

# THƯƠNG HIỆU VIỆT

TẠP CHÍ CỦA HIỆP HỘI DOANH NGHIỆP KH&CN VIỆT NAM ISSN 2815 - 6250

Xuân Ất Tỵ  
2025



DOANH NGHIỆP KHOA HỌC VÀ CÔNG NGHỆ  
TỰ TIN BƯỚC VÀO  
KỶ NGUYÊN MỚI





XÂY DỰNG - PHÁT TRIỂN - THẮP SÁNG NIỀM TIN



**EVNSPC**

TỔNG CÔNG TY ĐIỆN LỰC MIỀN NAM



Website: <https://csh.evnspec.vn>  
Email: [csh@evnspec.vn](mailto:csh@evnspec.vn)



Quét mã tải app  
CSKH EVNSPC để trải nghiệm  
nhiều tính năng hấp dẫn nhé!



KHI CÓ BẤT CỨ NHU CẦU VỀ ĐIỆN, HÃY GỌI CHO CHÚNG TÔI: **19001006 - 19009000**

# THƯƠNG HIỆU VIỆT

TẠP CHÍ CỦA HIỆP HỘI DOANH NGHIỆP KH&CN VIỆT NAM

## TẠP CHÍ DOANH NGHIỆP VIỆT NAM

Cơ quan ngôn luận của Hiệp hội Doanh nghiệp  
Khoa học và Công nghệ Việt Nam

Ấn phẩm Thương hiệu Việt  
số 33-34-35 tháng 01 năm 2025  
Giấy phép hoạt động Báo chí  
số 512/GP-BTTTT  
do Bộ Thông tin và Truyền thông  
cấp ngày 11/11/2020

### Tổng Biên tập

PHAN HUY HIỂN

### Phó Tổng biên tập

NGUYỄN THỊ BÍCH HƯỜNG

### Tổng Thư ký Tòa soạn

ĐẶNG ĐỨC HIỆP

### Biên tập

NGUYỄN DUY KHÁNH  
NGUYỄN ĐỨC

### Mỹ thuật

GIA LINH

### Địa chỉ

A1.4 (A5A) Khu liên kế, 671 Hoàng Hoa Thám,  
phường Vĩnh Phúc, quận Ba Đình, Hà Nội

### Email

banbientap@doanhnghiepv.vn

### Hotline

024 2216 9595

## ẤN PHẨM ĐIỆN TỬ DOANH NGHIỆP VIỆT NAM

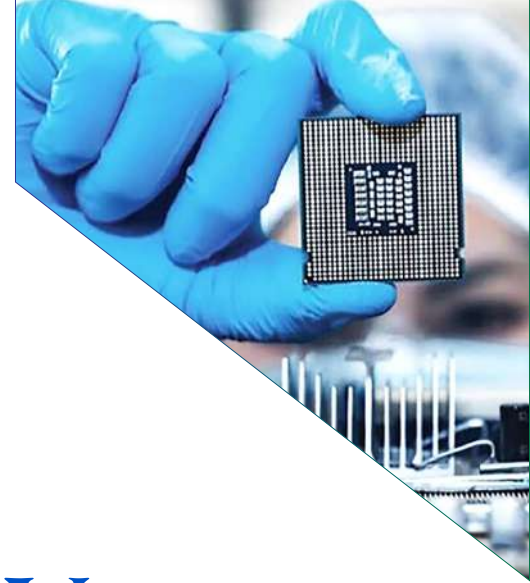


ISSN 2815 - 6250

[www.doanhnghiepv.vn](http://www.doanhnghiepv.vn)

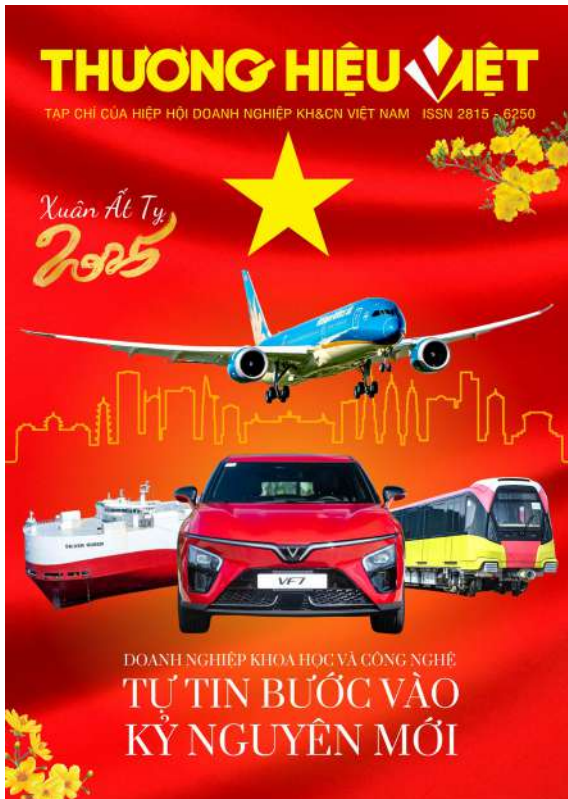
In tại Công ty Cổ phần KH&CN Hoàng Quốc Việt

**Giá: 86.000đ**



**THƯƠNG HIỆU VIỆT**  
TẠP CHÍ CỦA HIỆP HỘI DOANH NGHIỆP KH&CN VIỆT NAM

# TRONG SỐ NÀY



## CHUYÊN ĐỀ

Thương hiệu Việt - Khát vọng vươn xa .....	7
Cần có cơ chế hỗ trợ nhà khoa học, tránh tình trạng “nghiên cứu bị xếp ngăn tủ” .....	10
Trung tâm Thương hiệu Việt: 20 năm phát triển và dấu ấn trong đổi mới sáng tạo .....	12
10 sự kiện khoa học công nghệ năm 2024 .....	15
Nỗ lực cao nhất để đột phá phát triển khoa học công nghệ..	17
Đổi mới sáng tạo là yếu tố quyết định sự thịnh vượng của doanh nghiệp .....	19
Năm 2025: Doanh nghiệp bước vào cuộc đua AI mới.....	21
Đột phá phát triển khoa học công nghệ, đổi mới sáng tạo.	24
“Hút” trí thức Việt Kiều về nước: Cần đưa ra những bài toán hay và khó .....	26

## NGHIÊN CỨU & TRAO ĐỔI

Chậm chuyển đổi số, nhiều doanh nghiệp chưa nhìn thấy rủi ro.....	29
Kinh tế Việt Nam 2024: Tăng trưởng mạnh mẽ bất chấp khó khăn toàn cầu .....	31



## THỜI CUỘC & KINH DOANH

Kinh tế Việt Nam 2025: Tiếp đà tăng trưởng nhưng đối mặt nhiều trở ngại .....	34
Đề xuất đẩy mạnh số hóa, ứng dụng AI trong quản lý thuế..	36
Phần lớn doanh nghiệp công nghiệp hỗ trợ còn sử dụng công nghệ cũ .....	38
Nghiên cứu cơ chế khuyến khích doanh nghiệp mạnh dạn đầu tư vào thị trường Mỹ .....	40

## KINH TẾ SỐ

Doanh nghiệp không thể đứng ngoài “cuộc chơi” ứng dụng AI.....	42
Doanh nghiệp nhỏ và vừa gặp khó trong thương mại điện tử xuyên biên giới .....	45
Hai xu hướng đáng chú ý của thương mại điện tử Việt Nam 2024.....	47
Nhiều doanh nghiệp chưa biết khai thác “mỏ vàng” thương mại điện tử xuyên biên giới.....	49
Hóa giải thách thức xuất khẩu trực tuyến cho doanh nghiệp Việt.....	51

## THƯƠNG HIỆU

Xây dựng thương hiệu quốc gia Việt Nam tiến vào kỷ nguyên xanh.....	53
Thương hiệu xanh, tương lai bền vững doanh nghiệp Việt ..	56
Nhiều doanh nghiệp thành viên VST đạt Thương hiệu quốc gia 2024.....	59



Festival hoa Đà Lạt: Thương hiệu quốc gia thúc đẩy phát triển địa phương .....	62
Vì sao cần chính sách đặc thù phát triển thương hiệu nông sản Việt?.....	65
10 sai lầm phổ biến khi xây dựng và phát triển thương hiệu.....	68

## DOANH NGHIỆP & DOANH NHÂN

Thủ tướng phê duyệt danh sách thành viên Ban Chỉ đạo Đổi mới và Phát triển doanh nghiệp .....	71
Doanh nghiệp cần có chiến lược cạnh tranh để tham gia chuỗi liên kết FDI .....	73
Tiếp sức doanh nghiệp Việt trên hành trình kinh doanh bền vững.....	75
Một năm đồng hành cùng doanh nghiệp, doanh nhân ...	77

## THỊ TRƯỜNG & ĐẦU TƯ

Mục tiêu xuất khẩu năm 2025 tăng 12% có khả thi?.....	80
Đánh thức tiềm năng “Vương quốc gạch gốm” Mang Thít - Vĩnh Long .....	82
Đồng bằng sông Cửu Long hướng đến nền nông nghiệp xanh - nông sản sạch bền vững .....	86
Đồng bằng sông Cửu Long “dọn đường, trải thảm” đón nhà đầu tư.....	89
Giải pháp giúp du lịch Đà Nẵng vượt qua áp lực cạnh tranh .....	92

## CHUYỆN NGÀY XUÂN

Dòng chảy thời gian trong hương vị Tết Việt .....	94
Người Công giáo đón Tết Nguyên đán như thế nào?.....	97
Tết Nguyên đán: Bản hòa ca sắc màu văn hóa vùng miền .....	99

## KẾT NỐI

Xi măng Long Sơn - Vững vàng hội nhập, vươn tầm thế giới .....	102
Chuyển đổi số đã nâng vị thế của Dawaco lên tầm cao mới .....	103
14 năm Thương hiệu Quốc gia Eurowindow - Khác biệt để dẫn đầu .....	105
Công ty Nhôm Đắc Nông: Vượt khó hoàn thành tốt các chỉ tiêu sản xuất, kinh doanh.....	107

## THƯ CHÚC MỪNG NĂM MỚI ẤT TỴ 2025

**Kính gửi: Quý doanh nghiệp, doanh nhân và toàn thể hội viên!**

**X**uân Ất Tỵ 2025 đã đến, đánh dấu một năm mới với những khát vọng mới. Thay mặt Ban chấp hành Hiệp hội Doanh nghiệp Khoa học và Công nghệ Việt Nam, tôi xin gửi đến quý doanh nghiệp, các doanh nhân, toàn thể hội viên cùng gia đình lời chúc mừng nồng nhiệt nhất.

Năm 2024 đã khép lại với nhiều dấu ấn, là một năm Hiệp hội chúng ta đã vượt qua không ít khó khăn và thách thức. Với sự đồng lòng, trí tuệ và sáng tạo không ngừng, các doanh nghiệp khoa học và công nghệ đã khẳng định được vai trò tiên phong trong công cuộc hiện đại hóa, góp phần xây dựng một Việt Nam hùng cường và hội nhập sâu rộng. Các thành quả mà quý doanh nghiệp, doanh nhân và hội viên đạt được không chỉ là niềm tự hào của riêng Hiệp hội mà còn là minh chứng cho sự lớn mạnh của nền công nghiệp khoa học và công nghệ Việt Nam.

Giữa thời đại công nghệ không ngừng biến đổi, với sự xuất hiện của những đột phá của trí tuệ nhân tạo, dữ liệu lớn, bán dẫn, công nghệ sinh học..., các doanh nghiệp hội viên đã nhanh chóng nắm bắt và ứng dụng để chuyển mình, phát triển vững mạnh, tạo ra những giá trị bền vững đóng góp vào sự phát triển kinh tế - xã hội đất nước.

Trong bối cảnh đó, ngày 22/12/2024, thay mặt Bộ Chính trị, Tổng Bí thư Tô Lâm đã ký ban hành Nghị quyết số 57-NQ/TW về đột phá phát triển khoa học, công nghệ, đổi mới, sáng tạo và chuyển đổi số quốc gia. Đây là minh chứng rõ nét thể hiện tầm nhìn chiến lược và quyết tâm chính trị của Đảng trong phát triển khoa học, công nghệ, đổi mới, sáng tạo và chuyển đổi số quốc gia. Nghị quyết có ý nghĩa đặc biệt quan trọng, tạo nên bước ngoặt lịch sử trong việc thúc đẩy phát triển kinh tế - xã hội, tạo ra những điều kiện và cơ sở vững chắc để đất nước bước vào kỷ nguyên mới.

Chào đón năm mới 2025 với khí thế mới, vận hội mới, tôi kêu gọi tất cả quý doanh nghiệp và doanh nhân hãy cùng nhau hưởng ứng, triển khai hiệu quả tinh thần của Nghị quyết này. Đây chính là cơ hội để chúng ta không chỉ khẳng định vai trò của mình mà còn đóng góp tích cực vào sự phát triển chung của đất nước. Chúng ta hãy cùng nhau phát huy tiềm năng, đột phá hơn nữa trong những lĩnh vực chiến lược, khẳng định sức mạnh của cộng đồng doanh nghiệp khoa học và công nghệ Việt Nam.

Nhân dịp năm mới, một lần nữa tôi xin kính chúc quý doanh nghiệp, các doanh nhân và toàn thể hội viên một năm 2025 thành công, hạnh phúc và vạn sự như ý. Chúc cho sự phát triển không ngừng của các doanh nghiệp, sự vững mạnh của Hiệp hội và sự thịnh vượng của đất nước!

Chúc mừng năm mới 2025!

**Chủ tịch Hiệp hội Doanh nghiệp  
Khoa học và Công nghệ Việt Nam  
HOÀNG ĐỨC THẢO**

# THƯƠNG HIỆU VIỆT - KHÁT VỌNG VƯỜN XA



ĐẦU AN 2024 & KHÁT VỌNG 2025

DUY KHÁNH

**Trong một thập kỷ qua, Việt Nam đã chứng kiến sự phát triển mạnh mẽ và bền vững của các thương hiệu nội địa. Từ các sản phẩm tiêu dùng đến công nghệ, các doanh nghiệp Việt không chỉ chinh phục thị trường trong nước mà còn vươn ra thế giới, góp phần khẳng định vị thế của mình trên bản đồ kinh tế toàn cầu. Và năm 2024 đánh dấu một bước ngoặt quan trọng khi Thương hiệu quốc gia Việt Nam chính thức vượt mốc 500 tỷ USD, một cột mốc đầy tự hào và chứng minh cho tiềm năng phát triển mạnh mẽ của nền kinh tế quốc dân.**

**Thương hiệu quốc gia Việt Nam lần đầu tiên vượt 500 tỷ USD**

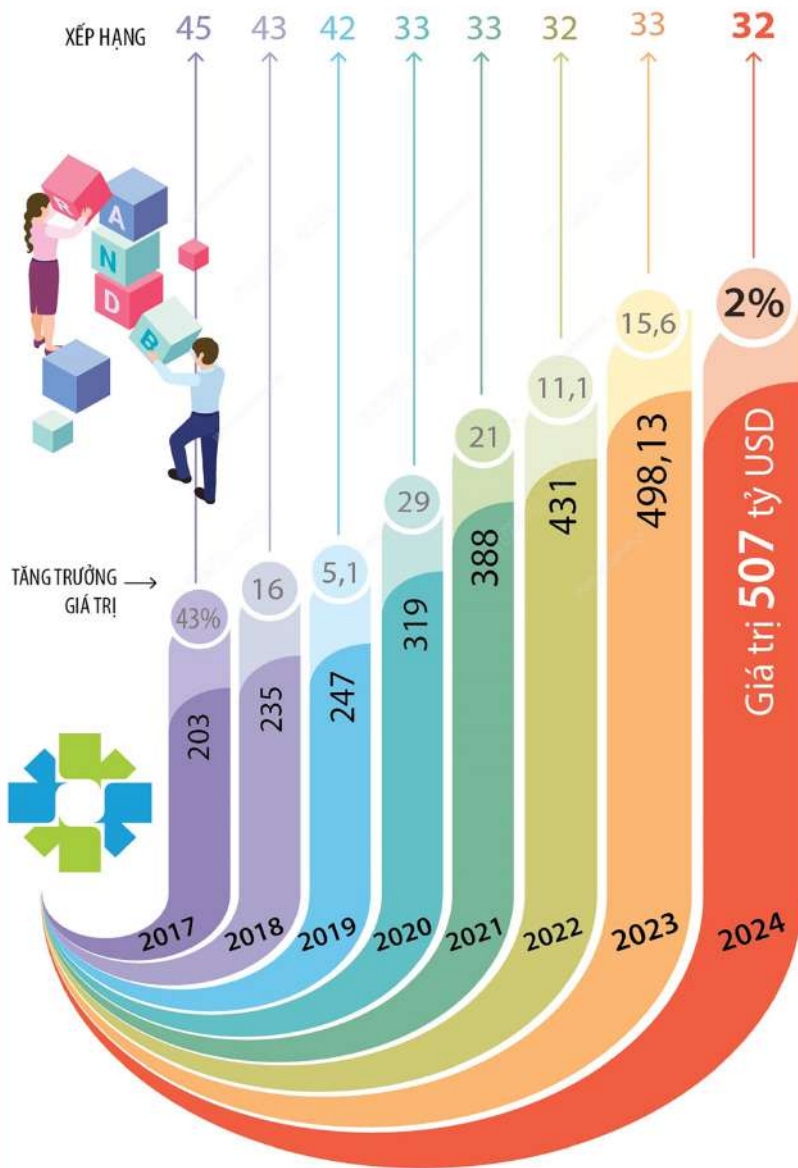
Với sự nỗ lực không ngừng của các doanh nghiệp Việt và sự hỗ trợ từ Chính phủ trong việc thúc đẩy các chiến lược phát triển kinh tế, Thương hiệu quốc gia Việt Nam đã vượt mốc 500 tỷ USD, xếp thứ 32 thế giới. Đây là một bước tiến vượt bậc, đánh dấu sự chuyển mình mạnh mẽ của nền kinh tế, từ nền kinh tế chủ yếu dựa vào sản xuất và xuất khẩu nông sản sang một nền kinh tế sáng tạo, mạnh mẽ với các doanh nghiệp có khả năng cạnh tranh và tham gia vào thị trường quốc tế.

Để đạt được thành tựu này, các doanh nghiệp Việt đã không ngừng sáng tạo, đổi mới và cải tiến quy trình sản xuất, dịch vụ. Họ áp dụng các công nghệ hiện đại, phát triển các mô hình kinh doanh sáng tạo và liên tục gia

# NĂM 2024 GIÁ TRỊ THƯƠNG HIỆU CỦA VIỆT NAM ĐẠT 507 TỶ USD, TĂNG 1 BẬC

(Xếp hạng trong Top 100 thương hiệu quốc gia giá trị nhất thế giới của Brand Finance)

Giá trị thương hiệu của Việt Nam năm 2024 được xếp thứ 32/193 quốc gia được đánh giá, đạt 507 tỷ USD, tăng 1 bậc về thứ hạng và tăng 2% về giá trị so với năm 2023.



Brand Finance: Tổ chức tư vấn định giá thương hiệu hàng đầu thế giới

infographics.vn

TTXVN Vietnam News Agency

tăng chất lượng sản phẩm để đáp ứng nhu cầu ngày càng cao của thị trường trong và ngoài nước. Đặc biệt, những thương hiệu như Vinamilk, Vingroup, FPT, Viettel và nhiều doanh nghiệp khác đã chứng minh được sức mạnh của mình trong việc xây dựng thương hiệu mạnh mẽ và mang lại giá trị lớn cho quốc gia.

Mốc 500 tỷ USD không chỉ là con số ấn tượng mà còn thể hiện sự chuyển mình mạnh mẽ của nền kinh tế Việt Nam, từ xuất khẩu hàng hóa sang xuất khẩu giá trị thương hiệu, tạo dựng được uy tín trong cộng đồng quốc tế. Đây là một minh chứng cho sự phát triển bền vững của các doanh nghiệp Việt và khát vọng vươn xa của nền kinh tế quốc dân.

### Các doanh nghiệp Việt đẩy mạnh vươn ra thế giới

Cùng với sự phát triển mạnh mẽ của thương hiệu quốc gia, các doanh nghiệp Việt cũng đã đạt được những thành tựu lớn, không chỉ trong nước mà còn vươn ra thế giới. Nhiều thương hiệu nổi bật đã thành công trong việc xây dựng tên tuổi quốc tế và giành được những giải thưởng danh giá, khẳng định khả năng cạnh tranh và phát triển bền vững.

Vinamilk, một trong những thương hiệu nổi bật của ngành thực phẩm Việt Nam, đã không chỉ thống trị thị trường nội địa mà còn vươn ra thế giới. Với chiến lược phát triển bền vững và liên tục đổi mới, Vinamilk đã xuất khẩu sản phẩm sang đến 62 thị trường ở cả 5 châu lục. Tổng doanh thu xuất khẩu lũy kế đạt hơn 3,4 tỷ USD, với gần 400 SKUs sản phẩm gồm cả sữa bột, sữa tươi, sữa chua, sữa đặc... trở thành một trong những







nhà xuất khẩu sữa lớn nhất châu Á. Thương hiệu Vinamilk được xếp vào Top 5 thương hiệu sữa có tính bền vững cao nhất toàn cầu và dẫn đầu tại Việt Nam. Đặc biệt, điểm nhận thức về tính bền vững của Vinamilk được đánh giá cao nhất, vượt qua nhiều tên tuổi lớn khác trong ngành sữa thế giới.

Vingroup, một trong những tập đoàn lớn nhất Việt Nam, đã không ngừng mở rộng và đổi mới trong nhiều lĩnh vực như bất động sản, bán lẻ, ô tô và công nghệ. Đặc biệt, với sự ra đời của VinFast, thương hiệu ô tô Việt Nam, Vingroup đã đánh dấu bước ngoặt lớn trong ngành công nghiệp ô tô. Chỉ trong vài năm, VinFast đã trở thành thương hiệu ô tô nổi bật ở thị trường trong nước và quốc tế, với các sản phẩm xe điện thông minh, thân thiện với môi trường. Năm 2024, VinFast đã xuất khẩu thành công xe điện sang nhiều quốc gia, bao gồm Mỹ và châu Âu.

FPT đã chứng minh được sức mạnh của mình trong lĩnh vực công nghệ thông tin, không chỉ ở thị trường Việt Nam mà còn ở nhiều quốc gia khác. FPT là một trong những công ty công nghệ lớn nhất tại Việt Nam và đã mở rộng sang các thị trường như Nhật Bản, Mỹ, châu Âu. Với chiến lược đột phá, FPT tiếp tục phát triển và duy trì vị thế hàng đầu trong ngành công nghệ của khu vực.

Viettel, một thương hiệu viễn thông lớn tại Việt Nam, không chỉ chiếm lĩnh thị trường trong nước mà còn vươn ra toàn cầu, hiện diện tại hơn 10 quốc gia. Năm 2024, Viettel tiếp tục đẩy mạnh các hoạt động nghiên cứu và phát triển các công nghệ viễn thông

hiện đại, thương mại hóa 5G..., khẳng định sự vươn lên mạnh mẽ của thương hiệu Việt trên bản đồ viễn thông toàn cầu.

### Khát vọng vươn xa

Dù đã đạt được những thành tựu đáng tự hào, nhưng các doanh nghiệp Việt vẫn đối mặt với nhiều thách thức trong việc vươn ra thế giới. Sự cạnh tranh toàn cầu ngày càng gay gắt, đặc biệt là khi các thương hiệu quốc tế cũng không ngừng đổi mới và cải tiến. Để duy trì và phát triển bền vững, các doanh nghiệp Việt cần tiếp tục đổi mới sáng tạo, nâng cao chất lượng sản phẩm, dịch vụ, đồng thời đẩy mạnh đầu tư vào công nghệ và nghiên cứu phát triển.

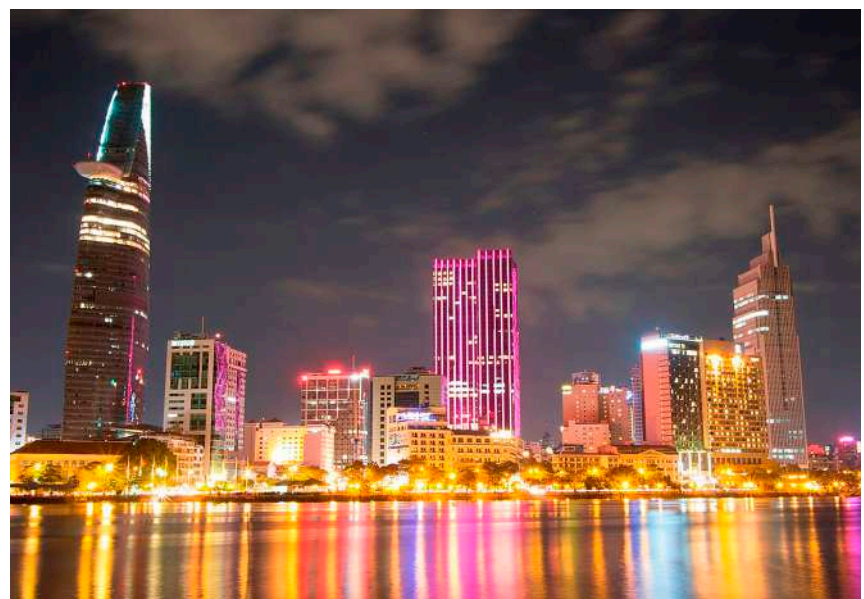
Bên cạnh đó, việc xây dựng thương hiệu quốc gia mạnh mẽ hơn nữa cũng là một mục tiêu quan trọng trong việc nâng cao uy tín quốc gia, tạo dựng niềm tin đối với các đối tác quốc tế. Chính phủ cần tiếp tục tạo môi trường thuận lợi cho các doanh nghiệp trong nước phát triển, hỗ trợ mạnh mẽ cho các chiến lược toàn cầu hóa của các doanh

nh nghiệp Việt, đồng thời phát triển các sáng kiến để giúp các doanh nghiệp Việt cải thiện năng lực cạnh tranh và tăng trưởng.

Khát vọng vươn xa không chỉ là mong muốn mà đã trở thành kim chỉ nam cho mọi hoạt động của doanh nghiệp Việt Nam. Đó là niềm tin mãnh liệt rằng, dù xuất phát điểm có thể khiêm tốn, nhưng với ý chí bền bỉ và sự đổi mới không ngừng, các doanh nghiệp Việt sẽ từng bước khẳng định vị thế trong chuỗi giá trị toàn cầu.

Nhiều doanh nghiệp đang áp dụng những kế hoạch táo bạo: xây dựng các trung tâm nghiên cứu phát triển tầm cỡ quốc tế, hợp tác chiến lược với các đối tác hàng đầu và đặt mục tiêu thâm nhập vào các thị trường khó tính nhất, làm rạng danh tên tuổi Việt Nam, biến những thương hiệu nội địa thành niềm tự hào quốc gia.

Với niềm tin và sự nỗ lực không ngừng, khát vọng ấy chắc chắn sẽ tiếp tục được hiện thực hóa, đưa thương hiệu Việt vững bước trên hành trình chinh phục những đỉnh cao mới.





# Cần có cơ chế hỗ trợ nhà khoa học, tránh tình trạng “nghiên cứu bị xếp ngăn tủ”

DUY MINH

Tổng Bí thư Tô Lâm yêu cầu có cơ chế hỗ trợ nhà khoa học, tránh tình trạng “nghiên cứu bị xếp ngăn tủ”. Kết quả nghiên cứu cần được chuyển giao cho doanh nghiệp để nâng cao năng suất lao động.

## Những tồn tại cần khắc phục

Tại buổi gặp gỡ các đại biểu trí thức và nhà khoa học ngày 30/12 tại Hà Nội, Tổng Bí thư Tô Lâm nhấn mạnh, trí thức và nhà khoa học luôn là lực lượng tiên phong trong việc khai sáng dân trí, xây dựng lý luận cách mạng và ứng dụng khoa học kỹ thuật vào thực tiễn.

Tổng Bí thư ghi nhận, biểu dương, đánh giá cao và chúc mừng những thành tựu, kết

quả mà đội ngũ trí thức, nhà khoa học Việt Nam đã đạt được trong các giai đoạn cách mạng của Đảng, đặc biệt trong giai đoạn đổi mới đất nước. Trong đó, ứng dụng công nghệ mới đã giúp chuyển đổi cơ cấu kinh tế nông nghiệp, nông thôn, tăng giá trị sản xuất, đưa Việt Nam vào nhóm các nước xuất khẩu hàng đầu thế giới về gạo, cà phê, hạt tiêu, điều, cao su...

Bên cạnh những thành tựu, Tổng Bí thư cũng thẳng thắn chỉ ra những tồn tại cần sớm khắc phục. Tổng bí thư cho biết, số lượng các công trình, sáng chế mang tầm quốc tế còn hạn chế, thiếu các phát kiến đột phá. Các tập thể khoa học mạnh, có uy tín khu vực và quốc tế vẫn chưa nhiều, trong khi nghiên cứu khoa học chưa đáp ứng được nhu cầu cấp thiết của xã hội.

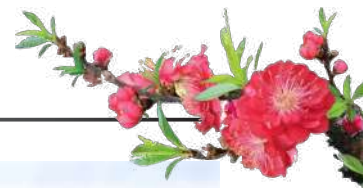
Đáng chú ý, đội ngũ nhân tài tinh hoa và các chuyên gia đầu ngành đang thiếu hụt nghiêm trọng. Nhân lực kế cận cũng chưa được quan tâm đúng mức, dẫn đến đóng góp của trí thức cho phát

triển kinh tế - xã hội chưa tương xứng.

Theo Tổng Bí thư, đội ngũ trí thức, nhà khoa học cần thực hiện trách nhiệm và sứ mệnh của mình, hướng tới các mục tiêu lớn lao. Cụ thể, đến năm 2030, Việt Nam cần có 100 phát minh, sáng chế được ghi nhận trên bảng xếp hạng khoa học thế giới, ba tạp chí khoa học đạt tiêu chuẩn quốc tế và tối thiểu 5 doanh nghiệp công nghệ số ngang tầm các cường quốc.

Xa hơn, đến năm 2045, Việt Nam đặt mục tiêu trở thành một trong những trung tâm công nghiệp công nghệ số của khu vực, đứng nhóm 30 quốc gia dẫn đầu về đổi mới sáng tạo và chuyển đổi số. “Đội ngũ trí thức, nhà khoa học phải là nòng cốt để Việt Nam vươn lên dẫn đầu Đông Nam Á trong lĩnh vực nghiên cứu trí tuệ nhân tạo và năng lực cạnh tranh số”, Tổng Bí thư khẳng định.

Tổng Bí thư cũng đề nghị cần sớm đổi mới đào tạo, tuyển chọn và trọng dụng trí thức, gắn kết chặt chẽ giữa trung



Tổng Bí thư Tô Lâm phát biểu tại buổi gặp gỡ các đại biểu trí thức và nhà khoa học ngày 30/12 tại Hà Nội.

tâm khoa học, viện nghiên cứu, nhà trường và doanh nghiệp. Đặc biệt, Tổng Bí thư yêu cầu có cơ chế hỗ trợ nhà khoa học, tránh tình trạng “nghiên cứu bị xếp ngăn tủ”, thay vào đó, kết quả nghiên cứu cần được chuyển giao cho doanh nghiệp để nâng cao năng suất lao động.

Việc xây dựng Chiến lược quốc gia phát triển đội ngũ trí thức, dự kiến hoàn thiện vào nửa đầu năm 2025, cũng được nhấn mạnh như một nhiệm vụ cấp bách.

### Niềm tin vào Nghị quyết 57

Tại buổi gặp gỡ, các đại biểu trí thức, nhà khoa học bày tỏ

sự tin tưởng vào Nghị quyết số 57 vừa được Bộ Chính trị ban hành ngày 22/12/2024. Theo GS, TSKH Trần Đình Long - Chủ tịch Hội Giống cây trồng Việt Nam, nghị quyết này mở ra động lực lớn cho sự đổi mới và phát triển khoa học, công nghệ. Ông cũng đề xuất khen thưởng xứng đáng cho các sáng tạo nông nghiệp chất lượng cao, góp phần đẩy mạnh kinh tế số trong ngành nông nghiệp.

Trong khi đó, TS Nguyễn Quân - nguyên Bộ trưởng Bộ Khoa học và Công nghệ, kiến nghị giao quyền sở hữu và định giá nghiên cứu khoa học cho các nhà khoa học.

Điều này sẽ tháo gỡ các rào cản, giúp tối ưu hóa giá trị ứng dụng của khoa học vào thực tiễn.

Kết luận buổi gặp, Tổng Bí thư Tô Lâm nhấn mạnh: “Đảng, Nhà nước và nhân dân đặt kỳ vọng lớn vào đội ngũ trí thức, nhà khoa học - những người tiên phong kiến tạo gia tộc cho sự phát triển bền vững của đất nước”.

Những kỳ vọng này không chỉ là thách thức mà còn là động lực to lớn để đội ngũ trí thức, nhà khoa học Việt Nam khẳng định vai trò trong thời kỳ mới, góp phần đưa Việt Nam vươn tầm khu vực và thế giới.

# 20 NĂM TỰ HÀO THƯƠNG HIỆU VIỆT:

NHỊ HÀ

DẤU ẤN 2024 & KHÁT VỌNG 2025



ThS - Nhà báo Phan Mỹ Yến - Chủ tịch Trung tâm Thương hiệu Việt (thứ 3 từ trái sang).

Ra đời từ năm 2002, Trung tâm Nghiên cứu Phát triển Thương hiệu Việt (Thương hiệu Việt), trực thuộc Liên hiệp các Hội Khoa học và Kỹ thuật Việt Nam, đã không ngừng khẳng định vai trò quan trọng trong việc thúc đẩy sự phát triển thương hiệu doanh nghiệp thông qua nghiên cứu và ứng dụng khoa học công nghệ. Thương hiệu Việt tạo nền tảng vững chắc trong việc hỗ trợ doanh nghiệp Việt Nam nâng cao năng lực cạnh tranh, hội nhập kinh tế quốc tế và phát triển bền vững.



Nhà báo Hải Đăng - Người sáng lập Trung tâm Nghiên cứu và phát triển Thương hiệu Việt.

## 20 năm, chặng đường của sự đổi mới

Trải qua hành trình 20 năm phát triển, Trung tâm Thương hiệu Việt đã ghi dấu ấn sâu sắc thông qua các hoạt động nghiên cứu, ứng dụng khoa học công nghệ, truyền thông và xây dựng thương hiệu. Những nỗ lực này đã tạo ra những bước đột phá quan trọng trong bối cảnh hội nhập kinh tế quốc tế.

Với sự đồng hành của Trung tâm, các thương hiệu của Việt Nam không gia tăng thêm sức mạnh năng lực cạnh tranh, tạo ra giá trị bền vững, sẵn sàng đối đầu với những thách thức trên thị trường toàn cầu. Đồng thời, sự phát triển ấy đã góp phần thúc đẩy kinh tế đất nước và khẳng định vị thế Việt Nam trên trường quốc tế.

Mạng truyền thông điện tử Thương hiệu Việt, do cố Nhà báo Hải Đăng sáng lập, đã xác định rõ “Tầm nhìn, Sứ mệnh, Giá trị cốt lõi”. Qua từng bước phát triển, Thương hiệu Việt đã hỗ trợ các doanh nghiệp tiếp cận khoa

học và kỹ thuật hiện đại, ứng dụng vào sản xuất kinh doanh, đồng thời xây dựng và quảng bá thương hiệu, coi đó là giá trị nền tảng để vươn tới thành công. Trung tâm đã hợp tác cùng nhiều kênh truyền hình, báo chí cũng như phát hành nhiều ấn phẩm sách giá trị.

Thương hiệu Việt đã từng bước quy tụ hơn 100.000 doanh nghiệp cả nước từ các tập đoàn, tổng công ty, các ngân hàng, doanh nghiệp Việt Nam. Đặc biệt là các doanh nghiệp FDI luôn quan tâm và tích cực tham gia vào các hoạt động của Thương hiệu Việt.

Trên hành trình 20 năm ghi dấu, Trung tâm đã tổ chức hàng trăm giải thưởng và chương trình

vinh danh, hội nghị, hội thảo khoa học, diễn đàn và triển lãm. Các sự kiện nổi bật bao gồm: Giải thưởng Cúp vàng Top Ten Thương hiệu Việt - Ứng dụng KH&CN; Giải thưởng 100 Thương hiệu Việt bền vững; Nữ doanh nhân trí thức thành đạt; Doanh nghiệp Việt Nam điển hình sáng tạo; Thương hiệu phát triển kinh tế hội nhập; Thương hiệu Việt uy tín; Thương hiệu Xanh; Sản phẩm An toàn vệ sinh thực phẩm; cùng chương trình kết nối ba nhà (nhà báo - nhà khoa học - nhà doanh nghiệp).

Đáng chú ý, các triển lãm như “Festival quốc tế nông nghiệp vùng Đồng bằng sông Cửu Long” và “Khoa học và Công nghệ phát triển nông nghiệp vùng Duyên



ThS - Nhà báo Phan Mỹ Yến trao đổi với lãnh đạo Bộ Khoa học và Công nghệ, và các đại biểu tại một sự kiện do Trung tâm tổ chức.





Giải thưởng “Doanh nghiệp Việt Nam điển hình sáng tạo” lần thứ 6 năm 2023.

DẤU ẤN 2024 & KHÁT VỌNG 2025

hải Nam Trung Bộ Tây Nguyên” cũng đã để lại dấu ấn quan trọng trong cộng đồng doanh nghiệp và giới chuyên môn.

Không dừng lại ở phạm vi trong nước, Trung tâm Thương hiệu Việt đã mở rộng hợp tác quốc tế với các tổ chức tại Hoa Kỳ, Úc, Nhật Bản và Hàn Quốc. Những thỏa thuận này không chỉ giúp doanh nghiệp Việt tiếp cận thị trường toàn cầu mà còn mang lại cơ hội chuyên gia công nghệ tiên tiến, hỗ trợ doanh nghiệp bắt kịp xu hướng phát triển trên thế giới.

Một trong những thành tựu đáng ghi nhận của Trung tâm là việc thúc đẩy chuyển đổi số trong doanh nghiệp. Với xu hướng Cách mạng công nghiệp 4.0, Trung tâm đã hỗ trợ nhiều doanh nghiệp triển khai các giải pháp quản trị thông minh, cải thiện chuỗi cung ứng và tối ưu hóa quy trình sản

xuất, từ đó nâng cao năng suất và chất lượng sản phẩm.

### Vinh danh đổi mới sáng tạo

Nằm trong chuỗi hoạt động kỷ niệm 20 năm thành lập, chương trình xét chọn và vinh danh “Doanh nghiệp Việt Nam điển hình sáng tạo” lần thứ 7 năm 2024 là một trong những sự kiện tiêu biểu nhận được sự quan tâm đặc biệt từ lãnh đạo các bộ, ban, ngành và ủy ban tỉnh, thành. Nhiều doanh nghiệp đã được đề cử tham gia, thể hiện sự đánh giá cao từ các cấp quản lý đối với những nỗ lực đổi mới trong cộng đồng doanh nghiệp.

Chương trình không chỉ là sân chơi nhằm tôn vinh các đơn vị tiên phong trong đổi mới sáng tạo mà còn mang ý nghĩa quan trọng trong việc khích lệ và truyền cảm hứng. Đây chính là động lực để cộng đồng doanh nghiệp Việt

Nam hướng tới phát triển bền vững, nâng cao giá trị thương hiệu và khả năng cạnh tranh trên thị trường.

Buổi lễ kỷ niệm 20 năm thành lập và vinh danh “Doanh nghiệp Việt Nam điển hình sáng tạo” lần thứ 7 năm 2024 sẽ được tổ chức vào lúc 14h ngày 18/1/2025, tại Khách sạn 5 sao Tân Sơn Nhất (Số 202 Hoàng Văn Thụ, phường 9, quận Phú Nhuận, TP Hồ Chí Minh). Sự kiện đánh dấu chặng đường 20 năm đầy tự hào của Trung tâm Thương hiệu Việt trên hành trình đồng hành cùng cộng đồng doanh nghiệp trong nước.

Với những nỗ lực không ngừng nghỉ, Trung tâm Thương hiệu Việt tiếp tục khẳng định vai trò tiên phong trong việc thúc đẩy đổi mới sáng tạo, xây dựng thương hiệu mạnh và đồng hành cùng doanh nghiệp Việt Nam trên con đường chinh phục những đỉnh cao mới.

# 10 sự kiện khoa học công nghệ năm 2024

AN NHIÊN

Ngày 23/12 tại Hà Nội, Câu lạc bộ Nhà báo Khoa học và Công nghệ Việt Nam công bố kết quả bình chọn 10 sự kiện Khoa học và Công nghệ nổi bật năm 2024.

Đây là năm thứ 19 hoạt động này được Câu lạc bộ Nhà báo Khoa học và Công nghệ Việt Nam tổ chức, với sự tham gia của các phóng viên, biên tập viên theo dõi lĩnh vực khoa học và công nghệ của các cơ quan báo chí trung ương và địa phương.

## Thống nhất chủ trương tái khởi động dự án điện hạt nhân Ninh Thuận

Ngày 25/11/2024, Hội nghị Ban Chấp hành Trung ương Đảng khóa XIII thống nhất chủ trương tái khởi động Dự án điện hạt nhân Ninh Thuận và tiếp tục nghiên cứu Chương trình điện hạt nhân tại Việt Nam.

## Ban hành Chiến lược phát triển công nghiệp bán dẫn Việt Nam đến năm 2030 và tầm nhìn 2050

Ngày 21/9/2024, Thủ tướng Chính phủ Phạm Minh Chính ký Quyết định số 1018/QĐ-TTg ban hành Chiến lược phát triển công nghiệp bán dẫn Việt Nam

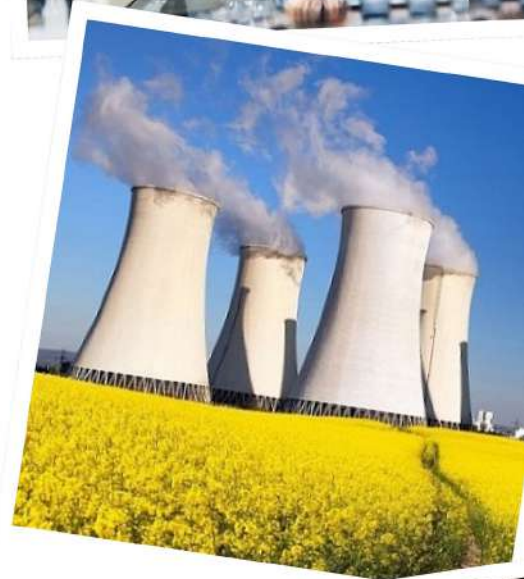
đến năm 2030 và tầm nhìn 2050. Chiến lược định hướng phát triển công nghiệp bán dẫn ở Việt Nam đến năm 2050.

