



BẢN TIN

www.itpc.gov.vn

XÚC TIẾN THƯƠNG MẠI & ĐẦU TƯ

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

SỐ 40 NGÀY 26.10.2020 (887)

ITPC tiếp và làm việc với đại diện Cục Xúc tiến Thương mại - Bộ Công thương tại Thành phố Hồ Chí Minh



Ông Nguyễn Hữu Tín, Giám đốc Trung tâm xúc tiến Thương mại và Đầu tư TP.HCM, làm việc với bà Bùi Thị Thanh An - Phó Cục trưởng kiêm Trưởng đại diện Cục Xúc tiến Thương mại - Bộ Công thương tại Thành phố Hồ Chí Minh



SỰ KIỆN ITPC

Tận dụng sàn thương mại điện tử Amazon để đẩy mạnh xuất khẩu vào Hoa Kỳ (trang 04)



SỰ KIỆN ITPC

Khu công nghiệp thông minh: Giải pháp giúp doanh nghiệp nâng cao hiệu quả sản xuất kinh doanh trong thời đại CMCN 4.0 (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 40 10.2020



03 HOẠT ĐỘNG XÚC TIẾN THƯƠNG MẠI & ĐẦU TƯ

Hội thảo “Hỗ trợ Doanh nghiệp tiếp cận các nguồn vốn đầu tư phục hồi sản xuất kinh doanh hậu Covid - 19”
Hội nghị “Những điểm mới và các lưu ý cho doanh nghiệp về luật đầu tư 2020, luật doanh nghiệp 2020”
Tận dụng sàn thương mại điện tử Amazon để đẩy mạnh xuất khẩu vào Hoa Kỳ

Khu công nghiệp thông minh: Giải pháp giúp doanh nghiệp nâng cao hiệu quả sản xuất kinh doanh trong thời đại CMCN 4.0

ITPC tiếp và làm việc với đại diện Cục Xúc tiến Thương mại - Bộ Công thương tại Thành phố Hồ Chí Minh
ITPC làm việc với Biotrade - Thụy Sĩ

11 ENGLISH FOR YOU HALLOWEEN



12 GÓC NHÌN XÚC TIẾN

“Việt Nam đang là miền đất hứa cho doanh nghiệp Nhật Bản”

15 DOANH NGHIỆP THÀNH VIÊN VEXA TỰ GIỚI THIỆU

Công ty Cổ phần Điện máy R.E.E

Hội thảo “Hỗ trợ Doanh nghiệp tiếp cận các nguồn vốn đầu tư phục hồi sản xuất kinh doanh hậu Covid – 19”

Nhằm tạo điều kiện cho các doanh nghiệp Thành phố có nhu cầu tìm kiếm nguồn vốn góp để duy trì, ổn định sản xuất, kinh doanh thời kỳ hậu Covid-19 tiếp cận các Quỹ đầu tư, các ngân hàng trong và ngoài nước; đồng thời cung cấp cho doanh nghiệp Thành phố một số thông tin liên

quan đến việc cần thiết tái cấu trúc và chiến lược phát triển của doanh nghiệp Thành phố thời kỳ hậu Covid-19.

Trung tâm Xúc tiến Thương mại và Đầu tư Thành phố Hồ Chí Minh (ITPC) phối hợp cùng Dự án thúc đẩy cải cách và nâng cao năng lực kết nối của doanh nghiệp vừa và nhỏ thuộc Cơ quan Phát triển Quốc tế Hoa Kỳ (USAID) tổ chức Hội thảo “Hỗ trợ Doanh nghiệp tiếp cận các nguồn vốn đầu tư phục hồi sản xuất kinh doanh hậu Covid - 19”, cụ thể:

❖ **Thời gian:** 08 giờ 00 - 12 giờ 00, Thứ Sáu, ngày 30/10/2020.

❖ **Địa điểm:** Khách sạn Novotel Saigon Centre, 165 - 167 Hai Bà Trưng, Quận 3, TP.HCM.

❖ **Chi phí tham dự:** Miễn phí

Phòng Xúc tiến Đầu tư - ITPC

Phòng Xúc tiến Đầu tư - ITPC

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

Điện thoại: (028) 3910 1302

Liên hệ đăng ký với chuyên viên Minh Vũ (097 4444 161, vunm@itpc.gov.vn)

Website: www.itpc.gov.vn

Hội nghị “Những điểm mới và các lưu ý cho doanh nghiệp về luật đầu tư 2020, luật doanh nghiệp 2020”

Nhằm tạo điều kiện gặp gỡ, giải đáp những vướng mắc, cập nhật và hướng dẫn về Luật Đầu tư 2020, Luật Doanh nghiệp 2020, Trung tâm Xúc tiến Thương mại và Đầu tư (ITPC) phối hợp cùng Trung tâm Trọng tài Quốc tế Việt Nam (VIAC) tổ chức Hội nghị Đối thoại giữa Doanh nghiệp và Chính quyền Thành phố với chuyên đề “Những điểm mới và các lưu ý cho doanh nghiệp về Luật Đầu tư 2020, Luật Doanh nghiệp 2020”, với nội dung cụ thể như sau:

❖ **Thời gian:** Từ 07 giờ 30 đến 11 giờ 30, thứ Tư, ngày 04 tháng 11 năm 2020.

❖ **Địa điểm:** Khách sạn Rex, Số 141 Nguyễn Huệ, Phường Bến Nghé, Quận 1, Tp.HCM

❖ **Nội dung:** Gặp gỡ, đối thoại với doanh nghiệp nhằm cập nhật và hướng dẫn về Luật Đầu tư 2020 và Luật Doanh nghiệp 2020; Lưu ý một số điểm hạn chế và các lưu ý khi áp dụng khung pháp lý mới cho doanh nghiệp.

❖ **Phí tham dự:** Miễn phí.

Hạn chót đăng ký trước ngày 03/11/2020, nếu có câu hỏi đề nghị

gửi trước 16g00 ngày 27/10/2020 qua email: doithoai@itpc.gov.vn.

Tổ Đối thoại - ITPC

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

Điện thoại: (028) 3910 1304

Liên hệ đăng ký với chuyên viên Thành Tài (0973 726 762, doithoai@itpc.gov.vn)

Website: <https://doithoaidn.hochiminhcity.gov.vn>

Văn Phòng - ITPC



Tận dụng sàn thương mại điện tử Amazon để đẩy mạnh xuất khẩu vào Hoa Kỳ

Sáng 21/10/2020, Trung tâm Xúc tiến Thương mại và Đầu tư Thành phố Hồ Chí Minh (ITPC) đã phối hợp cùng với Amazon Global Selling tổ chức buổi hội thảo “Tiếp cận thị trường Hoa Kỳ thông qua sàn thương mại điện tử Amazon” nhằm giới thiệu tới cộng đồng doanh nghiệp những thông tin hữu ích về thị trường thương mại điện tử (TMĐT) Hoa Kỳ nói chung và sàn TMĐT Amazon tại Hoa Kỳ nói riêng. Hội thảo cũng giới thiệu những xu hướng và ngành hàng tiềm năng, cách tiếp cận phương thức xuất khẩu trực tuyến trên nền tảng Amazon, những lưu ý về quy định và quy trình vận chuyển hàng hóa vào thị trường Hoa Kỳ và kho hàng Amazon, cũng như những kinh nghiệm thực tế từ nhà bán hàng thành công trên nền tảng này.

Thị trường TMĐT Hoa Kỳ còn nhiều dư địa cho doanh nghiệp Việt

Phát biểu tại hội thảo, ông Trần Phú Lữ - Phó Giám đốc ITPC cho biết, sau 25 năm bình thường hóa quan hệ, Hoa Kỳ hiện là đối tác thương mại lớn thứ 3 của Việt Nam trên toàn cầu. Ở chiều ngược lại, Việt Nam hiện đứng thứ 16 trong số các đối tác thương mại hàng đầu của Hoa Kỳ và là quốc gia cung ứng hàng hóa lớn thứ 7

cho Hoa Kỳ. Tăng trưởng thương mại giữa hai nước hàng năm đạt hơn 20%. Hoa Kỳ luôn là thị trường xuất khẩu lớn nhất của Việt Nam. Năm 2019, trao đổi thương mại song phương Việt Nam - Hoa Kỳ đạt 75,766 tỷ USD, tăng gần 170 lần so với năm 1995 (451 triệu USD). Trong đó, xuất khẩu của Việt Nam vào Hoa Kỳ đạt hơn 61,332 tỷ USD, tăng tới 29% so với năm 2018; nhập khẩu từ Hoa Kỳ của Việt Nam đạt gần 14,434 tỷ USD, tăng 13,2%. Việt Nam luôn duy trì thặng dư thương mại với Hoa Kỳ, năm 2019, Việt Nam xuất siêu lên tới gần 46,899 tỷ USD vào thị trường này.

