

# Đồ uống Việt Nam



HIỆP HỘI BIA - RƯỢU - NƯỚC GIẢI KHÁT VIỆT NAM

Website: [www.vba.com.vn](http://www.vba.com.vn)

ISSN 0866-7322



KỶ NIỆM 93 NĂM NGÀY BÁO CHÍ CÁCH MẠNG VIỆT NAM (21/6/1925 - 21/6/2018)

VBA kiến nghị về dự thảo  
Luật Phòng, chống tác hại của rượu, bia

*Tinh thuế Tiêu thụ đặc biệt  
đối với nước ngọt có nên không?*







**HÃY UỐNG VÀ CẢM NHẬN**



TỔNG CÔNG TY CP BIA - RƯỢU - NƯỚC GIẢI KHÁT HÀ NỘI  
**CÔNG TY CỔ PHẦN THƯƠNG MẠI BIA HÀ NỘI**  
Đc: 183 Hoàng Hoa Thám, Ba Đình, Hà Nội \*Website: [www.biahoihanoi.com.vn](http://www.biahoihanoi.com.vn)





TỔNG CÔNG TY CỔ PHẦN BIA RƯỢU NƯỚC GIẢI KHÁT HÀ NỘI  
**CÔNG TY CỔ PHẦN BIA HÀ NỘI - HỒNG HÀ**



**Địa chỉ:** Phường Vân Phú,  
thành phố Việt Trì, tỉnh Phú Thọ  
**Điện thoại:** 0210.3847013. **Fax:** 0210.3840636  
**Giám đốc Công ty:** Lê Văn Tĩnh





Các nhà báo đang tác nghiệp.  
TRANH CỦA LÂM THAO.

# M U C L U C

THÁNG 6 - 2018

## TÒA SOẠN VÀ TRỊ SỰ:

Tầng 2 - Tòa nhà Bộ Công Thương - Số 655  
Phạm Văn Đồng - Quận Bắc Từ Liêm - Hà Nội.  
Điện thoại: 024.38218 433  
Fax: 024. 38218 433  
Email: [tapchidouong@gmail.com](mailto:tapchidouong@gmail.com)  
Website: [tapchidouong.com.vn](http://tapchidouong.com.vn); [vba.com.vn](http://vba.com.vn)

## ĐẠI DIỆN PHÍA NAM

Lầu 7, tòa nhà SAGOTA, số 8 Nam Kỳ  
Khởi Nghĩa, quận I, TP. Hồ Chí Minh.

## HỘI ĐỒNG BIÊN TẬP:

**Chủ tịch:** PGS.TS Nguyễn Văn Việt  
**Các ủy viên:**  
Nguyễn Tiến Vy  
Văn Thanh Liêm  
Nhà sử học Dương Trung Quốc  
GS.TS Đinh Văn Thuận

## PHÓ TỔNG BIÊN TẬP PHỤ TRÁCH:

Lương Xuân Dũng

## PHÓ TỔNG BIÊN TẬP:

Nguyễn Văn Chương  
Văn Minh Hoa

## THIẾT KẾ MỸ THUẬT

StarBooks

## Liên hệ QUẢNG CÁO - PHÁT HÀNH:

Hotline: 0948188966/0981188966

## Giấy phép hoạt động báo chí IN:

Số 1364/GP-BTTTT ngày 31/7/2012;  
Số 61/GP-BTTTT ngày 11/3/2013 (sửa đổi, bổ sung);  
In tại Công ty In Công nghệ cao

## SỰ KIỆN VẤN ĐỀ

- 6 Thử trường Bộ Công Thương làm việc với VBA
- 8 Một số quy định khó tính khả thi, doanh nghiệp tiếp tục góp ý kiến
- 11 VBA kiến nghị về dự thảo Luật Phòng, chống tác hại của rượu, bia
- 20 Hội thảo góp ý đề xuất áp thuế Tiêu thụ đặc biệt đối với nước ngọt
- 22 Tính thuế Tiêu thụ đặc biệt đối với nước ngọt có nên không?

## KỶ NIỆM 93 NĂM NGÀY BÁO CHÍ CÁCH MẠNG VIỆT NAM 21 - 6

- 28 Lời dạy của Chủ tịch Hồ Chí Minh với người làm báo
- 30 Tạp chí Đồ uống Việt Nam với mục tiêu “Chuyên ngành - Hấp dẫn - Sang trọng”

## GÓC NHÌN CHUYÊN GIA

- 32 Những vấn đề đặt ra trong công tác quản lý, kiểm soát rượu thủ công

## UỐNG CÓ TRÁCH NHIỆM

- 34 “Câu chuyện của tôi - Bài học cho bạn”, cách truyền thông hiệu quả đến cộng đồng
- 36 Những điều cần biết để phòng chống lạm dụng đồ uống có cồn

## HỘI CHỢ TRIỂN LÃM

- 38 Triển lãm Food Ingredients Việt Nam 2018 - Nhận diện xu hướng tiêu dùng mới
- 42 Hướng đi nào cho ngành Bia - Rượu Việt Nam? Tập trung hàng cao cấp và xây dựng thương hiệu mạnh

## DOANH NGHIỆP THƯƠNG HIỆU

- 44 Công ty Bia Sài Gòn - Sông Lam: Vì sự tỏa sáng của thương hiệu Bia Sài Gòn
- 46 HABECO đồng hành với chiến dịch Biển Việt Nam Xanh

## VĂN HÓA ĐỜI SỐNG

- 54 Cảm nhận về “gu” ẩm thực của người dân đất Cảng
- 56 Bí quyết sống khỏe của cụ ông 92 tuổi





# THƯ CHÚC MỪNG

## NGÀY BÁO CHÍ CÁCH MẠNG VIỆT NAM 21/6

### CỦA CHỦ TỊCH HIỆP HỘI BIA-RƯỢU-NƯỚC GIẢI KHÁT VIỆT NAM



*Các cán bộ, phóng viên, biên tập viên, cộng tác viên của Tạp chí Đồ uống Việt Nam và các nhà báo thân mến!*

*Nhân kỷ niệm 93 năm ngày Báo chí Cách mạng Việt Nam (21/6/1925-21/6/2018), thay mặt Ban Chấp hành Hiệp hội Bia - Rượu - Nước giải khát Việt Nam (VBA), tôi gửi tới toàn thể cán bộ, phóng viên, biên tập viên, cộng tác viên của Tạp chí Đồ uống Việt Nam, trang thông tin điện tử [vba.com.vn](http://vba.com.vn), [tapchidouong.com.vn](http://tapchidouong.com.vn) và các nhà báo những lời chúc tốt đẹp nhất. Chúng tôi ghi nhận và tôn vinh các nhà báo chân chính đã không ngừng rèn luyện, học tập, nâng cao trình độ chuyên môn nghiệp vụ, có bản lĩnh chính trị vững vàng, luôn giữ được tâm sáng, bút sắc, lòng trong góp phần quan trọng vào sự nghiệp chung của đất nước và sự phát triển bền vững của ngành Đồ uống Việt Nam.*

*Dịp kỷ niệm 93 năm ngày Báo chí Cách mạng Việt Nam 21/6 cũng là thời điểm ghi dấu Tạp chí Đồ uống Việt Nam (cơ quan thông tin lý luận của Hiệp hội Bia - Rượu - Nước giải khát Việt Nam) bước sang tuổi 18. Trên chặng đường 18 năm hình thành và phát triển, Tạp chí đã trải qua những bước thăng trầm, với bao khó khăn, thử thách, song nhờ nỗ lực, ý chí phấn đấu không ngừng của tập thể cán bộ, phóng viên, sự quan tâm, chỉ đạo của Hiệp hội và sự hợp tác có hiệu quả của các doanh nghiệp trong ngành nên Tạp chí Đồ uống Việt Nam đã vượt qua khó khăn, duy trì và phát triển tờ tạp chí chuyên ngành trong giai đoạn mới.*

*Trong thời gian qua, Tạp chí đã làm tốt nhiệm vụ tuyên truyền các chủ trương, chính sách liên quan đến ngành, nội dung phản ánh đúng trọng tâm của ngành, có phân tích, lập luận chặt chẽ, rõ ràng, góp thêm tiếng nói để bảo vệ quyền lợi hợp pháp, chính đáng của các doanh nghiệp, phù hợp với thực tế, vì sự phát triển bền vững. Tạp chí in và trang thông tin điện tử [vba.com.vn](http://vba.com.vn), [tapchidouong.com.vn](http://tapchidouong.com.vn) đã phản ánh đầy đủ, kịp thời*