## Thực hiện chủ trương hợp nhất Bộ Khoa học và Công nghệ và Bộ Thông tin và Truyền thông

Sau khi có chỉ đạo của Ban Chấp hành Trung ương về tổng kết thực hiện Nghị quyết số 18-NQ/TW, ngày 25/10/2017 của Ban Chấp hành Trung ương Đảng khóa XII “Một số vấn đề về tiếp tục đổi mới, sắp xếp tổ chức bộ máy của hệ thống chính trị tinh gọn, hoạt động hiệu lực, hiệu quả,” ngày 6/12/2024, Chính phủ đã ban hành kế hoạch định hướng sắp xếp, tinh gọn tổ chức bộ máy của Chính phủ, trong đó hợp nhất Bộ Khoa học và Công nghệ và Bộ Thông tin và Truyền thông.

## Công bố Bộ chỉ số Đổi mới sáng tạo cấp địa phương

Tại Nghị quyết số 10/NQ-CP ngày 3/2/2022, Chính phủ đã giao Bộ Khoa học và Công nghệ





Lễ công bố kết quả bình chọn 10 sự kiện Khoa học và Công nghệ nổi bật năm 2024.

DẤU ẤN 2024 & KHÁT VỌNG 2025

chính thức triển khai Bộ chỉ số Đổi mới sáng tạo cấp địa phương (PII) trên phạm vi toàn quốc từ năm 2023. Bộ chỉ số nhằm cung cấp bức tranh thực tế, tổng thể về hiện trạng mô hình phát triển kinh tế xã hội dựa trên khoa học, công nghệ và đổi mới sáng tạo của từng địa phương. Ngày 12/3/2024, Bộ Khoa học và Công nghệ công bố Bộ chỉ số Đổi mới sáng tạo cấp địa phương, đồng thời công bố bảng xếp hạng đổi mới sáng tạo cấp địa phương năm 2023 của 63 tỉnh/thành phố.

### Viện Vật lý Địa cầu làm chủ công nghệ quan trắc, báo tin động đất

Viện Vật lý Địa cầu - Viện Hàn lâm Khoa học và Công nghệ Việt Nam là cơ quan đầu mối được giao thực hiện nhiệm vụ báo tin động đất và cảnh báo sóng thần ở Việt Nam theo Quy chế của Chính phủ. Để phục vụ công tác này, đến nay, Viện Vật lý Địa cầu đang vận hành gần 100 trạm quan trắc động đất trên lãnh thổ, lãnh hải Việt Nam.

### Viettel vận hành trung tâm dữ liệu lớn nhất Việt Nam

Tháng 4/2024, Tập đoàn Công nghiệp - Viễn thông quân đội

(Viettel) đưa vào hoạt động Trung tâm dữ liệu Viettel Hòa Lạc với công suất 30MW, lớn nhất tại Việt Nam. Viettel triển khai các công nghệ mới nhất để xây dựng trung tâm dữ liệu xanh.

### Techfest 2024 và 10 năm phát triển hệ sinh thái khởi nghiệp sáng tạo Việt Nam

Ngày hội Khởi nghiệp sáng tạo Quốc gia năm 2024 (Techfest 2024) diễn ra tại TP Hải Phòng từ ngày 26-28/11/2024 với chủ đề “Chung tay phát triển hệ sinh thái khởi nghiệp sáng tạo Việt Nam”. Trong lần thứ 10 tổ chức, Techfest 2024 đánh dấu những thành tựu nổi bật với gần 10.000 lượt người tham dự, quy tụ hơn 1.100 diễn giả và chuyên gia hàng đầu, tạo cơ hội chia sẻ kiến thức, kinh nghiệm và kết nối với hơn 200 đại diện quốc tế.

### FPT xây dựng Trung tâm trí tuệ nhân tạo trị giá hơn 4.300 tỷ đồng

Ngày 18/8/2024, Liên danh FPT Quy Nhơn (thuộc Tập đoàn FPT) phối hợp với UBND tỉnh Bình Định chính thức khởi công Dự án Trung tâm AI và đô thị phụ trợ tại TP Quy Nhơn. Dự án có quy mô hơn 93,2 ha, tổng vốn đầu

tư 4.362 tỷ đồng. Trung tâm AI được xác định là nơi nghiên cứu, đào tạo, sản xuất phần mềm, hỗ trợ chuyển đổi số, cung cấp giải pháp an ninh mạng, an ninh xã hội, AI phục vụ con người, nâng cao năng suất, chất lượng, giá trị dịch vụ.

### Phát hiện khu cư trú người tiền sử niên đại 8.000 năm ở Bắc Kạn

Tháng 8/2024, Hội Khảo cổ học Việt Nam và Bảo tàng tỉnh Bắc Kạn đã phát hiện ra nhiều dấu vết người tiền sử tại 4 di tích thuộc hơn 20 hang tại 2 xã Quảng Khê và Đồng Phúc, huyện Ba Bể (tỉnh Bắc Kạn) sau hơn 1 tháng thực địa. Tại hang Kẹm Liềm ở thôn Chợ Lèng, xã Quảng Khê, đoàn khảo sát đã phát hiện tầng văn hóa dày 0,7m nằm ngay trên nền đá tảng và được nhiều di vật. Dựa vào nghiên cứu tổng thể các di vật, kết cấu trầm tích địa tầng văn hóa, bước đầu đoàn khảo sát nhận định hang Kẹm Liềm là một di tích cư trú của người tiền sử thuộc giai đoạn sớm của thời đại đá mới có niên đại khoảng 7.000 - 8.000 năm cách ngày nay.

### Người Việt đầu tiên đoạt giải thưởng thiên văn quốc tế Đài Loan (Trung Quốc)

PGS.TS Hoàng Chí Thiêm (45 tuổi, hiện làm việc tại Viện Nghiên cứu khoa học thiên văn vũ trụ Hàn Quốc và Đại học Khoa học Công nghệ Hàn Quốc) đã đoạt Giải thưởng bài giảng cho nhà thiên văn học trẻ toàn thế giới năm 2024 do Đại học Trung ương Đài Loan tặng. Ông là người Việt Nam đầu tiên, đồng thời là người thứ 4 đang làm việc ở châu Á đoạt giải thưởng này.





# Nỗ lực cao nhất để đột phá phát triển khoa học công nghệ

HẢI HÀ

Với quyết tâm và nỗ lực cao nhất, Bộ Khoa học và Công nghệ (KH&CN) đang khẩn trương phối hợp với Bộ Thông tin và Truyền thông (TT&TT) tham mưu, trình Chính phủ ban hành Chương trình hành động thực hiện Nghị quyết số 57-NQ/TW ngày 22/12/2024 của Bộ Chính trị về đột phá phát triển khoa học, công nghệ, đổi mới sáng tạo và chuyển đổi số quốc gia.

Phát biểu tại Hội nghị tổng kết công tác năm 2024 và triển khai nhiệm vụ công tác năm 2025 ngày 30/12, Bộ trưởng Bộ KH&CN Huỳnh Thành Đạt nhấn mạnh, năm 2024, KH&CN và đổi mới sáng tạo đã có nhiều đóng góp thiết thực vào sự phát triển kinh tế - xã hội, bảo đảm quốc phòng, an ninh, cải thiện an sinh xã hội và nâng cao chất lượng cuộc sống người dân.

ĐẦU NĂM 2024 & KHÁT VỌNG 2025



Thủ tướng Chính phủ Phạm Minh Chính thăm nhà máy sản xuất linh kiện hàng không vũ trụ UAC, Hoa Kỳ tại thành phố Đà Nẵng.



Bộ trưởng Bộ KH&CN Huỳnh Thành Đạt.

Công tác xây dựng và hoàn thiện cơ chế, chính sách được quan tâm, chỉ đạo thường xuyên, góp phần tháo gỡ các khó khăn, vướng mắc, giúp KH&CN và đổi mới sáng tạo thực sự trở thành quốc sách hàng đầu. Đây là động lực chính thúc đẩy phát triển lực lượng sản xuất hiện đại, đồng thời phát triển kinh tế - xã hội nhanh và bền vững.

Hoạt động hợp tác quốc tế về KH&CN ngày càng được mở rộng và đi vào chiều sâu nhằm giải quyết các nhiệm vụ trọng tâm, trọng điểm của quốc gia trong giai đoạn hiện nay. Hệ sinh thái khởi nghiệp sáng tạo của Việt Nam đã phát triển mạnh mẽ, hình thành một thể hệ doanh nghiệp mới dựa trên tài sản trí tuệ và có đủ năng lực tiếp cận thị trường toàn cầu.

Năm 2024, hệ sinh thái khởi nghiệp sáng tạo của Việt Nam xếp hạng thứ 56 trong bảng xếp hạng Chỉ số hệ sinh thái khởi nghiệp toàn cầu. Chỉ số Đổi mới sáng tạo toàn cầu (GII) của Việt Nam liên tục cải thiện, tăng từ vị trí 59 (năm 2016) lên vị trí

44 vào năm 2024. Đặc biệt, GI 2024 ghi nhận ba chỉ số của Việt Nam đứng đầu thế giới, trong đó lần đầu tiên có chỉ số xuất khẩu hàng hóa sáng tạo.

Đáng chú ý, thực hiện chỉ đạo của Ban Chỉ đạo Trung ương và Ban Chỉ đạo Chính phủ về tổng kết việc thực hiện Nghị quyết số 18-NQ/TW, Bộ KH&CN và Bộ TT&TT sẽ hợp nhất để cùng đạt được những mục tiêu đề ra trong kỷ nguyên phát triển mới.

Báo cáo của Bộ KH&CN cho biết, năm 2024, Bộ đã đẩy nhanh tiến độ triển khai 23 chương trình KH&CN quốc gia; phê duyệt và tổ chức triển khai hai chương trình KH&CN quốc gia mới nhằm giải quyết các vấn đề cấp bách và đáp ứng yêu cầu thực tiễn.

Đặc biệt, trong lĩnh vực công nghệ cao, Việt Nam đạt được những bước tiến quan trọng trong phát triển công nghệ bán dẫn và trí tuệ nhân tạo (AI), khẳng định vai trò trong chuỗi cung ứng công nghệ cao toàn cầu. Chính phủ cũng ban hành

nhiều chính sách ưu đãi thu hút đầu tư nước ngoài, tạo điều kiện cho các dự án hợp tác từ các tập đoàn lớn như Samsung, Intel và NVIDIA. Việt Nam và NVIDIA đã hợp tác thành lập Trung tâm Nghiên cứu và Phát triển trí tuệ nhân tạo cùng Trung tâm Dữ liệu AI tại Việt Nam.

Thứ trưởng Bộ KH&CN Lê Xuân Định cho biết, thời gian tới, Bộ sẽ phối hợp với Bộ TT&TT tham mưu, trình Chính phủ ban hành Chương trình hành động thực hiện Nghị quyết số 57-NQ/TW ngày 22/12/2024 của Bộ Chính trị. Bộ cũng sẽ tham mưu thành lập Ban Chỉ đạo Trung ương về phát triển KH&CN, đổi mới sáng tạo và chuyển đổi số do Tổng Bí thư làm Trưởng ban. Đồng thời, Hội đồng Tư vấn quốc gia về phát triển KH&CN cũng sẽ được thành lập với sự tham gia của các chuyên gia trong và ngoài nước.

Bộ tiếp tục hoàn thiện đồng bộ hệ thống pháp luật về KH&CN và đổi mới sáng tạo, tháo gỡ các điểm nghẽn và khuyến khích phát triển KH&CN. Trong đó, sẽ trình Quốc hội thông qua bốn luật chuyên ngành, bao gồm: Luật sửa đổi, bổ sung một số điều của Luật Tiêu chuẩn và Quy chuẩn kỹ thuật; Luật KH&CN và đổi mới sáng tạo; Luật sửa đổi, bổ sung một số điều của Luật Chất lượng sản phẩm hàng hóa; và Luật Năng lượng nguyên tử (sửa đổi).

Bên cạnh đó, Bộ KH&CN cũng chỉ đạo phối hợp với các bộ, ngành liên quan để hoàn thiện pháp luật về điện hạt nhân và thúc đẩy ứng dụng năng lượng hạt nhân, bảo đảm an ninh năng lượng quốc gia và mục tiêu phát triển bền vững.



# Đổi mới sáng tạo là yếu tố quyết định sự thịnh vượng của doanh nghiệp

MINH THẮNG



ĐẦU NĂM 2024 & KHÁT VỌNG 2025



Phó Thủ tướng Thường trực Chính phủ Nguyễn Hòa Bình phát biểu tại lễ vinh danh.

**Phát biểu tại lễ trao Giải thưởng Sao Vàng đất Việt 2024, Phó Thủ tướng Thường trực Nguyễn Hòa Bình nhấn mạnh tầm quan trọng của đổi mới sáng tạo trong việc giúp doanh nghiệp vượt qua thách thức và vươn lên dẫn đầu trong bối cảnh hội nhập quốc tế. Sự sáng tạo không chỉ thể hiện ở việc tìm kiếm giải pháp mới mà còn trong việc áp dụng công nghệ tiên tiến, phát triển mô hình kinh tế xanh và quản trị thông minh.**

**G**ải thưởng Sao Vàng đất Việt là hoạt động tôn vinh doanh nghiệp và thương hiệu Việt Nam trong hội nhập quốc tế, được Thủ tướng Chính phủ giao cho Trung ương Đoàn TNCS Hồ Chí Minh, Trung ương Hội Liên hiệp Thanh niên Việt Nam, Trung ương Hội Doanh nhân trẻ Việt Nam chủ trì tổ chức từ năm 2003.

Năm nay, Hội đồng bình chọn đã lựa chọn ra Top 10, Top 100 và Top 200 thương hiệu Sao Vàng đất Việt. Trong đó, Hội đồng đã lựa chọn 20 doanh nghiệp tiêu biểu nhất của các nhóm ngành, hàng để bỏ phiếu kín bình chọn ra Top 10.

200 doanh nghiệp đoạt Giải thưởng Sao Vàng đất Việt 2024

có tổng tài sản năm 2023 khoảng 8 triệu tỷ đồng; doanh thu năm 2023 đạt 799.000 tỷ đồng, lợi nhuận đạt 115.000 tỷ đồng, nộp ngân sách 65.000 tỷ đồng và tạo việc làm cho 405.000 lao động. Riêng Top 10 Sao Vàng đất Việt 2024 có tổng tài sản năm 2023 là gần 2,5 triệu tỷ đồng, doanh thu năm 2023 đạt 230.000 tỷ đồng, lợi nhuận đạt 36.500 tỷ đồng, nộp ngân sách 19.000 tỷ đồng và tạo việc làm cho 106.000 lao động.

Top 10 Sao Vàng đất Việt 2024 gồm các thương hiệu: Công ty cổ phần FPT (FPT), Công ty cổ phần Vàng bạc Đá quý Phú Nhuận (PNJ), Ngân hàng Thương mại cổ phần Đầu tư và Phát triển Việt Nam (BIDV), Tổng công ty Hàng hải Việt Nam - CTCP (VIMC), Công ty cổ phần Đầu tư Tập đoàn Tân Á Đại Thành (TÂN Á ĐẠI THÀNH), Công ty cổ phần Stavian Hóa chất (STAVIAN CHEMICAL), Công ty cổ phần Tập đoàn KIDO (KIDO GROUP), Công ty cổ phần Đầu tư và Kinh doanh Nhà Khang Điền (KHANG ĐIỀN), Công ty cổ phần Cao su Đà Nẵng (DRC), Công ty cổ phần Traphaco (TRAPHACO).

Trong danh sách các doanh nghiệp xuất sắc được vinh

đanh năm nay có một số doanh nghiệp thuộc Hiệp hội Doanh nghiệp Khoa học và Công nghệ Việt Nam (VST) như: Công ty cổ phần Tập đoàn Giống cây trồng Việt Nam, Công ty cổ phần Công nông nghiệp Tiến Nông, Công ty cổ phần Tập đoàn ThaiBinh Seed, Công ty cổ phần Tư vấn và Phát triển Kỹ thuật Tài nguyên nước...

Chúc mừng các doanh nghiệp được tôn vinh, Phó Thủ tướng Thường trực Chính phủ Nguyễn Hòa Bình cho rằng đây không chỉ là dịp vinh danh doanh nhân xuất sắc mà còn là dịp để nhìn lại những thành tựu đáng tự hào mà doanh nhân trẻ đã cống hiến cho đất nước.

Phó Thủ tướng khẳng định, Đảng, Nhà nước luôn coi trọng và đánh giá cao vai trò của doanh nghiệp, coi đây là động lực quan

trọng thúc đẩy sự phát triển và tăng trưởng kinh tế đất nước. Trong kỷ nguyên vươn mình của dân tộc, không ai khác, chính doanh nhân, doanh nghiệp mới là chủ thể làm cho đất nước thịnh vượng, giàu mạnh, nhân dân ấm no, hạnh phúc.

Theo Phó Thủ tướng, trong bối cảnh nhiều biến động, các doanh nghiệp Việt Nam, đặc biệt là các doanh nhân trẻ, cần không ngừng đổi mới sáng tạo, tìm kiếm các giải pháp mới cho các vấn đề cũ, đầu tư cho nghiên cứu và phát triển (R&D), tạo môi trường khuyến khích sáng tạo.

Ứng dụng công nghệ và chuyển đổi số, AI, đầu tư quản trị thông minh. Phát triển bền vững, áp dụng mô hình kinh tế xanh, kinh tế tuần hoàn. Có tư duy toàn cầu, thích ứng với tiêu chuẩn quốc tế. Xây dựng năng lực lãnh đạo linh

hoạt, ra quyết định nhanh chóng, chính xác. Luôn đặt con người làm trung tâm, động lực phát triển, xây dựng văn hóa doanh nghiệp. Đồng thời, làm chủ kỹ năng, làm chủ tự do với thói quen xây dựng kế hoạch, kiểm soát rủi ro.

Đặc biệt, cần xây dựng hình ảnh cá nhân và thương hiệu doanh nghiệp mạnh mẽ; xây dựng các câu chuyện thương hiệu nhất quán với chiến lược và truyền cảm hứng. Phát huy tinh thần dám nghĩ, dám làm, dám thử nghiệm các ý tưởng mới và đột phá.

Phó Thủ tướng Nguyễn Hòa Bình kỳ vọng, với sự sáng tạo, nhiệt huyết và bản lĩnh của mình, các doanh nghiệp sẽ tiếp tục đóng góp to lớn cho sự phát triển của đất nước; cùng nhau xây dựng một Việt Nam hùng cường, đưa đất nước vươn lên mạnh mẽ, cất cánh vào kỷ nguyên mới.



Phó Thủ tướng Thường trực Chính phủ Nguyễn Hòa Bình và Bí thư thứ nhất Trung ương Đoàn vinh danh TOP 10 tại lễ trao giải.



# NĂM 2025 DOANH NGHIỆP BƯỚC VÀO CUỘC ĐUA AI MỚI

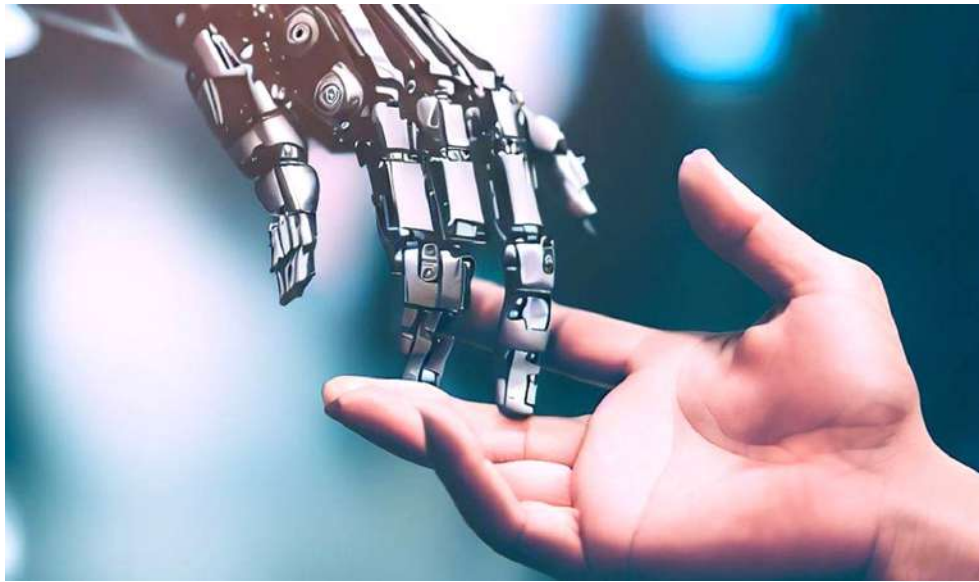


NGUYỄN ĐỨC



ĐẦU NĂM 2024 & KHÁT VỌNG 2025

Năm 2025, các doanh nghiệp tại khu vực châu Á - Thái Bình Dương sẽ bước qua giai đoạn thử nghiệm AI (trí tuệ nhân tạo) để tập trung đánh giá tỷ suất lợi nhuận (ROI) của dự án, xây dựng nền tảng tăng trưởng dài hạn với các mô hình mã nguồn mở, tích hợp liền mạch và quản trị thống nhất giữa các giải pháp AI.



Báo cáo của IBM dự đoán, các doanh nghiệp tại khu vực châu Á - Thái Bình Dương sẽ chuyển từ thử nghiệm AI sang tối ưu hóa tác động của các giải pháp AI vào năm 2025.

Báo cáo “Triển vọng AI tại châu Á - Thái Bình Dương năm 2025” (APAC AI Outlook 2025), do IBM công bố ngày 3/12 tại Việt Nam cho thấy, các doanh nghiệp trong khu vực đang có bước chuyển mạnh từ giai đoạn thử nghiệm AI sang tối đa hóa tác động từ các khoản đầu tư vào giải pháp công nghệ này. Theo đó, 54% doanh nghiệp kỳ vọng AI sẽ mang lại lợi ích dài hạn trong các khía cạnh như đổi mới sáng tạo và tăng trưởng doanh thu. Yếu tố then chốt nằm ở việc phát triển các giải pháp AI tối ưu hóa chi phí, sử dụng linh hoạt các mô hình mã nguồn mở tùy chỉnh và tích hợp liền mạch giữa nhiều nhà cung cấp.

Việc theo đuổi các mục tiêu ngắn hạn trong giai đoạn khởi đầu của AI tạo sinh đang dần được thay thế bởi nhận thức sâu sắc hơn về tiềm năng của AI. Đồng thời, trọng tâm cũng đang chuyển từ các trường hợp sử dụng ít rủi ro và không thuộc cốt lõi sang việc triển khai AI trong các chức năng kinh doanh cốt lõi nhằm đạt lợi thế cạnh tranh và cải thiện ROI.

Theo báo cáo của IBM, được thực hiện bởi Ecosystem, gần 60% doanh nghiệp tại khu vực châu Á - Thái Bình Dương tham gia khảo sát dự đoán rằng họ sẽ hưởng lợi từ các khoản đầu tư AI trong vòng hai đến năm năm tới, trong khi chỉ 11% trong số đó kỳ vọng đạt được lợi nhuận trong hai năm đầu.

Đến năm 2025, trọng tâm đầu tư AI của các doanh nghiệp tại khu vực châu Á - Thái Bình Dương sẽ hướng đến nâng cao trải nghiệm khách hàng (21%), tự động hóa quy trình nội bộ doanh nghiệp (18%) và quản lý vòng đời khách hàng cũng như tự động hóa bán hàng (16%). Tuy nhiên, để hiện thực hóa những mục tiêu này, các doanh nghiệp phải giải quyết những thách thức chính, bao gồm tính phức tạp của dữ liệu (39%), chi phí cao cho việc triển khai và giải pháp (36%), và số lượng trường hợp sử dụng còn hạn chế (35%).

“AI là một lực lượng mạnh mẽ thúc đẩy các doanh nghiệp Việt Nam hướng tới đổi mới, cạnh

tranh toàn cầu và tăng trưởng bền vững. Đến năm 2025, chúng tôi kỳ vọng các doanh nghiệp tại Việt Nam sẽ đón nhận AI với trọng tâm là các chiến lược tập trung vào đổi mới lấy con người làm trung tâm và nâng cao năng suất. Điều này sẽ bao gồm việc sử dụng kiến trúc linh hoạt, mã nguồn mở và quản lý hiệu quả tích hợp liền mạch AI để đạt được những kết quả có thể đo lường. Sự chuyển đổi này sẽ tạo tiền đề hướng tới một kỷ nguyên của ứng dụng công nghệ, nơi AI được nhìn nhận như một yếu tố thực sự thúc đẩy tăng trưởng bền vững và nâng cao lợi thế cạnh tranh”, ông Trương Nguyên Phát, Tổng Giám đốc kiêm Giám đốc khối Công nghệ của IBM Việt Nam, cho biết.

IBM cũng nhấn mạnh rằng sẽ có 5 xu hướng chiến lược định hình tương lai của AI tại khu vực châu Á - Thái Bình Dương, bao gồm:

**Doanh thu từ AI đóng vai trò trung tâm:** Năm 2025, các doanh nghiệp sẽ áp dụng cách tiếp cận chiến lược hơn đối với AI,





ưu tiên các dự án dựa trên tính khả thi và tác động kinh doanh. Thách thức chính là mở rộng quy mô AI thông qua các trường hợp sử dụng nhằm tối đa hóa cơ hội doanh thu và ROI.

**Các mô hình mã nguồn mở chuyên biệt nhỏ hơn trở thành giải pháp thay thế hiệu quả cho nhiều ứng dụng AI:** Các mô hình được thiết kế theo mục đích cụ thể sẽ trở nên phổ biến, bao gồm những mô hình dành riêng cho ngôn ngữ địa phương, bối cảnh khu vực đặc thù và các tác vụ tính toán đơn giản. Các mô hình “Rightsizing AI” (Tối ưu AI) yêu cầu ít dữ liệu đào tạo hơn, đồng thời giảm lượng khí thải carbon so với các mô hình ngôn ngữ lớn hiện đang chiếm ưu thế trong các cuộc thảo luận về AI.

**Doanh nghiệp triển khai các công cụ tiên tiến để tối ưu hóa**

**khả năng hiển thị, quản lý hệ thống và tích hợp AI liền mạch:** Các doanh nghiệp tại khu vực châu Á - Thái Bình Dương sẽ ngày càng tận dụng các mô hình AI mã nguồn mở để thúc đẩy đổi mới và nâng cao hiệu quả. Giải pháp “Unified AI” (AI hợp nhất), kết hợp AI với các công cụ điều phối mạnh mẽ, sẽ đơn giản hóa việc quản lý các giải pháp này, mang lại tính linh hoạt, hiệu quả về chi phí, cải thiện bảo mật và khả năng tích hợp liền mạch giữa các nhà cung cấp khác nhau.

**Trợ lý AI tái định nghĩa công việc trong tương lai:** Các doanh nghiệp sẽ tăng cường xây dựng các quy trình làm việc tự chủ, được vận hành bởi các trợ lý AI để tự động thực hiện nhiệm vụ, hợp tác với nhân sự và tạo giá trị cho toàn bộ doanh nghiệp. “Trợ lý AI”, kết hợp giữa AI và tự động hóa, có tiềm năng mang

lại những cải tiến đáng kể trong hiệu quả vận hành, trải nghiệm khách hàng và quá trình đưa ra quyết định.

**Đổi mới lấy con người làm trung tâm thúc đẩy giai đoạn phát triển tiếp theo của AI:** Mặc dù các công cụ với hiệu suất cao là trọng tâm chính trong việc ứng dụng AI, nhưng trong tương lai, AI sẽ được tận dụng để tập trung nâng cao trải nghiệm và khả năng của con người. Cách tiếp cận AI lấy con người làm trung tâm sẽ trở thành công cụ hỗ trợ nhân sự nâng cao vai trò của mình, tự động hóa các tác vụ thường xuyên và khám phá những cơ hội mới cho sự sáng tạo, đổi mới. Bằng cách ưu tiên thiết kế các giải pháp AI có tính đồng cảm, các tổ chức có thể xây dựng mối quan hệ khách hàng và củng cố lòng trung thành với thương hiệu.



Tự động hóa quy trình và nâng cao trải nghiệm khách hàng là những lĩnh vực đầu tư chính của doanh nghiệp châu Á - Thái Bình Dương trong việc triển khai AI vào năm 2025.

# ĐỘT PHÁ PHÁT TRIỂN

# KHOA HỌC CÔNG NGHỆ, ĐỔI MỚI SÁNG TẠO

THU HIỀN

Theo Nghị quyết về đột phá phát triển khoa học, công nghệ, đổi mới sáng tạo và chuyển đổi số quốc gia do Bộ Chính trị ban hành, các công nghệ chiến lược được ưu tiên phát triển, ngân sách sự nghiệp khoa học sẽ dành ít nhất 15% cho nghiên cứu công nghệ chiến lược.

Thay mặt Bộ Chính trị, Tổng Bí thư Tô Lâm vừa ký ban hành Nghị quyết số 57-NQ/TW ngày 22/12/2024 của Bộ Chính trị về đột phá phát triển khoa học, công nghệ, đổi mới sáng tạo và chuyển đổi số quốc gia. Nghị quyết nhấn mạnh đây là động lực quan trọng hàng đầu, góp phần phát triển lực lượng sản xuất hiện đại, đổi mới quản trị quốc gia, thúc đẩy kinh tế - xã hội, ngăn chặn nguy cơ tụt hậu và đưa đất nước phát triển bứt phá trong kỷ nguyên mới.

Để hiện thực hóa mục tiêu, Đảng yêu cầu tăng cường lãnh đạo toàn diện, phát huy sức mạnh tổng hợp của hệ thống chính trị, doanh nghiệp và nhân dân. Đây được coi là cuộc cách mạng toàn diện, đòi hỏi triển







khai quyết liệt, đồng bộ, kiên trì với những giải pháp đột phá, lâu dài. Trong đó, người dân và doanh nghiệp là trung tâm, nhà khoa học là nhân tố then chốt, Nhà nước giữ vai trò dẫn dắt, tạo điều kiện thuận lợi nhất.

Thể chế, nhân lực, hạ tầng và dữ liệu được xác định là trọng tâm cốt lõi. Thể chế cần đổi mới, quản lý hiệu quả, khuyến khích sáng tạo, loại bỏ tư duy “không quản được thì cấm”. Nhân lực chất lượng cao cần được thu hút với cơ chế đặc biệt. Hạ tầng, đặc biệt là hạ tầng số, phải hiện đại, đồng bộ, an toàn. Dữ liệu được khai thác tối đa tiềm năng, thúc đẩy công nghiệp và kinh tế dữ liệu.

Nghị quyết đặt mục tiêu đến năm 2030, Việt Nam dẫn đầu Đông Nam Á về trí tuệ nhân tạo, năng lực cạnh tranh số, Chính phủ điện tử và trở thành trung tâm

công nghiệp công nghệ số với ít nhất năm doanh nghiệp tầm cỡ quốc tế. Năng suất nhân tố tổng hợp (TFP) đóng góp 55% vào tăng trưởng kinh tế, sản phẩm công nghệ cao chiếm ít nhất 50% giá trị xuất khẩu, kinh tế số đạt 30% GDP.

Việt Nam phấn đấu duy trì chỉ số phát triển con người (HDI) trên 0,7, nâng kinh phí nghiên cứu và phát triển (R&D) lên 2% GDP, trong đó hơn 60% từ xã hội. Đến năm 2045, kinh tế số chiếm ít nhất 50% GDP, Việt Nam trở thành trung tâm công nghệ số khu vực, thuộc nhóm 30 quốc gia dẫn đầu về đổi mới sáng tạo.

Để đạt mục tiêu này, phong trào “học tập số” sẽ được phát động, phổ cập kiến thức khoa học, kỹ năng số cho cán bộ và người dân. Các quy định pháp luật liên quan đến khoa học, công nghệ, đầu tư, sở hữu trí tuệ... sẽ được sửa đổi

để giải phóng nguồn lực. Nghiên cứu khoa học được khuyến khích chấp nhận rủi ro, thúc đẩy đầu tư mạo hiểm, thử nghiệm công nghệ mới dưới sự giám sát của Nhà nước.

Bộ Chính trị định hướng ưu tiên phát triển các công nghệ chiến lược như trí tuệ nhân tạo, internet vạn vật, dữ liệu lớn, chuỗi khối, bán dẫn, 5G-6G, công nghệ lượng tử và nano. Ngân sách sự nghiệp khoa học sẽ dành ít nhất 15% cho nghiên cứu công nghệ chiến lược.

Ban Chỉ đạo Trung ương về phát triển khoa học, công nghệ, đổi mới sáng tạo và chuyển đổi số sẽ được thành lập, do Tổng Bí thư làm Trưởng ban. Đây là bước đi chiến lược nhằm bảo đảm Việt Nam bứt phá trong kỷ nguyên số, xây dựng nền kinh tế tri thức bền vững, hội nhập quốc tế sâu rộng.



*Phát triển khoa học, công nghệ, đổi mới sáng tạo và chuyển đổi số là yếu tố quyết định phát triển của các quốc gia.*

# “HÚT” TRÍ THỨC VIỆT KIỀU VỀ NƯỚC: CẦN ĐƯA RA NHỮNG BÀI TOÁN HAY VÀ KHÓ



LÊ TOÀN

Các trí thức, nhà khoa học hàng đầu Việt Nam ở nước ngoài sẵn sàng về nước chịu khổ, nhận lương thấp, nhưng họ phải được làm những bài toán hay và khó. Những bài toán này cần xuất phát từ Chính phủ, địa phương và các bộ, ngành.



Ông Nguyễn Mạnh Đông - Phó Chủ nhiệm Ủy ban Nhà nước về người Việt Nam ở nước ngoài (Bộ Ngoại giao).

Thông tin trên được ông Hoàng Nam Tiên - Phó Chủ tịch Hội đồng Trường Đại học FPT, nhấn mạnh tại hội thảo “Kết nối mạng lưới cố vấn khởi nghiệp toàn cầu” ngày 23/12 tại Hà Nội.

Cố vấn khởi nghiệp toàn cầu (Global Mentoring Program for V-startups - GMPV) là chương trình thuộc khuôn khổ hợp tác giữa Bộ KH&CN và Bộ Ngoại giao, dựa trên hình thức cố vấn 1:1 giữa chuyên gia người Việt Nam trên toàn cầu với các doanh nghiệp khởi nghiệp sáng tạo được lựa chọn. Mục tiêu là giúp các doanh nghiệp này hoàn thiện công nghệ, mô hình kinh doanh và phát triển thị trường quốc tế.

Điểm thu hút của chương trình là sự tham gia của các chuyên gia, mạng lưới tri thức kiều bào, mang đến tư duy và tầm nhìn về thị trường toàn cầu, giúp startup Việt “go global”. Các

giải pháp, sản phẩm sáng tạo từ chương trình sẽ được hỗ trợ vốn từ ngân hàng như VietinBank, đồng thời kết nối để giải quyết các vấn đề của chính quyền địa phương thông qua chuỗi sự kiện TECHFEST, hướng tới xử lý các vấn đề mang tính toàn cầu.

Ông Nguyễn Mạnh Đông - Phó Chủ nhiệm Ủy ban Nhà nước về người Việt Nam ở nước ngoài - cho biết, cộng đồng người Việt Nam hiện đạt khoảng 6 triệu người, hiện diện tại hơn 130 quốc gia và vùng lãnh thổ. Đây là một cộng đồng trưởng thành, mạnh mẽ, có trình độ cao, ngày càng trẻ hóa và hoạt động trong hầu hết các lĩnh vực kinh tế, chính trị, văn hóa - xã hội, khoa học - công nghệ.

“Cộng đồng này là bộ phận không thể tách rời và là một nguồn lực quan trọng của dân tộc Việt Nam. Sự gắn kết chặt chẽ

giữa đất nước và cộng đồng sẽ đem lại những cơ hội lớn nhằm nâng cao cơ đồ, vị thế của dân tộc,” ông Đông nhấn mạnh.

Theo ông Phạm Hồng Quát - Cục trưởng Cục Phát triển thị trường và doanh nghiệp khoa học và công nghệ (Bộ KH&CN), trong nhiều năm qua, Bộ Ngoại giao và Bộ KH&CN đã triển khai nhiều chương trình như Techfest để khai thác nguồn lực từ trí thức kiều bào. Đề án 844 cũng thí điểm chương trình tư vấn khởi nghiệp toàn cầu, kết nối các startup Việt Nam với các mentor tại các trường đại học và trung tâm nghiên cứu ở nước ngoài. Kết quả đạt được tuy đáng ghi nhận, nhưng vẫn còn hạn chế.

“Hiện nay, các dự án đầu tư cho startup chưa nhiều. Số lượng kiều bào về Việt Nam gắn với phát triển Techfest còn thấp, đặc biệt là



Ông Hoàng Nam Tiến - Phó Chủ tịch Hội đồng trường, Trường Đại học FPT.

tại các vườn ươm hay cơ sở giáo dục đào tạo,” ông Quát cho biết.

Ông Quát cũng nhấn mạnh, các lĩnh vực như tăng trưởng xanh, chuyển đổi số và ứng dụng AI đang là những ưu tiên lớn của Việt Nam nhưng có thể chưa được kêu gọi rõ.

Ông Hoàng Nam Tiến cho rằng, việc kết nối với các chuyên gia hàng đầu người Việt trên toàn cầu vẫn gặp nhiều khó khăn. Ông đề xuất Bộ Ngoại giao và Ủy ban Nhà nước về người Việt Nam ở nước ngoài làm cầu nối để doanh nghiệp tiếp cận mạng lưới chuyên gia này.

“Trong mỗi chuyến thăm của lãnh đạo Đảng và Nhà nước đến các quốc gia như Mỹ, Đức hay

Nhật Bản, Bộ Ngoại giao nên chủ động mời các nhân sĩ, nhân tài Việt Nam đến gặp gỡ, chia sẻ và đóng góp ý kiến. Đồng thời, cần đưa ra những bài toán lớn và khó trong các lĩnh vực như AI và bán dẫn từ Chính phủ, các bộ, ngành và địa phương để thu hút chuyên gia giỏi tham gia,” ông Tiến gợi ý.

Ông cũng chia sẻ câu chuyện khi phát biểu tại Đại học Tokyo ngày 8/12 vừa qua. Tại đây, ông gặp nhiều nhân sĩ, giáo sư và tiến sĩ người Việt tại Nhật Bản, những người đang giữ các vị trí quan trọng trong các dự án lớn. Tuy nhiên, khi được hỏi về ý định trở ngại như chênh lệch về GDP, môi trường làm việc và thiếu những bài toán hấp dẫn.

“Những nhà khoa học hàng đầu sẵn sàng chịu khổ, nhận lương thấp, nhưng họ cần được làm những bài toán hay và khó. Đây là thách thức lớn mà Chính phủ và các bộ, ngành cần phải giải quyết,” ông Tiến nhấn mạnh.

Ông Tiến đề xuất, vai trò của Ủy ban Nhà nước về người Việt Nam ở nước ngoài cần vượt xa việc kết nối, trở thành “bà đỡ” thực thụ cho các sáng kiến.

Ngoài ra, ông Tiến khẳng định cần khơi dậy tinh thần trách nhiệm và sứ mệnh với quê hương của đội ngũ trí thức ở nước ngoài. Việt Nam cần học hỏi Trung Quốc trong việc trọng dụng nhân tài, khơi gợi tinh thần tự hào dân tộc và trách nhiệm của trí thức. Điều này sẽ giúp thu hút nguồn lực từ cộng đồng người Việt Nam ở nước ngoài cho các lĩnh vực trọng điểm như AI, chip bán dẫn và chuyển đổi xanh.

Cũng theo ông Nguyễn Mạnh Đông, sự cần thiết của việc tăng cường và đa dạng hóa các hình thức kết nối mạng lưới chuyên gia, trí thức người Việt Nam ở nước ngoài.

“Chúng ta cần biến những nỗ lực kết nối thành các kết quả thực tiễn. Không chỉ dừng lại ở mức sân chơi, mà cần biến hoạt động đổi mới sáng tạo thành thị trường, thương trường mới,” ông Đông nói.

Đồng thời, ông đề xuất thúc đẩy mạnh mẽ Chiến lược Dữ liệu Quốc gia, cùng các chính sách hỗ trợ nhân tài và chuyên gia trong khuôn khổ GMVP, để tăng cường liên kết mạng lưới chuyên gia trong nước và quốc tế.



# Chậm chuyển đổi số, nhiều doanh nghiệp chưa nhìn thấy rủi ro



KHÁNH VÂN

Dù thương mại điện tử được coi là điểm sáng của nền kinh tế - xã hội Việt Nam, nhiều doanh nghiệp vẫn chưa nhận ra rủi ro nếu không hòa mình vào cuộc chuyển đổi số. Việc chậm chuyển đổi có thể khiến sản phẩm khó tiếp cận được với người tiêu dùng toàn cầu.



Ông Nguyễn Lâm Thanh - đại diện TikTok tại Việt Nam kiêm Phó Chủ tịch Hội Truyền thông Số Việt Nam.

Theo báo cáo mới nhất của Google, Temasek và Bain & Company, tổng giá trị hàng hóa của Việt Nam dự kiến đạt tỷ lệ tăng trưởng kép hàng năm ở mức 16%, chạm mốc 36 tỷ USD vào năm 2024. Trong đó, lĩnh vực thương mại điện tử (TMĐT) là động lực chính thúc đẩy sự phát triển. Năm 2024, ngành TMĐT tăng trưởng 18% so với cùng kỳ năm 2023, với tổng giá trị chạm mốc 22 tỷ USD.

Từ một ngành non trẻ, chỉ trong thời gian ngắn, thương mại điện

tử đã trở thành “trợ thủ” dẫn dắt nền kinh tế số theo đúng định hướng, góp phần đưa hàng Việt vươn xa toàn cầu. Tuy nhiên, TMĐT không chỉ là động lực mà còn là thách thức lớn đối với các doanh nghiệp sản xuất trong nước.

Theo ông Trần Quốc Bảo - Phó Tổng giám đốc Tập đoàn KIDO, doanh nghiệp Việt Nam khi tham gia thị trường TMĐT gặp nhiều khó khăn, đặc biệt do mức độ thích nghi công nghệ còn hạn

chế. Các hoạt động chuyển đổi số trong ngành bán lẻ và phân phối đều liên quan mật thiết đến công nghệ, nhưng nhiều doanh nghiệp vẫn thiếu sự kiên trì trong việc ứng dụng công nghệ và TMĐT.

Ông Nguyễn Lâm Thanh - đại diện TikTok tại Việt Nam kiêm Phó Chủ tịch Hội Truyền thông Số Việt Nam, nhận định, hàng Việt Nam tuy có đặc thù riêng nhưng quy mô sản xuất thường nhỏ, khó đủ nguồn lực để cạnh tranh toàn cầu. Nếu không

chuyển đổi số, doanh nghiệp sẽ tụt hậu và mất đi khách hàng. Ngoài ra, sản lượng hàng hóa của nhiều doanh nghiệp chưa ổn định. Các doanh nghiệp sản xuất đặc sản thường bán đến đâu sản xuất đến đấy, dẫn đến khó xây dựng thương hiệu và giữ chân người tiêu dùng.

Hiện nay, người tiêu dùng có xu hướng mua hàng trực tuyến qua điện thoại thay vì đến chợ. Năm 2024, xu hướng “mua sắm đi kèm giải trí” trở nên phổ biến hơn. Trong không gian giải trí trực tuyến, khách hàng vừa giải trí vừa được thuyết phục mua sắm. Doanh nghiệp cần nắm bắt xu hướng này để kịp thời chuyển đổi.

