

TĂNG TRƯỞNG KINH TẾ QUÝ I/2025

Công nghiệp vẫn là “át chủ bài”

Tăng trưởng GDP quý I/2025 có đóng góp tích cực từ nhiều địa phương, nơi công nghiệp trở thành động lực chủ đạo. Từ đó, mở ra kỳ vọng hiện thực hóa mục tiêu tăng trưởng 8% trở lên.

Trang 5



Bộ trưởng Bộ Công Thương Nguyễn Hồng Diên - Chủ tịch Hội đồng Thương hiệu quốc gia Việt Nam - phát biểu tại Lễ công bố sản phẩm đạt Thương hiệu quốc gia Việt Nam lần thứ 9

NGÀY THƯƠNG HIỆU VIỆT NAM 20/4 Từ mùa Xuân đại thắng đến mùa Xuân kiến tạo thương hiệu

50 năm sau mùa Xuân 1975, Việt Nam cần một cuộc tổng tiến công mới - kiến tạo thương hiệu quốc gia bằng đổi mới, sáng tạo và lòng tử tế của chính người Việt.

Trang 2

Vụ sữa giả: Đừng gán sai trách nhiệm của Bộ Công Thương

- Vụ sữa giả 500 tỷ đồng là hồi chuông cảnh báo nhưng các luồng dư luận cần được soi chiếu bằng luật pháp. Việc quy trách nhiệm cho Bộ Công Thương hay Sở Công Thương Hà Nội với luận điệu 4 năm không kiểm tra sữa giả là sai về thẩm quyền, nguy hiểm về nhận thức.

Trang 4

LÂM VỸ SƠN



Mục tiêu cao nhất của công tác quản lý thị trường đó là bảo vệ quyền lợi chính đáng của người tiêu dùng

Ảnh: Quỳnh Lưu



NGÀNH DỆT MAY

“Xanh hóa” để chinh phục thị trường EU

Trang 6

Liên kết doanh nghiệp ngày càng quan trọng



Trang 7

Khi lịch sử “bị làm phiền” và bài học về lòng biết ơn

Trang 3

Học trong MỘT PHÚT

Thương trường là chiến trường

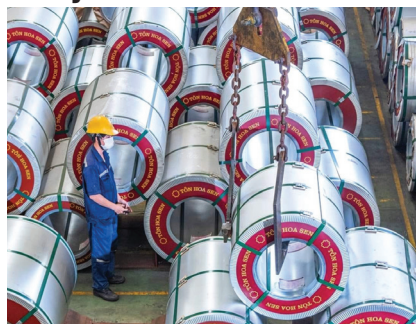
Trang 7

Vĩnh Phúc lan tỏa phong trào tiết kiệm điện

Trang 10

DOANH NGHIỆP TƯ NHÂN

Lực đẩy cho ngành thép chuyển mình



Trang 5



Những công trình bắc nhịp cầu hướng tới tương lai

QUANG LỘC

Đúng dịp cả nước hướng về ngày lễ lớn, kỷ niệm 50 năm Ngày giải phóng miền Nam, thống nhất đất nước (30/4/1975 - 30/4/2025), Chính phủ đã đồng loạt khởi công 47 dự án và khánh thành 33 dự án trên cả nước với tổng vốn đầu tư khoảng 445.000 tỷ đồng. Tổng vốn khởi công 305.000 tỷ đồng, tổng vốn các dự án khánh thành là 140.000 tỷ đồng.

Trong đó, có 40 dự án thuộc lĩnh vực giao thông; 12 dự án xây dựng công nghiệp và dân dụng; 12 dự án giáo dục, 9 dự án văn hóa - xã hội; 5 dự án y tế cộng đồng và 2 dự án công trình thủy lợi.

Đây là lần đầu tiên, việc tổ chức khởi công và khánh thành nhiều công trình kinh tế - xã hội được tổ chức mang tính đồng loạt, đồng bộ trên phạm vi cả nước, trải dài từ Bắc vào Nam.

Sự kiện hết sức có ý nghĩa này mang tinh thần “thần tốc, táo bạo” và sức mạnh của những đoàn quân lớn hướng tới những trận quyết chiến chiến lược cuối cùng đúng 50 mùa Xuân trước để hoàn thành mục tiêu giải phóng miền Nam, thống nhất đất nước, thỏa lòng mong đợi của Bác, khát vọng của biết bao thế hệ người Việt Nam về một đất nước Việt Nam “đàng hoàng hơn, to đẹp hơn”.

Xem tiếp trang 7

50 năm sau mùa Xuân 1975, Việt Nam cần một cuộc tổng tiến công mới – kiến tạo thương hiệu quốc gia bằng đổi mới, sáng tạo và lòng tử tế của chính người Việt.

➤ NGUYỄN MINH



Lễ công bố sản phẩm đạt Thương hiệu Quốc gia Việt Nam năm 2024

Ảnh: Cán Dũng

NGÀY THƯƠNG HIỆU VIỆT NAM 20/4

Từ mùa Xuân đại thắng đến mùa Xuân kiến tạo thương hiệu

Mùa Xuân đổi mới thương hiệu

30/4/1975 là dấu mốc vĩ đại của dân tộc. Đó là chiến thắng của lòng yêu nước, trí tuệ Việt Nam và khát vọng độc lập, thống nhất. Nhưng như Đại tướng Võ Nguyên Giáp từng nói với thế hệ trẻ: “Cha anh đã rửa nỗi nhục mất nước, thế hệ hôm nay phải rửa nỗi nhục nghèo nàn, lạc hậu”.

Ngày nay, Việt Nam đã vươn lên thành quốc gia có tốc độ phát triển ấn tượng, nhưng vẫn còn một “cuộc chiến mềm” mà chúng ta chưa giành thắng lợi: Xây dựng thương hiệu quốc gia.

Tại Việt Nam, trước năm 1986, “thương hiệu” gần như là một khái niệm “chưa tồn tại” do nền kinh tế còn nhỏ bé, doanh nghiệp chủ yếu tập trung vào thị trường nội địa, chưa có sự giao thương, xuất khẩu với các nước trên thế giới.

Từ thời kỳ đổi mới đến nay, khái niệm “thương hiệu quốc gia” bắt đầu được trao đổi, vận dụng phổ biến ở Việt Nam, trước hết trong lĩnh vực thương mại, xuất nhập khẩu, sau đó từng bước mở rộng ra lĩnh vực văn hóa - du lịch, truyền thông và công nghệ.

Năm 2003, Việt Nam đã khởi xướng “Chương trình Thương hiệu Quốc gia” theo Quyết định số 253/2003/QĐ-TTg ngày 25/11/2003 của Thủ tướng Chính phủ về việc phê duyệt Đề án xây dựng và phát triển thương hiệu quốc gia đến năm 2010. Đây là chương trình xúc tiến thương mại đặc thù, dài hạn và duy nhất của Chính phủ gắn với 3 giá trị: “Chất lượng - Đổi mới, sáng tạo - Năng lực tiên phong”, với mục đích quảng bá hình ảnh quốc gia, xây dựng thương hiệu quốc gia thông qua thương hiệu sản phẩm.

Bộ Công Thương là cơ quan thường trực, chịu trách nhiệm phối hợp với các bộ, ngành triển khai chương trình nhằm mục tiêu xây dựng và quảng bá hình ảnh đất nước Việt Nam là quốc gia có hàng hóa, dịch vụ chất lượng, tạo dựng uy tín và nâng cao sức cạnh tranh cho các doanh nghiệp Việt Nam trên thị trường trong nước và quốc tế.

Đến năm 2008, Thủ tướng Chính phủ đã quyết định lấy ngày 20/4 hằng năm là ngày Thương hiệu Việt Nam nhằm tôn vinh, quảng bá thương hiệu và hình ảnh Việt Nam, đồng thời quy tụ, khơi dậy nỗ lực của các ngành, các cấp và nhiệt huyết của cộng đồng doanh nghiệp trong công cuộc xây dựng thương hiệu doanh nghiệp nói riêng và Thương hiệu Quốc gia Việt Nam nói chung trong công cuộc xây dựng và phát triển đất nước.

Không chỉ là logo - Thương hiệu quốc gia là khí phách dân tộc

“Thương hiệu Quốc gia” không chỉ là định danh trên bản đồ kinh tế, không phải khẩu hiệu trên truyền thông. Đây là hình ảnh sống động về một đất nước trong tâm trí người dân toàn cầu.

Trong bài viết rất hay mang tên “Vườn mình trong hội nhập quốc tế” mới đây, Tổng Bí thư Tô Lâm khẳng định: “Khuyến khích doanh nghiệp Việt Nam đầu tư, kinh doanh có hiệu quả ở nước ngoài, xây dựng các thương hiệu quốc gia mang tầm quốc tế”. Đó là mệnh lệnh hiệu triệu để tiếp tục hành trình từ “giải phóng dân tộc”, đổi mới, công nghiệp hóa sang “vươn mình sáng tạo, kiến tạo hình ảnh quốc gia”.

Những điểm sáng thương hiệu

Theo Brand Finance, công cụ uy tín hàng đầu thế giới về đánh giá thương hiệu quốc gia, Việt Nam là quốc gia có tốc độ tăng trưởng giá trị thương hiệu nhanh nhất thế giới 2019-2023, tăng 102%, đạt 498,13 tỷ USD, xếp thứ 33 toàn cầu. Năm 2024, giá trị thương hiệu quốc gia Việt Nam đã đạt mốc 507 tỷ USD, tăng 4,6% so với năm 2023, giúp Việt Nam tăng thêm một bậc, xếp hạng 32 trên toàn cầu.

Trên bản đồ ấy, đã có những ánh sao Việt đang chiếu sáng: Viettel, thương hiệu viễn thông Việt Nam, có giá trị gần 9 tỷ USD, đứng thứ 241 toàn cầu, là thương hiệu Đông Á mạnh thứ hai (không tính



Gian hàng của doanh nghiệp đạt Thương hiệu Quốc gia Việt Nam 2024

Ảnh: MOIT

Ngày 20/4 - Ngày Thương hiệu Việt Nam - được chọn không chỉ để vinh danh thành quả, mà để thúc giục cả dân tộc cùng hành động.

Trung Quốc). Không chỉ dẫn đầu công nghệ, Viettel là biểu tượng của tư duy hiện đại, cam kết số hóa và phát triển bền vững.

TH True Milk không chỉ là sữa. Đó là mô hình nông nghiệp tử tế - dùng điện mặt trời, xử lý chất thải, không kháng sinh - đạt chuẩn quốc tế. Một thương hiệu tử tế từ gốc rễ, đang tạo nên hình ảnh “Việt Nam sạch, thông minh và đáng tin”.

Những doanh nghiệp này không chỉ “bán hàng”, họ tạo ra niềm tin yêu vào Việt Nam.

Truyền thông - báo chí: Phải là người kể chuyện quốc gia

Chúng ta không thiếu thành tựu. Nhưng chúng ta đang thiếu cách kể câu chuyện của mình.

Chiến dịch “GREAT Britain” của Anh mang lại hơn 60 triệu bảng đầu tư, 400 triệu bảng học phí quốc tế chỉ nhờ kể

chuyện “Vương quốc Anh tuyệt vời”. Mông Cổ năm 2023 triển khai chiến dịch “Go Mongolia” để thay đổi hình ảnh khai thác mỏ thành quốc gia sáng tạo, xanh.

Việt Nam cần một chiến dịch như thế. Và báo chí, truyền thông phải là chủ lực: Kể chuyện doanh nghiệp. Kể chuyện đất nước - bằng dữ liệu, cảm xúc, niềm tin và sự tử tế.

Trách nhiệm của từng người dân

Không ai yêu thương hiệu Việt hơn người Việt. Không ai có thể xây Việt Nam mạnh bằng chính chúng ta.

Mỗi hành vi xả rác - là phá thương hiệu quốc gia. Mỗi lần đưa tin sai, bóp méo trên mạng - là làm tổn thương hình ảnh đất nước.

Ngược lại, mỗi lời tử tế, sản phẩm tốt, tác phong chuyên nghiệp - là một viên gạch xây thương hiệu Việt.