*các hoạt động của ngành, của Hiệp hội, góp phần quảng bá thương hiệu, giới thiệu sản phẩm của doanh nghiệp tới người tiêu dùng... Nội dung Tạp chí ngày càng hấp dẫn, thiết thực, bổ ích đối với các độc giả nói chung và doanh nghiệp nói riêng.*

*Nhiệm vụ của những người làm báo Tạp chí Đồ uống Việt Nam trong thời gian tới là rất nặng nề đòi hỏi mỗi cá nhân phải nỗ lực không ngừng để hoàn thành tốt nhiệm vụ trong giai đoạn phát triển mới. Các cán bộ, phóng viên cần giữ được bản lĩnh, đạo đức của người làm báo, tiếp tục trau dồi trình độ lý luận, nâng cao trình độ chuyên môn nghiệp vụ, tâm huyết, trách nhiệm với công việc, ứng dụng công nghệ, phong cách làm báo trong xu hướng mới... Công tác nhân sự đảm bảo tinh gọn, hiệu lực, hiệu quả. Tiếp tục nâng cấp, đổi mới trang thông tin điện tử, cập nhật thông tin nhanh, chính xác. Mục tiêu mà Tạp chí cần hướng tới là “Chuyên ngành - Chuyên nghiệp - Hấp dẫn - Sang trọng”, trở thành tạp chí chuyên ngành có chất lượng cao, hình thức đẹp.*

*Một lần nữa, thay mặt Ban Chấp hành Hiệp hội Bia-Rượu-Nước giải khát Việt Nam và nhân danh cá nhân, tôi chúc mừng Tạp chí Đồ uống Việt Nam và chúc sức khỏe, thành công tới tập thể cán bộ, phóng viên, biên tập viên, cộng tác viên của Tạp chí Đồ uống Việt Nam, các nhà báo đã đồng hành với Hiệp hội trong thời gian qua, góp phần giúp bạn đọc hiểu hơn về ngành Đồ uống Việt Nam và truyền tải thông điệp về uống có văn hóa, uống có trách nhiệm tới cộng đồng!*

NGUYỄN VĂN VIỆT  
Chủ tịch Hiệp hội Bia-Rượu-  
Nước giải khát Việt Nam



## THỨ TRƯỞNG BỘ CÔNG THƯƠNG CAO QUỐC HƯNG LÀM VIỆC VỚI LÃNH ĐẠO VBA VỀ CÁC DỰ ÁN LUẬT LIÊN QUAN ĐẾN RƯỢU, BIA, NƯỚC GIẢI KHÁT



PGS.TS Nguyễn Văn Việt - Chủ tịch VBA phát biểu tại buổi làm việc.

Vừa qua, tại trụ sở Bộ Công Thương, Thứ trưởng Bộ Công Thương Cao Quốc Hưng cùng đại diện các cục, vụ viện trực thuộc Bộ Công Thương đã có buổi làm việc với Ban lãnh đạo Hiệp hội Bia - Rượu - Nước giải khát Việt Nam (VBA) và đại diện các doanh nghiệp ngành Bia - Rượu Việt Nam để nghe những ý kiến về dự án Luật Phòng, chống tác hại của rượu, bia; dự án Luật sửa đổi, bổ sung các luật thuế của Bộ Tài chính; vấn đề rượu thủ công.

Tại buổi làm việc, PGS.TS Nguyễn Văn Việt - Chủ tịch VBA đã báo cáo những hoạt động chính của VBA, tình hình sản xuất, kinh doanh của ngành trong năm 2017 và 5 tháng đầu năm 2018, những đóng góp của ngành cho kinh tế - xã hội đất nước. Đặc biệt là những kiến nghị, góp ý của VBA đối với một số dự án luật liên quan đến ngành như dự án Luật Phòng, chống tác hại của rượu, bia; dự án Luật sửa đổi, bổ sung các luật thuế; vấn đề rượu thủ công.

Về dự án Luật Phòng, chống tác hại của

rượu, bia do Bộ Y tế soạn thảo, VBA đề nghị Quốc hội xem xét về sự cần thiết xây dựng dự án Luật Phòng, chống tác hại của rượu, bia hoặc nếu có thì cần đổi tên thành dự án Luật Kiểm soát đồ uống có cồn hoặc Luật Phòng, chống tác hại của lạm dụng đồ uống có cồn và không lập Quỹ Nâng cao sức khỏe từ nguồn kinh phí của các doanh nghiệp sản xuất, kinh doanh rượu, bia. Một số quy định trong dự thảo Luật về hạn chế nguồn cung, hạn chế nhu cầu, các quy định về quảng cáo, tài trợ, khuyến mại, về thời gian và địa điểm bán rượu, bia cần xem xét lại vì không phù hợp với thực tế. Không thành lập Quỹ nâng cao sức khỏe hoặc thu một khoản kinh phí từ các doanh nghiệp rượu, bia để phục vụ cho việc nâng cao sức khỏe.

Hiệp hội mong muốn Bộ Công Thương tiếp tục có ý kiến về dự án Luật này sao cho đảm bảo hài hòa giữa quyền lợi của nhà nước, của người tiêu dùng và doanh nghiệp. VBA kiến nghị, khi xây dựng một dự án Luật cần nghiên cứu đánh giá mặt được và chưa được của những chính sách đã ban hành và cần đánh giá tác động toàn diện tới sự phát triển kinh tế - xã hội của đất nước.



Về đề xuất xây dựng dự án Luật sửa đổi, bổ sung các luật thuế của Bộ Tài chính, VBA cho rằng, việc tăng thuế giá trị gia tăng từ 10% lên 12%, tăng thuế giá trị gia tăng đối với đường từ 5% lên 6% và đặc biệt là áp thuế tiêu thụ đặc biệt đối với nước ngọt với thuế suất 10% sẽ làm cho các doanh nghiệp trong ngành gặp nhiều khó khăn do giá thành tăng dẫn đến giá bán tăng, tiêu thụ giảm, lao động gặp khó khăn, hàng lậu, hàng nhái, hàng giả có nguy cơ phát triển. Do vậy, Hiệp hội đề nghị Bộ Tài chính và các cơ quan có thẩm quyền cân nhắc về việc tăng thuế giá trị gia tăng và đặc biệt là xem xét chưa áp thuế tiêu thụ đặc biệt đối với nước ngọt.

Sau khi lắng nghe ý kiến của lãnh đạo VBA, đại diện doanh nghiệp và đại diện các cục, vụ chức năng thuộc Bộ Công Thương về dự án luật liên quan đến rượu, bia, Thứ trưởng Bộ Công Thương đã ghi nhận sự chủ động và đánh giá cao vai trò của VBA trong việc góp ý tham gia xây dựng chính sách, làm tốt nhiệm vụ cầu nối giữa các doanh nghiệp hội viên với các cơ quan quản lý nhà nước. Thứ trưởng khẳng định, những đóng góp của ngành Bia đối với các địa phương đáng được ghi nhận, bia, rượu vang sẽ tốt cho sức khỏe nếu sử dụng điều độ. Chúng ta chỉ nên phòng chống tình trạng lạm dụng đồ uống có cồn, không nên nói rượu, bia có tác hại như thuốc lá được. Các doanh nghiệp ngành Bia - Rượu cũng thể hiện trách nhiệm xã hội trong việc tuyên truyền uống có trách nhiệm, thực hiện nhiều hoạt động xã hội từ thiện có ý nghĩa. Trong thời gian tới, cần có nhiều doanh nghiệp quan tâm hơn nữa đến công tác tuyên truyền uống có văn hóa, uống có trách nhiệm, đảm bảo an toàn giao thông... Làm sao giảm được tác hại, nâng cao những tác dụng...

