước đó nhãn hiệu này đã được bảo hộ CDĐL ở Việt Nam từ năm 2005. Hậu quả là chủ doanh nghiệp đã phải mất rất nhiều thời gian, công sức và tiền bạc để lấy lại được nhãn hiệu vốn dĩ là của mình.

Một số tồn tại, hạn chế

Mặc dù số CDĐL quốc gia được bảo hộ đã tăng, nhưng hiện nay việc đăng ký và thực hiện bảo hộ CDĐL tại Việt Nam vẫn còn tồn tại một số hạn chế:

(1) Thiểu kinh nghiệm trong việc đánh giá chất lượng nông sản

Ở Việt Nam, Luật Sở hữu trí tuệ sau 3 lần thực hiện sửa đổi, bổ sung vào các năm 2009, 2019 và 2022, đã quy định khá đầy đủ, chi tiết những vấn đề liên quan đến xác lập quyền bảo hộ CDĐL. Tuy nhiên, các quy định pháp lý vẫn chỉ dừng lại ở việc hướng dẫn đăng ký, do đó việc triển khai các quy định nói trên trong thực tiễn vẫn còn gặp nhiều khó khăn. Đặc biệt, trong công tác thẩm định nội dung liên quan đến quy trình kỹ thuật, mối liên hệ giữa chất lượng đặc thù và khu vực địa lý... đòi hỏi phải có ban chuyên môn có kiến thức sâu về ngành để có thể tư vấn, hướng dẫn các bên trong đăng ký bảo hộ CDĐL (vì nhiều doanh nghiệp, cơ sở sản xuất chưa nắm rõ được những yêu cầu khắt khe trong việc xuất khẩu nông sản ra những thị trường khó tính). Dẫn chứng

như trường hợp vải thiều Lục Ngạn phải mất gần 5 năm để nộp hồ sơ đăng ký bảo hộ CDĐL tại Nhật Bản [2]. Một trong những nguyên nhân khiến thời gian đăng ký kéo dài là do sự khác biệt về pháp luật bảo hộ CDĐL giữa hai quốc gia và khả năng vận hành của tổ chức quản lý CDĐL còn kém trong việc cung cấp các tài liệu có cơ sở khoa học về đặc tính của sản phẩm.

(2) Công tác quản lý giữa các địa phương chưa thống nhất

Hiện nay, Nhà nước vẫn đóng vai trò là chủ thể sở hữu đối với CDĐL, nhưng mô hình tổ chức quản lý lại rất đa dạng. Lý do, vì CDĐL là một loại tài sản trí tuệ đặc thù cần yêu cầu cao về chuyên môn, nên đa số công tác quản lý sẽ được giao cho Sở Khoa học và Công nghệ quản lý, nhưng cũng có một số địa phương lại do các UBND huyện/thị xã/thành phố làm chủ sở hữu. Việc này dẫn đến sự thiếu thống nhất trong việc ban hành các văn bản quản lý giữa các địa phương, do không có khung chính sách chung ở cấp độ quốc gia [4]. Từ đó, gây ra không ít khó khăn cho các doanh nghiệp trong công tác đăng ký, hoàn thiện hồ sơ bảo hộ CDĐL.

(3) Tổ chức khai thác, quản lý CDĐL chưa hiệu quả

Hiện nay, trên thị trường tồn tại rất nhiều sản phẩm mặc dù đã đăng ký bảo hộ CDĐL, nhưng vẫn bị sao chép, làm giả, làm nhái và bày bán tràn lan ở nhiều nơi. Ví như trường hợp nước mắm Phú Quốc, nhưng lại được sản xuất tại Thái Lan và đăng ký nhãn hiệu tại Pháp, lý do vì đa số các CDĐL của Việt Nam chưa được đăng ký bảo hộ tại nước ngoài [6]. Hay thương hiệu nho Ninh Thuận cũng bị mạo danh rao bán trên thị trường, khiến người tiêu dùng nếu không tinh ý sẽ rất dễ mua nhầm nho Trung Quốc, thay vì nho Ninh Thuận [5]. Qua đó có thể thấy, công tác khai thác và quản lý CDĐL còn nhiều bất cập. Vấn đề đặt ra, nếu chưa có biện pháp cứng rắn để ngăn chặn việc sử dụng thương hiệu trái phép sẽ khiến người dân không mặn mà với việc đăng ký bảo hộ CDĐL.

