



BẢN TIN

XÚC TIẾN THƯƠNG MẠI & ĐẦU TƯ

WWW.ITPC.HOCHIMINH.CITY.GOV.VN

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

SỐ 12 (1052) NGÀY 15.08.2024

GRECO
2023

Hình ảnh thực tế không gian triển lãm GRECO 2023 do ITPC thực hiện.

Kế hoạch tổ chức

“Không gian giới thiệu sản phẩm, dịch vụ tăng trưởng xanh TP.HCM lần thứ hai năm 2024 (GRECO 2024)” (trang 8 - 9)

ITPC - Cơ quan chuyên trách xúc tiến Thương mại và Đầu tư thuộc Ủy ban nhân dân TP.HCM

Trung tâm Xúc tiến Thương mại và Đầu tư TP.HCM (Investment and Trade Promotion Centre of Ho Chi Minh City - ITPC) là **cơ quan chuyên trách xúc tiến thương mại và đầu tư** thuộc Ủy ban nhân dân Thành phố Hồ Chí Minh. ITPC có nhiệm vụ:

01. Xây dựng và góp phần thực hiện kế hoạch, chương trình xúc tiến thương mại, đầu tư của Thành phố và thực hiện các nhiệm vụ khác về xúc tiến thương mại, đầu tư được Ủy ban nhân dân Thành phố giao.

02. Thu thập thông tin và nghiên cứu về thị trường, chính sách, cơ hội đầu tư và thông tin kinh tế.

03. Triển khai các chương trình của thành phố về cung cấp các hoạt động hỗ trợ doanh nghiệp mở rộng thị trường trong nước, đẩy mạnh xuất khẩu và thu hút đầu tư nước ngoài.

04. Thu thập ý kiến của cộng đồng doanh nghiệp trong nước và ngoài nước, qua đó kiến nghị Ủy ban nhân dân Thành phố các vấn đề liên quan đến chủ trương, chính sách kinh tế, tuyển dụng lao động, khoa học- công nghệ, đào tạo, hải quan, xúc tiến thương mại và đầu tư nhằm cải thiện môi trường kinh doanh và đầu tư của thành phố; tổ chức cho doanh nghiệp gặp gỡ lãnh đạo thành phố và các cơ quan chức năng để giải quyết các khó khăn vướng mắc của doanh nghiệp.

05. Là đầu mối tổ chức, điều hành chung mọi hoạt động của Hệ thống đối thoại giữa doanh nghiệp và chính quyền thành phố. Trung tâm xúc tiến Thương mại và Đầu tư làm Trưởng ban điều hành hệ thống hoạt động dưới sự chỉ đạo trực tiếp của Ủy ban nhân dân thành phố theo quy định tại Quyết định số 53/2010/QĐ-UBND ngày 28 tháng 7 năm 2010 của Ủy ban nhân dân thành phố ban hành quy chế tổ chức hoạt động và phối hợp trong việc tham gia trả lời trên Hệ thống "Đối thoại doanh nghiệp- Chính quyền Thành phố".

06. Phát triển hợp tác quốc tế với các tổ chức Xúc tiến thương mại và đầu tư trong nước và nước ngoài, nhằm đẩy mạnh hoạt động xúc tiến thương mại và đầu tư của thành phố.

07. Phối hợp chặt chẽ với cơ quan có liên quan đề xuất với Ủy ban nhân dân thành phố xem xét phê duyệt về công tác xúc tiến thương mại và đầu tư của thành phố như: tổ chức cho các doanh nghiệp tham dự các hội chợ, hội nghị, diễn đàn doanh nghiệp... ở trong và ngoài nước; thực hiện các nội dung về quảng bá, đầu tư, du lịch của thành phố.

08. Căn cứ vào tình hình thực tế trình ủy ban nhân dân thành phố quyết định thành lập các tổ chức trực thuộc để phát triển các hoạt động xúc tiến theo đúng quy định của pháp luật.

(Trích quyết định số 63 /2011/QĐ-UBND ngày 29 tháng 7 năm 2011 của Ủy ban nhân dân TP.HCM).

Sự kiện xúc tiến thương mại và đầu tư nổi bật cần quan tâm trong thời gian tới (*)

Hội nghị Đối thoại với Doanh nghiệp Hàn Quốc năm 2024 ngày 23/8.

Hội nghị ngành Công Thương 05 thành phố trực thuộc Trung ương (Hà Nội, Hải Phòng, Đà Nẵng, thành phố Hồ Chí Minh, Cần Thơ) lần thứ VII - năm 2024 dự kiến diễn ra tại Cần Thơ ngày 30/8/2024.

Đoàn giao dịch thương mại tại Nam Phi thuộc Chương trình cấp quốc gia về Xúc tiến thương mại (XTTM) năm 2024 từ 24/8 đến 01/9/2024.

Hội chợ OCOP khu vực Đông Bắc - Quảng Ninh 2024 sẽ diễn ra từ 29/8/2024 đến 03/9/2024 tại Cung Quy hoạch, Hội chợ và Triển lãm tỉnh Quảng Ninh.

Hội chợ Du lịch Quốc tế TP.HCM lần thứ 18 năm 2024 (ITE HCMC 2024) từ 5 - 7/9/2024, chủ đề “Du lịch bền vững, kiến tạo tương lai”.

Hội nghị gặp gỡ giữa **lãnh đạo Thành phố và Hiệp hội Thương mại Mỹ tại Việt Nam 2024** ngày 11/9.

Hội nghị **Đối thoại giữa doanh nghiệp lĩnh vực Bất động sản và Sở Xây dựng TP.HCM** ngày 12/9.

Chương trình **Đối thoại Chính sách**, chủ đề “Thúc đẩy doanh nghiệp chuyển đổi xanh và phát triển các ngành công nghệ cao” do ITPC phối hợp Liên minh Diễn đàn Doanh nghiệp VN (VBF) tổ chức ngày 18/9.

Hội nghị **Xúc tiến đầu tư lĩnh vực Logistic xanh** ngày 24/9.

Hội nghị sơ kết việc thực hiện thỏa thuận hợp tác phát triển kinh tế - xã hội của **Thành phố Hồ Chí Minh một số địa phương phía Bắc và Bắc Trung Bộ** giai đoạn 2023 - 2024 và kế hoạch hợp tác giai đoạn 2024 - 2025 ngày 27/9.

Triển lãm **quốc tế về thiết bị tự động hóa, điện và năng lượng** tại Trung tâm Triển lãm quốc tế WTC EXPO, thành phố mới Bình Dương từ 25 đến 27/9.

Diễn đàn Kinh tế TP.HCM lần thứ 5 năm 2024 (HEF 2024) với chủ đề “Chuyển đổi công nghiệp, động lực mới cho phát triển bền vững TP.HCM” và “**Không gian giới thiệu sản phẩm, dịch vụ tăng trưởng xanh TP.HCM lần thứ hai năm 2024 (GRECO 2024)**” diễn ra từ ngày 24 - 27/9/2024.

(*) Các sự kiện do *Bản tin ITPC tổng hợp. Chương trình có thể thay đổi vào giờ chót.*

ĐỌC GÌ TRONG SỐ NÀY?

04 HOẠT ĐỘNG XÚC TIẾN THƯƠNG MẠI & ĐẦU TƯ

Cụm gian hàng Thành phố Hồ Chí Minh tại Hội chợ triển lãm “Tôn vinh hàng Việt - năm 2024”

Cụm gian hàng doanh nghiệp khởi nghiệp, đổi mới sáng tạo TP.HCM tại Sự kiện quốc tế Startup Wheel

05. Cơ hội tham gia cụm gian hàng chung Thành phố Hồ Chí Minh tại Hội chợ quốc tế về Thực phẩm và Đồ uống Sial Paris 2024

06. Mời tham gia Triển lãm sản phẩm Doanh nghiệp Việt và Hội nghị kết nối Doanh nghiệp đưa hàng vào chuỗi siêu thị AEON năm 2024

07. Thúc đẩy hoạt động đầu tư tại huyện Bình Chánh

08. Kế hoạch tổ chức Không gian giới thiệu sản phẩm, dịch vụ tăng trưởng xanh TP.HCM lần thứ hai năm 2024 (GRECO 2024)

10 THÔNG TIN THỊ TRƯỜNG

Những lưu ý khi kinh doanh tại thị trường Brazil

11 ENGLISH FOR YOU

Electric vehicle - xe điện

12 TƯ VẤN

Các chiến lược định giá phổ biến

14 ĐỐI THOẠI

Chủ trương và cơ chế để TP.HCM phát triển sản phẩm du lịch đêm?

