



BẢN TIN

www.itpc.gov.vn

XÚC TIẾN THƯƠNG MẠI & ĐẦU TƯ

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

SỐ 22 NGÀY 12.07.2021 (917)

Tiếp cận thị trường châu Âu hiệu quả (trang 04)



THỊ TRƯỜNG - SẢN PHẨM

Doanh nghiệp lạc quan về tình hình sản xuất kinh doanh 6 tháng cuối năm (trang 05)

TIÊU ĐIỂM

Thành phố Hồ Chí Minh đẩy mạnh các hoạt động, hình thức mua bán hàng trực tuyến (trang 06)

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 22 07.2021



03 HOẠT ĐỘNG XÚC TIẾN THƯƠNG MẠI & ĐẦU TƯ

Tuần lễ sản phẩm Thành phố Hồ Chí
Minh - Đà Nẵng năm 2021

Triển lãm “The 17th Malaysia
International Halal Showcase -
MIHAS”

04. Tiếp cận thị trường châu Âu
hiệu quả

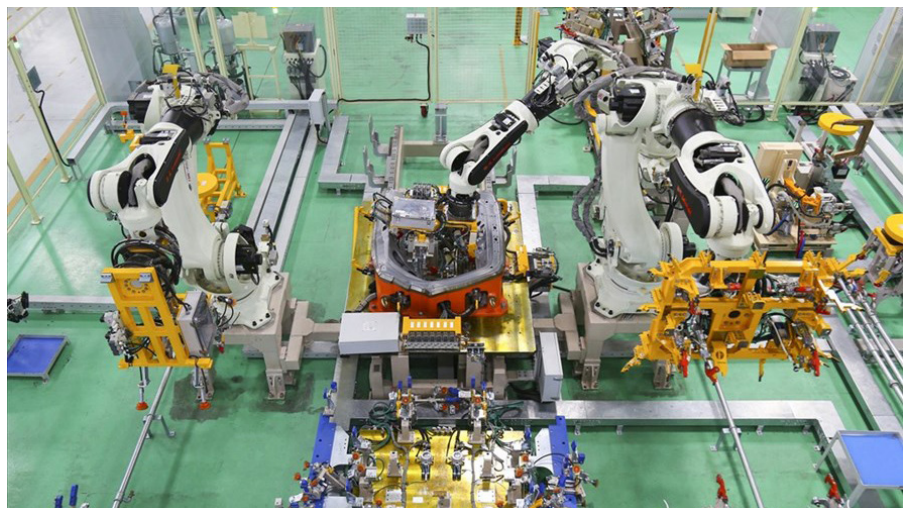
05 THỊ TRƯỜNG - SẢN PHẨM

Doanh nghiệp lạc quan về tình hình
sản xuất kinh doanh 6 tháng cuối năm

06 TIÊU ĐIỂM

Thành phố Hồ Chí Minh đẩy mạnh
các hoạt động, hình thức mua bán
hàng trực tuyến

08 THỊ TRƯỜNG - SẢN PHẨM



TP Hồ Chí Minh linh hoạt điều tiết
hoạt động tại các chợ truyền thống

10. Quan hệ song phương Việt Nam
- Anh đang phát triển tốt đẹp nhất

11. Nhiều tiềm năng để xuất nhập
khẩu 6 tháng cuối năm tiếp tục tăng
trởng cao

12 ENGLISH FOR YOU

E-commerce

13 DOANH NGHIỆP THÀNH VIÊN VEXA TỰ GIỚI THIỆU

Công ty TNHH Cá sấu Huy Hoàng

Hỗ trợ 50% chi phí tham gia, còn **5 TRIỆU**/gian tiêu chuẩn

ỦY BAN NHÂN DÂN THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH
TRUNG TÂM XÚC TIẾN THƯƠNG MẠI VÀ ĐẦU TƯ (ITPC)



**TUẦN LỄ SẢN PHẨM
THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH - ĐÀ NẴNG
NĂM 2021**

15 - 20/9/2021

TRUNG TÂM HỘI CHỢ TRIỂN LÃM ĐÀ NẴNG
số 09 đường Cách Mạng Tháng Tám, Q. Cẩm Lệ, TP. Đà Nẵng

LIÊN HỆ:
Anh Hiền Lương: (+84) 945 627 178 (Call/Viber/zalo)
Anh Phương Anh: (+84) 932 167 916 (Call/Viber/zalo)
Anh Quốc Đạt: (+84) 901 618 982 (Call/Viber/zalo)

Phòng Xúc tiến Thương mại - ITPC

Triển lãm “The 17th Malaysia International Halal Showcase - MIHAS”

Triển lãm MIHAS là một trong những triển lãm lớn nhất thế giới về sản phẩm Halal, với sự tham gia của các doanh nghiệp, các cơ quan xúc tiến thương mại... đến từ nhiều quốc gia và vùng lãnh thổ. Đây là cơ hội tốt cho các doanh nghiệp Việt Nam giới thiệu, quảng bá sản phẩm, dịch vụ, tìm kiếm đối tác kinh doanh.

Trung tâm Xúc tiến Thương mại và Đầu tư Thành phố Hồ Chí Minh (ITPC) phối hợp với Thương vụ Việt Nam tại Malaysia tổ chức chương trình triển lãm “The 17th Malaysia International Halal Showcase - MIHAS” với nội dung sau:

- ❖ **Thời gian:** Từ ngày 09 đến 12 tháng 9 năm 2021.
- ❖ **Địa điểm:** MATRADE Exhibition and Convention Centre (MECC), Kuala Lumpur, Malaysia.
- ❖ **Hình thức:** Kết hợp giữa triển lãm trực tiếp và triển lãm trực tuyến, thông qua Trí tuệ nhân tạo (AI) để hỗ trợ Triển lãm thực tế ảo (Virtual Exhibition), các phiên kết nối giao thương online, hội thảo online...
- ❖ **Ngành hàng:** Ưu tiên các sản phẩm có chứng chỉ Halal thuộc các lĩnh vực nông sản, thực phẩm chế biến, thủy sản, đồ uống, du lịch...

❖ **Chi phí:** Thương vụ hỗ trợ miễn phí việc trưng bày quảng bá sản phẩm, brochure, namecard... tại Triển lãm. Doanh nghiệp tự chi trả chi phí gửi hàng sang cho Thương vụ.

❖ **Yêu cầu:** ITPC và Thương vụ sẽ dựa vào danh sách đăng ký để lựa chọn tối đa 5 doanh nghiệp đáp ứng tốt nhất các yêu cầu sau:

- Doanh nghiệp sản xuất hàng nội địa;
- Có chứng chỉ Halal;
- Có website chính thức;
- Sản phẩm có bao bì, chỉ dẫn đầy đủ bằng tiếng Anh.

Hạn chót đăng ký trước ngày 09/8/2021.

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 Việt Hùng (0975828754, hungnv@itpc.gov.vn)

Website: www.itpc.gov.vn

Phòng Xúc tiến Thương mại - ITPC

Tiếp cận thị trường châu Âu hiệu quả

Châu Âu là thị trường đòi hỏi các tiêu chuẩn, quy chuẩn khắt khe bậc nhất thế giới. Để tiếp cận và khai thác hiệu quả thị trường này, các doanh nghiệp cần xây dựng chiến lược hiệu quả, đáp ứng yêu cầu phát triển bền vững. Đây là nội dung được các chuyên gia phân tích tại Hội thảo trực tuyến “Tiếp cận thị trường châu Âu” do Trung tâm Xúc tiến Thương mại và Đầu tư TP.HCM (ITPC) phối hợp với Phòng Thương mại và Công nghiệp Pháp tại Việt Nam (CCIFV) tổ chức vào chiều ngày 07/7/2021.

