



BẢN TIN

www.itpc.gov.vn

XÚC TIẾN THƯƠNG MẠI & ĐẦU TƯ

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

SỐ 46 NGÀY 07.12.2020 (893)

Buổi Gặp gỡ Tân Tổng lãnh sự Việt Nam tại Frankfurt (trang 05)



SỰ KIỆN ITPC

Triển lãm gian hàng “từ xa”: Kết nối giao thương không giới hạn (trang 06)



GÓC NHÌN XÚC TIẾN

Hy vọng tăng trưởng có cơ sở về “kinh tế internet” (trang 08)

TRỤ SỞ

Trung tâm Xúc tiến Thương mại
và Đầu tư Tp.HCM

Địa chỉ: 51 Đinh Tiên Hoàng,
Q.1, Tp.HCM

Điện thoại: (028) 3823 6738

Fax: (028) 3824 2391

Email: itpc@itpc.gov.vn

Website: www.itpc.gov.vn



TIN VÀ BÀI VUI LÒNG GỬI VỀ

Trung tâm Xúc tiến Thương mại
và Đầu tư Tp.HCM

Phòng Thông tin

Địa chỉ: 51 Đinh Tiên Hoàng,
Quận 1, Tp.HCM

Điện thoại: (028) 3910 1225

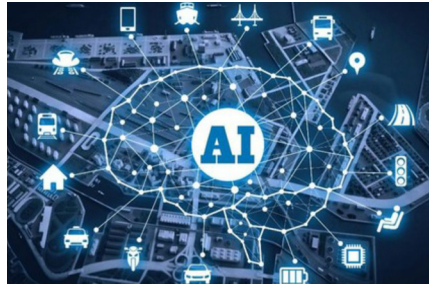
Fax: (028) 3824 2391

Email: info@itpc.gov.vn

GIẤY PHÉP XUẤT BẢN

Số 06/QĐ - XBTT - STTTT, ngày
30/5/2016 của Sở Thông tin
Truyền thông Tp.HCM

SỐ 46 12.2020



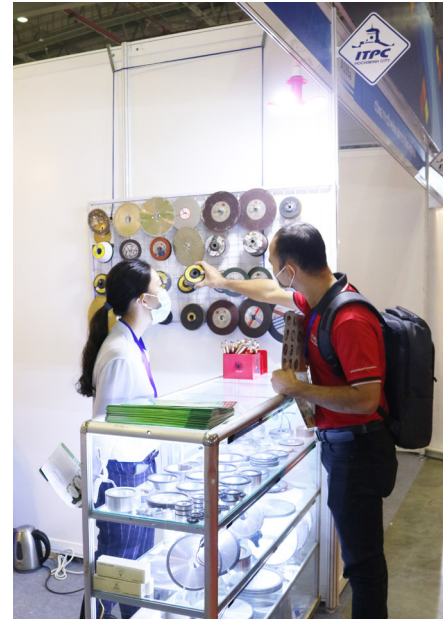
03 HOẠT ĐỘNG XÚC TIẾN THƯƠNG MẠI & ĐẦU TƯ

Khóa tập huấn “Tư duy thiết kế và Chiến lược Marketing chinh phục khách hàng Gen Z”

Hội thảo “Triển vọng xuất khẩu hàng hóa vào Liên minh Châu Âu thông qua “cửa ngõ” Ba Lan khi EVFTA có hiệu lực”

Cụm gian hàng chung Thành phố Hồ Chí Minh tại “Hội chợ Công nghiệp - Thương mại và Triển lãm sản phẩm OCOP Bạc Liêu năm 2020”

Cụm gian hàng chung Thành phố Hồ Chí Minh tại Hội chợ Thương mại Quốc tế vùng Kinh tế trọng điểm miền Trung - Tây Nguyên năm 2020 CHLB Đức: Đối tác đầu tư và thương mại lớn của Việt Nam trong EVFTA
Triển lãm gian hàng “tư xa”: Kết nối giao thương không giới hạn



07 CHUYÊN ĐỀ

Hiểu các đối thủ cạnh tranh trực tuyến của bạn

08 GÓC NHÌN XÚC TIẾN

Hy vọng tăng trưởng có cơ sở về “kinh tế internet”

11 ENGLISH FOR YOU

ENGLISH WORD PAIRS / NHỮNG TỪ ĐI THÀNH CẶP



Khóa tập huấn “Tu duy thiết kế và Chiến lược Marketing chinh phục khách hàng Gen Z”

Thực hiện đề án “Đào tạo, tập huấn nâng cao năng lực thiết kế, phát triển sản phẩm” theo Chương trình Cấp quốc gia về Xúc tiến thương mại năm 2020, Cục Xúc tiến thương mại phối hợp với Trung tâm Xúc tiến Thương mại và Đầu tư thành phố Hồ Chí Minh tổ chức chương trình đào tạo, tập huấn với chủ đề: “Tu duy thiết kế và Chiến lược Marketing chinh phục khách hàng Gen Z” tại Hồ Chí Minh.

❖ Mục tiêu:

Nâng cao nhận thức về vai trò của thiết kế và thương hiệu trong hoạt động sản xuất và kinh doanh của doanh

nh nghiệp; Đào tạo kỹ năng nghiên cứu thị trường và phát triển thiết kế theo nhu cầu của doanh nghiệp; Tư vấn cho các doanh nghiệp về chiến lược, kế hoạch phát triển thiết kế, phát triển sản phẩm phù hợp với chiến lược thương hiệu của doanh nghiệp; Đào tạo kỹ năng thiết kế đồng thời tạo điều kiện để các doanh nghiệp có cơ hội thực hành thiết kế, phát triển sản phẩm.

❖ **Thời gian:** Ngày 10 tháng 12 năm 2020

❖ **Địa điểm:** Khách sạn Ramana Hotel Saigon, 323 Lê Văn Sỹ, Phường 13, Quận 3, TP. Hồ Chí Minh.

❖ Diễn giả:

- Ông Richard Moore - Chủ tịch và Giám đốc sáng tạo của Richard Moore Associates

- Ông Nguyễn Tấn Khôi Minh - Đồng sáng lập Future Eyes, Chuyên gia thiết kế

❖ **Đối tượng tham gia:** Các doanh nghiệp Việt Nam quan tâm tới thương hiệu, thiết kế và phát triển sản phẩm và các tổ chức có liên quan

❖ **Chi phí tham dự:** Miễn phí

Phòng Huấn luyện - ITPC

Phòng Huấn luyện - ITPC

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

Điện thoại: (028) 3910 4730

Liên hệ đăng ký với chuyên viên Bích Trâm (0933458099, trambb@itpc.gov.vn)

Website: www.itpc.gov.vn

Hội thảo “Triển vọng xuất khẩu hàng hóa vào Liên minh Châu Âu thông qua “cửa ngõ” Ba Lan khi EVFTA có hiệu lực”

Hiệp định Thương mại tự do Liên minh châu Âu (EU) - Việt Nam (EVFTA) có hiệu lực từ ngày 1 tháng 8 năm 2020 dự kiến sẽ mở ra nhiều cơ hội mới cũng như các ưu đãi về thuế cho doanh nghiệp Việt Nam khi xuất khẩu hàng hóa sang Liên minh Châu Âu. Trong số các nước có mối quan hệ truyền thống lâu đời với Việt Nam, Ba Lan, một quốc gia nằm ở khu vực Đông Âu, có tốc độ tăng trưởng kinh tế luôn đứng hàng đầu Châu Âu, nổi lên như một điểm sáng về xuất khẩu. Theo thống kê của Tổng cục Hải quan Việt Nam, năm 2019 tổng kim ngạch xuất nhập khẩu của hai nước đạt hơn 1,79 tỉ USD tăng 12,3% so với năm 2018, trong đó Việt Nam xuất khẩu hơn 1,5 tỉ USD và nhập khẩu hơn 298 triệu USD.