Bộ Công Thương đã có công văn góp ý kiến về dự án Luật Phòng chống tác hại của rượu, bia, gửi tới Bộ Y tế. Trong đó có góp ý nên đổi tên gọi của dự án luật và điều chỉnh một số quy định chưa hợp lý trong dự thảo Luật (tên gọi như Quyết định 244 của Thủ tướng Chính phủ là phù hợp), không nên thành lập Quỹ Nâng cao sức khỏe vì hiện có quá nhiều quỹ và doanh nghiệp sẽ thêm nhiều khó khăn. Điều quan trọng là liệu

**Tốc độ tăng trưởng của ngành Bia năm 2017 so với năm 2016 đạt 5,65%, mấy năm gần đây tăng trưởng có xu hướng giảm dần. Theo kết quả nghiên cứu của Trường Đại học Beer Kirin (Nhật Bản) thì mức tiêu thụ bia ở Việt Nam đứng thứ hơn 55 trên thế giới, ở mức trung bình thấp. Theo báo cáo của Tổ chức Y tế thế giới (WHO Report 2014), ở Việt Nam tính theo đầu người từ 15 tuổi trở lên sử dụng 6,6 lít cồn nguyên chất/năm, ở mức trung bình thấp và đứng thứ 94/194 nước thành viên của WHO. Như vậy, việc một số thông tin cho rằng, uống bia, rượu ở Việt Nam ở mức cao là không đúng.**

quỹ này có đạt được hiệu quả như mong muốn?

Thứ trưởng Cao Quốc Hưng nhấn mạnh: Trong thời gian tới, VBA cần tăng cường phối hợp chặt chẽ hơn nữa với các đơn vị chức năng của Bộ Công Thương để việc tham gia xây dựng chính sách được hiệu quả, giúp doanh nghiệp tháo gỡ khó khăn. Những ý kiến góp ý cần có con số chứng minh đầy đủ, rõ ràng, có tham khảo chính sách của các quốc gia trên thế giới. Cần có đánh giá tác động của dự án luật đối với các bên liên quan. Để người dân hiểu, thay đổi hành vi thì công tác truyền thông cần phải tăng cường hơn nữa, nhất là tuyên truyền về uống có trách nhiệm, phân tích, giải thích để người tiêu dùng phân biệt được rượu cồn thực phẩm, cồn công nghiệp, rượu dân tự nấu, uống như thế nào thì tốt, như thế nào thì không tốt? Các cơ quan có trách nhiệm thuộc Bộ cũng cần tăng cường quản lý, kiểm soát, xử lý các loại rượu giả, rượu không rõ nguồn gốc để bảo vệ các doanh nghiệp làm ăn chân chính và người tiêu dùng. Về dự án Luật sửa đổi, bổ sung các luật thuế do Bộ Tài chính soạn thảo cũng nên xem xét cân nhắc sao cho hợp lý, không nên làm cho doanh nghiệp thêm khó khăn, ảnh hưởng đến sản xuất - kinh doanh, làm sao hài hòa giữa quyền lợi kinh tế và sức khỏe. ❖



# MỘT SỐ QUY ĐỊNH KHÓ CÓ TÍNH KHẢ THI, CÁC DOANH NGHIỆP TIẾP TỤC GÓP Ý KIẾN...



Chủ tịch VBA Nguyễn Văn Việt tham luận tại Hội thảo.

## > VẤN NGUYỄN

Tại Hội thảo về dự án Luật Phòng, chống tác hại của rượu, bia do Bộ Y tế tổ chức ngày 28/5/2018, đại diện các doanh nghiệp đã phân tích kỹ những điểm bất hợp lý, khó khả thi về dự thảo Luật này.

Dự Hội thảo có PGS. TS. Phạm Lê Tuấn - Thứ trưởng Bộ Y tế; TS. Nguyễn Huy Quang - Vụ trưởng Vụ Pháp chế (Bộ Y tế), PGS.TS Nguyễn Văn Việt - Chủ tịch VBA, đại diện Bộ Công Thương, Tổ chức Y tế Thế giới (WHO), lãnh đạo các doanh nghiệp ngành Bia - Rượu, các nhà khoa học, chuyên gia luật, cùng đại diện các cơ quan báo chí.

Thứ trưởng Bộ Y tế có bài phát biểu khai mạc. Thạc sỹ Trần Thị Trang, Phó Vụ trưởng Vụ Pháp chế (Bộ Y tế) đã thuyết trình về dự án Luật Phòng, chống tác hại của rượu, bia. PGS.TS Nguyễn Văn Việt - Chủ tịch VBA, ông Trần Quang Hà, Phó Cục trưởng Cục Công nghiệp (Bộ Công Thương) đã có tham luận về Thực trạng sản xuất, kinh doanh rượu, bia và các kiến nghị, đề xuất về dự án luật; Thực trạng và đề xuất cơ chế pháp lý để quản lý rượu thủ công.

Sau khi nghe bài thuyết trình về dự án Luật Phòng, chống tác hại của rượu, bia do đại diện Vụ Pháp chế (Bộ Y tế) trình bày, lãnh đạo VBA và các doanh nghiệp trong ngành tiếp tục đưa ra những thông tin số liệu trong nước và quốc tế để lập luận, chứng minh rằng việc coi bia, rượu có tác hại là không đúng. Nên thay đổi tên gọi và





Hội thảo có sự tham gia của các bên liên quan.

phạm vi điều chỉnh của dự án luật. Bia là sản phẩm chứa nhiều dinh dưỡng có lợi cho sức khỏe, các công trình nghiên cứu quốc tế đã chứng minh nên không thể nói bia có tác hại được. Các số liệu mà VBA cung cấp đều trích từ nguồn có uy tín trong nước và quốc tế.

Một số quy định trong dự thảo Luật như cấm quảng cáo, tài trợ, hạn chế giờ bán, thành lập Quỹ nâng cao sức khỏe... là chưa phù hợp, không có tính khả thi, không mang lại hiệu quả như mong muốn mà có thể khiến doanh nghiệp thêm khó khăn, ảnh hưởng đến phát triển du lịch, các ngành dịch vụ liên quan cũng chịu tác động.

Ông Nguyễn Thanh Phúc - Giám đốc Đối ngoại Công ty TNHH HEINEKEN Việt Nam cho biết: HEINEKEN VIỆT NAM hiện có 6 nhà máy tại Hà Nội, Quảng Nam, Đà Nẵng, Thành phố Hồ Chí Minh, Tiền Giang, Bà Rịa-Vũng Tàu. Năm 2017, Công ty đóng góp lớn cho ngân sách nhà nước, giải quyết việc làm, tổ chức các chương trình uống có trách nhiệm, các hoạt động từ thiện, với tổng số tiền đóng góp cho ngân sách khoảng 42 nghìn tỷ đồng/năm.

Quan điểm của HEINEKEN Việt Nam là ủng hộ việc can thiệp sớm đối với những nguy cơ, nhất là hành vi lạm dụng đồ uống có cồn, tình trạng buôn lậu, hàng giả, hàng nhái, đẩy mạnh tuyên truyền giáo dục uống có trách nhiệm... Song cũng quan ngại về phạm vi điều chỉnh, khái niệm lạm dụng bị loại bỏ trong dự thảo Luật. Các quy định về cấm quảng cáo, tài trợ, hạn chế thời gian địa điểm bán bia là khó khả thi; việc lập quỹ Nâng cao sức khỏe cũng không hợp lý, bởi tác động lớn tới doanh nghiệp, người tiêu dùng, ảnh hưởng đến phát triển du lịch... Nếu cấm tài trợ thì các sự kiện văn hoá lớn như chương trình chào năm mới sẽ không còn, người dân mất cơ hội thưởng thức các chương trình âm nhạc đỉnh cao. Thực tế, việc cấm quảng cáo không có tác dụng đối với những người lạm dụng đồ uống có cồn ở một số quốc gia quy định cấm quảng cáo. Việc hạn chế hoặc cấm quảng cáo đối với bia cũng không phát huy tác dụng. Hạn chế bán theo khung giờ thì sẽ chuyển sang dùng sản phẩm khác bất hợp pháp, Indonesia là một ví dụ. Cấm quảng cáo thì tăng trưởng GDP về quảng cáo sẽ sụt giảm. Hãy để các doanh



ngành chủ động thực hiện quy chế tự quản, đồng thời có quy định xử phạt nghiêm minh đối với những trường hợp vi phạm. Mỗi năm, HEINEKEN Việt Nam chi khoảng 20 tỷ đồng cho các hoạt động uống có trách nhiệm, phối hợp với Ủy ban An toàn giao thông Quốc gia. Quỹ Nâng cao sức khỏe sẽ phát sinh nhiều thứ không cần thiết, không mang lại hiệu quả. Nếu lập quỹ thì số tiền này sẽ không còn tài trợ cho các chương trình uống có trách nhiệm.