Ông Nguyễn Tuấn, Phó Giám đốc Trung tâm Xúc tiến Thương mại và Đầu tư TP.HCM (ITPC) thông tin: châu Âu hiện là một trong những đối tác thương mại lớn nhất của Việt Nam, ngược lại Việt Nam cũng là đối tác thương mại lớn thứ 2 trong khu vực Đông Nam Á của châu Âu. Trong bối cảnh dịch Covid-19 tiếp tục gây ảnh hưởng lên kinh tế, thương mại toàn cầu, các hoạt động xúc tiến thương mại trực tiếp bị hủy bỏ, Việt Nam nói chung, TP.HCM nói riêng đang tích cực kết nối doanh nghiệp với thị trường thông qua nền tảng trực tuyến và vận dụng tối đa các kênh bán hàng. Nhờ đó, hoạt động giao thương vẫn được duy trì, đảm bảo chuỗi cung ứng hàng hóa liên tục cho các đối tác.

Theo ông Adam Koulaksezian, Tổng Giám đốc Phòng Thương mại và Công nghiệp Pháp tại Việt Nam (CCIFV), người tiêu dùng châu Âu đang quan tâm nhiều hơn đến tính bền vững, bao gồm cả truy xuất nguồn gốc, trách nhiệm xã hội và bảo vệ môi trường. Trong bối cảnh đó, các nhà xuất khẩu Việt Nam nên đánh giá tính bền vững của sản phẩm, đồng thời thiết kế chiến lược xuất khẩu phù hợp với nhu cầu, xu hướng của thị trường.

Châu Âu đang là một trong những thị trường xuất khẩu quan trọng hàng đầu của nhiều mặt hàng chủ lực Việt Nam như: dệt may, thủy sản, đồ gỗ và sản phẩm từ gỗ. Trong nửa đầu năm 2021, theo bà Nguyễn Đắc Bội Quỳnh, Giám đốc Xúc tiến Thương mại khối Việt Nam của CCIFV cho biết dù chịu ảnh hưởng của dịch Covid-19 song xuất nhập khẩu giữa Việt Nam và châu Âu vẫn tăng trưởng tốt. Trong đó, nhiều mặt hàng xuất khẩu của Việt Nam vào châu Âu tăng trưởng hơn 10% so với cùng kỳ năm 2020, đồng thời Việt Nam cũng tăng nhập khẩu nguyên phụ liệu từ châu Âu phục vụ sản xuất trong nước.

Đối với nhóm hàng thực phẩm, ông Jean Gabriel Mollard, Giám đốc Truyền thông Toàn cầu của Tập đoàn Triển lãm Công nghệ Thực phẩm và đồ uống SIAL cho biết sau đại dịch COVID-19 người tiêu dùng ở nhiều nơi trên thế giới và đặc biệt là châu Âu ngày càng quan tâm tới sức khỏe, bảo vệ môi trường. Ngày càng nhiều người

tiêu dùng ưa chuộng sản phẩm mang tính tự nhiên, đơn giản, tiện lợi, và cần nhất là sự minh bạch thông tin về sản phẩm.

Về xu hướng thời trang thời dịch, ông Yvan Dacquay, Giám đốc Đối ngoại Triển lãm Quốc tế Thời trang Dệt may Pháp (Premiere Vision Paris) nhận thấy bất luận ở hoàn cảnh nào thì thời trang vẫn luôn là cách thức phản ánh bản sắc cá nhân. Có thể thấy, đại dịch Covid-19 đến để lại nhiều sự thay đổi lớn trong cách thức ăn mặc thường ngày. Những trang phục đơn giản như trang phục thể dục thể thao, những đôi dép hay thậm chí là đồ ngủ được biến tấu để sành điệu hơn. Chiếc khẩu trang đơn giản dần trở thành các xu hướng thời trang được ưa chuộng và vô cùng bắt mắt.

Đối với nhóm hàng nội thất mỹ nghệ và trang trí thiết kế, bà Sabina Lenoble, Giám đốc Đối ngoại Triển lãm Quốc tế Nội thất và Mỹ nghệ Maison&Objet Paris nhìn nhận rằng trong bối cảnh dịch Covid-19 đe dọa đến sức khỏe đời sống con người, nhu cầu cho các mẫu thiết kế nội thất có chức năng cải thiện tinh thần và không gian sống tăng cao ngày được áp dụng phổ biến. Một số mẫu thiết kế cho không gian sống tinh tế sử dụng các chất liệu, họa tiết từ thiên nhiên được chú ý hơn. Bên cạnh đó, các sản phẩm nội thất tiết kiệm năng lượng tiếp tục là những yếu tố được nhiều khách hàng quốc tế yêu thích mỗi khi tìm kiếm và cải thiện không gian nhà ở.

Chia sẻ kinh nghiệm xuất khẩu sang thị trường châu Âu, bà Phạm Thị Hồng Quang, Giám đốc Công ty Thủ công Mỹ nghệ Nguồn Việt khẳng định nhà nhập khẩu và người tiêu dùng châu Âu rất coi trọng vấn đề phát triển bền vững như nguồn gốc nguyên liệu, an toàn lao động, môi trường, phúc lợi xã hội. Trong bối cảnh đó, các nhà xuất khẩu Việt Nam cần đánh giá tính bền vững của sản phẩm, doanh nghiệp; nắm vững thị trường xuất khẩu, các quy tắc nhập khẩu và khuyến nghị. Đồng thời có chiến lược điều chỉnh chuỗi cung ứng để phù hợp với các tiêu chuẩn, quy tắc quốc tế tận dụng hiệu quả các kênh tiếp thị, thương mại hiện đại.

Hội thảo thu hút hơn 235 doanh nghiệp tham gia tương tác sôi nổi trên nền tảng hội thảo trực tuyến với hơn 30 câu hỏi được đặt ra chủ yếu liên quan đến các tiêu chuẩn sản phẩm, nhu cầu thị trường, bảo hộ thương hiệu. Chương trình được đánh giá mang lại hiệu quả rất thiết thực cho doanh nghiệp trong việc áp dụng và thực tế hóa chiến lược kinh doanh quốc tế; cũng như tạo điều kiện cho doanh nghiệp tiếp cận thực chất với các nhà phân phối, triển lãm ngành hàng đầu châu Âu.

Phòng Huấn luyện - ITPC

Doanh nghiệp lạc quan về tình hình sản xuất kinh doanh 6 tháng cuối năm

Tổng cục Thống kê vừa thực hiện một điều tra chuyên đề về xu hướng sản xuất kinh doanh (SXKD) quý 2 đối với ngành công nghiệp chế biến chế tạo - động lực tăng trưởng chính của nền kinh tế. Ngành này có tốc độ tăng 11,42% trong 6 tháng vừa qua, đóng góp 2,9 điểm phần trăm vào mức tăng trưởng GDP chung.

Con số này thấp hơn mức tăng của cùng kỳ các năm 2011 và 2018 trong giai đoạn 2011-2021, tuy vẫn ở mức khá trong cả giai đoạn.

Tham gia cuộc khảo sát chuyên đề quý 2-2021 của cơ quan thống kê quốc gia có tổng số 5.670 doanh nghiệp ngành công nghiệp chế biến chế tạo (chiếm 87,2% số doanh nghiệp được chọn mẫu điều tra) và 6.240 doanh nghiệp ngành xây dựng (chiếm 89,5% số doanh nghiệp được chọn mẫu điều tra).

Có 68,2% số doanh nghiệp nhận định rằng hoạt động SXKD quý 2 so với quý 1 tốt lên và giữ ổn định (30,5% doanh nghiệp đánh giá tốt lên và 37,7% doanh nghiệp đánh giá giữ ổn định), 31,8% doanh nghiệp cho rằng SXKD khó khăn hơn. Niềm tin của doanh nghiệp đối với Chính phủ trong quản lý, điều hành nền kinh tế gia tăng, thể hiện qua việc có tới 77,8% doanh nghiệp dự báo tình hình quý 3 - 2021 tốt hơn và giữ ổn định so với quý 2 (39,2% tốt hơn, 38,6% giữ ổn định). Tỷ lệ doanh nghiệp dự báo khó khăn hơn là 22,2%.