Chín tháng năm 2020, bất chấp ảnh hưởng nặng nề của đại dịch Covid-19, kim ngạch thương mại hai chiều vẫn tăng trưởng tới 17,7% so với cùng kỳ năm 2019, đạt hơn 65,124 tỷ USD. Đáng lưu ý là trong khi nhập khẩu của Việt Nam từ Hoa Kỳ giảm 3,0%, thì xuất khẩu của Việt Nam vào Hoa Kỳ vẫn tăng trưởng 22,7%, đạt gần 54,742 tỷ USD. Do đó, trong chín tháng năm 2020, Việt Nam thặng dư thương mại với Hoa Kỳ lên tới gần 44,360 tỷ USD, tăng 30,8% so với cùng kỳ năm trước.

Hoa Kỳ là một thị trường lớn với hơn 328 triệu dân và thu nhập bình quân đầu người 65.760 USD/người/năm - cao hàng đầu thế giới (số liệu năm 2019 - theo World Bank), cùng với văn hóa tiêu dùng, đã tạo nên một

thị trường với sức mua lớn nhất thế giới. Do đó, thị trường Hoa Kỳ vẫn còn rất nhiều dư địa cho doanh nghiệp Việt Nam khai thác. Tuy nhiên, với một thị trường lớn và nhiều cạnh tranh, việc bán hàng thông qua các kênh trung gian và phân phối truyền thống thường chịu chi phí cao gây khó khăn cho các doanh nghiệp Việt Nam. Với sự bùng nổ của internet và thương mại điện tử, doanh nghiệp Việt Nam giờ đây có thể bán sản phẩm của mình trực tiếp tới người tiêu dùng Hoa Kỳ.

Thị trường TMĐT Hoa Kỳ không ngừng phát triển trong một thập kỷ qua. Theo Statista, doanh số bán lẻ TMĐT ở Hoa Kỳ dự kiến sẽ tiếp tục tăng trưởng với tốc độ nhanh trong thời gian tới, từ mức hơn 343 tỷ USD của năm 2019 lên hơn 476 tỷ USD vào năm 2024.

Mức độ hài lòng của khách hàng đối với bán lẻ trực tuyến tại Hoa Kỳ tương đối cao. Tuy nhiên, doanh số bán hàng trực tuyến vẫn chỉ chiếm một phần nhỏ trong tổng doanh số bán lẻ ở nước này - khoảng 9,6% (tính đến quý 3 năm 2018). Ước tính 78% người dùng Internet ở Hoa Kỳ đã mua hàng trực tuyến vào năm 2017. Trong cùng năm đó, 32% người dùng Internet ở Mỹ cho biết họ mua hàng qua Internet ít nhất một lần mỗi tháng và 29% cho biết họ mua sắm trực tuyến một hoặc hai lần mỗi tuần.

Một xu hướng đang phát triển trong thị trường thương mại điện tử ở Hoa Kỳ là sự hiện diện ngày càng nhiều của mua sắm trên thiết bị di động ở tất cả các nhóm tuổi. Doanh thu bán lẻ trên thiết bị di động ở Hoa Kỳ dự kiến sẽ tăng từ 156 tỷ USD năm 2017 lên khoảng 420 tỷ USD vào năm 2021. Số lượng người mua sắm trực tuyến sử dụng thiết bị di động truy cập vào các website hàng đầu ngày càng gia tăng và người tiêu dùng kỳ vọng vào những trải nghiệm mua sắm tiện lợi.

Tiếp cận sàn TMĐT Amazon: mở đường cho sản phẩm Việt vươn xa

Amazon, cho đến nay, là nhà bán lẻ TMĐT phổ biến nhất tại Hoa Kỳ. Amazon đứng đầu về doanh số bán lẻ TMĐT ở thị trường này. Theo phân tích của Statista, tính đến tháng 2/2020, Amazon chiếm tới 38,7% tổng doanh số bán lẻ TMĐT tại Hoa Kỳ. Công ty cũng có nền tảng mua sắm trên thiết bị di động phổ biến nhất tại Hoa Kỳ về phạm vi tiếp cận và số lượng người dùng hàng tháng. Nghiên cứu được Statista công bố ngày 31/8/2020 cho thấy, có gần 9 trong tổng số 10 người được hỏi ở Hoa Kỳ trả lời đã mua sắm ít nhất một thứ gì đó trên Amazon trong vòng 12 tháng qua.

Amazon là một trong những công ty có giá trị nhất thế giới với giá trị thương hiệu vượt 415 tỷ USD vào năm 2020. Gã khổng lồ thương mại điện tử cung cấp nhiều loại

dịch vụ: ngoài bán hàng điện tử và các sản phẩm khác, nhà bán lẻ trực tuyến còn tạo ra doanh thu từ những người bán hàng là bên thứ ba, dịch vụ đăng ký và các hoạt động Amazon Web Services (AWS - dịch vụ điện toán đám mây). Điều làm cho Amazon trở nên phổ biến là người tiêu dùng có thể mua sắm rất nhiều loại hàng hóa chỉ từ một nền tảng duy nhất. Các mặt hàng có sẵn trên Amazon bao gồm các sản phẩm làm đẹp, quần áo, trò chơi và thậm chí cả dao kéo ảnh hưởng mặt hàng được người tiêu dùng Hoa Kỳ ưa chuộng nhất là đồ điện tử. Hiện nay, Amazon có 18 website trên thế giới, sử dụng 27 ngôn ngữ khác nhau, tiếp cận khách hàng ở 185 quốc gia và vùng lãnh thổ, có hơn 300 triệu khách hàng và hơn 100 triệu thành viên Prime trên toàn cầu, 175 trung tâm kho bãi, 40 máy bay chở hàng và 100.000 đơn vị Amazon Robotic. Vì vậy, tiếp cận được với sàn thương mại điện tử Amazon sẽ giúp doanh nghiệp Việt Nam có thể đẩy mạnh xuất khẩu hàng hóa vào thị trường Hoa Kỳ một cách dễ dàng hơn, tiết kiệm được cả thời gian và chi phí, qua đó mở rộng thị trường, khẳng định thương hiệu và phát triển sản xuất kinh doanh.

Nhiều nhóm hàng tiềm năng khi kinh doanh trên Amazon



Tại hội thảo, bà Nguyễn Phương Trinh, Quản lý tài khoản cấp cao của Amazon Global Selling Vietnam đã dành thời gian chia sẻ về xu hướng thị trường và ngành hàng tiềm năng, cũng như khuyến nghị về một số sản phẩm có nhu cầu tiêu dùng cao và các yêu cầu về chất lượng liên quan khi bán hàng trên Amazon. Theo đó, khi lựa chọn sản phẩm để bán hàng trực tuyến, người bán hàng cần phải xem xét các yếu tố như: sự tăng trưởng, tính thời vụ, thương hiệu, đặc tính/thuộc tính, yêu cầu về chất lượng... của sản phẩm và phản khúc người tiêu dùng mà doanh nghiệp hướng tới.

