



BẢN TIN

www.itpc.gov.vn

XÚC TIẾN THƯƠNG MẠI & ĐẦU TƯ

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

SỐ 37 (1027) NGÀY 11.10.2023



Hàng hoá Việt Nam sẽ ảnh hưởng thế nào khi EU áp dụng CBAM từ 01/10/2023? (trang 5 - 6)

Diễn đàn hợp tác và phát triển về lĩnh vực sản xuất thực phẩm Halal trong khối ASEAN (trang 3)

Đoàn xúc tiến Thương mại, Đầu tư và Du lịch tại Anh và Ý (trang 3)

Cụm gian hàng chung TP.HCM tại Hội chợ quốc tế La Habana lần thứ 39 (FIHAV 2023) và khảo sát thị trường Cuba (trang 4)



Marketing bền vững trong ngành thời trang: Xanh hóa là xu hướng mới? (trang 11 - 13)

BẢN TIN
**XÚC TIẾN
THƯƠNG MẠI
& ĐẦU TƯ**

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



**TRANG FACEBOOK CHÍNH THỨC
CỦA ITPC**

[https://www.facebook.com/ITPC.
HOCHIMINH](https://www.facebook.com/ITPC.HOCHIMINH)



GIẤY PHÉP XUẤT BẢN

Số 40/GP - XBTT - STTTT, ngày
12/12/2022 của Sở Thông tin
Truyền thông Tp.HCM

SỐ 37

10.2023



03 HOẠT ĐỘNG XÚC TIẾN THƯƠNG MẠI & ĐẦU TƯ

Diễn đàn hợp tác và phát triển về lĩnh vực sản xuất thực phẩm Halal trong khối ASEAN

Đoàn xúc tiến Thương mại, Đầu tư và Du lịch tại Anh và Ý

04. Cụm gian hàng chung TP.HCM tại Hội chợ quốc tế La Habana lần thứ 39 (FIHAV 2023) và khảo sát thị trường Cuba

05 THỊ TRƯỜNG - SẢN PHẨM

Hàng hoá Việt Nam sẽ ảnh hưởng thế nào khi EU áp dụng CBAM từ 01/10/2023?

07. Một số quy định mới của EU liên quan đến nhập khẩu từ đầu năm 2023 đến nay



09. Các thông tin hữu ích cho doanh nghiệp muốn xuất khẩu thủy sản sang Nhật Bản

11. Marketing bền vững trong ngành thời trang: Xanh hóa là xu hướng mới?



Diễn đàn hợp tác và phát triển về lĩnh vực sản xuất thực phẩm Halal trong khối ASEAN

Nhằm cung cấp cho các doanh nghiệp Việt Nam những thông tin mới nhất về tổng quan thị trường thương mại tại các nước Hồi giáo, các yêu cầu về chứng chỉ Halal cho ngành công nghiệp thực phẩm để các doanh nghiệp Việt Nam hiểu rõ và tận dụng cơ hội mở rộng thị trường sản phẩm Halal và tìm kiếm các đối tác tiềm năng xuất khẩu sang thị trường các nước Hồi giáo; Trung tâm Xúc tiến Thương mại và Đầu tư Thành phố (ITPC) phối hợp với Sở Công Thương, Hội Lương thực Thực phẩm Thành phố Hồ Chí Minh (FFA), Đại sứ quán Brunei, Tổng Lãnh sự quán Malaysia, Tổng Lãnh sự quán Cộng hòa Indonesia, Tổng Lãnh sự quán Singapore tại Thành phố Hồ Chí Minh tổ chức Diễn đàn hợp tác và phát triển về lĩnh vực sản xuất thực phẩm Halal trong khối ASEAN. Chương trình cụ thể như sau:

Phòng Dịch vụ - ITPC

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

Điện thoại: (028) 3910 4903

Liên hệ đăng ký với chuyên viên Thanh Nguyệt (0917 518 744, nguyetttt@itpc.gov.vn)

❖ **Thời gian:** ngày 31/10/2023.

❖ **Địa điểm:** Hội trường khách sạn 4 sao tại Quận 1, TP.HCM.

❖ **Quy mô:** dự kiến từ 250 - 300 doanh nghiệp.

❖ **Nội dung:**

- Nghiên cứu khả năng hợp tác và phát triển lĩnh vực sản xuất thực phẩm Halal giữa Việt Nam và các nước trong khối ASEAN.

- Triển lãm sản phẩm ngành công nghiệp Halal trong khối ASEAN.

- Kết nối, giao lưu giữa doanh nghiệp Việt Nam và doanh nghiệp

các nước Brunei, Indonesia, Malaysia, Singapore.

❖ **Đối tượng tham gia:**

Doanh nghiệp Việt Nam, Doanh nghiệp là hội viên Câu lạc bộ Doanh nghiệp Xuất khẩu Thành phố Hồ Chí Minh (VEXA), hội viên các Hiệp hội, Hội ngành nghề sản xuất và kinh doanh các sản phẩm mang thương hiệu Việt Nam đã đạt chứng nhận Halal hoặc doanh nghiệp đang có nhu cầu tìm hiểu chứng nhận Halal có các sản phẩm thuộc ngành hàng sau: Lương thực thực phẩm; dệt may, da giày; các sản phẩm trong lĩnh vực nông nghiệp công nghệ cao, các trang thiết bị,... phục vụ cho ngành nông nghiệp, các sản phẩm thương mại đặc trưng...

❖ **Hình thức tham gia:** trực tiếp.

❖ **Phí tham dự:** MIỄN PHÍ.

❖ **Thời hạn đăng ký:** Quý Doanh nghiệp vui lòng gửi đăng ký trước ngày 27/10/2023.

Phòng Dịch vụ - ITPC

Đoàn xúc tiến Thương mại, Đầu tư và Du lịch tại Anh và Ý

Trong chuyến công tác của Đoàn đại biểu Thành phố thăm và làm việc tại Anh và Ý do đồng chí Võ Văn Hoan, Phó Chủ tịch Ủy ban nhân dân Thành phố làm Trưởng đoàn, Trung tâm Xúc tiến Thương mại và Đầu tư (ITPC) phối hợp tổ chức “Diễn đàn doanh nghiệp Việt Nam - Vương quốc Anh năm 2023” và các hoạt động xúc tiến thương mại, đầu tư và du lịch tại Anh và Ý như sau:

❖ **Thời gian:** từ 21/10 đến 29/10/2023 (09 ngày, 08 đêm).

❖ **Địa điểm:** thành phố London, Anh quốc; thành phố Torino và Rome, Ý.

❖ **Đối tượng tham dự:** các tổ chức, doanh nghiệp thuộc mọi thành phần kinh tế.

Trung tâm Xúc tiến Thương mại và Đầu tư TP.HCM - ITPC

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

+ Ngọc Linh (0908 117 702, linhnn@itpc.gov.vn)

+ Quốc Vinh (0907 980 988, vinhnq@itpc.gov.vn)

+ Thanh Phong (0913 723 232, phonglt@itpc.gov.vn)

Website: <http://itpc.hochiminhcity.gov.vn/home>

Trung tâm Xúc tiến Thương mại và Đầu tư (ITPC) trân trọng kính mời Quý doanh nghiệp tham gia cùng với đoàn và gửi phiếu đăng ký tham dự về Trung tâm Xúc tiến Thương mại và Đầu tư, 51 Đinh Tiên Hoàng, P. Đa Kao, Quận 1, TP.HCM.