Số lượng đơn đặt hàng mới tăng là nhân tố quan trọng dẫn đến khối lượng sản xuất của các doanh nghiệp tăng trở lại. Dự báo số lượng đơn hàng mới quý 3 so với quý 2, có 79,0% doanh nghiệp dự báo tăng và giữ nguyên (37,1% tăng và 41,9% giữ nguyên), 21,0% doanh nghiệp dự báo số lượng đơn hàng mới giảm. Số lượng đơn đặt hàng mới 6 tháng cuối năm 2021 so với 6 tháng cuối năm 2020 được 83,1% doanh nghiệp dự báo tăng và giữ nguyên (43,6% tăng, 39,5% giữ nguyên).

Đáng lưu ý, số lượng đơn đặt hàng xuất khẩu trong quý 2 tăng nhẹ - dấu hiệu cho thấy nhu cầu của khách hàng ở nước ngoài đang dần cải thiện. Quý 3, các doanh nghiệp dự báo số lượng đơn hàng xuất khẩu mới tiếp tục khả quan hơn (79,4% doanh nghiệp dự báo tăng và giữ nguyên), 20,6% doanh nghiệp dự báo giảm. Dự báo cho 6 tháng cuối năm 2021 so với 6 tháng cuối năm 2020, có 82,8% doanh nghiệp cho rằng tỷ lệ đơn đặt hàng xuất khẩu mới tăng và giữ nguyên, 17,2% doanh nghiệp dự báo giảm.



Ảnh TL

Trên cơ sở phân tích hàng loạt yếu tố liên quan đến sản xuất kinh doanh như lượng tồn kho, nguồn vốn, chi phí sản xuất, chi phí nguyên vật liệu..., doanh nghiệp nêu ra 5 kiến nghị quan trọng với các cơ quan quản lý nhà nước.

Thứ nhất, có ngay các chính sách nhằm bảo đảm cân đối cung cầu và bình ổn giá thị trường vật liệu xây dựng, đặc biệt là giá thép; tránh để tình trạng giá vật liệu xây dựng tăng cao như thời gian vừa qua làm ảnh hưởng đến tiến độ và chất lượng thi công của các công trình xây dựng.

Thứ hai, tạo điều kiện thuận lợi cho doanh nghiệp bằng các chính sách tín dụng, tài chính, giảm lãi suất, giãn nợ, giảm thuế, đồng thời có giải pháp hiệu quả cắt giảm thủ tục và rút ngắn thời gian thanh toán, giải ngân đối với các công trình có sử dụng nguồn vốn từ ngân sách nhà nước.

Thứ ba, tiếp tục đẩy mạnh cải cách hành chính công, đơn giản hóa thủ tục trình tự cấp giấy phép xây dựng, để các công trình, dự án sớm được thi công, tạo lập nhiều kênh thông tin để lắng nghe và chia sẻ, phản hồi lại các ý kiến của các doanh nghiệp, tạo điều kiện tối đa để doanh nghiệp phát triển bền vững.

Thứ tư, sửa đổi, bổ sung hệ thống pháp luật để đảm bảo tính đồng bộ, thống nhất giữa các luật có liên quan nhằm tăng cường sự quản lý thống nhất của Trung ương đi đôi với phân cấp và nâng cao trách nhiệm của chính quyền địa phương cũng như các chủ thể tham gia hoạt động xây dựng, bảo đảm công khai, minh bạch trong hoạt động đầu tư xây dựng.

Cuối cùng thứ năm là đẩy mạnh công tác xúc tiến đầu tư, đẩy mạnh thanh toán điện tử và cung cấp dịch vụ công trực tuyến cấp độ 4; hỗ trợ, khuyến khích doanh nghiệp đổi mới sáng tạo.

(Nguồn: SGGPO) - Phòng Thông tin - ITPC

Thành phố Hồ Chí Minh đẩy mạnh các hoạt động, hình thức mua bán hàng trực tuyến

Mua sắm trực tuyến trong mùa dịch đã làm gia tăng doanh số bán hàng trực tuyến ở TP.HCM. Cả ghi nhận thực tế và số liệu đều chứng minh điều này. Sở Công Thương Thành phố Hồ Chí Minh cũng đã có chỉ đạo về việc đẩy mạnh các hoạt động, hình thức mua bán hàng hóa trực tuyến.



Hội thảo "Chuyển đổi số - Giải pháp trong lĩnh vực Y tế" do ITPC tổ chức là một trong những hoạt động hỗ trợ doanh nghiệp tham gia quá trình chuyển đổi số (sự kiện được tổ chức vào ngày 22/10/2020)

Ngày 26.6.2021, báo Tuổi Trẻ có bài ghi nhận, doanh số bán hàng, giao dịch trực tuyến gia tăng kể từ khi dịch Covid-19 bùng phát ở thành phố.

Theo đại diện Saigon Co.op, lượng khách đến mua sắm ở hệ thống Co.opFood tại TP.HCM tăng khoảng 20%, lượng đặt hàng qua điện thoại, online tăng gấp 3 lần so với trước.

Tại một số siêu thị Co.op ở khu vực có nguy cơ lây nhiễm cao, đơn hàng giao tận nhà tăng mạnh gấp

4 - 5 lần, như siêu thị Co.opMart Nguyễn Kiệm (Q.Gò Vấp) có đơn hàng qua điện thoại tăng đến 5 lần.

Mức tăng trưởng đơn hàng qua ứng dụng trên mạng của siêu thị Emart cũng gấp 3 - 4 lần so với trước, khách chủ yếu mua nhu yếu phẩm. Hệ thống Big C, Go!, Tops Market có đơn hàng tăng 100 - 200% tùy ngày và chủ yếu ở khu vực TP.HCM. Aeon Việt Nam cũng ghi nhận mua sắm qua ứng dụng tăng gấp 4 - 6 lần về số lượng đơn hàng và giá trị mỗi giỏ hàng.

Tại hệ thống Satra, các đơn hàng online, mua hàng qua điện thoại cũng tăng trưởng hơn 2 con số trong hai tuần gần đây. Siêu thị Sài Gòn (thuộc Satra) cũng đã triển khai bán hàng trực tuyến trên ứng dụng G1-Mart, nhận đặt hàng qua số điện thoại hotline, giúp người tiêu dùng dễ dàng có những thực phẩm tươi ngon mà không phải đến trực tiếp mua sắm. "Chúng tôi cũng sắp xếp lại kho hàng để tăng diện tích sử dụng, đa dạng nguồn cung đáp ứng nhu cầu của người tiêu dùng, giao hàng tận nhà

nhanh chóng" - đại diện Satra nói.

Bà Nguyễn Thị Bích Vân, Giám đốc Truyền thông Central Retail VN, cho biết giá niêm yết các mặt hàng được bán trên kênh trực tuyến cũng là giá bán ở siêu thị. Người tiêu dùng được hưởng đầy đủ các chương trình khuyến mãi khi mua hàng online. Từng bộ phận ngành hàng đều có nhân viên phụ trách giúp khách chọn thực phẩm, hàng hóa đảm bảo chất lượng, đúng yêu cầu. Nhà bán lẻ này cũng bổ sung nhân lực hỗ trợ, mở rộng hệ thống để đảm bảo thời gian giao hàng như cam kết.

Trong khi đó, để đáp ứng lượng đơn hàng qua điện thoại tăng cao, chuỗi Co.opFood cho tăng cường nhân sự tiếp nhận đơn hàng, điều chuyển từ những bộ phận khác. Các cửa hàng cũng bổ sung nhiều nhân viên ngành hàng trực tiếp soạn đơn hàng cho khách và tăng thêm nhân viên giao hàng. Một số nhân viên tình nguyện trở thành shipper để giao hàng kịp hẹn với khách.

