



# INVESTMENT & TRADE PROMOTION

## NEWSLETTER

INVESTMENT AND TRADE PROMOTION CENTRE OF HCMC

[www.itpc.gov.vn](http://www.itpc.gov.vn)

NO. 17 JUNE.14<sup>TH</sup>.2021 (912)

## More agricultural products sold on e-commerce sites (page 06)



### ITPC NEWS

More Vietnamese agro products to be available on e-commerce platforms (page 03)



### ITPC NEWS

E-commerce changing domestic retail property market (page 09)

## BILINGUAL EDITION

# INVESTMENT & TRADE PROMOTION NEWSLETTER

## HEAD OFFICE

Investment and Trade Promotion  
Centre of Ho Chi Minh City

**Address:** 51 Đinh Tiên Hoàng,  
District 1, HCMC

**Telephone:** (028) 3823 6738

**Fax:** (028) 3824 2391

**Email:** [itpc@itpc.gov.vn](mailto:itpc@itpc.gov.vn)

**Website:** [www.itpc.gov.vn](http://www.itpc.gov.vn)



## PUBLISHER

Investment and Trade Promotion  
Centre of Ho Chi Minh City  
Business Information Division

**Address:** 51 Đinh Tiên Hoàng,  
Quận 1, Tp.HCM

**Telephone:** (028) 3910 1225

**Fax:** (028) 3824 2391

**Email:** [info@itpc.gov.vn](mailto:info@itpc.gov.vn)

## PUBLICATION PERMIT

No. 06/QĐ - STTTT, of 30/5/2016  
issued by Department of  
Information and Communications

# NO. 17 06.2021



## 03 INVESTMENT & TRADE PROMOTION CENTRE

More Vietnamese agro products to be available on e-commerce platforms

*Nhiều sản phẩm nông nghiệp Việt đã có mặt trên các sàn thương mại điện tử*

05. HCM City attracts over 1.34 billion USD worth of FDI in first five months

*TP.HCM thu hút hơn 1,34 tỷ USD vốn FDI trong 5 tháng*

06. More agricultural products sold on e-commerce sites

*Sôi động tiêu thụ nông sản qua sàn thương mại điện tử*

09. E-commerce changing domestic retail property market

*Thương mại điện tử thay đổi thị trường bất động sản bán lẻ trong nước*

12. Vietnam remains attractive among



foreign investors despite COVID-19

13. Việt Nam vẫn duy trì sức hút với các nhà đầu tư nước ngoài bất chấp COVID-19

14. Vietnam's export turnover to US reaches nearly US\$131 billion

*Kim ngạch xuất khẩu vào thị trường Hoa Kỳ đạt gần 131 tỷ USD*



## More Vietnamese agro products to be available on e-commerce platforms

Following successful sales of lychees, efforts have been made to sell other Vietnamese farm produce on e-commerce platforms, the Nong nghiep Viet Nam (Vietnam Agriculture) newspaper has reported.

### Overcoming technical barriers

Lychees grown in the northern province of Hai Duong officially went on sale on one of Vietnam's leading online marketplaces, Lazada, on May 14. More than 3 tonnes have been sold since.

The fruit then became available on Sendo 10 days later, which sold 6 tonnes on the first day at VND18,000 (US\$0.78) per kilo. The volume is projected to double within a few more days.

Lychees grown in Bac Giang province, dubbed Vietnam's "lychee kingdom", are to be sold on e-commerce platforms at home and abroad this month, including Alibaba and Amazon. The province also bolsters online purchases on websites such as dacsanlucngan.vn and vaithieubacgiang.vn.

Sales of lychees and other farm produce on online marketplaces require efforts from various stakeholders. A programme was piloted last year and is now proceeding in the face of COVID-19, said Hoang Minh Chien, Vice Director of the Vietnam Trade Promotion Agency (VIETRADE) at the Ministry of Industry and Trade.

He noted that online sales face difficulties in supply, as it takes many steps for products to reach consumers and strict preservation methods are needed.



## Nhiều sản phẩm nông nghiệp Việt đã có mặt trên các sàn thương mại điện tử

Theo báo Nông nghiệp Việt Nam sau khi bán thành công mặt hàng trái vải, nhiều nỗ lực đã được thực hiện để bán các sản phẩm nông nghiệp khác của Việt Nam trên các nền tảng thương mại điện tử.



### Vượt qua các rào cản kỹ thuật

Vải thiều được trồng ở khu vực phía Bắc tỉnh Hải Dương, chính thức được mở bán trên một trong những chợ trực tuyến hàng đầu của Việt Nam, Lazada vào ngày 14 tháng 5. Hơn 3 tấn đã được bán trên chợ trực tuyến này kể từ đó.

Trái cây này có mặt trên Sendo 10 ngày sau đó, và đã bán được 6 tấn vào ngày đầu tiên với giá 18.000 đồng (0,78 đô la Mỹ) mỗi kg. Khối lượng dự kiến sẽ tăng gấp đôi trong vòng vài ngày tiếp theo.

Vải thiều được trồng ở tỉnh Bắc Giang, được mệnh danh là "vương quốc vải thiều" của Việt Nam, sẽ được bán trên các nền tảng thương mại điện tử trong và ngoài nước trong tháng này bao gồm cả Alibaba và Amazon. Tỉnh Bắc Giang cũng tăng cường bán hàng trực tuyến trên các trang web như dacsanlucngan.vn và vaithieubacgiang.vn.

Việc tiến hành tiêu thụ mặt hàng vải và các nông sản khác trên thị trường trực tuyến đòi hỏi nỗ lực của nhiều bên liên quan. Ông Hoàng Minh Chiến, Phó Cục trưởng Cục Xúc tiến Thương mại Việt Nam (VIETRADE),

*(Xem tiếp trang 4)*

(continued from page 3)

Quality commitments to customers are also a matter of concern because Vietnamese prefer to buy agro products in-person to directly examine the quality. When choosing products online, they need appraisals from relevant agencies and commitments from stakeholders in the supply chain.

The greatest barrier is the lack of knowledge among farmers about online sales, Chien pointed out, adding that many growers find it difficult to offer their products and attract customers on the channel.

Local authorities must devise incentives for farmers to apply digital technology in farm produce cultivation and consumption, he underlined.