Nhằm hỗ trợ doanh nghiệp tiếp cận những thông tin tổng quan thị trường, chính sách ưu đãi EVFTA từ Ba Lan và Liên minh Châu Âu đặc biệt là các biểu mẫu cần lưu ý khi xuất khẩu vào thị trường Châu Âu, Trung tâm Xúc tiến Thương mại và Đầu tư TP.HCM (ITPC) phối hợp với

Phòng Dịch vụ - ITPC

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

Điện thoại: (028) 3910 4903

Liên hệ đăng ký với chuyên viên Thúy Vy (0938 731 369, vynnnt@itpc.gov.vn)

Website: www.itpc.gov.vn

Văn Phòng Đại diện Cục Đầu tư và Thương mại Ba Lan tại TP.HCM tổ chức Hội thảo "Triển vọng xuất khẩu hàng hóa vào Liên minh Châu Âu thông qua "cửa ngõ" Ba Lan khi EVFTA có hiệu lực" với thông tin chi tiết như sau:

❖ **Thời gian:** 08 giờ 30 - 12 giờ 00, thứ Tư, ngày 16 tháng 12 năm 2020.

❖ **Địa điểm:** Showroom Xuất khẩu, 92-96 Nguyễn Huệ, P. Bến Nghé, Q.1, TP.HCM.

Hạn chót đăng ký trước ngày 14/12/2020.

Phòng Dịch vụ - ITPC



**ITPC hỗ trợ
50 %
chi phí thuê
gian hàng**

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



**HỘI CHỢ
CÔNG NGHIỆP - THƯƠNG MẠI VÀ TRIỂN LÃM
SẢN PHẨM OCOP BẠC LIÊU NĂM 2020**

**18 - 24/12
2020** Quảng trường Hùng Vương, Phường 1,
thành phố Bạc Liêu, tỉnh Bạc Liêu

Liên hệ:
Chị Vân Anh: (+84) 909 141 064 (call/viber/zalo)
Chị Thanh Thảo: (+84) 909 619 127 (call/viber/zalo)

Cụm gian hàng chung Thành phố Hồ Chí Minh tại Hội chợ Thương mại Quốc tế vùng Kinh tế trọng điểm miền Trung - Tây Nguyên năm 2020

Hội chợ Thương mại Quốc tế vùng Kinh tế trọng điểm miền Trung - Tây Nguyên năm 2020 do Sở Công Thương tỉnh Thừa Thiên Huế chủ trì tổ chức, là một sự kiện thường niên, với tính chất thương mại, dịch vụ tổng hợp. Hội chợ là cơ hội để các doanh nghiệp gặp gỡ, trao đổi, tìm kiếm các cơ hội hợp tác, kinh doanh; đồng thời giới thiệu, quảng bá các sản phẩm thương hiệu Việt đến với người tiêu dùng. Đây là cơ hội tốt để cho các doanh nghiệp Thành phố Hồ Chí Minh giới thiệu, quảng bá sản phẩm, dịch vụ, tìm kiếm đối tác kinh doanh, hợp tác phát triển quan hệ thương mại và mở rộng thị trường trong nước.

❖ **Thời gian:** Từ ngày 18 tháng 12 đến ngày 24 tháng 12 năm 2020.

❖ **Địa điểm:** Trung tâm thi đấu thể thao tỉnh Thừa Thiên Huế, Số 01 Hà Huy Tập, Thành phố Huế, tỉnh Thừa Thiên Huế.

❖ **Quy mô:** Cụm gian hàng Thành phố Hồ Chí Minh gồm 12 gian hàng (3m x 3m).

❖ **Đối tượng tham gia:** Doanh nghiệp, Hợp tác xã, Cơ

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 Hiền Lương (0945 627 178, luonghh@itpc.gov.vn)

Website: www.itpc.gov.vn

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 đang hoạt động tại Thành phố Hồ Chí Minh.

❖ Chi phí tham gia:

- Chi phí thuê gian hàng chuẩn của Hội chợ là: 6.450.000 đồng/gian hàng.

- Chi phí doanh nghiệp phải đóng sau khi được ITPC hỗ trợ 50% là 3.225.000 đồng/gian hàng (đã bao gồm VAT và không quá 03 gian/đơn vị).

Ban tổ chức sẽ ngưng nhận hồ sơ khi đủ gian hàng.

Phòng Xúc tiến Thương mại - ITPC



CHLB Đức: Đối tác đầu tư và thương mại lớn của Việt Nam trong EVFTA

Ngày 11/12/2020, Trung tâm Xúc tiến Thương mại và Đầu tư Thành phố Hồ Chí Minh (ITPC) đã có buổi tiếp và làm việc với Tổng Lãnh sự Nước CHXHCN Việt Nam tại Frankfurt - CHLB Đức. Tham dự buổi làm việc còn có gần 100 doanh nghiệp Thành phố và đại diện 1 số hội/hiệp hội ngành nghề.

Ông Nguyễn Hữu Tín - Giám đốc ITPC cho biết, Việt Nam và CHLB Đức chính thức thiết lập quan hệ ngoại giao vào ngày 23/9/1975. Trong suốt gần nửa thế kỷ qua, hai nước đã cùng nhau thúc đẩy quan hệ hợp tác ngày càng sâu rộng trên nhiều lĩnh vực và đạt được những bước tiến vượt bậc, trong đó có việc nâng cấp quan hệ hai nước lên Đối tác chiến lược tại Tuyên bố Hà Nội năm 2011.

Về hợp tác kinh tế, thương mại, đầu tư, Đức tiếp tục là đối tác thương mại lớn nhất của Việt Nam tại châu Âu với kim ngạch hai chiều tăng dần đều trong 10 năm qua. Thị trường Đức chiếm gần 20% xuất khẩu của Việt Nam sang EU và cũng là cửa ngõ trung chuyển quan trọng của hàng hóa Việt Nam sang các thị trường khác ở châu Âu. Trong khi đó, Việt Nam cũng là đối tác quan trọng của Đức tại Châu Á và ASEAN. Kim ngạch thương mại hai chiều năm 2019 đạt trên 10,24 tỷ USD. Đức cũng là nhà đầu tư lớn thứ 4 trong khối EU với hơn 300 doanh nghiệp đang hoạt động hiệu quả tại Việt Nam.

Tháng 8/2020, Hiệp định thương mại tự do giữa EU với Việt Nam (EVFTA) chính thức có hiệu lực, tạo ra xung lực mới và điều kiện thuận lợi để tăng cường quan hệ thương mại giữa hai nước.

Tại buổi gặp gỡ, trao đổi, các doanh nghiệp tham dự đã đặt nhiều câu hỏi cũng như nêu ra nhu cầu thông tin

của mình về thị trường CHLB Đức. Một doanh nghiệp sản xuất da giày muốn Lãnh sự Việt Nam tại Frankfurt chia sẻ thông tin chi tiết về thị trường da giày tại Đức, đặc biệt là những sản phẩm bằng da cá sấu, đà điểu... cần những tiêu chuẩn, điều kiện nào để có thể thâm nhập vào thị trường này. Ngoài ra, các doanh nghiệp sản xuất chậu rửa inox; thủ công mỹ nghệ; găng tay; hạt điều; cà phê cũng đưa ra nhiều câu hỏi liên quan đến thị trường Đức.