Theo sàn thương mại điện tử Lazada, sau một tháng kể từ khi dịch bùng phát, xu hướng mua sắm hàng hóa có nhiều thay đổi. Việc mua sắm các mặt hàng thực phẩm tươi sống đã trở thành một thói quen mới của người tiêu dùng khi số lượng người mua và sức mua mỗi ngày, bao gồm số lượng đơn hàng và số lượng sản phẩm bán ra, đều tăng gần 70%. Người tiêu dùng mua đa dạng các mặt hàng từ rau củ, thịt cá và trái cây tươi, đặc biệt là nho, táo, vải thiều... So với tháng 5-2021, các từ khóa được tìm kiếm thuộc nhóm ngành hàng tiêu dùng nhanh ghi nhận sự tăng trưởng cao nhất toàn sàn, trong đó các từ khóa của nhóm hàng bách hóa - thực phẩm nổi bật hơn hết với mức tăng lên tới 40%.

Sàn Tiki cũng ghi nhận số lượng đơn hàng của ngành hàng thực phẩm tươi sống có mức tăng trưởng gấp 2 lần so với thời gian trước giãn cách. Thống kê của nền tảng Grab Việt

Nam cho thấy từ ngày 30-5 đến nay, 10 mặt hàng bán chạy nhất trên GrabMart chủ yếu là nhóm hàng thực phẩm có thể bảo quản lâu hoặc bổ dưỡng cho sức khỏe như sữa, mì ăn liền, miến ăn liền, sữa bột, nho không hạt...

Trước đó, Sở Công Thương Thành phố Hồ Chí Minh đã có Công văn số 3175/SCT-QLTM ngày 21/6/2021 về việc đẩy mạnh các hoạt động, hình thức mua bán hàng hóa trực tuyến. Sở đã thông báo danh sách điểm bán hàng các mặt hàng thiết yếu có hình thức giao hàng trực tuyến tại thành phố (danh sách có 2.550 điểm bán hàng trực tuyến được đăng tải trên website của Sở Công Thương <http://congthuong.hochiminhcity.gov.vn> và có các thông tin chi tiết về tên điểm bán, địa chỉ, số điện thoại, thời gian hoạt động, hình thức giao hàng trực tuyến...).

Theo Báo cáo Kinh tế - Xã hội 6 tháng đầu năm 2021 của Cục Thống kê TP.HCM, trong thời gian chống dịch, các mô hình kinh doanh trực tuyến, đặt hàng qua mạng, dịch vụ giao nhận, hội họp trực tuyến được người dùng và doanh nghiệp áp dụng, đáp ứng nhu cầu tiêu thụ thiết yếu của thị trường nhất là trong lĩnh vực bán lẻ hàng thực phẩm, ăn uống ngoài gia đình, dịch vụ internet, viễn thông. Có 6/9 ngành dịch vụ có mức tăng trưởng trên 6% so với cùng kỳ. Theo báo cáo này thì ngành thương nghiệp bán buôn, bán lẻ tăng 6,01%; ngành thông tin truyền thông tăng 7,24%; ngành tài chính, ngân hàng tăng 8,22% so với cùng kỳ; ngành hoạt động chuyên môn, KHCN1 tăng 6,09% so cùng kỳ; ngành giáo dục và đào tạo tăng 6,62% so với cùng kỳ;



Hội nghị kết nối đưa hàng hóa Việt Nam vào hệ thống SĄTRA do ITPC tổ chức vào ngày 26/01/2021

ngành y tế tăng 10,11% so với cùng kỳ. Có 1 ngành giảm là khách sạn, nhà hàng (lưu trú và ăn uống) giảm 2,68%.

Trang vietnamnet.vn đưa tin sáng 26.6, Thủ tướng Phạm Minh Chính cùng đoàn công tác của Chính phủ đã có chuyến công tác tại TP.HCM về phòng, chống dịch trên địa bàn. Cùng tham gia đoàn công tác, Bộ trưởng Bộ Thông tin và Truyền thông Nguyễn Mạnh Hùng đã có bài phát biểu về phòng chống Covid-19 và phát triển kinh tế xã hội ở TP.HCM và một số tỉnh lân cận.

Bài viết nêu rõ, "Đại dịch Covid-19 là cú huých trăm năm cho chuyển đổi số (CĐS). Hầu hết các quốc gia đều tận dụng được cơ hội này để nhanh chóng chuyển nhiều nhất có thể các hoạt động lên môi trường số. Một vài tháng Covid-19 có khi bằng 5, 10 năm".

Bộ trưởng Nguyễn Mạnh Hùng phát biểu, "Việc cho đóng cửa siêu thị khi giãn cách cũng đẩy nhanh thương mại điện tử (TMĐT). Mà TMĐT là nhân tố quan trọng số một của kinh tế số (KTS). 100% người dân có thói quen mua sắm online thì mục tiêu KTS chiếm 20-25% GDP vào năm 2025 là không khó khăn. Chỉ Covid mới có thể đẩy nhanh được mua sắm online. Không có Covid thì chúng ta sẽ phải mất hàng chục năm nữa".

Phòng Thông tin - ITPC

TP Hồ Chí Minh linh hoạt điều tiết hoạt động tại các chợ truyền thống

Ngành công thương Thành phố Hồ Chí Minh giữ vững được phòng tuyến bình ổn thị trường và không để đứt gãy chuỗi cung ứng hàng hóa tiêu dùng thiết yếu đồng thời mở rộng các điểm bán o đòng.

Dịch COVID-19 gây ảnh hưởng tiêu cực tới cả kênh phân phối hiện đại lẫn mạng lưới chợ truyền thống, ngành công thương Thành phố Hồ Chí Minh đang nỗ lực không ngừng để tăng cường giải pháp phòng chống dịch tại điểm bán lẻ.

Sở Công Thương Thành phố Hồ Chí Minh đã phối hợp cùng chính quyền thành phố Thủ Đức và các quận, huyện trên địa bàn linh hoạt điều tiết hoạt động thương mại, nhất là đối với mạng lưới chợ truyền thống trên địa bàn phù hợp với diễn biến của dịch COVID-19.

Không để đứt gãy chuỗi cung ứng hàng hóa tiêu dùng thiết yếu

Ghi nhận trên địa bàn Thành phố Hồ Chí Minh cho thấy trong thời gian gần đây số lượng siêu thị, cửa hàng tiện lợi và chợ truyền thống tạm đóng cửa có thời điểm lên đến gần 200 điểm bán.



Ảnh TL: Đoàn viên thanh niên huyện Nhà Bè hỗ trợ người dân mua sắm thực phẩm tại siêu thị 2.000 đồng ở xã Hiệp Phước.

Tuy nhiên, với quyết tâm dập dịch và linh hoạt điều tiết hoạt động thương mại trên địa bàn phù hợp với diễn biến của dịch COVID-19, ngành công thương Thành phố Hồ Chí Minh đã giữ vững được phòng tuyến bình ổn thị trường và không để đứt gãy chuỗi cung ứng hàng hóa tiêu dùng thiết yếu.

Đặc biệt, đối với những điểm bán phải tạm ngưng đóng cửa, ngành công thương Thành phố Hồ Chí Minh cũng nhanh chóng phối hợp với lực lượng chuyên ngành để khẩn trương thực hiện biện pháp phòng chống dịch COVID-19 và xử lý tình huống cụ thể, nhằm đưa điểm bán sớm hoạt động trở lại.

Song song đó, đơn vị quản lý hệ thống siêu thị, cửa hàng tiện lợi và chợ trên địa bàn Thành phố Hồ Chí Minh cũng chủ động tuân thủ và triển khai hướng dẫn của cơ quan chức năng, đảm bảo biện pháp phòng chống dịch COVID-19 sau khi mở cửa hoạt động trở lại.

Cụ thể, Sở Công Thương Thành phố Hồ Chí Minh đề nghị Ủy ban Nhân dân thành phố Thủ Đức và các quận, huyện đảm bảo quyền lợi chính đáng cho tiểu thương và duy trì cung ứng lương thực, thực phẩm thiết yếu cho số đông người dân có thu nhập trung bình và thấp (đối tượng phổ biến mua sắm tại mạng lưới chợ truyền thống).