Cụm gian hàng chung TP.HCM tại Hội chợ quốc tế La Habana lần thứ 39 (FIHAV 2023) và khảo sát thị trường Cuba

Thực hiện Công văn số 4351/UBND-KT ngày 08 tháng 9 năm 2023 của Ủy ban nhân dân Thành phố về việc tổ chức Cụm gian hàng Thành phố Hồ Chí Minh tại Hội chợ quốc tế La Habana lần thứ 39 và Chương trình xúc tiến thương mại khảo sát thị trường Cuba; Trung tâm Xúc tiến Thương mại và Đầu tư (ITPC) trân trọng kính mời Quý Đơn vị tham gia các chương trình sau:

I. CỤM GIAN HÀNG CHUNG THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH TẠI HỘI CHỢ QUỐC TẾ LA HABANA LẦN THỨ 39 (FIHAV 2023):

- ❖ **Thời gian:** từ ngày 06 - 11/11/2023 (06 ngày).
- ❖ **Địa điểm:** Trung tâm Triển lãm EXPOCUBA, Thủ đô La Habana, Cuba.
- ❖ **Quy mô:** Tổng diện tích trưng bày toàn cụm gian hàng dự kiến 150m², được thiết kế, trang trí riêng mang màu sắc hiện đại, trang trọng.
- ❖ **Ngành hàng mục tiêu:** Nông lâm thủy sản và thực phẩm chế biến, cà phê, may mặc - thời trang, điện - điện tử và điện gia dụng, máy và thiết bị công nghiệp, hóa chất, gốm sứ và vật liệu xây dựng, đồ gỗ và thủ công mỹ nghệ, hàng tiêu dùng, đầu tư, du lịch và dịch vụ thương mại...
- ❖ **Sản phẩm trưng bày:** sản phẩm đã xuất khẩu hoặc có tiềm năng xuất khẩu tiêu biểu, có chất lượng, thương hiệu uy tín, đạt tiêu chuẩn xuất khẩu, truy xuất nguồn gốc rõ ràng, ưu tiên các sản phẩm đạt các chứng nhận quốc tế...
- ❖ **Đối tượng tham gia:** Doanh nghiệp Thành phố Hồ Chí Minh có năng lực sản xuất, kinh doanh các mặt hàng

Phòng Xúc tiến Thương mại - ITPC

Địa chỉ: 51 Đinh Tiên Hoàng, phường Đa Kao, Quận 1, TP.HCM.

Điện thoại: (028) 3910 4565

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

Website: itpc.hochiminhcity.gov.vn



có khả năng cạnh tranh và năng lực xuất khẩu, sản phẩm có mẫu và chất lượng phù hợp với thị trường Cuba và Châu Mỹ Latinh, nhân sự tham gia đoàn có đủ khả năng, nghiệp vụ tham gia Hội chợ quốc tế.

II. CHƯƠNG TRÌNH XÚC TIẾN THƯƠNG MẠI KHẢO SÁT THỊ TRƯỜNG CUBA (02 - 12/11/2023):

- ❖ **Thời gian:** từ ngày 02 - 12/11/2023 (11 ngày).
- ❖ **Địa điểm:** Cuba.
- ❖ **Nội dung chương trình dự kiến:**
 - Thăm và làm việc với Đại sứ quán Việt Nam tại Cuba; Thăm và làm việc với Thương vụ Việt Nam tại Cuba; Làm việc với Đặc khu phát triển kinh tế Mariel; Khảo sát Hội chợ quốc tế La Habana lần thứ 39; Khảo sát các chợ đầu mối, làm việc với một số kênh phân phối, doanh nghiệp nhà nước lớn tại La Habana và Varadero; Khảo sát thực tế các dự án kêu gọi đầu tư của Cuba trong lĩnh vực nông nghiệp, chế biến thực phẩm, sản xuất hàng tiêu dùng, máy móc, thiết bị, vật tư phục vụ sản xuất nông nghiệp.
 - Đơn vị hậu cần: Công ty cổ phần Dịch vụ Du lịch Bến Thành.
- ❖ **Phí tham dự:** 169.000.000 VND/người (Một trăm sáu mươi chín triệu đồng/người) bao gồm các chi phí như: xuất nhập cảnh, vé máy bay, ăn, ở, đi lại, chi phí làm việc,...

Phòng Xúc tiến Thương mại - ITPC

Hàng hoá Việt Nam sẽ ảnh hưởng thế nào khi EU áp dụng CBAM từ 01/10/2023?

Từ ngày 01/10/2023, 6 loại hàng hoá thải ra nhiều carbon nhất trong quá trình sản xuất được Liên minh châu Âu (EU) xác định là sắt thép, xi măng, phân bón, nhôm, điện và hidro sẽ được yêu cầu tuân thủ các nghĩa vụ báo cáo về tiêu chuẩn khí thải theo “Cơ chế điều chỉnh biên giới carbon” (CBAM).

Bắt đầu từ năm 2026, nếu lượng khí thải vượt quá tiêu chuẩn đặt ra, nhà sản xuất sẽ phải chịu đánh “thuế carbon” - theo mức giá carbon hiện nay tại EU nếu muốn xuất khẩu vào thị trường này. Hàng hoá Việt Nam sẽ ảnh hưởng thế nào khi EU áp dụng Cơ chế CBAM? Và đâu là việc cần làm từ cả phía cơ quan quản lý nhà nước và doanh nghiệp để đáp ứng

các tiêu chuẩn ngày càng cao của thị trường EU - đối tác thương mại hàng đầu của Việt Nam (thị trường xuất khẩu lớn thứ 3, thị trường nhập khẩu lớn thứ 5 của Việt Nam)?

Trong một số hội thảo gần đây về chuyển đổi xanh, nhiều chuyên gia cho rằng, “Cơ chế điều chỉnh biên giới carbon” (CBAM) của EU có tác động trực tiếp đến 4 ngành công nghiệp chính của Việt Nam là sắt thép, xi măng, phân bón và nhôm, đây không phải là những ngành xuất khẩu mạnh của nước ta sang EU, do đó, trong ngắn hạn, xuất khẩu tổng thể của Việt Nam sang EU sẽ không bị ảnh hưởng nhiều.

Tuy nhiên, TS Nguyễn Văn Hội - Viện trưởng Viện nghiên cứu chiến lược chính sách Công Thương, Bộ Công Thương đã dẫn chứng thực tế số liệu mặt hàng sắt thép của Việt Nam xuất khẩu vào thị trường EU 8 tháng năm 2023 như sau: “Những mặt hàng mà chúng ta hiện nay xuất khẩu nhiều vào châu Âu, đặc biệt nhất là trong đó các mặt hàng sắt thép. Riêng 8 tháng đầu năm 2023 mặt hàng sắt thép xuất khẩu vào EU

Đồng thời, Ủy ban châu Âu sẽ đánh giá cách thức hoạt động của CBAM và xem xét khả năng mở rộng phạm vi sang nhiều sản phẩm và dịch vụ hơn.

Về lâu dài, phạm vi của CBAM có thể được mở rộng để bao gồm cả phát thải gián tiếp và các lĩnh vực khác cũng như các sản phẩm sử dụng nhiều carbon - chẳng hạn như sử dụng nhiều năng lượng cho hoạt động sản xuất - kinh doanh; và tập trung vào

các lĩnh vực cụ thể như: năng lượng, khoáng sản; sản xuất và chế biến một số loại thực phẩm (đường, tinh bột, khoai tây, cà chua; sản xuất một số sản phẩm dệt may; hoá chất, xây dựng...)

Ông Nguyễn Hoa Cương - Phó Viện trưởng Viện nghiên cứu quản lý kinh tế trung ương (CIEM) nêu

thực tế, và cho rằng: “Liên quan đến câu chuyện về EU hay liên quan đến việc thị trường may mặc ở Bangladesh là một trong những ví dụ điển hình cho thấy rằng đây là xu hướng chung của toàn bộ thế giới. Nó chỉ là vấn đề thời gian, có thể sẽ sớm một chút hay muộn một chút; có thể nhiều ngành hơn một chút hay ít ngành một chút... nhưng mà rõ ràng đây là xu hướng không thể đảo ngược được.

Tốt hơn hết là chúng ta nên chủ động - ngay cả với ngành mà chưa phải áp thuế cũng nên suy nghĩ rằng việc áp thuế nó chỉ xảy ra ngày một ngày hai, và rõ ràng yêu cầu về các sản phẩm (Xem tiếp trang 6)



đã tăng gấp đôi, tức là hiện nay - tính đến hết 8 tháng đạt 2,31 triệu tấn, chiếm trên 30% tổng lượng xuất khẩu sắt thép của Việt Nam trong 8 tháng đầu năm 2023...”.

Như vậy, là đã có những mặt hàng xuất khẩu của Việt Nam phải tuân thủ các nghĩa vụ báo cáo về tiêu chuẩn khí thải theo “Cơ chế điều chỉnh biên giới carbon” (CBAM) của EU. Nếu không đảm bảo đúng các tiêu chí và tuân thủ đúng lộ trình của CBAM, các nhà sản xuất 6 loại hàng hoá kể trên muốn xuất khẩu vào EU sẽ phải mua “chứng chỉ khí thải” (hay còn gọi áp “thuế carbon”) - từ đầu năm 2026.

(Tiếp theo trang 5)



phẩm đối với các thị trường cao cấp rõ ràng là yêu cầu cao hơn rất nhiều.