Nhận định về cơ hội của hàng Việt trên sàn TMĐT, ông Lê Đức Anh - Giám đốc Trung tâm Tin học và Công nghệ Số (Cục Thương mại điện tử và Kinh tế số), cho rằng, mỗi thời điểm đều mang đến những cơ hội khác

nhau. Trong suốt 20 năm qua, hàng Việt luôn tìm được lợi thế nhất định trong các làn sóng TMĐT. Nhiều doanh nghiệp Việt Nam đã tận dụng cơ hội từ các làn sóng trước để phát triển vượt bậc.

Chia sẻ về kinh nghiệm thành công trên TMĐT, ông Trần Quốc Bảo cho biết, KIDO chú trọng phát triển kênh phân phối bán hàng trực tuyến. Doanh nghiệp đã xây dựng hệ thống nền tảng cho phép người bán, nhà sản xuất và người tiêu dùng tương tác trực tiếp, đồng thời tổ chức bộ máy vận hành đầy đủ từ nhân sự đến hạ tầng. Ông nhấn mạnh rằng thương hiệu “hàng Việt Nam chất lượng cao” từng là chỉ dấu thành công ở kênh offline và giờ đây cần một chỉ dấu tương tự để phát triển trên TMĐT.

Ông Nguyễn Lâm Thanh chia sẻ, khi triển khai TikTok Shop, doanh nghiệp đã đặt mục tiêu hỗ trợ Nhà nước, doanh nghiệp và

người lao động đứng vững trong kỷ nguyên chuyển đổi số. Đây là cách để hàng hóa Việt Nam tiếp cận cả thị trường nội địa và quốc tế.

Chương trình “phiên chợ OCOP - Mỗi xã một sản phẩm” đã tôn vinh hàng nông sản Việt Nam và xóa nhòa khoảng cách số giữa nông thôn và thành thị. Đặc biệt, các phiên livestream giới thiệu sản phẩm vào mỗi thứ Bảy hàng tuần đã giúp tiếp cận 5 triệu người tiêu dùng, mang lại hiệu quả tích cực.

Theo ông Lê Đức Anh, Bộ Công Thương đang thiết kế hệ sinh thái nhằm thúc đẩy hàng Việt trên môi trường trực tuyến. Việc xác minh nguồn gốc và chất lượng hàng hóa là yếu tố quan trọng để xây dựng niềm tin. Bên cạnh đó, doanh nghiệp cần mạnh dạn đổi mới để thích nghi với các mô hình kinh doanh trên nền tảng TMĐT, vốn khác biệt hoàn toàn so với cách làm truyền thống.



Việc chậm chuyển đổi có thể khiến sản phẩm khó tiếp cận được với người tiêu dùng toàn cầu.



Công nhân làm việc tại một nhà máy chế biến, chế tạo, góp phần vào sự phục hồi của ngành công nghiệp Việt Nam.



# Kinh tế Việt Nam 2024: Tăng trưởng mạnh mẽ bất chấp khó khăn toàn cầu

DUY LỘC

**Năm 2024, nền kinh tế Việt Nam tiếp tục khẳng định sự phục hồi mạnh mẽ và vững chắc dù đối mặt với nhiều thách thức toàn cầu. Mức tăng trưởng GDP ước đạt trên 7%, vượt qua mục tiêu đề ra, là một dấu ấn quan trọng trong bối cảnh nền kinh tế lớn đang gặp khó khăn. Những kết quả này phản ánh sự ổn định vĩ mô và khả năng thích ứng của Việt Nam trong môi trường kinh tế đầy biến động.**

## Phục hồi và tăng trưởng mạnh mẽ

Theo các chuyên gia, mức tăng trưởng GDP ước đạt 7,2% trong năm 2024, vượt mục tiêu đề ra là từ 6% đến 6,5%. Mức tăng trưởng này đã giúp Việt Nam giữ vững vị thế trong khu vực và thế giới, khẳng định khả năng phục hồi ấn tượng sau đại dịch. Tuy nhiên, con số này cũng được đánh giá là kết quả đáng tự hào trong bối cảnh nền kinh tế toàn cầu đối mặt với nhiều khó khăn. Mặc dù chịu ảnh hưởng từ sự

phục hồi chậm của nền kinh tế Trung Quốc và những biến động của thị trường thế giới, Việt Nam vẫn duy trì đà tăng trưởng mạnh mẽ nhờ vào các yếu tố nội tại và các chính sách kinh tế hiệu quả.

Lạm phát được kiểm soát dưới 4%, với chỉ số giá tiêu dùng (CPI) bình quân tăng 3,78% tính đến tháng 10/2024. Điều này phản ánh sự ổn định vĩ mô của nền kinh tế, khi các chỉ số vĩ mô quan trọng như bội chi ngân sách, nợ công và nợ nước ngoài đều duy trì ở mức thấp hơn mức chỉ tiêu đề ra. Tỷ giá và thị trường tiền tệ cũng ổn định, trong khi lãi suất có xu hướng giảm so với năm trước. Những yếu tố này đã tạo nền tảng vững chắc cho sự phát triển của nền kinh tế Việt Nam trong dài hạn, cho phép quốc gia này tiếp tục duy trì đà tăng trưởng.

**Công nghiệp và xuất khẩu tiếp tục đà phục hồi**

Ngành công nghiệp, đặc biệt là chế biến chế tạo, đã đóng góp đáng kể vào mức tăng trưởng GDP của Việt Nam trong năm 2024. Theo số liệu từ Tổng cục Thống kê, chỉ số sản xuất công nghiệp (IIP) tăng 7%, trong đó ngành chế biến, chế tạo tăng trưởng mạnh mẽ lên tới 9,6%. Điều này cho thấy sự phục hồi đáng kể của nền sản xuất trong nước và phản ánh sự cải thiện năng suất lao động cũng như sự thích ứng nhanh chóng của các doanh nghiệp trong nước sau đại dịch.

Xuất khẩu của Việt Nam cũng đạt kết quả ấn tượng trong năm 2024, tiếp tục là một trong những động lực quan trọng của nền kinh tế. Tổng kim ngạch xuất nhập khẩu ước đạt 715 tỷ USD



Sản phẩm xuất khẩu của Việt Nam tại một cảng biển quốc tế, phản ánh đà tăng trưởng xuất khẩu ấn tượng trong năm 2024.



Thương mại điện tử tại Việt Nam bùng nổ, với các giao dịch trực tuyến đang ngày càng trở thành xu hướng tiêu dùng chính.

vào tháng 11/2024, tăng 15,3% so với cùng kỳ năm trước. Đặc biệt, xuất khẩu đạt kỷ lục 807,7 tỷ USD vào cuối năm 2024, với xuất siêu trên 23 tỷ USD. Các hiệp định thương mại như CPTPP và EVFTA đã giúp Việt Nam mở rộng thị trường xuất khẩu, mang lại nhiều cơ hội cho nền kinh tế.

Xuất khẩu của Việt Nam sang Mỹ tăng mạnh mẽ, đạt mức tăng gần 330%, cho thấy sự cải thiện đáng kể trong quan hệ thương mại giữa hai quốc gia. Ngoài Mỹ,

Việt Nam cũng tiếp tục đẩy mạnh hợp tác kinh tế với các đối tác lớn như EU, Australia và Pháp. Điều này giúp thu hút nhiều nguồn đầu tư và tạo ra cơ hội mới cho các doanh nghiệp trong nước.

**Thương mại điện tử và nền kinh tế số bùng nổ**

Theo báo cáo “Kinh tế số Đông Nam Á năm 2024” do Google - Temasek công bố, năm 2024, quy mô nền kinh tế Internet Việt Nam đạt 36 tỷ USD, tăng 16% so với năm 2023. Thương mại điện

THỜI CUỘC & KINH DOANH





Khách du lịch quốc tế tham quan các địa điểm nổi tiếng tại Việt Nam, thúc đẩy sự phát triển ngành du lịch và đóng góp vào tăng trưởng GDP.

từ bán lẻ tiếp tục là trụ cột với 22 tỷ USD, tăng 18% và chiếm 61% tổng quy mô nền kinh tế Internet. Thị trường thương mại điện tử và kinh tế số Việt Nam tiếp tục phát triển mạnh mẽ hơn và trở thành một trong những động lực thúc đẩy tăng trưởng kinh tế.

Việt Nam tiếp tục duy trì vị trí trong nhóm 10 quốc gia có tốc độ tăng trưởng thương mại điện tử nhanh nhất thế giới. Thị trường với hơn 100 triệu dân và mức độ tiêu dùng ngày càng cao, cùng với sự phát triển mạnh mẽ của hạ tầng kỹ thuật số, đã tạo ra một nền tảng vững chắc để nền kinh tế số Việt Nam tiếp tục bùng nổ trong những năm tới.

### Du lịch và FDI thúc đẩy tăng trưởng kinh tế

Ngành du lịch Việt Nam cũng đạt được những kết quả ấn tượng trong năm 2024. Lượng khách quốc tế đến Việt Nam đã tăng trưởng mạnh mẽ, đạt khoảng 14,1 triệu lượt, tăng 41,3% so với năm

trước. Du lịch đã trở thành một trong những ngành đóng góp trực tiếp vào GDP của Việt Nam, với dự báo ngành này sẽ đóng góp từ 8 - 9% GDP vào năm 2025. Các địa phương nổi bật như Hạ Long, Phú Quốc và Đà Nẵng tiếp tục thu hút lượng khách lớn, củng cố vị thế của Việt Nam trên bản đồ du lịch quốc tế.

Mặc dù ngành du lịch gặp phải những khó khăn liên quan đến hạ tầng hàng không, những nỗ lực cải thiện cơ sở vật chất và dịch vụ đang giúp ngành này phục hồi nhanh chóng và hứa hẹn tiếp tục đóng góp lớn cho nền kinh tế.

Dòng vốn FDI tiếp tục chảy vào Việt Nam, đạt 31 tỷ USD vào tháng 11/2024, tăng 7% so với năm trước. Việt Nam hiện đang nằm trong nhóm 15 quốc gia phát triển thu hút FDI lớn nhất thế giới. Nhiều dự án lớn, đặc biệt là trong lĩnh vực công nghệ cao và sản xuất chip, đang được triển khai, đóng góp vào sự phát triển bền vững của nền kinh tế.

Mặc dù đạt được nhiều thành tựu đáng ghi nhận, kinh tế Việt Nam vẫn còn đối mặt với một số thách thức trong năm 2024. Thị trường bất động sản tiếp tục đối mặt với những biến động, với áp lực lớn từ việc trả nợ trái phiếu doanh nghiệp đến hạn. Bên cạnh đó, nợ xấu có thể gia tăng nếu không có biện pháp kiểm soát chặt chẽ. Môi trường bên ngoài cũng vẫn tiềm ẩn nhiều yếu tố bất ổn, với những khó khăn trong việc duy trì sự phục hồi ở các thị trường lớn như Trung Quốc.

Tuy nhiên, với những nền tảng vững chắc và các chính sách hỗ trợ đúng đắn, nền kinh tế Việt Nam vẫn có khả năng duy trì tốc độ tăng trưởng ổn định trong những năm tới. Để tiếp tục phát triển, Việt Nam cần thúc đẩy các ngành mũi nhọn như công nghiệp chế biến, chế tạo, công nghệ thông tin, du lịch và FDI. Đồng thời, cần cải thiện hạ tầng và chính sách để tạo ra một môi trường kinh doanh thuận lợi hơn nữa, đặc biệt là trong bối cảnh cạnh tranh toàn cầu ngày càng gia tăng.





# Kinh tế Việt Nam 2025: Tiếp đà tăng trưởng nhưng đối mặt nhiều trở ngại

HOÀI ANH

THỜI CUỘC &amp; KINH DOANH



TS Nguyễn Trí Hiếu cho rằng ít nhất có 4 trở ngại lớn đối với kinh tế Việt Nam trong năm 2025.

Chia sẻ với Tạp chí Thương Chiếu Việt, TS Nguyễn Trí Hiếu - chuyên gia tài chính, ngân hàng, dự báo, kinh tế Việt Nam sẽ tiếp đà tăng trưởng. Tuy nhiên, những thách thức lớn, cả khách quan lẫn chủ quan, sẽ là trở ngại đối với kinh tế trong năm 2025.

Theo TS Nguyễn Trí Hiếu, năm 2024 đã khép lại với nhiều biến động đối với nền kinh tế Việt Nam. Các báo cáo của các tổ chức và nhận định của giới chuyên gia gần đây đều cho rằng tăng trưởng kinh tế Việt Nam đã và sẽ tiếp tục khởi sắc.

“Bước vào năm 2025, kinh tế Việt Nam vẫn giữ đà tăng trưởng. Song, tôi cho rằng không nên lạc quan quá mức. Chúng ta cần tỉnh táo để nhìn thẳng vào vấn đề, đó là kinh tế Việt Nam vẫn đang phải đối mặt với nhiều thách thức”, ông Hiếu nhận định.

Theo ông Hiếu, ít nhất có bốn trở ngại lớn đối với kinh tế Việt Nam trong năm 2025 ở cả góc độ khách quan và chủ quan.

Trước tiên là áp lực đè nặng lên điều hành chính sách tiền tệ. Việt Nam sẽ gặp khó khăn và

“Nếu không có biện pháp hỗ trợ mạnh mẽ hơn, năm 2025 có thể chứng kiến số lượng doanh nghiệp phá sản tăng mạnh”.

Chuyên gia  
Nguyễn Trí Hiếu.

chịu nhiều áp lực trong việc điều hành tỷ giá USD/VND khi chính quyền mới của Tổng thống đắc cử Donald Trump có xu hướng thắt chặt tiền tệ, thậm chí tăng lãi suất đồng USD trở lại thay vì hạ như hiện nay.

Cùng với đó là tác động bất lợi từ những bất ổn địa chính trị toàn cầu. Nhiều “điểm nóng” xung đột trên thế giới cũng như cuộc cạnh tranh ngày càng gay gắt giữa các siêu cường và khối kinh tế đã tác động đến Việt Nam khi có nền ngoại giao và kinh tế mở rộng.



*Việt Nam cần đón nhận cơ hội từ các doanh nghiệp Mỹ di dời khỏi Trung Quốc sang Việt Nam.*

Việt Nam nằm trong chuỗi cung ứng và giá trị toàn cầu nên không thể không chịu ảnh hưởng, đặc biệt trong lĩnh vực xuất khẩu. Nếu Mỹ áp thuế nhập khẩu cao với các quốc gia xuất siêu vào nước này, Việt Nam là một trong 10 quốc gia xuất siêu lớn vào Hoa Kỳ cũng sẽ bị ảnh hưởng.

Ngoài ra, Việt Nam vẫn phải đối mặt với khó khăn từ cấu trúc nội tại nền kinh tế chưa được giải quyết triệt để.

Phân tích về tác động từ chính sách tiền tệ của Mỹ dưới thời Tổng thống Donald Trump, ông Hiếu cho rằng chính quyền mới với quan điểm cứng rắn sẽ có xu hướng thắt chặt tiền tệ. Điều này có thể khiến tỷ giá USD/VND tiếp tục tăng mạnh.

Thực tế, tỷ giá VND đã tăng từ mức 24.265 đồng/USD (đầu năm 2024) lên 25.318 đồng/USD (tính đến hiện tại), tương đương mức tăng 4,34%. Dự báo năm

2025, tỷ giá sẽ tiếp tục chịu ảnh hưởng từ chính sách kinh tế mới của Mỹ.

Dự báo này không phải không có cơ sở, bởi trước bầu cử, ông Trump tuyên bố sẽ giảm thuế cho người giàu, đặc biệt là các chủ tập đoàn kinh tế lớn. Khi thực hiện lời hứa này, Mỹ sẽ đối mặt với thâm hụt ngân sách.

Để đối phó với thâm hụt, Chính phủ Mỹ buộc phải phát hành trái phiếu và Ngân hàng Dự trữ Liên bang Mỹ (FED) sẽ phải mua trái phiếu chính phủ nhiều hơn. Điều này dẫn đến việc bơm tiền vào lưu thông, làm gia tăng lạm phát.

“Để giải quyết vấn đề này, FED phải đảo ngược chính sách từ nới lỏng hiện nay sang thắt chặt, đẩy tỷ giá đồng USD lên cao so với các đồng tiền khác. Đây là điều mà nhiều quốc gia lo ngại và Việt Nam cũng không ngoại lệ”, ông Hiếu nói.

Ngoài ra, ông Hiếu nhận định khả năng tăng thuế nhập khẩu của Mỹ với hàng hóa Việt Nam có thể không trực tiếp, do quan hệ song phương ổn định. Tuy nhiên, Việt Nam có thể bị tác động gián tiếp thông qua các nước khác, đặc biệt nếu Mỹ tăng thuế mạnh với Trung Quốc, đối tác quan trọng trong chuỗi cung ứng của Việt Nam.

Về thách thức từ hạn chế nội tại, ông Hiếu nhấn mạnh, nhiều doanh nghiệp vẫn chật vật phục hồi sau COVID-19, đặc biệt là doanh nghiệp nhỏ và vừa. Nhiều doanh nghiệp cho biết khó tiếp cận vốn tín dụng do không đáp ứng đủ điều kiện, trong khi nợ xấu tăng cao, dù đã được Ngân hàng Nhà nước gia hạn và nới lỏng.

“Nếu không có biện pháp hỗ trợ mạnh mẽ hơn, năm 2025 có thể chứng kiến số lượng doanh nghiệp phá sản tăng mạnh”, ông Hiếu cảnh báo.



# Đề xuất đẩy mạnh số hóa, ứng dụng AI trong quản lý thuế

GIA LINH

THỜI CUỘC &amp; KINH DOANH



Ông Hoàng Quang Phòng - Phó Chủ tịch Liên đoàn Thương mại và Công nghiệp Việt Nam (VCCI).

Từ phản ánh của cộng đồng doanh nghiệp, VCCI đề xuất đẩy mạnh số hóa trong quản lý thuế, chẳng hạn như xây dựng các cổng thông tin thân thiện và tích hợp trí tuệ nhân tạo (AI) để giải đáp thắc mắc về thuế một cách nhanh chóng và chính xác.

Theo ông Hoàng Quang Phòng - Phó Chủ tịch Liên đoàn Thương mại và Công nghiệp Việt Nam (VCCI), kinh tế Việt Nam năm 2024 ghi nhận quá trình phục hồi và phát triển mạnh mẽ. Tuy nhiên, năm 2024 tiếp tục là một năm có nhiều khó khăn, thách thức đối với cộng đồng doanh nghiệp (DN) Việt Nam.

Các DN vừa phải ứng phó với những biến động khó lường của thị trường thế giới, vừa phải khắc phục những hạn chế, bất cập nội tại kéo dài nhiều năm. DN cũng



phải dành nhiều thời gian và nguồn lực để giải quyết các vấn đề đột xuất, đặc biệt là ứng phó với thiên tai, bão lũ. Tính chung 11 tháng năm 2024, cả nước đã có tới 173.000 DN rút lui khỏi thị trường, tăng 9,1% so với cùng kỳ năm trước.

Trong bối cảnh khó khăn, Bộ Tài chính đã ban hành các văn bản sửa đổi phù hợp về thuế, quy trình thủ tục; tham mưu ban hành các chính sách kịp thời về miễn, giảm, gia hạn thuế, phí, lệ phí và tiền thuê đất. Đồng thời, Bộ tiếp tục đẩy mạnh cơ chế hợp tác giữa DN với các cơ quan thuế và hải quan. Bộ Tài chính cũng chủ động thực hiện những bước tiến lớn trong cải cách hiện đại hóa trên mọi lĩnh vực, được người dân, DN và tổ chức đánh giá cao.

Đặc biệt, đối với công tác đối thoại và đồng hành cùng DN, Bộ Tài chính đã tích cực phối hợp với VCCI tổ chức các chương trình đối thoại nhằm giải quyết khó khăn, vướng mắc phát sinh của cộng đồng DN từ năm 2005 đến nay.

Phó Chủ tịch VCCI thẳng thắn chỉ ra rằng, mặc dù đã đạt được nhiều kết quả cải cách quan trọng trong công tác thuế, nhưng vẫn còn không ít DN gặp khó khăn trong thực hiện thủ tục thuế. Theo khảo sát môi trường kinh doanh năm 2024 của VCCI, có tới 31% DN cho biết họ gặp phiền hà trong thực hiện thủ tục hành chính thuế, đặc biệt là các DN siêu nhỏ, nhỏ và vừa.

Ông Phòng nêu rõ, mặc dù thủ tục hành chính thuế đã được cải thiện, nhưng quy trình kê khai, nộp thuế, hoàn thuế và quyết toán thuế vẫn còn phức tạp, gây



*Kết quả khảo sát môi trường kinh doanh do VCCI tiến hành trong năm 2024 cho thấy, có tới 31% DN gặp phiền hà trong thực hiện thủ tục hành chính thuế.*

mất thời gian và tốn kém chi phí cho DN. Một số quy định thuế chưa được diễn giải hoặc áp dụng thống nhất giữa các cơ quan trung ương và địa phương, dẫn đến sự thiếu minh bạch và khó dự đoán.

Ngoài ra, việc ứng dụng công nghệ số trong quản lý thuế vẫn chưa đồng đều. Dù ngành thuế đã chuyển đổi số mạnh mẽ, không phải DN nào, đặc biệt là DN siêu nhỏ, nhỏ và vừa, cũng có đủ nguồn lực và năng lực để thích nghi.

Từ những hạn chế này, VCCI đề xuất đẩy mạnh số hóa trong quản lý thuế, bao gồm việc hoàn thiện các nền tảng công nghệ và tăng cường hỗ trợ DN trong việc sử dụng các hệ thống này. Ví dụ, cần xây dựng các cổng thông tin thân thiện, tích hợp trí tuệ nhân tạo (AI) để giải đáp thắc mắc nhanh chóng và chính xác.

VCCI cũng khuyến nghị cung cấp các tài liệu hướng dẫn chi tiết, dễ hiểu và thống nhất về thực thi chính sách thuế, tránh tình trạng mỗi nơi áp dụng một kiểu. Đơn giản hóa biểu mẫu kê

khai, giảm thiểu các loại thuế phí chồng chéo, đồng thời duy trì sự ổn định trong chính sách để DN có thể yên tâm lập kế hoạch dài hạn.

Đối với DN siêu nhỏ, nhỏ và vừa, cần có các chính sách đặc thù như miễn giảm thuế, hỗ trợ đào tạo về tuân thủ thuế, hoặc cung cấp dịch vụ tư vấn trực tiếp.

Ngoài ra, cơ quan thuế cần duy trì các kênh đối thoại thường xuyên với DN để lắng nghe phản hồi và cập nhật các vấn đề thực tiễn trong thực thi chính sách.

“Tóm lại, cải cách hành chính trong lĩnh vực thuế là một hành trình dài, đòi hỏi sự phối hợp chặt chẽ giữa cơ quan quản lý và cộng đồng DN. Chúng tôi tin tưởng rằng, với sự quyết tâm của Tổng cục Thuế và sự đồng hành từ phía DN, Việt Nam sẽ tiếp tục xây dựng một hệ thống quản lý thuế hiện đại, minh bạch và công bằng. Một hệ thống thuế thuận lợi không chỉ giúp DN phát triển bền vững, mà còn thúc đẩy nền kinh tế quốc gia tiến xa hơn trên trường quốc tế,” ông Phòng nhấn mạnh.





# Phần lớn doanh nghiệp công nghiệp hỗ trợ còn sử dụng công nghệ cũ

BÌNH MINH

THỜI CUỘC & KINH DOANH

**Ngành công nghiệp hỗ trợ Việt Nam đang đối mặt với nhiều thách thức trong quá trình phát triển và hội nhập, khi tỷ lệ doanh nghiệp áp dụng công nghệ 4.0 còn rất hạn chế, chỉ chiếm dưới 15%. Phần lớn các doanh nghiệp vẫn đang sử dụng công nghệ 2.0 và 3.0.**

Theo giới chuyên gia, thời gian qua, mặc dù có sự phát triển nhanh chóng về số lượng và chất lượng, các doanh nghiệp công nghiệp hỗ trợ Việt Nam vẫn còn một khoảng cách khá lớn so với các doanh nghiệp FDI.

Tại hội thảo “Tiềm năng, xu hướng ứng dụng công nghệ IoT/AI trong ngành công nghiệp hỗ trợ” ngày 23/12 tại Hà Nội, TS Chủ Đức Hoàng - Ủy Đối mới Công nghệ Quốc gia (NATIF,

Bộ KH&CN) đánh giá, công nghiệp hỗ trợ Việt Nam đang đối mặt với nhiều thách thức trong quá trình phát triển và hội nhập. Hiện nay, tỷ lệ nội địa hóa trong các ngành công nghiệp chủ chốt còn thấp. Đặc biệt, trong lĩnh vực điện tử, tỷ lệ này chỉ đạt 5-10%, so với 65-70% ở Thái Lan và Malaysia.

Toàn ngành có khoảng 1.600 doanh nghiệp đang hoạt động, trong đó 80% là doanh nghiệp



Ngành công nghiệp hỗ trợ gặp nhiều thách thức do công nghệ lạc hậu.



vừa và nhỏ, chủ yếu tập trung ở các tỉnh phía Bắc và Đông Nam Bộ. Đáng chú ý, tỷ lệ doanh nghiệp áp dụng công nghệ 4.0 còn rất hạn chế, chỉ chiếm dưới 15%, trong khi phần lớn vẫn sử dụng công nghệ 2.0 và 3.0.

Về năng suất lao động, các doanh nghiệp công nghiệp hỗ trợ trong nước chỉ đạt khoảng 40-50% so với các nước trong khu vực, điều này ảnh hưởng đáng kể đến khả năng cạnh tranh và cơ hội tham gia vào chuỗi cung ứng toàn cầu.

Theo ông Nguyễn Linh - Phó phòng Quản lý Công nghiệp, Sở Công Thương Hà Nội, trong kỷ nguyên kinh tế số, trí tuệ nhân tạo (AI) và Internet vạn vật (IoT) là những công nghệ chủ lực, góp phần định hình tương lai của nền kinh tế và xã hội.

AI và IoT nổi bật với khả năng tạo ra giá trị từ dữ liệu. Khi kết hợp, hai công nghệ này không chỉ gia tăng tự động hóa mà còn thúc đẩy sáng tạo, nâng cao hiệu suất, giảm chi phí và cải thiện chất lượng cuộc sống. Đặc biệt, trong lĩnh vực công nghiệp hỗ trợ, AI và IoT giúp tăng năng suất, cải thiện chất lượng sản phẩm và tối ưu hóa chi phí sản xuất.

Hà Nội, với vai trò tiên phong trong ứng dụng các công nghệ mới tại Việt Nam, đã xây dựng kế hoạch chuyển đổi số toàn diện. Thành phố tập trung phát triển hạ tầng số, thu hút nhân lực chất lượng cao và ứng dụng AI, IoT vào quản lý nhà nước, sản xuất, kinh doanh, nhằm nâng cao chất lượng cuộc sống của người dân.

Tại hội thảo, các chuyên gia đề xuất nhiều giải pháp nhằm nâng cao năng lực doanh nghiệp, trong



TS Chủ Đức Hoàng - Quý Đối mới Công nghệ Quốc gia (NATIF, Bộ KH&CN).

đó nhấn mạnh vai trò của IoT và AI. Hệ thống dữ liệu đổi mới công nghệ là một trong những hướng đi quan trọng, giúp tối ưu hóa chi phí và nâng cao hiệu quả đầu tư.

TS Chủ Đức Hoàng đề xuất, quy trình xây dựng dữ liệu đổi mới cần thực hiện qua bốn bước: đánh giá hiện trạng, thiết lập hệ thống thu thập dữ liệu, phân tích và khai thác dữ liệu, và tối ưu hóa liên tục. Thực tế cho thấy, hệ thống dữ liệu này có thể tiết kiệm 20-25% chi phí đầu tư, giảm 30-40% thời gian đánh giá công nghệ, đồng thời tăng độ chính xác trong dự báo xu hướng công nghệ lên 35-40%.

Đại diện Techvify Software chia sẻ, AI đã được ứng dụng thành công trong nhận diện khuôn mặt, tăng cường bảo mật, quản lý kho bãi và tuân thủ quy trình trong khu công nghiệp. Những công nghệ này giúp tự động hóa giám

sát, giảm thiểu sai sót và cải thiện hiệu quả vận hành.

Những giải pháp này không chỉ nâng cao năng lực cạnh tranh của ngành công nghiệp hỗ trợ Việt Nam mà còn đóng góp tích cực vào tiến trình chuyển đổi số quốc gia. Trong tương lai, việc hoàn thiện cơ chế chính sách, khuyến khích chuyển giao công nghệ IoT/AI sẽ giúp rút ngắn khoảng cách về trình độ công nghệ với các nước tiên tiến, hướng tới mục tiêu phát triển bền vững và công nghệ xanh.

Để nâng cao năng lực đáp ứng yêu cầu của thị trường, đặc biệt là các thị trường khó tính, theo các chuyên gia, doanh nghiệp cần tăng cường áp dụng những giải pháp linh hoạt trong quản lý sản xuất, cải tiến quy trình công nghệ và đáp ứng yêu cầu kỹ thuật về sản phẩm công nghiệp hỗ trợ, đồng thời thúc đẩy sáng kiến và đổi mới mô hình kinh doanh.





# Nghiên cứu cơ chế khuyến khích doanh nghiệp mạnh dạn đầu tư vào thị trường Mỹ

HÀ ANH

**Chia sẻ tại chương trình Cà phê Doanh nhân lần thứ 80 với chủ đề “Dự báo những chính sách mới của tân Tổng thống Mỹ và tác động đến kinh tế Việt Nam” ngày 21/12, TS Cán Văn Lực khuyến nghị, cần nghiên cứu cơ chế khuyến khích và hỗ trợ doanh nghiệp Việt Nam mạnh dạn đầu tư vào thị trường Mỹ.**

Theo TS Cán Văn Lực - Thành viên Hội đồng Tư vấn Chính sách Tài chính, Tiền tệ Quốc gia, Tổng thống Mỹ Donald Trump đã cam kết thực hiện một loạt chính sách đối ngoại và kinh tế như phát triển kinh tế nội địa, giảm thuế thu nhập, tăng ưu đãi thuế, tăng ngân sách quốc phòng, đàm phán lại các thỏa ước thương mại và kiểm soát nhập cư.

Trong đó, nhóm chính sách kinh tế quan trọng bao gồm việc cắt giảm thuế (thuế thu nhập cá nhân,

thuế thu nhập doanh nghiệp) để kích cầu đầu tư và tiêu dùng nội địa, thu hút đầu tư nước ngoài và kêu gọi các doanh nghiệp Mỹ quay trở lại.

Đặc biệt, chính sách tăng thuế nhập khẩu, đặt mức thuế lên đến 10-20% cho hàng hóa nhập khẩu và có thể lên tới 100% đối với các quốc gia thuộc khối BRICS (bao gồm Brazil, Nga, Ấn Độ, Trung Quốc, Nam Phi, Iran, Ai Cập, Ethiopia và Các Tiểu vương quốc Ả Rập Thống nhất) nếu





không sử dụng USD trong giao dịch, gây áp lực đáng kể đối với các nước như Việt Nam.

Tuy nhiên, ông Lực nhận định, dù những chính sách mới từ tân Tổng thống Mỹ mang lại nhiều thách thức, Việt Nam vẫn có cơ hội hưởng lợi từ sự thay đổi chuỗi cung ứng toàn cầu. Khi Mỹ áp thuế với hàng hóa Trung Quốc, các doanh nghiệp có xu hướng chuyển chuỗi cung ứng sang những điểm đến khác, trong đó Việt Nam là một trong những lựa chọn hàng đầu.

Ngoài ra, đầu tư giữa doanh nghiệp Việt Nam và Mỹ còn rất nhiều tiềm năng. Trong giai đoạn gần đây, nhiều doanh nghiệp lớn từ Mỹ đã bày tỏ sự quan tâm đến Việt Nam trong các lĩnh vực như

năng lượng tái tạo, bán dẫn và khoa học công nghệ.

Để hạn chế rủi ro, Việt Nam cần cân bằng cán cân thương mại với Mỹ bằng cách tăng nhập khẩu các sản phẩm công nghệ cao như bán dẫn, thiết bị y tế và năng lượng. Đồng thời, cần tăng cường năng lực nội tại thông qua việc minh bạch hóa thông tin hàng xuất khẩu và kiểm soát chất lượng các dự án FDI nhằm ngăn chặn tình trạng “đội lốt” để tránh thuế.

“Cần nghiên cứu cơ chế khuyến khích và hỗ trợ doanh nghiệp Việt Nam mạnh dạn đầu tư vào thị trường Mỹ”, ông Lực nhấn mạnh.

Theo ông Phạm Văn Việt - Chủ tịch HĐQT Công ty Việt Thắng

Jean, chính quyền Mỹ dự kiến áp thuế 16,2-20% đối với hàng hóa Việt Nam. Ngành may mặc Việt Nam chỉ tự đáp ứng được 20-30% nguyên liệu trong nước, còn lại phải nhập khẩu, chủ yếu từ Trung Quốc. Vì vậy, để giảm áp lực thuế từ Mỹ, các doanh nghiệp cần chuyển sang nhập khẩu từ những quốc gia không bị đánh thuế cao.

Ngoài ra, hàng rào kỹ thuật nghiêm ngặt của Mỹ hiện nay rất minh bạch, với quy trình truy xuất nguồn gốc từ nguyên liệu đến thành phẩm thông qua mã QR. Điều này giúp kiểm tra chặt chẽ nguồn gốc hàng hóa, khiến các doanh nghiệp khó “đội lốt” hàng Việt Nam để tránh thuế.

“Nếu công ty nào nhập nguyên liệu từ Trung Quốc sang Việt Nam để sản xuất vải công đoạn, sẽ bị phát hiện và bị đánh thuế tương tự như hàng hóa của Trung Quốc”, ông Việt nói.

Chia sẻ tại sự kiện, Phó Chủ tịch UBND TP Hồ Chí Minh Nguyễn Văn Dũng cho biết, kinh tế TP Hồ Chí Minh đã ghi nhận những điểm sáng tích cực trong năm 2024 với mức tăng trưởng GRDP dự kiến đạt 7,2%. Đây là nền tảng quan trọng để tạo điều kiện cho sự phát triển mạnh mẽ vào năm 2025, đặc biệt trong bối cảnh đầu tư công được tăng cường.

Những chính sách mới từ tân Tổng thống Mỹ tạo ra không ít thách thức, nhưng cũng mở ra nhiều cơ hội cho kinh tế Việt Nam. Với sự chuẩn bị kỹ lưỡng và chiến lược rõ ràng, doanh nghiệp Việt Nam có thể tận dụng lợi thế này để góp phần đưa nền kinh tế Việt Nam phát triển bền vững trong giai đoạn tới.



TS Cán Văn Lực - Thành viên Hội đồng Tư vấn Chính sách Tài chính, Tiền tệ Quốc gia



# Doanh nghiệp không thể đứng ngoài “cuộc chơi” ứng dụng AI

MỸ HẠNH

KINH TẾ SỐ

Trong dòng chảy công nghệ và chuyển đổi số, trí tuệ nhân tạo (AI) nổi lên như một nhân tố quan trọng và then chốt, là xu thế tất yếu mà doanh nghiệp không thể bỏ qua. AI là cơ hội nếu doanh nghiệp biết ứng dụng, song cũng là thách thức nếu doanh nghiệp chậm hơn đối thủ.



TS Tô Hoài Nam - Phó Chủ tịch Thường trực kiêm Tổng Thư ký VINASME.

Thông tin này được các diễn giả và chuyên gia nhấn mạnh tại hội thảo “Việt Nam - Kỹ năng quản lý trong kỷ nguyên vươn mình vì sự thịnh vượng và văn minh,” tổ chức sáng 24/12 tại Hà Nội. Sự kiện nhằm hỗ trợ các doanh nghiệp tiếp cận khoa học và công nghệ tiên tiến, đặc biệt là ứng dụng AI vào hoạt động sản xuất kinh doanh, qua đó nâng cao năng suất và hiệu quả hoạt động.

Tại hội thảo, TS Tô Hoài Nam - Phó Chủ tịch Thường trực kiêm Tổng Thư ký VINASME - cho

biết, trong dòng chảy công nghệ và chuyển đổi số, AI nổi lên như một nhân tố quan trọng, thúc đẩy đổi mới sáng tạo trong mọi lĩnh vực. AI không chỉ góp phần nâng cao hiệu quả quản lý doanh nghiệp mà còn tác động tích cực đến sự phát triển kinh tế - xã hội.

Dẫn kết quả một cuộc khảo sát, ông Nam chia sẻ, AI đã được ứng dụng rộng rãi trong nhiều lĩnh vực, ngành nghề khác nhau như chăm sóc khách hàng, an ninh mạng, quản trị gian lận và trợ lý kỹ thuật số cá nhân. Ngoài ra, AI còn được áp dụng trong công

nh nghiệp, nông nghiệp, giáo dục, y tế và quản lý đô thị thông minh.

Ngày 26/1/2021, Thủ tướng Chính phủ đã ban hành Quyết định số 127/QĐ-TTg về Chiến lược quốc gia nghiên cứu, phát triển và ứng dụng AI đến năm 2030. Mục tiêu của chiến lược là đưa Việt Nam trở thành trung tâm đổi mới sáng tạo, phát triển các giải pháp và ứng dụng AI hàng đầu trong khu vực ASEAN cũng như trên thế giới.

Để tận dụng tốt công nghệ AI, kỹ năng quản lý cần được thay đổi.



# “Nếu **KHÔNG** **CHUYỂN ĐỔI SỐ**”

Doanh nghiệp sẽ  
**KHÓ TỒN TẠI**

**Ông Lê Hồng Quang**  
Phó Tổng Giám đốc Thường trực  
Công ty Cổ phần MISA

Ông Lê Hồng Quang - Tổng Giám đốc CTCP MISA trình bày tham luận “Ứng dụng AI trong quản trị doanh nghiệp”.

Các nhà quản lý hiện nay không chỉ cần có khả năng lãnh đạo doanh nghiệp theo phương thức truyền thống mà còn cần hiểu biết về dữ liệu, có tư duy sáng tạo và khả năng đổi mới.

Mặc dù công nghệ có sức mạnh lớn, nhưng theo ông Nam, giá trị cốt lõi vẫn nằm ở con người. Ông nhấn mạnh, cần sử dụng AI một cách có trách nhiệm để bảo đảm sự phát triển công nghệ không làm mất đi giá trị nhân văn. Ngược lại, AI phải nâng cao chất lượng cuộc sống, mang lại hạnh phúc cho con người và đóng góp cho sự văn minh xã hội.

Tại hội thảo, các chuyên gia từ Công ty TNHH Kiểm toán và Định giá ASCO, Công ty Cổ phần Viện Quản lý Đứng (NBO) và Học viện Ứng dụng AI đã cung cấp nhiều thông tin hữu ích về việc ứng dụng AI trong quản lý doanh nghiệp.

Đề cập đến vai trò của AI trong quản trị doanh nghiệp, ông Lê Hồng Quang - Tổng Giám đốc Công ty Cổ phần MISA, cho biết, AI đang được áp dụng trong mọi mặt quản trị doanh nghiệp, từ chăm sóc khách hàng, lập kế hoạch, tổ chức, đến quản lý nhân sự và giám sát tuân thủ.

“Trong bối cảnh hiện nay, MISA nhận thấy rằng tất cả các sản phẩm đều phải ứng dụng và tích hợp AI. Việc tích hợp AI vào các sản phẩm, phần mềm của MISA sẽ giúp hàng triệu doanh nghiệp nhỏ và vừa tại Việt Nam tiếp cận với công nghệ này. Ứng dụng AI sẽ thay đổi căn bản hành vi của doanh nghiệp, giúp họ hạn chế việc giao tiếp và nhập liệu thủ công trên các hệ thống máy tính,” ông Quang chia sẻ.

Ông cũng cho biết thêm, trước đây MISA cần 300 nhân viên để hỗ trợ 100.000 doanh nghiệp sử dụng sản phẩm. Tuy nhiên, khi

số lượng doanh nghiệp tăng lên 270.000, MISA chỉ cần 400 nhân viên thay vì 1.000 như ước tính, nhờ ứng dụng AI. Điều này giúp doanh nghiệp tiết kiệm nguồn lực để đầu tư vào các lĩnh vực khác.

Theo ông Quang, AI không thay thế con người mà hỗ trợ thực hiện những công việc đơn giản, lặp đi lặp lại, để doanh nghiệp tập trung vào các nhiệm vụ mang lại giá trị gia tăng cao hơn.

“Đối với các doanh nghiệp công nghệ như MISA, ứng dụng AI vừa là cơ hội thị trường, vừa là trách nhiệm xã hội nhằm hỗ trợ cộng đồng doanh nghiệp tại Việt Nam. Với các doanh nghiệp nói chung, đây là một xu thế tất yếu. AI là cơ hội nếu doanh nghiệp biết tận dụng, bởi năng suất số là không giới hạn. Tuy nhiên, nếu không ứng dụng AI, đi chậm hơn đối thủ, doanh nghiệp sẽ bị loại khỏi cuộc chơi,” ông Quang nhấn mạnh.





# Doanh nghiệp nhỏ và vừa gặp khó trong thương mại điện tử xuyên biên giới



KINH TẾ SỐ

DUY NHẤT

**Chi phí logistics cao, thiếu hụt nhân tài và hạn chế kiến thức về các thị trường nước ngoài là những rào cản lớn khiến các doanh nghiệp siêu nhỏ, nhỏ và vừa (MSME) ngần ngại mở rộng đầu tư vào phát triển thương mại điện tử xuyên biên giới.**

Báo cáo “Cơ hội xuất khẩu trực tuyến tại Việt Nam” được đại diện tổ chức nghiên cứu quốc tế Access Partnership công bố tại hội thảo “Phát triển xuất khẩu trực tuyến” mới đây cho rằng, các MSME đang khai thác cơ hội xuất khẩu sản phẩm ra toàn cầu thông qua thương mại điện tử.

Nghiên cứu chỉ ra, trong năm 2023, giá trị xuất khẩu thương mại điện tử B2C (mô hình kinh

doanh doanh nghiệp bán hàng trực tiếp cho người tiêu dùng cuối cùng) của Việt Nam đạt 86 nghìn tỷ đồng (khoảng 3,5 tỷ USD). Dự kiến, con số này sẽ tăng gấp 1,7 lần, đạt 145,2 nghìn tỷ đồng (khoảng 5,8 tỷ USD) vào năm 2028. Đáng chú ý, các MSME dự kiến sẽ đóng góp 25% vào tổng giá trị này.

93% MSME hoạt động trong lĩnh vực thương mại điện tử xuyên biên giới tham gia khảo sát





khẳng định không thể tiên hành xuất khẩu nếu không thông qua các nền tảng thương mại điện tử như Amazon Global Selling, Alibaba hay eBay.

