



BẢN TIN

www.itpc.gov.vn

XÚC TIẾN THƯƠNG MẠI & ĐẦU TƯ

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

SỐ 39 (979) NGÀY 31.10.2022



Nhìn lại HCMC FOODEX 2022 qua báo chí (trang 5 - 6 - 7)

Mời tham dự Diễn đàn xuất khẩu 2022: Vận hội mới cho xuất khẩu - Tận dụng thời cơ để doanh nghiệp Việt Nam vươn lên (trang 3)

Nhận diện vị thế để bắt nhịp xu hướng công nghiệp thế giới (trang 8 - 9)

Sáu lời khuyên cho các nhà cung cấp thương lượng với các nhà bán lẻ (trang 10)

Xuất khẩu chuối vào Nhật Bản: Đừng quan tâm đến giá (trang 12)

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 25/GP - XBTT - STTTT, ngày
23/11/2021 của Sở Thông tin
Truyền thông Tp.HCM

SỐ 39

10.2022



03 HOẠT ĐỘNG XÚC TIẾN THƯƠNG MẠI & ĐẦU TƯ

Mời tham dự Diễn đàn xuất khẩu
2022: “Vận hội mới cho xuất khẩu
- Tận dụng thời cơ để doanh nghiệp
Việt Nam vươn lên”

04. Tìm đọc ấn phẩm thị trường mới
của ITPC

05. Nhìn lại HCMC FOODEX 2022
qua báo chí

08 TIÊU ĐIỂM

30 năm xây dựng và phát triển khu
chế xuất, khu công nghiệp TP.HCM -
Nhận diện vị thế để bắt nhịp xu hướng
công nghiệp thế giới

10 TƯ VẤN

Sáu lời khuyên cho các nhà cung cấp
thương lượng với các nhà bán lẻ

11 ENGLISH FOR YOU Finance and banking

12 TIN VEXA

Xuất khẩu chuối vào Nhật Bản: Đừng
quan tâm đến giá

13 DOANH NGHIỆP THÀNH VIÊN VEXA TỰ GIỚI THIỆU

Real Bean Coffee mở rộng mô hình
cà phê đặc sản với mục tiêu phát triển
nông nghiệp bền vững



ỦY BAN NHÂN DÂN THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH
HO CHI MINH CITY PEOPLE'S COMMITTEE

DIỄN ĐÀN XUẤT KHẨU 2022 EXPORT FORUM

VẬN HỘI MỚI CHO XUẤT KHẨU – TẬN DỤNG THỜI CƠ ĐỂ DOANH NGHIỆP VIỆT NAM VƯƠN LÊN
NEW ERA OF EXPORT – BRIGHT PROSPECT FOR VIETNAMESE EXPORTERS TO GLOBAL MARKET

Đơn vị tổ chức | Organizer
TRUNG TÂM XÚC TIẾN THƯƠNG MẠI VÀ ĐẦU TƯ THÀNH PHỐ (ITPC)
Investment and Trade Promotion Centre of Ho Chi Minh City (ITPC)



Thời gian: 8:00 - 17:00 ngày 8 tháng 12 năm 2022
Địa điểm dự kiến: Khách sạn 5 sao, Quận 1
• Time: 8:00am - 17:00pm 8th December 2022
• Venue: 5-star Hotel, District 1, Ho Chi Minh City



Mời tham dự Diễn đàn xuất khẩu 2022

“Vận hội mới cho xuất khẩu - Tận dụng thời cơ để doanh nghiệp Việt Nam vươn lên”

Thực hiện chỉ đạo của UBND TP.HCM về việc hỗ trợ doanh nghiệp TP.HCM tăng cường hoạt động xuất khẩu;

Tiếp nối thành công sự kiện Diễn đàn xuất khẩu hàng năm do Trung tâm Xúc tiến Thương mại và Đầu tư TP.HCM (ITPC) thực hiện đem lại nhiều thông tin cần thiết cho cộng đồng doanh nghiệp trong việc hoạch định chiến lược sản xuất kinh doanh và định hướng thị trường xuất khẩu;

Năm 2022, các Hiệp định thương mại tự do song phương lẫn đa phương mà Việt Nam ký kết đã đi vào thực thi và đại dịch Covid-19 bước đầu được kiểm soát; tín hiệu tăng trưởng tích cực từ các nước nhập khẩu truyền thống của Việt Nam như Hoa Kỳ, Liên minh châu Âu, Trung Quốc... cùng với xu hướng dịch chuyển nguồn cung ứng nguyên liệu từ các nước cung ứng truyền thống

sang các quốc gia xuất khẩu mới nổi trong đó có Việt Nam mang lại các cơ hội rất lớn cho các doanh nghiệp Việt Nam tăng trưởng xuất khẩu và mở rộng thị trường kinh doanh;

Trong bối cảnh đó, Trung tâm Xúc tiến Thương mại và Đầu tư TP.HCM (ITPC) tổ chức chương trình Diễn đàn xuất khẩu 2022.

Thông tin chi tiết như sau:

❖ **Thời gian dự kiến:** 08g00 - 17g00, ngày 08 tháng 12 năm 2022.

❖ **Địa điểm dự kiến:** hội trường khách sạn 5 sao, Quận 1, TP.HCM.

❖ **Nội dung dự kiến:**

+ 08g00 - 12g00: Diễn đàn xuất khẩu 2022 với chủ đề “Vận hội mới cho xuất khẩu - Tận dụng thời cơ để doanh nghiệp Việt Nam vươn lên”.

+ 13g00 - 17g00: Tọa đàm “Tăng cường chuỗi liên kết vùng - Nâng cao giá trị hàng Việt Nam trong chuỗi giá trị sản phẩm”.

+ 08g00 - 17g00: Chương trình Triển lãm sản phẩm xuất khẩu tiêu biểu của TP.HCM và các tỉnh thành.

❖ **Chi phí tham dự:** miễn phí

Kính mời quý doanh nghiệp tham gia và gửi phiếu đăng ký trước ngày 06 tháng 12 năm 2022.

Phòng Dịch vụ - ITPC

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

Điện thoại: (028) 3910 4903

Liên hệ chuyên viên Hương Giang (0938.888.468, giangninh@itpc.gov.vn)