### Other agro products to hit e-commerce sites

Following lychees, other fruit in season will be sold on e-commerce platforms, in particular mangoes and plums from Son La, longans from Hung Yen, and dragon fruits from Binh Thuan.

Farmers are advised to diversify and thoroughly study demand in markets, build their brands, and pay due regard to packaging.

Vietnamese agro products will hold more advantages in the global market if digitalisation and advanced technology are applied efficiently, Chien said.

VIETRADE joined hands with certain online marketplaces to sell agro products from Hai Duong after social distancing measures were imposed to curb the spread of COVID-19.

(Source: VietnamPlus)

Bộ Công Thương cho biết đã được thực hiện thí điểm một chương trình vào năm ngoái và hiện đang được tiến hành trong khuôn khổ COVID-19.

Ông lưu ý, bán hàng trực tuyến gặp khó khăn về nguồn cung, do sản phẩm đến tay người tiêu dùng phải trải qua nhiều bước và cần có phương pháp bảo quản nghiêm ngặt.

Sự cam kết về chất lượng với khách hàng cũng là một vấn đề cần quan tâm vì người Việt Nam thích mua nông sản trực tiếp để trực tiếp kiểm tra chất lượng. Khi lựa chọn sản phẩm trực tuyến, họ cần thẩm định từ các cơ quan liên quan và cam kết từ các bên liên quan trong chuỗi cung ứng.

Ông Chiến nêu lên rào cản lớn nhất là người nông dân là thiếu kiến thức về bán hàng trực tuyến và cho biết thêm rằng nhiều người trồng khó chào hàng và thu hút khách hàng trên kênh.

Ông cũng nhấn mạnh, chính quyền địa phương phải khuyến khích nông dân áp dụng công nghệ kỹ thuật số trong canh tác và tiêu thụ nông sản.

### Các sản phẩm nông nghiệp khác xâm nhập vào trang thương mại điện tử

Sau vải, các loại trái cây khác trong mùa sẽ được bán trên các nền tảng thương mại điện tử, cụ thể là xoài và mận từ Sơn La, nhãn từ Hưng Yên và thanh long từ Bình Thuận.

Người nông dân nên đa dạng hóa và nghiên cứu kỹ lưỡng nhu cầu trên thị trường, xây dựng thương hiệu và quan tâm đến việc đóng gói.



Ông Chiến cho biết, nông sản Việt Nam sẽ có nhiều lợi thế hơn trên thị trường toàn cầu nếu số hóa và công nghệ tiên tiến được áp dụng hiệu quả.

VIETRADE đã bắt tay với một số chợ trực tuyến để bán nông sản từ Hải Dương sau khi các biện pháp ngăn cách xã hội được áp dụng để hạn chế sự lây lan của COVID-19.



## HCM City attracts over 1.34 billion USD worth of FDI in first five months

The inflow of foreign direct investment (FDI) into Ho Chi Minh City surpassed 1.34 billion USD in the first five months of this year, down 16.52 percent year-on-year, according to the municipal Statistics Office.

Of the total, 378.8 million USD went to 187 new projects, primarily in the field of commerce (236.3 million USD) and real estate (125.8 million USD).

Meanwhile, 416 million USD was added to 42 existing projects. Foreign investors channeled 267.4 million USD of capital into seven processing and manufacturing projects, 85.5 million USD into 11 science and technology projects, and 32.9 million USD into 15 commercial projects.

Countries posting high additional investment included Japan (270 million USD), Singapore (72.4 million USD), and the UK (27 million USD).

Capital contributions and share purchases in 726 transactions accounted for 542.7 million USD.

In terms of domestic capital attraction, the city licensed the establishment of 14,543 companies with registered capital of 245.6 trillion VND (10.66 billion USD), up 5.8 percent and 36.6 percent year-on-year.

## TP.HCM thu hút hơn 1,34 tỷ USD vốn FDI trong 5 tháng

Theo Cục Thống kê TP.HCM, trong 5 tháng đầu năm 2021, có hơn 1,34 tỷ USD vốn đầu tư trực tiếp nước ngoài (FDI) đầu tư vào thành phố, giảm 16,52% so với cùng kỳ năm trước.

Cụ thể, trong 5 tháng, có 187 dự án cấp với vốn đăng ký đạt 378,8 triệu USD, vốn đăng ký tập trung chủ yếu ở 2 ngành là thương nghiệp (vốn đạt 236,3 triệu USD) và kinh doanh bất động sản (vốn đạt 125,8 triệu USD).

Về điều chỉnh vốn đầu tư có 42 lượt dự án với số vốn tăng thêm hơn 416 triệu USD. Trong đó có 7 dự án thuộc ngành công nghiệp chế biến, chế tạo với vốn đăng ký là 267,4 triệu USD. Kế đến là hoạt động chuyên môn, khoa học công nghệ có 11 dự án, vốn tăng là 85,5 triệu USD; thương nghiệp 15 dự án, vốn đăng ký điều chỉnh là 32,9 triệu USD.

Các quốc gia có vốn điều chỉnh tăng cao là Nhật Bản 270 triệu USD; Singapore 72,4 triệu USD; Anh 27 triệu USD...

TP.HCM cũng đã chấp thuận cho góp vốn, mua cổ phần của các nhà đầu tư nước ngoài 726 trường hợp với tổng vốn đạt 542,7 triệu USD. Về thu hút vốn đầu tư trong nước, thành phố đã cấp phép 14.543 doanh nghiệp với tổng vốn đăng ký 245.597 tỷ đồng. So với cùng kỳ năm trước, số giấy phép tăng 5,8% và vốn tăng 36,6%.

(Nguồn: VietnamPlus)

## More agricultural products sold on e-commerce sites

*Consumption of agricultural products through the e-commerce platform have got many events of public interest. This is a solution that both solves the deadlock of agricultural product consumption and is in line with the trend of the 4.0 technology era during Covid-19 epidemic. The Ministry of Agriculture and Rural Development (MARD) together with Local governments, organizations, businesses... are looking for every opportunity to increase consumption of agricultural products through this channel.*

**F**or example, the "Agriculture" column of Saigon Giai Phong newspaper continuously reports articles related to the consumption of agricultural products through the e-commerce platform.