Nếu chiến thắng 30/4 là điểm kết thúc một cuộc chiến, thì ngày Thương hiệu Việt Nam là điểm khởi đầu của một hành trình: Đưa Việt Nam từ hiện diện sang uy tín, từ gia công sang sáng tạo, từ bị nhận diện sang chủ động định hình.

Đó là mùa Xuân của ý chí mới - ý chí làm cho Việt Nam tỏa sáng năm châu. ■

Khi lịch sử “bị làm phiền” và bài học về lòng biết ơn

➤ ĐẠI BÀNG

Hai người trẻ than phiền vì đại lễ 30/4 khiến mất ngủ, tắc đường. Một người lính già khoác quân phục, cắm cờ đỏ sau xe, vượt hơn ngàn cây số vào Nam để dự đại lễ. Hai hình ảnh. Hai thế hệ. Một lời cảnh báo.

Khi “tiếng máy bay” trở thành sự khó chịu

Sau vụ một MC nữ cảm thấy “không tự hào” và “rất phiền”, người mẫu kiêm ca sĩ Lê Trung Cương cũng khiến nhiều đồng nghiệp, khán giả bức xúc khi có bài đăng nói về sự kiện mừng đại lễ 30/4. Trên trang cá nhân, Lê Trung Cương viết: “Mong đại lễ này qua mau giúp. Bắt đầu thấy mệt mỏi với kẹt xe, chặn đường, máy bay quân sự âm ầm trên đầu mỗi sáng”.

Những phát ngôn tưởng như vô thưởng vô phạt ấy lại thổi bùng giận dữ cộng đồng. Không phải vì kẹt xe hay tiếng ồn, mà vì sự thiếu vắng lòng biết ơn, sự thiếu hiểu biết về giá trị lịch sử của ngày mà cả dân tộc lấy làm thiêng liêng, ngày thống nhất đất nước sau bao nhiêu máu xương tổn thất. Sau sự việc trong bài viết mang danh nghĩa bảo vệ pháp lý, trang Facebook mang tên luật sư Luân Lê đã đưa ra quan điểm: “Luật pháp không cho phép trừng phạt cảm xúc”, và rằng những phát ngôn như của các bạn trẻ “chỉ là bộc lộ nội tâm, không đáng bị chỉ trích”.

Cùng thời điểm ấy, mạng xã hội lan truyền một hình ảnh khác. Cụ Trần Văn Thanh (77 tuổi, TP. Vinh, Nghệ An) rời khỏi nhà từ ngày 17/4, bắt đầu hành trình tự lái xe máy vào TP. Hồ Chí Minh để được hòa mình vào sự kiện trọng đại của đất nước (30/4/1975 - 30/4/2025) với lá cờ đỏ sao vàng rực rỡ treo sau xe máy.

Cụ không than kẹt xe. Không sợ đường xa. Không cần ống kính. Cụ chỉ lặng lẽ đi như một lời hẹn với đồng đội đã nằm lại đầu đống giữa rừng già năm 1975. Như một lời chào muộn với TP. Hồ Chí Minh ngày thống nhất. Như một khúc tưởng niệm không lời, mà cả dân tộc xúc động.

Không cần phân tích quá dài. Một bên là sự vô cảm thời hiện



Người dân TP. Hồ Chí Minh và muôn triệu người con đất Việt tràn ngập niềm vui, lòng tự hào và biết ơn hướng về đại lễ kỷ niệm 50 năm Thống nhất đất nước
Ảnh: Ngọc Duong

đại, bên kia là ký ức sống động của lịch sử. Một bên coi ngày đại lễ là “phiên phức”. Bên kia xem đó là thiêng liêng cần tri ân. Đây không còn là chuyện phát ngôn. Mà là biểu hiện của sự mất gốc, rạn vỡ truyền thống khi một bộ phận giới trẻ bắt đầu quên mất rằng mình đang sống trên nền hòa bình, mà cha ông đã trả bằng máu.

Biết ơn - văn hóa toàn cầu

Sự tôn kính với thế hệ đi trước là một giá trị văn hóa phổ quát toàn cầu - chứ không phải chuyện “cổ hủ” như một số người trẻ ngộ nhận

Ở Nga, ngày Chiến thắng phát xít 9/5 là quốc lễ. Mọi kênh truyền hình, đường phố, quảng trường đều ngập cờ đỏ để tưởng nhớ 27 triệu người Nga đã ngã xuống trong Thế chiến II. Các cụ cựu binh được vinh danh như anh hùng sống - trẻ em tặng hoa, xếp hàng xin chụp ảnh.

Còn ở Mỹ, Memorial Day (Ngày tưởng niệm binh sĩ) là dịp để người Mỹ nghỉ lễ, treo cờ rủ, đặt hoa ở nghĩa trang liệt sĩ. Hàng ngàn bài diễn văn, show truyền hình, sự

kiện cộng đồng tất cả để nhắc nhở: “Freedom isn’t free - Tự do không phải thứ có sẵn”. Vào ngày này, chính quyền và người dân cũng sẽ tổ chức tuần hành khắp đường phố với mục đích vinh danh những anh hùng dân tộc đã hy sinh khi phục vụ đất nước Hoa Kỳ. Chính các hoạt động tìm hiểu lịch sử hoặc tuần hành đã đem lại không khí sôi nổi và tạo nên một nét văn hóa độc đáo trong ngày lễ Memorial Day.

Ở Hàn Quốc, trong Ngày Hyun Choong II tưởng niệm anh hùng liệt sĩ, học sinh phải đứng mặc niệm, cả quốc gia ngừng 1

phút, chuông nhà thờ, nhà ga đều vang lên cùng lúc. Truyền hình quốc gia phát phim tài liệu tri ân.

Cần phản biện kịp thời

Những phát ngôn thiếu suy nghĩ từ người nổi tiếng như trên là không thể chấp nhận khi họ có lượng người theo dõi lớn, ảnh hưởng đến tư duy và hệ giá trị của giới trẻ. Khi họ tỏ thái độ dửng dưng với lịch sử, họ vô tình cổ súy một lối sống thờ ơ, phi truyền thống, coi nhẹ cội nguồn. Nếu không được phản biện kịp thời, điều này sẽ trở thành lệch chuẩn văn hóa

ngầm, khó sửa chữa. Trở lại với lập luận trong bài viết trên trang mang tên một luật sư, không ai trừng phạt cảm xúc - chỉ có cộng đồng phản ứng với biểu hiện thiếu trách nhiệm công dân. Đó không phải là luật hình sự, mà là chuẩn mực văn hóa, là phản xạ đạo đức xã hội mà bất cứ quốc gia nào cũng có, từ Việt Nam đến Mỹ, Nga, Nhật. Thừa luật sư, không ai bắt người trẻ phải “yêu nước kiểu giáo điều”. Nhưng khi họ xúc phạm lịch sử, phủ nhận ký ức, thờ ơ với những hy sinh thì họ không chỉ bày tỏ cảm xúc, mà đã đạp lên nền đạo lý cộng đồng. ■

Luật pháp không điều chỉnh cảm xúc. Nhưng luân lý, văn hóa, lương tri dân tộc thì có. Và điều đó không phải “trừng phạt”, mà là cơ chế tự vệ xã hội trước những biểu hiện lệch chuẩn đang ngày càng lan nhanh trong thời đại mạng xã hội. Phát ngôn lệch chuẩn không thể trốn sau tấm khiên “cảm xúc riêng tư”.

Người trẻ hôm nay không cần phải mặc áo lính, không cần phải “diễn tập yêu nước”. Nhưng cần một thái độ đúng mực với lịch sử, với ký ức của dân tộc. Yêu nước không phải là khẩu hiệu. Đó là biết trân trọng quá khứ, cư xử văn minh với hiện tại và có trách nhiệm với tương lai.

Đừng để sự vô cảm trở thành căn bệnh quốc dân. Hãy biến lòng biết ơn thành sức mạnh văn hóa.

Vụ sữa giả: Đừng gán sai trách nhiệm của Bộ Công Thương

Vụ sữa giả 500 tỷ đồng là hồi chuông cảnh báo nhưng các luồng dư luận cần được soi chiếu bằng luật pháp. Việc quy trách nhiệm cho Bộ Công Thương hay Sở Công Thương Hà Nội với luận điệu 4 năm không kiểm tra sữa giả là sai về thẩm quyền, nguy hiểm về nhận thức.

► LÂM VỸ SON

Bộ Công Thương có trách nhiệm quản lý đối với nhóm sản phẩm sữa chế biến thông thường, không bao gồm các sản phẩm bổ sung vi chất dinh dưỡng, thực phẩm chức năng, hay dược phẩm có thành phần dinh dưỡng đặc biệt, các sản phẩm này hiện nay do Bộ Y tế quản lý.

Theo quy định pháp luật hiện hành, Bộ Công Thương chỉ có thể tiến hành kiểm tra đối với các doanh nghiệp này khi phát hiện dấu hiệu vi phạm trong phạm vi chức năng, nhiệm vụ được giao.

Trả lời báo chí, bà Nguyễn Kiều Oanh - Phó giám đốc Sở Công Thương Hà Nội - nhấn mạnh, do không phải là đơn vị có quyền quản lý nhà nước đối với các sản phẩm sữa do Công ty CP Dược phẩm Quốc tế Rance Pharma, Công ty Cổ phần Dinh dưỡng Hacofood Group sản xuất, Sở Công Thương không tiếp nhận hồ sơ tự công bố đối với các sản phẩm sữa của 2 công ty này.

Đồng thời, do đây là các doanh nghiệp thuộc thẩm quyền quản lý chuyên ngành của ngành y tế, theo quy định của pháp luật hiện hành thì Sở Công Thương không được thực hiện thanh tra chuyên ngành, kiểm tra định kỳ hay hậu kiểm đối với hoạt động sản xuất và cung ứng sản phẩm thực phẩm của hai doanh nghiệp này.

Công chức chỉ được làm những gì pháp luật cho phép

Trong hệ thống hành chính

Việt Nam, nguyên tắc công chức chỉ được làm những gì pháp luật cho phép đã được ghi nhận trong Luật. Việc vượt quyền kiểm tra sai thẩm quyền đối với doanh nghiệp y tế có thể bị kiện, bị xử lý kỷ luật hoặc chịu trách nhiệm hành chính nghiêm trọng.

Vì thế, các cơ quan truyền thông người dùng mạng xã hội cần hiểu rõ: Việc quy trách nhiệm sai đối tượng không những khiến việc xử lý thiếu hiệu quả mà còn gây xói mòn niềm tin vào hệ thống; không phát huy được vai trò báo chí trong phản biện xã hội, giúp nâng cao hiệu quả quản lý.

Phản biện xã hội là tốt nhưng phản biện phải đặt trên nền tảng hiểu biết pháp luật. Một nền hành chính hiện đại cần công chức tuân thủ pháp luật và người dân truyền thông giám sát đúng đối tượng.

Việc quy chụp trách nhiệm cho một cơ quan không có chức năng là bất công với những người làm đúng nhiệm vụ của mình, đồng thời gây áp lực dư luận sai địa chỉ dẫn đến lúng túng trong phối hợp xử lý. ■

Hãy làm đúng nói đúng và phản biện đúng. Đó là cách chúng ta bảo vệ xã hội mình bạch pháp quyền thay vì chỉ hô khẩu hiệu đạo đức hay gõ phím theo cảm tính.



Kiểm đếm đối với hàng ngàn sản phẩm sữa bột giả các loại bị thu giữ

Ảnh: CAND

Nỗ lực và kịp thời

Sau khi vụ việc sữa giả 500 tỷ đồng bị triệt phá và dư luận hết sức quan tâm, Bộ Công Thương trong phạm vi trách nhiệm của mình đã kịp thời lên tiếng thông tin về công tác quản lý, phối hợp quản lý.

Trong Công điện hỏa tốc số 2755 ngày 18/4, Bộ trưởng Bộ Công Thương Nguyễn Hồng Diên trong vai trò Phó Trưởng Ban chỉ đạo 389 quốc gia, yêu cầu UBND các tỉnh, thành phố bám sát diễn biến của thị trường, kịp thời tổng hợp, báo cáo Bộ Công Thương về tình hình biến động của thị trường hàng hóa thiết yếu phục vụ nhu cầu sản xuất, kinh doanh và đời sống nhân dân, đặc biệt là những mặt hàng có ảnh hưởng trực tiếp đến sức khỏe người dân.

