

NÂNG TẦM ĐỐI NGOẠI,
HỘI NHẬP QUỐC TẾ CÙNG VỚI
QUỐC PHÒNG, AN NINH

Nhiệm vụ “trọng yếu, thường xuyên”

Một trong những điểm mới, quan trọng trên lĩnh vực đối ngoại, hội nhập quốc tế trong Dự thảo Báo cáo chính trị trình Đại hội XIV của Đảng, đó là lần đầu tiên xác định nâng tầm “đối ngoại, hội nhập quốc tế” cùng với quốc phòng, an ninh là nhiệm vụ “trọng yếu, thường xuyên”.

Trang 2



BỘ TRƯỞNG NGUYỄN HỒNG DIÊN:

Ban hành Luật Thương mại điện tử rất cần thiết, cấp bách

Tiếp tục chương trình làm việc Kỳ họp thứ 10, Quốc hội khóa XV, ngày 3/11, thừa ủy quyền của Thủ tướng Chính phủ, Bộ trưởng Bộ Công Thương Nguyễn Hồng Diên đã trình bày Tờ trình dự án Luật Thương mại điện tử.

Trang 3

Từ mùa thu vàng Gyeongju tới biển bạc Phú Quốc

Bài 1: Tinh thần Hwabaek từ cố đô ngàn năm

➤ Ghi chép của ĐẠI BÀNG
từ Gyeongju - Busan, Hàn Quốc

• APEC 2025 được nước chủ nhà Hàn Quốc tổ chức ở cố đô Gyeongju, cách Seoul hơn 350km, với nhiều ngụ ý sâu xa về một mùa thu vàng và những “vết thương” thương mại cần chữa lành.

Trang 4-5



Đảo ngọc Phú Quốc ngày nay



ĐỔI MỚI SÁNG TẠO VÀ CÔNG NGHỆ

Nền tảng cho tăng trưởng xanh

Trang 6

Gỡ điểm nghẽn “kìm chân” ngành logistics



Trang 6

■ NGUỒN NHÂN LỰC CHẤT LƯỢNG CAO

Động lực mới của Thủ đô

Trang 8

📺 Học trong MỘT PHÚT

Nhất nghệ tinh...

Trang 7

■ DOANH NGHIỆP VIỆT

Tăng tốc chuyển đổi số với làn sóng AI Commerce



Trang 7



TRIỂN KHAI NGHỊ QUYẾT SỐ 68-NQ/TW

Bộ Công Thương “tiếp sức” cho kinh tế tư nhân ➤ QUANG LỘC

Thông tin tại Phiên họp lần thứ hai của Ban Chỉ đạo quốc gia triển khai Nghị quyết số 68-NQ/TW của Bộ Chính trị về phát triển kinh tế tư nhân cho thấy, sau gần 6 tháng ban hành Nghị quyết, đã có sự chuyển biến hết sức tích cực. Đó là sự thay đổi đáng kể trong tư duy, nhận thức của toàn xã hội từ cấp trung ương đến địa phương, tổ chức hiệp hội, người dân và bản thân cộng đồng doanh nghiệp, hộ kinh doanh về phát triển kinh tế tư nhân. Đóng góp vào các nỗ lực chung đó là những nỗ lực trong chuyển động chính sách của Bộ Công Thương. Theo Thứ trưởng Bộ Công

Thương Nguyễn Sinh Nhật Tân, trong tháng 12/2025, Bộ Công Thương sẽ trình Chính phủ việc sửa đổi, bổ sung Nghị định số 75/2019/NĐ-CP quy định về xử phạt vi phạm hành chính trong lĩnh vực cạnh tranh và Nghị định 32/2024/NĐ-CP về quản lý, phát triển cụm công nghiệp. Theo đó, bổ sung cơ chế, chính sách giao các địa phương dành tối thiểu 20ha/cụm công nghiệp hoặc 5% tổng quỹ đất đã đầu tư kết cấu hạ tầng cụm công nghiệp cho doanh nghiệp công nghệ cao, nhỏ và vừa, doanh nghiệp khởi nghiệp sáng tạo.

Xem tiếp trang 7

Một trong những điểm mới, quan trọng trên lĩnh vực đối ngoại, hội nhập quốc tế trong Dự thảo Báo cáo chính trị trình Đại hội XIV của Đảng, đó là lần đầu tiên xác định nâng tầm "đối ngoại, hội nhập quốc tế" cùng với quốc phòng, an ninh là nhiệm vụ "trọng yếu, thường xuyên".

➤ PGS.TS CAO VĂN TRỌNG

Từ Cương lĩnh 1991 đến Đại hội XIII, đối ngoại và hội nhập quốc tế luôn được coi là một trong những nhiệm vụ quan trọng, nhưng chưa được xác định thành nhiệm vụ "trọng yếu, thường xuyên". Việc Trung ương lần đầu tiên xác định "đối ngoại, hội nhập quốc tế" cùng với quốc phòng, an ninh là nhiệm vụ "trọng yếu, thường xuyên" đã mở ra một khung chiến lược toàn diện hơn, đánh dấu sự đổi mới về tư duy, thể hiện tầm nhìn chiến lược của Đảng trong bối cảnh hội nhập sâu rộng và cạnh tranh địa chính trị, kinh tế toàn cầu ngày càng gay gắt.

Cơ sở khoa học xác đáng, thuyết phục

Tham gia góp phần làm rõ tư duy mới, tầm nhìn chiến lược trong Dự thảo Báo cáo chính trị trình Đại hội XIV của Đảng về vấn đề này, có thể nhận thấy:

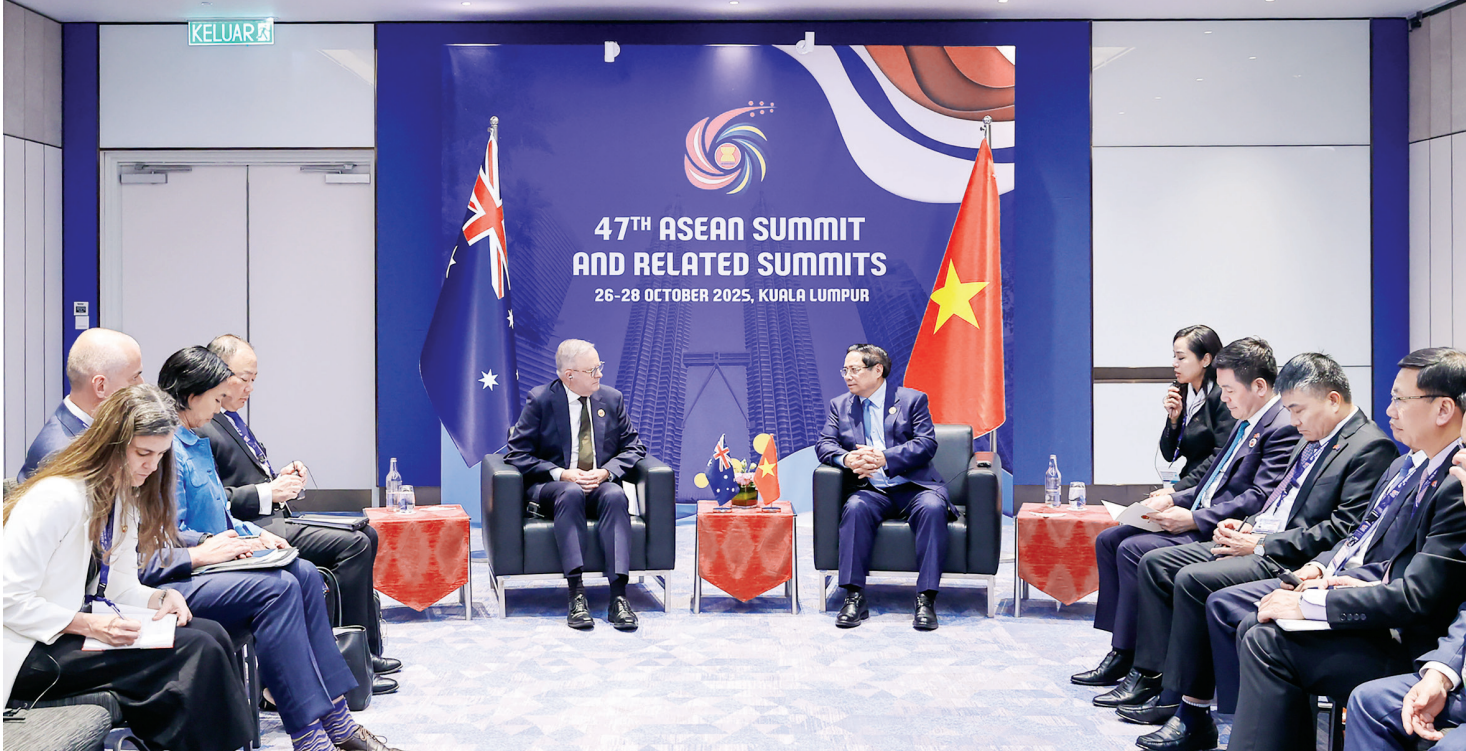
Thứ nhất, xác định quan điểm "đối ngoại, hội nhập quốc tế" cùng với quốc phòng, an ninh là nhiệm vụ "trọng yếu, thường xuyên" có cơ sở khoa học xác đáng, thuyết phục.

Khẩu hiệu "Vô sản tất cả các nước, đoàn kết lại!" là lời hiệu triệu tập hợp lực lượng nổi tiếng được C.Mác và Ph.Ăngghen nêu ra trong Tuyên ngôn của Đảng Cộng sản năm 1848, đồng thời cũng là yêu cầu có tính nguyên tắc cơ bản cho các đảng cộng sản về quan hệ quốc tế. Ngày nay, ở một ý nghĩa rộng hơn, khẩu hiệu còn mang ý nghĩa thực tiễn sâu sắc trong việc thúc đẩy sự hợp tác quốc tế của các đảng cộng sản cầm quyền, các nhà nước xã hội chủ nghĩa, để đối phó với các thách thức kinh tế, xã hội toàn cầu, hướng tới một thế giới công bằng và nhân văn hơn.

Ngay từ buổi đầu lập nước, Chủ tịch Hồ Chí Minh đã gửi thư tới Liên hợp quốc, khẳng định tinh thần hòa hiếu và chủ động hội nhập của Việt Nam, mong muốn làm bạn với tất cả các nước. Người coi đối ngoại là công cụ hiệu quả để bảo vệ độc lập, tự do và xây dựng, phát triển đất nước.

Nhìn lại thực tiễn quá trình ra đời, phát triển, lãnh đạo cách mạng của Đảng Cộng sản Việt Nam gần 100 năm qua, luôn gắn liền với các hoạt động đối ngoại, hội nhập quốc tế. Những thắng lợi vĩ đại của cách mạng Việt Nam dưới sự lãnh đạo của Đảng, từ Cách mạng Tháng Tám, hai cuộc kháng chiến chống thực dân, đế quốc xâm lược giành độc lập, thống nhất đất nước, đến những thành tựu có ý nghĩa lịch sử của công cuộc đổi mới hiện nay đều có sự đóng góp to lớn của đối ngoại, hội nhập quốc tế. Bên cạnh đó, những biến đổi nhanh chóng, phức tạp của tình hình thế giới và khu vực thời gian gần đây, cũng như những cơ hội và thách thức đặt ra cho Việt Nam trong kỷ nguyên phát triển mới, càng đòi hỏi phải coi trọng, đẩy mạnh đối ngoại và hội nhập quốc tế.

Từ những cơ sở lý luận và thực tiễn trình bày ở trên, cho thấy việc Đảng ta xác định nâng tầm đối ngoại, hội nhập quốc tế cùng với quốc phòng, an ninh có vị trí



Bộ trưởng Nguyễn Hồng Diên cùng lãnh đạo bộ, ngành tháp tùng Thủ tướng Phạm Minh Chính trong cuộc gặp với Thủ tướng Australia Anthony Albanese trong khuôn khổ Hội nghị Cấp cao ASEAN lần thứ 47
Ảnh: VGP/Nhật Bắc

NÂNG TẦM ĐỐI NGOẠI, HỘI NHẬP QUỐC TẾ CÙNG VỚI QUỐC PHÒNG, AN NINH

Nhiệm vụ "trọng yếu, thường xuyên"

"trọng yếu, thường xuyên" trong quan điểm chỉ đạo đổi mới là sự phát triển nhận thức lý luận và đường lối, chủ trương rất đúng đắn.