Có thể chúng ta đều thấy rằng vấn đề này nó sẽ phát sinh rất nhiều chi phí cho doanh nghiệp, nhưng ngược lại, sản phẩm đó khi vào các thị trường đó thì sẽ có những thuận lợi và cũng có thể bán ở mức cao hơn, doanh thu cao hơn, và điều quan trọng là chúng ta không bị bỏ lại phía sau trong câu chuyện chuỗi giá trị mới của ngày hôm nay”.

Ngay từ đầu năm 2023, EU đã đưa ra “Thoả thuận xanh châu Âu” với nhiều chiến lược được thực thi nhằm mục tiêu “làm cho EU trở nên trung lập với khí hậu vào năm 2050”.

Mới đây, EU tiếp tục đưa ra cảnh báo về tình trạng gia tăng vi phạm an toàn thực phẩm trong các sản phẩm thủy sản và trái thanh long nhập khẩu vào thị trường này. EU không loại trừ khả năng hạn chế nhập khẩu các mặt hàng tương tự từ Việt Nam nếu không đảm bảo các điều kiện môi trường mà EU đặt ra.

Từ các thực tế này, chuyên gia kinh tế, TS Vũ Đình Ánh nêu quan điểm: “Các chứng chỉ carbon cũng như các biện pháp để bảo vệ môi trường, chống biến đổi khí hậu thì ở Việt Nam chúng ta cũng đang trong quá trình tiến hành xây dựng và triển khai trong thời gian tới.

Như vậy thì việc thực thi các yêu cầu hay quy định của thị trường EU sẽ giúp cho chúng ta không chỉ thúc đẩy từ phía các doanh nghiệp mà còn giúp cho chúng ta trong vấn đề hình thành các khuôn khổ pháp lý, các

cơ chế, chính sách cũng như sự hỗ trợ của các cơ quan chính quyền, cơ quan chức năng trong vấn đề hỗ trợ doanh nghiệp thông qua các công cụ hữu hiệu để giúp cho chúng ta bảo vệ môi trường cũng như chống biến đổi khí hậu...”.

Tại Diễn đàn “Phát triển thị trường tín chỉ carbon - kinh nghiệm quốc tế và bài học cho Việt Nam” mới đây, nhóm nghiên cứu do Trường Đại học kinh tế, Đại học Quốc gia Hà Nội chỉ ra rằng, hàng năm Việt Nam có thể phải chịu thêm một khoản chi phí cho thuế phát thải carbon từ 32-50 tỷ USD khi xuất khẩu vào EU. Vì vậy, để tăng sức cạnh tranh cho sản phẩm hàng hoá, đáp ứng nhu cầu của thị trường, Việt Nam cần tăng cường các giải pháp giảm phát thải, ở cả góc độ doanh nghiệp, người dân và cơ quan quản lý.

Theo đó, các nhà hoạch định chính sách cần có quy định chi tiết, cụ thể để hướng dẫn doanh nghiệp chủ động tiếp cận với “Cơ chế điều chỉnh biên giới carbon” (CBAM) và lộ trình tiếp cận CBAM của Việt Nam. Đồng thời, xây dựng cơ chế định giá carbon và thị trường tín chỉ carbon của Việt Nam.

Ông Phạm Hồng Điệp, Chủ tịch HĐQT Công ty CP Công nghiệp tàu thủy Shinec (chủ đầu tư KCN Nam Cầu Kiền) cho biết: “Tôi được biết hiện nay Chính phủ cũng đang chỉ đạo cho các bộ ngành xây dựng chiến lược, khung pháp lý - từ 2025-2028 thì Việt Nam phải xây dựng cơ sở pháp lý về thị trường tín chỉ carbon

này... Là một doanh nghiệp, chúng tôi rất mong muốn nhà nước nên nhanh chóng có khung pháp lý về tín chỉ carbon. Việc có khung pháp lý về tín chỉ carbon nó sẽ làm cho phong trào phát triển doanh nghiệp xanh, các doanh nghiệp hứng khởi hơn trong việc phát triển kinh tế gắn chặt với bảo vệ môi trường...”.

Theo TS Nguyễn Văn Hội - Viện trưởng Viện nghiên cứu chiến lược chính sách Công Thương, Bộ Công Thương trong trước mắt, Việt Nam cần chủ động đối thoại với EU để làm rõ các quy định về CBAM, các mặt hàng, lĩnh vực thuộc đối tượng áp dụng hoặc ưu đãi, miễn giảm.

Cùng với đó, cần có chính sách ưu đãi, hỗ trợ về vốn, nâng cao năng lực giúp doanh nghiệp chuyển đổi sang công nghệ sản xuất xanh hơn. Về phía doanh nghiệp cũng cần chủ động đầu tư đổi mới công nghệ để tiết kiệm nguyên vật liệu đầu vào, giảm tiêu thụ năng lượng, giảm tối đa nguồn thải ra môi trường nếu muốn sản phẩm của mình được tiêu thụ ở các thị trường có tiêu chuẩn cao như EU.



(Theo vov.vn) - Phòng Thông tin - ITPC

Một số quy định mới của EU liên quan đến nhập khẩu từ đầu năm 2023 đến nay

Từ đầu năm 2023 đến nay, EU đã có một số quy định mới liên quan đến hoạt động nhập khẩu. Phần lớn trong số này là các quy định liên quan đến nông, lâm, thủy sản.

Theo thông tin từ Thương vụ Việt Nam tại Bỉ, Từ đầu năm 2023 đến nay, EU đã có một số quy định mới liên quan đến hoạt động nhập khẩu. Phần lớn trong số này là các quy định liên quan đến nông, lâm, thủy sản. Có thể đề cập đến một số quy định như:

1. Quy định mới của EU về dư lượng arsen, hoạt chất isoxaben, novaluron và tetraconazole áp dụng trên nông sản, thực phẩm

Ngày 03/3/2023, Ủy ban châu Âu ban hành Quy định (EU) 2023/466 sửa đổi Phụ lục II, III và V của Quy định (EC) số 396/2005 của Nghị viện và của Hội đồng châu Âu liên quan đến mức dư lượng tối đa (MRL) đối với hoạt chất isoxaben, novaluron và tetraconazole trong hoặc trên một nông sản thực phẩm bao gồm các nhóm rau, củ, quả tươi và đông lạnh; nhóm các loại hạt, điều cà phê, chè, nhóm sản phẩm gia vị, ngũ cốc, hạt có dầu và sản phẩm động vật trên cạn thịt các loại, trứng sữa, mật ong... Mức MRL các hoạt chất trên các loại sản phẩm khác nhau từ 0,01 mg/kg. Tuy nhiên, EU cũng đưa ra mức quy định dư lượng MRL của một trong các hoạt chất trên từ 0,05 mg/kg, 0,07 thậm chí 1,5 mg/kg trong các nhóm sản phẩm như rau, củ rau gia vị, thịt và nội tạng động vật. Năm 2023, EU tập trung sửa đổi rất nhiều các quy định MRL tại Quy định (EC) số 396/2005. Quy định này sẽ có hiệu lực vào ngày 26/9/2023.

Cùng ngày 03/3/2023, Ủy ban châu Âu ban hành Quy định mới số (EU) 2023/465 sửa đổi Quy định (EC) số 1881/2006 liên quan đến mức MRL arsen tối đa trong một số loại thực phẩm. Cụ thể Quy định mức dư lượng arsen đối với gạo, các sản phẩm chế biến từ gạo, thực phẩm dinh dưỡng trẻ em, nước hoa quả, sản phẩm hoa quả cô đặc, muối. Ngưỡng MRL arsen dao động từ 0,01 đến 0,15 mg/kg sản phẩm. Quy định này áp dụng trực tiếp trên tất cả các thành viên EU và có hiệu lực từ ngày 26/3/2023.

2. EU thay đổi mẫu Giấy chứng nhận kiểm dịch động vật dưới nước nhập khẩu vào EU

Ngày 08/3/2023, Ủy ban châu Âu ban hành Quy định (EU) 2023/516 sửa đổi Phụ lục II Quy định (EU) 2020/2236 về mẫu Giấy chứng nhận kiểm dịch động vật nhập khẩu vào EU đối với các lô hàng động vật thủy sinh phục vụ nuôi trồng thủy sản, thả phóng sinh vào tự nhiên hoặc phục vụ cho các mục đích khác, không bao gồm phục vụ cho mục đích tiêu dùng trực tiếp của con người. Chi tiết Mẫu chứng giấy chứng nhận kiểm dịch động vật xuất khẩu quy định tại Phụ lục II Quy định (EU) 2020/2236 và Quy định này có hiệu lực ngay sau khi đăng công báo EU áp dụng trực tiếp đối tại các thành viên EU.

