

## **NGHỊ QUYẾT HỘI NGHỊ LẦN THỨ NĂM BAN CHẤP HÀNH ĐẢNG BỘ TỈNH KHÓA XIX VỀ PHÁT TRIỂN CÔNG NGHIỆP TỈNH YÊN BÁI THEO HƯỚNG BỀN VỮNG, HIỆU QUẢ VÀ THÂN THIỆN VỚI MÔI TRƯỜNG GIAI ĐOẠN 2021-2025**

**T**rong những năm qua, ngành công nghiệp Yên Bái có bước phát triển quan trọng, chỉ số sản xuất công nghiệp duy trì mức tăng trưởng khá, cơ cấu nội ngành chuyển dịch tích cực theo hướng tăng tỷ trọng công nghiệp chế biến, chế tạo, giảm dần tỷ trọng ngành công nghiệp khai khoáng.

Với quan điểm và mục tiêu phát triển ngành công nghiệp tỉnh Yên Bái theo hướng bền vững, hiệu quả, thân thiện với môi trường, phù hợp với quy hoạch phát triển ngành công nghiệp cả nước, quy hoạch vùng và quy hoạch tỉnh Yên Bái thời kỳ 2021-2030, tầm nhìn đến năm 2050, trở thành động lực quan trọng thúc đẩy phát triển kinh tế - xã hội nhanh và bền vững. Ban chấp hành Đảng bộ tỉnh Yên Bái khóa XIX đã ban hành Nghị quyết về phát triển công nghiệp tỉnh Yên Bái theo hướng bền vững, hiệu quả và thân thiện với môi trường giai đoạn 2021-2025 (Nghị quyết số 29-NQ/TU ngày 24/02/2021 của Tỉnh ủy Yên Bái).

Toàn văn Nghị quyết số 29-NQ/TU ngày 24/02/2021, được đăng tải tại địa chỉ: <http://sctyenbai.gov.vn>

*Nguồn Sở Công Thương Yên Bái*

### ***Sở Công Thương tỉnh Yên Bái thành lập tổ công tác nắm tình hình sản xuất kinh doanh và phản ứng nhanh ứng phó tình hình dịch bệnh Covid-19***

**T**hực hiện chỉ thị số 12-CT/TU ngày 05/5/2021 của Ban Thường vụ Tỉnh ủy Yên Bái về việc thực hiện các biện pháp cấp bách, chống dịch bệnh Covid-19 và phục vụ công tác điều hành. Sở Công Thương thành lập tổ công tác nắm bắt tình hình sản xuất kinh doanh và ứng phó với tình hình dịch bệnh Covid-19 với một số nhiệm vụ cụ thể:

Nắm bắt kịp thời những khó khăn của doanh nghiệp, cơ sở sản xuất kinh doanh trên địa bàn tỉnh. Lập danh sách và phân loại những khó khăn của các doanh nghiệp theo từng lĩnh vực qua đó đề xuất các giải pháp tháo gỡ khó khăn cụ thể tham mưu cho Ủy ban nhân dân tỉnh chỉ đạo thực hiện.

Nắm bắt thông tin về địa điểm, số lượng dự trữ hàng hoá tiêu dùng, lương thực, thực phẩm, nhu yếu phẩm phục vụ công tác phòng, chống dịch Covid-19, kịp thời xây dựng phương án cung ứng hàng hoá theo từng tình huống để đảm bảo công tác phòng chống dịch.

Phối hợp với Cục Quản lý thị trường tỉnh, triển khai công tác kiểm tra, kiểm soát thị trường, kiểm soát giá cả, không để tình trạng đầu cơ, găm hàng, ép giá xảy ra.

Phối hợp với Sở Y tế hướng dẫn các đơn vị sản xuất kinh doanh các biện pháp phòng chống dịch bệnh covid-19. Kiểm tra việc thực hiện đảm bảo an toàn trong sản xuất kinh doanh.

*Nguồn Sở Công Thương Yên Bái*

# SỞ CÔNG THƯƠNG YÊN BÁI TĂNG CƯỜNG CÔNG TÁC TUYÊN TRUYỀN PHÒNG CHỐNG DỊCH BỆNH COVID-19

**T**hực hiện Chỉ thị 12-CT/TU ngày 05/05/2021 của Ban Thường vụ Tỉnh Ủy Yên Bái về việc thực hiện các biện pháp cấp bách phòng, chống dịch bệnh Covid-19 gắn với nhiệm vụ chính trị năm 2021; Công văn số 1278/BCĐ-VX ngày 08/5/2021 của Ban Chỉ đạo phòng, chống dịch bệnh COVID-19 về tiếp tục triển khai thực hiện một số biện pháp trong phòng, chống dịch bệnh Covid-19; Hướng dẫn số 594/HD-BCĐ ngày 08/5/2021 của Ban Chỉ đạo phòng, chống dịch bệnh COVID-19 cho người lao động tại nơi làm việc.

Hiện nay, tình hình dịch bệnh Covid-19 trong nước đang có diễn biến phức tạp, khó lường, những ngày gần đây đã xuất hiện các ca nhiễm trong cộng đồng tại một số tỉnh, thành phố khu vực phía Bắc như: Hưng Yên, Quảng Ninh, Hải Dương, Hòa Bình, Hà Nam, Vĩnh Phúc, TP. Hà Nội..., trên địa bàn tỉnh Yên Bái đã có các trường hợp tiếp xúc với người nhiễm, nghi nhiễm Covid-19. Để chủ động thực hiện hiệu quả công tác phòng, chống dịch Covid-19 đồng thời hạn chế nguy cơ lây nhiễm trong cộng đồng, Sở Công Thương đề nghị UBND các huyện, thị xã, thành phố, các doanh nghiệp thương mại kinh doanh hàng hóa thiết yếu về lương thực, thực phẩm, các đơn vị quản lý, kinh doanh chợ, siêu thị, hệ thống Vinmart+, Trung tâm thương mại (TTTM) trên địa bàn tỉnh thực hiện tốt một số nội dung sau:

## 1. Các doanh nghiệp kinh doanh thương



Ảnh minh họa

## mại, đơn vị quản lý, kinh doanh khai thác chợ, siêu thị, hệ thống Vinmart+, TTTM trên địa bàn tỉnh

- Các doanh nghiệp kinh doanh thương mại đảm bảo đủ nguồn nhân lực, hàng hóa để phục vụ hoạt động kinh doanh ổn định, thường xuyên, đáp ứng nhu cầu mua sắm của người dân trong thời gian diễn ra dịch bệnh (nếu có), không để tình trạng thiếu hàng, găm hàng, tăng giá bất hợp lý.

- Các đơn vị quản lý chợ, siêu thị, hệ thống Vinmart+ Trung tâm thương mại xây dựng phương án phòng, chống lây nhiễm Covid-19 đảm bảo an toàn cho khách mua hàng tại chợ, siêu thị, TTTM trong đó lưu ý:

+ Thực hiện phun tiêu độc khử trùng thường xuyên trong và ngoài chợ; bố trí dung dịch rửa tay sát khuẩn tại các cửa ra vào chợ, TTTM, siêu thị;

+ Yêu cầu khách đến mua hàng phải đeo khẩu trang mới được vào chợ, siêu thị, TTTM

thực hiện rửa tay sát khuẩn khi đến và khi ra về; giữ khoảng cách an toàn trong quá trình lựa chọn hàng hóa và thanh toán...;

+ Khuyến khích bố trí trang bị các thiết bị đo thân nhiệt tại các cửa ra, vào chợ, tại các quầy hàng, điểm giao nhận hàng;

- Đối với nhân viên bán hàng, người lao động của đơn vị, doanh nghiệp quản lý, kinh doanh khai thác chợ, siêu thị, TTTM và các tiểu thương kinh doanh tại chợ cần thực hiện nghiêm quy định 5K của Bộ Y tế, đặc biệt là quy định bắt buộc đeo khẩu trang và giữ khoảng cách;

- Tăng cường công tác kiểm tra đảm bảo an toàn, vệ sinh môi trường, phòng chống cháy nổ tại chợ, siêu thị, hệ thống Vinmart+, TTTM.

## **2. Đề nghị UBND huyện, thị xã, thành phố**

- Chỉ đạo, hướng dẫn các doanh nghiệp thương mại, chợ, siêu thị, hệ thống Vinmart+, TTTM xây dựng phương án phòng, chống lây nhiễm Covid-19 và thực hiện nghiêm túc các biện pháp nhằm đảm bảo công tác phòng, chống dịch theo chỉ đạo của Chính phủ, các Bộ, ngành, của tỉnh và theo yêu cầu nội dung Công văn này; xử lý nghiêm các trường vi phạm.

- Chỉ đạo các phòng chuyên môn theo dõi

sát diễn biến cung cầu, hàng hóa, dịch vụ nhất là các mặt hàng thiết yếu phục vụ tiêu dùng của nhân dân; chủ động có phương án bảo đảm cung ứng đủ nguồn hàng, bình ổn giá, đáp ứng nhu cầu phục vụ sản xuất và đời sống; không để xảy ra tình trạng thiếu hàng, sốt giá trên địa bàn; phối hợp kiểm tra, kiểm soát thị trường chặt chẽ, xử lý nghiêm với các trường hợp đầu cơ, găm hàng, tăng giá đột biến.

- Chỉ đạo các phương tiện thông tin đại chúng tuyên truyền sâu rộng đến người dân thực hiện nghiêm quy định 5K của Bộ Y tế; không đi mua sắm tại các chợ, siêu thị, hệ thống Vinmart+, TTTM, khi đang trong giai đoạn cách ly hoặc có các biểu hiện sốt, ho, khó thở; không khạc, nhổ, vứt rác, khẩu trang bừa bãi; che miệng và mũi khi ho, hắt hơi.

Sở Công Thương trân trọng đề nghị UBND các huyện, thị xã, thành phố, doanh nghiệp thương mại, các đơn vị quản lý, kinh doanh khai thác chợ, siêu thị, hệ thống Vinmart+, TTTM quan tâm phối hợp, thực hiện nghiêm túc các nội dung trên.

*Nguồn Phòng QLTM, Sở Công thương Yên Bái*

# SỞ CÔNG THƯƠNG TỈNH YÊN BÁI THAM GIA HỘI CHỢ VIETNAM EXPO 2021

**N**gày 14/4/2021, tại Trung tâm triển lãm Quốc tế I.C.E, 91 Trần Hưng Đạo, Hà Nội, Cục Xúc tiến thương mại - Bộ Công Thương phối hợp với các bộ, ngành địa phương, các Trung tâm Xúc tiến thương mại trong và ngoài nước tổ chức khai mạc Hội chợ Vietnam Expo lần thứ 30.

Với chủ đề “Vietnam Expo - Đồng hành cùng doanh nghiệp trong kỷ nguyên số”, Hội chợ Vietnam Expo 2021 diễn ra từ ngày 14 - 17/4

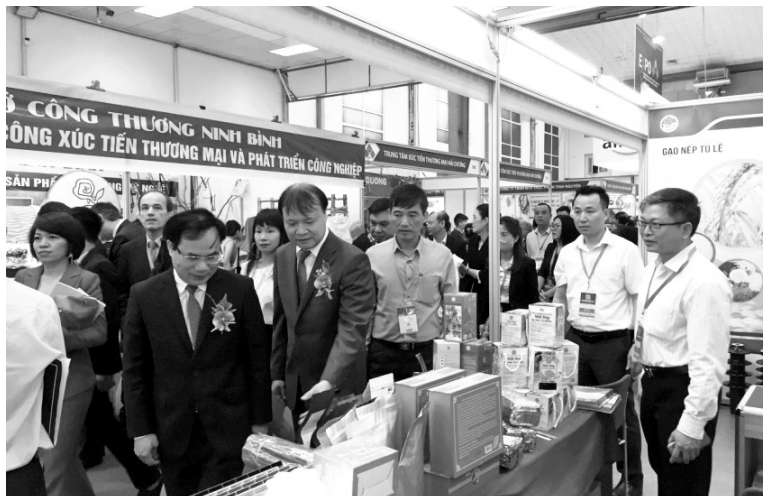
được tổ chức kết hợp triển lãm trực tiếp và trực tuyến thông qua các gian hàng từ xa với sự tham gia của 320 doanh nghiệp của Việt Nam và các quốc gia, vùng lãnh thổ trên thế giới bao gồm: Cuba, Đức, Nhật Bản, Liên Bang Nga, Mỹ, Hàn Quốc, Hồng Kông, Trung Quốc, Việt Nam.

Sở Công Thương Tỉnh Yên Bái tham gia 02 gian hàng giới thiệu các sản phẩm thế mạnh của tỉnh. Gian hàng của tỉnh Yên Bái được trang trí và trưng bày đẹp, thu hút được sự quan tâm của



Lãnh đạo Sở Công Thương, Trung tâm KC&XTTM và Doanh nghiệp tỉnh Yên Bái tại gian hàng của tỉnh.

đông đảo khách tham quan trong nước và nước ngoài khi tới hội chợ. Một số khách hàng nước ngoài quan tâm đến các sản phẩm thế mạnh của tỉnh đã tới gian hàng trực tiếp xem sản phẩm, lấy thông tin và sản phẩm mẫu để 2 bên trao đổi sau như: sản phẩm sứ kỹ thuật, gỗ ghép thanh, Quế vỏ, tinh dầu quế; chè đen xuất khẩu... Các sản phẩm: măng khô; miến đao Giới Phiên; chè Shan Tuyết Suối Giàng; Lạc vỏ đỏ; chè Bát Tiên; Trà táo mèo Shan Thịnh... cũng được nhiều khách hàng quan tâm tìm hiểu.



Thứ trưởng Bộ Công Thương cùng Thứ trưởng Bộ Xây dựng thăm gian hàng tỉnh Yên Bái

Nguồn TTKC&XTTM

## NGÀNH CÔNG THƯƠNG TỈNH YÊN BÁI TĂNG CƯỜNG CÔNG TÁC QUẢN LÝ VỀ ATTP

Thực hiện đợt cao điểm “Tháng hành động vì ATTP” năm 2021 và Kế hoạch số 74/KH-BCĐATTP ngày 29/3/2021 của Ban chỉ đạo An toàn thực phẩm (ATTP) tỉnh Yên Bái. Với chức năng, nhiệm vụ giao Sở Công Thương

tỉnh Yên Bái đã triển khai tăng cường công tác quản lý Nhà nước về ATTP; đồng thời đẩy mạnh công tác tuyên truyền nhằm nâng cao ý thức chấp hành pháp luật đối với các cơ sở sản xuất, kinh doanh và bảo vệ quyền lợi, sức khỏe của

người tiêu dùng trên địa bàn tỉnh Yên Bái.

Để triển khai thực hiện có hiệu quả đợt cao điểm “Tháng hành động vì ATTP” từ ngày 15/4 đến ngày 15/5/2021, Sở Công Thương tỉnh Yên Bái đã xây dựng và ban hành văn bản số 662/SCT-QLCNNL ngày 12/4/2021 về việc hướng dẫn ký cam kết bảo đảm ATTP gửi UBND các huyện, thị xã, thành phố đề nghị tăng cường tuyên truyền các quy định của pháp luật về ATTP trong sản xuất, kinh doanh thực phẩm trên các phương tiện thông tin đại chúng của huyện, thị xã, thành phố. Chỉ đạo các cơ sở sản xuất, kinh doanh thực phẩm do cấp huyện quản lý theo phân cấp tiến hành treo băng zôn, tuyên truyền về công tác bảo đảm ATTP tại cơ sở, nhất là những cơ sở có quy mô khá, nơi tập trung đông dân cư, gần với các trục giao thông chính trên địa bàn.

Sở Công Thương đề nghị UBND các huyện, thị xã, thành phố phối hợp chỉ đạo khẩn trương tổ chức triển khai thực hiện. Ban hành văn bản số 663/SCT-QLCNNL ngày 13/4/2021 về việc hướng dẫn bảo đảm ATTP đối với các đơn vị kinh doanh thực phẩm; đồng thời đã gửi 28 đơn vị kinh doanh thực phẩm bao gói sẵn do Sở trực tiếp quản lý theo phân cấp, yêu cầu các đơn vị kinh doanh thực phẩm chấp hành nghiêm các quy định của pháp luật về quản lý ATTP trong sản xuất, kinh doanh thực phẩm; tăng cường hoạt động tuyên truyền, phổ biến kiến thức pháp luật đảm bảo ATTP cho tất cả cán bộ, nhân viên của đơn vị đang trực tiếp sản xuất, kinh doanh thực phẩm, nhằm đề cao vai trò, trách nhiệm trong quá trình sản xuất, kinh doanh thực phẩm.

Căn cứ Quyết định số 660/QĐ-UBND ngày 16/4/2021 của UBND tỉnh Yên Bái về việc thành lập Đoàn kiểm tra liên ngành trong đợt cao điểm “Tháng hành động vì ATTP năm 2021” tỉnh Yên Bái, Sở Công Thương đã cử cán bộ làm công tác quản lý ATTP tham gia thành viên đoàn kiểm tra; thời gian kiểm tra từ 16/4 đến ngày 15/5/2021. Đối với các huyện, thị, thành phố

cũng đã thành lập 9 đoàn kiểm tra liên ngành, với sự tham gia phối hợp của các Phòng Kinh tế; Kinh tế và hạ tầng các huyện, thị xã, thành phố; tiến hành kiểm tra từ ngày 15/4 đến ngày 15/5/2021. Cùng với hoạt động của Sở Công Thương trong công tác phối hợp kiểm tra về ATTP, Cục quản lý thị trường tỉnh Yên Bái cũng đã ban hành Kế hoạch kiểm tra chuyên đề trong đợt cao điểm “Tháng hành động vì ATTP”. Theo đó, Cục Quản lý thị trường tỉnh đã giao cho các đội Quản lý thị trường chủ động kiểm tra, kiểm soát ngăn chặn và xử lý kịp thời các hành vi sản xuất, kinh doanh thực phẩm nhập lậu, thực phẩm không đảm bảo ATTP không rõ nguồn gốc xuất xứ trên địa bàn. Trong đó, tập trung vào nhóm mặt hàng do ngành Công Thương quản lý như: Bia, rượu, đồ uống có cồn, nước giải khát, sữa chế biến, dầu thực vật, bột và tinh bột, bánh mứt kẹo..., Trong quá trình kiểm tra, các đội quản lý thị trường tỉnh đã xử phạt hành chính đối với các cơ sở có vi phạm các quy định về ATTP theo quy định.