(4) Nhận thức của người dân về CDĐL còn hạn chế

Đa số nhận thức của người dân về tầm quan trọng của việc đăng ký CDĐL cho sản phẩm đặc sản địa phương còn nhiều hạn chế, dẫn đến tình trạng có nhiều mặt hàng nông sản có chất lượng rất tốt và độc đáo nhưng vẫn chưa được bảo hộ CDĐL, với lý do chưa đáp ứng điều kiện đăng ký CDĐL hoặc đã đăng ký thành công, nhưng việc bảo hộ CDĐL chưa mang lại hiệu quả. Bên cạnh đó, nhiều doanh nghiệp địa phương chưa nắm rõ các yêu cầu đối với việc đăng ký CDĐL là cần dựa vào điều kiện của sản phẩm, như: danh tiếng, chất lượng đặc thù của sản phẩm do điều kiện địa lý quyết định..., nên lựa chọn sản phẩm bảo hộ chưa phù hợp, sản xuất còn nhỏ lẻ, chưa đáp ứng các tiêu chuẩn chất lượng, yêu cầu của thị trường tiêu thụ.

MỘT SỐ KHUYẾN NGHỊ

Thúc đẩy việc đăng ký bảo hộ CDĐL cho các loại nông sản đặc thù và xây dựng mô hình chuẩn về quản lý, khai thác các sản phẩm có tiềm năng được bảo hộ CDĐL

sẽ góp phần quan trọng để nông sản Việt tiếp cận và phát triển được thị trường tiêu thụ, mang lại lợi ích cho tất cả các bên tham gia vào chuỗi giá trị nông sản. Trong khuôn khổ nghiên cứu, tác giả đề xuất một số khuyến nghị nhằm tăng cường thực hiện bảo hộ CDĐL có hiệu quả, góp phần nâng cao chất lượng xuất khẩu, giá trị kinh tế cho mặt hàng nông sản của Việt Nam, như sau:

Một là, các cơ quan quản lý nhà nước bên cạnh việc tập trung hỗ trợ các nội dung đăng ký bảo hộ, cần đổi mới phương thức và nội dung trong quản lý để hỗ trợ, đồng hành thường xuyên, liên tục với doanh nghiệp và các cơ sở sản xuất trong thực hiện các vấn đề về xây dựng sản phẩm, quảng bá và phát triển thị trường. Đồng thời, ưu tiên thiết lập các chính sách tín dụng, chính sách thúc đẩy đầu tư cho nông nghiệp; chính sách hỗ trợ nhằm phát huy tiềm lực về đất đai, tài chính, khoa học kỹ thuật, phát triển thị trường cho sản phẩm theo hướng CDDL. Xây dựng khung chính sách về đăng ký, quản lý, sử dụng và bảo vệ CDĐL cấp quốc gia để việc ban hành các văn bản giữa các địa phương có sự nhất quán nhằm tháo gỡ những khó khăn mà chủ các cơ sở sản xuất đang gặp phải trong quá trình thực hiện các thủ tục liên quan.

Hai là, Nhà nước nên sớm xây dựng chương trình tổng thể về phát triển CDDL và thương hiệu nông sản Việt Nam, trong đó cần có đầy đủ các hướng dẫn thực hiện về lộ trình, các công cụ tài chính, kỹ thuật, thị trường, cơ chế phối hợp, hệ thống chia sẻ, xác định thị trường, ngành hàng tập trung xây dựng CDDL gắn với phát triển thương hiệu... một cách khả thi trong ứng dụng thực tiễn để các địa phương có căn cứ triển khai thực hiện.

Ba là, cần có chiến lược tổng thể phát triển hệ thống xúc tiến thương mại, quảng bá sản phẩm đối với sản phẩm đã được đăng ký CDĐL để thúc đẩy phát triển thương hiệu và tạo đà dẫn dắt các mặt hàng tham

gia xây dựng thương hiệu. Chú trọng tăng cường các hoạt động tập huấn nâng cao năng lực cho đội ngũ cán bộ, hợp tác xã, danh nghiệp vừa và nhỏ tham gia trực tiếp vào công tác xây dựng thương hiệu nông sản.