Gian hàng TP.HCM tại Hội chợ triển lãm “Tôn vinh hàng Việt - năm 2024”

Hội chợ triển lãm “Tôn vinh hàng Việt - năm 2024” với chủ đề “Hàng Việt tiêu biểu hội nhập quốc tế” sẽ quy tụ 300 gian hàng của 200 doanh nghiệp sản xuất kinh doanh trên địa bàn thành phố, quảng bá các sản phẩm có chất lượng và thương hiệu uy tín của Thành phố; đồng thời hỗ trợ cho các doanh nghiệp vừa và nhỏ, doanh nghiệp khởi nghiệp và đổi mới sáng tạo giới thiệu các sản phẩm mới đến người tiêu dùng Thành phố.

Trung tâm Xúc tiến Thương mại và Đầu tư TP.HCM (ITPC) trân trọng kính mời Quý Đơn vị tham gia Cụm gian hàng Thành phố Hồ Chí Minh tại Hội chợ với thông tin như sau:

❖ **Thời gian:** Từ ngày 27/8 đến ngày 30/8/2024.

❖ **Địa điểm:** Trung tâm Hội chợ và Triển lãm Sài Gòn - SECC, số 799 đường Nguyễn Văn Linh, P.Tân Phú, Q.7, Thành phố Hồ Chí Minh.

❖ **Ngành hàng:** thực phẩm chế biến, thủ công mỹ nghệ, đồ gỗ, dược phẩm, đồ nhựa, dệt may, giày dép, vật liệu xây dựng, trang trí nội thất, công nghệ thông tin, du lịch, ẩm thực...

❖ **Đối tượng tham gia:** Doanh nghiệp, Hợp tác xã, Cơ sở sản xuất; Hiệp hội doanh nghiệp, Hội ngành nghề, đơn vị được thành lập theo quy định của pháp luật hiện hành, có ngành hàng phù hợp và đăng ký kinh doanh tại TP.HCM; thành viên Câu lạc bộ Doanh nghiệp xuất khẩu TP.HCM (VEXA).

❖ **Chi phí tham gia:**

Chi phí thuê gian hàng của Hội chợ là: 25.000.000 đồng/gian tiêu chuẩn (đã bao gồm VAT), Trong đó:

- Ban Tổ chức hỗ trợ là: 4.000.000 đồng (Bốn triệu đồng);

- Trung tâm Xúc tiến Thương mại và Đầu tư TP.HCM (ITPC) hỗ trợ là: 6.000.000 đồng (Sáu triệu đồng);

- Chi phí thuê gian hàng doanh nghiệp thanh toán là: 15.000.000 đồng (đã bao gồm VAT).

Mỗi doanh nghiệp được hỗ trợ tối đa 01 gian hàng.

Doanh nghiệp tự túc các chi phí khác có liên quan (chi phí vận chuyển, nhân sự, quảng bá, trang trí riêng,...).

❖ **Thời hạn đăng ký:** ITPC kính mời Quý Đơn vị đăng ký tham gia và hoàn tất hồ sơ trước ngày 18/8/2024. ITPC sẽ dừng nhận hồ sơ trước thời hạn nếu đã đủ doanh nghiệp tham gia.

Phòng Xúc tiến Thương mại - ITPC

Phòng Xúc tiến Thương mại - ITPC

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

Liên hệ chuyên viên Hiền Lương (0945 627 178, luonghh@itpc.gov.vn)

Website: itpc.hochiminhcity.gov.vn

Cụm gian hàng doanh nghiệp khởi nghiệp, đổi mới sáng tạo TP.HCM tại Sự kiện quốc tế Startup Wheel

Trong tâm Xúc tiến Thương mại và Đầu tư Thành phố (ITPC) tổ chức Cụm gian hàng doanh nghiệp khởi nghiệp, đổi mới sáng tạo Thành phố Hồ Chí Minh tại Sự kiện quốc tế Startup Wheel năm 2024. Thông tin cụ thể như sau:

❖ **Thời gian:** Từ ngày 22 đến ngày 23/8/2024.

❖ **Địa điểm:** Thisky Hall Sala, 10 Mai Chí Thọ, P. Thủ Thiêm, Thành phố Thủ Đức, TP.HCM.

❖ **Đối tượng tham gia:** Doanh nghiệp, hợp tác xã, cơ sở sản xuất kinh doanh có sản phẩm, dịch vụ đổi mới sáng tạo, doanh nghiệp khởi nghiệp; Hiệp hội doanh nghiệp, Hội ngành nghề, đơn vị được thành lập theo quy định của pháp luật hiện hành, có ngành hàng, sản phẩm phù hợp với yêu cầu của Ban Tổ chức và đang hoạt động tại TP.HCM.

Phòng Xúc tiến Thương mại - ITPC

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

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

Mỗi doanh nghiệp được tham gia tối đa 01 gian hàng đơn hoặc 01 quầy triển lãm.

❖ **Thời hạn đăng ký:** Kính mời Quý đơn vị đăng ký tham gia và hoàn tất hồ sơ trước ngày 15/8/2024. ITPC sẽ dừng nhận hồ sơ trước thời hạn nếu đã đủ doanh nghiệp tham gia.

Phòng Xúc tiến Thương mại - ITPC

Cơ hội tham gia cụm gian hàng chung Thành phố Hồ Chí Minh tại Hội chợ quốc tế về Thực phẩm và Đồ uống Sial Paris 2024

Uy ban nhân dân Thành phố đã chấp thuận chủ trương cho Trung tâm Xúc tiến Thương mại và Đầu tư Thành phố (ITPC) tổ chức Cụm gian hàng chung Thành phố Hồ Chí Minh tại Hội chợ quốc tế về Thực phẩm và Đồ uống Sial Paris 2024 tại văn bản số 1308/UBND-KT ngày 15 tháng 3 năm 2024. Sự kiện này nhằm tạo cơ hội cho doanh nghiệp tham gia đẩy mạnh quảng bá, giới thiệu sản phẩm, đưa hàng Việt đến với người dân Pháp và quốc tế; tạo cơ hội giao thương, quảng bá các sản phẩm có chất lượng của Việt Nam trong lĩnh vực thực phẩm, đồ uống.

Hội chợ quốc tế về Thực phẩm và Đồ uống Sial Paris là một trong những hội chợ lớn nhất và uy tín hàng đầu thế giới về lĩnh vực thực phẩm và đồ uống được tổ chức tại thủ đô Paris, Pháp. Hội chợ được tổ chức lần đầu tiên vào năm 1964, nằm trong khuôn khổ của Tuần lễ Thực phẩm quốc tế tại Paris. Theo số liệu thống kê, Hội chợ Sial Paris năm 2022 có tổng diện tích mặt bằng lên đến 250.000m², với sự góp mặt của hơn 7.000 doanh nghiệp và nhà trưng bày từ 127 quốc gia (trong đó hơn 90% là doanh nghiệp và nhà trưng bày nước ngoài), hơn 400.000 sản phẩm được trưng bày, thu hút hơn 265.000 lượt khách tham quan đến từ hơn 200 quốc gia. Thông tin chi tiết về chương trình cụ thể như sau:

❖ **Thời gian:** Từ ngày 19 đến ngày 23/10/2024 (05 ngày).

❖ **Địa điểm:** Trung tâm triển lãm Paris Nord Villepinte, ZAC Paris Nord 2, 93420 Villepinte, Paris, Pháp.

❖ **Quy mô:** Cụm gian hàng Thành phố Hồ Chí Minh có diện tích 200m², được thiết kế, trang trí mang màu sắc riêng có của Việt Nam.

❖ **Ngành hàng:** các sản phẩm lương thực, thực phẩm và đồ uống của các doanh nghiệp như: đồ uống, nông

sản, lương thực thực phẩm, thực phẩm chế biến, nguyên phụ liệu dùng trong chế biến thực phẩm, gia vị,...

- Sản phẩm tham gia trưng bày, triển lãm là sản phẩm đã xuất khẩu hoặc có tiềm năng xuất khẩu, là sản phẩm tiêu biểu, có chất lượng, thương hiệu uy tín của doanh nghiệp Thành phố Hồ Chí Minh 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 TP.HCM có năng lực sản xuất và xuất khẩu sản phẩm lương thực, thực phẩm và có giấy chứng nhận đăng ký kinh doanh do Sở Kế hoạch và Đầu tư Thành phố Hồ Chí Minh cấp.