Qua công tác kiểm tra, phát hiện và xử lý kịp thời của các ngành chức năng từ đó đã nhận thức về vấn đề đảm bảo ATTP đối với các doanh nghiệp, cơ sở sản xuất, kinh doanh thực phẩm ở địa phương đã từng bước được nâng lên. Từ đó đã giúp các đơn vị sản xuất, kinh doanh thực phẩm khắc phục các tồn tại, hạn chế... Việc các doanh nghiệp, cơ sở sản xuất kinh doanh trên địa bàn tỉnh tuân thủ và chấp hành thực hiện nghiêm các quy định của pháp luật về ATTP, cùng với đó công tác quản lý nhà nước về ATTP được tăng cường nên trong thời gian qua tỉnh Yên Bái không ghi nhận vụ ngộ độc thực phẩm nghiêm trọng xảy ra đối với nhóm ngành hàng thực phẩm do Công Thương quản lý.

Để duy trì và thực hiện có hiệu quả công tác quản lý Nhà nước về ATTP trong thời gian tới, Sở Công Thương tiếp tục triển khai thực hiện Chỉ thị 17/CT-TTg ngày 13/4/2020 của Thủ

tướng Chính phủ về việc tiếp tục tăng cường trách nhiệm quản lý Nhà nước về ATTP trong tình hình mới; tăng cường công tác thanh tra, kiểm tra, hậu kiểm về ATTP thuộc phạm vi quản lý của ngành Công Thương trên địa bàn tỉnh. Đẩy mạnh công tác tuyên truyền, phổ biến giáo

dục kiến thức, pháp luật về ATTP cho các cơ sở sản xuất, chế biến, kinh doanh thực phẩm và người tiêu dùng trong công tác bảo đảm ATTP, nhất là đối với vùng cao, vùng đồng bào dân tộc thiểu số trên địa bàn tỉnh Yên Bái.

*Nguồn Sở Công Thương Yên Bái*

---

## CHỈ SỐ SẢN XUẤT CÔNG NGHIỆP 4 THÁNG ĐẦU NĂM 2021 TRÊN ĐỊA BÀN TỈNH YÊN BÁI TĂNG 10,41% SO CÙNG KỲ NĂM TRƯỚC.

**C**hỉ số sản xuất công nghiệp (IIP) tháng 4/2021 tăng 1,18% so với tháng trước và tăng 9,15% so với tháng 4/2020. Tính chung 4 tháng đầu năm 2021, chỉ số công nghiệp toàn ngành tăng 10,41% so với cùng kỳ năm 2020. Trong các ngành công nghiệp, ngành khai khoáng tăng 23,97%; công nghiệp chế biến, chế tạo tăng 6,97%; ngành sản xuất và phân phối điện, khí đốt, nước nóng tăng 28,94%; ngành cung cấp nước, hoạt động quản lý và xử lý rác thải, nước thải tăng 3,15%.

Phân theo ngành công nghiệp cấp 2 thì một số ngành sản xuất có chỉ số sản xuất 4 tháng đầu năm tăng cao so với cùng kỳ năm 2020 như: Khai thác quặng kim loại tăng 54,02%; khai khoáng khác tăng 6,25%; dệt tăng 7,26%; sản xuất da và các sản phẩm có liên quan tăng 11,95%; chế biến gỗ và sản xuất sản phẩm từ gỗ, tre, nứa tăng 6,41%; sản xuất giấy và sản phẩm từ giấy tăng 9,45%; sản xuất sản phẩm từ cao su và plastic tăng 5,27%; sản xuất sản phẩm từ khoáng phi kim loại khác tăng 10,26%; sản xuất kim loại tăng 1,65 lần; sản xuất và phân phối điện, khí đốt, nước nóng hơi nước và điều hòa không khí tăng 28,94%; khai thác, xử lý và cung cấp nước tăng 3,15%,...

Ngoài các ngành có mức tăng trên thì một số ngành công nghiệp cấp 2 giảm so với cùng kỳ năm 2020 như: Sản xuất chế biến thực phẩm giảm 8,3%; sản xuất hóa chất và sản phẩm hóa

chất giảm 53,98%; sản xuất sản phẩm từ kim loại đúc sẵn giảm 13,26%; sửa chữa, bảo dưỡng và lắp đặt máy móc và thiết bị giảm 50,77%...

Trong bối cảnh khó khăn chung do ảnh hưởng của dịch Covid-19, nhưng với sự cố gắng nỗ lực của các cấp, các ngành, địa phương, doanh nghiệp và sự ủng hộ của nhân dân trong tỉnh thời gian qua, ngành công nghiệp tỉnh Yên Bái đã có bước phát triển quan trọng, chỉ số sản xuất công nghiệp duy trì mức tăng trưởng khá, cơ cấu nội ngành chuyển dịch tích cực theo hướng tăng tỷ trọng công nghiệp chế biến, chế tạo, giảm dần tỷ trọng khai khoáng. Trên cơ sở khai thác tiềm năng, thế mạnh của tỉnh, công nghiệp dần trở thành động lực quan trọng thúc đẩy phát triển kinh tế - xã hội. Một số sản phẩm công nghiệp chủ lực của tỉnh có quy mô sản xuất lớn, chất lượng ổn định, tạo được thương hiệu trên thị trường trong và ngoài nước,... Các dự án đầu tư vào lĩnh vực công nghiệp phần lớn có quy mô nhỏ và vừa, dây chuyền công nghệ sản xuất còn hạn chế trong việc đổi mới, chất lượng sản phẩm còn chưa đáp ứng yêu cầu ngày càng cao của thị trường; mẫu mã đơn giản,...chất lượng nguồn nhân lực còn chậm được nâng cao thu hút nguồn lực đầu tư vào phát triển công nghiệp chưa đạt yêu cầu, việc huy động, bố trí các nguồn lực phát triển hạ tầng khu, cụm công nghiệp còn hạn chế chưa thuận lợi thu hút đầu tư; chưa tạo ra nhiều chuỗi liên kết sản xuất, gia

tăng giá trị các sản phẩm công nghiệp của tỉnh,...

Để ngành công nghiệp của tỉnh tiếp tục phát triển theo hướng bền vững, hiệu quả, thân thiện với môi trường, phù hợp với quy hoạch phát triển ngành công nghiệp cả nước, quy hoạch vùng và quy hoạch tỉnh Yên Bái và trở thành động lực quan trọng thúc đẩy phát triển kinh tế - xã hội nhanh và bền vững. Tập trung phát triển các ngành công nghiệp, tiểu thủ công nghiệp chủ lực, có lợi thế cạnh tranh như: Chế biến nông, lâm sản gắn với vùng nguyên liệu, trọng tâm là chế biến gỗ rừng trồng công nghệ cao, đưa Yên Bái trở thành trung tâm chế biến lâm sản của vùng; khai thác và chế biến sâu khoáng sản, sản xuất vật liệu xây dựng cao cấp; cơ khí, điện tử, công nghiệp phụ trợ; đồng thời, phát triển hợp lý một số ngành công nghiệp sử dụng nhiều lao động địa phương như dệt may, da giày. Ưu tiên lựa chọn các dự án công nghiệp ứng dụng công nghệ cao, tiết kiệm tài nguyên, năng

lượng, thân thiện với môi trường, công nghiệp sạch, công nghệ sinh học; đồng thời trong thời gian tới các cấp, các ngành cần có những giải pháp cụ thể khuyến khích và hỗ trợ các doanh nghiệp đẩy nhanh tiến độ thực hiện các dự án sản xuất công nghiệp, các dự án thủy điện, các dự án hạ tầng khu, cụm công nghiệp. Tiếp tục hỗ trợ phát triển công nghiệp nông thôn, làng nghề gắn với chế biến, tiêu thụ nông lâm sản, nâng cao giá trị sản phẩm, tạo việc làm và thu nhập cho lao động tại chỗ, đáp ứng yêu cầu xây dựng nông thôn mới, gắn với thực hiện đề án “Chương trình mỗi xã một sản phẩm tỉnh Yên Bái giai đoạn 2019-2020, định hướng đến năm 2030”; đẩy mạnh phát triển sản xuất theo chuỗi giá trị, trên cơ sở xây dựng mối liên kết chặt chẽ giữa ngành công nghiệp với nông nghiệp và các ngành dịch vụ liên quan như: Thương mại, vận tải, logistics, xuất, nhập khẩu,...

*Theo Cục Thống kê tỉnh Yên Bái*

*“Cà phê doanh nhân” Yên Bái tháng 4:*

## **THÁO GỠ KHÓ KHĂN, VƯỞNG MẮC CHO DOANH NGHIỆP, HỢP TÁC XÃ ĐỊA BÀN PHÍA TÂY**

**N**gày 28/4/2021, theo Kế hoạch năm, tại thị xã Nghĩa Lộ, UBND tỉnh, Đảng ủy Khối cơ quan và Doanh nghiệp, Hiệp hội Doanh nghiệp tỉnh tổ chức gặp mặt các doanh nghiệp định kỳ tháng 4 năm 2021 với chủ đề: “Tháo gỡ khó khăn, vướng mắc của doanh nghiệp, hợp tác xã hoạt động sản xuất, kinh doanh trên địa bàn khu vực phía Tây của tỉnh”.

Đồng chí Nguyễn Chiến Thắng - Phó Chủ tịch UBND tỉnh chủ trì buổi gặp mặt. Tham dự buổi gặp mặt có lãnh đạo các sở, ban, ngành, địa phương và gần 100 doanh nghiệp, hợp tác xã tiêu biểu trên địa bàn các huyện, thị phía Tây của tỉnh.

Tại buổi gặp mặt, đại diện các doanh nghiệp, hợp tác xã trên địa bàn các huyện, thị xã phía Tây đã được nghe chuyên gia Bộ Công Thương giới thiệu các nội dung cơ bản về 2 Hiệp định thương mại tự do mà Việt Nam mới ký kết: Hiệp định thương mại tự do Việt Nam - EU (EVFTA), những cam kết trong Hiệp định EVFTA, tổng quan thị trường Liên minh Châu Âu (EU). Hiệp định Đối tác Kinh tế Toàn diện Khu vực – RCEP, bao gồm 10 nước thành viên ASEAN và 5 quốc gia mà ASEAN đã ký hiệp định thương mại tự do (Australia, Trung Quốc, Nhật Bản, Hàn Quốc và New Zealand). Phân tích về những triển vọng, thời cơ, thuận lợi và thách thức đối

với một số ngành hàng xuất khẩu của tỉnh Yên Bái như: ngành nông sản, nhóm hàng chế biến khoáng sản, ngành dệt may, ngành sản phẩm và nguyên liệu chất dẻo... Trên cơ sở đó định hướng các giải pháp cụ thể để các ngành hàng này có cơ hội vào thị trường EU và thị trường các nước thuộc Hiệp định RCEP.

Tại buổi gặp mặt, lãnh đạo các sở, ngành liên quan đã thông tin nhanh một số nhóm chính sách quan trọng hỗ trợ doanh nghiệp nhỏ và vừa để các doanh nghiệp vận dụng các cơ chế, ưu đãi của Trung ương, của tỉnh vào hoạt động sản xuất, kinh doanh phù hợp với tình hình hiện nay. Nội dung tập trung vào các chính sách hỗ trợ về đất đai, thuế, vốn và hỗ trợ thành lập doanh nghiệp mới; tình hình phát triển mạng lưới giao thông trên địa bàn, nhất là các huyện, thị phía Tây của tỉnh, các tuyến quốc lộ, tuyến đường tỉnh, dự án giao thông đang và sẽ triển khai..., giúp các doanh nghiệp có định hướng, kế hoạch cụ thể để mở rộng sản xuất, kinh doanh trong những năm tới.

Lãnh đạo các sở, ngành, địa phương liên quan cũng đồng thời giải đáp những khó khăn, vướng mắc và ý kiến, kiến nghị của các doanh nghiệp và hợp tác xã về các vấn đề liên quan đến công tác thuê đất mở rộng sản xuất, lãi suất

ưu đãi đối với các doanh nghiệp xuất nhập khẩu bị ảnh hưởng bởi dịch Covid-19, hỗ trợ vốn cho các doanh nghiệp thành lập mới, vấn đề hội nhập kinh tế quốc tế trong bối cảnh chung...

Trong không khí trao đổi thân mật, thẳng thắn, cởi mở, các doanh nghiệp, hợp tác xã mong muốn các cấp, các ngành tiếp tục hỗ trợ, tạo điều kiện thuận lợi để vượt qua giai đoạn khó khăn của dịch bệnh và phát triển bền vững, tạo việc làm ổn định cho lao động địa phương.

Phát biểu kết luận buổi gặp mặt, Phó Chủ tịch UBND tỉnh Nguyễn Chiến Thắng ghi nhận và tiếp thu các ý kiến, kiến nghị của các doanh nghiệp, hợp tác xã đồng thời khẳng định UBND tỉnh sẽ chỉ đạo các sở, ngành, địa phương liên quan tiếp thu các ý kiến để tháo gỡ khó khăn, giúp đỡ các doanh nghiệp, hợp tác xã ổn định sản xuất, kinh doanh.

Đồng chí nhấn mạnh, ngoài những nỗ lực chung của chính quyền, các doanh nghiệp, hợp tác xã cần chủ động cập nhật thông tin, chính sách mới để phục vụ hiệu quả cho sản xuất, kinh doanh, tiếp tục đồng hành cùng với tỉnh vượt qua khó khăn, chủ động đón thời cơ, sớm phục hồi và phát triển, đóng góp cho nền kinh tế của địa phương.

*Theo baoyenbai.com.vn*

---

## YÊN BÁI XẾP THỨ 33 VỀ CHỈ SỐ NĂNG LỰC CẠNH TRANH CẤP TỈNH PCI

**T**heo Bảng xếp hạng Chỉ số Năng lực cạnh tranh cấp tỉnh (PCI) năm 2020 vừa được công bố sáng 15/4, tỉnh Yên Bái xếp ở vị trí thứ 33/63 tỉnh, thành phố, tăng 3 bậc so với năm 2019, đứng ở top đầu của nhóm trung bình.

Kết quả mà Phòng Thương mại và Công nghiệp Việt Nam (VCCI) và Cơ quan Phát triển quốc tế Hoa Kỳ (USAID) công bố trực tuyến xếp

hạng Chỉ số Năng lực cạnh tranh cấp tỉnh (PCI) năm 2020 tổ chức sáng nay - 15/4, Yên Bái tiếp tục tăng 3 bậc.

Dù ảnh hưởng và tác động của dịch bệnh Covid-19 nhưng các cấp chính quyền tỉnh Yên Bái, các sở ngành cũng đã có những nỗ lực trong cải thiện môi trường đầu tư.

Qua kết quả khảo sát và đánh giá từ phía cộng đồng doanh nghiệp, được Phòng Thương





Các chương trình “Cà phê doanh nhân” là dịp để chính quyền tiếp thu các ý kiến của các doanh nghiệp và trực tiếp giải đáp một số vướng mắc nhiều doanh nghiệp quan tâm.

mại và Công nghiệp Việt Nam công bố về chỉ số cạnh tranh cấp tỉnh PCI 2020, tỉnh Yên Bái tiếp tục tăng thêm 3 bậc so với năm 2019, xếp ở vị trí thứ 33/63 tỉnh thành.

Tính từ năm 2016 đến 2020, tỉnh Yên Bái đã cải thiện đáng kể trong cải thiện môi trường đầu tư, kinh doanh, thu hút đầu tư vào địa bàn, từ vị trí 47 tiếp tục tăng hạng lên thứ 33 với tổng

điểm gần 63,3 điểm.

Đây là năm thứ 16 liên tiếp VCCI công bố Bộ chỉ số đánh giá và xếp hạng về chất lượng điều hành kinh tế, mức độ thuận lợi, thân thiện của môi trường kinh doanh và nỗ lực cải cách hành chính của chính quyền các tỉnh, thành phố tại Việt Nam, qua đó thúc đẩy sự phát triển của khu vực kinh tế tư nhân.

Có thể khẳng định nhịp nói doanh nghiệp với chính quyền để thúc đẩy cải cách, nâng cao năng lực cạnh tranh ở cấp địa phương và cơ sở đã có những thay đổi, tạo ra sự thay đổi tư duy, cải cách hành chính, nâng cao chất lượng điều hành kinh tế trong thu hút đầu tư.

Đặc biệt tạo sự chuyển biến tích cực về thái độ của chính quyền đối với khu vực kinh tế tư nhân, vai trò của các Hiệp hội doanh nghiệp được đề cao để chung tay cải cách, thúc đẩy đối thoại, hợp tác công tư và giám sát việc thực thi chính sách của chính quyền các cấp.

*Theo baoyenbai.com.vn*

## ĐẠI HỘI ĐẠI BIỂU HỘI BẢO VỆ QUYỀN LỢI NGƯỜI TIÊU DÙNG TỈNH YÊN BÁI LẦN THỨ V

**N**gày 30/3/2021, Hội Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng Yên Bái tổ chức Đại hội đại biểu lần thứ V, nhiệm kỳ 2021 - 2025.

Nhiệm kỳ 2015-2020, Hội Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng tỉnh Yên Bái đã bám sát định hướng chỉ đạo của UBND tỉnh, Hội Bảo vệ người tiêu dùng Việt Nam, các nhiệm vụ chính trị của địa phương phối hợp với các sở, ngành triển khai sâu rộng các nội dung hoạt

động với những hình thức đa dạng, chất lượng và đã đạt được nhiều kết quả tích cực. Nhiệm kỳ qua, hội và các chi hội đã phối hợp với các cơ quan chuyên môn ban hành 215 công văn chỉ đạo liên quan đến hoạt động bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng; in và phát hành trên 200 khẩu hiệu, pano, áp phích; viết trên 300 bài đăng trên website, báo địa phương và Trung ương...tuyên truyền những nội dung liên quan đến công tác bảo vệ người tiêu dùng; tuyên



*Ban Chấp hành Hội Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng tỉnh khóa V, nhiệm kỳ 2021 - 2025 ra mắt Đại hội.*

truyền, vận động người tiêu dùng hưởng ứng Cuộc vận động “Người Việt Nam ưu tiên dùng hàng Việt Nam; tổ chức nhiều hoạt động hưởng ứng Ngày quyền của người tiêu dùng Việt Nam hàng năm (15/3).