Các ngành hàng tiêu biểu được bán trên Amazon bao gồm: mỹ phẩm chăm sóc sắc đẹp, chăm sóc sức khỏe
(Xem tiếp trang 6)

(Tiếp theo trang 5)



gia đình, sản phẩm cho em bé, thiết bị chăm sóc cá nhân, tạp hóa thực phẩm. Năm 2019, ngành hàng mỹ phẩm làm đẹp, chăm sóc sức khỏe gia đình và thiết bị chăm sóc cá nhân có tốc độ tăng trưởng doanh số bán lẻ TMĐT lớn thứ hai ở Hoa Kỳ, đạt 53,12 tỷ USD, tăng 18,6% so với năm 2018, và dự kiến đến năm 2022 sẽ đạt 85,52 tỷ USD. Đồ dùng cho mẹ và bé có tốc độ phát triển rất nhanh trong thương mại điện tử. Ước tính đến năm 2026, doanh số sẽ đạt 11 tỷ USD. Mua hàng thuận tiện sẽ rất quan trọng đối với các bậc cha mẹ bận rộn. So với các gia đình không có con, 46% gia đình có con sẽ mua đồ dùng cho mẹ và bé trực tuyến mỗi tuần. Và Amazon là một trong những trang web mua sắm đồ dùng cho mẹ và bé được ưa chuộng nhất. Ngành hàng có tốc độ tăng trưởng nhanh nhất trong thương mại điện tử của Hoa Kỳ là tạp hóa thực phẩm. Năm 2019, doanh số bán hàng TMĐT thực phẩm và đồ uống của Hoa Kỳ dự kiến đạt 22,63 tỷ USD và sẽ đạt 40 tỷ USD vào năm 2022.

Bà Nguyễn Phương Trinh cũng chia sẻ tới cộng đồng doanh nghiệp tham dự hội thảo về thời điểm tiêu thụ mạnh nhất các mặt hàng tiêu dùng tại Hoa Kỳ. Đây là thông tin hữu ích giúp các doanh nghiệp lựa chọn được thời điểm phù hợp để đẩy mạnh hoạt động bán hàng của mình. Đơn cử như các sản phẩm trang điểm làm đẹp, tạp hóa thực phẩm, dụng cụ chăm sóc sức khỏe gia đình/chăm sóc cá nhân thì tiêu thụ tốt vào hầu hết các tháng trong năm. Còn đối với sản phẩm cho mẹ và bé, thời điểm tiêu thụ tốt là vào ngày của Mẹ (giữa tháng 4 - giữa tháng 5), ngày Thành viên Prime (tháng 7), dịp cuối năm và Giáng sinh (tháng 11 và tháng 12).

Đối với đồ trang trí và nội thất, doanh số bán hàng trực tuyến ở Hoa Kỳ năm 2020 dự kiến đạt gần 76,8 tỷ USD, chiếm 25,5% tổng doanh số bán lẻ của Hoa Kỳ đối với mặt hàng này. Ước tính đến năm 2024, doanh số bán hàng trực tuyến sẽ đạt 126 tỷ USD, chiếm 37,4% tổng doanh số bán lẻ. Đặc điểm tiêu dùng đối với ngành hàng này của người tiêu dùng Hoa Kỳ là mức tiêu thụ vừa và

cao, có yêu cầu nhất định đối với chất lượng cuộc sống, quan tâm đến giá trị số tiền bỏ ra, yêu cầu cao về cá tính riêng. Đây là những mặt hàng cần thiết cho cuộc sống hàng ngày của người dân Hoa Kỳ, nó góp phần thể hiện chất lượng cuộc sống và là phương thức để chứng minh giá trị bản thân. Khi chọn mua sản phẩm liên quan tới sức khỏe, người tiêu dùng Hoa Kỳ thường có xu hướng quan tâm đến chất liệu, thương hiệu; còn các sản phẩm liên quan đến thẩm mỹ, cá tính thì họ thường quan tâm đến thiết kế, chất liệu; đối với các sản phẩm có tần suất cao, điều họ quan tâm nhất là giá trị và giá cả. Các sản phẩm thuộc nhóm hàng này phải tuân thủ các tiêu chuẩn FCC, DOE, FDA của Hoa Kỳ.

Ở Hoa Kỳ, người tiêu dùng cũng rất quan tâm đến các sản phẩm sử dụng cho các ngày làm việc tại nhà. Các sản phẩm phục vụ việc học và làm việc tại nhà (bộ định tuyến, giá đỡ màn hình, Ethernet hub, bàn ghế làm việc văn phòng, bàn máy tính, máy tính để bàn và các phụ kiện...); sản phẩm chăm sóc trẻ em (đồ chơi giáo dục thông minh, đồ chơi dành cho trẻ em trong vườn nhà...); các sản phẩm chăm sóc thú cưng (bộ chải lông, tông đơ cắt lông, máy cạo lông, bàn chải lăn lông, kéo cắt móng cho thú cưng...); trang phục mặc ở nhà (quần áo ngủ, đồ lót hay quần áo dành cho trẻ em...) đang được tiêu thụ mạnh tại Hoa Kỳ.



Bà Nguyễn Phương Trinh lưu ý rằng, thị trường Châu Âu và Bắc Mỹ có các tiêu chuẩn kiểm tra rất nghiêm ngặt đối với việc bán các sản phẩm đồ chơi. Kinh doanh trên Amazon Bắc Mỹ yêu cầu chuẩn bị giấy chứng nhận sản phẩm dành cho trẻ em CPC (Children's Product Certificate) theo yêu cầu CPSIA. Giấy chứng nhận này phải chứa thông tin về nhà sản xuất sản phẩm trẻ em hay nhà nhập khẩu địa phương tại Mỹ, và gồm có kết quả thử nghiệm có liên quan do phòng thí nghiệm bên thứ ba được CPSC chấp nhận thực hiện. Giấy chứng nhận sản phẩm dành cho trẻ em bằng văn bản (CPC) chứng minh

rằng các sản phẩm dành cho trẻ em của họ đáp ứng các quy định an toàn sản phẩm dành cho trẻ em hiện hành. Ngoài CPC, hình ảnh bao bì sản phẩm, nếu là re-seller cũng cần cung cấp hoá đơn mua sản phẩm, để vượt qua đánh giá danh mục để có được quyền bán hàng. Để bán đồ chơi trên Amazon Châu Âu, cần cung cấp CE và tuyên bố về sự phù hợp, nêu rõ rằng sản phẩm đáp ứng các yêu cầu kiểm tra của chỉ thị An toàn đồ chơi. Đồng thời, việc kiểm tra hải quan đối với đồ chơi này cũng nghiêm ngặt hơn đáng kể so với các loại sản phẩm khác, vì vậy người bán cần phải chuẩn bị chứng nhận đủ điều kiện tương ứng và phải chọn nhà hậu cần đủ điều kiện.

Bốn bước tiếp cận phương thức xuất khẩu trực tuyến trên nền tảng Amazon

Bà Kha Lê Trinh, Quản lý tài khoản của Amazon Global Selling Vietnam, đã chia sẻ về bốn bước để tiếp cận phương thức xuất khẩu trực tuyến trên nền tảng Amazon.

Đầu tiên, người bán cần phải lựa chọn sản phẩm mà mình muốn bán trên nền tảng TMĐT Amazon. Để làm được điều này, người bán nên dựa vào các công cụ thống kê, phân tích sẵn có trên Amazon.com như: sản phẩm đang bán chạy nhất theo doanh thu (Amazon Best Sellers), sản phẩm mới được ưa chuộng nhất (Amazon Hot New Releases), sản phẩm có tốc độ tăng trưởng mạnh nhất về xếp hạng bán hàng trong 24 giờ (Amazon Movers & Shakers), các sản phẩm khách hàng Amazon muốn mua nhất (Amazon Most Wished For), các sản phẩm được mua làm quà tặng phổ biến nhất (Amazon Gift Ideas) hay công cụ nghiên cứu và thăm dò sản phẩm (Amazon Marketplace App) từ đó có thể định hình ý tưởng cho sản phẩm kinh doanh của mình.

Bước thứ hai là đăng tải sản phẩm. Người bán cần phải chuẩn bị chu đáo thông tin mô tả sản phẩm và chọn một cách thức đăng tải phù hợp đăng tải theo từng sản

phẩm hay đăng tải nhiều sản phẩm cùng một lúc. Chi tiết đăng tải phải bằng Tiếng Anh. Người bán cần định danh sản phẩm tiêu chuẩn bằng mã vạch thương mại toàn cầu (GTIN) như UPC, ISBN, EAN. Bà Kha Lê Trinh đưa ra lời khuyên người bán nên lấy UPC trực tiếp từ GS1. Nếu nhà cung cấp không cung cấp GTIN, người bán có thể gửi yêu cầu bằng cách nộp một trong 2 hồ sơ sau: tên sản phẩm và tối thiểu là 2 (tối đa là 9) hình ảnh hiển thị tất cả các mặt của sản phẩm và bao bì hoặc gửi yêu cầu tại: <https://sellercentral.amazon.com/gtinx/browser>.