Nhiệm vụ phải được ưu tiên hàng đầu

Thứ hai, về nội dung cốt lõi của "đối ngoại, hội nhập quốc tế" cùng với quốc phòng, an ninh là nhiệm vụ "trọng yếu, thường xuyên".

Cùng với quốc phòng và an ninh, đẩy mạnh đối ngoại và hội nhập quốc tế là nhiệm vụ trọng yếu, thường xuyên, phải được ưu tiên hàng đầu. Đối ngoại không phải là công việc mang tính thời vụ hay chỉ diễn ra khi có sự kiện lớn mà là một quá trình liên tục, đòi hỏi sự thích ứng liên tục. Đối ngoại, hội nhập quốc tế phải diễn ra trên tất cả các lĩnh vực: Kinh tế, chính trị, quốc phòng, an ninh, văn hóa, xã hội, khoa học - công nghệ...

Đối ngoại, hội nhập quốc tế phải là sự nghiệp toàn dân, của cả hệ thống chính trị dưới sự lãnh đạo của Đảng. Phát huy vai trò tiên phong của đối ngoại trong việc tạo lập và giữ vững môi trường hòa bình, ổn định, tranh thủ các nguồn lực bên ngoài, phối hợp chặt chẽ giữa quốc phòng, an ninh, đối ngoại với các ngành, các cấp.

Kế thừa những kinh nghiệm quý

Thứ ba, về định hướng chủ trương, chính sách thực hiện "đối ngoại, hội nhập quốc tế" cùng với quốc phòng, an ninh là nhiệm vụ "trọng yếu, thường xuyên".

Để "đối ngoại, hội nhập quốc tế" cùng với quốc phòng, an ninh là nhiệm vụ "trọng yếu, thường xuyên", cần tiếp tục kế thừa các mục tiêu, nguyên tắc, phương châm, phương thức đối ngoại, hội nhập quốc tế đã được khẳng định trong thời gian qua. Đồng thời, tập trung thực hiện tốt: Nâng cao nhận thức về đối ngoại cùng với quốc phòng, an ninh



Bộ trưởng Bộ Phát triển bền vững và Môi trường kiêm Bộ trưởng phụ trách Quan hệ thương mại Singapore Grace Fu và Bộ trưởng Bộ Công Thương Việt Nam Nguyễn Hồng Diên ký Bản ghi nhớ về hợp tác thương mại gạo

Việc bổ sung, nâng tầm đối ngoại, hội nhập quốc tế trở thành "trọng yếu, thường xuyên" không chỉ thay đổi tư duy mà là đòn bẩy chiến lược, đưa đối ngoại, hội nhập quốc tế trở thành công cụ cốt lõi của an ninh quốc gia và phát triển bền vững.

là một nhiệm vụ trọng yếu để bảo vệ Tổ quốc từ sớm, từ xa, bảo đảm môi trường hòa bình cho công cuộc xây dựng và phát triển đất nước. Hoàn thiện thể chế và cơ chế phối hợp liên ngành; hoàn thiện hệ thống pháp luật liên quan đến đối ngoại,

quốc phòng, an ninh và hội nhập quốc tế. Chủ động, tích cực hội nhập quốc tế và triển khai hiệu quả các biện pháp ngoại giao để thu hút mạnh mẽ nguồn lực từ bên ngoài và bảo vệ Tổ quốc từ sớm, từ xa. ■

BỘ TRƯỞNG NGUYỄN HỒNG DIÊN:

Ban hành Luật Thương mại điện tử rất cần thiết, cấp bách

THU HƯỜNG

Tiếp tục chương trình làm việc Kỳ họp thứ 10, Quốc hội khóa XV, ngày 3/11, thừa ủy quyền của Thủ tướng Chính phủ, Bộ trưởng Bộ Công Thương Nguyễn Hồng Diên đã trình bày Tờ trình dự án Luật Thương mại điện tử.

Thúc đẩy thương mại điện tử phát triển bền vững

Theo Bộ trưởng Nguyễn Hồng Diên, những năm qua, thương mại điện tử (TMĐT) đang phát triển rất mạnh nhưng chưa có đạo luật riêng về lĩnh vực này. Các quy định pháp luật hiện hành cũng bộc lộ những bất cập, không thể giải quyết được các vấn đề mới, quan trọng phát sinh trong thực tiễn: Sự xuất hiện nhiều mô hình kinh doanh mới, đa dạng về chủ thể, phức tạp về bản chất như livestream bán hàng, kinh doanh đa dịch vụ, đa nền tảng... Bên cạnh đó là khó khăn trong kiểm soát, xử lý hàng giả, hàng cấm, hàng xâm phạm quyền sở hữu trí tuệ, hàng kém chất lượng. Những thách thức của hoạt động TMĐT xuyên biên giới về chất lượng hàng nhập khẩu cần được quản lý, cùng những cơ chế, chính sách hỗ trợ tăng TMĐT, thúc đẩy sự tham gia mạnh mẽ khu vực kinh tế tư nhân và phát triển TMĐT xanh, bền vững cần được ban hành tạo động lực cho phát triển kinh tế-xã hội.

Bộ trưởng Nguyễn Hồng Diên khẳng định: Việc ban hành Luật TMĐT là rất cần thiết, cấp bách nhằm kịp thời thể chế hóa đầy đủ, toàn diện các chủ trương mới của Đảng về phát triển TMĐT, kinh tế số và phù hợp với những cam kết quốc tế mà Việt Nam là thành viên. Đồng thời, khắc phục những vướng mắc, bất cập của quy định pháp luật hiện hành, thúc đẩy TMĐT tiếp tục phát triển nhanh, bền vững; bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng và sản xuất trong nước, đóng góp tích cực vào sự phát triển kinh tế - xã hội của đất nước trong kỷ nguyên mới.

8 nội dung trọng tâm

Dự thảo Luật bao gồm 7 Chương, 48 Điều, bám sát 6 chính sách lớn đã được Chính phủ thông qua. Dự thảo Luật đã sửa đổi, bổ sung các quy định so với hạ tầng pháp luật hiện hành như sau:

Thứ nhất, bổ sung định vị pháp lý toàn diện các mô hình TMĐT, từ bán hàng trực tiếp đến mô hình nhiều bên; tăng cường trách nhiệm của nền tảng trong việc rà soát, hỗ trợ thu hồi sản phẩm lỗi, bảo vệ người tiêu dùng và lưu trữ giao dịch phục vụ kiểm tra.

Thứ hai, mở rộng trách nhiệm của mạng xã hội có hoạt động TMĐT, nền tảng tích hợp đa dịch vụ; bổ sung quy định về trách nhiệm ngăn lạm dụng vị thế, bảo đảm cạnh tranh lành mạnh.

Thứ ba, bổ sung quy định về định danh người bán hàng trong nước (qua VNeID) và nước ngoài (qua giấy tờ pháp lý) nhằm minh bạch giao dịch.

Thứ tư, bổ sung quy định về trách nhiệm của chủ thể bán hàng livestream, tiếp thị liên kết về định danh, minh bạch thông tin và bảo vệ người tiêu dùng.

Thứ năm, bổ sung quy định về trách nhiệm của chủ quản nền tảng nước ngoài trong việc lập pháp nhân hoặc ủy quyền

pháp nhân đủ năng lực tại Việt Nam để thực hiện các nghĩa vụ về thuế, tranh chấp, bảo vệ người tiêu dùng.

Thứ sáu, bổ sung quy định về trách nhiệm tối thiểu của các đơn vị cung cấp dịch vụ hỗ trợ TMĐT và cơ chế phản ứng nhanh để yêu cầu ngừng hợp tác với nền tảng vi phạm pháp luật.

Thứ bảy, quy định yếu tố đặc thù trong hợp đồng điện tử có chức năng đặt hàng; bổ sung quy định về hợp đồng tự động và trách nhiệm của các bên liên quan.

Thứ tám, bổ sung quy định về phát triển thị trường TMĐT trong nước và xuất khẩu; chính sách đặc thù cho vùng sâu, vùng xa, đối tượng yếu thế, doanh nghiệp nhỏ và hộ kinh doanh.

Hồ sơ dự án Luật đáp ứng yêu cầu theo quy định

Chủ nhiệm Ủy ban Kinh tế và Tài chính của Quốc hội Phan Văn Mai cho biết, Ủy ban nhất trí với cơ sở chính trị, cơ sở thực tiễn và mục tiêu tiếp tục hoàn thiện khung pháp lý về TMĐT như đã nêu tại Tờ trình số 1007/TT-CP.

Để tiếp tục hoàn thiện dự thảo Luật, đề nghị tiếp tục rà soát, bảo đảm tính đồng bộ, thống nhất với hệ thống pháp luật, nhất là nghiên cứu, bảo đảm tính thống nhất giữa quy định của Luật này với quy định về nền tảng số, kinh tế số nền tảng trong dự án Luật Chuyển đổi số.

Dự án Luật đã tiếp thu nhiều ý kiến của Ủy ban Thường vụ Quốc hội tại Phiên họp thứ 49 (tháng 9/2025), ý kiến thẩm tra sơ bộ, hoàn thiện nhiều nội dung tại dự thảo



Bộ trưởng Bộ Công Thương Nguyễn Hồng Diên thừa ủy quyền của Thủ tướng Chính phủ trình bày Tờ trình dự án Luật Thương mại điện tử
Ảnh: ĐBND

Luật. Đồng thời, có báo cáo, thuyết minh cụ thể hơn một số nội dung chính sách tại Báo cáo số 1008/BC-CP và các tài liệu kèm theo trong hồ sơ dự án Luật.

Ủy ban Kinh tế và Tài chính đề nghị Cơ quan chủ trì soạn thảo tiếp tục nghiên cứu, tiếp thu đầy đủ ý kiến của Ủy ban Thường vụ Quốc hội tại Phiên họp thứ 49 và nghiên cứu, hoàn thiện một số nội dung.

Cụ thể: Về phạm vi điều chỉnh, khái niệm “hoạt động TMĐT”, áp dụng pháp luật thương mại điện tử pháp luật có liên quan. Quy định rõ những hoạt động nào thuộc khái niệm “hoạt động TMĐT” nhưng không được điều chỉnh tại Luật này do quy

định tại các văn bản quy phạm pháp luật khác đã bảo đảm tính đầy đủ. Quy định rõ ràng hơn đối với tổ chức cung ứng dịch vụ thanh toán, dịch vụ trung gian thanh toán hỗ trợ TMĐT trên nền tảng số. Tiếp tục rà soát việc cung cấp dịch vụ khác trên môi trường điện tử...

Về trách nhiệm chủ quản các loại hình nền tảng TMĐT (Điều 13 đến Điều 19), ông Phan Văn Mai đề nghị tiếp tục hoàn thiện theo hướng bảo đảm tính hợp lý, khả thi, phù hợp với đặc trưng của từng loại hình nền tảng thương mại điện tử, mức độ tham gia của nền tảng vào quá trình giao kết hợp đồng được thực hiện trên nền tảng. ■

Trước yêu cầu cấp thiết cần hoàn thiện và ban hành Luật TMĐT trong thời gian sớm nhất, Chính phủ trình Quốc hội xem xét, thông qua dự án Luật tại Kỳ họp này theo quy trình 1 kỳ họp.



Đại biểu Quốc hội dự phiên họp sáng ngày 3/11

Từ mùa thu vàng Gyeongju tới biển bạc Phú Quốc

Bài 1: TINH THẦN HWABAEK TỪ CỔ ĐÔ NGÀN NĂM



Bộ trưởng Nguyễn Hồng Diên phát biểu tại Hội nghị liên Bộ trưởng Ngoại giao - Kinh tế lần thứ 36 (AMM 36)

APEC 2025 được nước chủ nhà Hàn Quốc tổ chức ở cố đô Gyeongju, cách Seoul hơn 350km, với nhiều ngụ ý sâu xa về một mùa thu vàng và những “vết thương” thương mại cần chữa lành.

➤ Ghi chép của **ĐẠI BÀNG** từ Gyeongju - Busan, Hàn Quốc

“Vết thương” thương mại toàn cầu

Trở lại Hàn Quốc nửa năm sau chuyến công tác dự Hội nghị Bộ trưởng APEC tại đảo ngọc Jeju, tôi thực sự thêm bất ngờ khi lần này, Tuần lễ Cấp cao APEC 2025 được tổ chức ở cố đô Gyeongju, nơi xa Thủ đô Seoul tới hơn 350km.