Trong nhiệm kỳ, Hội đã trực tiếp tiếp nhận 25 ý kiến phản ánh của người tiêu dùng, đã xem xét và gửi yêu cầu đến các cơ quan, doanh nghiệp liên quan hoặc giao các Chi hội trực thuộc kiêm nhiệm để phối hợp kiểm tra, xử lý, đồng thời tư vấn và hướng dẫn cho người tiêu dùng thực hiện theo quy định; phối hợp với Cục quản lý thị trường tổ chức nhiều đợt trưng bày giới thiệu hàng thật, hàng giả cho đồng đảo người tiêu dùng trên địa bàn tỉnh nhận biết; phối hợp kiểm tra, giám sát nhiều cơ sở sản xuất kinh doanh, qua đó đã phát hiện xử lý nhiều vụ vi phạm, thu về cho nhà nước hàng chục tỷ đồng, hoàn thành tốt nhiệm vụ được giao.

Hội và các chi hội đã tổ chức và phối hợp tổ chức được trên 200 cuộc tập huấn, hội thảo; tham gia 25 cuộc hội thảo do Bộ Công

Thương, VINASTAS, phòng Thương Mại và Công nghiệp Việt Nam (VCCI), tỉnh và các ngành tổ chức; tích cực vận động các doanh nghiệp địa phương nâng cao chất lượng sản phẩm và sức cạnh tranh của hàng hóa, thực hiện cam kết bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng; vận động các doanh nghiệp đăng ký đơn vị vì người tiêu dùng, qua đó Hội được nhiều người tiêu dùng biết đến và tin cậy hơn.

Nhờ tập trung đẩy mạnh công tác tập hợp,



*Đồng chí Vũ Vinh Quang - Ủy viên Ban Chấp hành Đảng bộ tỉnh, Giám đốc Sở Công Thương tặng hoa chúc mừng Đại hội*

đoàn kết hội viên, đến nay, Hội đã có 580 hội viên tham gia sinh hoạt tại 21 Chi hội ở các huyện, thị xã, thành phố và các cơ quan, đơn vị hành chính sự nghiệp và doanh nghiệp (tăng 133 hội viên, và 6 chi hội so với đầu nhiệm kỳ).

Nhiệm kỳ 2021-2025, Hội Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng sẽ tiếp tục tăng cường hơn nữa công tác tuyên truyền để ngày càng nâng cao nhận thức của hội viên và người tiêu dùng, thực hiện cuộc vận động Người Việt



Các đại biểu biểu quyết bầu Ban Chấp hành Hội khóa V.

Nam ưu tiên dùng hàng Việt Nam, tiêu dùng thông minh, giảm phát thải gây ô nhiễm môi trường; tiếp tục phát triển Hội ngày càng vững mạnh, phấn đấu kết nạp được từ 150 hội viên

trở lên, trong đó có ít nhất 03 hội viên tập thể; giải quyết dứt điểm 100% các đơn, thư phản ánh, khiếu nại của người tiêu dùng, không để tồn đọng.

Đại hội đã tiến hành bầu Ban Chấp hành Hội Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng tỉnh khóa V, nhiệm kỳ 2021 - 2025 gồm 25 đồng chí. Ban Chấp hành Hội họp phiên thứ Nhất bầu các chức danh Chủ tịch, Phó Chủ tịch, Thư ký, Thường trực Hội, Ban Kiểm tra. Đồng chí Trịnh Văn Thành - Phó Giám đốc

Sở Công Thương được bầu làm Chủ tịch Hội Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng tỉnh Yên Bái khoá V nhiệm kỳ 2021 - 2025.

*Nguồn Sở Công Thương Yên Bái*

## TUYÊN TRUYỀN VỀ CÔNG TÁC BẢO VỆ QUYỀN LỢI NGƯỜI TIÊU DÙNG NĂM 2021 TRÊN ĐỊA BÀN TỈNH YÊN BÁI

**T**hực hiện Chỉ thị số 30-CT/TW ngày 22/01/2019 của Ban Bí thư về tăng cường sự lãnh đạo của Đảng và trách nhiệm quản lý của Nhà nước đối với công tác bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng, Nghị quyết số 82/NQ-CP ngày 26/5/2020 của Chính phủ ban hành Chương trình hành động thực hiện Chỉ thị số 30-CT/TW ngày 22/01/2019 của Ban Bí thư về tăng cường sự lãnh đạo của Đảng và trách nhiệm quản lý của Nhà nước đối với công tác bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng, Sở Công Thương và Hội Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng đã tham mưu cho Tỉnh Ủy ban hành Kế hoạch số 157-KH/TU ngày 14 tháng 10 năm 2019 về việc thực hiện Chỉ thị số 30-CT/TW ngày 22/01/2019 của Ban Bí thư về tăng cường sự lãnh đạo của Đảng và trách nhiệm quản lý của Nhà nước đối với công tác bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng; ban hành Kế hoạch số 365/KH-SCT ngày 01/3/2021 triển khai các hoạt

động bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng tỉnh Yên Bái năm 2021; kế hoạch tổ chức các hoạt động hưởng ứng Ngày Quyền của người tiêu dùng Việt Nam. Qua đó tăng cường phối hợp các sở, ngành, tổ chức Hội liên quan, UBND cấp huyện, UBND cấp xã trong công tác bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng, tránh chồng chéo trong chỉ đạo điều hành giữa các cơ quan quản lý; tạo điều kiện thuận lợi cho doanh nghiệp, tổ chức, cá nhân phát triển sản xuất, kinh doanh lành mạnh nhằm thiết lập cơ chế phối hợp đồng bộ, hiệu quả trong công tác quản lý nhà nước về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng; đồng thời, phù hợp với tình hình thực tế của từng đơn vị đặc biệt là trong tình hình dịch bệnh Covid-19 vẫn đang diễn biến phức tạp trong và ngoài nước.

Điều 8, điều 9 Luật Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng số 59/2010/QH12 ngày 17/11/2010 quy định một số quyền, nghĩa vụ của người tiêu dùng cần biết

để nâng cao ý thức trách nhiệm của mỗi cá nhân, tổ chức tham gia bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng tại địa phương.

### **1. Quyền của người tiêu dùng gồm:**

1. Được bảo đảm an toàn tính mạng, sức khỏe, tài sản, quyền, lợi ích hợp pháp khác khi tham gia giao dịch, sử dụng hàng hóa, dịch vụ do tổ chức, cá nhân kinh doanh hàng hóa, dịch vụ cung cấp.

2. Được cung cấp thông tin chính xác, đầy đủ về tổ chức, cá nhân kinh doanh hàng hóa, dịch vụ; nội dung giao dịch hàng hóa, dịch vụ; nguồn gốc, xuất xứ hàng hóa; được cung cấp hóa đơn, chứng từ, tài liệu liên quan đến giao dịch và thông tin cần thiết khác về hàng hóa, dịch vụ mà người tiêu dùng đã mua, sử dụng.

3. Lựa chọn hàng hóa, dịch vụ, tổ chức, cá nhân kinh doanh hàng hóa, dịch vụ theo nhu cầu, điều kiện thực tế của mình; quyết định tham gia hoặc không tham gia giao dịch và các nội dung thỏa thuận khi tham gia giao dịch với tổ chức, cá nhân kinh doanh hàng hóa, dịch vụ.

4. Góp ý kiến với tổ chức, cá nhân kinh doanh hàng hóa, dịch vụ về giá cả, chất lượng hàng hóa, dịch vụ, phong cách phục vụ, phương thức giao dịch và nội dung khác liên quan đến giao dịch giữa người tiêu dùng và tổ chức, cá nhân kinh doanh hàng hóa, dịch vụ.

5. Tham gia xây dựng và thực thi chính sách, pháp luật về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng.

6. Yêu cầu bồi thường thiệt hại khi hàng hóa, dịch vụ không đúng tiêu chuẩn, quy chuẩn kỹ thuật, chất lượng, số lượng, tính năng, công dụng, giá cả hoặc nội dung khác mà tổ chức, cá nhân kinh doanh hàng hóa, dịch vụ đã công bố, niêm yết, quảng cáo hoặc cam kết.

7. Khiếu nại, tố cáo, khởi kiện hoặc đề nghị tổ chức xã hội khởi kiện để bảo vệ quyền lợi của mình theo quy định của Luật này và các quy định khác của pháp luật có liên quan.

8. Được tư vấn, hỗ trợ, hướng dẫn kiến thức về tiêu dùng hàng hóa, dịch vụ.

### **2 Nghĩa vụ của người tiêu dùng gồm:**

1. Kiểm tra hàng hóa trước khi nhận; lựa chọn

tiêu dùng hàng hóa, dịch vụ có nguồn gốc, xuất xứ rõ ràng, không làm tổn hại đến môi trường, trái với thuần phong mỹ tục và đạo đức xã hội, không gây nguy hại đến tính mạng, sức khỏe của mình và của người khác; thực hiện chính xác, đầy đủ hướng dẫn sử dụng hàng hóa, dịch vụ.

2. Thông tin cho cơ quan nhà nước, tổ chức, cá nhân có liên quan khi phát hiện hàng hóa, dịch vụ lưu hành trên thị trường không bảo đảm an toàn, gây thiệt hại hoặc đe dọa gây thiệt hại đến tính mạng, sức khỏe, tài sản của người tiêu dùng; hành vi của tổ chức, cá nhân kinh doanh hàng hóa, dịch vụ xâm phạm đến quyền, lợi ích hợp pháp của người tiêu dùng.

Bên cạnh đó, hiện nay tình hình dịch Covid 19 đang diễn biến phức tạp khó lường trong và ngoài nước gây hậu quả nghiêm trọng. Để chủ động phòng, chống dịch COVID-19 trong trạng thái “bình thường mới”, Bộ Y tế đã đưa ra “Thông điệp 5K: Khẩu trang - Khử khuẩn - Khoảng cách - Không tụ tập - Khai báo y tế” với các nội dung chính sau đây:

**KHẨU TRANG:** Đeo khẩu trang vải thường xuyên tại nơi công cộng, nơi tập trung đông người; đeo khẩu trang y tế tại các cơ sở y tế, khu cách ly.

**KHỬ KHUẨN:** Rửa tay thường xuyên bằng xà phòng hoặc dung dịch sát khuẩn tay. Vệ sinh các bề mặt/ vật dụng thường xuyên tiếp xúc (tay nắm cửa, điện thoại, máy tính bảng, mặt bàn, ghế...). Giữ vệ sinh, lau rửa và để nhà cửa thông thoáng.

**KHOẢNG CÁCH:** Giữ khoảng cách khi tiếp xúc với người khác.

**KHÔNG TỤ TẬP** đông người.

**KHAI BÁO Y TẾ:** thực hiện khai báo y tế trên App NCOVI; cài đặt ứng dụng BlueZone tại địa chỉ <https://www.bluezone.gov.vn> để được cảnh báo nguy cơ lây nhiễm COVID-19.

Khi có dấu hiệu sốt, ho, khó thở hãy gọi điện cho đường dây nóng của Bộ Y tế 19009095 hoặc đường dây nóng của Sở y tế tỉnh Yên Bái 0964.671.010. Trung tâm kiểm soát bệnh tật Yên Bái 0853.459.000 để được tư vấn, hỗ trợ, hướng dẫn đi khám bệnh đảm bảo an toàn.

*Nguồn Phòng QLTM, sở Công Thương Yên Bái*

## UBND TỈNH YÊN BÁI TIẾP VÀ LÀM VIỆC VỚI HIỆP HỘI ẨM THỰC NHẬT BẢN - VIỆT NAM

**C**hiều ngày 25/3/2021, đồng chí Phó Chủ tịch UBND tỉnh Vũ Thị Hiền Hạnh đã có buổi làm việc với đoàn công tác của Hiệp hội ẩm thực Nhật Bản - Việt Nam do ông Matsuo Tomoyuki - Giám đốc Hiệp hội ẩm thực Nhật Bản - Việt Nam làm Trưởng đoàn.

Tại buổi làm việc, ông Matsuo Tomoyuki - Giám đốc Hiệp hội ẩm thực Nhật Bản - Việt Nam đã trình bày ý tưởng đầu tư của Hiệp hội vào phát triển quảng bá những món ăn truyền thống mang đậm văn hóa ẩm thực của Việt Nam, Nhật Bản. Ông Matsuo cũng cho rằng, ở Việt Nam có thể mạnh nguồn nguyên liệu thô chất lượng, do đó sự hợp tác giữa nguồn nguyên liệu thô với chế biến công nghệ cao của Nhật Bản sẽ tạo nên sản phẩm tuyệt vời cho người sử dụng.

Hiệp hội sẽ triển khai thực hiện dự án mỗi tỉnh 1 sản phẩm trong 63 tỉnh của Việt Nam và 47 quận của Nhật Bản. Trong dự án 110 sản phẩm, Hiệp hội sẽ lựa chọn sản phẩm đặc trưng nhất của Yên Bái để bán trên cửa hàng online nhằm giới thiệu, quảng bá đến với người tiêu dùng Nhật Bản và thế giới.

Sau khi nghe các ý tưởng đầu tư của Hiệp hội ẩm thực Nhật Bản - Việt Nam, Phó Chủ tịch UBND tỉnh Vũ Thị Hiền Hạnh và đại diện các sở, ngành của tỉnh cũng thông tin về tiềm năng, lợi thế phát triển nông nghiệp của tỉnh Yên Bái. Hiện tỉnh Yên Bái đã hình thành một số vùng sản xuất hàng hóa quy mô lớn, giá trị cao như: Quế, sơn tra, chè, măng bát độ, sắn, cây ăn quả có múi...

Đến hết năm 2020 toàn tỉnh có 83 sản phẩm được đánh giá, phân hạng và được cấp giấy chứng nhận sản phẩm OCOP cấp tỉnh từ 3-4 sao. Giai đoạn 2019-2020 đã hỗ trợ tư vấn về



*Đồng chí Vũ Thị Hiền Hạnh - Phó Chủ tịch UBND tỉnh giới thiệu tới đoàn công tác các sản phẩm đặc sản, sản phẩm OCOP của tỉnh Yên Bái.*

thủ tục đăng ký bảo hộ nhãn hiệu hàng hóa sản phẩm, quảng bá sản phẩm cho 17 sản phẩm.

Nhật Bản là bạn hàng gần gũi với các doanh nghiệp Việt Nam nói chung và doanh nghiệp Yên Bái nói riêng. Hiện nay tỉnh Yên Bái có một số sản phẩm xuất khẩu sang thị trường Nhật Bản như: măng tre bát độ, khoáng sản, dưa gỗ, gỗ xẻ thanh, sản phẩm may mặc.

Qua buổi làm việc, đồng chí Phó Chủ tịch UBND tỉnh Yên Bái mong muốn Hiệp hội ẩm thực sẽ chọn được một sản phẩm đặc trưng của Yên Bái để giới thiệu đến người tiêu dùng Nhật Bản và thế giới. Tỉnh Yên Bái luôn sẵn sàng đồng hành, hỗ trợ để cùng Hiệp hội thực hiện dự án mỗi tỉnh 1 sản phẩm đạt hiệu quả. Đồng thời đề nghị Hiệp hội ẩm thực Nhật Bản - Việt Nam tiếp tục kết nối với các sở, ngành chuyên môn của tỉnh Yên Bái để triển khai các bước phối hợp tiếp theo.

Tại buổi làm việc, đoàn công tác Hiệp hội ẩm thực Nhật Bản - Việt Nam đã đi tham quan, tìm hiểu một số mô hình nông nghiệp của tỉnh Yên Bái.

*Theo Cổng Thông tin điện tử Yên Bái*

## BÀN GIAO CON GIỐNG HỖ TRỢ CHO CÁC HỘ NGHÈO XÃ BẢN CÔNG VÀ XÃ XÀ HỒ HUYỆN TRẠM TẤU



*Lãnh đạo sở Công Thương bàn giao con giống cho các hộ nghèo huyện Trạm Tấu*

**N**gày 15/5/2021, Sở Công Thương đã tổ chức bàn giao con giống hỗ trợ các hộ nghèo theo kế hoạch số 19-KH/TU ngày 23/02/2021 của Tỉnh ủy thực hiện mục tiêu giảm nghèo bền vững năm 2021.

Trong đợt này, Sở Công Thương đã tổ chức bàn giao con giống cho 30 hộ nghèo thuộc xã Bản Công và xã Xà Hồ huyện Trạm Tấu, mỗi hộ được nhận 30 con ngan giống cùng với 5kg cám chăn nuôi. Tất cả các con giống bàn giao các hộ gia đình được tiêm ngừa phòng bệnh đầy đủ, đảm bảo sinh trưởng và phát triển tốt. Trong quá trình chăn nuôi sẽ được cán bộ xã theo dõi chặt chẽ và hướng dẫn kỹ thuật chăm sóc để ngan phát triển tốt.

Thông qua chương trình hỗ trợ con giống của Sở Công Thương giúp hộ nghèo có điều kiện phát triển sản xuất, tăng thu nhập, vươn lên thoát nghèo trong cuộc sống. Qua đó, góp phần ổn định, giữ vững tình hình an ninh chính trị, trật tự an toàn xã hội trên địa bàn tỉnh.

*Nguồn Văn phòng sở Công Thương Yên Bái*

## Giá cả thị trường hàng hóa tại thành phố Yên Bái từ 01-15/05/2021

**T**hị trường thành phố Yên Bái những ngày đầu tháng 05/2021 mặc dù do ảnh hưởng của dịch bệnh covid nhưng giá các mặt hàng lương thực, thực phẩm tại một số chợ dân sinh trên địa bàn thành phố ổn định so với tháng trước. Cụ thể: Thịt lợn hơi: 80.000-85.000 đ/kg; Thịt nạc thăn: 160.000 đ/kg; Thịt mỡ sấn, ba chỉ: 150.000 đ/kg; Thịt gà hơi: 110.000-120.000đ/kg, gà mỡ sấn: 160.000-170.000 đ/kg; Thịt bò - thịt trâu ngon loại I có giá 290.000 - 300.000 đồng/kg.

