

Số 6-2017 (105)

Khoa học & Công nghệ

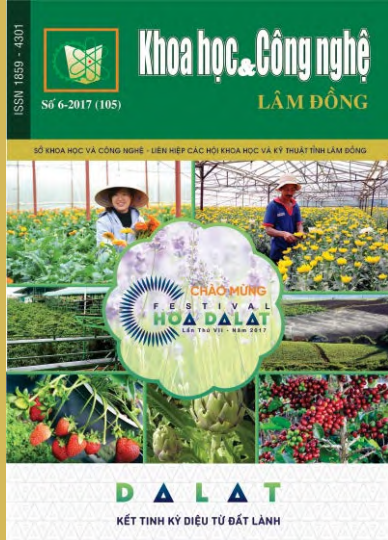
LÂM ĐỒNG

SỞ KHOA HỌC VÀ CÔNG NGHỆ - LIÊN HIỆP CÁC HỘI KHOA HỌC VÀ KỸ THUẬT TỈNH LÂM ĐỒNG



D A L A T

KẾT TINH KỲ DIỆU TỪ ĐẤT LẠNH



Khoa học & Công nghệ

LÂM ĐỒNG

TRONG SỐ NÀY

D A L A T

KẾT TINH KỲ DIỆU TỪ ĐẤT LÀNH

SỞ KHOA HỌC VÀ CÔNG NGHỆ LÂM ĐỒNG

★
LIÊN HIỆP CÁC HỘI KHOA HỌC
VÀ KỸ THUẬT TỈNH LÂM ĐỒNG

★ TRUNG TÂM THÔNG TIN VÀ THỐNG KÊ KH&CN

Địa chỉ: Số 36 Trần Phú - Tp.Đà Lạt

Điện thoại: 0263.3545479 - 0263.3833163

Email: trungtamthongtin@lamdongdost.gov.vn

CHỊU TRÁCH NHIỆM XUẤT BẢN

Ngô Đình Văn Châu

Biên tập:

Nguyễn Minh Tâm

Huỳnh Thanh Mai

Nguyễn Thanh Nhân

Lê Văn Công

Ngô Huy Đông

Trình bày:

Trung tâm Thông tin và Thống kê KHCN

Ảnh bìa:

Đà Lạt - Kết tinh kỳ diệu từ đất lành

- 1 **Phạm S** - Đà Lạt - Kết tinh kỳ diệu từ đất lành - Xây dựng và phát triển trở thành thương hiệu mạnh tham gia chuỗi giá trị toàn cầu
- 5 **Võ Ngọc Hiệp** - Hoa Đà Lạt - Hành trình sau 5 năm được cấp nhãn hiệu chứng nhận
- 7 **Tôn Thiện Sang** - Triển khai dự án Trung tâm giao dịch hoa
- 9 **Song Ngân** - Hiệp hội Hoa Đà Lạt vì ngành hoa phát triển bền vững
- 11 **Trịnh Thị Thanh** - Kết nối tiêu thụ hoa tại thành phố Hồ Chí Minh
- 13 **Nguyễn Thị Nguyên** - Du lịch cùng xứ hoa - Hướng đến chuyên nghiệp hóa và nâng cao chất lượng sản phẩm du lịch
- 15 **Nguyễn Bá Phong** - Giữ gìn và phát triển đặc sản Lâm Đồng bằng bảo hộ nhãn hiệu và chỉ dẫn địa lý
- 17 **Nguyễn Đình Thiện** - Thương hiệu "Cà phê Cầu Đất - Đà Lạt" khẳng định nhãn hiệu độc quyền
- 18 **Nông Văn Duy** - Chọn lọc một số loài lan rừng phục vụ công tác nhân giống, lai tạo và bảo tồn nguồn gen đặc hữu, quý hiếm của tỉnh Lâm Đồng
- 20 **Lê Hoa** - Dalat Hasfarm - Vàng thương hiệu hoa lớn nhất Việt Nam
- 22 **Văn Việt** - Liên kết trồng hoa lan xuất khẩu
- 24 **Bùi Trường** - Mô hình trồng hoa hiệu quả ở Bảo Lâm
- 25 **Nhật Quân** - Khám phá tour du lịch canh nông Tà Nung - Nam Ban
- 27 **Thanh Dương Hồng** - Đà Lạt - "Điểm hẹn" Festival Hoa
- 29 **Hà Hữu Nết** - 7 loài hoa thân gỗ độc đáo ở Đà Lạt
- 30 **Xuân Long** - Vườn hoa trên xứ sở chùa Vàng
- 31 **Nguyễn Thọ Biên** - Những cây hoa làm thuốc: Cây Oải hương
- 32 **Nguyễn Thọ Biên** - Cỏ hồng

D A L A T

KẾT TINH KỲ DIỆU TỪ ĐẤT LÀNH

XÂY DỰNG VÀ PHÁT TRIỂN TRỞ THÀNH THƯƠNG HIỆU MẠNH THAM GIA CHUỖI GIÁ TRỊ TOÀN CẦU

TS. PHẠM S

Phó Chủ tịch UBND tỉnh Lâm Đồng

Dự án Xây dựng mô hình phát triển nông nghiệp theo hướng tiếp cận đa ngành và cải thiện môi trường đầu tư trong nông nghiệp được Tổ chức JICA, Viện Hàn lâm Khoa học Xã hội Việt Nam (VASS) và UBND tỉnh Lâm Đồng phối hợp thực hiện từ tháng 4/2014 nhằm nghiên cứu, đánh giá hiện trạng ngành nông nghiệp và phát triển nông thôn tỉnh Lâm Đồng, xác định những “điểm nghẽn”, đồng thời đề xuất các mục tiêu, định hướng chiến lược cho ngành nông nghiệp của tỉnh. Dự án xác định 4 mục tiêu cần hướng tới, đó là: (1) xây dựng thương hiệu số một Việt Nam; (2) xây dựng cụm sản xuất rau, hoa số một Đông Nam Á; (3) xây dựng điểm du lịch nông nghiệp số một Việt Nam; (4) hình thành trung tâm đào tạo nhân lực và nghiên cứu nông nghiệp chủ lực tại Tây Nguyên.

Hành trình xây dựng thương hiệu “Đà Lạt - Kết tinh kỳ diệu từ đất lành”

Để đạt được các mục tiêu trên, tỉnh Lâm Đồng đã xác định cần thực hiện 8 bước chiến lược, gồm có bước chiến lược tăng cường hoạt động xây dựng thương hiệu.

Dự án Khảo sát về xây dựng chiến lược thương hiệu, quảng bá nông sản và du lịch nông nghiệp tỉnh Lâm Đồng được tiến hành từ ngày 14/3/2016. Sau hơn một năm triển khai, ngày 15/5/2017, đơn vị tư vấn (Công ty DI và DENTSU

Ngày 08/12/2017, Cục Sở hữu trí tuệ đã cấp giấy chứng nhận đăng ký nhãn hiệu số 292363 theo Quyết định số 87022/QĐ-SHTT đối với nhãn hiệu “Đà Lạt - Kết tinh kỳ diệu từ đất lành”.

- Nhật Bản) đã hoàn thành báo cáo cuối kỳ; được Tổ chức JICA và UBND tỉnh Lâm Đồng thống nhất, theo đó các đối tượng được chọn sử dụng thương hiệu, logo “Đà Lạt - Kết tinh kỳ diệu từ đất lành” là rau, hoa, cà phê Arabica, du lịch canh nông với thị trường mục tiêu là nội địa và hướng tới thị trường quốc tế tiềm năng.

Cơ quan chủ sở hữu nhãn hiệu chứng nhận này là UBND tỉnh Lâm Đồng. UBND thành phố Đà Lạt có trách nhiệm trực tiếp quản lý, sử dụng, khai thác, quảng bá và phát triển nhãn hiệu chứng nhận “Đà Lạt - Kết tinh kỳ diệu từ đất lành”; phối hợp với UBND các huyện Đơn Dương, Đức Trọng, Lâm Hà, Lạc Dương tiếp nhận hồ sơ đề xuất, xem xét cấp phát, quản lý nhãn hiệu chứng nhận tại các huyện.

Ngày 02/6/2017, UBND tỉnh đã ban hành Quy chế quản lý và sử dụng nhãn hiệu chứng nhận “Đà Lạt - Kết tinh kỳ diệu từ đất lành” tại Quyết định số 1191/QĐ-UBND. Ngày 06/6/2017, hồ sơ đăng ký bảo hộ nhãn hiệu chứng nhận “Đà Lạt - Kết tinh kỳ diệu từ đất lành” đã được

Mục tiêu:

- Xây dựng thương hiệu nông sản, quảng bá nông sản, du lịch canh nông Lâm Đồng trở thành thương hiệu số một tại Việt Nam. Tập trung các nguồn lực để phát triển và quảng bá thương hiệu “Đà Lạt - Kết tinh kỳ diệu từ đất lành” đối với sản phẩm rau, hoa, cà phê Arabica và du lịch canh nông tỉnh Lâm Đồng giai đoạn 2017-2020.
- Thông qua truyền thông và quảng bá thương hiệu giúp người tiêu dùng nhận biết, ghi nhớ, hài lòng, tin tưởng thương hiệu “Đà Lạt - Kết tinh kỳ diệu từ đất lành” để lựa chọn và ưu tiên sử dụng sản phẩm, dịch vụ có thương hiệu. Đẩy mạnh việc thu hút vốn đầu tư phát triển sản phẩm có thương hiệu.
- Triển khai đồng thời công tác phát triển, quảng bá thương hiệu với quản lý, kiểm soát chất lượng sản phẩm, dịch vụ nhằm nâng cao chất lượng, giá trị, sức cạnh tranh của sản phẩm, dịch vụ; nhấn mạnh sự an toàn, chất lượng và tính chuyên nghiệp của sản phẩm, dịch vụ khi gắn thương hiệu “Đà Lạt - Kết tinh kỳ diệu từ đất lành”, góp phần mở rộng thị trường tiêu thụ, thu hút du lịch, nâng cao đời sống của người dân vùng sản xuất, tăng sản lượng nông sản thương hiệu xuất khẩu và phát triển kinh tế - xã hội của địa phương.

Đối tượng thực hiện:

- a) Các doanh nghiệp, hợp tác xã, tổ hợp tác, hộ gia đình, cá nhân sản xuất - kinh doanh rau, hoa, cà phê Arabica và du lịch canh nông trên địa bàn tỉnh Lâm Đồng;
- b) Người tiêu dùng sản phẩm, người sử dụng dịch vụ;
- c) Các sở, ngành, địa phương, các tổ chức đoàn thể tỉnh Lâm Đồng;
- d) Các cơ quan truyền thông trong và ngoài nước.

Phạm vi thực hiện:

Thành phố Đà Lạt, các huyện Lạc Dương, Đơn Dương, Đức Trọng và một số xã của huyện Lâm Hà theo ranh giới Quy hoạch chung thành phố Đà Lạt và vùng phụ cận đến năm 2020 và tầm nhìn đến năm 2050 đã được phê duyệt tại Quyết định số 704/QĐ-TTg ngày 12/5/2014 của Thủ tướng Chính phủ.

Thời gian thực hiện: giai đoạn 2017-2020.

nộp đăng ký tại Cục Sở hữu trí tuệ, Bộ Khoa học và Công nghệ và đã được Cục Sở hữu trí tuệ chấp nhận đơn hợp lệ. Ngày 15/6/2017, UBND tỉnh đã ban hành Quyết định số 1333/QĐ-UBND thành lập Ban quản lý thương hiệu “Đà Lạt - Kết tinh kỳ diệu từ đất lành”, phân công một đồng chí Phó Chủ tịch UBND tỉnh làm trưởng ban.

Tăng cường quảng bá thương hiệu “Đà Lạt - Kết tinh kỳ diệu từ đất lành”

Ngày 08/8/2017, UBND tỉnh đã ban hành Quyết định số 5117/KH-UBND phê duyệt Kế hoạch hành động phát triển và quảng bá thương hiệu “Đà Lạt - Kết tinh kỳ diệu từ đất lành” giai đoạn 2017-2020, với tổng kinh phí 11.385 triệu đồng (tương đương 500.000 USD). Đây là giá trị đầu tư phát triển thương hiệu cho nông sản lớn nhất Việt Nam hiện nay.

Tại Hội nghị *Phát triển nông nghiệp công nghệ cao* do Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn tổ chức ngày 14/8/2017, Kế hoạch này đã được giới thiệu. Các hoạt động cao điểm tập trung trong chiến dịch tuyên truyền, quảng bá nhãn hiệu “Đà Lạt - Kết tinh kỳ diệu từ đất lành” được triển khai nhân dịp Festival Hoa Đà Lạt lần thứ VII nhằm tạo sức lan tỏa mạnh mẽ của thương hiệu trong và ngoài nước.

Bên cạnh đó, tỉnh Lâm Đồng tiếp tục nghiên cứu các hình thức tuyên truyền, quảng bá mới đảm bảo tính hiệu quả, tiết kiệm chi phí; lựa chọn thời điểm, cách thức triển khai các chương trình quảng bá phù hợp; ưu tiên xây dựng chương trình quảng bá, tuyên truyền cho đối tượng là hộ nông dân, hợp tác xã, tổ hợp tác, các doanh nghiệp trực tiếp sản xuất hoặc tham gia vào chuỗi sản xuất, cung cấp dịch vụ nhằm tăng cường nhận thức, thực hiện tốt công tác quản lý chất lượng sản phẩm, nâng cao giá trị thương hiệu.

Các hình thức quảng bá, phát triển thương hiệu

a) Sản phẩm, khách hàng, thị trường mục tiêu thực hiện truyền thông quảng bá

- + Sản phẩm rau: tập trung vào kênh bán lẻ hiện đại, siêu thị, siêu thị mini, thị trường trong nước và xuất khẩu.
- + Sản phẩm hoa: các kênh tiêu thụ hoa hiện đại, siêu thị, shop hoa...
- + Sản phẩm cà phê Arabica: các quán cà phê trung và cao cấp, các hệ thống bán buôn, bán lẻ hiện đại, siêu thị, siêu thị mini,...
- + Du lịch canh nông: các trường học, các chương trình du lịch tổ chức cho du khách tham

gia những hoạt động trải nghiệm, tìm hiểu, nghiên cứu nông nghiệp ứng dụng công nghệ cao.

b) Triển khai thực hiện truyền thông, quảng bá thương hiệu và quản lý chất lượng

+ Thực hiện truyền thông quảng bá:

Đăng tải video clip “Đà Lạt - Kết tinh kỳ diệu từ đất lành” phiên bản 2 phút 30 giây và phiên bản 60 giây trên các Đài Phát thanh - Truyền hình Trung ương và địa phương, Internet, mạng xã hội và quảng bá ở nước ngoài.

Xây dựng chuyên trang thông tin “Đà Lạt - Kết tinh kỳ diệu từ đất lành” quảng bá trên các báo, tạp chí, ... phục vụ việc truy cập, tìm kiếm các sản phẩm chất lượng mang thương hiệu này.

+ Các hình thức truyền thông:

Tổ chức truyền thông một chiều: truyền thông trên truyền hình, báo chí; truyền thông trên màn hình, biển quảng cáo ngoài trời, tờ rơi, áp phích, phướn; truyền thông qua các chương trình, sự kiện, Festival Hoa Đà Lạt, Lễ hội Văn hóa Trà; lắp đặt một số pano tấm lớn trên các Quốc lộ 20, 27, 27C, ... để quảng bá các nhãn hiệu nông sản của Đà Lạt - Lâm Đồng.

Tổ chức truyền thông tương tác: truyền thông qua các chương trình, sự kiện, Lễ hội Festival Hoa, Lễ hội Văn hóa Trà, ... clip quảng cáo điện tử, cuộc thi ảnh trực tuyến, mạng xã hội, ...

Xây dựng, thiết kế tập gấp, tờ rơi về nhãn hiệu rau, hoa, cà phê Arabica; ấn phẩm, clip quảng cáo các loại hình du lịch canh nông để phát hành miễn phí đến người tiêu dùng thông qua các kênh: các chương trình lễ hội, hội nghị, hội chợ thương mại trong và ngoài nước, các đoàn xúc tiến thương mại ngoài nước, du khách đến Đà Lạt, các trung tâm phân phối nông sản, hệ thống các siêu thị, khu, điểm du lịch, cảng hàng không, ...

Kết hợp quảng bá, giới thiệu thương hiệu “Đà Lạt - Kết tinh kỳ diệu từ đất lành” tại các buổi làm việc, hội nghị hoặc các hoạt động kết nối giao thương giữa tỉnh Lâm Đồng với các thành phố lớn như thành phố Hồ Chí Minh, Hà Nội, Đà Nẵng, Hải Phòng, Cần Thơ, ... và các thị trường xuất khẩu tiềm năng như Nhật Bản, Hàn Quốc, Mỹ, EU, ...

Tổ chức truyền thông hợp tác: hợp tác với các trung tâm phân phối nông sản lớn, các đơn vị dịch vụ du lịch (cơ sở lưu trú, lữ hành, phương tiện vận chuyển công cộng...), chuỗi chương trình truyền hình (chương trình đối thoại chia sẻ thông tin quảng bá hình ảnh, sản phẩm, kinh

nghiệm sản xuất nông sản, ...); trên các chuyến bay quốc tế và nội địa của các hãng hàng không; hợp tác với Đài Truyền hình Việt Nam (VTV) thực hiện chuỗi chương trình truyền hình.

Tổ chức gắn logo, nhãn bao bì đóng gói sản phẩm cho các doanh nghiệp, hợp tác xã, tổ hợp tác, hộ sản xuất, kinh doanh sản phẩm, dịch vụ sử dụng thương hiệu “Đà Lạt - Kết tinh kỳ diệu từ đất lành” đối với các sản phẩm: rau, hoa, cà phê Arabica, du lịch canh nông trên địa bàn thành phố Đà Lạt và vùng phụ cận.

Quảng bá, tuyên truyền cho các đối tượng: hộ nông dân, hợp tác xã, tổ hợp tác, các doanh nghiệp trực tiếp sản xuất hoặc tham gia chuỗi sản xuất, cung cấp dịch vụ, giúp tăng cường nhận thức, thực hiện tốt công tác quản lý chất lượng sản phẩm, nâng cao giá trị thương hiệu.

+ Tăng cường quản lý chất lượng sản phẩm nông nghiệp và du lịch canh nông:

Xây dựng Kế hoạch quản lý, kiểm soát chất lượng sản phẩm nông sản sử dụng nhãn hiệu chứng nhận “Đà Lạt - Kết tinh kỳ diệu từ đất lành” giai đoạn 2017-2020.

Tăng cường tính chủ động, nâng cao hiệu quả, hiệu lực công tác kiểm soát chất lượng sản phẩm trong chuỗi giá trị sản phẩm nông sản từ khâu sản xuất (giống cây trồng, vật tư nông nghiệp, quy trình sản xuất, chăm sóc, ...) đến sơ chế, phân loại, bảo quản sau thu hoạch (các trung tâm sau thu hoạch, doanh nghiệp, cơ sở), chế biến và tiêu thụ sản phẩm hàng hóa (công nghệ sản xuất, chế biến, lưu thông, tiêu thụ trên thị trường). Đảm bảo quản lý hiệu quả an toàn thực phẩm đối với sản phẩm nông sản mục tiêu; nâng cao ý thức tổ chức sản xuất, chế biến sạch, an toàn đối với các tổ chức, cá nhân sản xuất, chế biến, kinh doanh nông sản.

Tổ chức tập huấn, hướng dẫn cho cán bộ, công chức quản lý nhà nước; các tổ chức, cá nhân sản xuất, kinh doanh nông sản về các quy trình sản xuất tiên tiến, đảm bảo an toàn thực phẩm và phát triển ổn định, bền vững.

Các doanh nghiệp, hợp tác xã, tổ hợp tác, cơ sở, đầu mối thu mua nông sản, nông hộ sử dụng nhãn hiệu chứng nhận “Đà Lạt - Kết tinh kỳ diệu từ đất lành” xây dựng kế hoạch và các điều kiện để chuẩn hóa sản phẩm đạt tiêu chuẩn đăng ký sử dụng nhãn hiệu chứng nhận, chịu trách nhiệm tổ chức kiểm tra, kiểm soát, công bố chất lượng và phân loại nông sản được gắn nhãn hiệu chứng nhận trước khi tiêu thụ.

Các cơ quan quản lý nhà nước chuyên ngành tiến hành giám sát quá trình thực hiện của các đơn vị được sử dụng nhãn hiệu chứng nhận; định kỳ và đột xuất lấy mẫu kiểm tra chất lượng sản phẩm, thực hiện các chế tài đối với các sản phẩm không đạt chất lượng và các hành vi vi phạm pháp luật về an toàn vệ sinh thực phẩm, sử dụng nhãn hiệu không hợp pháp.

Tổ chức vận hành mô hình Trung tâm sau thu hoạch tại Công ty TNHH Sản xuất Thương mại Nông sản Phong Thủy, huyện Đức Trọng và một số trung tâm sau thu hoạch khác để rút kinh nghiệm trong công tác quản lý và thực hiện dịch vụ sau thu hoạch cho sản phẩm của các hộ nông dân liên kết, các đơn vị có nhu cầu.