Chia sẻ về kinh nghiệm quốc tế, đại diện Eurocham cho biết, các nước rất nghiêm trong việc xử lý hành vi lạm dụng rượu bia, nên tăng cường thực thi pháp luật hiện hành; không nên lập Quỹ Nâng cao sức khỏe vì một số quốc gia có loại quỹ này cho thấy không mang lại hiệu quả như mong muốn và họ cũng dùng các loại phụ thu... Việc đề xuất lập Quỹ là không phù hợp với chủ trương của Chính phủ về việc tạo điều kiện thuận lợi cho doanh nghiệp sản xuất, kinh doanh, tránh thu thêm các loại quỹ...

Một số ý kiến đặt câu hỏi, tính thực thi và kiểm soát về bán hàng theo giờ như thế nào? Hạn chế giờ bán hàng sẽ khiến người ta uống vào giờ khác. Quảng cáo chỉ là định hướng khách hàng uống loại nào tốt hơn, định hướng người sử dụng chứ không phải là nhằm khuyến khích người ta uống nhiều hơn. Người tiêu dùng có quyền được tiếp nhận thông tin. Vấn đề đặt ra là quy định giờ bán bia, rượu thì ai kiểm soát, quản lý?

Nếu lập Quỹ Nâng cao sức khỏe, doanh nghiệp chịu tác động chính là các doanh nghiệp làm ăn chân chính, đóng góp lớn cho ngân sách, nếu quá khó khăn thì họ sẽ rút khỏi thị trường, các sản phẩm bất hợp pháp có nguy cơ tăng lên.

Các đại biểu kiến nghị chính sách phải đảm bảo hài hòa lợi ích của nhà nước, doanh nghiệp và người tiêu dùng, vì sự phát triển bền vững, điều quan trọng là cần có tính khả thi và phù hợp với thực tế. Ban soạn thảo cần cập nhật thêm thông tin khoa học trên thế giới, quan điểm xây dựng luật phải vì mục tiêu phát triển bền vững; mong rằng những ý kiến đóng góp của các doanh nghiệp cần được tiếp thu chỉnh sửa.



Bà Trần Thị Trang - Phó vụ trưởng Vụ Pháp chế (Bộ Y tế) thuyết trình về dự thảo Luật.

Có ý kiến cho rằng, dự thảo thiếu phân tích về tác động đến kinh tế khi cấm quảng cáo, tài trợ; chưa thấy đề cập đến bia không cồn, rượu thuốc. Các ý kiến đều đồng thuận việc chống hành vi lạm dụng đồ uống có cồn, không bán rượu bia cho trẻ em, phụ nữ có thai... Cần quản lý kiểm soát các loại rượu phi thương mại, không rõ nguồn gốc để có sự công bằng đối với các doanh nghiệp làm ăn chân chính, bảo vệ sức khỏe người tiêu dùng.

Hội thảo kết thúc lúc 12h30, nhiều đại biểu muốn có ý kiến nhưng không đủ thời gian. Trong thời gian tới, Bộ Y tế sẽ tiếp tục có buổi làm việc với các chuyên gia, hiệp hội, doanh nghiệp để làm rõ số liệu, thông tin, làm sao có được tiếng nói thống nhất, hợp lý giữa các bên liên quan.

Phát biểu kết thúc Hội thảo, ông Nguyễn Huy Quang cho rằng, các chuyên gia cần có định nghĩa thế nào là lạm dụng, mức độ sử dụng bao nhiêu thì coi là lạm dụng? Cần có con số thống nhất, có sức thuyết phục, làm sao hài hòa được lợi ích về sức khỏe và kinh tế, lấy lợi ích sức khỏe làm trung tâm vì sự phát triển bền vững, lấy thêm thông tin quốc tế về phòng chống lạm dụng đồ uống có cồn. Ban soạn thảo sẽ lắng nghe, tiếp thu tất cả các ý kiến, khoảng đầu tháng 6 sẽ có buổi làm việc với VBA và các chuyên gia để đưa ra được điểm chung trước khi thực hiện các bước tiếp theo. ❖



# VBA KIẾN NGHỊ VỀ DỰ THẢO LUẬT PHÒNG, CHỐNG TÁC HẠI CỦA RƯỢU, BIA

Sau buổi Hội thảo ngày 25/5/2018 về dự án Luật Phòng, chống tác hại của rượu, bia và tổng hợp ý kiến góp ý của các doanh nghiệp ngành Bia - Rượu, mới đây, Hiệp hội Bia - Rượu - Nước giải khát Việt Nam (VBA) đã có công văn gửi Bộ Y tế kiến nghị về tờ trình và dự thảo Luật Phòng, chống tác hại của rượu, bia.



Đại diện Eurocham góp ý kiến về dự thảo Luật.

## 1. Góp ý về dự thảo Tờ trình

VBA đã có những phân tích, lập luận chặt chẽ, đưa ra những con số thuyết phục, trong đó chỉ ra những con số chưa chính xác mà Ban soạn thảo đưa ra trong dự thảo Tờ trình.

**\*Về thực trạng sử dụng rượu, bia, mức sử dụng rượu:** Theo số liệu của Tổ chức Y tế Thế giới (WHO) năm 2014), sử dụng rượu, bia bình

quân ở Việt Nam là 6,6 lít cồn nguyên chất/người/năm, đứng thứ 94/194 nước thành viên của WHO Còn theo số liệu của Tổng cục Thống kê là 4,4 lít/người/năm (số liệu năm 2016). Như vậy, mức sử dụng rượu, bia ở Việt Nam thuộc trong nhóm trung bình thấp, chưa đến mức báo động và cần phải được kiểm soát chặt chẽ để giảm mức tiêu thụ. Theo báo cáo của Trường Đại học Beer Kirin Nhật Bản về lượng





Đại diện các doanh nghiệp, đơn vị liên quan tham dự Hội thảo do Bộ Y tế tổ chức sáng 25-5-2018.

bia tiêu thụ bình quân theo đầu người/năm trên thế giới (năm 2016), Việt Nam xếp từ thứ 55 trở lên sau Hàn Quốc, Nhật Bản, vào loại trung bình so với các nước trong khu vực và trên thế giới.

Số liệu về tăng trưởng của ngành bia trong Tờ trình cũng không chính xác. Theo báo cáo của Hiệp hội, thì sản lượng bia năm 2017 chỉ tăng 5,65% so với năm 2016, mấy năm gần đây mức tăng có xu hướng giảm dần, chứ không phải tăng 10,5% như Ban soạn thảo nêu trong Tờ trình.

**\*Về thực trạng sản xuất, kinh doanh và quản lý sản xuất, kinh doanh rượu, bia:** Hiện nay các nhà máy đã được đầu tư khá hiện đại, có trình độ cạnh tranh với khu vực và thế giới. Tuy nhiên, rượu sản xuất theo phương pháp thủ công còn lạc hậu về công nghệ, quy mô nhỏ lẻ khó kiểm soát về số lượng và chất lượng. Ngành bia, rượu được sản xuất tuân theo quy hoạch đã được phê duyệt, trong 3 năm gần đây tốc độ tăng trưởng của ngành bia giảm dần. Năm 2017, tốc độ tăng trưởng giảm 3,4% so với năm 2016.

Sản xuất và tiêu thụ rượu của các nhà máy

chính thống gặp nhiều khó khăn bởi nhiều lý do như thuế tiêu thụ đặc biệt cao, bị cấm quảng cáo dưới mọi hình thức, tình trạng hàng lậu, hàng giả, nhái gia tăng... Theo một nghiên cứu điều tra quốc gia của Viện Dân số và Các vấn đề xã hội, Trường Đại học Kinh tế Quốc dân cho thấy, tỷ lệ rượu không kiểm soát được ở Việt Nam là rất cao (rượu dân tự nấu, rượu không rõ nguồn gốc), chiếm gần 75% tổng lượng rượu tiêu thụ.

Tốc độ tăng trưởng của ngành bia giảm dần trong các năm gần đây. Theo quy hoạch đã được phê duyệt năm 2016, tốc độ tăng trưởng giai đoạn 2016-2020 là 5,8%/năm, giai đoạn 2021-2025 là 4,6%/năm và giai đoạn 2026-2035 là 4%/năm.

Trong Tờ trình của Bộ Y tế có nêu: “Theo quy hoạch hiện hành, mục tiêu của ngành rượu đến 2025 là khoảng 440 triệu lít rượu công nghiệp/năm” là chưa chính xác vì theo Quy hoạch hiện hành thì sản lượng rượu từ nay đến năm 2035 không tăng mà chỉ giữ ở mức 350 triệu lít, trong đó giảm dần tỷ lệ rượu thủ công và tăng dần tỷ lệ rượu sản xuất công nghiệp từ 35% năm 2020 lên 50% vào năm 2035.