Giá vật liệu xây dựng biến động so với tháng trước, cụ thể: Sắt φ 6-8 Hòa Phát: 19.550đ/kg, Sắt φ 10 Hòa Phát 121.000 đ/cây, Sắt φ 12 Hòa Phát 189.500đ/cây; Sắt φ 14 Hòa Phát 260.000 đ/cây, Sắt φ 16 Hòa Phát 328.000 đ/cây, Sắt φ 18 Hòa Phát 428.000 đ/cây; Sắt Hòa Phát φ 20 534.000đ/cây; Xi măng ChinFon Hải Phòng (PC30): 1.530.000 đ/tấn; Xi măng ChinFon Hải Phòng (PC40): 1.560.000 đ/tấn (-50.000 đ/tấn); Xi măng Yên Bái (PC30): 995.000 đ/tấn; Xi măng Yên Bái (PC40): 1.105.000 đ/tấn; Xi măng NORCEM Yên Bình (PC30): 1.000.000 đ/tấn; Xi măng NORCEM Yên Bình (PC40): 1.130.000 đ/tấn.

Dưới đây là diễn biến giá cả một số mặt hàng tại thành phố Yên Bái thời gian qua:

Mặt hàng	ĐVT	Giá cả hàng hóa	Ghi chú
		01-15/05/2021	
<b>I/ Hàng lương thực - thực phẩm</b>			
- Thóc tẻ	đ/kg	8.000-8.500	
- Gạo tẻ thơm	đ/kg	14.000-15.000	
- Gạo tám	đ/kg	17.000-18.000	
- Gạo kén	đ/kg	20.000	
- Gạo Sẻng Cù	đ/kg	25.000-30.000	
- Gạo nếp ngon Điện Biên	đ/kg	32.000-34.000	
- Gạo nếp Tú Lệ ngon	đ/kg	45.000	
- Thịt bò loại I	đ/kg	290.000-300.000	
- Đỗ xanh	đ/kg	38.000-40.000	
- Thịt trâu ngon	đ/kg	290.000-300.000	
- Thịt gà hơi	đ/kg	110.000-120.000	
- Thịt gà mỡ sấn	đ/kg	160.000-170.000	
- Thịt lợn hơi	đ/kg	80.000-85.000	
- Thịt nạc thăn	đ/kg	160.000	

## TIN TRONG TỈNH

- Thịt mông sấn, ba chỉ	đ/kg	150.000	
- Muối I ốt	đ/kg	5.000	
<b>II/ Hàng vật liệu xây dựng</b>			
- Sắt 6-8 Hoà Phát	đ/cây	19.550	
- Sắt 10 Hoà Phát	đ/cây	121.000	
- Sắt 12 Hoà Phát	“	189.500	
- Sắt 14 Hoà Phát	“	260.000	
- Sắt 16 Hoà Phát	“	328.000	
- Sắt 18 Hoà Phát	“	428.000	
-Xi măng ChinFon Hải Phòng (PC30)	đ/tấn	1.530.000	
-Xi măng ChinFon Hải Phòng (PC40)	“	1.560.000	
- Xi măng Yên Bái (PC30) vỏ 3 lớp	“	995.000	
- Xi măng Yên Bái (PC40) vỏ 3 lớp	“	1.105.000	
-Xi măng Norcem Yên Bình (PC30) vỏ 3 lớp	“	1.030.000	
-Xi măng Norcem Yên Bình (PC40) vỏ 3 lớp	“	1.130.000	
<b>III/ Hàng công nghệ phẩm</b>			
- Đường tinh luyện XK	Đ/Kg	15.000	
- Thuốc lá Vinataba	Đ/Bao	20.000	
<b>IV/ Nhóm khí đốt hoá lỏng</b>			
- Gas Petrolimex 12kg	đ/bình	350.000	
- Gas Petro, Thăng Long, Đài Hải, Đại Long	“	350.000	
- Total gas	“	380.000	
- Vạn Lộc Y-Bái	“	350.000	
- Xăng RON 95-IV	Đ/lít	20.020	
- Xăng RON 95-III	“	19.920	
- Xăng E5 RON 92	“	18.780	
- Dầu Diezel 0,01%S-V	“	15.420	
- Dầu Diezel 0,05%S-II	“	15.060	

Biểu trên chỉ có giá trị tham khảo

Nguồn Sở Công Thương Yên Bái



## XUẤT NHẬP KHẨU 4 THÁNG ĐẦU NĂM CÓ TỐC ĐỘ TĂNG CAO NHẤT 10 NĂM QUA

Tính chung 4 tháng đầu năm 2021, kim ngạch xuất khẩu hàng hóa ước tính đạt 103,9 tỷ USD, tăng 28,3% so với cùng kỳ năm trước.

Tổng cục Thống kê vừa cho biết hoạt động xuất, nhập khẩu của cả nước 4 tháng đầu năm 2021 so với cùng kỳ năm trước đạt tốc độ tăng cao nhất trong vòng 10 năm qua.

Cụ thể, ước tính tháng 4/2021, kim ngạch xuất khẩu hàng hóa của cả nước đạt 25,5 tỷ USD, giảm 14% so với tháng trước và tăng 44,9% so với cùng kỳ năm trước.

Tính chung 4 tháng đầu năm 2021, kim ngạch xuất khẩu hàng hóa ước tính đạt 103,9 tỷ USD, tăng 28,3% so với cùng kỳ năm trước. Trong đó, khu vực kinh tế trong nước đạt 25,76 tỷ USD, tăng 12,8%, chiếm 24,8% tổng kim ngạch xuất khẩu; khu vực có vốn đầu tư nước ngoài (kể cả dầu thô) đạt 78,14 tỷ USD, tăng 34,4%, chiếm 75,2%.

Trong 4 tháng, có 19 mặt hàng đạt kim ngạch xuất khẩu trên 1 tỷ USD, chiếm 84,5% tổng kim ngạch xuất khẩu.

Về cơ cấu nhóm hàng xuất khẩu 4 tháng đầu năm 2021, nhóm hàng công nghiệp nặng và khoáng sản ước tính đạt 57,58 tỷ USD, tăng 33% so với cùng kỳ năm trước; nhóm hàng công nghiệp nhẹ và tiểu thủ công nghiệp ước tính đạt 36,6 tỷ USD, tăng 27,5%; nhóm hàng nông, lâm sản đạt 7,33 tỷ USD, tăng



*Dây chuyền may sản phẩm quần áo bảo hộ lao động xuất khẩu sang thị trường Nhật Bản*

8,8%; nhóm hàng thủy sản đạt 2,39 tỷ USD, tăng 6,1%.

Bốn tháng đầu năm 2021, Hoa Kỳ là thị trường xuất khẩu lớn nhất của Việt Nam với kim ngạch đạt 30,3 tỷ USD, tăng 50,1% so với cùng kỳ năm trước; tiếp đến là Trung Quốc đạt 16,8 tỷ USD, tăng 32,4%; thị trường EU đạt 12,6 tỷ USD, tăng 18,1%; thị trường ASEAN đạt 8,8 tỷ USD, tăng 13,3%; Hàn Quốc đạt 6,9 tỷ USD, tăng 12,1%; Nhật Bản đạt 6,5 tỷ USD, tăng 1,5%.

Tổng cục Thống kê cũng cho biết ước tính tháng 4/2021, kim ngạch nhập khẩu hàng hóa đạt 27 tỷ USD, giảm 5,1% so với tháng trước và tăng 43,5% so với cùng kỳ năm trước.

Tính chung 4 tháng đầu năm 2021, kim ngạch nhập khẩu hàng hóa ước tính đạt 102,61 tỷ USD, tăng 30,8% so với cùng kỳ năm trước. Trong đó, khu vực kinh tế trong nước đạt 35,69 tỷ USD, tăng 24,8%; khu vực

có vốn đầu tư nước ngoài đạt 66,92 tỷ USD, tăng 34,2%.

Trong 4 tháng đầu năm 2021, có 19 mặt hàng nhập khẩu đạt kim ngạch trên 1 tỷ USD, chiếm 77,4% tổng kim ngạch nhập khẩu.

Bốn tháng đầu năm 2021, nhóm hàng tư liệu sản xuất ước tính đạt 96,31 tỷ USD, tăng 31,4% so với cùng kỳ năm trước và chiếm 93,9% tổng kim ngạch nhập khẩu hàng hóa; nhóm hàng tiêu dùng ước tính đạt 6,3 tỷ USD, tăng 22,5% và chiếm 6,1%.

Trung Quốc vẫn là thị trường nhập khẩu lớn nhất của Việt Nam với kim ngạch đạt 33,1 tỷ USD trong 4 tháng đầu năm nay, tăng 47,8% so với cùng kỳ năm trước; tiếp theo là Hàn Quốc đạt 16,9 tỷ USD, tăng 16,9%; thị trường ASEAN đạt 14,1 tỷ USD, tăng 48,2%; Nhật Bản đạt 7,2 tỷ USD, tăng 10,5%; thị trường EU đạt 5,3 tỷ USD, tăng 16,6%; Hoa Kỳ đạt 5,1 tỷ USD, tăng 7,9%.

Tháng 4/2021, cán cân thương mại hàng hóa thực hiện ước tính nhập siêu 1,5 tỷ USD. Ước tính 4 tháng đầu năm 2021 xuất siêu 1,29 tỷ USD; trong đó, khu vực kinh tế trong nước nhập siêu 9,92 tỷ USD; khu vực có vốn đầu tư nước ngoài (kể cả dầu thô) xuất siêu 11,21 tỷ USD.

Tổng cục Thống kê cũng chỉ ra tổng mức bán lẻ hàng hóa và doanh thu dịch vụ tiêu

dùng tháng 4/2021 ước tính đạt 409.400 tỷ đồng, tăng 2,3% so với tháng trước và tăng 30,9% so với cùng kỳ năm trước.

Tính chung 4 tháng đầu năm 2021, tổng mức bán lẻ hàng hóa và doanh thu dịch vụ tiêu dùng đạt 1.695,6 nghìn tỷ đồng, tăng 10% so với cùng kỳ năm trước (cùng kỳ năm 2020 giảm 2,8%), nếu loại trừ yếu tố giá tăng 9,03% (cùng kỳ năm 2020 giảm 7,76%).

Để hỗ trợ doanh nghiệp trong nước sản xuất và đẩy mạnh xuất khẩu, Bộ Công Thương cho biết sẽ tổ chức khai thác, tận dụng cơ hội từ các Hiệp định thương mại tự do để tìm giải pháp phát triển thị trường và tháo gỡ rào cản để thâm nhập các thị trường mới; ưu tiên triển khai các hoạt động xúc tiến xuất khẩu và các thị trường xuất khẩu sớm khôi phục sau đại dịch COVID-19.

Bộ cũng tập trung theo dõi sát tình hình từng thị trường để rà soát, xác định các chủng loại hàng hóa mà các nước đang có nhu cầu nhập khẩu để khai thác, thúc đẩy xuất khẩu.

Bên cạnh đó, Bộ cũng tiếp tục phát triển mạnh công nghiệp hạ nguồn; trong đó có một số ngành như công nghiệp năng lượng, các ngành công nghiệp về cơ khí chính xác cũng như một số ngành cơ khí chế tạo để đảm bảo cho công nghiệp hỗ trợ có điều kiện phát triển./.

*Theo TTXVN*

## ĐẶC SẢN VIỆT SẴN SÀNG TIẾN VÀO THỊ TRƯỜNG HÀNG ĐẦU THẾ GIỚI

**N**gành yến Việt Nam mới chỉ bắt đầu phát triển mạnh từ năm 2010, với sản lượng chiếm khoảng 3% sản lượng tổ yến toàn cầu.

**Tiềm năng rộng mở**

Ngành yến Việt Nam mới chỉ bắt đầu phát triển mạnh từ năm 2010, với sản lượng chiếm khoảng 3% sản lượng tổ yến toàn cầu. Theo nhìn nhận của Cục Chăn nuôi (Bộ NN&PTNT), hiện nay ngành yến đang có nhiều cơ hội phát



*Một số đặc sản của Việt Nam*

triển, tiềm năng mang lại giá trị kinh tế cao.

Ông Nguyễn Văn Trọng, Phó Cục trưởng Cục Chăn nuôi (Bộ NN&PTNT) đánh giá, yến sào là sản phẩm có giá trị kinh tế cao, có cơ hội xuất khẩu tương đối tốt so với nhiều sản phẩm chăn nuôi khác. Bởi vậy, đây là ngành đã được đưa vào chiến lược phát triển ngành chăn nuôi trong những năm tới.

Theo thống kê, hiện có 42/63 tỉnh, thành trên cả nước có nghề nuôi yến với số lượng khoảng 20.000 nhà yến. Trong đó, Kiên Giang là tỉnh có nhiều nhà yến nhất, khoảng 2.600 nhà. Sản lượng yến của Việt Nam hiện đạt trên dưới 120 tấn, giá trị tương đương 450 triệu USD. Sản phẩm tổ yến hiện chủ yếu được các công ty xuất khẩu, thu về khoảng 100-125 triệu USD/năm.

Tương tự, mặt hàng sầu riêng của Việt Nam cũng được nhìn nhận nhiều cơ hội rộng mở để thúc đẩy xuất khẩu. Vài năm trở lại đây, sầu riêng được xem là loại cây tiền tỷ tại nhiều địa phương. Trao đổi với phóng viên Tạp chí Hải quan, ông Nguyễn Quý Dương, Phó Cục trưởng Cục Bảo vệ thực vật (Bộ NN&PTNT) đánh giá, sầu riêng của Việt Nam hầu như chỉ

xuất khẩu sang Trung Quốc. Người Trung Quốc rất thích sầu riêng, thậm chí coi đây như vua của các loại quả, ăn sầu riêng có thể đem lại may mắn.

Ngoài tổ yến, sầu riêng, mật ong cũng là mặt hàng đặc sản đầy tiềm năng của Việt Nam. Năm 2020 dù kinh tế toàn cầu bị ảnh hưởng lớn bởi dịch Covid-19, song xuất khẩu mật ong lại có sự tăng trưởng đầy ấn tượng. Số liệu của Bộ NN&PTNT cho thấy, 11 tháng năm 2020, xuất khẩu mật ong đạt

tới 65,38 triệu USD, tăng 37% so với cùng kỳ năm 2019.

Ông Nguyễn Thanh Sơn, Chủ tịch Hiệp hội Gia cầm Việt Nam nhận định, trong năm 2020, do ảnh hưởng của dịch Covid-19 nên việc tiêu thụ sản phẩm chăn nuôi sụt giảm đáng kể. Dù vậy điểm đáng chú ý là, tổng kim ngạch xuất khẩu chăn nuôi giảm hơn 40% nhưng cơ cấu mặt hàng xuất khẩu lại có nhiều thay đổi, điển hình là xuất khẩu mật ong tăng “chóng mặt”.

Sẵn sàng “tung cánh”

Theo ông Nguyễn Văn Trọng, những năm qua, nhận thấy tiềm năng xuất khẩu to lớn, Bộ NN&PTNT đã tích cực đẩy mạnh xúc tiến xuất khẩu tổ yến sang các thị trường, trong đó có việc đàm phán để xuất khẩu chính ngạch sang thị trường Trung Quốc. Do tác động của dịch Covid-19, việc đàm phán chủ yếu thông qua họp trực tuyến, đến nay mọi công đoạn chuẩn bị gần như đã hoàn tất.

“Khảo sát nhu cầu của một doanh nghiệp ở Phúc Kiến (Trung Quốc) cho thấy, hiện sản lượng yến của Việt Nam có thể xuất khẩu chỉ đáp ứng được 1/3 nhu cầu của họ. Vì vậy, khi

Nghị định thư xuất khẩu chính ngạch yến sang Trung Quốc được ký kết thì cơ hội cho ngành hàng này ngày càng rộng mở”, lãnh đạo Cục Chăn nuôi nhấn mạnh.

Chia sẻ thêm về vấn đề xuất khẩu tổ yến chính ngạch sang Trung Quốc, ông Nguyễn Văn Long, Phó Cục trưởng Cục Thú y (Bộ NN&PTNT) cho biết, trong nhiều năm qua, để hỗ trợ ngành yến phát triển, Bộ NN&PTNT đã chỉ đạo ngành chức năng, trong đó có Cục Thú y, hướng dẫn các doanh nghiệp chuẩn bị các điều kiện về nhà nuôi yến, chế biến sao cho phù hợp với yêu cầu của thị trường xuất khẩu và thông lệ quốc tế, giám sát tốt các quy định về an toàn dịch bệnh với nghề nuôi yến.

“Các Doanh nghiệp ngành yến đã có quá trình chuẩn bị hồ sơ rất kỹ; tháng 4/2020 đã nộp hồ sơ cho cơ quan có thẩm quyền của Trung Quốc đánh giá. Lẽ ra việc ký Nghị định thư xuất khẩu chính ngạch yến sang Trung Quốc có thể được thực hiện vào tháng 12/2020 nhưng do tác động của dịch Covid-19 nên hai bên đàm phán đến đầu năm 2021 sẽ tiến hành thủ tục này. Qua giám sát cho thấy, vấn đề an toàn dịch bệnh đều đạt yêu cầu theo thông lệ quốc tế và phía đối tác Trung Quốc. Việc chuẩn bị Nghị định thư, mẫu chứng nhận gần như đã hoàn thiện, chỉ chờ hai bên ký kết”, ông Long nói.

Một lần nữa khẳng định hiện các thủ tục để xuất khẩu yến sang Trung Quốc gần như hoàn thiện, Thứ trưởng Bộ NN&PTNT Phùng Đức Tiến nhấn mạnh: “Dự kiến trong quý 1/2021, Việt Nam có thể được xuất khẩu yến sang thị trường tiêu thụ yến lớn nhất nhì thế giới”.

Với mật ong, một số chuyên gia đánh giá, thực thi Hiệp định Thương mại tự do Việt Nam-EU (EVFTA) từ ngày 1/8/2020 đã và đang mở ra nhiều cơ hội cho ngành hàng này. EU đã xóa bỏ thuế cho mật hàng mật ong của Việt Nam ngay khi EVFTA có hiệu lực và không áp dụng hạn ngạch thuế quan.

Với sầu riêng, quy mô thị trường trái sầu riêng toàn cầu sẽ đạt 28,6 tỷ USD vào năm 2025 và đạt tốc độ tăng trưởng bình quân 7,2% trong giai đoạn năm 2019 - 2025. Đây được xem là cơ hội không nhỏ cho trái sầu riêng Việt Nam. Đặc biệt, riêng tại thị trường Trung Quốc, gần đây, Việt Nam đã gửi hồ sơ hoàn chỉnh cho phía Trung Quốc để mở cửa thị trường sầu riêng và khoai lang. “Trong bối cảnh đại dịch Covid-19, phía Việt Nam đề nghị Tổng cục Hải quan Trung Quốc xem xét áp dụng linh hoạt hình thức kiểm tra trực tuyến hoặc qua video như cách làm với tổ yến”, Bộ trưởng Bộ NN&PTNT Nguyễn Xuân Cường nói.