Thực hiện có hiệu quả kế hoạch hình thành và quản lý chuỗi sản xuất nông nghiệp bền vững, đảm bảo vệ sinh an toàn thực phẩm và giảm phát thải khí nhà kính để tạo ra các chuỗi cung cấp thực phẩm an toàn; hoàn thiện, nâng cao hiệu quả hệ thống kiểm soát chất lượng an toàn sản phẩm nông nghiệp.

Xây dựng lộ trình truyền thông, quảng bá du lịch canh nông "Một điểm dừng" và "Tuyến điểm".

Xây dựng quy định quản lý và khai thác kinh doanh mô hình du lịch canh nông để đảm bảo quyền lợi cho các đơn vị kinh doanh, tổ chức, hộ gia đình và du khách tham gia dịch vụ du lịch canh nông.

Tổ chức hội nghị xúc tiến quảng bá du lịch canh nông.

Thiết kế ấn phẩm, clip quảng bá mô hình du lịch canh nông (sản phẩm, dịch vụ, sơ đồ, bản đồ các nhà vườn,...).

Xây dựng cổng chào đối với mô hình du lịch "Tuyến điểm" trên địa bàn thành phố Đà Lạt, các huyện Lạc Dương, Đơn Dương.

Các sở, ngành, địa phương và các đơn vị liên quan phối hợp thực hiện việc tuyên truyền, quảng bá và phát triển thương hiệu "Đà Lạt - Kết tinh kỳ diệu từ đất lành" thông qua các nội dung: đón các đoàn khảo sát lữ hành, báo chí trong và ngoài nước đến khảo sát các mô hình du lịch canh nông tại tỉnh Lâm Đồng; giới thiệu tại các chương trình lễ hội, hội nghị, hội chợ, hội thảo trong và ngoài nước; quảng bá tại các khu, điểm du lịch, cơ sở lưu trú, công ty lữ hành trên địa bàn tỉnh Lâm Đồng; tổ chức các chương trình tập huấn...

*

Với cách tiếp cận và lộ trình phù hợp, tỉnh Lâm Đồng đã đầu tư nguồn lực tài chính, nhân lực khá lớn và các hình thức quảng bá phong phú, khoa học, cùng với quyết tâm hành động quản lý chất lượng nông sản và du lịch canh nông cao nhất; tin rằng thương hiệu "Đà Lạt - Kết tinh kỳ diệu từ đất lành" sẽ trở thành thương hiệu số một Việt Nam và là thương hiệu mạnh tham gia chuỗi giá trị toàn cầu. ■

HOA ĐÀ LẠT HÀNH TRÌNH SAU 5 NĂM ĐƯỢC CẤP NHÃN HIỆU CHỨNG NHẬN

VÕ NGỌC HIỆP

Chủ tịch UBND thành phố Đà Lạt

Nâng cao giá trị sản phẩm từ thương hiệu "Hoa Đà Lạt"

Với điều kiện khí hậu, thiên nhiên ưu đãi, thành phố Đà Lạt phù hợp cho sự phát triển của nhiều loài hoa ôn đới và bán ôn đới. Sản phẩm hoa cắt cành của Đà Lạt đa dạng về chủng loại, có giá trị kinh tế cao, được nông dân Đà Lạt và vùng phụ cận đầu tư phát triển trong nhiều năm qua.

Ngành sản xuất hoa của thành phố đã dần tiếp cận, bắt nhịp được xu hướng của nền kinh tế thị trường, từ đó có những bước cải tiến phù hợp. Người sản xuất hoa đã vận dụng, kết hợp giữa kinh nghiệm sản xuất truyền thống với ứng dụng công nghệ, tiến bộ khoa học kỹ thuật để tạo ra sản phẩm đảm bảo chất lượng, mẫu mã đẹp, đa dạng, đáp ứng nhu cầu, thị hiếu ngày càng cao của người tiêu dùng. Bên cạnh đó, trên địa bàn có nhiều công ty, doanh nghiệp, hợp tác xã đi đầu trong việc ứng dụng công nghệ cao - tạo bước đột phá trong sản xuất nông nghiệp công nghệ cao của địa phương.

Ngày 14/12/2011, Cục Sở hữu trí tuệ đã cấp nhãn hiệu chứng nhận độc quyền "Hoa Đà Lạt" số 177080 tại Quyết định số 51964/QĐ-SHTT cho sản phẩm hoa Đà Lạt. Theo đó, nhãn hiệu "Hoa Đà Lạt" đã được tạo dựng dưới sự bảo hộ của Nhà nước; những tổ chức, cá nhân được cấp quyền sử dụng nhãn hiệu chứng nhận "Hoa Đà Lạt" được pháp luật bảo hộ trong phạm vi toàn lãnh thổ Việt Nam.

Đến nay, thành phố Đà Lạt đã cấp quyền sử dụng nhãn hiệu chứng nhận "Hoa Đà Lạt" cho 339 đơn vị, tổ chức, cá nhân sản xuất - kinh doanh hoa trên địa bàn. Các đơn vị, tổ chức, cá nhân được cấp nhãn hiệu chứng nhận "Hoa Đà Lạt" được sử dụng logo nhãn hiệu cho sản phẩm hoa của đơn vị, qua đó giúp người trồng hoa có cơ hội tạo dựng thương hiệu riêng, góp phần phát triển thương hiệu "Hoa Đà Lạt", tạo đầu ra ổn định và nâng cao giá trị sản phẩm.

Sau hơn 5 năm được cấp nhãn hiệu chứng nhận, thành phố Đà Lạt đã lồng ghép thực hiện các chương trình, dự án hỗ trợ chuyển giao tiến

bộ kỹ thuật, ứng dụng đồng bộ các giải pháp, công nghệ tiên tiến vào sản xuất, bảo quản hoa sau thu hoạch. Diện tích gieo trồng hoa năm 2017 của thành phố ước đạt 5.435 ha với sản lượng ước đạt trên 2,4 tỷ cành; giá trị thu hoạch bình quân đạt 800 triệu đồng/ha/năm (trong đó, một số mô hình canh tác hoa cao cấp như Lily, Địa lan có giá trị thu hoạch từ 1,5-3 tỷ đồng/ha/năm). Thành phố Đà Lạt đã hình thành các vùng sản xuất hoa tập trung tại phường 12 (Làng hoa Thái Phiến), phường 8 (Làng hoa Hà Đông), phường 5 (Làng hoa Vạn Thành) và xã Xuân Thọ (Làng hoa Xuân Thành) với tổng diện tích canh tác trên 600 ha.

Bên cạnh đó, trên địa bàn thành phố hiện có trên 50 doanh nghiệp hoạt động hiệu quả trong lĩnh vực sản xuất - kinh doanh hoa (trong đó, 8 doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài). Các doanh nghiệp đã khẳng định được vai trò trong chuyển giao tiến bộ khoa học kỹ thuật, ứng dụng công nghệ vào sản xuất với dịch vụ kinh doanh đa dạng, đáp ứng nhu cầu sản xuất và tiêu thụ hoa của nông dân. Đặc biệt, có 3 doanh nghiệp được công nhận là doanh nghiệp ứng dụng công nghệ cao (Công ty TNHH Dalat Hasfarm, Công ty Cổ phần Công nghệ Sinh học Rừng Hoa Đà Lạt và Công ty TNHH Đà Lạt G.A.P). Đồng thời, các liên kết sản xuất, đóng gói, bảo quản, tiêu thụ sản phẩm đã và đang được đẩy mạnh, góp phần đảm bảo đầu ra, nâng cao chất lượng, giá trị sản phẩm và thu nhập cho người trồng hoa, từng bước phát triển bền vững ngành sản xuất hoa Đà Lạt.

Giải pháp thúc đẩy ngành hoa Đà Lạt phát triển

Để thúc đẩy ngành sản xuất hoa Đà Lạt phát triển, trong thời gian tới cần phát huy vai trò của các cơ quan quản lý nhà nước, các doanh nghiệp nhằm nâng cao sức cạnh tranh của sản phẩm mang nhãn hiệu chứng nhận, góp phần tích cực vào sự phát triển chung của nền nông nghiệp thành phố, cụ thể:

Một là, đẩy mạnh tuyên truyền, quản lý nhãn hiệu "Hoa Đà Lạt"

- Phát huy vai trò của các tổ chức đoàn thể, các cơ quan, đơn vị, UBND các phường, xã trong





Lễ đón nhận và công bố cấp quyền sử dụng nhãn hiệu chứng nhận “Hoa Đà Lạt”



việc tuyên truyền nâng cao nhận thức của người dân về các chủ trương của Đảng, chính sách của Nhà nước trong phát triển nông nghiệp, nông dân, nông thôn và cơ hội tiếp cận các nguồn kinh phí hỗ trợ.

- Xây dựng nội dung tuyên truyền phù hợp với nhiều hình thức phong phú để doanh nghiệp, người dân nắm bắt thông tin kịp thời nhằm đầu tư xây dựng ngành hoa phát triển bền vững, ứng dụng công nghệ cao, sản xuất hàng hóa trên cơ sở tái cơ cấu ngành, nâng cao sức cạnh tranh cho sản phẩm.

- Nâng cao hiệu quả quản lý nhà nước trên các lĩnh vực quản lý vật tư nông nghiệp, giống cây trồng, quy hoạch, quản lý dịch hại...

- Tăng cường công tác quản lý và sử dụng nhãn hiệu chứng nhận “Hoa Đà Lạt”.

Hai là, giải pháp về vốn, thu hút đầu tư và ứng dụng khoa học công nghệ

- Lồng ghép nguồn vốn ngân sách nhà nước (trung ương, tỉnh, thành phố) từ các chương trình, dự án, vốn ODA và các nguồn vốn khác để đầu tư xây dựng cơ sở hạ tầng phục vụ phát triển sản xuất, hỗ trợ các mô hình sản xuất hoa theo hướng công nghệ cao.

- Thông tin, hướng dẫn doanh nghiệp, người dân tiếp cận các chính sách, nguồn vốn vay để đầu tư phát triển sản xuất, mở rộng thị trường tiêu thụ.

- Phối hợp với các trường đại học, viện nghiên cứu, các trung tâm, cơ quan, tổ chức, cá nhân đẩy mạnh triển khai các đề tài, dự án về sản xuất giống, công nghệ tưới tiết kiệm nước, công nghệ bảo quản sau thu hoạch, nhập khẩu giống mới về trồng khảo nghiệm, nhân rộng...

Ba là, giải pháp xúc tiến thương mại, hợp tác đa ngành và tiêu thụ sản phẩm

- Tiếp tục quản lý và phát triển nhãn hiệu chứng nhận “Hoa Đà Lạt”, chú trọng đến chất lượng, mẫu mã sản phẩm. Xây dựng Trung tâm Giao dịch hoa nhằm giảm khâu trung gian trong tiêu thụ, giúp minh bạch giá bán sản phẩm, tạo chuỗi giá trị cho ngành nông nghiệp địa phương.

- Tăng cường dự báo thông tin về thị trường để người dân có kế hoạch sản xuất phù hợp. Hỗ trợ các doanh nghiệp, hợp tác xã... tham gia hội chợ thương mại, giới thiệu và ký kết các hợp đồng tiêu thụ sản phẩm hoa trong và ngoài tỉnh.

- Đẩy mạnh phát triển theo quy chuẩn, tiêu chuẩn, liên kết sản xuất và tiêu thụ sản phẩm hoa hướng đến xuất khẩu nhằm nâng cao giá trị, hiệu quả sản xuất, đảm bảo phát triển bền vững.

- Khuyến khích hình thành các mô hình kinh tế tập thể tạo mối liên kết nhằm xúc tiến và tìm đầu ra ổn định, bền vững thông qua các hợp đồng kinh tế.

- Phối hợp với các sở, ban, ngành tạo điều kiện cho các doanh nghiệp nước ngoài đầu tư sản xuất, hợp tác và chuyển giao công nghệ.

- Tập trung nguồn lực để quảng bá và phát triển thương hiệu “Đà Lạt - Kết tinh kỳ diệu từ đất lành” đối với sản phẩm hoa mang nhãn hiệu chứng nhận.

Bốn là, giải pháp về phát triển nguồn nhân lực

- Thực hiện có hiệu quả công tác đào tạo nghề cho lao động nông thôn; tăng cường tập huấn, hướng dẫn kỹ thuật chăm sóc cây trồng, cách bón phân, sử dụng thuốc bảo vệ thực vật... cho người dân.

- Phối hợp đào tạo các kiến thức về giảm tổn thất sau thu hoạch, về phát triển kinh tế tập thể, kinh tế trang trại; đánh giá, phân loại các cơ sở kinh doanh vật tư nông nghiệp... ■

TRIỂN KHAI DỰ ÁN TRUNG TÂM GIAO DỊCH HOA

TÔN THIỆN SAN

Phó Chủ tịch UBND thành phố Đà Lạt

Sự cần thiết hình thành Trung tâm giao dịch hoa

Với điều kiện thiên nhiên, khí hậu, đất đai thích hợp cho sự phát triển của nhiều chủng loại hoa có nguồn gốc ôn đới, bán ôn đới sinh trưởng quanh năm, thành phố Đà Lạt là một trong những vùng sản xuất hoa lớn trong cả nước. Năm 2017, diện tích trồng hoa đạt khoảng 5.435 ha, sản lượng ước đạt 2,473 tỷ cành.

Sự phát triển của ngành hoa Đà Lạt được Trung ương, tỉnh Lâm Đồng quan tâm, ban hành nhiều chính sách tạo điều kiện thuận lợi cho ngành hoa phát triển như chính sách về đất đai, hỗ trợ xúc tiến thương mại, chính sách về khoa học công nghệ, hỗ trợ xây dựng thương hiệu, tín dụng,... Trên địa bàn thành phố có một số công ty, doanh nghiệp lớn đầu tư phát triển ngành trồng hoa, tạo điều kiện cho nông dân tiếp cận công nghệ, kỹ thuật tiên tiến; bên cạnh đó, nông dân Đà Lạt có truyền thống và kinh nghiệm trồng hoa lâu đời, có khả năng tiếp thu các tiến bộ kỹ thuật, chịu khó học hỏi, cần cù, mạnh dạn đầu tư, chủ động tìm kiếm thị trường để sản xuất, tiêu thụ sản phẩm và có tinh thần hợp tác cao.

Hoa là sản phẩm chiến lược của tỉnh Lâm Đồng nói chung và thành phố Đà Lạt nói riêng, tiêu thụ hoa nội địa ngày càng tăng, chiếm khoảng 90% sản lượng hoa. Hoa Đà Lạt được đánh giá cao về màu sắc, độ tươi, tính đa dạng và khả năng cung cấp quanh năm, có cơ hội mở rộng thị trường.

Có thể khẳng định sự phát triển của ngành hoa đã góp phần phát triển kinh tế - xã hội địa phương. Tuy nhiên, trong quá trình phát triển, ngành hoa còn phát sinh nhiều vấn đề tồn tại cần giải quyết, đặc biệt là khâu quản lý sau thu hoạch và phát triển thị trường. Đồng thời trong giai đoạn hiện nay, với xu thế hội nhập toàn cầu, việc nâng cao chất lượng sản phẩm và minh bạch trong khâu tiêu thụ sản phẩm là vấn đề cần giải quyết.

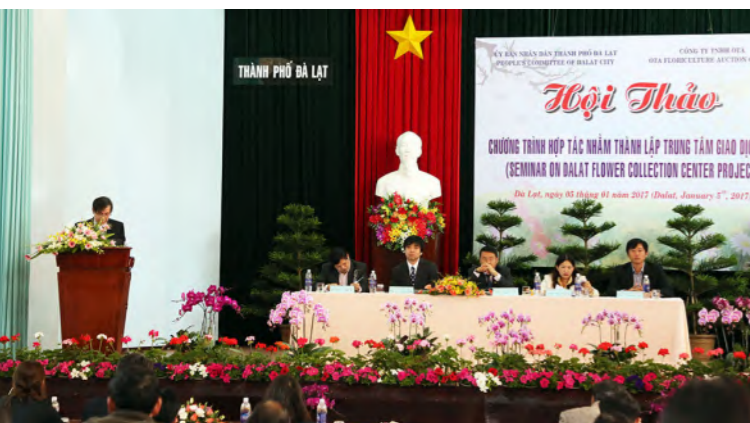
Để giải quyết các vấn đề trên, từ năm 2011, UBND tỉnh Lâm Đồng đã giao UBND thành phố

Đà Lạt lập quy hoạch, đề cương dự án đầu tư Trung tâm giao dịch hoa. Dự án nhằm cụ thể hóa chính sách phát triển ngành hoa của tỉnh Lâm Đồng, cung cấp dịch vụ công để định hướng việc cải thiện chất lượng sản phẩm hoa sau thu hoạch và cấu trúc lại thị trường qua liên kết cung - cầu, tạo giá cả hợp lý; tăng cường khả năng cạnh tranh của ngành hoa Đà Lạt và nâng cao thu nhập của người trồng hoa. Trung tâm giao dịch hoa có nhiệm vụ chính như: thu gom hoa của các tổ chức, cá nhân sản xuất hoa trên địa bàn thành phố Đà Lạt, Bảo Lộc và các huyện Lạc Dương, Đức Trọng, Đơn Dương, Lâm Hà, Di Linh; là trung tâm sau thu hoạch cho sản phẩm hoa; tiếp nhận đơn đặt hàng và tổ chức phân phối hoa đến các chợ đầu mối tại thị trường tiêu thụ (triển khai mô hình hợp tác với thành phố Hồ Chí Minh, Trung tâm giao dịch hoa có vai trò thu gom, thực hiện dịch vụ sau thu hoạch và nhận đơn đặt hàng; chợ đầu mối hoa thành phố Hồ Chí Minh là đầu mối chính có vai trò tổng hợp đơn đặt hàng chuyển đến Trung tâm giao dịch hoa và tổ chức phân phối cho người bán sỉ, người tiêu dùng); là nơi thiết lập hệ thống thông tin dữ liệu sản xuất và thị trường giao dịch hoa; hoạt động kết hợp với du lịch nông nghiệp. Dự án có tổng mức đầu tư khoảng 245 tỷ đồng.

Những kết quả bước đầu

Trong thời gian qua, với sự chỉ đạo của UBND tỉnh Lâm Đồng và sự hỗ trợ của Tổ chức JICA, Công ty OTA; UBND thành phố Đà Lạt đã triển khai các nội dung sau:

Triển khai thực hiện “Chương trình nhằm thành lập chợ đầu giá hoa và cải thiện việc phân phối hoa” với các hoạt động: nghiên cứu khả thi về thành lập Trung tâm giao dịch hoa; tổ chức 2 đoàn khảo sát tìm hiểu thông tin về chuỗi cung ứng hoa tại Nhật Bản - tháng 4 và tháng 11/2016; tổ chức hội thảo với người trồng và buôn bán hoa tại thành phố Đà Lạt (190 người) và thành phố Hồ Chí Minh (70 người) - tháng 1/2017.



Hội thảo “Chương trình hợp tác nhằm thành lập Trung tâm giao dịch hoa”

Về công tác lập quy hoạch, Công ty TNHH Kiến trúc Lâm Đồng đã tiến hành khảo sát, hoàn thành lập đồ án quy hoạch chi tiết xây dựng tỷ lệ 1/500 và báo cáo thông qua UBND thành phố Đà Lạt 3 lần, hiện đang hoàn chỉnh trình thẩm định, phê duyệt.

Tháng 3/2016, UBND thành phố Đà Lạt, Sở Công Thương tỉnh Lâm Đồng đã làm việc với Sở Công Thương thành phố Hồ Chí Minh và Tổng Công ty SATRA nhằm trao đổi phương thức hợp tác, liên kết giữa dự án Trung tâm giao dịch hoa và Trung tâm giao dịch hoa, cây kiểng, cá cảnh thành phố Hồ Chí Minh với Tổng Công ty SATRA. Sở Công Thương tỉnh Lâm Đồng đang chuẩn bị bản ghi nhớ và UBND thành phố Hồ Chí Minh xây dựng cơ chế phối hợp hoạt động giữa 2 Trung tâm trên. Ngày 07/01/2017, UBND thành phố Đà Lạt đã phối hợp với Tổng Công ty SATRA và các sở, ngành tổ chức hội thảo với người buôn bán tại thành phố Hồ Chí Minh trong khuôn khổ “Chương trình nhằm thành lập chợ đầu giá hoa và cải thiện việc phân phối hoa”.