On May 27, it was the news "Tam Hoa plum on the e-commerce site". Accordingly, the People's Committee of Bac Ha district - Lao Cai - where the famous Tam Hoa plum specialty is, signed a contract with the Post Office of Lao Cai province to put Tam Hoa plums on the Postmart e-commerce site. This is the first batch of fresh Lao Cai plums to be sold on the e-commerce site.

Also on May 27, 2021, the news "The first 10 tons of lychee was exported to Japan by plane" said that the first batches of lychee in this year's crop of Bac Giang province were exported to Japan by Vietnam Airlines planes with the initial volume of nearly 10 tons.



May 28, 2021 was the news "Son La's plum and round mango are officially on the e-commerce site". The information clearly states, at the online conference to promote consumption of Son La longan and mango in 2021 taking place on the morning of May 28, Son

## Sôi động tiêu thụ nông sản qua sàn thương mại điện tử

Tiêu thụ nông sản qua sàn thương mại điện tử đang có nhiều sự kiện sôi động được dư luận quan tâm. Đây là giải pháp vừa giải quyết được tình trạng bế tắc của tiêu thụ nông sản vừa phù hợp với xu thế thời công nghệ 4.0 trong tình hình dịch Covid-19. Bộ Nông nghiệp và Phát triển Nông thôn (Bộ NN-PTNT) cùng chính quyền các địa phương, các tổ chức, doanh nghiệp... đang tìm mọi cơ hội để gia tăng tiêu thụ nông sản qua kênh này.

**Đ**ơn cử chuyên mục "Nông nghiệp" của báo Sài Gòn Giải Phóng liên tục đưa tin bài liên quan đến tiêu thụ nông sản qua sàn thương mại điện tử.



Ngày 27.5 là tin "Mận Tam Hoa lên sàn thương mại điện tử". Theo đó, UBND huyện Bắc Hà- Lào Cai - nơi có đặc sản mận Tam Hoa nổi tiếng đã ký hợp đồng với Buu điện tỉnh Lào Cai để đưa mận Tam Hoa lên sàn giao dịch điện tử Postmart. Đây là đợt mận tươi đầu tiên của Lào Cai được bán trên sàn giao dịch điện tử.

Cũng ngày 27/5/2021, tin "10 tấn vải thiều đầu tiên được xuất sang Nhật Bản bằng máy bay" cho biết những lô vải thiều đầu tiên trong mùa vụ năm nay của tỉnh Bắc Giang được xuất sang Nhật Bản bằng máy bay của Vietnam Airlines với khối lượng đợt đầu gần 10 tấn.

Ngày 28/5/2021 là tin "Mận hậu và xoài tròn của Sơn La chính thức lên sàn thương mại điện tử". Thông tin nêu rõ, tại Hội nghị trực tuyến xúc tiến tiêu thụ nhãn, xoài Sơn La năm 2021 diễn ra sáng 28/5, UBND tỉnh Sơn La, (Xem tiếp trang 7)

(continued from page 6)

La Provincial People's Committee, Trade Promotion Department, Shopee e-commerce platform and Postal Corporation of Vietnam (Postmart e-commerce platform) has signed an agreement to help put agricultural products and other typical local products on the e-commerce platform. Also on May 28, Son La's plum and Yen Chau round mango were officially listed on Shopee.

On May 31, 2021, in the article "Bringing agricultural products on the e-commerce platform", Saigon Giai Phong newspaper released additional information, the campaign "Online companion - Selling Bac Giang lychee" started delivery from 1/6 and made on the sales platform Cuccu.vn.

In Bac Giang lychee granary, along with efforts to put lychee into sale at large retail distribution systems and supermarkets (such as Central Retail, MM Mega Market Vietnam, Vinmart & Vinmart+, Aeon, Lotte...) and wholesale markets for agricultural products and fruits in Hanoi and Ho Chi Minh City, the People's Committee of Bac Giang province said it was asking the Ministry of Industry and Trade to support sales through Alibaba.

Thanh Ha and Hai Duong lychee specialties also began to be listed on the Lazada e-commerce platform from May 14 to sell to consumers in Hanoi and Ho Chi Minh City.

On Vietnamnet.vn paper on May 31, 2021, Minister of Agriculture and Rural Development, Le Minh Hoan



shared about the current consumption of agricultural products: "The Ministry of Agriculture and Rural Development must have a long-term and sustainable solution rather than waiting until having a surplus, then it's too late."

He analyzed: "I know that there are many mismatches in information between demand and supply locations. For example, recently Vinh Chau purple onions dropped to 5,000-6,000 VND/kg, however, on the internet many people said that in Dak Lak the price was up to 45,000 VND/kg but there was still no products. Thus, connecting

Cục Xúc tiến Thương mại, sàn thương mại điện tử Shopee và Tổng Công ty Bưu điện Việt Nam (sàn thương mại điện tử Postmart) đã ký thỏa thuận hỗ trợ đưa nông sản và các sản phẩm tiêu biểu khác của địa phương lên sàn thương mại điện tử. Cũng trong ngày 28/5, mận hậu và xoài tròn



Yên Châu của Sơn La chính thức lên sàn Shopee.

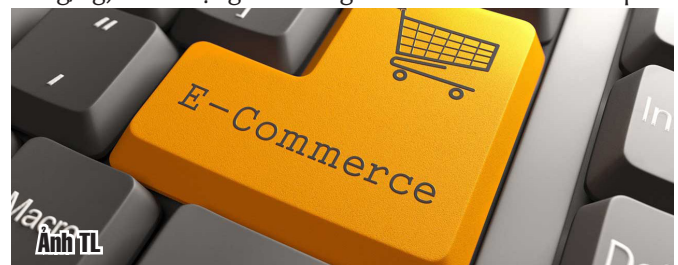
Ngày 31/5/2021, trong bài "Đưa nông sản lên sàn thương mại điện tử", báo Sài Gòn Giải Phóng bổ sung thông tin, chiến dịch "Đồng hành online - Bán vải Bắc Giang" bắt đầu giao hàng từ 1/6 và được thực hiện trên nền tảng bán hàng Cuccu.vn.