Bia, rượu được xếp vào loại hàng hóa chịu thuế tiêu thụ đặc biệt. Thuế suất thuế tiêu thụ đặc biệt đối với bia và rượu từ 20 độ trở lên hiện nay là 65% theo quy định tại Luật sửa đổi, bổ sung một số điều của Luật thuế tiêu thụ đặc biệt ngày 26 tháng 11 năm 2014.

**\*Về tác hại của rượu, bia:** Trong dự thảo Tờ trình Chính phủ, Bộ Y tế nhấn mạnh “việc sử dụng rượu, bia gây ra những hệ lụy to lớn với sức khỏe, các vấn đề kinh tế - xã hội và sẽ ngày càng trầm trọng hơn nếu không được ngăn ngừa kịp thời”.

Thực tế hiện nay nếu sử dụng rượu nhất là rượu vang và bia một cách hợp lý, có văn hóa, trách nhiệm thì không có hại, thậm chí còn có lợi cho sức khỏe. Đã có nhiều công trình nghiên cứu khoa học trên thế giới được công bố và chứng minh về vấn đề này.

Chỉ có lạm dụng rượu, bia hoặc sử dụng rượu, bia không rõ nguồn gốc xuất xứ, không đảm bảo quy định về an toàn thực phẩm mới là nguyên nhân ảnh hưởng đến sức khỏe. Việc xác định sản phẩm rượu, bia có nguồn gốc xuất xứ rõ ràng, bảo đảm quy định về an toàn thực phẩm có tác hại giống như rượu, bia không rõ nguồn gốc xuất xứ là chưa chính xác.

Những ý kiến về tác hại của rượu, bia đối với kinh tế và xã hội cũng cần được xem xét lại, cần có điều tra thực tế tại Việt Nam chứ không thể lấy số liệu quốc tế với điều kiện khác rất xa Việt Nam để nói rằng chi phí cho việc phòng, chống và khắc phục tác hại của rượu, bia lớn gấp 1,5 lần đóng góp ngân sách của ngành.

Tai nạn giao thông do nhiều nguyên nhân, trong đó đáng lưu ý là cơ sở hạ tầng giao thông, chất lượng phương tiện, ý thức chấp hành pháp luật của người tham gia giao thông, chứ không phải nguyên nhân chính là do rượu, bia.

Tóm lại, có sự khác biệt với các số liệu trong dự thảo Tờ trình của Bộ Y tế về thực trạng sử dụng, sản xuất, kinh doanh rượu, bia và tác hại của rượu, bia với thực tế của ngành. Một số số liệu trong Tờ trình chưa cập nhật với thực tế ở nước ta hiện nay.

**Với tư cách là đại diện cho các doanh nghiệp hoạt động trong lĩnh vực sản xuất, kinh doanh rượu, bia, đối tượng chịu tác động trực tiếp của Luật, sau khi nghiên cứu dự thảo Tờ trình Chính phủ và dự thảo Luật Phòng, chống tác hại của rượu, bia do Bộ Y tế chủ trì chuẩn bị, VBA đã có kiến nghị gồm những nội dung chính sau:**

**1. Cần đánh giá, xem xét kỹ về sự cần thiết ban hành Luật vì những căn cứ, lý do nêu trong Tờ trình chưa bảo đảm tính chính xác và chưa thuyết phục;**

**2. Nếu xây dựng Luật, cần xem xét đổi tên thành Luật “Kiểm soát đồ uống có cồn” hoặc Luật “Phòng, chống tác hại của lạm dụng đồ uống có cồn”;**

**3. Cần nghiên cứu, xem xét các quy định về các biện pháp kiểm soát giám nhu cầu tiêu thụ rượu, bia, kiểm soát việc cung cấp rượu, bia và kiểm soát giám tác hại của rượu, bia phù hợp với thực tế và truyền thống của Việt Nam; đặc biệt nội dung quan trọng của Luật này là cần quy định cụ thể để kiểm soát thật tốt rượu thủ công. Đề nghị có sự phân biệt và quy định rõ về quảng cáo, tài trợ, khuyến mại giữa bia và rượu, giữa rượu vang và rượu mạnh;**

**4. Đề nghị không thành lập Quỹ nâng cao sức khỏe từ nguồn thu đối với rượu, bia hoặc đề xuất đóng góp bắt buộc trên cơ sở tỷ lệ % trên giá tính thuế tiêu thụ đặc biệt vào ngân sách nhà nước để chi riêng cho các hoạt động phòng, chống tác hại của rượu bia và nâng cao sức khỏe.**



**\*Về thực trạng hệ thống văn bản quy phạm pháp Luật**

Theo báo cáo của Bộ Y tế tại Tờ trình đến tháng 12 năm 2016 có đến 85 văn bản quy phạm pháp luật có các quy định liên quan như: Luật Đầu tư, Luật Thương mại, Luật Quảng cáo, Luật An toàn thực phẩm, Luật Thuế tiêu thụ đặc biệt, Luật xử lý vi phạm hành chính... Hiện nay, cũng theo Báo cáo của Bộ Y tế thì còn 33 văn bản quy phạm pháp luật có liên quan đang có hiệu lực.

Thủ tướng Chính phủ đã ban hành Chính sách quốc gia về phòng chống tác hại của lạm dụng đồ uống có cồn đến năm 2020 (Quyết định số 244/QĐ-TTg ngày 12 tháng 02 năm 2014). Vì vậy, khi xây dựng luật cần có báo cáo đánh giá

**\* VỀ KINH NGHIỆM QUỐC TẾ**

THEO TỜ TRÌNH CỦA BỘ Y TẾ THÌ CHƯA CÓ QUỐC GIA NÀO TRÊN THẾ GIỚI BAN HÀNH LUẬT PHÒNG, CHỐNG TÁC HẠI CỦA RƯỢU, BIA. Ở ĐÔNG NAM Á, THÁI LAN CÓ LUẬT KIỂM SOÁT RƯỢU, BIA. VÀ CŨNG CHỈ CÓ MỘT SỐ ÍT QUỐC GIA KHÁC CÓ ĐẠO LUẬT RIÊNG VỀ KIỂM SOÁT RƯỢU, BIA NHƯ: LITHUANIA CÓ LUẬT VỀ KIỂM SOÁT CHẤT CÓ CỒN; SRILANKA CÓ LUẬT VỀ CƠ QUAN NHÀ NƯỚC CÓ THẨM QUYỀN KIỂM SOÁT RƯỢU, BIA, THUỐC LÁ VÀ PHÁP CỐ LUẬT LOI E'VIN NĂM 1991... VIỆC BAN HÀNH MỘT LUẬT MỚI CÓ THỂ TẠO RA SỰ CHỖNG CHÉO VÀ KHÔNG ĐẦY ĐỦ SO VỚI CÁC LUẬT HIỆN HÀNH VÀ KHÔNG ĐẠT ĐƯỢC MỤC TIÊU ĐỀ RA CỦA DỰ LUẬT NÀY.

đầy đủ kết quả thực hiện các văn bản quy phạm pháp luật này và trả lời câu hỏi tại sao có nhiều văn bản quy phạm pháp luật như vậy mà chưa quản lý tốt đặc biệt là quản lý hoạt động sản xuất, kinh doanh rượu thủ công như ý kiến của cơ

quan soạn thảo. Nếu thực hiện tốt các văn bản đã có và khắc phục được các hạn chế đó thì có cần thiết phải ban hành một đạo luật mới hay không.

Hiệp hội cho rằng nếu các cơ quan quản lý nhà nước đẩy mạnh việc tuyên truyền và thực hiện thật nghiêm túc những quy định đã có trong các văn bản quy phạm pháp luật và trong trường hợp cần thiết có thể điều chỉnh, bổ sung một số quy phạm pháp luật trong các văn bản đã ban hành là đã có thể kiểm soát tốt, tạo điều kiện cho ngành ổn định và phát triển, đóng góp cho sự phát triển kinh tế của đất nước.

