



BẢN TIN

www.itpc.gov.vn

XÚC TIẾN THƯƠNG MẠI & ĐẦU TƯ

TRUNG TÂM XÚC TIẾN THƯƠNG MẠI VÀ ĐẦU TƯ TP.HCM

SỐ 39 NGÀY 19.10.2020 (886)

ITPC làm việc với Tổng Lãnh sự quán Nhật Bản tại Thành phố Hồ Chí Minh (trang 04)



Ông Nguyễn Hữu Tín, Giám đốc Trung tâm xúc tiến Thương mại và Đầu tư TP.HCM (phải), giới thiệu hàng xuất khẩu tại showroom ITPC với ông Watanabe Nobuhiro, Tổng Lãnh sự Tổng Lãnh sự quán Nhật Bản tại Thành phố Hồ Chí Minh



SỰ KIỆN ITPC

Mở rộng thị trường Bắc Mỹ và ASEAN trong ngành Thực phẩm và Nông sản (trang 05)



SỰ KIỆN ITPC

Đưa hàng vào hệ thống siêu thị Big C/ Go!: Mở đường hội nhập toàn cầu cho hàng Việt (trang 08)

TRỤ SỞ

Trung tâm Xúc tiến Thương mại
và Đầu tư Tp.HCM

Địa chỉ: 51 Đinh Tiên Hoàng,
Q.1, Tp.HCM

Điện thoại: (028) 3823 6738

Fax: (028) 3824 2391

Email: itpc@itpc.gov.vn

Website: www.itpc.gov.vn



TIN VÀ BÀI VUI LÒNG GỬI VỀ

Trung tâm Xúc tiến Thương mại
và Đầu tư Tp.HCM

Phòng Thông tin

Địa chỉ: 51 Đinh Tiên Hoàng,
Quận 1, Tp.HCM

Điện thoại: (028) 3910 1225

Fax: (028) 3824 2391

Email: info@itpc.gov.vn

GIẤY PHÉP XUẤT BẢN

Số 06/QĐ - XBTT - STTTT, ngày
30/5/2016 của Sở Thông tin
Truyền thông Tp.HCM

SỐ 39 10.2020



03 HOẠT ĐỘNG XÚC TIẾN THƯƠNG MẠI & ĐẦU TƯ

Hội chợ Đặc sản Vùng Miền Việt
Nam 2020 tại Hà Nội

Đối thoại giữa Doanh nghiệp và Chính
quyền Thành phố về lĩnh vực Thuế
ITPC làm việc với Tổng Lãnh sự
quán Nhật Bản tại Thành phố Hồ
Chí Minh

Mở rộng thị trường Bắc Mỹ và
ASEAN trong ngành Thực phẩm và
Nông sản

Đưa hàng vào hệ thống siêu thị Big
C/Go!: Mở đường hội nhập toàn
cầu cho hàng Việt

10 GÓC NHÌN XÚC TIẾN

Giữ vững vai trò đầu tàu kinh tế,
động lực tăng trưởng của vùng kinh
tế trọng điểm phía Nam và cả nước



12 THỊ TRƯỜNG - SẢN PHẨM

Các công ty sản xuất đồ gỗ muốn
tận dụng tối đa thị trường Hoa Kỳ

13 ENGLISH FOR YOU

Thành ngữ tiếng Anh (Idiom)

15 DOANH NGHIỆP THÀNH VIÊN VEXA TỰ GIỚI THIỆU

Công ty TNHH mỹ phẩm Bảo Ngọc



Hội chợ Đặc sản Vùng Miền Việt Nam 2020 tại Hà Nội

Hội chợ Đặc sản Vùng Miền Việt Nam là sự kiện thường niên do Thành phố Hà Nội tổ chức với quy mô 300 gian hàng có sự tham gia của 63 tỉnh, thành trong cả nước. Qua mỗi kỳ tổ chức, Hội chợ không ngừng đổi mới, nâng lên về chất lượng và quy mô, trở thành sự kiện xúc tiến thương mại có uy tín cao với lượng khách tham quan, giao dịch, mua sắm đông đảo. Đây là cơ hội tốt cho các doanh nghiệp, làng nghề, hợp tác xã của Thành phố Hồ Chí Minh giới thiệu, quảng bá hình ảnh sản phẩm đặc sản vùng miền địa phương đến người tiêu dùng trong và ngoài nước; kết nối tham gia chuỗi cung ứng - tiêu thụ hiệu quả, mở rộng thị trường tiêu thụ hàng hóa; gặp gỡ giao lưu, học hỏi kinh nghiệm.

Trung tâm Xúc tiến Thương mại và Đầu tư Thành phố Hồ Chí Minh

Phòng Xúc tiến Thương mại - ITPC

Địa chỉ: 51 Đinh Tiên Hoàng, P. Đa Kao, Q.1, TP.HCM.

Điện thoại: (028) 3910 4565

Liên hệ chuyên viên Phước Tiến (0983939000, tienntp@itpc.gov.vn)

Website: www.itpc.gov.vn

(ITPC) trân trọng kính mời Quý Đơn vị tham gia Cụm gian hàng của Thành phố với thông tin như sau:

❖ **Thời gian:** Từ ngày 25 đến ngày 29 tháng 11 năm 2020.

❖ **Địa điểm:** Quảng trường Trung tâm thương mại Vincom Mega Mall - Khu đô thị Vinhomes Royal City (72A Nguyễn Trãi, Thanh Xuân, Hà Nội).

❖ **Quy mô:** Cụm gian hàng Thành phố Hồ Chí Minh gồm 10 gian hàng (2,5m x 2,5m x 3m).

❖ **Đối tượng tham gia:** Doanh nghiệp, Hợp tác xã, Cơ sở sản xuất; Hiệp hội doanh nghiệp, Hội ngành nghề, đơn vị được thành lập theo quy định của pháp luật hiện hành,

có ngành hàng phù hợp và đang hoạt động tại thành phố Hồ Chí Minh.

❖ Chi phí tham gia:

- Chi phí thuê gian hàng (sau khi được ITPC hỗ trợ) là 3.500.000đ/gian hàng, tối đa không quá 01 gian hàng/đơn vị.

- Doanh nghiệp tham gia tự trang trải chi phí ăn uống, đi lại, vận chuyển hàng hóa, thuê thêm vật dụng và các chi phí phát sinh khác.

❖ Hồ sơ đăng ký tham gia:

- Giấy chứng nhận đăng ký kinh doanh (photo, đóng dấu đơn vị);

- Phiếu đăng ký tham gia;

- Hợp đồng tham gia Hội chợ;

- Phiếu báo cáo kết quả Hội chợ.



Hội chợ Đặc sản Vùng miền Việt Nam năm 2019 - Hà Nội

Phòng Xúc tiến Thương mại - ITPC

Hội thảo “Chuyển đổi số - Chuyển đổi mô hình kinh doanh” Chuyển đổi số: Giải pháp trong lĩnh vực Y tế

Chuyển đổi số đang là xu hướng tất yếu, là vấn đề sống còn đối với các tổ chức, doanh nghiệp, đặc biệt sau đại dịch Covid-19, chuyển đổi số càng được thúc đẩy mạnh mẽ hơn và là ưu tiên hàng đầu trong kinh doanh. Hiểu được các vấn đề, khó khăn doanh nghiệp đang phải đối mặt, Trung tâm Xúc tiến Thương mại và Đầu tư (ITPC) phối hợp cùng Hội Tin học TP.HCM (HCA) tổ chức chuỗi hội thảo “Chuyển đổi số - Chuyển đổi mô hình kinh doanh” với chuyên đề đầu tiên “Chuyển đổi số: Giải pháp trong lĩnh vực Y tế” chi tiết như sau:

❖ **Thời gian:** 08:30 - 11:30, Thứ Năm, ngày 22 tháng 10 năm 2020.

❖ **Địa điểm:** Showroom xuất khẩu, 92 - 96 Nguyễn Huệ, Quận 1.

❖ **Phí tham dự:** Miễn phí 100%

Phòng Xúc tiến Thương mại - ITPC

Địa chỉ: 51 Đinh Tiên Hoàng, P. Đa Kao, Q.1, TP.HCM.

Điện thoại: (028) 3910 4565

Liên hệ chuyên viên Kim Oanh (0934 626 039, oanhhtk@itpc.gov.vn)

Website: www.itpc.gov.vn

Tiếp tân Tổng lãnh sự Nhật Bản tại Thành phố Hồ Chí Minh

Sáng ngày 14/10/2020, ông Nguyễn Hữu Tín - Giám đốc Trung tâm Xúc tiến Thương mại và Đầu tư Tp.HCM (ITPC) đã có buổi tiếp ông Watanabe Nobuhiro - tân Tổng lãnh sự Nhật Bản tại Tp.HCM.