Sau chuyến bay tới Seoul, chúng tôi phải đi ô tô hơn 5 tiếng, qua những vùng nông thôn núi non trùng điệp mới tới được Gyeongju.

Mùa thu Gyeongju vàng rực trong ánh nắng cuối thu và những hàng ngàn hạnh đỏ lá vàng như lụa. Từ cửa sổ trung tâm hội nghị quốc tế nhìn ra, lá ngàn hạnh trải một màu vàng như nhung trên con đường dẫn vào đền Bulguksa - ngôi chùa đã đứng đó hơn ngàn năm, chứng kiến bao triều đại hưng vong và giờ đây đón chào APEC 2025.

Gyeongju là một thành phố ven biển thuộc tỉnh Bắc Gyeongsang, phía Đông Nam Hàn Quốc. Thành phố từng là kinh đô của Vương quốc Silla cổ đại (kéo dài gần 1.000 năm, từ năm 57 trước Công nguyên đến 935 sau Công nguyên), được mệnh danh là “bảo tàng không tường” vì có rất nhiều di tích lịch sử ngoài trời. Sự

thịnh vượng của nó đã trở thành huyền thoại.

Nơi đây có rất nhiều di sản văn hóa du lịch như: Bulguksa Temple - “Chùa Bulguksa” - di tích Phật giáo nổi tiếng được UNESCO công nhận là Di sản thế giới; Seokguram Grotto - “Hang Phật Seokguram” có tượng Phật đá thiên định nổi tiếng thế giới; Cheomseongdae Observatory - “Đài thiên văn Cheomseongdae” là công trình thiên văn cổ xưa nhất châu Á, biểu tượng của Gyeongju; Yangdong Folk Village - “Làng dân gian Yangdong” - ngôi làng cổ còn giữ nguyên cấu trúc truyền thống, cũng thuộc danh mục Di sản thế giới của UNESCO.

Tôi đã từng đứng dưới bầu trời Jeju tháng 5, nơi gió mát mẻ và hương quýt chua ngọt khép lại một mùa APEC đầy khắc khoải. Khi ấy, các nhà lãnh đạo nói nhiều về thương mại toàn cầu bị tổn thương, về chuỗi cung ứng đứt gãy, về nỗi sợ chủ nghĩa bảo hộ trở lại. Sáu tháng sau, tại cố đô Silla này, tôi cảm nhận được một tâm thế khác - tỉnh táo hơn, đoàn kết hơn và có phần nhân văn hơn như chính thông điệp văn hóa từ thành phố này.

Có lẽ lý do chọn Gyeongju xa xôi làm nơi diễn ra tuần lễ thể hiện rất rõ trong bài phát biểu

của Tổng thống Hàn Quốc Lee Jae Myung mở đầu Tuần lễ Cấp cao APEC 2025 ngày 29/10: “Trong thời đại mà chủ nghĩa bảo hộ và chủ nghĩa dân tộc đang trở lại..., những lời kêu gọi hợp tác, cùng tồn tại và tăng trưởng bao trùm có thể nghe thật trống rỗng. Nhưng nghịch lý thay, chính trong khủng hoảng, vai trò đoàn kết của APEC sẽ tỏa sáng rực rỡ nhất”.

Tinh thần Hwabaek Hàn Quốc và Diên Hồng Việt Nam

Trong bài phát biểu khai mạc Phiên họp thứ nhất của Hội nghị Thượng đỉnh Hợp tác Kinh tế châu Á - Thái Bình Dương (APEC) được tổ chức tại Trung tâm Hội nghị Hwabaek Gyeongju, Tổng thống Hàn Quốc Lee Jae Myung - với tư cách Chủ tịch APEC 2025 phát biểu: “Tất cả chúng ta đang đứng trên một bước ngoặt quan trọng, nơi trật tự quốc tế đang biến động dữ dội... Trật tự thương mại tự do đang đối mặt với những thay đổi lớn, làm trầm trọng thêm sự bất ổn của kinh tế toàn cầu và động lực thúc đẩy thương mại, đầu tư đang suy yếu...”.

Đặc biệt, sau khi đề cập đến tên của địa điểm tổ chức sự kiện (Trung tâm Hội nghị Hwabaek), Tổng thống Lee Jae Myung giới thiệu: “Vương quốc Silla cổ đại thường tổ chức Hội nghị Hwabaek mỗi khi có công việc quan trọng của đất nước, nơi mọi người cùng nhau tập hợp và điều phối các ý kiến khác biệt”.

Ông giải thích: “Tinh thần Hwabaek không ép buộc tư tưởng thống nhất. Nó tìm kiếm con đường hài hòa và cùng tồn tại bằng cách theo đuổi bản giao hưởng của sự

hòa âm, được tạo ra từ sự kết hợp của những tiếng nói khác biệt”.

Tổng thống Lee Jae Myung nói thêm: “Tôi hy vọng, các quý vị sẽ nhận được nguồn cảm hứng và lòng can đảm để cùng nhau hướng tới tương lai tại Gyeongju, một cố đô ngàn năm đã đạt được thịnh vượng thông qua sự hài hòa và đoàn kết”.

Tôn trọng sự khác biệt nhưng có lẽ đoàn kết thực sự phải trên nền tảng đồng thuận và lợi ích chung. Nếu như Vương quốc Silla cổ đại có Hội nghị Hwabaek thì Việt Nam từng có Hội nghị Diên Hồng để cả dân tộc kết thành sức mạnh vô song trong thời khắc nguy nan nhất.

Chủ tịch nước Lương Cường gây ấn tượng và được đánh giá rất cao trong bài phát biểu tại Hội nghị Thượng đỉnh Doanh nghiệp APEC 2025.

Chủ tịch nước nhấn mạnh, trong một thế giới đầy bất ổn, bất định, xáo trộn và đứt gãy, Việt Nam mang đến cho các doanh nghiệp sự ổn định, an toàn và cơ hội thành công bền vững.

Đồng hành cùng Việt Nam, các doanh nghiệp sẽ có được môi trường chính trị - xã hội an toàn, ổn định; môi trường đầu tư kinh doanh thuận lợi, minh bạch; một thị trường quy mô lớn hơn 100 triệu dân; một nền kinh tế năng động, tăng trưởng mạnh mẽ và kết nối toàn cầu; một lực lượng lao động trẻ, dồi dào và được đào tạo bài bản và hệ thống kết cấu hạ tầng ngày càng hoàn chỉnh, đồng bộ.

Phát biểu tại Hội nghị liên Bộ trưởng Ngoại giao - Kinh tế lần thứ 36 (AMM 36), Bộ trưởng Bộ Công Thương Nguyễn Hồng Diên nhấn

mạnh việc kết nối và tăng cường khả năng chống chịu của chuỗi cung ứng. Bộ trưởng khẳng định tầm quan trọng của việc đa dạng hóa chuỗi cung ứng và phát triển hạ tầng logistics hiện đại, thích ứng với biến đổi khí hậu. Việt Nam đang tích cực mở rộng mạng lưới các hiệp định thương mại tự do (FTAs), đồng thời đầu tư phát triển hệ thống giao thông chiến lược để tăng cường kết nối khu vực.

Có lẽ đó là con đường phù hợp để Việt Nam đi lên hiện nay, rất đúng với tinh thần Hwabaek.

APEC 2025: Văn hóa bước lên vũ đài kinh tế

Cố đô Gyeongju từng là nơi các hiền triết Silla họp bàn dưới bóng cây ngàn hạnh, lấy đồng thuận làm gốc rễ cho mọi chính sách quốc gia. Giờ đây, tinh thần ấy đang thấm dần vào từng tuyên bố của APEC 2025.

“Hwabaek” không chỉ là biểu tượng lịch sử, mà là một triết lý hành xử trong thế giới đầy mâu thuẫn hôm nay: Tôn trọng sự khác biệt để tìm điểm giao thoa. Đối thoại để thay cho đối đầu. Cùng kiến tạo thịnh vượng, thay vì tranh giành phần thắng.

Để thực hiện mục tiêu ấy, văn hóa đã trở thành một cây cầu vượt qua những “đám cháy” thương mại.

APEC 2025 chứng kiến nhiều câu chuyện lạ kỳ và thú vị về văn hóa. Đầu tiên phải kể đến việc Tổng thống Lee Jae Myung đã dành tặng Tổng thống Mỹ Donald Trump một món quà ngoại giao đặc biệt: Mô hình vương miện vàng, biểu tượng vương quyền thời Silla. Theo truyền thông Hàn



Chủ tịch nước Lương Cường hội đàm với Tổng thống Hàn Quốc Lee Jae Myung nhân dịp dự Tuần lễ Cấp cao APEC 2025
Ảnh: VOV

Quốc, ông Trump vô cùng thích thú khi nhận món quà và ra lệnh cho trợ lý mang ngay lên chuyên cơ Air Force One để đưa về Mỹ.

Người chế tác chiếc vương miện này là ông Kim Jin-bae, nghệ nhân kim loại nổi tiếng tại Làng thủ công dân gian Gyeongju. Từ di sản ngàn năm đến biểu tượng ngoại giao, chiếc vương miện vàng là một trong những báu vật tiêu biểu của thời Silla, được phát hiện tại mộ cổ ở Gyeongju. Nay, dưới bàn tay của người thợ thủ công Hàn Quốc, nó trở thành món quà mang ý nghĩa giao lưu văn hóa sâu sắc giữa Hàn Quốc và Hoa Kỳ.

Một món quà chứa đựng tinh hoa lịch sử, vượt qua ngàn năm, nay bay trên bầu trời thế giới cùng chuyên cơ của Tổng thống Mỹ.

Thứ hai, phải kể đến việc tại Hội nghị Cấp cao Doanh nghiệp APEC, lần đầu tiên một nghệ sĩ K-pop được chọn làm diễn giả chính tại sự kiện này. Mở đầu bài phát biểu, RM - trưởng nhóm nhạc toàn cầu BTS đã bày tỏ niềm vinh dự khi được có mặt tại hội nghị và gặp gỡ các nhà lãnh đạo APEC ngay tại Hàn Quốc - quê hương của mình. “Tôi cảm nhận sâu sắc niềm tự hào và hào hứng khi ngành công nghiệp văn hóa lần đầu tiên được đưa vào chương



Gyeongju trồng ngân hạnh không chỉ làm đẹp cảnh quan, mà để gửi gắm thông điệp: Phát triển phải bền vững như cây và kinh tế phải thấm đẫm tinh thần văn hóa

Nếu Gyeongju có sắc vàng ngân hạnh làm biểu tượng cho hòa hợp và tái sinh, thì Phú Quốc, với sắc xanh của biển và lòng người, cần tạo nên biểu tượng riêng – một “văn hóa biển thương mại” trong mùa APEC 2027 tới...

trình nghị sự trọng tâm của APEC”, RM nhấn mạnh.

“Thành công rực rỡ của K-pop là minh chứng cho thấy, sự đa dạng văn hóa và sáng tạo là tiềm năng lớn nhất của con người - một sức mạnh không biên giới, không giới hạn cho sự phát triển. Là một nhà sáng tạo và một nghệ sĩ, tôi muốn tận dụng cơ hội này để đưa ra một lời thỉnh cầu tới các nhà lãnh đạo và khách mời của APEC là hỗ trợ tài chính cho những nhà sáng tạo trên khắp thế giới, để sự sáng tạo của chính họ có thể nở rộ”, RM nói.

Lãnh đạo thành phố Gyeongju cũng kỳ vọng: “Trong quá trình quảng bá du lịch Hàn Quốc gần đây, việc Gyeongju được nhấn mạnh là địa điểm tổ chức Hội nghị Thượng đỉnh APEC đã trở thành yếu tố thu hút du khách nước ngoài” và nhận định: “Nếu vẻ đẹp của Gyeongju, được mệnh danh là ‘bảo tàng không mái che’, được biết đến rộng rãi trên thế giới thông qua Hội nghị APEC thì sau APEC, du khách nước ngoài sẽ còn tìm đến Gyeongju nhiều hơn nữa”.