❖ **Chi phí tham gia:**

a) Chi phí doanh nghiệp được hỗ trợ theo quy định Nhà nước: chi phí thuê mặt bằng đất trống; chi phí thiết kế, thi công, dàn dựng, trang trí tổng thể khu trưng bày và gian hàng của doanh nghiệp Thành phố tại Hội chợ. Mức hỗ trợ tối đa không quá 200.000.000 VNĐ (Hai trăm triệu đồng)/doanh nghiệp (theo Thông tư số 171/2014/TT-BTC ngày 14 tháng 11 năm 2014 của Bộ Tài chính). Trường hợp chi phí thuê mặt bằng, chi phí thiết kế, thi công, dàn dựng gian hàng và trang trí chung vượt mức hỗ trợ tối đa theo quy định Nhà nước thì doanh nghiệp phải chi trả phần chi phí vượt mức này.

Lưu ý: Mỗi doanh nghiệp tham gia chương trình được hỗ trợ trưng bày 01 vị trí trong không gian triển lãm chung của Thành phố Hồ Chí Minh.

b) Chi phí doanh nghiệp tự chi trả khi tham gia chương trình:

- Chi phí quản lý: 20.000.000 VNĐ (hai mươi triệu đồng chẵn)/vị trí (đã bao gồm VAT).

- Các chi phí liên quan đến nhân sự của doanh nghiệp như: xuất nhập cảnh, vé máy bay, ăn, ở, đi lại; chi phí liên quan đến hàng hóa như: các loại thuế về hàng hóa khi tham gia hội chợ, chi phí gửi hàng,...

Trung tâm Xúc tiến Thương mại và Đầu tư Thành phố (ITPC) xin thông báo và kính mời Quý doanh nghiệp Thành phố đăng ký tham gia và hoàn tất hồ sơ trước ngày 15/9/2024. Trường hợp doanh nghiệp đăng ký tham gia vượt quá số lượng quy định thì Trung tâm Xúc tiến Thương mại và Đầu tư Thành phố sẽ xét chọn và quyết định doanh nghiệp tham gia Chương trình theo các tiêu chí nêu trên.

Phòng Xúc tiến Thương mại - ITPC

Phòng Xúc tiến Thương mại - ITPC

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

Điện thoại: (028) 3910 4565

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

Website: itpc.hochiminhcity.gov.vn

Mời tham gia Triển lãm sản phẩm Doanh nghiệp Việt và Hội nghị kết nối Doanh nghiệp đưa hàng vào chuỗi siêu thị AEON năm 2024

Tiếp tục chuỗi các hoạt động kết nối cung cầu nhằm hỗ trợ doanh nghiệp Việt Nam nâng cao chất lượng sản phẩm, đạt các tiêu chuẩn của AEON đẩy mạnh tiêu thụ trong nước và hướng đến xuất khẩu ra thị trường quốc tế, nâng cao sức cạnh tranh cho hàng hóa Việt Nam, góp phần phục hồi sản xuất, kinh doanh sau bối cảnh dịch Covid-19. Trung tâm Xúc tiến Thương mại và Đầu tư Thành phố (ITPC) phối hợp cùng Công ty TNHH AEON Việt Nam tổ chức chương trình: “Tuần lễ Triển lãm Sản phẩm Doanh nghiệp Việt và chương trình kết nối Doanh nghiệp đưa hàng vào chuỗi siêu thị AEON năm 2024”.

CHƯƠNG TRÌNH 1: TUẦN LỄ TRIỂN LÃM SẢN PHẨM DOANH NGHIỆP VIỆT TẠI AEON NĂM 2024

- ❖ **Thời gian:** Từ 05 - 08/10/2024 (04 ngày).
- ❖ **Địa điểm:** Sảnh SC1 - AEON Mall Tân Phú Celadon (số 30 Bờ Bao Tân Thắng, phường Sơn Kỳ, quận Tân Phú, Thành phố Hồ Chí Minh).
- ❖ **Nội dung:** Trưng bày và giới thiệu sản phẩm mới, các sản phẩm truyền thống, tốt cho sức khỏe, thân thiện môi trường, đem lại giá trị sống mới cho khách hàng.
- ❖ **Đối tượng doanh nghiệp:** Doanh nghiệp tham gia triển lãm là doanh nghiệp có giấy phép đăng ký kinh doanh tại Thành phố Hồ Chí Minh, sản xuất và kinh doanh các sản phẩm thương hiệu Việt Nam.
- ❖ **Hình thức tham gia:** Ban tổ chức sẽ bố trí quầy, kệ trưng bày sản phẩm - Doanh nghiệp bố trí nhân sự trực và giới thiệu sản phẩm của mình (ITPC sẽ tiếp nhận hồ sơ đăng ký của doanh nghiệp và AEON Việt Nam là đơn vị lựa chọn cuối cùng chịu trách nhiệm quyết định về danh sách doanh nghiệp tham gia).
- ❖ **Số lượng trưng bày:** 40 - 45 doanh nghiệp.
- ❖ **Các nhóm mặt hàng chính tham gia triển lãm gồm:** Lương thực - Thực phẩm - Nông sản - Đồ uống

Phòng Dịch vụ - ITPC

Điện thoại: (028) 3910 4903

Chương trình 1: liên hệ chuyên viên Đức Minh (0393 437 050, minhhd@itpc.gov.vn)

Chương trình 2: liên hệ chuyên viên Thùy Trang (0903 367 567, tranglt@itpc.gov.vn)

đóng gói, chế biến sẵn: Trà, cà phê, gia vị, bánh kẹo, hải sản khô đóng hộp/gói, nông sản khô đóng gói, gạo, rau, củ, quả, trái cây, trứng, thịt..., ưu tiên các mặt hàng Organic (hữu cơ).

❖ **Phí tham dự (MIỄN PHÍ):** Đối với doanh nghiệp được chọn triển lãm.

CHƯƠNG TRÌNH 2: CHƯƠNG TRÌNH KẾT NỐI DOANH NGHIỆP ĐƯA HÀNG VÀO CHUỖI SIÊU THỊ AEON NĂM 2024

- ❖ **Thời gian:** Ngày 08/10/2024.
- ❖ **Địa điểm:** AEON Hall, tầng 3 - AEON Mall Tân Phú Celadon (số 30 Bờ Bao Tân Thắng, phường Sơn Kỳ, quận Tân Phú, Thành phố Hồ Chí Minh).
- ❖ **Nội dung:**
 - Hỗ trợ doanh nghiệp giới thiệu, quảng bá sản phẩm, đưa hàng vào chuỗi siêu thị AEON Việt Nam.
 - Đẩy mạnh xuất khẩu sản phẩm doanh nghiệp Việt Nam vào chuỗi AEON toàn cầu.
- ❖ **Đối tượng doanh nghiệp:** Hội viên Câu lạc bộ doanh nghiệp Thành phố Hồ Chí Minh (VEXA), doanh nghiệp sản xuất và kinh doanh các sản phẩm thương hiệu Việt Nam và các doanh nghiệp có nhu cầu kết nối, cung cấp hàng cho chuỗi siêu thị AEON tại Việt Nam và xuất khẩu.
- ❖ **Phí tham dự:** MIỄN PHÍ.
- ❖ **Thời hạn đăng ký:** Quý Doanh nghiệp vui lòng gửi đăng ký đến hết ngày 30/8/2024 (Vui lòng gửi đầy đủ các hồ sơ cần thiết theo yêu cầu trong phiếu đăng ký đính kèm).

Mời tham gia Hội thảo “Thúc đẩy xuất khẩu vào thị trường Nhật Bản và các quy chuẩn để tiếp cận hệ thống phân phối AEON Việt Nam”

- ❖ **Thời gian:** 13g00 - 17g00, thứ Hai 26/8/2024.
- ❖ **Địa điểm:** Showroom Xuất khẩu, số 92 - 96, Nguyễn Huệ, phường Bến Nghé, Quận 1, TP.HCM.
- ❖ **Phí tham dự:** MIỄN PHÍ.
- ❖ **Thời hạn đăng ký:** Quý Doanh nghiệp vui lòng gửi đăng ký đến hết ngày 23/8/2024.