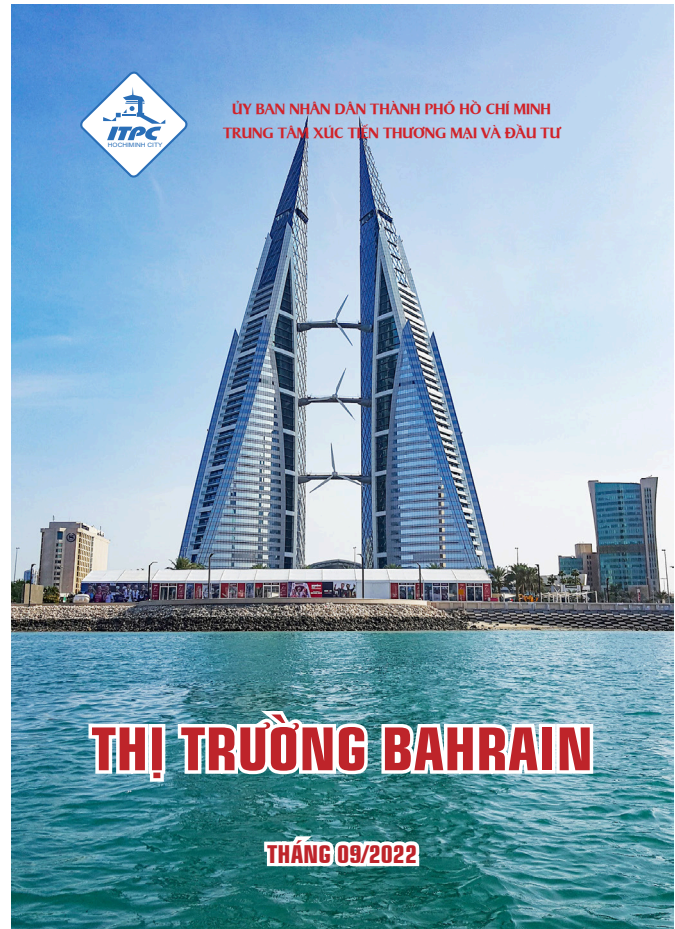
Website: www.itpc.gov.vn

Phòng Dịch vụ - ITPC

Tìm đọc ấn phẩm thị trường mới của ITPC

Quan hệ thương mại của Việt Nam với khu vực Trung Đông chủ yếu tập trung vào các quốc gia thuộc Hội đồng Hợp tác Vùng Vịnh (GCC) với 6 quốc gia thành viên là Các tiểu Vương quốc Ả rập Thống nhất (UAE), Arab Saudi, Kuwait, Bahrain, Qatar và Oman. Các quốc gia này có tổng dân số 65 triệu người (số liệu năm năm 2021); có nền kinh tế mở, ngoại thương phát triển, thu hút đầu tư nước ngoài, du lịch, dịch vụ, đa dạng hóa nền kinh tế, thúc đẩy xuất nhập khẩu; GDP bình quân đầu người ở mức cao. Từ tháng 1/2003, 6 nước GCC đã thành lập Liên minh thuế quan (CU) và thống nhất biểu thuế nhập khẩu chung với mức thuế khoảng 5% áp dụng trong toàn khu vực đối với hầu hết các sản phẩm.

Nếu như năm 2012, kim ngạch xuất nhập khẩu của Việt Nam sang các nước GCC mới đạt 2,7 tỷ USD,



112 quốc gia trên thế giới (chiếm 25% dân số thế giới) và có tốc độ phát triển 2,9%/năm. Đây là thị trường có văn hóa kinh doanh đặc biệt và thường yêu cầu phải có chứng nhận Halal. Chứng nhận Halal là chương trình đánh giá theo chuẩn mực quốc tế cho sản phẩm/dịch vụ có trách nhiệm.

Để giúp doanh nghiệp xuất khẩu Việt Nam có thêm thông tin về thị trường Hồi giáo trên thế giới và các yêu cầu về chứng nhận Halal đối với thị trường này, Trung tâm Xúc tiến Thương mại & Đầu tư TP.HCM (ITPC) xuất bản 3 ấn phẩm thị trường mới nhất liên quan đến thị trường Hồi giáo là :

1. Thị trường Qatar (đã xuất bản T8/2022)
2. Thị trường Bahrain (đã xuất bản T9/2022)
3. Thị trường Indonesia (xuất bản trong T10/2022)

Mời quý bạn đọc tải các ấn phẩm mới nhất tại trang www.itpc.gov.vn nhấn vào biểu tượng:



Phòng Thông tin - ITPC

Nhìn lại HCMC FOODEX 2022 qua báo chí



Ông Trần Phú Lữ, Phó Giám đốc phụ trách ITPC đang trả lời phỏng vấn tại HCMC FOODEX 2022. Báo chí đã góp phần chuyển tải các thông điệp của Ban Tổ chức đến công chúng.

Nhìn dưới góc độ truyền thông, Triển lãm Quốc tế ngành Lương thực thực phẩm TP.HCM 2022 - HCMC FOODEX 2022 diễn ra từ ngày 19 đến 22 tháng 10 năm 2022 tại Trung tâm Hội chợ và Triển lãm Sài Gòn - SECC được quan tâm như một sự kiện “3 trong 1”.

HCMC FOODEX 2022 trước hết là một sự kiện triển lãm với sự tham gia của hơn 300 doanh nghiệp, tổ chức, hiệp hội trong nước và quốc tế; HCMC FOODEX 2022 cũng là chuỗi hoạt động xúc tiến thương mại bao gồm hội thảo, kết nối doanh nghiệp mang đến nhiều thông tin bổ ích, cơ hội kinh doanh; và với đông đảo người tiêu dùng, HCMC

FOODEX 2022 là sự kiện tiêu dùng với các cơ hội thưởng thức văn hóa ẩm thực, mua sắm hấp dẫn lần đầu xuất hiện ở TP.HCM.

Hãy cùng Bản tin ITPC điểm lại một số thông tin trên các báo xung quanh sự kiện HCMC FOODEX 2022.

Ngay sau khai mạc ngày 19/10, Cổng Thông tin điện tử Chính phủ - trang Thành phố Hồ Chí Minh (tại địa chỉ tphcm.chinhphu.vn) đăng bài có ảnh minh họa “Khai mạc Triển lãm Quốc tế ngành Lương thực, thực phẩm TP.HCM 2022”. Bài báo cho biết: “Phát biểu tại buổi lễ, Phó Chủ tịch UBND TP.HCM Bùi Xuân Cường đánh giá cao sự chủ động của các đơn vị liên quan khi tổ chức Triển lãm lần này. Đây là hoạt động xúc

tiến thương mại thiết thực để hỗ trợ doanh nghiệp phục hồi sản xuất, mở rộng thị trường tiêu thụ, khẳng định uy tín về chất lượng và thương hiệu sản phẩm ngành lương thực, thực phẩm của Thành phố đối với khách hàng trong nước và quốc tế”.

Bài báo cho biết thêm, ngoài các doanh nghiệp Việt Nam, Triển lãm còn có sự tham gia của các doanh nghiệp đến từ Đức, Pháp, New Zealand, Nhật Bản, Hàn Quốc, Ấn Độ, Pakistan, Trung Quốc, Indonesia, Malaysia, Campuchia với nhiều sản phẩm đặc trưng.