Đối với chợ tạm ngưng hoạt động cần thống kê rõ thông tin từ địa chỉ, số lượng tiểu thương... cho đến thời điểm tạm ngưng và dự kiến thời gian hoạt động trở lại.

Theo ông Nguyễn Nguyễn Phương, Phó Giám đốc Sở Công Thương Thành phố Hồ Chí Minh, để các chợ tạm đóng cửa liên quan đến ca lây nhiễm sớm hoạt động trở lại, Ban quản lý chợ cần phối hợp với chính quyền địa phương thực hiện biện pháp phòng chống dịch COVID-19. Riêng những chợ bị đóng cửa do không đảm bảo biện pháp phòng chống dịch COVID-19 thì cần khẩn trương khắc phục để được hoạt động trở lại trong thời gian sớm nhất có thể.

Ở góc độ tiểu thương, chị Hà Minh, tiểu thương chợ Bà Chiểu, quận Bình Thạnh, Thành phố Hồ Chí Minh, cho biết mạng lưới chợ truyền thống là một trong những khu vực tập trung đông người ra vào, nên tiểu thương luôn chú trọng biện pháp phòng chống dịch COVID-19 để đảm bảo an toàn cho chính mình và khách hàng.

Trong thời gian qua, hầu hết tiểu thương đều bám sát quy định của Ban quản lý chợ và chính quyền Thành phố Hồ Chí Minh, đồng thời kỳ vọng thành phố nhanh chóng chế được dịch bệnh để bà con làm ăn sinh sống ổn định.

Cùng quan điểm, anh Mạnh Tuấn, tiểu thương chợ Thạnh Đông Tây, quận Gò Vấp, Thành phố Hồ Chí Minh cho hay hoạt động bán buôn của tiểu thương tại chợ truyền thống hiện nay chỉ cầm chừng và tuân thủ quy định phòng chống dịch COVID-19 để tiếp tục được duy trì kinh doanh.

Tuy nhiên, tại chợ cũng có không ít tiểu thương chủ động hy sinh lợi ích kinh tế, tạm đóng cửa quầy, sạp vì tình hình kinh doanh vừa ế ẩm, vừa quan ngại bị lây nhiễm dịch bệnh.

Mở điểm bán 0 đồng



Ảnh TL: Siêu thị mini 0 đồng

Bên cạnh báo cáo nhanh hàng ngày về Sở Công Thương Thành phố Hồ Chí Minh, chính quyền địa phương nhiều quận, huyện trên địa bàn thành phố cũng không ngừng kết nối với nhiều đơn vị tổ chức bán hàng lưu động, bán hàng đăng ký trước, điểm bán 0 đồng phục vụ người dân...

Qua đó, lực lượng liên ngành cũng thông tin kịp thời cho người dân yên tâm về việc bình ổn thị trường và cung ứng hàng hóa tiêu dùng thiết yếu; đồng thời khuyến cáo người dân không tụ tập đông người mua sắm tích trữ hàng hóa.

Điển hình, chỉ sau hơn khoảng 1 tuần kể từ khi "Siêu thị mini 0 đồng" đầu tiên xuất hiện ở thành phố Thủ Đức, Thành phố Hồ Chí Minh, thì thêm 3 siêu thị này đã được mở tại huyện Hóc Môn và quận Bình Tân.

Mô hình này, dự kiến hỗ trợ kịp thời cho khoảng 1.500 hộ gia đình nghèo, lao động khó khăn, công nhân bị mất việc... trên địa bàn Thành phố Hồ Chí Minh.

"Siêu thị mini 0 đồng" do Hội Doanh nghiệp hàng Việt Nam chất lượng cao tổ chức, cùng sự phối hợp của Sở Công Thương, Sở Y tế, Hội Nữ doanh nhân, Hội Doanh nhân Trẻ Thành phố Hồ Chí Minh... và có tham dự của cộng đồng doanh nghiệp trên địa bàn thành phố; trong đó, hơn 60 mặt hàng nhu yếu phẩm, thực phẩm, vật dụng y tế như đường, sữa, dầu ăn, nước mắm, mì tôm, cháo gói... và đa dạng rau củ, quả tươi sống được đảm bảo lên kệ "Siêu thị mini 0 đồng" mỗi ngày.

Tương tự, Thành Đoàn - Hội Liên hiệp Thanh niên Thành phố - Hội Sinh viên Thành phố Hồ Chí Minh và Công ty Casper Việt Nam triển khai chương trình tiếp sức mùa dịch với chủ đề "Tủ lạnh Thạch Sanh."

Cụ thể, trong "Tủ lạnh Thạch Sanh" luôn được duy

trì chứa đầy lương thực, thực phẩm thiết yếu, nhất là những mặt hàng phục vụ bữa ăn hàng ngày hoàn toàn miễn phí cho người dân tại các khu vực trong Thành phố Hồ Chí Minh. 10 điểm đặt "Tủ lạnh Thạch Sanh" cũng là điểm tiếp nhận các tấm lòng hảo tâm trên toàn Thành phố Hồ Chí Minh cho hoạt động hỗ trợ người dân có hoàn cảnh khó khăn và bị ảnh hưởng của dịch COVID-19.

Tại 10 địa điểm trên địa bàn các quận, huyện như quận 4, 5, 10, Bình Thạnh, Phú Nhuận, nhân viên Casper cùng đoàn viên thanh niên sẽ tổ chức kiểm tra thân nhiệt, sát khuẩn ở cổng ra vào và hướng dẫn người dân về việc giãn cách. Còn người dân khi đến nhận hàng hóa hỗ trợ cũng tuân thủ quy định 5K của Bộ Y tế để đảm bảo an toàn trong mùa dịch.

Trao đổi với phóng viên TTXVN, bà Lê Thị Triệu, cư ngụ tại thành phố Thủ Đức, Thành phố Hồ Chí Minh, chia sẻ dịch COVID-19 kéo dài người dân không đi làm được nên lâm vào cảnh khó khăn, nên những hoạt động hỗ trợ kịp thời của chính quyền Thành phố Hồ Chí Minh và tổ chức, đoàn thể, cá nhân là vô cùng ý nghĩa và thiết thực. Đặc biệt, nhiều người dân chỉ mong muốn được hỗ trợ những hàng hóa thiết yếu tiêu dùng hàng ngày, đảm bảo bữa ăn trong giai đoạn dịch COVID-19 diễn biến phức tạp như hiện nay.



Ảnh TL

Ghi nhận ý kiến của nhiều người dân đến những điểm tiếp sức và hỗ trợ hàng hóa tiêu dùng thiết yếu miễn phí trên địa bàn Thành phố Hồ Chí Minh cũng cho rằng, trong tình hình kinh tế - xã hội gặp nhiều thách thức, mà doanh nghiệp đồng hành cùng chính quyền địa phương chăm lo an sinh xã hội thì đó là những tấm lòng vàng.

Vì vậy, mỗi người dân tham gia nhận hàng cứu trợ cần phải đảm bảo an ninh trật tự, biện pháp phòng chống dịch COVID-19 và chỉ nhận đủ dùng để có nhiều người hơn được san sẻ khó khăn trong mùa dịch.

(Nguồn: TTXVN/Vietnam+) - **Phòng Thông tin - ITPC**

Quan hệ song phương Việt Nam - Anh đang phát triển tốt đẹp nhất

Với tư cách là một trong những đối tác hàng đầu của Việt Nam, Anh có thể đáp ứng nhu cầu phát triển kinh tế của Việt Nam trong các lĩnh vực thế mạnh như khoa học - công nghệ.

Theo phóng viên TTXVN tại London, quan hệ song phương giữa Việt Nam và Vương quốc Anh đang ở trong giai đoạn tốt đẹp nhất và vẫn còn nhiều tiềm năng để phát triển.