Chỉ đạo các cơ quan chức năng khẩn trương rà soát, kiểm tra việc chấp hành pháp luật của các cơ sở kinh doanh thuốc, thực phẩm bảo vệ sức khỏe trên địa bàn, thu hồi các loại thuốc giả, thực phẩm bảo vệ sức khỏe giả đã được phát hiện, xử lý nghiêm các trường hợp vi phạm theo đúng quy định.

Thế nhưng, ở một số bài viết và trang mạng xã hội lại đề cập những thông tin không đúng bản chất, khiến dư luận hiểu sai như đặt câu hỏi: Vai trò quản lý của ngành Công Thương ở đâu hay vì sao Sở Công Thương Hà Nội 4 năm liền không kiểm tra 2 doanh nghiệp liên quan tới sữa giả trong vụ án? Thậm chí có cả trang mạng nhân cơ hội này xuyên tạc, phủ nhận vai trò quản lý và nỗ lực của Chính phủ, các bộ, ngành.

Cần hiểu đúng Nghị định số 15 của Chính phủ

Theo Nghị định số 15/2018/NĐ-CP của Chính phủ về hướng

dẫn thi hành Luật An toàn thực phẩm thì các sản phẩm sữa công thức cho trẻ em, sữa dùng trong y tế thực phẩm dùng cho chế độ ăn đặc biệt đều nằm trong danh mục sản phẩm do Bộ Y tế chủ trì quản lý.

Xin được nhắc lại một phần trong Điều 37 của Nghị định đã nêu rất rõ: Bộ Y tế có trách nhiệm: Chủ trì, phối hợp với các Bộ, cơ quan ngang Bộ, Ủy ban nhân dân cấp tỉnh tổ chức thực hiện quản lý nhà nước về an toàn thực phẩm theo phân công tại Nghị định này. Ban hành theo thẩm quyền hoặc trình cấp có thẩm quyền ban hành văn bản quy phạm pháp luật, tiêu chuẩn, quy chuẩn kỹ thuật quốc gia về an toàn thực phẩm đối với các nhóm sản phẩm thực phẩm do Bộ Y tế được phân công quản lý.

Hướng dẫn chuyên môn nghiệp vụ về kiểm tra an toàn thực phẩm; tổ chức thanh tra, kiểm tra, giải quyết khiếu nại, tố cáo, xử lý vi phạm pháp luật về an toàn thực phẩm theo quy định.

Hướng dẫn việc ghi nhãn thực phẩm theo thẩm quyền; công bố hợp quy, công bố phù hợp quy định an toàn thực phẩm; tiếp nhận bản công bố sản phẩm, cấp Giấy tiếp nhận đăng ký bản công bố sản phẩm, Giấy chứng nhận cơ sở đủ điều kiện an toàn thực phẩm và các thủ tục hành chính khác thuộc phạm vi quản lý được phân công.

Tổ chức hệ thống thông tin, cơ sở dữ liệu, thống kê, báo cáo và quản lý rủi ro về an toàn thực phẩm đối với nhóm sản phẩm thuộc phạm vi quản lý.

Chủ trì tổ chức tuyên truyền, phổ biến, giáo dục pháp luật, cung cấp thông tin về an toàn thực phẩm đối với nhóm sản phẩm thuộc phạm vi được phân công quản lý.

Tổ chức đào tạo, bồi dưỡng chuyên môn nghiệp vụ về an toàn thực phẩm đối với nhóm sản phẩm thuộc phạm vi quản lý.

Đầu mối quốc gia về an toàn thực phẩm trong trao đổi thông tin với các tổ chức quốc tế.

Thông tin rõ ràng, trách nhiệm, xin đừng suy diễn

Quy định đã rõ ràng như vậy và ngay sau khi vụ án sữa giả chấn động dư luận được công bố, trước sự quan tâm của báo chí, công luận, ông Trần Hữu Linh, Cục trưởng Cục Quản lý và Phát triển thị trường trong nước, Bộ Công Thương đã trả lời báo chí cho biết, thẩm quyền quản lý nhà nước đối với các sản phẩm sữa được phân định rõ theo từng nhóm sản phẩm và cơ quan chuyên ngành.



Các sản phẩm sữa giả được phát hiện

Ảnh: VTV

TĂNG TRƯỞNG KINH TẾ QUÝ I/2025

Công nghiệp vẫn là "át chủ bài"

Tăng trưởng GDP quý I/2025 có đóng góp tích cực từ nhiều địa phương, nơi công nghiệp trở thành động lực chủ đạo. Từ đó, mở ra kỳ vọng hiện thực hóa mục tiêu tăng trưởng 8% trở lên.

> LAN ANH

Công nghiệp dẫn dắt tăng trưởng

Quý I/2025 khép lại với bức tranh tăng trưởng sáng ở nhiều địa phương. Theo Cục Thống kê (Bộ Tài chính), có tới 43 địa phương có tốc độ tăng trưởng kinh tế cao hơn mức bình quân cả nước. Đặc biệt, 5 địa phương dẫn đầu là Bắc Giang (13,82%), Hòa Bình (12,76%), Nam Định (11,86%), Đà Nẵng (11,36%) và Lai Châu (11,32%) tất cả đều có một điểm chung: Công nghiệp là động lực chính cho tăng trưởng.

Không phải ngẫu nhiên Bắc Giang trở thành điểm sáng của quý I với chỉ số sản xuất công nghiệp tăng 26,58%, giá trị tăng thêm khu vực công nghiệp đạt 17,97% cao nhất trong ba khu vực, tỉnh này đang khẳng định vai trò trụ cột công nghiệp phía Bắc. Đòn bẩy đến từ việc hàng loạt nhà máy mới đi vào vận hành từ cuối năm 2024, duy trì sản xuất

ổn định, kéo doanh thu tăng gấp 2,5 - 3 lần so với cùng kỳ.

Tương tự, Hòa Bình vươn lên vị trí thứ 2 cả nước về tăng trưởng, với sự đóng góp chủ yếu từ khu vực công nghiệp đang được tỉnh chú trọng đầu tư. Nam Định cũng đạt mức tăng trưởng đáng nể 11,86%, trong đó công nghiệp và xây dựng đóng góp hơn 7,3 điểm phần trăm, minh chứng rõ nét cho hiệu ứng lan tỏa từ các khu công nghiệp.

Đà Nẵng, không chỉ giữ vững "phong độ" của quý IV/2024, mà còn ghi dấu bằng cú nhảy vọt quý I/2025 với mức tăng GRDP 11,36% cao nhất vùng Bắc Trung Bộ và duyên hải miền Trung. Công nghiệp, xây dựng tăng 17,6%, dịch vụ tăng 10,07%, cho thấy thành phố đang dần thiết lập lại thế cân bằng tăng trưởng.

Như vậy, các địa phương dẫn đầu cả nước về tăng trưởng quý I/2025 như Bắc Giang, Hòa Bình, Nam Định, Đà Nẵng và Lai Châu không chỉ là "điểm sáng" về tăng trưởng, mà còn là hình mẫu phát triển, hạt nhân liên kết vùng và là trụ cột trong quá trình thúc đẩy tăng trưởng cả nước để đạt mục tiêu 8% trong năm nay và đạt 2 con số trong kỷ nguyên mới.



Ngành công nghiệp là động lực chính đóng góp vào tăng trưởng kinh tế của tỉnh, Bắc Giang được coi là trụ cột công nghiệp phía Bắc. Ảnh: Bacgiangtv

Tạo động lực mới

Để đạt được tăng trưởng từ 8% trở lên như mục tiêu của năm 2025 đòi hỏi cần nhiều nỗ lực để thúc đẩy các ngành công nghiệp phát triển, nhất là đối với các địa phương.

TS Nguyễn Quốc Việt - chuyên gia chính sách công, Trường Đại học Kinh tế - Đại học Quốc gia Hà Nội - nhận định, việc chỉ số sản xuất công nghiệp tăng tại 59/63 địa phương là tín hiệu tích cực,

cho thấy công nghiệp đang quay lại "đường ray" tăng trưởng.

"Công nghiệp chế biến, chế tạo tăng tốt sẽ kéo theo đầu tư tư nhân, tạo việc làm, tăng thu nhập và từ đó lan tỏa sang khu vực dịch vụ - tiêu dùng nội địa", TS Nguyễn Quốc Việt nói.

Bức tranh tăng trưởng cũng cho thấy một chuyển động mới: Năm nay là lần đầu tiên KPI tăng trưởng được "giao khoán" xuống

địa phương, buộc các tỉnh, thành phải thực chất hóa chiến lược phát triển kinh tế.

Ông Bùi Huy Sơn - Vụ trưởng Vụ Kế hoạch, Tài chính và Quản lý doanh nghiệp (Bộ Công Thương) - nhấn mạnh, bên cạnh giải pháp thúc đẩy sản xuất công nghiệp gắn với tập trung tháo gỡ vướng mắc của các dự án công nghiệp và năng lượng trọng điểm, Bộ Công Thương cũng tích cực phối hợp với các bộ, ngành triển khai các giải pháp khuyến khích doanh nghiệp mở rộng đầu tư, kêu gọi các tập đoàn lớn, tập đoàn đa quốc gia đầu tư các dự án trọng điểm của quốc gia.

Đi vào giải pháp cụ thể, ông Nguyễn Ngọc Thành - Phó Cục trưởng Cục Công nghiệp (Bộ Công Thương) - cho biết, nhằm cụ thể hóa mục tiêu sản xuất công nghiệp tăng trưởng 2 con số, Bộ Công Thương tiếp tục thực hiện hiệu quả các chương trình làm việc với các địa phương và các chương trình hỗ trợ doanh nghiệp hiện có nhằm phát huy đà tăng trưởng của ngành công nghiệp tại các vùng kinh tế trọng điểm, tạo động lực tiếp tục thúc đẩy đà tăng trưởng công nghiệp trên phạm vi toàn quốc. ■

DOANH NGHIỆP TƯ NHÂN

Lực đẩy cho ngành thép chuyển mình

> DUY ANH

Với ngành thép, trong bối cảnh dư cung, áp lực xanh hóa và cạnh tranh toàn cầu, vai trò tiên phong của doanh nghiệp tư nhân ngày càng quan trọng. Thành phần kinh tế này đã thực sự linh xướng vai trò đầu tàu trong sản xuất, đổi mới công nghệ, nâng cao hiệu quả sản xuất, kinh doanh.

Phát huy vai trò "đầu tàu"

Theo Cục Công nghiệp (Bộ Công Thương), đối với ngành thép, trước khi có sự xuất hiện của các doanh nghiệp tư nhân, ngành thép chủ yếu dựa vào Tổng công ty Thép Việt Nam và các công ty con. Do đó, quy trình sản xuất các sản phẩm thép còn thô sơ, manh mún, chất lượng chưa cao, sản lượng thấp. Trước năm 2000, tổng sản lượng thép thô của cả nước chỉ đạt khoảng 100.000 tấn/năm. Tuy nhiên, sau khi đổi mới và mở cửa, việc sản xuất

thép và các sản phẩm từ thép đã có sự thay đổi rất đáng kể nhờ sự tham gia tích cực của các doanh nghiệp tư nhân như Hòa Phát, Hoa Sen, Việt Đức... Với tiềm lực vốn có, các doanh nghiệp này đã tập trung đầu tư vào công nghệ sản xuất tiên tiến, hoàn thiện dây chuyền sản xuất thép với các nhà máy công suất lớn. Từ đó, cho ra các sản phẩm chất lượng cao và đa dạng chủng loại.

Báo cáo của Cục Công nghiệp chỉ rõ, đến thời điểm hiện tại, vai trò của Tổng công ty Thép Việt Nam vẫn được duy trì, song, thị phần và phân khúc thị trường đã giảm đáng kể, nhường chỗ cho sự chiếm lĩnh của khối doanh nghiệp tư nhân.

Năm 2024, riêng 3 "đại diện" lớn của tư nhân Hòa Phát, Formosa và VAS Nghi Sơn đã sản xuất hơn 17 triệu tấn thép thô, gấp 5 lần sản lượng của Tổng công ty Thép Việt Nam.