Cùng ngày khai mạc, báo SGGP (tại địa chỉ www.sggp.org.vn) đưa thông tin, “Triển lãm có chủ đề “Kết
(Xem tiếp trang 6)

(Tiếp theo trang 5)



Nội dung các hội thảo trong lĩnh vực sản xuất lương thực thực phẩm là một trong những thông tin được báo chí đề cập.

nối giá trị cùng phát triển” thu hút hơn 240 gian hàng, gần 300 doanh nghiệp tham dự trực tiếp, trực tuyến. HCMC FOODEX 2022 góp phần giới thiệu sự phát triển năng động của ngành công nghiệp chế biến lương thực thực phẩm, quảng bá sản phẩm chất lượng và doanh nghiệp có thương hiệu uy tín, thúc đẩy các cơ hội hợp tác kinh doanh và thu hút nguồn lực đầu tư hiệu quả”. Báo SGGP cũng cho biết UBND TP.HCM đã ban hành Chương trình hỗ trợ phát triển doanh nghiệp và sản phẩm ngành chế biến lương thực, thực phẩm Thành phố giai đoạn 2020-2030, xem đây là một trong những chương trình đột phá để TP tập trung thực hiện các chính sách hỗ trợ, huy động nguồn lực đầu tư phát triển.

Thực ra, hoạt động của HCMC FOODEX 2022 đã xuất hiện trên truyền thông từ trước khi khai mạc sự kiện.

Trang tin điện tử của Đảng bộ Thành phố (tại địa chỉ thanhuytphcm.vn) ngày 30/9 đã có bài “Người tiêu dùng quan tâm và hiểu biết hơn trong lựa chọn thực phẩm”. Đó là thông tin về Hội thảo “Những thay đổi trong xu hướng tiêu dùng thực phẩm và đồ uống sau đại dịch trên thế giới. Người tiêu dùng Việt Nam nên thích ứng như thế

nào?” do Trung tâm Xúc tiến Thương mại và Đầu tư TP.HCM (ITPC) phối hợp với Trung tâm Nghiên cứu kinh doanh và Hỗ trợ doanh nghiệp (BSA) tổ chức. Điều đặc biệt là Hội thảo này nằm trong khuôn khổ hoạt động của HCMC FOODEX 2022 tổ chức từ 30/9, trước khai mạc. Hội thảo đã cung cấp thông tin cho biết, sau đại dịch, người tiêu dùng quan tâm hơn và hiểu biết hơn trong lựa chọn thực phẩm. Do đó, doanh nghiệp cần nghiên cứu sâu hơn và toàn diện hơn về người tiêu dùng, để hiểu và đáp ứng nhu cầu, thậm chí phát triển nhu cầu. Đặc biệt doanh nghiệp cần tăng cường sự

minh bạch, trách nhiệm để có thể phát triển bền vững.

Cũng thông tin từ trước khi khai mạc, Tạp chí Điện tử Doanh Nhân Trẻ Việt Nam (tại địa chỉ doanhnhantrevietnam.vn) đưa những chi tiết cần thiết cho giới doanh nhân: “Nhằm hỗ trợ doanh nghiệp cập nhật thông tin mới nhất về xu hướng trong sản xuất, tiêu dùng, định hướng thị trường xuất khẩu tiềm năng, hỗ trợ doanh nghiệp tìm kiếm đối tác và mở rộng mạng lưới phân phối và tiêu thụ sản phẩm, triển lãm còn tổ chức một chuỗi các hoạt động bên lề, như: Hội thảo “Xu hướng phát triển ngành lương thực thực phẩm” (ngày 30/9 và 20/10); hội thảo “Tiêu chuẩn thực phẩm xuất khẩu vào các thị trường tiềm năng” (ngày 6/10); Hoạt động B2B “Kết nối giao thương về ngành lương thực thực phẩm và công nghệ chế biến, đóng gói, bảo quản lương thực, thực phẩm” (9g - 16g ngày 19/10)”.

Một nội dung nhiều cơ quan báo chí tập trung là thông tin về HCMC FOODEX 2022 dưới góc độ sự kiện tiêu dùng.

Báo Tuổi Trẻ có bài “Người dân TP.HCM ‘săn’ hàng đặc sản ở triển lãm với quy mô 240 gian hàng”. Theo Tuổi Trẻ thì “hàng loạt



Người tiêu dùng tham dự buổi giao lưu văn hóa ẩm thực về cà phê.

mặt hàng lương thực thực phẩm, đặc biệt nhiều sản phẩm đặc sản vùng miền được giới thiệu, Triển lãm Quốc tế ngành Lương thực thực phẩm TP.HCM đã thu hút nhiều người tiêu dùng”. Bài báo mô tả, “Đặc biệt, với khá nhiều gian hàng bày bán các mặt hàng đặc sản vùng miền như mật ong Gia Lai, gạo Sóc Trăng, hạt điều Bình Phước, nem chả Long An, đặc sản Campuchia..., triển lãm đã thu hút đông đảo doanh nghiệp, người dân đến kết nối, trải nghiệm, và tìm mua các mặt hàng đặc sản ngay từ thời điểm khai mạc”.

Báo Người Lao Động (tại địa chỉ nld.com.vn) có bài ““Sương” với đủ loại đặc sản trình làng ở TP HCM” cho biết, “Đây là nơi quy tụ tinh hoa ẩm thực Việt với nhiều dạng khác nhau, từ sản phẩm truyền thống đến chế biến tiện lợi với tiêu chuẩn cao”.



MC phỏng vấn người tiêu dùng đi hội chợ tham gia chương trình trình diễn quảng bá văn hóa ẩm thực Việt Nam và quốc tế.

loại bánh mì lần đầu có ở TP.HCM”... cho biết “Nhiều khách hàng xếp



Các chương trình trình diễn quảng bá văn hóa ẩm thực Việt Nam và quốc tế thu hút đông đảo người tiêu dùng. Đây là một thành công của HCMC FOOD EX 2022 đã được báo chí thông tin.

Báo đã đăng ảnh giới thiệu các gian hàng với các sản phẩm như “Gian hàng bánh mì rất đa dạng sản phẩm, cách chế biến; đặc sản bánh xèo được chế biến đơn giản nhờ bột bánh xèo tiện lợi; chả mực Hạ Long thu hút khách hàng; chả cá Quy Nhơn; hạt điều và hồ tiêu hữu cơ Campuchia; gian hàng của Lavifood - doanh nghiệp chế biến rau quả tiêu chuẩn xuất khẩu...”.

Báo Tiền Phong có bài “Rồng rắn xếp hàng thưởng thức miễn phí

hàng chờ đợi hơn nửa giờ đồng hồ để được thưởng thức món bánh mì kẹp thịt làm từ hoa đậu biếc miễn phí. Đây là loại bánh mì lần đầu tiên xuất hiện tại TP.HCM”.

Không chỉ đăng bài, báo Pháp Luật TP.HCM thì có clip “Bánh mì thanh long, phở sâm Ngọc Linh... 'xuất chiêu' tại triển lãm thực phẩm”; báo Dân Việt có video: “Thức ăn, đồ uống Á - Âu quy tụ tại triển lãm lương thực, thực phẩm HCMC FOOD EX 2022”. Truyền

hình Quốc hội Việt Nam (tại địa chỉ quchoitv.vn) cũng có clip “Foodex 2022 - Cơ hội quảng bá ẩm thực Việt Nam”. Clip tập trung giới thiệu “một loạt hoạt động khác cũng được tổ chức xuyên suốt 03 ngày diễn ra triển lãm giúp khách tham quan cảm nhận được sự đa dạng của ẩm thực VN. Ẩm thực cũng là hình thức quảng bá văn hoá của một vùng đất, dân tộc hiệu quả”.