Tuy nhiên, Quy định 2023/516 cũng quy định thời gian chuyển tiếp áp dụng mẫu giấy chứng nhận cũ đối với các lô hàng động vật thủy sinh nhập khẩu vào EU phục vụ nuôi trồng thủy sản, thả phóng sinh vào tự nhiên hoặc phục vụ cho các mục đích khác, không bao gồm phục vụ cho tiêu dùng trực tiếp của con người cho đến ngày 15/9/2023.

Bên cạnh đó, các văn bản hướng dẫn về mẫu chứng thư của EU số 2020/2235, hay 2021/608 đều yêu cầu rằng với các chứng thư gồm nhiều trang thì các trang cần được đánh số liên tục, trên mỗi trang có mã đặc định của chứng thư, dấu của cơ quan có thẩm quyền và chữ ký của người xác nhận. Đề nghị các cơ quan và doanh nghiệp Việt Nam cần lưu ý quy định bổ sung này.

3. Quy định mới của EU về các biện pháp khẩn cấp và tạm thời kiểm soát an toàn thực phẩm

Ngày 07/6/2023, EU đã đăng công báo Quy định (EU) 2023/1110 ký ngày 06/6/2023 sửa đổi Quy định 2019/1973 về các biện pháp khẩn cấp kiểm soát thực phẩm xuất khẩu vào EU. Theo đó, EU đã chính thức đưa các loại mì ăn liền của Việt Nam từ Phụ lục II (kiểm soát bằng chứng thư an toàn thực phẩm và kiểm soát tại cửa khẩu) sang Phụ lục I với tần suất kiểm tra tại biên giới là 20%. Như vậy, kể từ ngày 27/6/2023, các mặt hàng mì ăn liền xuất khẩu từ Việt Nam sẽ không bị bắt buộc phải đi kèm giấy kiểm định an toàn thực phẩm do cơ quan có thẩm quyền của Việt Nam cấp. Quy định có hiệu lực 20 ngày sau ngày đăng công báo.

Cũng tại Quy định này, ớt chuông từ Việt Nam vẫn nằm trong Phụ lục I với tần suất kiểm tra 50% tại cửa khẩu; đậu bắp và thanh long vẫn nằm trong Phụ lục II với
(Xem tiếp trang 8)

(Tiếp theo trang 7)



tần suất kiểm tra tương ứng là 50% và 20%. Điều này có nghĩa là các mặt hàng nông nghiệp không có thay đổi so với quy định của 6 tháng trước.

Như vậy, chỉ 6 tháng sau khi EU thông qua quy định kiểm soát khẩn cấp đối với các loại bún, miến mì của Việt Nam (hiệu lực từ ngày 01/01/2022), Việt Nam đã thành công thuyết phục EU đưa bún miến, các sản phẩm từ gạo ra khỏi danh mục quản lý an toàn thực phẩm và 18 tháng sau thì thành công đưa mì ăn liền từ Phụ lục II (kiểm soát theo chứng thư và tại cửa khẩu) sang Phụ lục I (kiểm soát tại cửa khẩu). Điều này thể hiện nỗ lực

rất lớn và kịp thời của Bộ Công Thương trong công tác kiểm soát an toàn thực phẩm cũng như tích cực hỗ trợ giải quyết khó khăn cho doanh nghiệp. Tuy nhiên, việc EU vẫn duy trì kiểm soát tại cửa khẩu với tần suất 20% đòi hỏi Việt Nam luôn phải duy trì tốt công tác kiểm soát an toàn thực phẩm đối với mì ăn liền. Nếu trong 6 tháng cuối năm 2023, mì ăn liền của Việt Nam xuất khẩu vào EU có nhiều vụ vi phạm quy định an toàn thực phẩm thì lộ trình tiếp theo của EU sẽ là tăng giám sát lên mức 50% tại cửa khẩu và sau đó là đưa quay lại Phụ lục II. Nếu mì ăn liền của Việt Nam bị đưa lại về Phụ lục II (như trường hợp của thanh long), thì quá trình thuyết phục EU đưa lại Phụ lục I là khó khăn hơn rất nhiều. Do vậy, đề nghị các doanh nghiệp xuất khẩu mì ăn liền của Việt Nam phải liên tục kiểm soát tốt an toàn thực phẩm, và kể cả xem xét áp dụng các biện pháp tự nguyện như tự xét nghiệm tại các phòng thí nghiệm uy tín đối với các lô hàng mì ăn liền xuất khẩu vào EU.



4. Quy định mới của EU đối với một số sản phẩm liên quan đến phá rừng và suy thoái rừng

Ngày 09/6/2023, EU đã đăng công báo Quy định (EU) 2023/1115 của Nghị viện và Hội đồng châu Âu về đưa vào lưu thông và xuất khẩu một số sản phẩm liên quan đến phá rừng và suy thoái rừng, thay thế quy định số 995/2000. Theo đó, các mặt hàng phải thực hiện nghĩa vụ giải trình gồm gia súc, ca cao, cà phê, cọ và dầu cọ, cao su, đỗ tương, gỗ. Quy định này có hiệu lực vào ngày thứ 20 kể từ ngày đăng công báo.

(Theo Hiệp hội Chế biến và Xuất khẩu Thủy sản Việt Nam (VASEP)) - Phòng Thông tin - ITPC

Các thông tin hữu ích cho doanh nghiệp muốn xuất khẩu thủy sản sang Nhật Bản

1. Một số điểm lưu ý khi xuất khẩu thủy sản sang Nhật Bản

Sản phẩm thủy sản tươi sống và chế biến muốn được nhập khẩu vào Nhật Bản cần phải được đảm bảo phù hợp với các tiêu chuẩn quy định trong Luật Vệ sinh an toàn thực phẩm. Đối với thủy sản nuôi trồng, cần đảm bảo quá trình nuôi trồng thủy sản không sử dụng các chất kháng sinh tổng hợp bị cấm theo quy định của Nhật Bản, và đáp ứng quy định về dư lượng kháng sinh.

Đối với các nhà xuất khẩu thủy sản sang Nhật Bản, con đường thâm nhập thị trường phổ biến nhất thường là thông qua một công ty thương mại nhập khẩu của Nhật Bản. Các công ty thương mại nhập khẩu trong ngành thủy sản sẽ phân phối sản phẩm thủy sản tới các nhà bán lẻ hoặc tới các chợ bán buôn tập trung. Một số nhà xuất khẩu nước ngoài cũng đã thành lập công ty nhập khẩu của riêng họ tại Nhật Bản, tuy nhiên họ gặp phải trở ngại trong việc tìm ra con đường riêng để tiếp cận tới các nhà bán lẻ và người tiêu dùng.

Một trong những thách thức lớn hiện nay của các nhà chế biến thủy sản Nhật Bản là việc phải đảm bảo nguồn cung nguyên liệu thủy sản ổn định, do vậy xuất khẩu/gia công xuất khẩu thủy sản sang Nhật Bản vẫn còn tiềm năng lớn để tiếp tục mở rộng và phát triển.

2. Cơ hội cho xuất khẩu thủy sản của Việt Nam sang Nhật Bản

Các doanh nghiệp xuất khẩu thủy sản của Việt Nam muốn xuất



Ảnh TL

khẩu sang thị trường Nhật Bản có thể nghiên cứu tận dụng các cam kết ưu đãi cắt giảm thuế quan trong các Hiệp định thương mại tự do mà Việt Nam và Nhật Bản cùng là thành viên, bao gồm: Hiệp định Đối tác Kinh tế Việt Nam - Nhật Bản (VJEP), Hiệp định Đối tác Kinh tế Toàn diện ASEAN - Nhật Bản (AJCEP), Hiệp định Đối tác Toàn diện và Tiến bộ xuyên Thái Bình Dương (CPTPP), Hiệp định Đối tác Kinh tế Toàn diện Khu vực (RCEP).