Đây là ý kiến của Đại sứ Việt Nam tại Liên hiệp Vương quốc Anh và Bắc Ireland Nguyễn Hoàng Long tại buổi gặp trực tuyến giữa đại sứ và các thành viên và đối tác của Mạng lưới Hữu nghị Việt Nam - Anh (VUKN) vào ngày 5/7.

Tại cuộc gặp, Đại sứ Nguyễn Hoàng Long đã khái quát những thành tựu mới nhất trong quan hệ song phương, đặc biệt trong lĩnh vực thương mại, giáo dục, an ninh quốc phòng và giao lưu nhân dân.

Đại sứ dẫn lời Ngoại trưởng Anh Dominic Raab trong chuyến thăm Việt Nam tháng 6 vừa qua cho biết Anh coi Việt Nam là người bạn tốt nhất, đối tác thương mại tốt nhất và đối tác chiến lược tốt nhất. Đại sứ khẳng định đây cũng là mục tiêu của ông trong nhiệm kỳ công tác tại Anh.

Theo Đại sứ Nguyễn Hoàng Long cho biết thương mại giữa Việt Nam và Anh đã tăng 25% trong 6 tháng đầu năm và cho rằng mục tiêu tăng gấp đôi giá trị thương mại song phương lên 10 tỷ USD trong vòng 5 năm tới là hoàn toàn khả thi.

Ông nhấn mạnh tiềm năng hợp tác thương mại giữa hai nước còn rất lớn trong bối cảnh Việt Nam - một thị trường tiềm năng lớn, đang bước vào giai đoạn phát triển kinh tế mới



Ảnh TL: Ông Nguyễn Hoàng Long – Đại sứ đặc mệnh toàn quyền Việt Nam tại Liên hiệp Vương quốc Anh và Bắc Ailen

với mục tiêu GDP bình quân đầu người đạt 3.500 USD vào năm 2025 và tăng gấp đôi lên 7.000 USD vào năm 2030.

Với tư cách là một trong những đối tác hàng đầu của Việt Nam, Anh có thể đáp ứng nhu cầu phát triển kinh tế của Việt Nam trong các lĩnh vực thế mạnh như khoa học-công nghệ.

Đại sứ cũng khẳng định giáo dục là ưu tiên trong quan hệ hợp tác song phương, và Anh hiện là đối tác hàng đầu của Việt Nam trong lĩnh vực giáo dục với 74 chương trình giáo dục xuyên quốc gia của 23 trường đại học Anh quốc.

Hợp tác trong lĩnh vực an ninh, quốc phòng cũng ghi nhận những bước phát triển mới, trong bối cảnh Anh đang tăng cường sự hiện diện tại Biển Đông và khu vực Đông Nam Á và coi Việt Nam là một đối tác chính tại khu vực Ấn Độ Dương-Thái Bình Dương.

Tại buổi gặp mặt, Đại sứ Nguyễn Hoàng Long cũng thông báo về mục tiêu và kế hoạch hành động trong nhiệm kỳ công tác của mình, đặc biệt là chương trình Năm Việt Nam tại UK vào 2023 khi hai nước kỷ niệm 50 năm thiết lập quan hệ ngoại giao.

Phát biểu tại cuộc gặp mặt, Chủ tịch VUKN Warwick Morris cho rằng hai nước có thể tăng cường hợp tác trong lĩnh vực y tế, đặc biệt trong cuộc chiến chống đại dịch COVID-19 trên toàn cầu, cũng như trong lĩnh vực khoa học công nghệ và cơ khí.

Cuộc gặp mặt do Đại sứ quán Việt Nam tại Anh và VUKN phối hợp tổ chức, với sự tham dự của Phái viên thương mại của Thủ tướng Anh, nghị sỹ Heather Wheeler, nghị sỹ Wayne David và hơn 70 đại diện từ Bộ Ngoại giao Anh, các đại sứ quán nước ngoài tại Anh, các tổ chức, hiệp hội, doanh nghiệp, và trường đại học của Anh và Việt Nam.

(Nguồn: TTXVN/Vietnam+) - Phòng Thông tin - ITPC

Nhiều tiềm năng để xuất nhập khẩu 6 tháng cuối năm tiếp tục tăng trưởng cao

Tính chung 6 tháng đầu năm nay, tổng kim ngạch xuất nhập khẩu (XNK) hàng hóa đạt 316,73 tỷ USD, tăng 32,2% so với cùng kỳ năm trước. Theo các chuyên gia, mục tiêu cán đích 600 tỷ USD kim ngạch XNK trong năm 2021 là hoàn toàn khả thi.

Tiếp đà tăng trưởng cao của 6 tháng đầu năm nay, nhóm hàng công nghiệp chế biến chế tạo và nông, lâm thủy sản tiếp tục là 2 chân kiềng quan trọng của xuất khẩu Việt Nam 6 tháng cuối năm, đó là khẳng định của cả cơ quan quản lý nhà nước và chuyên gia kinh tế.

Ông Nguyễn Anh Dương, Trưởng ban Nghiên cứu tổng hợp, Viện Nghiên cứu quản lý kinh tế Trung ương (CIEM) dẫn chứng về quá trình phục hồi nền kinh tế thế giới và khu vực đang diễn ra, trong đó, Mỹ và EU là các thị trường xuất khẩu lớn của Việt Nam đã bước đầu khống chế được dịch, là điều kiện để nền kinh tế phục hồi trở lại. Một thị trường lớn khác của Việt Nam là Trung Quốc cũng đang có đà phục hồi tích cực. Đó là những yếu tố từ bên ngoài - du địa cho Việt Nam thúc đẩy xuất khẩu trong thời gian tới.

Về việc Việt Nam đã quay lại nhập siêu trong 6 tháng đầu năm - sau khi đã liên tục xuất siêu 4 tháng và cả 5 năm trước đó, ông Nguyễn Anh Dương cho rằng không đáng ngại, bởi nhìn vào cơ cấu nhóm hàng nhập khẩu 6 tháng qua cho thấy, Việt Nam nhập khẩu chủ yếu là hàng tư liệu sản xuất phục vụ cho xuất khẩu (ước tính tăng 36,7% so với cùng kỳ năm trước, trong đó, nhóm hàng máy móc thiết bị, dụng cụ phụ tùng tăng 33%; nhóm hàng nguyên, nhiên, vật liệu tăng 40,2% và nhóm hàng

tiêu dùng tăng 28%). Yếu tố đưa Việt Nam đến nhập siêu có vấn đề của nhập siêu dịch vụ 6 tháng đầu năm lên tới 7,7 tỷ USD, song theo ông Nguyễn Anh Dương vẫn có những động lực để khu vực này phục hồi trở lại.

Trước những lo ngại dịch Covid-19 đã xâm nhập vào một số khu công nghiệp, doanh nghiệp, cơ sở sản xuất hàng xuất khẩu lớn trên địa bàn các tỉnh Bắc Ninh, Bắc Giang, Hải Dương và một số tỉnh phía Nam như TP HCM, Đồng Nai, Bình Dương... đã làm giảm tăng trưởng xuất khẩu của một số ngành hàng trong lĩnh vực công nghiệp chế biến, chế tạo những tháng gần đây, ông Trần Thanh Hải, Phó Cục trưởng Cục Xuất nhập khẩu, Bộ Công Thương cho biết, hiện nay đang theo dõi để xem khả năng kéo dài của dịch bệnh còn tác động đến đâu, tuy nhiên, với tình hình khống chế dịch như hiện nay thì đợt dịch này có thể khống chế được trong khoảng 1-2 tháng nữa.

Giới phân tích kinh tế cũng tin rằng cùng với nỗ lực của Việt Nam trong việc tiêm phòng vaccine, hoạt động XNK của Việt Nam sẽ tiếp tục khởi sắc trong thời gian tới khi nhu cầu hàng hóa trên thị trường thế giới đang hồi phục trở lại, các hiệp định thương mại tự do (FTA) mà Việt Nam tham gia thành viên đang dần được thực thi một cách toàn diện hơn, hiệu quả hơn.