Thống kê chưa đầy đủ, tính từ thời điểm tổ chức họp báo giới thiệu về HCMC FOOD EX 2022 ngày 22/9/2022, đã có hàng trăm tin, bài, video clip đưa thông tin về hoạt động của HCMC FOOD EX 2022. Một triển lãm mới lần đầu được tổ chức đã ghi dấu ấn trong các hoạt động xúc tiến của Thành phố, được các hiệp hội, các doanh nghiệp trong và ngoài nước quan tâm tham gia, được đông đảo người tiêu dùng biết tới và hưởng ứng, ủng hộ.

Thành công ở năm đầu tiên, hy vọng khi được tổ chức thường niên, HCMC FOOD EX sẽ tiếp tục tạo dấu ấn.

Phòng Thông tin - ITPC

30 năm xây dựng và phát triển khu chế xuất, khu công nghiệp TP.HCM

Nhận diện vị thế để bắt nhịp xu hướng công nghiệp thế giới

1.674 dự án với tổng vốn đầu tư đăng ký hơn 12 tỷ USD là con số ấn tượng mà Ban Quản lý các khu chế xuất - khu công nghiệp (KCX-KCN) TP.HCM đã công bố tại Hội nghị tổng kết 30 năm xây dựng và phát triển KCX-KCN TP.HCM, diễn ra ngày 27-10.

Tham dự hội nghị có các đồng chí: Nguyễn Văn Nền, Ủy viên Bộ Chính trị, Bí thư Thành ủy TP.HCM; Nguyễn Văn Hiếu, Phó Bí thư Thành ủy TP.HCM; cùng các đồng chí nguyên lãnh đạo Thành ủy, UBND TP.HCM.

“Xương sống” phát triển kinh tế Thành phố

Tham gia Hội nghị, các nhà đầu tư đã đánh giá cao sự thành công của các KCX-KCN ở TP.HCM. Ông Kheng Joo Un, Tổng Giám đốc Nhà máy First Solar Việt Nam, khẳng định, những điều kiện thuận lợi về môi trường đầu tư bao gồm chính sách ưu đãi, nguồn nhân lực, hạ tầng... là cơ sở để tập đoàn đưa ra quyết định chọn KCN Đông Nam (huyện Củ Chi) để đặt nhà máy. Theo đó, năm 2017, Công ty First Solar Việt Nam đã đầu tư 1,06 tỷ USD để xây dựng và vận hành nhà máy sản xuất tự động hóa tấm pin năng lượng mặt trời, công nghệ màng mỏng có công suất 3,0 GW. Đến năm 2022, tập đoàn đã tiếp tục

rót thêm 60 triệu USD nhằm nâng cao năng lực sản xuất từ 15.000 module/ngày lên 20.000 module/ngày.

Còn ông Young Yun Ti, Tổng Giám đốc Công ty TNHH Tân Thuận (TTC), cho biết, sau hơn 30 năm hình thành và hoạt động, TTC đã thu hút được 171 doanh nghiệp đầu tư nước ngoài (FDI) và 78 doanh nghiệp trong nước. Hiện TTC cũng định hướng chuyển đổi dần KCN truyền thống thành KCN có giá trị gia tăng cao, bắt đầu bằng việc hình thành các cụm công nghệ cao và các ngành công nghiệp - dịch vụ hỗ trợ. TTC sẽ tiếp tục đầu tư thêm vốn để xây các tòa nhà cao ốc, hình thành các trung tâm công nghệ, thu hút khoảng 10.000 lao động chất lượng cao đến làm việc.

Chuyển mình, bắt nhịp đà tăng trưởng

Ghi nhận những đóng góp trên, đồng chí Nguyễn Văn Nền, Bí thư Thành ủy TP.HCM, khẳng định, kết quả đó đã thể hiện sự đồng tâm, gắng sức của tập thể nhiều

thế hệ lãnh đạo, doanh nghiệp, cán bộ công nhân viên, người lao động, đặc biệt là những người dân Thành phố đã nhường phần đất của mình để tạo điều kiện thuận lợi cho thành phố xây dựng và phát triển các KCX-KCN. Bên cạnh những thành quả, đồng chí Bí thư Thành ủy TP.HCM đã lưu ý, Ban Quản lý các KCX-KCN cần chuyển đổi để tạo ra những đột phá trong hoạt động của KCX-KCN; cần nâng cao chất lượng quy hoạch, xây dựng mô hình KCN mới, phát triển một số KCN chuyên ngành; quy hoạch KCN phải gắn liền với quy hoạch phát triển khu đô thị nhằm

Chia sẻ về những thành tựu đạt được tại hội nghị, ông Hứa Quốc Hưng, Trưởng ban Quản lý các KCX-KCN, cho biết, tính đến nay, TP.HCM có 17 KCX-KCN đi vào hoạt động với tổng diện tích 3.900ha, đạt 64% diện tích quy hoạch; tỷ lệ lấp đầy đạt 77%. Hiện trung bình hàng năm các KCX-KCN thu hút hơn 260 triệu USD vốn đầu tư nước ngoài, chiếm tỷ trọng 58% vốn đầu tư nước ngoài của TP.HCM.

Riêng về giá trị xuất khẩu trung bình hàng năm đạt 7 tỷ USD, chiếm trên 15% tổng kim ngạch xuất khẩu của Thành phố. Các KCX-KCN nộp ngân sách nhà nước trung bình hơn 22.000 tỷ đồng/năm, chiếm 6% thu ngân sách Thành phố. Sự hình thành và ngày càng lớn mạnh của các KCX-KCN đã giải quyết việc làm cho hơn 281.000 lao động.

phát triển đồng bộ hệ thống hạ tầng xã hội, dịch vụ phục vụ phát triển công nghiệp và người lao động. Cùng với đó, phải rà soát quy hoạch các KCX-KCN, đề xuất điều chỉnh quy hoạch cho phù hợp với định hướng phát triển của từng khu. Quan trọng hơn hết là cần chọn lọc, thu hút đầu tư các dự án đầu tư có quy mô lớn, có công nghệ tiên tiến, giá trị gia tăng cao, thân thiện với môi trường và các ngành mũi nhọn.

Các doanh nghiệp trong KCX-KCN sử dụng công nghệ thâm dụng lao động cần chuyển hướng đầu tư sang sử dụng kỹ thuật cao, công nghệ cao. Ngoài ra, cần quan tâm xây dựng hoàn thiện các hạ tầng xã hội (nhà lưu trú, ký túc xá công nhân, các trường mầm non, thiết chế văn hóa...) phục vụ người lao động để người lao động yên tâm gắn bó với doanh nghiệp.