**\*Về đánh giá tác động của Luật**

Việc đánh giá tác động của luật là một yêu cầu bắt buộc, quan trọng trong công tác xây dựng pháp luật. Chỉ khi tác động tích cực của luật là cơ bản và những tác động tiêu cực là tối thiểu và các biện pháp dự kiến đặt ra có tính khả thi cao thì dự án luật đó mới đạt chất lượng. Với dự án luật này, việc đánh giá tác động cần đầy đủ hơn. Việc đề xuất các chính sách nhằm hạn chế nguồn cung và hạn chế nhu cầu sử dụng rượu, bia sẽ dẫn đến tác động đối với người lao động và gia tăng tình trạng buôn lậu, hàng nhái, hàng giả và hệ lụy tăng ngân sách để giải quyết lao động dôi dư, chống buôn lậu, ảnh hưởng lớn tới nguồn thu ngân sách của Nhà nước.

Hơn nữa, tình trạng rượu trôi nổi, rượu không rõ nguồn gốc, xuất xứ là nguyên nhân liên quan đến các vụ ngộ độc, không thu được các loại thuế, phí vẫn chưa quản lý được mặc dù đã được quy định trong một số văn bản quy phạm pháp luật thì cơ quan đề xuất vẫn chưa đưa ra được các biện pháp quyết liệt, khả thi.

Với các quy định trong dự thảo luật, Nhà nước chỉ có thể quản lý được các sản phẩm rượu, bia do các cơ sở sản xuất, kinh doanh và nhập khẩu có giấy phép, còn không quản lý được các tổ chức, cá nhân kinh doanh rượu trôi nổi, không rõ nguồn gốc, không có giấy phép chiếm khoảng gần 75%.

Từ những phân tích trên đây, Hiệp hội đề nghị cơ quan soạn thảo xem xét lại sự cần thiết ban hành Luật. ❖



# GÓP Ý VỀ NỘI DUNG

trong dự thảo Luật Phòng, chống tác hại của rượu, bia



Ông Nguyễn Thanh Phúc - Giám đốc Đối ngoại Công ty TNHH Nhà máy Bia HEINEKEN Việt Nam góp ý về dự thảo Luật.

Căn cứ vào các ý kiến của các đại biểu và doanh nghiệp tại các buổi tọa đàm, hội thảo về dự thảo Luật Phòng, chống tác hại của rượu, bia, Hiệp hội Bia - Rượu - Nước giải khát Việt Nam (VBA) đã có công văn kiến nghị, góp ý với Bộ Y tế về những nội dung trong dự thảo Luật. Dưới đây là những nội dung góp ý.

## Phương pháp tiếp cận của dự thảo Luật

Theo VBA, dự Luật này nên tập trung vào giải quyết ba vấn đề mấu chốt:

- Một là, bảo vệ sức khỏe người dân thông qua thắt chặt quản lý hoạt động sản xuất và tiêu thụ các loại đồ uống có cồn nằm ngoài kiểm soát, sản phẩm kém chất lượng và có thể nguy hại cho sức khỏe.

- Hai là, thay đổi nhận thức và hành vi lạm dụng đồ uống có cồn thông qua các hoạt động giáo dục, tuyên truyền, đặc biệt là ở cấp cơ sở.

- Ba là, ngăn chặn các hành vi vi phạm pháp luật do lạm dụng rượu bia thông qua các chế tài, hình phạt nghiêm khắc.

Như đã nêu trong Dự Luật “Luật này được tiếp cận dưới góc độ y tế công cộng, không tiếp cận dưới góc độ thương mại”. Vì vậy, để đạt được mục tiêu giải quyết những vấn đề về sức khỏe và xã hội gây ra bởi lạm dụng rượu, bia như bạo hành gia đình, tai nạn giao thông do lái xe sau khi uống rượu, bia, năng suất học tập, làm việc thấp do uống rượu khi chưa đủ tuổi, v.v.. Dự Luật không nên chỉ bao gồm những quy định mang tính hạn chế thương mại thuần túy, ví dụ như cấm bán một số giờ nhất định trong ngày, hạn chế hoặc cấm quảng cáo, tiếp thị, tài trợ hoặc một số biện pháp kiểm soát cung cấp rượu. Những quy định này nên và hiện đã được Luật Quảng cáo hay Luật Thương mại điều chỉnh.

Dự Luật nên có cách tiếp cận đảm bảo tính cân bằng, bền vững, có tính đến lợi ích của các bên liên quan.

## Về tên gọi của Luật

Theo báo cáo của Bộ Y tế, hiện nay trên thế giới chưa có nước nào xây dựng Luật phòng chống tác hại của rượu, bia. Bản thân rượu, bia không có hại cho sức khỏe. Chỉ có lạm dụng rượu, bia mới gây ra tác hại đối với sức khỏe và WHO đã đề ra Chiến lược toàn cầu về giảm thiểu tác hại của lạm dụng đồ uống có cồn (Tiếng Anh là “Global Strategy to reduce the harmful use alcohol”). Thực tế trong thời gian qua, các vụ ngộ độc liên quan đến sử dụng đồ

uống có cồn đều có nguyên nhân do sử dụng rượu có chứa methanol vượt ngưỡng cho phép, không có nguồn gốc xuất xứ. Vì vậy, nếu nhấn mạnh việc phòng, chống tác hại của rượu, bia thì phải nhấn mạnh đến tác hại của việc lạm dụng đồ uống có cồn, tác hại của các loại đồ uống có cồn không kiểm soát được, không rõ nguồn gốc xuất xứ chứ không phải chỉ nhằm vào các loại rượu, bia đã được quản lý chặt chẽ, bảo đảm các điều kiện an toàn thực phẩm được sản xuất, kinh doanh bởi các doanh nghiệp có uy tín, tuân thủ pháp luật.

Vì vậy, nếu Bộ Y tế vẫn trình Chính phủ dự án Luật này thì Hiệp hội đề nghị xem xét, sửa lại tên luật là Luật Kiểm soát đồ uống có cồn như thông lệ của một số ít quốc gia hiện nay hoặc Luật Phòng, chống tác hại của lạm dụng đồ uống có cồn để phù hợp với Quyết định số 244/QĐ-TTg của Thủ tướng Chính phủ.

## Về thuật ngữ rượu, bia

Tại Điều 1 của dự thảo Luật có quy định: “...rượu, bia và đồ uống có cồn khác (trong Luật này gọi chung là rượu, bia)...”. Về chuyên môn, rượu, bia là hai trong số các loại đồ uống có cồn. Rượu, bia là đồ uống có cồn nhưng không thể nói đồ uống có cồn khác là rượu, bia được. Vì vậy, chỉ có thể quy định: “rượu, bia và đồ uống có cồn khác (trong Luật này gọi chung là đồ uống có cồn)...” phù hợp với đề nghị sửa lại tên gọi của Luật nêu trên.

Cần phân biệt rõ rượu với bia để có những quy định phù hợp với đặc điểm của từng loại. Ngay rượu cũng chia thành rượu mạnh, rượu vang... Hiện nay, một số doanh nghiệp đã sản xuất sản phẩm “bia không cồn” để phục vụ người tiêu dùng là lái xe, phụ nữ... Vậy, luật này có áp dụng đối với sản phẩm “bia không cồn” hay không?

Ngoài ra, đề nghị xác định rõ “cồn thực phẩm” có chịu sự điều chỉnh của Luật này hay không vì theo quy định của Luật Đầu tư thì sản xuất, kinh doanh cồn thực phẩm không phải là ngành, nghề kinh doanh có điều kiện.



## Về việc thành lập Quỹ nâng cao sức khỏe

Hiện nay, thuế tiêu thụ đặc biệt đối với mặt hàng bia, rượu đã tăng 3 năm liên tục và đạt mức thuế suất 65% từ ngày 01 tháng 01 năm 2018. Đối tượng chịu thuế tiêu thụ đặc biệt là những hàng hóa, dịch vụ không thật sự cần thiết cho nhu cầu tiêu dùng hàng ngày của con người và có những tác hại nhất định đến người sử dụng, môi trường, xã hội. Như vậy, nếu cần sử dụng kinh phí cho việc nâng cao sức khỏe thì có thể lấy ngân sách nhà nước thu từ thuế tiêu thụ đặc biệt đối với các hàng hóa, dịch vụ chịu thuế tiêu thụ đặc biệt.

Chính phủ đã có chủ trương giảm thiểu khó khăn cho doanh nghiệp. Ngày 16 tháng 5 năm 2016 Chính phủ đã ban hành Nghị quyết 35/NQ-CP về hỗ trợ và phát triển doanh nghiệp đến năm 2020, trong đó có nội dung về giảm chi phí kinh doanh cho doanh nghiệp. Do đó việc quy định doanh nghiệp phải đóng góp thêm từ 0,5% - 2% trên giá tính thuế tiêu thụ đặc biệt vào Quỹ nâng cao sức khỏe là không phù hợp.