Phòng Dịch vụ - ITPC

Thúc đẩy hoạt động đầu tư tại huyện Bình Chánh



Tiếp nhận Công văn 739/GM-UBND ngày 06/8/2024 của Ủy ban nhân dân huyện Bình Chánh, chiều 08/8/2024, tại UBND huyện Bình Chánh, Trung tâm Xúc tiến Thương mại và Đầu tư Thành phố Hồ Chí Minh (ITPC) đã có buổi làm việc với lãnh đạo UBND huyện Bình Chánh. Buổi làm việc nhằm hỗ trợ phương pháp, cách thức tiếp cận và tổ chức các hoạt động xúc tiến đầu tư, xúc tiến thương mại vào địa bàn huyện Bình Chánh. Tham dự buổi làm việc, về phía ITPC có ông Trần Phú Lữ, Giám đốc ITPC, cùng đại diện các phòng ban. Về phía UBND huyện Bình Chánh, có sự hiện

diện của ông Võ Đức Thanh, Phó bí thư Huyện ủy - Chủ tịch UBND huyện Bình Chánh; ông Huỳnh Cao Cường, Phó Chủ tịch UBND huyện Bình Chánh và đại diện các phòng, ban, ngành của huyện.

Mở đầu cuộc họp, ông Võ Đức Thanh bày tỏ niềm vui mừng khi có cơ hội làm việc cùng ITPC và thể hiện mong muốn được chia sẻ kinh nghiệm để thúc đẩy hoạt động xúc tiến đầu tư của huyện, đặc biệt trong các lĩnh vực y tế và giáo dục.

Tiếp theo, ông Huỳnh Cao Cường đã trình bày tổng quan về hoạt động của Trung tâm Tư vấn, Hỗ trợ xúc tiến đầu tư huyện Bình

Chánh kể từ khi thành lập. Trong hơn một năm hoạt động, Trung tâm đã thực hiện danh mục 84 vị trí đất giáo dục, 41 vị trí trung tâm thương mại, 16 vị trí trong lĩnh vực nông nghiệp, và 10 điểm quy hoạch khu công nghiệp để kêu gọi đầu tư. Ông Cường bày tỏ mong muốn hợp tác với ITPC để nhận được sự hỗ trợ nâng cao về mặt quảng bá hình ảnh và thúc đẩy hoạt động đầu tư tại huyện Bình Chánh.

Ông Trần Phú Lữ bày tỏ sự đồng cảm với những thách thức trong việc thu hút đầu tư. Ông Trần Phú Lữ cho rằng cần phải xác định các quỹ đất có hạ tầng hoàn chỉnh và điều chỉnh quy trình sao cho đáp ứng kịp thời nhu cầu của các nhà đầu tư đồng thời nhấn mạnh tầm quan trọng của việc phối hợp giữa các đơn vị để tham mưu cho Thành phố tháo gỡ vướng mắc pháp lý, tạo điều kiện thuận lợi cho các nhà đầu tư.

Hai bên thống nhất sẽ tổ chức các dịp hợp tác tiếp theo để tập trung việc cụ thể hóa các kế hoạch đầu tư vào huyện Bình Chánh, nhằm thúc đẩy mạnh mẽ hoạt động xúc tiến đầu tư tại địa phương trong tương lai.

Phòng Thông tin - ITPC



Kế hoạch tổ chức Không gian giới thiệu sản phẩm, dịch vụ tăng trưởng xanh TP.HCM lần thứ hai năm 2024 (GRECO 2024)



Hình ảnh thực tế không gian triển lãm GRECO 2023 do ITPC thực hiện.

Ngày 8/8/2024, UBND TP.HCM đã ban hành văn bản 4519/KH-UBND về Kế hoạch tổ chức Không gian giới thiệu sản phẩm, dịch vụ tăng trưởng xanh TP.HCM lần thứ hai năm 2024 (GRECO 2024) trong khuôn khổ Diễn đàn Kinh tế TP.HCM lần thứ 5 năm 2024.

Mục đích của GRECO 2024

- Giới thiệu, quảng bá các sản phẩm, dịch vụ tăng trưởng xanh của Việt Nam và các nước, trong đó chú trọng các sản phẩm, dịch vụ thuộc lĩnh vực công nghệ cao, công nghiệp chuyển đổi trên nền tảng ứng dụng khoa học công nghệ, chuyển đổi mô hình tại các khu - cụm công nghiệp, chuyển đổi số, chuyển đổi xanh, năng lượng mới, năng lượng chuyển đổi,... qua đó, tuyên truyền nâng cao nhận thức của người dân và doanh nghiệp Thành phố về phát triển kinh tế xanh, kinh tế tuần hoàn, hướng tới phát triển kinh tế bền vững.

- Thông qua sự kiện để tuyên truyền xây dựng lối sống xanh kết hợp với nếp sống đẹp, truyền thống để tạo nên đời sống chất lượng cao hòa hợp với thiên nhiên; định hướng xây dựng đô thị thông minh kiểu mẫu của Thành

phố, đảm bảo mục tiêu tăng trưởng xanh, bền vững; tạo lập văn hóa tiêu dùng bền vững trong bối cảnh hội nhập với thế giới.

- Đẩy mạnh tuyên truyền về vai trò, ý nghĩa của tăng trưởng xanh như một phương thức quan trọng để thực hiện phát triển bền vững, đóng góp trực tiếp vào giảm phát thải khí nhà kính để hướng tới nền kinh tế trung hòa các-bon trong dài hạn.

- Hỗ trợ tạo điều kiện cho doanh nghiệp Thành phố, đặc biệt là doanh nghiệp nhỏ và vừa có cơ hội trao đổi, giao lưu với doanh nghiệp hàng đầu trong nước và quốc tế trong việc xây dựng hệ sinh thái sản xuất xanh, áp dụng mô hình kinh tế tuần hoàn thông qua khai thác và sử dụng tiết kiệm, hiệu quả tài nguyên thiên nhiên và năng lượng dựa trên nền tảng khoa học và công nghệ, ứng dụng công nghệ số và chuyển đổi số, góp phần nâng

cao năng lực cạnh tranh và giảm thiểu tác động tiêu cực đến môi trường.

- Hỗ trợ, tạo điều kiện cho các doanh nghiệp Thành phố nâng cấp và phấn đấu đạt danh hiệu Doanh nghiệp xanh Thành phố Hồ Chí Minh, gia tăng cơ hội quảng bá các sản phẩm, dịch vụ tăng trưởng xanh; tạo động lực và khuyến khích các doanh nghiệp chuyển đổi sang mô hình sản xuất xanh, tuần hoàn, thực hiện đổi mới sáng tạo, chuyển đổi số và ứng dụng khoa học - công nghệ tiên tiến, hiện đại vào hoạt động sản xuất kinh doanh.

Thời gian, địa điểm và quy mô GRECO 2024

Theo đó, việc “tổ chức Không gian giới thiệu sản phẩm, dịch vụ tăng trưởng xanh” do Ủy ban nhân dân TP.HCM là cơ quan chủ trì; Đơn vị thực hiện là Trung tâm Xúc tiến Thương mại và Đầu tư Thành phố (ITPC); Các đơn vị phối hợp là Hiệp hội Doanh nghiệp Thành phố, Sở Ngoại vụ, Sở Văn hóa và Thể thao, Sở Khoa học và Công nghệ, Sở Công Thương, Sở Nông nghiệp và Phát triển nông thôn, Sở Tài nguyên và Môi trường, Sở Giao thông vận tải, Sở Du lịch, Sở Xây dựng, Ban Quản lý Khu Công nghệ cao Thành phố, Đại học Quốc gia Thành phố Hồ Chí Minh, Ban Quản lý các Khu chế xuất và công nghiệp Thành phố, Ban Quản lý Khu Nông nghiệp công nghệ cao, Ngân hàng nhà nước Việt Nam - Chi nhánh Thành phố Hồ Chí Minh, Hiệp hội doanh nghiệp trong và ngoài nước,... và các sở, ban, ngành, đơn vị có liên quan.

Thời gian hoạt động của GRECO 2024 là 5 ngày từ 21 đến 25 tháng 9 năm 2024 tại trục đường Nguyễn Huệ (từ giao lộ Nguyễn Huệ - Lê Lợi đến đường Tôn Đức Thắng) và trục đường Lê Lợi (khu vực phần đường chính xe ô tô, từ giao lộ Nguyễn Huệ - Lê Lợi đến đường Phan Bội Châu), Quận 1, TP.HCM.