Ở vựa vải thiều Bắc Giang, cùng với nỗ lực kết nối, đưa vải vào bán tại các hệ thống phân phối bán lẻ, siêu thị lớn (như Central Retail, MM Mega Market Việt Nam, Vinmart & Vinmart+, Aeon, Lotte...) và các chợ đầu mối nông sản, trái cây ở Hà Nội và TP.HCM, UBND tỉnh Bắc Giang cho biết đang đề nghị Bộ Công Thương hỗ trợ đẩy mạnh tiêu thụ thông qua sàn Alibaba.

Đặc sản vải thiều Thanh Hà, Hải Dương cũng bắt đầu được đưa lên sàn thương mại điện tử Lazada từ ngày 14/5 để bán cho người tiêu dùng tại Hà Nội và TP.HCM.

Trên báo vietnamnet.vn ngày 31/5/2021, Bộ trưởng Bộ NN-PTNT Lê Minh Hoan chia sẻ về tiêu thụ nông sản hiện nay: "Bộ NN-PTNT phải có lời giải mang tính chất dài hạn, bền vững hơn là chúng ta cứ đợi đến khi dư thừa rồi mới ra quân thì đã muộn."

Bộ trưởng phân tích: "Tôi được biết nhiều khi không khớp nhau về thông tin nên nơi thừa nơi thiếu. Ví dụ như vừa rồi hành tím Vinh Châu rớt giá còn 5.000- 6.000 đồng/kg, trên mạng nhiều người dân nói ở Đắk Lắk phải



(Xem tiếp trang 8)

(continued from page 7)

the domestic market is also problematic. Asymmetric information creates local redundancy. There are places where products are in need without the availability of transport and information.”

Minister Le Minh Hoan emphasized the connection of information in the proposed solution: “In the long-term, it is necessary to establish a 2-way information channel, we cannot wait until harvest to know whether it's a shortage or surplus. Before harvesting 15-20 days, local establishments must actively inform the ministry so that the ministry can inform the distribution system. Each Department of Agriculture and Rural Development needs to know that the responsibility of the agricultural sector is not only to help people produce more output. We also must change from agricultural production thinking to agricultural economic thinking, how to connect the market. If we cannot connect the domestic and foreign markets, we will be passive in consuming agricultural products.”

A digital conversion system must be established to capture market information between cooperatives and distribution units. The Ministry will build a database, regularly updating information so that the distribution systems know which provinces are preparing to harvest a large number of agricultural products. Only then these distribution systems will be proactive in warehouse and transportation.

mua tới 45.000 đồng/kg mà không có hành tím. Như vậy, rõ ràng là câu chuyện kết nối thị trường nội địa cũng có vấn đề. Thông tin bất cân xứng tạo dư thừa cục bộ. Có những chỗ cần thì không có, không vận chuyển được, không có thông tin.”

Bộ trưởng Lê Minh Hoan nhấn mạnh đến kết nối thông tin trong phần đề nghị giải pháp: “Trong dài hạn phải thiết lập được kênh thông tin 2 chiều, không thể đợi đến lúc thu hoạch nông sản rồi mới biết thừa hay thiếu, mà trước khi thu hoạch 15- 20 ngày, các cơ sở tại địa phương phải chủ động thông tin về bộ để Bộ thông tin tới hệ thống phân phối. Mỗi Sở Nông nghiệp và Phát triển nông thôn cần xác định trách nhiệm của ngành nông nghiệp không chỉ giúp bà con sản xuất sản lượng nhiều. Chúng ta phải chuyển từ tư duy sản xuất nông nghiệp sang tư duy kinh tế nông nghiệp, làm sao kết nối được thị trường. Không kết nối được thị trường trong nước và thị trường nước ngoài thì chúng ta sẽ bị động trong tiêu thụ nông sản.”

Phải thiết lập hệ thống chuyển đổi số để nắm bắt được thông tin thị trường giữa các HTX với các đơn vị phân phối. Bộ sẽ xây dựng kho dữ liệu, cập nhật thường xuyên thông tin để các hệ thống phân phối biết rằng ở tỉnh nào đang chuẩn bị thu hoạch lượng nông sản lớn. Có như vậy các hệ thống phân phối này mới chủ động được kho bãi, vận chuyển.

(Nguồn: Tổng hợp)



**Documentary photo: ITPC always has a lot of useful information about domestic and foreign markets and also has many activities to help enterprises consume products through e-commerce platforms. In the picture is the event that ITPC connects enterprises to consumers on the Amazon e-commerce platform**



# E-commerce changing domestic retail property market

*The shift toward e-commerce due to the COVID-19 pandemic has brought challenges to Vietnam's retail property market, according to Savills Vietnam.*

“COVID-19 has posed serious challenges within the real estate market, in particular for retailers. The market has witnessed many businesses having to foreclose or reduce operations to remain afloat,” Tu Thi Hong An, director, Commercial Leasing HCM City, Savills Vietnam, said.



According to The Korean Times, the Korean E-Mart supermarket brand was acquired in May by Truong Hai Thaco Auto Corporation. Facing unprecedented challenges during its six years of operation in Vietnam, the brand struggled to expand and limited itself to just one location. It was believed that E-Mart struggled to find an ideal location that would match its requirements, Savills Vietnam said.



This is not the first time a foreign brand has struggled and eventually lost in Viet Nam's harsh retail

# Thương mại điện tử thay đổi thị trường bất động sản bán lẻ trong nước

Theo Savills Việt Nam, sự chuyển hướng sang thương mại điện tử do đại dịch COVID-19 đã mang đến những thách thức cho thị trường bất động sản bán lẻ của Việt Nam.

“COVID-19 đặt ra những thách thức nghiêm trọng trong thị trường bất động sản, đặc biệt đối với các nhà bán lẻ. Thị trường đã chứng kiến nhiều doanh nghiệp phải ngưng hoặc cắt giảm hoạt động để trụ vững”, bà Từ Thị Hồng An, Giám đốc cho thuê thương mại tại Savills Hồ Chí Minh, cho biết.

Theo tờ The Korean Times, Công ty CP Ô tô Trường Hải (Thaco) đã mua lại thương hiệu siêu thị E-Mart của Hàn Quốc vào tháng 5. Đối mặt với những



thách thức chưa từng có trong suốt 6 năm hoạt động tại Việt Nam, thương hiệu này gặp khó trong việc mở rộng và chỉ giới hạn ở một địa điểm. Savills Việt Nam cho hay E-Mart phải chật vật đi tìm một địa điểm lý tưởng phù hợp với yêu cầu đặt ra.