Trong khi đó, 65% doanh nghiệp được khảo sát cho biết hơn một nửa doanh số thương mại điện tử B2C của họ đến từ thị trường nước ngoài. 50% kỳ vọng mức tăng trưởng trên 20% tổng doanh số thương mại điện tử bán lẻ của doanh nghiệp trong năm năm tới.

Mặc dù lĩnh vực này đang phát triển nhanh chóng, 95% MSME Việt Nam được khảo sát cho biết họ gặp khó khăn đặc biệt trong việc tìm kiếm nhân lực chất lượng cao trong lĩnh vực thương mại điện tử xuyên biên giới. 95% doanh nghiệp cũng cho rằng họ thiếu hiểu biết về các quy định nhập khẩu qua thương mại điện tử tại các thị trường nước ngoài.

Doanh nghiệp mong muốn được trang bị thêm kiến thức về quy định nhập khẩu tại các thị trường

tiềm năng lớn như Mỹ, Nhật Bản và Trung Quốc.

“Chi phí logistics cao, thiếu hụt nhân tài và hạn chế kiến thức về các thị trường nước ngoài là những rào cản lớn khiến các MSME ngần ngại mở rộng đầu tư vào phát triển thương mại điện tử xuyên biên giới,” báo cáo nhấn mạnh.

Tại hội thảo, đại diện Hiệp hội Thương mại điện tử Việt Nam (VECOM) đánh giá, Việt Nam đang chuẩn bị bước qua giai đoạn khởi động của xuất khẩu trực tuyến. Năm 2025 sẽ là năm bản lề để từ năm 2026, xuất khẩu trực tuyến bước sang giai đoạn mới - giai đoạn cất cánh.

Điều kiện đầu tiên để chuyển sang giai đoạn cất cánh là các MSME cần chủ động đầu tư vào nguồn nhân lực chất lượng cao, giỏi ngoại ngữ, có năng lực sáng tạo, phát triển sản phẩm độc đáo và xây dựng thương hiệu để đáp ứng nhu cầu của khách hàng trực tuyến ở nước ngoài.

Bên cạnh việc xây dựng website hay ứng dụng di động riêng, các MSME nên khai thác lợi thế từ các nền tảng xuất khẩu trực tuyến uy tín trên thế giới, qua đó nhanh chóng tiếp cận thị trường toàn cầu.

Các cơ quan quản lý nhà nước về thương mại điện tử, kinh tế số, logistics và hải quan cần nắm bắt xu hướng phát triển mạnh mẽ của lĩnh vực này.

Xuất khẩu trực tuyến nên được coi là một phần quan trọng của thương mại điện tử, cần có các chính sách và giải pháp cụ thể để hỗ trợ hiệu quả cho các MSME.

Đặc biệt, cần triển khai các giải pháp hỗ trợ xuất khẩu trực tuyến trong Kế hoạch tổng thể phát triển thương mại điện tử quốc gia giai đoạn 2026 - 2030. Hệ thống xử lý dữ liệu điện tử hải quan đối với hàng hóa xuất khẩu và nhập khẩu giao dịch qua thương mại điện tử cũng cần được đưa vào vận hành.

Hiện, Bộ Công Thương đang khẩn trương xây dựng Dự thảo Quy hoạch tổng thể phát triển thương mại điện tử quốc gia giai đoạn 2026 - 2030. Trong đó, dự thảo đề xuất xuất khẩu trực tuyến là một bộ phận quan trọng của phát triển thương mại điện tử với các mục tiêu, chính sách và giải pháp cụ thể để hỗ trợ hiệu quả các MSME.

Việc đặt ra các mục tiêu tham vọng cho xuất khẩu trực tuyến, cùng sự phối hợp chặt chẽ giữa các cơ quan quản lý nhà nước, sẽ tạo động lực cho các doanh nghiệp MSME trong nước đầu tư và phát triển để trở thành thương hiệu toàn cầu.



# Hai xu hướng đáng chú ý của thương mại điện tử Việt Nam 2024

NHẬT NAM

Báo cáo Chỉ số Thương mại điện tử Việt Nam 2024 do Hiệp hội Thương mại điện tử Việt Nam (VECOM) vừa công bố đã đề cập đến hai xu hướng lớn của TMĐT.

Theo báo cáo, năm 2023 nền kinh tế Việt Nam gặp nhiều khó khăn, nhưng TMĐT vẫn tiếp tục phát triển mạnh mẽ. VECOM ước tính tốc độ tăng trưởng của lĩnh vực này đạt trên 25% so với năm 2022, với giá trị lên đến 25 tỷ USD. Trong đó, quy mô bán lẻ hàng hóa trực tuyến đạt 17,3 tỷ USD, chiếm khoảng 10% tổng mức bán lẻ hàng hóa và doanh thu dịch vụ tiêu dùng.

Sự phát triển nhanh chóng của TMĐT gắn liền với tăng trưởng của nhiều lĩnh vực liên quan. Trong những năm gần đây, dịch vụ thanh toán và hoàn tất đơn hàng tăng trưởng nhanh chóng nhờ ứng dụng công nghệ hiện đại, góp phần thúc đẩy sự phát triển mạnh mẽ của bán lẻ trực tuyến. Hoạt động xuất khẩu trực tuyến theo hình thức doanh nghiệp tới người tiêu dùng cuối cùng (B2C) cũng bước sang một giai đoạn mới.

**Thứ nhất, rác thải nhựa từ thương mại điện tử tăng lên nhanh chóng**

Việt Nam đang đối mặt với nhiều nguy cơ từ chất thải nhựa. Sự phát triển của TMĐT, bao gồm



KINH TẾ SỐ



Người tiêu dùng ngày càng ưa chuộng mua sắm trực tuyến, nhưng việc xử lý rác thải nhựa từ bao bì vẫn là thách thức lớn đối với môi trường.



Xuất khẩu trực tuyến mở ra cơ hội lớn cho doanh nghiệp Việt Nam tiếp cận thị trường quốc tế thông qua các nền tảng thương mại điện tử.

lĩnh vực bán lẻ hàng hóa trực tuyến và gọi đồ ăn công nghệ, trong những năm qua đã gây thêm tác động tiêu cực đến môi trường. TMĐT sử dụng nhiều bao bì và vật liệu nhựa, nhưng tỷ lệ thu gom, tái chế và tái sử dụng còn rất thấp.

Theo Tổ chức Quốc tế về Bảo tồn Thiên nhiên Việt Nam (WWF), năm 2023 TMĐT ở Việt Nam sử dụng 332 nghìn tấn bao bì, trong đó bao bì nhựa chiếm 171 nghìn tấn. Nếu không có giải pháp mạnh mẽ, lượng rác thải nhựa từ lĩnh vực này dự kiến sẽ lên tới 800 nghìn tấn vào năm 2030, khi quy mô TMĐT Việt Nam đạt gần 100 tỷ USD.

Báo cáo “Phát triển TMĐT với bảo vệ môi trường” do VECOM công bố cho thấy, có tới 80% người tiêu dùng trực tuyến đánh giá TMĐT gây tác động xấu hoặc rất xấu đến môi trường. Tuy nhiên, nhiều khách hàng vẫn chưa chọn các giải pháp thân thiện với môi trường vì chi phí cao.

Về giải pháp, 79% khách hàng cho rằng Nhà nước cần nhanh chóng ban hành và phổ biến các chính sách bảo vệ môi trường trong TMĐT. Ngoài ra, 71% đề xuất doanh nghiệp cần công bố rõ các lựa chọn thân thiện môi trường, và 61% khuyến nghị tăng cường tuyên truyền nâng cao ý thức của người tiêu dùng.

**Thứ hai, TMĐT xuyên biên giới trở thành xu hướng tất yếu**

TMĐT xuyên biên giới, đặc biệt là xuất khẩu trực tuyến, ngày càng phổ biến tại Việt Nam. Sau đại dịch COVID-19, hình thức giao dịch xuất khẩu trực tuyến giữa doanh nghiệp và người tiêu dùng (B2C) đã tăng trưởng mạnh mẽ, dù giao dịch giữa doanh nghiệp với doanh nghiệp (B2B) gặp nhiều khó khăn.

Theo Access Partnership, năm 2022, xuất khẩu trực tuyến tới người tiêu dùng cuối cùng của Việt Nam đạt 3,5 tỷ USD. Nếu các doanh nghiệp nhỏ và siêu nhỏ duy trì tốc độ phát triển hiện

tại, kim ngạch xuất khẩu B2C sẽ đạt 5,5 tỷ USD vào năm 2027. Với sự hỗ trợ mạnh mẽ từ Nhà nước và các bên liên quan, con số này có thể đạt tới 13 tỷ USD.

Báo cáo cuối năm 2023 của Amazon Global Selling Việt Nam cho thấy, hơn 17 triệu sản phẩm của doanh nghiệp Việt đã được xuất khẩu qua nền tảng này, với giá trị tăng 50% so với năm trước. TMĐT xuyên biên giới được coi là đòn bẩy quan trọng cho xuất khẩu. Theo Bộ Công Thương, 53% doanh nghiệp xuất khẩu qua các sàn giao dịch TMĐT, trong khi 47% sử dụng website hoặc ứng dụng riêng.

Khoảng 60% doanh nghiệp cho biết giá trị hàng hóa xuất nhập khẩu thông qua TMĐT xuyên biên giới chiếm từ 10-30% tổng giá trị xuất nhập khẩu hàng hóa của họ. Điều này cho thấy tiềm năng to lớn và sự nỗ lực của doanh nghiệp Việt trong việc tận dụng nền tảng số để mở rộng thị trường quốc tế.





# Nhiều doanh nghiệp chưa biết khai thác ‘mỏ vàng’ thương mại điện tử xuyên biên giới



KINH TẾ SỐ

BÍCH HẰNG



tăng 50% và số lượng đối tác bán hàng tăng 40%. Nhìn chung, TMĐT XBG ghi nhận mức tăng trưởng 26% so với năm trước.

“Những con số này minh chứng rõ nét cho tiềm năng lớn và sự nỗ lực không ngừng của doanh nghiệp Việt Nam trong việc tận dụng nền tảng số để mở rộng thị trường quốc tế,” bà Lê Hoàng Oanh, Cục trưởng Cục Thương mại điện tử và Kinh tế số (Bộ Công Thương), nhấn mạnh tại diễn đàn “Kết nối và phát triển thương mại điện tử” ngày 26/11 tại Hà Nội.

**Không phải doanh nghiệp nào cũng dễ dàng tiếp cận và khai thác hiệu quả kênh thương mại điện tử xuyên biên giới. Các doanh nghiệp vừa, nhỏ và siêu nhỏ đang đối mặt với nhiều rào cản trong việc tiếp cận và triển khai ứng dụng do hạn chế về kiến thức, kỹ năng số và năng lực cạnh tranh chưa cao.**

## Doanh nghiệp nỗ lực tận dụng nền tảng số

Trong bối cảnh hội nhập sâu rộng, thương mại điện tử xuyên biên giới (TMĐT XBG) đã trở thành kênh xuất khẩu hàng hóa quan trọng, giúp mở rộng thị trường tiêu thụ cho sản phẩm Việt Nam.

Theo báo cáo của Amazon Global Selling Việt Nam, hơn 17 triệu sản phẩm từ các doanh nghiệp Việt Nam đã được xuất khẩu qua nền tảng này. Giá trị xuất khẩu

Tuy nhiên, bà Oanh cũng lưu ý rằng không phải doanh nghiệp nào cũng dễ dàng tiếp cận và khai thác hiệu quả kênh TMĐT XBG. Các doanh nghiệp vừa, nhỏ và siêu nhỏ gặp nhiều khó khăn do thiếu kiến thức, kỹ năng số, năng lực cạnh tranh thấp, cùng với rào cản pháp lý, thuế quan, logistics và thanh toán.

Các thách thức khác mà doanh nghiệp thường gặp bao gồm bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng trong trường hợp khiếu nại về sản phẩm, ngăn chặn tình trạng trốn

thuế, và cạnh tranh với hàng hóa nước ngoài. Nhiều doanh nghiệp còn phản ánh về chi phí logistics cao, khó khăn trong việc nắm rõ quy định pháp luật của thị trường đích và rào cản ngôn ngữ.

Bên lề diễn đàn, bà Nguyễn Thị Thu Dung - đại diện Công ty TNHH Luxess, chia sẻ rằng công ty chuyên phân phối các sản phẩm nông sản như bánh tráng Tây Ninh, xoài sấy dẻo, cà phê và yến sào. Trong đó, mặt hàng bánh tráng mỗi năm xuất khẩu khoảng 3-4 tấn cho khách hàng Việt kiều. Tuy nhiên, doanh nghiệp này mới chỉ khai thác kênh thương mại điện tử trong nước, chưa tiếp cận TMĐT XBG.

“Dù nhận thấy TMĐT XBG có tiềm năng lớn, nhưng đến nay chúng tôi vẫn chỉ bán hàng qua các sàn TMĐT trong nước, dẫn đến kim ngạch xuất khẩu chưa cao. Chúng tôi mong muốn nhận được sự hỗ trợ từ Nhà nước và chính quyền địa phương để tham gia xuất khẩu qua TMĐT XBG, kết nối với khách hàng quốc tế và giúp nông sản Việt tiếp cận nhiều

người tiêu dùng nước ngoài hơn”, bà Dung chia sẻ.

Theo bà Nguyễn Thị Minh Huyền - Phó Cục trưởng Cục TMĐT và Kinh tế số, để hỗ trợ cộng đồng doanh nghiệp, Cục đã chỉ đạo Trung tâm Phát triển Thương mại Điện tử nghiên cứu và phát triển hệ sinh thái xuất khẩu trực tuyến (Ecomex). Hệ sinh thái này cung cấp các giải pháp cụ thể nhằm hỗ trợ doanh nghiệp tiếp cận thị trường quốc tế. Bộ Công Thương cũng tổ chức các chương trình đào tạo về TMĐT XBG để nâng cao năng lực và phổ biến kiến thức mới cho doanh nghiệp.

Bà Lê Hoàng Oanh cho biết, việc hoàn thiện khuôn khổ pháp lý là điều cần thiết. Bà cũng nhấn mạnh tầm quan trọng của việc xây dựng luật chuyên ngành về TMĐT và các quy định liên quan đến quản lý hàng hóa xuất nhập khẩu qua kênh TMĐT XBG. Bên cạnh đó, cần tối ưu hóa hệ thống logistics và thanh toán, đồng thời triển khai kế hoạch phát triển TMĐT quốc gia giai đoạn 2026-2030.

### Cần tận dụng cơ hội

Bà Oanh nhấn mạnh rằng TMĐT XBG mang lại lợi ích lớn, giúp doanh nghiệp mở rộng thị trường xuất khẩu và tăng doanh số nhanh chóng. Các công cụ tìm kiếm và nền tảng trực tuyến cho phép doanh nghiệp tiếp cận thị trường mới, điều mà kênh truyền thống thường mất nhiều thời gian hơn. Ngoài ra, TMĐT XBG còn giúp doanh nghiệp phản hồi nhanh chóng trước cung - cầu thị trường, đồng thời mở rộng quy mô và thời vụ tiêu thụ sản phẩm. Một ưu thế quan trọng khác là nâng cao nhận diện thương hiệu tại thị trường quốc tế.

“Khi tham gia TMĐT XBG, doanh nghiệp giao dịch trực tiếp với khách hàng và cần nâng cao ý thức xây dựng, quảng bá thương hiệu. Đây là cơ hội để thương hiệu sản phẩm xuất khẩu phát triển mạnh mẽ hơn trên thị trường quốc tế. Nếu doanh nghiệp không nhanh chóng khai thác tiềm năng này, các đối thủ cạnh tranh sẽ chiếm ưu thế,” bà Oanh khuyến nghị.





# Hóa giải thách thức xuất khẩu trực tuyến cho doanh nghiệp Việt



NHẬT LINH

Hầu hết các doanh nghiệp ở Việt Nam đều ghi nhận thương mại điện tử xuyên biên giới là phương thức hữu hiệu để đẩy mạnh hoạt động xuất nhập khẩu. Tuy nhiên, nhiều doanh nghiệp chia sẻ rằng họ gặp không ít thách thức và khó khăn với hình thức kinh doanh tiềm năng này.



Theo bà Lê Hoàng Oanh - Cục trưởng Cục Thương mại điện tử và Kinh tế số (Bộ Công Thương), TMĐTXBG là đòn bẩy quan trọng trong hoạt động xuất khẩu.

## Đòn bẩy quan trọng trong thương mại quốc tế

Thông tin được bà Lê Hoàng Oanh - Cục trưởng Cục Thương mại điện tử và Kinh tế số (Bộ Công Thương), nhấn mạnh tại diễn đàn “Kết nối và phát triển thương mại điện tử” với chủ đề “Thương mại điện tử xuyên biên giới: Cơ hội xuất khẩu sản phẩm

Việt Nam”, tổ chức ngày mới đây tại Hà Nội.

Theo bà Oanh, quy mô tăng trưởng thương mại điện tử (TMĐT) của Việt Nam hiện đứng trong nhóm đầu thế giới cũng như khu vực Đông Nam Á. Quy mô TMĐT của Việt Nam đạt 20,5 tỷ USD vào năm 2023. Quy mô của nền kinh tế số ước

đạt khoảng 30 tỷ USD, xếp trong Top 3 Đông Nam Á. Dự kiến đến năm 2025, con số này sẽ tăng lên khoảng 45 tỷ USD.

“Những con số này cho thấy tốc độ tăng trưởng và mức độ năng động của thị trường TMĐT Việt Nam, đồng thời tạo thế sẵn sàng cho doanh nghiệp (DN) Việt Nam tham gia thương mại điện tử

xuyên biên giới (TMĐTXBG)”, bà Oanh nhận định.

TMĐTXBG được coi là đòn bẩy quan trọng trong hoạt động xuất khẩu. Theo khảo sát của Bộ Công Thương năm 2023, 53% DN tham gia xuất khẩu thông qua sàn giao dịch TMĐT, 47% DN sử dụng website hoặc các ứng dụng tương tự do họ tự xây dựng. Khoảng 60% DN cho biết giá trị hàng hóa xuất nhập khẩu qua TMĐTXBG chiếm khoảng 10-30% tổng giá trị xuất nhập khẩu của họ. Điều này khẳng định vai trò quan trọng của TMĐTXBG trong thương mại quốc tế.

Tuy nhiên, theo bà Oanh, nhiều doanh nghiệp gặp thách thức lớn khi xuất khẩu trực tuyến. Một trong số đó là việc bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng trước sự cạnh tranh của hàng hóa nước ngoài qua kênh TMĐTXBG, cũng như giữ chi phí logistics ở mức thấp và giao hàng đúng hạn. Đây là áp lực lớn đối với các DN vừa và nhỏ tại Việt Nam.

Ngoài ra, rào cản ngôn ngữ cũng là thách thức ngày càng gia tăng trong TMĐTXBG. Hoạt động này yêu cầu tương tác trực tiếp, diễn ra trong thời gian ngắn, do đó, ngôn ngữ phải là cầu nối để

truyền tải thông tin chính xác đến người mua.

Khả năng cung cấp dịch vụ và phản hồi khách hàng theo thời gian thực nhằm chốt đơn nhanh cũng là một thách thức đối với các DN nhỏ và siêu nhỏ.

### Xây dựng hệ sinh thái TMĐT hoàn chỉnh

Chính phủ Việt Nam đã hỗ trợ mạnh mẽ cho sự phát triển TMĐTXBG, điển hình là kế hoạch phát triển TMĐT giai đoạn 2021-2025. Bộ Công Thương đã đưa ra hai sáng kiến quan trọng: thiết lập nền tảng cơ bản thúc đẩy TMĐT, bao gồm TMĐTXBG và triển khai loạt chương trình nâng cao năng lực cho cộng đồng DN, trang bị kỹ năng số và ứng dụng TMĐT vào kinh doanh, đặc biệt là xuất khẩu trực tuyến.

Chia sẻ kinh nghiệm, ông Liu Liang - Đại diện Sở Thương mại Vân Nam, Trung Quốc, Chủ tịch Hiệp hội Thương mại Điện tử Vân Nam, cho biết, các cải tiến về chính sách TMĐTXBG của Trung Quốc đã mang lại nhiều cơ hội cho Vân Nam. Ví dụ, các mô hình xuất nhập khẩu TMĐT như 9610, 9710, 9810 và 1210 đã đơn giản hóa quy trình hải quan,

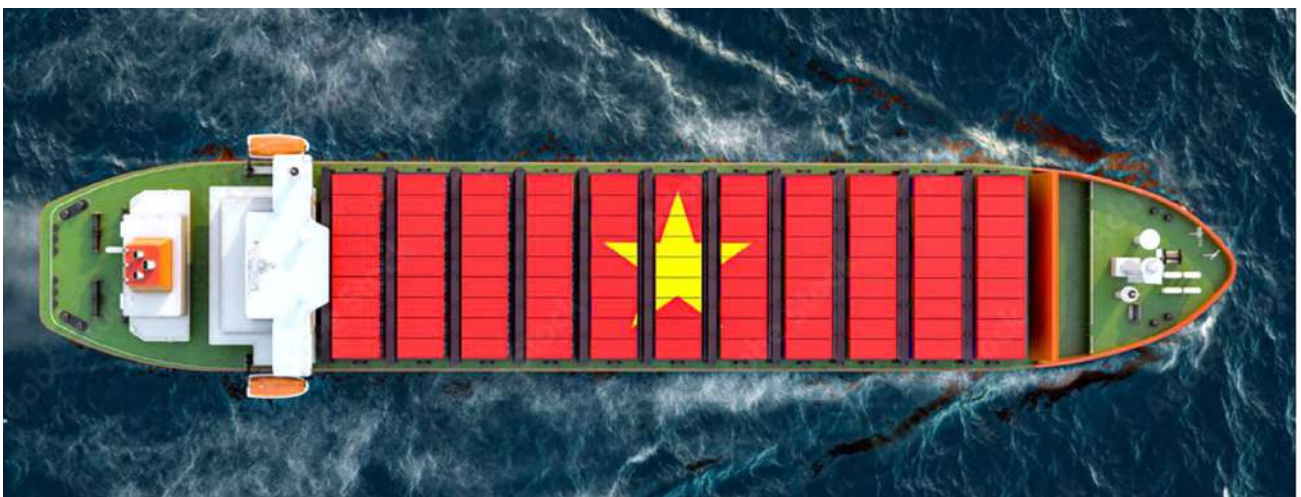
giảm chi phí thuế, tăng sự thuận tiện trong thương mại.

Đặc biệt, mô hình 9610 “xuất khẩu trực tiếp TMĐTXBG” trở thành sự hỗ trợ quan trọng trong thương mại giữa Vân Nam và các quốc gia ASEAN. Ông Liu Liang nhận định, các sản phẩm thế mạnh của Việt Nam như nông sản, hàng thủ công mỹ nghệ, quần áo và giày dép có tiềm năng lớn tại thị trường Trung Quốc.

Theo ông Jang Woo Sung - đại diện Hiệp hội Xuất khẩu tỉnh Gyeonggi, Hàn Quốc, để nâng cao khả năng cạnh tranh, DN cần tập trung vào logistics, ứng dụng công nghệ, đặc biệt là trí tuệ nhân tạo (AI), nhằm tối ưu hóa kết nối và tăng hiệu quả.

Cục trưởng Cục TMĐT và Kinh tế số khuyến nghị, DN nên tham gia các sàn TMĐT uy tín để tiết kiệm chi phí đầu tư cơ sở hạ tầng. Đồng thời, DN cần chủ động cập nhật xu hướng thị trường và quy định nước sở tại, đầu tư xây dựng thương hiệu sản phẩm tại thị trường mục tiêu. Cục TMĐT và Kinh tế số cũng đang nghiên cứu xây dựng hệ sinh thái xuất khẩu trực tuyến nhằm hỗ trợ DN Việt Nam chinh phục thị trường toàn cầu.

KINH TẾ SỐ





*Thủ tướng Chính phủ Phạm Minh Chính khẳng định, việc xây dựng và phát triển THQG là nhiệm vụ chiến lược nhằm khẳng định vị thế của Việt Nam trên thị trường quốc tế.*

# XÂY DỰNG THƯƠNG HIỆU QUỐC GIA VIỆT NAM TIẾN VÀO KỶ NGUYÊN XANH

THÙY DƯƠNG

Tại lễ công bố sản phẩm đạt Thương hiệu quốc gia Việt Nam 2024 với chủ đề “Vươn mình tiến vào kỷ nguyên xanh” mới đây, Thủ tướng Phạm Minh Chính nhấn mạnh, Chính phủ sẽ tạo điều kiện thuận lợi nhất để doanh nghiệp phát triển, tập trung tháo gỡ các điểm nghẽn trong thể chế và thủ tục hành chính, nhằm thúc đẩy tăng trưởng bền vững.



Lễ công bố các sản phẩm đạt Thương hiệu quốc gia (THQG) Việt Nam năm 2024 do Hội đồng THQG phối hợp với Bộ Công Thương tổ chức, nhằm thể hiện quyết tâm của Việt Nam trong việc xây dựng các THQG thương hiệu địa phương, ngành và doanh nghiệp theo hướng xanh và bền vững, đáp ứng xu hướng thị trường thế giới đang chuyển dịch mạnh mẽ. Chủ đề của chương trình năm nay nhấn mạnh việc chuyển đổi mô hình phát triển theo hướng thân thiện với môi trường, đóng góp tích cực vào công cuộc bảo vệ hành tinh xanh và phát triển bền vững.

Ban Tổ chức đã công bố và trao danh hiệu THQG năm 2024 cho 359 sản phẩm của 190 doanh nghiệp trong số hơn 1.000 doanh nghiệp có sản phẩm tham gia chương trình, đáp ứng hệ thống các tiêu chí của chương trình.

Tham dự và phát biểu chỉ đạo tại sự kiện, Thủ tướng Chính phủ Phạm Minh Chính khẳng

định, việc xây dựng và phát triển THQG là sứ mệnh của toàn dân, đặc biệt là các doanh nghiệp. Đây là nhiệm vụ chiến lược nhằm khẳng định vị thế của Việt Nam trên thị trường quốc tế, tôn vinh các giá trị cốt lõi như chất lượng, đổi mới và năng lực cạnh tranh của sản phẩm Việt Nam.

Chương trình THQG sau hơn 20 năm đã đạt được nhiều thành tựu, với số lượng doanh nghiệp được công nhận liên tục tăng qua các năm. Hiện nay, giá trị THQG Việt Nam xếp hạng 32 trên thế giới, đạt 507 tỷ USD, tăng một bậc và tăng 2% về giá trị so với năm trước. Đây là minh chứng cho những nỗ lực không ngừng của doanh nghiệp Việt, đặc biệt trong bối cảnh đầy biến động của kinh tế toàn cầu.

Trong bối cảnh thế giới chuyển dần từ mô hình kinh tế truyền thống sang kinh tế xanh, kinh tế tuần hoàn, sự kiện không chỉ là dịp tôn vinh 190 thương hiệu Việt xuất sắc, mà còn thúc đẩy nhiệm vụ chiến lược đưa

thương hiệu Việt Nam vươn ra toàn cầu.

Trong bài phát biểu, Thủ tướng nêu ra 6 nhiệm vụ trọng tâm nhằm giúp các doanh nghiệp THQG phát triển bền vững, thích ứng với xu hướng toàn cầu và gia tăng sức cạnh tranh quốc tế.

Thứ nhất, doanh nghiệp cần tiên phong trong kinh tế xanh và phát triển bền vững, tận dụng uy tín thương hiệu quốc gia để mở rộng thị trường quốc tế. Thủ tướng kêu gọi các doanh nghiệp tích cực chuyển đổi sang mô hình sản xuất xanh, sử dụng năng lượng tái tạo và công nghệ thân thiện môi trường, phù hợp với cam kết giảm phát thải và chống biến đổi khí hậu.

Thứ hai, nâng cao năng lực quản trị hiện đại, ứng dụng công nghệ và tiêu chuẩn quốc tế nhằm đảm bảo tính minh bạch và phát triển bền vững trong sản xuất. Điều này bao gồm việc đẩy mạnh chuyển đổi số, chuyển đổi xanh, tái cấu trúc mô hình kinh doanh



Thủ tướng Chính phủ Phạm Minh Chính tham quan gian hàng của doanh nghiệp có sản phẩm đạt THQG Việt Nam.

theo hướng kinh tế xanh, kinh tế số và kinh tế tri thức.

Thứ ba, các doanh nghiệp cần đẩy mạnh đổi mới sáng tạo, áp dụng khoa học công nghệ tiên tiến để nâng cao năng suất và hiệu quả kinh doanh, đặc biệt trong bối cảnh cuộc Cách mạng công nghiệp lần thứ tư. Việc áp dụng các công nghệ như trí tuệ nhân tạo, dữ liệu lớn và Internet vạn vật sẽ giúp doanh nghiệp Việt Nam nhanh chóng tiến vào kỷ nguyên xanh và giảm thiểu tác động tiêu cực lên môi trường.

Thứ tư, Thủ tướng nhấn mạnh việc tuân thủ quy định pháp luật, đề cao trách nhiệm xã hội và văn hóa doanh nghiệp. Doanh nhân cần phát huy tinh thần đoàn kết, gắn bó và có khát vọng phát triển vì lợi ích chung của đất nước.

Thứ năm, tập trung đào tạo nguồn nhân lực chất lượng cao, đáp ứng yêu cầu hội nhập và nâng cao năng lực sản xuất kinh doanh. Đồng thời, thúc đẩy sự kết nối mạng lưới nhân tài, trí

thức người Việt trong và ngoài nước nhằm phục vụ quá trình đổi mới sáng tạo của doanh nghiệp.

Thứ sáu, chú trọng xây dựng văn hóa doanh nghiệp, gắn kết với trách nhiệm xã hội và bảo vệ môi trường. Thủ tướng khuyến khích các doanh nghiệp tham gia tích cực vào các chương trình xóa đói giảm nghèo và bảo vệ cộng đồng, góp phần xây dựng khối đại đoàn kết dân tộc.

Thủ tướng khẳng định, Đảng và Nhà nước luôn đồng hành cùng doanh nghiệp, liên tục cải cách thể chế và cải thiện môi trường đầu tư. Chính phủ sẽ tạo điều kiện thuận lợi nhất để doanh nghiệp phát triển, tập trung tháo gỡ các điểm nghẽn trong thể chế và thủ tục hành chính, nhằm thúc đẩy tăng trưởng bền vững.

“Hiện nay chúng ta còn nhiều điểm nghẽn, trong đó điểm nghẽn về thể chế là điểm nghẽn của điểm nghẽn, như Tổng Bí thư Tô Lâm đã phát biểu tại phiên khai mạc Kỳ họp thứ 8 Quốc hội khóa

XV. Chúng ta phải tập trung tháo gỡ điểm nghẽn này một cách tích cực nhất, hiệu quả nhất, phải coi trọng thời gian và trí tuệ ở điểm này để tháo gỡ thật nhanh.

Chúng ta sẽ không thể đạt được các mục tiêu phát triển đã đề ra tới năm 2030, năm 2045 nếu như thập kỷ tới đây chúng ta không đạt mục tiêu tăng trưởng 2 con số mỗi năm. Chúng ta phải phấn đấu tăng trưởng 2 con số trong những thập kỷ tới đây thì mới đạt được các mục tiêu phát triển đã đề ra tới năm 2030, năm 2045”, Thủ tướng nhấn mạnh.

Thủ tướng kỳ vọng rằng đội ngũ doanh nghiệp Việt sẽ không ngừng phát triển, cùng đóng góp vào công cuộc xây dựng một Việt Nam hùng cường, hiện đại, thu nhập cao vào năm 2045. Với niềm tin vào ý chí và khát vọng của doanh nghiệp Việt, Chính phủ sẽ tiếp tục hoàn thiện cơ chế hỗ trợ, giúp doanh nghiệp vươn ra thế giới, góp phần khẳng định thương hiệu Việt Nam trên bản đồ quốc tế.



# Thương hiệu xanh, tương lai bền vững doanh nghiệp Việt

THU AN



THƯƠNG HIỆU



Công ty CP Giống bò sữa Mộc Châu đã đạt được những thành công nhất định nhờ chuyển đổi xanh.

**Việc doanh nghiệp chậm chân trong việc xây dựng thương hiệu theo hướng xanh khiến họ mất đi nhiều cơ hội tham gia chuỗi cung ứng toàn cầu. Đồng thời, sức cạnh tranh cũng sụt giảm so với các hàng hóa cùng loại khác đáp ứng được các tiêu chí xanh. Sản xuất xanh là yêu cầu kiên quyết để doanh nghiệp Việt thâm nhập các thị trường khó tính.**

## Tiên phong chuyển đổi xanh

Theo chuyên gia truyền thông Nguyễn Đình Thành, hiện nay, nhiều doanh nghiệp (DN) Việt đã có nhận thức tốt hơn về phát triển bền vững. Báo cáo của Nielsen cho thấy 80% người tiêu dùng Việt Nam sẵn sàng chi trả nhiều hơn để mua các sản phẩm

thân thiện với môi trường. Tuy nhiên, không phải DN nào cũng đủ tiềm lực để đáp ứng các tiêu chí xanh.

Ông Tạ Mạnh Cường - Trưởng phòng Phát triển Năng lực Xúc tiến Thương mại, Bộ Công Thương nhận định, nhiều DN vẫn chưa chú trọng xây dựng thương

hiệu xanh, khiến họ mất cơ hội trở thành nhà cung ứng nguyên liệu đầu vào cho các tập đoàn FDI lớn. Điều này bắt nguồn từ sự thiếu hụt cả về nguồn lực lẫn công nghệ, khiến nhiều DN Việt Nam bị bỏ lại trong cuộc chơi “xanh hóa”.

Còn ông Trần Quốc Huy - Giám đốc Marketing Công ty CP Giống bò sữa Mộc Châu - nhấn mạnh, một thách thức khác mà DN phải đối mặt là việc cân bằng chi phí và giá thành sản phẩm xanh. Dù tiêu dùng xanh đang dần trở thành xu hướng, người tiêu dùng Việt Nam vẫn chưa hoàn toàn chấp nhận mức giá cao hơn của các sản phẩm chất lượng cao và thân thiện với môi trường.

Dù đối mặt nhiều khó khăn, một số DN Việt đã tiên phong trong chuyển đổi xanh và đạt được những thành công nhất định. Những “cánh chim đầu đàn” này không chỉ khẳng định vai trò tiên phong mà còn góp phần xây dựng hình ảnh thương hiệu Việt gắn với sự phát triển bền vững.

Trong đó, Vinamilk là một trong những thương hiệu tiên phong trong chuyển đổi xanh tại Việt Nam. DN này không chỉ sản





xuất các sản phẩm sữa đạt chuẩn organic châu Âu mà còn triển khai chiến lược Net Zero 2050, hướng tới giảm phát thải khí nhà kính trong chuỗi sản xuất. Ngoài ra, Vinamilk chuyển đổi sử dụng bao bì tái chế và thân thiện với môi trường, góp phần bảo vệ hệ sinh thái và thúc đẩy tiêu dùng bền vững.

VinFast, thành viên của Tập đoàn Vingroup, là hãng xe tiên phong tại Việt Nam loại bỏ hoàn toàn sản xuất xe chạy xăng từ năm 2022. Với hệ sinh thái trạm sạc phủ khắp cả nước, nghiên cứu pin tái chế và công nghệ pin thể rắn, VinFast không chỉ thúc đẩy giao thông xanh mà còn góp phần nâng cao vị thế của thương hiệu Việt trên thị trường quốc tế.

Tập đoàn Thành Thành Công (TTC) là điển hình cho sự kết

hợp giữa kinh tế tuần hoàn và sản xuất xanh. Các dự án điện mặt trời và điện sinh khối từ bã mía của TTC không chỉ giảm phát thải CO<sub>2</sub> mà còn cung cấp năng lượng sạch, góp phần vào an ninh năng lượng quốc gia. TTC cũng phát triển các sản phẩm đường organic, đáp ứng nhu cầu tiêu dùng xanh ở cả thị trường nội địa và xuất khẩu.

### Giá trị vô hình

Giới chuyên gia nhận định, xu hướng tiêu dùng xanh không chỉ phổ biến tại châu Âu mà còn đang lan rộng ra nhiều quốc gia, bao gồm cả Việt Nam. Điều này đặt ra bài toán lớn cho các DN Việt, đặc biệt là trong bối cảnh nền kinh tế hội nhập sâu rộng.

Sản xuất xanh là một trong những yếu tố lợi thế giúp DN nâng cao thương hiệu, thu hút người tiêu

dùng, đồng thời là yêu cầu tiên quyết để DN Việt thâm nhập các thị trường khó tính trên thế giới, đặc biệt khi Việt Nam đã ký kết các FTA thế hệ mới.

Theo ông Nguyễn Cảnh Cường - nguyên Tham tán Thương mại Việt Nam tại Anh, việc xây dựng thương hiệu xanh sẽ giúp DN mở rộng cánh cửa vào các thị trường cao cấp như Anh, châu Âu và Mỹ. Tuy nhiên, DN cần đầu tư mạnh vào công nghệ xanh và đạt được các chứng chỉ quốc tế để đáp ứng tiêu chuẩn khắt khe từ các thị trường này.

Chuyên gia Nguyễn Đình Thành nhấn mạnh, việc xây dựng thương hiệu xanh không chỉ là yêu cầu cần thiết để DN phát triển bền vững mà còn mang lại lợi ích kinh tế và giá trị vô hình. Xanh hóa thương hiệu sẽ giúp DN chiếm được lòng tin của



Sản phẩm xe điện của VinFast không chỉ đáp ứng nhu cầu xanh mà còn góp phần nâng cao vị thế của thương hiệu Việt trên thị trường quốc tế.



*Xây dựng thương hiệu xanh là cơ hội và trách nhiệm để DN Việt Nam khẳng định vị thế trong cuộc chơi toàn cầu.*

người tiêu dùng, đặc biệt tại các thị trường phát triển.

“Chuyển đổi xanh không chỉ giúp DN gia tăng giá trị thương hiệu mà còn tạo điều kiện để DN chen chân vào chuỗi giá trị toàn cầu, mở ra nhiều cơ hội xuất khẩu và hợp tác kinh doanh mới”, ông Thành khẳng định.

Là DN thành công trong chiến lược phát triển bền vững theo mô hình kinh tế tuần hoàn, Mộc Châu Milk nhận thức được rằng sự cạnh tranh về thương hiệu ngành sữa ngày càng gay gắt với nhiều người chơi mới, thậm chí các công ty nước ngoài có xu hướng đổ bộ vào Việt Nam.

“Điều này tạo ra thách thức cho DN. DN cần sự hỗ trợ để đào tạo

người tiêu dùng chấp nhận sử dụng sản phẩm xanh. Một trong những vấn đề mà tất cả DN đều gặp phải là cân bằng chi phí và giá thành. DN muốn hướng tới sản phẩm xanh, chất lượng cao nhưng mức giá thành không được người tiêu dùng chấp nhận. Người tiêu dùng không có nhận thức đúng về sản phẩm xanh cũng là rào cản lớn”, ông Trần Quốc Huy - Giám đốc Marketing Công ty CP Giống bò sữa Mộc Châu nêu.

Mộc Châu Milk bày tỏ mong muốn được tiếp cận vốn cho các dự án nông nghiệp chất lượng cao và hỗ trợ nghiên cứu, đào tạo công nhân, nông dân kiến thức về phát triển kinh tế xanh, kinh tế tuần hoàn.

“Việc thúc đẩy thương hiệu quốc gia sẽ giúp DN tiếp cận thị trường quốc tế. Vươn ra thị trường nước ngoài không phải DN nào cũng tự làm được mà cần Nhà nước hỗ trợ. Cần phát triển cơ sở hạ tầng, đặc biệt là giao thông, để giúp vận chuyển hàng hóa dễ dàng, giảm chi phí logistics.

Qua đó, DN có thêm cơ hội xuất khẩu và hợp tác kinh doanh mới, cũng như chen chân vào chuỗi giá trị toàn cầu”, ông Huy kiến nghị.

Với sự hỗ trợ của Nhà nước và nỗ lực từ chính DN, xây dựng thương hiệu xanh không chỉ là cơ hội mà còn là trách nhiệm để DN Việt Nam khẳng định vị thế trong cuộc chơi toàn cầu.



THƯƠNG HIỆU

Bà Nguyễn Thị Hương Liên - Phó Giám đốc điều hành Công ty Cổ phần Sao Thái Dương nhận cúp THQG Việt Nam 2024.

# Nhiều doanh nghiệp thành viên VST đạt Thương hiệu quốc gia 2024

NGUYỆT MINH

**Trong số 190 doanh nghiệp với 359 sản phẩm đạt Thương hiệu Quốc gia 2024, nhiều doanh nghiệp thành viên Hiệp hội Doanh nghiệp Khoa học và Công nghệ Việt Nam (VST) góp mặt với một loạt sản phẩm được chứng nhận và vinh danh.**

Lễ công bố sản phẩm đạt Thương hiệu Quốc gia (THQG) lần thứ 9 diễn ra tại Hà Nội hồi tháng 11/2024 không chỉ là dịp tôn vinh các sản phẩm xuất sắc của Việt Nam mà còn thể hiện sự nỗ lực của các doanh nghiệp trong việc nâng cao giá trị thương hiệu, thúc đẩy sự phát triển bền vững và mở rộng tầm ảnh hưởng quốc tế.

Trong số hơn 1.000 doanh nghiệp tham gia chương trình, có 190 doanh nghiệp với 359

sản phẩm đã được vinh danh đạt THQG. Đây là một con số ấn tượng, phản ánh sự trưởng thành vượt bậc của cộng đồng doanh nghiệp Việt Nam trong bối cảnh nền kinh tế thế giới chuyển dịch mạnh mẽ sang mô hình kinh tế xanh và kinh tế tuần hoàn. Chứng nhận THQG không chỉ khẳng định chất lượng và tính cạnh tranh của sản phẩm Việt mà còn nâng cao giá trị THQG, giúp các doanh nghiệp xây dựng niềm tin với người tiêu dùng trong và ngoài nước.



Công ty TNHH Minh Long I lần thứ 9 liên tiếp có sản phẩm đạt THQG Việt Nam.



4 sản phẩm của Công ty TNHH Nhà nước MTV Yến Sào Khánh Hòa có tên trong danh sách các sản phẩm đạt THQG Việt Nam 2024.

Đóng góp trong danh sách này có nhiều sản phẩm của các doanh nghiệp thành viên Hiệp hội Doanh nghiệp Khoa học và Công nghệ Việt Nam (VST) đã đáp ứng những tiêu chí của chương trình THQG: chất lượng, đổi mới sáng tạo, năng lực tiên phong. Trong đó, Công ty Cổ phần Sao Thái Dương lần thứ hai liên tiếp có sản phẩm đạt THQG. Trong kỳ này, hai sản phẩm là mỹ phẩm Thái Dương và Nature Queen được vinh danh.

Dòng mỹ phẩm Nature Queen, với nguyên liệu thảo dược thiên

hiên Việt Nam kết hợp công nghệ hiện đại, đã không chỉ thành công tại thị trường trong nước mà còn vươn ra quốc tế, đặc biệt là các thị trường khó tính như Mỹ và châu Âu. Sản phẩm này không chỉ giúp chăm sóc sắc đẹp, mà còn là đại diện cho tinh hoa thảo dược Việt Nam, khẳng định uy tín của thương hiệu Sao Thái Dương trong việc đưa sản phẩm Việt vươn tầm thế giới.