Về lập dự án đầu tư, UBND tỉnh Lâm Đồng đã giao UBND thành phố Đà Lạt là chủ đầu tư dự án Trung tâm giao dịch hoa là dự án thành phần thuộc Dự án tín dụng ngành dựa trên kết quả để đầu tư phát triển cơ sở hạ tầng (từ nguồn vốn vay ODA của Tổ chức JICA - Nhật Bản) theo Quyết định số 993/QĐ-UBND ngày 16/5/2016 của UBND tỉnh Lâm Đồng. UBND thành phố Đà Lạt đã giao cho Trung tâm Phát triển hạ tầng kỹ thuật thành phố Đà Lạt lập báo cáo dự án đầu tư, làm việc với các đơn vị tư vấn lập thiết kế sơ bộ, khái toán tổng mức đầu tư xây dựng, thuyết minh dự án đầu tư. Trên cơ sở hồ sơ dự án đầu tư do

UBND thành phố Đà Lạt lập, UBND tỉnh Lâm Đồng đã trình Bộ Kế hoạch và Đầu tư đề xuất Dự án cải thiện cơ sở hạ tầng nhằm phát triển nông nghiệp tại tỉnh Lâm Đồng (giai đoạn I) từ nguồn vốn vay ODA của Tổ chức JICA. Bộ Kế hoạch và Đầu tư đã ban hành Văn bản số 4360/BKHĐT-KTĐN ngày 29/5/2017 trình Thủ tướng Chính phủ Dự án trên. Theo đó, Bộ Kế hoạch và Đầu tư thống nhất với ý kiến của Bộ Tài chính về việc áp dụng cơ chế cho vay lại chính quyền địa phương (cấp tỉnh) 100% đối với nguồn vốn vay nước ngoài hạng mục Trung tâm Giao dịch hoa. Do đó, chi phí trả lãi và vốn vay để đầu tư dự án dựa vào phương án tài chính của dự án và do đơn vị quản lý vận hành dự án sau này chi trả. Bảng cân đối tài chính cho thấy đơn vị quản lý vận hành của dự án có khả năng đảm bảo hoàn trả vốn đầu tư và lãi vay trong thời hạn 25 năm. Đến nay, Dự án Trung tâm giao dịch hoa đã được Văn phòng Chính phủ đồng ý triển khai lập Báo cáo nghiên cứu tiền khả thi dự án tại Văn bản số 7752/VPCP ngày 25/7/2017. UBND thành phố Đà Lạt đang triển khai lập dự án đầu tư.

Trung tâm giao dịch hoa sẽ được giao cho doanh nghiệp, tổ chức trong và ngoài nước có kinh nghiệm về quản lý hoa sau thu hoạch, kinh doanh hoa quản lý, vận hành. Mô hình vận hành được thực hiện theo hình thức đối tác công tư với hình thức hợp đồng kinh doanh - quản lý (hợp đồng O&M) theo Nghị định số 15/2015/NĐ-CP ngày 14/2/2015 của Chính phủ, được thực hiện trên cơ sở hợp đồng giữa cơ quan nhà nước có thẩm quyền và doanh nghiệp để quản lý, vận hành dự án kết cấu hạ tầng, cung cấp dịch vụ công. ■



Hiệp hội Hoa Đà Lạt VÌ NGÀNH HOA PHÁT TRIỂN BỀN VỮNG

SONG NGÂN

Hiệp Hội hoa Đà Lạt

Sau hơn nửa năm Đại hội nhiệm kỳ V (2017-2022), Hiệp hội Hoa Đà Lạt (DFA) đã có nhiều hoạt động thiết thực như tổ chức hội thảo, trao đổi kinh nghiệm, đón tiếp các đoàn khách trong và ngoài nước đến tham quan, học hỏi kinh nghiệm về ngành hoa, thông tin kịp thời các hoạt động của Hiệp hội Hoa Đà Lạt... với mong muốn khẳng định vị thế của ngành hoa và nâng cao giá trị sản phẩm.

Với mục tiêu “Chung tay góp sức vì ngành hoa phát triển bền vững”, Hiệp hội Hoa Đà Lạt sau Đại hội nhiệm kỳ mới luôn nỗ lực, quy tụ được 68 thành viên, gồm 46 doanh nghiệp, 22 trang trại, làng hoa và cá nhân hiện đang sản xuất hoa tại Đà Lạt và vùng phụ cận. Ông Phan Thanh Sang - Chủ tịch Hiệp hội Hoa Đà Lạt cho biết, Hiệp hội Hoa Đà Lạt đang tìm kiếm cơ hội hợp tác và liên kết phân phối hoa Đà Lạt tại các địa phương để phát triển và nâng cao giá trị thương phẩm hoa Đà Lạt, góp phần tăng cường lợi ích của người trồng và kinh doanh hoa; thường xuyên tổ chức các hoạt động kết nối doanh nghiệp, cập nhật các khúc mắc, khó khăn của doanh nghiệp để kịp thời đề xuất UBND tỉnh và các ngành hỗ trợ, tháo gỡ.

Tháng 10/2017, Hiệp hội Hoa Đà Lạt đã phối hợp với Sở Công Thương tỉnh Lâm Đồng khảo sát tại các chợ hoa đầu mối ở thành phố Hồ Chí Minh nhằm tìm hiểu nhu cầu của những người kinh doanh hoa Đà Lạt và lắng nghe ý kiến nhận xét về chất lượng hoa từ Đà Lạt chuyển đi. Tháng 11/2017, Hiệp hội Hoa Đà Lạt đã tổ chức buổi làm việc với 4 Làng hoa Thái Phiên, Vạn Thành, Hà Đông, Xuân Thành để lắng nghe tâm tư, nguyện vọng của nông dân, công bố 4 nhóm tư vấn hỗ trợ, thông báo kết quả chuyến khảo sát các chợ đầu mối tại thành phố Hồ Chí Minh, định hướng hỗ trợ nông dân trồng hoa và hội viên. Trong thời gian tới, Hiệp hội Hoa Đà Lạt đang xây dựng kế hoạch thực hiện các chuyến khảo sát tại Hà Nội, Vinh, Đà Nẵng nhằm giải quyết những khó khăn, vướng mắc về thị trường tiêu thụ của ngành hoa Đà Lạt.

Thông qua các chuyến khảo sát của Hiệp hội Hoa Đà Lạt, hy vọng sẽ cung cấp nhiều thông tin để hài hòa lợi ích của người nông dân, nhà kinh doanh và nhà phân phối. Từ đó, xúc tiến ký kết hợp đồng tiêu thụ sản phẩm hoa, can thiệp khi có sự cố phát sinh hay mâu thuẫn giữa bên bán và bên mua, phối hợp tổ chức hội thảo giao lưu, kết nạp thành viên ở các địa phương khác...

Nhằm nâng cao chất lượng hoa, Hiệp hội Hoa Đà Lạt đã tổ chức hội thảo giới thiệu công nghệ bảo quản hoa sau thu hoạch theo công nghệ của Israel thông qua 2 sản phẩm TOG và Long Life của Tập đoàn Gadot Agro. Theo đó, sản phẩm TOG dùng bảo quản hoa xuất khẩu thực hành gồm 5 bước: thu hái hoa vào thời điểm thích hợp; làm sạch hoa; cắt tỉa, bao gói; đưa hoa vào kho lạnh 2-4°C kéo dài trong 24-72 giờ tùy loại hoa; tiếp tục xử lý TOG trước khi vận chuyển xuất khẩu, nhằm thông mạch dẫn trong cành hoa, ngăn vi khuẩn sinh trưởng trở lại. Đối với hoa phân phối tại thị trường trong nước, sau khi cắt cành, xử lý ngay dung dịch TOG từ 1-4 giờ, nhiệt độ 16-26°C, độ ẩm 85-95%. Riêng tại các cửa hàng hoa và người sử dụng hoa cuối cùng có thể sử dụng dung dịch Long Life hòa tan trong nước giúp kích thích nở nụ hoa mới, giữ hoa tươi đến gần nửa tháng mà không cần thay nước...

Hiệp hội Hoa Đà Lạt cũng đang phối hợp với các sở, ngành liên quan đề xuất các bộ, ngành tháo gỡ những khó khăn, vướng mắc trong quá trình sản xuất - kinh doanh hoa... như cơ chế nhập khẩu giống mới, bản quyền giống; cơ chế vốn sản xuất hoa công nghệ cao; quy trình kỹ thuật, chăm sóc hoa từ khâu làm giống, bảo quản



Đại hội Hiệp hội Hoa Đà Lạt nhiệm kỳ V (2017-2022)



Tọa đàm nâng cao giá trị sản phẩm hoa Đà Lạt và chủ động hội nhập quốc tế

sau thu hoạch; phát triển thị trường, tạo đầu ra ổn định cho sản phẩm, tăng tỷ lệ hoa xuất khẩu...

Bên cạnh đó, năm 2017, Hiệp hội Hoa Đà Lạt đã phối hợp với Sở Nông nghiệp và Phát triển nông thôn thực hiện Dự án nhập khẩu và mua bản quyền giống mới với tổng kinh phí trên 6 tỷ đồng, trong đó kinh phí do ngân sách nhà nước đầu tư trên 1,3 tỷ đồng. Dự án nhằm mục tiêu hiện đại hóa sản xuất rau, hoa theo hướng tiếp cận đa ngành thông qua hoạt động nhập nội và xuất khẩu hoa theo thông lệ quốc tế; nâng cao trách nhiệm của các doanh nghiệp sản xuất hoa theo bản quyền phục vụ thị trường nội địa và xuất khẩu; góp phần xây dựng và phát triển thương hiệu "Đà Lạt - Kết tinh kỳ diệu từ đất lành"; hình thành các chuỗi liên kết sản xuất giữa doanh nghiệp với doanh nghiệp, hợp tác xã, tổ hợp tác và nông dân; đẩy mạnh tái cơ cấu lĩnh vực trồng trọt và bảo vệ thực vật, nâng cao giá trị sản xuất nông nghiệp ứng dụng công nghệ cao của tỉnh.

Để hỗ trợ và phát triển bền vững nghề trồng hoa, Ngân hàng Nông nghiệp và Phát triển nông thôn Việt Nam (Agribank) Chi nhánh Lâm Đồng đã triển khai chương trình cho vay ưu đãi để phát triển nông nghiệp ứng dụng công nghệ cao, nông nghiệp sạch cho hội viên Hiệp hội Hoa Đà Lạt với lãi suất vay vốn ưu đãi từ 5-6%/năm. Hiện tại, Agribank đang nỗ lực cải tiến quy trình, phương pháp cho vay, tiết giảm chi phí để hỗ trợ với lãi suất thấp, mở rộng đầu tư tín dụng cho "tam nông" thông qua đơn giản hóa thủ tục, tăng cường phối hợp chặt chẽ với chính quyền địa phương nhằm tháo gỡ khó khăn, vướng mắc về hạn mức vay vốn, kỳ hạn trả nợ, tài sản thế chấp cho các nông hộ. Đây là tín hiệu vui cho bà con sản xuất hoa trên địa bàn, tạo điều kiện phát triển sản phẩm hoa công nghệ cao.

Đặc biệt, tại Festival Hoa Đà Lạt lần thứ VII, Hiệp hội Hoa Đà Lạt sẽ chủ trì thực hiện Không gian hoa - một trong những chương trình chủ đạo với gần 30 tiểu cảnh sử dụng các loại hoa tươi đặc trưng của Đà Lạt, tạo thành không gian hoa nghệ thuật quanh hồ Xuân Hương, các công viên, tiểu cảnh, tuyến phố, khu dân cư, khu, điểm du lịch trên địa bàn thành phố Đà Lạt và vùng phụ cận phục vụ du khách thưởng lãm, ghi lại những khung hình đẹp.

Trong thời gian tới, Hiệp hội Hoa Đà Lạt sẽ tiếp tục làm việc với UBND thành phố Đà Lạt triển khai những nội dung ký kết hợp tác, trong đó 2 nội dung quan trọng là tạo cơ chế hỗ trợ cho các phòng thí nghiệm, cơ sở nuôi cấy mô,... nhằm xây dựng Đà Lạt thành trung tâm công nghệ sinh học xuất khẩu cây giống; đồng thời, đề xuất để Hiệp hội Hoa Đà Lạt phối hợp quản lý, vận hành thương hiệu "Hoa Đà Lạt".

Hiệp hội Hoa Đà Lạt bước vào nhiệm kỳ mới với sức trẻ, lòng nhiệt huyết và nhiều kế hoạch tương lai đang xây dựng để chung tay góp sức vì ngành hoa Lâm Đồng ngày càng phát triển bền vững, góp phần lan tỏa thương hiệu "Hoa Đà Lạt - Kết tinh kỳ diệu từ đất lành". ■



KẾT NỐI TIÊU THỤ HOA TẠI THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH

TRỊNH THỊ THANH

Sở Công Thương tỉnh Lâm Đồng

Lâm Đồng hiện có khoảng 7.909 ha hoa đang canh tác với sản lượng hoa toàn tỉnh đạt hơn 2,63 tỷ cành (năm 2016). Các địa bàn sản xuất hoa trọng điểm của tỉnh là thành phố Đà Lạt, các huyện Lạc Dương, Đơn Dương, Lâm Hà..., trong đó, thành phố Đà Lạt chiếm trên 66% diện tích và gần 70% sản lượng hoa của tỉnh với đa dạng các chủng loại như Lan, Cúc, Hồng, Lily, Cẩm chướng, Đồng tiền, Cát tường,... Các hình thức tổ chức sản xuất chủ yếu gồm công ty đầu tư sản xuất theo công nghệ cao, nông dân sản xuất truyền thống và hiện đại với trên 50 doanh nghiệp sản xuất hoa và 4 Làng hoa (Thái Phiên, Hà Đông, Vạn Thành, Xuân Thành).

Hoa Đà Lạt được tiêu thụ tại thị trường nội địa là chủ yếu, chiếm khoảng 90%, trong đó thành phố Hồ Chí Minh và các tỉnh phía Nam chiếm 70%, còn lại là miền Bắc và miền Trung. Hoa xuất khẩu chỉ chiếm từ 10-12% sản lượng hoa của tỉnh với tổng kim ngạch xuất khẩu chiếm từ 5-7% tổng kim ngạch xuất khẩu của tỉnh (năm 2016 đạt 30,36 triệu USD, tương ứng với 265 triệu cành, chủ yếu do Công ty TNHH Dalat Hasfarm thực hiện (chiếm 90%)). Thị trường xuất khẩu hoa chủ yếu là Nhật Bản, các nước EU, Đài Loan, Trung Quốc với sản phẩm hoa tươi cắt cành và hoa chậu.

Có thể thấy, thành phố Hồ Chí Minh là nơi phát luồng và tiêu thụ hoa Đà Lạt, chủ yếu tập trung tại các chợ đầu mối như Hồ Thị Kỷ, Đầm Sen, Bình Điền, Thủ Đức và các cửa hàng hoa, shop hoa lớn (Flower Box, Cao Sơn, Yêu Thương, Love Flower, Hoa Lan Toda, Điện Hoa 24h, Hoa Tươi DJ Flower,...). Tuy nhiên, trong quá trình liên kết, hợp tác kinh doanh, nhiều nhà vườn, cơ sở sản xuất hoa của Lâm Đồng chưa có dịp gặp gỡ thương nhân, mà chủ yếu thông qua các mối liên hệ, giới thiệu; do đó việc trao đổi thông tin, nắm bắt nhu cầu, khả năng cung ứng chưa gắn kết bền chặt nên hoạt động sản xuất - kinh doanh chưa đạt hiệu quả như mong muốn.

Nhằm tạo mối liên kết từ khâu sản xuất - phân phối - tiêu thụ sản phẩm hoa bền vững tại thị trường thành phố Hồ Chí Minh, trong tháng 10/2017, Sở Công Thương tỉnh Lâm Đồng cùng

với Hiệp hội Hoa Đà Lạt, các doanh nghiệp, nông dân sản xuất hoa tổ chức đợt khảo sát thị trường tại 4 chợ đầu mối hoa và một số cửa hàng, shop hoa lớn tại thành phố Hồ Chí Minh. Qua khảo sát thực tế cho thấy chất lượng hoa Đà Lạt tới thị trường thành phố Hồ Chí Minh tại các chợ đầu mối giảm đáng kể, sản lượng hao hụt khoảng 6-10% do kỹ thuật chăm sóc chưa tốt, công tác thu hoạch và bảo quản sau thu hoạch chưa đảm bảo, đặc biệt là công tác vận chuyển chưa chuyên nghiệp... Tại các chợ đầu mối này, hoa của Lâm Đồng chiếm tới 90%, tuy nhiên, việc nhận diện sản phẩm mang nhãn hiệu "Hoa Đà Lạt" gặp khó khăn, vì chưa được quan tâm đến việc gắn nhãn mác (trừ một số doanh nghiệp như Công ty TNHH Dalat Hasfarm, Công ty TNHH Trang trại LangBiang, Công ty TNHH Thương mại Dịch vụ Trường Hoàng).

Tại buổi làm việc gồm Sở Công Thương thành phố Hồ Chí Minh, Sở Công Thương tỉnh Lâm Đồng, Hiệp hội Hoa Đà Lạt, các doanh nghiệp, nông dân sản xuất hoa của Lâm Đồng và các thương nhân phân phối, tiêu thụ hoa của thành phố Hồ Chí Minh, các đại biểu đã trao đổi, chia

Ông Lê Tấn Hùng - thành viên Hiệp hội Hoa Đà Lạt phân tích: chi phí bao bì chỉ chiếm 3-4% giá thành sản phẩm của hoa. Khi hoa được sử dụng bao bì kém chất lượng, tỷ lệ hao hụt sẽ từ 5-10%, đồng thời tổn thêm chi phí nhân công phân loại hoa khi nhận từ các nhà vườn, sau đó đóng thùng trở lại để tiếp tục phân phối; tạo tâm lý không hài lòng của nhà phân phối tiếp theo do thiếu hụt số lượng theo dự kiến, vì phải loại bỏ lượng hoa bị hư hao trong quá trình vận chuyển. Ví dụ nhà vườn sản xuất được 10.000 cành hoa, mức hao hụt là 5% tức là đã có 500 cành hoa bị loại bỏ, không tạo ra được giá trị mặc dù vẫn tiêu tốn chi phí về giống, phân bón, thuốc, điện năng, công chăm sóc - thu hái - vận chuyển...; ảnh hưởng đến chi phí sản xuất.

(Lê Hoa lược ghi)



Trao đổi thông tin ở quầy hàng hoa tại chợ Đầm Sen

sẽ các vấn đề như chốt giá cả giữa người sản xuất và thương nhân phân phối, về chất lượng hoa, vận chuyển, thanh toán, đề xuất các biện pháp nhằm tăng cường mối liên kết tiêu thụ sản phẩm.

Qua đợt khảo sát và làm việc tại thành phố Hồ Chí Minh, Hiệp hội Hoa Đà Lạt sẽ có những giải pháp nhằm phát triển ngành hoa trong thời gian tới phù hợp và hiệu quả; là cầu nối giữa người sản xuất hoa và các tiểu thương tại các chợ đầu mối thông qua Ban quản lý chợ; tạo kênh thông tin trao đổi về chất lượng cũng như giá cả.

Với tiềm năng phát triển của ngành sản xuất hoa Lâm Đồng, cùng với nhu cầu tiêu dùng và yêu cầu chất lượng hoa của thị trường ngày càng tăng, đòi hỏi hoạt động sản xuất, phân phối phải có sự đổi mới và có một chuỗi liên kết bền vững giữa nhà sản xuất, nhà phân phối cùng với sự hỗ trợ của các nhà khoa học, nhà quản lý.

Hy vọng, với sự cố gắng của ngành hoa Lâm Đồng, trong thời gian tới, thương hiệu hoa Đà Lạt sẽ ngày càng phát triển, góp phần nâng cao giá trị sản xuất của ngành hoa địa phương. ■



Đóng gói hoa Hồng ở Làng hoa Vạn Thành, Đà Lạt

Nằm trên vùng đất Tây Nguyên, hiếm có nơi nào lại có sức quyến rũ đặc biệt đối với du khách như Đà Lạt - Lâm Đồng, phố núi xinh đẹp với không khí trong lành, kiến trúc cảnh quan độc đáo, nền văn hóa đa dạng, đậm đà bản sắc dân tộc, khung cảnh nên thơ, lãng mạn với những đồi thông thấp thoáng ẩn hiện xen lẫn vẻ đẹp của các loài hoa. Hoa ở khắp mọi nơi, trước hiên nhà, ven đường, trên những ngọn đồi, con dốc... Hoa nở quanh năm, khoe sắc làm nao lòng bao du khách.

Với mục tiêu phát triển du lịch theo hướng chuyên nghiệp, chất lượng, đảm bảo khả năng cạnh tranh, tạo sức thu hút và sự phát triển lâu dài; tỉnh Lâm Đồng đã tập trung quy hoạch, đầu tư nâng cấp, phát triển hệ thống hạ tầng giao thông, thông tin, truyền thông, năng lượng, cấp thoát nước, môi trường và các lĩnh vực liên quan một cách đồng bộ, phục vụ yêu cầu phát triển du lịch. Đặc biệt chú trọng đến yếu tố đảm bảo chất lượng, hiện đại, tiện nghi tại các khu, điểm du lịch, cơ sở lưu trú, ăn uống, giải trí, phương tiện vận chuyển... đáp ứng nhu cầu ngày càng cao của du khách.

Việc quy hoạch, đầu tư phát triển sản phẩm du lịch trên cơ sở thể mạnh nổi trội và hấp dẫn về tài nguyên du lịch đã tạo nên hệ thống sản phẩm chất lượng, đặc sắc, đa dạng và đồng bộ, đáp ứng nhu cầu của du khách nội địa và quốc tế; đặc biệt, tập trung ưu tiên phát triển sản phẩm đặc thù là du lịch thể thao mạo hiểm, du lịch canh nông, du lịch sinh thái.