Ông Lê Quang Long - Tổng Lãnh sự Nước CHXHCN Việt Nam tại Frankfurt - CHLB Đức đã thông tin tới doanh nghiệp một số thông tin tổng quan về thị trường Đức, cũng như chia sẻ về thị trường ngách của nước này. Đồng thời, ông Long cũng khuyến nghị một số lưu ý cho doanh nghiệp khi xuất khẩu vào thị trường Đức và những bước để tìm kiếm nhà mua hàng tại Đức. Ông Long cho biết, trong thời gian tới, trên cương vị mới sẽ nỗ lực để hỗ trợ doanh nghiệp Việt Nam tăng cường mở rộng giao thương với bạn hàng ở Đức.

Kết thúc sự kiện, ông Nguyễn Hữu Tín cho biết, Trung tâm Xúc tiến Thương mại và Đầu tư TP.HCM (ITPC) sẽ phối hợp chặt chẽ với các cơ quan ngoại giao của Việt Nam tại CHLB Đức tiếp tục làm cầu nối hỗ trợ doanh nghiệp đa dạng hóa thị trường xuất khẩu, quảng bá thương hiệu và hình ảnh doanh nghiệp Việt Nam với các thị trường thương mại quan trọng, tháo gỡ khó khăn cho doanh nghiệp trong thời kỳ dịch bệnh, đẩy mạnh hơn nữa công tác xúc tiến thương mại, xúc tiến đầu tư, góp phần thúc đẩy mối quan hệ thương mại giữa Việt Nam và CHLB Đức nói riêng, Châu Âu nói chung trong thời gian tới.

Phòng Thông tin - ITPC

Triển lãm gian hàng “tù xa”: Kết nối giao thương không giới hạn

Hội chợ Vietnam Expo lần thứ 18 diễn ra trong 03 ngày, từ ngày 03-05/12/2020 tại Trung tâm triển lãm SECC được kết hợp tổ chức cùng triển lãm Ngũ kim - Dụng cụ cầm tay (Hardware HandTools) và Triển lãm Cảnh quan và Làm vườn (Garden Landscape). Chuỗi sự kiện có sự tham gia của 250 doanh nghiệp trong và ngoài nước với 350 gian hàng cùng các hoạt động hội thảo diễn ra đồng thời.

Bà Nguyễn Văn Nga, Cục trưởng Cục Công tác phía Nam - Bộ Công thương cho biết, Hội chợ Thương mại Quốc tế Việt Nam - Vietnam Expo tại Tp. Hồ Chí Minh là hoạt động được tổ chức thường niên, hội tụ các nhà đầu tư, sản xuất kinh doanh Việt Nam và quốc tế trong lĩnh vực máy móc thiết bị, điện - điện tử, kim khí và dụng cụ, thực phẩm - công nghệ chế biến, công nghệ làm vườn và thiết kế cảnh quan, các ngành dịch vụ, xúc tiến thương mại. Triển lãm mở ra cơ hội cho các doanh nghiệp hợp tác, mở rộng thị trường xuất nhập khẩu hàng hóa, thiết bị, kỹ thuật cả trong và ngoài nước.

Bên cạnh sự góp mặt của doanh nghiệp thuộc các ngành hàng chủ lực

do trung tâm xúc tiến thương mại và đầu tư các địa phương tổ chức tham gia Triển lãm như: TP. Hồ Chí Minh, Đà Nẵng, Lào Cai, Yên Bái, Hải Dương, Nghệ An, Quảng Trị; trong đó, ITPC có 18 gian hàng. Sự nỗ lực thúc đẩy chiến lược phát triển thương mại và đầu tư tại thị trường Việt Nam của các đối tác quốc tế đến từ Hàn Quốc (K-Biz; AKCS; GBSA); Hongkong (HKTDC); Indonesia, Trung Quốc là điểm sáng rất đáng trân trọng.

Vietnam Expo 2020 áp dụng cả hai hình thức gian hàng triển lãm truyền thống và gian hàng từ xa cho các đối tác không thể sang Việt Nam do ảnh hưởng của Covid-19. Đây là lần đầu tiên mô hình gian hàng từ xa “Remote booth” được áp dụng tại chuỗi sự kiện lớn nhất trong năm với mục tiêu duy trì các giao dịch thương mại cho dù đối tác ở bất kỳ đâu.

Khách tham quan sẽ vẫn trải nghiệm sản phẩm trưng bày và giao dịch với đối tác qua ứng dụng và phiên dịch điều phối hỗ trợ song song. Các cuộc gặp được sắp xếp lên lịch trước và giao dịch diễn ra tại triển lãm cho dù những cách biệt về múi giờ. Một trong những cơ sở để triển khai mô hình gian hàng này là nhu cầu kết nối

ngày một gia tăng từ các doanh nghiệp trên khắp thế giới sau thời gian bị ảnh hưởng của đại dịch. Tính đến trước ngày diễn ra triển lãm, đã có 2.000 lượt đăng ký làm việc. Điều này cho thấy sức hút của chuỗi sự kiện đối với cộng đồng doanh nghiệp.



Các Khu gian hàng quốc tế Hàn Quốc (K-Biz; AKCS; GBSA), Indonesia có mặt tại Vietnam Expo kết hợp giữa những gian hàng trực tiếp và gian hàng từ xa (remote booth), đem lại một không gian giao thương “phi khoảng cách” trong lĩnh vực điện tử, điện gia dụng, sản phẩm chăm sóc sức khỏe, thực phẩm - bánh kẹo, vật liệu xây dựng và hàng tiêu dùng. Khu triển lãm sản phẩm Chiết Giang tại Việt Nam gồm các doanh nghiệp đang hoạt động tại Việt Nam và các doanh nghiệp là đại diện độc quyền sản phẩm “Zhejiang Made - All need”. Đây cũng là năm đầu tiên, Hội đồng Phát triển Thương mại Hongkong (HKTDC) lựa chọn Vietnam Expo là kênh quảng bá cho những sản phẩm bản sắc của Hong Kong.

VIETNAM EXPO hứa hẹn mang tới một diện mạo mới cho cộng đồng doanh nghiệp và khả năng kết nối quốc tế không gián đoạn với các thị trường tiềm năng.

Phòng Thông tin - ITPC



Hiểu các đối thủ cạnh tranh trực tuyến của bạn

Bạn có muốn biết về đối thủ kinh doanh trực tuyến của bạn không? Nếu bạn đang kinh doanh trực tuyến bạn phải chắc chắn am hiểu về đối thủ kinh doanh thương mại điện tử đối với mình và họ đang làm gì, kiến thức về họ là sức mạnh. Đây là cách tìm câu trả lời cho các câu hỏi chính yếu sau đây:

1. Ai là đối thủ kinh doanh trực tuyến của bạn?

Thời điểm mới bắt đầu bạn có thể dựa vào kết quả tìm kiếm hàng đầu từ các công cụ tìm kiếm lớn và quyết định đây là những đối thủ cạnh tranh của bạn. Tuy nhiên sau đó khi bạn đã kinh doanh trở nên vững mạnh, đối thủ kinh doanh trực tuyến của bạn có khả năng là những kết quả tìm kiếm trên trang tìm kiếm ở vị trí thứ 2 và thứ 3. Đây là những đối thủ mà bạn cần đánh giá đầu tiên.

2. Có bao nhiêu đối thủ trên thị trường kinh doanh trực tuyến với bạn?

Nếu thị trường bạn đang kinh doanh càng có nhiều đối thủ tích cực thì bạn sẽ thấy bạn được nổi trội hơn. Hãy bắt đầu bằng công cụ tìm kiếm trên Google như là một điều kiện tìm kiếm của bạn. Đừng quá lo lắng nếu như bạn thấy số liệu không lồ tìm kiếm mà hãy tiếp tục tinh chỉnh việc tìm kiếm bạn sẽ có một con số tìm kiếm chính xác hơn.