Một trong những điểm nổi bật của Nature Queen chính là quy trình sản xuất nghiêm ngặt, bảo đảm chất lượng cao nhất và an

toàn tuyệt đối cho người tiêu dùng. Ngoài các sản phẩm chăm sóc tóc giúp tóc dày khỏe, Nature Queen còn được ưa chuộng bởi khả năng dưỡng da trẻ, khỏe, đẹp tự nhiên. Những thành tựu này chính là minh chứng cho sự sáng tạo và nỗ lực vượt bậc của Sao Thái Dương trong việc xây dựng và phát triển thương hiệu.

Gây ấn tượng tại kỳ vinh danh lần này là Công ty TNHH Minh Long I bởi đây là lần thứ 9 liên tiếp doanh nghiệp có sản phẩm đạt THQG nhờ vào sự kết hợp hoàn hảo giữa chất lượng sản phẩm vượt trội và sự đổi mới sáng tạo không ngừng. Các sản phẩm sứ của Minh Long, từ bộ đồ ăn, bộ trà cho đến các sản phẩm quà tặng như tượng linh vật, không chỉ đáp ứng các tiêu chuẩn cao về chất lượng mà còn mang trong mình giá trị văn hóa Việt Nam.

Minh Long cũng đặc biệt chú trọng đến việc phát triển các dòng sản phẩm “xanh”, như sứ dưỡng sinh, đáp ứng xu hướng tiêu dùng bền vững và bảo vệ sức khỏe người tiêu dùng.

Với tầm nhìn dài hạn, Minh Long tiếp tục cải tiến công nghệ, mở rộng thị trường quốc tế và phát triển sản phẩm bền vững, đồng thời giữ gìn bản sắc văn hóa Việt. Từ đó, thương hiệu không chỉ trở thành biểu tượng của sự đổi mới và sáng tạo trong ngành gốm sứ, mà còn là đại diện cho những giá trị tinh thần, văn hóa Việt Nam trên toàn cầu.

Trong khi đó, Công ty TNHH Nhà nước MTV Yến Sào Khánh Hòa (Yến Sào Khánh Hòa) lần thứ 4 liên tiếp được vinh danh. 4 sản phẩm gồm: yến sào Khánh



Vinaseed đã trở thành thương hiệu lớn trong ngành sản xuất giống cây trồng với sản lượng cung ứng lên tới 100.000 tấn giống lúa mỗi năm.

Hòa, nước yến sào Khánh Hòa Sanest, nước yến sào và tinh chất yến sào Sanvinest Khánh Hòa và yến sào Sanvinest có tên trong danh sách các sản phẩm đạt THQG.

Công ty đã và đang thực hiện nhiều đề tài nghiên cứu khoa học chuyên ngành về chim yến nhằm phục vụ chiến lược phát triển bền vững của đơn vị, xây dựng thương hiệu Yến sào Khánh Hòa đáp ứng các tiêu chí “Chất lượng - Đổi mới Sáng tạo - Năng lực tiên phong” xứng danh là THQG.

Chứng nhận THQG 2024 tiếp tục khẳng định quá trình nỗ lực phấn đấu trong nhiều năm qua của tập thể lãnh đạo, CBCNV lao động và cả truyền thống ngành nghề Yến sào Khánh Hòa, là động lực mạnh mẽ đối với công ty trong sự nghiệp xây dựng và phát triển doanh nghiệp.

Công ty cho biết sẽ nỗ lực đổi mới, sáng tạo, tập trung đẩy

mạnh chuyển đổi số, chuyển đổi xanh, góp phần tăng nhanh quần thể chim yến tại Việt Nam, đưa ngành công nghiệp yến sào lên tầm cao mới.

Vinaseed, một trong những doanh nghiệp hàng đầu trong ngành giống cây trồng, cũng là thành viên VST được vinh danh. Sau gần 60 năm phát triển, Vinaseed đã trở thành thương hiệu lớn trong ngành sản xuất giống cây trồng với sản lượng cung ứng lên tới 100.000 tấn giống lúa mỗi năm. Công ty luôn đổi mới và ứng dụng công nghệ tiên tiến, giúp duy trì sự phát triển bền vững trong bối cảnh biến đổi khí hậu. Các giống cây trồng của Vinaseed không chỉ góp phần bảo đảm an ninh lương thực quốc gia mà còn đáp ứng nhu cầu xuất khẩu, đặc biệt là giống lúa DT8, chiếm 30% sản lượng gạo xuất khẩu của Việt Nam.

Bày tỏ niềm tự hào về thành tựu mà các doanh nghiệp thành viên

đạt được, Chủ tịch Hiệp hội VST Hoàng Đức Thảo cho biết, việc đạt được danh hiệu THQG không chỉ là sự ghi nhận đối với nỗ lực không ngừng của các doanh nghiệp mà còn là minh chứng cho sức sáng tạo và khả năng ứng dụng khoa học công nghệ vào sản xuất, kinh doanh.

“Danh hiệu này không chỉ giúp các doanh nghiệp nâng cao giá trị thương hiệu, mà còn khẳng định sức cạnh tranh mạnh mẽ của sản phẩm Việt trên thị trường quốc tế. Tôi tin rằng, việc đạt THQG sẽ là động lực để các doanh nghiệp tiếp tục cải tiến chất lượng sản phẩm, mở rộng thị trường và khẳng định vị thế của Việt Nam trong chuỗi giá trị toàn cầu,” ông Thảo chia sẻ.

Chủ tịch VST cũng kỳ vọng rằng trong các kỳ vinh danh tiếp theo, sẽ có thêm nhiều doanh nghiệp thành viên của VST góp mặt, tạo dấu ấn mạnh mẽ hơn cho nền khoa học và công nghệ Việt Nam.

# Festival hoa Đà Lạt: Thương hiệu quốc gia thúc đẩy phát triển địa phương

HỮU THẢO

THƯƠNG HIỆU

Festival hoa Đà Lạt không chỉ là sự kiện văn hóa mà còn là một biểu tượng thương hiệu và động lực kinh tế bền vững. Qua các kỳ tổ chức, Festival đã tạo dựng được vị thế vững chắc, góp phần đưa Đà Lạt - Lâm Đồng trở thành điểm đến lý tưởng của du khách trong nước và quốc tế. Đồng thời, lễ hội cũng mở ra nhiều cơ hội xúc tiến thương mại và hợp tác đầu tư.

## Lịch sử hình thành thương hiệu

Đà Lạt có điều kiện tự nhiên đặc thù, khí hậu mát mẻ quanh năm với nhiệt độ trung bình từ 18 - 21 độ C, tạo điều kiện thuận lợi cho sự sinh trưởng và phát triển của các loài hoa. Đà Lạt được biết đến như một “vương quốc hoa” với những vườn hoa bất tận và hàng ngàn loại hoa tô điểm cho thành phố thêm tươi đẹp, hấp dẫn du khách suốt bốn mùa.

Các loại hoa ở Đà Lạt rất đa dạng, từ hoa rừng nhiệt đới đến những loài hoa vùng lạnh phương Tây. Kim ngạch xuất khẩu hoa của Lâm Đồng đạt khoảng 70 triệu USD, chiếm hơn 70% giá trị xuất khẩu hoa của cả nước.

Năm 2003, nhân kỷ niệm 110 năm hình thành và phát triển TP Đà Lạt, tỉnh Lâm Đồng đã tổ

chức sự kiện văn hóa - du lịch đặc biệt với các hoạt động quảng bá, giới thiệu và thu hút đầu tư ngành hoa. Sự kiện này được xem như bước khởi đầu cho các lễ hội hoa ngày nay. Năm 2004, Đà Lạt tiếp tục tổ chức sự kiện “Lễ hội sắc hoa Đà Lạt”.

Lễ hội chính thức mang tên “Festival hoa Đà Lạt” vào năm 2005 và tiếp tục tổ chức lần thứ hai vào năm 2007. Đến năm 2009, Đà Lạt trở thành thành phố duy nhất của Việt Nam được Thủ tướng Chính phủ phê duyệt là “Thành phố Festival hoa” theo Quyết định số 795/QĐ-TTg ngày 10/6/2009.

Từ đó, Festival hoa Đà Lạt đã trở thành lễ hội văn hóa - du lịch mang tầm quốc gia và quốc tế, đồng thời là thương hiệu riêng của TP Đà Lạt, tỉnh Lâm Đồng, được tổ chức định kỳ 2 năm/lần.



Đến nay, Đà Lạt đã tổ chức thành công 10 kỳ Festival hoa. Sau mỗi kỳ lễ hội, Ban tổ chức luôn đúc kết kinh nghiệm để các lần sau tổ chức tốt hơn, đẹp hơn, phục vụ du khách chu đáo hơn. Nhờ đó, sản lượng và chất



*Với 10 kỳ lễ hội, Festival hoa Đà Lạt không chỉ đánh dấu chặng đường phát triển bền vững mà còn khẳng định sức hút và tầm quan trọng của sự kiện này.*

lượng hoa Đà Lạt không ngừng gia tăng, thu hút ngày càng nhiều du khách.

Chủ tịch UBND tỉnh Lâm Đồng Trần Hồng Thái cho biết, sắp tới tỉnh sẽ tổng kết công tác tổ chức

10 kỳ Festival hoa Đà Lạt và đề xuất Chính phủ công nhận đây là lễ hội cấp quốc gia. Đồng thời, trong khuôn khổ các hoạt động UNESCO khi Lâm Đồng tổ chức lễ hội âm nhạc quốc tế, tỉnh sẽ tiếp tục đề nghị các tổ chức quốc

tế công nhận đây là lễ hội mang tầm vóc quốc tế.

### **Động lực phát triển địa phương**

Sau các kỳ tổ chức Festival hoa, TP Đà Lạt và tỉnh Lâm Đồng đã



Diện tích trồng hoa và sản lượng hoa của Đà Lạt - Lâm Đồng đều tăng qua các năm, kim ngạch xuất khẩu luôn dẫn đầu cả nước.



Trong mỗi kỳ lễ hội, lượng khách đến Đà Lạt đều đạt con số rất cao.

gặt hái nhiều thành công trong phát triển ngành hoa và du lịch - hai lĩnh vực thế mạnh của địa phương. Festival hoa đã tạo dấu ấn tốt đẹp trong lòng người dân và du khách, thúc đẩy mạnh mẽ nghề trồng hoa và ngành du lịch phát triển vượt bậc.

Diện tích và sản lượng hoa đều tăng qua các năm, mang lại nguồn thu lớn cho ngành nông nghiệp. Cụ thể, diện tích gieo trồng hoa

tăng từ 2.642ha năm 2005 lên 6.070ha năm 2023, sản lượng đạt 2.470 triệu cành. Giá trị sản phẩm bình quân đạt 1 tỷ đồng/ha/năm, trong đó một số mô hình canh tác hoa cao cấp như lily, địa lan có giá trị thu hoạch từ 2,5 - 3 tỷ đồng/ha/năm. Năm 2023, kim ngạch xuất khẩu hoa của tỉnh đạt hơn 69,3 triệu USD.

Lượng du khách đến Đà Lạt trong mỗi kỳ lễ hội luôn đạt con

số rất cao, từ 300.000 - 400.000 lượt. Riêng kỳ lễ hội lần thứ 10 năm 2024, Đà Lạt đón 1 triệu lượt khách. Đến nay, Đà Lạt đã trở thành điểm du lịch hấp dẫn với lượng khách tăng trưởng đều qua các năm (từ 1,15 triệu lượt năm 2005 lên 6,7 triệu lượt năm 2023, tăng 11,7% so với năm 2022). Trong đó, khách quốc tế ước đạt 360.000 lượt.

Festival hoa cũng là dịp đẩy mạnh các hoạt động xúc tiến đầu tư, thương mại, ký kết hợp tác kinh tế, quảng bá các sản phẩm đặc trưng của địa phương. Sự kiện này góp phần nâng cao hình ảnh thành phố Đà Lạt - nơi được biết đến với phong cách văn hóa “Hiền hòa - Thanh lịch - Mến khách”.

Với 10 kỳ tổ chức, Festival hoa Đà Lạt không chỉ đánh dấu chặng đường phát triển bền vững mà còn khẳng định sức hút và tầm quan trọng của sự kiện này. Trong tương lai, Festival hoa Đà Lạt sẽ tiếp tục là thương hiệu bền vững, tạo động lực để Đà Lạt - Lâm Đồng trở thành trung tâm du lịch, kinh tế, và văn hóa của cả nước.





# Vì sao cần chính sách đặc thù phát triển thương hiệu nông sản Việt?

ĐÀO ĐIỆP

**Chính phủ đánh giá, sản phẩm nông sản vẫn chưa có đầu ra ổn định, giá trị chưa cao, mà một trong các “điểm nghẽn” là do chất lượng không ổn định và chưa có thương hiệu nông sản.**

**Điểm nghẽn khiến nông sản chưa có đầu ra ổn định**

Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn (NN&PTNT) đang đề nghị xây dựng Nghị định về xây dựng và phát triển nhãn hiệu, thương hiệu nông sản Việt Nam nhằm quy định các cơ chế, chính sách cụ thể, đặc thù đối với phát triển nhãn hiệu, thương hiệu nông sản.

Bộ NN&PTNT cho biết, trong thành tựu xuất khẩu của cả

nước, ngành nông nghiệp đã góp phần rất lớn, là ngành duy nhất liên tục duy trì xuất siêu. Năm 2023, tổng kim ngạch xuất khẩu nông, lâm, thủy sản đạt trên 53 tỷ USD - gấp 4,2 lần năm 2007, xuất siêu đạt mức kỷ lục 12,07 tỷ USD, tăng 43,7% so với năm trước, chiếm trên 42,5% xuất siêu cả nước.

Bước sang năm 2024, ngành nông nghiệp đặt mục tiêu kim ngạch xuất khẩu nông, lâm, thủy sản đạt 54 - 55 tỷ USD. Tuy

THƯƠNG HIỆU





Theo Bộ NN&PTNT, cần bổ sung văn bản quy phạm pháp luật phù hợp cho xây dựng và phát triển nhãn hiệu, thương hiệu nông sản Việt Nam.

niên, kết thúc tháng 11/2024, tổng kim ngạch xuất khẩu nông, lâm, thủy sản 11 tháng năm 2024 đã đạt 56,74 tỷ USD, tăng 19% so với cùng kỳ năm 2023.

Tuy nhiên, Chính phủ đánh giá sản phẩm nông sản vẫn chưa có đầu ra ổn định, giá trị chưa cao, mà một trong các “điểm nghẽn” là do chất lượng không ổn định và chưa có thương hiệu nông sản.

Hiện nay, trong cộng đồng doanh nghiệp Việt Nam, vấn đề xây dựng và đăng ký bảo hộ, phát triển nhãn hiệu, thương hiệu nông sản đã và đang được xác định là một trong những vấn đề cốt lõi trong chiến lược phát triển, nâng cao năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp nông nghiệp trên thị trường quốc tế.

Bên cạnh đó, các văn bản chỉ đạo, chính sách pháp luật hiện

hành về xây dựng và phát triển thương hiệu hiện nay vẫn chung chung, phân tán, chưa phù hợp với đặc thù của sản phẩm nông nghiệp có quy mô sản xuất nhỏ lẻ, khó ổn định chất lượng. Vì vậy, cần bổ sung văn bản quy phạm pháp luật phù hợp cho xây dựng và phát triển nhãn hiệu, thương hiệu nông sản Việt Nam, đặc biệt là các chính sách hỗ trợ, khuyến khích các doanh nghiệp vừa và nhỏ tham gia.



Hiện nay, nhiều quốc gia có nền nông nghiệp phát triển trên thế giới đã xây dựng nhãn hiệu, thương hiệu nông sản quốc gia như: Australia, Chile, Pháp, Peru, Hà Lan, Thái Lan, Colombia... Trong đó, Thái Lan với sản phẩm gạo, lúa...; Colombia với cà phê; hoa quả của Chile; thương hiệu nông sản của Australia (Australian Made, Australian Seafood)...

Từ thực tế trên, theo Bộ NN&PTNT, việc nghiên cứu trình Chính phủ ban hành “Nghị định về xây dựng và phát triển nhãn hiệu, thương hiệu nông sản Việt Nam” là chủ trương đúng đắn và rất cần thiết, hoàn thiện cơ chế chính sách, quản lý nhà nước nhằm nâng cao giá trị gia tăng, quảng bá và phát triển thương hiệu nông sản Việt Nam cả trong nước và quốc tế.

### **Nâng cao giá trị nông sản**

Bộ NN&PTNT cho rằng, việc xây dựng “Nghị định về xây dựng và phát triển nhãn hiệu, thương hiệu nông sản Việt Nam” nhằm quản lý chặt chẽ chất lượng trong sản xuất, chế biến và chứng nhận sản phẩm đạt nhãn hiệu nông sản quốc gia giúp người tiêu dùng an tâm khi sử dụng, bảo đảm sản phẩm an toàn, chất lượng, được chứng nhận và cam kết truy xuất được nguồn gốc, là cơ sở để phát triển thương hiệu quốc gia cho các sản phẩm nông sản.

Bảo đảm thị trường minh bạch, lành mạnh; tăng cường truyền thông quảng bá hình ảnh, nâng cao vị thế trên thị trường quốc tế. Từ đó, góp phần nâng cao giá trị gia tăng cho sản phẩm nông sản, tăng thu nhập cho nông dân, doanh nghiệp.

Bên cạnh đó, quy định quy trình để áp dụng trong quản lý, vận hành các nhãn hiệu ngành hàng nông sản đã được đăng ký bảo hộ; là cơ sở pháp lý để đưa ra bộ tiêu chí cho các doanh nghiệp, sản phẩm được sử dụng (mang) nhãn hiệu ngành hàng nông sản.

Tăng cường công tác tư vấn, đào tạo, hợp tác quốc tế về phát triển nhãn hiệu, thương hiệu nông sản Việt Nam, nhất là đăng ký bảo hộ tại các thị trường quốc tế; quy định các cơ chế, chính sách cụ thể, đặc thù đối với xây dựng và phát triển nhãn hiệu, thương hiệu nông sản Việt Nam.

Để có “Nghị định về xây dựng và phát triển nhãn hiệu, thương hiệu nông sản Việt Nam”, Bộ NN&PTNT đề xuất 4 chính sách bao gồm: chính sách hỗ trợ chuẩn hóa quy trình sản xuất, chế biến, bảo quản; chính sách hỗ trợ đăng ký bảo hộ nhãn hiệu, thương hiệu nông sản ở trong và ngoài nước; chính sách hỗ trợ nâng cao năng lực cho các chủ sở hữu, đơn vị tổ chức quản lý sử dụng nhãn hiệu, thương hiệu nông sản; chính sách hỗ trợ các chương trình truyền thông, quảng bá, phát triển thị trường.

Để thực hiện chính sách này, theo Bộ NN&PTNT, sẽ nghiên cứu, xây dựng, đưa tiêu chuẩn quốc gia, quy chuẩn kỹ thuật về chất lượng đối với sản phẩm nông sản được chứng nhận nhãn hiệu, thương hiệu Việt Nam, vùng miền, địa phương.

Đồng thời, bổ sung chính sách riêng, đặc thù cho đối tượng hợp tác xã, tổ hợp tác, hiệp hội, trang trại, hộ gia đình...

Cũng theo Bộ NN&PTNT, qua kinh nghiệm triển khai trong thực tiễn, đánh giá chính sách pháp luật còn tồn tại vướng mắc về việc đăng ký cho nông sản chủ lực quốc gia có gắn tên định danh “Việt Nam” khi cấp quyền sở hữu trí tuệ. Trên thực tế, nhiều sản phẩm nông sản sau khi có nhãn hiệu được bảo hộ quyền sở hữu trí tuệ lại chưa được khai thác sử dụng, chưa phát huy được giá trị để phát triển thành thương hiệu.



# 10 sai lầm phổ biến khi xây dựng và phát triển thương hiệu

ĐẶNG THANH VÂN - CEO THANHS



THƯƠNG HIỆU

Xây dựng và phát triển thương hiệu là một quá trình quan trọng nhưng đầy thử thách, đòi hỏi sự đầu tư chiến lược lâu dài. Tuy nhiên, nhiều doanh nghiệp vẫn mắc phải những sai lầm nghiêm trọng trong quá trình này, gây ảnh hưởng đến sự phát triển và uy tín thương hiệu.



Bà Đặng Thanh Vân - CEO Công ty Thương hiệu và quản trị Thanh's.



Trong suốt hành trình 25 năm qua, tôi đã chứng kiến không ít doanh nghiệp vấp phải những sai lầm nghiêm trọng trong việc xây dựng và phát triển thương hiệu. Những sai lầm ấy không chỉ làm lãng phí tài nguyên mà còn khiến niềm tin của khách hàng bị tổn hại.

Vào những ngày đầu khởi nghiệp, tôi cũng đã từng rơi vào trạng thái bối rối giữa ma trận thông tin về thương hiệu, không biết đâu là con đường đúng đắn. Tuy nhiên, chính từ những khó khăn ấy, tôi đã rút ra được nhiều bài học quý giá mà tôi muốn chia sẻ với các doanh nghiệp, đặc biệt là các SMEs, những người vẫn đang trên con đường tìm kiếm vị thế cho thương hiệu của mình.

Khởi nghiệp là một hành trình đầy thử thách, nhưng tôi tin rằng một thương hiệu mạnh không chỉ đơn thuần là logo hay hình ảnh bắt mắt mà là sự kết nối sâu sắc với khách hàng. Thương hiệu phải được xây dựng từ tầm nhìn rõ ràng, sự khác biệt hóa nổi bật và một chiến lược phát triển bền vững. Bài viết này sẽ chỉ ra những sai lầm phổ biến mà các doanh nghiệp thường mắc phải và cách để tránh đi vào vết xe đổ đó.

### 1. Thiếu tầm nhìn dài hạn

Có một điều mà tôi nhận thấy rất rõ, đó là nhiều doanh nghiệp chỉ chú trọng đến lợi ích ngắn hạn mà bỏ qua chiến lược dài hạn.

Theo nghiên cứu từ Nielsen, 59% người tiêu dùng trung thành với các thương hiệu có giá trị bền vững. Tuy nhiên, rất nhiều doanh nghiệp nhỏ và vừa lại chưa nhận thức được tầm



Khóa đào tạo và huấn luyện dành cho chủ doanh nghiệp, ban lãnh đạo, cán bộ quản lý cấp trung của CEO Thanks Đặng Thanh Vân.

quan trọng của việc xây dựng chiến lược dài hạn. Sự thiếu vắng tầm nhìn rõ ràng sẽ khiến doanh nghiệp không có định hướng vững chắc, gây sự mơ hồ trong cách làm việc và thiếu sự gắn kết giữa các phòng ban.

Do đó, việc đầu tư vào chiến lược dài hạn, phát triển đội ngũ nhân sự vững mạnh và xây dựng các mối quan hệ bền chặt với khách hàng là điều không thể thiếu để đạt được sự phát triển bền vững.

### 2. Quá tin vào trực giác mà bỏ qua phân tích thị trường

Một trong những sai lầm lớn nhất mà các nhà lãnh đạo hay mắc phải là quá tin vào cảm giác cá nhân mà bỏ qua những dữ liệu và phân tích thị trường thực tế. Những quyết định dựa trên trực giác có thể dẫn đến những sai lầm nghiêm trọng trong việc phát triển sản phẩm và dịch vụ, khiến doanh nghiệp bỏ lỡ cơ hội phát triển hoặc không đáp ứng được nhu cầu thật sự của khách hàng. Việc lắng nghe phản hồi từ khách hàng, phân tích thị trường và thực hiện nghiên cứu định kỳ là một phần không thể thiếu trong quá trình xây dựng chiến lược thương hiệu.

### 3. Thiếu khác biệt hóa

Khác biệt hóa là yếu tố sống còn để một thương hiệu đứng vững trên thị trường cạnh tranh. Rất nhiều doanh nghiệp chưa tạo ra được sự khác biệt rõ ràng trong sản phẩm, dịch vụ hoặc thông điệp thương hiệu của mình. Khi không có sự khác biệt, thương hiệu sẽ không thể nổi bật trong mắt khách hàng, từ đó khó có thể duy trì được lòng trung thành. Một chiến lược khác biệt hóa rõ ràng và nhất quán sẽ giúp doanh nghiệp chiếm lĩnh thị trường, thu hút khách hàng mới và giữ chân khách hàng cũ.

### 4. Chiến lược thiếu đồng bộ

Một trong những yếu tố quan trọng giúp thương hiệu thành công chính là sự đồng bộ trong chiến lược. Từ thông điệp truyền thông, hình ảnh nhận diện thương hiệu, đến trải nghiệm của khách hàng, tất cả đều phải có sự nhất quán và gắn kết với nhau. Khi chiến lược thiếu đồng bộ, doanh nghiệp khó có thể tạo dựng được lòng tin và sự trung thành từ khách hàng. Mọi yếu tố trong thương hiệu, từ thiết kế đến quảng cáo và sản phẩm, phải phản ánh đúng thông điệp mà thương hiệu muốn truyền tải.





### 5. Đầu tư quá nhiều vào sản phẩm mà không chú trọng đến thị trường

Nhiều doanh nghiệp dành quá nhiều sự tập trung vào việc phát triển sản phẩm mà không chú trọng đến việc nghiên cứu thị trường, nhu cầu và khả năng chi trả của khách hàng. Một sản phẩm chất lượng cao là điều cần thiết, nhưng đó chưa đủ để bảo đảm thành công. Thương hiệu cần phải có chiến lược giá hợp lý và phương án phân phối hợp lý để sản phẩm tiếp cận đúng đối tượng khách hàng.

### 6. Không bảo vệ thương hiệu bằng sở hữu trí tuệ

Việc đầu tư vào thương hiệu mà không bảo vệ bằng sở hữu trí tuệ là một sai lầm nghiêm trọng. Các doanh nghiệp cần chủ động đăng ký bản quyền thương hiệu, tên miền và các tài sản trí tuệ ngay từ khi khởi nghiệp. Điều này sẽ bảo vệ thương hiệu khỏi nguy cơ bị sao chép hoặc tranh chấp sau này, đồng thời tạo dựng được sự uy tín và an tâm cho khách hàng.

### 7. Chưa chuẩn bị “tài sản thương hiệu” trên truyền thông

Ngay từ khi ra mắt, doanh nghiệp cần xây dựng và chuẩn bị tài sản

thương hiệu trên các kênh truyền thông. Một chiến lược truyền thông mạnh mẽ và nhất quán sẽ giúp tạo dựng hình ảnh thương hiệu trong tâm trí khách hàng, từ đó tạo dựng lòng tin và sự trung thành lâu dài.

### 8. Văn hóa thương hiệu yếu kém

Văn hóa thương hiệu không chỉ là yếu tố để thu hút khách hàng mà còn là yếu tố giúp giữ chân nhân viên và tạo sự gắn kết trong nội bộ công ty. Một văn hóa thương hiệu mạnh mẽ sẽ giúp doanh nghiệp vượt qua thử thách và duy trì sự phát triển lâu dài.

Việc xây dựng và phát triển văn hóa thương hiệu từ những ngày đầu là rất quan trọng, giúp tạo ra một cộng đồng khách hàng và nhân viên trung thành.

### 9. Cam kết với khách hàng là yếu tố quyết định sự sống còn của thương hiệu

Cam kết với khách hàng là yếu tố then chốt giúp thương hiệu tồn tại và phát triển lâu dài. Một thương hiệu mạnh không chỉ xây dựng lòng tin từ khách hàng mà còn phải giữ vững cam kết đối với họ trong suốt quá trình phát triển. Các doanh nghiệp cần duy trì và thực hiện đúng cam kết của

minh, đặc biệt là trong những thời điểm khó khăn, để tạo dựng được uy tín và sự trung thành từ khách hàng.

Việc duy trì cam kết không chỉ giúp doanh nghiệp vượt qua khủng hoảng mà còn củng cố vị thế của thương hiệu trong tâm trí khách hàng, từ đó tạo ra giá trị bền vững cho doanh nghiệp.

### 10. Không có “di sản” để lại cho tương lai

Câu hỏi về “di sản” mà mỗi doanh nghiệp muốn để lại cho tương lai là rất quan trọng. Các doanh nghiệp cần suy nghĩ và xác định rõ ràng mục tiêu lâu dài thay vì chỉ chạy theo lợi ích ngắn hạn hay xu hướng thị trường. Di sản không chỉ là giá trị hiện tại mà thương hiệu mang lại cho khách hàng mà còn là sự đóng góp vào cộng đồng và xã hội.

Một thương hiệu bền vững, với tầm nhìn rõ ràng và chiến lược dài hạn, sẽ để lại dấu ấn tích cực và lâu dài trong lòng khách hàng và xã hội.

Ngược lại, nếu thiếu tầm nhìn và chỉ tập trung vào lợi ích ngắn hạn, thương hiệu sẽ dễ dàng bị quên lãng và mất đi giá trị trong mắt khách hàng.

Thương hiệu không phải là một công trình xây dựng đơn giản, mà là cả một quá trình dài đòi hỏi sự đầu tư, kiên nhẫn và tầm nhìn chiến lược. Hy vọng rằng bài viết này sẽ giúp các doanh nghiệp tránh được những sai lầm phổ biến trong hành trình xây dựng thương hiệu, và từ đó tạo ra những thương hiệu bền vững, gắn kết với khách hàng và thị trường.



# Thủ tướng phê duyệt danh sách thành viên Ban Chỉ đạo Đổi mới và Phát triển doanh nghiệp



TRỌNG KHẢ

DOANH NGHIỆP & DOANH NHÂN



*Phó Thủ tướng Chính phủ Hồ Đức Phúc làm Trưởng Ban Chỉ đạo Đổi mới và Phát triển doanh nghiệp.*

**Thủ tướng Chính phủ Phạm Minh Chính đã ký Quyết định số 1507/QĐ-TTg ngày 4/12/2024, phê duyệt danh sách thành viên Ban Chỉ đạo Đổi mới và Phát triển doanh nghiệp.**



Theo đó, Phó Thủ tướng Chính phủ Hồ Đức Phúc làm Trưởng Ban Chỉ đạo. Bộ trưởng, Chủ nhiệm Văn phòng Chính phủ Trần Văn Sơn làm Phó Trưởng ban thường trực. Ông Nguyễn Cảnh Việt và ông Bùi Hồng Minh làm Phó Trưởng ban chuyên trách.

Ủy viên Ban Chỉ đạo gồm: bà Mai Thị Thu Vân - Phó Chủ nhiệm Văn phòng Chính phủ; ông Nguyễn Đức Tâm - Thứ trưởng Bộ Kế hoạch và Đầu tư; ông Cao Anh Tuấn - Thứ trưởng Bộ Tài chính; ông Trần Tiến Dũng - Thứ trưởng Bộ Tư pháp; ông Lê Văn Thanh - Thứ trưởng Bộ Lao động - Thương binh và Xã hội; ông Trương Hải Long - Thứ trưởng Bộ Nội vụ; ông Hoàng Trung - Thứ trưởng Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn; ông Lê Minh Ngân - Thứ trưởng Bộ Tài nguyên và Môi trường; ông Phạm Thế Tùng - Thứ trưởng Bộ Công an; và ông Phạm Quang Dũng - Phó Thống đốc Ngân hàng Nhà nước Việt Nam...

Quyết định này có hiệu lực từ ngày 4/12/2024, thay thế Quyết định số 1140/QĐ-TTg ngày 27/9/2022 của Thủ tướng Chính phủ về việc cử thành viên Ban Chỉ đạo Đổi mới và Phát triển doanh nghiệp.

Ban Chỉ đạo Đổi mới và Phát triển doanh nghiệp là tổ chức phối hợp liên ngành, có chức năng nghiên cứu, tư vấn, khuyến nghị, giúp Thủ tướng Chính phủ chỉ đạo, phối hợp giải quyết những vấn đề quan trọng, liên ngành về sắp xếp, đổi mới và nâng cao hiệu quả hoạt động của doanh nghiệp nhà nước; phát triển doanh nghiệp thuộc các thành phần kinh tế khác; và chuyển đổi đơn vị sự nghiệp công lập thành doanh nghiệp.

Ban Chỉ đạo có nhiệm vụ giúp Thủ tướng Chính phủ định hướng chiến lược, giải pháp thực hiện sắp xếp, đổi mới và nâng cao hiệu quả hoạt động của doanh nghiệp nhà nước; phát triển doanh nghiệp thuộc

các thành phần kinh tế khác; và việc chuyển đổi đơn vị sự nghiệp công lập thành doanh nghiệp.

Ban Chỉ đạo cũng giúp Thủ tướng Chính phủ chỉ đạo, phối hợp giữa các bộ, cơ quan ngang bộ, cơ quan thuộc Chính phủ, Ủy ban nhân dân các tỉnh, thành phố trực thuộc trung ương và các tổ chức liên quan để giải quyết những vấn đề vướng mắc, bất cập về cơ chế chính sách và tổ chức thực hiện trong sắp xếp, đổi mới, nâng cao hiệu quả hoạt động của doanh nghiệp nhà nước; phát triển doanh nghiệp thuộc các thành phần kinh tế khác; và chuyển đổi đơn vị sự nghiệp công lập thành doanh nghiệp.

Ngoài ra, Ban Chỉ đạo nghiên cứu, đề xuất các giải pháp tháo gỡ khó khăn, vướng mắc trong hoạt động sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp, góp phần nâng cao hiệu quả hoạt động và thực hiện các nhiệm vụ khác do Thủ tướng Chính phủ giao.





# Doanh nghiệp cần có chiến lược cạnh tranh để tham gia chuỗi liên kết FDI



NGUYỄN BÍCH

Khuyến nghị tại hội thảo khoa học quốc gia “Tác động của chuyển dịch chuỗi cung ứng toàn cầu tới kinh tế Việt Nam”, TS Nguyễn Quốc Việt - Trường Đại học Kinh tế, Đại học Quốc gia Hà Nội, cho rằng, để tham gia vào chuỗi liên kết FDI, doanh nghiệp cần nâng cao năng lực cạnh tranh và cách thức kinh doanh.



TS Nguyễn Quốc Việt - Phó Viện trưởng Viện Nghiên cứu kinh tế và chính sách, Trường Đại học Kinh tế, Đại học Quốc gia Hà Nội.

**T**rong bối cảnh kinh tế thế giới biến động phức tạp, đặc biệt dưới tác động của hàng loạt sự kiện như đại dịch COVID-19, cuộc xung đột quân sự Nga - Ukraine, các chính sách bảo hộ thương mại ngày càng gia tăng từ những nền kinh tế lớn, sự chuyển dịch chuỗi cung ứng toàn cầu đang định hình lại cách thức vận hành và liên kết kinh tế giữa các khu vực và quốc gia.

Các nền kinh tế lớn như Mỹ, EU, Trung Quốc và Ấn Độ đang tích cực tái cấu trúc chuỗi cung ứng theo hướng rút ngắn chuỗi (reshoring), đa dạng hóa chuỗi (diversification), khu vực hóa chuỗi (regionalization) và nhân rộng chuỗi (replication). Điều này không chỉ phản ánh sự chuyển đổi trong chiến lược kinh doanh quốc tế mà còn là thách thức đối với các quốc gia đang phát triển trong việc duy



PGS.TS Tạ Văn Lợi - Hiệu trưởng Trường Kinh doanh, Đại học Kinh tế Quốc dân.

trì vai trò trong chuỗi giá trị toàn cầu.

Việt Nam, nhờ vào vị trí địa lý thuận lợi và các hiệp định thương mại tự do đã ký kết, được đánh giá là một trong những mắt xích quan trọng trong chuỗi giá trị khu vực và toàn cầu.

Tuy nhiên, quá trình dịch chuyển chuỗi cung ứng toàn cầu không chỉ mở ra cơ hội cho Việt Nam khẳng định vai trò và vị thế mới trong nền kinh tế thế giới mà còn mang lại những thách thức như cải thiện năng lực nội địa hóa, đáp ứng các tiêu chuẩn quốc tế về lao động, môi trường và chuyển đổi số trong sản xuất.

Các yêu cầu về tiêu chuẩn xanh và tính minh bạch trong chuỗi cung ứng ngày càng khắt khe hơn từ các đối tác như Mỹ và EU, đòi hỏi Việt Nam phải nâng cao năng lực công nghệ và quản lý. Đồng thời, việc cạnh tranh với các quốc gia khác trong khu

vực Đông Nam Á để thu hút vốn đầu tư nước ngoài, nhất là trong các ngành công nghệ cao và sản xuất linh kiện quan trọng, cũng là một bài toán khó cần lời giải.

Phát biểu tại Hội thảo khoa học quốc gia “Tác động của chuyển dịch chuỗi cung ứng toàn cầu tới kinh tế Việt Nam” chiều ngày 25/12, PGS, TS Tạ Văn Lợi - Hiệu trưởng Trường Kinh doanh (Đại học Kinh tế Quốc dân) cho biết, sự cạnh tranh của các nước lớn đã tạo nên các chuỗi cung ứng toàn cầu mới. Theo đó, chuỗi cung ứng mới do Mỹ và EU làm chủ dịch chuyển sang các quốc gia có mức tăng trưởng cao và ít bị lệ thuộc vào Trung Quốc.

Chuỗi cung ứng mới do Trung Quốc vươn lên làm chủ theo chính sách “một vành đai, một con đường”, tập trung vào năng lực tự chủ và tạo sự cạnh tranh mạnh mẽ với các đối thủ tiềm năng, thậm chí không có Ấn Độ.

TS Nguyễn Quốc Việt - Phó Viện trưởng Viện Nghiên cứu Kinh tế và Chính sách (Đại học Kinh tế, Đại học Quốc gia Hà Nội) cho rằng, về trình độ công nghệ và đổi mới sáng tạo, Việt Nam đứng ở vị trí thấp (thứ 90/100). Trong đó, công nghệ nền tảng (Technology Platform) xếp thứ 92/100, năng lực đổi mới sáng tạo (thứ 77/100), FDI và chuyển giao công nghệ xếp thứ 73/100.

Trong chuỗi giá trị toàn cầu, phần lớn các ngành của Việt Nam đang nằm ở phân hạ nguồn. Đó là nhập khẩu đầu vào trung gian phần lớn để phục vụ quá trình chế xuất của nhóm ngành chế biến chế tạo; xuất khẩu đầu vào thuộc nhóm ngành cơ bản cho quá trình chế xuất tại nước ngoài.

Sự bất đối xứng trong xuất khẩu giá trị gia tăng của ngành chế biến chế tạo phản ánh hoạt động sử dụng nhiều lao động với giá trị gia tăng thấp. Điều này cho thấy các ngành công nghiệp hỗ trợ trong nước chưa đủ khả năng cung cấp cho các nhà sản xuất FDI.

Phần lớn nguồn cung cho các doanh nghiệp FDI tại Việt Nam được nhập khẩu từ nước ngoài. Liên kết giữa các doanh nghiệp nội địa và doanh nghiệp FDI mạnh mẽ nhưng nổi bật nhất ở nhóm ngành có công nghệ thấp, trung bình và nhóm ngành dịch vụ.

Để doanh nghiệp Việt tham gia vào chuỗi liên kết với doanh nghiệp FDI, TS Việt khuyến nghị, cần xây dựng chính sách đồng bộ và tổng thể hỗ trợ doanh nghiệp trong nước kết nối với doanh nghiệp FDI. Trong đó, có cơ chế, chính sách hỗ trợ về lãi suất, tài chính, tiếp cận các nguồn lực đầu tư để nâng cấp các doanh nghiệp trong nước đủ khả năng tham gia chuỗi cung ứng toàn cầu.

Doanh nghiệp Việt Nam cần phải nâng cao năng lực cạnh tranh với chiến lược và cách thức kinh doanh, từ đổi mới công nghệ, nâng cao chất lượng nguồn nhân lực và quản lý. Đồng thời, xây dựng quy hoạch tổng thể ngành, vùng, địa phương, trên cơ sở đó, rà soát lại việc sử dụng nguồn vốn FDI hiện tại để có kế hoạch điều chỉnh, cơ cấu lại hợp lý.

“Cần có cơ chế chính sách ưu tiên các nhà đầu tư chiến lược, tạo lập chuỗi sản xuất toàn cầu; ưu tiên doanh nghiệp công nghệ cao và chuyển giao công nghệ cho doanh nghiệp Việt Nam”, TS Việt nhấn mạnh.

# Tiếp sức doanh nghiệp Việt trên hành trình kinh doanh bền vững

BẮC HÀ



Việc vinh danh các doanh nghiệp phát triển bền vững năm 2024 được coi là đôi cánh tiếp thêm sức mạnh, động lực để doanh nghiệp tiếp tục “bền sức, bền lòng” theo đuổi hành trình phát triển bền vững, một hành trình đầy thách thức nhưng cũng thật vinh quang.

Chín năm qua, chương trình đánh giá, công bố doanh nghiệp (DN) bền vững tại Việt Nam (chương trình CSI) đã được Liên đoàn Thương mại và Công nghiệp Việt Nam (VCCI) chủ trì, phối hợp với Ban Kinh tế Trung ương, Bộ Lao động - Thương binh và Xã hội, Bộ Tài nguyên và Môi trường, Tổng Liên đoàn Lao động Việt Nam bền bỉ triển khai và đạt nhiều kết quả tích cực.

Năm 2024, chương trình CSI thu hút gần 500 DN trên cả nước với các loại hình và quy mô khác nhau nộp hồ sơ. Qua đó, Ban tổ



Ông Phạm Tấn Công - Chủ tịch VCCI, Trưởng Ban chỉ đạo CSI 2024.

chức đã sơ loại và lựa chọn được 142 hồ sơ để chấm chính thức. Tham gia chương trình năm nay, tỷ lệ DN trong nước và DN mới tham gia lần đầu cũng ghi nhận mức tăng trưởng vượt trội so với ba năm gần đây, lần lượt ở mức 62% và 35%.

Theo Ban tổ chức, con số này cho thấy mức độ quan tâm đến phát triển bền vững (PTBV) của các DN trong nước đã có sự cải thiện đáng kể. Đây là tín hiệu đáng mừng, phản ánh sự chuyển đổi trong nhận thức và hành động của DN Việt Nam hướng tới việc thực hành kinh doanh bền vững.

Tại lễ công bố các doanh nghiệp bền vững tại Việt Nam năm 2024, diễn ra tối ngày 29/11 tại Hà Nội, ông Phạm Tấn Công - Chủ tịch VCCI, Trưởng Ban chỉ đạo CSI 2024, cho biết, năm 2024 tiếp tục là một năm đầy thách thức đối với các mục tiêu PTBV của Việt Nam nói chung và sản xuất kinh doanh của cộng đồng DN nói riêng. Ảnh hưởng của những “con bão thiên nhiên” dị thường do biến đổi khí hậu và cả những “con bão bất ổn” như khủng hoảng tài chính, kinh tế, chiến tranh, xung đột khu vực... đã và đang gây ra những tác động, thiệt hại to

lớn đến tình hình sản xuất kinh doanh của DN.

