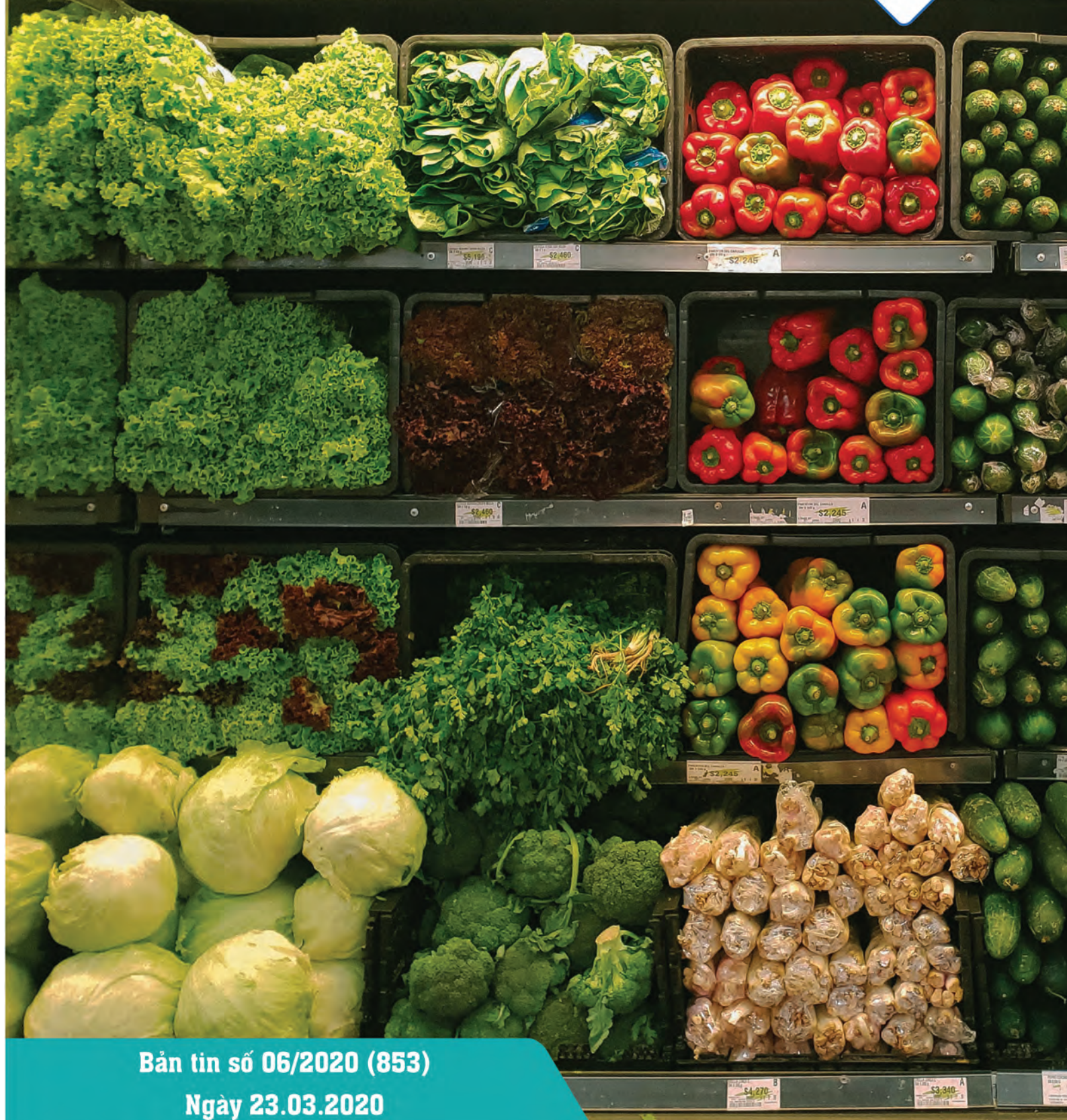


BẢN TIN

XÚC TIẾN THƯƠNG MẠI & ĐẦU TƯ



Bản tin số 06/2020 (853)

Ngày 23.03.2020

**MỤC TIÊU DÀI HẠN CHO
MẶT HÀNG RAU QUẢ CỦA VIỆT NAM**

TIN NỔI BẬT

BẢN TIN XÚC TIẾN THƯƠNG MẠI & ĐẦU TƯ

TRỤ SỞ

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

ĐC: 51 Đinh Tiên Hoàng,

Quận 1, Tp.HCM

Tel: (028) 3823 6738

Fax: (028) 3824 2391

Email: itpc@itpc.gov.vn

Website: www.itpc.gov.vn



THƯ TỪ BÀI VỞ VUI LÒNG GỬI VỀ:

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

Phòng Thông tin

ĐC: 51 Đinh Tiên Hoàng,

Quận 1, Tp.HCM

Tel: (028) 3910 1225

Fax: (028) 3824 2391

Email: info@itpc.gov.vn

Website: www.itpc.gov.vn

GIẤY PHÉP XUẤT BẢN

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



04

06

03

SỐ 06 ♦ 03.2020

03 THỊ TRƯỜNG - SẢN PHẨM

Mục tiêu dài hạn cho mặt hàng rau quả của Việt Nam

Tại sao cả thế giới thức tỉnh bởi cà phê Việt Nam?

Dịch bệnh Covid-19, cơ hội cho đổi mới giáo dục tại Việt Nam

Xuất khẩu sang Trung Quốc đang có dấu hiệu tích cực

10 CHUYÊN ĐỀ

Thị trường Brazil: Các quy định về thương mại, hải quan

11 ENGLISH FOR YOU

Từ vựng tiếng anh căn bản về Coronavirus

12 TIN VEXA

Nhập khẩu thịt lợn tăng 205%

13 DOANH NGHIỆP THÀNH VIÊN VEXA TỰ GIỚI THIỆU

Công ty TNHH TM-DV-SX Mỹ phẩm Bảo Ngọc

Mục tiêu dài hạn cho mặt hàng rau quả của Việt Nam

Hiệp hội rau quả Việt Nam cho biết khó có thể đạt được mục tiêu xuất khẩu 4-5 tỉ USD trong năm 2020 như dự kiến.

Theo Vietnam News, xuất khẩu đã suy giảm trong hai tháng đầu năm do ảnh hưởng của dịch bệnh Covid-19, và được dự báo sẽ còn tiếp tục giảm trong thời gian tới.

Mặc dù sụt giảm trên thị trường quốc tế, Hiệp hội rau quả Việt Nam cho biết có nhiều cơ hội được tìm thấy tại thị trường trong nước.

Ông Đặng Phúc Nguyên, Tổng thư ký Hiệp hội rau quả Việt Nam cho biết giá trị xuất khẩu mặt hàng rau quả của Việt Nam trong hai tháng đầu năm 2020 đạt 513 triệu USD, giảm 11,9% so với cùng kỳ năm 2019.

Ông Nguyên cho biết tổng giá trị xuất khẩu mặt hàng này trong năm 2020 được dự báo đạt 3 tỉ USD, giảm so với con số 3,74 tỉ USD của năm 2019.

“Xuất khẩu rau quả đối diện với nhiều khó khăn trong năm nay do ảnh hưởng của dịch bệnh Covid-19. Xuất khẩu sang Trung Quốc, thị trường lớn nhất tiêu thụ mặt hàng này của Việt Nam, suy giảm đáng kể so với năm ngoái,” ông Nguyên nói với Vietnam News.