Phát triển các sản phẩm du lịch đặc thù

Loại hình du lịch thể thao mạo hiểm

Lâm Đồng là địa phương đầu tiên trong cả nước ban hành Quy định tạm thời về quản lý hoạt động tổ chức và kinh doanh du lịch thể thao mạo hiểm. Triển khai Quy định này, Sở Văn hóa Thể thao và Du lịch đã phối hợp với Tổng cục Thể dục Thể thao và Liên đoàn Leo núi Singapore tổ chức đào tạo, cấp chứng chỉ cho 60 hướng dẫn viên du lịch thể thao mạo hiểm của 11 công ty trên địa bàn tỉnh; thành lập đoàn liên ngành thẩm định và cấp văn bản xác nhận đủ điều kiện tổ chức, kinh doanh du lịch thể thao mạo hiểm cho 10 đơn vị. Bước đầu, việc ban hành và triển khai Quy định đã tạo hành lang pháp lý, góp phần tăng

Du lịch cùng xứ hoa HƯỚNG ĐẾN CHUYÊN NGHIỆP HÓA VÀ NÂNG CAO CHẤT LƯỢNG SẢN PHẨM DU LỊCH

NGUYỄN THỊ NGUYỄN

Giám đốc Sở Văn hóa Thể thao và Du lịch



Tour du lịch mạo hiểm vượt thác

cường công tác quản lý nhà nước, nâng cao chất lượng nguồn nhân lực, tính chuyên nghiệp cho hoạt động tổ chức và kinh doanh du lịch thể thao mạo hiểm của các doanh nghiệp, đảm bảo an ninh, an toàn cho du khách.

Loại hình du lịch canh nông

Triển khai Đề án thí điểm xây dựng các mô hình du lịch nông nghiệp trên địa bàn tỉnh Lâm Đồng, Sở Văn hóa Thể thao và Du lịch đã tổ chức cho các hộ nông dân tham gia khảo sát, học tập kinh nghiệm tổ chức, quản lý mô hình du lịch cộng đồng tại tỉnh Tiền Giang và thành phố Cần Thơ; tập huấn, bồi dưỡng kiến thức, kỹ năng về giao tiếp, tổ chức hoạt động kinh doanh cho 60 học viên là cán bộ, nhân viên của các đơn vị, hộ gia đình kinh doanh du lịch canh nông trên địa bàn thành phố Đà Lạt và vùng phụ cận. Hiện nay, tỉnh Lâm Đồng đã ban hành tiêu chí công nhận mô hình du lịch canh nông "Tuyến điểm" và "Một điểm dừng". Thời gian tới, ngành sẽ thực hiện thẩm định, công nhận mô hình du lịch canh nông "Tuyến điểm" và "Một điểm dừng", qua đó tiến hành quảng bá các mô hình gắn với thương hiệu "Đà Lạt - Kết tinh kỳ diệu từ đất lành"; hỗ trợ các đơn vị, hộ gia đình trong việc vận hành mô hình, góp phần phát triển loại hình du lịch canh nông theo hướng chuyên nghiệp, thu hút ngày càng nhiều du khách tham quan, trải nghiệm.



Hái cà phê bên dòng thác Voi tại điểm du lịch canh nông Tâm Trinh, xã Gia Lâm - huyện Lâm Hà

Loại hình du lịch sinh thái

Sở Văn hóa Thể thao và Du lịch đã hoàn thiện công tác đầu tư hạ tầng, cơ sở vật chất kỹ thuật phục vụ du khách tại các khu du lịch sinh thái như các điểm dừng chân, chòi ngắm cảnh trên các tuyến tham quan, xây dựng các tuyến đường mòn, biển chỉ dẫn, nhà vệ sinh công cộng; tổ chức các chương trình du lịch, trong đó kết hợp tham quan, tìm hiểu và khám phá hệ động, thực vật, văn hóa của các cộng đồng dân cư bản địa. Đồng thời, quan tâm đào tạo đội ngũ thuyết minh viên, diễn giả viên là người dân tộc bản địa, xem đây là nét khác biệt và làm tăng tính hấp dẫn cho du khách khi đến tham quan, tìm hiểu tại các khu du lịch sinh thái.

Hướng đến sự chuyên nghiệp hóa, nâng cao chất lượng sản phẩm du lịch

Trong những năm qua, các chỉ tiêu về du lịch của tỉnh phát triển ổn định; lượng khách đến Lâm Đồng tăng trưởng đều qua các năm, với tốc độ tăng trưởng bình quân 10%/năm. Cơ sở vật chất kỹ thuật phục vụ du lịch phát triển cả về số lượng và chất lượng với trên 1.200 cơ sở lưu trú, 35 khu, điểm du lịch, 51 hãng lữ hành. Thị trường khách nội địa và quốc tế ngày càng được mở rộng; tăng cường liên kết hợp tác phát triển du lịch với các địa phương trong



Ký kết hợp tác phát triển du lịch giữa Hà Nội và 3 tỉnh Tây Nguyên (Gia Lai, Đắk Lắk, Lâm Đồng)

nước như Quảng Bình, Nghệ An, Thừa Thiên Huế, Đà Nẵng, Quảng Nam, Khánh Hòa, Bình Thuận, thành phố Hồ Chí Minh, Cần Thơ, Kiên Giang; đón nhiều đoàn khảo sát du lịch (farmtrip, presstrip) trong nước và quốc tế đến Đà Lạt - Lâm Đồng.

Tuy nhiên, với vai trò là ngành kinh tế chủ lực của tỉnh, du lịch Lâm Đồng vẫn còn những bất cập, hạn chế; tính hấp dẫn, khả năng thu hút, cạnh tranh của các sản phẩm du lịch chưa cao; các khu, điểm du lịch trên địa bàn thiếu sự liên kết, phối hợp để tạo ra chuỗi sản phẩm có giá trị đặc trưng; tỷ lệ khách du lịch nước ngoài còn thấp (10%), nguồn nhân lực phục vụ du lịch chưa đáp ứng yêu cầu... Do vậy, ngành du lịch Lâm Đồng chưa thúc đẩy kinh tế - xã hội của tỉnh phát triển như kỳ vọng đặt ra.

Với xu thế hội nhập quốc tế và cạnh tranh toàn cầu hiện nay; để thực hiện có hiệu quả Nghị quyết số 08-NQ/TW của Bộ Chính trị về phát triển du lịch trở thành ngành kinh tế mũi nhọn và Nghị quyết số 07-NQ/TU của Tỉnh ủy Lâm Đồng về phát triển du lịch chất lượng cao giai đoạn 2016-2020, định hướng đến năm 2025; thời gian tới, ngành du lịch Lâm Đồng cần triển khai thực hiện đồng bộ các nhiệm vụ, giải pháp, hướng đến chuyên nghiệp hóa, nâng cao chất lượng sản phẩm du lịch như sau:

- Ưu tiên đầu tư hoàn thiện kết cấu hạ tầng du lịch, đặc biệt là hạ tầng giao thông từ các địa bàn trọng điểm trong nước đến Đà Lạt - Lâm Đồng; xúc tiến mở thêm đường bay nội địa và quốc tế đến Đà Lạt - Lâm Đồng. Tiếp tục đầu tư nâng cấp hệ thống hạ tầng điện, nước, bưu chính viễn thông, mỹ quan đô thị... tạo điều kiện tốt nhất để phục vụ du khách.

- Hoàn thiện các chính sách về thu hút đầu tư, tạo điều kiện thuận lợi cho các nhà đầu tư đẩy nhanh tiến độ triển khai các dự án nhằm đa dạng hóa sản phẩm du lịch, kéo dài thời gian lưu trú của du khách.



Hội nghị liên kết hợp tác phát triển du lịch Lâm Đồng - Quảng Nam - Đà Nẵng - Thừa Thiên Huế

- Nâng cao chất lượng, tập trung phát triển các sản phẩm du lịch sinh thái, canh nông, du lịch thể thao mạo hiểm thành sản phẩm du lịch đặc thù có tính cạnh tranh cao, có nét đặc trưng khác biệt mang thương hiệu du lịch Đà Lạt - Lâm Đồng, phù hợp với điều kiện địa phương và nhu cầu của du khách để ưu tiên phát triển. Gắn việc đa dạng hóa sản phẩm với phát huy hiệu quả giá trị văn hóa vật thể và phi vật thể trong phục vụ du lịch.

- Chú trọng công tác tuyên truyền, quảng bá thương hiệu "Đà Lạt - Kết tinh kỳ diệu từ đất lành"; xúc tiến quảng bá du lịch đến các thị trường tiềm năng trong và ngoài nước, thực hiện hiệu quả các chương trình liên kết, hợp tác phát triển du lịch giữa Lâm Đồng và các địa phương trong cả nước; hình thành các tour, tuyến du lịch liên hoàn giữa các vùng du lịch trọng điểm, các địa phương trong nước, tạo ra những tour, tuyến du lịch hấp dẫn như tour du lịch "Rừng và Biển"; "Hoa Đà Lạt - Chợ Bến Thành - Biển Mũi Né"; "Hoa và Di sản"...; khuyến khích, hỗ trợ doanh nghiệp xây dựng thương hiệu. Phát triển các lĩnh vực văn hóa, nghệ thuật; giữ gìn, tôn tạo các công trình văn hóa lịch sử, phát huy các giá trị văn hóa vật thể, phi vật thể, đặc biệt là "Không gian văn hóa cồng chiêng Tây Nguyên" để thu hút du khách.

- Tăng cường đào tạo, bồi dưỡng nguồn nhân lực, đặc biệt quan tâm đến trình độ, năng lực của đội ngũ cán bộ quản lý nhà nước, quản lý doanh nghiệp, đội ngũ lao động trong ngành du lịch giỏi cả chuyên môn nghiệp vụ và ngoại ngữ.

Với quyết tâm cao trong chỉ đạo và tổ chức thực hiện, chắc chắn trong thời gian tới, Đà Lạt - Lâm Đồng sẽ là địa phương không chỉ có cảnh quan đẹp mà còn có nhiều sản phẩm du lịch phong phú, đa dạng và hấp dẫn, trở thành đô thị du lịch nghỉ dưỡng lý tưởng của du khách trong nước và quốc tế. ■

GIỮ GÌN VÀ PHÁT TRIỂN ĐẶC SẢN LÂM ĐỒNG BẰNG BẢO HỘ NHÃN HIỆU VÀ CHỈ DẪN ĐỊA LÝ

ThS. NGUYỄN BÁ PHONG

Sở Khoa học và Công nghệ tỉnh Lâm Đồng

Phát triển nhãn hiệu và chỉ dẫn địa lý ở Lâm Đồng

Lâm Đồng là tỉnh Nam Tây Nguyên, ở độ cao từ 800 m đến 1.500 m so với mực nước biển, có diện tích tự nhiên 9.704 km², nằm trên 3 cao nguyên và khu vực đầu nguồn của 7 hệ thống sông, suối lớn.

Cùng với khí hậu, đất đai Lâm Đồng rất thích hợp để phát triển các loại hàng hóa, nông sản nổi tiếng không chỉ trong nước mà cả trên thị trường thế giới như: chè, cà phê, dâu tằm tơ, rau, hoa các loại và cây dược liệu.

Thời gian qua, nhất là sau khi Luật Sở hữu trí tuệ được Quốc hội khóa XI ban hành năm 2005, tỉnh Lâm Đồng đã quan tâm chỉ đạo việc xây dựng nhãn hiệu tập thể và chỉ dẫn địa lý. Ngày 09/9/2011, Ủy ban nhân dân tỉnh Lâm Đồng đã ban hành văn bản số 4457/UBND-VX về danh mục các sản phẩm đặc thù của tỉnh giai đoạn 2011-2015; chỉ đạo Sở Khoa học và Công nghệ phối hợp với Sở Công Thương, Sở Nông nghiệp và Phát triển nông thôn hướng dẫn, hỗ trợ, tạo điều kiện cho các địa phương xây dựng thương hiệu sản phẩm nhằm nâng cao giá trị, sức cạnh tranh trên thị trường, cải thiện đời sống của nhân dân vùng sản xuất, góp phần phát triển kinh tế - xã hội. Đến nay, 19 thương hiệu hàng nông sản đã được Cục Sở hữu trí tuệ cấp chứng nhận độc quyền, trong đó có 12 nhãn hiệu chứng nhận (gồm Rau Đà Lạt, Hoa Đà Lạt, Dứa Cayenne Đơn Dương, Trà B'iao, Cà phê Di Linh, Diệp hạ châu Cát Tiên, Mác mác Đơn Dương, Sầu riêng Đạ Huoai, Gạo nếp quýt Đạ Tẻh, Tơ lụa Bảo Lộc, Cà phê Arabica LangBiang, Cà phê Cầu Đất - Đà Lạt) và 7 nhãn hiệu tập thể (gồm Lúa, gạo Cát Tiên, Chuối Laba, Rượu cần LangBiang, Nấm Đơn Dương, Mây, tre đan Madaguil, Cá nước lạnh Đà Lạt, Bánh tráng Lạc Lâm).

Nhiều sản phẩm hàng hóa được cấp chứng nhận nhãn hiệu đã mang lại hiệu quả rõ rệt, tiêu biểu như:

Sau hơn 5 năm xây dựng và phát triển nhãn hiệu chứng nhận "Rau Đà Lạt", đến nay, thành phố Đà Lạt đã cấp quyền sử dụng cho 105 đơn



vị, tổ chức, cá nhân sản xuất, kinh doanh rau mang thương hiệu Đà Lạt; qua đó, diện tích nhà lưới, nhà kính tăng 500 ha so với năm 2010; diện tích tưới có điều khiển khoảng 3.940 ha, trong đó tưới nhỏ giọt giúp tiết kiệm 50-70% lượng nước và nhiên liệu. Sản lượng rau cung cấp cho các đơn vị tiêu thụ tăng từ 25-30%. Nhiều sản phẩm của các đơn vị được cấp quyền sử dụng nhãn hiệu chứng nhận "Rau Đà Lạt" như Hợp tác xã Rau an toàn Xuân Hương, Hợp tác xã Dịch vụ Nông nghiệp Tổng hợp Anh Đào, Công ty TNHH Liên doanh Organic Đà Lạt, Công ty Cổ phần Nông sản Thực phẩm Lâm Đồng, Công ty TNHH Đà Lạt G.A.P tiêu thụ hơn 100 tấn rau/ngày, tăng 30% so với khi chưa sử dụng nhãn hiệu chứng nhận.

Thành phố Đà Lạt cũng đã cấp quyền sử dụng nhãn hiệu chứng nhận "Hoa Đà Lạt" cho 339 đơn vị, tổ chức, cá nhân sản xuất - kinh doanh hoa trên địa bàn với các chủng loại như Địa lan, Cúc, Hồng, Cẩm chướng, Cát tường, Layon... Các sản phẩm có in logo nhãn hiệu chứng nhận "Hoa Đà Lạt" được thị trường trong nước và quốc tế chấp nhận. Sản lượng xuất khẩu (đặc biệt tại các thị trường truyền thống như Nhật Bản) tăng hàng năm.

Nhãn hiệu chứng nhận "Trà B'iao" đã giúp người trồng chè ý thức việc lựa chọn những giống chè cho năng suất cao, chất lượng tốt và phát triển diện tích canh tác; nâng cao năng suất, chất lượng chè búp tươi, góp phần thực hiện

thành công chương trình sản xuất nông nghiệp ứng dụng công nghệ cao. Ngoài lợi ích về kinh tế, thương hiệu "Trà B'lao" còn góp phần khôi phục và khẳng định nhãn hiệu trà đã tồn tại lâu đời trên vùng đất B'lao. Đồng thời, đây còn là chỉ dẫn địa lý để quảng bá về vùng đất, con người, địa danh B'lao với bạn bè trong nước và quốc tế.

Từ khi Cục Sở hữu trí tuệ cấp nhãn hiệu chứng nhận "Cà phê Di Linh", một số doanh nghiệp sản xuất, chế biến, kinh doanh cà phê trên địa bàn đã phối hợp với Trung tâm Xúc tiến Đầu tư, Thương mại và Du lịch Lâm Đồng tổ chức quảng bá, giới thiệu thương hiệu "Cà phê Di Linh" tại một số hội chợ, triển lãm trên toàn quốc; góp phần nâng cao uy tín cà phê Di Linh, giúp người sản xuất và doanh nghiệp không ngừng phát triển diện tích canh tác, nâng cao năng suất và chất lượng sản phẩm.

Từ thực tế đó cho thấy việc xây dựng, phát triển nhãn hiệu chứng nhận và chỉ dẫn địa lý là rất cần thiết, đáp ứng nhu cầu nâng cao giá trị nông sản, mang lại hiệu quả thiết thực cho địa phương nói chung, tổ chức sản xuất - kinh doanh nói riêng, thỏa mãn yêu cầu của người tiêu dùng. Đây chính là "chìa khóa vàng" để gia tăng thương hiệu sản phẩm, là "công cụ" quan trọng giúp ổn định chất lượng, ngăn ngừa các hành vi giả mạo nhãn hiệu hàng hóa, gây thiệt hại cho người tiêu dùng. Đồng thời, còn có vai trò và ý nghĩa trong việc phát triển kinh tế nông nghiệp, nông thôn, sản xuất đặc sản góp phần tăng cường giá trị hàng hóa của địa phương, hạn chế tình trạng di cư tự do, khẳng định bản sắc dân tộc, bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng và người sản xuất - kinh doanh.

Tuy Lâm Đồng có nhiều bước tiến vượt bậc trong việc xây dựng nhãn hiệu chứng nhận và chỉ dẫn địa lý nhưng trên thực tế, nhiều địa phương, tổ chức, doanh nghiệp chưa quan tâm đến bảo hộ sở hữu trí tuệ cho nông sản, số lượng đăng ký chưa nhiều. Bên cạnh đó, rất ít nhãn hiệu nông sản của Việt Nam nói chung và Lâm Đồng nói riêng xác lập được uy tín và sự cạnh tranh trên thị trường quốc tế.

Một trong những nguyên nhân dẫn đến tình hình trên là sản phẩm hàng hóa của địa phương xuất phát từ nền sản xuất nông nghiệp nhỏ lẻ; năng lực, hiệu quả hoạt động của các doanh nghiệp còn thấp, chưa đủ sức cạnh tranh trong cơ chế thị trường. Mặt khác, công tác tuyên truyền nâng cao nhận thức của người dân, tổ chức, doanh nghiệp còn hạn chế. Sự liên kết giữa nhà nước với người sản xuất và doanh nghiệp còn thiếu chặt chẽ; kỹ năng kinh doanh, thương mại, tiếp thu và phát triển sản phẩm chưa đáp ứng

được yêu cầu; chính quyền một số địa phương chưa nhận thức hết tầm quan trọng của việc xây dựng nhãn hiệu và phát triển thị trường.

Giải pháp giữ gìn, phát triển, bảo hộ nhãn hiệu và chỉ dẫn địa lý

- Tổ chức rà soát, đánh giá việc xây dựng nhãn hiệu chứng nhận và chỉ dẫn địa lý đã được cấp cho một số nông sản đặc trưng ở Lâm Đồng thời gian qua nhằm rút ra những ưu, khuyết điểm để xây dựng kế hoạch thực hiện tốt hơn theo chỉ đạo của Ủy ban nhân dân tỉnh tại Công văn số 4857/UBND-VX và Quyết định số 2556/QĐ-UBND về phê duyệt kế hoạch phát triển thương hiệu các sản phẩm đặc trưng của tỉnh Lâm Đồng đến năm 2020. Trên cơ sở đó, đẩy mạnh công tác tuyên truyền bằng nhiều hình thức đi đôi với tổ chức hội thảo, trao đổi kinh nghiệm; phối hợp với Trung tâm Xúc tiến Đầu tư, Thương mại và Du lịch, Sở Công Thương tổ chức xúc tiến đầu tư, hội chợ thương mại nhằm giới thiệu sản phẩm, kết nối cung - cầu; tổ chức các chương trình liên kết vùng nhằm mở rộng thị trường trong và ngoài nước; tăng cường việc xác lập quyền sở hữu sản phẩm thông qua chứng nhận thương hiệu và chỉ dẫn địa lý.

- Hoàn thiện các cơ chế, chính sách hỗ trợ phù hợp với tình hình thực tế của địa phương cũng như từng sản phẩm; lồng ghép việc xây dựng thương hiệu sản phẩm với các chương trình, kế hoạch của ngành, địa phương, kể cả các chương trình của Trung ương thực hiện trên địa bàn, trước hết là các chương trình khuyến nông, khuyến công, xúc tiến thương mại, hỗ trợ doanh nghiệp về khoa học và công nghệ, xây dựng nông thôn mới, hỗ trợ thành lập các hiệp hội, ngành hàng... để xây dựng các nhãn hiệu.

- Tăng cường trách nhiệm của các chủ nhãn hiệu; đẩy mạnh đầu tư xây dựng và thực hiện kế hoạch phát triển cho từng nhãn hiệu đã được thiết lập nhằm tăng số lượng cơ sở, doanh nghiệp tham gia sử dụng; đổi mới công nghệ và quản lý nhằm nâng cao uy tín, khả năng cạnh tranh của sản phẩm; có biện pháp bảo vệ, chống gian lận thương mại, xâm phạm các nhãn hiệu đã được chứng nhận.