Bài viết từ Korea Times cho biết, Gyeongju đã đầu tư 288 tỷ Won (gần 200 triệu USD) trong một thập kỷ vào khu vực Bomun Lake và cơ sở du lịch, cải tạo di tích và xây dựng cơ sở hạ tầng. Chính quyền Gyeongju nhận

diện du lịch - văn hóa thành công nghiệp chủ đạo thứ hai sau sản xuất, dùng di sản văn hóa làm “nền tảng tăng trưởng”. Đây là mô hình “di sản kết hợp kinh tế” không chỉ giữ gìn cổ vật mà còn khai thác kinh tế - xã hội từ đó.

Từ câu chuyện của Gyeongju, gọi mở bài học cho Việt Nam. Với các vùng di sản như Huế, Hội An, Bắc Ninh..., việc khai thác du lịch văn hóa cần được tổ chức như công nghiệp dịch vụ quy mô lớn, kết nối với thương mại - logistics - chất lượng quốc tế và nhất là gắn với các sự kiện quốc tế lớn như APEC. Kết hợp di sản với kinh tế hiện đại: Di sản không phải chỉ để “trưng bày” mà là nguồn lực phát triển.

Từ ngân hạnh “quả vàng” đến biển bạc Phú Quốc

Giữa Gyeongju, mùa thu như một bản trường ca của sắc vàng. Hàng cây ngân hạnh trải dọc đại lộ Bomun, nối từ đền Bulguksa đến trung tâm hội nghị quốc tế, rực sáng trong nắng cuối ngày. Mỗi chiếc lá rơi xuống như một đồng tiền vàng của tạo hóa, nhẹ mà lấp lánh, nhắc con người về mối liên hệ giữa thiên nhiên, văn hóa và kinh tế.

Với người Hàn Quốc, cây ngân hạnh không chỉ là biểu tượng của sự trường thọ và kiên định, mà còn là biểu trưng cho ý chí vượt qua nghịch cảnh. Vì thế, ở Hàn Quốc, chính quyền nhiều thành phố, đặc biệt là Gyeongju, trồng ngân hạnh không chỉ để làm đẹp cảnh quan, mà để gửi gắm thông điệp: Phát triển phải bền vững như cây và kinh tế phải thấm đẫm tinh thần văn hóa.

Ngày nay, Gyeongju biết biến những giá trị biểu tượng ấy thành sức mạnh kinh tế. Mỗi mùa thu, hàng triệu du khách từ khắp nơi đến đây để chụp ảnh dưới tán ngân hạnh, để mua những sản phẩm thủ công, ẩm thực, thời trang mang sắc vàng - tạo nên ngành “kinh tế văn hóa mùa thu” có doanh thu hàng trăm triệu USD. Người Hàn gọi đó là “Hwabaek kinh tế” - mô hình phát triển hài hòa giữa hồn văn hóa và dòng chảy thương mại.

Đó cũng là bài học quý cho các nền kinh tế APEC, nhất là Việt Nam - một đất nước giàu bản sắc nhưng đôi khi chưa khai thác hết “tài sản mềm” của văn hóa, nhất là khi APEC 2027 tổ chức ở Phú Quốc đang gọi cho chúng ta rất nhiều việc cần làm.

Trong bối cảnh kinh tế toàn cầu nhiều biến động, văn hóa chính là năng lượng tái tạo cho niềm tin và sáng tạo. Một quốc gia biết làm cho di sản của mình sinh lợi mà không đánh mất bản sắc, biết kết nối văn hóa với thương mại, nghệ thuật với công nghiệp, sẽ trở thành quốc gia bền vững.

Nhìn những hàng ngân hạnh vàng Gyeongju rụng lá mà vẫn xanh gốc, tôi hiểu, khi văn hóa và kinh tế cùng mọc từ một cội rễ, thương mại sẽ không chỉ mang lại lợi nhuận, mà còn mang lại sự đồng thuận - chính là tinh thần Hwabaek bất diệt.

(Còn nữa)

Triển khai mạnh mẽ các chương trình nền tảng

Trong bối cảnh Việt Nam đang đẩy mạnh phát triển bền vững và chuyển đổi xanh, xin bà cho biết Bộ Công Thương đang có những giải pháp nào để khuyến khích, thúc đẩy quá trình này?

Thúc đẩy phát triển bền vững và chuyển đổi xanh là xu thế tất yếu, không chỉ của Việt Nam mà cả thế giới. Với vai trò là bộ quản lý nhiều lĩnh vực kinh tế, công nghiệp, thương mại và có nhiều hoạt động hợp tác quốc tế, thời gian qua, Bộ Công Thương đã triển khai mạnh mẽ các chương trình nền tảng, dựa trên cả hợp tác quốc tế và nội lực trong nước.

Cụ thể, có thể kể đến Chương trình sản xuất và tiêu dùng bền vững, Chương trình sử dụng năng lượng tiết kiệm và hiệu quả, Chương trình ứng phó với biến đổi khí hậu, Chương trình kinh tế tuần hoàn.

Gần đây, thực hiện tinh thần Nghị quyết 57 của Bộ Chính trị về khoa học, công nghệ và đổi mới sáng tạo, Bộ cũng xây dựng các chương trình về sản xuất thông minh, chuyển đổi số cho doanh nghiệp, nhằm hỗ trợ doanh nghiệp công nghiệp và thương mại chuyển đổi xanh, chuyển đổi số. Đây là những giải pháp rất cần thiết trong hoạt động của doanh nghiệp hiện nay.

Bà đánh giá như thế nào về những khó khăn mà doanh nghiệp Việt Nam đang gặp phải

ĐỔI MỚI SÁNG TẠO VÀ CÔNG NGHỆ

Nền tảng cho tăng trưởng xanh

Để làm rõ những định hướng, giải pháp trọng tâm của ngành Công Thương trong tăng trưởng xanh và phát triển bền vững, phóng viên Báo Công Thương đã có cuộc trao đổi với bà Nguyễn Thị Lâm Giang - Cục trưởng Cục Đổi mới sáng tạo, Chuyển đổi xanh và Khuyến công (Cục ĐCK - Bộ Công Thương).

➤ THANH BÌNH (thực hiện)



về phát triển bền vững và chuyển đổi xanh là gì?

Mục tiêu tổng thể đã được xác định rõ, đó là cam kết đạt phát thải ròng bằng 0 (Net Zero) vào năm 2050. Tuy nhiên, với mục tiêu cụ thể hơn, trong Nghị quyết 70-NQ/TW về bảo đảm an ninh năng lượng quốc gia đến năm 2030, tầm nhìn đến năm 2045 đã đề ra chỉ tiêu cụ thể là đến năm 2030, giảm 8-10% tổng mức tiêu thụ năng lượng so với kịch bản thông thường, hướng tới năm 2035 tiếp tục giảm sâu hơn nữa.

Đây là mục tiêu rất cụ thể, gắn với hoạt động của ngành và doanh nghiệp. Bộ Công Thương đã ban hành nhiều hướng dẫn kỹ thuật, tài liệu chuyên môn để giúp doanh nghiệp thực hiện các biện pháp sử dụng năng lượng tiết kiệm, hiệu quả, tiết kiệm chi phí và bảo vệ môi trường.

Xin cảm ơn bà!

ngiên cứu, trường đại học và doanh nghiệp trong nước, thông qua các diễn đàn để chia sẻ thông tin, kết nối và hợp tác. Đây là cách để lan tỏa công nghệ, kinh nghiệm và tạo sức cộng hưởng trong quá trình phát triển bền vững.

Xin bà cho biết mục tiêu cụ thể của Việt Nam trong thời gian tới

Kết nối chuỗi giá trị

Bên cạnh nỗ lực nội tại của doanh nghiệp trong nước, chúng ta có chính sách nào để thúc đẩy chuyển giao công nghệ từ khối FDI để góp phần lan tỏa mô hình phát triển xanh, bền vững tại Việt Nam, thưa bà?

Trong lĩnh vực phát triển bền vững, các doanh nghiệp FDI, đặc biệt là những tập đoàn đa quốc gia thường là đơn vị tiên phong trong chuyển đổi xanh. Có thể kể đến như Daikin, Hitachi, Toshiba..., các doanh nghiệp này vừa phát triển kinh tế, vừa quan tâm tới các yếu tố môi trường. Bộ Công Thương khuyến khích doanh nghiệp FDI phối hợp với các viện

Bộ Công Thương đã có nhiều chính sách cụ thể nhằm thúc đẩy hợp tác và chuyển giao công nghệ. Chẳng hạn, Tập đoàn Samsung đã phối hợp triển khai chương trình hỗ trợ đào tạo nhân lực Việt Nam trong lĩnh vực công nghiệp hỗ trợ. Đây là ví dụ điển hình cho mô hình đôi bên cùng có lợi.

Gỡ điểm nghẽn "kìm chân" ngành logistics

➤ QUỲNH NGÀ

Để ngành logistics bứt phá trong bối cảnh hội nhập sâu rộng, chuyên gia cho rằng, doanh nghiệp cần giải "bài toán" chi phí thông qua hợp tác và nâng cao năng lực nội tại.

Đóng góp khoảng 4-5% GDP

Chia sẻ với phóng viên Báo Công Thương, ông Trần Thanh Hải - Phó Cục trưởng Cục Xuất nhập khẩu (Bộ Công Thương) - cho biết, vai trò của logistics ngày càng được đề cao trong nền kinh tế quốc dân, trở thành nhân tố hỗ trợ cho dòng chu chuyển của các giao dịch kinh tế, đồng thời cũng là một phần quan trọng đối với hoạt động kinh doanh hầu hết các loại hàng hóa, dịch vụ.

Ông Trần Thanh Hải nhận định, với sự tích cực phối hợp, triển khai của các bộ, ngành, địa phương, doanh nghiệp..., ngành logistics Việt Nam đã có những bước tiến đáng kể trong thời gian qua.

Theo Hiệp hội Doanh nghiệp dịch vụ logistics Việt Nam, cùng với tốc độ tăng trưởng của GDP, giá trị sản xuất công nghiệp, kim ngạch xuất nhập khẩu, trị giá bán lẻ hàng hóa và dịch vụ, trong thời gian vừa qua, dịch vụ logistics của Việt Nam có tốc độ tăng trưởng tương đối cao, đạt 14-16%, đóng góp khoảng 4-5% GDP.



Logistics được xác định là ngành dịch vụ quan trọng trong cơ cấu tổng thể nền kinh tế quốc dân
Ảnh: Cán Dưng

Việt Nam hiện có hơn 40.000 doanh nghiệp hoạt động trong lĩnh vực logistics. Trong đó, có hơn 5.000 doanh nghiệp cung cấp dịch vụ logistics 3PL, 89% là doanh nghiệp trong nước, 10% doanh nghiệp liên doanh và 1% doanh nghiệp 100% vốn nước ngoài cung cấp dịch vụ logistics xuyên quốc gia.

Tuy nhiên, bên cạnh những kết quả đạt được, ngành logistics Việt Nam vẫn còn một số hạn chế như chưa khai thác hết được lợi thế địa kinh tế và tương xứng với

tiềm năng của mỗi địa phương; cơ sở hạ tầng phục vụ cho các hoạt động logistics cũng như sự kết nối giữa hạ tầng thương mại, giao thông, công nghệ thông tin... cả trong nước và với khu vực chưa cao nên hiệu quả hoạt động logistics còn nhiều bất cập.

"Chi phí dịch vụ còn cao, chất lượng cung cấp một số dịch vụ còn hạn chế, trong điều kiện thị trường cung cấp dịch vụ của Việt Nam hiện nay có sự cạnh tranh gay gắt" - ông Hải chỉ rõ.

Liên kết để bứt phá

Theo ông Kim Lê Huy - Phó Chủ tịch ngành hàng tiêu dùng, Tổng Giám đốc DKSH Việt Nam, chi phí logistics là thách thức vô cùng quan trọng - yếu tố cốt lõi. Chi phí logistics sẽ giảm khi doanh nghiệp đạt được quy mô đủ lớn. Để giải quyết "bài toán" này, đặc biệt đối với các doanh nghiệp vừa và nhỏ (SME), có 3 cách giải quyết:

Một là: Mở rộng quy mô một cách chiến lược. *Hai là,* sử dụng dịch vụ của bên thứ ba. *Ba là,* hợp tác, liên kết để tạo quy mô lớn hơn.

Ông Trần Thanh Hải cũng cho rằng, một trong những nguyên nhân hạn chế sự phát triển của logistics chính là sự thiếu liên kết giữa các bên của chuỗi cung ứng và các bên liên quan của ngành, thể hiện qua tỷ lệ thuê ngoài dịch vụ logistics ở Việt Nam còn thấp so với các nước phát triển khác.