Đây không phải là lần đầu tiên một thương hiệu nước ngoài gặp khó khăn và thua cuộc trong thị trường bán lẻ khắc nghiệt của Việt Nam. Trước đó, một số nhà bán lẻ nước ngoài như Metro và Casino Group phải rút lui, cũng như chuỗi siêu thị Auchan của Pháp bị mua lại bởi nhà bán lẻ nội địa Coop.

Qua việc Alibaba và Baring Private Equity Asia (BPEA)  
(Xem tiếp trang 10)

(continued from page 9)

market. Before this, several foreign retailers like Metro and Casino Group had to back away, as well as the French supermarket chain Auchan was forced to be acquired by Coop, a local retailer.

Through the deal to secure a 5.5 percent stake with a price tag of 400 million USD in Vietnam's Masan Group and VinCommerce (ownership of VinMart) by joint consumer-retail platform Crown X by Alibaba and Baring Private Equity Asia (BPEA), just a day before the E-Mart acquisition announcement, the untapped potential of Vietnam's retail sector is shown vividly through its attraction to foreign companies.

Once this deal is completed, VinCommerce (a subsidiary acquired by Masan) will be one of the largest suppliers of the Lazada e-commerce platform (owned by Alibaba).

Through these transactions it is clear the retail landscape in Vietnam is changing, as the line between online and offline shopping continues to fade.

A report from the Vietnam E-Commerce and Digital Economy Agency (iDEA) said that 53 percent of purchases were done online in 2020 and the retail sector was given



a bright forecast.

According to Fitch Solutions, Vietnam currently holds the fourth place in Southeast Asia's fast growing e-commerce sector, and the average household spending is predicted to rise up to 9.5 percent per year, an increase of 0.5 percent from an earlier forecast. Consumer spending categories are also expected to regain momentum in 2021.

According to the National Development Plan for E-Commerce 2021-2025, up to 55 percent of the Vietnamese population will make purchases online.

An also said: "This simply reflects how business is a competition for survival of the fittest in our evaluation.

rót vốn vào Masan Group và Công ty VinCommerce (sở hữu hệ thống VinMart) để mua lại 5,5% cổ phần tương đương 400 triệu USD của nền tảng tiêu dùng bán lẻ hợp nhất Crown X chỉ một ngày trước vụ thông báo chuyển nhượng E-Mart, lĩnh vực bán lẻ Việt Nam rõ ràng vẫn còn nhiều tiềm năng để khai phá vì sức hút với các công ty nước ngoài là rất mạnh.

Sau khi thương vụ hoàn tất, VinCommerce (công ty con được Masan mua lại) sẽ là một trong những nhà cung cấp lớn nhất của nền tảng thương mại điện tử Lazada (thuộc sở hữu Alibaba).

Thông qua các giao dịch này, rõ ràng là bối cảnh bán lẻ ở Việt Nam đang thay đổi, khi ranh giới giữa mua sắm trực tuyến và trực tiếp tiếp tục mờ nhạt.

Theo báo cáo từ Cơ quan Thương mại Điện tử và Kinh tế Kỹ thuật số Việt Nam (iDEA) cho biết, 53% giao dịch diễn ra trên trực tuyến vào năm 2020 và lĩnh vực bán lẻ được dự báo sẽ có tương lai sáng sủa.

Theo Fitch Solutions, Việt Nam hiện giữ vị trí thứ tư trong lĩnh vực thương mại điện tử đang phát triển nhanh tại Đông Nam Á và chi tiêu trung bình của hộ gia đình được dự đoán sẽ tăng lên 9,5% mỗi năm, tăng 0,5% so với dự báo trước đó. Các danh mục chi tiêu của người tiêu dùng dự kiến sẽ lấy lại động lực vào năm 2021.

Theo Kế hoạch Phát triển Quốc gia về Thương mại điện tử giai đoạn 2021-2025, có tới 55% dân số Việt Nam sẽ mua hàng trực tuyến.

Bà An cũng cho biết: "Theo đánh giá của chúng tôi, điều này nói lên rằng kinh doanh là cuộc cạnh tranh sinh tồn để tìm ra người chiến thắng. Ngành bán lẻ tại TP.HCM vẫn đang chứng kiến sự xuất hiện của nhiều thương hiệu nước ngoài trong lĩnh vực thực phẩm - đồ uống (F&B), thời trang và phụ kiện, cho thấy nhiều doanh nghiệp nước ngoài vẫn nhìn thấy tiềm năng tăng trưởng lớn của thị trường Việt Nam."

"Bất chấp những thách thức của COVID 19, các chỉ số hoạt động bán lẻ đều trái ngược với tình trạng hiện tại của thị trường. Tổng doanh thu của lĩnh vực bán lẻ tiếp tục tăng khi thương mại điện tử trở nên phổ biến hơn và các thương hiệu nước ngoài gia nhập thị trường," bà An nói thêm.

Tổng doanh thu từ các giao dịch thương mại điện tử di động ước tính đạt 7 tỷ USD vào năm 2021 và lên đến 10,2 tỷ USD vào năm 2023, theo Savills.

Trong khi đó, bà Hoàng Nguyệt Minh, Giám đốc cho thuê thương mại Savills Hà Nội cho biết: "Các thương hiệu bán lẻ quốc tế xem Hà Nội là thị trường mở rộng. Một trung tâm mua sắm cao cấp hoặc khu bán lẻ khách sạn cao cấp có sức hấp dẫn với những khách thuê này hơn

(Xem tiếp trang 11)

(continued from page 10)

As the retail sector in HCM City is still seeing the arrival of many foreign brands within the food and beverage (F&B), fashion and accessory industry, it shows that many foreign businesses still see huge upside potential of the Vietnamese market."

"Despite the ongoing challenges of COVID 19, retail performance indicators are contrary to the current state of the market. Total revenue of the retail sector continues to rise as e-commerce becomes more popular and foreign brands enter the market," she added.

Total revenue from mobile e-commerce transactions is estimated to reach 7 billion USD in 2021 and up to 10.2 billion USD in 2023, according to Savills.