- Nâng cao vai trò quản lý, hỗ trợ của chính quyền các cấp; tạo sự phối hợp, liên kết đồng bộ giữa nhà nước, doanh nghiệp, chủ nhãn hiệu và các cơ quan khoa học, kỹ thuật, thương mại... trong phát triển chứng nhận nhãn hiệu hàng hóa, đặc biệt chú ý công tác đào tạo, tập huấn cán bộ, nâng cao nhận thức về thương hiệu, nắm vững kỹ năng hoạt động nhằm quảng bá nhãn hiệu, phát triển thị trường, thúc đẩy phát triển kinh tế - xã hội của địa phương. ■



THƯƠNG HIỆU "CÀ PHÊ CẦU ĐẤT - ĐÀ LẠT" KHẲNG ĐỊNH NHÃN HIỆU ĐỘC QUYỀN

ThS. NGUYỄN ĐÌNH THIỆN
Phòng Kinh tế thành phố Đà Lạt

Cà phê là một trong những loại cây trồng chủ lực của tỉnh Lâm Đồng nói chung và thành phố Đà Lạt nói riêng, đặc biệt là cây cà phê chè (cà phê Arabica) có hương vị thơm ngon, hấp dẫn vượt trội, được người tiêu dùng trong và ngoài nước ưa chuộng. Hiện nay, thành phố Đà Lạt có trên 4.000 ha cà phê chè, chiếm hơn 85% diện tích cà phê của thành phố với năng suất bình quân đạt 2,7 tấn/ha, sản lượng ước đạt 11.000 tấn/năm.

Có thể khẳng định, qua 100 năm nhiều thăng trầm, cà phê chè trồng ở các xã Xuân Trường, Trạm Hành, Xuân Thọ và các phường 7, 10, 11, 12... thuộc thành phố Đà Lạt vẫn phát triển, trở thành cây chủ lực của địa phương.

Việc xây dựng thương hiệu Cà phê Cầu Đất - Đà Lạt đã được chính quyền địa phương và các cơ quan chức năng quan tâm, góp phần quan trọng trong việc nâng cao tính cạnh tranh và giá trị cho loại nông sản thế mạnh của thành phố Đà Lạt nói riêng và tỉnh Lâm Đồng nói chung trên thị trường trong nước và quốc tế, đem lại nguồn thu nhập đáng kể cho bà con nông dân, giải quyết việc làm cho phần lớn lao động trong và ngoài tỉnh.

Năm 2014, UBND thành phố Đà Lạt đã thông qua kế hoạch và được UBND tỉnh Lâm Đồng phê duyệt phát triển thương hiệu đặc trưng này. Đến tháng 7/2015, nhãn hiệu "Cà phê Cầu Đất - Đà Lạt" chính thức được xây dựng thông qua sự phối hợp của UBND thành phố Đà Lạt, Sở Khoa học và Công nghệ, Chi cục Phát triển nông thôn tỉnh Lâm Đồng. Nhiều hội nghị, hội thảo tổng hợp ý kiến của các chuyên gia, nhà sản xuất, kinh doanh, chế biến cà phê Arabica truyền thống ở Đà Lạt đã được tổ chức. Ngày 31/3/2016, UBND tỉnh Lâm Đồng đã ban hành Quy chế quản lý và sử dụng nhãn hiệu chứng nhận "Cà phê Cầu Đất - Đà Lạt".

Ngày 04/10/2017, Cục Sở hữu trí tuệ đã ban hành Quyết định số 69205/QĐ-SHTT về việc cấp giấy đăng ký nhãn hiệu chứng nhận đối với sản phẩm "Cà phê Cầu Đất - Đà Lạt". Đây là cơ sở pháp lý bảo hộ về đầu tư phát triển, nhằm nâng cao uy tín sản phẩm cà phê chè Đà Lạt được sản xuất và chế biến độc quyền trên độ cao 1.500 m so với mặt biển.

Với định hướng chung về phát triển thương hiệu "Cà phê Cầu Đất - Đà Lạt", chính quyền thành

Theo kế hoạch phát triển thương hiệu đối với các sản phẩm đặc trưng, thế mạnh của tỉnh Lâm Đồng đến năm 2020, thành phố Đà Lạt định hướng có 5 nhóm cây trồng sẽ xây dựng thương hiệu độc quyền gồm: Rau Đà Lạt, Hoa Đà Lạt, Cà phê Arabica Đà Lạt, Hồng ăn trái Đà Lạt và Dâu tây Đà Lạt. Đến nay, 3 nhóm cây trồng đã được Cục Sở hữu trí tuệ cấp văn bằng chứng nhận bảo hộ độc quyền trên phạm vi cả nước gồm Rau Đà Lạt, Hoa Đà Lạt, Cà phê Arabica Đà Lạt.



Cà phê chè Cầu Đất - Đà Lạt

phố Đà Lạt đặt ra 5 nhiệm vụ tập trung triển khai đồng bộ trong thời gian tới, đó là hoàn thành các mô hình thâm canh cà phê chè chất lượng cao để chuyển giao nhân rộng tới người sản xuất; tăng cường khuyến nông, đào tạo nghề cho lao động nông thôn; xây dựng các chuỗi giá trị sản phẩm liên kết; nâng tỷ lệ cà phê chè chế biến ướt đạt 100%; tìm kiếm và mở rộng thị trường tiêu thụ sản phẩm.

Nhãn hiệu chứng nhận "Cà phê Cầu Đất - Đà Lạt" được kỳ vọng khi các tổ chức, cá nhân trồng, sản xuất, chế biến và kinh doanh cà phê trên địa bàn thành phố sử dụng sẽ góp phần nâng cao giá trị, chất lượng và tạo uy tín cho thương hiệu cà phê thế mạnh của địa phương trên thị trường trong và ngoài nước. Đồng thời tạo cơ sở pháp lý để loại bỏ những doanh nghiệp lợi dụng địa danh Cầu Đất - Đà Lạt để đưa sản phẩm kém chất lượng ra thị trường, giúp người nông dân ngày càng nâng cao chất lượng hàng hóa và gia tăng thu nhập. ■

CHỌN LỌC MỘT SỐ LOÀI LAN RỪNG PHỤC VỤ CÔNG TÁC NHÂN GIỐNG, LAI TẠO VÀ BẢO TỒN NGUỒN GEN ĐẶC HỮU, QUÝ HIẾM CỦA TỈNH LÂM ĐỒNG

TS. NÔNG VĂN DUY

Viện Nghiên cứu Khoa học Tây Nguyên

Hoa lan được ví như một loài hoa vương giả bởi màu sắc tuyệt đẹp, lâu tàn, hương thơm nhẹ nhàng, thoang thoảng mà quý phái. Nhiều loài lan rừng cho hoa lâu tàn, màu sắc và hương thơm rất đa dạng; một số loài được dùng làm dược liệu. Nước ta nằm trong khu vực Đông Nam Á có khí hậu nhiệt đới gió mùa, là một trong những khu vực có thành phần loài thực vật phong phú nhất. Trong đó, họ lan (Orchidaceae Juss.) có 152 chi và hơn 897 loài (Averyanov). Đặc biệt ở Lâm Đồng có nhiều loài lan rừng đặc hữu, quý hiếm cho hoa đẹp, có giá trị kinh tế cao. Lan rừng trở thành một loại hàng hóa được buôn bán trên thị trường trong và ngoài nước. Một số loài lan rừng quý hiếm do chỉ khai thác trong tự nhiên mà không có kế hoạch gây trồng nên đang trong nguy cơ tuyệt chủng. Do đó, cần tiến hành nghiên cứu nhân giống và lai tạo giống lan rừng góp phần vào công tác bảo tồn, hướng tới việc nhân nhanh cây con phục vụ nhu cầu thưởng thức hoa ngày càng tăng. Vì vậy việc “*Chọn lọc và phát triển một số loài lan rừng có triển vọng phục vụ cho công tác nhân giống, lai tạo và bảo tồn nguồn gen đặc hữu, quý hiếm của tỉnh Lâm Đồng*” là cấp thiết và có ý nghĩa lớn.

Kết quả điều tra, thu thập, lập danh mục thành phần loài và dựng tiêu bản các loài lan đặc hữu quý hiếm phân bố ở Lâm Đồng

Đề tài đã thu thập được 77 loài lan đặc hữu quý hiếm và có giá trị kinh tế tại Lâm Đồng, phát hiện 5 loài mới cho khoa học là: *Bulbophyllum bidoupense* Aver. et N.V. Duy, *Schoenorchis hangiana* Aver. et N.V. Duy, *Taeniophyllum phitamii* Aver., *Sarcoglyphis tichii* Aver. và *Bidoupia phongii* Aver. et N.V. Duy.

Tuyển chọn các loài lan đặc hữu, quý hiếm, có giá trị kinh tế để khảo sát quy trình nhân giống

Từ kết quả điều tra, thu thập, đề tài đã tuyển chọn một số loài lan rừng để nhân giống và xây dựng, hoàn thiện quy trình nhân giống của 5 loài gồm:

Thanh đạm Tuyết ngọc (*Coelogyne mooreana* Sander ex Rolfe);

Hoàng long (*Coe. lawrenceana* Rolfe);

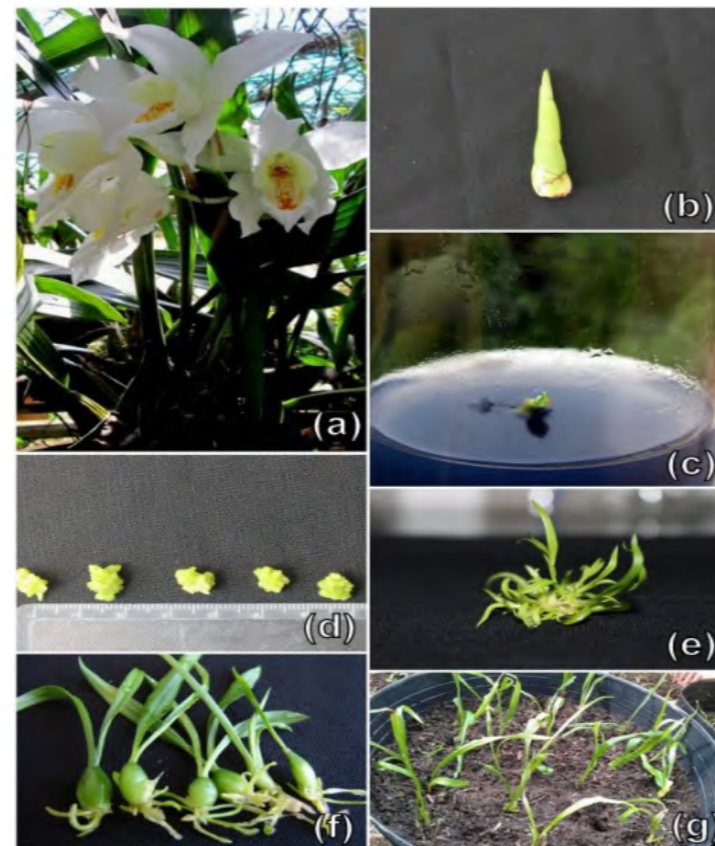
Bạc lan (*Cymbidium erythrostylum* Rolfe.);

Hoàng thảo nhất điểm hoàng (*Dendrobium heterocarpum* Lindl.);

Lan hài vàng [*Paphiopedilum villosum* (Lindl.) Stein.].

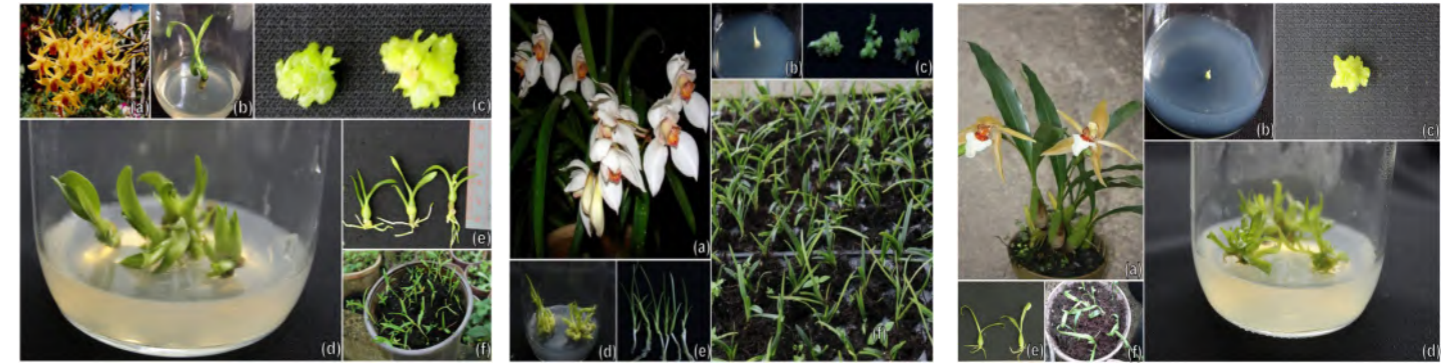
Kết quả lai tạo một số loài thuộc chi Cymbidium, Dendrobium và Paphiopedilum

Từ kết quả tuyển chọn một số loài lan, đề tài đã tiến hành các phép lai, bước đầu thu được một số kết quả sau:



Tuyết ngọc (*Coelogyne mooreana*)

Các quả lan lai đã được tiến hành gieo hạt trong môi trường *in vitro*. Hiện nay, một số cây lai thuộc các chi *Dendrobium*, *Paphiopedilum* đã ra hoa mang ưu thế nổi trội và đang được các nhà khoa học Viện Nghiên cứu Khoa học Tây Nguyên tiếp tục nghiên cứu, theo dõi sự ổn định của chúng.



Hoàng long (*Coe. lawrenceana*)

Bạc lan (*Cymbidium erythrostylum*)

Hoàng thảo nhất điểm hoàng (*Dendrobium heterocarpum*)



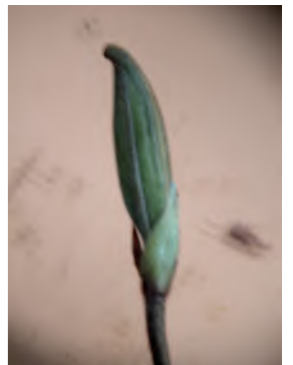
Lan hài vàng (*Paphiopedilum villosum*)



Quả lai của chi *Cymbidium*



Quả lai của chi *Dendrobium*



Quả lai của chi *Paphiopedilum*



Hoa của con lai *Dendrobium*

Kết luận

Qua quá trình điều tra, đề tài đã thu thập được 77 loài lan rừng đặc hữu quý hiếm và có giá trị kinh tế tại Lâm Đồng, phát hiện 5 loài mới cho khoa học.

Nghiên cứu và xây dựng quy trình nhân giống của 5 loài: Thanh đạm tuyết ngọc, Hoàng long, Hoàng thảo nhất điểm hoàng, Bạc lan và Lan hài



Hoa của con lai *Paphiopedilum*

vàng. Kết quả này có thể ứng dụng nhân giống trên quy mô lớn.

Lai tạo một số loài thuộc chi Địa lan, Hoàng thảo và Lan hài (*Cymbidium*, *Dendrobium* và *Paphiopedilum*). Bước đầu cây lan lai của các chi Hoàng thảo và Lan hài (*Dendrobium* và *Paphiopedilum*) đã ra hoa và đang tiếp tục theo dõi các con lai còn lại chưa ra hoa. ■

Dalat Hasfarm®

VỮNG VÀNG THƯƠNG HIỆU HOA LỚN NHẤT VIỆT NAM

LÊ HOA

Do quy định nghiêm ngặt của khu vực sản xuất nhằm hạn chế thấp nhất sâu, bệnh ảnh hưởng đến cây trồng, nên không phải ai cũng có cơ hội vào thăm các trang trại hoa của Công ty TNHH Dalat Hasfarm (Dalat Hasfarm). Vì vậy, có dịp tham quan trang trại hoa Dalat Hasfarm không khác gì một chuyến du lịch đến với sắc màu hoa thương phẩm lớn nhất Việt Nam. Nhưng, được mê mải xem hoa, ngắm hoa, chứng kiến người nông dân làm việc, tìm hiểu quy trình sản xuất hoa... mới thấy họ - Dalat Hasfarm đã nỗ lực rất nhiều để giữ vững thương hiệu hoa chưa có đối thủ ở Việt Nam.

Lần đầu bước vào trang trại hoa Dalat Hasfarm, chắc chắn ai cũng choáng ngợp trước các loài hoa được trồng trong những nhà kính hiện đại rộng mênh mông, từ các loại hoa chậu như Thu hải đường, Sống đời, lan Hồ điệp, hoa Chuông, Dạ anh thảo, Hồng môn, Râm bụt, Tulip, Trạng nguyên, Nguyệt quế...; đến các loài hoa cắt cành như Hồng, Lily, Cẩm chướng, Cúc, Cát tường, Thủy tiên... và các loại lá trang trí... Mỗi loại hoa lại có nhiều màu sắc, điển hình như Cúc Calimero - loại hoa cắt cành có bông chỉ nhỉnh hơn đầu ngón tay cái đã có 10 màu khác nhau như vàng, trắng, đỏ, tím, cam, hồng, chanh...

Dalat Hasfarm là doanh nghiệp có năng suất và chủng loại các sản phẩm hoa thương phẩm hàng đầu Việt Nam, với quy trình sản xuất theo công nghệ hiện đại, sử dụng các chế phẩm sinh học an toàn với môi trường... Giống hoa (củ, hạt hay mầm) sau khi nhập từ Đan Mạch, Hà Lan được xử lý tại nhà mô để ươm thành cây con. Thời gian trồng cây con đến khi thu hoạch tùy thuộc từng giống và nhóm cây, trung bình từ 3-7 tháng. Quy trình trồng và chăm sóc hoa ở Dalat Hasfarm được đầu tư hiện đại với các thiết bị, hệ thống nhà kính, màng mái, hệ thống tưới phun mưa (sprinkler) hoặc phun sương tự động (clarinet)... Dalat Hasfarm đã áp dụng công nghệ tự động hóa trong lĩnh vực nông nghiệp để sản xuất các loại hoa cắt cành, hoa chậu, lá trang trí, cây giống hoa đạt tiêu chuẩn xuất khẩu và tiêu thụ nội địa. Các hoạt động nghiên cứu, thử nghiệm ứng dụng công nghệ cao đã được Dalat Hasfarm triển khai từ năm 2001 nhằm tạo ra các sản phẩm chất lượng cao. Các loại hoa tươi

Dalat Hasfarm là công ty 100% vốn nước ngoài, có trụ sở ở 450 Nguyễn Tử Lực, phường 8, thành phố Đà Lạt. Dalat Hasfarm hiện có 4 nông trại với tổng diện tích khoảng 320 ha tại Đà Lạt (30 ha), Đa Quý - Xuân Thọ (10 ha), Đa Ròn - Đơn Dương (250 ha) và Phúc Thọ - Lâm Hà (30 ha); chuyên trồng, sản xuất - kinh doanh các loại hoa cắt cành, hoa chậu, cây giống hoa, hạt giống hoa, các loại lá trang trí; kinh doanh các loại phụ liệu trang trí và bảo quản hoa, các sản phẩm phục vụ cho người trồng, bán hoa và nghề làm vườn.

Dalat Hasfarm có hệ thống phân phối và các cửa hàng bán lẻ tại Hà Nội, Đà Nẵng, thành phố Hồ Chí Minh, Cần Thơ, Biên Hòa, Đà Lạt...

sản xuất dưới nhãn hiệu Dalat Hasfarm đạt tiêu chuẩn quốc tế, được khách hàng trong và ngoài nước đánh giá cao về chất lượng, chủng loại, mẫu mã.

Trong quá trình áp dụng công nghệ cao, Dalat Hasfarm luôn chú trọng đến việc bảo vệ và thân thiện với môi trường, sử dụng các sản phẩm hữu cơ, thiên địch và nắm có ích do Công ty sản xuất; sâu, bệnh hại cây trồng được xử lý bằng phương pháp phòng trừ dịch hại tổng hợp (IPM); có cơ sở xử lý rác thải từ cây hoa, kết hợp với bùn, mụn dừa để chế biến thành giá thể và phân hữu cơ phục vụ sản xuất.

Ngoài 2.200 lao động làm việc trực tiếp tại các nông trại của Công ty, Dalat Hasfarm còn liên kết với 170 hộ dân tại thành phố Đà Lạt và huyện Đơn Dương cung cấp sản lượng hoa khoảng 20 triệu cành (tính đến tháng 9/2017), với các

Tính đến tháng 9/2017, sản lượng hoa cắt cành của Dalat Hasfarm đạt 135 triệu cành. Hệ thống hoa chậu của Dalat Hasfarm được tiêu thụ nội địa chiếm 90%; chỉ 10% xuất khẩu - chiếm hơn 60% sản lượng hoa xuất khẩu của tỉnh. Thị trường xuất khẩu chủ yếu là Nhật Bản, Đài Loan, Trung Quốc, Úc và đang phát triển ở thị trường New Zealand, Indonesia, Thái Lan,... Năm 2015, Dalat Hasfarm đã thâm nhập thị trường Nga với những dự báo khá tốt.

tiêu chuẩn nhà kính, hệ thống tưới, quy trình chăm sóc theo tư vấn kỹ thuật của Công ty...