Chào mừng ông Watanabe Nobuhiro nhận nhiệm vụ mới, ông Nguyễn Hữu Tín khẳng định, quan hệ kinh tế - đầu tư giữa Tp.HCM và Nhật Bản đang phát triển tốt đẹp.

Thông tin tới ngài tân Tổng lãnh sự, ông Nguyễn Hữu Tín cho biết, trong 18 năm qua, ITPC và Hiệp hội doanh nghiệp Nhật Bản tại Tp.HCM (JCCH) đã phối hợp tổ chức thành công các hội nghị bàn tròn giữa chính quyền thành phố với cộng đồng doanh nghiệp Nhật Bản. Đây là hoạt động thường niên nhằm hiện thực hóa chủ trương cải cách thủ tục hành chính, hoàn thiện môi trường đầu tư của thành phố, tạo thuận lợi cho hoạt động của các nhà đầu tư Nhật Bản. Hiện nay, các bên cũng đang tích cực chuẩn bị cho hội nghị bàn tròn doanh nghiệp Nhật Bản năm thứ 19, dự kiến diễn ra vào tháng 12/2020.

Bên cạnh đó, ITPC là đơn vị đã sớm có mối quan hệ hợp tác với AEON - một trong những nhà bán lẻ lâu đời của Nhật Bản, từ những ngày đầu tập đoàn này đầu tư kinh doanh tại Việt Nam. Trong vòng ba năm qua, ITPC và AEON Việt Nam đã liên tiếp phối hợp tổ chức các chương trình hỗ trợ doanh nghiệp Việt Nam đưa hàng hóa vào hệ



thống siêu thị và xuất khẩu sang thị trường Nhật Bản. Và tới đây, từ ngày 4/11 - 8/11, cũng sẽ diễn ra “Tuần lễ Triển lãm Sản phẩm Doanh nghiệp Việt tại AEON năm 2020”.

Cảm ơn lãnh đạo ITPC đã dành thời gian tiếp đón, Tổng lãnh sự Watanabe Nobuhiro cho rằng, ITPC là đơn vị đã có nhiều hoạt động thiết thực, hiệu quả hỗ trợ cho các doanh nghiệp Nhật Bản khi đầu tư, kinh doanh tại Tp.HCM, cũng như hỗ trợ, kết nối cộng đồng doanh nghiệp của thành phố với doanh nghiệp và thị trường Nhật Bản, qua đó làm sâu sắc thêm mối quan hệ hợp tác hữu nghị giữa Tp.HCM và Nhật Bản.

Ông Watanabe Nobuhiro bày tỏ hy vọng sẽ tiếp tục nhận được sự hỗ trợ của ITPC trong các hoạt động hợp tác đầu tư - thương mại, trong đó có việc tổ chức thành công hội nghị bàn tròn doanh nghiệp Nhật Bản. Đồng thời, tân Tổng lãnh sự Nhật Bản cũng cam kết sẽ thúc đẩy hợp tác hơn nữa với ITPC trong nhiệm kỳ của mình nhằm hỗ trợ cộng đồng doanh nghiệp hai nước một cách thiết thực và hiệu quả.

Phòng Thông tin - ITPC



Mở rộng thị trường Bắc Mỹ và ASEAN trong ngành Thực phẩm và Nông sản

Sáng ngày 14/10/2020, Trung tâm Xúc tiến Thương mại và Đầu tư TP.HCM (ITPC) đã phối hợp với Công ty CP Tư Vấn ATIM tổ chức Hội thảo trực tiếp và trực tuyến “Mở rộng thị trường Bắc Mỹ và ASEAN trong ngành Thực phẩm và Nông sản” tại Khách sạn Rex với hơn 100 người tham dự. Hội thảo có sự tham dự của ông Nguyễn Tuấn - Phó Giám đốc Trung tâm Xúc tiến Thương mại và Đầu tư TP.HCM (ITPC), ông Paul Lansbergen - Chủ tịch Fisheries Council của Canada, bà Tô Tường Lan - Phó Tổng Thư ký Hiệp hội Chế biến và Xuất khẩu Thủy sản Việt Nam (VASEP), ông Bob Fletcher - Giám đốc về Thuế quan - Tư vấn về Hải quan và Thương mại toàn cầu - Công ty Tư vấn Thuế Deloitte Việt Nam, bà Đào Phương Thúy - Chủ tịch của Vietnam - Canada Hub Solutions (VCHS), ông Mak Kok Hay - Giám đốc điều hành Rich Field Group, ông Chua Cheong Peyu - Chủ tịch hội đồng quản trị Rich Field Group, bà Phùng Thị Thu Thủy - Tổng Giám

đốc Rich Field Group, chị Vũ Thị Vân Anh - Phó giám đốc Ban FDI Ngân hàng BIDV cùng các doanh nghiệp, báo đài đã tham dự và hỗ trợ đưa tin về sự kiện.

Ông Nguyễn Tuấn - Phó Giám đốc Trung tâm Xúc tiến Thương mại và Đầu tư TP.HCM (ITPC) cho hay, TP.HCM là một đô thị đặc biệt, là đầu mối giao lưu và hội nhập quốc tế; có sức thu hút và lan tỏa lớn của vùng kinh tế trọng điểm phía Nam. Thành phố hiện đóng góp khoảng 23% tổng sản phẩm quốc nội, 1/3 ngân sách quốc gia, 1/5 tổng kim ngạch xuất khẩu hàng hóa, 1/2 số khách du lịch quốc tế và 30% tổng số dự án FDI vào Việt Nam. Có thể nói, TP.HCM là đầu tàu kinh tế và là trung tâm giao thương và thu hút đầu tư nước ngoài. Thành phố Hồ Chí Minh luôn quan tâm hỗ trợ cho hoạt động đầu tư, sản xuất, kinh doanh cho cộng đồng doanh nghiệp, không chỉ cho riêng thành phố Hồ Chí Minh mà còn cho cả khu vực. Lãnh đạo Thành phố luôn quan tâm chỉ đạo không ngừng

cải cách thủ tục hành chính; tích cực thực hiện đơn giản hóa và công khai quy trình thủ tục đối với doanh nghiệp và nhà đầu tư nước ngoài.

Riêng năm 2020, dù chịu ảnh hưởng của dịch Covid-19 song hoạt động xuất khẩu của TP. Hồ Chí Minh vẫn duy trì mức tăng trưởng ổn định. Theo số liệu từ Cục Thống kê TPHCM, 9 tháng của năm 2020, kim ngạch xuất khẩu hàng hóa trên địa bàn tại các cửa khẩu trên cả nước đạt 32,5 tỷ USD, tăng 4,9% so cùng kỳ năm 2019. Thực phẩm và Nông sản nằm trong những ngành lớn nhất tại Việt Nam. Với kim ngạch xuất khẩu đạt 8,7 tỷ USD vào năm 2019, Việt Nam đứng thứ 4 toàn cầu, thứ nhất Đông Nam Á, thứ 2 châu Á về xuất khẩu thủy sản.

Trong thời gian qua, mối quan hệ hợp tác của Việt Nam và Canada ngày càng được thắt chặt và đẩy mạnh trên nhiều lĩnh vực, đặc biệt là thương mại. Quan hệ thương mại giữa Việt Nam - Canada những năm gần đây có bước phát triển
(Xem tiếp trang 6)

(Tiếp theo trang 5)

vượt bậc, đặc biệt sau khi tiến hành thực thi Hiệp định Đối tác toàn diện và Tiến bộ xuyên Thái Bình Dương (CPTPP). Hiện nay, Việt Nam là đối tác thương mại lớn nhất của Canada trong ASEAN và Canada là đối tác thương mại lớn thứ ba của Việt Nam tại khu vực châu Mỹ. Theo số liệu của Tổng Cục Hải quan, năm 2019, kim ngạch thương mại song phương Việt Nam - Canada đạt 6,2 tỷ USD, tăng 23% so với năm 2018. Riêng 6 tháng đầu năm 2020, mặc dù thương mại toàn cầu suy giảm nghiêm trọng đến 20% do ảnh hưởng nặng nề từ dịch COVID-19 nhưng thương mại song phương Việt Nam - Canada vẫn giữ được mức tăng trưởng 0,1%. Việt Nam hiện nằm trong top 10 thị trường xuất khẩu hải sản của Canada. Các lĩnh vực tiềm năng doanh nghiệp Việt Nam có thể phát triển mạnh như thủy sản, đồ gỗ nội thất, dệt may, giày dép và hàng nông sản. Trong đó, các mặt hàng thủy sản đang là mặt hàng xuất khẩu có thế mạnh của Việt Nam tại thị trường này, nhiều chủng loại đã chiếm thị phần rất cao như tôm, cá basa, cá ngừ. Cụ thể Việt Nam hiện là một trong những nước xuất khẩu tôm lớn nhất sang Canada, chiếm khoảng 30% thị phần tại Canada. Với lợi thế là một trung tâm FTA ở châu Á-Thái Bình Dương, Việt Nam sẽ là cầu nối để đưa hàng hóa và dịch vụ của Canada tiếp cận với thị trường 660 triệu người tiêu dùng của ASEAN, cũng như tới các thị trường quan trọng khác tại khu vực.