Đồng chí Nguyễn Văn Nên cho biết, mới đây nhất, Bộ Chính trị đã đặt ra mục tiêu cho TP.HCM là đến năm 2030 phải là thành phố văn minh, hiện đại, năng động sáng tạo, là nơi thu hút nhân tài, chuyên gia, nhà khoa học, nhất là nguồn nhân lực chất lượng cao đến sinh sống và làm việc; xây dựng trung tâm tài chính quốc tế, phát triển ngang tầm các thành phố lớn trong khu vực châu Á, đóng vai trò là cực tăng trưởng của vùng và là nơi tập trung của các định chế tài chính quốc



Trong ảnh là Hội thảo “Lộ trình và những lưu ý cho nhà đầu tư khi đầu tư vào khu công nghiệp, khu chế xuất” do ITPC tổ chức tháng 6/2022

tế, các tập đoàn kinh tế lớn của thế giới. Riêng đến năm 2045, TP.HCM là hạt nhân, cực tăng trưởng của vùng - nơi thu hút nhân tài, chuyên gia, nhà khoa học, nhất là nguồn nhân lực chất lượng cao, trí thức trẻ đến sinh sống và làm việc, nơi tập trung các định chế tài chính quốc tế, các tập đoàn kinh tế lớn của thế giới. Do vậy, các cơ quan chức năng và Ban quản lý các KCX-KCN cần phải nhận diện rõ vị thế của TP.HCM trong hoạt động phát triển kinh tế nói chung và công nghiệp nói riêng của vùng, khu vực và thế giới. Từ đó làm cơ sở để đề ra kế hoạch, chiến lược nhằm “bắt nhịp” xu hướng phát triển của thế giới.

Ưu tiên thu hút các dự án đầu tư công nghệ hiện đại

Ông Trần Duy Đông, Thứ trưởng Bộ KH-ĐT cho biết, Bộ KH-ĐT cam kết sẽ tiếp tục đồng hành với TP.HCM phát huy các kết quả đạt được và khắc phục các tồn tại, hạn chế trong phát triển KCX-KCN. Những kiến nghị về bất cập trong cơ chế sẽ được Bộ ghi nhận và sớm trình các cấp để sửa đổi.

TP.HCM là một trong những địa phương đi tiên phong trong việc phát triển KCN gắn với nâng cao hiệu quả sử dụng đất và thu hút đầu tư. Nhiều cơ chế, chính sách và công tác quản lý nhà nước về KCN được Chính phủ sửa đổi, ban hành có xuất phát điểm từ thực tiễn phát triển các KCN của Thành phố. Việc xây dựng và thu hút đầu tư vào các KCX-KCN có tác động lan tỏa mạnh mẽ

đến các địa phương lân cận trong khu vực Đông Nam Bộ như Long An, Bình Phước, Tây Ninh...

Bộ KH-ĐT cũng kiến nghị Thành phố cần nâng cao hiệu quả hoạt động các KCX-KCN hiện có. Trong đó, ưu tiên thu hút các dự án đầu tư có công nghệ hiện đại gắn với chuyển giao công nghệ, sử dụng tiết kiệm tài nguyên và năng lượng, dự án có giá trị gia tăng cao và ứng dụng các thành tựu của cuộc cách mạng công nghiệp 4.0. Với những KCX-KCN trong nội đô cần sớm nghiên cứu di dời và có phương án quy hoạch, phát triển các KCN tại khu vực xa đô thị trung tâm như huyện Bình Chánh, Củ Chi... Các KCN xây dựng mới cần theo mô hình KCN hỗ trợ, KCN chuyên ngành, KCN sinh thái và KCN công nghệ cao để đáp ứng yêu cầu phát triển và hội nhập kinh tế quốc tế, nâng cao sức hấp dẫn, cạnh tranh quốc tế trong việc thu hút, hợp tác đầu tư.

(Theo SGGP) - Phòng Thông tin - ITPC

Sáu lời khuyên cho các nhà cung cấp thương lượng với các nhà bán lẻ

Khi nói đến việc đưa sản phẩm của bạn lên kệ hàng bán lẻ, không phải lúc nào cũng dễ dàng đàm phán với các nhà bán lẻ. Tim Potter cho chúng ta những lời khuyên làm thế nào để xây dựng một mối quan hệ tốt với các nhà bán lẻ.

Các doanh nghiệp bán lẻ đều làm việc với tiền mặt, giữ khách hàng và tận dụng tối đa các nhà cung cấp. Để làm được điều này, họ sẽ chọn bán sản phẩm có biên độ lợi nhuận lớn nhất và làm càng ít càng tốt. Một nhà bán lẻ giống như một nhân viên bán hàng yêu cầu tiền thưởng cao nhất, chiếc xe ưa thích nhất và không muốn làm việc quá vất vả.

Tuy nhiên, có 6 cách chính mà các nhà cung cấp có thể đảm bảo rằng họ hợp tác tốt nhất với các đối tác bán lẻ:

Hoàn trả

Hãy chắc chắn rằng bạn có được một thỏa thuận về hoàn trả sản phẩm. Hầu hết các nhà bán lẻ trả lại bất kỳ sản phẩm nào mà họ không thể bán hoặc đã bị khách hàng trả lại. Đây là khó khăn đối với nhà cung ứng, nhưng nếu bạn đang làm việc với một nhà bán buôn, họ có thể kiểm soát lượng hàng hoàn trả với với số lượng nhỏ. Điều này cũng có nghĩa là họ làm tất cả mọi thứ trong quyền hạn của họ để giảm số lượng hàng hoàn trả. Trong một vài trường hợp được biết có một vài dòng sản phẩm bị hoàn trả đến 30%.

Lãi của nhà bán sỉ

Một số nhà bán sỉ sẽ chấp nhận biên độ lợi nhuận 1%, nhưng khi bạn



Ảnh TL

yêu cầu người bán sỉ trở thành nhà phân phối và chủ động bán sản phẩm thì họ sẽ yêu cầu được gởi đầu trong mức lợi nhuận là 30% đến 40%. Tuy nhiên, rõ ràng bạn sẽ khó thỏa thuận được với nhà bán lẻ.

Chi tiết

Chắc chắn bạn đã có đầy đủ tất cả thông tin các tài liệu tiếp thị (catalogue, nội dung trang web, đào tạo nhân viên) và nhà bán lẻ cung cấp cho bạn thông tin địa điểm bán sản phẩm (POS) của bạn. Bạn phải nhấn mạnh vào điều này rằng bạn không chấp nhận bất kỳ thông tin sai lệch nào về sản phẩm của bạn tới người tiêu dùng. Người ta vẫn thường nói rằng “bán lẻ là chi tiết”.

Nhân viên cửa hàng

Hãy quan sát xem bạn có thể làm gì để giúp nhân viên cửa hàng hiểu và bán sản phẩm. Bạn có thể sắp xếp tổ chức các buổi đào tạo với đầy đủ tài liệu. Bạn cũng có thể tổ chức một cuộc thi cạnh tranh giữa các nhân viên thông qua đó cung cấp cho các nhân viên những kỹ năng

cần thiết. Một số nhà bán lẻ cũng cho phép chia nhóm (khuyến khích các nhân viên tách nhóm) nhưng điều này có xu hướng tốn kém và nhân viên sẽ không chuyên tâm. Do đó, chạy chương trình khuyến khích doanh số có vẻ hợp lý hơn.