Trong những năm gần đây Việt Nam đã xuất khẩu được một số sản phẩm rau quả sang một số thị trường mới như Hoa Kỳ,

Liên minh châu Âu (EU), Australia và New Zealand. Tuy nhiên, ông Nguyên cho biết còn nhiều việc phải làm và cần nỗ lực hơn nữa để có thể đẩy mạnh xuất khẩu vào những thị trường này.

“Công nghệ đóng gói và bảo quản phải được cải tiến để cho phép sản phẩm của chúng ta có thể giữ được chất lượng đảm bảo hơn 30 ngày, để có thể vận chuyển tới châu Âu và Hoa Kỳ bằng đường biển” ông Nguyên cho biết.

“Hiện nay xuất khẩu của chúng ta được thực hiện hoàn toàn thông qua đường hàng không cho nên giá cao và sản lượng xuất khẩu thấp.”

Mặc dù triển vọng xuất khẩu sản phẩm rau quả tươi không mấy triển vọng trong năm 2020, ông Nguyên nói rằng các nhà cung cấp nên hướng sự chú ý đến thị trường nội địa.

“Với thu nhập đang ngày một tăng, Việt Nam là thị trường có nhu cầu cao về các sản phẩm tốt cho sức khỏe, do đó nhu cầu về rau quả tươi gia tăng đáng kể trong những năm gần đây,” ông Nguyên nói.

“Nhu cầu đối với rau quả tại thị trường trong nước cao nhưng không có nghĩa là người dân sẽ ăn bất cứ thứ gì bạn trồng,” ông Nguyên bổ sung.

“Người sản xuất phải đảm bảo chất lượng sản phẩm để sản phẩm của họ có được chỗ đứng ổn định trên thị trường.”



(Nguồn: Fruitnet.com - PHÒNG THÔNG TIN - ITPC

Tại sao cả thế giới thức tỉnh bởi cà phê Việt Nam?

“ Rob Atthill – một nhà nhập khẩu người Anh đồng thời là chủ doanh nghiệp

Cà phê VN – nói rằng ông bị say mê cà phê Việt Nam ngay từ lần đầu tiên

viếng thăm đất nước Đông Nam Á này vào năm 2004 ”



Ảnh TL

Là người tiên phong trong lĩnh vực ẩm thực đường phố Việt Nam tại Luân Đôn, Atthill đã bắt đầu nhập khẩu cà phê 02 năm sau chuyến viếng thăm đầu tiên. Đó là cà phê được trồng bởi nông dân vùng Tây Nguyên và rang tại Thành phố Hồ Chí Minh. Ông cho biết doanh số cà phê tại doanh nghiệp Cà Phê VN của mình đã tăng gấp 3 lần trong vòng 5 năm qua.

Việt Nam là nhà xuất khẩu cà phê lớn thứ hai trên thế giới (chỉ sau Brazil).

Tổ chức Cà phê thế giới (ICO) báo cáo cho biết Việt Nam xuất khẩu khoảng 25 triệu bao cà phê 60 kg một năm, trị giá trung bình 3 tỉ USD.

Thức uống này cũng cực kì nổi tiếng tại Pháp, nơi lần đầu tiên được giới thiệu bởi người Pháp những năm 1850.

Đối với người Việt Nam, cà phê cung cấp nhiều hơn chỉ là một chút năng lượng – đó là một phong cách sống. Nơi bán cà phê trải dài từ những quầy cà phê lưu động với những chiếc ghế nhựa trên vỉa hè, đến những quán cà phê hiện đại, lịch lãm với máy rang cà phê tại chỗ.

“Đó là việc tụ tập bạn bè với nhau”, ông Will Frith, một nhà tư vấn về cà phê, chủ một doanh nghiệp xay rang cà phê tại thành phố Hồ Chí Minh khẳng định. Ông nói rằng người uống cà phê có xu hướng tụ họp ở những quán cà phê ưa thích, như là “một không gian thứ ba” ngoài nhà và chỗ làm, thường rất quen và thân thiết với chủ quán và cả nhân viên. Thêm vào đó, ông cho biết gần như nhà nào ở Việt Nam cũng tự pha cà phê tại gia.

Tuy nhiên, bên cạnh khả năng xuất khẩu cũng như văn hóa cà phê địa phương sống động, Việt Nam lại chưa tạo được danh tiếng là một nguồn cung cấp cà phê chất lượng. Nguyên nhân nằm ở hạt cà phê.

Phần lớn cà phê Việt Nam – khoảng 97% – là giống robusta. Giống này nổi tiếng là chứa caffeine cao, đắng, cứng, đậm vị. Giống robusta này thường được sử dụng để làm những sản phẩm đại trà, giá thành rẻ bao gồm cà phê hòa tan và cà phê phối trộn tại siêu thị.

Kinh doanh đại trà đã đem lại danh tiếng xấu trong thị trường cà phê cao cấp. Những người sành cà phê thường lựa chọn hạt cà phê arabica có ít caffeine hơn, chua hơn, dịu nhẹ và ngọt hơn.

Ông Atthill cho rằng “Quan điểm này đã lỗi thời. Nhiều sự xem thường hạt robusta trong ngành công nghiệp cà phê ... nhưng đó không phải là sự thua kém. Bản chất hạt arabica vốn không tốt hơn robusta.” Điều quan trọng ở đây ông Atthill cho rằng nằm ở chất lượng hạt cà phê: “Đó là hạt robusta chất lượng cao và hạt arabica chất lượng tồi”.

Cà phê phối trộn của doanh nghiệp Ca Phe VN theo ông Atthill mô tả là “có vị hạt dễ, sôcôla, đậm nhưng dễ uống” đạt tới 90% doanh số bán hàng. Sự phối trộn này bao gồm 85% hạt robusta tạo nền tảng và hương vị, cùng 1 chút arabica nên chút chua và hương thơm hòa quyện.

Bà Sahra Nguyen đã mở công ty Cung ứng cà phê Nguyen tại Brooklyn, New York vào năm 2018. Bà mua hạt cà phê từ nông trại một gia đình ở Tây Nguyên và tự mình rang xay.

Cũng giống như Atthill, bà Nguyen muốn biến chuyển danh tiếng bị nói xấu 1 cách bất công của hạt robusta. Gần đây bà đã thêm Grit – một sản phẩm 100% hạt robusta – vào danh mục sản phẩm của mình và tiến hành một cuộc thử nghiệm mùi vị giấu tên. Trong thử nghiệm này bà cho khách hàng thử Grit bên cạnh 2 loại cà phê khác là: Loyalty – làm từ 50% robusta và 50% arabica; và Courage – từ 100% arabica.

Kết quả là hơn 3 phần tư người được trải nghiệm chọn Grit. Kết quả khiến bà cực kì bất ngờ.

Cà phê Việt Nam cũng trở về với nguồn gốc của mình ở Pháp. Cặp vợ chồng Nam và Linh đã mở quán Góc Hà Nội tại thủ đô Paris cách đây 2 năm. Bên cạnh cà phê, quán còn bán trà, bánh và thức ăn đường phố của Việt Nam.

Ông Nam, một nhà pha chế từng đoạt giải thưởng nói rằng Việt Nam có một “văn hóa cà phê rất đặc trưng” và “chúng tôi muốn giới thiệu nó đến với nước Pháp ... nơi mà chẳng ai biết về nó”.

Cùng lúc đó, đặc sản cà phê đang gần gây được ảnh hưởng tại quê nhà.

Ông Frith cho biết một thế hệ mới những nhà rang xay cà phê và doanh nghiệp cà phê của Việt Nam đang ngày càng tập trung vào chất lượng – chú ý đến yếu tố thổ nhưỡng, thảo luận cách canh tác với người nông dân và áp dụng các kĩ thuật chế biến tốt nhất.