Canada được coi là cửa ngõ vào thị trường toàn cầu với khả năng tiếp cận thị trường ưu tiên thông qua 14 hiệp định thương mại với 51 quốc gia với gần 1,5 tỷ người tiêu dùng và tổng GDP là 49,3 nghìn tỷ USD. Theo Economist Intelligence Unit (EIU), Canada là quốc gia tốt nhất trong cả G7 và G20 về môi trường kinh doanh trong 5 năm tới. Với dòng vốn FDI tăng 18,6%, Canada là

điểm đến thứ 11 của FDI trên toàn thế giới vào năm 2019. Ngành công nghiệp thực phẩm là ngành sản xuất lớn nhất tại Canada, đóng góp hơn 110 tỷ đô la vào tổng sản phẩm quốc nội (GDP) của Canada, sử dụng 2,3 triệu lao động, xuất khẩu gần 56 tỷ đô la và nhập khẩu 44,5 tỷ đô la các sản phẩm và là yếu tố đóng góp hàng đầu cho sự đổi mới và tăng trưởng toàn cầu. Với tiềm năng hợp tác song phương to lớn như trên, trong tương lai sẽ có thêm nhiều cơ hội hơn để doanh nghiệp hai nước gặp gỡ, tăng cường thương mại đầu tư song phương, đặc biệt trong lĩnh vực nông sản, thực phẩm.

Theo các diễn giả chia sẻ, Ngành thủy sản Việt Nam đã phát

Với tình hình đó, Việt Nam hiện có nhiều cơ hội mở rộng thị trường xuất khẩu bằng cách tận dụng tối đa các ưu đãi thuế quan so với các nước khác, tăng cường học hỏi và thay đổi toàn bộ cơ cấu từ nguồn nhân lực đến chuỗi sản xuất để đáp ứng nhu cầu ngày càng cao của các đối tác nước ngoài, tăng sức cạnh tranh cho doanh nghiệp Việt Nam trong môi trường kinh doanh quốc tế. Theo ông Paul Lansbergen, Chủ tịch Hội đồng Thủy sản Canada, Việt Nam là quốc gia xuất khẩu thủy sản và cá lớn thứ tư vào Canada. Kim ngạch nhập khẩu thủy sản từ Việt Nam tăng trung bình 21% từ năm 2015 - 2019. Tôm thương phẩm tăng 10%, cá chế biến hoặc bảo quản, cá tươi



Từ trái sang phải: Ông Mak Kok Hay – Giám đốc điều hành Rich Field Group, Ông Chua Cheong Peyu – Chủ tịch hội đồng quản trị Rich Field Group, Bà Phùng Thị Thu Thủy - Tổng Giám đốc Rich Field Group

triển vượt bậc trong hơn 20 năm qua. Kim ngạch thủy sản từ mức thấp 621 triệu USD năm 1995 đã tăng trưởng mạnh qua các năm với mức tăng trưởng bình quân là 13%/năm. Và Canada đang là một trong những thị trường xuất khẩu thủy sản chủ đạo của Việt Nam trong giai đoạn hiện nay với kim ngạch xuất khẩu đạt gần 160 triệu USD trong vòng 8 tháng đầu năm 2020. Bên cạnh đó, Việt Nam cũng đang nhập khẩu một lượng lớn thủy sản từ Canada với kim ngạch đạt gần 157 triệu USD, trong 8 tháng đầu năm 2020.

hoặc cá ướp lạnh đều tăng hơn 3 lần, cá tươi, cá - khô, muối, hun khói cũng tăng từ gấp đôi. Tuy nhiên, giá cả thủy sản hiện nay vẫn đang nằm ở ngưỡng khá cao so với mức chi tiêu của người tiêu dùng và việc truy xuất nguồn gốc cũng như nguồn cung ổn định cũng cần được coi trọng tại cả 2 thị trường vì để tận dụng được những ưu đãi từ CPTPP mang lại thì sản phẩm cả 2 quốc gia đều phải đáp ứng đầy đủ các yêu cầu quốc gia về vệ sinh an toàn thực phẩm và quy tắc xuất xứ cả về thủy sản, nông sản hay thực phẩm.

Bà Tô Tường Lan, Phó Tổng Thư ký Hiệp hội Chế biến và Xuất khẩu thủy sản Việt Nam (VASEP) cho biết, hiện kim ngạch xuất khẩu thủy hải sản vào hầu hết các thị trường đều giảm, nhưng riêng Canada là thị trường hiếm hoi tăng trưởng 12% trong 9 tháng đầu năm, dự kiến sẽ đạt mức 20% trong năm 2020. Riêng thị trường Canada thì ngành đông lạnh đang chiếm ưu thế, 80% thị trường trong nước hiện nay đều có nguồn gốc từ nhập khẩu với 3,9 tỷ USD, tăng 21% so với năm 2015 và Việt Nam đang là quốc gia có nguồn xuất khẩu thủy sản lớn thứ 4 vào Canada, nhất là cá ngừ và tôm thương phẩm. Canada chủ yếu nhập khẩu từ Việt Nam các mặt hàng như tôm sú tươi PTO đông lạnh; tôm chân trắng tươi HLSO EZP đông lạnh; tôm chân trắng lột vỏ bỏ đầu chừa đuôi đông lạnh; tôm sú bỏ đầu Nobashi tươi đông lạnh;... Canada sát với Mỹ, thu nhập người dân cao lại được hưởng ưu đãi thuế từ CPTPP nên cơ hội cho xuất khẩu tôm Việt Nam sang thị trường này còn nhiều. Canada hiện là một trong các quốc gia dẫn đầu toàn cầu về thủy sản, an toàn vệ sinh thực phẩm được đảm bảo, biển hồ phong phú đa dạng đồng thời cũng là một nhà xuất khẩu đáng tin cậy. Đặc biệt, theo ông Bob Fletcher, GĐ Thuế của công ty Deloitte Việt Nam, sau khi CPTPP có hiệu lực, nhiều mặt hàng thực phẩm và nông sản của 2 quốc gia được cắt giảm thuế theo lộ trình, kim ngạch thương mại song phương gia tăng đáng kể từ 3,867 tỷ USD năm 2018 lên đến hơn 6 tỷ USD năm 2019, trong đó Việt Nam xuất siêu từ 3,01 tỷ năm 2018 lên 5,26 tỉ năm 2019. Tuy nhiên, đối với các sản phẩm Nông nghiệp / Thực phẩm, để được hưởng lợi từ việc cắt giảm thuế quan trong CPTPP, cần phải đáp ứng Quy tắc xuất xứ (ROO) theo quy định. Đặc biệt, tất cả thực phẩm được bán ở Canada hay Việt Nam, dù là hàng nội địa hay nhập khẩu, đều

phải tuân thủ các Yêu cầu Quốc gia về Vệ sinh và An toàn Thực phẩm.

Theo bà Tina Đào, Chủ tịch Câu lạc bộ Vietnam - Canada Hub Solution, để tận dụng lợi thế, các DN cần khai thác tốt các mối quan hệ từ đối tác, các nhà xuất nhập khẩu, các ngân hàng hiện có. Sắp tới, câu lạc bộ sẽ huy động mọi nguồn lực từ các nhà xuất khẩu, nhà phân phối kinh nghiệm, các chuyên gia đầu ngành để hình thành các trung tâm (hub) tại Canada cũng như tại Việt Nam. Việc hình thành các hub sẽ thu hút các DN nhỏ cùng tập hợp để tạo thành một tập thể DN lớn, có đủ sức sản xuất, đáp ứng các đơn hàng lớn cho đối tác.