Đánh giá về ngành thép, trao đổi với phóng viên Báo Công Thương, ông Trần Việt Hòa - Cục trưởng Cục Công nghiệp - cho biết, trong hành trình nâng cao vị thế thép Việt trên thế giới, doanh nghiệp tư nhân đã thể hiện được khả năng nắm bắt cơ hội và điều



Tập đoàn Hòa Phát phấn đấu tháng 5/2027 có sản phẩm đường ray đầu tiên. Ảnh minh họa: Tập đoàn Hòa Phát

chỉnh kịp thời để thích nghi với các tiêu chuẩn, yêu cầu gắt gao, từ đó vượt qua thách thức, nhất là rào cản thương mại khi tiếp cận những thị trường khó tính.

Cần "lá chắn" từ chính sách

Cục Công nghiệp cho biết, theo mục tiêu trong Chiến lược phát triển ngành thép đang được Bộ Công Thương xây dựng, đến năm 2030, công suất sản xuất thép của các nhà máy luyện kim trong nước tăng lên để đáp ứng nhu cầu

ngày càng tăng, đạt từ 40 - 45 triệu tấn mỗi năm; tốc độ tăng trưởng ngành thép bình quân hàng năm từ 5 - 7%; tiêu thụ thép 270 - 280 kg/người/năm.

Nêu giải pháp, ông Trần Việt Hòa cho biết, chính sách đầu tiên mà nhà nước cần chú trọng là phòng vệ thương mại. Bởi đây là chính sách chủ đạo để bảo vệ ngành sản xuất nội địa trước hàng hóa nhập khẩu ồ ạt hoặc bán phá giá. Hiện nay, Bộ Công Thương đã tích cực triển khai các biện pháp

áp dụng thuế chống bán phá giá, chống trợ cấp, tự vệ với thép và các sản phẩm từ thép như tôn mạ.

"Ngoài Bộ Công Thương, Bộ Khoa học và Công nghệ cũng cần sớm vào cuộc để nghiên cứu, đề xuất các biện pháp khoa học, kỹ thuật đối với sản phẩm hàng hóa trong nước. Chúng ta cần có một chính sách phòng vệ đồng bộ, hiệu quả từ các bộ, ngành trong bối cảnh cạnh tranh ngày càng khó khăn như hiện nay để phát triển sản xuất trong nước, nhất là với ngành thép" - lãnh đạo Cục Công nghiệp chỉ ra.

Để ngành thép phát triển sâu hơn, nhà nước cần hỗ trợ đổi mới công nghệ và chuyển đổi số cho doanh nghiệp. Những năm gần đây, chính sách này đang được đẩy mạnh trên nhiều phương diện, nhằm nâng cao năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp nội địa, hiện đại hóa sản xuất và xây dựng nền kinh tế số. Đặc biệt, Nghị quyết 57-NQ/TW ngày 22/12/2024 của Bộ Chính trị có vai trò rất quan trọng và mang tính định hướng chiến lược đối với sự phát triển khoa học, công nghệ, đổi mới sáng tạo và chuyển đổi số quốc gia trong thời kỳ mới. ■

Bưởi Việt Nam chính thức lên kệ siêu thị Hàn Quốc

► ĐỒ NGÀ

Lễ ra mắt sản phẩm trái cây Việt Nam mới đây được diễn ra tại Lotte Mart Jamsil (Hàn Quốc) với sự tham dự của đại diện Thương vụ Việt Nam tại Hàn Quốc, lãnh đạo Công ty Hoàng Huy - đơn vị tiên phong xuất khẩu bưởi sang thị trường này, cùng các đối tác phân phối của Tập đoàn Lotte.



Sự kiện không chỉ là minh chứng rõ nét cho chất lượng và uy tín của trái cây Việt trên thị trường quốc tế, mà còn khẳng định thành quả từ nỗ lực bền bỉ của các cơ quan chức năng và doanh nghiệp trong việc mở rộng cánh cửa xuất khẩu chính ngạch sang thị trường khó tính này.

Đại diện Tập đoàn Lotte Mart đã bày tỏ sự đánh giá cao đối với bưởi Việt Nam nhờ hương vị ngọt thanh đặc trưng, hàm lượng dinh dưỡng cao và khả năng đáp ứng các tiêu chuẩn kỹ thuật khắt khe của thị trường Hàn Quốc. Sự kiện này được xem là động lực quan trọng thúc đẩy các doanh nghiệp Việt Nam đầu tư nâng cao chất lượng sản phẩm, phát triển công nghệ chế biến và xây dựng thương hiệu bền vững.

Theo Cục Bảo vệ thực vật (Bộ Nông nghiệp và Môi trường), từ năm 2018, Việt Nam đã chính thức khởi động quá trình đàm phán mở cửa thị trường Hàn Quốc cho bưởi. Tuy nhiên, tiến trình này chỉ thực sự được đẩy mạnh sau đại dịch Covid-19. Sau hai năm tích cực trao đổi, phân tích nguy cơ dịch hại và trải qua nhiều vòng đàm phán kỹ thuật, đến tháng 4 năm 2024, Cục Bảo vệ thực vật Việt Nam và Cục Kiểm dịch Động thực vật Hàn Quốc đã đạt được sự thống nhất về các điều kiện kỹ thuật nhập khẩu.

Từ tháng 8/2024, bưởi Việt Nam chính thức được phép nhập khẩu vào Hàn Quốc với điều kiện kiểm tra mẫu từng lô hàng trước khi thông quan. Đến tháng 9 năm 2024, Công ty Hoàng Huy đã xuất khẩu thành công lô bưởi đầu tiên với sản lượng 5 tấn, mở đầu cho chiến lược phát triển sản phẩm này, trở thành mặt hàng chủ lực tại thị trường Hàn Quốc. Trong năm 2025, Hoàng Huy đặt mục tiêu xuất khẩu 500 tấn bưởi, với tổng giá trị ước tính lên đến 1,2 triệu USD (tương đương khoảng 30 tỷ đồng). ■

Ông đánh giá thế nào về cơ hội mà Hiệp định EVFTA mang lại cho hàng hóa Việt Nam, đặc biệt là hàng dệt may?

Ngành dệt may Việt Nam đang đứng trước “cơ hội vàng” để nâng tầm vị thế trên thị trường quốc tế, đặc biệt là tại Liên minh châu Âu (EU) nhờ vào Hiệp định Thương mại tự do Việt Nam - EU (EVFTA). Năm 2024, ngành dệt may Việt Nam đã đạt kim ngạch xuất khẩu gần 44 tỷ USD, với thị trường Mỹ là điểm đến lớn nhất; tiếp theo là Nhật Bản, EU, Hàn Quốc và Trung Quốc. Trong đó, EU không chỉ là một thị trường truyền thống mà còn là một trong những thị trường có tiềm năng tăng trưởng mạnh nhất.

EVFTA là hiệp định mang tính chiến lược, thể hiện tầm nhìn của Đảng, Nhà nước và đặc biệt là sự chỉ đạo sát sao của Bộ Công Thương trong quá trình hội nhập kinh tế quốc tế. Hiệp định này không chỉ giúp hàng hóa dệt may Việt Nam giảm đáng kể thuế nhập khẩu khi vào EU mà còn tạo điều kiện thuận lợi để doanh nghiệp Việt xây dựng thương hiệu và nâng cao giá trị gia tăng. Nhờ EVFTA, các doanh nghiệp có thể tiếp cận chuỗi cung ứng toàn cầu, tham gia sâu hơn vào thị trường châu Âu với những lợi thế cạnh tranh mạnh mẽ.

Theo ông, ngành dệt may hiện có lợi thế cạnh tranh ra sao và đối mặt với thách thức nào khi tiếp cận thị trường EU?

EU đã có quan hệ hợp tác với ngành dệt may Việt Nam từ năm 1965, tạo nền tảng vững chắc để các doanh nghiệp Việt Nam phát triển. Một trong những lợi thế lớn nhất là chúng ta có lực lượng lao động dồi dào, chi phí cạnh tranh và sự linh hoạt trong sản xuất. Hơn nữa, các doanh nghiệp Việt Nam ngày càng đầu tư vào công nghệ tiên tiến, tự động hóa và sản xuất bền vững để đáp ứng tiêu chuẩn khắt khe của thị trường EU. Điểm quan trọng mà EVFTA mang lại là cơ hội phát triển thương hiệu riêng cho sản phẩm dệt may Việt Nam, thay vì chỉ gia công cho các nhãn hàng

NGÀNH DỆT MAY

“Xanh hóa” để chinh phục thị trường EU



Phóng viên Báo Công Thương đã có cuộc trao đổi với ông Vũ Đức Giang - Chủ tịch Chủ tịch Hiệp hội Dệt may Việt Nam (VITAS) - về cơ hội và tiềm năng xuất khẩu bền vững sang thị trường EU - thị trường khó tính nhưng đầy triển vọng.

► ĐỒ NGÀ - NGỌC HOA (thực hiện)

quốc tế. Các doanh nghiệp Việt Nam hoàn toàn có thể đưa sản phẩm mang thương hiệu “Made in Vietnam” vào thị trường châu Âu một cách bền vững.

Một trong những thách thức EU đang đặt ra là các tiêu chuẩn nghiêm ngặt liên quan đến bảo vệ môi trường, sử dụng nguyên liệu bền vững, giảm phát thải carbon, và không sử dụng lao động trẻ em. Doanh nghiệp Việt Nam cần đầu tư vào công nghệ sạch, đảm bảo quy trình sản xuất thân thiện với môi trường để đáp ứng các yêu cầu này. Bên cạnh đó, EU cũng siết chặt các quy định về minh bạch trong chuỗi cung ứng, đòi hỏi doanh nghiệp phải cung cấp thông tin rõ ràng về nguồn gốc nguyên liệu, điều kiện lao động và quy trình sản xuất. Những doanh nghiệp không tuân thủ có thể bị loại khỏi thị trường.

Ngành dệt may Việt Nam

cũng đang phải cạnh tranh với các đối thủ mạnh như Bangladesh, Ấn Độ và Trung Quốc - những quốc gia cũng có lợi thế về sản xuất quy mô lớn và chi phí thấp. Vì vậy, doanh nghiệp Việt cần đầu tư vào chất lượng sản phẩm, cải tiến thiết kế và xây dựng thương hiệu để tạo lợi thế riêng.

Ông có thể chia sẻ, giải pháp nào giúp doanh nghiệp dệt may tham gia sâu vào chuỗi cung ứng toàn cầu, mở rộng thị trường xuất khẩu tại thị trường EU?

Để tận dụng tối đa EVFTA và nâng cao sức cạnh tranh tại thị trường EU, các doanh nghiệp dệt may Việt Nam cần có chiến lược dài hạn. Việc ứng dụng công nghệ sản xuất tiên tiến sẽ giúp doanh nghiệp nâng cao chất lượng sản phẩm, giảm chi phí và đáp ứng các yêu cầu ngày càng cao của thị trường. Bên cạnh đó, ngành dệt may Việt

Nam cần định hướng phát triển các thương hiệu thời trang riêng, nâng cao giá trị sản phẩm và tăng cường quảng bá hình ảnh trên thị trường quốc tế. Hợp tác với các doanh nghiệp, tập đoàn lớn tại EU cũng là một giải pháp quan trọng để tham gia sâu vào chuỗi cung ứng toàn cầu, từ đó mở rộng thị trường xuất khẩu.

Việc tuân thủ các tiêu chuẩn của EU không chỉ giúp doanh nghiệp tránh rủi ro pháp lý mà còn tạo niềm tin đối với đối tác và người tiêu dùng quốc tế. Chúng ta cần xây dựng thương hiệu quốc gia thay vì chỉ gia công cho các thương hiệu nước ngoài. Một chiến lược bền vững, minh bạch và đổi mới sáng tạo sẽ giúp ngành dệt may Việt Nam không chỉ chinh phục thị trường EU mà còn tạo dựng vị thế vững chắc trên thị trường toàn cầu.

Xin cảm ơn ông!