Lưu ý rằng, để được phê duyệt, hóa đơn mua hàng phải được phát hành trong vòng 180 ngày gần nhất; bao gồm đầy đủ tên và địa chỉ của nhà bán hàng, nhà sản xuất hoặc nhà phân phối; hiển thị ít nhất 10 đơn vị sản phẩm được mua. Đối với hình ảnh, Amazon yêu cầu phải chụp sản phẩm thật, chưa qua chỉnh sửa, không phải ảnh do máy tính tạo ra; hiển thị rõ ràng tất cả các mặt của sản phẩm hoặc bao bì; bao gồm số mô hình, tên sản phẩm hoặc cả hai; thể hiện tên và địa chỉ của doanh nghiệp hoặc nhà sản xuất; những thông tin quan trọng phải được viết bằng ngôn ngữ của nước mà sản phẩm được bày bán.

Bước ba, hoàn thiện đơn hàng bởi Amazon (FBA). Đây là bước phát triển kinh doanh trực tuyến bằng cách tận dụng hệ thống hoàn thiện đơn hàng, sự chuyên nghiệp, dịch vụ chăm sóc khách hàng chu đáo, và các sự lựa chọn chuyển hàng nhanh chóng, tin cậy, đạt tiêu chuẩn quốc tế của Amazon. Với FBA, người bán sẽ lưu trữ các sản phẩm của mình tại kho hàng của Amazon, Amazon sẽ lấy hàng, đóng gói, vận chuyển, và cung cấp dịch vụ chăm sóc khách hàng cho những sản phẩm này.

Cuối cùng là bán hàng và quảng bá sản phẩm trên Amazon. Người bán có thể sử dụng các công cụ của Amazon như Brand Registry đăng ký thương hiệu, Seller Support - hỗ trợ người bán, và Sponsored Products quảng cáo dùng từ khóa để quảng bá và phát triển kinh doanh.



Ảnh TL

Phòng Thông tin - ITPC

Khu công nghiệp thông minh

Giải pháp giúp doanh nghiệp nâng cao hiệu quả sản xuất kinh doanh trong thời đại CMCN 4.0



Tiếp nối thành công của phiên hội thảo đầu tiên dành cho các đơn vị quản lý và chủ đầu tư các khu công nghiệp (KCN), khu chế xuất (KCX) tại TP.HCM được tổ chức ngày 30/7/2020, Trung tâm Xúc tiến Thương mại và Đầu tư TP.HCM (ITPC), Ban Quản lý các Khu chế xuất và công nghiệp TP.HCM (HEPZA), Công viên phần mềm Quang Trung (QTSC) tiếp tục phối hợp tổ chức các phiên 2, 3 và 4 của “Chuỗi Hội thảo Khu công nghiệp thông minh” dành cho các doanh nghiệp đang hoạt động trong KCN/KCX.

Thông qua chuỗi Hội thảo, ban tổ chức mong muốn kết nối,

giúp các doanh nghiệp hoạt động trong KCN/KCX tại TP.HCM có cơ hội tìm hiểu, ứng dụng các công nghệ nhằm cải tiến hoạt động quản lý, sản xuất kinh doanh, định hướng phát triển theo hình mẫu KCN/KCX thông minh, đáp ứng xu thế phát triển nhanh chóng của Việt Nam và thế giới. Chuỗi hội thảo Khu công nghiệp thông minh dự kiến giới thiệu hơn 20 sản phẩm, giải pháp công nghệ ứng dụng trong hoạt động sản xuất, quản lý, kinh doanh và thu hút nhiều doanh nghiệp, nhà máy thuộc các KCN/KCX tại TP.HCM tham gia kết nối.

Các phiên hội thảo thứ 2, 3, 4 dành cho các doanh nghiệp, nhà máy

đang hoạt động trong KCN/KCX được tổ chức vào các ngày: 22/10/2020 tại khu chế xuất Tân Thuận (Quận 7); 29/10/2020 tại khu chế xuất Linh Trung 1 (quận Thủ Đức) và ngày 05/11/2020 tại Khu công nghiệp Vĩnh Lộc (quận Bình Tân).

Trình bày tại các phiên hội thảo này, ông Trần Thiên Long, Phó Chủ tịch/Tổng Thư ký Hiệp hội các Doanh nghiệp Khu công nghiệp TP.HCM (HBA) đã giới thiệu giải pháp kết nối giao thương, xây dựng chuỗi cung ứng cho các doanh nghiệp KCN/KCX TP.HCM. Giải pháp ATALINK giúp kết nối nhà cung cấp và xây dựng được chuỗi cung ứng cho các doanh nghiệp trong KCN/KCX với mục tiêu

2.000 đến 5.000 nhà cung cấp được kết nối thành công. Hiện nay có rất nhiều hội, hiệp hội, tổ chức và hơn 2.500 doanh nghiệp đang hoạt động trên nền tảng ATALINK. Đây được đánh giá là giải pháp thiết thực và hiệu quả giúp các doanh nghiệp tiết kiệm thời gian, chi phí trong sản xuất và kinh doanh.

Tại phiên hội thảo tổ chức tại Khu chế xuất Tân Thuận, Bà Nhiêu Trần - Trưởng bộ phận Giải pháp công nghệ, QTSC chia sẻ kinh nghiệm thực tiễn ứng dụng giải pháp công nghệ cho hoạt động quản lý tại Công viên phần mềm Quang Trung. Đại diện Trung tâm Viễn thông QTSC sẽ giới thiệu hạ tầng trung tâm dữ liệu QTSC phục vụ cho công tác quản lý và điều hành với đầy đủ các thành phần sử dụng công nghệ bảo mật tiên tiến nhất của thế giới, cũng như những ứng dụng chuyển đổi số phục vụ hoạt động của doanh nghiệp như dịch vụ cộng tác trực tuyến SureMeet, dịch vụ sao lưu bảo mật dữ liệu QTSC Drive.

Tiếp nối chương trình, ông Hoàng Anh Tuấn, Giám đốc, Công ty Hitachi Vantara Việt Nam (HVN)

sẽ giới thiệu về giải pháp số hóa nhà máy của HVN. Với giải pháp số hóa này, tình trạng sản xuất của doanh nghiệp được ghi lại vào hệ thống IoT để phân tích và đánh giá hiệu quả thiết bị tổng thể, từ đó lên kế hoạch cải tiến hiệu quả sản xuất. Giải pháp số hóa nhà máy của HVN giúp doanh nghiệp tiết kiệm được thời gian, công sức, chi phí, tối ưu hóa và giảm thiểu sai sót trong quá trình sản xuất, kịp thời phát hiện các vấn đề phát sinh và nhanh chóng khắc phục để đảm bảo sản xuất không bị gián đoạn.

Với kinh nghiệm triển khai nhiều ứng dụng trong thực tế, công ty Sao Bắc Đẩu mang đến hội thảo 02 giải pháp dành cho các doanh nghiệp như: Giải pháp quan trắc môi trường tự động cho KCN/KCX thông minh và giám sát an ninh. Giải pháp quan trắc môi trường tự động đo các thông số quan trắc bằng các cảm biến tự động. Các thông số có thể được lựa chọn và thay đổi một cách linh hoạt tùy nhu cầu thực tế tại vị trí quan trắc: dioxit (SO₂), Nitơ dioxit (NO₂), Nitơ oxit (NO_x), Cacbon monoxit (CO),

Ozon (O₃), bụi kích thước nhỏ PM₁₀/PM_{2.5}, tốc độ gió và hướng gió, độ ẩm, nhiệt độ, áp suất, bức xạ mặt trời...

Công ty Cổ phần Tin học Lạc Việt giới thiệu Giải pháp triển khai hóa đơn điện tử trong hệ thống ERP và công ty OTS với các ứng dụng CNTT trong công tác kiểm soát an ninh an toàn cho các KCN/KCX.