Bốn là, tăng cường tuyên truyền, vận động bà con nông dân tham gia vào các hội, hiệp hội, làng nghề để thống nhất quan điểm trong việc áp dụng quy trình sản xuất, hạn chế sản xuất tự phát nhằm tránh làm mai một danh tiếng các sản phẩm đặc sản địa phương trong mắt người tiêu dùng.

Năm là, thực hiện phối hợp lồng ghép các chương trình có kinh phí, nhân lực do các bộ, ban, ngành, địa phương quản lý, như: Chương trình khuyến công; Chương trình khuyến nông; Chương trình xúc tiến thương mại; Chương trình hỗ trợ doanh nghiệp về khoa học và công nghệ; Chương trình xây dựng nông thôn mới... có cùng các nội dung triển khai thực hiện các quy hoạch phát triển của ngành hàng và sản phẩm địa phương.

Sáu là, đẩy mạnh công tác truyền thông và phổ cập kiến thức đến doanh nghiệp địa phương về những lợi ích mà CDDL mang lại, đồng thời tăng cường công tác phòng chống việc cạnh tranh không lành mạnh, sản xuất hàng giả, hàng nhái để bảo vệ danh tiếng, uy tín cho các sản phẩm nông sản của địa phương đã được bảo hộ. □

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Cục Sở hữu trí tuệ - Bộ Khoa học và công nghệ (2023), *Số liệu thống kê đăng ký nhãn hiệu theo nhóm hàng hóa/dịch vụ từ năm 2011 đến năm 2022*.
2. Hạ An (2021), *Hành trình 5 năm thử thách, đưa vai thiếu sang đất Nhật*, truy cập từ <https://tapchicongthuong.vn/bai-viet/hanh-trinh-5-nam-thu-thach-dua-vai-thieu-sang-dat-nhat-72793.htm>.
3. Hồng Gấm (2022), *Để doanh nghiệp Việt không lạc lõng trên hành trình khoác "lớp áo thương hiệu" cho sản phẩm*, truy cập từ <https://doanhnhantrevietnam.vn/de-doanh-nghiep-viet-khong-lac-long-tren-hanh-trinh-khoac-lop-ao-thuong-hieu-cho-san-pham-d16283.html>.
4. Lưu Đức Thanh (2020), *Xây dựng, quản lý và phát triển thương hiệu cộng đồng*, truy cập từ https://vjst.vn/vn/_layouts/15/ICT.Webparts.TCKHCN/mt_poup/Intrangweb.aspx?IdNews=3030.
5. Nam Bình (2020), *Nho Ninh Thuận bị mạo danh*, truy cập từ <https://www.sgtiepthi.vn/nho-ninh-thuan-bi-mao-danh/>.
6. Phạm Liễu (2014), *Hơn 90% nước mắm Phú Quốc trên thị trường là giả*, truy cập từ <https://giaoduc.net.vn/hon-90-nuoc-mam-phu-quoc-tren-thi-truong-la-gia-post147523.gd>.
7. Quỳnh Nga (2021), *Nông sản Việt: Đứng thờ ơ với chỉ dẫn địa lý*, truy cập từ <https://congthuong.vn/nong-san-viet-dung-tho-o-voi-chi-dan-dia-ly-156714.html>.
8. Trung tâm Nghiên cứu và Phát triển truyền thông khoa học và công nghệ (2022), *Công bố biểu trưng chỉ dẫn địa lý quốc gia Việt Nam*.
9. Vân Anh (2021), *Bảo hộ chỉ dẫn địa lý trong EVFTA*, truy cập từ <http://thongke.cesti.gov.vn/an-pham-thong-ke/thong-tin-chuyen-de-khoa-hoc-cong-nghe-va-doi-moi-sang-tao/789-khcn-dmst-03-2021-bao-ho-chi-dan-dia-ly-trong-evfta>.