Giới thiệu sản phẩm muối Tuyết Diêm tại Hà Nội

Tại Hà Nội đã diễn ra sự kiện “Ra mắt không gian trưng bày sản phẩm muối Tuyết Diêm, Phú Yên tại Trung tâm thông tin di sản phố cổ Hà Nội. Ông Phan Xuân Hạnh - Chủ tịch Hội Nông dân tỉnh Phú Yên - cho biết: Làng nghề sản xuất muối Tuyết Diêm đã được UBND tỉnh Phú Yên công nhận là

làng nghề truyền thống, gần 120ha chuyên sản xuất muối, với khoảng 40 hộ tham gia sản xuất. Bà con diêm dân vất vả để làm ra hạt muối nhưng giá trị thu lại chưa cao. Bà con chủ yếu bán muối thô.

“Khi đưa sản phẩm muối Tuyết Diêm ra Hà Nội, chúng tôi mong muốn muối không chỉ là gia vị trên bàn ăn mà

còn là bản sắc văn hóa. Chúng tôi dự kiến phát triển kết hợp nhiều sản phẩm từ muối, để muối không chỉ dừng lại ở sản phẩm muối sinh, mà trở thành một thương hiệu bản địa - một lời mời gọi đến khám phá Phú Yên sâu sắc hơn qua từng hạt mặn”, ông Hạnh chia sẻ.

Hội Nông dân tỉnh Phú Yên đã cùng cộng đồng Tuyết Diêm

khởi xướng hành trình mới - phát triển chuỗi sản phẩm từ muối mang thương hiệu Tuyết Diêm. Theo ông Đàm Đạt Hữu - Chủ tịch Hợp tác xã du lịch nông nghiệp xanh Phú Yên, việc xây dựng câu chuyện thương hiệu gắn với lịch sử gần 300 năm và chất lượng muối sạch, tinh khiết sẽ tạo sức hút với người tiêu dùng.

Đ.N

Không chỉ giúp mở rộng và đa dạng hóa thị trường, thúc đẩy liên kết còn giúp doanh nghiệp hiện thực hóa các mô hình kinh doanh mới, chia sẻ và nâng cao hiệu quả sử dụng các nguồn lực, từ đó nâng cao năng lực cạnh tranh.

> NGUYỄN HÒA



Ảnh minh họa

Liên kết doanh nghiệp ngày càng quan trọng

Chia sẻ tại Diễn đàn doanh nghiệp 2025, TS Trần Thị Hồng Minh - Viện trưởng Viện Nghiên cứu chính sách và Chiến lược (Ban chính sách và Chiến lược Trung ương) - cho rằng: Trong một thế giới có nhiều diễn biến nhanh, phức tạp, khó lường như hiện nay, liên kết doanh nghiệp ngày càng trở nên quan trọng hơn.

"Bối liên kết doanh nghiệp giúp mở rộng và đa dạng hóa thị trường, kết nối và hiện thực hóa các mô hình kinh doanh mới, chia sẻ và nâng cao hiệu quả sử dụng các nguồn lực, giảm thiểu rủi ro và ứng phó hiệu quả với các diễn biến bất lợi, nhờ đó nâng cao năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp" - TS Trần Thị Hồng Minh khẳng định.

Cùng đề cao việc tăng cường liên kết trong bối cảnh nền kinh tế thế giới có nhiều biến động, ông Nguyễn Trung Khánh - Cục trưởng Cục Du lịch quốc gia Việt Nam (Bộ Văn hóa thể thao và Du lịch) - cho rằng, các biện pháp bảo hộ thương mại, gia tăng rào cản thuế quan đã làm gián đoạn chuỗi cung ứng toàn cầu, đẩy chi phí vận chuyển, nguyên liệu và dịch vụ gia tăng, ảnh hưởng trực tiếp đến hoạt động của nhiều ngành. Song song với đó, tình trạng lạm phát kéo dài, sự thiếu hụt lao động và nguồn cung,

cùng với bất ổn chính trị tại nhiều khu vực trên thế giới đã khiến môi trường kinh tế trở nên phức tạp và khó lường hơn bao giờ hết.

Để vượt qua thách thức trong bối cảnh kinh tế toàn cầu có nhiều biến động, theo ông Nguyễn Trung Khánh, doanh nghiệp nói chung và doanh nghiệp ngành du lịch nói riêng cần chủ động, tăng cường liên kết, phối hợp với nhau trong chuỗi cung ứng dịch vụ.

Mặc dù, liên kết doanh nghiệp đóng vai trò quan trọng, tuy nhiên theo TS Trần Thị Hồng Minh, liên kết giữa các doanh nghiệp Việt Nam vẫn rất hạn chế. Nguyên nhân chủ yếu là do năng lực nội tại của phần lớn doanh nghiệp Việt Nam còn yếu và thể chế, chính sách thúc đẩy liên kết doanh nghiệp còn nhiều bất cập. *"Cụ thể, các chính sách phát triển doanh nghiệp chưa tạo điều kiện thuận lợi nhất để doanh nghiệp Việt Nam, nhất là doanh nghiệp nhỏ và vừa đầu tư, nâng cao năng lực sản xuất kinh doanh để tham gia các liên kết doanh nghiệp, hình thành chuỗi sản xuất, chuỗi cung ứng trong nước, khu vực và quốc tế"* - TS Trần Thị Hồng Minh khẳng định.

Trong bối cảnh đó, để thúc đẩy liên kết giữa các doanh nghiệp, đại diện Viện Nghiên cứu chính sách và Chiến lược

Việt Nam cần thúc đẩy hình thành và phát triển các doanh nghiệp tư nhân quy mô lớn, dẫn dắt doanh nghiệp nhỏ và vừa ở một số ngành, lĩnh vực.

cho rằng, Việt Nam cần có chính sách thúc đẩy liên kết doanh nghiệp hình thành chuỗi sản xuất, chuỗi cung ứng bằng chính sách ưu đãi vượt trội về thuế, tiếp cận vốn, bảo lãnh tín dụng, mặt bằng kinh doanh theo mức độ tham gia liên kết.

Cùng với đó, điều chỉnh chính sách thu hút đầu tư nước ngoài theo hướng nâng cao điều kiện ràng buộc về tỷ lệ nội địa hóa và tỷ lệ sản phẩm, dịch vụ được cung cấp bởi các doanh nghiệp nhỏ và vừa Việt Nam. Có cơ chế ưu đãi đầu tư hỗ trợ doanh nghiệp tiếp cận hạ tầng với chi phí hợp lý, tạo môi trường liên kết và hỗ trợ doanh nghiệp hoạt động theo cụm-chuỗi. Sớm hình thành và phát triển các khu thương mại tự do làm cứ điểm chiến lược để các doanh nghiệp phát triển tập trung và phát triển theo chuỗi liên kết ngành, gắn với các mô hình tăng trưởng mới. ■

Học trong **MỘT PHÚT**

Thương trường là chiến trường

> MINH HẠNH

Ít người biết, soái ca màn ảnh Việt, Quốc Trường còn là 1 trong 3 nhà sáng lập chuỗi mì cay Sasin, hiện có hơn 100 cửa hàng ở khắp Việt Nam, trong đó 3/4 cửa hàng là nhượng quyền, và 20 cửa hàng ở Campuchia.

Cũng ít ai biết trong những ngày đầu khởi nghiệp, vì thiếu kinh nghiệm, Quốc Trường vô tình tiết lộ kế hoạch kinh doanh Sasin cho không ít người và bị họ "hót tay trên", phải trả giá rất đắt.

Sau một thập kỷ kinh doanh "lên bờ xuống ruộng", Quốc Trường rất thấm thía câu nói 'thương trường là chiến trường' - nơi tất cả những sai lầm đều phải trả giá bằng niềm tin, bằng nước mắt, bằng tiền, rất nhiều tiền và rút ra 3 bài học khởi nghiệp "xương máu": Bảo mật, bản lĩnh, buôn có bạn bán có phường, trong đó bảo mật được đặt lên hàng đầu.

Quốc Trường từng chia sẻ: "Ngày xưa, tôi rất thiếu thận trọng, hay tin người, nên thường tâm sự những dự án lớn với người thân. Ngoài các founder, tôi còn thoải mái chia sẻ với những người thân nhất của các founder. Họ biết những chiến lược đó và nhanh đi trước mình, vô tình để Sasin mất đi cơ hội và tiền bạc.

Đó là những bài học xương máu mà tôi không bao giờ quên. Vì nếu tính nhầm thù, qua vài lần sơ sẩy, doanh thu mất vài chục triệu đô. Lúc đó tôi quá trẻ con, không có sự cẩn trọng cần thiết.

Bây giờ, quy tắc bất di bất dịch là ba nhà sáng lập phải có sự bảo mật tuyệt đối, không kể cho ai bất kỳ việc gì liên quan đến chiến lược phát triển của Sasin. Ví dụ như mình sẽ "đánh" thị trường nào, "đánh" ra sao, khi nào "đánh"... tuyệt đối không được kể với ai".

Có câu: "Đừng bao giờ giao bí mật của ta cho một ai, bởi vì tự ta còn không giữ được thì còn trông mong vào ai cơ chứ?". Học từ miệng mà ra. Ai muốn dẫn thân vào con đường khởi nghiệp đừng quên!



Những công trình bắc nhịp cầu...

(Tiếp theo trang 1)

Đúng như khẳng định của Thủ tướng Chính phủ Phạm Minh Chính trong dịp này, 80 công trình này đều là những dự án quan trọng, có ý nghĩa chiến lược, thể hiện ý chí, quyết tâm của Đảng, Nhà nước, các bộ, ngành, địa phương, doanh nghiệp trong việc kiến tạo những không gian phát triển mới, tạo nền tảng để thúc đẩy tăng trưởng và phát triển kinh tế - xã hội của đất nước.

Đồng thời đây cũng là những công trình giúp bảo đảm an sinh xã hội, an ninh - quốc phòng, không ngừng cải thiện đời sống vật chất và tinh thần của người dân, là nền tảng vững chắc để đất nước tiến vào kỷ nguyên vươn mình phát triển mạnh mẽ.

Đó cũng còn là những công trình mang đầy tinh "biểu tượng" góp phần định vị hình ảnh một nước Việt Nam sau 50 năm thống nhất, một nước Việt Nam của "Độc lập - Hòa bình - Thống nhất - Tự cường - Hạnh phúc - Ấm no - Văn minh - Thịnh vượng" trên bản đồ thế giới và cuối cùng là mang lại lợi ích cho người dân, người dân được thụ hưởng thành quả.

Có một sự tương đồng đẹp đẽ đến kỳ lạ của thế hệ những người Việt Nam làm nên mùa Xuân 1975 lịch sử và thế hệ những người Việt Nam hôm nay là ở những thời điểm bước ngoặt của lịch sử, chúng ta đều thể hiện rõ ràng khát vọng, tự tin, bản lĩnh, giá trị cốt lõi con

người Việt Nam, bản lĩnh kiên cường với tinh thần "biến không thành có, biến khó thành dễ, biến không thể thành có thể". Tinh thần đổi mới, sáng tạo, ý chí tự lực, tự cường, quyết tâm vượt lên mạnh mẽ của đất nước và nhân dân ta.

Đó cũng là những công trình thể hiện rõ "ý Đảng, lòng Dân", của tinh thần "ngoài lợi ích của Tổ quốc, của nhân dân, Đảng ta không có lợi ích gì khác" như Chủ tịch Hồ Chí Minh từng khẳng định. 80 công trình vừa được khởi công và khánh thành đồng loạt trên cả nước thực sự sẽ là "đòn bẩy, điểm tựa" cho đất nước vươn mình, đồng thời cũng sẽ bắc những nhịp cầu mới đi tới tương lai. Q.L

Phát triển xanh và bền vững là phát triển dựa trên khoa học - công nghệ, đổi mới sáng tạo và chuyển đổi số. Đồng thời, phát triển khoa học - công nghệ, đổi mới sáng tạo và chuyển đổi số cũng hướng vào phục vụ phát triển xanh và bền vững.

➤ QUYNH NGA

Tại phiên thảo luận cấp Bộ trưởng với chủ đề “Công nghệ đột phá chuyển đổi xanh và phát triển bền vững trong kỷ nguyên thông minh” trong khuôn khổ Hội nghị Thượng đỉnh P4G diễn ra tại Hà Nội mới đây, Thứ trưởng Bộ Môi trường Nhật Bản Katsume Yasushi chia sẻ những đóng góp của công nghệ trong chuyển đổi chất thải thành năng lượng (trong tiếng Nhật gọi là Johkasou).