Theo ông Mak Kok Hay, Giám đốc điều hành của Rich Field Group, một trong những yếu tố then chốt tạo được sự thành công cho tập đoàn là sự am tường về lĩnh vực mình hoạt động; có đội ngũ quản lý quốc tế mạnh mẽ, giàu kinh nghiệm. Đặc biệt, đội ngũ cần luôn năng động, nắm bắt thông tin nhanh chóng kịp thời, quản lý và tổ chức chặt chẽ để giúp cho hoạt động kinh doanh được hiệu quả, thành công. Theo Ông Chua Cheong Peyu - Chủ tịch Rich Field, tập đoàn đã có hơn 50 năm kinh nghiệm kinh doanh cá và hải sản tại Malaysia, xuất nhập khẩu trái cây sang thị trường Trung Quốc, hơn 26 năm kinh nghiệm phân phối các sản phẩm thực phẩm và đồ uống cho các thương hiệu quốc tế hàng đầu như DOUBLEMINT, M&M, WARIOR, REDBULL BIC tại Việt Nam và Campuchia. Ông Chua Cheong Peyu - Chủ tịch Rich Field là cố vấn cấp cao cho Câu lạc bộ Vietnam Canada Hub Solutions (VCHS) trong lĩnh vực thực phẩm. Tại hội thảo trực tiếp và trực tuyến “Mở rộng thị trường Bắc Mỹ và ASEAN trong ngành Nông nghiệp và Thực phẩm” do ITPC phối hợp ATIM tổ chức, Rich Field Group đã chia sẻ những câu chuyện thành công khi đầu tư vào hệ thống phân phối với hơn 270.000 điểm bán lẻ và toàn

bộ lĩnh vực thương mại hiện đại tại Việt Nam. Rich Field đặt mục tiêu đạt doanh thu 500 triệu USD vào năm 2030. Bà Tina Đào - Chủ tịch VCHS đưa ra lời khuyên “Tôi tin tưởng rằng với cố vấn giàu kinh nghiệm như ông Chua, VCHS sẽ thành công trong việc hỗ trợ các công ty Canada tham gia vào Việt Nam và ASEAN”.

Các doanh nghiệp tham dự hội thảo cũng đã nêu một số vướng mắc về hỗ trợ thanh toán, các phương án mở rộng thị trường của đối tác Canada, đầu là cơ hội - thách thức và lời khuyên dành cho doanh nghiệp khi các hiệp định thương mại đang được thực thi. Các câu hỏi được ban chủ tọa giải đáp tận tình. Cũng tại hội thảo, các đại biểu cho rằng, đây là hai thị trường đầy tiềm năng, do đó, trong thời gian tới, nhất là trong bối cảnh dịch Covid-19 vẫn còn diễn biến phức tạp, các cơ quan chức năng cần tiếp tục triển khai các chương trình xúc tiến, quảng bá và hỗ trợ để nâng cao hơn nữa kim ngạch thương mại giữa Việt Nam với các nước trong khối ASEAN và Bắc Mỹ.

Kết thúc Hội thảo, ông Nguyễn Tuấn cho biết, từ nay đến cuối năm, ITPC sẽ tăng cường thực hiện các hoạt động xúc tiến thương mại vào các nước Việt Nam đã ký FTA, các nước khu vực ASEAN, các thị trường truyền thống như Lào, Campuchia, Myanmar, các thị trường trọng điểm như Hoa Kỳ, Nhật Bản, Hàn Quốc, Trung Quốc... Tổ chức các chuỗi hội nghị, hội thảo, tọa đàm về thị trường, nhằm hỗ trợ DN cập nhật thị trường, chọn lọc các sản phẩm chủ lực của TPHCM để tham gia các hoạt động xúc tiến xuất khẩu. ITPC và các đối tác sẽ tiếp tục đồng hành và hỗ trợ các doanh nghiệp Việt Nam mở rộng thị trường đến các mục tiêu tiềm năng và tạo điều kiện thuận lợi để các doanh nghiệp đẩy mạnh giao thương, xây dựng vị trí vững vàng trên thương trường quốc tế.

Phòng Huấn luyện - ITPC

Đưa hàng vào hệ thống siêu thị Big C/Go!: Mở đường hội nhập toàn cầu cho hàng Việt



Với mục đích đồng hành và hỗ trợ doanh nghiệp giảm thiểu tác động tiêu cực của đại dịch Covid-19; phục hồi sản xuất kinh doanh; nâng cao năng lực cạnh tranh; tiếp cận, mở rộng và đa dạng hóa thị trường; đẩy mạnh xuất khẩu; lấy lại đà tăng trưởng cho nền kinh tế Thành phố Hồ Chí Minh nói riêng và cả nước nói chung. Sáng ngày 15/10/2020, Trung tâm Xúc tiến Thương mại và Đầu tư Thành phố Hồ Chí Minh (ITPC) đã phối hợp cùng với Tập đoàn Central Retail Việt Nam tổ chức hội nghị “Kết nối đưa hàng hóa Việt Nam vào hệ thống siêu thị Big C/Go! tại Việt Nam và xuất khẩu sang thị trường Thái Lan năm 2020”. Đây là cơ hội giúp doanh nghiệp có thể kịp thời nắm bắt và hiểu rõ về các yêu cầu tiêu chuẩn kỹ thuật, bao bì, nhãn mác, thủ tục giấy tờ cần thiết..., cũng như kết nối trực tiếp với đại diện thu mua ngành hàng của Central Retail tại Việt Nam và kết nối trực tuyến với nhà mua hàng Thái Lan để giới thiệu sản phẩm, đưa hàng hóa vào hệ thống siêu thị Big C/Go! Việt Nam, đồng thời tìm kiếm đối tác để xuất khẩu hàng hóa sang Thái Lan.

Phát biểu khai mạc hội nghị, ông Trần Phú Lữ - Phó Giám đốc ITPC cho biết, trong thời gian qua, quan hệ Việt Nam và Thái Lan không ngừng phát triển bền chặt và tốt đẹp trên mọi lĩnh vực, đặc biệt là lĩnh vực kinh tế - thương mại. Việt Nam - Thái Lan cùng là thành viên của nhiều diễn đàn khu vực và quốc tế như: ASEAN, Cộng đồng Kinh tế ASEAN (AEC), Diễn đàn Hợp tác kinh tế châu Á - Thái Bình Dương (APEC), Ủy hội sông Mê Kông, Hợp tác ACMECS, Hợp tác tiểu vùng Mê Kông mở rộng (GMS) và Hai nước đang tham gia đàm phán và nỗ lực thúc đẩy tiến tới sớm ký kết Hiệp định Đối tác Kinh tế Toàn diện Khu vực (RCEP) giữa ASEAN và 6 đối tác đã có FTA với ASEAN là Trung Quốc, Hàn Quốc, Nhật Bản, Ấn Độ, Australia và New Zealand.

Hiện nay, Thái Lan là đối tác thương mại lớn nhất của Việt Nam trong ASEAN. Tổng kim ngạch xuất nhập khẩu giữa Việt Nam và Thái Lan trong gian đoạn 2016 - 2019 chiếm khoảng 30% tổng kim ngạch xuất nhập khẩu của Việt Nam với tất cả các nước trong ASEAN. Riêng kim ngạch xuất khẩu hàng hóa của Việt Nam vào Thái Lan

chiếm khoảng 1/5 tổng kim ngạch xuất khẩu vào ASEAN. Thái Lan luôn duy trì vị trí thị trường xuất khẩu số một của Việt Nam trong ASEAN. Năm 2019, trao đổi thương mại song phương giữa hai nước đạt 16,966 tỷ USD, giảm 3,2% so với năm 2018. Trong đó, xuất khẩu của Việt Nam sang Thái Lan đạt 5,303 tỷ USD, giảm 3,4%; nhập khẩu của Việt Nam từ Thái Lan đạt 11,663 tỷ USD, giảm 3,2% so với năm trước. Việt Nam luôn trong tình trạng thâm hụt thương mại với Thái Lan, riêng năm 2019 nhập siêu từ nước này lên đến 6,360 tỷ USD.

Do ảnh hưởng của đại dịch Covid-19, trao đổi thương mại song phương Việt Nam và Thái Lan trong 9 tháng năm 2020 giảm 12,2%. Xuất khẩu của Việt Nam sang thị trường này giảm 11,9% so với cùng kỳ năm 2019, đạt 3,616 tỷ USD; ở chiều ngược lại, nhập khẩu của Việt Nam từ Thái Lan giảm 12,4%, đạt 7,713 tỷ USD.

Với bề dày hoạt động 73 năm, Tập đoàn Central Retail đã trở thành một trong những tập đoàn bán lẻ nổi tiếng và uy tín hàng đầu tại Thái Lan. Vì vậy, đưa hàng được vào Big C/Go! tại Việt Nam sẽ mở ra cơ hội rất lớn để doanh nghiệp có thể tiếp cận được thị trường Thái Lan nhiều tiềm năng. Tham gia hội nghị kết nối lần này có hơn 180 doanh nghiệp của Thành phố Hồ Chí Minh và các tỉnh, thành lân cận. Điều này cho thấy nhu cầu đưa sản phẩm vào hệ thống siêu thị hiện đại và sự quan tâm tới thị trường Thái Lan của doanh nghiệp trong nước là rất lớn.