3. Đối thủ của bạn đã kinh doanh trực tuyến bao lâu rồi?

Hãy xác định tuổi của tên miền của đối thủ cạnh tranh trực tuyến điều này có nghĩa là lần đầu tiên tên miền này được đăng ký và được các công cụ tìm kiếm đánh giá cao. Thông thường nếu tên miền càng lâu năm thì càng có nhiều quyền quyền hạn. Để kiểm tra tuổi tên miền của đối thủ hãy sử dụng công cụ tên miền Whois miễn phí.

4. Đối thủ kinh doanh trực tuyến của bạn có bao nhiêu backlink?

Số lượng các trang web liên kết bên ngoài của đối thủ của bạn là một trong các yếu tố quan trọng trong việc phân tích kinh doanh trực tuyến. Nếu chất lượng các trang web kết nối với trang web của đối thủ của bạn sẽ ảnh hưởng đến thứ hạng của trang web đối thủ. Để kiểm tra xem có bao nhiêu trang web liên kết bên ngoài hãy tạo một tài khoản miễn phí cho công cụ Link Explorer của Moz.

5. Xác định trang web của đối thủ sử dụng công nghệ là gì?

Một số trang web được thiết kế thân thiện hơn với các công cụ tìm kiếm. Ví dụ : các trang web được xây dựng



Ảnh TL

bằng tính năng flash sẽ khó xếp hạng tốt hơn so với các trang web được xây dựng bằng mã HTML trơn. Để tìm hiểu xem trang web của đối thủ sử dụng công nghệ gì hãy dùng công cụ xây dựng và nhập tên miền.

6. Các đường dẫn của đối thủ như thế nào?

Thật khó có thể đo lường chính xác số lượng khách hàng mà đối thủ đang sở hữu. Bạn có thể có được thông tin hữu ích đặc biệt là với các đối thủ lớn hơn mình từ các công cụ như SameWeb và Alexa.

7. Chiến lược tiếp thị của đối thủ như thế nào?

Cách mà đối thủ cạnh tranh của bạn tiếp thị sẽ cung cấp thông tin hữu ích cho bạn. Ví dụ : nếu đối thủ sử dụng quảng cáo là trả tiền cho mỗi lần nhấp chuột thì bạn có thể hiểu rằng sản phẩm đối thủ đang bán tương đối tốt để đủ trang trải chi phí quảng cáo này. Nếu như bạn biết đối thủ đang hoạt động tốt nhưng lại thiếu một chương trình liên kết hoạt động thì bạn sẽ tìm đến chương trình này.

8. Thị trường tiềm năng là gì?

Bạn nên nhắm vào mục tiêu tham gia kinh doanh vào một thị trường khi nhu cầu đủ lớn và có thể lớn hơn. Bạn nên sử dụng các công cụ để xác định xu hướng tích cực của thị trường như công cụ Google Trend miễn phí và công cụ Twitterfall trên Twitter.

9. Lợi thế cạnh tranh của bạn là gì?

Những khác biệt gì của bạn so với các đối thủ kinh doanh sản phẩm tương tự như bạn. Có nhiều dạng và hình thức lợi thế cạnh tranh của bạn như từ giá cả đến mức cổ tức và dịch vụ hỗ trợ khách hàng. Vấn đề là bạn phải phải biết điểm độc đáo bán hàng của bạn so với đối thủ là gì (USP unique selling point) trước khi tham gia vào thị trường này.

Phòng Thông tin - ITPC

Hy vọng tăng trưởng có cơ sở về “kinh tế internet”

NHỮNG SỐ LIỆU KHẢ QUAN VỀ “KINH TẾ INTERNET VIỆT NAM” ĐƯỢC CÔNG BỐ VỚI CÙNG THỜI ĐIỂM VỚI CHUỖI HOẠT ĐỘNG VỀ KHỞI NGHIỆP VÀ ĐỔI MỚI SÁNG TẠO VỪA DIỄN RA Ở TP.HCM LÀ CƠ SỞ CHO SỰ LẠC QUAN VỀ TĂNG TRƯỞNG CỦA LÃNH VỰC NÀY TRONG THỜI GIAN SẮP TỚI.

Tại TP.HCM vừa diễn ra chuỗi sự kiện lớn nhất trong năm về khởi nghiệp và đổi mới sáng tạo gồm Tuần lễ Đổi mới sáng tạo và khởi nghiệp TPHCM- WHISE 2020; Ngày hội Khởi nghiệp Vùng - TECHFEST 2020 và Ngày hội Trí tuệ nhân tạo (AI) Việt Nam 2020 - AI4VN 2020 (WHISE - TECHFEST - AI4VN 2020).

Thực tế, nhiều sự kiện trong chuỗi hoạt động trên đều có thể được nhìn như một hoạt động xúc tiến và đã đạt được hiệu quả nhất định.

GS.TS Nguyễn Đông Phong - Chủ tịch Hội đồng Trường Đại học Kinh tế TP.HCM cho biết: “TECHFEST vùng Đông Nam Bộ 2020 được tổ chức kết hợp giữa hình thức trực tiếp và trực tuyến như năm nay đã tạo điều kiện cho nhiều thành phần cùng tọa đàm trao đổi về những chủ đề rất mới như đô thị thông minh, giáo dục thông minh, nông nghiệp công nghệ cao... Cùng các hoạt động khoa học công nghệ, kết nối, ký kết, trao đổi rất hữu ích trong cộng đồng khởi nghiệp toàn quốc như tham gia không gian triển lãm trực tuyến tại nền tảng TECHFEST247- WHISE hoạt động 24/7, kết nối cộng đồng khởi nghiệp, cộng đồng khoa học và công nghệ, hệ sinh thái đổi mới sáng tạo 63 tỉnh thành và hơn 80 quốc gia và vùng lãnh thổ (Mỹ, Canada, Đức, Pháp, Hàn Quốc, Nhật Bản, Singapore, Thailand, Úc, ...)”.

Ngày hội trí tuệ nhân tạo Việt Nam 2020 - AI4VN 2020 có sự tham dự của các chuyên gia AI đầu ngành quốc tế và Việt Nam trình bày các bài tham luận chia sẻ kinh nghiệm về hoạt động AI; tọa đàm chuyên đề về xây dựng hệ sinh thái AI tại TP.HCM; đào tạo nguồn nhân lực AI; hệ thống cơ sở hạ tầng tính toán cho AI như máy tính hiệu năng cao, triển vọng máy tính lượng tử... Ngoài ra còn có chương trình gọi vốn đầu tư của các startup trước các nhà đầu tư chuyên nghiệp trong lĩnh vực AI.

Phát biểu bế mạc chuỗi sự kiện trên, phó Chủ tịch UBND TP.HCM Dương Anh Đức nêu rõ: "TP.HCM sẽ là

trung tâm khởi nghiệp sáng tạo nhất cả nước, tận dụng các cơ hội phát triển của Cách mạng công nghiệp 4.0, phát triển mạnh kinh tế số, kinh tế chia sẻ và kinh tế tuần hoàn. Thành phố cũng khuyến khích, hỗ trợ để hình thành các doanh nghiệp có quy mô lớn, tiềm lực mạnh, có khả năng cạnh tranh cao ở khu vực.