Nhật Bản đã thiết lập Cơ chế tín chỉ chung (JCM) với 29 quốc gia đối tác theo Điều 6 của Thỏa thuận Paris, nhằm thúc đẩy giảm phát thải khí nhà kính và phát triển bền vững thông qua việc phổ biến các công nghệ này.

“Tại Việt Nam, chúng tôi đã lắp đặt một cơ sở xử lý rác thải thành năng lượng lớn với công



Phiên thảo luận cấp Bộ trưởng với chủ đề: “Công nghệ đột phá chuyển đổi xanh và phát triển bền vững trong kỷ nguyên thông minh”

Ảnh: Q.N

PHÁT TRIỂN XANH VÀ BỀN VỮNG

Phải dựa trên nền tảng khoa học và công nghệ

nghe của Nhật Bản tại tỉnh Bắc Ninh theo chương trình JCM. Đồng thời, lắp đặt Johkasou tại vịnh Hạ Long bằng nguồn viện trợ không hoàn lại của Nhật Bản và với sự hợp tác của JICA, góp phần cải thiện môi trường nước tại địa phương, duy trì cảnh quan đẹp và phát triển ngành du lịch địa phương” - Bộ trưởng Nhật Bản thông tin.

Bộ trưởng Katsume Yasushi cũng chia sẻ những đóng góp của công nghệ hỗ trợ nền kinh tế tuần hoàn. Nhật Bản có các công nghệ tiên tiến như tái chế

tấm pin mặt trời, đặc biệt công nghệ tái chế kim loại có giá trị từ rác thải điện tử rất quan trọng. Việc xử lý rác thải điện tử không đúng cách có thể gây ô nhiễm môi trường và các vấn đề về sức khỏe.

Tại Nhật Bản, người dân và chính quyền địa phương hợp tác trong việc phân loại và thu gom các nguồn tài nguyên có thể tái chế để sử dụng chúng. Để đạt được mục tiêu này, Nhật Bản đã hợp tác với các nước ASEAN để khởi động “Quan hệ đối tác lưu thông tài nguyên

ASEAN - Nhật Bản về rác thải điện tử và khoáng sản quan trọng”. Theo quan hệ đối tác này, Nhật Bản đang thúc đẩy việc thiết lập khuôn khổ quản lý đối với rác thải điện tử và thúc đẩy các hoạt động xây dựng năng lực trong vấn đề này.

Bộ trưởng Bộ Khoa học và Công nghệ Nguyễn Mạnh Hùng cho biết, Việt Nam cam kết phát thải ròng bằng 0 vào năm 2050. Việt Nam là một trong những quốc gia đầu tiên xây dựng Kế hoạch hành động quốc gia thực hiện Chương trình nghị sự 2030

chuyển hướng từ mô hình tăng trưởng truyền thống sang tăng trưởng xanh và kinh tế số. Theo Bộ trưởng, chuyển đổi xanh là một chặng đường dài. Bởi vậy, chúng ta cần xây dựng một hệ sinh thái xanh hoàn chỉnh và cân bằng, bao gồm thể chế xanh, hạ tầng xanh, nhân lực xanh, công nghệ xanh, dữ liệu xanh và văn hoá xanh. Trong hệ sinh thái này, công nghệ xanh có vai trò quyết định.

“Phát triển xanh và bền vững là phát triển dựa trên khoa học - công nghệ, đổi mới sáng tạo và chuyển đổi số. Phát triển khoa học - công nghệ, đổi mới sáng tạo và chuyển đổi số cũng hướng vào phục vụ phát triển xanh và bền vững” - Bộ trưởng Nguyễn Mạnh Hùng nhấn mạnh.

Cũng theo Bộ trưởng Nguyễn Mạnh Hùng, Việt Nam đã đưa bộ 3 này về chung một bộ quản lý nhà nước. Coi khoa học - công nghệ, đổi mới sáng tạo và chuyển đổi số là lựa chọn chiến lược, ưu tiên hàng đầu. Trong đó, các công nghệ đột phá có thể tạo ra sự thay đổi căn bản, sự phát triển xanh của nhân loại là hydrogen, pin thế hệ mới, công nghệ carbon thấp, công nghệ tuần hoàn. Các công nghệ số thế hệ mới tạo động lực cho chuyển đổi xanh là AI, IoT, Big Data, chip bán dẫn. Đó đều là các công nghệ được Chính phủ Việt Nam lựa chọn là các công nghệ chiến lược để ưu tiên phát triển.■

Theo Bộ Khoa học và Công nghệ (KH&CN), thời gian qua, bộ đã thúc đẩy triển khai các hoạt động hợp tác quốc tế về khoa học, công nghệ và đổi mới sáng tạo (KH, CN & ĐMST) với các đối tác nước ngoài, đặc biệt là các đối tác hợp tác chiến lược toàn diện của Việt Nam nhằm tăng cường hợp tác giữa các viện nghiên cứu, trường đại học và doanh nghiệp KH&CN trong việc hợp tác, thúc đẩy hệ sinh thái đổi mới sáng tạo quốc gia; lĩnh vực có hàm lượng công nghệ cao, tiên tiến; sở hữu trí tuệ, năng lượng nguyên tử, tiêu chuẩn, đo lường, chất lượng... góp phần chuyển đổi, cơ cấu lại nền kinh tế, tạo động lực cho tăng trưởng bền vững.

Thực hiện chỉ đạo của Thủ tướng Chính phủ, Bộ KH&CN đã phối hợp chặt chẽ với các bộ, ngành liên quan tích cực đẩy mạnh hoạt động ngoại giao kinh tế nhằm thúc đẩy ngoại giao công nghệ, ngoại giao bán dẫn, đổi mới sáng tạo. Đồng thời, triển khai nhiều hoạt động quyết đoán, quyết liệt, hiệu quả, thiết thực, đúng thời điểm để thúc đẩy ngoại giao công nghệ với các đối tác chủ chốt và các tập đoàn công nghệ hàng đầu. Đẩy mạnh đàm phán, ký kết và triển khai hiệu quả các hoạt động hợp tác trong khuôn khổ song phương và đa phương đã ký kết. Chẳng hạn ký kết: Bản

Sôi động hoạt động hợp tác quốc tế

Hoạt động hợp tác quốc tế về khoa học, công nghệ và đổi mới sáng tạo diễn ra sôi động thời gian qua với nhiều hoạt động hợp tác có ý nghĩa chiến lược, quan trọng.

➤ NGA NGUYỄN

ghi nhớ về lộ trình thực hiện dự án Trung tâm khoa học công nghệ hạt nhân trên lãnh thổ Việt Nam giữa Bộ KH&CN và Tập đoàn Năng lượng nguyên tử Rosatom; Bản ghi nhớ với Bộ Kinh doanh, Đổi mới và Việc làm New Zealand (MBIE); Bản ghi nhớ với Bộ Khoa học, Đổi mới và Công nghệ Vương quốc Anh (DIST); Bản ghi nhớ về hợp tác phát triển và trao đổi hệ sinh thái khởi nghiệp với Bộ Doanh nghiệp nhỏ và vừa và Khởi nghiệp Hàn Quốc (MSS)...

Ngoài ra, tiếp tục tham gia, đóng góp và nâng cao hơn nữa vai trò của Việt Nam về



Hoạt động nghiên cứu khoa học và công nghệ

Ảnh: N.N

KH, CN & ĐMST trong các tổ chức, diễn đàn quốc tế và khu vực (ASEAN, APEC, IAEA, WIPO, UNESCO...), góp phần kết nối và nâng cao uy tín, vị thế của Việt Nam trên trường quốc tế.

Về phía Bộ Công Thương, thời gian qua, bộ đã đẩy mạnh các hoạt động hợp tác quốc tế về KH, CN & ĐMST. Cụ thể, phối hợp chặt chẽ với phía bạn trong quá trình xử lý các nội dung liên quan tới sản phẩm thực phẩm xuất khẩu và nhập khẩu tại các thị trường Australia, Liên minh châu Âu, Trung Quốc, Hàn Quốc...

Tích cực tham gia với tư cách là thành viên đoàn công tác tại các phiên họp, hội thảo quốc tế, qua đó cung cấp thông tin về các chính sách, hoạt động KH, CN & ĐMST của Việt Nam phục vụ sản xuất công nghiệp, tăng cường kết nối với các đối tác quốc tế có tiềm năng hợp tác nghiên cứu và triển khai.

Trong khuôn khổ ASEAN, Bộ Công Thương đã phối hợp với Bộ KH&CN thực hiện thủ tục thông báo cho các nước ASEAN về các biện pháp Tiêu chuẩn đo lường chất lượng (TBT) mà Việt Nam áp dụng và đã thông báo cho Tổ chức Thương mại thế giới (WTO)

nhằm thực thi cam kết về minh bạch hóa các biện pháp phi thuế quan trong ASEAN.

Bộ Công Thương cũng phối hợp chặt chẽ với Văn phòng TBT Việt Nam trong quá trình theo dõi, thông tin, phản hồi về các biện pháp TBT của các thành viên WTO có ảnh hưởng đến việc xuất khẩu hàng hóa của Việt Nam; xử lý các câu hỏi của các thành viên WTO về các biện pháp, chính sách của Việt Nam về TBT.

Mặt khác, nhiều trường đại học, viện nghiên cứu thuộc Bộ Công Thương đã chủ động, tích cực hợp tác với đối tác nước ngoài trong hoạt động nghiên cứu, cung cấp dịch vụ và sản xuất, kinh doanh. Một số viện có sự phối hợp với các tổ chức quốc tế triển khai hoạt động nghiên cứu phát triển trên nhiều lĩnh vực công nghệ tiên tiến; tổ chức nhiều hội thảo quốc tế và khu vực.

Thông qua hợp tác với các đơn vị nước ngoài có kinh nghiệm, năng lực để tham gia các gói thầu cung cấp dịch vụ tư vấn thiết kế các công trình công nghiệp lớn như: Nhà máy nhiệt điện, các thiết bị nhà máy khai thác, chế biến bôxít, khoáng sản, năng lượng mới...■

NAM ĐỊNH

Lan tỏa mô hình "thấp sáng đường quê"

Đoàn Thanh niên tiên phong

Hưởng ứng các tiêu chí trong xây dựng NTM nâng cao, mô hình "Thấp sáng đường quê" đã được triển khai đồng loạt tại hầu hết các huyện, xã của tỉnh Nam Định. Các tuyến đường liên thôn, ngõ xóm trước kia tối tăm, tiềm ẩn nguy cơ tai nạn, mất an toàn thì nay đã rực sáng ánh đèn đêm, tạo nên cảnh quan khang trang, sạch đẹp, văn minh.

Thôn Thanh Khê (xã Nam Cường, huyện Nam Trực) là minh chứng tiêu biểu cho sự sáng tạo, chung sức của người dân, đặc biệt là lực lượng thanh niên trong phong trào "điện sáng đường em đi". Dưới sự chủ trì của chi Đoàn Thanh niên thôn, công trình chiếu sáng sử dụng năng lượng mặt trời đã được lắp đặt hoàn thiện trên tuyến đường dài 1,5 km với 17 cột đèn. Tổng kinh phí 120 triệu đồng do đoàn viên, nhân dân và con em xa quê đóng góp. Không chỉ là công trình chiếu sáng, tuyến đường còn được thiết kế giá treo cờ Tổ quốc, bảng tuyên truyền văn hóa, tạo cảnh quan văn minh, góp phần khơi dậy niềm tự hào, gắn bó của người dân với quê hương.

Tháng 3/2024, công trình đường điện mang tên "thấp sáng đường quê" đi vào hoạt động giúp cho các hoạt động sinh hoạt, đi lại của người dân

Trong hành trình xây dựng nông thôn mới (NTM) nâng cao, kiểu mẫu, tỉnh Nam Định đang từng bước khẳng định vị thế là một trong những địa phương đi đầu cả nước. Một trong những điểm sáng đáng chú ý là mô hình "thấp sáng đường quê" được triển khai sâu rộng trên toàn tỉnh.