Quảng cáo

Nếu nhà bán lẻ muốn bạn chi tiền cho quảng cáo, đây là một ý hay nhưng hãy kiểm tra mức giá - các nhà bán lẻ có đủ khoản chi cho quảng cáo không và họ có thể tăng giá phù hợp để tạo ra lợi nhuận hay không? Nếu phù hợp thì hãy chi cho quảng cáo.

Giá cả

Không khuyến khích nhà bán lẻ giảm giá trừ khi họ có một sản phẩm độc quyền. Nếu bạn giảm giá riêng cho 1 nhà bán buôn và không hợp lệ, tuy nhiên họ có thể tự giảm giá và bù lại từ lợi nhuận của họ. Khi nhà mua hàng yêu cầu một mức giá thấp hơn và cả khi họ đề nghị cần thêm biên độ lợi nhuận, điều này thường là một dấu hiệu cho thấy họ muốn giảm giá bán lẻ.

Phòng Thông tin - ITPC

FINANCE AND BANKING

(Tiếp theo bản tin số 37.2022 xuất bản ngày 24.10.2022)

C

Calculate (v): tính toán.

Capital: vốn.

Capital accumulation: sự tích lũy tư bản.

Capital budgeting: hoạch định ngân sách vốn đầu tư.

Capital goods (n): tư liệu sản xuất.

Capital rationing: định mức vốn.

Cash basis : phương pháp kế toán dựa trên thực thu - thực chi.

Cash discount: giảm giá khi trả tiền mặt.

Cash flow (n): dòng tiền mặt.

Cash flow forecast: dự báo dòng tiền.

Cash flow statement: báo cáo lưu chuyển tiền tệ.

Cash in hand: tiền mặt tại quỹ.

Cash in transit: tiền đang chuyển.

Cash machine/cash point/cash dispenser: máy rút tiền.



Cash on delivery (COD): phát hàng thu tiền hộ.

Cash point: điểm rút tiền mặt.

Central bank, government bank: ngân hàng Trung ương.

Certificate of deposit: chứng chỉ tiền gửi.

Charge (n): phí, tiền phải trả.

Check and take over: nghiệm thu.

Cheque: séc.

Cheque clearing: sự thanh toán séc.

CIF (n) - Cost, Insurance and Freight: giá gồm chi phí, bảo hiểm và vận chuyển.

Circulation: sự lưu thông.

Claimants: người nộp đơn yêu cầu thanh toán tiền từ chính phủ hoặc công ty bảo hiểm,...

Clear: thanh toán, bù trừ.

Co-operative: hợp tác xã.

Codeword: ký hiệu (mật).

Collateral: tài sản ký quỹ.

Collection (n): sự thu hồi (nợ).

Colloquial (adj): thông tục.

Commit (v): cam kết.

Compensation (n): sự đền bù, bồi thường.

Confirming house (n): ngân hàng xác nhận.

Confiscation: tịch thu.

Consignment (n): hàng hóa gửi đi.

Consumer credit (n): tín dụng tiêu dùng.

Consumer price index (CPI): chỉ số giá tiêu dùng.

Conversion: chuyển đổi (tiền, chứng khoán).

Corporate Governance (CG): quản trị doanh nghiệp.

Correspondent (n): ngân hàng có quan hệ đại lý.

Corrupt (v): tham nhũng.

Cost of borrowing: chi phí vay.

Cost of capital: chi phí vốn.

Cost of debt: chi phí nợ.

Cost of goods sold: giá vốn bán hàng.

Cost of pollution (n): chi phí hu hỏng.

Cost of preferred stock: giá cổ phiếu ưu đãi.

Cost structure: cơ cấu chi phí.

Credit rating: đánh giá tín dụng.

Customs barrier: hàng rào thuế quan.

D

D/A (n): chứng từ theo sự chấp nhận.

D/P (n): chứng từ theo sự thanh toán.

Data bank (n): ngân hàng dữ liệu.

Database (n): cơ sở dữ liệu.

Days in receivables: số ngày khoản phải thu.

Deal (n): vụ mua bán.

Debit balance : số dư nợ.

Debit card: thẻ ghi nợ.

Debit (v): ghi nợ.

Debt: khoản nợ.

Debtor (n): con nợ.

Default (v): trả nợ không đúng hạn.

Deferred expenses: chi phí chờ kết chuyển.

Deferred revenue: người mua trả tiền trước.

Deficit: thâm hụt.

Deflation: giảm phát.

Deposit account (n): tài khoản tiền gửi.

Deposit money: tiền gửi.

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

Xuất khẩu chuối vào Nhật Bản:

Đừng quan tâm đến giá

Cục Xuất Nhập khẩu (Bộ Công Thương) dẫn số liệu thống kê từ Cơ quan Hải quan Nhật Bản cho hay, trị giá nhập khẩu chủng loại trái chuối (HS 0803) của Nhật Bản trong 8 tháng đầu năm 2022 đạt 728,7 nghìn tấn, trị giá 80,2 tỷ Yên (tương đương 539,3 triệu USD), giảm 3,3% về lượng nhưng tăng 4,9% về trị giá so với cùng kỳ năm 2021. Giá chuối nhập khẩu bình quân đạt 110 nghìn Yên/tấn, tăng 8,5% so với cùng kỳ năm 2021.

Nhật Bản nhập khẩu chủng loại trái chuối nhiều nhất từ thị trường Philippines trong 8 tháng đầu năm 2022, đạt 557 nghìn tấn, trị giá 80,2 tỷ Yên (tương đương 418,1 triệu USD), giảm 0,6% về lượng, nhưng tăng 5,2% về trị giá so với cùng kỳ năm 2021. Giá nhập khẩu bình quân đạt 109,6 nghìn Yên/tấn, tăng 5,8% so với cùng kỳ năm 2021.

Tỷ trọng trái chuối nhập khẩu từ thị trường Philippines chiếm 77,8% tổng lượng nhập khẩu. Tiếp theo là các thị trường như Ecuador, Mexico, Guatemala, Việt Nam...

Đáng chú ý, trong khi nhập khẩu trái chuối từ các thị trường chính đều giảm về lượng, thì nhập khẩu từ Việt Nam, Peru, Indonesia, Thái Lan và Lào đã tăng trong 8 tháng đầu năm 2022.

Trong đó, nhập khẩu trái chuối từ Việt Nam đạt 5,7 nghìn tấn, trị giá 687,9 triệu Yên (tương đương 4,6 triệu USD), tăng 20,1% về lượng và tăng 37,7% về trị giá so với cùng kỳ năm 2021.

Tỷ trọng nhập khẩu từ Việt Nam chỉ chiếm 0,8% tổng lượng trái chuối nhập khẩu vào Nhật Bản, tăng 0,2

điểm phần trăm so với cùng kỳ năm 2021.

Bắt đầu được nhập khẩu vào Nhật Bản từ năm 2013, nhưng một trong những yếu tố quan trọng để một thị trường chấp nhận nhập khẩu trái cây Việt Nam là quy trình sản xuất, bảo vệ thực vật phải đạt chứng nhận an toàn quốc tế. Cùng với đó, vùng nguyên liệu phải được cấp mã số vùng trồng, mã cơ sở đóng gói.