Gần như cùng thời điểm diễn ra chuỗi sự kiện trên, những số liệu về kinh tế internet Việt Nam được công bố. Các báo Việt Nam dẫn nguồn báo cáo của Google, Temasek và Bain & Company cho biết, nền kinh tế internet Việt Nam năm nay đạt quy mô 14 tỷ USD, tăng 16% so với 2019. Kinh tế internet của Việt Nam tăng trưởng mạnh trên nhiều lĩnh vực, mạnh nhất là vận tải và thực phẩm. Theo đó, thị trường gọi xe, giao hàng và gọi đồ ăn năm nay đạt giá trị 1,6 tỷ USD, tăng đến 50% so với năm trước. Quy mô của thị trường thương mại điện tử cũng tăng nóng với mức 46%, từ quy mô 5 tỷ USD lên 7 tỷ USD năm nay. Trong khi đó, truyền thông trực tuyến tăng trưởng 18%, đạt giá trị 3,3 tỷ USD. Riêng du lịch trực tuyến, do bị ảnh hưởng nặng bởi Covid-19 nên quy mô thị trường thu hẹp đến 28%.

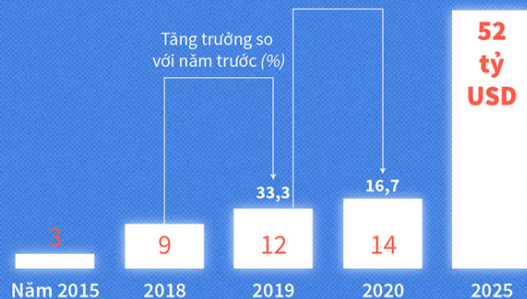
Báo cáo năm nay cũng ghi nhận dòng chảy vốn vào nền kinh tế internet Việt Nam. Năm 2019, tổng cộng có 151 thương vụ rót vốn trị giá 935 triệu USD vào các lĩnh vực Internet. Riêng quý I/2020, có 327 triệu USD chảy vào 73 thương vụ.

Mở rộng ra khu vực, báo cáo của Temasek, Google và Bain & Company cho thấy có thêm 40 triệu người dùng mới và sự gia tăng mức độ sử dụng lưu lượng trực tuyến, nền kinh tế internet của khu vực Đông Nam Á dự kiến đạt 105 tỷ USD tổng giá trị hàng hóa (GMV) trong năm nay. Theo báo cáo này, Singapore là quốc gia duy nhất trong khu vực Đông Nam Á có GMV suy giảm trong năm 2020, với mức giảm 24% xuống còn 9 tỷ USD. Trong khi đó, các nền kinh tế kỹ thuật số ở Việt Nam và Indonesia đã đạt mức tăng trưởng hai con số,

NỀN KINH TẾ INTERNET VIỆT NAM NĂM 2020 TĂNG TRƯỞNG CAO NHẤT ĐÔNG NAM Á

Nền kinh tế Internet của Việt Nam năm 2020 tiếp tục tăng trưởng 2 con số, đạt gần 17% - mức tăng cao nhất khu vực Đông Nam Á.

GMV* CỦA NỀN KINH TẾ INTERNET (tỷ USD)



GMV THEO NGÀNH

■ Năm 2020 (tỷ USD) ■ Năm 2020 so với 2019 (%)



*Tổng giá trị hàng hóa giao dịch trực tuyến, dùng để đo quy mô nền kinh tế Internet
 Nguồn: Báo cáo e-Economy SEA 2020 của Google, Temasek và Bain & Company

TTXVN
 Vietnam News Agency

<https://infographics.vn>

lần lượt là 16% và 11%, bất chấp những khó khăn từ đại dịch Covid-19.

Theo Google, Temasek và Brain & Company, tâm lý lạc quan nhưng thận trọng đang bao trùm khu vực Đông Nam Á. Nhà đầu tư giao dịch ít hơn, ở mức định giá hấp dẫn hơn với hy vọng thu được lợi nhuận cao hơn trong dài hạn. "Nếu trước đây, mục tiêu của các nhà đầu tư luôn là 'tăng trưởng thần tốc', thì giờ họ chỉ muốn đạt mức tăng trưởng bền vững, có lợi nhuận", báo cáo viết.

Dự kiến vào năm 2025, toàn bộ nền kinh tế internet Việt Nam có khả năng đạt giá trị 52 tỷ USD, với tốc độ tăng trưởng bình quân từ nay đến đó là 29%.

Nhân dịp báo cáo đưa ra dự đoán về tăng trưởng của nền kinh tế internet đến năm 2025, ta có thể xem lại vài dự đoán cũ.

Đầu tiên là dự đoán của năm 2013 về năm 2018. Trở lại với sự kiện Ngày Internet Việt Nam 2013 do Hiệp

(Tổng hợp theo vneconomy.vn; baotintuc.vn; tuoitre.vn; vln.vn; sggp.org.vn; viettimes.vn; chatluongvacuocsong.vn; vnexpress.net; thoibaokinhdanh.vn) - Phòng thông tin - ITPC

hội Internet Việt Nam (VIA) tổ chức tại Hà Nội, ngày 4.12.2013, khi đó Việt Nam có khoảng 31 triệu người dùng internet, gần 19 triệu người dùng internet qua mobile. Tại thời điểm đó, ông Lê Hồng Minh, Tổng giám đốc Công ty VNG cho rằng, năm 2004, doanh thu nội dung, dịch vụ internet chỉ là 70 tỷ đồng nhưng đến năm 2009, con số đã là 2.600 tỷ đồng và năm 2013, mức doanh thu của dịch vụ, nội dung internet dự báo sẽ lên 20.400 tỷ đồng. Theo tính toán của vị Tổng giám đốc VNG, đến năm 2018, doanh thu về nội dung, dịch vụ internet sẽ vượt tới 100.000 tỷ đồng.

Thực tế là đến năm 2018, "nền kinh tế Internet ở Việt Nam đã ghi nhận tổng giá trị lên tới 9 tỷ USD trong năm 2018 và được ví như "con rồng chuyển mình" khi tăng gấp 3 lần quy mô trong vòng 3 năm (2015-2018)". Việt Nam hiện có nền kinh tế internet phát triển nhất tính trên giá trị hàng hóa mua bán trong năm 2018, tương đương 4% GDP quốc gia, theo một nghiên cứu mà hai công ty Google và Temasek công bố ngày 19.11.2018.

Năm 2019, nền kinh tế internet tiếp tục tăng trưởng. Theo báo cáo của Google, Temasek và Bain & Company được dẫn lại đầu tháng 10.2019, đến cuối năm 2019, nền kinh tế internet của Việt Nam chạm mức 12 tỷ USD.

Theo báo cáo E-Economy Đông Nam Á 2019, chỉ hơn một thập kỷ trước, 4/5 người Đông Nam Á không có kết nối internet và truy cập internet hạn chế. Ngày nay, có 360 triệu người dùng internet trong khu vực và 90% trong số họ kết nối internet chủ yếu thông qua điện thoại di động. Việc áp dụng thanh toán kỹ thuật số dự kiến sẽ vượt 1.000 tỷ USD vào năm 2025. Thương mại điện tử ASEAN đã vượt qua du lịch trực tuyến để trở thành lĩnh vực lớn nhất của nền kinh tế internet.

Báo cáo E-Economy Đông Nam Á 2019 cũng nêu bật các xu hướng công nghiệp quan trọng nhất được quan sát vào năm 2019 và phân tích tiềm năng hiện tại và tương lai của nền kinh tế internet Đông Nam Á qua sáu thị trường lớn nhất (Indonesia, Malaysia, Philippines, Singapore, Thái Lan và Việt Nam). Nền kinh tế internet của Đông Nam Á lần đầu tiên đạt 100 tỷ USD trong năm 2019, tăng từ 72 tỷ USD năm 2018 và dự kiến sẽ tăng gấp ba lên 300 tỷ USD vào năm 2025, hứa hẹn sẽ trở thành một trong những thị trường phát triển nhanh và hấp dẫn nhất thế giới về thương mại trực tuyến.