LÊ GIANG

thôn Ngô Trang, xã Liên Minh, huyện Vụ Bản rất thuận lợi. Con đường dài 1,2 km được lắp đặt hệ thống điện chiếu sáng năng lượng mặt trời đã chấm dứt nỗi lo mất an toàn, an ninh nông thôn của bà con nơi đây. Đây là công trình do Đoàn Thanh niên xã Liên Minh triển khai xây dựng và đưa vào sử dụng với tổng kinh phí gần 150 triệu đồng. Con đường dài 1,2 km được lắp đặt 35 cột đèn điện theo thiết kế 3 trong 1, vừa là cột đèn, vừa



Những con đường ở xã nông thôn mới Yên Chính, huyện Ý Yên được lắp đặt hệ thống đèn chiếu sáng đồng bộ, hiện đại

Ảnh: Hạ Lam

để treo pano, cờ Tổ quốc. Các bóng đèn sử dụng năng lượng mặt trời, đảm bảo chiếu sáng liên tục phục vụ nhân dân. Qua đó, góp phần làm thay đổi diện mạo vùng nông thôn, nâng cao chất lượng đời sống người dân và đảm bảo an ninh trật tự tại cơ sở.

Mô hình nhỏ, ý nghĩa lớn

Từ những mô hình khởi điểm như thôn Thanh Khê, phong trào "Thấp sáng đường quê" nhanh chóng lan tỏa. Nhiều

địa phương như Hải Trung, Hải Châu, Hải Bắc (huyện Hải Hậu), Giao Yên, Giao Hà, Giao Phong (huyện Giao Thủy), Nghĩa Lạc, Đồng Thịnh (huyện Nghĩa Hưng) hay Xuân Tiến, Thọ Nghiệp (huyện Xuân Trường)... đều có những tuyến đường kiểu mẫu về chiếu sáng, an toàn, mỹ quan.

Không chỉ là giải pháp hạ tầng giao thông, các tuyến đường được chiếu sáng còn mở ra không gian sinh hoạt cộng đồng về đêm. Nhiều nơi tổ chức

các hoạt động văn hóa, thể thao như bóng chuyền, giao lưu văn nghệ ngay tại sân đình, sân nhà văn hóa xóm nhờ ánh sáng từ những cột đèn mới lắp.

Đặc biệt, mô hình còn góp phần tích cực trong giữ gìn an ninh trật tự. Những điểm khuất, ngõ tối trước kia dễ phát sinh tệ nạn nay được thấp sáng, hạn chế nguy cơ mất an toàn, nâng cao ý thức tự quản của người dân.

Tỉnh Nam Định đã chỉ đạo các địa phương áp dụng đồng bộ mô hình này, ưu tiên sử dụng công nghệ đèn LED tiết kiệm năng lượng, thiết kế cột đèn an toàn, khoảng cách hợp lý. Đối với các tuyến đã lắp từ trước nhưng không đạt yêu cầu, người dân được vận động góp sức cải tạo, nâng cấp để đạt chuẩn về mỹ quan và hiệu quả sử dụng.

Tính đến đầu năm 2025, toàn tỉnh đã có hàng trăm tuyến đường nông thôn được thấp sáng, tạo tiền đề để Nam Định tiếp tục phát triển theo hướng hiện đại, bền vững và văn minh. Đây cũng là một trong những yếu tố giúp nhiều địa phương đạt chuẩn NTM nâng cao và tiến tới xây dựng NTM kiểu mẫu trong thời gian tới. ■

Đến nay, Bình Định đã cơ bản thực hiện đúng tiến độ chương trình xây dựng nông thôn mới giai đoạn 2021 - 2025 đề ra. Hạ tầng kỹ thuật các vùng nông thôn tiếp tục được đầu tư cải tạo, nâng cấp và làm mới đồng bộ, đáp ứng yêu cầu phát triển kinh tế - xã hội của địa phương.

LÊ HOÀNG

Nhiều chợ mới, đạt chuẩn được đầu tư đồng bộ

Đến hết quý I/2025, Bình Định đã có 91/113 xã hoàn thành xây dựng nông thôn mới (NTM), đạt tỷ lệ 80%. Trong đó, 24 xã đạt chuẩn NTM nâng cao và 1 xã đạt chuẩn NTM kiểu mẫu. Đáng chú ý, 7 đơn vị cấp huyện đã được Thủ tướng Chính phủ công nhận hoàn thành nhiệm vụ xây dựng NTM, chiếm tỷ lệ 64%.

Một trong những tiêu chí trọng yếu giúp các xã, huyện "cán đích" NTM và NTM nâng cao là tiêu chí số 7 về cơ sở hạ tầng thương mại nông thôn. Đây là tiêu chí bắt buộc theo Quyết định số 318/QĐ-TTg của Thủ tướng Chính phủ. Theo đó,

BÌNH ĐỊNH

Thương mại nông thôn khởi sắc

xã đạt chuẩn NTM phải có chợ hoặc điểm mua bán hàng hóa. Với xã đạt chuẩn NTM nâng cao phải có mô hình chợ thí điểm đảm bảo an toàn thực phẩm hoặc đạt chuẩn chợ kinh doanh thực phẩm.

Hiện, toàn tỉnh Bình Định đã có 94,6% số xã đạt tiêu chí số 7, phấn đấu đến hết năm 2025, tỷ lệ này đạt 100%. Để hoàn thành tiêu chí số 7, ngành Công Thương tỉnh Bình Định đã chủ động ban hành nhiều văn bản hướng dẫn. Đồng thời, đẩy mạnh xã hội hóa đầu tư, đổi mới mô hình quản lý chợ, kết hợp chương trình xúc tiến thương mại hỗ trợ các địa phương. Nhờ đó, toàn tỉnh hiện có 184 chợ, gồm 48 chợ thành thị và 136 chợ nông thôn (trong đó có 12 chợ hạng I, 21 chợ hạng II và 151 chợ hạng III).

Các chợ nông thôn ngày càng được đầu tư bài bản: Xây mới, cải tạo lối đi rộng rãi, khu kinh doanh thực phẩm phân chia hợp lý, đảm bảo vệ sinh và an toàn thực phẩm. Tiểu thương yên tâm kinh doanh, người tiêu dùng an tâm mua sắm. Các quy chuẩn về phòng cháy chữa cháy, an ninh trật tự cũng được siết chặt.



Lễ hội chợ Gò (huyện Tuy Phước, Bình Định)

Ảnh: VTC

Điểm sáng từ huyện Tuy Phước

Trong đó, huyện Tuy Phước là điểm sáng về phát triển hạ tầng thương mại của tỉnh Bình Định. 3 năm trở lại đây, huyện đã huy động khoảng 50 tỷ đồng để xây mới và nâng cấp các chợ: Háo Lễ (xã Phước Hưng), Định Thiện Tây (xã Phước Quang), Luật Lễ (xã Phước Hiệp)... Các chợ được xây dựng khang trang,

hiện đại, đáp ứng đúng yêu cầu chợ kinh doanh thực phẩm.

Đặc biệt, cuối năm 2024, gần 100 tiểu thương từ chợ Quán Mới cũ tại thôn Đại Tín, xã Phước Lộc đã di dời và kinh doanh tại chợ Quán Mới mới, nằm trong khu dân cư thuộc thôn Trung Thành, xã Phước Lộc.

Chợ Quán Mới mới được xây dựng trên diện tích quy hoạch

hơn 2.974 m², trong đó, khu vực xây dựng chợ chiếm 1.102 m², bao gồm nhà lồng rộng 692 m² với 100 ki-ốt đáp ứng nhu cầu kinh doanh của các tiểu thương. Các hạng mục phụ trợ khác như nhà quản lý điều hành, nhà vệ sinh kết hợp khu chứa rác, bể xử lý nước thải và bãi đậu xe. Việc đưa chợ Quán Mới mới vào hoạt động sẽ giải quyết triệt để tình trạng lấn chiếm lòng lề đường, gây mất an toàn giao thông và ô nhiễm môi trường tại chợ cũ cạnh QL 1. Đồng thời, chợ mới còn góp phần hoàn thiện tiêu chí số 7 về cơ sở hạ tầng thương mại nông thôn, hỗ trợ xây dựng nông thôn mới nâng cao tại địa phương.

Thời gian tới, huyện Tuy Phước tiếp tục đầu tư xây dựng mới chợ Phước An và cải tạo một số chợ khác.

Việc phát triển hạ tầng thương mại nông thôn không chỉ nhằm phục vụ nhu cầu buôn bán của người dân, mà còn đóng vai trò đòn bẩy trong phát triển kinh tế - xã hội khu vực nông thôn. Đây cũng là cách thức thiết thực giúp nâng chất tiêu chí số 7, góp phần hoàn thành mục tiêu xây dựng NTM và NTM nâng cao trên toàn tỉnh. ■

Vĩnh Phúc lan tỏa phong trào tiết kiệm điện

► MINH KỶ

Năm 2024, Vĩnh Phúc tiết kiệm hơn 105 triệu kWh điện. Để đạt được kết quả này, Công ty Điện lực Vĩnh Phúc đã triển khai đồng bộ nhiều giải pháp truyền thông và kỹ thuật, góp phần nâng cao ý thức cộng đồng và tối ưu hóa vận hành lưới điện.

Đẩy mạnh tuyên truyền, lan tỏa thói quen tiết kiệm điện

Trong những năm qua, Công ty Điện lực Vĩnh Phúc (PC Vĩnh Phúc) đã kiên trì theo đuổi mục tiêu sử dụng điện tiết kiệm và hiệu quả, đặt trọng tâm vào công tác truyền thông, tuyên truyền sâu rộng tới từng nhóm khách hàng. Các chương trình như "Giờ Trái đất", "Sử dụng năng lượng tiết kiệm trong hộ gia đình, tòa nhà, trung tâm thương mại và chiếu sáng công cộng" được triển khai thiết thực và bài bản.

Ông Nguyễn Văn Quý - Phó Giám đốc PC Vĩnh Phúc - cho biết: Thông qua sự phối hợp chặt chẽ với các cơ quan truyền thông và địa phương, công ty đã xây dựng và phát sóng các video clip tuyên truyền, tổ chức đăng tải hàng loạt tin, bài về sử dụng điện an toàn, tiết kiệm và bảo vệ hành lang lưới điện. Ngoài ra, các hoạt động thiết thực như hội nghị sử dụng điện hiệu quả trong bối cảnh nhu cầu phụ tải tăng cao, vận động tham gia các cuộc thi tìm hiểu kiến thức về sử dụng năng lượng hiệu quả... đã góp phần nâng cao nhận thức cộng đồng.

Bên cạnh khách hàng dân sinh, chính nội bộ ngành điện cũng được "kích hoạt" mạnh mẽ, PC Vĩnh Phúc đã ban hành định mức tiết kiệm điện tại trụ sở, khuyến khích sử dụng ánh sáng tự nhiên, tắt thiết bị khi không sử dụng và đi thang bộ thay vì thang máy ở tầng thấp.

Với các khách hàng lớn trong lĩnh vực công nghiệp, dịch vụ và hành chính sự nghiệp, công ty đã trực tiếp làm việc, đề nghị xây dựng kế hoạch tiết kiệm điện theo đúng Luật Sử dụng năng lượng tiết kiệm và hiệu quả. Đồng thời, khuyến khích tham gia chương trình điều



Công nhân PC Vĩnh Phúc tuyên truyền chủ cơ sở sản xuất về an toàn, tiết kiệm điện
Ảnh: Thạch Thảo

chỉnh phụ tải DR, ký cam kết tiết kiệm điện và tư vấn sử dụng thiết bị hiệu suất cao.

"Đặc biệt, trong lĩnh vực chiếu sáng công cộng, công ty đã chủ động phối hợp với các đơn vị quản lý hệ thống chiếu sáng để điều chỉnh thời gian bật đèn, giảm công suất tiêu thụ, cài đặt hệ thống đóng/cắt theo thời gian tối ưu, tiết kiệm 50% điện năng so với cùng kỳ năm trước" - ông Quý cho hay.

Tối ưu hóa vận hành, giảm tổn thất điện năng

Song song với tuyên truyền và điều chỉnh hành vi sử dụng điện, PC Vĩnh Phúc cũng tập trung đầu tư hạ tầng, nâng cao hiệu quả vận hành lưới điện. Tất cả bám sát quy hoạch lưới điện của tỉnh đã được Thủ tướng Chính phủ phê duyệt.