Bên cạnh chương trình hội thảo, hơn 20 ứng dụng, giải pháp nhằm tối ưu quản trị doanh nghiệp sản xuất đến từ các doanh nghiệp như QTSC, TMA, Hitachi Vantara, Sao Bắc Đẩu, Lạc Việt, AES, FSI, Ricoh, HPT, BTM Global, XPossible, Online Office, SystemEXE, New Ocean,... cũng được giới thiệu tại khu vực triển lãm nhằm giúp nhà quản lý và doanh nghiệp có những trải nghiệm và cảm nhận thực tế về một số công nghệ mới được ứng dụng trong các khu công nghiệp thông minh.

Ban tổ chức chương trình cảm ơn sự hỗ trợ và phối hợp của Hội Tin học TP.HCM (HCA), Công ty Cổ phần Công nghệ Sao Bắc Đẩu, Công ty Cổ phần Tin học Lạc Việt và Công ty Cổ phần AES Việt Nam.



Phòng Thông tin - ITPC

ITPC tiếp và làm việc với đại diện Cục Xúc tiến Thương mại – Bộ Công thương tại Thành phố Hồ Chí Minh

Ngày 22/10/2020, ông Nguyễn Hữu Tín - Giám đốc Trung tâm Xúc tiến Thương mại và Đầu tư Thành phố Hồ Chí Minh (ITPC) đã có buổi tiếp và làm việc với bà Bùi Thị Thanh An - Phó Cục trưởng kiêm Trưởng đại diện Cục Xúc tiến Thương mại - Bộ Công thương tại Thành phố Hồ Chí Minh.

Tại buổi tiếp, ông Nguyễn Hữu Tín cho biết, do sự bùng phát và lây lan của đại dịch Covid-19 ở trong nước và trên thế giới, nên 10 tháng năm 2020, các hoạt động xúc tiến thương mại và đầu tư của ITPC đã có phần bị ảnh hưởng. Nhiều chương trình hội nghị, hội chợ, triển lãm ở trong nước cũng như nước ngoài không thể triển khai thực hiện. Tuy nhiên, bằng sự năng động, sáng tạo của mình, ITPC đã nỗ lực tổ chức được nhiều hoạt động đồng hành và hỗ trợ cộng đồng doanh nghiệp của thành phố và cả nước tìm kiếm, mở

rộng và đa dạng hóa thị trường. Bên cạnh đó, ITPC cũng đã tổ chức nhiều buổi hội thảo, hội nghị trên nền tảng trực tuyến trong mùa dịch, giúp doanh nghiệp có thêm kênh kết nối giao thương, hạn chế tình trạng gián đoạn sản xuất kinh doanh. Trong thời gian tới, khi dịch bệnh đã cơ bản được kiểm soát, ITPC sẽ tiếp tục triển khai và đẩy mạnh hơn nữa các hoạt động xúc tiến theo chức năng, nhiệm vụ của mình.

Bà Bùi Thị Thanh An cho biết, Cục Xúc tiến Thương mại đánh giá cao hiệu quả các hoạt động xúc tiến của ITPC trong thời gian qua. Là đơn vị xúc tiến của Thành phố Hồ Chí Minh - trung tâm kinh tế lớn nhất, phát triển năng động và đầu tàu kinh tế của cả nước, ITPC đã có nhiều chương trình hay, hỗ trợ thiết thực không chỉ với cộng đồng doanh nghiệp của thành phố mà còn của cả nước. Bà Bùi Thị Thanh An thông tin thêm, Cục Xúc tiến Thương mại đang xây dựng kế hoạch chương trình xúc tiến cho năm 2021 và bày tỏ mong muốn ITPC sẽ phối hợp với Cục triển khai thực hiện một số hoạt động trong kế hoạch này.

Kết thúc buổi làm việc, hai bên cam kết sẽ tiếp tục hợp tác chặt chẽ và ủng hộ lẫn nhau trong các hoạt động xúc tiến thương mại ở cả trong và ngoài nước nhằm chung tay hỗ trợ cộng đồng doanh nghiệp vượt qua giai đoạn khó khăn, phục hồi sản xuất kinh doanh, lấy lại đà tăng trưởng cho nền kinh tế.



ITPC làm việc với Biotrade - Thụy Sĩ

Chiều ngày 20/10, Trung tâm Xúc tiến Thương mại và Đầu tư (ITPC) đã có buổi tiếp và làm việc với Đại diện Dự Án Biotrad - Cục Kinh tế Liên bang Thụy sĩ. Tham dự buổi làm việc, về phía Dự Án Biotrad có ông Trịnh Hiền Trung - quản lý dự án; về phía ITPC có ông Trần Phú Lữ - Phó Giám đốc ITPC cùng các lãnh đạo các phòng chuyên môn.

Ông Trịnh Hiền Trung giới thiệu về dự án Biotrade - Thương Mại sinh học tại khu vực Đông Nam Á của Cục Kinh tế Liên bang Thụy Sĩ (SECO) được quản lý thực hiện bởi 2 tổ chức NGO Helvetas và CRED. Mục đích của dự án là bảo tồn đa dạng sinh học thông qua thương mại bền vững các sản phẩm từ đa dạng sinh học có sự tham gia của các nhà xuất khẩu, nhà sản xuất địa phương vào các chuỗi giá trị toàn cầu và nâng cao thu nhập cho người dân ở khu vực nông thôn có sinh kế phụ thuộc vào các nguồn tài nguyên đa dạng sinh học ở khu vực Mekong. Ông Trung mong muốn hợp tác với ITPC, nhằm hỗ trợ cho các doanh nghiệp ngành Nguyên liệu tự nhiên về tăng cường hiệu quả giao thương



kết nối thương mại giữa người mua và người bán các sản phẩm Biotrade, hỗ trợ xúc tiến xuất khẩu sản phẩm Biotrade của các doanh nghiệp Việt Nam vào thị trường EU/US.

Phát biểu tại buổi làm việc, ông Trần Phú Lữ - Phó Giám đốc ITPC đã bày tỏ sự vui mừng khi phái đoàn dự án BioTrade đến thăm. Ông Lữ cho biết ITPC sẽ cùng hợp tác với BioTrade trong các sự kiện cụ thể để hỗ trợ doanh nghiệp TP.HCM xuất khẩu ra thị trường nước ngoài.

Kết thúc buổi làm việc, ông Trần Phú Lữ và ông Trịnh Hiền Trung đã thống nhất về các buổi làm việc tiếp theo trong thời gian tới nhằm tăng cường kết nối, hỗ trợ cho doanh nghiệp TP.HCM.

Phòng Thông tin - ITPC

HALLOWEEN

Halloween có tên gọi gốc là **All Hallows' Eve** (có nghĩa là đêm trước Ngày lễ các thánh). Trải qua nhiều thế kỷ, All Hallows' Eve dần trở thành **Halloween** và là tên gọi chính thức được nhiều người biết đến trên toàn thế giới. Ngày nay, Halloween được tổ chức vào ngày cuối cùng của tháng Mười (31/10) dương lịch.

Biểu tượng chính của Halloween là chiếc đèn lồng bí ngô của **chàng Jack**. Truyền thuyết kể rằng, Jack là một chàng thiếu niên tham lam, bủn xỉn, thường cất giấu tiền bạc, keo kiệt không hề bố thí cho ai một chút gì, lại từng chơi đùa với ma quỷ. Khi Jack chết, linh hồn cậu không được phép vào Thiên Đàng hay xuống Địa ngục. Vì vậy Jack phải lang thang với chiếc đèn lồng bí ngô.

Qua truyền thuyết này cũng giúp ta hiểu được một phần **ý nghĩa của ngày Halloween** đó là muốn nhắn nhủ với những người còn sống rằng: "Sống không nên tham lam, bủn xỉn, keo kiệt/ Phải có lòng bác ái, từ bi, biết giúp đỡ kẻ khó khăn".

Werewolf: người sói

A werewolf is a human that has the ability to transform into a wolf. This is a mythical figure, but a werewolf costume looks amazing and terrifying!

Người sói là con người có khả năng biến thành sói. Đây là một nhân vật tưởng tượng và trang phục hóa trang người sói thì khá ngầu.

Spooky: đáng sợ

If you feel frightened, scared, and/or uneasy about something, then that thing is definitely spooky! This word might not be very commonly used throughout the year, but when it comes to Halloween, the spookier the better!