Là công ty chuyên sản xuất cà phê sữa hòa tan sử dụng đường ăn kiêng, VN Fine Food mang đến hội nghị các dòng sản phẩm hướng tới bảo vệ sức khỏe người tiêu dùng với hương vị truyền thống Việt Nam. Bà Trần Thị Kim Tâm - Phó Giám đốc công ty cho biết, hiện nay sản phẩm của VN Fine Food chủ yếu được bán ở trong nước, chưa xuất khẩu ra nước ngoài. Tuy nhiên, ngay tại thị trường trong nước, công ty cũng gặp rất nhiều khó khăn để cạnh tranh do đây là sản phẩm tiêu dùng phổ biến của người Việt, đã có quá nhiều thương hiệu nổi tiếng. Trong khi đó, VN Fine Food là công ty mới được thành lập hơn một năm, sản phẩm của công ty lại mới lạ nên rất khó tiếp cận được với người tiêu dùng. Tham gia hội nghị, bà Trần Thị Kim Tâm kỳ vọng được kết nối trực tiếp với đại diện thu mua ngành hàng của Central Retail để giới thiệu sản phẩm của công ty, đồng thời tìm hiểu thật kỹ về quy trình và tiêu chuẩn mà doanh nghiệp cần đáp ứng nhằm đưa hàng vào hệ thống siêu thị Big C/Go!, từ đó giúp khẳng định thương hiệu, chất lượng sản phẩm, tạo niềm tin của khách hàng đối với sản phẩm của VN Fine Food.

Công ty TNHH Việt Trái Cây, đến từ tỉnh Tiền Giang, chuyên sản xuất các sản phẩm trái cây sấy khô và bột rau, củ, trái cây 100% tự nhiên và nguyên chất. Các sản phẩm được chế biến đảm bảo giữ nguyên mùi vị đặc trưng của trái cây và không sử dụng chất bảo quản. Là doanh nghiệp

mới được thành lập đầu năm 2020, ông Võ Hoàng Trinh - Giám đốc công ty cho biết, Việt Trái Cây tham gia hội nghị lần này với mong muốn bước đầu tìm kiếm và tiếp cận các đối tác tiềm năng ở cả trong nước và Thái Lan để tìm hiểu, thăm dò thị hiếu người tiêu dùng, từng bước thâm nhập thị trường và phát triển kinh doanh.



Trình bày tại hội nghị, bà Trương Tố Uyên - Giám đốc thu mua ngành hàng nước giải khát của Central Retail tại Việt Nam đã chia sẻ về quy trình và các tiêu chuẩn kỹ thuật mà nhà cung cấp cần đáp ứng để có thể đưa hàng vào hệ thống Big C/Go!. Theo đó, đầu tiên, doanh nghiệp cần phải cung cấp cho Central Retail các chứng từ bao gồm: giấy chứng nhận đăng ký doanh nghiệp, giấy chứng nhận nhãn hiệu (nếu có), giấy xác nhận thông tin tài khoản ngân hàng do một ngân hàng hoạt động hợp pháp tại Việt Nam phát hành. Đồng thời, nhà cung cấp cần phải có giấy chứng nhận vệ sinh an toàn thực phẩm/ISO/HACCP; giấy chứng nhận OCOP/hàng Việt Nam chất lượng cao (nếu có); hồ sơ tự công bố/đăng ký công bố sản phẩm; phiếu kiểm nghiệm các chỉ tiêu an toàn thực phẩm do đơn vị có thẩm quyền cấp; nhãn sản phẩm đính kèm trong công bố; bảng báo giá sản phẩm; sản phẩm mẫu. Nếu đáp ứng yêu cầu của Central Retail, các bên sẽ tiến hành thương lượng và ký kết hợp đồng thương mại, đặt đơn hàng...

Trong khuôn khổ hội nghị, phiên kết nối trực tuyến với nhà mua hàng tại Thái Lan cũng được rất đông doanh nghiệp quan tâm tham dự. Tại phiên kết nối này, các doanh nghiệp đã được lắng nghe những thông tin hữu ích về nhu cầu, thị hiếu của người tiêu dùng Thái Lan, cũng như cơ hội và thách thức khi bán hàng tại thị trường này. Đồng thời, các doanh nghiệp cũng được giới thiệu sản phẩm của mình thông qua nền tảng trực tuyến với doanh nghiệp nước bạn, trao đổi cởi mở và nắm bắt nhu cầu của nhau, để sau hội nghị này, doanh nghiệp hai nước sẽ triển khai các bước đàm phán trực tiếp, mở đường cho nhiều hơn nữa sản phẩm Việt được bày bán tại đất nước “chùa Vàng”.

Phòng Thông tin - ITPC

Giữ vững vai trò đầu tàu kinh tế, động lực tăng trưởng của vùng kinh tế trọng điểm phía Nam và cả nước

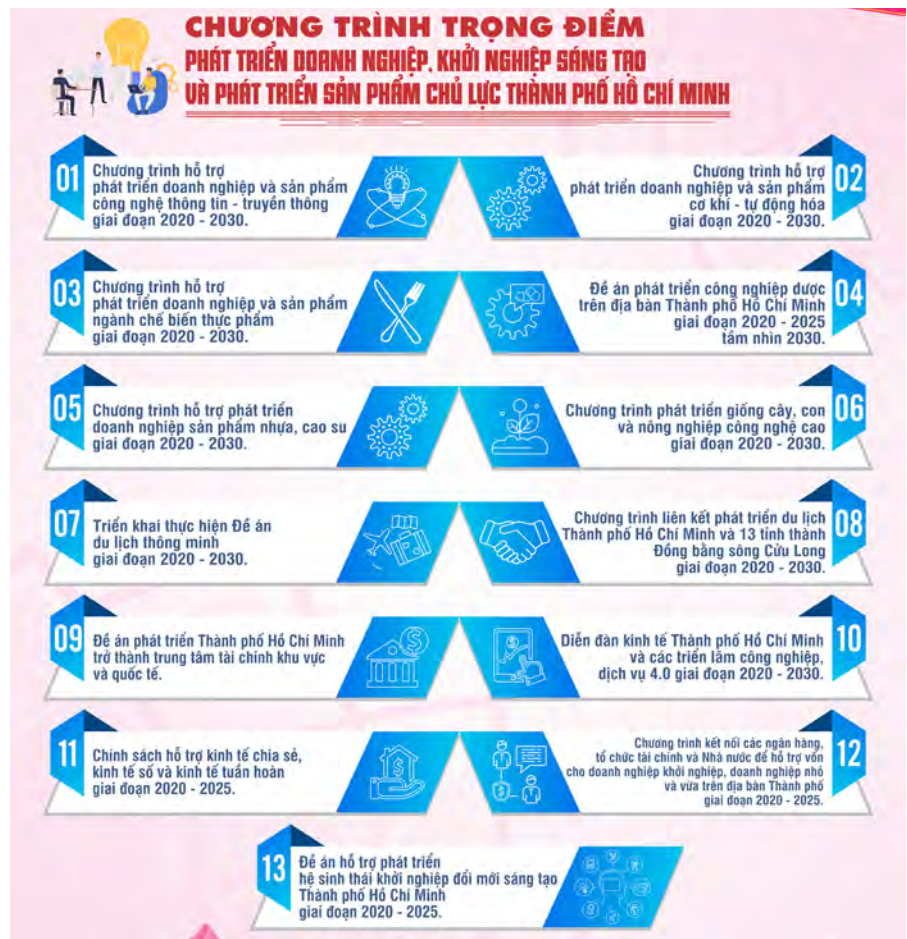
Đó là một trong những mục tiêu cụ thể Đảng bộ và nhân dân Thành phố Hồ Chí Minh nêu trong Báo cáo chính trị tại Đại hội Đảng bộ TP.HCM khóa XI nhiệm kỳ 2020- 2025. Đại hội diễn ra từ 14 đến 18.10 giữa thời điểm có nhiều thông tin tích cực về sự phát triển kinh tế, xã hội của Thành phố và cả nước.

T trả lời phỏng vấn báo SGGP, ông Nguyễn Thiện Nhân, Ủy viên Bộ chính trị, Bí thư Thành ủy nhấn mạnh một trong bốn kết quả tiêu biểu của Thành phố trong nhiệm kỳ vừa qua là “Khẳng định vai trò là trung tâm kinh tế lớn nhất và là đầu tàu kinh tế cả nước”.