Do đó, trong thời gian tới, để thúc đẩy phát triển ngành dịch vụ logistics, bên cạnh những giải pháp căn cơ đã và đang được các cấp, các bên tích cực triển khai thực hiện như hoàn thiện cơ chế, chính sách, cải cách môi trường kinh doanh; hoàn thiện kết cấu hạ tầng logistics; tăng cường chuyển đổi số và ứng dụng công nghệ thông tin; phát triển nguồn nhân lực; nâng cao chất lượng của doanh nghiệp dịch vụ logistics; phát triển sản xuất, xuất nhập khẩu tạo nguồn hàng cho ngành dịch vụ logistics..., cần củng cố, tăng cường các mối liên kết trong ngành.■

DOANH NGHIỆP VIỆT

Tăng tốc chuyển đổi số với làn sóng AI Commerce

> MINH TRANG

Trong bối cảnh nền kinh tế số phát triển như vũ bão, thương mại điện tử đã trở thành trụ cột tăng trưởng mới. Tuy nhiên, để thực sự kiến tạo một thế hệ tăng trưởng vượt trội, không thể không nhắc đến vai trò của trí tuệ nhân tạo (AI) và Dữ liệu lớn (Big Data).

Tại Hội nghị “AI Commerce – Kiến tạo thế hệ tăng trưởng mới” đã mở ra làn sóng chuyển đổi số mạnh mẽ cho doanh nghiệp Việt Nam, bà Lại Việt Anh - Phó Cục trưởng Cục Thương mại điện tử và Kinh tế số (Bộ Công Thương) - cho biết: AI không chỉ là một công cụ công nghệ; nó là chiến lược cốt lõi để chuyển hóa dữ liệu khổng lồ thành lợi thế cạnh tranh, “chìa khóa” để đạt được sự tăng trưởng theo cấp số nhân trong kỷ nguyên số.

Ông Nguyễn Hữu Tuấn - Giám đốc Trung tâm Phát triển Thương mại điện tử và Công nghệ số - nhận định, thương mại điện tử Việt Nam đang bước vào giai đoạn “vàng” khi hạ tầng, hành vi tiêu dùng và khung pháp lý đều đã sẵn sàng.

Sự bùng nổ của thương mại điện tử tại Việt Nam đang tạo ra nhu cầu mạnh mẽ về khai thác và phân tích dữ liệu lớn (Big Data) phục vụ hoạt động kinh doanh. Bà Đỗ Thị Thanh Hương - Trưởng phòng Nghiên cứu thị trường Công ty Cổ phần Khoa học Dữ liệu Metric - cho biết, việc ứng dụng phân tích Big Data giúp tăng doanh thu trực tiếp lên tới 54%, đồng thời nâng khả năng đạt gấp đôi lợi nhuận thêm 25%.

Công ty Cổ phần MISA đang triển khai AI Sales Agent, tức là “nhân viên kinh doanh không ngủ”, có khả năng phục vụ



Toàn cảnh hội nghị

Ảnh: Quỳnh Trang

khách hàng 24/7 nhờ kết hợp công nghệ AI Agent và Digital Twin (bản sao số). Ông Nguyễn Phi Nghị - Giám đốc Khối kinh doanh Công ty Cổ phần MISA - cho biết, mô hình này giúp các doanh nghiệp mở rộng quy mô bán hàng mà không cần tăng nhân sự, đồng thời nâng cao năng suất và tiết kiệm chi phí tuyển dụng.

MISA đã thử nghiệm giải pháp tại doanh nghiệp Non Food. Kết quả cho thấy, AI thực hiện hơn 3.000 cuộc hội thoại, tư vấn thành công 1.000 đơn hàng, giúp năng suất bán hàng tăng gấp 3 lần và tự động hóa 76% quy trình.

Dự án NextGenAI của Tập đoàn MediaSoft đang triển khai giúp doanh nghiệp Việt, đặc biệt là các doanh nghiệp nhỏ và vừa, dễ dàng ứng dụng AI vào quy trình vận hành, từ chăm sóc khách hàng, quản lý dữ liệu đến bán hàng tự động. Tại hội nghị, ông Nguyễn Trung Thành - Giám đốc Phát triển giải pháp, NextGenAI (Tập đoàn MediaSoft) chia sẻ, AI không thay thế con người ngay, mà hỗ trợ xử lý các tác vụ lặp lại như tư vấn, phản hồi tin nhắn, quảng

cáo hay chăm sóc khách hàng ban đầu. Mô hình F2C - nền tảng thương mại điện tử thuần Việt đầu tiên tại châu Á - ứng dụng AI vào toàn bộ chuỗi bán hàng trực tiếp từ nhà sản xuất đến người tiêu dùng, không qua trung gian. Ông Kiều Tiến Anh - Giám đốc vận hành sàn thương mại điện tử F2C Hi1 Thuần Việt cho biết, F2C giúp loại bỏ hoàn toàn khâu trung gian, không thu phí nhà bán, giảm 15 - 30% chi phí vận hành và quảng cáo, đồng thời nâng cao tính minh bạch và kiểm soát thương hiệu.

Nổi bật nhất, nền tảng này ứng dụng AI trong chăm sóc khách hàng, giám sát chất lượng và phân tích thị trường, giúp người bán giảm tới 60% chi phí vận hành.

Ông Kiều Tiến Anh khẳng định: F2C không chỉ là sàn thương mại điện tử, mà là hệ sinh thái AI Commerce thuần Việt, nơi doanh nghiệp, nhà sản xuất và người tiêu dùng cùng hưởng lợi. Mục tiêu của nền tảng là góp phần xây dựng hệ sinh thái thương mại số minh bạch, công bằng và hiệu quả. Qua đó nâng cao năng lực cạnh tranh của hàng Việt... ■

> Học trong MỘT PHÚT

Nhất nghệ tinh...

> MINH HẠNH

Tục ngữ có câu: “Một nghề cho chín, còn hơn chín nghề”. Cổ nhân nói rất đúng, thà làm một nghề nhân ưu tú tạo ra một sản phẩm tốt nhất còn hơn làm một người cái gì cũng biết nhưng chỉ biết chút chút, chỉ tạo ra được những sản phẩm làng nhàng.

Khởi nghiệp, kinh doanh cũng vậy chẳng?

Thấu hiểu tư duy của người xưa, “Vua cúc áo” Tôn Thanh Nghĩa sau 28 năm khởi nghiệp đã đưa thương hiệu Tôn Văn “sáng” trên thương trường.

Năm 1997, sau nhiều long đong, lận đận tìm việc làm, khi chạm đến mốc cuối của tuổi “tam thập nhi lập”, ông Văn khởi nghiệp với số vốn 1 cây vàng, “đánh cược” với... chiếc cúc áo từ một ý tưởng khác biệt lóe lên trong đầu: Thay vì làm bằng nhựa, sao không làm cúc áo từ vỏ trai, vỏ sò vớt bỏ nằm la liệt nơi bãi biển, biến chúng thành những chiếc cúc áo lấp lánh, mang trong mình hơi thở biển khơi, của số phận ngư dân nghèo khổ?

Startup Tôn Văn ra đời. Sản phẩm đã có, đẹp và tốt nhưng chỉ nhận được vỏ số cái lác đầu của các thương hiệu may mặc nội. Tôn Văn hướng ra nước ngoài, rất gian nan, cuối cùng bắt tay được với đối tác Nhật rồi Đức, Áo, Mỹ, Đài Loan (Trung Quốc)... “Tiếng lành đồn lan xa”, cúc áo Tôn Văn dần chinh phục các thương hiệu thời trang lớn như Dior, Escada, Ralph Lauren...

Ông Văn nhớ mãi câu chuyện “chiếc lỗ vuông”. Một đối tác Tây Ban Nha yêu cầu “quái dị”: Cúc áo có 4 lỗ xâu chỉ hình vuông - một bài toán học búa trái với nguyên tắc khoan lỗ phải tròn. Với hình vuông, mọi quy luật cơ khí thông thường trở nên vô nghĩa. Nhiều ngày đêm “mất ăn, mất ngủ”, suy nghĩ, nghiên cứu, làm thử - cải tiến..., cuối cùng “bài toán” đã được giải, đơn hàng lớn giao đúng hẹn, khách hàng hài lòng.

Chiếc cúc áo nhỏ bé nhưng giá trị không hề nhỏ, nó chứa đựng trong đó triết lý “Nhất nghệ tinh, nhất thân vinh” của nhà khởi nghiệp.



Bộ Công Thương “tiếp sức” ...

(Tiếp theo trang 1)

Ngoài ra, Chương trình hỗ trợ doanh nghiệp vươn ra thị trường quốc tế - Go Global đang được khẩn trương hoàn thiện về nội dung và quy trình để có thể trong tháng 11 trình Chính phủ.

Một nỗ lực khác trong chuyển động chính sách của Bộ Công Thương là hướng đến mở rộng thị trường cho doanh nghiệp tư nhân và các doanh nghiệp khác thông qua đẩy mạnh hoạt động xúc tiến thương mại quy mô, tầm cỡ quốc gia. Sự kiện Hội chợ Mùa Thu lần thứ nhất - 2025 được cộng đồng doanh nghiệp đánh giá rất cao, cho thấy việc mở rộng thị trường ngay từ “sân nhà” rất kịp thời và cần thiết.

Các hoạt động thường xuyên khác của Bộ Công Thương gồm: Tập trung vào nhóm công việc liên quan đến chuyển đổi số và phát triển thương mại điện tử trong bối cảnh nước ta tăng cường đàm phán các hiệp

định thương mại song phương và đa phương; mở rộng thị trường xuất khẩu, tập trung vào các thị trường ngách. Mới đây, Bộ Công Thương đã trình Chính phủ ban hành Nghị quyết về việc phê chuẩn Hiệp định Đối tác kinh tế toàn diện Việt Nam - UAE; hoàn tất việc đàm phán nâng cấp các hiệp định trong khối ASEAN. Xúc tiến, đàm phán, ký kết các FTA mới với các nước như: Hiệp định thương mại tự do giữa Việt Nam và Khối EFTA, đàm phán với Pakistan...

Những nỗ lực trên của Bộ Công Thương đã góp phần quan trọng trong việc tạo tâm thế cho cộng đồng doanh nghiệp tư nhân tin vào chủ trương, chính sách của Đảng và Nhà nước, từ đó thực hiện định hướng lớn ổn định kinh tế vĩ mô, tạo đà cho mục tiêu tăng trưởng GDP hai con số trong những năm tới.

Q.L



ĐAM CÀ MAU®
HẠT NGỌC MÙA VÀNG

Thành ủy Hà Nội phối hợp với Hội đồng Lý luận Trung ương tổ chức Hội thảo khoa học cấp thành phố năm 2025 với chủ đề “Phát triển nguồn nhân lực chất lượng cao của Thủ đô Hà Nội đến năm 2030, tầm nhìn và đột phá chiến lược”. Đây là dịp các nhà khoa học, nhà quản lý cùng hiến kế, kết nối tri thức, thúc đẩy sức sáng tạo cho sự phát triển kinh tế Thủ đô.

➤ HẢI SON

Xây dựng nhân lực chất lượng cao

Thông tin tại hội thảo, Phó Trưởng ban Thường trực Ban Tuyên giáo và Dân vận Thành ủy Hà Nội Vũ Hà - cho biết, sự kiện diễn ra trong bối cảnh toàn cầu đang bước vào kỷ nguyên số và chịu tác động sâu sắc, toàn diện của cuộc Cách mạng công nghiệp lần thứ tư, quá trình toàn cầu hóa, chuyển đổi số và sự dịch chuyển mạnh mẽ sang nền kinh tế tri thức, kinh tế sáng tạo, kinh tế xanh, kinh tế tuần hoàn. Sự bùng nổ của trí tuệ nhân tạo (AI), dữ liệu lớn (Big Data), Internet vạn vật (IoT) đã làm thay đổi căn bản phương thức sản xuất và lao động xã hội.

Thành ủy Hà Nội đã xác định phát triển nguồn nhân lực chất lượng cao là một trong những khâu đột phá chiến lược. Cụ thể, Chương trình số 06-CTr/TU (ngày 17/3/2021) về “Phát triển văn hóa, nâng cao chất lượng nguồn nhân lực, xây dựng người Hà Nội thanh lịch, văn minh” giai đoạn 2021 - 2025 là minh chứng rõ ràng cho quyết tâm chính trị của thành phố, nhấn mạnh việc xây dựng con người Hà Nội toàn diện về phẩm chất, năng lực để đáp ứng yêu cầu hội nhập.