Trong những năm vừa qua, một xu hướng thiết kế nội thất tinh xảo đã gây được tiếng vang, đặc biệt tại nơi ông Frith sinh sống, thành phố Hồ Chí Minh.

“Quán cà phê ở đây đang trở nên đa dạng và hấp dẫn không thua gì những quán bạn có thể tìm thấy ở Luân Đôn hay New York”, ông cho hay.

❖ Menu có món gì?

Ở Việt Nam, bạn có thể cho rất nhiều thứ vào cà phê của mình bên cạnh đường và sữa. Sau đây là những món chúng tôi thấy nổi tiếng nhất:

Cà phê muối: món này được phát triển tại thành phố lịch sử Huế, mang lại vị ngọt của cà phê bằng cách thêm muối đánh bông với sữa lên men.

Cà phê trứng: được phát minh tại Hà Nội, món trông giống như tráng miệng này phủ một lớp lòng đỏ trứng gà được đánh tung bọt mịn với sữa đặc lên trên cà phê.

Cà phê cốt dừa: Cà phê được trộn với nước cốt dừa và đá tạo ra một món đầy thơm ngon.

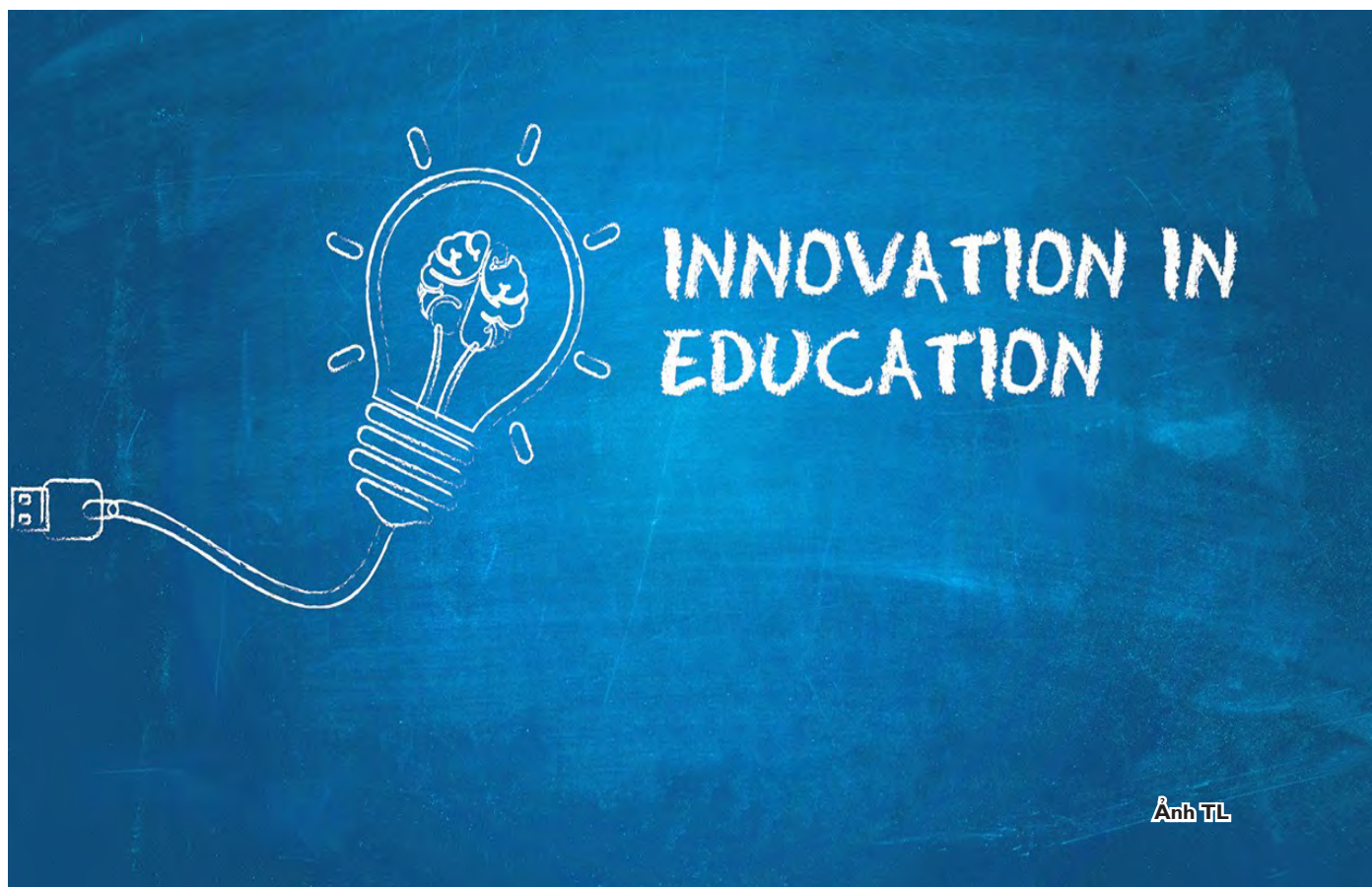
Sinh tố cà phê: Cà phê hòa quyện cùng chuối hoặc bơ để tạo ra sinh tố – bạn vừa có caffeine vừa có vitamin trong một thức uống.

Sữa chua cà phê: Cà phê đen được rưới lên sữa chua Việt Nam.



Ảnh TL

Dịch bệnh Covid-19, cơ hội cho đổi mới giáo dục tại Việt Nam



Ảnh TIL

Với sự lây lan của dịch bệnh Covid-19 đang xảy ra trên toàn cầu, tôi đã theo dõi tác động của dịch bệnh này đến Hàn Quốc và Việt Nam.

Đây là những quốc gia mà tôi đã từng đến thông qua Học bổng Eisenhower Fellowship năm 2014 và được nghiên cứu về hệ thống giáo dục của họ tương đối sâu, cách thức phòng chống trong điều kiện dịch bệnh đang ngày một lây lan là đóng cửa trường học khiến tôi cảm nhận ở hai mức độ: lo lắng cho sức khỏe cộng đồng và hy vọng về đổi mới sáng tạo.

Để mắt tới cơ hội đổi mới sáng tạo – phát triển một hệ thống giáo dục bằng một cuộc cách mạng – tôi đã bị

thu hút bởi cách ứng phó của Everest Education, một tổ chức dạy thêm ngoài giờ mà tôi biết trong lúc ở Việt Nam và tham gia quản trị sau chuyến trở lại Hoa Kỳ của mình.

Các chương trình học chính khóa và ngoài giờ đều phải tạm nghỉ bắt đầu từ tháng 02/2020 ở Việt Nam. Các lớp học truyền thống không hoạt động, học sinh nghỉ học kéo dài – đồng nghĩa với việc học sinh không thể tiếp cận với hình thức giáo dục chính quy thông thường.

Khi sự sáng tạo đột phá – quá trình biến đổi các dịch vụ phức tạp, tốn kém và bất tiện để thành những dịch vụ dễ tiếp cận, giá cả phải chăng và thuận tiện hơn, sự thay đổi này thường khởi nguồn

từ những lĩnh vực phi tiêu dùng. Những dịch vụ mới có một lợi thế rõ rệt, vì mức độ cạnh tranh với nó khi đó là không đáng kể.

Điều này mở ra cơ hội cho Everest khi mà những chương trình học thêm ngoài giờ chính khóa vẫn phải tạm dừng và học sinh thì không có lựa chọn nào cho việc học tập của mình.