Tuy nhiên, những “con bão tố” đó đã bộc lộ một thực tế mới: các DN kiên trì thực hiện mô hình sản xuất kinh doanh bền vững có thể tăng sức chống chịu, thích ứng trước thách thức và nắm bắt cơ hội từ quá trình chuyển đổi xanh, chuyển đổi số. Điều này được minh chứng qua khảo sát của VCCI với các DN đạt danh hiệu DN bền vững trong gần một thập kỷ qua.

“Để có thể nắm bắt những vận hội mới, bên cạnh việc đột phá mạnh mẽ về thể chế phát triển, tháo gỡ điểm nghẽn, rào cản, từ phía cộng đồng DN - lực lượng sản xuất chính - cũng cần có sự đột phá trong tư duy chiến lược kinh doanh, phát huy nội lực, chủ động đổi mới để chuyển đổi sang mô hình kinh doanh nhân văn, sáng tạo, bền vững, đóng góp vào tiến bộ, thịnh vượng của xã hội và hạnh phúc của người dân”, ông Công nói.

Lễ công bố CSI 2024 đã biểu dương 100 DN bền vững tiêu

biểu ở cả hai lĩnh vực sản xuất và thương mại - dịch vụ. Trong đó, Top 10 DN bền vững ở hai lĩnh vực này ghi nhận tỷ lệ 50% DN trong nước và 50% DN có vốn đầu tư nước ngoài. Ngoài việc biểu dương hạng mục chính là DN bền vững, chương trình cũng đánh giá, lựa chọn các DN tiên phong, thực hiện tốt trong hai hạng mục chuyên đề: thực hiện kinh tế tuần hoàn và cắt giảm phát thải khí nhà kính, cùng xây dựng giá trị đa dạng, công bằng và bao trùm.

Chúc mừng các DN được vinh danh, ông Nguyễn Quang Vinh - Phó Chủ tịch VCCI, Chủ tịch Hội đồng Doanh nghiệp vì sự phát triển bền vững Việt Nam (VBCSD), Phó Trưởng ban chỉ đạo chương trình CSI 2024 - nhấn mạnh, danh hiệu này sẽ là đôi cánh tiếp thêm sức mạnh, động lực để các doanh nghiệp tiếp tục “bền sức, bền lòng” theo đuổi PTBV, một hành trình đầy thách thức nhưng cũng thật vinh quang.

Theo ông Vinh, những DN đi theo xu hướng PTBV đã chứng

minh được khả năng thích ứng và chống chịu cao trước các biến đổi tiêu cực từ bên ngoài, cũng như khả năng linh hoạt, nắm bắt hiệu quả các cơ hội mà nền kinh tế mang lại.

Những DN đầu tàu như Vinamilk, PNJ, Traphaco, Bảo Việt, SASCO, Nestlé, Coca-Cola, Tập đoàn PAN, SABECO, C.P, SCG, Greenfeed... đang triển khai rất tốt các mô hình sản xuất xanh, đưa yếu tố tuần hoàn vào sâu trong chuỗi sản xuất, nỗ lực cắt giảm phát thải khí nhà kính, tạo sinh kế bền vững cho cộng đồng yếu thế thông qua mô hình kinh doanh bao trùm, hay thực hành khung đánh giá môi trường - xã hội - quản trị (ESG) tại DN.

Ông Vinh tin tưởng rằng, cộng đồng DN bền vững tại Việt Nam sẽ ngày càng phát triển lớn mạnh, đồng lòng, chung sức cùng Đảng, Nhà nước, Chính phủ vượt qua các thách thức, nắm bắt các cơ hội để đưa đất nước vươn mình trong kỷ nguyên mới - kỷ nguyên xanh, thịnh vượng và bao trùm.



Top 100 Doanh nghiệp bền vững tại Việt Nam năm 2024.



# Một năm đồng hành cùng doanh nghiệp, doanh nhân

VIÊN HỮU



DOANH NGHIỆP & DOANH NHÂN



Quyền Bí thư Tỉnh uỷ Lâm Đồng Nguyễn Thái Học (thứ 8 từ phải sang) và Chủ tịch UBND tỉnh Lâm Đồng Trần Hồng Thái tôn vinh các doanh nhân nhân dịp Ngày Doanh nhân Việt Nam.

Năm 2024 khép lại với những dấu ấn khó quên trong hành trình đồng hành cùng doanh nghiệp, doanh nhân tỉnh Lâm Đồng. Trong bức tranh chung của nền kinh tế địa phương, người làm báo đã góp phần không nhỏ ghi lại từng nốt thăng trầm của những con người đang ngày đêm xây dựng quê hương.

**“Hết mưa là nắng hừng lên thôi”!**

Nhìn lại chặng đường của cả năm 2024, trong bối cảnh đặc biệt, tình hình đặc biệt, thời cơ thuận lợi đan xen khó khăn, thử thách. Không ít lần trong các cuộc họp, lãnh đạo cao nhất của tỉnh Lâm Đồng phải thừa nhận rằng: “Chưa bao giờ Lâm Đồng phải đối mặt với khó khăn như vậy”.

Có lẽ với tỉnh Lâm Đồng, trung tuần tháng 3 mới thực sự là “khởi đầu” của năm 2024. Đó là ngày 17/3, khi ông Nguyễn Thái Học được Trung ương điều động, bổ nhiệm làm Quyền Bí thư Tỉnh uỷ

Lâm Đồng. Tôi còn nhớ câu phát biểu rất hình tượng của ông khi nhậm chức: “Hết mưa là nắng hừng lên thôi”! Câu ví von đó rất đúng với tình hình kinh tế, chính trị của tỉnh này trong năm 2024.

Quyền Bí thư Tỉnh uỷ Lâm Đồng cũng cam kết: “Tôi sẽ cố gắng phấn đấu làm việc, rèn luyện, gìn giữ bản thân thật tốt, đoàn kết gắn bó với đồng chí anh em thật nghĩa tình, sẽ sống và làm việc hết mình theo điều đúng, lẽ phải, tránh xa cái sai, điều xấu, tất cả vì cái chung, vì sự phát triển của tỉnh, để cùng với cán bộ, quân và nhân dân Lâm Đồng không chỉ



Quyền Bí thư Tỉnh ủy Lâm Đồng Nguyễn Thái Học chủ trì gặp gỡ, đối thoại với doanh nghiệp.



Doanh nghiệp, doanh nhân Lâm Đồng đồng hành cùng tỉnh trong các công tác xã hội, từ thiện.

làm cho năng hứng lên mà còn có năng nhiều, năng đẹp trên vùng đất Lâm Đồng bao la, hùng vĩ, thân yêu của chúng ta”.

Và ngay sau đó, tỉnh Lâm Đồng đã nhanh chóng đẩy mạnh cơ cấu lại nền kinh tế gắn với đổi mới mô hình tăng trưởng; nâng cao năng suất, chất lượng, hiệu quả và sức cạnh tranh nền kinh tế. Triển khai các giải pháp tháo gỡ khó khăn cho doanh nghiệp; trong đó tập trung tháo gỡ khó khăn, vướng mắc về cơ chế, chính sách, cải thiện môi trường đầu tư, đẩy mạnh thu hút đầu tư, chú trọng nhà đầu tư lớn, uy tín.

Đây nhanh tiến độ thực hiện các công trình trọng điểm xác định trong Nghị quyết Đại hội Đảng bộ tỉnh lần thứ XI. Chỉ đạo triển khai thực hiện Quy hoạch tỉnh Lâm Đồng thời kỳ 2021 - 2030, tầm nhìn đến năm 2050. Rà soát, điều chỉnh các quy hoạch có liên quan để bảo đảm thống nhất theo Quy hoạch tỉnh.

Với sự vào cuộc quyết liệt, đồng bộ của cả hệ thống chính trị, sự chung sức, đồng lòng và nỗ lực của người dân, doanh nghiệp, năm qua kinh tế - xã hội có nhiều chuyển biến tích cực. 10/18 chỉ tiêu đạt và vượt kế hoạch đề ra.

Kinh tế tiếp tục phát triển, dự ước tăng trưởng 5,3%; thu ngân sách nhà nước ước 13.100 tỷ đồng, đạt 100,1% dự toán Trung ương. Du lịch tiếp tục là điểm sáng khi thu hút được 10 triệu lượt khách, tăng khoảng 15% so với cùng kỳ; trong đó khách quốc tế tăng 50%. Năm 2024 tỉnh đã tổ chức nhiều lễ hội, sự kiện quy mô lớn, đặc biệt Festival Hoa Đà Lạt lần thứ X với 50 chương trình sẽ tạo điểm nhấn đặc biệt cho du lịch Lâm Đồng khởi sắc.

Một năm đồng hành cùng doanh nhân

Có thể nói, đội ngũ doanh nhân và cộng đồng doanh nghiệp đã góp phần tạo nên sự đồng thuận, niềm tin của xã hội vào sự phát triển kinh tế - xã hội của tỉnh Lâm Đồng; từng bước quảng bá và mở rộng thị trường tiêu thụ sản phẩm ra nước ngoài. Đây là đội ngũ đi đầu trong việc ứng dụng các mô hình quản lý, sản xuất hiện đại; tạo ra của cải vật chất và thúc đẩy sự năng động cho xã hội; cải tiến phương tiện sản xuất, nâng cao năng suất lao động, giải quyết việc làm, tăng thu nhập, tạo ra những sản phẩm tốt phục vụ cho nhu cầu và sức khỏe của người dân; thực hiện các chương trình an sinh xã hội; tăng nguồn thu cho ngân sách nhà nước...

Đằng sau mỗi doanh nhân là những câu chuyện khởi nghiệp, xây dựng thương hiệu và nhân hiệu đầy cảm hứng. Họ không chỉ xây dựng sự nghiệp mà còn góp phần tạo ra công ăn việc làm, thúc đẩy nền kinh tế và nâng cao đời sống cộng đồng.

Tôi nhớ mãi cuộc trò chuyện với nữ doanh nhân chân chất Lê



Thị Thu Hậu - Giám đốc Công ty Nông sản Tổ hợp tác Hiếu Linh (Hiếu Linh Farm Đà Lạt) với đam mê cháy bỏng phát triển nông nghiệp hữu cơ và xây dựng cộng đồng sống xanh. Trong ánh mắt chị luôn ánh lên niềm tự hào khi kể về cánh đồng nông sản sạch mà mình và các hộ nông dân đã dày công vun xới từ mảnh đất cần cỗi thành nơi trù phú, cung cấp thực phẩm an toàn cho hàng ngàn gia đình. Những lần gặp gỡ như vậy làm tôi hiểu rõ hơn rằng, mỗi thành công của họ là một món quà quý giá không chỉ cho bản thân mà còn cho xã hội. Là một nhà báo, tôi thấy hạnh phúc khi được truyền tải những câu chuyện đầy ý nghĩa ấy đến độc giả.

Nổi bật trong năm qua là những câu chuyện về tinh thần khởi nghiệp và sáng tạo. Trong bối cảnh kinh tế địa phương đang chuyển mình theo hướng phát triển xanh và bền vững, nhiều doanh nhân đã chứng tỏ được khả năng thích nghi cao, không ngại đối mặt với rủi ro. Họ tìm kiếm những con đường mới, những giải pháp kinh doanh đột phá như ứng dụng công nghệ cao vào sản xuất nông nghiệp, phát triển du lịch sinh thái kết hợp bảo tồn văn hóa bản địa.

Năm 2024 cũng đánh dấu những sự kiện nổi bật của cộng đồng doanh nghiệp, doanh nhân tỉnh Lâm Đồng, như: Tổ chức thành công các chương trình “Điểm hẹn doanh nhân”; các buổi tiếp và làm việc với doanh nghiệp, nhà đầu tư hàng tháng; chương trình gặp mặt tôn vinh những doanh nghiệp, doanh nhân tiêu biểu nhân Ngày Doanh nhân Việt Nam (13/10)... Trong những khoảnh khắc đó, người làm báo đã được chứng

kiến những giọt nước mắt của vui buồn, ẩn ức, của sự hạnh phúc, những nụ cười tự hào và những lời tri ân đầy âm áp. Có những doanh nhân đã chia sẻ rằng, để đạt được thành công như hôm nay, họ đã trải qua không ít gian nan và được sự đồng hành của xã hội, của truyền thông.

Tuy nhiên, không phải lúc nào công việc cũng tràn đầy niềm vui. Có những câu chuyện phía sau ánh hào quang khiến người làm báo phải suy tư. Đó là doanh nhân phải đối mặt với chi phí sản xuất tăng cao, thị trường xuất khẩu biến động, hay thậm chí những thách thức về vốn và nhân lực. Trong những buổi trò chuyện, có không ít lần tôi chứng kiến sự mệt mỏi hiện rõ trong đôi mắt họ.

Ngoài công việc, nhà báo cũng tìm thấy niềm vui trong những lần tham gia cùng doanh nhân tại các hoạt động thiện nguyện. Từ việc trao tặng học bổng cho học sinh khó khăn đến những chương trình cứu trợ thiên tai, sự gắn bó giữa doanh nhân và cộng đồng địa phương đã mang đến những bài học sâu sắc. Một doanh nhân từng tâm sự: “Chúng tôi làm kinh doanh không chỉ để

kiếm tiền, mà còn để sẻ chia giá trị với xã hội”. Câu nói ấy chính là động lực để người làm báo tiếp tục hành trình ghi lại những điều tốt đẹp của cuộc sống.

Kết thúc năm 2024, người làm báo không chỉ mang theo những bài viết, những tấm ảnh tư liệu mà còn cả những câu chuyện không thể quên. Đó là bài học về sự kiên trì, sáng tạo và tình yêu quê hương của doanh nhân Lâm Đồng. Dù có những lúc khó khăn, nhưng niềm vui khi được chứng kiến sự thay đổi tích cực, sự đóng góp của họ cho tỉnh nhà luôn là nguồn động lực lớn lao. Nhìn về phía trước, năm mới 2025 hứa hẹn tiếp tục là một hành trình nhiều thử thách nhưng cũng đầy hy vọng.

Xin lấy lời phát biểu của ông Trần Hồng Thái - Chủ tịch UBND tỉnh Lâm Đồng, trước các doanh nghiệp, doanh nhân trong một diễn đàn xúc tiến đầu tư để kết thúc bài viết này: “Làm gì cho Lâm Đồng đẹp hơn, làm gì cho Lâm Đồng giàu hơn, người dân Lâm Đồng có cuộc sống tốt hơn, chính quyền và ngành chức năng của tỉnh cam kết sẽ đồng hành, hỗ trợ tối đa để thực hiện bằng được việc đó”.



Doanh nghiệp, doanh nhân Lâm Đồng giới thiệu, quảng bá các sản phẩm thế mạnh của tỉnh với đối tác, khách hàng trong và ngoài nước.





# Mục tiêu xuất khẩu năm 2025 tăng 12% có khả thi?

LÂM ANH



THỊ TRƯỜNG & ĐẦU TƯ



Thủ trưởng Bộ Công Thương Nguyễn Sinh Nhật Tân.

Từ những kết quả tích cực đạt được trong năm 2024, Cục Xuất nhập khẩu (Bộ Công Thương) đặt mục tiêu tổng kim ngạch xuất khẩu năm 2025 tăng từ 10-12% so với năm 2024. Cán cân thương mại tiếp tục xuất siêu ở mức trên 20 tỷ USD.

Thông tin được ông Trần Thanh Hải - Phó Cục trưởng Cục Xuất nhập khẩu (Bộ Công Thương) đưa ra tại hội nghị tổng kết công tác năm 2024 và triển khai nhiệm vụ năm 2025 của Cục Xuất nhập khẩu, tổ chức ngày 26/12 tại Hà Nội.

Đánh giá về mục tiêu này, ông Tô Ngọc Sơn - Phó Vụ trưởng Vụ Thị trường châu Á - châu Phi (Bộ Công Thương) nhận định

rằng, mục tiêu tổng kim ngạch xuất khẩu năm 2025 tăng từ 10-12% so với năm 2024 là khá “nặng”. Theo ông, trong năm 2025, xung đột thương mại giữa Mỹ và Trung Quốc sẽ ảnh hưởng đến thương mại toàn cầu, trong đó có Việt Nam.

Ở một góc nhìn khác, ông Phạm Nguyên Hùng - Cục trưởng Cục Công nghiệp (Bộ Công Thương) cho biết, Cục Xuất nhập khẩu

đặt mục tiêu năm 2025 tổng kim ngạch xuất khẩu tăng từ 10-12% so với năm 2024, trong khi cán cân thương mại tiếp tục xuất siêu ở mức trên 20 tỷ USD. Ông Hùng cũng lưu ý rằng, cần sử dụng một hệ quy chiếu thống nhất để so sánh thay vì chỉ tách riêng mục tiêu tăng trưởng xuất khẩu.

Phát biểu kết luận hội nghị, Thứ trưởng Bộ Công Thương Nguyễn Sinh Nhật Tân cho rằng cần quán





triệt tinh thần: thành tích năm sau phải cao hơn năm trước. “Có đồng chí nói rằng có lạc quan quá không, hay có nhiều khó khăn. Đây là câu chuyện mục tiêu đặt ra buộc phải hành động. Còn đạt được hay không, cuối năm 2025 chúng ta sẽ xem xét. Tôi còn cho rằng mục tiêu tăng trưởng từ 10-12% vẫn chưa đáp ứng được yêu cầu, còn phải hơn nữa”, Thứ trưởng Nguyễn Sinh Nhật Tân nhấn mạnh.

Thứ trưởng đề nghị Cục Xuất nhập khẩu quán triệt nhiệm vụ và xây dựng các giải pháp liên quan đến việc mở rộng thị trường cho xuất khẩu, đồng thời tăng cường năng lực sản xuất trong nước.

Trong kế hoạch triển khai nhiệm vụ năm 2025, cần kết nối với các đơn vị trong Bộ, thông qua các kênh như xuất khẩu thương mại điện tử xuyên biên giới và xúc tiến thương mại. Các hoạt động logistics cũng phải đảm bảo thông suốt, từ đó thúc đẩy sản xuất và xuất khẩu.

Thứ trưởng yêu cầu Cục Xuất nhập khẩu đưa ra các mục tiêu

và giải pháp cho cả hoạt động nhập khẩu. Việc nhập khẩu phục vụ xuất khẩu cần được phân biệt với nhập khẩu để tiêu dùng trong nước.

Bên cạnh đó, Thứ trưởng cũng nhấn mạnh cần tăng cường công tác giám sát, kiểm tra, đồng thời hỗ trợ doanh nghiệp và địa phương mở rộng sản xuất, xuất nhập khẩu hàng hóa. Việc hợp tác trong chuỗi sản xuất và chuỗi cung ứng qua biên giới cũng là yếu tố cần được chú trọng.

Việc ứng dụng công nghệ đổi mới và chuyển đổi số trong lĩnh vực xuất nhập khẩu cần được khuyến khích, bao gồm triển khai các kênh thương mại điện tử theo mô hình doanh nghiệp tới doanh nghiệp (B2B) cũng như doanh nghiệp tới người tiêu dùng (B2C).

Ngoài ra, cần tạo sự liên thông, kết nối thông tin và dữ liệu giữa các phòng ban liên quan đến xuất khẩu, nhập khẩu và quá cảnh hàng hóa.

Điều này sẽ tạo cơ sở pháp lý minh bạch, giúp quản lý nhà

nước hiệu quả hơn trong hoạt động xuất nhập khẩu.

Để đạt mục tiêu kim ngạch xuất khẩu năm 2025 tăng 10-12% so với năm 2024 và tiếp tục duy trì xuất siêu trên 20 tỷ USD, ông Trần Thanh Hải - Phó Cục trưởng Cục Xuất nhập khẩu cho rằng các doanh nghiệp cần tận dụng tối đa lợi thế từ các Hiệp định Thương mại tự do (FTA) để đa dạng hóa thị trường và sản phẩm. Việc đầu tư vào công nghệ và hạ tầng logistics cũng là điều kiện tiên quyết để nâng cao sức cạnh tranh.

Để hỗ trợ doanh nghiệp vượt qua khó khăn, Cục Xuất nhập khẩu sẽ tăng cường công tác dự báo và cảnh báo sớm về tình hình xuất nhập khẩu, đồng thời phối hợp với các hiệp hội ngành hàng để giải quyết các vấn đề phát sinh.

Ngoài ra, Cục cũng sẽ tham mưu cho Chính phủ ban hành các chính sách hỗ trợ doanh nghiệp thực hiện cam kết từ FTA, xây dựng hạ tầng logistics hiện đại và thúc đẩy thương mại chính ngạch tại các khu vực biên giới.



Bộ Công Thương đặt mục tiêu xuất khẩu năm 2025 tăng 10 - 12% so với năm 2024.



# Đánh thức tiềm năng “Vương quốc gạch gốm” Mang Thít - Vĩnh Long

HÒA MINH

THỊ TRƯỞNG & ĐÀU TƯ

Về tham dự sự kiện Festival “Gạch gốm đỏ - Kinh tế xanh” tỉnh Vĩnh Long lần thứ nhất năm 2024, Phó Thủ tướng Chính phủ Hồ Đức Phớc đặt nhiều kỳ vọng nghề gạch gốm Vĩnh Long sẽ phát triển lên tầm cao mới. Đồng thời, ông mong muốn những lò gạch sẽ trở thành những “lâu đài rực rỡ”, lung linh dưới nắng mặt trời, trở thành điểm đến hấp dẫn của du khách muôn phương.

## Trăm năm làng nghề gạch gốm

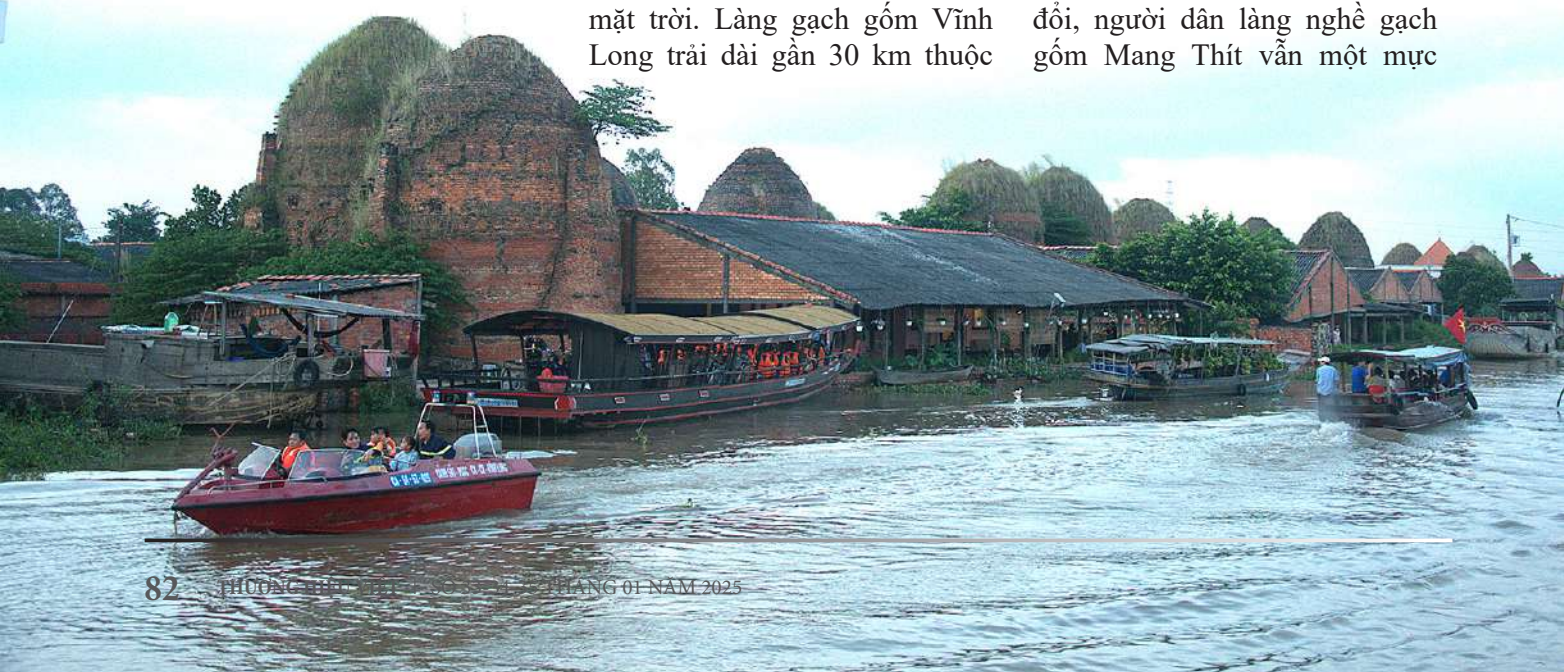
Nằm ở trung tâm Đồng bằng sông Cửu Long (ĐBSCL), vùng đất Vĩnh Long là nơi giao nhau giữa hai con sông Tiền và sông Hậu với những mô đất sét cổ xưa quý hiếm, được phù sa bồi đắp quanh năm nên có lợi thế để hình thành và phát triển nghề gạch gốm.

Từ rất lâu, người Vĩnh Long tự hào với danh xưng “Thủ phủ lò gạch”, “Vương quốc gốm đỏ” với những làng nghề gạch gốm thủ công truyền thống lớn nhất khu vực ĐBSCL. Dọc theo sông Cổ Chiên đến sông Mang Thít, có thể nhìn thấy hàng trăm lò gạch, gốm mọc lên như những tòa tháp rực rỡ dưới ánh nắng mặt trời. Làng gạch gốm Vĩnh Long trải dài gần 30 km thuộc

địa phận thành phố Vĩnh Long, huyện Long Hồ và Mang Thít.

Bí thư Tỉnh ủy Vĩnh Long Bùi Văn Nghiêm cho biết, chính nhờ tinh thần lao động cần cù, sáng tạo và bàn tay khéo léo qua bao thế hệ của người dân Vĩnh Long từ hơn 100 năm qua đã xây dựng và phát triển làng nghề gạch gốm với sản phẩm gốm đỏ nổi tiếng trong và ngoài nước. Với vẻ đẹp vừa cô kính, vừa lung linh soi bóng xuống dòng kênh Thầy Cai, sông Cổ Chiên, huyện Mang Thít, “Vương quốc gạch gốm” đã trở thành niềm tự hào của người dân làng nghề và là điểm đến độc đáo, khác biệt đối với du khách.

Trải qua nhiều thăng trầm biến đổi, người dân làng nghề gạch gốm Mang Thít vẫn một mực





bám trụ, từng viên gạch được hình thành với bao giọt mồ hôi và tâm huyết. Qua bàn tay tài hoa, kỹ thuật điêu luyện của người thợ đã biến những tảng đất thô sơ trở thành những sản phẩm gạch, gốm tinh xảo, màu sắc đặc trưng được tiêu thụ mạnh trong nước và xuất khẩu sang nhiều nước trên thế giới.

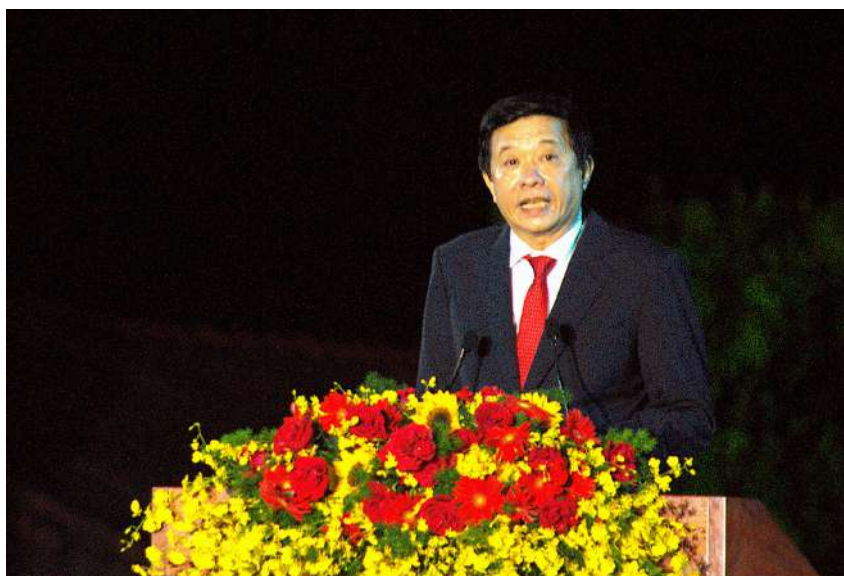
Thời hoàng kim, khoảng thập niên 80, 90 của thế kỷ trước, tỉnh có gần 3.000 lò gạch hoạt động xuyên suốt với hàng ngàn sản phẩm gạch gốm mẫu mã, kiểu dáng khác nhau được khách hàng khắp nơi ưa chuộng. Đặc biệt, sản phẩm gốm đã xuất khẩu sang nhiều thị trường ở ngoài nước như Hoa Kỳ, Australia, Trung Quốc, Hàn Quốc, Nhật Bản... Khi đó, giá trị của ngành gạch, gốm chiếm đến gần 50% giá trị toàn ngành sản xuất công nghiệp của tỉnh. Sản xuất gạch gốm đã trở thành thế mạnh, mũi nhọn quan trọng của tỉnh, giải quyết việc làm cho nhiều lao động tại địa phương.

Theo dòng chảy của thời gian và sự phát triển của đời sống xã hội, ngành gạch gốm Vĩnh Long đứng trước những khó khăn, thử thách vô cùng to lớn. Từ năm 2010, ngành sản xuất gạch, gốm có xu hướng chậm lại, các cơ sở giảm sản lượng sản xuất gạch gốm do chậm cải tiến công nghệ, gây ô nhiễm môi trường, làm chi phí tăng trong khi giá sản phẩm đầu ra giảm.

Việc triển khai thực hiện chủ trương về khuyến khích sản xuất và ưu tiên sử dụng vật liệu xây không nung, hạn chế sản xuất và sử dụng đất sét nung, xây dựng lộ trình phù hợp với từng địa phương để sớm chấm dứt sản



*Phó Thủ tướng Chính phủ Hồ Đức Phúc tại Lễ khai mạc Festival Gạch gốm đỏ - Kinh tế xanh tỉnh Vĩnh Long lần thứ nhất năm 2024.*



*Bí thư Tỉnh ủy Vĩnh Long Bùi Văn Nghiêm nhấn mạnh tiềm năng phát triển du lịch gắn với làng nghề gạch gốm Mang Thít, tỉnh Vĩnh Long.*

xuất gạch đất sét nung bằng lò thủ công gây ô nhiễm nên hoạt động sản xuất gạch gốm tại làng nghề bị thu hẹp dần, nhiều cơ sở sản xuất tạm ngừng hoạt động, chỉ còn số ít bám trụ với nghề.

### **Đánh thức tiềm năng “Vương quốc lò gạch” Mang Thít**

Để vực dậy ngành gạch gốm, năm 2013, tỉnh Vĩnh Long đã ban hành Đề án “Tổ chức lại ngành

sản xuất gạch, gốm tỉnh Vĩnh Long”, năm 2016 là Đề án “Nâng cao chuỗi giá trị ngành sản xuất gốm đỏ tỉnh Vĩnh Long giai đoạn 2016-2020 và giai đoạn 2021-2025”. Từ các đề án này, hàng trăm cơ sở sản xuất gạch gốm đã được hỗ trợ vay vốn, đầu tư sản xuất vật liệu xây không nung; hỗ trợ chuyển đổi công nghệ lò nung liên hoàn trong sản xuất gạch gốm và hỗ trợ xúc tiến thương mại, ứng dụng thương mại điện



“Con đường gốm đỏ” tại Festival Gạch gốm đỏ - Kinh tế xanh tỉnh Vĩnh Long lần thứ nhất năm 2024.

từ, máy móc thiết bị tiên tiến vào sản xuất gạch, gốm.

Hiện tỉnh có khoảng 20 doanh nghiệp sản xuất gạch gốm đổi mới công nghệ từ nung bằng lò tròn truyền thống sang lò nung liên hoàn, thân thiện với môi trường, đạt sản lượng 5 triệu sản phẩm với giá trị 400 tỷ đồng/năm. Theo đà phát triển, nhiều doanh nghiệp sản xuất gạch gốm tiếp tục đổi mới công nghệ, đa dạng hóa sản phẩm, nâng cao độ tinh xảo, giảm nguyên liệu đất sét, tăng tiêu thụ nội địa và xuất khẩu.

Ngày 20/12/2021, UBND tỉnh Vĩnh Long ban hành Quyết định số 3502/QĐ-UBND phê duyệt

Đồ án “Di sản đương đại Mang Thít” nhằm bảo tồn và phát triển “Vương quốc lò gạch” trở thành một quần thể di sản đương đại mang tầm cỡ quốc tế, tạo sản phẩm du lịch đặc thù, tăng thu nhập cho người dân địa phương. Sau đó, tỉnh triển khai lập đồ án quy hoạch chung xây dựng Khu lò gạch gốm Mang Thít, tỉnh Vĩnh Long đến năm 2045 với diện tích khoảng 3.060ha thuộc 4 xã: Mỹ An, Mỹ Phước, Nhơn Phú và Hòa Tịnh của huyện Mang Thít. Đồ án quy hoạch còn có vùng đệm Khu lò gạch Mang Thít khoảng 5.000ha thuộc 2 xã An Phước và Chánh An.

Đồ án sẽ triển khai việc bảo tồn, phát huy giá trị vùng di sản

đương đại Mang Thít, cụ thể là các lò gạch. Theo khảo sát, hiện vùng di sản có hơn 1.400 lò gạch, với 800 lò còn nguyên vẹn, hơn 500 lò hư hỏng theo thời gian, bị phá dỡ một phần hoặc chỉ còn phế tích.

Đồ án đặt ra mục tiêu là dừng phá dỡ các lò gạch, bảo vệ nguyên trạng và phát triển văn hóa, nghệ thuật, du lịch, dịch vụ dựa trên khối di sản lò gạch và nhà xưởng; xây dựng các kế hoạch, chương trình đầu tư, tài trợ, hợp tác phát triển của chính quyền, các nhà đầu tư và hộ gia đình. Lập quy hoạch chi tiết (1/500) với từng khu vực đầu tư cụ thể nhằm phục hồi và chuyển đổi công năng của hệ thống lò gạch thành một vùng



Sản phẩm gạch gốm Mang Thít được nhiều khách hàng ưa chuộng.

di sản đương đại mang tầm quốc tế, hướng đến đề nghị UNESCO công nhận di sản đương đại trong bối cảnh mới.

Chủ tịch UBND tỉnh Vĩnh Long Lữ Quang Ngời cho biết, tỉnh đã chủ động xây dựng kế hoạch chương trình hợp tác du lịch với TP Hồ Chí Minh, ĐBSCL và các tỉnh, thành trong cả nước. Các doanh nghiệp lữ hành trong tỉnh cũng đã xây dựng chương trình tour đưa khách về tham quan Khu lò gạch, gốm Mang Thít.

Việc bảo tồn và phát triển “Vương quốc lò gạch” gắn với phát triển du lịch có nhiều yếu tố thuận lợi, nhất là trong xu hướng thích du lịch khám phá - trải nghiệm, tôn vinh cái đẹp có tính tự nhiên và

lịch sử văn hóa đang nở rộ trong nước và thế giới.

“Với vị trí địa lý thuận lợi có tính kết nối cao, cùng với định hướng phát triển thêm các dịch vụ nhà hàng, homestay, bảo tàng gốm trong tương lai gần có thể giúp Mang Thít trở thành một điểm đến du lịch, điểm giải trí, nghỉ dưỡng của khách du lịch thường kỳ của người dân thành phố Hồ Chí Minh và du khách nội địa”, ông Ngời cho hay.

Đánh giá cao tiềm năng lợi thế độc đáo của “Vương quốc gạch gốm”, đặc biệt là khi gắn với phát triển du lịch, tại lễ khai mạc Festival “Gạch gốm đỏ - Kinh tế xanh” tỉnh Vĩnh Long lần thứ nhất năm 2024, Phó Thủ tướng Chính phủ

Nghề gạch gốm đỏ Vĩnh Long sẽ phát triển lên tầm cao mới, những lò gạch sẽ trở thành những “lâu đài” rực rỡ, lung linh dưới ánh nắng mặt trời, trở thành điểm đến hấp dẫn với khách muôn phương.

**Phó Thủ tướng Chính phủ Hồ Đức Phớc**

Hồ Đức Phớc cho rằng, Festival Gạch gốm đỏ - Kinh tế xanh có ý nghĩa hết sức to lớn, không chỉ thúc đẩy phát triển ngành nghề truyền thống mà còn tôn vinh giá trị lịch sử, văn hóa, nghệ thuật, văn hóa bản địa độc đáo của vùng đất Vĩnh Long.

“Nghề gạch gốm Vĩnh Long đã hình thành và phát triển hàng trăm năm nay với những sản phẩm gạch gốm lan tỏa khắp cả nước và quốc tế. Tôi hy vọng thời gian tới, nghề gạch gốm đỏ Vĩnh Long sẽ phát triển lên tầm cao mới, những lò gạch sẽ trở thành những “lâu đài” rực rỡ, lung linh dưới ánh nắng mặt trời, trở thành điểm đến hấp dẫn với khách muôn phương”, Phó Thủ tướng Chính phủ Hồ Đức Phớc nói.





# Đồng bằng sông Cửu Long hướng đến nền nông nghiệp xanh - nông sản sạch bền vững

PHAN TÀI



Ông Nguyễn Văn Thịnh - Phó Cục trưởng Cục Công Thương địa phương (Bộ Công Thương) cho rằng, cần tạo thêm nhiều nguồn lực để hiện thực hóa nền nông nghiệp xanh - nông sản sạch vùng ĐBSCL.

**Là vùng trọng điểm nông nghiệp và trái cây của cả nước, hàng năm, Đồng bằng sông Cửu Long (ĐBSCL) sản xuất hàng chục triệu tấn lúa, với khoảng 25 triệu tấn rơm rạ và hàng triệu tấn bã mía, bã bùn. Những phụ phẩm nông nghiệp này là nguồn cung cấp phân hữu cơ phong phú để phục vụ ngành sản xuất nông nghiệp xanh - nông sản sạch cho toàn vùng.**

## Những thành tựu nổi bật

Theo số liệu từ Tổng cục Hải quan, năm 2023, kim ngạch xuất khẩu nhóm hàng nông sản và thủy sản của cả nước đạt 32,5 tỷ USD, tăng 5,3% so với năm 2022, chiếm khoảng 9,1% tổng giá trị xuất khẩu của cả nước. Nông sản Việt hiện được xuất khẩu tới hơn 180 quốc gia và vùng lãnh thổ, với các thị trường chính bao gồm EU, Hoa Kỳ, Trung Quốc. Các mặt hàng nông sản chủ lực như cà phê, gạo, rau quả, và hạt điều đóng vai trò then chốt, với những bước phát triển vượt bậc.

Xuất khẩu rau quả dẫn đầu nhóm hàng xuất khẩu nông sản với giá trị đạt 5,6 tỷ USD, tăng 66,7% so với năm 2022. Tiếp theo là gạo, với lượng xuất khẩu 8,13 triệu tấn và trị giá 4,7 tỷ USD năm 2023, tăng 14,4% về lượng và 35,3% về giá trị so với năm 2022. Xuất khẩu nông sản đóng vai trò cực kỳ quan trọng, trở thành một “bệ đỡ” ổn định cho nền kinh tế.

Tại diễn đàn Phát triển bền vững vùng ĐBSCL (SDMD - 2024), ông Nguyễn Văn Thịnh - Phó Cục trưởng Cục Công Thương



địa phương (Bộ Công Thương) nhân mạnh, ĐBSCL là vùng cung cấp lương thực, trái cây và thủy sản lớn nhất cả nước, có vai trò quan trọng trong chiến lược an ninh lương thực và xuất khẩu gạo của quốc gia, chiếm 95% gạo xuất khẩu của Việt Nam, gần 65% sản lượng thủy sản nuôi trồng, 60% lượng cá xuất khẩu và gần 70% các loại trái cây của cả nước. Các sản phẩm công nghiệp chế biến và nông sản của vùng đứng đầu cả nước về giá trị sản xuất và xuất khẩu, trở thành động lực chính cho sự phát triển kinh tế của địa phương và cả nước.

Ông Thịnh cho rằng, bên cạnh những thuận lợi, ngành sản xuất nông nghiệp ở ĐBSCL vẫn còn gặp phải rào cản, hạn chế như quy mô còn nhỏ lẻ, sản xuất manh mún; quá trình đổi mới công nghệ của các doanh nghiệp, nhất là doanh nghiệp trong nước, còn chậm, trình độ công nghệ chủ yếu ở mức trung bình và thấp, chất lượng cạnh tranh của sản phẩm chưa cao; liên kết vùng trong sản xuất nông nghiệp còn hạn chế, làm ảnh hưởng đến chuỗi giá trị hàng hóa; cơ sở hạ

tầng chưa đồng bộ và chưa đáp ứng yêu cầu phát triển chung.

Ngoài ra, những tác động do biến đổi khí hậu, tình trạng xâm nhập mặn và những thách thức ngành ngày càng nghiêm trọng về an ninh nguồn nước đã và đang là những thách thức lớn đối với việc sản xuất nông sản sạch nói riêng và toàn ngành nông nghiệp nói chung.

### **Cùng hướng tới một nền nông nghiệp - nông sản sạch, phát thải thấp**

Theo PGS,TS Lê Nguyễn Đoàn Khôi - Trường Đại học Cần Thơ, nông nghiệp xanh là nền nông nghiệp hướng đến việc bảo vệ tài nguyên thiên nhiên, giảm thiểu ô nhiễm môi trường và ứng dụng hiệu quả các nguồn lực, nâng cao năng suất cây trồng và chất lượng sản phẩm.

Trong đó, việc sử dụng phân hữu cơ thay cho phân hóa học và thuốc hóa học trong sản xuất nông nghiệp là một trong những yếu tố quan trọng để thúc đẩy nông nghiệp xanh phát triển bền vững, góp phần bảo vệ môi

trường cũng như tăng năng suất, chất lượng nông sản.

Hàng năm, vùng ĐBSCL có khoảng 1,2 triệu tấn bã mía, 120 ngàn tấn bã bùn và khoảng 25 triệu tấn rơm rạ. Đây là nguồn cung cấp phân hữu cơ phong phú để phục vụ ngành sản xuất nông nghiệp xanh, nông sản sạch và trồng cây ăn trái.

Theo PGS,TS Khôi, bón phân hữu cơ có 4 lợi ích chính: cải tạo đất, tăng độ phì nhiêu, nâng cao khả năng giữ nước và dinh dưỡng; cung cấp dinh dưỡng cho cây trồng, giúp phát triển khỏe mạnh, tăng năng suất và chất lượng sản phẩm; giảm thiểu ô nhiễm môi trường do hóa chất, bảo vệ nguồn nước và không khí, thúc đẩy sự phát triển bền vững.

Về tình hình sử dụng phân hữu cơ trong sản xuất nông nghiệp và trồng cây ăn trái trên địa bàn tỉnh, ông Nguyễn Văn Liêm - Phó Giám đốc Sở NN&PTNT tỉnh Vĩnh Long cho biết, tỉnh có diện tích vườn cây ăn trái khá lớn ở ĐBSCL. Trong thời gian dài, nhiều nhà vườn sử dụng phân hóa học để trồng cây ăn trái, dẫn đến tình trạng đất bị bạc màu nhanh, sâu bệnh phát triển và gây nhiều tác động tiêu cực đến môi trường. Hiện nay, nhiều nhà vườn đi theo hướng sản xuất nông sản sạch, đã tăng cường sử dụng phân hữu cơ, giảm phân hóa học và thuốc hóa học.