Người tiêu dùng tại Nhật Bản không để ý quá nhiều đến giá cả, mà họ lựa chọn vì chất lượng sản phẩm và sản phẩm đó có ngon hay không. Theo các chuyên gia, Nhật Bản là một thị trường khó tính, nhưng khi đã chinh phục được thị trường này, hoa quả Việt Nam trong đó có chuối, đủ uy tín để vào các thị trường khác thuận lợi hơn.

Theo Thương vụ Việt Nam tại Nhật Bản, không chỉ chuối mà nhiều sản phẩm nông sản, thực phẩm khác của Việt Nam đã tạo được lòng tin tại thị trường Nhật Bản, trong đó, đảm bảo chất lượng là yếu tố quan trọng để hàng hóa của Việt Nam có thể tạo ra thương hiệu riêng, cạnh tranh với các hàng hóa từ nhiều nước khác.

Dù thị phần trái chuối (HS 0803) của Việt Nam trong tổng lượng nhập khẩu của Nhật Bản tăng nhưng lượng nhập khẩu chuối từ Việt Nam vẫn ở mức thấp, trong khi đây là loại trái cây được tiêu thụ nhiều nhất so với các loại trái cây khác tại Nhật Bản.

Theo nguồn Reuters, các hộ gia đình Nhật Bản chi tiêu trung bình 4.387 Yên (tương đương 29,9 USD) cho trái chuối/năm. Do đó, vẫn còn nhiều cơ hội để mở rộng thị phần trái chuối của Việt Nam tại thị trường Nhật Bản.



(Nguồn: Báo Công Thương) - VEXA - ITPC

Real Bean Coffee mở rộng mô hình cà phê đặc sản với mục tiêu phát triển nông nghiệp bền vững

Công ty TNHH Real Bean Coffee là một doanh nghiệp có định hướng sản xuất và tiêu dùng có trách nhiệm, vì một nền nông nghiệp phát triển bền vững. Xây dựng và áp dụng mô hình cà phê Robusta đặc sản từ năm 2019, Real Bean Coffee đến nay đã mở rộng vùng nguyên liệu trồng cà phê tại thị xã Buôn Hồ, tỉnh Đắk Lắk và huyện Di Linh, tỉnh Lâm Đồng. Đáp ứng nhu cầu tiêu dùng của thị trường nội địa và quốc tế, hệ sinh thái sản phẩm của Real Bean gồm 3 nhóm thế mạnh:

- Nhóm cà phê bột truyền thống nhằm đáp ứng thị trường trong nước và quảng bá, lan tỏa văn hóa uống cà phê pha phin của người Việt Nam đến các quốc gia trong khu vực ASEAN+.

- Nhóm cà phê espresso dùng trong pha máy và cà phê viên nén, đi theo xu hướng tiêu dùng tại thị trường các nước Âu - Mỹ.

- Nhóm cà phê pha nhanh dưới dạng phin giấy lọc, nhằm phục vụ nhu cầu uống cà phê chất lượng và tiện dụng.

Trong 2 năm gần đây, Real Bean Coffee đã mở rộng kênh thương mại hiện đại tại hơn 10 chuỗi siêu thị khắp cả nước như Aeon, Satra, Top Market, US Mart cùng các đại lý phân phối chủ lực tại Hà Nội và TPHCM. Song song đó, Real Bean Coffee tập trung đẩy mạnh xuất khẩu cà phê thành phẩm mang thương hiệu của mình và bước đầu xuất khẩu sản phẩm sang các thị trường Nhật Bản, Thái Lan, Singapore, Campuchia.

Trong giai đoạn 2022 - 2025, Real Bean Coffee mở rộng đầu tư hoàn thiện mô hình công nghệ sinh học biotech nhằm nâng cao chất lượng và sản lượng cà phê đặc sản.



Các sản phẩm được định hướng phát triển công thức đa dạng hơn về hương vị, phương thức pha chế và thiết kế bao bì thẩm mỹ, thân thiện với môi trường, nhằm đáp ứng các tiêu chuẩn cao của các quốc gia thuộc châu Âu (Hà Lan, Đức, Pháp) và một số quốc gia phát triển tại châu Á như Nhật Bản, Hàn Quốc.

Là một doanh nghiệp trẻ, Real Bean Coffee nỗ lực xây dựng văn hóa doanh nghiệp khởi nghiệp đổi mới sáng tạo, sản phẩm đạt chất lượng quốc tế và tích cực tham gia các cuộc thi trong và ngoài nước. Trong 2 năm liền, Real Bean Coffee được chứng nhận Cà phê đặc sản Việt Nam từ cuộc thi Amazing Cup do Hiệp hội Cà phê Buôn Ma Thuật tổ chức.

Năm 2019, Real Bean Coffee đạt Giải Vàng cuộc thi “Sản phẩm cà phê Espresso sáng của Việt Nam” do Vụ Thị trường châu Âu - châu Mỹ, Bộ Công Thương và tập đoàn Central Retail Việt Nam phối hợp thực hiện với mục tiêu tìm ra các sản phẩm cà phê chất lượng tốt nhất để quảng bá tại một số nước châu Âu.

Năm 2021, Real Bean Coffee là đại diện duy nhất từ Việt Nam có sản

phẩm cà phê Robusta đạt Giải Bạc cuộc thi Cà phê rang tại gốc (Coffees roasted at origin), tổ chức bởi Cơ quan Nâng cao Giá trị Nông sản (AVPA) tại Paris, Pháp.

Liên quan đến chất lượng bao bì, Real Bean Coffee mang sản phẩm cà phê Vietpresso dự thi “Thiết kế xuất sắc ASEAN - Hàn Quốc” và cũng là đơn vị duy nhất từ Việt Nam đạt Giải Bạc năm 2020 cho hạng mục thiết kế sáng tạo.

Cùng với những đóng góp và nỗ lực hoàn thiện doanh nghiệp, Real Bean Coffee đồng thời mong muốn góp phần mang lại tác động tích cực thông qua những hoạt động xã hội, thiện nguyện. Doanh nghiệp đã tham gia quỹ hỗ trợ cho các học sinh nghèo và bà con dân tộc Khmer tại Trà Vinh năm 2020; đồng hành cùng Tuổi Trẻ góp vắc xin; tham gia giải cứu nông sản trong thời điểm dịch Covid-19 năm 2021 và ủng hộ gian hàng o đồng tại TP.HCM. Các hoạt động xã hội và thiện nguyện khác đã và đang được triển khai như một mục tiêu kép mà doanh nghiệp đề ra trong những năm tiếp theo.