Những dự báo về sự phát triển của "kinh tế internet" qua tỷ lệ tăng trưởng trong quá khứ nay đã thành sự thật. Đó là lý do đầu tiên để có niềm tin. Các hoạt động thực tế vừa qua là lý do tiếp theo để tin rằng, những dự báo hiện nay có cơ sở đạt được trong tương lai.

iPad và MacBook "Made in Vietnam" dự kiến ra mắt nửa đầu năm 2021



Apple, tập đoàn công nghệ khổng lồ của Mỹ, đã yêu cầu công ty sản xuất Đài Loan Foxconn chuyển một số hoạt động lắp ráp từ Trung Quốc sang Việt Nam do căng thẳng thương mại giữa Washington và Bắc Kinh.

Theo báo cáo ngày 26 tháng 11 của Reuters, Foxconn đang xây dựng dây chuyền lắp ráp máy tính bảng iPad và máy tính xách tay MacBook của Apple tại nhà máy ở tỉnh Bắc Giang. Apple muốn đa dạng hóa sản xuất sau cuộc chiến thương mại. Các dây chuyền sản xuất mới dự kiến bắt đầu hoạt động vào nửa đầu năm 2021.

Hiện nay, iPad được lắp ráp tại Trung Quốc, động thái này sẽ đánh dấu lần đầu tiên thiết bị này được sản xuất bên ngoài Trung Quốc. Apple trở thành công ty đa quốc gia mới nhất tìm cách tránh thuế quan của Mỹ bằng cách chuyển hoạt động sản xuất từ Trung Quốc sang Việt Nam.

Việt Nam là quốc gia hưởng lợi từ cuộc chiến thương mại Mỹ - Trung. Trong vài năm qua, các tập đoàn đa quốc gia và doanh nghiệp Trung Quốc đã chuyển hoạt động sản xuất sang Việt Nam để tận dụng lực lượng lao động có tay nghề cao, chi phí lao động thấp, và tránh bị Mỹ tăng thuế.

Từ Intel đến LG, ngày càng có nhiều công ty lựa chọn đặt trụ sở tại Việt Nam. Nhu cầu từ các nhà sản xuất

nước ngoài lớn đến mức đã gây áp lực lên lực lượng lao động Việt Nam, các nhà cung cấp và quỹ đất sẵn có để phát triển công nghiệp.

Cùng với việc Việt Nam ngăn chặn hiệu quả đại dịch coronavirus, sự bùng nổ sản xuất này giải thích tại sao Việt Nam sẽ là quốc gia duy nhất ở Đông Nam Á đạt mức tăng trưởng kinh tế rỗng trong năm nay. Theo Quỹ Tiền tệ Quốc tế (IMF), nền kinh tế Việt Nam sẽ tăng trưởng 1,6% vào năm 2020, và dự báo sẽ tăng 6,5% vào năm 2021.

Trong tháng 10, Việt Nam xuất khẩu đạt 26,7 tỷ USD, tăng 9,9% so với tháng 10 năm ngoái, và Bộ Công Thương dự kiến mức tăng cả năm 3 - 4%.

Tất cả những điều này đã có được nhờ Việt Nam đã ngăn chặn thành công đại dịch coronavirus. Cho đến nay, cả nước mới ghi nhận 1.341 trường hợp dương tính với coronavirus và 35 trường hợp tử vong.

Theo IMF, Việt Nam trong năm nay sẽ trở thành nền kinh tế lớn thứ 4 trong Hiệp hội các quốc gia Đông Nam Á, vượt xa Singapore và Malaysia, những quốc gia đã bị ảnh hưởng nặng nề bởi đại dịch. So với mức tăng trưởng dự kiến của Việt Nam là 1,6%, IMF dự đoán rằng GDP của Malaysia và Singapore sẽ giảm khoảng 6% vào năm 2020. Nền kinh tế Thái Lan sẽ giảm 7,1%.

(Nguồn: *thediplomat*) - Phòng Thông tin - ITPC

ENGLISH WORD PAIRS

NHỮNG TỪ ĐI THÀNH CẶP

TRONG GIAO TIẾP, NGƯỜI BẢN XỨ THƯỜNG SỬ DỤNG MỘT SỐ CẶP TỪ ĐỂ CUỘC NÓI CHUYỆN TỰ NHIÊN VÀ TRÔI CHẢY HƠN. HÃY CÙNG TÌM HIỂU ĐÓ LÀ GÌ NHÉ.



Give and take (n) willingness to accept suggestions from another person and give up some of your own: nhượng bộ lẫn nhau, có đi có lại

Ex: In every friendship there has to be some **give and take**. (Trong mọi mối quan hệ đều có sự nhượng bộ lẫn nhau nào đó)



Sick and tired (a) (also be sick to death of (doing) something) be angry or bored with something that has been happening for a long time

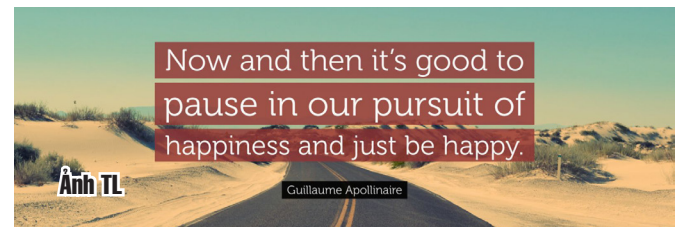
Ex: I am **sick and tired** of your excuses. (Tôi chán ngán với những lời biện minh của anh.)

Salt and pepper (n) A mottled mixture of black, grey, and white. Usually used in reference to hair. (màu muối tiêu)

Ex: Her **salt-and-pepper** hair gave our teacher a look of distinction and authority. (Mái tóc muối tiêu khiến cho cô giáo chúng tôi trông thật đặc biệt và uy nghiêm).

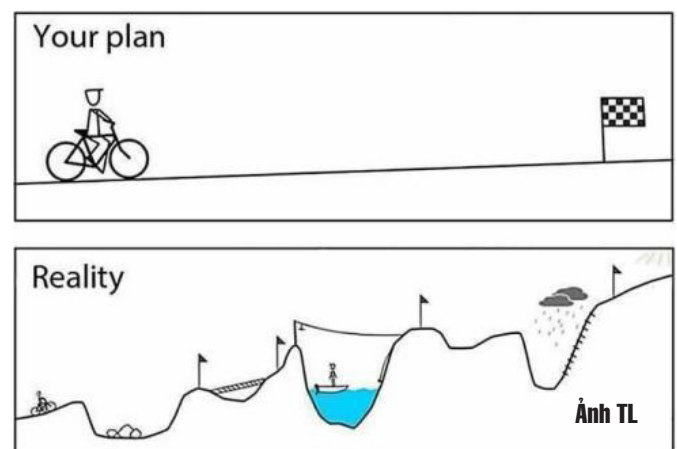
Now and again/then: sometimes, but not very often

Ex: We meet up for lunch **now and then**, but not as often as we used to. (Chúng tôi thỉnh thoảng gặp ăn trưa nhưng không thường xuyên như trước)



Ups and downs (n) thăng trầm, những khoảng thời gian tốt xấu

Ex: Like most married couples we've had our **ups and downs**, but life's like that. (Giống như hầu hết các cặp vợ chồng, chúng tôi đã có những thăng trầm, nhưng cuộc sống là vậy).



(Nguồn: BBC) - Phòng Thông tin - ITPC

Lạc quan xuất khẩu thủy sản cuối năm

Thị trường đã khởi sắc hơn

Kể từ đầu quý III tới nay xuất khẩu thủy sản Việt đã phục hồi tích cực do nhiều thị trường nhập khẩu dỡ bỏ hoàn toàn lệnh cách ly xã hội. Trao đổi với phóng viên Báo Công Thương, ông Trương Đình Hòa - Tổng thư ký của VASEP - cho biết: Nếu như các tháng đầu năm 2020 xuất khẩu thủy sản, đặc biệt là mặt hàng cá tra bị sụt giảm mạnh do tác động từ dịch bệnh thì tới nay xuất khẩu đã tăng trở lại, trong đó mặt hàng tôm có sự tăng đột biến.