Theo đó, 5 năm qua, thành phố đã khẳng định được vị trí này, thể

IMF: Việt Nam vượt Singapore, Malaysia, trở thành nền kinh tế lớn thứ 4 Đông Nam Á

Ngày 13/10, Quỹ Tiền tệ Quốc tế (IMF) đã công bố bản cập nhật mới của Báo cáo triển vọng kinh tế thế giới năm 2020. Theo đó, Việt Nam tiếp tục là quốc gia duy nhất trong khu vực Đông Nam Á được dự báo sẽ tăng trưởng dương năm nay, ở mức 1,6% và đến năm 2021, con số này sẽ đạt 6,7%. IMF dự báo trong năm 2020, nền kinh tế Việt Nam sẽ đứng thứ 4 khu vực Đông Nam Á, vượt Singapore và Malaysia. Cụ thể, GDP Việt Nam năm 2020 ước tính sẽ đạt 340,6 tỷ USD, vượt Singapore với 337,5 tỷ USD; Malaysia với 336,3 tỷ USD. Trong khi đó, GDP Thái Lan trong năm nay sẽ đạt 509,2 tỷ USD; Philippines 367,4 tỷ USD; Indonesia 1.088,8 tỷ USD.



hiện rõ nhất qua 4 tiêu chí: năng suất lao động, tăng trưởng kinh tế, đóng góp vào kinh tế của cả nước và đóng góp vào ngân sách cả nước.

Năng suất lao động thành phố tiếp tục giữ vững cao nhất cả nước - gấp 2,6 lần năng suất bình quân cả nước. Nhờ đó, tuy lao động thành phố chỉ chiếm hơn 8,6% lao động của cả nước, diện tích chỉ chiếm 0,6% diện tích cả nước nhưng TPHCM

đóng góp hơn 22% vào kinh tế cả nước và tăng trưởng kinh tế bình quân 2016-2019 là 7,7%/năm.

Nhờ kinh tế phát triển với quy mô, tốc độ như vậy, TPHCM luôn là địa phương đóng góp ngân sách lớn nhất cả nước, với tỷ trọng khoảng 27% tổng thu ngân sách quốc gia. TPHCM cũng là trung tâm công nghiệp lớn nhất, chiếm tỷ trọng khoảng 15% công nghiệp

Động lực cho xuất khẩu tiếp tục tăng trưởng, nhiều chỉ số kinh tế cải thiện, xuất siêu kỷ lục gần 17 tỷ USD

Tính chung 9 tháng năm 2020, kim ngạch hàng hóa xuất khẩu ước tính đạt 202,86 tỷ USD, tăng 4,2% so với cùng kỳ năm trước, cán cân thương mại hàng hóa tiếp tục xuất siêu 16,99 tỷ USD (cùng kỳ năm trước xuất siêu 7,27 tỷ USD).

Đáng chú ý, khu vực kinh tế trong nước tiếp tục là động lực cho sự tăng trưởng của hoạt động xuất khẩu cả nước khi kim ngạch xuất khẩu 9 tháng của khu vực kinh tế trong nước đạt 71,83 tỷ USD, tăng mạnh 20,2%, chiếm 35,4% tổng kim ngạch xuất khẩu.

Khu vực có vốn đầu tư nước ngoài (kể cả dầu thô) đạt 131,03 tỷ USD, giảm 2,9%, chiếm 64,6%.

Xuất khẩu sang EU tăng mạnh, kể từ khi Hiệp định Thương mại tự do Việt Nam - EU (EVFTA) có hiệu lực (ngày 1/8), các tổ chức được ủy quyền đã cấp gần 15.000 bộ Giấy chứng nhận xuất xứ hàng hóa (C/O) mẫu EUR.1 với kim ngạch gần 700 triệu USD đi 28 nước EU. Chỉ tính riêng tháng 8, kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam sang thị trường EU đã đạt 3,25 tỷ USD, tăng 4,65% so với tháng 7 và tăng 4,2% so với cùng kỳ. Sang tháng 9, kim ngạch xuất khẩu sang thị trường này tiếp tục duy trì đà tăng mạnh, tăng 14,4% so với cùng kỳ.

của cả nước, là trung tâm dịch vụ lớn nhất, chiếm 33% dịch vụ của cả nước.

Về mục tiêu phát triển cụ thể, Báo cáo chính trị của Đại hội nêu, đến năm 2025, TP.HCM là đô thị thông minh, thành phố dịch vụ, công nghiệp theo hướng hiện đại, giữ vững vai trò đầu tàu kinh tế, động lực tăng trưởng của Vùng kinh tế trọng điểm phía Nam và cả nước, đi đầu trong đổi mới sáng tạo, có chất lượng sống tốt, văn minh, hiện đại, nghĩa tình. GRDP bình quân đầu người khoảng

8.500 - 9.000 USD. Đến năm 2030 là thành phố dịch vụ, công nghiệp hiện đại, thành phố văn hóa, đầu tàu về kinh tế số, xã hội số, GRDP bình quân đầu người khoảng 13.000 - 14.000 USD, là trung tâm về kinh tế, tài chính, thương mại, khoa học - công nghệ và văn hóa của khu vực Đông Nam Á.

Một trong những quan điểm và phương hướng phát triển của TP.HCM trong nhiệm kỳ 2020-2025 là tiếp tục giữ vững vai trò đầu tàu kinh tế của cả nước, đi

đầu trong thực hiện mô hình tăng trưởng mới. Phát triển nhanh và bền vững trên cơ sở nghiên cứu và ứng dụng mạnh mẽ khoa học - công nghệ, đổi mới sáng tạo và tăng năng suất lao động, là trung tâm khởi nghiệp sáng tạo lớn nhất cả nước, đi đầu trong việc tận dụng các cơ hội của Cách mạng công nghiệp lần thứ tư, phát triển mạnh kinh tế số, kinh tế chia sẻ, kinh tế tuần hoàn. Khuyến khích, hỗ trợ để hình thành các doanh nghiệp có quy mô lớn, tiềm lực mạnh, có khả năng cạnh tranh cao ở khu vực.

Đại hội Đảng bộ TP.HCM khóa XI nhiệm kỳ 2020-2025 diễn ra giữa lúc có nhiều thông tin tích cực như xuất khẩu gia tăng, các chỉ số phát triển cao hơn hẳn so với các nước trong khu vực, vị thế của Việt Nam được nâng cao. Điều này càng làm gia tăng niềm hy vọng Thành phố sẽ ềnh động hiệu quả mọi nguồn lực, đẩy mạnh ứng dụng khoa học - công nghệ, tận dụng thời cơ cách mạng công nghiệp lần thứ tư và tăng cường hội nhập quốc tế; đảm bảo quốc phòng - an ninh; phát triển nhanh, bền vững, vì cả nước, cùng cả nước, vì hạnh phúc của Nhân dân, như chủ đề của Đại hội Đảng bộ thành phố lần thứ XI nhiệm kỳ 2020-2025.

“

New York Times: Việt Nam là ‘phép màu châu Á’ thế hệ mới, sau Nhật Bản, Hàn Quốc

Theo New York Times, Trưởng nhóm chiến lược toàn cầu tại Morgan Stanley Investment Management, ông Ruchir Sharma nhận định, việc kiểm soát dịch bệnh nhanh chóng đã giúp Việt Nam có thể mở cửa nền kinh tế trở lại. Hiện nay, các chuyên gia dự báo rằng nền kinh tế Việt Nam sẽ phát triển nhanh nhất thế giới trong năm nay.

Theo ông Ruchir Sharma, đã lâu lắm rồi mới có được một sự kiện mang tính ềđột pháế như thế này. Khái niệm ềphép màu châu Áế lần đầu tiên xuất hiện là ở Nhật Bản, sau đó đến Đài Loan và Hàn Quốc.

Bên cạnh đó, Việt Nam cũng tập trung thu hút đầu tư nước ngoài. Trong 5 năm qua, trung bình vốn đầu tư trực tiếp nước ngoài (FDI) của Việt Nam đạt hơn 6% GDP, tỷ lệ cao nhất so với các quốc gia mới nổi khác.

Khi nhiều quốc gia có xu hướng tăng cường bảo hộ thương mại, Việt Nam lại ký kết thêm hàng loạt các hiệp định thương mại tự do, trong đó phải kể đến EVFTA - Hiệp định thương mại tự do Liên minh châu Âu - Việt Nam.

”

(Tổng hợp từ các trang Chinhphu.vn; sggp.org.vn; <https://www.hcmcpv.org.vn>; và <https://cafef.vn>) - Phòng Thông tin - ITPC

Các công ty sản xuất đồ gỗ muốn tận dụng tối đa thị trường Hoa Kỳ

Theo thông tin nội bộ, Việt Nam có kim ngạch xuất khẩu gỗ và sản phẩm gỗ tăng đột biến vào Mỹ trong năm nay, nhưng các doanh nghiệp cần lựa chọn đúng mặt hàng để khai thác thị trường này.

Xuất khẩu gỗ và lâm sản đạt 8,97 tỷ USD trong 9 tháng đầu năm 2020, tăng 12% so với cùng kỳ năm ngoái. Doanh thu này đã bao gồm 8,38 tỷ USD nguồn thu từ gỗ và sản phẩm gỗ, tăng 11,2% so với năm trước, theo Tổng cục Lâm nghiệp thuộc Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn.