*Theo haiquanonline.com.vn*

## **CHỈ SỐ THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ 2021: HƯỜNG TỎI THU HẸP KHOẢNG CÁCH SỐ**

**T**heo Hiệp hội Thương mại điện tử Việt Nam (VECOM), khoảng cách chênh lệch trong phát triển thương mại điện tử (TMĐT) giữa các địa phương vẫn là vấn đề lớn khi TP.Hồ Chí Minh và Hà Nội bỏ xa những tỉnh thành còn lại về chỉ số TMĐT.

Mức chênh lệch lớn Trong khuôn khổ Diễn đàn Toàn cảnh TMĐT Việt Nam 2021 mới đây, báo cáo chỉ số TMĐT (EBI) 2021 được VECOM công bố cho thấy, TP. Hồ Chí Minh tiếp tục dẫn đầu xếp hạng Chỉ số TMĐT Việt Nam năm 2021 với 67,6 điểm, đứng thứ hai là



*Tiếp tục đẩy mạnh phát triển TMĐT các địa phương*

Hà Nội với 55,7 điểm. Đà Nẵng xếp thứ ba với 19 điểm, có khoảng cách rất xa so với hai địa phương dẫn đầu.

Điểm trung bình của chỉ số năm nay là 8,5 điểm, phản ánh khoảng cách điểm số rất lớn giữa hai đầu tàu là Hà Nội và TP. Hồ Chí Minh với 61 tỉnh thành khác. Các địa phương thuộc khu vực miền núi phía Bắc và Tây Nam Bộ có mức độ phát triển thương mại điện tử thấp nhất. Mức độ chênh lệch này chưa có dấu hiệu thay đổi trong những năm qua.

Top 5 các địa phương đứng đầu cũng có thay đổi so với năm trước khi Đồng Nai đã vươn lên vị trí thứ 5 ngay sau Bình Dương, với 11,14 điểm (năm ngoái đứng thứ 7). Hải Phòng từ xếp hạng thứ 3 xuống vị trí thứ 6. Các địa phương thuộc khu vực phía Bắc và Tây Nam Bộ có mức độ phát triển TMĐT thấp nhất khi đứng ở cuối bảng xếp hạng.

Bên cạnh đó, chỉ số EBI trong những năm qua cho thấy mức độ chênh lệch về chỉ số TMĐT giữa Hà Nội và TP. Hồ Chí Minh chưa có nhiều dấu hiệu thay đổi. “Điểm số trung bình của các địa phương còn lại rất thấp và không có sự chênh lệch đáng kể. Điều này cho thấy thứ hạng của nhóm thứ ba có ý nghĩa tương

đối và có thể nhanh chóng thay đổi qua từng năm nếu các địa phương nỗ lực triển khai hoạt động thúc đẩy doanh nghiệp triển khai TMĐT” - đại diện lãnh đạo VECOM nhìn nhận.

Giai đoạn 2016 - 2020, khoảng cách TMĐT giữa Hà Nội, TP. Hồ Chí Minh và các địa phương còn lại hầu như không thay đổi. Thực tế này chứng tỏ nhiều địa phương chưa khai thác được cơ hội do TMĐT mang lại, đồng thời các doanh nghiệp kinh doanh trực tuyến chậm mở rộng quy mô kinh doanh và tăng trưởng bền vững.

Đại diện lãnh đạo VECOM cũng đánh giá, dù khoảng cách trong phát triển TMĐT giữa 2 thành phố lớn và các địa phương trong 6 năm qua vẫn liên tục kéo dài song đại diện VECOM cũng cho biết năm 2020 nhiều địa phương đã có chuyển động tích cực và có thể thu hẹp dần khoảng cách.

Từ năm 2021- 2025 sẽ là giai đoạn phát triển nhanh

Theo dự đoán của VECOM, từ năm 2021-2025 sẽ là giai đoạn phát triển nhanh. Để đạt được mục tiêu các địa phương ngoài Hà Nội và TP. Hồ Chí Minh chiếm 50% giá trị giao dịch TMĐT B2C của toàn quốc thì cần có sự phối hợp chặt chẽ, hành động quyết liệt của các doanh nghiệp và cơ quan quản lý nhà nước, đặc biệt là các Sở Công Thương và các tổ chức xã hội nghề nghiệp. Vẫn còn khoảng cách đáng kể giữa mục tiêu và giải pháp đề ra trong các chính sách vĩ mô liên quan tới TMĐT và hành động của các cơ quan quản lý nhà nước để đạt được những mục tiêu này.

Trước đó, năm 2020, Quốc hội ban hành Nghị quyết số 120/2020/QH14 về Chương trình mục tiêu quốc gia phát triển kinh tế - xã hội vùng

đồng bào dân tộc thiểu số và miền núi giai đoạn 2021 - 2030 đề ra mục tiêu thu hẹp dần khoảng cách về mức sống, thu nhập của vùng đồng bào dân tộc thiểu số và miền núi so với bình quân chung của cả nước. TMĐT sẽ là một công cụ hữu ích giúp các địa phương khó khăn nhất, bao gồm các tỉnh miền núi, vùng sâu, vùng xa, vùng đồng bào dân tộc ít người xoá đói giảm nghèo, thu hẹp chênh lệch về thu nhập.

Đại diện Cục Thương mại điện tử và Kinh tế số (Bộ Công Thương) cho rằng, trong thời gian tới, cơ quan quản lý nhà nước sẽ tăng cường hỗ trợ các địa phương có chỉ số TMĐT thấp. Hiện Cục đã tập trung xây dựng Kế hoạch tổng thể phát triển thương mại điện tử quốc gia giai đoạn 2021-2025 với nhiều nhóm giải pháp hỗ trợ các địa phương như: Đào tạo nâng lực quản lý nhà nước về TMĐT, nâng cao năng

lực ứng dụng TMĐT... sẽ giúp các địa phương nâng cao thứ hạng của mình trong tương lai.

Bên cạnh đó nhiều hoạt động thuộc của Chương trình phát triển TMĐT quốc gia cũng tiếp tục tập trung thực hiện như: Nghiên cứu và xây dựng mô hình thanh toán TMĐT; xây dựng giải pháp bán hàng trực tuyến; xây dựng hệ thống giám sát và quản lý hoạt động TMĐT trên môi trường trực tuyến; xây dựng giải pháp đào tạo trực tuyến về TMĐT; nghiên cứu giải pháp thẻ thanh toán...nhằm hỗ trợ doanh nghiệp các địa phương tận dụng tối đa những lợi ích mà TMĐT đem lại trong việc quảng bá sản phẩm, định vị thương hiệu, kết nối khách hàng và tìm kiếm thị trường để mở rộng mạng lưới kinh doanh.

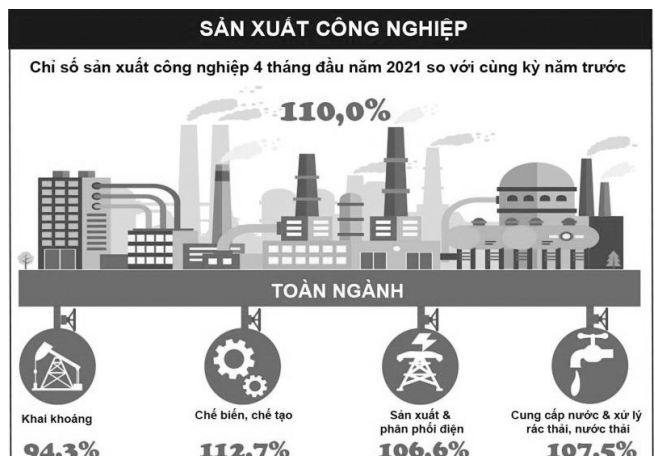
*Theo congthuong.vn*

## SẢN XUẤT CÔNG NGHIỆP 4 THÁNG ĐẦU NĂM TĂNG 10%

**C**hỉ số sản xuất toàn ngành công nghiệp (IIP) tháng 4/2021 tăng 1,1% so với tháng trước và tăng 24,1% so với cùng kỳ năm trước. Tính chung 4 tháng đầu năm, chỉ số sản xuất công nghiệp tăng 10% so với cùng kỳ năm trước...

Trong mức tăng chung của toàn ngành công nghiệp 4 tháng đầu năm 2021, ngành chế biến, chế tạo tăng 12,7% (cùng kỳ năm trước tăng 9,7%), đóng góp 10,2 điểm phần trăm vào mức tăng chung.

Tiếp đến là ngành sản xuất và phân phối điện tăng 6,6% (cùng kỳ năm trước giảm 6,5%), đóng góp 0,6 điểm phần trăm; ngành cung cấp nước, hoạt động quản lý và xử lý rác thải, nước thải tăng 7,5% (cùng kỳ năm trước



*Sản xuất công nghiệp 4 tháng đầu năm 2021*

giảm 0,3%), đóng góp 0,1 điểm phần trăm; riêng ngành khai khoáng giảm 5,7% (cùng kỳ năm trước giảm 6,8%), làm giảm 0,9 điểm phần trăm

trong mức tăng chung.

Trong các ngành công nghiệp cấp II, một số ngành trọng điểm có chỉ số sản xuất 4 tháng tăng cao so với cùng kỳ năm trước: Sản xuất kim loại tăng 37,9%; sản xuất xe có động cơ tăng 32,9%; sản xuất giường, tủ, bàn ghế tăng 17,6%; sản xuất mô tô, xe máy tăng 16,9%; sản xuất đồ uống tăng 16,1%; hoạt động thu gom, xử lý và tiêu hủy rác thải, tái chế phế liệu tăng 15,7%; sản xuất thiết bị điện tăng 15,3%; sản xuất sản phẩm điện tử, máy vi tính và sản phẩm quang học tăng 15%; sản xuất máy móc, thiết bị chưa được phân vào đâu tăng 14,1%; sản xuất sản phẩm từ cao su và plastic tăng 12,9%.

Ở chiều ngược lại, một số ngành có chỉ số giảm: Sản xuất than cốc, sản phẩm dầu mỏ tinh chế giảm 2%; thoát nước và xử lý nước thải giảm 2,2%; khai thác than cứng và than non giảm 2,8%; in, sao chép bản ghi các loại giảm 3,5%; khai thác dầu thô và khí đốt tự nhiên giảm 8,9%.

Một số sản phẩm công nghiệp chủ yếu 4 tháng đầu năm 2021 tăng cao so với cùng kỳ năm trước, gồm: Thép cán tăng 61,8%; ô tô tăng 52,5%; linh kiện điện thoại tăng 29,2%; điện thoại di động tăng 21,3%; ti vi các loại tăng 20,9%; xe máy tăng 20%; bia các loại và sữa bột cùng tăng 18,1%; sơn hóa học tăng 17,5%; sắt,

thép thô tăng 17,4%; giày, dép da tăng 13,3%; phân hỗn hợp NPK tăng 12%; vải dệt từ sợi tự nhiên tăng 10,1%.

Một số sản phẩm giảm so với cùng kỳ năm trước: Dầu mỏ thô khai thác giảm 9%; khí đốt thiên nhiên dạng khí giảm 8,8%; bột ngọt giảm 6,8%; phân u rê giảm 6,3%; xăng dầu các loại giảm 3,9%; than sạch giảm 2,8%; đường kính giảm 1,3%.

Số lao động đang làm việc trong các doanh nghiệp công nghiệp tại thời điểm 01/4/2021 tăng 1,5% so với cùng thời điểm tháng trước và tăng 1,8% so với cùng thời điểm năm trước, trong đó lao động khu vực doanh nghiệp Nhà nước tăng 0,2% và giảm 2,9%; doanh nghiệp ngoài Nhà nước tăng 1,3% và tăng 1,1%; doanh nghiệp có vốn đầu tư trực tiếp nước ngoài tăng 1,8% và tăng 3%.

Theo ngành hoạt động, số lao động đang làm việc trong các doanh nghiệp ngành khai khoáng tăng 0,2% so với cùng thời điểm tháng trước và giảm 3,2% so với cùng thời điểm năm trước; ngành chế biến, chế tạo tăng 1,6% và tăng 2,1%; ngành sản xuất và phân phối điện không đổi và tăng 0,9%; ngành cung cấp nước, hoạt động quản lý và xử lý rác thải, nước thải tăng 0,1% và giảm 0,4%.

Theo Vneconomy.vn

## THÉP XÂY DỰNG ĐỒNG LOẠT TĂNG GIÁ TỪ 300 - TRÊN 500 ĐỒNG/KG

**N**gày 8/5, hàng loạt doanh nghiệp thép lớn trong nước điều chỉnh tăng giá bán các sản phẩm thép từ 300 - trên 500 đồng/kg so với ngày 7/5. Như vậy, sau khi tăng liên tiếp, giá thép trên thị trường đã thiết lập kỷ lục mới, vượt ngưỡng 17.000 đồng/kg...

Cụ thể, tại thị trường miền Bắc, miền Trung

và miền Nam, thép Hòa Phát đã tăng giá bán các sản phẩm, thiết lập kỷ lục mới và cao nhất trong vòng 30 ngày qua.

Thép Việt Ý cũng tăng mạnh về giá, vượt ngưỡng 17.000 đồng. Thép Kyoei cũng điều chỉnh tăng giá hai sản phẩm thép cuộn CB240 và thép thanh vằn D10 CB300.



*Giá thép lập kỷ lục mới trên thị trường*

Đối với thép Việt Đức, hai sản phẩm của thương hiệu này đã tăng giá sau nhiều ngày ổn định. Công ty thép Thái Nguyên đã tăng mạnh về giá, hai sản phẩm thép cuộn CB240 đang có giá 17.460 đồng/kg; còn với thép D10 CB300 ở mức giá 17.200 đồng/kg.

Riêng thương hiệu thép Mỹ không tăng giá bán, hiện thép cuộn CB240 đang có giá 16.200 đồng/kg, còn thép thanh vằn D10 CB300 đang ở mức giá 16.220 đồng/kg. Thép Pomina không có thay đổi về giá từ ngày 27/4 tới nay, giữ ở mức trên 17.000 đồng/kg.

Lý giải nguyên nhân giá thép liên tục tăng cao thời gian qua, các doanh nghiệp thép cho rằng do giá nguyên liệu đầu vào tăng cao.

Cụ thể, theo số liệu thống kê của Tổng cục Hải quan, tính từ đầu năm đến hết ngày 15/4/2021, nhập khẩu các loại nguyên liệu sắt thép gồm phôi thép, phế liệu sắt thép, quặng và khoáng sản khác, than các loại đều tăng cả lượng và giá trị. Giá các nguyên liệu thép nhập khẩu tăng cao đã kéo giá thép trong nước cũng theo đó tăng lên chóng mặt.

*Theo Thời báo kinh tế Việt Nam*

## GIÁ LƯƠNG THỰC, THỰC PHẨM GIẢM KÈO CPI THÁNG 4 GIẢM 0,04%

**G**ía lương thực, thực phẩm giảm do nguồn cung dồi dào; giá điện, nước sinh hoạt giảm theo nhu cầu tiêu dùng là những nguyên nhân chính làm chỉ số giá tiêu dùng (CPI) tháng 4/2021 giảm 0,04% so với tháng trước, tăng 1,27% so với tháng 12/2020...

Theo Tổng cục Thống kê, so với cùng kỳ năm trước, CPI tháng 4 tăng 2,7%. CPI bình quân 4 tháng đầu năm 2021 tăng 0,89%, mức tăng thấp nhất kể từ năm 2016. Lạm phát cơ bản 4 tháng tăng 0,74%.

Trong mức giảm 0,04% của CPI tháng 4/2021 so với tháng trước, khu vực thành thị giảm 0,08%; khu vực nông thôn tăng 0,01%. Khu vực thành thị có tốc độ CPI tháng 4 giảm

so với tháng trước trong khi khu vực nông thôn tăng nhẹ chủ yếu do chỉ số giá nhóm lương thực của khu vực thành thị giảm 0,06%; khu vực nông thôn tăng 0,03%.

Trong 11 nhóm hàng hóa và dịch vụ tiêu dùng chính tháng 4/2021 có 4 nhóm giảm giá so với tháng trước, gồm nhóm hàng ăn và dịch vụ ăn uống; nhóm nhà ở và vật liệu xây dựng; nhóm bưu chính, viễn thông; nhóm văn hóa, giải trí và du lịch.

6 nhóm tăng giá thì nhóm giao thông có mức tăng so với tháng trước cao nhất, do ảnh hưởng của các đợt điều chỉnh tăng, giảm giá xăng, dầu vào ngày 27/3/2021, 12/4/2021 và 27/4/2021.

Dù chỉ số giá tiêu dùng bình quân 4 tháng đầu



năm 2021 tăng 0,89% so với cùng kỳ năm 2020, mức tăng thấp nhất kể từ năm 2016, nhưng nguyên nhân làm tăng CPI trong 4 tháng đầu năm 2021 là do giá gạo trong nước tăng theo giá gạo xuất khẩu và nhu cầu tiêu dùng gạo nếp, gạo tẻ ngon trong dịp Tết Nguyên đán tăng cao, làm cho giá gạo 4 tháng đầu năm 2021 tăng 7,76% so với cùng kỳ năm trước. Điều này góp phần làm CPI chung tăng 0,2 điểm phần trăm.

Còn nguyên nhân làm giảm CPI trong 4 tháng đầu năm 2021 so với cùng kỳ năm trước là do Chính phủ triển khai các gói hỗ trợ cho người dân và người sản xuất gặp khó khăn do dịch Covid-19, trong đó gói hỗ trợ của Tập đoàn Điện lực Việt Nam đã giảm giá điện, tiền điện cho khách hàng trong quý II và quý IV năm 2020.

Tổng cục Thống kê cũng cho rằng, lạm phát cơ bản tháng 4/2021 tăng 0,07% so với tháng trước, tăng 0,95% so với cùng kỳ năm trước. Bình quân 4 tháng đầu năm 2021 lạm phát cơ



CPI tháng 4/2021 tăng thấp nhất kể từ năm 2016

bản tăng 0,74% so với cùng kỳ năm 2020, thấp hơn mức CPI bình quân chung (tăng 0,89%). Điều này phản ánh biến động giá tiêu dùng chủ yếu do giá lương thực, thực phẩm và giá xăng, dầu tăng. Mức lạm phát cơ bản tháng 4 và 4 tháng đầu năm 2021 so với cùng kỳ năm trước đều là mức thấp nhất trong 5 năm trở lại đây.