Quy mô GRECO 2024 dự kiến khoảng 100 doanh nghiệp trong nước và quốc tế, bao gồm: doanh nghiệp Thành phố, doanh nghiệp các tỉnh có quan hệ hợp tác với Thành phố, doanh nghiệp các tỉnh, thành khác, doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài (FDI) và các doanh nghiệp quốc tế tham gia trưng bày, giới thiệu sản phẩm, dịch vụ với các không gian được thiết kế, trang trí mang màu sắc, thông điệp và câu chuyện chuyển đổi xanh riêng của mỗi doanh nghiệp tham gia.

Các khu vực của GRECO 2024

Không gian giới thiệu các sản phẩm, dịch vụ của doanh nghiệp được chia thành khu vực như sau:

- Khu vực giới thiệu công nghệ cao, công nghệ hỗ trợ và các thành tựu của cuộc cách mạng công nghiệp 4.0 trưng bày các sản phẩm, dịch vụ thuộc nhóm:

➢ Công nghệ cao, công nghệ bán dẫn, vi mạch bán dẫn, công nghiệp điện tử, công nghiệp chuyển đổi trên nền tảng ứng dụng khoa học công nghệ, chuyển đổi xanh,...

➢ Công nghệ hỗ trợ gắn liền công nghệ bán dẫn, vi mạch bán dẫn, công nghiệp điện tử và công nghệ cao khác.

➢ Sản phẩm, dịch vụ ứng dụng và phát triển, các thành tựu của cuộc cách mạng công nghiệp 4.0: trí tuệ nhân tạo, dữ liệu lớn, khai thác dữ liệu, Internet kết nối vạn vật, điện toán đám mây, công nghệ in 3D, thế hệ mạng di động thứ 5 (5G), người máy, sinh học tổng hợp, khoa học vật liệu...

- Khu vực Chợ công nghệ và thiết bị chuyên ngành (Techmart) giới thiệu Công nghệ xanh, năng lượng tái tạo và xử lý môi trường phục vụ chuyển đổi công nghiệp:

Giới thiệu quy trình, thiết bị của doanh nghiệp trong nước và quốc tế về công nghệ xanh, năng lượng tái tạo và xử lý môi trường phục vụ chuyển đổi công nghiệp,...



Hình ảnh thực tế không gian triển lãm GRECO 2023 do ITPC thực hiện.

- Khu vực giới thiệu sản phẩm, dịch vụ tăng trưởng xanh của nhóm lĩnh vực chuyên ngành trưng bày các nhóm sản phẩm, dịch vụ về:

➢ Năng lượng xanh - Giao thông xanh - Môi trường xanh - Đô thị xanh, thông minh;

➢ Nông nghiệp xanh, hữu cơ; Sản xuất - xuất khẩu xanh;

➢ Tài chính xanh; Du lịch xanh; Tiêu dùng xanh.

- Khu vực giới thiệu sản phẩm, dịch vụ của doanh nghiệp xanh và doanh nghiệp đổi mới sáng tạo:

➢ Trưng bày, giới thiệu các sản phẩm, dịch vụ tăng trưởng xanh của các doanh nghiệp đạt những thành tựu theo tiêu chuẩn Môi trường, Xã hội và Quản trị (ESG).

➢ Trưng bày, giới thiệu dành cho doanh nghiệp khởi nghiệp, đổi mới sáng tạo và doanh nghiệp đạt danh hiệu Doanh nghiệp xanh Thành phố Hồ Chí Minh.

Phòng Thông tin - ITPC

Những lưu ý khi kinh doanh tại thị trường Brazil

Phần nội dung “Những lưu ý khi kinh doanh tại thị trường Brazil” ở trang này trích từ ấn phẩm “Thị trường Brazil” do ITPC mới xuất bản. Mời quý bạn đọc truy cập địa chỉ <http://www.itpc.hochiminhcity.gov.vn> để tải bản pdf ấn phẩm này.



Cơ hội thị trường Brazil

Brazil là thị trường tiêu thụ lớn nhất khu vực Nam Mỹ với quy mô dân số lên đến 220 triệu người. Trung bình mỗi năm, Brazil nhập khẩu hơn 236 tỷ USD hàng hóa, trong đó có 30% hàng hóa đến từ khu vực Châu Á.

Hiện Brazil là đối tác thương mại lớn nhất của Việt Nam tại khu vực Nam Mỹ, ngược lại Việt Nam cũng là đối tác thương mại lớn nhất của Brazil tại Đông Nam Á. Brazil là thị trường rất lớn và rất tiềm năng cho hàng hóa Việt, bởi đây là thị trường có tiêu chuẩn không quá khắt khe và thị hiếu người dân rất đa dạng. Do vậy, nhiều mặt hàng có thế mạnh của Việt Nam có thể được tiếp nhận tại thị trường này.

Tính đến thời điểm hiện tại, Brazil tiếp tục duy trì vị trí đối tác thương mại lớn nhất của Việt Nam tại

khu vực Mỹ Latinh. Năm 2023, trao đổi thương mại hai nước Việt Nam - Brazil đạt 7,11 tỷ USD, tăng 5% so với năm 2022.

Các lĩnh vực tiềm năng của thị trường đối với doanh nghiệp Việt Nam

- *Lĩnh vực công nghiệp:* (ngoài điện thoại) các mặt hàng như máy tính, sản phẩm sắt thép, sản phẩm cao su, xơ sợi dệt, nguyên phụ liệu dệt may, giày da
- *Mặt hàng tiêu dùng:* giày dép, túi xách, va li, dù..
- *Nông sản:* fillet cá tra, tôm

Nhu cầu nhập khẩu các mặt hàng tiêu dùng tại Brazil sẽ tăng trưởng ổn định. Nhu cầu tiêu dùng của người tiêu dùng Brazil rất cao nên đây là sẽ lợi thế đối với các mặt hàng thời trang nhập khẩu với giá thành tốt như hàng giày dép, dệt may.

Brazil là một trong những nhà sản xuất nông sản lớn của thế giới nhưng đa phần là xuất khẩu sản phẩm thô và nguyên liệu chế biến. Chính phủ đang định hướng đẩy mạnh xuất khẩu các sản phẩm chủ lực là các sản phẩm chăn nuôi và ngũ cốc. Trong khi, đánh bắt và nuôi trồng thủy sản chưa đáp ứng được nhu cầu tiêu dùng và thị hiếu ưa thích thủy sản của người dân vì một phần đang tập trung phát triển ngành chăn nuôi và chế biến thịt (thịt bò, gà, heo và cừu) nên giá cả các sản phẩm thủy sản tươi sống ở Brazil cao hơn nhiều so với thịt. Đây có thể là một lợi thế trong xuất khẩu thủy sản của Việt Nam vào thị trường này. Mức tiêu thụ cá của người Brazil hiện chỉ bằng 50% so với khuyến cáo của WTO. Bộ nông nghiệp Brazil cho biết 60% hàng thủy sản đều nhập khẩu từ các quốc gia khác. Mặt hàng tôm đông lạnh Việt Nam chưa được nhập khẩu vào Brazil, trong khi nhu cầu tiêu thụ tôm của người dân tăng gấp 4 lần so với năng lực sản xuất trong nước. Theo đánh giá thì ngành tôm Brazil giảm 40% sản lượng do ảnh hưởng của bệnh đốm trắng nên chỉ có Ecuador xuất khẩu tôm sang Brazil.

Về nhập khẩu, các sản phẩm nhập khẩu chính của Việt Nam từ Brazil tăng mạnh trong đầu năm 2024, trong đó phải kể đến các mặt hàng nguyên phụ liệu phục vụ sản xuất, ngô, chất dẻo nguyên liệu, các chế phẩm thực phẩm khác, thức ăn gia súc và nguyên liệu... Nguyên nhân nhập khẩu tăng là để đáp ứng nhu cầu sản xuất trong nước và phục vụ sản xuất để xuất khẩu. Các sản phẩm nhập khẩu từ Brazil đạt chất lượng tốt và ổn định, đồng thời giá rất cạnh tranh và hàng hóa dồi dào, đáp ứng tốt nhu cầu về nguyên phụ liệu cho sản xuất trong nước.