Xuất khẩu gỗ và sản phẩm gỗ sang hầu hết các thị trường lớn như Mỹ, Trung Quốc, Hàn Quốc, Canada và Australia đều có xu hướng tăng trưởng.

Đáng chú ý, các lô hàng đến Mỹ đã vượt 4,19 tỷ USD trong 8 tháng đầu năm, tăng 27,4% so với năm trước đó. Thị trường này chiếm

55,1% tổng kim ngạch xuất khẩu gỗ và sản phẩm gỗ, tăng 7,2 điểm phần trăm so với cùng kỳ năm ngoái.

Hiệp hội Gỗ và Lâm sản Việt Nam (Vifores) cho biết từ đầu năm đến nay, mặc dù xuất khẩu đồ nội thất văn phòng và phòng ngủ giảm so với cùng kỳ năm ngoái, các mặt hàng nội thất nhà bếp và phòng tắm đi nước ngoài lại tăng lên.

Ông Đỗ Xuân Lập, Chủ tịch Vifores, giải thích rằng các mặt hàng xuất khẩu tăng trưởng mạnh là do Mỹ đã áp thuế chống bán phá giá và chống trợ cấp đối với hàng Trung Quốc, từ đó các doanh nghiệp Mỹ buộc phải nghĩ cách chuyển sang Việt Nam để bù đắp phần nào nguồn cung thiếu hụt.

Ông Nguyễn Liêm, Chủ tịch Hội đồng Quản trị Công ty Cổ phần Lâm Việt, cho biết COVID-19 đã gián tiếp thúc đẩy ngành gỗ, đặc biệt là doanh số bán tủ bếp và tủ phòng tắm. Người dân dành nhiều thời gian

ở nhà hơn trong bối cảnh đại dịch và do đó, nhu cầu sửa chữa nhà ở và nội thất cũng tăng lên.

Ngành gỗ Việt Nam hiện có một số lợi thế tại thị trường Mỹ, nhưng rủi ro cũng tương đối cao do đây là thị trường lớn với các biện pháp chống trốn thuế và gian lận thương mại nghiêm ngặt.

Xuất khẩu gỗ và sản phẩm gỗ được dự đoán sẽ đạt 12,5 tỷ USD trong năm nay nhờ doanh số bán hàng sang Mỹ tăng mạnh và mùa xuất khẩu cao điểm hay rơi vào những tháng cuối năm.

Ông Lập cho biết thêm tủ bếp và tủ phòng tắm là những sản phẩm chiến lược của ngành gỗ trong thời gian tới. Công ty này đã thu được gần 1 tỷ USD kim ngạch xuất khẩu từ tháng 1 đến tháng 9, tăng hơn 80% so với cùng kỳ năm ngoái.

Ông Lập nói thêm, chuỗi cung ứng của những mặt hàng này không bị gián đoạn trong thời kỳ đỉnh điểm của đợt bùng phát COVID-19.

Mặt khác, Chủ tịch Vifores cho rằng động thái của các doanh nghiệp vẫn chưa phù hợp với nhau, và họ cần phải điều chỉnh chiến lược và nâng cao khả năng cạnh tranh tham gia vào chuỗi cung ứng để xuất khẩu nhiều hơn sang Mỹ.

Ông Lập khuyến nghị, thay vì sản xuất nhiều sản phẩm một lúc, nên tập trung vào một số mặt hàng đang có nhu cầu.

Vifores sẽ thành lập một hiệp hội phụ về tủ bếp, tủ phòng tắm và ván trang trí vào tháng 11 với mục tiêu hình thành mạng lưới rộng khắp các nhà sản xuất với các mặt hàng chiến lược để cung cấp cho các thị trường trọng điểm.

(Nguồn: Vietnamplus) - Phòng Thông tin - ITPC



Ảnh TL

Thành ngữ tiếng Anh (Idiom)

Thành ngữ tiếng Anh (Idiom) sự kết hợp của các từ riêng lẻ với nhau thành cụm từ, mang ý nghĩa cụ thể khác hoàn toàn với nghĩa của các từ cấu tạo nên nó. Giống như tiếng Việt của chúng ta, tiếng Anh cũng có các thành ngữ với nhiều nghĩa ẩn dụ khác nhau. Khi bạn sử dụng thành ngữ trong giao tiếp, ngôn từ của bạn sẽ trở nên tự nhiên hơn, đa dạng hơn, sinh động hơn và "thật" hơn. Lời ăn tiếng nói của bạn dễ dàng gây ấn tượng cho người đối diện.

A blessing in disguise - An misfortune that eventually results in something good happening later on.

Bạn có thể nói một thứ gì đó là "a blessing in disguise" nếu như ban đầu nó có vẻ như tồi tệ nhưng kết quả của nó lại rất tốt vào lúc cuối cùng. Trong tiếng Việt có thể dịch là trong cái rủi có cái may.

Ví dụ: "The hotel is full tonight; we will need to find a new place to stay." (Khách sạn chật kín rồi, chúng ta cần phải tìm chỗ khác để ở)

"Maybe it's just a blessing in disguise; I've been wanting to try a new place anyway." (Có lẽ là trong cái rủi lại có cái may, tớ cũng đang muốn thử ở chỗ khác xem thế nào.)

Call it a day - Stop working on something

Thành ngữ này có nghĩa kết thúc một hoạt động hoặc một việc gì đó để về nhà.

Ví dụ: You all look tired. Let's call it a day. (Trông các bạn mệt mỏi rồi. Chúng ta kết thúc thôi).

No pain no gain - You have to work hard for something you want

Tiếng Việt có thể dịch thành:

NO PAIN, NO GAIN = Có công mài sắt, có ngày nên kim

NO PAIN, NO GAIN = Thất bại là mẹ thành công

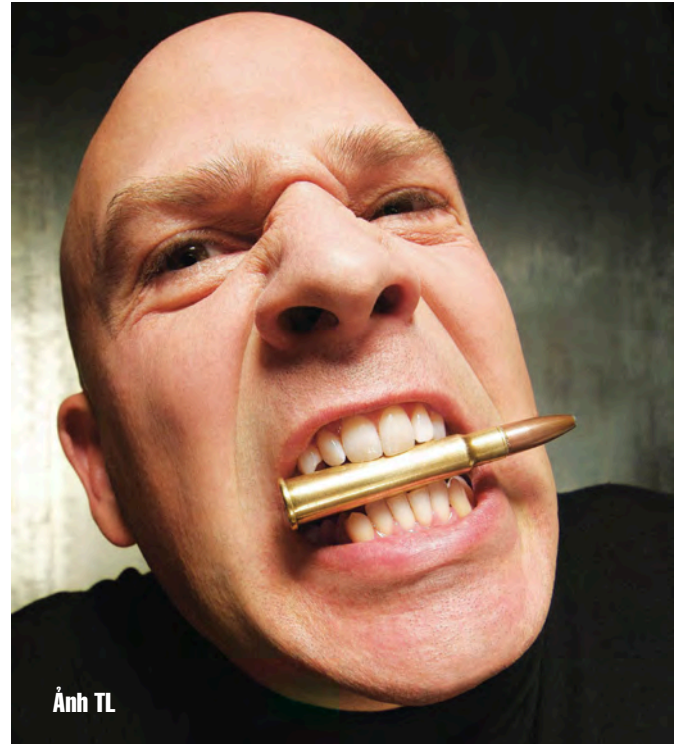
Getting a taste of your own medicine - Being treated the same unpleasant way you have treated others.

Câu thành ngữ này dịch nôm na là "Gậy ông đập lưng ông". Khi bạn làm điều gì ác ý với người khác nhưng bạn lại gặp phải đúng chuyện như thế.

Ví dụ: Did you hear that our supervisor Peter just got yelled at by his boss?

Haha, he just got a taste of his own medicine. He is always scolding us.

Bite the bullet - Decide to do something unpleasant that you have avoiding doing.



Ảnh TL

Idiom này được cho là xuất phát từ thời chiến tranh ở Mỹ, khi các bác sĩ phẫu thuật cho các binh sĩ bị thương, nhưng không còn thuốc gây tê hay giảm đau. Vào những lúc như vậy, họ thường phải cho bệnh nhân của mình cắn 1 viên đạn để dồn sự chú ý vào việc đó thay vì cuộc phẫu thuật đau đớn. Bệnh nhân chỉ có 2 sự lựa chọn. Hoặc chết, hoặc là "cắn viên đạn" và tiếp tục chịu đựng cơn đau để phẫu thuật thành công.

Ý nghĩa của idiom này là "bắt bản thân mình phải làm 1 thứ gì đó dù nó rất khó hoặc không mấy dễ chịu". Tương đối gần với câu "cắn răng chịu đựng" trong tiếng Việt.