Trick or Treat: “lừa hay lộc” hoặc “cho kẹo hay bị ghẹo”

In countries where Halloween is celebrated, kids go from house to house dressed in costumes, collecting candy. This is known as “trick-or-treating”. You may wonder why it’s called that, and the story goes all the way back to the Middle Ages when children went door to door begging for food or money, and they would sing for them or say a prayer to pay them back on November 1st, the day of the dead.

Ở những nước tổ chức Halloween thì trẻ em sẽ đi từ nhà này sang nhà khác trong trang phục hóa trang và gom kẹo. Đây được gọi là “lừa hay lộc” hoặc “cho kẹo hay bị ghẹo”. Truyền thống này bắt nguồn từ thời Trung Cổ khi trẻ em đi



từ nhà để xin đồ ăn hoặc tiền, đổi lại chúng sẽ hát hoặc cầu nguyện cho chủ nhà để được trả ơn vào ngày 01/11 – ngày của cái chết (theo Công giáo xưa).

Jack-O’-Lantern: lồng đèn bằng bí ngô

Pumpkin carving is a fun activity to do with friends; letting your imagination create the funniest or scariest faces on a pumpkin. But the best part of it all is seeing the result of your hard work displayed with a candle in it, lighting up the whole room! This is called a Jack-o-Lantern.

Khắc trên bí ngô là một hoạt động vui vẻ có thể cùng làm với bạn bè; để trí tưởng tượng của bạn tạo nên những gương mặt ngộ nghĩnh hoặc đáng sợ trên bí ngô. Phần thú vị nhất là khi nhìn thấy tác phẩm của bạn được thắp sáng bằng 1 chiếc đèn cầy bên trong. Đây gọi là Jack-O’-Lantern

Goosebumps: da gà, sồn gai ốc

After you see something spooky, you might feel some weird sensations in your body, including goosebumps. This has nothing to do with a goose, but instead is when your skin feels tingly after the temperature changes suddenly or you feel a strong emotion!

Khi nhìn thấy thứ gì đáng sợ bạn có thể cảm thấy rờn rợn và nổi da gà. Điều này không liên quan đến con ngỗng hay con gà, đó chỉ là hiện tượng da bạn râm ran khi nhiệt độ thay đổi đột ngột hay khi cảm xúc mạnh.

Scarecrow: bù nhìn

Originally used to scare birds away from the crops in farms, scarecrows are now a typical Halloween decoration. They are made out of hay and old clothes and look like a man, so don’t get confused!

Thường được dùng để đuổi chim khỏi các mùa màng. Bù nhìn ngày nay là một vật trang trí đặc trưng cho Halloween. Chúng được làm từ rơm và quần áo cũ để trông giống như con người.

Phòng Thông tin - ITPC

“Việt Nam đang là miền đất hứa cho doanh nghiệp Nhật Bản”

Giáo sư Nguyễn Mai, Chủ tịch Hiệp hội doanh nghiệp đầu tư nước ngoài (VAFIE), nguyên Phó Chủ nhiệm Ủy ban Nhà nước về hợp tác và đầu tư đã khẳng định như vậy nhân chuyến thăm Việt Nam của tân Thủ tướng Nhật Bản Suga Yoshihide. Các hoạt động của chuyến thăm đã khép lại, những cơ hội làm ăn mới được mở ra... Báo chí đã dùng đến cụm từ “doanh nghiệp Việt- Nhật phấn khích” với kết quả chuyến thăm này.

Tân Thủ tướng Nhật Bản Suga Yoshihide đã có chuyến thăm chính thức Việt Nam từ từ 18 đến 20.10 và Việt Nam là điểm công du đầu tiên của ông sau khi nhận chức.

Giải thích vì sao Thủ tướng Suga Yoshihide chọn Việt Nam, GS Trần Văn Thọ phân tích, yếu tố quan trọng nhất là quan hệ hai nước đang phát triển mạnh về đầu tư, ngoại thương, du học, lao động.

"Chuyến thăm Việt Nam của Thủ tướng Nhật Bản thành công vượt dự kiến. Đây là cú hích đúng lúc và là cột mốc quan trọng trong quan hệ hai nước", ông Nguyễn Quốc Cường, cựu đại sứ Việt Nam tại Nhật Bản đánh giá. Một trong những tác động của cú hích là cơ hội lớn mở ra, sẽ có thêm nhiều doanh nghiệp Nhật Bản quan tâm đến việc đa dạng hoá chuỗi sản xuất ở Việt Nam và Đông Nam Á nói chung, theo cựu đại sứ Cường.

Cũng dự đoán doanh nghiệp Nhật sẽ gia tăng hoạt động ở Việt Nam, theo Tiến sỹ Stephen Nagy, Đại học Thiên Chúa giáo Quốc tế- Nhật Bản, dòng vốn đầu tư trực tiếp (FDI) của Nhật vào Việt Nam sẽ tăng. Việt Nam hấp dẫn với các doanh nghiệp Nhật vì Việt Nam đồng thời là thành viên của Hiệp định Đối tác toàn diện và tiến bộ

xuân Thái Bình Dương (CPTPP) và Hiệp định thương mại tự do với EU (EV FTA).

Tiến sỹ Satoru Nagao (Viện Nghiên cứu Hudson, Mỹ) thì nhận định, về kinh tế, Nhật Bản từ sớm đã có kế hoạch giảm dần hoạt động sản xuất ở Trung Quốc, di dời dần cơ sở khỏi nước này. Gần đây, khi đại dịch Covid-19 bùng nổ, tiến trình chuyển dời còn được thúc đẩy nhanh hơn. Chính phủ Nhật dành ra khoảng 2,2 tỉ USD để hỗ trợ các doanh nghiệp chuyển chuỗi cung ứng khỏi Trung Quốc. Theo các thống kê đến tháng 9 vừa qua, đã có 1.700 doanh nghiệp Nhật đăng ký chuyển dịch khỏi Trung Quốc và nhiều khả năng, điểm đến sẽ là Việt Nam.

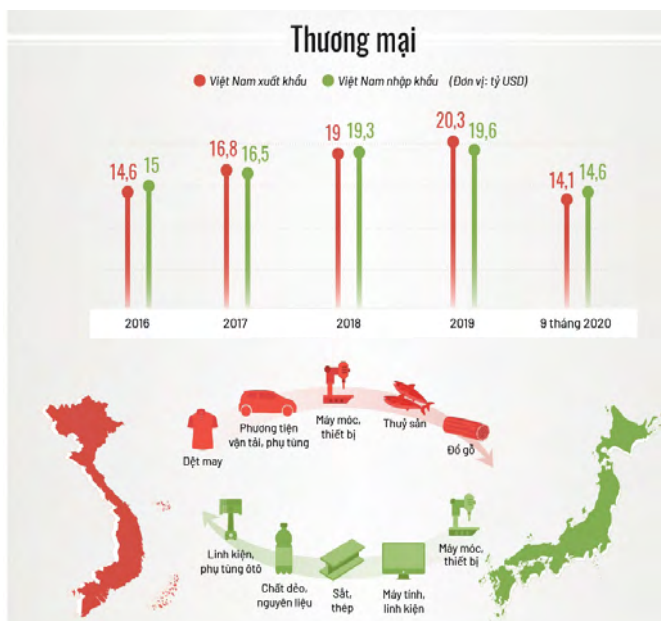
Bà Lê Văn Mây, chủ tịch HĐQT kiêm tổng giám đốc Lotus Group nhìn nhận sẽ có nhiều cơ hội từ thúc đẩy giao thương. Doanh nghiệp Nhật có thể sử dụng lực lượng nhân sự trẻ tại Việt Nam để tham gia sản xuất các sản phẩm chuẩn Nhật tại Việt Nam, xuất khẩu một phần về Nhật, một phần bán tại thị trường Việt Nam để giảm chi phí vận chuyển.