VJEP là FTA song phương, được đàm phán và có hiệu lực sau, nên có các cam kết về thuế quan cho Việt Nam cao hơn trong AJCEP. VJEP có hiệu lực từ năm 2009, trong đó các cam kết ưu đãi thuế của Nhật Bản với thủy sản Việt Nam cụ thể như sau: (i) Đối với thủy sản tươi sống: một số sản phẩm được xóa bỏ thuế ngay sau khi có hiệu lực, phần lớn được cắt giảm theo lộ trình 5 - 10 năm, và có một số sản phẩm không có cam kết xóa bỏ thuế; (ii) Đối với thủy sản chế biến: một số sản phẩm được xóa bỏ thuế ngay sau khi có hiệu lực, một số sản phẩm có lộ trình xóa bỏ thuế 3 - 10 năm và có một vài sản phẩm không có cam kết xóa bỏ thuế.

Còn trong CPTPP, cam kết ưu đãi thuế quan đối với thủy sản Việt Nam được chia theo hai nhóm: (i) Xóa bỏ thuế ngay khi Hiệp định có hiệu lực với khoảng 65% (317/484) dòng sản phẩm thủy sản; (ii) Cắt giảm và xóa bỏ thuế quan theo lộ trình 6 - 16 năm kể từ khi Hiệp định có hiệu lực với một số dòng thuế thủy sản.

Như vậy, đối với các sản phẩm có cam kết cắt giảm, loại bỏ thuế quan, mức cam kết trong CPTPP có thể không lớn bằng VJEP (do lộ trình dài hơn). Tuy nhiên, CPTPP lại có mức độ mở cửa mạnh hơn VJEP đối với những dòng sản phẩm mà Nhật Bản không cam kết xóa bỏ thuế trong VJEP. Ngoài ra, qui tắc xuất xứ trong CPTPP khác với VJEP, đặc biệt là ở nguyên tắc cộng gộp (trong CPTPP nguyên liệu có thể được cộng gộp từ cả 11 nước thành viên CPTPP trong khi VJEP chỉ được cộng gộp nguyên liệu từ 2 nước là Việt Nam và Nhật Bản). Do đó, CPTPP mang đến cho doanh nghiệp thêm nhiều lựa chọn hơn để áp dụng thuế quan ưu đãi.

Hiệp định RCEP được ký kết tháng 11/2020 và đang trong thời gian chờ các nước thành viên phê chuẩn để chính thức đi vào có hiệu lực. Hiệp định có quy mô lớn nhất thế giới này (với 15 nước thành viên chiếm gần 30% dân số thế giới và 30% tổng GDP toàn cầu) được đánh giá sẽ có sự bổ sung rất tốt để Việt Nam tận dụng tốt hơn về thị trường mà các FTA trước đây đã mở ra, đặc biệt là giúp hàng Việt Nam cải thiện yếu điểm về đáp ứng các tiêu chuẩn xuất xứ. Doanh nghiệp Việt Nam có thể sử dụng nguyên liệu đầu vào từ các nước trong RCEP (10 nước

(Xem tiếp trang 10)

(Tiếp theo trang 9)

ASEAN, Trung Quốc, Hàn Quốc, Nhật Bản, Australia, New Zealand) để sản xuất và xuất khẩu sang các thị trường trong khối và được hưởng ưu đãi thuế quan. Ví dụ, hàng thủy sản Việt Nam có thể sử dụng nguyên liệu đầu vào nhập từ Trung Quốc để chế biến rồi xuất khẩu sang Nhật Bản và được hưởng ưu đãi thuế, điều mà trong CPTPP không áp dụng. Ngoài ra, việc cam kết cắt giảm thuế quan của Trung Quốc, Nhật Bản, Australia, New Zealand và các nước ASEAN về 0% ngay sau khi Hiệp định có hiệu lực và của Hàn Quốc sau lộ trình 10 - 15 năm đối với phần lớn mặt hàng thủy sản của Việt Nam sẽ là cơ hội lớn để Việt Nam đẩy mạnh xuất khẩu thủy sản sang các thị trường này.

Những FTA kể trên đã và sẽ tạo ra cơ hội lớn giúp thúc đẩy xuất khẩu thủy sản của Việt Nam sang Nhật Bản. Nhưng vấn đề lo ngại là việc tận dụng các ưu đãi từ các FTA như thế nào, bởi đi kèm những cơ hội sẽ là những thách thức. Những yêu cầu khắt khe về vệ sinh an toàn thực phẩm, kiểm dịch, kiểm định chất lượng sản phẩm, cũng như các rào cản phi thuế khác sẽ là những thách thức đặt ra cho doanh nghiệp Việt Nam trong việc nâng cao năng lực cạnh tranh của hàng xuất khẩu. Do vậy doanh nghiệp Việt Nam cũng cần chủ động nghiên cứu và có giải pháp ứng phó vượt qua các thách thức kể cả sau khi các Hiệp định đạt mục tiêu cắt giảm thuế quan hoàn toàn.

3. Các cơ quan quản lý ngành thủy sản của Nhật Bản

Cơ quan quản lý cấp quốc gia về nghề cá tại Nhật Bản là Cơ quan Thủy sản Nhật Bản (Japan Fisheries Agency - JFA) trực thuộc Bộ Nông Lâm Thủy sản. Cơ quan Thủy sản Nhật Bản chịu trách nhiệm bảo tồn và quản lý tài nguyên sinh vật biển và các hoạt động sản xuất thủy sản. Diện tích biển tại



Nhật Bản được phân chia thành nhiều vùng biển nhằm phục vụ mục đích quản lý. Trên thực tế, nhiều hoạt động quản lý hành chính, đặc biệt liên quan đến nghề cá ven biển, được giao cho các chính quyền cấp tỉnh. Trong phạm vi quản lý của mình, chính quyền cấp tỉnh lại giao quyền khai thác thủy sản tại các vùng đánh bắt cá ven biển cho các Hợp tác xã thủy sản địa phương. Các Hợp tác xã địa phương mặc dù chịu sự quản lý của cấp cao hơn, nhưng về cơ bản là tự quản lý hoạt động thường ngày của mình.

Bộ Nông Lâm Thủy sản và Cơ quan Thủy sản Nhật Bản công bố và đăng tải một số lượng lớn các số liệu thống kê và báo cáo ngành thủy sản lên trang web của họ, ví dụ như: Tổng điều tra về Thủy sản, Sách trắng Thủy sản, Số liệu thống kê hàng năm về sản lượng thủy sản đánh bắt và nuôi trồng...; những tài liệu này có thể được sử dụng để nắm bắt hiện trạng động của ngành thủy sản Nhật Bản.

Hiệp hội Thủy sản Nhật Bản (Japan Fisheries Association - JFA) đại diện cho gần 500 công ty tư nhân và tổ chức thủy sản ở Nhật Bản. Mặc dù Hiệp hội có liên kết chặt chẽ với Cơ quan Thủy sản Nhật Bản (Japan Fisheries Agency - JFA), nhưng không nên nhầm lẫn giữa hai tổ chức này. Hiệp hội Thủy sản Nhật Bản thực hiện nhiều hoạt động khác nhau, ví dụ: quan hệ công chúng, vận động hành lang, nghiên cứu xu hướng mới trong nước và quốc tế... nhằm mục đích gia tăng lượng tiêu thụ thủy sản. Hiệp hội cũng xuất bản các báo cáo về các chủ đề khác nhau trong ngành thủy sản và đăng tải trên trang web của họ.

(Theo Thương vụ Việt Nam tại Nhật Bản) - Phòng Thông tin - ITPC

4. Các thông tin hữu ích khác

Trong nửa thế kỷ qua, Tổ chức Ngoại thương Nhật Bản (JETRO) đã đóng một vai trò trung tâm trong thương mại quốc tế của Nhật Bản. JETRO là một cơ quan chính phủ độc lập do Bộ Kinh tế, Thương mại và Công nghiệp thành lập, với mục đích ban đầu là thúc đẩy xuất khẩu của Nhật Bản ra nước ngoài; tuy nhiên, JETRO sau đó dần chuyển hướng hoạt động sang các lĩnh vực như thúc đẩy đầu tư trực tiếp của Nhật Bản ra nước ngoài và xúc tiến nhập khẩu vào Nhật Bản. JETRO cung cấp nhiều thông tin và hỗ trợ cho các công ty nước ngoài trong việc tìm kiếm cách thức thâm nhập và mở rộng thị phần tại thị trường Nhật Bản. Thông tin liên quan đến quy định nhập khẩu, ghi nhãn và chứng nhận đối với từng nhóm hàng nhập khẩu vào Nhật Bản được đăng trên trang web của JETRO. JETRO cũng có văn phòng khu vực tại hơn 50 quốc gia trên toàn thế giới.