Phó Trưởng ban Thường trực Ban Tuyên giáo và Dân vận Thành ủy Hà Nội nhấn mạnh, hội thảo không chỉ mang ý nghĩa là sự kiện khoa học chuyên ngành, mà còn là diễn đàn học thuật, chính sách, nơi kết nối giữa các nhà nghiên cứu, nhà hoạch định chính sách và người thực thi, nhằm xây dựng hệ luận cứ toàn diện cho định hướng phát triển nguồn nhân lực chất lượng cao của Thủ đô trong thời kỳ mới. Từ việc phản ánh thực tiễn sinh động, tổng kết lý luận đến chia sẻ kinh nghiệm quốc tế, hội thảo kỳ vọng kiến tạo nền tảng tư duy và hành động cho quá trình bứt phá về xây dựng, phát triển nhân lực chất lượng cao của Hà Nội.



Hội thảo do Thành ủy Hà Nội phối hợp với Hội đồng Lý luận Trung ương tổ chức

NGUỒN NHÂN LỰC CHẤT LƯỢNG CAO

Động lực mới của Thủ đô

Tăng tốc hình thành nguồn nhân lực số

Tại sự kiện, các chuyên gia, nhà khoa học đã thảo luận và đề xuất nhiều giải pháp nhằm phát triển nguồn nhân lực chất lượng cao của Thủ đô. Các ý kiến thống nhất, để Hà Nội bứt phá, cần những giải pháp đột phá về thể chế, công nghệ, đào tạo và chính sách đãi ngộ.

Tham luận với chủ đề “Ứng dụng AI và chuyển đổi số trong quản lý, dự báo, phát triển nguồn nhân lực chất lượng cao của Hà Nội”, GS. TSKH Nguyễn Đình Đức - nguyên Chủ tịch Hội đồng Trường Đại học Công nghệ (Đại học Quốc gia Hà Nội) - đề xuất xây dựng khung phân tích dữ liệu nhân lực dựa trên trí tuệ nhân tạo (AI-HR Analytics) nhằm tạo nền tảng dữ liệu nhân lực thống nhất, phục vụ phân tích, dự báo khoảng trống kỹ

năng và tư vấn đào tạo lại, nâng cấp năng lực cho người lao động. GS. TSKH Nguyễn Đình Đức cũng cho rằng, Hà Nội cần sớm hình thành trung tâm dữ liệu nhân lực gắn với quy hoạch phát triển kinh tế - xã hội.

PGS.TS Trần Kim Chung - Thành viên Hội đồng lý luận Trung ương - trình bày tham luận “Dự báo nhu cầu nhân lực chất lượng cao cho các ngành kinh tế mũi nhọn của Thủ đô đến năm 2030”. Ông cho rằng, Hà Nội cần dự báo chính xác và điều tiết đào tạo theo nhu cầu thị trường, tập

trung vào các lĩnh vực có tiềm năng tăng trưởng mạnh như công nghệ thông tin, tài chính - ngân hàng, logistics, y tế chất lượng cao, công nghiệp sáng tạo và dịch vụ đô thị thông minh. Trong đó, đào tạo phải gắn chặt với thực tiễn phát triển, gắn giữa nhà trường, viện nghiên cứu và doanh nghiệp.

Từ góc nhìn giáo dục đại học, PGS.TS Nguyễn Thiện Dũng (Trường Đại học Thủy lợi) tham luận với chủ đề “Phát triển nhân lực trình độ cao, nhân tài cho Thủ đô theo Nghị quyết 71-NQ/

TW”. Qua đó, ông nhấn mạnh ba nhóm giải pháp then chốt: Hoàn thiện thể chế, trao quyền tự chủ toàn diện cho các cơ sở giáo dục đại học gắn với Luật Thủ đô sửa đổi; ban hành cơ chế đãi ngộ vượt trội, tạo môi trường làm việc và nghiên cứu thuận lợi cho đội ngũ trí thức; hiện đại hóa cơ sở vật chất, phòng thí nghiệm đạt chuẩn quốc tế, mở rộng hợp tác và trao đổi học thuật.

Ở lĩnh vực y tế, Thạc sĩ, bác sĩ Lê Thị Lệ Quyên (Bệnh viện Ung Bướu Hà Nội) chia sẻ mô hình liên kết đào tạo quốc tế giúp nâng cao trình độ đội ngũ y, bác sĩ, khẳng định vị thế của bệnh viện là điểm sáng trong hợp tác quốc tế về phát triển nhân lực y tế chất lượng cao.

Thạc sĩ Đào Thị Hoàng Lan (Trường Đào tạo cán bộ Lê Hồng Phong) lại nêu ba nhóm giải pháp chiến lược: Đổi mới đào tạo và quản lý dựa trên công nghệ; xây dựng hệ sinh thái thu hút nhân tài, phát triển văn hóa đổi mới sáng tạo; ưu tiên phát triển hạ tầng số, đẩy mạnh hội nhập quốc tế trong đào tạo và nghiên cứu.

PGS. TS Lương Thu Hà (Trường Kinh doanh - Đại học Kinh tế quốc dân) chia sẻ kết quả nghiên cứu về “Mức độ chuyển đổi số trong các cơ sở giáo dục đại học thuộc khối kinh tế trên địa bàn Hà Nội”. PGS.TS Lương Thu Hà chỉ ra 7 nhân tố ảnh hưởng chính đến việc ứng dụng công nghệ trong giảng dạy, qua đó đề xuất tăng tốc chuyển đổi số trong giáo dục đại học để hình thành nguồn nhân lực số, nhân tố quyết định năng lực cạnh tranh của Hà Nội trong thập kỷ tới. ■

Việc xây dựng đội ngũ nhân lực chất lượng là yêu cầu tất yếu để hiện thực hóa mục tiêu chiến lược của Nghị quyết số 15-NQ/TW (ngày 5/5/2022) của Bộ Chính trị về phát triển Thủ đô thành “thành phố xanh, văn hiến, văn minh, hiện đại, có sức cạnh tranh tầm cỡ khu vực và thế giới” và tầm nhìn trở thành “Thành phố kết nối toàn cầu”.



Phát triển nhân lực trình độ cao, nhân tài cho Thủ đô

Ảnh: Huyền My

TIÊU DÙNG XANH

Thay đổi từ nhận thức đến hành vi mua sắm

> THU HƯỜNG

Từ túi vải đến thanh toán số, tiêu dùng xanh không còn là khẩu hiệu mà đang trở thành lựa chọn sống của nhiều người dân hiện nay. Đây là hành trình chuyển đổi từ nhận thức đến hành động.

Chuyển biến mạnh mẽ trong nhận thức

Tiến sĩ Trần Thị Hồng Minh - Viện trưởng Viện Nghiên cứu Chính sách và Chiến lược - nhấn mạnh, tiêu dùng bền vững không chỉ là xu hướng mà là yêu cầu tất yếu để Việt Nam hội nhập sâu rộng và phát triển bền vững. Theo bà, để đạt được mục tiêu này, không thể tách rời vai trò của bất kỳ chủ thể nào, từ Chính phủ, doanh nghiệp đến người tiêu dùng. “Chúng ta cần bảo đảm ba chủ thể chính gồm sản xuất, hành vi của doanh nghiệp cùng sự đón nhận, sử dụng sản phẩm của người tiêu dùng có sự gắn kết với nhau. Nếu đặt riêng lẻ một chủ thể, mục tiêu phát triển bền vững sẽ khó thành hiện thực” - bà Trần Thị Hồng Minh khẳng định.

Thực tế cho thấy, hành vi tiêu dùng xanh đang lan tỏa rõ nét ở Hà Nội. Người dân, đặc biệt là giới trẻ, ngày càng chủ động thay đổi thói quen mua sắm. Chị Nguyễn Thị Thanh (38 tuổi, Ba Đình, Hà Nội) chia sẻ: “Hơn một năm nay tôi không dùng túi nilon. Mỗi lần đi chợ, tôi đều mang theo túi vải, hộp nhựa để đựng đồ, giờ nó đã thành thói quen”.



Người tiêu dùng đã chuyển đổi mạnh mẽ tư duy và nhận thức trong việc sử dụng các sản phẩm xanh, thân thiện môi trường

Không chỉ giới trẻ, nhiều người dân hiện nay cũng đang thực hành “sống xanh”. Cùng với đó, các chuỗi siêu thị như: AEON, WinMart, Fujimart, Go!... đã chuyển sang bao bì phân hủy sinh học, khuyến khích khách mang túi vải. Một số nơi giảm giá cho khách dùng bao bì sinh thái, cách làm nhỏ nhưng hiệu quả trong việc tạo thói quen mới.

Doanh nghiệp và công nghệ dẫn lối

Theo số liệu của Cục Thống kê, nửa đầu năm 2025, thương mại điện tử và thanh toán số bứt phá mạnh, phản ánh sự dịch chuyển hành vi tiêu dùng, nhất là ở giới trẻ. Các nền tảng như Shopee, TikTok Shop đang định hình “thương mại xã hội” khi kết hợp yếu tố giải trí, nội dung và trải nghiệm người dùng, thúc đẩy xu hướng tiếp thị số - tiêu dùng xanh.

Trong khi đó, chuỗi Bách Hóa Xanh cũng cam kết cung cấp sản phẩm hữu cơ, rõ nguồn gốc, dùng bao bì tái chế. Một số doanh nghiệp trẻ còn kết hợp AI và dữ liệu lớn (Big Data) để tối ưu tiếp thị, giúp người tiêu dùng dễ dàng nhận diện sản phẩm thân thiện với môi trường.

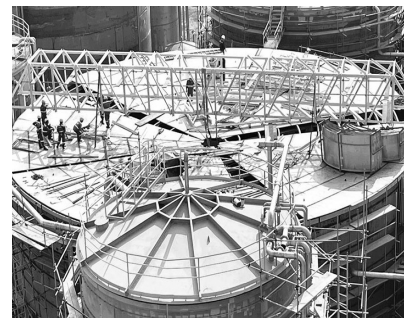
Các chuyên gia cho rằng, doanh nghiệp Việt Nam muốn tồn tại phải đáp ứng tiêu chuẩn quốc tế về chất lượng và quy trình xanh. Chuỗi cung ứng bền vững, tích hợp yếu tố môi trường, xã hội và quản trị (ESG) là nền tảng xây dựng niềm tin. Phó Giáo sư, Tiến sĩ Nguyễn Quốc Thịnh (Trường Đại học Thương mại) nhấn mạnh, “niềm tin” và “chất lượng” là “chìa khóa” của tiêu dùng bền vững. Theo ông, doanh nghiệp cần minh bạch về nguồn gốc, đầu tư công nghệ sạch và xây dựng thương hiệu dựa trên giá trị thật.

Đặc biệt, tâm lý “tiền phòng thủ” sau đại dịch Covid-19 khiến người dân tiết kiệm hơn nên để khôi phục sức mua, doanh nghiệp phải tạo được niềm tin vào chất lượng và tính bền vững.

Mặc dù vẫn còn một số thách thức trong việc thúc đẩy các biện pháp thúc đẩy tiêu dùng thân thiện với môi trường tại các cửa hàng và siêu thị, nhưng sự ủng hộ và tinh thần trách nhiệm của người tiêu dùng là một bước tiến quan trọng trong hành trình hướng tới một tương lai xanh, sạch và bền vững.

“Với những nỗ lực từ cả doanh nghiệp và người tiêu dùng, chúng ta có thể góp phần giảm thiểu rác thải nhựa và bảo vệ hành tinh xanh. Các biện pháp thúc đẩy tiêu dùng xanh cần được thực hiện đồng bộ và có sự giám sát chặt chẽ để đảm bảo hiệu quả dài hạn” - ông Nguyễn Quốc Thịnh nhấn mạnh.■

Nhà máy Bột - Giấy VNT19 đầu tư cho sản xuất sạch



Với việc đầu tư công nghệ xử lý nước thải hiện đại của châu Âu, Nhà máy Bột - Giấy VNT 19 (Quảng Ngãi) đảm bảo thực hiện tốt mục tiêu bảo vệ môi trường gắn liền với phát triển kinh tế - xã hội. Dự kiến, nhà máy sẽ đi vào hoạt động vào quý 4/2026.