Việc đề xuất xây dựng Quỹ nâng cao sức khỏe (trên cơ sở hợp nhất với Quỹ Phòng, chống tác hại của thuốc lá) trong dự án Luật Phòng, chống tác hại rượu, bia cũng cần phải được xem xét, đánh giá thật kỹ. Không thể đánh đồng tác hại của thuốc lá với tác hại của rượu, bia.

Vì vậy, đề nghị không thành lập Quỹ nâng cao sức khỏe theo phương án 1 hoặc đề xuất đóng góp bắt buộc trên cơ sở tỷ lệ % trên giá tính thuế tiêu thụ đặc biệt vào ngân sách nhà nước để chi riêng cho các hoạt động phòng, chống tác hại của rượu bia và nâng cao sức khỏe như phương án 2.

## Về các biện pháp kiểm soát giảm mức tiêu thụ rượu, bia

### • Về thông tin, giáo dục, truyền thông về phòng, chống tác hại của rượu, bia

Đề nghị xem xét quy định về trách nhiệm của Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch: “hướng dẫn, vận động cộng đồng dân cư hạn chế hoặc không uống rượu, bia trong đám tang, đám cưới, lễ hội và đưa vào hương ước; quy định việc hạn chế hình ảnh uống rượu, bia trong các sản phẩm điện ảnh, sân khấu, truyền hình.” tại Điểm d Khoản 2 Điều 5 vì quy định khó khả thi và việc sử dụng rượu, bia trong các dịp này là truyền thống văn hóa lâu đời...

### • Về trách nhiệm của cá nhân, tổ chức, cộng đồng dân cư trong phòng, chống tác hại của rượu, bia

Đề nghị xem xét cân nhắc quy định: “Vận

động, đưa quy định về việc hạn chế hoặc không uống rượu, bia trong các đám cưới, đám tang, lễ hội trên địa bàn dân cư vào hương ước, nội quy.” tại Điểm d Khoản 1 Điều 6 vì quy định này không khả thi như đã phân tích ở trên.

### • Các biện pháp kiểm soát trong khuyến mại, quảng cáo, tài trợ rượu, bia

Việc quy định về khuyến mại, quảng cáo, tài trợ rượu, bia cần phù hợp với các quy định của pháp luật về khuyến mại, quảng cáo và tài trợ trong Luật Thương mại, Luật Quảng cáo và thông lệ quốc tế. Cần có những quy định phù hợp để tạo điều kiện cho các nhà sản xuất, kinh doanh giới thiệu những sản phẩm có chất lượng tốt, đáp ứng các tiêu chuẩn về an toàn thực phẩm và ngăn chặn các sản phẩm nhập lậu, hàng giả, hàng nhái, hàng kém chất lượng. Đồng thời, đáp ứng quyền tiếp cận thông tin của người tiêu dùng.

## Về các biện pháp kiểm soát việc cung cấp rượu, bia

### • Các biện pháp quản lý sản xuất, kinh doanh rượu, bia

Đề nghị xem xét lại quy định: “Kể từ ngày Luật này có hiệu lực, việc cấp mới, cấp lại giấy phép, giấy chứng nhận đăng ký doanh nghiệp, thay đổi địa điểm kinh doanh đối với cơ sở bán lẻ rượu, bia phải bảo đảm khoảng cách bán kính giữa các địa điểm kinh doanh rượu, bia và giữa địa điểm kinh doanh rượu, bia với các địa điểm không được bán rượu, bia không nhỏ hơn 500m, trừ các khu vực, tuyến phố chuyên kinh doanh ẩm thực, du lịch.” tại Khoản 4 Điều 9 vì quy định này khó khả thi.

### • Về quản lý sản xuất, kinh doanh rượu thủ công

Đây là vấn đề nhức nhối, được xã hội rất quan tâm, cần có chính sách và tổ chức triển khai quản lý sản xuất, kinh doanh sản phẩm này. Nếu làm tốt, Nhà nước sẽ thu thêm được hàng ngàn tỷ đồng tiền thuế (theo Bộ Y tế là khoảng 2000 tỷ đồng/năm) và quan trọng hơn là hạn chế được tình trạng ngộ độc rượu.

Tuy nhiên các quy định ở đây còn chưa cụ thể, rõ ràng, chưa xác định rõ trách nhiệm của các cơ quan, tổ chức, cá nhân đặc biệt là chính quyền cấp cơ sở trong khi đây là nội dung quan trọng nhất.

### • Bảo đảm chất lượng, an toàn đối với rượu, bia

Dự luật cần quy định rõ trách nhiệm và thời hạn cơ quan có thẩm quyền phải ban hành các quy chuẩn kỹ thuật quốc gia về rượu, bia; quy định điều kiện bảo đảm an toàn thực phẩm đối với rượu thủ công chưa có quy chuẩn và rượu có bổ sung thảo dược, thực vật, động vật và các chất khác; quy định việc công bố hợp quy, công bố phù hợp quy định về an toàn thực phẩm đối với rượu, bia.

### \* Địa điểm, phương thức, thời gian không được bán rượu, bia

Đề nghị xem xét lại quy định về cấm bán

rượu, bia tại các “Trạm dừng nghỉ trên đường quốc lộ, tỉnh lộ” quy định tại Điểm đ Khoản 1 Điều 13 vì chỉ có thể cấm lái xe sử dụng rượu, bia chứ không thể cấm hành khách sử dụng rượu, bia cũng như cấm lái xe và hành khách mua rượu, bia.

Việc hạn chế thời gian bán rượu, bia cũng không có tính khả thi vì người uống sẽ có nhiều cách để vẫn có thể sử dụng được rượu, bia hoặc dẫn đến tình trạng sử dụng rượu, bia từ các nguồn không kiểm soát được.

## Về các biện pháp kiểm soát giảm tác hại của rượu, bia

### \* Về quy định Kiểm soát rượu, bia bảo đảm an toàn giao thông (Điều 16 của dự thảo Luật).

- Đề nghị Ban soạn thảo tham khảo kinh nghiệm của các nước, nhất là của EU để xem xét, quy định cho phù hợp với người điều khiển các phương tiện giao thông.

- Quy định về nồng độ cồn đối với người điều khiển xe mô tô, xe gắn máy như Phương án 2 không khả thi.

### \* Về quy định áp dụng biện pháp cai nghiện rượu, bia bắt buộc cho người nghiện rượu, bia.

Đề nghị Ban soạn thảo xem xét vì quy định này không phù hợp với quy định về các biện pháp xử lý vi phạm hành chính được quy định tại Luật xử lý vi phạm hành chính năm 2012, “Đối tượng áp dụng biện pháp đưa vào cơ sở cai nghiện bắt buộc là người nghiện ma túy từ đủ 18 tuổi trở lên đã bị áp dụng biện pháp giáo dục tại xã, phường, thị trấn mà vẫn còn nghiện hoặc chưa bị áp dụng biện pháp này nhưng không có nơi cư trú ổn định.” (Khoản 1 Điều 96 Luật xử lý vi phạm hành chính năm 2012).

Nếu cần thiết phải xây dựng Quỹ nâng cao sức khỏe, đề nghị Bộ Y tế trình Quốc hội cho xây dựng một dự án Luật quy định riêng về Quỹ này vì có rất nhiều hoạt động khác liên quan đến sức khỏe như: môi trường, giao thông,... ❖



# Doanh nghiệp góp ý kiến về đề xuất áp thuế Tiêu thụ đặc biệt đối với nước ngọt

## >MINH HỒNG

Mới đây, Tập đoàn Tân Hiệp Phát đã có công văn gửi Hiệp hội Bia - Rượu - Nước giải khát Việt Nam và bộ ngành liên quan về việc góp ý kiến dự thảo Luật Thuế sửa đổi, bổ sung mà Bộ Tài chính soạn thảo.

**T**heo đó, việc tăng thuế với nước giải khát có nguồn gốc tự nhiên và thực phẩm chức năng với mục đích tăng thuế để bảo vệ sức khỏe người tiêu dùng, hiện nay chưa có báo cáo hay công trình nghiên cứu nào chứng minh nước giải khát có nguồn gốc tự nhiên hay thực phẩm chức năng tác động xấu đến sức khỏe con người. Ngược lại, nước giải khát có nguồn gốc tự nhiên và thực phẩm chức năng có lợi cho sức khỏe con người, đặc biệt là các sản phẩm được chiết xuất từ các loại thảo mộc.