Thống kê kim ngạch và thuế suất đối với thủy sản tươi sống và chế biến nhập khẩu có thể tìm trên trang web của Cơ quan Hải quan Nhật Bản.

Hội chợ Triển lãm Công nghệ & Thủy sản Quốc tế được tổ chức hàng năm tại Tokyo và Osaka là những triển lãm thủy sản lớn nhất của Nhật Bản do Hiệp hội Thủy sản Nhật Bản tài trợ. Triển lãm tập hợp các chuyên gia từ tất cả các khía cạnh của ngành công nghiệp và tạo cơ hội trao đổi, cập nhật thông tin mới nhất và hữu ích về thị trường thủy sản Nhật Bản.

Marketing bền vững trong ngành thời trang: Xanh hóa là xu hướng mới?

Ngành thời trang là một trong số ít ngành đã tăng trưởng liên tục trong thập kỷ qua, việc tiếp tục tăng trưởng trong tương lai nhưng trên cơ sở bền vững là một thách thức. Với tốc độ sản xuất và tiêu thụ các sản phẩm thời trang hiện nay, ngành công nghiệp phải đối mặt với mối đe dọa do môi trường bị bỏ quên và sử dụng quá mức các nguồn tài nguyên. Người ta tính toán rằng, hơn 500 tỷ USD giá trị bị mất mỗi năm do sử dụng quần áo không đúng mức và thiếu tái chế. Tình trạng này không chỉ bất lợi cho xã hội và môi trường mà còn khiến các công ty thời trang phải tính đến chi phí tài nguyên, ảnh hưởng trực tiếp đến lợi nhuận. Bài viết này đề cập tới những trở ngại chính mà ngành thời trang sẽ phải đối mặt để phát triển bền vững trong tương lai cũng như khám phá các giải pháp khả thi.

Bối cảnh kinh doanh thời trang gần đây

Trong những thập kỷ gần đây, công nghiệp thời trang đã phát triển thành một ngành kinh doanh thịnh vượng, trở thành chủ đề cho các nhà nghiên cứu về tác động của nó đối với dòng chảy kinh tế trên thế giới. Theo các chuyên gia tư vấn của McKinsey, ngành may mặc, thời trang và xa xỉ toàn cầu đã đạt được sự tăng trưởng trên thị trường trong suốt 15 năm qua, vượt xa cả những lĩnh vực tăng trưởng cao như công nghệ và viễn thông.

Kinh doanh thời trang mang đến cho những “ông lớn” thành công rất nhiều lợi nhuận, nhưng đây cũng là ngành được biết đến với sự thay đổi thường xuyên cũng như rủi ro cao đối với những doanh nghiệp mới xuất hiện trên thị trường. Sự toàn cầu hóa ngành thời trang đã dẫn đến việc di dời sản xuất từ châu Âu và Bắc Mỹ sang châu Á và các nước đang phát triển.

Thời trang nhanh - Tăng trưởng bền vững

Một công ty khởi xướng hiện tượng thời trang nhanh trên thị trường là Inditex (Zara) - công ty thời trang thành công nhất trên thế giới với lợi nhuận kinh tế khoảng 4 tỷ USD vào năm 2017. Mặc dù các công ty thời trang nhanh là một điển hình tốt cho thấy cách tăng lợi nhuận, nhưng đồng thời nó cũng được coi là một mô hình kinh doanh khuyến khích việc tiêu dùng quá mức và gây ra lãng phí quá mức. Sự phát triển của thời trang nhanh trên cơ sở bền vững thoạt nghe có vẻ mâu thuẫn, nhưng vẫn có thể xảy ra. Giải pháp nằm ở nền kinh tế tuần hoàn đảm bảo

ràng quần áo được làm từ vật liệu an toàn và có thể tái tạo, biến quần áo cũ thành mới.

Có rất nhiều chủ đề liên quan đến sự phát triển bền vững của ngành thời trang, nhưng quan trọng nhất vẫn là những chủ đề sau:

- Xây dựng các tiêu chuẩn và thực hành để thiết kế các sản phẩm thời trang có thể dễ dàng tái sử dụng hoặc tái chế;
- Đầu tư phát triển các loại sợi mới giảm tác động tiêu cực đến môi trường;
- Quản lý những đổi mới góp phần giảm lượng khí thải CO₂;
- Khuyến khích người tiêu dùng có ý thức bảo vệ môi trường;
- Hỗ trợ phát triển công nghệ tái chế;
- Đặt ra các tiêu chuẩn cao về môi trường và cơ chế để kiểm soát tốt hơn trong chuỗi cung ứng

Hiệu suất bền vững trong ngành thời trang

Nâng cao nhận thức về những tác động tiêu cực của ngành thời trang đã tạo ra nhu cầu giám sát chặt chẽ hiệu suất của các công ty và sản phẩm của ngành. Trong số đó chỉ số Pulse Score được coi là ví dụ điển hình đo lường hiệu suất bền vững của ngành thời trang.

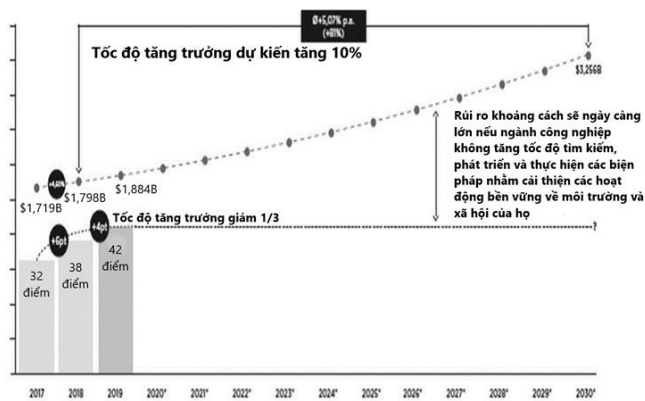
Điểm số Pulse trong ngành thời trang

Điểm số Pulse được phát triển để đo lường và theo dõi tính bền vững của ngành thời trang toàn cầu trên các lĩnh vực tác động xã hội và môi trường chính. Điểm số dựa trên chỉ số Higg do Liên minh May mặc bền vững phát triển. Nó đại diện cho một bộ công cụ đo lường và chấm điểm hiệu suất bền vững của công ty hoặc sản phẩm. Chỉ số có ba phần: “thương hiệu”, “cơ sở vật chất” và “sản phẩm”. Trong đó phần “thương hiệu” đo lường mức độ minh bạch, theo dõi tác động môi trường/xã hội cũng như sự hợp tác của các thương hiệu thời trang với các cơ sở. Phần “cơ sở vật chất” liên quan đến các biện pháp môi trường và phần “xã hội” được áp dụng bởi các nhà cung cấp trong ngành thời trang. Phần “sản phẩm” đề cập đến các quy trình thiết kế nhằm tìm ra giải pháp tốt nhất liên quan đến thiết kế và lựa chọn vật liệu phối hợp với tính bền vững. Điểm Pulse của ngành thời trang đại diện cho các phép đo trên thang điểm từ 1 đến 100, trong đó điểm

(Xem tiếp trang 12)

(Tiếp theo trang 11)

dưới 20 được xác định là yếu và điểm cao hơn 70 là mạnh. Trong vài năm qua, điểm số Pulse của ngành thời trang đã cải thiện từ 32 lên 42, đây là sự cải thiện đáng kể. Khoảng cách điểm số xung tổng thể từ 42 đến 100 cho biết quy mô cơ hội của ngành để tạo ra giá trị mới cho xã hội và các doanh nghiệp riêng lẻ.