Một học viên tại Everest, Nguyen Viet Khanh Linh, người đang học IELTS – bài kiểm tra trình độ tiếng Anh phổ biến nhất thế giới dành cho giáo dục đại học – nói rằng cô ấy lo lắng sẽ không thể làm bài thi vào tháng 5. Hiện tại cô đang theo học chương trình Truyền thông đa phương tiện nâng cao tại Trung tâm Giáo

dục Truyền thông đa phương tiện Arena ở Hà Nội. Cô có dự định chuyển tiếp sang chương trình trao đổi với Hàn Quốc, Singapore hoặc Châu Âu để hoàn thành bằng cử nhân sau 30 tháng.

“Tôi không chắc chắn tôi sẽ tham gia chương trình trao đổi nào, nhưng tất cả đều yêu cầu chứng chỉ IELTS như một điều kiện tiên quyết,” Linh nói. “Tôi đang cố gắng hoàn thành nó trong năm đầu tiên trước khi khối lượng công việc nặng nề hơn. Tôi sợ rằng tôi sẽ không thể học IELTS và làm việc với danh mục đầu tư của mình cùng lúc”

Everest may mắn đã phát triển giải pháp học tập trực tuyến trong một thời gian. Sau khi thử nghiệm với một loạt sản phẩm, Everest đã xây dựng được một nền tảng giúp học sinh có thể học tập thuận lợi thông qua lớp học trực tuyến, giống như những gì Minerva làm trên nền tảng học tập tích cực của mình, tận dụng việc học tập khoa học cùng với các hoạt động học tập tích cực giúp cho học sinh được tương tác với nhau và tương tác với giáo viên thông qua thời gian thực và tham gia vào các trò chơi học tập bổ ích.

Don Le, CEO và là nhà sáng lập của Everest chia sẻ, “Phần lớn việc học trực tuyến thường là xem video hoặc lắng nghe các bài giảng, học sinh sẽ cảm thấy nhàm chán. Với những lớp học trực tuyến của chúng tôi, học sinh cảm thấy gắn kết hơn. Họ được trải nghiệm một cách tự nhiên và vui vẻ.”

Khi dịch bệnh bắt đầu bùng phát, Everest đã nhanh chóng hành động và đẩy mạnh hoạt động nghiên cứu phát triển của mình, họ triển khai các chương trình học tập trực tuyến cho tất cả học sinh từ lớp 1 đến lớp 12. Đáng kinh ngạc là 98% học sinh đã chuyển đổi thành công sang học trên nền tảng trực tuyến.

Từ đó, Everest đã bắt đầu tập trung vào việc phục vụ thị trường dịch vụ học thêm ngoài giờ ở Việt Nam. Đến nay, Everest đã có hơn 1.000 tài khoản đăng ký và đang nhân rộng mạng lưới bằng việc mở mới nhiều lớp học để có thể đáp ứng nhu cầu của người học.

Và đây là cơ hội để giúp giảm bớt việc giáo dục theo cách ghi nhớ máy móc và biến nó thành một trải nghiệm học tập thực sự với việc lấy học sinh làm trung tâm, với điểm nhấn là phương pháp học tập tích cực hơn nhiều phù hợp với nghiên cứu làm thế nào để học sinh học tốt hơn.

“Ở một khía cạnh nào đó, lớp học trực tuyến này có thể tốt hơn phương pháp học truyền thống”, Tony Ngo, Chủ tịch và là nhà sáng lập của Everest Education nói. “Học trực tuyến là giải pháp tuyệt vời trong lúc mà học sinh phải nghỉ học ở trường, và về lâu dài, nó sẽ trở thành một công cụ quan trọng trong phương pháp học tập của học sinh.”

Tôi đã lưu ý trước đó rằng, khi mà khủng hoảng xảy ra và đem đến những tác động tiêu cực, thì đây sẽ là thời điểm mang đến những cơ hội dành cho đổi mới sáng tạo.

Trong khi những thách thức từ dịch bệnh Covid-19 mang lại, tôi hy vọng rằng chúng ta sẽ nhìn thấy những đổi mới trong giáo dục không chỉ mang lại những trải nghiệm trực tiếp mà còn có thể vượt qua mô hình bài giảng truyền thống để thúc đẩy công nghệ nhằm giúp tất cả học sinh có khả năng tiếp cận với phương pháp học mới và giúp thế hệ tương lai thành công hơn.

Tôi hy vọng rằng Everest bắt đầu mở ra hướng đi mới cho phương pháp học tập hiện đại ở Việt Nam. Đây sẽ là mô hình kinh doanh hiệu quả trong tương lai.



Ảnh TL

Xuất khẩu sang Trung Quốc đang có dấu hiệu tích cực



Thời gian gần đây, sự tăng trưởng xuất khẩu sang Trung Quốc vẫn còn sự chênh lệch nhưng nó cũng mang đến những tín hiệu tích cực, thể hiện sự nỗ lực lớn của Chính phủ, các bộ, ngành địa phương và cộng đồng doanh nghiệp trong việc khơi thông dòng chảy hàng hóa xuất nhập khẩu gắn kết

với mục tiêu kiểm soát, ngăn chặn hiệu quả dịch bệnh. Hoạt động xuất khẩu sang Trung Quốc qua biên giới đường bộ dù còn gặp nhiều khó khăn nhưng cũng đang có sự cải thiện đáng kể thời gian gần đây, nhất là qua các địa phương ở các tỉnh phía bắc.

❖ DỊCH CORONA LÀM ẢNH HƯỞNG ĐÁNG KỂ ĐẾN XUẤT KHẨU

Trước đó vào chiều ngày 4-2, theo thống kê sơ bộ của Tổng cục Hải quan, tổng trị giá xuất nhập khẩu với Trung Quốc trong tháng 1-2020 chỉ đạt 8,29 tỉ USD, giảm 25,8% so với tháng 12-2019 và giảm 11,8% so với cùng kỳ năm 2019. Cụ thể, trị giá xuất khẩu sang Trung Quốc đạt 2,75 tỉ USD và nhập khẩu từ nước này đạt 5,54 tỉ USD.

Nguyên nhân chính dẫn đến xuất nhập khẩu với Trung Quốc giảm mạnh là

vì toàn bộ thời gian nghỉ Tết Nguyên đán Canh Tý 2020 rơi vào tháng 1. Thống kê theo giá trị trung bình theo ngày làm việc (loại trừ ngày thứ bảy, chủ nhật và ngày nghỉ lễ quốc gia) trong tháng 1, trị giá xuất khẩu của Việt Nam sang Trung Quốc trong tháng 1 đạt 130,52 triệu USD/ngày.

Tuy nhiên, riêng trong 3 ngày làm việc sau nghỉ Tết Nguyên đán (30, 31-1 và 3-2), cũng theo cơ quan hải quan, tổng trị giá xuất khẩu trung bình của Việt

Nam sang Trung Quốc đạt 82,1 triệu USD/ngày, còn nhập khẩu đạt 182,8 triệu USD/ngày, chỉ bằng 63% và 70% ngày làm việc thông thường trong những ngày đầu tháng 1.

Lý do chính khiến kim ngạch xuất nhập khẩu hàng hóa giữa Việt Nam và Trung Quốc giảm mạnh sau Tết Nguyên đán, theo các chuyên gia thương mại, là ảnh hưởng dịch viêm đường hô hấp cấp do chủng mới virus corona gây ra.

❖ TÍN HIỆU VUI KHI TRUNG QUỐC KHÔNG CHẾ DỊCH

Nếu so sánh với thời kỳ đỉnh điểm của dịch COVID-19, khi mỗi ngày Trung Quốc đại lục thông báo hàng nghìn người nhiễm

bệnh và vài trăm người tử vong do virus SARS-CoV-2, con số 31 người nhiễm và 22 người tử vong ngày 10/3 có thể coi là "kỳ

tích" trong khâu kiểm soát dịch bệnh tại nước này. Số ca nhiễm mới và tử vong tại nước này rõ ràng là trên đà giảm mạnh.