Phòng Thông tin - ITPC

ELECTRIC VEHICLE – XE ĐIỆN

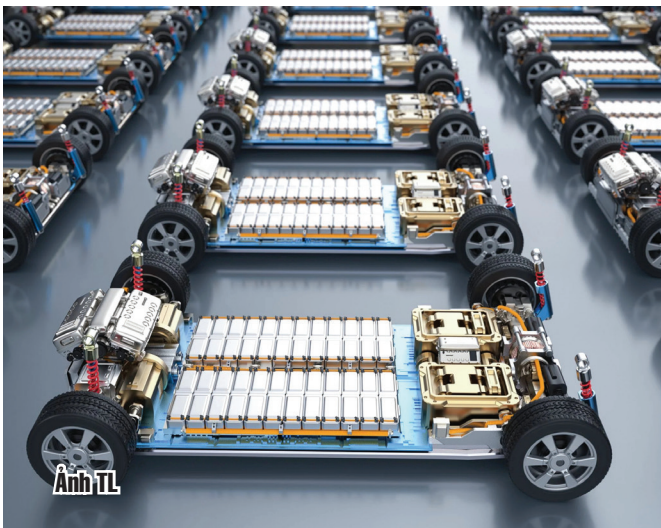
(Vui lòng theo dõi đề tài Xe điện từ Bản tin số 9 xuất bản ngày 8/8/2024)

❖ Memory effect

This is the **reduction of battery capacity with incomplete charging**. It occurs when a battery is recharged without first being fully discharged. To counteract this, it is recommended that charges should always be full.

However, this does **not affect electric cars with current lithium-ion batteries**, as they have a minimal memory effect. This means that **we can plug in our vehicle as many times as we want** without having to worry about the impact on the battery, as **its lifespan will depend on the full number of charging cycles** carried out.

Remember! The best way to take care of your electric car battery is to keep it charged to between **20% and 80%** and avoid both discharging and full recharging.



❖ Hiệu ứng bộ nhớ

Đây là tình trạng **giảm dung lượng pin khi sạc không đầy**. Hiện tượng này xảy ra khi pin được sạc lại mà không xả pin hết trước. Để khắc phục tình trạng này, bạn nên luôn sạc đầy pin.

Tuy nhiên, điều này **không ảnh hưởng đến ô tô điện sử dụng pin lithium-ion hiện tại** vì chúng có hiệu ứng bộ nhớ tối thiểu. Điều này có nghĩa là chúng ta có thể **cắm sạc xe nhiều lần tùy thích** mà không phải lo lắng về việc tác động đến pin vì tuổi thọ của pin sẽ phụ thuộc vào số chu kỳ sạc đầy được thực hiện.

Hãy nhớ! Cách tốt nhất để chăm sóc pin ô tô điện của bạn là **giữ pin ở mức từ 20% đến 80%** và tránh xả pin và sạc đầy pin.

II. Acronyms for electric mobility (Từ viết tắt cho xe điện)

❖ HEV (Hybrid Electric Vehicle)

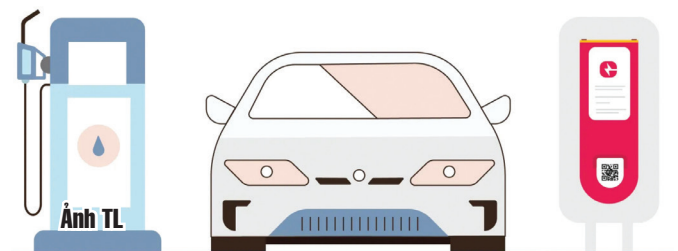
This acronym refers to **conventional hybrid vehicles that do not need to be recharged**. In these cars, the main engine is the internal combustion engine (mostly petrol) and they have a battery and electric motor that serve as back-up at certain times. They can only be driven in electric mode for **short distances** and at **low speeds**. The battery is recharged by the braking recovery system and by the internal combustion engine itself.

❖ HEV (Xe lai điện)

Từ viết tắt này chỉ **các loại xe lai thông thường không cần sạc lại**. Trong những chiếc xe này, động cơ chính là động cơ đốt trong (chủ yếu là xăng), chúng có pin và động cơ điện đóng vai trò dự phòng vào những thời điểm nhất định. Chúng chỉ có thể được lái ở chế độ điện trong **khoảng cách ngắn** và ở **tốc độ thấp**. Pin được sạc lại bằng hệ thống phục hồi phanh và bằng chính động cơ đốt trong.

❖ PHEV (Plug-in Hybrid Electric Vehicle)

Acronym that refers to **plug-in hybrids**. They work thanks to the **combustion engine**, but have an electric motor and **batteries**. They can be driven in **100% electric mode** (with a reduced range of around 32 miles), in **hybrid mode** or only with the combustion engine. This type of vehicle must be charged by plugging the car into the electric grid.



❖ PHEV (Xe lai điện cắm điện)

Từ viết tắt chỉ **xe lai cắm điện**. Chúng hoạt động nhờ **động cơ đốt trong**, nhưng có động cơ điện và **pin**. Chúng có thể được lái ở chế độ điện 100% (với phạm vi giảm khoảng 32 dặm), ở **chế độ lai** hoặc chỉ bằng động cơ đốt trong. Loại xe này phải được sạc bằng cách cắm xe vào lưới điện.

Phòng Thông tin - ITPC



Các chiến lược định giá phổ biến

Các chiến lược định giá kinh doanh khác nhau tùy thuộc vào mô hình kinh doanh và hành vi mua hàng (thói quen mua hàng) của thị trường mục tiêu. Bốn chiến lược định giá chính là định giá dựa trên giá trị, định giá cộng thêm chi phí, định giá dựa trên cạnh tranh và định giá linh động.

Tuy nhiên, các doanh nghiệp cũng có thể sử dụng các chiến lược nhằm mục tiêu để tác động đến hành vi của người tiêu dùng. Đó là định giá gạn kem và hớt váng, định giá hấp dẫn, định giá chỉ đạo lỗ và định giá trung thành. Chúng tôi sẽ giải thích từng chiến lược trong loạt bài về vấn đề này.

1. Chiến lược định giá dựa trên giá trị

Chiến lược định giá dựa trên giá trị là khi các công ty định giá sản phẩm/dịch vụ của mình dựa trên giá

trị mà khách hàng cảm nhận được về sản phẩm hoặc dịch vụ của công ty và giá bán đó phù hợp với giá trị mà sản phẩm hoặc dịch vụ cung cấp. Ngay cả khi có thể tính phí nhiều hơn cho một sản phẩm, công ty vẫn quyết định đặt giá dựa trên sự quan tâm và dữ liệu của khách hàng.

Định giá dựa trên giá trị có thể nâng cao tình cảm và lòng trung thành của khách hàng. Nó cũng có thể giúp bạn ưu tiên khách hàng của mình trong các khía cạnh khác của công ty, như tiếp thị và dịch vụ.

Mặt khác, chiến lược này đòi hỏi bạn phải liên tục thu thập thông tin khách hàng (nhân khẩu học, sở thích, hành vi mua sắm, ã) và thay đổi giá dựa trên những khác biệt đó.

Bất kỳ công ty nào áp dụng chiến lược định giá theo giá trị đều phải có một sản phẩm hoặc dịch vụ khác biệt so với đối thủ cạnh tranh. Sản phẩm đó phải lấy khách hàng làm trung tâm, có nghĩa là bất kỳ cải tiến sản phẩm và tính năng bổ sung

nào được đưa ra cũng phải dựa trên mong muốn và nhu cầu của khách hàng. Tất nhiên, sản phẩm hoặc dịch vụ của công ty phải có chất lượng cao nếu công ty muốn sản phẩm của mình cung cấp được nhiều giá trị hơn cho khách hàng.

Giá bán của sản phẩm dựa trên giá trị có thể được xác định bằng các hoạt động marketing. Ví dụ, công ty sản xuất ô tô hạng sang thường thu hồi ý kiến phản hồi của khách hàng để xác định được giá trị cảm nhận của khách hàng về trải nghiệm của họ khi lái một mẫu ô tô cụ thể. Do đó, công ty có thể sử dụng phương pháp định giá dựa trên giá trị cảm nhận của khách hàng để thiết lập giá của chiếc xe trong tương lai. Apple là một ví dụ tuyệt vời về một thương hiệu sử dụng chiến lược định giá dựa trên giá trị. Apple sử dụng các phương pháp định giá dựa trên giá trị cho tất cả các sản phẩm của mình, tận dụng cơ sở khách hàng trung thành của mình.