*Theo Thời báo kinh tế việt nam*

## THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ: KÈNH ĐƯA HÀNG VIỆT RA THỊ TRƯỜNG THẾ GIỚI

Với doanh thu thương mại điện tử B2C toàn cầu năm 2023 dự kiến đạt 2.883 tỷ USD, thương mại điện tử xuyên biên giới sẽ là kênh vô cùng hiệu quả cho doanh nghiệp mở rộng thị trường.

“Cái khó ló cái khôn” khi trong lúc các doanh nghiệp Việt đang gặp nhiều khó khăn cho việc xuất khẩu hàng hóa ra thế giới do phải đối mặt với dịch COVID-19 gây ra thì thương mại điện tử xuyên biên giới được coi là “cứu cánh” giúp các doanh nghiệp xoay chuyển tình thế, đồng thời còn mở ra nhiều cơ hội để tham gia chuỗi cung ứng toàn cầu nếu biết nắm lấy cơ hội.

**Mở rộng thị trường, tiếp cận trực tiếp người tiêu dùng**

Bà Lại Việt Anh, Phó Cục trưởng Cục Thương mại Điện tử và Kinh tế số (IDEA), cho biết Việt Nam nằm trong khu vực châu Á-Thái Bình Dương, là quốc gia có tốc độ phát triển thương mại điện tử xuyên biên giới nhanh nhất thế giới.

Với doanh thu thương mại điện tử B2C (kinh doanh trực tiếp đến người tiêu dùng) toàn cầu năm 2023 dự kiến đạt 2.883 tỷ USD, thương mại điện tử xuyên biên giới sẽ là kênh vô cùng hiệu quả cho doanh nghiệp mở rộng thị trường.

Tuy nhiên, để hàng hóa Việt Nam kết nối

hiệu quả với thị trường toàn cầu, ngoài những giải pháp từ cơ quan quản lý thì mấu chốt là các doanh nghiệp phải thực sự vào cuộc, thích ứng với xu hướng.

Phát triển hạ tầng thương mại số: Chiến lược tái cấu trúc thị phần

Trong năm 2020, thương mại điện tử xuyên biên giới đã trở thành một phương thức hữu hiệu để doanh nghiệp Việt Nam mở lối vào chuỗi cung ứng toàn cầu, giảm thiểu rủi ro chuỗi cung ứng truyền thống đang bị đứt đoạn hoặc đình trệ do ảnh hưởng bởi dịch COVID-19.

Ông Trần Quốc Toàn, Giám đốc Công ty trách nhiệm hữu hạn Cờ Đỏ - một doanh nghiệp có mặt hàng thủ công mỹ nghệ xuất khẩu đến thị trường 50 quốc gia và vùng lãnh thổ, chia sẻ: “Hy vọng thông qua sàn thương mại điện tử Amazon, doanh nghiệp có thể tiếp cận trực tiếp với người tiêu dùng. Dịch COVID-19 ảnh hưởng rất lớn đến hoạt động giao thương trực tiếp. Chúng tôi hy vọng khi mang các sản phẩm thủ công mỹ nghệ lên kênh Amazon sẽ tiếp cận được nhiều khách hàng hơn, sản phẩm đến được thẳng tay người tiêu dùng cuối cùng.”

Đồng quan điểm này, ông Trần Đức Chung, Giám đốc Công ty trách nhiệm hữu hạn Vinescraft (quận Bắc Từ Liêm, thành phố Hà Nội), chia sẻ trước đây, phương thức xuất khẩu của doanh nghiệp chủ yếu là tiếp cận với các nhà nhập khẩu, hoặc các trung tâm phân phối, cá nhân, cửa tiệm.

Cách đây 5 năm, doanh nghiệp bắt tay vào việc đưa hàng lên kênh thương mại điện tử Amazon. Thời điểm này, thông tin về kênh phân phối này tại thị trường Việt Nam là chưa nhiều.

Mất 2 năm tìm hiểu về thị hiếu tiêu dùng của người Mỹ cũng như tìm hiểu cách bán trên àn



*Nhân viên đóng gói hàng hóa cho khách hàng tại một trung tâm dịch vụ của Amazon.*

thương mại điện tử Amazon. Với sự mày mò và phát triển, đến thời điểm này, mỗi ngày doanh nghiệp có khoảng 300-500 đơn hàng.

Trên Amazon các đơn hàng giá trị 50 USD trở lại là các đơn hàng dễ bán. Hiện nay, các đơn hàng của doanh nghiệp có giá từ 19-40 USD/đơn.

Chia sẻ kinh nghiệm từ chính doanh nghiệp mình, ông Trần Đức Chung cho rằng bất kỳ nền tảng nào đều có những điểm lợi thế và hạn chế. Điều quan trọng nhất đối với doanh nghiệp đó là tìm kiếm sự phù hợp giữa doanh nghiệp và sàn thương mại điện tử xuyên biên giới mà mình sẽ tham gia từ đó thúc đẩy doanh số của doanh nghiệp.

Bên cạnh đó, để có thể xuất khẩu được sản phẩm qua kênh thương mại điện tử xuyên biên giới cần có sự thích nghi với sự thay đổi về nhu cầu của khách hàng, chính sách của sàn. Có như vậy, doanh nghiệp mới có thể thành công.

Ngoài ra, doanh nghiệp khi tham gia sàn thương mại điện tử cần tìm hiểu các quy định, cách thức để có thể xuất khẩu đúng tiêu chuẩn của Amazon, cách thức vận chuyển, thủ tục mở gian hàng, thời gian giao nhận hàng... Tất cả những yếu tố này đều tác động lên giá thành của sản phẩm.

Bên cạnh đó, thương mại điện tử cũng rất phụ thuộc vào sản phẩm và mùa vụ. Chẳng hạn, nếu sản phẩm bán vào dịp Noel hay cuối năm thì lượng đơn hàng tăng mạnh, nhưng ở dịp đầu năm thì đơn hàng lại giảm. Nếu bạn kinh doanh mặt hàng thời trang, từ tháng 3-9 là cao điểm mùa du lịch nên tăng trưởng bán hàng sẽ rất nhanh, nhưng đến hết mùa du lịch thì lại giảm.

Dịch COVID-19 gây không ít trở ngại cho xuất khẩu hàng hóa Việt Nam ra thị trường quốc tế. Trước thách thức đó, việc xuất khẩu trực tuyến thông qua sàn thương mại điện tử quy mô toàn cầu như Amazon không chỉ là giải pháp tình thế, mà còn mở ra nhiều cơ hội cho doanh nghiệp tham gia chuỗi cung ứng toàn cầu.

### **Đẩy mạnh chuyển đổi số, đa dạng kênh bán hàng**

Theo số liệu cung cấp bởi Amazon Global Selling Việt Nam, hiện đã có hàng nghìn doanh nghiệp Việt Nam đưa qua kênh thương mại điện tử này với doanh thu năm 2020 vượt mốc 1 triệu USD, tăng gấp 3 lần so với năm 2019.

Tuy nhiên, để doanh nghiệp tăng số lượng đơn hàng, doanh thu trên sàn thương mại điện tử xuyên biên giới không phải là dễ dàng, mà còn gặp không ít những khó khăn. Đó là làm thế nào để phát triển thương hiệu của mình, nâng cao nhận diện với người mua nước ngoài, đồng thời giảm chi phí giao hàng vì sản phẩm bán online thường có giá trị không lớn.

Ông Gijae Seong - Giám đốc Quốc gia của Amazon Global Selling Việt Nam - cho rằng doanh nghiệp cần phải đẩy mạnh chuyển đổi số, hướng tới phát triển bền vững và đa dạng hóa kênh bán hàng.

Bên cạnh đó, cần thích ứng với những thay đổi từ nhu cầu khách hàng, tối ưu hóa sản phẩm và dịch vụ dựa theo đánh giá. Cuối cùng là mở rộng kênh bán hàng xuyên biên giới, mang hàng Việt ra thế giới.

Đồng quan điểm này, bà Lại Việt Anh, Phó

Cục trưởng Cục Thương mại điện tử và Kinh tế số, nhận định dịch COVID-19 tạo áp lực thay đổi, mở hướng đi mới cho doanh nghiệp, kể cả doanh nghiệp nhỏ.

Một trong những cơ hội đó là doanh nghiệp ứng dụng công nghệ số, chuyển đổi mô hình kinh doanh của mình lên môi trường trực tuyến, để kết nối trực tiếp với người tiêu dùng.

Tận dụng hiệu quả phương thức xuất khẩu trực tuyến không chỉ cần chính sách, mà cần hỗ trợ nền tảng của các sàn thương mại điện tử lớn có phạm vi hoạt động trên thế giới, từ đó cho doanh nghiệp biết đâu là cơ hội, thách thức đang chờ đợi họ.

Theo đại diện Dự án Thúc đẩy cải cách và nâng cao năng lực kết nối của doanh nghiệp nhỏ và vừa (USAID LinkSME), thế giới đang thay đổi nhanh chóng nên đặt ra thách thức với nhà cung cấp về áp lực cạnh tranh ngày càng khốc liệt.

Khách hàng có nhiều lựa chọn nên đòi hỏi doanh nghiệp không ngừng nâng cao chất lượng sản phẩm, đóng gói, bao bì, dịch vụ đáp ứng các tiêu chuẩn mà thị trường, người dùng thế giới cần.

Để hỗ trợ cho các doanh nghiệp trong việc đẩy mạnh xuất khẩu trực tiếp thông qua kênh thương mại điện tử xuyên biên giới, bà Trần Thị Phương Lan, Quyền Giám đốc Sở Công Thương Hà Nội, cho biết tới đây Hà Nội sẽ tổ chức một cuộc xúc tiến riêng các mặt hàng thủ công mỹ nghệ và làng nghề của Hà Nội vào kênh thương mại điện tử xuyên biên giới Amazon.

Sở rất kỳ vọng qua các đợt hỗ trợ như tổ chức các buổi hội thảo, các lớp tập huấn, các doanh nghiệp vừa và nhỏ sẽ hiểu rõ và nắm bắt được những quy trình, thủ tục, các quy định. Đồng thời, được tư vấn để thường xuyên làm mới sản phẩm của mình trên hệ thống. Từ đó, có thể gây được sự chú ý và phản hồi tích cực của người tiêu dùng trên thị trường thế giới./.

*Theo Vietnamplus*

## THÚC ĐẨY KINH TẾ TUẦN HOÀN ĐỐI VỚI NGUỒN THẢI

**V**iệt Nam phấn đấu đến năm 2025 đạt 70 - 90% nguồn thải trong các lĩnh vực công nghiệp trọng điểm được đánh giá, kiểm kê.

Kế hoạch bảo vệ môi trường ngành Công Thương giai đoạn 2020-2025 đã được Thủ tướng Chính phủ phê duyệt tại Quyết định số 1375/QĐ-TTg.

Theo đó, đến năm 2025, 70 - 90% nguồn thải trong các lĩnh vực công nghiệp trọng điểm được đánh giá, kiểm kê, hoàn thiện cơ sở dữ liệu và ban hành chính sách, quy định kiểm soát; 80% tổng lượng tro, xỉ, thạch cao phát sinh từ các nhà máy điện, nhà máy hóa chất, phân bón được tái chế, tái sử dụng và xử lý làm nguyên liệu sản xuất, vật liệu xây dựng, san lấp đáp ứng yêu cầu bảo vệ môi trường...

### THAY ĐỔI TỪ NHẬN THỨC

Kế hoạch bảo vệ môi trường ngành Công Thương giai đoạn 2020 - 2025 nhằm thúc đẩy các mô hình công nghiệp xanh trong các ngành công nghiệp; đề xuất xây dựng mô hình thí điểm khu công nghiệp, cụm công nghiệp, tiểu thủ công nghiệp sinh thái, thân thiện môi trường; đào tạo nhân lực, phổ biến các quy định pháp luật, nâng cao ý thức trách nhiệm về bảo vệ môi trường...

Tuy nhiên, ông Trần Anh Tấn, Phó Cục trưởng Cục Kỹ thuật an toàn và Môi trường công nghiệp (Bộ Công Thương), cho rằng hiện nay hệ thống pháp luật và chính sách về bảo vệ môi trường đang còn nhiều điểm chưa đồng bộ, cần thiết phải rà soát và điều chỉnh hoàn thiện.

Theo ông Trần Văn Lượng, Chủ tịch Hiệp hội Công nghiệp Môi trường Việt Nam, môi



*Tái chế là phương án xử lý rác thải hiệu quả nhất*

trường của Việt Nam đang ngày càng đối mặt với những vấn đề mà toàn xã hội phải vào cuộc và quan tâm. Quốc hội cũng đã ban hành Luật Bảo vệ môi trường năm 2020, trong đó cũng quy định ngành công nghiệp môi trường là một ngành kinh tế để phát triển.

Để phát triển công nghiệp môi trường, phải gắn rất chặt với công nghệ của từng ngành sản xuất. Đồng thời ngành này phải giải quyết bài toán gắn chặt với nền kinh tế tuần hoàn, đó là ngành công nghiệp mà tạo ra giá trị gia tăng cho sản phẩm còn lại của quá trình công nghiệp khác.

“Thúc đẩy nền kinh tế tuần hoàn trước hết ở nhận thức. Nhận thức từ người dân cho đến những người làm quản lý, phải coi kinh tế tuần hoàn không phải để xử lý chất thải mà tuần hoàn vật chất, tạo ra giá trị gia tăng cho những vật chất mà trong quá trình sử dụng công nghệ vẫn chưa được sử dụng hết thì sẽ được tiếp tục được sử dụng trong một ngành công nghệ mới”, ông Lượng nhấn mạnh.

Từ góc độ là doanh nghiệp trực tiếp thực

hiện, ông Trần Đình Quyền, Chủ tịch Hội đồng quản trị Tập đoàn Tín Thành, cho biết Tập đoàn đã sử dụng nhiên liệu biomass (phế phẩm nông nghiệp, lâm nghiệp...) để thay thế cho hàng triệu tấn dầu FO (còn gọi là dầu Mazut), góp phần giảm phát hàng triệu tấn CO2 cho nhiều địa phương trên cả nước.

Doanh nghiệp cũng đã và đang tập trung chuyên sâu về chương trình công nông nghiệp khép kín tuần hoàn phát triển năng lượng tái tạo. Tín Thành hiện cũng đang sở hữu hai loại nhiên liệu quan trọng để chuyển hóa thành điện hơi, điện sinh khối, điện rác thải. Tuy nhiên, trong quá trình triển khai, Tín Thành và nhiều doanh nghiệp trong ngành đang gặp nhiều khó khăn, trở ngại về cơ chế, chính sách và quy định pháp luật.

Vì vậy, ông Thành cũng như nhiều doanh nghiệp rất mong nhận được sự hỗ trợ từ phía Chính phủ, các bộ ngành liên quan tạo điều kiện thuận lợi, có cơ chế hỗ trợ phù hợp, kịp thời trong việc triển khai các dự án nhằm góp phần thúc đẩy kinh tế tuần hoàn của Việt Nam. Qua đó, thúc đẩy nhanh quy trình tái cơ cấu ngành năng lượng, nông nghiệp, môi trường và phát triển kinh tế xã hội đất nước.

#### BIẾN RÁC THẢI THÀNH TIỀN

Đề cập đến những kết quả mà Tập đoàn Tín Thành, Công ty TNHH Điện lực Vĩnh Tân 1, Công ty TNHH Môi trường SUS Thượng Hải, Công ty Cổ phần Thương mại xây dựng Đa Lộc... đã thành công trong việc thực hiện kinh tế tuần hoàn đối với chất thải, GSTSNGND Võ Tòng Xuân chỉ ra rằng phế phẩm nông nghiệp, phế thải công nghiệp chính là tài nguyên đắt giá.

“Với khoa học kỹ thuật và công nghệ hiện nay các doanh nghiệp hoàn toàn có đủ năng lực để thực thi hiệu quả trong việc biến rác thải



Ông Trần Văn Lương. Chủ tịch Hiệp hội Công nghiệp môi trường Việt Nam.

thành tiền. Theo đó, thông qua công nghệ và sự vận hành theo chuỗi của các nhà máy sẽ biến rác thải thành điện năng, phân bón, vật liệu xây dựng... có giá trị, vừa mang lại lợi ích lớn cho cuộc sống và trực tiếp bảo vệ môi trường”, GS.TS NGND Võ Tòng Xuân nhấn mạnh.

Ngành Công Thương với đặc thù sản xuất công nghiệp và thương mại, góp phần không nhỏ vào phát triển kinh tế, các doanh nghiệp thuộc ngành đóng vai trò quan trọng trong việc xanh hóa nền công nghiệp, xây dựng nền kinh tế xanh, phát triển bền vững đất nước. Tuy nhiên, các hoạt động sản xuất công nghiệp và thương mại cũng phát sinh nhiều vấn đề về môi trường cần được quan tâm giải quyết.

Hơn nữa, Việt Nam hội nhập ngày càng sâu rộng với nền kinh tế thế giới, đòi hỏi các doanh nghiệp trong nước phải có những bước đi bền vững, nâng cao chất lượng sản phẩm gắn liền với bảo vệ môi trường.

Vì thế, ông Hoàng Văn Vy, Cục phó Cục Bảo vệ môi trường miền Bắc thuộc Tổng cục Môi trường (Bộ Tài nguyên và Môi trường), cho rằng các doanh nghiệp phải nhìn nhận, thay đổi chiến lược phát triển, xác định phát triển kinh tế

phải đảm bảo không làm phương hại đến môi trường, hướng tới một nền kinh tế xanh - sạch - nền kinh tế tuần hoàn để phát triển bền vững.

Từ phía cơ quan quản lý, ông Trần Anh Tấn cho biết Chính phủ và Bộ Công Thương cũng đã yêu cầu các bộ ngành, cộng đồng doanh nghiệp cần nhận diện, xác định các thách thức, vấn đề về môi trường trong các hoạt động công nghiệp (chất thải điện tử, điện mặt trời, điện gió, điện

rác, từ trường, bức xạ...) và thương mại (dịch chuyển các loại công nghệ cũ, lạc hậu, nhập khẩu phế liệu làm nguyên liệu sản xuất...) để xây dựng một nền kinh tế xanh sạch, thân thiện với môi trường và giúp cơ quan quản lý nhà nước có được các giải pháp cụ thể nhằm tránh bị động trong công tác bảo vệ, ứng phó với các sự cố môi trường.