Trong khi đó, ông Osamu Ikezoe, Tổng giám đốc Uniqlo Việt Nam lại cho biết sẽ tăng tỉ lệ hàng sản xuất tại Việt Nam. "Khi hiện diện tại thị trường Việt Nam, mục tiêu quan trọng nhất của chúng tôi là tập trung sản xuất trong nước, đầu tư và phát triển nguồn nhân lực Việt Nam, đồng thời cải thiện và mở rộng hoạt động kinh doanh, tiếp tục mở rộng hệ thống của hàng chính hãng tại các thành phố lớn. Việt Nam là nơi có nhà máy sản xuất của chúng tôi, vừa có sản xuất vừa có cửa hàng kinh doanh sẽ là một yếu tố thuận lợi mang lại hiệu quả kinh doanh", ông Osamu Ikezoe nói.

Là người đã sống 9 năm ở Việt Nam, Phó tổng giám đốc EY Việt Nam, phụ trách dịch vụ doanh nghiệp Nhật Bản Onose Takahisa tỏ ra hào hứng khi Thủ tướng Yoshihide Suga chọn Việt Nam là điểm đến trong chuyến công du đầu tiên. "Việt Nam là một trong những đất nước quan trọng nhất trên thế giới đối với Nhật Bản", ông Takahisa nói.



Ông Nguyễn Hữu Tín, Giám đốc ITPC tiếp ông Watanabe Nobuhiro - tân Tổng lãnh sự Nhật Bản tại Showroom hàng xuất khẩu của ITPC.



Nhiều nhà bán lẻ khác như Uniqlo, MUJI cũng đang tìm cách mở rộng thêm cửa hàng. Chuỗi dược phẩm- mỹ phẩm lớn nhất Nhật Bản Matsumoto Kiyoshi cũng vừa đặt cửa hàng đầu tiên TP.HCM.

Với chuỗi bán lẻ lớn nhất Nhật Bản là AEON, Việt Nam cũng là thị trường nước ngoài được họ xem là trọng điểm đầu tư, phát triển. Đến năm 2025, tập đoàn dự kiến vận hành 25 trung tâm thương mại với sự chuẩn bị tài chính lên đến 2 tỷ USD. Ông Nishitohge Yasuo, Tổng giám đốc AEON Việt Nam cho rằng thị trường này rất tiềm năng nhờ GDP của Việt Nam tăng trưởng cao, quy mô dân số dự kiến 100 triệu người vào 2025 với thu nhập trung bình của người dân tăng nhanh, diện tích bán lẻ hiện đại bình quân đầu người thấp hơn các nước khác. Với lợi thế là chuỗi bán lẻ lớn nhất Nhật Bản, AEON đã đưa nhiều mặt hàng Việt Nam đến tay người tiêu dùng Nhật từ năm 2015. Các mặt hàng chủ lực gồm may mặc (chiếm khoảng 59%), thực phẩm (chiếm 34,6%), nông sản như cà phê, thanh long, chuối, xoài, vải thiều, thủy sản như cá basa, tôm...

Về đầu tư, đến hết tháng 9.2020, Nhật có gần 4.600 dự án FDI còn hiệu lực, tổng vốn đăng ký gần 60 tỷ USD, đứng thứ hai trong 136 quốc gia, vùng lãnh thổ đầu tư vào Việt Nam. Năm 2019, báo cáo của Tổ chức Xúc tiến Mậu dịch Nhật Bản (JETRO) cho biết, 66% doanh nghiệp Nhật có lãi khi đầu tư vào Việt Nam, 64% doanh nghiệp trả lời có kế hoạch mở rộng sản xuất, kinh doanh. Khảo sát của công ty NNA (Nhật Bản), dựa trên 820 câu trả lời hợp lệ cho biết, Việt Nam vượt Ấn Độ, là địa điểm đầu tư hứa hẹn nhất trong năm 2020 ở châu Á trong mắt doanh nghiệp Nhật. Hiện Nhật Bản là nước cung cấp vốn vay (ODA) cho Việt Nam lớn nhất, tổng giá trị vay đến cuối năm 2019 là gần 24 tỷ USD, chiếm hơn 26 % tổng vốn ký kết vay nước ngoài của chính phủ Việt Nam.

(Theo vnexpress.net; tuoitre.vn; thanhnieu.vn; dantri.com.vn) - Phòng Thông tin - ITPC

GS Nguyễn Mại cho biết, dầu còn có hạn chế về cơ sở hạ tầng, chất lượng thể chế chính sách và nhân lực, nhưng sự hiện diện của hàng loạt tập đoàn lớn của Nhật cả ở công nghiệp nặng, tiêu dùng, đến tài chính cho thấy Việt Nam đang là miền đất hứa cho các nhà đầu tư Nhật Bản nói riêng và nhiều nước khác nói chung.

Theo số liệu thống kê, quan hệ Việt Nam- Nhật Bản có cán cân thương mại tương đối cân bằng, năm 2018 Việt Nam xuất đi Nhật hàng hóa trị giá 18,8 tỷ USD, nhập về hàng hóa trị giá 19 tỷ USD, thâm hụt thương mại 300 triệu USD. Năm 2019, Việt Nam xuất sang Nhật hơn 20,3 tỷ USD, nhập về hàng hóa có kim ngạch hơn 19,5 tỷ USD, thặng dư cán cân thương mại 800 triệu USD. Riêng 9 tháng năm 2020, Việt Nam xuất sang Nhật 14 tỷ USD hàng hoá, trong khi nhập về là hơn 14,6 tỷ USD.

Với tư cách là đơn vị Xúc tiến đầu tư và thương mại chuyên nghiệp của TP.HCM, từ lâu ITPC đã có nhiều hoạt động xúc tiến thúc đẩy sự hợp tác kinh tế Việt- Nhật đạt hiệu quả cao. Có thể kể đó là các hoạt động như “Diễn đàn Xúc tiến Thương mại và Đầu tư Việt Nam - Nhật Bản”, “Hội nghị bàn tròn doanh nghiệp Nhật Bản”, “Hội thảo Kết nối Doanh nghiệp Việt - Nhật”... Mới đây, ngay



trước chuyến thăm của Thủ tướng Nhật, sáng 14.10.2020, ông Nguyễn Hữu Tín, Giám đốc ITPC đã có buổi tiếp ông Watanabe Nobuhiro - tân Tổng lãnh sự Nhật Bản tại TP.HCM. Tại buổi tiếp, Tổng lãnh sự Watanabe Nobuhiro cho rằng, ITPC 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.

Trở lại với chuyến thăm của Thủ tướng Nhật Bản Suga Yoshihide, ông đã trích dẫn câu ngạn ngữ “Đầu xuôi, đuôi lọt” để nói về chuyến thăm của mình. Ông cam kết sẽ “tay trong tay” cùng với Thủ tướng Nguyễn Xuân Phúc để đưa hai đất nước cùng vượt qua khó khăn hiện nay và phát triển hơn nữa mối quan hệ hợp tác toàn diện giữa Việt Nam và Nhật Bản.



❖ Bộ Công Thương dự báo, năm 2020, kim ngạch xuất khẩu cả nước vẫn có thể tăng trưởng 3 - 4%. Đây là kết quả đáng ghi nhận trong bối cảnh dịch Covid-19 diễn biến phức tạp trên thế giới làm đứt gãy thương mại quốc tế. Thống kê của Bộ Công Thương cho thấy, tính chung 9 tháng, kim ngạch hàng hóa xuất khẩu ước tính tăng 4,1% so với cùng kỳ năm trước (cùng kỳ tăng 8,4%). Đáng chú ý, trong quý III/2020, kim ngạch xuất khẩu đạt 80,07 tỷ USD, tăng 11% so với cùng kỳ năm trước và tăng 34% so với quý II/2020 (tăng 26,6% so với quý I/2020). (Báo Công Thương, 20/10)

❖ Nghiên cứu của hội nghị Liên Hiệp Quốc về thương mại và phát triển (UNCTAD) chỉ ra Việt Nam, Trung Quốc, Đài Loan là 3 nền kinh tế duy nhất trên thế giới có hoạt động xuất khẩu phục hồi mạnh, với cả 3 ghi nhận mức tăng trưởng mạnh trong quý 3-2020. Theo UNCTAD, kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam trong quý 3-2020 tăng 10,9% so với cùng kỳ năm ngoái và đây cũng là mức tăng cao nhất trên thế giới. Tính đến ngày 21-10, Việt Nam ghi nhận chỉ 1.141 ca bệnh COVID-19, trong đó có 35 ca tử vong. (tuổi trẻ, 21/10)

❖ Cục Hàng hải Việt Nam cho biết, 10 tháng đầu năm 2020, tổng sản lượng hàng hóa thông qua cảng biển Việt Nam đạt gần 576,5 triệu tấn. Trong đó, lượng hàng container thông qua cảng đạt gần 18 triệu Teus, tăng 12% so với cùng kỳ năm 2019. Riêng tháng 10/2020, khối lượng hàng hóa thông qua cảng ước đạt gần 58 triệu Teus, giảm 2%. (VTV, 22/10)

Nộp tờ khai quyết toán thuế

Công Ty chúng tôi có vấn đề cần hỗ trợ trả lời giúp như sau - Công Ty tạm ngưng từ 28/10/2018 đến 27/10/2019 và tiếp tục tạm ngưng từ 28/10/2019 đến 27/10/2020 (tức là tạm ngưng liên tục 2 năm)

Vậy công ty có phải nộp tờ khai quyết toán thuế năm 2019 không?