Hoa cắt cành ở Dalat Hasfarm được sản xuất theo quy trình khép kín. Các loại hoa như Cát tường, Cúc, Lily, Cẩm chướng... sau khi thu hoạch xong phải trồng thay thế cây khác; riêng hoa Hồng có tuổi khai thác lâu hơn. Hoa Hồng được nhân giống cây con trong nhà mô, sau đó được trồng trong nhà kính. Cây cho lứa hoa đầu tiên sau 2 tháng trồng trong nhà kính; từ khoảng 8 tháng đến 30 tháng tuổi, cây cho hoa sung sức nhất và có thể tiếp tục giữ được khoảng 3-7 năm tùy giống, tuổi thọ của cây. Hoa Hồng Dalat Hasfarm được trồng trong máng bằng giá thể xơ dừa, có hệ thống tưới phun sương làm mát (rip), mái lợp che sáng tự động (settings), hệ thống sưởi ban đêm, hệ thống hút ẩm và những hệ thống phụ khác. Với mật độ và cách thức trồng hoa Hồng của Dalat Hasfarm, mỗi năm cho thu hoạch khoảng 145-155 cành hoa lớn/m², 180-200 cành hoa trung/m² và 230-250 cành hoa nhỏ/m².

Quan điểm về hoa của Dalat Hasfarm cũng giống như thời trang, sẽ thay đổi liên tục tùy theo thị hiếu của người tiêu dùng. Dalat Hasfarm có



Thu hoạch hoa Cúc Calimero

đội ngũ nghiên cứu xác định các loài hoa có xu hướng được ưa chuộng trong 5-10 năm tới, với công nghệ sản xuất như thế nào. Chính vì vậy, trong bảng xếp loại các loài hoa được ưa chuộng nhất năm 2016 của thế giới, gần như có sự trùng lặp với 10 giống hoa đẹp nhất của Dalat Hasfarm. Đặc biệt, top 3 giống hoa được lựa chọn nhiều nhất của Dalat Hasfarm cũng trùng với top 3 giống hoa được khách hàng thế giới lựa chọn. Điều đó chứng tỏ thị hiếu "chơi hoa" của người Việt tiệm cận rất nhanh với thị hiếu của thị trường nước ngoài và Dalat Hasfarm đã đánh giá chuẩn xác thị hiếu tiêu dùng hoa của người Việt,... Bên cạnh đó, Dalat Hasfarm thường xuyên tổ chức chọn lọc, trồng khảo nghiệm, trưng bày các giống hoa mới để khách hàng trong và ngoài nước đến tham quan, lựa chọn. Qua đó sẽ chọn những giống đáp ứng được với nhu cầu thị trường nhất để đưa vào sản xuất. Đó cũng là lý do từ khi có mặt trên thị trường, Dalat Hasfarm luôn vững vàng là thương hiệu hoa lớn nhất Việt Nam. ■



Chăm sóc hoa chậu



Trong phân xưởng sơ chế và đóng gói

LIÊN KẾT TRỒNG HOA LAN XUẤT KHẨU

VĂN VIỆT

Với phương thức tổ chức vận hành theo chuỗi giá trị sản phẩm hoa từ khâu sản xuất đến bảo quản sau thu hoạch, đóng gói tiêu thụ trong nước cũng như xuất khẩu, Công ty TNHH Hoa Mặt Trời (xã Phú Hội, huyện Đức Trọng) đã và đang mang về thu nhập cho hộ nông dân liên kết từ 2-3 tỷ đồng/ha/năm.

8 năm trồng thử nghiệm

Thành lập và đi vào hoạt động giữa năm 2004, Công ty TNHH Hoa Mặt Trời đã quyết định chọn 2 loài hoa có giá trị xuất khẩu cao là lan Hồ điệp và Vũ nữ để trồng trên diện tích vài ngàn mét vuông tại thôn Phú Tân, xã Phú Hội, huyện Đức Trọng. Đi vào sản xuất thử nghiệm, Công ty đã thuê các chuyên gia từ Nhật Bản, Đài Loan trực tiếp hướng dẫn thực hành các quy trình từ tạo giống cây cấy mô đến chăm sóc dinh dưỡng, cắt cành thu hoạch; sau mỗi lứa hoa bổ sung những giải pháp canh tác phù hợp với điều kiện đất đai, thổ nhưỡng và trình độ kỹ thuật của người lao động ở huyện Đức Trọng và vùng phụ cận. Kết quả sau 8 năm hoàn chỉnh quy trình trồng thử nghiệm, Công ty TNHH Hoa Mặt Trời đã liên tục nhân rộng mô hình mẫu trên tổng diện tích 6 ha trồng lan Hồ điệp và Vũ nữ, sản phẩm thu hoạch cung cấp cho thị trường Nhật Bản với tỷ lệ hoa loại A đạt hơn 70%.

Anh Huỳnh Tấn Sơn, Giám đốc Công ty TNHH Hoa Mặt Trời chia sẻ: “Sau 8 năm chăm sóc đối chứng, chọn lựa các giải pháp kỹ thuật hiệu quả cao, phía đối tác thường xuyên đưa các mẫu đất, nước, cành lan Hồ điệp và Vũ nữ thu hoạch ở xã Phú Hội, huyện Đức Trọng về các đơn vị chuyên ngành nghiên cứu của Nhật Bản, Đài Loan đánh giá. Kết quả các chỉ tiêu sinh trưởng, chất lượng sản phẩm, môi trường sản xuất... đều “vượt trớn”, từ đó đối tác đặt vấn đề ký hợp đồng tiêu thụ ổn định với số lượng lớn hoa lan Hồ điệp và Vũ nữ hàng tuần, hàng tháng, hàng năm với Công ty”.

Để đáp ứng đủ sản lượng lan Hồ điệp và Vũ nữ xuất khẩu, Công ty TNHH Hoa Mặt Trời đẩy nhanh tiến độ xây dựng và hoàn thành 2 hạng mục chính gồm phòng nuôi cấy mô công suất 3 triệu cây giống/năm và xưởng bảo quản, đóng



Phó Thủ tướng Vương Đình Huệ thăm Trang trại hoa lan Vũ nữ của Công ty TNHH Hoa Mặt Trời

gói hoa thu hoạch rộng 1.500 m², đạt công suất 7 triệu cành/năm. Đồng thời tìm đến từng hộ nông dân trên địa bàn huyện Đức Trọng vận động thành lập Tổ hợp tác liên kết trồng hoa với Công ty. Trước khi bắt tay vào vụ liên kết đầu tiên, Công ty tiếp tục mời chuyên gia đến từ Nhật Bản, Đài Loan trở lại Đức Trọng tổ chức lần lượt đến 70 khóa đào tạo, tập huấn, chuyển giao trực tiếp cho nông dân về kỹ thuật nuôi cấy mô, chăm sóc hoa lan Hồ điệp và Vũ nữ, quy trình đóng gói, bảo quản sau thu hoạch, vận chuyển xuất khẩu... Tất cả các vườn hoa liên kết đều được sản xuất, chăm sóc, đóng gói theo cùng một quy trình chung nhằm chuẩn hóa chất lượng sản phẩm.

Hơn 50 hộ nông dân liên kết thu lợi bạc tỷ

Sản phẩm hoa lan Hồ điệp và Vũ nữ của các hộ nông dân liên kết thu hoạch hàng ngày đều tập trung tại Công ty TNHH Hoa Mặt Trời để đóng gói xuất khẩu bằng đường biển và đường hàng



Hộ nông dân liên kết với Công ty TNHH Hoa Mặt Trời sản xuất hoa lan Vũ nữ đạt lợi nhuận từ 2 tỷ đồng/ha/năm trở lên



Phân loại đóng gói hoa lan Vũ nữ xuất khẩu

không chiếm tỷ lệ khoảng 70%; còn lại 30% phân phối đến thị trường các đô thị lớn trong nước. Doanh thu sau khi trừ chi phí vận chuyển, đóng gói bảo quản, thuế bản quyền nguồn giống..., còn lại gồm toàn bộ khoản tiền thực lãi được Công ty TNHH Hoa Mặt Trời quyết toán trực tiếp cho hộ nông dân liên kết ngay sau khi thanh lý đơn hàng.

Tính chung giai đoạn 2011-2017, Công ty TNHH Hoa Mặt Trời đã liên kết với 52 hộ nông dân tại huyện Đức Trọng, đầu tư tổng nguồn vốn 254 tỷ đồng sản xuất 2,5 ha hoa lan Hồ điệp và 30 ha lan Vũ nữ công nghệ cao với tổng sản lượng năm 2016 đạt gần 2 triệu cành; dự kiến năm 2017 đạt 3 triệu cành. Lợi nhuận thu về cho hộ nông dân liên kết ổn định từ 2-3 tỷ đồng/ha/năm.

“Hiện tại, nhiều đối tác đến từ các nước khu vực Trung Đông, Úc, Nga, Singapore... đặt vấn đề mở rộng thị trường tiêu thụ hoa lan Hồ điệp,

Vũ nữ trồng trên địa bàn Đức Trọng nói riêng, các huyện, thành phía Bắc Lâm Đồng nói chung với số lượng tăng thêm nhiều triệu cành ổn định trong những năm tới. Công ty TNHH Hoa Mặt Trời và các hộ nông dân trong Tổ hợp tác liên kết đang kiến nghị thế chấp vay vốn từ giá trị đầu tư xây dựng nhà kính, nhà lưới, dây chuyền thiết bị sản xuất cây giống cùng những khối tài sản hình thành sau vốn vay để mở rộng đầu tư diện tích sản xuất nhà kính đạt chuẩn theo công nghệ mới của châu Âu... đáp ứng nhu cầu thị trường”, Giám đốc Huỳnh Tấn Sơn phản ánh thêm.

Trong thời gian tới, mô hình liên kết trồng hoa xuất khẩu như Công ty TNHH Hoa Mặt Trời cần tiếp tục được áp dụng và nhân rộng. Và Lâm Đồng xem đây là một trong những nhiệm vụ, giải pháp nhằm tập trung chuyển đổi và phát triển kinh tế hợp tác theo hướng đa ngành, đa lĩnh vực, liên kết gắn sản xuất với chế biến, tiêu thụ giữa doanh nghiệp với hợp tác xã, tổ hợp tác... ■

HỢP THƯ CỘNG TÁC VIÊN

Trong thời gian qua, Bản tin Khoa học và Công nghệ Lâm Đồng đã nhận được tin, bài của các tác giả: Nguyễn Thế Nhuận, Nguyễn Viết Vân, Sử Thanh Hoài, Võ Thị Hào, Hà Hữu Nết, Trương La, Thân Thị Ngụ...

Ban biên tập chân thành cảm ơn sự cộng tác nhiệt tình của các cộng tác viên. Tin, bài các bạn gửi đến, chúng tôi sẽ xem xét và sắp xếp sử dụng vào thời gian thích hợp nhất.

Bản tin Khoa học và Công nghệ Lâm Đồng số 1/2018 tập trung vào chủ đề: *Chào Xuân Mậu Tuất 2018!*

Rất mong nhận được sự cộng tác nhiệt tình của các bạn.

Địa chỉ liên hệ: Trung tâm Thông tin và Thống kê Khoa học Công nghệ tỉnh Lâm Đồng

35 Trần Hưng Đạo, Đà Lạt - Điện thoại: 0263.3833163

Email: trungtamthongtin@lamdongdost.gov.vn

MỘT MÔ HÌNH TRỒNG HOA HIỆU QUẢ Ở BẢO LÂM

BÙI TRƯỜNG

Nói đến nghề trồng hoa thì chắc hẳn ai ai cũng đều nhắc đến vùng đất Đà Lạt - “thủ phủ” thành phố hoa của tỉnh Lâm Đồng. Tuy thế, trong các vùng phụ cận của “thủ phủ” này, ít ai nhắc đến Bảo Lâm - vùng đất nổi tiếng với tài nguyên khoáng sản phong phú và phù hợp với các loại cây công nghiệp. Nay vùng đất này còn có tiềm năng trồng được hoa. Ở đây, anh Nguyễn Anh Duy (thôn 13, xã Lộc Thành), người đầu tiên “đột phá” trồng hoa thành công, đã chứng minh được điều ấy.

Chúng tôi tìm đến trang trại trồng hoa của anh Nguyễn Anh Duy (thôn 13, xã Lộc Thành) - một trong những “Thanh niên tiên tiến làm theo lời Bác” đã được Huyện Đoàn Bảo Lâm tuyên dương, khen thưởng.

Vừa dẫn chúng tôi tham quan, anh Nguyễn Anh Duy vừa giới thiệu về bản thân và trang trại trồng hoa. Sau khi học xong trung học phổ thông, Nguyễn Anh Duy trở về Đà Lạt học nghề trồng hoa. Vừa học nghề vừa tham khảo sách báo, mạng internet và tham quan học hỏi thực tế, tìm hiểu thị trường... để có được một “khái niệm” đáng tin cậy về nghề trồng hoa, anh mới mạnh dạn chọn con đường khởi nghiệp bằng nghề này.

Sau khi “bén duyên” với vùng đất Lộc Thành, năm 2011, anh Duy trồng thử nghiệm 300 m² hoa Dừa cạn rũ, Cẩm tú cầu... Ban đầu, do chưa có kinh nghiệm, tỷ lệ hoa bị chết khá nhiều, hiệu quả không cao. Anh dần rút kinh nghiệm, tìm cách khắc phục và ngày một thành công hơn. Anh Duy chọn Dừa cạn rũ và các giống hoa trang trí khác để trồng chậu. Gần 6 năm vừa làm vừa trải nghiệm, anh dần cải tiến và đầu tư chi phí khoảng 2 tỷ đồng mở rộng quy mô. Trong giai đoạn cây chưa ra hoa, chậu được đặt dưới đất để thuận tiện chăm sóc; khi cây bắt đầu ra hoa, anh chuyển chậu lên giàn cao ráo, thoáng mát. Hiện nay, trang trại hoa của anh Duy đã phát triển gần 1 ha nhà kính.

Phần lớn giống hoa trồng ở trang trại của anh là Dừa cạn rũ; ngoài ra, còn có thêm Dạ yến thảo, Nguyệt quế, Sóng đời... Những loài hoa này được trồng trong chậu nhựa (có dây treo) phục vụ nhu cầu trang trí. Anh Duy cho biết: “Sở dĩ em không trồng các giống hoa cắt cành mà chọn trồng hoa chậu treo, vì hoa chậu treo có ưu thế riêng về trang trí và lâu tàn, thời gian sử dụng lâu. Mặt khác, thời gian từ khi trồng đến khi cây ra hoa xuất bán khá nhanh và giá tương đối “mềm”, rất dân dã, phù hợp với thị hiếu của đại đa số khách hàng”.

Về thị trường tiêu thụ, “Ban đầu chưa quen biết thì hơi khó một chút, nhưng dần dần em đã tìm được các mối tiêu thụ thường xuyên, không còn lo lắng gì nữa. Hiện nay, thị trường hoa chậu treo



Phó Bí thư Thường trực Tỉnh ủy Trần Đức Quận đến thăm trang trại hoa của anh Nguyễn Anh Duy

của em chủ yếu tại thành phố Hồ Chí Minh, các tỉnh miền Trung, Sa Đéc...” - Nguyễn Anh Duy cho biết. Hiện nay, mỗi tháng anh Duy xuất bán trên dưới 10.000 chậu hoa các loại với giá bình quân 30.000 đồng/chậu. Doanh thu mỗi năm đạt khoảng 3 tỷ đồng. Sau khi trừ chi phí, anh thu nhập khoảng 1 tỷ đồng/năm. Trang trại hoa của Nguyễn Anh Duy đã tạo việc làm ổn định cho 12 lao động (chủ yếu là người dân địa phương) với mức thu nhập bình quân 4-5 triệu đồng/người/tháng.

Chia sẻ kinh nghiệm trồng hoa, anh Duy cho biết: hoa trang trí rất “nhạy cảm” với các loại phân bón, thuốc bảo vệ thực vật, thời tiết, độ ẩm, sâu, bệnh hại... đòi hỏi phải cẩn thận, tỉ mỉ và có chế độ chăm sóc chu đáo. Người trồng hoa phải chịu khó quan sát, thường xuyên thăm vườn để kịp thời phát hiện mầm bệnh gây hại. Việc bón phân cũng đòi hỏi phải có kỹ thuật, nghĩa là bón đúng liều lượng, đúng lúc, phù hợp với từng thời kỳ phát triển của cây. Ngoài ra, người trồng hoa cũng phải chú ý đến cách thức sử dụng các loại thuốc dưỡng lá, dưỡng hoa và tưới nước hợp lý, vừa đủ độ ẩm để cây phát triển tốt nhất.

Thương hiệu hoa chậu treo của anh Nguyễn Anh Duy hiện đã có uy tín và “chỗ đứng” trên thị trường. Sắp tới, anh dự định sẽ mở rộng quy mô và tìm thêm một số giống, loài hoa khác lạ, đẹp hơn để phong phú nguồn hàng, đáp ứng nhu cầu của thị trường. ■

HÀNH TRÌNH DU LỊCH CANH NÔNG “ĐÀ LẠT - KẾT TINH KỲ DIỆU TỪ ĐẤT LÀNH”

KHÁM PHÁ TOUR DU LỊCH CANH NÔNG TÀ NUNG - NAM BAN

NHẬT QUÂN

Tuyến đường Đà Lạt - Tà Nung - Nam Ban dài khoảng 30 km, là cung đường phượt thú vị và Tây balô đi nhiều hơn khách du lịch đoàn. Bởi đường Tỉnh lộ 725 đa phần là đèo dốc hoặc khúc cua ngoằn ngoèo, zíc zắc. Cũng bởi trên cung đường ấy có những địa điểm mang tính khám phá đậm chất dân cư vùng miền của người Đà Lạt (Tà Nung) và người Hà Nội (Nam Ban).

Tà Nung - thắng cảnh dân dã của người Đà Lạt

Tà Nung là một xã vùng ven ở hướng tây của Đà Lạt. Cung đường từ Đà Lạt đến Tà Nung đi qua Làng hoa Vạn Thành, với nhiều vườn hoa hồng hay đồng tiền ngay sát bên đường. Con đèo Tà Nung vừa cao, hẹp, vừa uốn lượn mang lại cho những vị khách lần đầu khám phá nhiều cảm xúc mạnh. Đây cũng là tuyến đường đi qua nhiều khung cảnh đẹp gắn với đời sống dân dã của người nông dân Đà Lạt, khiến người đi đường phải ngỡ ngàng. Đó là những vườn cà phê xanh mướt, mùa này đang đỏ trái; là những vườn hoa hướng dương, hoa cải vàng, hoa tam giác mạch trắng; là những ngôi chùa, nhà thờ nhỏ và tĩnh lặng; là những ngọn núi phủ toàn thông hoặc cà phê bao bọc một vùng dân cư; là những con hồ thủy lợi vừa là cảnh quan vừa là nguồn nước tưới cho vùng đất này quanh năm xanh tốt...

Tháng 11-12, Đà Lạt trở lạnh. Cung đường đèo Tà Nung sẽ khiến du khách phải xốn xang, ồ lên trầm trồ, háo hức - không phải là cái lạnh se sắt lúc

ban sáng hay về chiều do đi qua quãng đường chỉ toàn rừng núi, vườn cây...; mà là bắt gặp một loài hoa dại rất đặc trưng của Đà Lạt ngay bên đường - hoa dã quỳ, cùng những trảng quỳ vàng phía núi xa như đang thả thêm sự tiếc nuối vào lòng người vì không thể đến được vùng hoa ấy.

Và nằm gọn trong vùng đất của hoa quỳ vàng, cà phê đỏ là nhà máy chế biến cà phê của Công ty TNHH Xuất nhập khẩu Thúy Thuận - Đà Lạt tại thôn 1, xã Tà Nung. Công ty được thành lập từ năm 2013, nhưng vừa hoàn thiện cảnh quan và những hạng mục phục vụ du lịch, gồm khu vườn tùng bonsai với thác nước và suối nhân tạo chảy quanh vườn hoa có lầu vọng cảnh. Là nhà máy chế biến cà phê tươi, nhưng kỹ thuật xử lý nước thải hiện đại không lưu lại mùi hôi giữa quang cảnh sản xuất các dòng sản phẩm từ cà phê Arabica và Robusta. Đặc biệt, hệ thống taluy như trường thành tạo khuôn viên cho nhà máy và ngăn cách hồ xử lý nước thải, khu vực rác thải và vùng sản xuất - cũng là nơi phóng tầm mắt nhìn toàn cảnh một vùng núi non đang rực rỡ sắc quỳ xen vào những vườn cà phê, dưới thung lũng là vườn rau, ruộng lúa...