Công ty cũng nên có các kênh giao tiếp cởi mở và mối quan hệ bền vững với khách hàng. Bởi khi làm như vậy, công ty có thể nhận được phản hồi từ khách hàng về các tính năng đang có của sản phẩm, những tính năng mà họ đang tìm kiếm cũng như số tiền họ sẵn sàng chi trả.

Định giá dựa trên giá trị là lựa chọn tốt nhất cho mọi công ty có thời gian và nguồn lực tốt.

Ưu điểm

- Giá cao hơn bình thường: Bạn có thể đặt giá cao ngay từ đầu. Sau đó, khi liên tục thêm giá trị cho sản phẩm của mình và tạo các tính năng bổ sung, bạn có thể điều chỉnh giá sản phẩm cho phù hợp.

- Được hỗ trợ bởi nghiên cứu: Vì phương pháp này được hỗ trợ bởi đội nghiên cứu sản phẩm nên nó sẽ giúp cho bạn có cái nhìn toàn cảnh bao quát hơn cùng những dữ liệu thực tế hữu ích.

- Liên tục cải tiến sản phẩm: Đối với phương pháp này, bạn sẽ phát triển các sản phẩm chất lượng cao hơn, vì bạn đã hiểu sâu hơn về những gì khách hàng tiềm năng muốn từ sản phẩm của bạn. Bạn có thể sử dụng quan điểm của khách hàng và giá trị cảm nhận của họ về sản phẩm để liên tục cải tiến và bổ sung các tính năng cho sản phẩm của bạn khi cần thiết.

- Dịch vụ khách hàng được ưu tiên: Dịch vụ khách hàng là trung tâm của chiến lược này. Vì bạn đang tiến hành nghiên cứu chặt chẽ dựa trên khách hàng của mình nên bạn sẽ ngày càng chú ý hơn đến nhu cầu của họ, đồng thời củng cố và xây dựng lòng tin từ họ.

Nhược điểm

- Yêu cầu thời gian và nguồn lực dồi dào: Việc phát triển một chiến lược dựa trên giá trị không hề đơn giản. Nó đòi hỏi cả một quá trình nghiên cứu lâu dài và nguồn ngân sách cao.

- Không chính xác: Định giá dựa trên giá trị là một phép tính dẫn bạn đến một con số xấp xỉ gần đúng. Do đó, trong một số trường hợp, nó có thể khác xa so với những gì bạn mong muốn.

2. Chiến lược định giá cộng với chi phí

Định giá cộng với chi phí là chiến lược định giá dựa trên chi phí sản xuất và tỷ suất lợi nhuận mong muốn của bạn. Tất cả những gì nó đòi hỏi là tính các chi phí phát triển một sản phẩm, sau đó thêm một tỷ lệ phần trăm lên trên sản phẩm cho tỷ suất lợi nhuận của bạn.

Hầu hết các nhà sản xuất sử dụng chiến lược định giá cộng thêm chi phí. Ví dụ: nếu chi phí sản xuất là 1.000 USD và họ đặt tỷ lệ phần trăm chi phí cộng thêm (số tiền cộng vào giá vốn) là 50%, thì họ sẽ bán sản phẩm với giá 1.500 USD.

Ưu điểm

- Dễ thực hiện: Định giá cộng với chi phí cho đến nay là chiến lược định giá sản phẩm dễ tính nhất. Nó chỉ liên quan đến hai biến số và không cần nghiên cứu gì cả.

- Tiết kiệm chi phí: Nhìn chung, chiến lược định giá sản phẩm này yêu cầu nguồn lực tối thiểu để thực hiện, ít chi phí nghiên cứu thị trường, tuy nhiên bạn phải cung cấp toàn bộ chi phí và tỷ lệ lợi nhuận nhất quán.

Nhược điểm

- Không kết hợp giá trị của khách hàng: Định giá cộng với chi phí không xem xét đến đối tượng khách hàng của bạn, điều này không hợp lý. Theo nguyên tắc, mọi doanh nghiệp muốn phát triển bền vững đều phải xây dựng mối quan hệ bền chặt với khách hàng.

- Không nghiên cứu đối thủ cạnh tranh: Vì chiến lược này không cần nghiên cứu đối thủ cạnh tranh nên bạn sẽ hoàn toàn bỏ lỡ thông tin về họ.

Phòng Thông tin - ITPC





Chủ trương và cơ chế để TP.HCM phát triển sản phẩm du lịch đêm?

Xin hỏi ngành du lịch TP.HCM có những chủ trương, cơ chế như thế nào để doanh nghiệp phát triển sản phẩm du lịch đêm?

Trả lời:

Ngành du lịch Thành phố xác định phát triển du lịch gắn với kinh tế đêm “là một giải pháp chiến lược để thúc đẩy ngành du lịch thành phố phát triển”. Nơi đây có những lợi thế để sẵn sàng đẩy mạnh phát triển sản phẩm, dịch vụ du lịch về đêm đặc sắc, độc đáo dựa vào cảnh quan thiên nhiên, không gian văn hóa, lịch sử, ẩm thực, mua sắm, vui chơi, giải trí... là những loại hình du lịch được du khách lựa chọn trải nghiệm khám phá vào buổi tối. Để du lịch ban đêm tại Thành phố trở thành “đòn bẩy phát triển kinh tế”, trong chức năng của Sở Du lịch sẽ tham mưu và tập trung thúc đẩy phát triển du lịch đêm với những giải pháp cụ thể như:

1. Ứng dụng các nội dung của Đề án du lịch thông minh của Thành phố Hồ Chí Minh, đẩy mạnh triển khai các ứng dụng, tiện ích hỗ trợ khách du lịch, ưu tiên triển khai ứng dụng công nghệ trong thanh toán trực tuyến, sử dụng công nghệ tự động hóa trong cung cấp dịch vụ tại các mô hình phát triển sản phẩm du lịch đêm.

2. Xây dựng Đề án khuyến khích đầu tư phát triển du lịch trên địa bàn Thành phố để khuyến khích các bảo tàng, khu di tích gắn với văn hóa lịch sử trên địa bàn Thành phố, khu điểm du lịch,... tổ chức các chương trình tham quan, trải nghiệm đặc sắc, hấp dẫn đa dạng hóa các sản phẩm, dịch vụ và nâng cao chất lượng dịch vụ, để mở cửa phục vụ du khách về đêm.

3. Hỗ trợ các doanh nghiệp lựa chọn phối hợp với các điểm đến, cơ sở cung ứng dịch vụ du lịch xây dựng và tổ chức các chương trình du lịch chuyên đề phục vụ khách du lịch vào ban đêm; tiếp tục hỗ trợ truyền thông để đẩy mạnh 03 chương trình du lịch ban đêm đang khai thác: (1) Quận 1 - Sắc màu đêm; (2) Trảng Chiến khu - Địa đạo Củ Chi; (3) Nhà Bè - nghìn lẻ một đêm.

4. Phát triển những sản phẩm du lịch gắn với khám phá nét văn hóa cộng đồng đô thị về đêm, tập trung ở các tuyến phố chuyên doanh tại Quận 1, Quận 5, quận Phú Nhuận, quận Bình Thạnh, thành phố Thủ Đức, huyện Củ Chi, huyện Cần Giờ,...

5. Khuyến khích đầu tư phát triển các sản phẩm du lịch đường thủy gắn với hoạt động ban đêm: tàu ngủ đêm, hoạt động trải nghiệm ẩm thực và giải trí ban đêm trên tàu, thuyền, du thuyền,...

6. Xây dựng Kế hoạch về khai thác du hệ thống di sản, di tích phong phú, là cơ sở để hình thành nhiều chương trình du lịch hấp dẫn, đa dạng.

Theo thống kê của Tổ chức Du lịch Thế giới, du lịch văn hóa có đóng góp 37% du lịch toàn cầu và dự báo có thể tăng lên 15% mỗi năm. Riêng tại Thành phố Hồ Chí Minh, có khoảng 56% khách quốc tế chủ yếu tìm hiểu về giá trị văn hóa - lịch sử, trong khi đó khách nội địa tìm hiểu về giá trị văn hóa - du lịch chiếm khoảng 28%. Vì vậy, ngành du lịch Thành phố cũng cần phát triển 01 chương trình nghệ thuật thực cảnh về Thành phố Hồ Chí Minh làm điểm nhấn trong chương trình tham quan tại Thành phố với bản sắc riêng, có chiều sâu của văn hóa, lịch sử và có độ hoành tráng và sự mới mẻ theo xu hướng của thế giới để thu hút khách tham gia và chi tiêu mạnh về đêm.