Meanwhile, Hoang Nguyet Minh, director of commercial leasing, Savills Hanoi, said: "International retail brands see Hanoi as an expansion market. A premium shopping mall or a high-end hotel retail area has more appeal to these tenants than regular shop-houses or standalone projects."

Foreign investors are helping accelerate growth of modern retail. The Ministry of Industry and Trade reported their already significant positions with 17 percent of shopping centres and supermarkets; 70 percent of convenience stores; 15 percent of minimarts; and 50 percent of online shopping and TV shopping channels.

The rapidly growing middle class is approaching an inflection point for domestic consumer spending growth, with GDP per capita approaching 3,000 USD. That shows significant retail potential, according to Savills Vietnam.

According to JLL, Socar Mall – the first mall in Thu Thiem is set to open in the third quarter of 2021 and expected to bring 38,000 sq.m to the retail property market. Meanwhile, the retail podium of some completed mixed-use developments is still looking for tenants and have yet to define opening dates.

In HCM City, vacancies continue to be constraint given limited new supply, meanwhile rents are flat as the impacts of pandemic are still lingering.

In Hanoi, Vincom Mega Mall Smart City with a total area of about 40,800 sq.m plans to enter this market in the second quarter of 2021. This will be the largest shopping centre in Nam Tu Liem district and is expected to become a new destination for residents in the area.

Given new supply and expected high occupancy rates due to developers' good track record, while other malls recorded tight vacancy, coupled with the expected control of COVID-19, Hanoi's retail property market expects to push down the vacancy rate to a single-digit level.

(Source: VNA)

là những nhà phố thương mại thông thường hoặc các dự án độc lập."

Các nhà đầu tư nước ngoài đang giúp đẩy nhanh tốc độ tăng trưởng của ngành bán lẻ hiện đại. Bộ Công Thương đã công bố những địa điểm quan trọng của các nhà đầu tư này với 17% trung tâm mua sắm và siêu thị; 70% của hàng tiện lợi; 15% siêu thị nhỏ; và 50% kênh mua sắm trực tuyến và mua sắm trên TV.

Tầng lớp trung lưu, vốn trên đà phát triển nhanh, đang đến gần điểm uốn của tăng trưởng chi tiêu tiêu dùng trong nước với GDP bình quân đầu người đạt 3.000 USD. Điều đó cho thấy tiềm năng bán lẻ đáng kể, theo Savills Việt Nam.

Theo JLL, Socar Mall - trung tâm mua sắm đầu tiên tại Thủ Thiêm dự kiến khai trương vào quý 3 năm 2021 và dự kiến sẽ mang lại 38.000 m2 cho thị trường bất động sản bán lẻ. Trong khi đó, khối đế bán lẻ của một số dự án hỗn hợp đã hoàn thiện vẫn đang tìm khách thuê và chưa xác định ngày mở bán.

Tại TP.HCM, các vị trí trống tiếp tục bị hạn chế do nguồn cung mới không nhiều, trong khi giá thuê vẫn không đổi do ảnh hưởng của đại dịch còn dài.

Vincom Mega Mall Smart City với tổng diện tích khoảng 40.800 m2 dự kiến gia nhập thị trường Hà Nội vào quý II/2021. Đây sẽ là trung tâm mua sắm lớn nhất quận Nam Từ Liêm và được kỳ vọng sẽ trở thành điểm đến mới cho cư dân trong khu vực.

Với nguồn cung mới và tỷ lệ sử dụng cao do thành tích tốt của các chủ đầu tư, trong khi các trung tâm thương mại khác ghi nhận tỷ lệ trống ít, cùng với việc kiểm soát COVID-19 như dự kiến, thị trường bất động sản bán lẻ Hà Nội kỳ vọng sẽ đẩy tỷ lệ trống xuống mức một con số.



# Vietnam remains attractive among foreign investors despite COVID-19

Vietnam is still a popular investment destination for foreign investors, who poured 14 billion USD into the country during the first five months of the year.

With COVID-19 raging, the Regent Garment Factory Ltd., a subsidiary of Hong Kong (China)'s Crystal International Group Limited, still submitted a request to the northern province of Hai Duong to open a new 35 million USD garment factory in the locality. The request was approved last week.

The investment in the third factory confirms the company's long-term interest in Vietnam.

Five other investors also received investment licences in the southern industrial hub of Binh Duong province. The largest investment came from Taiwan (China)'s Far Eastern Group, with an additional 610 million USD for its Polytex Far Eastern factory, which already has investment of nearly 600 million USD.

Meanwhile, the Cheng Loong Group from Taiwan (China) decided to inject an additional 100 million USD into its 1 billion USD paper factory. The project was licensed in late 2015.

Another big name - Procter & Gamble - has poured 44.8 million USD into a project, raising its investment in Vietnam to 247.8 million USD. At the same time, Singapore's New Motion Private

Company Limited launched a new project worth 184 million USD this year, while the Logistics ECPVN Binh Duong project will have investment of over 34.4 million USD.

A number of other large-scale projects have also received licences since the beginning of this year.

These projects prove that Vietnam remains a favourite destination for foreign investors despite COVID-19. Figures from the Foreign Investment Agency

Experts said Vietnam boasts various competitive advantages in foreign investment attraction.

Its engagement in new generation free trade agreements (FTA), including the Regional Comprehensive Economic Partnership (RCEP), the Comprehensive and Progressive Agreement for Trans-Pacific Partnership (CPTPP), and the EU-Vietnam FTA has helped it access free markets in 55 countries and territories, including 15 G20 economies, making it more

attractive to foreign investors, according to Deputy Minister of Planning and Investment Nguyen Thi Bich Ngoc.

Among Vietnam's advantages, she said, are its stable macro-economy and positive growth amid COVID-19, strong support for foreign

investors, and the issuance of a series of key laws regarding investment activities as well as special incentives for large-scale projects.

However, in reality, the foreign investment attraction "race" is becoming fiercer in Southeast Asia, she noted, adding that regional countries also introduce attractive policies to promote foreign investment.

Nguyen Duc Trung, Chairman of the People's Committee of central Nghe An province, said foreign investors are waiting for a specific foreign investment attraction strategy as well as special preferential policies.

(Source: VietnamPlus)



Documentary photo

at the Ministry of Planning and Investment show that foreign investment in Vietnam rose 0.8 percent in the first five months of 2021 to 14 billion USD.