Ví dụ: I hate going to the dentist, but I'll just have to bite the bullet.

Stealing someones thunder - Taking credit for someone else achievements.

Ý nghĩa: bạn lấy đi sự chú ý của mọi người dành cho người khác, để có lợi cho mình.

Ví dụ: Sam stole my thunder when he said he'd done all the work. It's not true - It did most of it. (Sam đã cướp công của tôi khi nói rằng mọi thứ do anh ấy làm. Không đúng - Tôi đã làm hầu hết mọi việc)

(Nguồn: Tổng hợp) - Phòng Thông tin - ITPC



❖ Bộ Công Thương cho biết, tính đến hết tháng 9/2020, hàng hóa XK của Việt Nam đã bị điều tra gần 200 vụ việc PVTM với kim ngạch bị ảnh hưởng lên đến 12 tỷ USD. Đáng lưu ý, số lượng và kim ngạch các vụ việc đang tăng nhanh trong thời gian qua. Trong cả năm 2019 mới ghi nhận 16 vụ việc khởi xướng mới nhưng chỉ 9 tháng đầu năm 2020 đã ghi nhận số lượng vụ việc tăng gấp đôi (32 vụ việc). Đa số hàng hóa bị điều tra PVTM là những mặt hàng Việt Nam có lợi thế sản xuất như kim loại (nhôm, thép dẹt, thép ống), sợi, thủy sản (tôm, cá), gỗ dán, vật liệu xây dựng (gạch, kính, thiết bị vệ sinh), hóa chất,... Các thị trường thường xuyên điều tra PVTM đối với hàng XK của Việt Nam là Hoa Kỳ, Ấn Độ, EU, Thổ Nhĩ Kỳ, Canada và Úc. Tổng số vụ việc các nước này điều tra đã chiếm tới 62% các vụ việc PVTM với hàng xuất khẩu của Việt Nam. Đặc biệt, gần đây các nước ASEAN cũng rất tích cực điều tra PVTM với 38 vụ việc (chiếm tỷ lệ 20%). (Báo Công Thương, 14/10)

❖ Trong báo cáo Triển vọng kinh tế thế giới (World Economic Outlook) công bố tháng 10-2020, IMF dự báo GDP Việt Nam năm 2020 sẽ là 340,6 tỉ USD, còn Philippines là 367,36 tỉ USD. Quy mô kinh tế lớn hơn Việt Nam, tuy nhiên GDP bình quân đầu người của Philippines được cho sẽ thấp hơn Việt Nam năm nay. Theo đó, GDP bình quân đầu người của Việt Nam được IMF dự báo sẽ đạt 3.497,51 USD (gần 3.500 USD/người), còn Philippines là 3.372,53 USD. (Tuổi trẻ, 14/10)

Xuất hóa đơn điện tử có bảng kê đính kèm

Thực hiện theo *NĐ 119/2018/NĐ-CP* ngày 12/09/2018 và *thông tư 68/2019/TT-BTC* ngày 30/09/2019 quy định về hóa đơn điện tử, Công ty chúng tôi đã tiến hành đăng ký và sử dụng hóa đơn điện tử từ ngày 03/04/2020.

Do tính chất đặc thù về hình thức kinh doanh, danh mục sản phẩm của Công ty gồm nhiều loại hàng hóa văn phòng phẩm (bút, giấy, sổ tay, kẹp giấy, kim bấm...) và đồ dùng tạp phẩm trong văn phòng (nước rửa tay, lau sàn, bàn chải, xô, khăn lau,...), chủng loại hàng hóa chi tiết rất đa dạng theo yêu cầu của khách hàng. Việc cung cấp hàng hóa được thực hiện nhiều lần trong ngày khi khách điện thoại yêu cầu thông qua các phiếu giao hàng, sau đó tổng hợp nhiều phiếu giao hàng để xuất hóa đơn giấy đính kèm bảng kê. Bảng kê sẽ được thiết kế phù hợp với từng đối tác (phân ra theo phòng ban đặt hàng sử dụng của công ty khách hàng, ngày giao), và thêm một số ghi chú thuận tiện cho việc đối chiếu, xác nhận thanh toán.

Hóa đơn điện tử không bị hạn chế số dòng nên không còn hình thức đính kèm bảng kê, thiết kế hóa đơn theo form mẫu chung cơ bản dẫn đến phát sinh một số khó khăn trong việc đối chiếu số liệu với đối tác, đồng thời số trang hóa đơn quá nhiều (có trường hợp lên đến 50-60 trang hóa đơn) khó khăn trong việc khách hàng in ra để lưu trữ nội bộ, xác nhận thanh toán.

Cục Thuế TPHCM đã có công văn số 8964/CT-TTHT ngày 20/08/2019 hướng dẫn, cho phép một số doanh nghiệp vận tải được phép xuất hóa đơn điện tử đính kèm bảng kê để thuận tiện cho việc đối chiếu số liệu giữa người mua và người bán. Công ty chúng tôi lại là doanh nghiệp thương mại nhưng có nhu cầu sử dụng bảng kê đính kèm để tiện công tác đối chiếu số liệu và sản phẩm chủ yếu là hàng hóa giá trị nhỏ đa dạng chủng loại, số lượng nhiều. Vậy chúng tôi có phải là đối tượng được quy định của công văn trên hay không? Nếu muốn được phép xuất hóa đơn điện tử đính kèm bảng kê thì chúng tôi phải thực hiện các thủ tục xin phép gì để đúng theo quy định?

Trả lời:

Căn cứ Thông tư số 32/2011/TT-BTC ngày 14/3/2011 của Bộ Tài chính hướng dẫn về khởi tạo, phát hành, sử dụng và quản lý hoá đơn điện tử khi bán hàng hóa, cung ứng dịch vụ;

Căn cứ Công văn số 68/TCT-CS ngày 05/01/2019 của Bộ Tài chính về việc hóa đơn điện tử.

Căn cứ quy định trên thì hóa đơn điện tử là tập hợp các thông điệp dữ liệu điện tử về bán hàng hóa, cung cấp dịch vụ, không bị giới hạn về số dòng trên một tờ hóa đơn nên hóa đơn điện tử không lập kèm bảng kê.

Đăng ký người phụ thuộc

Từ ngày 01/01/2020, khi nhân viên gửi hồ sơ đăng ký người phụ thuộc (NPT) cho công ty đăng ký hộ buộc phải hoàn thành mẫu Ủy quyền đăng ký NPT, vậy người lao động có cần gửi thêm Mẫu 02/ĐK-NPT-TNCN nữa không?

Trả lời:

Về hồ sơ đăng ký NPT thông qua tổ chức chi trả thu nhập, đề nghị Công ty thực hiện theo quy định tại khoản 10.b Điều 7 Thông tư số 95/2016/TT-BTC ngày 28/06/2016 của Bộ Tài chính.



Instant Hand Gel 3k

Anti - Bacterial



GEL RỬA TAY KHÔ 3K với công thức nhượng quyền của Châu Âu, giải pháp làm sạch và diệt khuẩn hoàn hảo mọi lúc mọi nơi.

Chiết xuất hoa quả thiên nhiên cùng hạt vitamin dưỡng da tay mềm mịn và trắng sáng.

Hương tự nhiên thơm mát, dễ chịu và độc đáo với 24 sự chọn lựa đa dạng đáp ứng hoàn toàn mọi sở thích của cả gia đình.



CÔNG TY TNHH TM-DV-SX MỸ PHẨM BẢO NGỌC

267/40 Bùi Đình Túy, P.24, Q.Bình Thạnh, HCM - **Sx tại:** 78/5 Bình Lợi, P.13, Q. Bình Thạnh, HCM

Tel: (08) 3511.0131 – Fax: (08) 3551.5659

www.LAMCOSME.com

Tòa nhà ITPC 92 - 96 Nguyễn Huệ, quận 1 TP.HCM

- Showroom trưng bày hàng hóa xuất khẩu.
- Điểm đến của các nhà đầu tư.



Dịch vụ trọn gói

Tổ chức: sự kiện thương mại - đầu tư; hội chợ - triển lãm, hội nghị - hội thảo; huấn luyện - đào tạo; đoàn khảo sát thị trường; các hoạt động truyền thông tiếp thị; kết nối doanh nghiệp - chính quyền - nhà đầu tư.

Tư vấn: hoạt động thương mại - đầu tư; mở văn phòng; lập dự án; xây dựng thương hiệu

Cung cấp: thông tin cho doanh nghiệp nước ngoài; dịch vụ phòng họp.

Liên hệ: Phòng dịch vụ - ITPC

Điện thoại: (028) 39104903 - (028) 39104039

(028) 38222 983 - (028) 39104947

Email: bizcenter@itpc.gov.vn;

Website: www.itpc.gov.vn; vexa.vn