Nhằm đảm bảo các tiêu chuẩn phát thải về môi trường, giảm phát thải khí nhà kính, nhà máy sử dụng công nghệ nấu bột liên tục đẳng nhiệt, hệ thống thu hồi hóa chất khép kín và hệ thống tẩy trắng bột giấy với công nghệ tẩy ECF tiên tiến. Quy trình này không sử dụng nguyên tố Clo để tẩy trắng, có chi phí vận hành thấp, bột có chất lượng cao hơn trong khi mức độ ô nhiễm môi trường thấp.

Hệ thống xử lý nước thải của nhà máy do nhà thầu Aquaflow (Phần Lan) thiết kế và thi công, công suất hoạt động 50.000 m³/ngày đêm. Nước thải trước khi xả ra môi trường được kiểm tra tự động và có camera giám sát tại 2 điểm trước hồ sinh học và sau hồ nuôi cá.

Tiêu chuẩn ASTM mới cho sản phẩm có thể phân hủy



ASTM International đã phê duyệt hai tiêu chuẩn mới nhằm phác thảo cách thức kiểm tra khả năng phân hủy của các sản phẩm phân hủy sinh học được chứng nhận theo đúng mục đích sử dụng tại cơ sở phân hủy sinh học thực tế. Các tiêu chuẩn mới (D8618 và D8619) được phát triển bởi tiểu ban xử lý, phục hồi và tái sử dụng, một phần của Ủy ban Quản lý chất thải ASTM (D34).

Tiêu chuẩn D8619 được phát triển và triển khai cùng với D8618 vì hai tiêu chuẩn này có quy trình và điều kiện chung. Điểm khác biệt chính giữa hai tiêu chuẩn này là D8619 đánh giá các sản phẩm có thể phân hủy trong vật chứa trong khi D8618 đánh giá các sản phẩm có thể phân hủy không cần vật chứa.

T.H

Đồng Nai tổ chức lớp tập huấn sản xuất và tiêu dùng bền vững

Vừa qua, Trung tâm Khuyến công và Tư vấn Phát triển Công nghiệp - Sở Công Thương tỉnh Đồng Nai đã tổ chức lớp đào tạo về sản xuất tiêu dùng bền vững thông qua quản lý và sử dụng hiệu quả tài nguyên với sự tham dự của hơn 200 doanh nghiệp sản xuất công nghiệp.

Nội dung đào tạo tập trung vào: Chương trình hành động quốc gia về sản xuất và tiêu dùng bền vững; sản xuất tiêu dùng bền vững ứng phó với biến đổi khí hậu; nhận diện và tính toán các nguồn phát thải khí nhà kính; các giải pháp sử dụng hiệu quả nguồn tài nguyên trong công nghiệp. Trong

khuôn khổ lớp tập huấn, một số đơn vị đã có những chia sẻ kinh nghiệm về giải pháp sử dụng hiệu quả nguồn tài nguyên, giảm lượng tiêu hao nguyên nhiên vật liệu, giảm phát thải khí nhà kính điển hình trong doanh nghiệp sản xuất công nghiệp.

P.V

KHUYẾN CÔNG HẢI PHÒNG

Chuyển biến tích cực

Ông Phạm Tuấn Hải - Phó Giám đốc Sở Công Thương Hải Phòng - cho biết, mô hình chính quyền địa phương 2 cấp giúp giảm bớt tầng nấc trung gian, rút ngắn quy trình hành chính, tăng khả năng tiếp cận chính sách hỗ trợ của các cơ sở công nghiệp nông thôn. Qua đó, việc triển khai đề án khuyến công trở nên nhanh gọn, minh bạch hơn, tạo điều kiện thuận lợi để đẩy mạnh sản xuất.

Tuy nhiên, bên cạnh những tác động tích cực, mô hình 2 cấp cũng đặt ra không ít khó khăn mới. Ở cấp cơ sở, đội ngũ cán bộ xã, phường còn thiếu kinh nghiệm và năng lực chuyên môn, khiến việc hướng dẫn, tiếp nhận và giải quyết hồ sơ khuyến công đôi khi chưa hiệu quả. Việc phân bổ nguồn lực hỗ trợ cũng có nguy cơ mất cân đối, khi các vùng xa trung tâm hoặc các cơ sở nhỏ lẻ dễ bị thiệt thòi trong tiếp cận chính sách.

Ngoài ra, giai đoạn đầu chuyển đổi, thủ tục hành chính và quy trình phối hợp giữa các cấp chưa hoàn toàn đồng bộ, gây lúng túng cho doanh nghiệp và đơn vị thụ hưởng. Hệ thống thông tin giữa cấp tỉnh và cấp xã đôi khi chưa thông suốt, làm giảm tốc độ lan tỏa của các chính sách khuyến công.

Sau khi thực hiện sáp nhập đơn vị hành chính và vận hành mô hình chính quyền địa phương 2 cấp, công tác khuyến công tại Hải Phòng đã có nhiều chuyển biến tích cực. Qua đó, mở ra cơ hội mới cho các cơ sở công nghiệp nông thôn nhưng cũng đặt ra không ít thách thức về quản lý, nguồn lực và tổ chức thực hiện.

> HẢI LINH

Trước những thực tế này, thành phố đã đề xuất nhiều giải pháp tháo gỡ mang tính dài hạn và bền vững, tập trung vào 4 nhóm nội dung chính. Cụ thể: Tăng cường đào tạo, nâng cao năng lực cán bộ cơ sở để đáp ứng yêu cầu triển khai khuyến công trong mô hình 2 cấp; xây dựng cơ chế phối hợp liên ngành giữa Sở



Nhiều cơ sở công nghiệp nông thôn trên địa bàn thành phố Hải Phòng được hưởng ưu đãi từ chính sách khuyến công

Công Thương, UBND thành phố và chính quyền cấp xã nhằm rút ngắn quy trình, tháo gỡ vướng mắc kịp thời; ưu tiên hỗ trợ vùng khó khăn, đặc biệt là các khu vực mới sáp nhập, bảo đảm phát triển hài hòa giữa các địa bàn; đẩy mạnh ứng dụng công nghệ thông tin trong quản lý khuyến công, triển khai cổng thông tin trực

tuyến để doanh nghiệp có thể tra cứu, nộp hồ sơ, cập nhật tiến độ đề án dễ dàng.

Đáng chú ý, khi Nghị định số 235/2025/NĐ-CP của Chính phủ được ban hành, Hải Phòng xác định đây là cơ sở pháp lý quan trọng để nâng cấp hoạt động khuyến công theo hướng chuyên nghiệp, hiệu quả và minh bạch hơn. Thành phố

đang định hướng chuyển đổi số trong quản lý, tập trung hỗ trợ các đề án trọng điểm như ứng dụng công nghệ cao, sản xuất sạch hơn. Đồng thời, tăng cường liên kết chuỗi giá trị thông qua xúc tiến thương mại và kết nối doanh nghiệp. Sở Công Thương cũng chủ động rà soát, chuẩn hóa quy trình thủ tục, thành lập tổ công tác liên ngành xử lý hồ sơ nhanh gọn; tăng cường khảo sát thực tế, bảo đảm các đề án được xây dựng sát nhu cầu, phát huy hiệu quả thực chất.

Khuyến công không chỉ là chính sách hỗ trợ sản xuất, mà còn là công cụ điều tiết và dẫn dắt phát triển công nghiệp nông thôn theo hướng bền vững. Trong bối cảnh mới, Hải Phòng tiếp tục xác định bám sát chỉ đạo của thành phố, triển khai đề án ngay sau khi được phê duyệt; tăng cường kiểm tra, giám sát tiến độ thực hiện; mở rộng hoạt động thông tin tuyên truyền để chính sách đi vào đời sống sản xuất. Đặc biệt, việc tăng kinh phí hỗ trợ hàng năm, lựa chọn đúng đối tượng, đúng ngành nghề có lợi thế sẽ giúp hoạt động khuyến công lan tỏa mạnh mẽ hơn. Qua đó, kích lệ doanh nghiệp đổi mới công nghệ, phát triển sản xuất, đóng góp vào mục tiêu công nghiệp hóa nông thôn.■

Từ sản phẩm truyền thống của quê hương Hà Tĩnh, bánh ram Anh Thu không chỉ có chỗ đứng trên thị trường trong nước mà còn được người tiêu dùng nước ngoài ưa chuộng.

> VIỆT NGÀ

Chia sẻ với phóng viên Báo Công Thương bên lề Hội chợ triển lãm hàng công nghiệp nông thôn năm 2025, chị Lê Hoài Thu - chủ cơ sở sản xuất bánh ram Anh Thu (tổ dân phố Phái Nam, phường Hà Huy Tập, tỉnh Hà Tĩnh) - cho hay, bánh ram là sản phẩm truyền thống và nổi tiếng của người dân Hà Tĩnh. Sau nhiều năm gắn bó với nghề, cơ sở sản xuất cũng góp sức mang đến thị trường một sản phẩm đặc trưng của quê hương.

Sản phẩm bánh ram của cơ sở đã tham gia và được bình chọn sản phẩm công nghiệp nông thôn tiêu biểu cấp khu vực. Bánh có ưu điểm mềm dẻo, dễ tách, dễ cuốn mà không cần thấm nước. Khi rán lên, bánh vàng giòn, thơm ngon, rất thích hợp để cuốn nem, ram, chả giò. Nhờ đó, bánh ram Anh Thu không chỉ tiêu thụ mạnh trong nước mà còn từng bước khẳng định vị thế trên thị trường quốc tế.

BÁNH RAM ANH THU

Khát vọng vươn xa từ sản phẩm truyền thống



Chị Lê Hoài Thu - chủ cơ sở sản xuất Bánh Ram Anh Thu giới thiệu sản phẩm tại Hội chợ hàng công nghiệp nông thôn 2025
Ảnh: Thanh Tuấn

Cũng theo chị Thu, để đáp ứng tiêu chuẩn sản phẩm công nghiệp nông thôn tiêu biểu, đồng thời đáp ứng tiêu chuẩn xuất khẩu, cơ sở đã áp dụng quy trình sản xuất đạt chuẩn HACCP, khép kín từ khâu lựa chọn nguyên liệu, chế biến cho đến đóng gói. Tất cả đều được kiểm tra nghiêm ngặt nhằm đảm bảo chất lượng và an toàn vệ sinh thực phẩm. “Từ đầu năm đến nay, sản phẩm tiêu thụ khá tốt. Đặc biệt, bánh ram Anh Thu đã được xuất khẩu sang Hàn Quốc, Mỹ, Nhật Bản. Xuất khẩu hiện chiếm khoảng

40% sản lượng, với tổng quy mô sản xuất đạt trên 200.000 tệp bánh mỗi năm” - chị Thu cho biết thêm.

Chị Thu cũng cho hay, mặc dù sản lượng xuất khẩu tương đối khá nhưng hầu hết xuất khẩu qua doanh nghiệp trung gian, cơ sở chưa trực tiếp tham gia các hội chợ quốc tế, nên việc tiếp cận thị trường nước ngoài còn hạn chế. Ngoài ra, nguồn nhân lực phục vụ xuất khẩu, đặc biệt về ngoại ngữ và hiểu biết quy định quốc tế, vẫn chưa đáp ứng đầy đủ. Cơ sở cũng mong được trợ sức để

có thể trực tiếp xuất khẩu ra thị trường nước ngoài nhằm nâng cao giá trị gia tăng, tạo nhiều việc làm cho người lao động.

Về thị trường trong nước, nhờ sự hỗ trợ của ngành Công Thương Hà Tĩnh, cơ sở thường xuyên được tham gia các chương trình trưng bày, kết nối sản phẩm trong nước. Những hoạt động này giúp cơ sở mở rộng khách hàng, tiếp cận thêm nhiều đối tác và quảng bá sản phẩm rộng rãi hơn. Tuy nhiên, để đáp ứng nhu cầu người tiêu dùng, ngoài việc mang sản phẩm sẵn có, cần chú trọng nghiên cứu thị trường,

phát triển thêm những dòng sản phẩm phù hợp. “Với bất kỳ cơ sở sản xuất, doanh nghiệp công nghiệp nông thôn nào, mở rộng thị trường là yếu tố quyết định tới quy mô sản xuất và phát triển thương hiệu sản phẩm. Do đó, bánh ram Anh Thu kỳ vọng các cơ quan chức năng sẽ tổ chức nhiều hội chợ, triển lãm hơn nữa, đồng thời đẩy mạnh quảng bá trên truyền thông và các nền tảng số như Facebook, Zalo, TikTok... để lan tỏa hình ảnh sản phẩm địa phương” - chị Thu bày tỏ.