Of the total, newly-registered capital stood at nearly 8.83 billion USD, up 18.6 percent year-on-year, while additional investment totalled 3.86 billion USD, an increase of 11.7 percent compared to the same period last year. Investment through capital contributions and share purchases was 1.31 billion USD, down 56.3 percent year-on-year.

According to the agency, the disbursement of foreign investment was up 6.7 percent to 7.15 billion USD.

# Việt Nam vẫn duy trì sức hút với các nhà đầu tư nước ngoài bất chấp COVID-19

**V**iệt Nam vẫn là một điểm đến đầu tư nổi tiếng đối với các nhà đầu tư nước ngoài. Tính đến 5 tháng đầu năm 2021 số vốn đầu tư nước ngoài đổ vào Việt Nam đạt 14 tỷ USD.

Với tình hình COVID-19 đang bùng phát dữ dội, công ty TNHH May Tinh Lợi, một thành viên của Tập đoàn Crystal Hong Kong, vẫn nộp đơn lên tỉnh Hải Dương để mở thêm một nhà máy may mặc mới trị giá 35 triệu USD tại địa phương. Đơn yêu cầu đã được chấp thuận vào tuần vừa qua.

Việc đầu tư vào nhà máy thứ ba này đã khẳng định ý định đầu tư lâu dài của công ty vào Việt Nam.

05 nhà đầu tư khác cũng đã nhận được chứng nhận đầu tư vào khu công nghiệp phía Nam của tỉnh Bình Dương. Điển hình, Tập đoàn Far Eastern của Đài Loan (Trung Quốc) tiếp tục rót thêm 610 triệu USD vào Dự án Nhà máy Công ty TNHH Polytex Far Eastern Việt Nam, đây là dự án đã được đầu tư gần 600 triệu USD.

Trong khi đó, Tập đoàn Cheng Loong (Đài Loan) đã quyết định đầu tư thêm 100 triệu USD cho dự án giấy 1 tỷ USD của mình. Dự án này được cấp chứng nhận đầu tư vào những ngày cuối năm 2015.

Cùng với hai nhà đầu tư trên, một tên tuổi lớn khác - Procter & Gamble, trong đợt này, cũng đã dốc thêm 44,8 triệu USD để nâng vốn đầu tư lên 247,8 triệu USD. Bên cạnh đó, Công ty TNHH Công nghiệp New Motion (Singapore) đầu tư một dự án mới với quy mô vốn 184 triệu USD, còn dự án Trung tâm Logistics ECPVN Bình Dương có vốn đầu tư trên 34,4 triệu USD.

Rất nhiều dự án có quy mô lớn khác cũng đã nhận được cấp giấy chứng nhận đầu tư kể từ đầu năm nay.

Sự xuất hiện của các dự án này đã chứng minh một điều, Việt Nam đã tiếp tục được các nhà đầu tư nước ngoài “gọi tên”, bất chấp Covid-19. Và vì thế, trong 5 tháng qua, theo số liệu vừa được Cục Đầu tư nước ngoài (Bộ Kế hoạch và Đầu tư) công bố, đã có 14 tỷ USD vốn đầu tư nước ngoài đăng ký vào Việt Nam, tăng 0,8% so với cùng kỳ năm ngoái.

Trong số đó, vốn đầu tư đăng kí mới đạt gần 8,83 tỷ USD, tăng 18,6% so với năm ngoái; vốn tăng thêm đạt 3,86 tỷ USD, tăng 11,7% so với cùng kì. Đầu tư thông qua góp vốn và mua cổ phần là 1,31 tỷ USD, giảm 56,3%.

Theo cơ quan này, vốn giải ngân đầu tư nước ngoài



đã tăng 6,7%, đạt 7,15 tỷ USD.

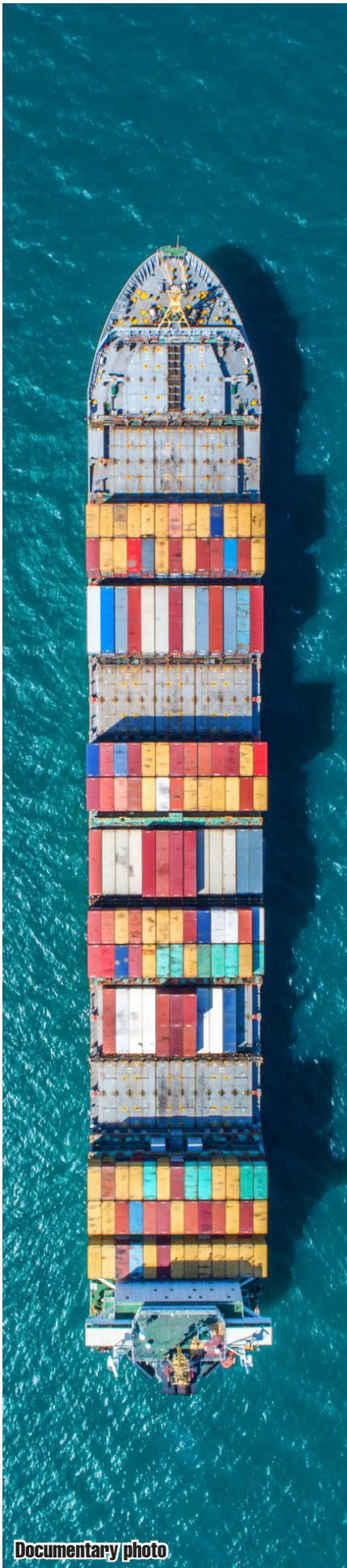
Việt Nam đang có rất nhiều lợi thế cạnh tranh trong thu hút đầu tư nước ngoài.

Việc tham gia nhiều hiệp định thương mại tự do thế hệ mới, như Hiệp định Đối tác kinh tế toàn diện khu vực (RCEP); CPTPP; Hiệp định Thương mại tự do giữa Việt Nam và Liên minh châu Âu (EVFTA)..., theo Thứ trưởng Bộ Kế hoạch và Đầu tư Nguyễn Thị Bích Ngọc, đã đem lại lợi thế cho Việt Nam trong tiếp cận thị trường tự do của 55 quốc gia, trong đó có 15 quốc gia thuộc nhóm G20. Và đó là một trong những lý do để Việt Nam trở nên hấp dẫn hơn trong mắt các nhà đầu tư nước ngoài.