“Dù dịch bệnh vẫn còn diễn ra khiến tiêu thụ thủy sản ở các kênh nhà hàng, khách sạn sụt giảm nhưng bù lại các sản phẩm chế biến dùng ở nhà tăng lên. Từ đó giúp xuất khẩu thủy sản trong thời gian qua không bị ảnh hưởng nhiều. Thêm nữa, chúng ta đã có sự chuẩn bị sớm và có tiên lượng về khả năng Việt Nam vượt qua dịch nhanh nên doanh nghiệp trong ngành đã chủ động nguồn nguyên liệu để đón đầu phục hồi ngay sau dịch” - ông Hòa chia sẻ.

Trên thực tế, kể từ tháng 11 hàng năm là giai đoạn cao điểm của xuất khẩu thủy sản nên các doanh nghiệp đã chủ động nắm bắt thông tin thị trường và phối hợp chặt chẽ với nhà nhập khẩu để không bỏ lỡ những đơn hàng xuất khẩu. Có thể kể tới như Công ty Cổ phần thủy sản Minh Phú Hậu Giang đang xúc tiến thực hiện các đơn hàng cuối năm để vừa tăng lượng hàng hóa xuất khẩu vừa nâng thêm giá trị cho doanh nghiệp. Hay Tập đoàn Nam Việt (An Giang) mới đây đã công bố lô hàng cá tra sản xuất theo quy trình công nghệ cao để xuất khẩu sang thị trường EU, Nam Mỹ, ASEAN, Trung Quốc, Trung Đông... Nhờ sự đa dạng sản phẩm này, Nam Việt đang phấn đấu về đích với kim ngạch xuất khẩu cá tra từ 110-120 triệu USD trong năm 2020...

“Với sự phục hồi của thị trường gần đây, chúng tôi dự báo hết năm 2020, toàn ngành thủy sản sẽ xuất khẩu đạt khoảng 8,4 tỷ USD, giảm nhẹ so với kết quả của năm 2019”, ông Hòa cho biết thêm.

Thêm động lực từ nhu cầu thế giới tăng

Cùng với sự phục hồi tích cực trong 2020, các chuyên gia phân tích của Công ty CP Chứng khoán Ngân hàng Đầu tư và Phát triển Việt Nam (BSC) kỳ vọng xu hướng nhu cầu hồi phục tiếp tục diễn ra trong thời gian tới khi tâm lý người



dân dần quen với ảnh hưởng của dịch bệnh. Đồng thời, lợi ích giảm thuế từ Hiệp định Thương mại tự do Việt Nam - EU (EVFTA) sẽ thúc đẩy kim ngạch xuất khẩu lên một mức mới (đặc biệt đối với sản phẩm tôm). “Dù hiện tại giá xuất khẩu thủy sản vẫn ở mức thấp song thời điểm tiêu cực nhất đã qua đi và tình hình sẽ trở nên khả quan hơn trong năm 2021”, - chuyên gia của BSC dự báo.

Theo các chuyên gia, xuất khẩu thủy sản của Việt Nam không chỉ lạc quan hơn vào tình hình thị trường trong năm tới mà theo dự báo của Tổ chức Nông lương Liên hợp quốc (FAO), đến năm 2030 tiêu thụ thủy sản toàn cầu sẽ đạt mức 21,5 kg/người, tăng 18% (28 triệu tấn) so với năm 2018. Đáng chú ý, khoảng 71% lượng thủy sản làm thực phẩm trong năm 2030 (khoảng 183 triệu tấn) sẽ được tiêu thụ ở Châu Á. Đây được xem là động lực để thúc đẩy xuất khẩu thủy sản Việt Nam tăng trưởng tốt hơn sau dịch bởi nước ta vốn có thế mạnh về sản xuất, nuôi trồng và chế biến thủy sản.

Tuy nhiên, để ngành thủy sản có thể bứt phá tốt hơn, ông Hòa cho rằng, các Bộ, ngành, đặc biệt là Bộ Công Thương cần cung cấp thông tin về các FTA cho doanh nghiệp nhiều hơn, đồng thời có những phản hồi kịp thời về thông tin thị trường cho doanh nghiệp, giúp họ có kế hoạch tiếp cận tốt hơn. “Chính phủ và các Bộ ngành đã vào cuộc rất quyết liệt trong việc triển khai giúp doanh nghiệp nắm bắt cơ hội thông tin từ thị trường, điển hình là với các Hiệp định thương mại như Hiệp định Đối tác toàn diện và Tiến bộ xuyên Thái Bình Dương (CPTPP) hay hiệp định EVFTA. Song chúng tôi cho rằng cần có sự xuyên suốt hơn trong thời gian tới để tạo đòn bẩy cho việc xuất khẩu vào thị trường khác ngoài những thị trường mà Việt Nam đã có các FTA”, ông Hòa đề xuất.

(Nguồn: Báo Công Thương) - VEXA - ITPC

Hello 5 Coffee

Hello 5 – Lời chào mời thân tình cùng bạn cảm ơn cuộc sống!

Có một người loay hoay đi tìm ý nghĩa cuộc sống. Anh ta mãi miết băng qua sa mạc khô cằn, vượt đại dương mênh mông và sải bước trên những đại lộ thênh thang mà vẫn chưa tìm thấy điều mình mong đợi. Một ngày nọ, anh ta lang thang qua từng con phố nhỏ với thân hình mỏi mệt. Bất chợt, một mùi thơm đặc biệt có sức mời gọi ghê gớm đã làm thức dậy mọi giác quan trong anh. Anh vội rảo bước chân tìm ngay đến cửa tiệm. Người phục vụ mang tới một thứ đồ uống màu nâu đậm đang bốc hơi nghi ngút. Nhấp một ngụm, vị đắng lắng đọng cùng dư vị ngọt bùi, ngày ngày đã nhanh chóng hồi sinh thần thái trên khuôn mặt của người khách bộ hành...



Hương vị đồ uống đặc biệt đó chính là cà phê Hello 5

Từ niềm đam mê cháy bỏng, lắng đọng theo từng giọt cà phê, Hello5 gửi lời chào đến tất cả mọi người với một tâm thế sẵn sàng sống trọn vẹn, sẵn sàng trải nghiệm và hòa vào cuộc sống bất tận. Hello5 lắng đọng hương vị cà phê tinh thần khiến bất cứ ai cũng có thể tự do thăng hoa trong nghĩ suy và tâm tưởng, khám phá được những nơi sâu thẳm trong tâm hồn mình, đồng thời ngộ ra những triết lý và ý nghĩa cuộc sống.

Hãy buông mình trong vị ngọt và lênh đênh cùng vị đắng để cảm nhận sự hòa quyện giữa hương vị Hello5 cùng những chiêm nghiệm về hỉ, nộ, ái, ố trong cuộc đời. Đó không chỉ là hành trình của con người với chuyến phiêu lưu bên ngoài mà đòi hỏi chúng ta bước đi bằng cảm nhận bên trong. Giây phút thanh thản và yên bình cùng ly cà phê bên bạn bè, người thân đã ngưng đọng lại mặc cho thời gian chảy trôi. Bài học cuộc sống là gì? Đơn giản là hãy hưởng thụ giây phút này!