“Chúng ta có nhiều những cơ hội để mở rộng xuất khẩu, rất tốt là chúng ta đã xuất siêu 3-4 tháng trước và nó được dựa trên cơ sở khai thác các FTA thế hệ mới thì đây là những cơ hội rất tích cực. Ngoài ra, chất lượng sản phẩm XK cũng giúp chúng ta vào được những thị trường lớn, đây là những du địa cần phải lưu ý... Việc khai thác các FTA thế hệ mới, nhất là CPTPP, AVFTA và RCEP trong thời gian tới cũng quan trọng. Và việc công bố công khai các lộ trình giảm thuế cũng như các ưu đãi đối với các hoạt động kinh tế xung quanh các FTA thế hệ mới này là cần thiết, kể cả cấp Chính phủ, cấp ngành, cấp địa phương”, TS, Nguyễn Minh Phong, chuyên gia kinh tế nhìn nhận.

Tại phiên họp thường kỳ Chính phủ tháng 6, Thủ tướng Chính phủ Phạm Minh Chính cũng đã chỉ rõ phải đa dạng hóa các thị trường xuất khẩu, xây dựng và bảo vệ thương hiệu, nâng cao chất lượng, giá trị sản phẩm các mặt hàng có thế mạnh, nhất là nông sản, rau, củ, quả, trái cây để tiếp tục mở rộng thị trường, tận dụng hiệu quả các FTA đã ký kết. Bảo đảm mục tiêu cán cân thương mại hài hòa, bền vững; có biện pháp phòng vệ thương mại phù hợp.

(Nguồn: VOV) - Phòng Thông tin - ITPC



Ảnh TL

E-COMMERCE

Thương mại điện tử trong Tiếng Anh được hiểu là **Electronic Commerce**, viết tắt là **E-commerce**, **E-comm** hay **EC**. Đây là cụm từ được dùng thống nhất trên thị trường quốc tế khi nói về hoạt động kinh doanh thương mại điện tử.

Từ vựng

D

Discount Rate: Tỷ lệ chiết khấu của doanh nghiệp cho ngân hàng thanh toán

E

E- Business: Kinh doanh điện tử

E-Commerce Exchange: Sàn giao dịch thương mại điện tử

E-Customs Document: Chứng từ hải quan điện tử

E-Enterprise: Doanh nghiệp điện tử

E-Tailing: Bán lẻ trực tuyến

E-Wallet and Payment Portals: Ví điện tử và cổng thanh toán



Electronic Bill Presentment: Gửi hóa đơn điện tử

Electronic Broker (E-broker): Nhà môi giới điện tử

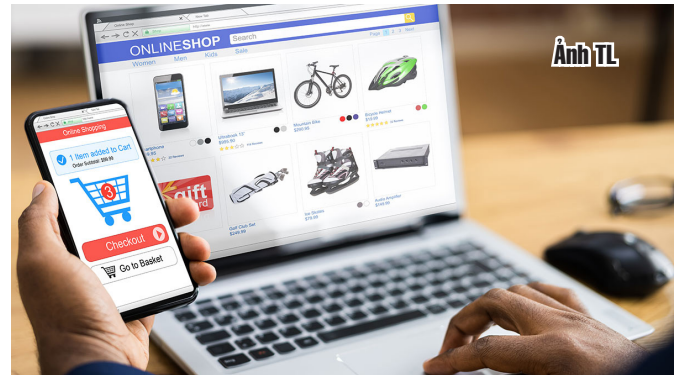
Electronic Data Interchange: Trao đổi dữ liệu điện tử

Electronic Distributor: Nhà phân phối điện tử

Electronic Document: Chứng từ điện tử

Encryption: Mã hóa

Exchange: Giao dịch, trao đổi



G

Gateway: Cổng nối

L

Loyal Customers: Những khách hàng trung thành

M

Merchant Account: Tài khoản thanh toán của người bán (doanh nghiệp, tổ chức, cá nhân)

Mergers and Acquisitions: Sự sáp nhập và mua lại

Microcommerce: Thương mại vi mô

Mobile Commerce (M-Commerce): Thương mại di động

Monthly Fee: Phí mà doanh nghiệp phải trả hàng tháng cho những khoản liên quan đến dịch vụ ngân hàng

O

Offline Media: Phương tiện truyền thông ngoại tuyến

Online Payment Methods: Phương thức thanh toán trực tuyến

Online Shopping Platform: Trang mua sắm trực tuyến

P

Paid Listing: Danh sách niêm yết phải trả tiền

Partial Cybermarketing: Bán hàng trực tuyến một phần

Payment Gateway: Cổng thanh toán

Point of sale: Điểm bán hàng

Processing Service Provider: Nhà cung cấp dịch vụ xử lý thanh toán qua mạng

Pure Cybermarketing: Bán hàng trực tuyến thuần túy

T

Traditional Retail Models: Mô hình bán lẻ truyền thống

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



HUY HOANG[®]
casauhuyhoang.com

CÔNG TY TNHH CÁ SẤU HUY HOÀNG

Add: 688/24F Tân Kỳ Tấn Quý, P. Bình Hưng Hoà, Q. Bình Tân, TP.HCM

Hotline/zalo: 0946 987 575 - 0911 131 404



BÓP VÍ



DÂY THẮT LƯNG



TÚI XÁCH



GIÀY DA



DÉP DA



DÂY ĐỒNG HỒ



MÓC KHÓA



DA THUỘC

* Cá Sấu Huy Hoàng chuyên Sản xuất, Xuất khẩu, Gia công da nguyên liệu và da thành phẩm cao cấp:
Da bò, Da cá sấu, Da đà điểu, Da trăn, Da cá đuối...

* Sản phẩm chính: Bóp ví, Thắt lưng, Túi xách, Giày dép, Dây đồng hồ, Phụ kiện da...

TIN VĂN

❖ Tính chung 6 tháng đầu năm 2021, kim ngạch XK hàng hóa ước tính đạt 157,63 tỷ USD, tăng 28,4% so với cùng kỳ năm trước; kim ngạch NK hàng hóa ước đạt 159,1 tỷ USD, tăng 36,1% so với cùng kỳ năm trước. Tính chung 6 tháng đầu năm 2021, cán cân thương mại hàng hóa nhập siêu 1,47 tỷ USD. Về cơ cấu nhóm hàng NK 6 tháng đầu năm 2021, nhóm hàng tư liệu sản xuất ước tính đạt 149,32 tỷ USD, tăng 36,7% so với cùng kỳ năm trước. Trong đó, nhóm hàng máy móc thiết bị, dụng cụ phụ tùng đạt 72 tỷ USD, tăng 33%; nhóm hàng nguyên, nhiên, vật liệu đạt 77,35 tỷ USD, tăng 40,2%. NK nhóm hàng tiêu dùng ước tính đạt 9,78 tỷ USD trong nửa đầu năm nay, tăng 28% so với cùng kỳ năm 2020. (Báo Hải quan, 08/7)

❖ Theo báo cáo của Tổng cục Lâm nghiệp, xuất khẩu gỗ và lâm sản nửa đầu năm 2021 ước đạt 8,71 tỷ USD, tăng 61,6% so với cùng kỳ năm 2020. Các thị trường xuất khẩu gỗ và lâm sản chính của Việt Nam gồm: Hoa Kỳ; Nhật Bản; Trung Quốc; EU, Hàn Quốc với giá trị xuất khẩu ước đạt trên 7,68 tỷ USD, chiếm khoảng 89% tổng kim ngạch xuất khẩu của cả nước. Ở chiều ngược lại, nhập khẩu nguyên liệu gỗ và sản phẩm gỗ ước đạt trên 1,54 tỷ USD, tăng 39% so cùng kỳ. Thị trường nhập khẩu gỗ và sản phẩm gỗ chính của Việt Nam hiện nay gồm: Trung Quốc, Hoa Kỳ, Pháp, Thái Lan, Chi Lê với giá trị nhập khẩu ước đạt 894 triệu USD, chiếm 58% giá trị nhập khẩu của cả nước. Như vậy, nửa đầu năm 2021, ngành Lâm nghiệp xuất siêu ước đạt 7,2 tỷ USD, tăng 67,4%. (Báo Công Thương, 07/07)