Ảnh TL: Tốc độ tăng điểm Pulse Score năm 2019 so với năm 2017

Các giải pháp bền vững trong ngành thời trang

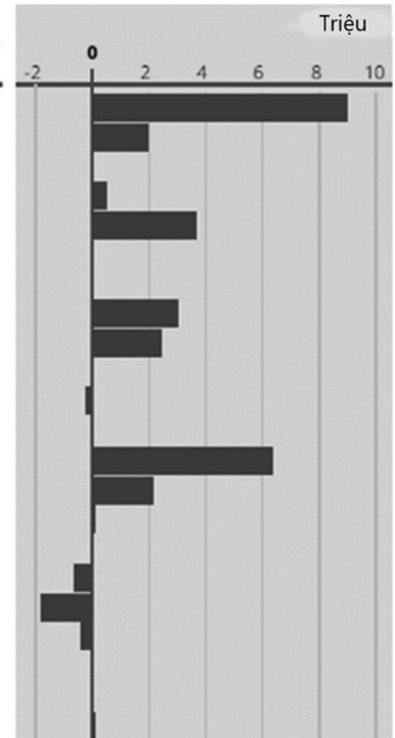
Theo Global Fashion Agenda, các CEO thương hiệu thời trang có ảnh hưởng quan trọng đến sự phát triển bền vững trong ngành do các quyết định của họ ảnh hưởng đến toàn bộ chuỗi giá trị. Do đó, CEO Agenda 2019 nhấn mạnh hai phần hành động hướng tới sự bền vững: bốn ưu tiên cốt lõi để thực hiện ngay lập tức và bốn ưu tiên chuyển đổi để thay đổi cơ bản trong dài hạn. Các ưu tiên cốt lõi để thực hiện ngay lập tức bao gồm:

- Truy xuất nguồn gốc chuỗi cung ứng có mối tương quan trực tiếp với việc triển khai mô hình kinh doanh tuần hoàn. Quá trình này bắt đầu với việc khai thác nguyên liệu thô, tiếp tục với quá trình xử lý nguyên liệu, sản xuất, đóng gói sản phẩm, vận chuyển và xử lý. Theo Chương trình nghị sự, 12,5% thị trường thời trang toàn cầu, bao gồm các thương hiệu lớn như Nike, Adidas, Levi's và Gap đã ký kết các mục tiêu bền vững đến năm 2020-2030, bao gồm công bố danh sách tất cả các nhà cung cấp sản xuất cho họ.

- Chống biến đổi khí hậu. Cần theo dõi và đo lường tác động của thời trang đối với biến đổi khí hậu trong toàn bộ chuỗi giá trị. Các giai đoạn trong vòng đời nhuộm và hoàn thiện, chuẩn bị sợi và sản xuất sợi đường như là 3 nguyên nhân chính gây ra các tác động ô nhiễm toàn cầu của ngành. Cũng rất thú vị khi xem xét những phát hiện về dấu chân carbon trên quần áo ở Vương quốc Anh chứng minh rằng vắt và giặt là những quy trình được quan tâm nhiều nhất.

Tác động của vòng đời của quần áo: các quá trình theo trình tự

- Khai thác
- Xử lý thành sợi
- Vận chuyển đến nhà sx sợi
- Kéo sợi sơ bộ
- Kéo sợi/cuộn ống
- Vận chuyển đến nhà sx vải
- Dệt/Đan
- Nhuộm màu
- Hoàn thiện
- Vận chuyển đến NSX MM
- Chuẩn bị
- Vận chuyển đến Anh
- Giặt
- Sấy
- Ủi
- Thải bỏ
- Tái sử dụng tại Anh
- Tái sử dụng ở nước ngoài
- Tái chế
- Tái chế khép kín
- Đốt
- Chôn lấp



Ảnh TL: Lượng khí thải carbon của quần áo ở Anh (t CO2e) năm 2016, theo quy trình.

- Sử dụng hiệu quả nguồn nước, năng lượng và hóa chất. Ngành công nghiệp thời trang được biết đến với tác động tiêu cực khi là ngành sử dụng nhiều nước và năng lượng. Cotton là một trong những loại sợi gây lãng phí nước nhất trong thời trang. Một kg bông được sử dụng để sản xuất áo sơ mi và quần jean - có thể mất tới 10.000 - 20.000 lít nước để sản xuất.

Một vấn đề quan trọng khác là việc sử dụng các hóa chất như phân bón, thuốc trừ sâu và thuốc nhuộm. Việc sử dụng phân bón cũng đặc biệt rõ ràng trong quá trình sản xuất bông, trong đó sử dụng phân bón nitric và photphoric mà việc sử dụng quá mức sẽ để lại dấu vết trong nước.

- Môi trường làm việc an toàn. Một thách thức đặc biệt đối với sự phát triển bền vững của ngành thời trang là các vấn đề liên quan đến điều kiện làm việc, bóc lột sức lao động, quyền của người lao động, phân biệt giới tính và lạm dụng trẻ em. Liên quan đến tất cả những câu hỏi này, ngành công nghiệp thời trang thường bị cáo buộc ủng hộ chế độ nô lệ hiện đại. Báo cáo của chỉ số nô lệ toàn cầu năm 2018, do Walk Free Foundation công bố nhấn mạnh rằng, hàng may mặc trị giá 127,7 tỷ USD có nguy cơ bao gồm chế độ nô lệ hiện đại trong chuỗi cung ứng được nhập khẩu hàng năm bởi các quốc gia G20, nhóm các quốc gia chiếm 80% thương mại thế giới.

Trong số các ưu tiên chuyển đổi ở trên, những thay đổi cơ bản bao gồm:

- Giảm tác động tiêu cực của các loại sợi hiện có và phát triển các loại sợi mới sáng tạo hơn, bền vững hơn.

- Hệ thống thời trang tuần hoàn sẽ cho phép tái chế và tái sử dụng sản phẩm cũng như sử dụng các sản phẩm thời trang đã mua.

- Thúc đẩy hệ thống tiền lương tốt hơn.

- Cách mạng công nghiệp lần thứ tư dựa trên số hóa các quy trình trong chuỗi giá trị

Việc thực hiện các mục tiêu đã nêu sẽ giúp đạt được cơ hội hàng năm trị giá 160 tỷ Euro cho nền kinh tế thế giới. Do đó, ngày nay chúng ta có thể tìm thấy nhiều ví dụ về thời trang bền vững thành công. Một số trong số đó là:

- Adidas đã sản xuất một triệu đôi giày từ nhựa đại dương tái chế. Một cải tiến mang tính cách mạng khác, được phát triển bởi thương hiệu này là công nghệ DryDye cho phép nhuộm mà không cần sử dụng nước.

- Thương hiệu nổi tiếng Stella McCartney bao gồm các thương hiệu như : Chanel, Jean Paul Gaultier, Burberry, Versace, John Galliano, Furla, DKNY, Michael Kors, Gucci, Giorgio Armani, Phillip Lim, Diane von Furstenberg, St. John và The Kooples cũng đã thực hiện những bước quan trọng đối với cuộc cách mạng thời trang, bằng cách giới thiệu các chất liệu bền vững như da làm từ nấm, tơ nhện công nghệ sinh học và những chất liệu khác.

- Liên quan đến vấn đề truy xuất nguồn gốc chuỗi cung ứng, các thương hiệu hàng đầu như Zara và Tesco đã nhận trách nhiệm về những tác động tiêu cực trong quá trình sản xuất của họ. Để đạt được tính bền vững tốt hơn, họ đang thử nghiệm nước thải từ các nhà máy, tìm kiếm các giải pháp tốt hơn và xây dựng mối quan hệ với người lao động ở châu Á và các nước đang phát triển, nơi họ đã di dời sản xuất.

Góc nhìn bền vững từ quan điểm người tiêu dùng

Tính bền vững ngày nay là một trong những tiêu chí quan trọng trên cơ sở đó người tiêu dùng đưa ra

quyết định mua hàng của họ. Theo Fashion Revolution, khảo sát 5.000 người trong độ tuổi 16-75 tại 5 thị trường lớn nhất châu Âu gồm Đức, Anh, Pháp, Ý và Tây Ban Nha cho thấy, khi chọn mua một nhãn hiệu thời trang, người tiêu dùng cho biết nhãn hiệu đó rất quan trọng:

- Công bố sản phẩm bền vững như thế nào trên bao bì (72%),

- Giải thích sản phẩm được làm từ gì trên bao bì (77%),

- Nêu rõ họ lấy nguyên liệu và thành phần từ đâu và ai sản xuất sản phẩm (77%),

- Chia sẻ thông tin chi tiết về tiền lương và điều kiện làm việc cho những người trong chuỗi cung ứng toàn cầu của mình (66%),

- Cung cấp thông tin về cách họ áp dụng các thực hành có trách nhiệm với xã hội (70%),

- Cung cấp thông tin về cách họ áp dụng các thực hành có trách nhiệm với môi trường (74%)

Trong vài năm qua, điểm số của ngành thời trang Pulse Score đã cải thiện từ 32 lên 42, để lại khoảng cách ở mức 58 điểm như một chỉ số cho thấy vẫn còn lâu mới bền vững. Thách thức chính mà ngành thời trang phải đối mặt trên con đường hướng tới sự phát triển bền vững là tìm kiếm sự cân bằng giữa môi trường, xã hội và kinh tế. Đây là một nhiệm vụ rất khó khăn cần kết nối tất cả các bên liên quan: chủ sở hữu, người quản lý, nhà thiết kế thời trang, kỹ sư, nhà nghiên cứu, công nhân, tổ chức cũng như người tiêu dùng, những người cũng chịu trách nhiệm sử dụng các sản phẩm thời trang.