*Theo Vneconomy.vn*

---

## CHỈ THỊ 04/CT-BCT: “CÚ HUÝCH” CHO HOẠT ĐỘNG KHUYẾN CÔNG

**B**ộ Công Thương vừa ban hành Chỉ thị 04/CT-BCT về đẩy mạnh các hoạt động khuyến công, tạo động lực mới cho phát triển công nghiệp nông thôn (CNNT) giai đoạn 2021 - 2025.

Những năm qua, hoạt động khuyến công cả nước đã đạt được nhiều kết quả quan trọng, huy động các nguồn lực tham gia hoặc hỗ trợ các tổ chức, cá nhân đầu tư sản xuất công nghiệp - tiểu thủ công nghiệp (CN-TTCN), góp phần thúc đẩy chuyển dịch cơ cấu kinh tế theo hướng công nghiệp hóa, hiện đại hóa, xây dựng nông thôn mới. Tuy nhiên, hoạt động khuyến công ở nhiều địa phương chưa theo kịp được yêu cầu, nhiệm vụ trong tình hình hiện nay; lực lượng cán bộ làm công tác còn thiếu; việc bảo đảm cơ sở vật chất; mạng lưới cộng tác viên tại nhiều địa phương chưa được hình thành; kinh phí bố trí từ ngân sách cho hoạt động còn hạn chế, chưa thu hút nhiều cơ sở CNNT tham gia đầu tư, phát triển sản xuất...

Đáp ứng yêu cầu, nhiệm vụ công tác khuyến công thời gian tới, Thủ tướng Chính phủ đã ban hành Quyết định số 1881/QĐ-TTg về việc phê duyệt Chương trình khuyến công quốc gia giai đoạn 2021 - 2025. Đây là căn

cứ quan trọng hỗ trợ các doanh nghiệp, cơ sở CNNT tham gia đầu tư phát triển sản xuất tại khu vực nông thôn.

Để đẩy mạnh, tạo sự chuyển biến mạnh mẽ hoạt động, tạo động lực mới cho phát triển CNNT giai đoạn tới theo đúng tinh thần, nội dung, quy định tại Nghị định số 45/2012/NĐ-CP, Quyết định số 1881/QĐ-TTg, tại Chỉ thị 04/CT-BCT, Bộ trưởng Bộ Công Thương Trần Tuấn Anh đã yêu cầu: UBND các tỉnh, thành phố trực thuộc Trung ương tiếp tục nâng cao nhận thức, tăng cường trách nhiệm của các cấp, ngành trong chỉ đạo, phối hợp, triển khai hoạt động khuyến công trên địa bàn. Chỉ đạo Sở Công Thương xây dựng, sửa đổi, bổ sung, hoàn thiện hệ thống văn bản quy phạm pháp luật về khuyến công của địa phương phù hợp quy định của pháp luật liên quan; ban hành, chỉ đạo triển khai hiệu quả Chương trình khuyến công địa phương giai đoạn 2021-2025 phù hợp với điều kiện của địa phương và bối cảnh tình hình mới.

Tăng cường nguồn vốn từ ngân sách địa phương để tổ chức thực hiện hoạt động tại địa phương theo chương trình khuyến công quốc gia và chương trình khuyến công địa phương;

lồng ghép, phối hợp các chương trình mục tiêu trên địa bàn để tăng hiệu quả hoạt động khuyến công. Huy động nguồn lực trong và ngoài nước tham gia đầu tư sản xuất CN-TTCN ở khu vực nông thôn. Chỉ đạo công tác thông tin tuyên truyền, phổ biến sâu rộng và liên tục về chủ trương, chính sách khuyến khích phát triển CN-TTCN, chính sách khuyến công.

Bên cạnh đó, có chính sách bồi dưỡng, đào tạo nâng cao trình độ cho cán bộ làm công tác khuyến công. Sở Công Thương các tỉnh, thành phố trực thuộc Trung ương hướng dẫn, chỉ đạo trung tâm khuyến công tập trung xây dựng

các đề án điểm, đề án nhóm theo hướng hỗ trợ có trọng tâm, trọng điểm phù hợp với tiềm năng, lợi thế của vùng, địa phương; đồng bộ với chương trình hỗ trợ về đất đai, ưu đãi đầu tư, tín dụng, đặc biệt là khoa học - công nghệ, chuyển đổi số trong bối cảnh Cách mạng công nghiệp 4.0. Thực hiện có chất lượng, hiệu quả nội dung hoạt động, bảo đảm phát huy tối đa nguồn lực, năng lực hiện có của các cơ sở CNNT. Kiểm tra, giám sát việc sử dụng kinh phí đảm bảo đúng đối tượng, mục đích và quy định pháp luật...

*Theo congthuong.vn*

## SỬ DỤNG NĂNG LƯỢNG TIẾT KIỆM VÀ HIỆU QUẢ LÀ YẾU TỐ THEN CHỐT

**B**áo cáo của Vụ Tiết kiệm năng lượng & Phát triển bền vững cũng nhìn nhận, việc giảm phát thải khí nhà kính thông qua giảm sử dụng nhiên liệu hoá thạch của nền kinh tế chính là việc giảm nhu cầu sử dụng năng lượng hoặc chuyển đổi nguồn cung cấp năng lượng từ hoá thạch (than đá, dầu mỏ, khí đốt) sang các năng lượng tái tạo (NLTT) khác.

Chia sẻ về vấn đề này ông Trịnh Quốc Vũ - Phó Vụ trưởng Vụ Tiết kiệm năng lượng & Phát triển bền vững khẳng định, giảm nhu cầu sử dụng năng lượng chính là hoạt động sử dụng năng lượng tiết kiệm và hiệu quả, đây được xem là giải pháp quan trọng nhất với chi phí thấp nhất và đem lại hiệu quả cao nhất đối với bất kỳ quốc gia nào. "Tất cả các giải pháp sử dụng hiệu quả, tiết kiệm năng lượng trong đó chủ yếu là năng lượng điện đều có thể triển khai



*Sử dụng năng lượng tiết kiệm và hiệu quả là một trong những nhân tố then chốt trong chiến lược phát triển bền vững ngành năng lượng của đất nước*

tại tất cả các quá trình công nghiệp, công trình xây dựng, hoạt động giao thông và sinh hoạt tại các hộ gia đình... từ đó góp phần giảm nhu cầu điện, năng lượng chủ yếu có nguồn gốc từ hoá thạch hiện nay (điện sản xuất từ than đá, dầu mỏ, khí thiên nhiên)"- ông Trịnh Quốc Vũ chỉ ra.



*Hướng tới giảm cường độ năng lượng các ngành công nghiệp*

Đáng chú ý, trong lĩnh vực công nghiệp, các giải pháp về cải tiến thiết bị nâng cao hiệu suất, thay đổi quy trình vận hành đều hướng tới việc sử dụng năng lượng hiệu quả, tiết kiệm, giảm chi phí sản xuất và tăng tính cạnh tranh của sản phẩm, hàng hoá, đây chính là mô hình áp dụng sản xuất sạch hơn trong công nghiệp mà Việt Nam đang tích cực triển khai.

Chuyển đổi nguồn cung cấp năng lượng từ hoá thạch sang các dạng năng lượng tái tạo là việc phát triển, sử dụng các dạng năng lượng được coi là không phát thải khí nhà kính như thủy điện, năng lượng mặt trời, điện gió, sinh khối, khí sinh học, địa nhiệt, thủy triều, điện từ rác thải và năng lượng hạt nhân... Việc gia tăng tỷ lệ đóng góp sản lượng NLTT trong tổng tiêu thụ năng lượng của mỗi quốc gia sẽ làm giảm tỷ lệ năng lượng hoá thạch tương ứng trong điều kiện tổng nhu cầu không đổi.

Tham gia Thỏa thuận Paris, Việt Nam cam kết thực hiện đồng thời hai giải pháp về thích ứng và giảm nhẹ biến đổi khí hậu theo Báo cáo Đóng góp quốc gia tự thực hiện (NDC) của Việt Nam gửi Ban Thư ký UNFCCC năm 2015, trong đó về mục tiêu giảm nhẹ phát thải khí nhà kính, Việt Nam đã cam kết tự thực hiện giảm 9% lượng phát thải khí nhà kính so với kịch

bản phát thải thông thường (BAU) vào trong giai đoạn 2021 – 2030 và có thể đạt 27% khi nhận được thêm nguồn lực hỗ trợ đầy đủ từ cộng đồng quốc tế - Ông Trịnh Quốc Vũ thông tin thêm

Theo tính toán trong NDC của Việt Nam, lĩnh vực công nghiệp và năng lượng sẽ đóng góp giảm 5,5%/9,0% mức phát thải khí nhà kính quốc gia vào năm 2030 tương ứng với giảm 51,5 triệu tấn CO<sub>2</sub> thông qua thực hiện 25 giải pháp chi phí thấp (16 giải pháp về sử dụng lượng hiệu quả và 9 giải pháp về sử dụng năng lượng sạch, NLTT) và sẵn sàng thực hiện 14 giải pháp có chi phí cao (5 giải pháp về sử dụng năng lượng hiệu quả và 9 giải pháp về sử dụng năng lượng sạch, tái tạo) để đóng góp giảm thêm đạt 16,7%/27% so với tổng mức dự báo phát thải vào năm 2030.

Triển khai Chiến lược phát triển năng lượng, Chiến lược phát triển năng lượng tái tạo và Quy hoạch phát triển điện lực đến năm 2020, tầm nhìn đến năm 2030 của Việt Nam, thời gian qua Bộ Công Thương đã xây dựng các chính sách hỗ trợ phát triển các dạng NLTT như điện gió, điện từ mặt trời, điện từ sinh khối và điện từ chất thải rắn với các cơ chế hỗ trợ, ưu đãi đầy đủ.

Như vậy có thể khẳng định, Bộ Công Thương hiện đang là cơ quan được Chính phủ giao triển khai 2 giải pháp quan trọng nhất góp phần giảm phát thải khí nhà kính trong lĩnh vực năng lượng và công nghiệp của Việt Nam, đó là sử dụng năng lượng hiệu quả và phát triển NLTT. Trong thời gian tới, các chính sách hỗ trợ thực thi hai giải pháp này sẽ được Bộ Công Thương tiếp tục quan tâm, chú trọng xây dựng và áp dụng nhằm thực hiện các cam kết của Quốc gia theo Thỏa thuận Paris về biến đổi khí hậu.

*Theo congthuong.vn*



# MỜI THAM DỰ HỘI NGHỊ GIAO THƯƠNG TRỰC TUYẾN NÔNG SẢN, THỰC PHẨM VIỆT NAM - NHẬT BẢN 2021

**T**hực hiện Chương trình Cấp quốc gia về Xúc tiến thương mại năm 2021, nhằm hỗ trợ doanh nghiệp Việt Nam tăng cường thúc đẩy xuất khẩu sản phẩm nông sản, thực phẩm sang thị trường Nhật Bản, Cục Xúc tiến thương mại phối hợp với Thương vụ - Đại sứ quán Việt Nam tại Nhật Bản tổ chức Hội nghị giao thương trực tuyến nông sản, thực phẩm Việt Nam - Nhật Bản 2021, chi tiết như sau:



*Hướng tới giảm cường độ năng lượng các ngành công nghiệp*

**I. Tên chương trình:** Hội nghị giao thương trực tuyến nông sản, thực phẩm Việt Nam - Nhật Bản 2021.

**II. Thời gian (dự kiến):** Ngày 02 tháng 6 năm 2021.

**III. Địa điểm:** Trực tuyến.

**IV. Quy mô:** Khoảng 50 - 60 doanh nghiệp Việt Nam và Nhật Bản.

**V. Ngành hàng:** Chuyên ngành nông sản, thực phẩm.

**VI. Phương thức tổ chức:** Ban tổ chức sẽ lựa chọn sử dụng phần mềm họp trực tuyến phù hợp để tổ chức và hướng dẫn doanh nghiệp tham gia chương trình. Hội nghị sẽ chia các phiên giao thương theo từng nhóm lĩnh vực, mặt hàng giao thương. Căn cứ theo nhu cầu của các doanh nghiệp Việt Nam, Ban tổ chức sẽ mời các doanh nghiệp Nhật Bản tham gia vào các phiên giao thương và trao đổi trực tiếp với doanh nghiệp Việt Nam.

**VII. Chi phí tham dự:**

Mỗi doanh nghiệp tham gia Hội nghị sẽ được Nhà nước hỗ trợ (Miễn phí) mời doanh nghiệp tiềm năng Nhật Bản tham gia giao thương, tổ

chức phòng họp trực tuyến, phiên dịch, tuyên truyền quảng bá về sự kiện...

Chi phí doanh nghiệp đóng góp tham gia Hội nghị: 1.000.000 đồng (một triệu đồng/người) (bao gồm các chi phí quản lý, hỗ trợ kỹ thuật tham gia giao thương trực tuyến).

**Tài khoản chuyển tiền:**

+ Tên tài khoản: Chi nhánh Trung tâm Hỗ trợ xuất khẩu tại Thành phố Hồ Chí Minh;

+ Số tài khoản: 007.100.0997631 tại Ngân hàng Thương mại Cổ phần Ngoại Thương Việt Nam, Chi nhánh Thành phố Hồ Chí Minh;

**Nội dung chuyển tiền:** [Tên doanh nghiệp] B2B Nhật Bản 2021.

Chi phí này không được hoàn lại nếu doanh nghiệp không tham gia Hội nghị sau khi đã đăng ký vì bất cứ lý do gì.

**VIII. Đăng ký tham dự:** Các cơ quan, doanh nghiệp có nhu cầu tham gia hội nghị, vui lòng đăng ký theo biểu mẫu đính kèm và gửi kèm theo các tài liệu sau đến Ban tổ chức: 01 slide giới thiệu về sản phẩm doanh nghiệp muốn chào bán; 01 bản thông tin giới thiệu về doanh nghiệp; video clip giới thiệu về doanh nghiệp và sản phẩm (nếu có).

## XÚC TIẾN THƯƠNG MẠI

**Thời hạn đăng ký:** Trước 12h00 Thứ Ba, ngày 18 tháng 5 năm 2021. Ưu tiên doanh nghiệp đăng ký sớm.

### 9. Báo cáo sau Hội nghị

Các doanh nghiệp sau khi tham gia Hội nghị có trách nhiệm hoàn thành (trực tuyến) bản khảo sát đánh giá kết quả tham gia Hội nghị do Ban tổ chức gửi. Doanh nghiệp không hoàn thành bản khảo sát sẽ không được xem xét lựa chọn tham gia các Hội nghị giao thương trực tuyến khác do Cục Xúc tiến thương mại tổ chức.

### Thông tin chi tiết, đề nghị liên hệ:

Chi nhánh Trung tâm Hỗ trợ xuất khẩu tại thành phố Hồ Chí Minh;

Địa chỉ: Tầng 9, 12 Nguyễn Thị Minh Khai, Quận 1, thành phố Hồ Chí Minh;

Điện thoại: 028 38297282 (máy lẻ: 123);

Người liên hệ: Anh Đông Duy (091.554.2387);

Email: duynd@vietrade.gov.vn hoặc duyvietrade@gmail.com.

*Theo Vietrade.gov.vn*

## TP. HỒ CHÍ MINH CÓ 133 ĐỊA ĐIỂM ĐƯỢC TỔ CHỨC HỘI CHỢ, TRIỂN LÃM THƯƠNG MẠI NĂM 2021

**U**BND TP. Hồ Chí Minh vừa ban hành Quyết định số 1466/QĐ-UBND thông báo về danh mục địa điểm được tổ chức hội chợ, triển lãm thương mại trên địa bàn thành phố năm 2021.

Theo đó, UBND TP. Hồ Chí Minh chấp thuận chủ trương cho phép siêu thị, trung tâm thương mại trên địa bàn TP. Hồ Chí Minh được sử dụng mặt bằng trong khuôn viên siêu thị, trung tâm thương mại để tổ chức hội chợ, triển lãm thương mại trên cơ sở đảm bảo đầy đủ các dịch vụ phục vụ gồm điện, nước, an ninh, vệ sinh và tuân thủ quy định về đăng ký tổ chức hội chợ, triển lãm thương mại theo quy định tại Điều 29 Nghị định số 81/2018/NĐ-CP ngày 22 tháng 5 năm 2018 của Chính phủ về hoạt động xúc tiến thương mại.

Cụ thể, trên địa bàn TP. Hồ Chí Minh có 133 địa điểm đủ điều kiện được tổ chức hội chợ, triển lãm thương mại. Trong đó, TP. Thủ Đức có (13 địa điểm), quận 1 (19), quận 3



*TP. Hồ Chí Minh có 133 địa điểm đủ điều kiện được tổ chức hội chợ triển lãm thương mại trong năm 2021*

(5 địa điểm), quận 5 (3 địa điểm), quận 6 (4 địa điểm), quận 7 (12 địa điểm), quận 8 (2 địa điểm), quận 10 (5 địa điểm), quận 11 (7 địa điểm), quận 12 (4 địa điểm), quận Bình Thạnh (11), quận Gò Vấp (9), quận Tân Bình (10), quận Tân Phú (7), quận Bình Tân (5), huyện Bình Chánh (3), Củ Chi (4), Hóc Môn (4), Nhà Bè (3) và huyện Cần Giờ (1).

*Theo congthuong.vn*

# THÚC ĐẨY KINH DOANH TRỰC TUYẾN CHO DOANH NGHIỆP BÁN LẺ

Nhiều doanh nghiệp đã tăng đến 60% lượng khách hàng sau chuỗi sự kiện Retail University 2020. Vì vậy, Retail University 2021 tiếp tục mở ra nhiều cơ hội kinh doanh trực tuyến cho doanh nghiệp bán lẻ tại Việt Nam.

Chiều 30/3, Hiệp hội Thương mại điện tử Việt Nam (VECOM) cùng Google và các đối tác đã công bố chuỗi sự kiện Retail University - Thúc đẩy kinh doanh trực tuyến cho doanh nghiệp bán lẻ năm 2021. Đây là chương trình nằm trong chuỗi các hoạt động của VECOM nhằm hỗ trợ doanh nghiệp vừa và nhỏ, hộ kinh doanh cá thể thúc đẩy kinh doanh trực tuyến.