Nghĩa vụ thuế

Vừa rồi doanh nghiệp của chúng tôi có câu hỏi về nghĩa vụ thuế của các bên trong Hợp đồng hợp tác kinh doanh chia lợi nhuận trước thuế. Cục Thuế có yêu cầu “doanh nghiệp chưa nêu rõ hợp đồng hợp tác kinh doanh là ngành nghề gì, nên chưa đủ cơ sở pháp lý trả lời cho doanh nghiệp theo đúng quy định của pháp luật thuế”. Nay chúng tôi xin trình bày rõ nội dung Hợp đồng hợp tác kinh doanh như sau:

Chúng tôi (gồm 3 doanh nghiệp và 2 cá nhân) có thuê được 1 mặt bằng. Chúng tôi dự định cùng góp vốn với nhau để xây dựng 1 trung tâm thương mại trên mặt bằng đó, rồi cho thuê lại. Việc góp vốn của chúng tôi sẽ được thực hiện bằng việc ký kết 1 hợp đồng hợp tác kinh doanh. Các bên trong hợp đồng cùng góp vốn để xây dựng 1 trung tâm thương mại sau đó cho doanh nghiệp khác thuê lại. Việc ghi nhận doanh thu, chi phí của hợp đồng hợp tác này sẽ do 1 bên trong hợp đồng là doanh nghiệp chịu trách nhiệm. Và hợp đồng hợp tác kinh doanh này sẽ chia lợi nhuận trước thuế.

Chúng tôi xin hỏi Hợp đồng hợp tác kinh doanh và chia lợi nhuận trước thuế như trình bày ở trên. Khi chia lợi nhuận trước thuế theo hợp đồng thì nghĩa vụ thuế của các bên trong hợp đồng (gồm 3 doanh nghiệp và 2 cá nhân) sẽ được thực hiện như thế nào?

Xin Cục Thuế có câu trả lời hướng dẫn giúp về nghĩa vụ thuế của các bên trong hợp đồng hợp tác kinh doanh chia lợi nhuận trước thuế. Để chúng tôi cùng nhau bàn bạc xem có thể ký kết Hợp đồng hợp tác kinh doanh với nhau hay không?

Trả lời:

Theo quy định của Luật thuế TNDN thì hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp nộp thuế TNDN thì căn cứ theo thu nhập chịu thuế TNDN nhân với thuế suất thuế TNDN hiện hành (hiện nay là 20% trên thu nhập chịu thuế TNDN). Đối với cá nhân kinh doanh thì nộp thuế TNCN. Theo quy định của Luật thuế TNCN thì việc tính thuế TNCN được tính theo tỷ lệ % trên doanh thu (không tính trên lợi nhuận được chia).

Theo trình bày của Công ty thì Hợp đồng hợp tác kinh doanh bao gồm cả doanh nghiệp và cá nhân nhưng lại chia theo lợi nhuận trước thuế TNDN. Do đó, đề nghị Công ty có văn bản kèm theo Hợp đồng hợp tác kinh doanh gửi cơ quan thuế quản lý trực tiếp doanh nghiệp để xin ý kiến Tổng cục Thuế - Bộ Tài chính giải quyết theo đúng quy định của pháp luật.

Chi phí thuê nhà

Ngân hàng tôi có mua 1 tòa nhà, đã ký hợp đồng và trả hết tiền cho bên bán nhưng chưa hoàn tất thủ tục sang tên, cấp sổ đỏ sang cho Ngân hàng. Vậy Ngân hàng chúng tôi có được phép cho thuê tòa nhà này không? Và có được xuất hóa đơn cho thuê nhà không?

Trả lời:

Căn cứ Luật Kinh doanh Bất động sản số 66/2014/QH13 ngày 25/11/2014 của Quốc Hội Khóa 13 thì về nguyên tắc Ngân hàng phải đủ điều kiện theo quy định tại Điều 9, Điều 10 của Luật Kinh doanh Bất động sản thì Ngân hàng mới được được phép kinh doanh cho thuê bất động sản.

Trung tâm Xúc tiến Thương mại và Đầu tư TP.HCM (Investment and Trade Promotion Centre – ITPC) là đơn vị trực thuộc Ủy ban Nhân dân Thành phố Hồ Chí Minh

ITPC có nhiệm vụ tham gia xây dựng và góp phần thực hiện kế hoạch, chương trình xúc tiến thương mại, đầu tư theo chỉ đạo của Ủy ban nhân dân thành phố, tham mưu cho Ủy ban nhân dân thành phố các chính sách hỗ trợ, khuyến khích xuất khẩu và đầu tư, triển khai các giải pháp, chương trình xúc tiến thương mại, thu thập thông tin và nghiên cứu về thị trường, cơ hội đầu tư và thông tin kinh tế.

Thực hiện các dịch vụ bồi dưỡng nghiệp vụ, cung cấp các dịch vụ giúp doanh nghiệp nâng cao năng lực quản trị doanh nghiệp, tư vấn, hỗ trợ doanh nghiệp mở các văn phòng đại diện thương mại và đầu tư ở trong nước và nước ngoài, các phòng trưng bày, cửa hàng bán sản phẩm.

Tổ chức hoặc hỗ trợ tổ chức các đoàn doanh nghiệp đi khảo sát thị trường, tham dự hội chợ, triển lãm, diễn đàn đầu tư trong nước và nước ngoài.

Tổ chức đón tiếp, bố trí chương trình cho các doanh nghiệp, các tổ chức và cơ quan nước ngoài vào thành phố tìm hiểu môi trường đầu tư và thương mại

Tổ chức hội thảo, hội nghị chuyên đề.

Xây dựng phòng trưng bày giới thiệu sản phẩm xuất khẩu; tổ chức hoặc phối hợp tổ chức các hội chợ và triển lãm hàng xuất khẩu.

Cung cấp hoặc giới thiệu cung cấp dịch vụ cho doanh nghiệp nước ngoài và trong nước: phòng hội nghị, văn phòng làm việc; dịch vụ thu ký, phiên dịch và chuyên viên nghiệp vụ; lập dự án đầu tư; tham quan; gặp gỡ doanh nghiệp.

Thu thập ý kiến của công đồng doanh nghiệp trong nước và nước ngoài về chủ trương, chính sách nhằm cải thiện môi trường kinh doanh và đầu tư của thành phố; giải quyết các khó khăn, vướng mắc của doanh nghiệp.

Phát triển hợp tác quốc tế với các tổ chức xúc tiến thương mại và đầu tư trong và ngoài nước.

Thu thập khảo sát thông tin và nghiên cứu thị trường trong nước và quốc tế. Cung cấp thông tin về cơ hội đầu tư và giao thương.

Xây dựng cơ sở dữ liệu về tiềm năng của thành phố, hàng hóa, thị trường, xuất nhập khẩu và đầu tư. Phát hành bản tin, các ấn phẩm thương mại và đầu tư. Tổ chức thông tin về thương mại và đầu tư qua mạng.



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

Địa chỉ: 51 Đinh Tiên Hoàng, Phường Đa Kao, Quận 1, Tp.HCM
92 Nguyễn Huệ, Phường Bến Nghé, Quận 1, Tp.HCM

ĐT: (028) 3823 6738 - 3910 1309. Fax: (028) 3824 2391

Email: itpc@itpc.gov.vn; info@itpc.gov.vn

Website: www.itpc.gov.vn

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.



Showroom 92 - 96 Nguyễn Huệ hoạt động phục vụ quý doanh nghiệp trong điều kiện tuân thủ các quy định phòng chống dịch Covid-19 theo hướng dẫn của Bộ y tế và quy định của Ủy ban nhân dân Thành phố Hồ Chí Minh



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