Ngoài ra, Thành phố hiện đang ưu tiên khai thác mô hình kinh tế đêm, đồng thời đặc biệt thu hút giới đầu tư bởi định hướng tập trung mọi nguồn lực đưa Thành phố phát triển khiến cho thủ phủ du lịch này trở thành “cái nôi” của loại hình du lịch MICE, Văn hóa lịch sử, Giải trí, Ẩm thực, làm tiền đề cho kinh tế đêm phát triển đồng bộ; để sản phẩm du lịch đêm “sống được”, phát triển ổn định và bền vững, Thành phố đã tạo nét riêng với nhiều hoạt động vui chơi, mua sắm, trải nghiệm và các loại hình văn hóa nghệ thuật đặc sắc. Tại khu vực Bến Bạch Đằng (Quận 1) có thể đầu tư loại hình du lịch “Trên bến dưới thuyền”, còn khu vực Chợ Lớn, điểm nhấn là chợ Bình Tây (Quận 6) cần có loại hình mua sắm, ẩm thực gắn với cuộc sống của người dân bản địa,... Tại một số nơi đủ điều kiện hình thành các tổ hợp kinh tế đêm mà không ảnh hưởng đến cộng đồng dân cư, chẳng hạn Thủ Thiêm (thành phố Thủ Đức), bán đảo Thanh Đa (quận Bình Thạnh),... cần kết nối, xây dựng cầu tàu để phát triển sản phẩm du lịch cả đường bộ lẫn đường sông.

Về công tác phát triển sản phẩm du lịch, nâng cao hiệu quả phát triển du lịch của Thành phố, ngành du lịch có 08 nhóm giải pháp đang thực hiện đồng bộ. Đó là, phát triển sản phẩm, tài nguyên, thương hiệu, xúc tiến quảng bá, đào tạo nhân lực, liên kết vùng... Trọng tâm là phát triển sản phẩm cho du lịch thành phố. Hiện ngành xác định 4 nhóm sản phẩm chính đang có nguồn thu lớn là văn hoá lịch sử, hội nghị hội thảo triển lãm, du lịch kết hợp ẩm thực, du lịch kết hợp mua sắm. Ngành cũng xác định các sản phẩm tiềm năng lợi thế của Thành phố như du lịch đường thủy, du lịch không ngủ gắn với vui chơi giải trí và kinh tế đêm.

TIN VĂN

❖ Theo Bộ NN-PTNT, tổng kim ngạch xuất khẩu nông, lâm, thủy sản 7 tháng đầu năm 2024 của nước ta đạt 34,27 tỷ USD. Trong đó, Mỹ, Trung Quốc và Nhật Bản tiếp tục là 3 thị trường xuất khẩu lớn nhất của Việt Nam. Giá cà phê xuất khẩu đã tăng lên đáng kể và nửa đầu năm nay đạt mức bình quân 3.550 USD/tấn (cùng kỳ năm trước chỉ 2.400 USD/tấn), hiện đã xuất khẩu đến hơn 80 quốc gia và trong 7 tháng qua thu về hơn 3,1 tỷ USD. Sản phẩm nông sản xuất khẩu tiêu biểu tiếp theo là hồ tiêu. Sau nhiều năm có kim ngạch xuất khẩu sụt giảm, trong 7 tháng đầu năm 2024, xuất khẩu hạt tiêu các loại đạt khoảng 162.000 tấn, đem về 746 triệu USD. Trong khi đó, thống kê từ Hiệp hội Rau quả Việt Nam, 7 tháng qua, kim ngạch xuất khẩu rau quả nước ta ước đạt hơn 3,8 tỷ USD, tăng 23,4% so với cùng kỳ năm 2023. Năm 2024, dự tính xuất khẩu rau quả của Việt Nam có thể đạt 7 tỷ USD, mức cao kỷ lục trong nhiều năm trở lại đây. (SGGP)

❖ Trong 7 tháng đầu năm 2024, mặt hàng gạo dẫn đầu kim ngạch xuất khẩu sang thị trường Indonesia đạt 481,6 triệu USD, tăng 60,8% so với cùng kỳ năm trước, chiếm 13,9% tỷ trọng xuất khẩu. Tiếp đến là mặt hàng máy móc, thiết bị, dụng cụ và phụ tùng đạt 255,8 triệu USD, tăng 20%, chiếm 7,3% tỷ trọng xuất khẩu. Trong 7 tháng đầu năm 2024, một số mặt hàng có kim ngạch xuất khẩu tăng trưởng so với cùng kỳ năm trước: Cà phê tăng 101,8%; hóa chất tăng 133,3%; cao su tăng 72,7%; chè tăng 105,8%; than tăng 153,1%. Thương mại 2 chiều Việt Nam - Indonesia năm 2023 đạt 13,8 tỷ USD, giảm 2,5% so với năm 2022. Trong đó, nhập khẩu từ Indonesia đạt 8,73 tỷ USD, xuất khẩu sang thị trường này đạt 5,07 tỷ USD. Như vậy, nhập siêu từ Indonesia năm 2023 đạt 3,66 tỷ USD, giảm 28,3%. (Vinanet)

❖ Theo số liệu thống kê từ Tổng cục Hải quan, xuất khẩu sắn (khoai mì) và các sản phẩm từ sắn 6 tháng đầu năm 2024 đạt gần 1,39 triệu

tấn, tương đương trên 630,29 triệu USD, giá trung bình 454,7 USD/tấn, giảm 7,7% về khối lượng, tăng 6,1% về kim ngạch và tăng 15% về giá so với 6 tháng đầu năm 2023. Riêng tháng 6/2024 ước đạt 141.228 tấn, tương đương 68,24 triệu USD, giá trung bình 483,2 USD/tấn, tăng 19,2% về lượng, tăng 31,8% kim ngạch và tăng 10,5% về giá so với tháng 5/2024; còn so với tháng 6/2023 thì giảm nhẹ 0,08% về lượng, nhưng tăng 4,3% kim ngạch và tăng 4,4% về giá. Trong tháng 6/2024, riêng xuất khẩu sắn lát ước đạt 10.752 tấn, tương đương 3,4 triệu USD, giá trung bình 316,7 USD/tấn, giảm 71,2% về lượng, giảm 67,7% về kim ngạch nhưng tăng 12% về giá so với tháng 5/2024. Tính chung cả 6 tháng đầu năm 2024, xuất khẩu sắn lát đạt 322.947 tấn, tương đương 84,47 triệu USD, giá trung bình 261,6 USD/tấn, giảm 44,6% về lượng, giảm 48,2% về kim ngạch và giảm 6,7% về giá so với 6 tháng đầu năm 2023. (Vinanet)

BẢN TIN

**XÚC TIẾN
THƯƠNG MẠI
& ĐẦU TƯ**

GIẤY PHÉP XUẤT BẢN

Giấy phép xuất bản số 02/GP-XBBT ngày 03 tháng 01 năm 2024 của Sở Thông tin và Truyền thông TP.HCM.



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.hochiminhcity.gov.vn



TRANG FACEBOOK CHÍNH THỨC CỦA ITPC

<https://www.facebook.com/ITPC.HOCHIMINH CITY>



- Kỳ hạn xuất bản: 01 tuần/01 kỳ.
- Khuôn khổ: 19cm x 27cm.
- Số trang: 16 trang.
- Số lượng: 1.000 bản/kỳ.
- Ngôn ngữ thể hiện: Tiếng Việt; song ngữ Việt – Anh.

TÒA NHÀ 92 - 96 Nguyễn Huệ, P. Bến Nghé, Quận 1, TP.HCM

ĐIỂM ĐẾN của doanh nhân, doanh nghiệp - nơi tổ chức chuyên nghiệp, hiệu quả các sự kiện xúc tiến thương mại và đầu tư.



Tuần lễ triển lãm sản phẩm đặc trưng, sản phẩm OCOP tỉnh Bình Thuận năm 2024

- Diện tích gần 1.000 m² mặt tiền phố đi bộ Nguyễn Huệ
- Phù hợp nhiều dạng thiết kế
- Dịch vụ đa dạng, chuyên nghiệp
- Truyền thông hiệu quả

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.hochiminhcity.gov.vn
vexa.vn



Tuần lễ kết nối giao thương và giới thiệu sản phẩm ngành cơ khí, công nghệ số, điện và điện tử năm 2024