Trả lời:

Căn cứ Điểm d, Khoản 1, Điều 10 Thông tư số 156/2013/TT-BTC ngày 06/11/2013 của Bộ Tài chính hướng dẫn thực hiện một số Điều của Luật Quản lý thuế quy định tính thuế, khai thuế;

Căn cứ Điều 21 Thông tư số 95/2016/TT-BTC ngày 28/6/2016 của Bộ Tài chính hướng dẫn về đăng ký thuế quy định về đăng ký thuế khi tạm ngưng kinh doanh.

Căn cứ theo quy định trên thì Người nộp thuế trong thời gian tạm ngưng kinh doanh và không phát sinh nghĩa vụ thuế thì không phải nộp hồ sơ khai thuế của thời gian tạm ngưng hoạt động kinh doanh. Trường hợp Công ty tạm ngưng kinh doanh trọn năm 2019 thì Công ty không phải nộp quyết toán thuế năm 2019.

Khi tạm ngưng kinh doanh Công ty phải có thông báo bằng văn bản mẫu số 23/ĐK-TCT ban hành kèm theo Thông tư 95/2016/TT-BTC gửi cho cơ quan thuế quản lý trực tiếp và cơ quan cấp Giấy phép thành lập và hoạt động chậm nhất 15 (mười lăm) ngày trước khi tạm ngưng kinh doanh hoặc tiếp tục kinh doanh trước thời hạn.

Thay đổi cơ cấu lao động

Trường hợp công ty chưa thành lập công đoàn và muốn thay đổi cơ cấu lao động theo quy định tại Điều 44 BLLĐ thì khi xây dựng Phương án sử dụng lao động (theo Điều 46 BLLĐ), công ty có thể yêu cầu BCH Công đoàn lao động cấp trên trực tiếp cơ sở (ví dụ Liên đoàn lao động của Quận) tham gia và cho ý kiến đối với Phương án sử dụng lao động này hay không?

Trả lời:

Tại khoản 1 Điều 44 Bộ luật Lao động quy định nghĩa vụ của người sử dụng lao động, trường hợp thay đổi cơ cấu, công nghệ mà ảnh hưởng đến việc làm của nhiều người lao động, thì người sử dụng lao động có trách nhiệm xây dựng và thực hiện phương án sử dụng lao động theo quy định tại Điều 46 của Bộ luật Lao động; trường hợp có chỗ làm việc mới thì ưu tiên đào tạo lại người lao động để tiếp tục sử dụng. Trong trường hợp người sử dụng lao động không thể giải quyết được việc làm mới mà phải cho người lao động thôi việc thì phải trả trợ cấp mất việc làm cho người lao động theo quy định tại Điều 49 của Bộ luật Lao động.

Việc cho thôi việc đối với nhiều người lao động chỉ được tiến hành sau khi đã trao đổi với tổ chức đại diện tập thể lao động tại cơ sở và thông báo trước 30 ngày cho cơ quan quản lý nhà nước về lao động cấp tỉnh; đồng thời khi xây dựng phương án sử dụng lao động phải có sự tham gia của tổ chức đại diện tập thể lao động tại cơ sở theo quy định tại khoản 2 Điều 46 Bộ luật Lao động. Trường hợp chưa thành lập công đoàn cơ sở, Công ty trao đổi và xin ý kiến của Ban chấp hành công đoàn cấp trên trực tiếp cơ sở về việc xây dựng và thực hiện phương án sử dụng lao động.

Reetech

Chất lượng Không khí
Chất lượng Sống

New



Tiết kiệm điện

Loại DC Inverter là dòng máy có khả năng tiết kiệm điện cao, dùng theo Công nghệ biến tần Inverter có thể điều chỉnh tốc độ quay của máy nén giúp thay đổi công suất, giúp máy điều hòa hoạt động hiệu quả hơn, êm hơn và giảm tiêu thụ năng lượng. Khả năng tiết kiệm năng lượng lên tới 45%.



Chống các tác nhân gây ăn mòn và chịu được môi trường vùng biển

Vỏ dàn nóng với bộ phận trao đổi nhiệt được xử lý đặc biệt chống ăn mòn nên máy lạnh Reetech có độ bền cao, không bị hoen gỉ, kể cả trong môi trường vùng biển.



Tự chẩn đoán hỏng hóc và tự bảo vệ

Máy lạnh Reetech tự dò tìm lỗi và hiển thị trên bảng đèn của dàn lạnh giúp cho việc bảo trì máy được dễ dàng và nhanh chóng hơn.

Bảo hành máy nén **5** năm

Tại sao nên chọn chúng tôi?

Tiến thân là xí nghiệp liên hợp thiết bị lạnh – thành lập năm 1977, sau hơn 36 năm phát triển, Công Ty Cổ phần Điện Máy R.E.E (thuộc REE Corp.) là công ty đầu tiên cũng là công ty có qui mô lớn nhất chuyên sản xuất máy điều hòa không khí tại Việt Nam với thương hiệu máy điều hòa không khí Reetech.

Các sản phẩm Reetech được sản xuất theo công nghệ Châu Âu, đạt tiêu chuẩn chất lượng đa dạng về chủng loại (như: Treo tường, Đặt sàn, Áp trần, Âm trần, Dấu trần nối với ống gió) và với công suất (từ 9.000 BTU/h (1 HP) lên đến 450.000 BTU/h).

Các máy ĐHKK gia dụng Reetech có công suất vượt trội, bảo vệ chống ăn mòn, có chức năng tự khởi động lại, tự chẩn đoán hỏng hóc, tiết kiệm điện, lọc sạch không khí, diệt khuẩn.

Hệ ĐHKK Multi Reetech áp dụng nguyên lý Digital và Inverter tiên tiến nhất, tiết kiệm điện năng, điều khiển thông minh, điều chỉnh công suất lên tới từ 100% đến 10%.

Hệ ĐHKK Modula Chiller Reetech cho phép kết nối hoặc cô lập các máy chiller với nhau cho phép đầu tư, lắp đặt, bảo trì linh hoạt và dễ dàng.

Reetech chuyên sản xuất hệ thống ống gió, miệng gió.

Sứ mệnh

- Là nhà chuyên nghiệp về điều hòa không khí, Reetech luôn đi đầu trong cung cấp các giải pháp về điều hòa không khí trong mọi lĩnh vực theo hướng tiết kiệm điện năng, bảo vệ môi trường, mang lại những lợi ích tốt nhất và niềm tin cho khách hàng.
- Luôn nâng cao chất lượng sản phẩm và dịch vụ hướng tới tiện nghi, sang trọng và sức khỏe cho người sử dụng.

Chính sách chất lượng

- Cam kết cải tiến chất lượng.
- Nuôi dưỡng mối quan hệ đối tác.
- Tạo ra giá trị cao nhất cho cổ đông.
- Trân trọng sự đóng góp của nhân viên.
- Bảo đảm tính chính trực.

NHÀ MÁY SẢN XUẤT VÀ LẮP RÁP
Khu Công Nghiệp Tân Bình

Địa chỉ: Lô I-4, đường số 11, nhóm CN1
KCN Tân Bình, P. Sơn Kỳ, Q. Tân Phú, TP. HCM

ĐT: (08) 38 163 401
Fax: (08) 54 443 447

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; vexe.vn