Nhiều mô hình sản xuất nông nghiệp trồng cây ăn trái mang lại hiệu quả cao và bền vững như “mô hình sản xuất gạo hữu cơ thảo dược Tấn Đạt” ở huyện Vũng Liêm đạt sản lượng gần



Thu hoạch lúa ở mô hình thí điểm theo Đề án 1 triệu ha lúa chất lượng cao, phát thải thấp ở ĐBSCL.



500 tấn/năm, với các sản phẩm đáp ứng chuẩn USDA, EU, JAS; “mô hình dừa hữu cơ” 38,56ha với 93 hộ nông dân xã Trung An, huyện Vũng Liêm đạt chứng nhận hữu cơ EU, USDA; “mô hình sản xuất dưa lưới trong nhà kính” của hợp tác xã nông nghiệp Mekong Green ở xã Mỹ Hòa, thị xã Bình Minh (Vĩnh Long)...



Lần đầu tiên, Cần Thơ xuất lô thanh nhân bảo đảm các tiêu chuẩn về chất lượng sang thị trường Hoa Kỳ và Australia.

Ở Đồng Tháp, sau đợt bệnh làm 90% vườn quýt hồng bị vàng lá, thối rễ gây thiệt hại nặng, nhiều nhà vườn đã chuyển sang sử dụng phân hữu cơ theo đề án Khôi phục 220ha quýt hồng do Trường Đại học Cần Thơ chủ trì, phối hợp với ngành nông nghiệp tỉnh thực hiện.

Tham gia đề án, các nhà vườn phải sử dụng phân hữu cơ theo hướng dẫn của các chuyên gia, cụ thể là khoảng 1,5 tấn/1.000m<sup>2</sup>, giảm 30% lượng phân vô cơ. Việc bón phân hữu cơ có bổ sung nấm Trichoderma giúp vườn cây ăn trái như quýt, cam, sầu riêng... giảm tỷ lệ bệnh Phytophthora rất tốt, tăng năng suất và chất lượng trái.

Để sử dụng phân hữu cơ hiệu quả, các chuyên gia khuyến cáo, phân hữu cơ thường cần được bón vào đầu mùa nắng để tránh sự cạnh tranh oxy giữa vi sinh vật phân hủy hữu cơ và rễ cây ăn trái. Liều bón phụ thuộc vào loại phân, loại cây và đặc tính đất, thông thường từ 10 đến 20 tấn/ha. Trước khi bón, nhà vườn cần dùng cuốc xới đất nhằm cải thiện cấu trúc của đất, làm đất có nhiều lỗ rỗng, thông thoáng hơn, từ đó giúp cho sự di chuyển của nước trong đất dễ dàng, đất giữ lại nhiều nước hơn. Phương pháp này cũng làm tăng mật độ vi sinh

vật trong đất, bao gồm cả vi sinh vật có lợi.

Bên cạnh đó, chất mùn sẽ kích thích sự phát triển của cây trồng. Sự hiện diện của phân hữu cơ, những chất có chức năng như chất điều hòa sinh trưởng thực vật có trong mùn hữu cơ sẽ giúp cho vườn cây ăn trái phát triển bền vững.

Việc bón phân hữu cơ cũng sẽ giúp vườn cây ăn trái tăng khả năng chống chịu để vượt qua những bệnh phổ biến như vàng lá, thối rễ, cây chậm phát triển do đất bị bạc màu qua thời gian dài sử dụng phân vô cơ và thuốc bảo vệ thực vật hóa học.

Trước lợi ích của việc sử dụng phân hữu cơ, PGS,TS Lê Nguyễn Đoàn Khôi khuyến nghị, cần đầu tư mạnh mẽ cho sản xuất và sử dụng phân bón hữu cơ và có biện pháp hỗ trợ nông dân chuyển đổi sang sản xuất nông nghiệp bền vững. Nhà nước xây dựng chính sách hỗ trợ sản xuất và sử dụng phân bón hữu cơ; doanh nghiệp sản xuất và cung cấp phân bón hữu cơ chất lượng, xây dựng được hệ thống phân phối hiệu quả; hợp

tác xã, tổ hợp tác vận động người dân chuyển đổi sản xuất.

Triển vọng của ngành nông nghiệp xanh - nông sản sạch càng trở nên rõ ràng hơn khi Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn đã và đang quyết liệt triển khai đề án 1 triệu ha lúa chất lượng cao, tăng trưởng xanh phát thải thấp ở 13 tỉnh, thành vùng ĐBSCL. Mục tiêu đến năm 2025, có khoảng 180.000ha lúa canh tác theo hướng xanh, bền vững; giảm 20% phân hóa học và thuốc bảo vệ thực vật hóa học; giảm 20% lượng nước tưới; 70% rơm rạ được đưa ra khỏi ruộng và được chế biến tái sử dụng, giảm hơn 10% lượng phát thải.

Giai đoạn đến năm 2030, quy mô đề án 1 triệu ha lúa chất lượng cao, phát thải thấp, trong đó, lượng phân hóa học và thuốc bảo vệ thực vật giảm 30%, giảm 20% lượng nước tưới, sau thu hoạch giảm thất thoát 100%, lượng gạo xuất khẩu chất lượng cao, phát thải thấp chiếm hơn 20% tổng lượng xuất khẩu của toàn vùng, tỷ suất lợi nhuận của người nông dân tăng hơn 50%.





# Đồng bằng sông Cửu Long “dọn đường, trải thảm” đón nhà đầu tư

THÁI CƯỜNG



THỊ TRƯỜNG Ế ĐẦU TƯ



*Thủ tướng Phạm Minh Chính kiểm tra tiến độ triển khai dự án cao tốc Châu Đốc - Cần Thơ - Sóc Trăng.*

**Đồng bằng sông Cửu Long hiện đang trở thành điểm sáng thu hút đầu tư tại Việt Nam nhờ những tiềm năng vượt trội và nỗ lực cải thiện môi trường kinh doanh. Với vị trí chiến lược, nguồn tài nguyên phong phú và hàng loạt công trình giao thông trọng điểm đồng loạt triển khai, khu vực này sẵn sàng đón nhận làn sóng đầu tư mới từ cả trong nước và quốc tế.**



Thủ tướng Phạm Minh Chính thăm, động viên các đơn vị và công nhân thi công cao tốc Châu Đốc - Cần Thơ - Sóc Trăng.

### Nâng cấp hạ tầng

Mới đây, tại hội nghị tháo gỡ khó khăn, thúc đẩy hạ tầng giao thông vùng Đồng bằng sông Cửu Long (ĐBSCL), Thủ tướng Chính phủ Phạm Minh Chính lưu ý về phát triển giao thông đường thủy, trong đó có hệ thống cảng biển, cảng sông, cảng cạn. Vì vậy, TP Cần Thơ đang tập trung và rất kỳ vọng vào việc xây dựng các cảng để phục vụ cho việc vận chuyển hàng hóa trong thời gian tới.

“Trong năm 2024, TP Cần Thơ sẽ hoàn thành quy hoạch hệ thống bến cảng, trong đó có việc nghiên cứu mở cảng Ô Môn là cảng mới với chức năng cảng biển tổng hợp hàng hóa, container... Đến năm 2030, đầu tư xây dựng mới và nâng cấp khoảng 830 km đường bộ cao tốc, khoảng 4.000 km đường quốc lộ, 4 cảng hàng không, 13 cảng biển, 11 cụm cảng hành khách và 13 cụm cảng hàng hóa đường thủy nội địa,” ông Nguyễn Khánh Tùng - Viện trưởng Viện Kinh tế, xã hội TP Cần Thơ thông tin.

Vui mừng trước những đổi thay về hạ tầng giao thông của vùng

ĐBSCL, ông Lê Đức Tân (ngụ huyện Đầm Dơi, tỉnh Cà Mau), có thâm niên hàng chục năm làm tài xế vận chuyển thủy sản từ Cà Mau lên các cảng lớn ở TP Hồ Chí Minh và Bà Rịa - Vũng Tàu để xuất khẩu sang thị trường châu Âu, chia sẻ: Trước đây mỗi lần chở tôm đông lạnh từ Cà Mau lên TP Hồ Chí Minh để đưa xuống tàu xuất khẩu thì phải mất cả ngày trời, bởi tình trạng kẹt xe, kẹt cầu trên tuyến quốc lộ 1, nhất là đoạn qua Tiền Giang.

Theo ông Tân, sau khi cao tốc Trung Lương - Mỹ Thuận thông xe, rồi cao tốc Mỹ Thuận - Cần Thơ thông xe cuối năm 2023, cùng với việc quốc lộ 1 từ Cần Thơ đi Cà Mau được nâng cấp mở rộng, việc đi lại đã nhanh hơn rất nhiều.

“Tới đây, khi cao tốc Cần Thơ - Cà Mau hoàn thành vào năm 2025, sẽ nối mạch cao tốc toàn tuyến từ Cà Mau lên TP Hồ Chí Minh, việc đưa hàng nông thủy sản lên các cảng biển lớn ở Đông Nam Bộ để xuất khẩu sẽ vừa nhanh, tiết kiệm thời gian, chi phí đi lại và lưu kho,” ông Tân kỳ vọng.

Về hạ tầng giao thông trong khu vực, Chủ tịch UBND tỉnh Đồng Tháp Phạm Thiện Nghĩa cho rằng, nếu như trước đây Đồng Tháp được xem là tỉnh “khuất nẻo”, ít người biết đến, thì hiện nay hạ tầng giao thông đang dần hoàn thiện với nhiều lợi thế cạnh tranh. Tuyến cao tốc Cao Lãnh - An Hữu (giai đoạn 1) qua địa bàn tỉnh đang dần hình thành, rút ngắn thời gian di chuyển đến TP Hồ Chí Minh. Đồng thời, tuyến cao tốc Mỹ An - Cao Lãnh (giai đoạn 1) dự kiến khởi công vào tháng 12/2025. Dự án nâng cấp kênh Mương Khai - Đốc Phủ Hiền - tuyến đường thủy quan trọng kết nối và rút ngắn khoảng cách từ sông Tiền đến sông Hậu - đang được chuẩn bị đầu tư.

“Riêng dự án hạ tầng giao thông đường bộ khu vực Nam sông Tiền đang được chuẩn bị đầu tư. Cùng với các dự án giao thông nêu trên, trong năm 2024, tỉnh đã thi công hoàn thành, đưa vào sử dụng 16/23 công trình giao thông trọng điểm, giúp hạ tầng giao thông cải thiện, tạo động lực cho phát triển kinh tế,” Chủ tịch tỉnh Đồng Tháp nhận định.

Còn tại Bến Tre, nhằm mở ra không gian phát triển cho khu vực phía Đông của tỉnh, tạo thuận lợi cho việc thu hút đầu tư, phát triển các ngành kinh tế mũi nhọn như công nghiệp, năng lượng tái tạo, năng lượng sạch, nuôi trồng, khai thác và chế biến hải sản theo hướng công nghệ cao... Đầu tháng 10/2024, tỉnh Bến Tre đã khởi công dự án Cầu Ba Lai 8 trên tuyến đường bộ ven biển.

Theo Chủ tịch UBND tỉnh Bến Tre Trần Ngọc Tam, đây là một trong những công trình trọng điểm của địa phương. Dự án có



ý nghĩa rất quan trọng trong việc kết nối giao thông liên vùng, trục giao thông huyết mạch ven biển, đồng thời kết nối giao thông liên hoàn từ TP Hồ Chí Minh - Long An - Tiền Giang - Bến Tre - Trà Vinh - Sóc Trăng - Bạc Liêu. Qua đó, góp phần thúc đẩy phát triển kinh tế - xã hội, bảo đảm quốc phòng, an ninh, nâng cao đời sống người dân của ĐBSCL.

### Thu hút đầu tư

Là điểm sáng về thu hút vốn đầu tư nước ngoài (FDI) cao ở vùng ĐBSCL lâu nay, hiện toàn tỉnh Long An có 1.349 dự án FDI, vốn đăng ký hơn 12,4 tỷ USD. Trong đó 635 dự án đi vào hoạt động, tổng vốn đăng ký hơn 4,2 tỷ USD. Theo quy hoạch đến năm 2030, Long An dự kiến thành lập mới 17 khu công nghiệp, với diện tích gần 3.200ha. Hiện tỉnh này đang nỗ lực hoàn thiện hạ tầng như cao tốc Bến Lức - Long Thành; đường Vành đai 3 TP Hồ Chí Minh, Vành đai 4 TP Hồ Chí Minh qua Long An... nhằm thuận lợi cho doanh nghiệp đến đầu tư.

Mới đây, UBND tỉnh Long An vừa công bố chủ trương đầu tư Khu công nghiệp Thịnh Phát mở rộng ở xã Lương Bình (huyện Bến Lức) với tổng vốn hơn 1.440 tỷ đồng, quy mô gần 113ha. Đây là dự án kết nối với tuyến cao tốc Bến Lức - Long Thành. Phía Tập đoàn CW Wind Corp của Hàn Quốc cũng đã ký biên bản ghi nhớ về thuê đất tại huyện Cần Đước để xây dựng nhà máy sản xuất thiết bị điện gió quy mô lớn, với tổng vốn đầu tư dự kiến 200 triệu USD...

Để thu hút doanh nghiệp đến đầu tư và sớm triển khai xây dựng nhà máy sản xuất kinh doanh, tỉnh Đồng Tháp đã hoàn thành hạ tầng

khu công nghiệp Tân Kiều (huyện Tháp Mười); cụm công nghiệp Tân Lập (huyện Châu Thành).

Tỉnh cũng đã triển khai dự án hạ tầng khu kinh tế cửa khẩu Đồng Tháp giai đoạn 3; cụm công nghiệp Quảng Khánh giai đoạn 1 và 2; dự án đầu tư xây dựng hạ tầng cửa khẩu quốc tế Thường Phước và cửa khẩu Mộc Rá thuộc khu kinh tế cửa khẩu Đồng Tháp. Quy hoạch các khu, cụm công nghiệp Sông Hậu 2; lập đề cương nhiệm vụ quy hoạch chung xây dựng khu công nghiệp Hòa Tân, lập nhiệm vụ quy hoạch phân khu xây dựng khu công nghệ Cao Lãnh...



*Thị công mặt bằng khu công nghiệp VSIP Cần Thơ (huyện Vĩnh Thạnh, TP Cần Thơ).*

Còn theo UBND tỉnh Hậu Giang, để đón đầu cao tốc Cần Thơ - Cà Mau dự kiến hoàn thành trong năm 2025, tỉnh đã tính toán phương án kêu gọi đầu tư khu đô thị du lịch nghỉ dưỡng Mekong tới 3.000ha, vốn đầu tư gần 6,2 tỷ USD với mục tiêu bảo tồn, phát triển bền vững các giá trị văn hóa, xã hội; tạo ra một đô thị hài hòa với cảnh quan vùng sông nước. Dự án có công viên nước, công viên giải trí cảm giác mạnh, khu phố đi bộ ẩm thực, chợ nổi, sân golf 36 lỗ, trung tâm điều dưỡng và dưỡng lão... Tất cả

được kỳ vọng là cú hích, mở ra không gian kinh tế mới cho tỉnh Hậu Giang nói riêng và khu vực ĐBSCL nói chung.

“Hiện Tập đoàn VinGroup đặc biệt quan tâm tới dự án này và đề nghị tỉnh hoàn tất các thủ tục để chính thức đầu tư trong thời gian tới. Đứng trước thời cơ vàng để phát triển khi hội tụ những yếu tố thiên thời, địa lợi, nhân hòa, nhất là các dự án cao tốc đi qua. Hậu Giang sẽ tranh thủ mọi điều kiện tốt nhất để thu hút các doanh nghiệp đến đầu tư, tạo ra không gian phát triển mới”, lãnh đạo tỉnh Hậu Giang nhận định.

Cũng như Hậu Giang, TP Cần Thơ cũng đang quyết liệt triển khai các dự án mới rất tiềm năng, trong đó có dự án khu công nghiệp VSIP Cần Thơ (xã Vĩnh Trinh, huyện Vĩnh Thạnh) giai đoạn 1 rộng hơn 293ha, vốn đầu tư 3.717 tỷ đồng. Theo UBND TP Cần Thơ, dự án có vị trí rất chiến lược bởi nằm ở giao điểm các tuyến cao tốc như Châu Đốc - Cần Thơ - Sóc Trăng, Lộ Tẻ - Rạch Sỏi... Địa phương rất kỳ vọng bởi đây là mô hình khu công nghiệp thông minh và bền vững, đồng thời xây dựng thành trung tâm chế biến và phân phối thực phẩm hàng đầu khu vực phía Nam. Khi dự án đi vào hoạt động sẽ tạo công ăn việc làm cho khoảng 20.000 - 30.000 người.

Chia sẻ với báo chí, lãnh đạo Công ty cổ phần VSIP Cần Thơ thông tin, đến nay đã có hàng chục doanh nghiệp nước ngoài như Mỹ, Nhật, Singapore, Hàn Quốc, Malaysia, Trung Quốc... ký bản ghi nhớ đầu tư vào khu công nghiệp này với diện tích khoảng 100ha, tổng vốn hơn 200 triệu USD...





# Giải pháp giúp du lịch Đà Nẵng vượt qua áp lực cạnh tranh

HẢI CHÂU

THỊ TRƯỞNG & ĐẦU TƯ

Ngành du lịch Đà Nẵng đã nhận diện các thách thức và nguy cơ, đồng thời triển khai những định hướng và giải pháp phù hợp nhằm tiếp tục thu hút khách du lịch trong bối cảnh cạnh tranh gay gắt giữa các điểm đến hiện nay.

## Chịu áp lực cạnh tranh lớn

Theo Sở Du lịch Đà Nẵng, năm 2024, tổng lượng khách lưu trú dự kiến đạt 10,3 triệu lượt, tăng gần 40% so với năm 2023 và vượt 30% so với năm 2019. Trong đó, khách quốc tế ước đạt 4,2 triệu lượt, gấp 2,1 lần so với năm 2023 và vượt gần 30% so với năm 2019. Khách nội địa ước đạt hơn 6 triệu lượt, tăng 13% so với cùng kỳ 2023 và vượt 27% so với năm 2019. Doanh thu từ lưu trú, ăn uống và lữ hành dự kiến đạt hơn 38 nghìn tỷ đồng, tăng gần 40% so với năm 2023, vượt 80% so với năm 2019 và cao hơn 23% so với kế hoạch năm 2024.

Bà Trương Thị Hồng Hạnh - Giám đốc Sở Du lịch Đà Nẵng, khẳng định: “Hoạt động du lịch của thành phố trong năm 2024 sẽ tiếp tục tăng trưởng mạnh mẽ. Đà Nẵng đã và đang khẳng định thương hiệu là điểm đến hấp dẫn, an toàn, xanh, sạch, đẹp và mến khách. Thành phố cũng liên tục được vinh danh với nhiều giải thưởng và bình chọn yêu thích từ du khách trong và ngoài nước”.

Theo Chủ tịch Hiệp hội Du lịch Đà Nẵng Cao Trí Dũng, mặc dù đạt được kết quả đáng ghi

nhận, tuy nhiên ngành du lịch thành phố đang chịu áp lực cạnh tranh lớn từ các điểm đến khác trong nước và quốc tế. Nhiều địa phương đã áp dụng các chính sách linh hoạt và hấp dẫn như miễn thị thực, tặng voucher tiền mặt cho du khách, hỗ trợ kinh phí mở đường bay cho hãng hàng không, và đầu tư lớn vào các sự kiện, lễ hội quy mô.

Ông Dũng nhấn mạnh, nếu Đà Nẵng không tiếp tục đổi mới sản phẩm du lịch, nâng cao chất lượng dịch vụ và đảm bảo môi trường xanh, sạch, đẹp, an toàn thì sẽ đối mặt với nguy cơ giảm sức hút đối với du khách.

## Định hướng chiến lược và giải pháp

Tại hội nghị Thành ủy cuối năm 2024, lãnh đạo Sở Du lịch Đà Nẵng đã đề xuất các định hướng chiến lược nhằm tăng cường thu hút khách trong bối cảnh cạnh tranh khốc liệt.

Cụ thể, thành phố sẽ tập trung nguồn lực để thu hút đầu tư vào các dự án du lịch trọng điểm, phát triển sản phẩm du lịch mới đặc sắc và chất lượng cao. Đặc biệt, Đà Nẵng ưu tiên phát triển 8



loại hình sản phẩm chủ lực gồm: du lịch nghỉ dưỡng, du lịch vui chơi giải trí, du lịch sự kiện và lễ hội, du lịch MICE, du lịch golf, du lịch ban đêm, du lịch ẩm thực và du lịch cưới.

Bên cạnh đó, thành phố khuyến khích phát triển các dòng sản phẩm cao cấp và siêu sang, áp dụng tiêu chí “chất lượng cao” trong tất cả các dịch vụ phục vụ khách. Các lễ hội và sự kiện lớn sẽ tiếp tục được tổ chức nhằm thu hút khách du lịch.

Đồng thời, Đà Nẵng đẩy mạnh truyền thông, xúc tiến quảng bá điểm đến và mở rộng thị trường thông qua việc phát triển thêm các đường bay quốc tế trực tiếp.

Sở Du lịch cũng kiến nghị lãnh đạo thành phố tập trung triển khai quy hoạch phát triển du lịch đến năm 2030 và tầm nhìn đến năm 2045, với mục tiêu đưa Đà Nẵng trở thành trung tâm du lịch chất lượng cao của Việt Nam và Đông Nam Á.

Thành phố sẽ triển khai 3 khâu đột phá để phát triển du lịch, gồm: đầu tư phát triển sản phẩm du lịch, mở rộng thị trường và kích cầu du lịch, nâng cao chất lượng dịch vụ và phát triển nguồn nhân lực.

### **Tháo gỡ khó khăn cho các dự án trọng điểm**

Sở Du lịch Đà Nẵng đề nghị các cơ quan chức năng sớm tháo gỡ

vướng mắc để đẩy nhanh tiến độ các dự án du lịch trọng điểm như tổ hợp “Dòng sông ánh sáng” và bến thủy nội địa, khu du lịch sinh thái Nam Ô, khu tổ hợp dịch vụ phục vụ lễ hội pháo hoa quốc tế và các trung tâm thương mại lớn như AEON Mall hay Mega Market Đà Nẵng.

Bà Hạnh nhấn mạnh, thành phố cần có các cơ chế đột phá để tổ chức các sự kiện lễ hội lớn, thu hút doanh nghiệp đầu tư và quảng bá điểm đến tại thị trường quốc tế. Ngoài ra, cần mở thêm các đường bay quốc tế, khuyến khích các tập đoàn lớn đầu tư vào du lịch và xây dựng các trung tâm vui chơi, giải trí tầm cỡ quốc tế.



Cầu Vàng tại khu du lịch Sun World Ba Na Hills – điểm đến nổi tiếng của du lịch Đà Nẵng.



# Dòng chảy thời gian trong hương vị TẾT VIỆT

NGUYỄN DUY

Tết Nguyên đán, biểu tượng bất biến của sự đoàn viên và ấm áp, đã và đang thay đổi qua từng thế hệ. Từ nét mộc mạc, giản dị của Tết xưa đến sự hiện đại, tiện nghi của Tết nay, mỗi thời kỳ lại mang đến một hương vị đặc biệt, phản chiếu sự phát triển của xã hội Việt Nam.

Khi gió đông se lạnh báo hiệu mùa Xuân đến gần, ký ức về những cái Tết xưa lại ùa về trong lòng nhiều người. Đó là những ngày tháng đầy mong đợi khi không khí Tết len lỏi khắp các con đường, ngõ nhỏ. Ở một làng quê yên bình, người ta hối hả chuẩn bị cho năm mới, từ việc gói bánh chưng, dọn dẹp nhà cửa đến sắm sửa đôi ba món mới. Những thứ tưởng chừng đơn giản ấy lại tạo nên nét đẹp thiêng liêng của Tết xưa, nơi giá trị gia đình và cộng đồng được đặt lên hàng đầu.

Ngày nay, Tết vẫn là dịp quan trọng nhất trong năm, nhưng diện mạo của nó đã đổi thay rất nhiều. Cuộc sống hiện đại mang đến những tiện ích, nhưng cũng lấy đi không ít phong tục và truyền thống vốn đã gắn bó với người Việt qua hàng thế kỷ. Sự đối lập giữa Tết xưa và Tết nay không chỉ nằm ở cách thức tổ chức, mà còn phản ánh sâu sắc sự thay đổi trong lối sống, suy nghĩ và cảm nhận của con người.

Tết xưa thường gắn liền với hình ảnh những phiên chợ Tết đầy màu sắc. Người lớn tất bật chọn cành đào, cây quất, trẻ con thì háo hức ngắm nhìn những món đồ chơi giản dị như tò he, trống bỏi. Dẫu cuộc sống còn nhiều khó khăn, Tết vẫn luôn ngập tràn niềm vui và sự đầm ấm.

Không thể thiếu trong ký ức Tết xưa là hình ảnh cả gia đình quây quần gói bánh chưng. Đó không chỉ là công việc chuẩn bị cho năm mới, mà còn là





dịp để các thế hệ trong gia đình cùng sẻ chia, kể cho nhau nghe những câu chuyện của năm cũ. Tiếng cười, tiếng nói rôm rả bên bếp lửa hồng tạo nên một không khí thân thương khó quên.

Ngày mùng 1, trẻ con khoác lên mình những bộ quần áo mới, háo hức chờ đợi nhận lì xì từ ông bà, cha mẹ. Những lời chúc mừng năm mới, những câu chuyện đầu xuân đầy ý nghĩa luôn là sợi dây gắn kết tình thân. Tết xưa tuy giản dị, mộc mạc, nhưng đậm đà tình người.

Trong xã hội hiện đại, cuộc sống bận rộn khiến nhiều người không còn thời gian để chuẩn bị cho Tết như xưa. Những món đồ Tết truyền thống giờ đây có thể dễ dàng mua sẵn tại siêu thị, chợ hoa hay các cửa hàng trực tuyến. Sự tiện nghi giúp mọi người tiết kiệm thời gian, nhưng đồng thời cũng khiến không ít giá trị tinh thần bị mai một.

Tết nay, thay vì quây quần bên nồi bánh chưng, nhiều gia đình chọn đi du lịch hoặc tổ chức tiệc tùng tại nhà hàng. Phong tục thăm hỏi đầu Xuân cũng dần được thay thế bằng những lời chúc trên mạng xã hội. Công nghệ mang con người đến gần nhau hơn, nhưng cũng vô tình tạo nên những khoảng cách trong đời thực.

Tuy nhiên, Tết nay cũng có những nét đẹp riêng. Đó là sự sáng tạo trong cách trang trí nhà cửa, những bữa tiệc hiện đại với đủ món ăn phong phú hay những hoạt động cộng đồng ý nghĩa như thiện nguyện, chăm sóc người khó khăn. Tết nay không còn đơn thuần là ngày lễ của gia đình mà còn là dịp để lan tỏa yêu thương đến xã hội.

Sự thay đổi của Tết qua thời gian là điều không thể tránh khỏi, nhưng không vì thế mà chúng ta nên quên đi giá trị cốt lõi của ngày lễ này. Tết không chỉ là dịp để nghỉ ngơi, mua sắm hay

ăn uống, mà còn là thời gian để kết nối, để yêu thương và nhớ về nguồn cội.

Có lẽ, điều quan trọng nhất là tìm ra sự cân bằng giữa truyền thống và hiện đại. Chúng ta có thể tận hưởng tiện ích mà cuộc sống hiện đại mang lại, nhưng cũng cần duy trì những giá trị tinh thần mà ông bà, cha mẹ đã gìn giữ qua bao thế hệ. Đó là cách để Tết không chỉ đẹp trong quá khứ mà còn ý nghĩa trong hiện tại và tương lai.

Tết xưa và Tết nay, mỗi thời kỳ mang một diện mạo, một hương vị riêng, nhưng đều hướng đến những giá trị cao đẹp nhất của con người. Dẫu cuộc sống có đổi thay, mong rằng Tết Việt sẽ luôn là sợi dây gắn kết giữa các thế hệ, giữa con người với gia đình, cộng đồng và quê hương. Tết không chỉ là mùa của hoa đào, bánh chưng, mà còn là mùa của yêu thương, hy vọng và những khởi đầu mới đầy ý nghĩa.





# Người Công giáo đón Tết Nguyên đán như thế nào?

KHÁNH VÂN



CHUYÊN NGÀY XUÂN

Tết Nguyên Đán là dịp lễ lớn nhất trong năm của người Việt, là thời khắc đặc biệt để các gia đình sum họp, bày tỏ lòng biết ơn và gửi gắm những mong ước tốt lành cho năm mới. Với người Công giáo Việt Nam, Tết không chỉ là dịp để thực hiện các nghi thức tôn giáo mà còn là cơ hội gìn giữ và hòa quyện những phong tục Tết truyền thống của dân tộc. Sự kết hợp này tạo nên một không khí Tết vừa đậm đà bản sắc dân gian, vừa sâu lắng đức tin. Vậy người Công giáo đón Tết như thế nào?



Người Công giáo tham dự thánh lễ đêm Giao thừa tại nhà thờ.

Mặc dù không có mâm cơm cúng như trong các gia đình truyền thống, người Công giáo vẫn chuẩn bị những món ăn đặc trưng của Tết như bánh chưng, bánh tét, mứt Tết... Các món ăn này không chỉ tượng trưng cho sự đoàn viên mà còn mang đậm giá trị văn hóa truyền thống. Những ngày cận Tết, các gia đình Công giáo thường tất bật với việc dọn dẹp nhà cửa, chuẩn bị những món ăn này và cùng nhau đón chờ thời khắc chuyển giao năm mới.

## Tảo mộ

Trước thềm năm mới, tảo mộ là một nét đẹp truyền thống của người Việt, đồng thời cũng là

một phong tục ý nghĩa được người Công giáo duy trì. Dù không thực hiện các nghi thức cúng bái, người Công giáo vẫn dành thời gian dọn dẹp, chăm sóc mộ phần và cầu nguyện cho tổ tiên với lòng thành kính. Đây không chỉ là cách bày tỏ lòng tri ân với những người đã khuất mà còn là dịp để gắn kết các thế hệ trong gia đình, tạo nên sự giao thoa giữa quá khứ và hiện tại trong không khí đón mừng năm mới đầy thiêng liêng.

## Thánh lễ Giao thừa: Cảm tạ Chúa và đón chào năm mới

Đến đêm Giao thừa, các tín hữu Công giáo tham dự Thánh lễ Giao



Rút Lời Chúa (Lộc Xuân)

thừa tại nhà thờ để tạ ơn Chúa về những ơn lành trong năm qua và cầu xin một năm mới bình an, thịnh vượng. Sau thánh lễ, nhiều người thực hiện nghi thức hái lộc Xuân, nhưng thay vì hái cành cây hay lá xanh, họ hái lộc qua việc rút một câu Lời Chúa. Đây là cách người Công giáo tìm kiếm sự hướng dẫn thiêng liêng, biến mỗi câu Kinh Thánh thành lời chúc lành và nguồn cảm hứng cho năm mới.

Thánh lễ đêm Giao thừa là khoảnh khắc thiêng liêng, nơi cộng đồng tín hữu gặp gỡ, chúc mừng năm mới và cùng nhau sẻ chia niềm vui, hy vọng, đồng thời kết nối đức tin với các giá trị truyền thống trong không khí rộn ràng của ngày Tết.

### Thánh lễ mùng 1 Tết: Cầu bình an trong năm mới

Sáng mùng 1 Tết, người Công giáo nô nức đến nhà thờ tham dự thánh lễ cầu bình an, một nghi thức mang ý nghĩa quan trọng để khởi đầu năm mới với lòng tri ân và hy vọng. Trong không khí linh

thiêng và trang trọng, các tín hữu cùng nhau dâng lời cầu nguyện, xin Chúa ban phúc lành, bảo vệ và ban hạnh phúc cho gia đình, bạn bè và cộng đồng.

Thánh lễ mùng 1 Tết là dịp để mỗi người bày tỏ lòng cảm tạ sâu sắc với Thiên Chúa, đồng thời gửi gắm niềm tin vào một năm mới đầy an vui, thuận lợi và thịnh vượng. Đây cũng là thời điểm để mọi người cùng nhìn lại những giá trị yêu thương, đoàn kết trong gia đình và cộng đồng, tạo nên một khởi đầu đầy ý nghĩa và trọn vẹn cho năm mới.

### Thánh lễ mùng 2 Tết: Cầu cho tổ tiên, cha mẹ

Mùng 2 Tết, người Công giáo tham dự Thánh lễ cầu cho tổ tiên, ông bà, cha mẹ. Đây là dịp để người tín hữu thể hiện lòng hiếu kính đối với cha mẹ, những người đã nuôi dưỡng và yêu thương mình, đồng thời cầu nguyện cho tổ tiên đã khuất.

Thánh lễ này không chỉ là cơ hội để người Công giáo bày tỏ lòng

biết ơn với bậc sinh thành, mà còn là dịp để nhớ về nguồn cội, cầu nguyện cho linh hồn tổ tiên được yên nghỉ và nhận được sự bình an từ Thiên Chúa. Lễ mùng 2 Tết là một phần không thể thiếu trong việc giữ gìn truyền thống gia đình và tôn vinh những giá trị văn hóa tâm linh.

### Thánh lễ mùng 3 Tết: Thánh hóa công việc, sự nghiệp

Ngày mùng 3 Tết, người Công giáo tham gia thánh lễ thánh hóa công sự nghiệp. Thánh lễ này có ý nghĩa quan trọng, vì tín hữu cầu nguyện cho công việc trong năm mới được thành công, thuận lợi và thịnh vượng.

Người Công giáo tin rằng sự thánh hóa công việc sẽ giúp họ làm việc với tâm thế an lành, hòa hợp và đạt được những thành tựu tốt đẹp trong sự nghiệp. Đây cũng là dịp để mọi người tìm lại động lực và nguồn sức mạnh từ Thiên Chúa.

Tết Nguyên đán không chỉ là dịp để người Công giáo Việt Nam hòa mình vào không khí đón Xuân của dân tộc, mà còn là thời điểm để củng cố đức tin và xây dựng tinh đoàn kết trong cộng đồng. Qua những hoạt động giàu ý nghĩa, từ việc tưởng nhớ tổ tiên, tham dự thánh lễ, đến việc chuẩn bị và chia sẻ niềm vui với gia đình, làng xóm, người Công giáo đã tạo nên một nét đẹp giao thoa giữa truyền thống dân tộc và đời sống tâm linh.

Đây chính là cách họ sống trọn vẹn tinh thần Tết, vừa tôn vinh giá trị văn hóa truyền thống, vừa giữ vững niềm tin vào Thiên Chúa trong hành trình bước sang một năm mới.

# Tết Nguyên đán: BẢN HÒA CA SẮC MÀU VĂN HÓA VÙNG MIỀN

KHÁNH HIÊN

Tết Nguyên đán là dịp lễ quan trọng nhất của người Việt Nam, không chỉ là thời điểm khởi đầu một năm mới mà còn là dịp để gìn giữ và tôn vinh những giá trị truyền thống quý báu. Trên dải đất hình chữ S, mỗi vùng miền lại có cách đón Tết riêng, phản ánh đậm nét văn hóa, phong tục và tập quán độc đáo. Chính sự đa dạng này đã tạo nên một bức tranh Tết Việt rực rỡ và đầy ý nghĩa.





## Miền Bắc: Cổ kính và trang nghiêm

Tết Nguyên đán ở miền Bắc mang đậm hơi thở cổ truyền, gắn liền với những phong tục có từ ngàn xưa. Trong cái lạnh se sắt của mùa Đông, hình ảnh các gia đình quây quần bên nhau gói bánh chưng, dựng cây nêu hay chuẩn bị mâm cơm cúng tổ tiên khiến không khí ngày xuân càng thêm ấm áp.

Bánh chưng xanh, món ăn không thể thiếu trên bàn thờ gia tiên, không chỉ là món ăn đặc trưng mà còn là biểu tượng của lòng biết ơn đối với tổ tiên và đất trời. Người dân miền Bắc thường chọn nguyên liệu kỹ lưỡng, từ gạo nếp, đậu xanh đến thịt lợn, lá dong, để tạo nên những chiếc bánh vuông vắn, thơm ngon.

Bên cạnh bánh chưng, mâm cơm Tết miền Bắc cũng rất phong phú với thịt đông, giò lụa, dưa hành và xôi gấc đỏ. Những món ăn này không chỉ mang ý nghĩa tâm linh, cầu mong sự đủ đầy, may mắn mà còn thể hiện sự khéo léo, tinh tế của người nội trợ.

Phong tục chúc Tết và lì xì đầu năm cũng được người miền Bắc coi trọng. Trẻ nhỏ háo hức nhận những phong bao đỏ, kèm theo lời chúc sức khỏe và học hành tấn tới. Người lớn tuổi thì vui mừng khi con cháu tụ họp đông đủ, mang lại cảm giác sum vầy và hạnh phúc.

Ngoài ra, người miền Bắc còn giữ thói quen đi chợ hoa, chọn những cành đào hồng thắm để trang trí trong nhà. Hoa đào vừa làm đẹp không gian vừa tượng trưng cho sự đổi mới, sự sinh sôi nảy nở của vạn vật trong năm mới.

## Miền Trung: Mộc mạc và nghĩa tình

Tết ở miền Trung mang vẻ đẹp dung dị nhưng không kém phần đậm đà. Đối mặt với khí hậu khắc nghiệt, người miền Trung luôn trân trọng và giữ gìn những phong tục cổ truyền, thể hiện qua cách chuẩn bị mâm cỗ, gói bánh tết và tổ chức lễ cúng tổ tiên.

Khác với bánh chưng của miền Bắc, bánh tết miền Trung thường được gói hình trụ dài, sử dụng lá chuối thay vì lá dong. Nhân bánh cũng đa dạng hơn, có thể là nhân đậu xanh thịt mỡ truyền thống hoặc nhân chuối ngọt phù hợp với khẩu vị từng gia đình. Những chiếc bánh tết được nấu chín kỹ, mang hương vị thơm lừng, không chỉ để thưởng thức mà còn để biếu tặng họ hàng, làng xóm.

Trong mâm cỗ Tết miền Trung, dưa món là món ăn đặc trưng, được làm từ củ cải, đu đủ, cà rốt muối chua, ăn kèm với các món chính như nem chua, tré hay tôm chua. Sự kết hợp hài hòa giữa các nguyên liệu đã tạo nên hương vị độc đáo, làm say lòng thực khách.

Người miền Trung thường tổ chức lễ cúng Tất niên và đón giao thừa một cách trang nghiêm. Mỗi nhà đều dọn dẹp, trang trí bàn thờ tổ tiên cẩn thận, thắp hương thơm và cầu mong một năm mới an lành, no đủ. Sau lễ cúng, các thành viên trong gia đình cùng nhau ăn bữa cơm thân mật, chia sẻ những câu chuyện ấm áp, gắn kết tình thân.

## Miền Nam: Phóng khoáng và vui tươi

Ở miền Nam, không khí Tết tràn ngập sự phóng khoáng, vui tươi,

đúng với tính cách của con người nơi đây. Khác với hoa đào miền Bắc, mai vàng là biểu tượng đặc trưng của ngày Tết phương Nam. Cây mai rực rỡ sắc vàng được đặt ở vị trí trung tâm trong nhà, mang theo hy vọng về sự giàu sang, phú quý.

Mâm ngũ quả của người miền Nam thường gồm mãng cầu, dừa, đu đủ, xoài và sung - ghép lại thành câu “Cầu dừa đu đủ xài sung túc”. Sự khéo léo trong cách bày trí không chỉ thể hiện sự tôn kính tổ tiên mà còn gửi gắm niềm tin về một năm mới nhiều may mắn và thành công.

Bánh tét là món ăn không thể thiếu trên bàn tiệc ngày xuân. Ngoài nhân đậu xanh thịt mỡ truyền thống, người miền Nam còn sáng tạo với nhân chuối, đậu phộng hay lá dứa, tạo nên hương vị mới lạ nhưng vẫn giữ được nét cổ truyền.

Ngày Tết, người miền Nam thường tổ chức nhiều hoạt động vui chơi như đi chùa cầu an, xem múa lân, tổ chức các trò chơi dân gian. Không khí rộn ràng, vui tươi lan tỏa khắp các làng quê, thành phố, mang lại cảm giác hứng khởi cho mọi người.

Mặc dù mỗi vùng miền có phong tục, tập quán khác nhau, nhưng Tết Nguyên Đán vẫn là dịp để mọi người Việt Nam hướng về cội nguồn, gắn kết tình thân và gìn giữ giá trị truyền thống. Từ Bắc vào Nam, người Việt đều chung một niềm hy vọng, một khát khao về một năm mới trọn vẹn.

Tết không chỉ là dịp để nhìn lại một năm đã qua mà còn là cơ hội để hòa mình vào những giá trị văn hóa đậm đà bản sắc dân tộc. Sự phong phú và độc đáo trong cách đón Tết của ba miền đã góp phần tạo nên một Tết Việt đa sắc, làm say lòng bao thế hệ.



# Xi măng Long Sơn - Vững vàng hội nhập, vươn tầm thế giới

QUỲNH LÊ

KẾT NỐI



**Xi măng Long Sơn đã và đang khẳng định vị thế vững chắc của mình trên thị trường xi măng Việt Nam, đồng thời chinh phục thành công các thị trường quốc tế, trở thành biểu tượng của chất lượng và sự bền vững trong ngành xây dựng.**

Bắt đầu hành trình vào năm 2014, tại thị xã Bỉm Sơn (Thanh Hóa), nơi được biết đến với nguồn nguyên liệu xi măng tốt nhất Việt Nam, Công ty TNHH Long Sơn đã đầu tư xây dựng nhà máy xi măng với 4 dây chuyền đồng bộ và hiện đại. Tổng công suất hơn 10,5 triệu tấn mỗi năm không chỉ đáp ứng nhu cầu trong nước mà còn góp phần định hình cụm công nghiệp xi măng lớn nhất tại Thanh Hóa.

Những sản phẩm của Long Sơn luôn tuân thủ các tiêu chuẩn quốc tế nghiêm ngặt, mang lại sự tin tưởng tuyệt đối từ khách hàng và củng cố vị thế hàng đầu về sản lượng trong nước.

Không chỉ dừng lại ở việc phục vụ thị trường nội địa, Xi măng Long Sơn đã vươn xa ra thế giới, đưa sản phẩm chất lượng cao của Việt Nam đến các quốc gia như Mỹ, Hàn Quốc, Singapore, Malaysia, Philippines, Đài

**Nhân dịp Xuân mới Ất Tỵ 2025, Xi măng Long Sơn xin gửi lời tri ân và kính chúc quý khách hàng, đối tác một năm mới an khang, thịnh vượng và tràn đầy thành công!**

Loan, Australia, Bangladesh và một số nước châu Phi. Đặc biệt, việc chinh phục thị trường Mỹ, một trong những thị trường đòi hỏi các tiêu chuẩn khắt khe nhất, đã khẳng định chất lượng vượt trội của thương hiệu xi măng Long Sơn.