Hiện, cơ sở sản xuất bánh ram Anh Thu đã ứng dụng công nghệ tiên tiến trong sản xuất. Trước đây, các công đoạn như ngâm, xay bột, tráng bánh, phoi đều làm thủ công thì nay đã được cơ giới hóa, khép kín hoàn toàn. Nhờ đó, năng suất tăng gấp 10 lần so với trước, không còn phụ thuộc thời tiết, đồng thời đảm bảo tiêu chuẩn vệ sinh an toàn thực phẩm ở mức cao hơn. “Dù vậy, việc đầu tư cho công nghệ cũng đòi hỏi chi phí lớn, buộc cơ sở phải vay vốn ngân hàng. Rất may, tỉnh Hà Tĩnh đang triển khai chương trình hỗ trợ lãi suất, góp phần giảm bớt gánh nặng tài chính, tạo điều kiện để cơ sở yên tâm sản xuất, phát triển” - chị Thu nói.■

Từ quả chuối của núi rừng Lào Cai, hạt ngô tím Điện Biên đến hương trà La Bằng Thái Nguyên, mỗi sản vật vùng cao đều mang câu chuyện riêng, góp phần làm nên bản hòa ca đặc sắc của Hội chợ Mùa Thu lần thứ nhất - 2025, nơi tôn vinh tinh hoa lao động và văn hóa của đồng bào dân tộc thiểu số.

> LAN PHUONG

Hành trình biến phế phẩm thành sản phẩm xanh

Tại không gian hội chợ năm nay, gian hàng của Công ty Cổ phần Musa Golden Lào Cai thu hút sự chú ý đặc biệt. Từ nguyên liệu tưởng chừng bỏ đi là thân cây chuối - doanh nghiệp đã sáng tạo nên những sản phẩm độc đáo: Túi xách, mũ, giỏ đan, vải và khăn làm từ sợi chuối.

Trao đổi với phóng viên Báo Công Thương, bà Đỗ Thủy Tiên - Trợ lý giám đốc Công ty Cổ phần Musa Golden - cho biết, toàn bộ chuối sản xuất được thiết kế theo hướng tận dụng triệt để nguồn nguyên liệu sẵn có tại địa phương. Nhà máy

HỘI CHỢ MÙA THU LẦN THỨ NHẤT - 2025

Đặc sản vùng dân tộc thiểu số "tỏa sáng"

rộng hơn 7 ha tại huyện Bảo Thắng (Lào Cai) hiện tập trung vào hai hướng chính: Sản xuất tinh bột chuối và vải chuối thô - loại vải tự nhiên đầu tiên ở Việt Nam - có khả năng phân hủy sinh học, thân thiện môi trường.

Không chỉ tập trung vào sản xuất, Musa Golden còn liên kết với nhiều hợp tác xã và hộ dân vùng cao để mở các lớp đào tạo nghề thủ công, giúp phụ nữ dân tộc có việc làm tại chỗ với mức thu nhập ổn định từ 4-8 triệu đồng/tháng. *"Mỗi sản phẩm của chúng tôi không chỉ là thành quả của công nghệ, mà còn là kết tinh từ bàn tay người dân và triết lý sản xuất bền vững"* - bà Tiên chia sẻ.

Trong thời gian diễn ra hội chợ, gian hàng của doanh nghiệp thu hút hàng trăm lượt khách tham quan, nhiều người đặc biệt quan tâm đến hành trình "biến sợi chuối thành hàng hóa" - một minh chứng cho xu hướng tiêu dùng xanh đang lan tỏa ngày càng mạnh mẽ.

Kể câu chuyện văn hóa qua từng đặc sản

Nếu gian hàng Musa Golden



Chè La Bằng được quảng bá tại Hội chợ Mùa Thu 2025

Ảnh: Phương Lan

gây ấn tượng bằng ý tưởng sáng tạo, Hợp tác xã Quà Điện Biên lại chinh phục khách tham quan bằng hương vị mộc mạc của núi rừng Tây Bắc. Tỏi đen Điện Biên, mật ong hoa ban, ngô tím Tủa Chùa, mắc ca hữu cơ - những sản phẩm OCOP 3-4 sao được trưng bày không chỉ để bán, mà để "kể" câu chuyện về con người và văn hóa.

Bà Lê Thị Duyên - Giám đốc

hợp tác xã - chia sẻ: *"Mỗi sản phẩm đều là kết tinh của văn hóa và khát vọng vươn lên thoát nghèo bằng nông sản sạch"*. Đặc biệt, ngô tím Tủa Chùa được người Mông gìn giữ qua nhiều đời, trồng ở độ cao hơn 1.000m, cho ra hạt nhỏ, dẻo, thơm. Cùng với đó, mật ong hoa ban - sản phẩm đặc trưng của rừng núi Điện Biên mang hương thơm dịu, vị ngọt thanh, là kết

tinh từ sự hòa quyện giữa con người và thiên nhiên.

Nhờ sự đồng hành của Sở Công Thương tỉnh Điện Biên và Bộ Công Thương, Hợp tác xã Quà Điện Biên được hỗ trợ xây dựng thương hiệu, chứng nhận OCOP, tham gia hội chợ, kết nối phân phối và chuyển đổi số. Bà Duyên kỳ vọng, sắp tới, sản phẩm vùng cao có thể vào hệ thống siêu thị, sàn thương mại điện tử với mức chiết khấu phù hợp, giúp bà con mở rộng thị trường, ổn định sinh kế.

Từ Tây Bắc xuôi về vùng trung du, Hợp tác xã Chè La Bằng (Thái Nguyên) mang đến không gian đậm hương trà giữa lòng Thủ đô. Mỗi chén trà nóng được rót ra trong gian hàng như gói cả tinh túy đất trời Tam Đảo.

Ông Hứa Văn Thịnh - Giám đốc hợp tác xã - chia sẻ: *"La Bằng là một trong tứ đại danh trà của Việt Nam, nơi có khí hậu ôn hòa, thổ nhưỡng và nguồn nước tinh khiết từ suối Tiên Sa tạo nên hương vị đặc trưng dịu, hậu ngọt lâu. Chúng tôi tham gia Hội chợ Mùa Thu với mong muốn đưa sản phẩm ra thị trường, tiếp cận với người tiêu dùng"*.■

Từ sản vật đại ngàn đến thương hiệu vùng cao

Thổi hồn bản sắc vào từng sản phẩm

Ở làng Trol Deng (Đức Cơ), chị Rơ Ô H'Rin đã biến loại cỏ thơm Groach thành sản phẩm "Muối cỏ thơm H'Rin". Vị mặn của muối hòa cùng vị cay nồng của ớt và hương cỏ đại núi rừng tạo nên thức chấm đậm đà, vừa giữ được tinh túy ẩm thực, vừa mang hơi thở đại ngàn.

Để duy trì sản phẩm, chị H'Rin thu mua nguyên liệu từ bà con trong làng, sấy khô tự nhiên và chế biến theo công thức gia truyền. Không dừng lại ở đó, chị còn quảng bá trên mạng xã hội, đưa sản phẩm đến các hội chợ nông sản, giúp nhiều phụ nữ Jrai có thêm việc làm, thu nhập ổn định.

Tại Ayun Pa, chị Nay H'Tó gìn giữ nghề ủ rượu cần truyền thống của dân tộc mình. Men lá rừng được lựa chọn kỹ lưỡng, ủ trong ché đất nung qua nhiều tháng. Hương vị nồng ấm của rượu cần Ayun Pa đã vượt ra khỏi buôn làng, được người tiêu dùng ở Hà Nội, TP. Hồ Chí Minh, Đà Nẵng yêu thích.

Ở xã Đắk Rong, Hợp tác xã Kon Hà Nừng do người Bahnar làm chủ đã gây dựng thành công chuỗi sản phẩm từ hạt mắc ca - cây trồng được xem là "vàng xanh" của đất bazan. Hạt

từ hủ muối cỏ thơm của người Jrai, ché rượu cần Ayun Pa đến chiếc khăn dệt Brung của phụ nữ Bahnar, những sản vật bình dị của núi rừng Gia Lai đang được người dân sáng tạo, trở thành sản phẩm mang bản sắc văn hóa và mở hướng phát triển kinh tế bền vững cho vùng đồng bào dân tộc thiểu số.

> BẢO NGỌC

mắc ca nơi đây béo, bùi, thơm đặc trưng. Người dân không chỉ trồng, thu hoạch mà còn học cách chế biến dầu, làm bánh, đóng gói để đưa sản phẩm ra thị trường trong và ngoài tỉnh. Tại vùng Tơ Tung, những đợt măng le khô được chế biến theo cách truyền thống, hong khói bếp trong nhiều ngày, cho vị giòn ngọt tự nhiên. Sản phẩm măng le không chỉ góp phần nâng cao đời sống kinh tế mà còn trở thành "đại sứ ẩm thực" giúp du khách hiểu hơn về văn hóa ẩm thực của người Bahnar.



Sản phẩm mắc ca Bazan của Hợp tác xã Kon Hà Nừng là một trong những sản phẩm chủ lực của đồng bào Bahnar

Ảnh: Minh Phương

Ông Lê Thanh Sơn - Chủ tịch UBND xã Tơ Tung - cho biết, địa phương đang khuyến khích người dân phát triển sản phẩm đặc trưng gắn với du lịch cộng đồng, nhằm quảng bá ẩm thực bản địa và đưa Tơ Tung trở thành điểm đến văn hóa - sinh thái của vùng Tây Gia Lai.

Cầu nối giữa văn hóa và kinh tế vùng cao

Những sản phẩm như muối cỏ thơm, rượu cần, măng le hay túi thổ cẩm không chỉ mang lại thu nhập cho người

dân mà còn là sợi dây kết nối giữa văn hóa và kinh tế vùng cao. Thông qua các hội chợ, triển lãm và chương trình xúc tiến thương mại, nhiều hộ đồng bào đã học được cách quảng bá, bán hàng trực tuyến, gắn mã truy xuất nguồn gốc, thanh toán điện tử.

Theo bà Nguyễn Thị Bích Thu - Giám đốc Trung tâm Khuyến công và Xúc tiến thương mại tỉnh Gia Lai, việc đào tạo kỹ năng tiếp thị, thiết kế bao bì và quảng bá sản phẩm đang giúp các hộ dân vùng cao nâng cao

năng lực cạnh tranh, từng bước tham gia chuỗi cung ứng hàng hóa hiện đại.

Dù quy mô sản xuất còn nhỏ, nhưng tinh thần sáng tạo và khát vọng vươn lên của người Bahnar, Jrai đang tạo nên làn sóng khởi nghiệp nông thôn mang đậm dấu ấn văn hóa. Từ những nguyên liệu giản dị của đại ngàn, người dân đã thổi vào đó linh hồn bản sắc, để mỗi sản phẩm không chỉ là hàng hóa, mà còn là câu chuyện về con người Tây Nguyên đang tự tin bước ra thế giới.■

KIỆT TÁC CHINH PHỤC ĐỈNH CAO



Người dưới 18 tuổi không được uống rượu, bia.

Báo Công Thương

■ Tòa soạn: 655 Phạm Văn Đồng, phường Nghĩa Đô, TP. Hà Nội
ĐT: 024. 39366400 - Fax: 024. 39366402
Email: thukytoasoanbaocct@gmail.com

■ Tổng Biên tập: NGUYỄN VĂN MINH * Phó Tổng Biên tập: NGUYỄN TIẾN CƯỜNG

■ Văn phòng đại diện phía Nam: 12 Nguyễn Thị Minh Khai, phường Sài Gòn, TP. Hồ Chí Minh * ĐT: 028.39144258

■ Văn phòng đại diện miền Trung: 7B Cách Mạng Tháng Tám, phường Hòa Cường, TP. Đà Nẵng * ĐT: 0236.3788859

■ Giấy phép xuất bản: Số 276/GP-BTTTT do Bộ Thông tin và Truyền thông cấp ngày 4/8/2023
■ Kỳ hạn xuất bản: 3 kỳ/tuần - Khổ: 29x41,5cm - Số trang: 12
■ In tại Công ty TNHH MTV In Báo Hà Nội mới

Giá: 9.600 đồng