Các lợi thế khác cũng đã được Thứ trưởng Nguyễn Thị Bích Ngọc nhắc đến, đó là kinh tế vĩ mô ổn định, duy trì đà tăng trưởng dương trong bối cảnh Covid-19; thúc đẩy hợp tác đầu tư nước ngoài; một loạt dự luật quan trọng đối với các hoạt động đầu tư, kinh doanh được ban hành; cơ chế ưu đãi đầu tư đặc biệt cho các dự án quy mô lớn được bổ sung...

Tuy nhiên, thực tế cho thấy, cuộc đua thu hút đầu tư nước ngoài đang ngày càng “nóng” ở khu vực Đông Nam Á. Các nước trong khu vực đang đưa ra rất nhiều chính sách và biện pháp thu hút đầu tư nước ngoài.

Ông Nguyễn Đức Trung, Chủ tịch UBND tỉnh Nghệ An cho biết, các nhà đầu tư nước ngoài vẫn đang chờ đợi một chiến lược thu hút đầu tư nước ngoài cụ thể cũng như các chính sách ưu đãi đặc biệt.



Documentary photo

## Vietnam's export turnover to US reaches nearly US\$131 billion

According to the General Statistics Office of Vietnam, the United States has maintained the largest export market of Vietnam this year as the total export turnover to the market in the first five months of the year is estimated to reach US\$130.94 billion, an increase of 30.7 percent compared with the same period last year.

Of which, the total commodity export turnover to the United States market reached US\$37.6 billion, an increase of 49.8 percent over the same period last year. It is followed by China with US\$20.1 billion, the European market with US\$16.1 billion, an increase of 20.8 percent and the Asian market with export turnover of US\$11.5 billion surging 23.7 percent, etc.

The whole country also recorded 22 commodities with export turnover of over US\$1 billion, contributing to 87.3 percent of the total export turnover. Especially, there had been six commodities reaching the export turnover of over US\$5 billion, accounting for 63.8 percent of the total export turnover.

In the first five months of the year, the agriculture-forestry products and aquaculture-fishery products were two kinds of the commodities with remarkable export turnover growth hitting US\$9.69 billion and US\$3.24 billion, increasing 13.5 percent and 12 percent, respectively.

## Kim ngạch xuất khẩu vào thị trường Hoa Kỳ đạt gần 131 tỷ USD

Thông tin từ Tổng cục Thống kê cho thấy, từ đầu năm đến nay, Hoa Kỳ vẫn là thị trường xuất khẩu lớn nhất của Việt Nam. Theo đó, tổng kim ngạch xuất khẩu hàng hóa 5 tháng đầu năm ước đạt 130,94 tỷ USD, tăng 30,7% so với cùng kỳ năm trước.

Trong đó, kim ngạch xuất khẩu hàng hóa vào thị trường Hoa Kỳ đạt 37,6 tỷ USD, tăng 49,8% so với cùng kỳ năm trước; tiếp đến là thị trường Trung Quốc đạt 20,1 tỷ USD, thị trường châu Âu đạt 16,1 tỷ USD, tăng 20,8%; và thị trường châu Á đạt 11,5 tỷ USD, tăng 23,7%...

Cả nước cũng ghi nhận có 22 mặt hàng đạt kim ngạch xuất khẩu trên 1 tỷ USD, chiếm 87,3% tổng kim ngạch xuất khẩu. Đặc biệt, có 6 mặt hàng đạt kim ngạch xuất khẩu trên 5 tỷ USD, chiếm 63,8%.

Cũng trong 5 tháng đầu năm, 2 nhóm hàng là nông sản, lâm sản và thủy sản cũng ghi nhận mức tăng rất tích cực, lần lượt đạt 9,69 tỷ USD, tăng 13,5% và 3,24 tỷ USD, tăng 12%.

(Nguồn: SGGP)

The Investment & Trade Promotion Centre (ITPC) of Ho Chi Minh City, established under Decision No.104/2001/QĐ-UB dated November 1st,2001, is a governmental organization specializing in promotion trade and investment programs for Ho Chi Minh City.

#### ORGANIZATION STRUCTURE

Trade Promotion Division  
Investment Promotion Division  
Business Information Division  
Training and Coaching Division  
Business Service Division  
Financing & Accounting Division  
Administration Division

#### AFFILIATES

Vietnam Export Association in Ho Chi Minh City ( VEXA)  
Weekly Newsletter “Investment and Trade Promotion”  
Ho Chi Minh City Trade and Investment Promotion information Portal  
Investment Information and Export Showroom  
Business-to-Government Dialogue System of Ho Chi Minh City

#### MISSION -FUNCTION

Organizing trade and investment promotion activities  
Acting as an advisor to People’s Committee of Ho Chi Minh City on export incentives and investment support policies.  
Working as a bridge between businesses and municipal authorities to solve business - related problems.



#### INVESTMENT & TRADE PROMOTION CENTRE - ITPC

**Address:** 51 Dinh Tien Hoang Street, District 1, Ho Chi Minh City, Vietnam  
92 Nguyen Hue Street, District 1, Ho Chi Minh City, Vietnam

**Tel:** (84-28) 3823 6738 - 3910 1309. Fax: (84-28) 3824 2391

**Email:** [itpc@itpc.gov.vn](mailto:itpc@itpc.gov.vn); [info@itpc.gov.vn](mailto:info@itpc.gov.vn)

**Website:** [www.itpc.gov.vn](http://www.itpc.gov.vn)

# ITPC showroom

## 92-96 Nguyen Hue, District 1, HCMC

- Multi-brand showroom exhibiting export goods and products.
- Destination for investors.



Showroom 92 - 96 Nguyen Hue works to serve your enterprises in compliance with Covid-19 epidemic prevention regulations under the guidance of the Ministry of Health and regulations of the People's Committee of Ho Chi Minh.

Contact: Service Division - ITPC

Phone: (028) 39104903 - (028) 39104039

(028) 38222 983 - (028) 39104947

Email: [bizcenter@itpc.gov.vn](mailto:bizcenter@itpc.gov.vn);

Website: [www.itpc.gov.vn](http://www.itpc.gov.vn); [vexa.vn](http://vexa.vn)