Thành công này không chỉ giúp giảm áp lực tiêu thụ nội địa mà còn mở ra cơ hội hoàn thiện các tiêu chuẩn quốc tế, đưa thương hiệu xi măng Việt Nam lên bản đồ thế giới.

Các chuyến tàu từ Cảng tổng hợp Long Sơn Bãi Ngọc liên

tục đưa xi măng xuất khẩu ra thị trường quốc tế, minh chứng cho chiến lược phát triển đúng đắn và sự ổn định bền vững của doanh nghiệp. Dù đối mặt với những khó khăn từ suy thoái kinh tế toàn cầu, Xi măng Long Sơn vẫn giữ vững tốc độ tăng trưởng và tiếp tục mở rộng thị phần. Điều này không chỉ khẳng định tiềm lực mạnh mẽ mà còn chứng tỏ tầm nhìn chiến lược dài hạn của công ty.

Trên hành trình phát triển, Xi măng Long Sơn luôn cam kết nâng cao chất lượng sản phẩm và dịch vụ, ứng dụng công nghệ tiên tiến để đáp ứng những yêu cầu khắt khe nhất của thị trường.

Với nền tảng vững chắc và khát vọng không ngừng vươn xa, Long Sơn sẽ tiếp tục khẳng định mình là một trong những doanh nghiệp xi măng hàng đầu Việt Nam và thế giới, góp phần xây dựng những công trình bền vững cho tương lai.



# Chuyển đổi số đã nâng vị thế của Dawaco lên tầm cao mới

THANH HẢI

**Chuyển đổi số đã giúp Công ty Cổ phần Cấp nước Đà Nẵng (Dawaco) tăng cường hiệu quả quản lý, nâng cao chất lượng dịch vụ cấp nước và hướng đến phát triển bền vững. Những nỗ lực này không chỉ tối ưu hóa hoạt động kinh doanh mà còn nâng tầm vị thế doanh nghiệp trong ngành.**

## Dùng thu tiền nước tại nhà

Từ năm 2016, Công ty Cổ phần Cấp nước Đà Nẵng (Dawaco) đã triển khai thực hiện “Đề án dùng thu tiền nước tại nhà, chuyển sang hình thức thu qua ngân hàng và các tổ chức trung gian” trong công tác quản lý khách hàng.

Đồng thời, việc ứng dụng công nghệ đã góp phần tăng năng suất lao động, tiết giảm chi phí doanh

nh nghiệp, nâng cao chất lượng phục vụ và tạo sự thuận lợi cho khách hàng trong các giao dịch thanh toán. Đến nay, tỷ lệ khách hàng thanh toán qua ngân hàng và các tổ chức trung gian trên toàn công ty đạt 99,9%.

Từ kết quả thực tế đó, có thể thấy Dawaco là đơn vị tiên phong trong ngành cấp nước thực hiện thắng lợi đề án không dùng tiền mặt của Chính phủ, góp phần



*Công tác chuyển đổi số đang được đẩy mạnh tại Dawaco.*



KẾT NỐI

nâng cao chất lượng dịch vụ khách hàng và hướng đến phát triển bền vững.

Trong thời gian tới, Dawaco sẽ tiếp tục triển khai nâng cấp dịch vụ thanh toán hóa đơn tiền nước bằng cách quét mã QR động (dữ liệu thay đổi theo từng tháng dùng nước). Theo đó, hàng tháng, khách hàng sẽ nhận thông tin thanh toán cùng với mã QR. Việc thanh toán của khách hàng sẽ được thực hiện ngay mà không cần phải nhập lại số tiền và số tài khoản.

### Xây dựng hệ thống tự động hóa SCADA quản lý cấp nước

Dawaco đã chú trọng áp dụng công nghệ 4.0 vào quản lý sản xuất và vận hành hệ thống cấp nước để tăng cường hiệu suất hoạt động. Công ty đã đầu tư xây dựng hệ thống điều khiển SCADA cho toàn bộ hệ thống

cấp nước, từ các nhà máy, trạm bơm tăng áp đến mạng lưới cấp nước. Đồng thời, Dawaco thành lập Trung tâm Quản lý vận hành hệ thống cấp nước (hoạt động từ năm 2020) để thực hiện vận hành hệ thống cấp nước tại trung tâm điều khiển.

Việc xây dựng hệ thống tự động hóa (SCADA) giám sát, điều khiển, vận hành hệ thống cấp nước trung tâm đã góp phần bảo đảm tính chính xác, kịp thời, hiệu quả trong việc kiểm soát áp lực, lưu lượng, chất lượng nước cấp trên toàn hệ thống. Đồng thời, hệ thống giúp tiết kiệm chi phí (quản lý, vận hành, hóa chất, nhân công...), nâng cao chất lượng dịch vụ cấp nước và giảm thất thoát nước.

Dawaco cũng luôn khuyến khích người lao động tích cực tìm tòi, nghiên cứu các ứng dụng khoa học công nghệ trong mọi hoạt

động của công ty, đặc biệt trong công tác quản lý hệ thống cấp nước an toàn để đáp ứng sự kỳ vọng ngày càng cao của khách hàng. Qua khảo sát chất lượng dịch vụ khách hàng năm 2024, hơn 90% khách hàng đánh giá việc cải tiến dịch vụ của Dawaco ngày càng nhanh chóng, chuyên nghiệp hơn.

### Chuyển đổi số là nền tảng của tương lai

Bước vào năm 2025, Dawaco sẽ tiếp tục nâng cấp các ứng dụng quản lý. Đặc biệt, công ty dự kiến triển khai ứng dụng AI-ChatGPT trong công tác chăm sóc khách hàng, trở thành một kênh tương tác hỗ trợ giải đáp thắc mắc thường gặp, hoạt động song song với tổng đài chăm sóc khách hàng hiện tại.

Ông Hồ Minh Nam - Tổng giám đốc Dawaco cho biết, trong năm 2025, công ty sẽ tập trung kết nối với các cơ sở dữ liệu (CSDL) quốc gia về dân cư để cùng chia sẻ thông tin, tạo tiện ích trong việc kiểm tra, rà soát thông tin của khách hàng, giảm thiểu các thủ tục hành chính cho người dân và doanh nghiệp.

“Dawaco đang tiếp tục định hướng tăng tốc các lộ trình chuyển đổi số đã đề ra và phấn đấu đến năm 2026, công ty sẽ cơ bản thực hiện chuyển đổi số toàn diện bằng nhiều giải pháp hữu hiệu, mang lại nhiều tiện ích, nâng cao trải nghiệm cho khách hàng. Công tác quản lý khách hàng và hệ thống cấp nước sẽ ngày càng chặt chẽ, chuyên nghiệp, giúp Dawaco đạt được hiệu quả kinh doanh và nâng tầm vị thế lên tầm cao mới,” ông Hồ Minh Nam nhấn mạnh.

KẾT NỐI



Trung tâm Quản lý vận hành hệ thống cấp nước của Dawaco.





Ông Nguyễn Cảnh Hồng - Tổng Giám đốc Eurowindow nhận biểu trưng Thương hiệu Quốc gia năm thứ 14 liên tiếp.

# 14 năm Thương hiệu Quốc gia Eurowindow - Khác biệt để dẫn đầu

## ĐỨC VƯỢNG

**Định vị thương hiệu dẫn đầu ngành cửa, với chiến lược khác biệt hóa, Eurowindow đã 14 năm liên tiếp được vinh danh là Thương hiệu Quốc gia. Từ con số 0, cái tên Eurowindow dần ghi dấu trên thị trường khu vực và thế giới. Uy tín của thương hiệu ngày càng gia tăng, tỷ lệ thuận với sự phát triển về quy mô.**

Eurowindow không chỉ là nhà sản xuất, kinh doanh và cung cấp sản phẩm cửa mà còn là nhà thầu uy tín, mang đến giá trị vượt trội. Doanh nghiệp khẳng định vị thế tiên phong và dẫn đầu xu hướng trên thị trường. Chiến lược "khác biệt" của Eurowindow là sự cộng hưởng của nhiều yếu tố.

Eurowindow đã khai mở một kỷ nguyên mới cho ngành cửa Việt Nam với công nghệ sản xuất cửa nhựa uPVC đạt chuẩn châu Âu.

Điều này đặt nền móng cho sự phát triển của ngành cửa hiện đại, góp phần kiến tạo nên những công trình kiến trúc đẳng cấp và bền vững.

Hơn hai thập kỷ qua, doanh nghiệp không ngừng cập nhật, cải tiến công nghệ, nghiên cứu và phát triển các dòng sản phẩm mới. Những sản phẩm như cửa nhôm hệ cao cấp có cầu cách nhiệt, cửa gỗ chống cháy, và cửa thông minh đã đáp ứng nhu cầu ngày càng đa dạng của thị trường.

KẾT NỐI

Với việc tiên phong ứng dụng công nghệ sản xuất hàng đầu thế giới, Eurowindow đã tối ưu hóa quy trình, nâng cao năng suất lao động và chất lượng sản phẩm, khẳng định vị thế thương hiệu dẫn đầu.

Chất lượng vượt trội chính là yếu tố cốt lõi làm nên thương hiệu Eurowindow. Từng chi tiết trong sản phẩm đều được chú trọng, từ việc tinh tuyển nguyên vật liệu cao cấp đến áp dụng quy trình sản xuất khép kín và tuân thủ nghiêm ngặt các tiêu chuẩn kỹ thuật.

nhôm của Eurowindow vượt trội so với các sản phẩm khác ở Myanmar. Sản phẩm thiết kế tinh tế, thích ứng tốt với khí hậu địa phương và có giá thành hợp lý hơn so với các thương hiệu nhập khẩu".

Dịch vụ khách hàng chuyên nghiệp là ưu tiên hàng đầu của Eurowindow nhằm mang lại sự hài lòng tối đa. Với hệ thống showroom trải rộng khắp 3 miền, khách hàng dễ dàng tiếp cận sản phẩm và nhận được sự tư vấn tận tâm từ đội ngũ chuyên gia giàu kinh nghiệm.

triệu khách hàng trong nước và quốc tế.

Ông John Smith - một khách hàng tại California, Mỹ, cho biết: "Tôi thực sự ấn tượng với chất lượng và giá cả của Eurowindow. Sản phẩm không chỉ đẹp, bền mà còn có giá thành cạnh tranh so với các thương hiệu quốc tế khác".

Trong hành trình phát triển bền vững, Eurowindow không chỉ tạo ra những sản phẩm chất lượng cao mà còn chú trọng đến trách nhiệm xã hội. Doanh nghiệp đã tạo cơ hội việc làm cho hàng nghìn lao động, đồng thời xây dựng môi trường làm việc chuyên nghiệp với chế độ đãi ngộ hấp dẫn.

Eurowindow cũng tích cực tham gia các hoạt động cộng đồng, từ thiện, ủng hộ chương trình xã hội và bảo vệ môi trường. Thương hiệu chung tay cùng Chính phủ xây dựng diện mạo kiến trúc Việt Nam hiện đại, bền vững và giàu bản sắc dân tộc.

Với 14 năm liên tiếp đạt danh hiệu "Thương hiệu Quốc gia", Eurowindow khẳng định chất lượng và uy tín của sản phẩm "Made in Vietnam". Doanh nghiệp cũng duy trì vị trí trong Top 5 Công ty Vật liệu xây dựng uy tín (Vietnam Report), Top 10 Nhân hiệu nổi tiếng Việt Nam và nhận được nhiều giải thưởng danh giá như Giải Vàng Chất lượng Việt Nam và Giải thưởng Sao Vàng Đất Việt.

Với triết lý "Khác biệt để dẫn đầu", Eurowindow không ngừng đổi mới, sáng tạo để mang đến những sản phẩm và dịch vụ tốt nhất, đóng góp vào sự phát triển của đất nước.



Cửa hiện đại Eurowindow trong các công trình thiết kế hiện đại, mang đến không gian sống tiện nghi.

Sản phẩm của Eurowindow đa dạng về mẫu mã và kiểu dáng, phù hợp với mọi phong cách kiến trúc, từ cổ điển đến hiện đại. Các sản phẩm nổi bật bao gồm cửa nhựa uPVC cách âm, cách nhiệt, cửa nhôm hiện đại, cửa gỗ sang trọng, vách kính lớn, cửa cuốn tiện lợi và cửa tự động thông minh.

Ông U Myint Soe - chủ đầu tư khách sạn tại Yangon, Myanmar, chia sẻ: "Chúng tôi đã lựa chọn Eurowindow cho dự án khách sạn cao cấp của mình. Qua kiểm chứng thực tế, tôi đánh giá chất lượng cửa

Doanh nghiệp cam kết cung cấp các giải pháp tối ưu, phù hợp với nhu cầu và ngân sách của từng khách hàng. Quy trình lắp đặt được thực hiện nhanh chóng, an toàn, đảm bảo tính thẩm mỹ và chất lượng cao cho công trình. Chế độ bảo hành chu đáo, dài hạn cũng mang đến sự an tâm tuyệt đối.

Hiện nay, Eurowindow đã xuất khẩu sản phẩm sang nhiều quốc gia như Myanmar, Australia, Thái Lan, Nhật Bản, Mỹ và Canada. Uy tín và chất lượng của thương hiệu được khẳng định qua sự tin tưởng của hàng



# Công ty Nhôm Đắk Nông: Vượt khó hoàn thành tốt các chỉ tiêu sản xuất, kinh doanh

TÂM AN

**Năm 2024, tuy gặp nhiều khó khăn do hạn hán kéo dài, công tác thu hồi đất, giải phóng mặt bằng còn chậm, nhưng với nỗ lực của Đảng ủy, Ban lãnh đạo điều hành và toàn thể cán bộ, công nhân viên Công ty Nhôm Đắk Nông - TKV, các chỉ tiêu sản xuất, kinh doanh đều đạt kết quả tốt.**

Theo Công ty Nhôm Đắk Nông - TKV, trong năm 2024, dù gặp nhiều khó khăn do tình hình khí hậu nắng nóng, hạn hán kéo dài, việc bảo đảm đủ nguồn nước phục vụ sản xuất và tưới tiêu của người dân trong vùng dự án gặp rất nhiều khó khăn; công tác thu hồi đất, giải phóng mặt bằng còn chậm, ảnh hưởng phần nào đến kết quả hoạt động sản xuất của công ty.

Tuy nhiên, dưới sự lãnh đạo, chỉ đạo, định hướng của Đảng ủy, Ban lãnh đạo điều hành Công ty Nhôm Đắk Nông - TKV cùng với tinh thần đoàn kết, quyết tâm của cả hệ thống chính trị, tình hình sản xuất kinh doanh, đời sống, việc làm, chế độ chính sách, phúc lợi cho người lao động luôn

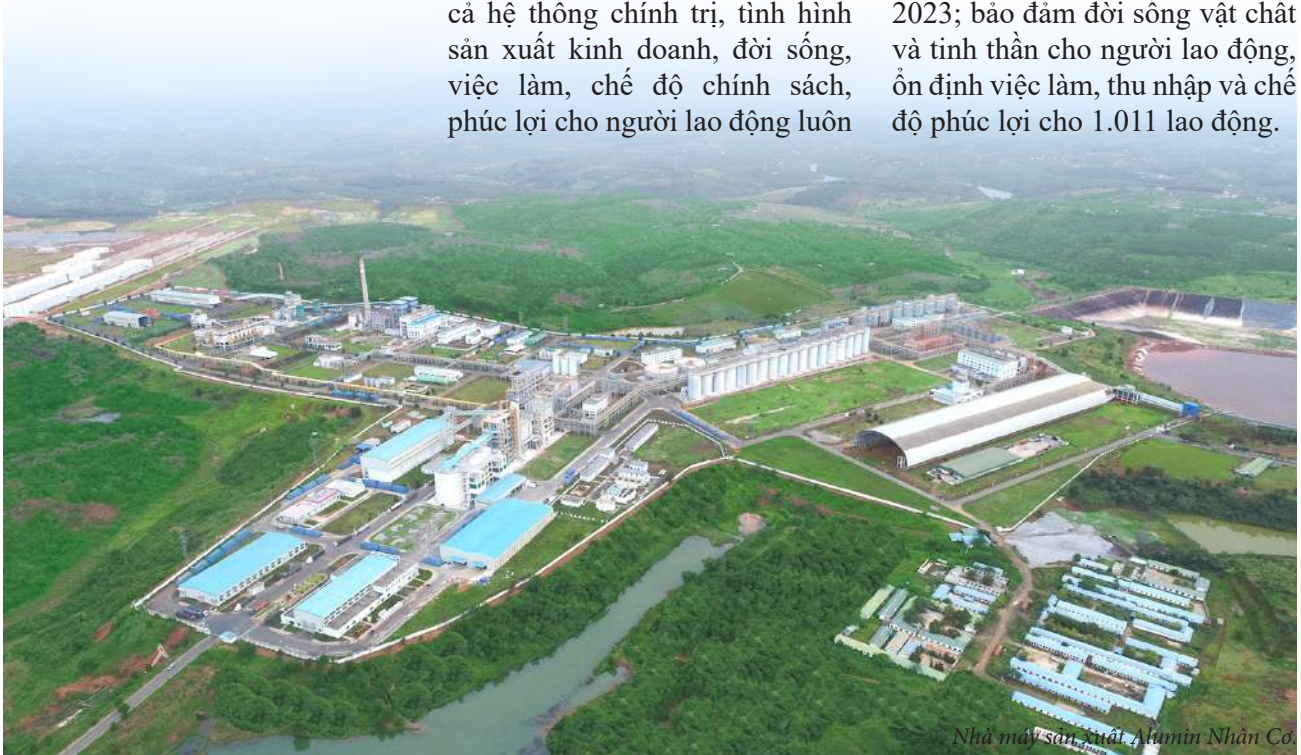
được bảo đảm; an ninh trật tự ổn định. Cán bộ đảng viên, người lao động hăng hái thi đua lao động sản xuất lập thành tích chào mừng các ngày lễ trọng đại của đất nước, đóng góp tích cực vào thực hiện nhiệm vụ của công ty.

Cụ thể, doanh thu trong năm 2024 ước đạt hơn 3.552 tỷ đồng, đạt 105% kế hoạch; lợi nhuận (dự kiến) hơn 80 tỷ đồng, đạt 267% kế hoạch. Nộp ngân sách nhà nước 510 tỷ đồng, đạt 127,5% kế hoạch.

Tiền lương bình quân dự kiến chi đạt 15,63 triệu đồng/người/tháng, bằng 95,5% so với năm 2023; bảo đảm đời sống vật chất và tinh thần cho người lao động, ổn định việc làm, thu nhập và chế độ phúc lợi cho 1.011 lao động.



KẾT NỐI



Nhà máy sản xuất Alumin Nhân Cơ



Giai đoạn 2024-2025, Công ty Nhôm Đắc Nông bắt đầu hình thành doanh nghiệp số, với điểm trung bình mức độ chuyển đổi số là 3.0.



KV và Công ty Nhôm Đắc Nông hỗ trợ 10 tỷ đồng xây dựng Trường mầm non Hòa Mi, xã Quảng Tín, huyện Đắk R'Lấp, tỉnh Đắk Nông.

Kết quả thực hiện các sản phẩm chủ yếu cụ thể: quặng nguyên khai khai thác ước đạt hơn 3,4 triệu tấn, đạt 82% so với kế hoạch được Tập đoàn công nghiệp Than - Khoáng sản Việt Nam (TKV) giao. Quặng tinh sản xuất ước đạt hơn 1,7 triệu tấn, đạt 106,7% so với kế hoạch được giao. Alumina quy đổi sản xuất ước đạt 690 ngàn tấn, đạt 106,2% so với kế hoạch được giao.

Tổng sản phẩm tiêu thụ năm 2024 ước đạt 724 ngàn, trong đó: tiêu thụ hydrat 66 ngàn tấn

đạt 159% kế hoạch năm, tương đương 109% so với cùng kỳ; tiêu thụ Alumina đạt 658 ngàn tấn đạt 105% kế hoạch năm, tương đương 99% so với cùng kỳ.

Với mục tiêu gắn kết lợi ích của doanh nghiệp với lợi ích của cộng đồng và trách nhiệm của doanh nghiệp có hoạt động sản xuất kinh doanh trên địa bàn tỉnh Đắk Nông, Công ty Nhôm Đắc Nông đã thực hiện tốt công tác an sinh xã hội; tích cực hưởng ứng các hoạt động chung tay góp sức, ủng hộ kinh phí giúp

đỡ những gia đình chính sách, đồng bào nghèo, người có hoàn cảnh khó khăn.

Tính đến ngày 18/12/2024, kinh phí hỗ trợ công tác an sinh, xã hội là gần 19 tỷ đồng, trong đó: Tập đoàn Công nghiệp Than - Khoáng sản Việt Nam hỗ trợ hơn 16 tỷ đồng, Công ty Nhôm Đắc Nông hỗ trợ hơn 2,7 tỷ đồng.

Ông Nguyễn Bá Phong - Giám đốc Công ty Nhôm Đắc Nông, cho biết, trong thời gian tới, công ty sẽ chủ động, thường xuyên phối hợp với các cơ quan, chính quyền địa phương xây dựng kế hoạch vận động, thuyết phục người dân bàn giao đất để bảo đảm đủ diện tích khai thác phục vụ sản xuất và thực hiện các dự án đầu tư.

Tận dụng tối đa các tiềm năng, cũng như các cơ hội để thực hiện hoạt động sản xuất kinh doanh trong doanh nghiệp đạt được hiệu quả và những mục tiêu đã được đề ra theo đúng quy định. Trên cơ sở kế hoạch sản xuất kinh doanh được cấp có thẩm quyền phê duyệt, công ty tiến hành xây dựng: kế hoạch thực hiện chi tiết các mục tiêu theo từng giai đoạn tháng, quý; ban hành quyết định khoán quản trị chi phí cụ thể; ban hành chức năng, nhiệm vụ, mối quan hệ giữa các phòng phân xưởng; xây dựng và ban hành định biên lao động của các phân xưởng, phòng... trong công ty.

Mục tiêu năm 2025, công ty dự kiến sản xuất được sản lượng Alumina (quy đổi) khoảng hơn 650 ngàn tấn, tổng doanh thu đạt khoảng 3.300 tỷ đồng; nộp ngân sách nhà nước đạt hơn 400 tỷ đồng; lợi nhuận đạt hơn 30 tỷ đồng; tiền lương bình quân đạt hơn 16 triệu đồng/người/tháng.



**Chúc Mừng Năm Mới**  
**2025**

Miền Xuân Ất Tỵ - Giàu Sang Phú Quý  
Tiền Vào Bạc Tỷ - Vạn Sự Như Ý

UBND XÃ NGHI PHONG, TP VINH, TỈNH NGHỆ AN

**HAPPY**  
*New Year*

**XUÂN ẤT TỴ 2025**

UBND XÃ NGHI PHONG, TP VINH, TỈNH NGHỆ AN

▼  
KẾT NỐI

**Công ty TNHH Cá Việt Nam**  
(Số 26, đường số 2, KND Căn Thơ, Q Cái Răng, TP Cần Thơ)

Kính chúc quý khách hàng, quý đối tác cùng gia đình  
Một năm mới tràn đầy niềm vui, hạnh phúc, an khang,  
thịnh vượng.

Trân trọng

Xuân Ất Tỵ  
**2025**

Tết

**CHÚC MỪNG**  
**NĂM MỚI**

**XUÂN ẤT TỴ 2025**

ĐẢNG ỦY, HĐND, UBND, UBMTTQ TP SẦM SƠN

KẾT NỐI

**CHÚC MỪNG NĂM MỚI 2025**

**CÔNG TY TNHH PHÂN BÓN HỮU CƠ TÂY ĐÔ**

Lĩnh vực hoạt động: Sản xuất, kinh doanh phân bón, giống cây trồng và thuốc bảo vệ thực vật. Các sản phẩm nhóm phân bón hữu cơ, hữu cơ vi sinh và thuốc sinh học được bà con nông dân tin dùng.

**PHÂN BÓN HỮU CƠ TÂY ĐÔ - CÙNG NHÀ NÔNG VƯỜN XA**

0975533853 hoặc 0292.6258678

phanbonhuucotaydo.com | phanbonhuucotaydo@gmail.com

Địa chỉ: 161H1/13, Nguyễn Văn Cừ, P. An Khánh, Q. Ninh Kiều, TP. Cần Thơ

**Chúc mừng năm mới Xuân Ất Tỵ 2025**

**THIÊN QUÂN GROUP**

Nhà Máy 2: Công Ty CP Thiên Quân  
Chuyên kinh doanh Thuốc Thú Y - Thuốc Dị Ứng Sốt

Nhà Máy 1: Công Ty CP Thiên Quân  
Chuyên kinh doanh Thuốc Thú Y - Thuốc Thú Sốt

Tập thể Thiên Quân Group  
Hội chợ VIV tại Dubai

Biệt thự 39 Cồn Khương  
Thiên Quân 69 Hùng Vương

Thiên Quân Marina Plaza  
Cần Hộ Cao Cấp

**CÔNG TY CỔ PHẦN THIÊN QUÂN**  
39, Nguyễn Hữu Cừ, Cồn Khương, Phường Khế, Quận Kiều, TP. Cần Thơ

(+84) 292 376 0395  
www.thienquanqc.com

**309** **CÔNG TY CỔ PHẦN ĐẦU TƯ XÂY DỰNG CÔNG TRÌNH GIAO THÔNG 309**

**CHÚC MỪNG NĂM MỚI XUÂN ẤT TỶ 2025**

**Ngành nghề kinh doanh**  
Xây dựng các công trình giao thông, cầu, đường và các công trình đường sắt, đường bộ khác.

02923.883.232 | 02923.763.432 | MST 6300 223664

Địa Chỉ: Số LKS-03, F7, KDC 12ha8, đường Võ Văn Kiệt, Phường Long Hòa, Quận Bình Thủy, TP. Cần Thơ

**AGRIBANK**  
CHI NHÁNH BẮC THANH HÓA

**Chúc Mừng Năm Mới 2025**  
*Xuân Ất Tỵ*

1900 5588 18 - (84) 24.32053205 | www.agribank.com.vn | 2300 điểm giao dịch

Website | Fanpage | Youtube



**HAPPY NEW YEAR  
2025  
CHÚC MỪNG  
NĂM MỚI**

Bệnh viện Nhi Thanh Hóa  
724 đường Quang Trung, p. Đông Vệ, TP. Thanh Hóa

**Chúc mừng năm mới  
HAPPY NEW YEAR  
2025**

Công ty CP Đầu tư Phát triển TM & XD Hà Trang

KẾT NỐI

**DI DELTA**

**CÔNG TY CP BẢO VỆ THỰC VẬT DELTA**  
ĐC: 132K Nguyễn Văn Cừ, P. An Khánh, Q. Ninh Kiều, TP. Cần Thơ  
Kỹ Thuật: 0827 26 27 28 - Kinh Doanh: 0918 367 772  
Trung thực - Tôn tâm - Thân thiện

**Chuyên Sản Xuất Và Phân Phối:  
PHÂN BÓN - THUỐC BVTV**

**Sản phẩm thuốc diệt trừ**  
SỬ DỤNG TRƯỚC TRỜI, SAU TRỜI

- ▶ ĐẶC TRỊ BỆNH VÀNG LÁ DO VI KHUẨN
- ▶ ĐỐM VÁN, KHÔ VÁN VÀ LEM LÉP HẠT
- ▶ ĐẠO ỒN LÁ (CHÁY LÁ),
- ▶ ĐẠO ỒN CỔ BÔNG (THỐI CỔ GIẾ)

**Sản phẩm phân bón dân gian**  
SỬ DỤNG CHO NHIỀU LOẠI CÂY TRỒNG - TẤT CẢ CÁC GIAI ĐOẠN

- ▶ CẢI TẠO ĐẤT
- ▶ GIẢI ĐỘC PHÈN
- ▶ RA RỄ MẠNH
- ▶ ĐỂ NHÁNH NHIỀU
- ▶ TRÁI TỎ NGỌT
- ▶ HẠT SÁNG CHẮC

Youtube: Delta - Kinh nghiệm nhà nông  
Website: congydelta.com  
Fanpage: Delta Online  
TikTok: Delta Online

**CHÚC  
MỪNG  
NĂM MỚI**

**XUÂN ẤT TỴ  
2025**

Ban Quản lý Dự án Dầu tư  
Xây dựng huyện Như Xuân

KẾT NỐI



**KIÊN THỊNH**  
VI THỰC PHẨM HỮU CƠ

Kiên Thịnh vì thịnh vượng nhà nông!

Kiên Thịnh thông qua việc cung cấp các giải pháp kỹ thuật và dịch vụ chất lượng cao, đáng tin cậy theo hướng bền vững, thân thiện với môi trường nhằm cải thiện phúc lợi cho nhà nông.

**CÔNG TY TNHH TM DV NÔNG NGHIỆP KIÊN THỊNH**  
Số 25 Trần Văn Kiết, KV1, P. An Bình, Q. Ninh Kiều, Tp. Cần Thơ  
02923 846 384 Hotline: 0974 357 404  
salesonline.kienthinh@gmail.com www.kienthinhorganic.com

**TRƯỜNG CAO ĐẲNG CƠ ĐIỆN VÀ NÔNG NGHIỆP NAM BỘ**  
Địa chỉ: Số 184 - Tỉnh lộ 923 (Lộ Vòng Cung), P. Phước Thới, Q. Ô Môn, Tp. Cần Thơ  
Điện thoại: (0292) 3 862 067 Fax: (0292) 3 862 791  
Email: cdcodien08@yahoo.com - cen@moet.edu.vn

**Chúc Mừng Năm Mới 2025**

**THÔNG BÁO TUYỂN SINH NĂM HỌC 2025-2026 TRƯỜNG CAO ĐẲNG CƠ ĐIỆN VÀ NÔNG NGHIỆP NAM BỘ**

Trường Cao đẳng Cơ điện và Nông nghiệp Nam bộ (Bộ NN-PTNT) Thông báo Tuyển sinh hệ Cao đẳng và Trung cấp (chính quy) năm học 2025-2026 với các ngành/nghề tuyển sinh như sau: Công nghệ kỹ thuật Điện - Điện tử - Điện lạnh; Công nghệ kỹ thuật ô tô - Cơ khí; Trồng trọt - Bảo vệ thực vật; Chăn nuôi - Thú y; Công nghệ thực phẩm - Chế biến và bảo quản thủy sản; Nuôi trồng thủy sản; Kế toán; Quản trị mạng máy tính... và nhiều ngành/nghề hấp dẫn khác.

1. Trình độ Cao đẳng: Đào tạo 2,5 năm, dành cho thí sinh tốt nghiệp THPT hoặc tương đương.
2. Trình độ Trung cấp: Đào tạo 2 năm, dành cho thí sinh tốt nghiệp THPT trở lên.
3. Chính sách ưu đãi:  
Miễn 100% học phí cho thí sinh tốt nghiệp THPT học trình độ Trung cấp.  
Giảm 70% học phí cho thí sinh tốt nghiệp THPT hoặc tương đương đăng ký học trình độ Cao đẳng.
4. Thủ tục xét tuyển:  
Hồ sơ gồm: Phiếu đăng ký xét tuyển, bản sao bằng tốt nghiệp THPT hoặc THCS (có công chứng).  
Lệ phí xét tuyển: 30.000 đ/hồ sơ.

Mọi chi tiết xin liên hệ: Trung tâm Tuyển sinh và GTVL, số 184 Lộ Vòng Cung, P. Phước Thới, Q. Ô Môn, Tp. Cần Thơ. Điện thoại: 0907.084.566 (Zalo, Facebook) hoặc đăng ký trực tuyến qua website: cea.edu.vn.

Hãy nhanh tay đăng ký để nhận những ưu đãi tốt nhất và có cơ hội học tập tại ngôi trường uy tín hàng đầu khu vực.

**CÔNG TY TNHH HOÀNG TUẤN**  
Khu công nghiệp và đô thị Hoàng Long, phường Long An, TP Thanh Hoá, tỉnh Thanh Hoá

**CHÚC MỪNG NĂM MỚI**  
XUÂN ẤT TỶ  
2025





**Chợ hải sản 79**  
ALWAYS FRESH AND DELICIOUS

**CÔNG TY TNHH CHỢ HẢI SẢN 79**  
MST: 0318727703  
Địa chỉ: Số 58 đường Lương Định Của, Phường An Phú, Thành phố Thủ Đức, TP. Hồ Chí Minh, Việt Nam  
Mail: 79seafood@gmail.com  
Sdt: 0784.28.79.79 - 0909920591

Cty TNHH CHS79 mang đến trải nghiệm ẩm thực độc đáo với các món hải sản chất lượng, giá cả hợp lý. Không chỉ là điểm đến lý tưởng cho gia đình và thực khách sành ăn, CHS79 còn cung cấp hải sản tươi sống cho nhiều nhà hàng và quán ăn khác. Đặc biệt, nhà hàng là doanh nghiệp tiên phong tại Sài Gòn bán và cung cấp mực nhảy – loại hải sản tươi ngon, hiếm có, luôn đảm bảo chất lượng nhờ đội xe vận chuyển chuyên dụng. Với không gian hiện đại, dịch vụ chuyên nghiệp, CHS79 cam kết mang đến những trải nghiệm khó quên cho mọi thực khách.

▼  
KẾT NỐI

AGRIBANK  
CHI NHÁNH TỈNH THANH HÓA  
Chúc Mừng Năm Mới  
**2025**  
Quân Ấy Ấy



# GIẢI PHÁP KINH DOANH VẬN TẢI CHO CÁ NHÂN VÀ DOANH NGHIỆP

- PHÙ HIỆU**  
*Xe hợp đồng, taxi, tài, container,...*
- BẢO HIỂM XE**  
*Cấp thẻ bảo hiểm bắt buộc (TND5), tự nguyện (VCX)...*
- GIÁM SÁT HÀNH TRÌNH**  
*Lắp đặt thiết bị định vị, camera... hợp chuẩn*

- THUẾ/ PHÁP LÝ**  
*Tư vấn, ký kết hợp đồng, kê khai thuế, bảo hiểm cho thành viên*
- CHO THUÊ/ BẢO LÃNH MUA XE**  
*Kinh doanh xe hợp đồng, taxi, GrabCar, Xanh Platform, beCar...*

**GỌI NGAY: 08 9999 29 29**



CÔNG TY CỔ PHẦN ĐẦU TƯ CỬU LONG CORPORATION

41 Nguyễn Hiền, Q.Ninh Kiều, TP.Cần Thơ

www.cuulong.co

KẾT NỐI

**Vietcombank**

**Ngân hàng TMCP  
Ngoại thương Việt Nam**

**Chúng niềm tin  
Vững tương lai**

Website: [www.vietcombank.com.vn](http://www.vietcombank.com.vn);  
Trung tâm hỗ trợ khách hàng: 1900 54 54 13



# SỞ Y TẾ THANH HÓA BỆNH VIỆN PHỤ SẢN THANH HÓA

Địa chỉ: 183 Hải Thượng Lãn Ông, phường Quảng Thắng, thành phố Thanh Hóa  
Điện thoại: 02373.950.332

Bệnh viện Phụ sản Thanh Hóa là bệnh viện chuyên khoa hạng I, với quy mô 500 giường bệnh, bao gồm 12 khoa lâm sàng, 6 khoa cận lâm sàng và 8 phòng chức năng. Hiện nay, bệnh viện sở hữu đội ngũ cán bộ chuyên môn cao, tay nghề vững vàng và đầy tâm huyết, với hàng trăm cán bộ có trình độ thạc sĩ, bác sĩ chuyên khoa II, bác sĩ chuyên khoa I, cùng nhiều bác sĩ, điều dưỡng và kỹ thuật viên.

Bệnh viện Phụ sản Thanh Hóa trên đà phát triển

Bệnh viện đã triển khai nhiều kỹ thuật cao như cắt tử cung qua nội soi, các kỹ thuật hỗ trợ sinh sản như thụ tinh trong ống nghiệm và kỹ thuật phôi thoát màng... Chất lượng khám chữa bệnh và điều trị luôn được đặt lên hàng đầu.

Trong quá trình phát triển, bệnh viện đã được trao tặng nhiều phần thưởng cao quý:

- Huân chương Lao động hạng Ba (1994)
- Huân chương Lao động hạng Nhì (1998)
- Huân chương Lao động hạng Nhất (2003)
- Huân chương Độc lập hạng Ba (2011)
- Bảng khen của Thủ tướng Chính phủ (2002)
- Danh hiệu "Bệnh viện bạn hữu trẻ em"...

Với sự nỗ lực không ngừng để hoàn thành sứ mệnh chăm sóc sức khỏe cho bà mẹ và trẻ sơ sinh trong tỉnh, Bệnh viện Phụ sản Thanh Hóa ngày nay đã trở thành một thương hiệu uy tín, là nơi bệnh nhân gửi trọn niềm tin.

## Mừng Xuân Ất Tỵ 2025



KẾT NỐI

**KHO ĐÁ MINH KHÁNH**  
Địa chỉ: 01 Quốc lộ 1A, khu phố Bình Đường 2, Di An, Bình Dương | Bán hàng: 0937 572 666

CÔNG TY TNHH THƯƠNG MẠI DỊCH VỤ ĐÁ  
**MINH KHÁNH**

Mã số thuế: 0313909266  
SĐT: 093.7572666 - 093.7760123



# VUA CUA ĐẲNG QUÂN

## MANG HẢI SẢN ĐẾN MỌI GIA ĐÌNH VIỆT

KẾT NỐI




 DT: 0922 09 09 79  
 - GOOGLE MAPS  
 /tandaohoadao



FOOD & BEER

# TÂN ĐÀO HOA ĐẢO

NƠI TRẢI NGHIỆM KHÔNG GIAN ẨM THỰC ĐẶC SẮC TẠI CẦN THƠ

SÀNH MỞ THOÁNG MẮT

SÀNH TIỆC & HỘI NGHỊ

HỆ THỐNG CÁC PHÒNG VIP



OPEN: 09:30 AM - 04:00 AM. ĐỊA CHỈ: TRẦN QUANG KHẢI, CÁI KHÉ, NINH KIỀU, TP. CẦN THƠ. HOTLINE: 0922 09 09 79 - 0981 961 561.



KẾT NỐI

## Khách sạn đẳng cấp 5 sao bên bờ biển Mỹ Khê, Đà Nẵng

**T**ọa lạc trên bãi biển Mỹ Khê, cách trung tâm thành phố chỉ năm phút lái xe, khách sạn Grand Tourane 5\* chào đón quý khách với không gian nghỉ ngơi được thiết kế trang nhã, gồm các dịch vụ chuyên nghiệp và chu đáo.

Từ 188 phòng nghỉ hiện đại với tầm nhìn tuyệt đẹp ra biển Mỹ Khê hay thành phố nhộn nhịp, khách sạn là sự lựa chọn hoàn hảo cho mọi kì nghỉ. Hãy lựa chọn Grand Tourane để tận hưởng và trải nghiệm các dịch vụ đẳng cấp 5 sao.

*Grand Tourane Hotel*

Hotel & Resort

+84 235 3757 666

# HADANA Boutique

Stay Boutique - Feel Unique

KẾT NỐI



### HADANA Boutique Resort Hoi An

Chỉ cách Phố cổ Hội An 700m, **Hadana Boutique Resort Hoi An** gói gém sự độc đáo của di sản và văn hóa của Hội An để tạo nên một sự quyến rũ và thanh bình đặc biệt. Năm 2023, sau quá trình nâng cấp, khu nghỉ dưỡng có 95 phòng tiện nghi với thiết kế tinh tế cùng dịch vụ khách hàng tiêu chuẩn cao. Đến **Hadana Boutique Resort Hoi An** để trải nghiệm du lịch và tận hưởng vẻ đẹp của Phố Hội.



### HADANA Boutique Hotel Da Nang

Cách cầu sông Hàn 500m, cách bãi biển Mỹ Khê 1km, **HADANA Boutique Hotel Da Nang** với tiêu chuẩn 3 sao là sự lựa chọn hoàn hảo cho chuyến du lịch nghỉ dưỡng hoặc công tác tới Đà Nẵng, với 52 phòng khách sạn trang trí thanh lịch, hệ thống tiện ích gồm spa, hồ bơi, nhà hàng. Sẵn sàng đáp ứng nhu cầu của bạn khi lưu trú tại thành phố biển xinh đẹp.



### HADANA Boutique

là chuỗi khách sạn và resort "Boutique" tại Đà Nẵng và Hội An, nằm ở những vị trí đặc địa gần các điểm du lịch nổi tiếng. Chúng tôi tự hào về phong cách phục vụ chân thành và tận tâm, cam kết mang đến cho bạn trải nghiệm đáng nhớ.



### Dịch vụ khách hàng

- Airport Transfer
- GYM
- Laundry
- Full Service
- Tour & Ticket
- Lounge
- Pool
- Spa
- Free Bicycle
- Bar



### Thông tin khuyến mãi:

**HADANA BOUTIQUE RESORT HOI AN**  
 A: 538 Cua Dai st, Cam Chau, Hoi An, Quang Nam  
 T: +84 235 3757 666  
 E: info@hadanahoiانresort.com  
 W: hadanahoiانresort.com

**HADANA BOUTIQUE HOTEL DA NANG**  
 A: H01-04.05.06 Phạm Văn Đồng st, Sơn Trà, Đà Nẵng  
 T: +84 236 3923 666  
 E: info@hadanaboutiquedانang.com  
 W: hadanaboutiquedانang.com

# BIDV

# 2025 Ất Ty

## Xuân AN KHANG ĐẾN Tết PHÚ QUÝ VỀ

Năm mới Ất Ty 2025 đang đến, mang theo sức sống mãnh liệt của mùa Xuân cùng niềm tin vững chắc vào sự khởi đầu của kỷ nguyên vươn mình thịnh vượng, BIDV xin trân trọng gửi đến Quý khách hàng lời chúc mừng năm mới tốt đẹp nhất!

Chúng tôi mong rằng, mỗi ngày trong năm Ất Ty 2025 sẽ là một ngày tràn đầy an Khang, phú quý ngập tràn và thành công rực rỡ đến với Quý khách hàng. BIDV trân trọng từng cơ hội được cùng Quý khách hàng vun đắp niềm tin, tiên phong kiến tạo những giá trị vững bền, đồng hành trên hành trình chinh phục ước mơ, phụng sự vì sự phát triển của xã hội và đất nước.

Kính chúc Quý khách hàng năm mới mạnh khỏe, an vui và thịnh vượng!

Vững bước Tiên phong - Đồng hành Phát triển

☎ 1900 9247 🌐 bidv.com.vn 📱 BIDVbankvietnam



# *Xuân* *Ất Ty 2025*

**THACO CHULAI**

HỆ SINH THÁI CÔNG NGHIỆP ĐA NGÀNH THẾ HỆ MỚI  
PHÁT TRIỂN XANH, THÔNG MINH, BỀN VỮNG VÀ HIỆN ĐẠI

*Kính Chúc*

**QUÝ ĐỐI TÁC, KHÁCH HÀNG  
NĂM MỚI AN KHANG, THỊNH VƯỢNG**