Những nỗ lực kiểm soát dịch bệnh của Trung Quốc đã được Tổ chức Y tế thế giới (WHO) ghi nhận, khi tuyên bố rằng "trước một loại virus chưa từng được biết đến trước đây, Trung Quốc đã triển khai những biện pháp ngăn chặn ... có lẽ là nhanh chóng và tích cực nhất trong lịch sử". Khi dịch COVID-19 được khống chế tại Trung Quốc, cơ hội cho các doanh nghiệp của Việt Nam đang được tạo ra, vì đây là thị trường nhập khẩu nông sản và cung ứng nguyên liệu giá rẻ cho Việt Nam.

Theo các doanh nghiệp, mặt hàng lúa gạo, rau củ sẽ hưởng lợi đầu tiên khi Trung Quốc mở cửa thị trường rộng rãi trở lại. Các mặt hàng khác như thủy sản, hạt điều, hạt tiêu, cà phê... sẽ chậm hơn một vài tháng. Nhiều doanh nghiệp đang tích cực chuẩn bị khi dịch bệnh tại châu Âu và Mỹ đang hết sức phức tạp.

"Dù chưa thể tăng cường xuất khẩu ngay trong tháng 4 này, nhưng việc Trung Quốc bắt đầu khống chế được dịch

COVID-19 là một tín hiệu vui cho ngành điều trong bối cảnh các thị trường lớn khác như Mỹ và châu Âu vào khủng hoảng vì dịch bệnh" - ông Phạm Văn Công, chủ tịch Hiệp hội Điều VN (Vinacas), nói.

Ông Phạm Văn Công cho biết sau năm 2019 thành công, ngành điều VN đặt mục tiêu xuất khẩu 2020 đạt 4 tỉ USD. Tuy nhiên, dịch bệnh COVID-19 đã làm đảo lộn kế hoạch của các doanh nghiệp. Khi dịch bệnh bùng phát ở Trung Quốc, các doanh nghiệp tập trung bán hàng cho châu Mỹ và châu Âu, nhưng đến nay hai khu vực này đều bị dịch bệnh nặng nề. "Do đó, Trung Quốc lại là hi vọng cho xuất khẩu điều của VN trong những tháng sắp tới" - ông Công cho hay.

Nhiều doanh nghiệp xuất khẩu nông sản, thực phẩm của VN cũng đang kỳ vọng thị trường Trung Quốc sớm quay trở lại như trước khi dịch bệnh để giải phóng lượng hàng tồn kho. Các mặt hàng có thể tăng tốc xuất khẩu ngay là mặt hàng thiết yếu như lúa gạo, trái cây, thủy sản...

❖ VẤN CHỜ NGUYÊN LIỆU TỪ TRUNG QUỐC

Dù đã chủ động tìm kiếm nguồn cung khác nhưng nhiều doanh nghiệp cho biết họ vẫn sẵn sàng quay lại nhập khẩu từ Trung Quốc khi dịch bệnh được khống chế.

Giám đốc một công ty sản xuất thuốc thú y tại Đồng Nai cho hay từ khi nguồn hàng từ Trung Quốc không còn kể từ sau tết, doanh nghiệp phải chuyển qua sử dụng nguyên liệu từ các nguồn thay thế. Một số mặt hàng phải nhập từ châu Âu hay Mỹ có giá cao gấp 2-5 lần.

"Không dễ gì thay thế được nguồn nguyên liệu từ Trung Quốc với nền sản

xuất của VN. Chuyển đổi sang các nguồn cung cấp khác không chỉ khó về giá cả mà còn cả về chủng loại hàng hóa và phương thức thanh toán. Vì vậy, khi Trung Quốc khống chế được dịch bệnh và sản xuất xuất khẩu trở lại, không chỉ có doanh nghiệp nước họ phát triển mà nhiều ngành hàng sản xuất của VN cũng được hưởng lợi" - vị giám đốc này cho biết.

Theo ông Đỗ Tuấn Minh - giám đốc Công ty TNHH Lộc Minh (Bình Chánh), hiện công ty tạm thời chuyển sang nhập khẩu một số chất phụ gia từ Ấn Độ thay vì nhập khẩu từ Trung Quốc. Tuy nhiên,

ông thừa nhận vẫn liên lạc với đối tác Trung Quốc và được báo khoảng cuối tháng 4-2020 mọi chuyện có thể trở lại bình thường, nếu Trung Quốc kiểm soát tốt dịch bệnh. Ông Minh chia sẻ nguồn cung Ấn Độ giá cao hơn Trung Quốc khoảng 5%.

"Với mức cao hơn này, chúng tôi vẫn chấp nhận được và cũng chỉ nhập cầm chừng, duy trì sản xuất là chính. Còn nói chuyển hẳn sang nhập của Ấn Độ thì phải tính toán lại giá bán sản phẩm. Mà bây giờ đâu có nói chuyện tăng giá bán được trước sức mua quá thấp hiện nay" - ông Minh thông tin thêm.

❖ ĐIỂM SÁNG TRONG XUẤT KHẨU CỦA TP.HCM

Cục Thống kê TP.HCM mới đây cho biết mặc dù ảnh hưởng bởi dịch COVID-19 nhưng Trung Quốc vẫn là thị trường xuất khẩu lớn nhất của doanh nghiệp TP.HCM, với kim ngạch xuất khẩu trong 2 tháng đầu năm 2020 đạt 1,188 tỉ USD, tăng 22,5% so với cùng kỳ năm ngoái, chiếm 21,1% tỉ trọng xuất khẩu hiện nay của toàn thành phố.

Thị trường lớn thứ hai là Hoa Kỳ với kim ngạch xuất khẩu đạt 1 tỉ USD, tăng 6,6% so với cùng kỳ và chiếm tỉ trọng 18,5%. Riêng thị trường Nhật, dù đạt 508,1 triệu USD, xếp thứ ba nhưng kim ngạch xuất khẩu chỉ tăng 1,5%.

Trong khi đó, đối với các thị trường mà Việt Nam đã tham gia các hiệp định thương mại tự do FTA, giá trị xuất khẩu sang

các thị trường nhìn chung lại có xu hướng giảm. Cụ thể, xuất khẩu sang thị trường châu Âu trong 2 tháng đầu năm chỉ đạt 748,3 triệu USD, giảm 11,1% so với cùng kỳ và chiếm tỉ trọng 13,3% tổng kim ngạch xuất khẩu.

Cục Thống kê TP.HCM cũng ghi nhận tính chung hai tháng đầu năm 2020, dù kim ngạch xuất khẩu của TP.HCM vẫn tăng 8,1% so với cùng kỳ năm ngoái, tương ứng khoảng 6 tỉ USD, nhưng các mặt hàng xuất khẩu chủ lực đều giảm rất mạnh, như dệt may giảm 22,2%, thủy sản giảm 27%, gỗ và sản phẩm gỗ giảm 19,2%, gạo giảm 17,9%, túi xách, ví, vali giảm 16,3%, giày dép các loại giảm 14,9%...