Công ty Cổ phần Cà phê Hello 5
ĐC: Tầng 12, Tòa Nhà Vimedimex,
246 Cống Quỳnh, Q.1 Tp.HCM
ĐT: (84 8) 3925 5715
Email: sales@hello5.vn
Website: www.hello5.vn



VEXA - ITPC

TIN VĂN

❖ Hiệp hội Chế biến và Xuất khẩu Thủy sản Việt Nam (VASEP) cho biết, sau khi giảm liên tục trong nửa đầu năm vì Covid-19, xuất khẩu thủy sản của Việt Nam bắt đầu hồi phục từ tháng 7 và có tăng trưởng hai con số từ tháng 9. Lũy kế hết tháng 11, xuất khẩu thủy sản đã chạm mức tương đương cùng kỳ năm ngoái, đạt trên 7,8 tỷ USD. VASEP dự báo, cả năm 2020, xuất khẩu cũng cán mốc tương đương năm 2019 là 8,58 tỷ USD. (Vnexpress, 02/12)

❖ Theo Tổng cục Thống kê, tổng mức bán lẻ hàng hóa và doanh thu dịch vụ tiêu dùng tháng 11 ước tính đạt hơn 460.000 tỷ đồng, thương mại trong nước tăng 2,3% so với tháng trước và tăng 8,5% so với cùng kỳ năm trước, trong đó, doanh thu bán lẻ hàng hóa đạt mức tăng cao 13,2%. Tính chung 11 tháng năm nay, tổng mức bán lẻ hàng hóa và doanh thu dịch vụ tiêu dùng tăng 2% so với cùng kỳ năm trước. (VOV, 01/12)

❖ Theo tính toán từ số liệu thống kê sơ bộ của Tổng cục Hải quan, nhập khẩu hàng hóa của Việt Nam từ thị trường Ba Lan trong tháng 10/2020 đạt 23,83 triệu USD, giảm 28% so với tháng 9/2020 và giảm 11,7% so với tháng 10/2019; cộng chung 10 tháng đầu năm đạt 282,6 triệu USD, tăng 21% so với cùng kỳ năm 2019. Dẫn đầu về kim ngạch là nhóm hàng máy móc thiết bị dụng cụ phụ tùng, 10 tháng đầu năm đạt 48,8 triệu USD, chiếm 17,3% tổng kim ngạch nhập khẩu hàng hóa từ thị trường Ba Lan. (Vinanet, 30/11)



Bổ sung ngành nghề kinh doanh và thuế suất GTGT

Công ty tôi đã đăng ký mã ngành 4659: bán buôn máy móc, thiết bị và phụ tùng khác. Chi tiết: mua bán thiết bị bảo hộ lao động; Mua bán các trang thiết bị, phụ tùng, vật tư ngành cơ khí, ngành hàng hải, điện, điện lạnh, điện tử dân dụng, giàn khoan; mua bán tàu biển. Bán buôn máy móc, thiết bị y tế
Nay công ty tôi mua hàng 1 công ty trong nước mặt hàng khẩu trang y tế, đồ bảo hộ y tế (quần áo bảo hộ), một số sản phẩm liên quan đến y tế để xuất khẩu, bán cho công ty bên Thái Lan.

Vậy công ty tôi

1. Có cần đăng ký bổ sung thêm ngành nghề kinh doanh cho mặt hàng khẩu trang y tế, đồ bảo hộ y tế không? Nếu có thì đăng ký mã ngành nào?

2. Thuế GTGT khi xuất hóa đơn cho mặt hàng khẩu trang y tế, đồ bảo hộ y tế là bao nhiêu %?

Trả lời:

1. Tại Khoản 1 Điều 7 Luật Doanh nghiệp 2014 quy định quyền của doanh nghiệp như sau: “Tự do kinh doanh trong những ngành, nghề mà luật không cấm”.

Tại Khoản 8 Điều 7 Nghị định 78/2015/NĐ-CP về đăng ký doanh nghiệp quy định như sau:

“Doanh nghiệp được quyền kinh doanh ngành, nghề đầu tư kinh doanh có điều kiện kể từ khi có đủ điều kiện theo quy định của pháp luật và phải bảo đảm đáp ứng các điều kiện đó trong suốt quá trình hoạt động. Việc quản lý nhà nước đối với ngành, nghề đầu tư kinh doanh có điều kiện và kiểm tra việc chấp hành điều kiện kinh doanh của doanh nghiệp thuộc thẩm quyền của cơ quan chuyên ngành theo quy định của pháp luật chuyên ngành.”

Đối với ngành, nghề đầu tư kinh doanh có điều kiện, doanh nghiệp tham khảo danh mục ngành, nghề đầu tư kinh doanh có điều kiện quy định tại Phụ lục 4 Danh mục ngành, nghề đầu tư kinh doanh có điều kiện ban hành kèm theo Luật Đầu tư số 67/2014/QH13 ngày 26/11/2014 của Quốc hội.

Doanh nghiệp có thể tham khảo mã ngành, nghề kinh doanh được quy định trong Quyết định 27/2018/QĐ-TTg ngày 06/7/2018 của Thủ tướng Chính phủ quyết định ban hành hệ thống ngành kinh tế của Việt Nam.

Hồ sơ, trình tự, thủ tục thay đổi ngành, nghề kinh doanh được thực hiện theo quy định tại Điều 49 Nghị định 78/2015/NĐ-CP về đăng ký doanh nghiệp.

Doanh nghiệp có thể tham khảo thủ tục và mẫu hồ sơ tại trang web: www.dpi.hochiminhcity.gov.vn/dang-ky-doanh-nghiep/ Chọn Đăng ký thay đổi nội dung Giấy chứng nhận đăng ký doanh nghiệp và thông báo thay đổi nội dung đăng ký doanh nghiệp/Đăng ký thông báo thay đổi ngành, nghề kinh doanh.

Doanh nghiệp nộp hồ sơ trực tiếp tại Phòng Đăng ký kinh doanh địa chỉ 32 Lê Thánh Tôn, phường Bến Nghé, Quận 1 trong giờ làm việc (sáng từ 7g30 đến 11g30, chiều từ 13g đến 17g). Hoặc nộp hồ sơ trực tuyến (online) tại Cổng thông tin điện tử quốc gia về đăng ký doanh nghiệp địa chỉ www.dangkykinhdoanh.gov.vn/ Dịch vụ công / Đăng ký trực tuyến (Lưu ý: tạo tài khoản trước khi nộp hồ sơ, số điện thoại hỗ trợ 19009026).

2. Đối với quy định về thuế giá trị gia tăng, đề nghị doanh nghiệp liên hệ Cơ quan quản lý Thuế để được hướng dẫn cụ thể.

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 thư ký, phiên dịch và chuyên viên nghiệp vụ; lập dự án đầu tư; tham quan; gặp gỡ doanh nghiệp.

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

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

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

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



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

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

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

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

Website: www.itpc.gov.vn

Tòa nhà ITPC 92 - 96 Nguyễn Huệ, quận 1 TP.HCM

- Showroom trưng bày hàng hóa xuất khẩu.
- Điểm đến của các nhà đầu tư.



Dịch vụ trọn gói

Tổ chức: sự kiện thương mại - đầu tư; hội chợ - triển lãm, hội nghị - hội thảo; huấn luyện - đào tạo; đoàn khảo sát thị trường; các hoạt động truyền thông tiếp thị; kết nối doanh nghiệp - chính quyền - nhà đầu tư.

Tư vấn: hoạt động thương mại - đầu tư; mở văn phòng; lập dự án; xây dựng thương hiệu

Cung cấp: thông tin cho doanh nghiệp nước ngoài; dịch vụ phòng họp.

Liên hệ: Phòng dịch vụ - ITPC

Điện thoại: (028) 39104903 - (028) 39104039

(028) 38222 983 - (028) 39104947

Email: bizcenter@itpc.gov.vn;

Website: www.itpc.gov.vn; vexe.vn