Năm 2024, các công trình trọng điểm như đường dây và Trạm biến áp 110kV Yên Lạc,

Tam Dương, Sông Lô và hàng chục trạm phân phối mới đã hoàn thành đúng tiến độ. Cùng với đó, công ty xây dựng bản đồ điện lực toàn tỉnh, tổ chức sơ đồ một sợi từ lưới 110kV đến trung hạ thế, nhằm tối ưu đầu tư, san tải hợp lý, kiểm soát vận hành theo phương thức kinh tế.

Đặc biệt, chỉ tiêu tổn thất điện năng được giao đến từng điện lực trực thuộc và cá nhân công nhân quản lý. Các cuộc họp định kỳ hàng tháng/quý nhằm đánh giá và đề xuất giải pháp giảm tổn thất luôn được tổ chức đều đặn. Đồng thời, phần mềm chuyên dụng như NEMO, Smart-Simulator được áp dụng để tính toán tổn thất, hỗ trợ kiểm soát và phát hiện điểm bất thường.

Không chỉ vậy, hệ thống đo xa DEP và các phần mềm quản lý như MRIS, AMI.ONE được khai thác triệt để nhằm giám sát tình trạng vận hành, ngăn ngừa truy thu kéo dài, đảm bảo minh bạch hóa số liệu và tối ưu năng lực cung ứng.

Ông Nguyễn Văn Quý khẳng định, nhờ sự kết hợp linh hoạt giữa các giải pháp, PC Vĩnh Phúc đã xây dựng được một hệ sinh thái tiết kiệm điện vững chắc từ người dân đến doanh nghiệp, từ chính quyền đến hệ thống ngành điện. ■

Tiết kiệm điện đạt 2,59%

Năm 2024, EVNNPC đã triển khai toàn diện công tác tuyên truyền tiết kiệm điện trên nhiều kênh truyền thông và hình thức tiếp cận cộng đồng.

Theo đó, các thông điệp truyền thông về tiết kiệm điện được phát 1.193 lượt trên đài truyền hình, 20.906 lượt qua đài phát thanh, 2.231 lần trên báo in và báo điện tử, 194.555 lượt trên hệ thống loa phát thanh cấp xã, phường và 125.746 lượt trên mạng xã hội. Ngoài ra, tổng công ty còn tổ chức 5.095 chương trình truyền thông lồng ghép trong các hội nghị, hội thảo và hoạt động chuyên đề.

Đáng chú ý, công tác tư vấn sử dụng điện tiết kiệm và hiệu quả được triển khai sâu rộng, trực tiếp đến 2,4 triệu khách hàng và gián tiếp đến hơn 8,6 triệu người dân thông qua tổ dân phố, hội phụ nữ, đoàn thanh niên...

Tổng sản lượng điện tiết kiệm toàn khu vực đạt 2.548,286 triệu kWh, tương đương 2,59% sản lượng điện thương phẩm. Trong đó, các nhóm khách hàng đều đạt và vượt mục tiêu tỷ lệ tiết kiệm điện theo Chỉ thị 20/CT-TTg của Thủ tướng Chính phủ.

Theo đại diện EVNNPC, để đạt được những kết quả trên, tổng công ty đã triển khai đồng bộ nhiều giải pháp như ký cam

EVNNPC

Tỷ lệ tổn thất điện năng thấp hơn kế hoạch

Năm 2024, Tổng công ty Điện lực miền Bắc (EVNNPC) đạt tỷ lệ tổn thất điện năng thấp hơn kế hoạch Tập đoàn Điện lực Việt Nam (EVN) giao, đồng thời đẩy mạnh các giải pháp nhằm tiết kiệm điện.

► THU HUƠNG

kết tiết kiệm điện với 1.016.745 khách hàng, đạt 100% nhóm đối tượng cần thực hiện. Sản lượng cam kết tiết kiệm đạt 1.064 triệu kWh.

Đồng thời, tổng công ty cũng tham gia phối hợp cùng Bộ Công Thương kiểm tra, giám sát tại các địa phương trong thực hiện tiết kiệm điện tại Sở Công Thương các tỉnh như Phú Thọ, Vĩnh Phúc, Lào Cai, Thái Nguyên, Hưng Yên, Hà Nam... và một số khách hàng trọng điểm.



Nâng cấp và sửa chữa lưới điện tại Bắc Giang, góp phần giảm tổn thất điện năng
Ảnh: Thanh Hương

Giảm tổn thất vượt chỉ tiêu

Tiết kiệm điện không chỉ nằm ở người dùng, mà bắt đầu từ chính hệ thống điện. Trong năm 2024, EVNNPC đã ghi nhận kết quả nổi bật trong công tác quản trị vận hành hệ thống, với tỷ lệ tổn thất điện năng đạt 3,86%, giảm 0,14% so với cùng kỳ và thấp hơn 0,24 điểm phần trăm so với kế hoạch EVN giao.

Kết quả trên là minh chứng rõ ràng cho những nỗ lực toàn diện trong công tác điều hành, đầu tư và kiểm soát hệ

thống. Không chỉ dừng lại ở việc duy trì vận hành ổn định, EVNNPC còn tập trung vào ba trụ cột chính:

Thứ nhất, chủ động đánh giá và nắm bắt nhu cầu phụ tải điện tại địa phương, từ đó đề xuất kịp thời các dự án đầu tư, nâng cấp và sửa chữa lưới điện. Cách làm này giúp hệ thống đáp ứng linh hoạt và hiệu quả với tốc độ phát triển phụ tải thực tế.

Thứ hai, công tác kiểm tra, giám sát mua bán điện tiếp tục được đẩy mạnh, không chỉ đảm

bảo minh bạch mà còn nâng cao hiệu quả thu thập dữ liệu và giám sát tổn thất.

Thứ ba, tăng tốc độ số hóa đo đếm điện năng. Tỷ lệ khách hàng lắp công tơ điện tử của EVNNPC đã đạt 95,3%. Đây là nền tảng quan trọng giúp doanh nghiệp không chỉ đo đếm chính xác, mà còn phát hiện kịp thời các hư hỏng và hành vi vi phạm ảnh hưởng đến hệ thống đo đếm. Công nghệ đã trở thành cánh tay nối dài giúp EVNNPC kiểm soát tốt hơn chất lượng điện năng và hiệu suất phân phối.

Những kết quả tích cực trong năm 2024 tạo đà thuận lợi cho EVNNPC bước sang năm 2025 với một định hướng rõ ràng: Tiết kiệm điện phải trở thành một phần không thể thiếu trong kiến trúc phát triển hạ tầng năng lượng hiện đại.

Để làm được điều đó, EVNNPC sẽ tiếp tục tập trung vào ba trụ cột chính: Hoàn thiện hạ tầng lưới điện thông minh; thúc đẩy mô hình điện mặt trời mái nhà tự sản, tự tiêu; tăng cường tuyên truyền, tư vấn tiết kiệm điện tại cộng đồng, doanh nghiệp và hộ dân, đặc biệt trong các đợt cao điểm mùa khô, mùa hè. ■



TRUNG KHÁNH

CÔNG TY TNHH TƯ VẤN THIẾT KẾ VÀ ĐẦU TƯ XÂY DỰNG TRUNG KHÁNH

Lĩnh vực kinh doanh:

- ❖ Thiết kế xây dựng công trình dân dụng và công nghiệp;
- ❖ Giám sát công trình xây dựng;
- ❖ Thiết kế hệ thống điện công trình;
- ❖ Thiết kế quy hoạch xây dựng;
- ❖ Thẩm tra dự án;
- ❖ Lập dự án đầu tư;
- ❖ Tư vấn đấu thầu;
- ❖ Kiểm định chất lượng công trình xây dựng;
- ❖ Quản lý dự án...

Địa chỉ: 391/21 Su Vạn Hạnh, Phường 12, Quận 10, Thành Phố Hồ Chí Minh, Việt Nam

QUÝ I/2025

Sản lượng thép thô của Hòa Phát đạt 2,66 triệu tấn

Sản lượng bán hàng thép cuộn cán nóng, thép chất lượng cao, thép xây dựng và phôi thép đạt 2,38 triệu tấn, tăng 29% so với quý I/2024.



➤ NGUYỄN NGHI

Sản lượng sản xuất và bán hàng quý I/2025 tăng trưởng cao do nhiều yếu tố. Sau Tết, thời tiết thuận lợi cho hoạt động thi công các công trình. Chính phủ có nhiều giải pháp đẩy mạnh đầu tư công, các công trình hạ tầng đường cao tốc, sân bay,...

Trong đó, thép cuộn cán nóng (HRC) đạt 993.000 tấn, tăng 23% so với quý đầu 2024. Riêng sản lượng bán hàng thép cuộn cán nóng trong quý I tại thị trường nội địa đạt 874.000 tấn, tăng 9% so với cùng kỳ năm trước.

Các sản phẩm thép xây dựng, thép chất lượng cao đạt 1,19 triệu tấn, tăng 25%. Hòa Phát còn cung cấp 198.000 tấn phôi thép cho thị trường trong nước và xuất khẩu, gấp hơn hai lần cùng kỳ.

Chiến lược của Tập đoàn thời gian tới sẽ tăng mạnh tỷ trọng thép chất lượng cao như thép làm tanh lớp, bố lớp ô tô (tire cord và beadwire), thép dập nguội, thép dự ứng lực, thép lò xo không hợp kim, thép làm cáp cầu, thép làm đinh vít chính xác; thép thanh tròn trơn và thép

thanh dạng cuộn phục vụ cho các ngành chế biến chế tạo,...

Với các sản phẩm hạ nguồn, Tập đoàn Hòa Phát cung cấp cho thị trường trong và ngoài nước 89.000 tấn tôn mạ, giảm 9% so với quý I/2024. Ống thép ghi nhận 185.000 tấn, tăng 42% so với 3 tháng đầu năm 2024. Thép dự ứng lực các loại đạt 38.500 tấn, tăng 7%.

Về dự án Khu liên hợp sản xuất gang thép Hòa Phát Dung Quất 2, phân kỳ 1 đã được đưa vào hoạt động thử nghiệm. Phân kỳ 2 đang được triển khai đúng tiến độ, dự kiến hoàn thành toàn bộ dự án vào quý 4 năm nay.

Từ cuối năm 2025, năng lực sản xuất thép của Tập đoàn Hòa Phát là 15 triệu tấn/năm, lớn nhất Đông Nam Á và tương đương Top 30 Doanh nghiệp thép lớn nhất thế giới. Hòa Phát là doanh nghiệp Việt Nam duy nhất sản xuất được thép cuộn cán nóng, sở hữu dải sản phẩm đa dạng, trong đó có nhiều loại thép chất lượng cao phục vụ công nghiệp cơ khí chế tạo, kết cấu, công nghiệp xây dựng, đường sắt, công nghiệp quốc phòng... ■

CHƯƠNG TRÌNH CẤP QUỐC GIA VỀ XÚC TIẾN THƯƠNG MẠI NĂM 2025



HỘI CHỢ OCOP

KHU VỰC ĐỒNG BẰNG SÔNG HỒNG QUẢNG NINH 2025

CUNG QUY HOẠCH HỘI CHỢ VÀ TRIỂN LÃM TỈNH QUẢNG NINH

29/4 - 04/5/2025



ĐƠN VỊ CHỈ ĐẠO

**BỘ CÔNG THƯƠNG
UBND TỈNH QUẢNG NINH**



ĐƠN VỊ TỔ CHỨC

**CỤC XÚC TIẾN THƯƠNG MẠI
SỞ CÔNG THƯƠNG QUẢNG NINH
SỞ NÔNG NGHIỆP VÀ MÔI TRƯỜNG QUẢNG NINH**



ĐƠN VỊ THỰC HIỆN

**TRUNG TÂM XÚC TIẾN VÀ PHÁT TRIỂN CÔNG THƯƠNG QUẢNG NINH
CHI CỤC QUẢN LÝ CHẤT LƯỢNG - CHẾ BIẾN VÀ PHÁT TRIỂN THƯƠNG**