Thị trường Brazil

Các quy định về thương mại, hải quan

(Tiếp theo kỳ trước)

CÁC QUY ĐỊNH VỀ NHÃN MÁC/ KÝ HIỆU

Luật bảo vệ người tiêu dùng của Brazil, có hiệu lực từ 12/09/1990, quy định nhãn mác sản phẩm phải cung cấp cho người tiêu dùng các thông tin chính xác, rõ ràng, dễ đọc về chất lượng, số lượng, thành phần, giá cả, bảo hành, thời hạn sử dụng, xuất xứ và các rủi ro của sản phẩm đối với sức khỏe và sự an toàn của con người. Các sản phẩm nhập khẩu sẽ phải dịch sang tiếng Anh tất cả các thông tin này. Vì đơn vị mét là hệ thống đo lường chính thức, các sản phẩm sẽ phải dán nhãn mác theo đơn vị met hoặc chỉ rõ mét tương đương. Các quy định về nhãn mác đối với các sản phẩm biến đổi gen (GMO) cũng phải theo các quy trình thủ tục tương tự đã nói ở trên, mặc dù hiện nay việc sử dụng các sản phẩm GMO vẫn còn được tranh cãi ở nước này.

CHUẨN BỊ XUẤT KHẨU

➤ THỦ TỤC XUẤT NHẬP KHẨU (KIỂM TRA Y TẾ, DƯỢC PHẨM VÀ TRƯỚC KHI CHUYÊN CHỞ)

Bất kỳ sản phẩm nào phục vụ cho con người cũng bị kiểm soát bởi Bộ y tế, bao gồm dược phẩm, vitamin, mỹ phẩm và các thiết bị/ dụng cụ y tế. Những sản phẩm đó chỉ được phép nhập khẩu và bán tại Brazil nếu:

- Công ty nước ngoài có đơn vị sản xuất tại Brazil hoặc văn phòng trong nước; hoặc
- Công ty nước ngoài chỉ định một nhà phân phối Brazil được các cơ quan Brazil ủy quyền nhập khẩu và phân phối các sản phẩm y tế. Tuy nhiên, các sản phẩm đó phải đăng ký với Bộ Y tế Brazil.

➤ ĐĂNG KÝ SẢN PHẨM

Đăng ký sản phẩm ở Brazil là một công việc khó khăn. Chỉ các công ty có hoạt động trong nước mới được phép xin đăng ký các sản phẩm y tế. Phụ thuộc vào từng loại sản phẩm, đăng ký sẽ có thời hạn từ hai đến năm năm và có thể gia hạn với thời gian tương tự.

Các nhà sản xuất phải báo cáo với các cơ quan trong nước thông qua đại lý của họ các thông tin kỹ thuật của sản phẩm, ví dụ, thành phần và bộ phận của các thiết bị y tế. Đối với dược phẩm và mỹ phẩm, nhà sản xuất sẽ phải thông báo các thành phần hoạt động và không hoạt động. Các chỉ dẫn,

hướng dẫn, các điểm lưu ý, ký mã hiệu, hướng dẫn sử dụng và các thông tin thích hợp về sản phẩm phải được dịch ra tiếng Bồ Đào Nha.

Quá trình đăng ký sản phẩm mất khoảng hơn một năm. Nếu quá trình này diễn ra lâu hơn ba tháng, nhà nhập khẩu và nhà sản xuất được phép sử dụng một mã số do các cơ quan có thẩm quyền của Brazil cung cấp và phân phối sản phẩm của họ ở Brazil. Tuy nhiên, nếu làm vậy họ sẽ chịu những rủi ro đối với cáo buộc về trách nhiệm đối với sản phẩm nếu sản phẩm của họ bị các cơ quan có thẩm quyền của Brazil phát hiện không an toàn.

TẠM NHẬP

Năm 2017, Brazil trở thành quốc gia thứ ba ở Mỹ Latinh chính thức chấp nhận ATA Carnet. Carnet là một chứng từ hải quan quốc tế và chứng từ xuất nhập khẩu tạm thời, cho phép chủ sở hữu tránh thuế nhập khẩu đối với hàng hóa sẽ được tái xuất trong vòng một năm.

Từ năm 2000, GOB đã cho phép nhập khẩu tạm thời các sản phẩm được sử dụng trong khoảng thời gian được xác định trước và sau đó tái xuất. Brazil đã phê chuẩn Công ước quốc tế về việc nhập khẩu hàng hóa tạm thời.

Theo chương trình nhập khẩu tạm thời của Brazil, Thuế nhập khẩu (II) và IPI được sử dụng để xác định thuế nhập khẩu tạm thời. Các sản phẩm phải được sử dụng trong sản xuất hàng hóa khác và liên quan đến việc thanh toán thuế ngắn hạn hoặc chi phí thuê dài hạn từ nhà nhập khẩu địa phương đến nhà xuất khẩu quốc tế.

Có những quy định rất nghiêm ngặt liên quan đến việc nhập hàng hóa đã qua sử dụng vào Brazil. Ngày 20/12/1999, Tổng cục thuế quan Brazil ra quy định 150 (Instrução Normativa 150) đưa ra các thủ tục mới đối với hàng hoá nhập khẩu theo hình thức nhập khẩu tạm thời. Chương trình này cho phép nhập khẩu hàng hoá trong một khung thời gian định trước và hướng dẫn thông quan. Theo chương trình này, thuế nhập khẩu và thuế liên bang (IPI) chỉ được thu đối với các sản phẩm sẽ được sử dụng trong sản xuất các mặt hàng khác và liên quan đến việc thanh toán thuế mua từ nhà nhập khẩu trong nước cho nhà xuất khẩu nước ngoài. Những sản phẩm này bao gồm thuốc nhuộm, các chất làm nền và các công cụ công nghiệp. Hạn nộp thuế tỷ lệ với khung thời gian hàng nhập khẩu nhập vào Brazil.

(Xem tiếp kỳ sau)

TỪ VỰNG TIẾNG ANH CĂN BẢN VỀ CORONAVIRUS

Trong tình hình hiện nay, bạn có bao giờ muốn tham khảo xem thế giới diễn biến như thế nào nhưng đọc tin tức lại gặp nhiều từ khó hiểu? Vậy thì đây là món quà hữu ích dành cho bạn do chúng tôi tổng hợp.

- N-COVID-19 = Novel-CORonaVirus Disease-2019: bệnh do virút corona chủng mới gây ra, 2019 được xem là năm có ca nhiễm bệnh đầu tiên
- SARS-CoV-2: Severe Acute Respiratory Syndrome CoronaVirus 2: Virus corona gây hội chứng hô hấp cấp tính nặng 2

BỆNH DỊCH

- epidemic (n) /epi'demik/ bệnh dịch
- pandemic (n) /pæn'demik/ đại dịch
- outbreak (n) /'autbreik/ cơn bùng phát
- contagion (n) /kən'teidʒən/ bệnh lây nhiễm
- incubation period (n) /inkju'beɪjən 'piəriəd/ giai đoạn ủ bệnh
- infectious (a) /in'fekʃəs/ nhiễm khuẩn, lây lan
- spread (v) /spred/ lan rộng



Ảnh TL



Ảnh TL

PHÒNG TRÁNH

- sterilize (v) /'sterəlaɪz/ khử trùng
- disinfectant spray /,disɪn'fektənt spreɪ/ (n) xịt khử trùng
- antibacterial gel (n) /,æntɪbæk'tɪrɪjəl dʒel/ gel diệt khuẩn
- hand sanitiser (n) nước rửa tay khô
- surgical glove /'sɜ:dʒɪkl ɡlʌv/ (n) găng tay y tế
- surgical face mask (n) khẩu trang y tế
- thermometer (n) /θə'mɒmɪtə(r)/ nhiệt kế