Phòng Thông tin - ITPC

TIN VĂN

❖ Trong 9 tháng năm 2022, có 18,75 tỷ USD vốn đầu tư nước ngoài đăng ký tại Việt Nam với 1.355 dự án cấp mới. Trong 9 tháng năm 2022, tổng vốn đầu tư nước ngoài (bao gồm vốn đăng ký cấp mới, vốn đăng ký điều chỉnh và giá trị góp vốn, mua cổ phần) vào TP.HCM đạt gần 3 tỷ USD, chiếm 15,8% tổng vốn đăng ký của cả nước, tăng 26,1% so với cùng kỳ. Vốn đăng ký cấp mới có 567 dự án được cấp phép với số vốn đăng ký đạt 348,0 triệu USD, giảm 7,6% về vốn so với cùng kỳ. Singapore là nước dẫn đầu với 97 dự án, vốn đăng ký đạt 121,8 triệu USD, chiếm đến 35,0% vốn đăng ký cấp mới. (Nhịp cầu đầu tư, 25/10)

❖ Tổng kim ngạch xuất nhập khẩu hàng hóa của cả nước tính đến 21/10 đã đạt 620 tỷ USD, xuất siêu gần 8 tỷ USD. Trong đó, xuất khẩu đạt 282,3 tỷ USD, tăng 17,2%, gấp 2 lần so với mục tiêu của ngành (mục tiêu cả năm xuất khẩu tăng khoảng 8%). Cán cân thương mại tiếp tục duy trì xuất siêu 6,76 tỷ USD (cùng kỳ nhập siêu 3,44 tỷ USD), góp phần tích cực cho cán cân thanh toán, ổn định tỷ giá và ổn định các chỉ số kinh tế vĩ mô khác của nền kinh tế. Tính đến 21/10, kim ngạch xuất nhập khẩu đã đạt khoảng 620 tỷ USD. (VTV, 25/10)

❖ Tính đến hết tháng 9/2022, Chương trình hỗ trợ doanh nghiệp nhỏ và vừa chuyển đổi số (SMEdx) của Bộ Thông tin và Truyền thông đã tiếp cận được khoảng 490.923 doanh nghiệp nhỏ và vừa, chiếm 61% tổng số doanh nghiệp trên cả nước, đạt mức tăng trưởng trung bình 20%/tháng. (VnEconomy, 25/10)



Khái niệm “hỗn hợp chất” trong văn bản Luật Hóa chất

Trích văn bản:

“Mục 2. SẢN XUẤT, KINH DOANH HÓA CHẤT SẢN XUẤT, KINH DOANH CÓ ĐIỀU KIỆN TRONG LĨNH VỰC CÔNG NGHIỆP

Điều 8. Hóa chất sản xuất, kinh doanh có điều kiện trong lĩnh vực công nghiệp Hóa chất sản xuất, kinh doanh có điều kiện trong lĩnh vực công nghiệp bao gồm:

1. Chất có trong Danh mục hóa chất sản xuất, kinh doanh có điều kiện trong lĩnh vực công nghiệp được ban hành tại Phụ lục I kèm theo Nghị định này.

2. Hỗn hợp chất chứa các chất có trong Phụ lục I và hỗn hợp chất chứa các chất có trong Phụ lục II mà không thuộc trường hợp quy định tại Điều 14 của Nghị định này được phân loại theo quy định tại Điều 23 của Nghị định này thuộc ít nhất một trong các nhóm phân loại sau đây:

a) Nguy hại vật chất cấp 1, 2, 3 hoặc kiểu A, B, C và D;

b) Độc cấp tính (theo các đường phơi nhiễm khác nhau) cấp 2, 3;

c) Tổn thương nghiêm trọng, kích ứng mắt cấp 1, 2/2A;

d) Ăn mòn, kích ứng da cấp 1, cấp 2;

đ) Tác nhân gây ung thư, đột biến tế bào mầm, độc tính sinh sản cấp 2;

e) Nguy hại môi trường cấp 1.”

Vậy cho hỏi “hỗn hợp chất” có nghĩa là “hỗn hợp” hay “hợp chất” hay cả hai?

Trả lời:

Căn cứ Điều 4, Luật Hóa chất, các từ ngữ dưới đây được hiểu như sau:

1. Hóa chất là đơn chất, hợp chất, hỗn hợp chất được con người khai thác hoặc tạo ra từ nguồn nguyên liệu tự nhiên, nguyên liệu nhân tạo.

2. Chất là đơn chất, hợp chất kể cả tạp chất sinh ra trong quá trình chế biến, nhưng phụ gia cần thiết để bảo đảm đặc tính lý, hóa ổn định, không bao gồm các dung môi mà khi tách ra thì tính chất của chất đó không thay đổi.

3. Hỗn hợp chất là tập hợp của hai hoặc nhiều chất mà giữa chúng không xảy ra phản ứng hóa học trong điều kiện bình thường.

Điều kiện bắt buộc xây dựng kế hoạch phòng ngừa ứng phó?

Xin hỏi “CAS code của chất” hay “CAS code của 1 thành phần của chất” rơi vào “Phụ lục IV: danh mục hóa chất nguy hiểm phải xây dựng kế hoạch phòng ngừa, ứng phó sự cố hóa chất” thì có phải “xây dựng kế hoạch phòng ngừa, ứng phó sự cố hóa chất” gồm các nội dung cơ bản quy định tại Điều 39 của Luật Hóa chất?

Trả lời:

Căn cứ Khoản 2, Điều 20 Nghị định 113/2017/NĐ-CP ngày 09 tháng 10 năm 2017 của Chính phủ quy định:

2. Chủ đầu tư dự án sản xuất, kinh doanh, cất giữ và sử dụng hóa chất có ít nhất 01 hóa chất thuộc Phụ lục IV kèm theo Nghị định này với khối lượng tồn trữ lớn nhất tại một thời điểm lớn hơn hoặc bằng ngưỡng khối lượng quy định tại Phụ lục này phải xây dựng Kế hoạch phòng ngừa, ứng phó sự cố hóa chất đối với tất cả các hóa chất nguy hiểm mà dự án có hoạt động và trình bộ quản lý ngành, lĩnh vực thẩm định, phê duyệt trước khi chính thức đưa dự án vào hoạt động.

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

ỦY BAN NHÂN DÂN THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH
Ho Chi Minh City People's Committee

DIỄN ĐÀN XUẤT KHẨU 2022

EXPORT FORUM

VẬN HỘI MỚI CHO XUẤT KHẨU – TẬN DỤNG THỜI CƠ ĐỂ DOANH NGHIỆP VIỆT NAM VƯƠN LÊN
NEW ERA OF EXPORT – BRIGHT PROSPECT FOR VIETNAMESE EXPORTERS TO GLOBAL MARKET

Đơn vị tổ chức | Organizer

TRUNG TÂM XÚC TIẾN THƯƠNG MẠI VÀ ĐẦU TƯ THÀNH PHỐ (ITPC)
Investment and Trade Promotion Centre of Ho Chi Minh City (ITPC)



Thời gian: 8:00 - 17:00 ngày 8 tháng 12 năm 2022

Địa điểm dự kiến: Khách sạn 5 sao, Quận 1

• Time: 8:00am - 17:00pm 8th December 2022

• Venue: 5-star Hotel, District 1, Ho Chi Minh City



ĐƠN VỊ HỖ TRỢ



Câu lạc bộ doanh nghiệp xuất khẩu TP.HCM (VEXA)