Hoa dã quỳ nhìn từ điểm đến Thúy Thuận



Tim hiểu về cà phê ở Mê Linh Coffee Garden



Sản xuất rau theo tiêu chuẩn VietGAP tại Hợp tác xã Su su Công Thành



Cường Hoàn với nghề ươm tơ dệt lụa truyền thống Việt Nam thu hút du khách quốc tế

Giữa đèo Tà Nung là Mê Linh Coffee Garden ở thôn 4, xã Tà Nung có không gian rộng và những sảnh ngắm cảnh mở nằm bên trên vườn cà phê với góc ngắm 360°: phía trước là những vườn hoa hướng dương, hoa cải; phía sau là hồ đập Cam Ly rộng mênh mông; hai bên là vườn cà phê. Mê Linh Coffee Garden được cấp phép nuôi chồn để sản xuất cà phê chồn - một loại cà phê khác biệt rất kích thích người thưởng thức, nhưng không phải ai cũng có thể uống. Du khách đến đây vừa thưởng thức cà phê, ngắm cảnh, vừa có thể đi dạo trong vườn, tham quan khu vực nuôi chồn, mua sắm hàng lưu niệm và tìm hiểu kỹ thuật dệt thổ cẩm truyền thống của người Chăm...

Nam Ban - điểm đến mang dấu ấn Hà Nội

Đi hết đèo Tà Nung, du khách sẽ đến vùng đất được ví là Hà Nội thu nhỏ trên cao nguyên, với các khu dân cư mang theo tên gọi từ Thủ đô - cũng là quê hương yêu dấu của họ, như Ba Đình, Thăng Long, Đống Đa, Trưng Vương, Bạch Đằng, Từ Liêm, Đông Anh, Chi Lăng...

Người dân Hà Nội vào vùng đất mới mang theo nghề truyền thống để làm ăn sinh sống, trong đó có nghề ươm tơ, dệt lụa. Nổi bật ở Nam Ban là Doanh nghiệp sản xuất Tơ - Lụa và Dịch vụ du lịch Cường Hoàn (khu phố Trưng Vương, thị trấn Nam Ban). Được thành lập năm 1990, từ một cơ sở nhỏ chuyên thu mua kén của bà con nông dân và chế biến tơ, đến năm 2012, Cường Hoàn đã phát triển thành một doanh nghiệp sản xuất tơ lụa theo quy trình khép kín từ ươm tơ, dệt lụa, tẩy nhuộm màu, may, thêu tranh lụa và các sản phẩm lưu niệm. Mỗi năm, Cường Hoàn đón khoảng 40 ngàn lượt khách - chủ yếu là khách quốc tế đến tìm hiểu một ngành nghề truyền thống lâu đời của

Việt Nam. Nghề trồng dâu, nuôi tằm, ươm tơ, dệt lụa tại Lâm Đồng đang phát triển. Tại Nam Ban, ngoài Doanh nghiệp sản xuất Tơ - Lụa và Dịch vụ du lịch Cường Hoàn, còn có nhiều cơ sở ươm tơ, dệt lụa khác, nhưng đang dừng ở mức độ là cơ sở sản xuất chứ chưa đáp ứng điều kiện cơ sở vật chất và hành lang an toàn theo quy định để đón du khách tham quan...

Một điểm đến rất mới ở Nam Ban là Hợp tác xã Su su Công Thành - cơ sở liên kết sản xuất - kinh doanh và dịch vụ du lịch với sản phẩm đặc trưng là các loại rau, củ, quả baby. Hợp tác xã Su su Công Thành có 7 hộ thành viên và 16 hộ liên kết sản xuất trên 80 ha đất ở vùng Nam Ban, Nam Hà, Tân Hà, Đà Lạt... đang xây dựng lộ trình đến năm 2018 sẽ đưa các hạng mục dịch vụ du lịch vào hoạt động và chính thức đón tiếp du khách. Điểm thú vị ở Hợp tác xã Su su Công Thành là không chỉ có su su, mà rất nhiều loại nông sản có kích thước nhỏ bé khác đang được sản xuất theo tiêu chuẩn VietGAP, như bí, cà chua, củ cải đỏ, dưa leo, rau thủy canh... Câu chuyện về cái tên của Hợp tác xã cùng những dịch vụ du lịch gắn với các loại nông sản vừa phát triển đến non ngọt, đậm đà đã được thu hái đến tay người tiêu dùng, cùng những công thức chế biến rau ngon, sạch, bổ dưỡng sẽ sớm là điểm thu hút du khách...

Các điểm đến trên cung đường Tà Nung - Nam Ban đang là tuyến du lịch ngoại thành được lựa chọn nhiều nhất. Cùng với các điểm đến khác ở Tà Nung, Nam Ban, như cơ sở sản xuất của Công ty TNHH Trà Atiso và Rượu Vang Vĩnh Tiến, trại nuôi dê cao sản, thác Voi, Chùa Linh Ẩn..., tuyến du lịch canh nông Tà Nung - Nam Ban đang góp phần làm phong phú thêm cho hành trình xây dựng thương hiệu độc đáo "Đà Lạt - Kết tinh kỳ diệu từ đất lạnh". ■

ĐÀ LẠT - "ĐIỂM HẸN" FESTIVAL HOA

THANH DƯƠNG HỒNG

Khởi đầu là "Lễ hội Sắc hoa Đà Lạt" (tháng 12/2004), được xem bước "tập dượt" để năm 2005 nâng tầm thành Festival Hoa Đà Lạt. Và, từ đó đến nay, cứ 2 năm một lần, Festival Hoa Đà Lạt đều đặn được tổ chức. Đà Lạt đã trở thành "điểm hẹn" Festival Hoa...

Nhìn lại 6 kỳ Festival Hoa Đà Lạt

Hơn 10 năm qua, Festival Hoa Đà Lạt trở thành sự kiện văn hóa mang tầm quốc gia và quốc tế, "điểm nhấn" quan trọng để thành phố Đà Lạt và sản phẩm hoa của vùng đất lạnh được đông đảo bạn bè gần xa biết đến. Từ thành công của lần tổ chức đầu tiên, như "lời hẹn", cứ 2 năm một lần, Festival Hoa Đà Lạt lại về trong sự rộn ràng chờ đợi của công dân thành phố hoa cùng bạn bè trong nước và quốc tế, *Đà Lạt - "Điểm hẹn" Festival Hoa!*

Festival Hoa Đà Lạt lần thứ I (từ ngày 10-18/12/2005), chủ đề: "Đà Lạt - Điểm hẹn muôn sắc hoa". Đêm khai mạc gây ấn tượng mạnh đối với du khách bằng sân khấu nổi trên mặt hồ Xuân Hương với màn biểu diễn truyền thuyết về tình yêu và hoa: Ngưu Lang - Chức Nữ, truyền thuyết LangBiang, huyền thoại hồ Than Thở, huyền thoại hoa Hồng... đã thu hút 80.000 du khách tham quan, thưởng lãm.

Festival Hoa Đà Lạt lần thứ II (từ ngày 15-22/12/2007), chủ đề: "Hoa Đà Lạt - Tôi yêu bạn"; với nhiều chương trình hấp dẫn: tổ chức đám cưới hoa cho 114 cặp uyên ương; chung kết cuộc thi Hoa hậu các dân tộc Việt Nam; tôn vinh 12 nghệ nhân trồng hoa và các Làng hoa Đà Lạt... Dịp này, Sách kỷ lục Việt Nam đã công bố 8 kỷ lục: *Chiếc áo cưới dài nhất Việt Nam* (dài 42 m); *Bức ảnh cưới dài nhất Việt Nam* (dài 78 m, chụp đám cưới tập thể 100 đôi uyên ương); *Đoàn xe hoa đông nhất Việt Nam* (40 chiếc đưa 85 cặp cô dâu chú rể từ thành phố Hồ Chí Minh về Đà Lạt); *Cặp đèn cưới Long Phụng lớn nhất Việt Nam* (mỗi cây đèn cao 3,7 m, nặng 2,7 tấn); *Phiến đá uyên ương có chữ ký cô dâu chú rể nhiều nhất Việt Nam* (lưu chữ ký của 100 cặp cô dâu chú rể); *Thùng rượu vang bằng gỗ lớn nhất Việt Nam* (chứa 2.000 lít rượu); *Cặp hộp trà song hỷ lớn nhất Việt Nam* (đường kính 1,99 m, cao 3,6 m, nặng 120 kg); *Buổi diễn hành có nhiều ông già Noel nhất Việt Nam* (200 sinh viên hóa trang thành ông già Noel).

Festival Hoa Đà Lạt lần thứ III (từ 01-04/01/2010), chủ đề: "Đà Lạt - Thành phố ngàn hoa". Festival Hoa 2010 được Chính phủ đưa vào một trong những sự kiện tiêu biểu của Quốc gia chào mừng Đại lễ 1.000 năm Thăng Long - Hà Nội; nhiều kỷ lục như đôi rồng hoa dài 108 m (mỗi con dài 54 m, cao 3 m tượng trưng cho

54 dân tộc Việt Nam); bình hoa khổng lồ chủ đề "Hồ Gươm" do 1.000 người dân Đà Lạt thực hiện... Tại lễ khai mạc Festival Hoa Đà Lạt lần thứ III, Thủ tướng Chính phủ đã công nhận Đà Lạt là "Thành phố Festival Hoa đầu tiên của Việt Nam".

Festival Hoa Đà Lạt lần thứ IV (từ 30/12/2011-03/01/2012), chủ đề: "Đà Lạt - Thành phố Festival Hoa". Điểm nhấn của Festival Hoa 2012 là "Không gian hoa đẹp" và lễ hội đường phố "Hoa và ánh sáng", thu hút hơn 300 ngàn người dân và du khách trong, ngoài nước tham dự.

Festival Hoa Đà Lạt lần thứ V (từ ngày 28/12/2013-02/01/2014), chủ đề: "Tây Nguyên - Âm vang tiếng gọi đại ngàn" với chuỗi các sự kiện văn hóa chào mừng 120 năm Đà Lạt hình thành và phát triển, công bố Năm du lịch Quốc gia Tây Nguyên - Đà Lạt 2014 với chủ đề "Đại ngàn Tây Nguyên"...

Festival Hoa Đà Lạt lần thứ VI (từ 29/12/2015 - 04/01/2016), chủ đề: "Đà Lạt - Muôn màu sắc hoa". Trong đêm khai mạc, Tổ chức Văn hóa, Giáo dục và Khoa học Liên hợp quốc - UNESCO đã trao Bằng công nhận Khu dự trữ sinh quyển LangBiang là Khu dự trữ sinh quyển thế giới thứ 9 tại Việt Nam...

Có thể thấy, qua 6 lần tổ chức Festival Hoa, chủ đề xuyên suốt trong toàn bộ chương trình là HOA! Festival Hoa Đà Lạt đã để lại ấn tượng tốt trong tình cảm của nhân dân và du khách; tạo động lực mạnh mẽ để nghề trồng hoa và du lịch Đà Lạt phát triển.

"Điểm nhấn" Festival Hoa Đà Lạt lần thứ VII

Mục đích của Festival Hoa Đà Lạt nhằm tôn vinh giá trị của hoa và nghề trồng hoa truyền thống, nổi tiếng của Đà Lạt; qua đó, quảng bá và kêu gọi đầu tư, phát triển "thương hiệu hoa Đà Lạt", thu hút khách tham quan, thúc đẩy du lịch phát triển.

"Hồn cốt" vẫn là Hoa; song, Festival Hoa Đà Lạt lần thứ VII (diễn ra từ ngày 23-27/12/2017) với 15 chương trình chính và 14 chương trình mở rộng, đã có sự bổ sung, tích hợp và nhiều "điểm nhấn" mới. Trước hết, Festival Hoa lần này đã có sự lồng ghép với Tuần văn hóa Trà và Tơ lụa Lâm Đồng. Theo đó, 3 sản phẩm đặc trưng của phố núi cao nguyên được đưa vào Festival Hoa lần này là: Hoa - Trà - Tơ lụa. Chủ đề của Festival Hoa Đà Lạt lần thứ VII: "Hoa Đà Lạt - Kết tinh kỳ diệu từ đất lạnh" đã nói lên nhiều điều



và hứa hẹn một kỳ Festival Hoa rộn rục, phong phú, hấp dẫn đang chờ đợi du khách xa gần!

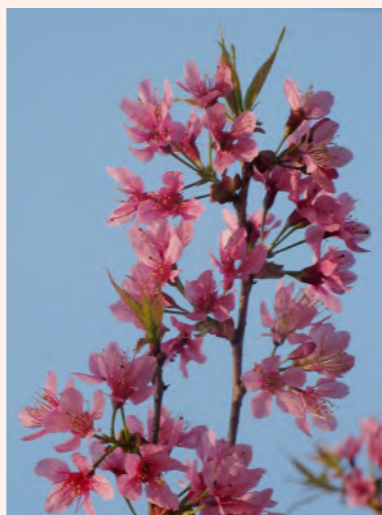
Trong đêm khai mạc Festival Hoa Đà Lạt lần thứ VII (tối 23/12) sẽ diễn ra Lễ trao thương hiệu “Đà Lạt - Kết tinh kỳ diệu từ đất lành” cho 4 sản phẩm, loại hình đặc trưng thể mạnh của ngành nông nghiệp công nghệ cao Đà Lạt: hoa, rau, cà phê Arabica và du lịch canh nông. Phần “Hội” với nhiều hoạt động tôn vinh các sản vật mang đậm văn hóa, nét đặc trưng các ngành nghề truyền thống của cộng đồng các dân tộc trên cao nguyên thơ mộng, giàu đẹp này, gồm dân tộc, hoa, lụa, trà, nông sản và du lịch - môi trường.

Bà Nguyễn Thị Nguyên - Giám đốc Sở Văn hóa Thể thao và Du lịch Lâm Đồng cho biết, Festival Hoa Đà Lạt lần thứ VII có nhiều điểm mới và chương trình điểm nhấn, đó là đa dạng các sản phẩm được tôn vinh, giới thiệu; công tác tổ chức, truyền thông mang tính chuyên nghiệp với 4/9 chương trình truyền thông trong Festival Hoa do Tập đoàn Truyền thông Thanh niên thực hiện; 5 ca khúc mới được sáng tác theo từng chủ đề, chương trình được dàn dựng công phu và trình diễn; nhiều chương trình trong Festival được xã hội hóa nhằm phục vụ đông đảo du khách và nhân dân như “Duyên dáng Việt Nam”, “Thời trang áo dài lụa tơ tằm”, chương trình hòa nhạc “Giai điệu Tây Nguyên”, xuất bản DVD gồm 10 ca khúc hay viết về Đà Lạt...

Đặc biệt, điểm nhấn trong chuỗi các chương trình hưởng ứng của Festival Hoa Đà Lạt năm nay là chương trình “Mùa hội Cỏ hồng” diễn ra tại huyện Lạc Dương. Đây là lần đầu tiên, một loài cỏ dại được đưa vào lễ hội với hàng chục hoạt động sôi nổi, hấp dẫn mang đậm bản sắc văn hóa dân tộc bản địa, với thông điệp xuyên suốt: “Hãy tôn trọng và bảo vệ cảnh quan thiên nhiên”... , góp phần cho một Festival Hoa lung linh đa sắc màu...

Festival Hoa Đà Lạt đã và đang là “điểm hẹn” lý thú đối với du khách, điều kiện rất thuận lợi thúc đẩy công nghiệp hoa và du lịch Đà Lạt phát triển trong tương lai... ■

Mai anh đào: có tên khoa học *Prunus Cesacoides*, hoa nở chi chít từ gốc đến ngọn rục rỗng phố núi, báo hiệu xuân về. Đây là loài hoa bản địa (được đặt tên đường Mai Anh Đào), trồng nhiều quanh hồ Xuân Hương, hồ Tuyền Lâm, đèo Prenn, đường Lê Đại Hành, Trần Hưng Đạo, trong công viên, trường học. “Ai lên xứ hoa đào đừng quên mang về một cành hoa...”. Mai anh đào đã góp phần làm nên “Thương hiệu Đà Lạt”.



Phượng tím: có nguồn gốc từ Nam Mỹ, du nhập vào Đà Lạt năm 1962. Kỹ sư Lương Văn Sáu (du học tại Pháp) đã mang hạt về ươm trồng nhưng chỉ sống được 1 cây (trước Khách sạn Golf 3 hiện nay). Cây cổ thụ này cao khoảng 14 m, ra hoa hàng năm, nhưng không đậu quả. Năm 1995, tiến sỹ Hà Ngọc Mai mang hạt Phượng tím từ Úc về ươm khoảng 3.000 cây, “phủ sóng” nhiều đường phố Đà Lạt. Cứ mỗi độ xuân về (từ tháng 1 đến tháng 4), Phượng tím nở “tím trời” Đà Lạt, đẹp đến nao lòng.



Mimosa: có tên khoa học *Mimosaceae*, du nhập vào Đà Lạt gần 100 năm nay. Ở Việt Nam, duy nhất Mimosa trồng tại Đà Lạt nở hoa vào mùa khô. Hoa Mimosa có hình cầu, màu vàng óng như tơ, từng chùm chi chít nụ, nở hết đợt này đến đợt khác. Ở Đà Lạt, có một con đường mang tên loài hoa này là đèo Mimosa dài 10 km (song



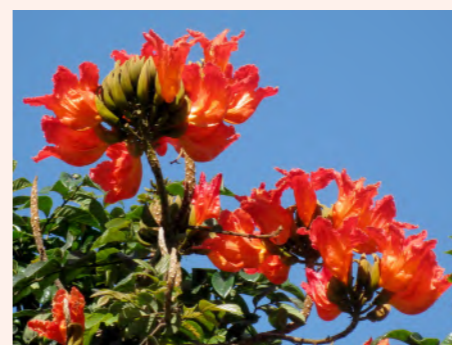
7 LOÀI HOA THÂN GỖ ĐỘC ĐÁO Ở ĐÀ LẠT

HÀ HỮU NẾT

Đà Lạt - trung tâm bảo tồn, sản xuất hoa lớn nhất nước, được Chính phủ công nhận là “Thành phố Festival Hoa Việt Nam”. Ở xứ ngàn hoa này, có 7 loài hoa thân gỗ, thay phiên nở suốt 4 mùa, trang điểm nhan sắc cho Đà Lạt, luôn làm ngất ngây người dân và du khách thập phương.

song với đèo Prenn). Mimosa được trồng nhiều ven đường Mimosa, trong các công viên, khu du lịch, dinh thự.

Chuông vàng: có tên khoa học *Spathodea Campanulata* Bean, du nhập vào Đà Lạt năm 1960, có nguồn gốc từ châu Phi. Cây Chuông vàng đầu tiên được trồng tại chùa Quán Thế Âm. Từ năm 1996, Công ty Cổ phần Dịch vụ Đô thị Đà Lạt nhập giống mới, trồng nhiều hai bên đường Lê Hồng Phong, Phan Đình Phùng, hồ Hoàng Văn Thụ, các công viên. Là cây thân gỗ, hoa màu vàng cam (tựa quả chuông), nở thành chùm, suốt 4 mùa. Chuông vàng rục rờ treo trên nền trời xanh, rất ấn tượng.



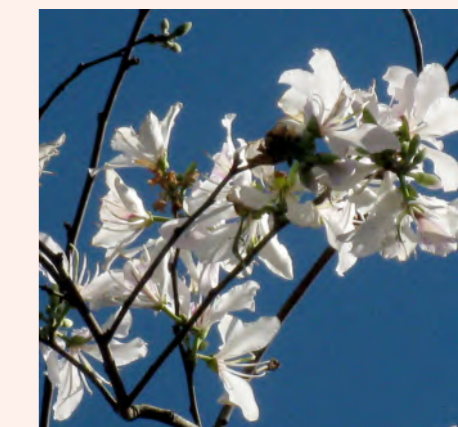
Vông kê: có nguồn gốc từ Trung Đông, tên khoa học *Erythrina cristagalli*, du nhập vào Đà Lạt năm 1965. Hai cây đầu tiên, do kỹ sư Lương Văn Sáu trồng ở cổng sau Khách sạn Palace, thường nở hoa quanh năm. Đến nay, đã thành cổ thụ cao khoảng 15 m, thân và cành xù xì, mọc meo, nhưng vẫn nở những chuỗi hoa dài, màu đỏ cam. Từ năm 1993, Đà Lạt nhập loài Vông kê mới (*Osaka*), được trồng nhiều trong các công viên, khu du lịch và nhà dân.



Phượng trắng: đây là cây Phượng trắng duy nhất ở Việt Nam nở hoa (tại số 75, Phù Đổng Thiên Vương), chưa nhân giống được. Năm 1998, tiến sỹ Hà Ngọc Mai mang cây con từ Úc về trồng ở vườn nhà. 5 năm sau, cây nở hoa tuyệt đẹp. Phượng trắng có tên khoa học *White Jacaranda*, nở hoa từng chùm trắng muốt vào mùa xuân. Khi rụng tạo thành thảm hoa trắng trên mặt đất rất bắt mắt.



Hoa ban: năm 1995, Công ty Cổ phần Dịch vụ Đô thị Đà Lạt nhập giống hoa Ban từ miền Tây Bắc nước ta (chủ yếu là màu trắng), về trồng hai bên đường Quang Trung, Trần Phú, các công viên. Vào mùa khô, vẻ đẹp hoang sơ, dịu dàng của những cánh hoa Ban luôn làm nao lòng bao lữ khách. ■



Vườn hoa trên xứ sở Chùa vàng

XUÂN LONG

Không ít du khách ví von rằng: Nếu đi du lịch Thái Lan mà không tới thành phố Chiang Mai (tỉnh Chiang Mai, ở phía Bắc Thái Lan), một trung tâm lớn thứ hai sau Bangkok thì xem như chưa đến Thái Lan hoặc chỉ mới một nửa. Và nếu đã tới Chiang Mai mà không đến Royal Park Rajapruek (Công viên Hoàng Gia, còn gọi là Vườn hoa Rajapruek hoặc Vườn Thượng uyển Rajapruek) thì cũng xem như chưa đến Chiang Mai vậy!