TRIỆU CHỨNG

- fever (n) /'fi:və(r)/ sốt
- shivering (a) /'ʃɪvərɪŋ/ run rẩy
- headache (a) /'hedək/ đau đầu
- chest pain (n) /tʃest peɪn/ đau buốt ở ngực
- rapid heartbeat (n) tim đập nhanh
- breathing difficulties (n) khó thở
- pneumonia (n) /nju:'məʊniə/ viêm phổi
- kidney failure (n) suy thận



FEVER

Ảnh TL



COUGH



SHORTNESS OF BREATH



Ảnh TL

CHỮA TRỊ

- medication (n) /,medi'keɪʃn/ thuốc, dược phẩm
- drug (n) /drʌɡ/ thuốc, dược phẩm
- vaccine (n) vắc xin
- antibiotics (n) /,æntɪbaɪ'ɒtɪk/ kháng sinh
- quarantine (v) /'kwɒrəntɪn/ cách ly
- isolate (v) /'aɪsəleɪt/ cách ly
- PCR test (Polymerase Chain Reaction test): kiểm tra phản ứng chuỗi Polymerase

Nhập khẩu thịt lợn tăng 205%



Theo Cục Thú y (Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn (NN&PTNT)) tính đến ngày 15/3/2020, Việt Nam đã nhập khẩu 25.291 tấn thịt lợn và sản phẩm thịt lợn, tăng 205% so với cùng kỳ năm 2019.

Trong đó, nhập khẩu từ Canada chiếm 29,35%, từ Đức chiếm 19,43%, từ Ba Lan chiếm 11,83%, từ Braxin chiếm 9,98%, từ Hoa Kỳ chiếm 5,53%....

Theo thống kê của các tổ chức quốc tế, tổng đàn lợn của cả thế giới vào tháng 1/2020 đạt khoảng 678 triệu con, giảm khoảng gần 12% so với năm 2019. Trong đó, Trung Quốc có khoảng 335 triệu con (chiếm khoảng 49%, kể đến là châu Âu 149 triệu con (chiếm 22%) và Hoa Kỳ là hơn 77 triệu con (chiếm hơn 11%).

Bộ NN&PTNT nhận định, tổng đàn lợn thế giới giảm mạnh. Chăn nuôi lợn tại Trung Quốc cũng chưa thể hồi phục vì nhiều lý do, trong đó có dịch tả lợn châu Phi. Diễn biến phức tạp của dịch bệnh Covid-19 không loại trừ khả năng có tác động lớn đến sản xuất, xuất nhập khẩu lợn và các sản phẩm thịt lợn, trong đó một số nước tạm dừng nhập cảnh để ngăn chặn dịch bệnh Covid- 19 nên có thể ảnh hưởng đến các hoạt động thương mại giữa các nước.

Để chủ động ứng phó, cũng như bảo đảm nguồn cung thịt lợn, Cục Thú y (Bộ NN&PTNT) đề nghị các địa phương tiếp tục đẩy mạnh việc hướng dẫn, đôn đốc tái đàn, tăng đàn lợn theo nguyên tắc bảo đảm an toàn sinh học, an toàn dịch bệnh. Thời gian tái đàn cần từ 5 - 7 tháng, nên từ tháng 3/2020 trở đi sản lượng thịt lợn sẽ tăng.

Cục Thú y cũng đề nghị, Cục Chăn nuôi, Trung tâm Khuyến nông quốc gia sẽ thành lập các tổ công tác kỹ thuật đến trực tiếp các địa phương để phối hợp, hướng dẫn việc tổ chức tái đàn, tăng đàn lợn.

Đối với nguồn thịt lợn nhập khẩu, Cục Thú y đề nghị Bộ Công Thương, Bộ Ngoại giao chỉ đạo các cơ quan trực thuộc khẩn trương hỗ trợ tối đa cho các doanh nghiệp Việt Nam tìm kiếm các nguồn hàng hợp lý tại các nước xuất khẩu; đặc biệt trong điều kiện dịch bệnh Covid- 19 lây lan diện rộng, các nước ngừng nhập cảnh có thể ảnh hưởng đến hoạt động thương mại.

Đề nghị Bộ Tài chính xem xét, sớm có chính sách giảm thuế nhập khẩu thịt lợn. Đề nghị Ngân hàng Nhà nước có chính sách cho các doanh nghiệp nhập khẩu thịt lợn vay vốn kinh doanh với lãi suất ưu đãi...


**LAM
COSMÉ**

Instant Hand Gel 3k

Anti - Bacterial



GEL RỬA TAY KHÔ 3K với công thức nhượng quyền của Châu Âu, giải pháp làm sạch và diệt khuẩn hoàn hảo mọi lúc mọi nơi.

Chiết xuất hoa quả thiên nhiên cùng hạt vitamin dưỡng da tay mềm mịn và trắng sáng.

Hương tự nhiên thơm mát, dễ chịu và độc đáo với 24 sự chọn lựa đa dạng đáp ứng hoàn toàn mọi sở thích của cả gia đình.



CÔNG TY TNHH TM-DV-SX MỸ PHẨM BẢO NGỌC

267/40 Bùi Đình Túy, P.24, Q.Bình Thạnh, HCM - **Sx tại:** 78/5 Bình Lợi, P.13, Q. Bình Thạnh, HCM

Tel: (08) 3511.0131 – Fax: (08) 3551.5659

www.LAMCOSME.com

❖ Theo Cục Chế biến và Phát triển thủy sản Việt Nam (Bộ NN&PTNT): 2 tháng đầu năm nay, XK thủy sản đạt 932 triệu USD, giảm tới 15,9% so với cùng kỳ năm 2019. Nhật Bản, Hoa Kỳ, Hàn Quốc và Trung Quốc là 4 thị trường NK hàng đầu của thủy sản Việt Nam trong tháng đầu tiên của năm 2020, chiếm 54,9% tổng giá trị XK. (Báo Công thương, 15/3)

❖ Theo thông tin từ Sở giao dịch hàng hóa Việt Nam, áp lực từ cuộc hoảng loạn trên TTCK toàn cầu tuần qua cũng đã gây ra áp lực nhất định lên thị trường hàng hóa. Trong nhóm hàng nông sản, ngô, đậu tương và lúa mì đều giảm mạnh với mức giảm 2,73%, 4,77% và 1,89%. (VTV24, 16/3)

❖ Theo Cục Chế biến và phát triển thị trường nông sản (Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn), giá trị xuất khẩu rau quả tháng 2/2020 ước đạt 232 triệu USD, đưa giá trị xuất khẩu rau quả 2 tháng đầu năm 2020 đạt 513 triệu USD, giảm 11,9% so với cùng kỳ năm 2019. Trung Quốc đứng vị trí thứ nhất về thị trường nhập khẩu rau quả của Việt Nam trong tháng 1/2020 với 61,8% thị phần. (Báo Công thương, 16/3)

❖ Theo thống kê sơ bộ của Tổng cục Hải quan, xuất khẩu gạo ra thị trường nước ngoài trong 2 tháng đầu năm 2020 đạt 928.798 tấn, thu về 430,49 triệu USD, tăng 30,5% về lượng và tăng 38,2% về kim ngạch so với cùng kỳ năm 2019. Giá xuất khẩu gạo trong tháng 2/2020 giảm 6,5% so với tháng 1/2020 nhưng tăng 5,3% so với tháng 2/2019, đạt trung bình 446,9 USD/tấn. Tính trung bình cả 2 tháng đầu năm đạt 463,5 USD/tấn, tăng 5,9% so với cùng kỳ năm 2019. Philippines là thị trường tiêu thụ nhiều nhất các loại gạo của Việt Nam, chiếm 38,4% trong tổng lượng gạo xuất khẩu của cả nước, chiếm 35,9% trong tổng kim ngạch, đạt 357.055 tấn, tương đương 154,71 triệu USD. (Vinanet, 17/3)



Doanh nghiệp muốn đối thoại với chính quyền Thành phố Hồ Chí Minh, hãy gửi câu hỏi của quý vị về doithoai@itpc.gov.vn. Thông tin riêng của doanh nghiệp được bảo mật hoàn toàn. Các cơ quan ban ngành, UBND các quận huyện luôn trả lời trong thời gian nhanh nhất. Vui lòng truy cập <http://www.doithoaidn.hochiminhcity.gov.vn> để biết thêm chi tiết.