Ông Nguyễn Thanh Hưng - Chủ tịch VECOM cho biết, năm 2020, thương mại điện tử Việt

Nam tăng trưởng khoảng 15%, đạt quy mô khoảng 13,2 tỷ USD và sẽ tiếp tục tăng trưởng vững chắc trong năm 2021 và giai đoạn đến năm 2025. Đây là cơ hội rất lớn cho các doanh nghiệp bán lẻ chuyển dịch và mở rộng kinh doanh trên môi trường trực tuyến.

Theo Vietnam Internet Statistic 2020, Việt Nam có hơn 68 triệu người sử dụng mạng xã hội và đứng vị trí thứ 6 trong nhóm 30 quốc gia có tiềm năng và mức độ hấp dẫn đầu tư trong lĩnh vực bán lẻ toàn cầu. Đây được cho là “cơ hội vàng” để các doanh nghiệp bán lẻ, các doanh nghiệp bán hàng trực tuyến, doanh nghiệp kinh doanh truyền thống tại Việt Nam đầu tư nâng cao kỹ năng số, kỹ năng kinh doanh, marketing để phát triển chuyên sâu mô hình và phương



Chuỗi sự kiện Retail University - Thúc đẩy kinh doanh trực tuyến cho doanh nghiệp bán lẻ năm 2021 chính thức ra mắt tại Hà Nội

thức kinh doanh trực tuyến. Thêm vào đó, ngày càng có nhiều doanh nghiệp lựa chọn phương thức bán hàng trực tuyến, đưa phương thức này trở thành một xu hướng mới gắn với cuộc cách mạng công nghiệp 4.0.

Nắm bắt nhu cầu đó, trong tháng 11/2020, tại hai trung tâm kinh tế lớn nhất đất nước là Hà Nội và TP. Hồ Chí Minh, VECOM phối hợp cùng Google cùng các đối tác đã tổ chức thành công chuỗi sự kiện thuộc chương trình Retail University - Thúc đẩy kinh doanh trực tuyến cho doanh nghiệp bán lẻ năm 2020.

Thông qua chương trình hướng tới mục tiêu xây dựng nền tảng tri thức cho ngành bán lẻ Việt Nam, góp phần trang bị cho các doanh nghiệp bán lẻ những công cụ cần thiết để phát triển kinh doanh trực tuyến, giúp tối ưu hóa những nền tảng và công cụ kỹ thuật số để có thể tiếp cận khách hàng và phát triển kinh doanh một cách hiệu quả nhất.

Theo ông Nguyễn Thanh Hưng, Retail University 2020 đã thu hút sự quan tâm của gần 1.400 học viên từ các doanh nghiệp trên khắp cả nước và hơn 700 doanh nghiệp tham gia trực tiếp vào sự kiện. Đồng thời, thông qua Retail University 2020, đại diện các doanh nghiệp bán lẻ phản hồi lại rất tích cực, nhiều doanh nghiệp cho biết đã tăng đến 60% lượng khách hàng, số lượng đơn hàng cũng tăng trên 57% so với trước đó...

Tiếp nối thành công từ chương trình Retail University năm 2020, dự kiến đầu tháng 4/2021, VECOM tiếp tục phối hợp với Google cùng các đối tác sẽ đưa dự án Retail University 2021 trở lại nhằm giúp các doanh nghiệp khai thác tối đa tiềm năng của thị trường Việt Nam. Ông Trần Trọng Tuyển - CEO, Chủ tịch và Tổng giám đốc Công ty cổ phần công nghệ Sapo - nền tảng quản lý và bán hàng đa kênh được sử dụng nhiều nhất tại Việt Nam - cho biết, trong chuỗi giá trị Sapo mang đến cho khách hàng, không

chỉ dừng lại ở việc quản lý và bán hàng đa kênh mà còn cung cấp cho khách hàng giá trị về đào tạo, bổ sung các kiến thức.

Những kiến thức bổ ích trong Retail University 2021 sẽ hỗ trợ doanh nghiệp bán lẻ vận dụng các kênh bán hàng trực tuyến hiệu quả - ông Tuyển kỳ vọng.

Bà Đặng Tuyết Dung, Giám đốc Visa Việt Nam và Lào cũng chia sẻ, dưới tác động của đại dịch Covid-19, doanh nghiệp vừa và nhỏ cần nhanh chóng chuyển đổi số và thiết lập thương mại đa kênh, cùng lúc đảm bảo các kênh thanh toán được bảo mật và phát triển mạnh mẽ. Đồng thời, Visa Việt Nam cam kết hỗ trợ doanh nghiệp địa phương thông qua nhiều chương trình kinh doanh thiết thực nhằm tăng cường hiệu quả vận hành, hướng tới mục tiêu kinh doanh bền vững.

Cũng tại chương trình, đại diện Tổng công ty chuyên phát nhanh bưu điện - CTCP (EMS Việt Nam) cho biết, EMS Việt Nam sẽ giới thiệu, phổ biến và hỗ trợ doanh nghiệp thương mại điện tử tìm hiểu và triển khai dịch vụ “hoàn tất đơn hàng” nhằm mang lại lợi ích cho cả người bán và người mua. Từ đó, giúp khách hàng tiết kiệm tối đa chi phí vận hành và quản lý kho hàng, tăng tốc độ giao hàng; phối hợp xử lý các vấn đề phát sinh sau bán hàng. Khách hàng chỉ cần tập trung nguồn lực vào các hoạt động bán hàng để kinh doanh đạt hiệu quả cao nhất.

Retail University năm 2021 được kỳ vọng sẽ mở ra nhiều cơ hội kinh doanh trực tuyến cho doanh nghiệp bán lẻ tại Việt Nam khắc phục những khó khăn trong việc phát triển kênh bán lẻ trực tuyến thông qua những chia sẻ từ việc xây dựng website thương mại điện tử chuyên nghiệp, quảng cáo cho doanh nghiệp nhỏ, tăng trưởng kinh doanh với mô hình bán lẻ, giải pháp thanh toán trực tuyến cho người kinh doanh trong thương mại điện tử...

*Theo congthuong.vn*

## **THÔNG TƯ 15/2020/TT-BCT BAN HÀNH QCVN 01:2020/ BCT VỀ THIẾT KẾ CỬA HÀNG XĂNG DẦU**

**N**gày 30/6/2020, Bộ Công Thương đã ra Thông tư 15/2020/TT-BCT về việc ban hành Quy chuẩn kỹ thuật quốc gia về yêu cầu thiết kế cửa hàng xăng dầu.

Cụ thể, ban hành kèm theo Thông tư này Quy chuẩn kỹ thuật quốc gia về yêu cầu thiết kế cửa hàng xăng dầu QCVN 01:2020/BCT. Theo đó, đường và bãi đỗ xe dành cho xe ra vào mua hàng và nhập hàng phải đảm bảo các yêu cầu sau:

Trước hết, chiều rộng một làn xe đi trong cửa hàng không nhỏ hơn 3,5 m. Đường hai làn xe đi không nhỏ hơn 6,5 m.

Bên cạnh đó, bãi đỗ xe để xuất, nhập xăng dầu không được phủ bằng vật liệu có nhựa đường.

Đồng thời, cửa hàng xăng dầu tiếp giáp với công trình xây dựng khác phải có tường bao kín có chiều cao không nhỏ hơn 2,2 m (so với cốt nền sân bên trong cửa hàng) bằng vật liệu không cháy. Khu vực đặt cột bơm xăng dầu nếu có mái che bán hàng, chiều cao của mái che không nhỏ hơn 4,75 m.

Ngoài ra, Bộ Công Thương cũng quy định đối với cửa hàng xăng dầu trên mặt đất, không được lắp đặt bể chứa xăng dầu nổi trên mặt đất; Không được lắp đặt bể chứa xăng dầu và hồ thao tác trong hoặc dưới các gian bán hàng; Xung quanh bể chứa phải phủ cát hoặc đất mịn với chiều dày không nhỏ hơn 0,3 m...

Một điểm đáng chú ý của Quy chuẩn mới là tại các cửa hàng xăng dầu phải có biển cấm sử dụng điện thoại di động ở các vị trí dễ thấy, dễ đọc bên cạnh nội quy phòng cháy chữa cháy, tiêu lệnh chữa cháy, biển cấm lửa.

Cửa hàng xăng dầu phải được trang bị đủ số lượng phương tiện chữa cháy ban đầu phù hợp để chữa cháy theo quy định tại TCVN 3890:2009.

Căn cứ vào tính chất nguy hiểm của các chất, vật liệu trong từng hạng mục của cửa hàng để trang bị, bố trí phương tiện chữa cháy phù hợp.

Phương tiện, dụng cụ chữa cháy phải đảm bảo bố trí ở nơi dễ thấy, dễ lấy sử dụng, không cản trở lối thoát nạn, lối đi và các hoạt động khác; tránh mưa, nắng và sự phá hủy môi trường.

Ngoài ra, tại các cửa hàng xăng dầu, việc sử dụng các thiết bị công nghệ để thanh toán phải được thực hiện ngoài vùng nguy hiểm hoặc các thiết bị là loại phòng nổ.

Thông tư này có hiệu lực từ ngày 01/01/2021.

Thông tư này làm hết hiệu lực Thông tư 11/2013/TT-BCT Quy chuẩn kỹ thuật quốc gia về yêu cầu thiết kế cửa hàng xăng dầu và Thông tư 47/2015/TT-BCT Quy chuẩn kỹ thuật quốc gia về yêu cầu thiết kế cửa hàng xăng dầu trên mặt nước.

Nội dung Thông tư số 15/2020/TT-BCT được đăng tải trên internet.

*Theo Sở Công Thương Yên Bái*

## CHÈ CỦA VIỆT NAM XUẤT KHẨU NHIỀU NHẤT SANG THỊ TRƯỜNG PAKISTAN

**C**hè của Việt Nam xuất khẩu nhiều nhất sang thị trường Pakistan, chiếm 27,7% trong tổng khối lượng và chiếm 32,8% trong tổng kim ngạch xuất khẩu chè của cả nước.

Theo số liệu thống kê của Tổng cục Hải quan, trong quý 1/2021 cả nước xuất khẩu 26.033 tấn chè các loại, tương đương 41,36 triệu USD, giá trung bình 1.589 USD/tấn, giảm 2,2% về lượng, nhưng tăng 6,6% về kim ngạch và tăng 9% về giá so với quý 1/2020.

Riêng tháng 3/2021 xuất khẩu 10.219 tấn, đạt 15,94 triệu USD, giá 1.560 USD/tấn, tăng mạnh 51,8% về lượng và tăng 47% kim ngạch nhưng giảm nhẹ 3% về giá so với tháng 2/2021.

Chè của Việt Nam xuất khẩu nhiều nhất sang thị trường Pakistan, chiếm 27,7% trong tổng khối lượng và chiếm 32,8% trong tổng kim ngạch xuất khẩu chè của cả nước, đạt 7.216 tấn, tương đương 13,57 triệu USD, giá trung bình 1.880,5 USD/tấn, tăng cả về lượng, kim

ngạch và giá so với cùng kỳ năm 2020, với mức tăng tương ứng 5,5%, 10,5% và 4,8%.

Đài Loan vươn lên vị trí thứ 2, chiếm 12% trong tổng khối lượng và tổng kim ngạch xuất khẩu chè của cả nước, đạt 3.240 tấn, tương đương 4,95 triệu USD, giá trung bình 1.526,7 USD/tấn, tăng 7,9% về lượng, tăng 12,4% kim ngạch và tăng 4,3% về giá.

Sau đó là thị trường Nga, chiếm trên 12% trong tổng khối lượng và tổng kim ngạch, đạt 3.140 tấn, tương đương 4,89 triệu USD, giá trung bình 1.558,8 USD/tấn, giảm trên 10% cả về lượng và kim ngạch nhưng giá tăng nhẹ 0,3%.

Đáng chú ý, xuất khẩu chè sang các thị trường Trung Quốc trong tháng 3/2021 tăng mạnh do đó cộng chung cả quý 1/2021 tăng 215,6% về lượng và tăng 253,5% kim ngạch so với cùng kỳ năm trước, đạt 2.405 tấn, tương đương 3,56 triệu USD.

*Theo VITIC*

## NHỮNG MẶT HÀNG XUẤT KHẨU CHÍNH SANG THỊ TRƯỜNG HÀN QUỐC NĂM 2020

**T**heo số liệu thống kê của Tổng cục hải quan, kim ngạch xuất khẩu hàng hóa Việt Nam sang thị trường Hàn Quốc năm 2020 đạt 19,10 tỷ USD, giảm 3,18% so với cùng kỳ năm trước.

Nhóm hàng dẫn đầu trị giá xuất khẩu sang thị trường Hàn Quốc năm 2020 là: điện thoại các loại và linh kiện, trị giá 4,57 tỷ USD, giảm 11,2% so với cùng kỳ năm trước, chiếm 23,96% tỷ trọng xuất khẩu; tiếp đến là nhóm mặt hàng máy móc, thiết bị dụng cụ và phụ tùng, trị giá 2,87 tỷ USD, giảm 0,08%, chiếm 15,04% tỷ trọng; đứng thứ

3 là mặt hàng dệt may trị giá 2,85 tỷ USD, giảm 14,82%; chiếm 14,94%.

Trong năm 2020 những nhóm mặt hàng của Việt Nam có giá trị xuất khẩu tăng sang thị trường Hàn Quốc: máy móc, thiết bị, dụng cụ và phụ tùng tăng 25,88%; xuất khẩu nhóm mặt hàng phương tiện vận tải và phụ tùng tăng 25,43%; xuất khẩu dây điện và dây cáp điện tăng 18,68%; vải màn, vải kỹ thuật khác tăng 28,94%; sản phẩm gốm sứ tăng 13,19%; xuất khẩu đá quý, kim loại quý và sản phẩm tăng 36,69% so với cùng kỳ năm trước.

Hàng hóa xuất khẩu sang thị trường Hàn Quốc năm 2020  
(tính toán từ số liệu công bố ngày 14/1/2021 của TCHQ)

ĐVT: USD

Nhóm mặt hàng	Tháng 12/2020	+/- so với tháng 11/2020 (%)	12 tháng đầu năm 2020	+/- so với cùng kỳ năm 2019 (%)	Tỷ trọng 12T 2020 (%)
<b>Tổng KNXX</b>	<b>1.670.972.461</b>	<b>24,50</b>	<b>19.107.261.257</b>	<b>-3,18</b>	<b>100</b>
Điện thoại các loại và linh kiện	309.688.244	76,89	4.577.512.690	-11,02	23,96
Máy vi tính, sản phẩm điện tử và linh kiện	283.392.785	10,06	2.874.606.894	-0,08	15,04
Hàng dệt, may	219.874.242	62,08	2.855.311.729	-14,82	14,94
Máy móc, thiết bị, dụng cụ phụ tùng khác	165.832.825	-9,20	2.046.904.636	25,88	10,71
Gỗ và sản phẩm gỗ	90.735.653	35,04	818.263.390	3,21	4,28
Hàng thủy sản	70.388.976	1,54	770.896.429	-1,39	4,03
Giày dép các loại	50.385.915	22,72	548.582.276	-9,27	2,87
Phương tiện vận tải và phụ tùng	46.716.956	0,79	482.587.322	25,43	2,53
Xơ, sợi dệt các loại	38.424.597	14,02	340.671.585	-2,73	1,78
Máy ảnh, máy quay phim và linh kiện	33.017.474	26,03	328.397.295	-13,89	1,72
Kim loại thường khác và sản phẩm	23.198.449	16,75	249.903.349	0,26	1,31
Sản phẩm từ chất dẻo	28.079.674	44,70	219.145.259	7,03	1,15
Dây điện và dây cáp điện	20.826.453	0,84	206.974.171	18,68	1,08
Sắt thép các loại	12.820.222	3,32	160.913.256	5,93	0,84
Sản phẩm từ sắt thép	21.273.222	63,09	154.829.065	-11,56	0,81
Hàng rau quả	10.045.013	-2,23	142.976.649	8,46	0,75
Túi xách, ví, vali, mũ, ô, dù	11.729.656	30,58	121.746.645	-12,06	0,64
Sản phẩm hóa chất	8.526.240	-17,49	98.977.978	10,29	0,52

## TIN THẾ GIỚI

Nguyên phụ liệu dệt, may, da, giày	9.784.102	29,04	92.072.561	-6,74	0,48
Vải mảnh, vải kỹ thuật khác	9.073.073	-2,23	80.944.756	28,94	0,42
Hóa chất	9.153.552	4,86	74.620.524	3,44	0,39
Sản phẩm từ cao su	8.596.954	-0,15	74.504.940	7,81	0,39
Cà phê	8.171.203	36,95	69.519.493	4,53	0,36
Cao su	7.960.351	15,65	50.120.954	-24,94	0,26
Bánh kẹo và các sản phẩm từ ngũ cốc	5.675.345	32,51	46.475.478	-3,63	0,24
Sản phẩm gốm, sứ	3.662.390	4,20	36.427.325	13,59	0,19
Đồ chơi, dụng cụ thể thao và bộ phận	2.474.326	-11,43	29.506.176	-15,28	0,15
Sắt và các sản phẩm từ sắt	788.282	-79,54	28.185.181	-3,89	0,15
Giấy và các sản phẩm từ giấy	3.152.087	21,78	28.037.718	12,28	0,15
Đá quý, kim loại quý và sản phẩm	3.155.538	-36,48	26.007.640	36,69	0,14
Xăng dầu các loại	1.507.875	89,36	23.779.756	-50,46	0,12
Sản phẩm mây, tre, cói và thảm	2.130.704	33,24	21.208.723	15,20	0,11
Chất dẻo nguyên liệu	2.338.258	28,19	20.124.317	4,62	0,11
Thức ăn gia súc và nguyên liệu	2.097.584	49,65	18.552.139	-18,54	0,10
Thủy tinh và các sản phẩm từ thủy tinh	980.927	7,40	15.644.926	-45,38	0,08
Hạt tiêu	781.393	22,20	14.196.522	8,46	0,07
Than các loại	2.476.097	224,49	9.918.113	-63,63	0,05
Quặng và khoáng sản khác	304.836	881,32	4.049.531	-32,09	0,02
Phân bón các loại	61.740	148,15	3.370.656	-57,88	0,02
Hàng hóa khác	141.689.246	22,75	1.340.793.211	15,66	7,02

Theo Vinanet.vn