Chúng tôi có dịp cùng Đoàn Nhà báo tỉnh Lâm Đồng đến thăm, trao đổi và học hỏi kinh nghiệm làm báo với Hội Nhà báo tỉnh Chiang Mai. Trong thời gian công tác tại đây, Đoàn Nhà báo tỉnh Lâm Đồng đã được các nhà báo Chiang Mai dẫn đến thăm Royal Park Rajapruek. Chúng tôi không khỏi bất ngờ, ấn tượng khi đến xứ sở du lịch Thái Lan và tận mắt chiêm ngưỡng vẻ đẹp không gian Royal Park Rajapruek rộng mênh mông, tràn ngập những thảm hoa, cây cảnh lộng lẫy muôn sắc, đủ loài.

Bà Warumdee Phaksin, Giám đốc Royal Park Rajapruek chia sẻ: *"Tuy là Công viên mà thực sự Royal Park Rajapruek đúng "tâm" là một Vườn Thượng uyển của Thái Lan bởi đây là một Trung tâm Nghiên cứu cây cảnh và hoa các loại; một trong những Trung tâm Du lịch quốc tế của Thái Lan; là nơi phục vụ triển lãm cây cảnh thế giới (đã được tổ chức 2 lần tại đây) và cũng là nơi tổ chức những sự kiện, ngày kỷ niệm lớn của Hoàng gia Thái Lan... Hàng năm, Royal Park Rajapruek thu hút lượng khách rất đông. Năm 2015, Royal Park Rajapruek đã đón khoảng 80 vạn du khách và năm 2016 đón gần 90 vạn du khách. Riêng trong dịp Lễ hội Hoa năm 2015, Royal Park Rajapruek đã đón khoảng 20 vạn du khách..."*

Muốn tham quan, thường lăm khu Royal Park Rajapruek rộng 400 ha, các nhà báo Lâm Đồng và Chiang Mai phải vừa đi xe, vừa đi bộ. Ngoài khu vực bảo tàng trưng bày truyền thống về thân thế, sự nghiệp của các vua chúa Thái Lan, Royal Park Rajapruek được thiết kế, chia thành các tiểu khu: tiểu khu xây dựng các công trình phục vụ nhà vua; tiểu khu xây dựng các công trình phục vụ du khách; tiểu khu trồng các loài hoa, cây cảnh nổi tiếng ở 5 châu lục; tiểu khu xây dựng các tiểu cảnh (mô hình) thể hiện đặc trưng, biểu tượng của các quốc gia trên thế giới.

Royal Park Rajapruek được tổ chức, quản lý theo hình thức một "công ty cổ phần". Với quy mô rộng lớn, để giữ cho không gian luôn tươi đẹp và hoành tráng, Royal Park Rajapruek được phân vùng và giao cho các ngành, doanh nghiệp lớn (như điện lực, ngân hàng, hãng xe Toyota Thái Lan...) trồng hoa, cây cảnh gắn với biểu tượng của ngành, theo quy hoạch và chủ trương phát triển của Hoàng gia. Từ đó, mỗi ngành, doanh nghiệp có trách nhiệm đầu tư trồng, chăm sóc, bảo quản để vừa góp phần tô thắm vẻ đẹp cho Royal Park Rajapruek, vừa quảng bá thương hiệu.



Tiểu khu giới thiệu các mô hình là biểu trưng của các quốc gia trên thế giới được thiết kế bằng hoa, cây cảnh và kiến trúc xây dựng đặc trưng. Ở tiểu khu này, không chỉ có đầy đủ mô hình đặc trưng của các nước trong khối ASEAN (kể cả 3 nước Đông Á là Trung Quốc, Hàn Quốc và Nhật Bản), mà còn rất nhiều nước trên thế giới như Hà Lan, Canada, Nepal, Bỉ, Sudan, Iran, Ấn Độ, Srilanka, Bungari... Trong các mô hình biểu trưng của các quốc gia, mô hình của Hoàng gia Thái Lan là cung điện, một "khuôn viên vàng" đẹp, sang trọng và lộng lẫy nhất. *"Đây chính là cách làm hay, sáng tạo và là một trong những kỹ năng khai thác du lịch, một cách để thu hút và mời gọi du khách tới thăm Royal Park Rajapruek mỗi khi đặt chân đến đất Thái Lan"* - nhiều nhà báo trong Đoàn có cùng ý tưởng nhận xét như thế, khi đến tham quan Royal Park Rajapruek.

Bà Warumdee Phaksin chia sẻ: *"Ở Chiang Mai khí hậu nóng lắm, mỗi năm chỉ có khoảng 15 ngày mát mẻ, nên trồng hoa ở đây rất khó, đòi hỏi phải chăm sóc thật kỹ lưỡng và trồng theo mùa. Nếu không, cây sẽ không ra hoa như mong muốn!"*. Ghi nhận điều đó, trong lúc tham quan, chúng tôi đã được chiêm ngưỡng các loài hoa Phong lan, Hồ điệp... khoe sắc trong nhà lạnh (nhà kính) ở nhiệt độ khoảng 17°C...

Rời Royal Park Rajapruek, trong lúc tạm biệt và hẹn ngày gặp lại, bà Warumdee Phaksin chân tình chia sẻ: *"Tôi rất mong muốn có dịp sẽ đến thăm tỉnh Lâm Đồng, thăm thành phố hoa và Vườn hoa thành phố Đà Lạt để được tham quan, tham dự Festival Hoa Đà Lạt nhằm giao lưu, trao đổi, kết nối và học hỏi kinh nghiệm trồng hoa cũng như cách tổ chức Lễ hội Hoa"*. ■

Những cây hoa làm thuốc: CÂY OẢI HƯƠNG

DS. CK2. NGUYỄN THỌ BIÊN

Cây Oải hương có tên khoa học *Lavandula angustifolia* Chaix ex Vill, thuộc họ Hoa môi Lamiaceae. Ngoài Oải hương *Lavandula angustifolia*, còn có nhiều loại khác như *Lavandula dentata*, *Lavandula pinnata*, *Lavandula stoechas*... Thông thường, các loại Oải hương thấp nhỏ nhưng cũng có loại cao tới 1 m.

Cây Oải hương có nguồn gốc ở vùng Địa Trung Hải, được trồng cách đây hàng ngàn năm từ thời Hy Lạp cổ đại; hiện nay đã được trồng nhiều nơi khắp châu Âu. Suốt thời Trung cổ, Oải hương được xem là thảo dược của tình yêu (herb of love). Oải hương là loại cây bụi, sống hàng năm, thân gỗ cao khoảng 60 cm. Lá mọc đối, hình lưỡi mác, màu xanh. Hoa mọc thành cụm, cuống dài, hình ống, màu tím lam, có hương thơm. Mùa hoa thường từ mùa đông năm trước đến mùa hè năm sau. Cây ưa ánh nắng, khí hậu nóng ẩm, tương đối chịu nhiệt và rét, nhiệt độ sinh trưởng thích hợp là 15-25°C.

Hiện nay, tinh dầu Oải hương đã được nhập bán trên thị trường trong nước.

Bộ phận dùng: hoa (dùng tươi hoặc khô); lá (có thể dùng tương tự như hoa nhưng không thơm và tỷ lệ tinh dầu ít hơn).

Thành phần hóa học: tinh dầu được chiết xuất từ cánh hoa bằng phương pháp chưng cất hơi nước cho sản lượng 1,4-1,6%. Thành phần chính của tinh dầu là Linalool 45% và Acetate linalyl 35%; các thành phần khác gồm α - pinen, limonene, 1,8 - cineole, cis và trans ocimene, 3 octanone, caryophyllene, terpinen - 4 - ol và acetate lavendulyl.

Công dụng: hoa Oải hương có hương thơm, là loại thảo mộc được ứng dụng rộng rãi. Có thể dùng hoa riêng hoặc từ hoa chiết xuất tinh dầu dùng trong mỹ phẩm, làm thuốc hoặc chiết xuất mật để bồi bổ sức khỏe. Tỏi thơm làm từ hoa khô có tác dụng chống côn trùng cắn quần áo, tạo mùi thơm cho căn phòng, tủ quần áo. Hoa Oải hương dùng ngoài da để sát trùng, làm lành vết thương; dùng làm trà uống chữa đau đầu, cảm nắng, suy nhược thần kinh. Hoa Oải hương còn được dùng làm gia vị và có tác dụng tốt cho dạ dày, giúp giảm chứng đầy hơi, tăng cường sức khỏe khi bị suy nhược, chóng mặt, tim đập



nhanh, làm giảm các cơn co thắt và đau bụng, kích thích sự thèm ăn. Hoa Oải hương còn dùng phối hợp với các thực phẩm khác làm món tráng miệng hoặc rau sống ăn kèm với thịt cừu. Tuy nhiên, khi chế biến hoa làm thực phẩm, cần cẩn thận không cho quá nhiều làm món ăn bị đắng và tránh dùng đối với phụ nữ mang thai.

Tinh dầu Oải hương có tác dụng khử trùng, diệt khuẩn, giảm đau, chống co giật, chống trầm cảm, chống co thắt, chống viêm, khử mùi, thông mũi, làm hưng phấn thần kinh, kích thích tim, lợi tiểu, an thần, giúp ra mồ hôi, làm lành vết thương. Tinh dầu thoa trực tiếp để chăm sóc da khi bị viêm, chữa mụn trứng cá, côn trùng cắn, vết bỏng, vết chàm; thoa lên cơ, xương khớp nơi sưng tấy để giảm đau. Tinh dầu Oải hương thường được dùng xông hương, bằng cách nhỏ từ 2-5 giọt tinh dầu vào đĩa chứa nước ấm để chống muỗi, xua đuổi côn trùng. Có thể dùng tinh dầu Oải hương hoặc phối hợp với các tinh dầu khác để xông hơi phòng cảm lạnh, cúm, ho. Pha chế tinh dầu 2,5% trong dầu nền để massage, xoa bóp trên cơ thể giúp giảm đau, hưng phấn tinh thần hoặc cho tinh dầu vào bồn tắm khử mồ hôi, làm da mềm mại, tinh thần sảng khoái. Ngoài ra, mặt nạ tinh dầu Oải hương còn có tác dụng chống nhăn da, giảm căng thẳng, mệt mỏi và chống viêm.

Oải hương là cây quen thuộc ở nước ngoài, nhất là các nước châu Âu, nhưng ở nước ta, đây là cây mới di thực cần được nghiên cứu trồng và sử dụng. Tại thành phố Đà Lạt, trong 6 năm gần đây, Oải hương được nghiên cứu trồng tại Làng hoa Vạn Thành, Thung lũng Tình yêu, hồ Tuyền Lâm... ■

Cỏ hồng

DS. CK2. NGUYỄN THỌ BIÊN

Cỏ hồng còn gọi Cỏ lông hồng, Cỏ đuôi chồn, tiếng Anh là Pink Grass, tiếng La tinh là Pharyngis Malignant, tên khoa học *Muhlenbergia capillaris* (Lam.) Trin., thuộc họ Hòa thảo Poaceae.

Cỏ hồng thường được biết đến với tên Hairawn muhly (cỏ muhly), có nguồn gốc ở Bắc Mỹ, hiện được trồng nhiều nơi trên thế giới, trong đó có ở nước ta. Ở Mỹ, Cỏ hồng mọc nơi cánh rừng, đồi núi, bãi cát thuộc các bang gồm Florida đến đông Texas, phía bắc đến Massachusetts, New Jersey, phía đông Pennsylvania, Kentucky, phía nam Indiana, Missouri và Kansas.

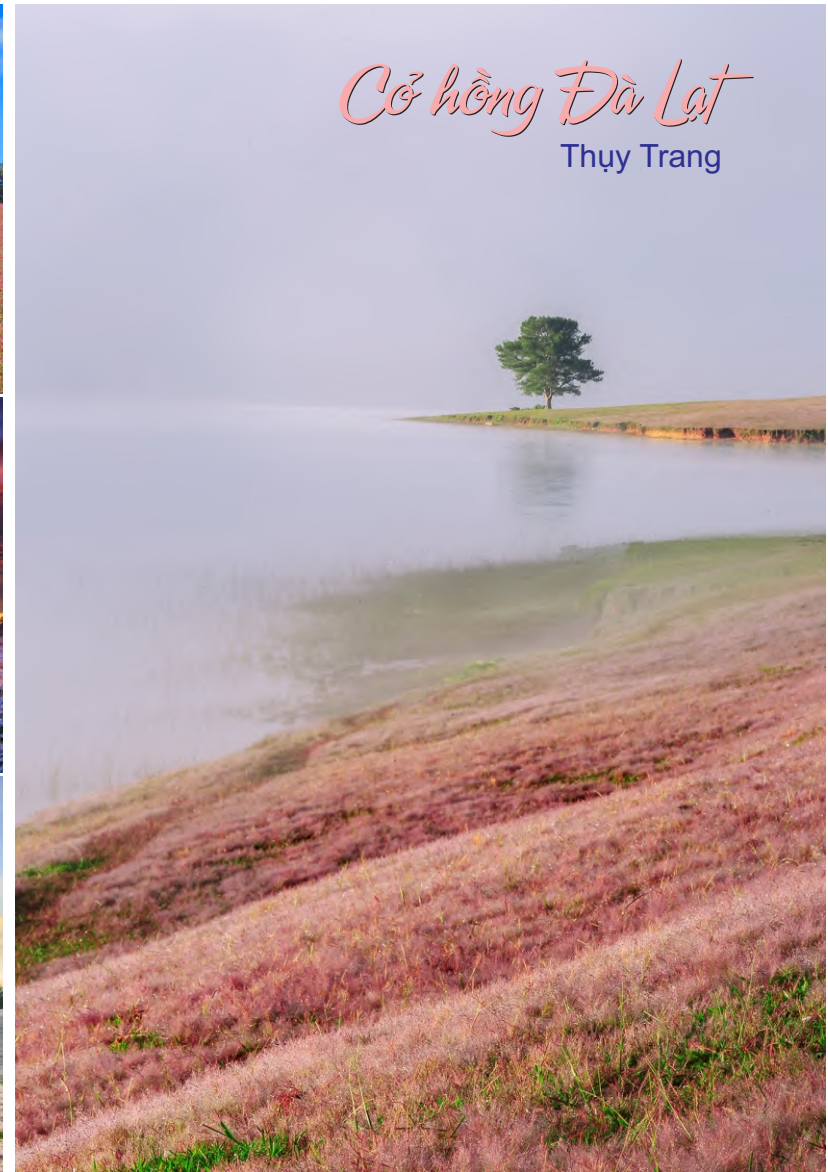
Ở nước ta, Cỏ hồng có ở thành phố Pleiku (xã Ia Kênh), huyện Đăk Đoa (thị trấn Đăk Đoa), trên đường đến Cửa khẩu Đức Cơ, La Grai... thuộc tỉnh Gia Lai. Tại Lâm Đồng, Cỏ hồng mọc quanh đồi, ven suối, giữa thung lũng ở một số nơi thuộc thành phố Đà Lạt (Trại Mát, Thái Phiên...), huyện Lạc Dương (Suối Vàng...).

Cỏ hồng là loài cây lâu năm, dạng cây bụi, có chiều cao lên đến 1,5 m, phân nhánh, hình thành cụm mở rộng có đường kính tới 0,9 m. Vào mùa hè, cây phát triển, thân và lá có màu xanh; vào mùa thu, chúng biến đổi tạo màu vàng đồng. Hoa

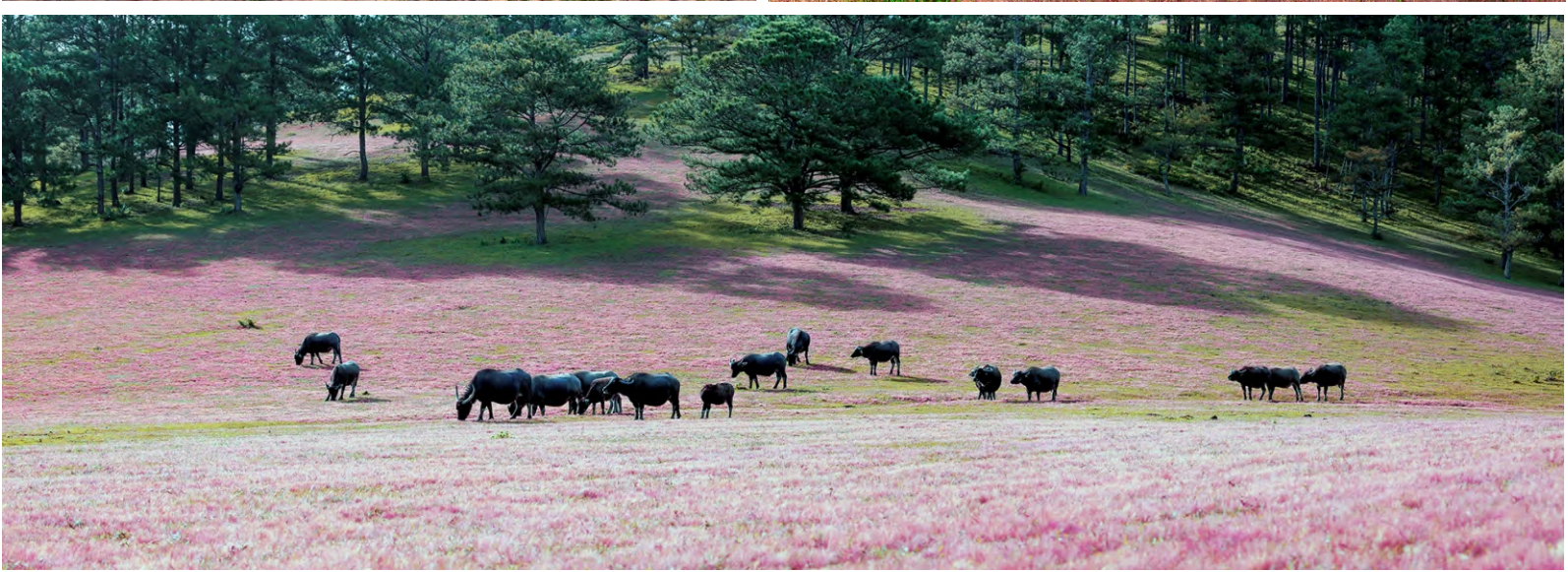
phát triển trong mùa thu, đặc biệt từ tháng 9 đến tháng 10, thường có màu hồng hoặc tím hồng từ dưới lên. Những bông hoa Cỏ hồng được nhóm lại, tạo thành cụm dài, dọc theo thân. Hạt nhỏ, có màu nâu. Cỏ hồng thích hợp phát triển dưới ánh nắng mặt trời nhưng vẫn sống tốt trong bóng râm. Cây ưa đất hữu cơ acid nhẹ với độ pH từ 5,5 đến 6,8, trên đất cát hoặc đất đá. Cỏ hồng chịu được hầu hết các loại đất, có khả năng chống chịu sâu, bệnh, chịu nóng, khô hạn và dễ tưa cành hàng năm. Cây thường phát triển đồng đều với những hoa nhỏ của các cây hợp thành đám hoa, như đám mây hồng, thắm nhưng mịn màng trên vùng đồi rộng lớn làm màu trời cũng rực rỡ trong suốt mùa thu và mờ dần vào mùa đông. Sáng sớm trước khi mặt trời mọc, cả đồi Cỏ hồng thắm ướt những giọt sương ban mai trắng ngát trông như tuyết nên còn có tên gọi là "Cỏ tuyết". Khi ánh mặt trời xuất hiện, những giọt sương đọng trên bông hoa biến mất, trở lại đồi Cỏ hồng tuyệt đẹp, phủ kín một vùng trời làm bao người phải thích thú, ngất ngây!

Mùa hội Cỏ hồng Đà Lạt lần đầu tiên được tổ chức tại Lâm Đồng - Đây là một trong những chương trình hưởng ứng Festival Hoa Đà Lạt lần thứ VII. Mùa hội diễn ra từ 24/11 đến 03/12/2017 tại Đồi Cỏ hồng khu Đan Kia - Suối Vàng (gần Khu Du lịch Thung lũng Vàng) không chỉ gửi đến du khách trong nước và quốc tế về một "thiên đường" hoa cỏ của thành phố Đà Lạt mà còn góp phần quảng bá những nét văn hóa đặc trưng của đất và người nơi đây qua chuỗi các sự kiện: Khoảnh khắc Cỏ hồng, Ngày thông điệp Cỏ hồng, Ngày hội văn hóa bản địa Cỏ hồng, Đón trăng trên đồi Cỏ hồng, Cắm trại dã ngoại Đêm thảo nguyên...■





Cỏ hồng Đà Lạt
Thụy Trang





HOA DALAT

KẾT TINH KỲ DIỆU TỪ ĐẤT LẠNH