Bảo hiểm xã hội

Câu hỏi, vướng mắc của doanh nghiệp: Hợp đồng học việc ký thời hạn 04 tháng, doanh nghiệp có trả lương cho Người học việc như vậy người lao động có tham gia Bảo hiểm Xã hội hay không?

Trả lời:

Căn cứ Luật Bảo hiểm xã hội năm 2014 và các văn bản hướng dẫn dưới Luật thì người làm việc theo hợp đồng lao động có thời hạn từ đủ 01 tháng thuộc đối tượng tham gia Bảo hiểm xã hội.

Hiện nay pháp luật không có quy định về “Hợp đồng học việc”. Bộ luật lao động 2012 chỉ quy định Hợp đồng lao động, Hợp đồng thử việc, Hợp đồng đào tạo nghề. Liên quan đến việc học nghề, tập nghề, Bộ luật lao động 2012 quy định tại Điều 61, 62. Theo đó, nếu người sử dụng lao động tuyển người vào học nghề, tập nghề để làm việc cho mình thì phải ký kết hợp đồng đào tạo nghề. Bản chất của hợp đồng học việc là người sử dụng lao động tiến hành đào tạo, trang bị kiến thức, kỹ năng và thái độ nghề nghiệp cần thiết cho người lao động chưa có kiến thức và/hoặc kỹ năng đối với công việc yêu cầu để người lao động có thể tự làm việc sau khi hoàn thành khóa học. Điều này cũng được thể hiện qua quy định tại Điều 62 Bộ luật lao động 2012 về Hợp đồng đào tạo nghề phải có nghề đào tạo, địa điểm và thời hạn đào tạo, chi phí đào tạo,...

Như vậy, trường hợp hợp đồng học việc là hợp đồng đào tạo nghề thì không phải đóng Bảo hiểm xã hội.

Thủ tục giải thể công ty

Khi làm thủ tục giải thể công ty, Doanh nghiệp đã hoàn tất bước quyết toán thuế và hoàn thành nghĩa vụ nộp thuế, xin cho hỏi bao lâu mới có quyết định về hoàn tất nghĩa vụ nộp thuế để tiến hành các bước tiếp theo cho thủ tục giải thể với Sở Kế hoạch và Đầu tư? Vui lòng cho xin Thông tư đối chiếu.

Trả lời:

Căn cứ Quy định tại điểm 8.1, Điều 16, Thông tư 151/2014/TT-BTC ngày 10/10/2014 của Bộ Tài chính về việc hướng dẫn thi hành một số điều của Luật quản lý thuế quy định về việc kiểm tra quyết toán giải thể, chấm dứt hoạt động;

Căn cứ điểm a, Khoản 1, Điều 18 Thông tư 95/2016/TT-BTC ngày 28/6/2016 của Bộ Tài chính về việc hướng dẫn đăng ký thuế quy định về xử lý hồ sơ chấm dứt hiệu lực mã số thuế và trả kết quả;

Căn cứ các quy định trích dẫn nêu trên, sau khi người nộp thuế nộp đầy đủ hồ sơ chấm dứt hiệu lực mã số thuế theo quy định thì trong vòng 2 ngày làm việc, cơ quan thuế sẽ phát hành thông báo mẫu 17/TB-ĐKT về việc thông báo người nộp thuế ngừng hoạt động đang làm thủ tục chấm dứt hiệu lực mã số thuế đồng thời chuyển trạng thái hoạt động của người nộp thuế trên hệ thống quản lý thuế.

Trong thời hạn 03 (ba) ngày làm việc kể từ ngày người nộp thuế đã hoàn thành nghĩa vụ nộp thuế với cơ quan thuế và cơ quan hải quan hoặc cơ quan thuế hoàn thành việc chuyển toàn bộ nghĩa vụ thuế của đơn vị trực thuộc sang đơn vị chủ quản theo quy định, cơ quan thuế ban hành văn bản xác nhận hoàn thành nghĩa vụ thuế để người nộp thuế liên hệ cơ quan đăng ký kinh doanh hoàn chỉnh hồ sơ giải thể.

CHƯƠNG TRÌNH SẮP TỚI

Dịch vụ hỗ trợ doanh nghiệp

Phòng Dịch vụ - ITPC cung cấp dịch vụ trọn gói cho doanh nghiệp và nhà đầu tư:

- Tổ chức sự kiện thương mại - đầu tư: hội chợ - triển lãm, hội nghị - hội thảo, huấn luyện - đào tạo;
- Tổ chức đoàn khảo sát thị trường, tham dự hội chợ - triển lãm, hội nghị và hội thảo
- Đón tiếp, cung cấp thông tin cho các đoàn doanh nghiệp nước ngoài đến Thành phố. Tổ chức gặp gỡ các cơ quan chức năng, kết nối doanh nghiệp (Business To Business);
- Tổ chức các hoạt động truyền thông, tiếp thị;
- Tư vấn các hoạt động thương mại - đầu tư mở văn phòng, lập dự án đầu tư, xây dựng thương hiệu;
- Dịch vụ văn phòng, phòng họp với trang thiết bị đi kèm tại trung tâm thành phố.
- Showroom trưng bày hàng hóa

• Liên hệ: Phòng Dịch vụ – ITPC

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

Điện thoại: (028) 3910 4733

(028) 3910 4903

Fax: (028) 3910 4902

Email: bizcenter@itpc.gov.vn

Website: www.itpc.gov.vn





Trung Tâm Xúc Tiến Thương Mại & Đầu Tư
THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH

CỔNG THÔNG TIN ĐIỆN TỬ THƯƠNG MẠI & ĐẦU TƯ
Online Trade and Investment Information Portal



HO CHI MINH CITY
ITPC - nối kết bạn và thế giới



DÀNH CHO NHÀ XUẤT KHẨU



Nội dung bao gồm thông tin về xuất khẩu cho từng sản phẩm và thị trường cụ thể, hỗ trợ bán hàng xuất khẩu, thông tin về các khóa huấn luyện cũng như các sự kiện về hội chợ và đoàn xúc tiến thương mại.

[ENTER] >>



FOR INTERNATIONAL BUYERS AND IMPORTERS



A place for international buyers who want to source from Vietnam, containing Vietnamese exporter database, instructions on how to import from Vietnam and trade offers.

[ENTER] >>



FOR FOREIGN INVESTORS



A place for foreign investors who want to make investment in Vietnam, containing essential information such as opportunities, how to invest and what you should know.

[ENTER] >>

© Copyright ITPC 2008. All Rights Reserved

Cổng thông tin Điện tử Thương mại và Đầu tư (www.itpc.gov.vn)

Website của Trung tâm Xúc tiến Thương mại và Đầu tư Tp.HCM cung cấp thông tin các hoạt động xúc tiến, dữ liệu ngành hàng, thị trường, các chính sách đầu tư của Việt Nam và nước ngoài. Doanh nghiệp có thể tìm thấy nhiều thông tin hữu ích tại trang web của ITPC: **www.itpc.gov.vn**



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 cộng 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