Như vậy, có 4 ưu tiên cốt lõi cần thực hiện ngay mà các thương hiệu thời trang nên thực hiện: truy xuất nguồn gốc chuỗi cung ứng, chống biến đổi khí hậu, sử dụng hiệu quả tài nguyên và đảm bảo môi trường làm việc. Những ưu tiên này liên quan đến các vấn đề như tái chế và tái sử dụng các sản phẩm thời trang, khái niệm thời trang tuần hoàn, quản lý chuỗi giá trị, bảo vệ môi trường cũng như công bằng xã hội và quyền lao động thường là những vấn đề chính khi sản xuất thời trang.



(Theo Tập đoàn Dệt May Việt Nam (Vinatex)) - Phòng Thông tin - ITPC

TIN VĂN

❖ Theo số liệu thống kê của Bộ Công Thương, hoạt động xuất nhập khẩu trong 4 tháng liên tiếp gần đây (tháng 5, 6, 7, 8) của Việt Nam duy trì tăng trưởng. Tuy nhiên, kim ngạch xuất khẩu hàng hóa trong tháng 9/2023 ước tính giảm 4,1% so với tháng trước, nhưng tăng 4,6% so với cùng kỳ năm 2022. Qua đó đưa kim ngạch xuất khẩu của cả nước trong quý III/2023 lên mức 94,6 tỷ USD, tăng 10,3% so với quý II/2023 và chỉ giảm 1,2% so với cùng kỳ năm ngoái. (Trang điện tử Bộ Công Thương)

❖ Theo Bộ Công Thương, 9 tháng đầu năm 2023, Trung Quốc là thị trường xuất khẩu lớn thứ hai của nước ta với kim ngạch ước đạt 42,2 tỷ USD, tăng 2,1%. Đây là thị trường xuất khẩu duy nhất trong số các thị trường xuất khẩu lớn của Việt Nam đạt mức tăng trưởng dương (tăng 2,1%), trong khi các thị trường lớn khác đều giảm. Ở chiều ngược lại, Trung Quốc vẫn là thị trường nhập khẩu lớn nhất của Việt Nam với kim ngạch ước đạt 79 tỷ USD, giảm 13,6% so với cùng kỳ năm trước. Như vậy, thương mại Việt Nam - Trung Quốc đã chính thức vượt mốc 120 tỷ USD sau 9 tháng đầu năm. (Báo Công Thương)

❖ Theo số liệu của Tổng cục Thống kê, thương mại 2 chiều Việt Nam - EU 9 tháng 2023 đạt 44 tỷ USD (cùng kỳ năm trước đạt 47,1 tỷ USD), trong đó Việt Nam xuất khẩu sang EU 32,8 tỷ USD, giảm 8,2%, nhập khẩu 11,2 tỷ USD, giảm 2,9% so với cùng kỳ năm ngoái. Đến hết tháng 9, Việt Nam xuất siêu sang EU 21,6 tỷ USD. (Báo Đầu tư)



Doanh nghiệp cần sắp xếp, bố trí phương tiện và thời gian lưu thông phù hợp

Để hỗ trợ lưu thông hàng hóa trong khu vực trung tâm, xin đề xuất các xe tải nhỏ được lưu thông vào khung giờ rộng hơn để giao hàng, đặc biệt là các sản phẩm gia dụng lớn, hàng hóa nặng, công kênh.

Trả lời:

Hiện nay, để tăng cường bảo đảm trật tự an toàn giao thông, kiềm chế tình trạng ùn ứ, ùn tắc giao thông trên địa bàn Thành phố Hồ Chí Minh, Ủy ban nhân dân Thành phố Hồ Chí Minh đã ban hành Quyết định số 23/2019/QĐ-UBND ngày 16 tháng 9 năm 2019 về sửa đổi, bổ sung một số điều của Quyết định số 23/2018/QĐ-UBND ngày 19 tháng 7 năm 2018 của Ủy ban nhân dân Thành phố Hồ Chí Minh quy định về hạn chế và cấp phép ô tô chở hàng, ô tô tải lưu thông trong khu vực nội đô thành phố Hồ Chí Minh, theo đó:

“- Xe tải nhẹ (bao gồm ô tô chở hàng có khối lượng chuyên chở dưới 1.500 kg (trừ xe bán tải), ô tô tải có khối lượng chuyên chở từ 1.500 kg đến 2.500 kg và xe thí điểm) không được phép lưu thông vào khu vực nội đô thành phố từ 06 giờ đến 09 giờ và từ 16 giờ đến 20 giờ hàng ngày.

- Xe tải nặng (bao gồm ô tô tải có khối lượng chuyên chở trên 2.500 kg, máy kéo, xe máy chuyên dùng, rơ moóc hoặc sơ mi rơ moóc được kéo bởi ô tô) không được phép lưu thông vào khu vực nội đô thành phố từ 06 giờ đến 22 giờ hàng ngày.

- Khu vực nội đô Thành phố Hồ Chí Minh được giới hạn bởi các tuyến đường như sau:

+ Hướng Bắc và hướng Tây: Quốc lộ 1 (đoạn từ giao lộ Quốc lộ 1 - Xa Lộ Hà Nội đến giao lộ Quốc lộ 1 - đường Nguyễn Văn Linh).

+ Hướng Đông: Xa Lộ Hà Nội (đoạn từ giao lộ Quốc lộ 1 - Xa Lộ Hà Nội đến nút giao thông Cát Lái) - đường Mai Chí Thọ - đường Đồng Văn Cống (đến đường Võ Chí Công).

+ Hướng Nam: đường Võ Chí Công (từ đường Đồng Văn Cống đến cầu Phú Mỹ) - cầu Phú Mỹ - đường Trần Cao (từ cầu Phú Mỹ đến nút giao Khu A Nam Sài Gòn) - đường Nguyễn Văn Linh (đoạn từ nút giao Khu A Nam Sài Gòn đến Quốc lộ 1).”.

Để tạo điều kiện hoạt động sản xuất, kinh doanh trên địa bàn Thành phố Hồ Chí Minh, Sở Giao thông vận tải đã xem xét tổ chức giao thông cho một số phương tiện lưu thông vào khu vực nội đô Thành phố Hồ Chí Minh để vận chuyển một số mặt hàng thiết yếu theo quy định tại Quyết định nêu trên nhằm giải quyết một phần nhu cầu vận chuyển, bảo đảm việc cung cấp hàng hóa của một bộ phận doanh nghiệp.

Theo nội dung đề nghị của doanh nghiệp thì hiện nay đối với xe tải nhẹ được phép lưu thông trong khu vực nội đô Thành phố Hồ Chí Minh trong các khoảng thời điểm từ 09 giờ đến 16 giờ và từ 20 giờ đến 22 giờ trong ngày (thời điểm từ 22 giờ 00 đến 06 giờ 00 sáng ngày hôm sau không bị hạn chế lưu thông). Do đó, đề nghị các doanh nghiệp nghiên cứu, sắp xếp, bố trí phương tiện và thời gian lưu thông phù hợp để vận chuyển hàng hóa bảo đảm đáp ứng được nhu cầu, cũng như tham gia phối hợp cùng Chính quyền thành phố thực hiện các giải pháp trong công tác bảo đảm trật tự an toàn giao thông trên địa bàn Thành phố Hồ Chí Minh.

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

Showroom hàng xuất khẩu

92 - 96 Nguyễn Huệ, Quận 1, TP.HCM

Địa điểm lựa chọn tối ưu cho doanh nghiệp giới thiệu sản phẩm, tổ chức kêu gọi đầu tư, kết nối giao thương trong và ngoài nước



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; vexo.vn

- Vị trí đắc địa
- Phù hợp nhiều dạng thiết kế
- Tiếp cận đúng đối tác
- Dịch vụ chuyên nghiệp
- Truyền thông hiệu quả