Việc tăng thuế đối với nước giải khát có nguồn gốc tự nhiên và thực phẩm chức năng có thể gây những ảnh hưởng tiêu cực đến việc phát triển nền nông nghiệp Việt Nam, đặc biệt là ngành trồng trà, thảo mộc. Vì các sản phẩm này được chính các nhà sản xuất trong nước đảm bảo đầu ra, tạo sự ổn định vững chãi cho hoạt động trồng trọt, khai thác.

Với những lập luận trên, Tập đoàn Tân Hiệp Phát có một số ý kiến về chính sách tăng thuế đối với nước ngọt như sau:

- Cần xem xét lại đối tượng tăng thuế đối với nước ngọt, đặc biệt là nước giải khát có nguồn gốc tự nhiên và thực phẩm chức năng.
- Trong trường hợp bắt buộc phải tăng thuế thì cần có mức tăng hợp lý giữa các loại nước



Sản phẩm Trà thảo mộc Dr.Thanh.

ngọt, đặc biệt là nước giải khát có nguồn gốc tự nhiên và thực phẩm chức năng. Tuy nhiên, việc đánh thuế này cần có lộ trình để phù hợp với tình hình, điều kiện phát triển của Việt Nam.

Với những đóng góp tích cực cho kinh tế, an sinh xã hội của ngành sản xuất nước giải khát có nguồn gốc tự nhiên và thực phẩm chức năng, Tập đoàn Tân Hiệp Phát kiến nghị các cơ quan nhà nước nghiên cứu ban hành những chính sách nhằm thúc đẩy ngành sản xuất này phát triển hơn nữa trong thời gian tới, cũng như hỗ trợ các doanh nghiệp sản xuất nước giải khát trong nước có thể gia tăng sức cạnh tranh trên thị trường. ❖



PGS.TS Nguyễn Văn Việt - Chủ tịch VBA cung cấp những thông tin về ngành Nước giải khát Việt Nam.

## HỘI THẢO GÓP Ý ĐỀ XUẤT ÁP THUẾ TIÊU THỤ ĐẶC BIỆT ĐỐI VỚI NƯỚC NGỌT

### > MINH THƯ

Sáng 24/5/2018, tại Hà Nội, Hội Khoa học Kỹ thuật An toàn thực phẩm Việt Nam phối hợp với Hiệp hội Bia - Rượu - Nước giải khát Việt Nam (VBA) tổ chức Hội thảo Góp ý đề xuất áp thuế Tiêu thụ đặc biệt đối với nước ngọt.

Dự Hội thảo có PGS.TS Nguyễn Văn Việt - Chủ tịch VBA, GS.TS Phan Thị Kim - Chủ tịch Hội Khoa học Kỹ thuật An toàn thực phẩm Việt Nam, đại diện các cơ quan quản lý nhà nước, các hiệp hội, các nhà khoa học, người tiêu dùng.

Hội thảo được tổ chức nhằm đưa ra những căn cứ khoa học về việc có hay không việc liên quan giữa thừa cân, béo phì với nước ngọt sau khi Bộ Tài chính có đưa ra đề xuất trong dự thảo Luật sửa đổi, bổ sung các luật thuế, trong đó có



GS.TS Phan Thị Kim - Chủ tịch Hội Khoa học Kỹ thuật An toàn thực phẩm Việt Nam phát biểu tại Hội thảo.

quy định áp mức thuế suất 10% đối với các sản phẩm nước ngọt.

Các đại biểu tham dự Hội thảo đã được nghe báo cáo tham luận của các nhà khoa học, chuyên





Các đại biểu tham dự Hội thảo.

gia về y tế và dinh dưỡng như PGS.TS Nguyễn Thị Lâm (Viện Dinh dưỡng Quốc gia), PGS.TS Nguyễn Văn Việt - Chủ tịch VBA, PGS.TS Nguyễn Quang Dũng (Đại học Y Hà Nội), PGS.TS Vũ Thị Thu Hiền (Viện Dinh dưỡng Quốc gia), Kỹ sư Đào Thị Mai Phương (Viện Thực phẩm và dinh dưỡng Gia đình) về các vấn đề như Tình trạng dinh dưỡng của người Việt Nam, một số bệnh chuyển hóa; Tình hình sản xuất, kinh doanh nước ngọt, thuế tiêu thụ đặc biệt đối với nước ngọt ở một số nước; Tiêu thụ đường của trẻ em Việt Nam, Campuchia và Nhật Bản; Kết quả Kiểm nghiệm đường tổng số trong một sản phẩm nước ngọt trên thị trường... Bài phát biểu của GS.TS Phan Thị Kim - Chủ tịch Hội Khoa học Kỹ thuật An toàn thực phẩm Việt Nam và ông Phạm Quốc Doanh, Chủ tịch Hiệp hội Mía đường Việt Nam... đã làm rõ nội dung của Hội thảo, trong đó kiến nghị cần có thời gian xem xét, nghiên cứu, có lộ trình, không nên áp mức thuế suất 10% thuế TTĐB đối với nước ngọt và khi xây dựng chính sách nên căn cứ vào cơ sở khoa học, cơ sở pháp lý và cơ sở thực tiễn.

Căn cứ vào cơ sở khoa học mà các nhà khoa học, chuyên gia về dinh dưỡng, y tế, đại diện các hiệp hội đưa ra thì không nên áp thuế TTĐB đối

với nước ngọt, bởi thừa cân, béo phì có nhiều nguyên nhân, trong đó nguyên nhân chủ yếu là do chế độ ăn nhiều chất béo, lười tập thể dục, ít ăn rau quả, có cả nguyên nhân do di truyền, xem tivi, điện tử nhiều, ít vận động... Tỷ lệ sử dụng đường, tỷ lệ người thừa cân, béo phì ở nước ta thấp hơn nhiều so với các nước trên thế giới. Một số quốc gia áp thuế TTĐB đối với nước ngọt nhưng tỷ lệ thừa cân, béo phì lại tăng lên. Điều đó chứng tỏ việc áp thuế TTĐB không mang lại kết quả như mong muốn. Đây còn chưa kể khi áp thuế suất này sẽ tác động lớn đến doanh nghiệp sản xuất nước ngọt và người tiêu dùng, ảnh hưởng đến việc làm của người lao động.

Các ý kiến cho rằng, hiện nay tỷ lệ người Việt thừa cân, béo phì chưa đến mức báo động, chưa cần thiết áp thuế để điều chỉnh hành vi, bởi thừa cân, béo phì có nhiều nguyên nhân khác nhau. Cần có đánh giá việc áp thuế này có lợi và có hại gì, tác động ra sao, chính sách cần phù hợp với thực tiễn, cần có sức thuyết phục, hài hòa lợi ích chung. Chúng ta nên tập trung vào việc tăng cường giáo dục truyền thông, bởi kiến thức về sức khỏe của người dân còn hạn chế, khuyến cáo người dân ăn uống điều độ, tích cực vận động, tập thể dục, ăn nhiều rau của quả để phòng chống thừa cân, béo phì. ❖

# TÍNH THUẾ TIÊU THỤ ĐẶC BIỆT ĐỐI VỚI NƯỚC NGỌT CÓ NÊN KHÔNG?

Trước thông tin Bộ Tài chính đề xuất việc tính thuế Tiêu thụ đặc biệt (TTĐB) 10% đối với các sản phẩm nước ngọt, Tạp chí Đồ uống Việt Nam đã có cuộc phỏng vấn Luật sư Nguyễn Tiến Vy - Phó Chủ tịch Thường trực Hiệp hội Bia - Rượu - Nước giải khát Việt Nam (VBA) xung quanh vấn đề này.

**PV:** Trong thời gian qua, VBA đã có nhiều ý kiến góp ý xác đáng, khách quan về các chính sách liên quan đến ngành Đồ uống. Đối với đề xuất đưa các sản phẩm nước ngọt chịu thuế Tiêu thụ đặc biệt là 10%, ông có ý kiến gì về vấn đề này?

**LS. Nguyễn Tiến Vy:** Tôi nghĩ, nếu lấy lý do việc sử dụng đường là nguyên nhân gây ra bệnh tiểu đường và thừa cân, béo phì thì việc áp thuế TTĐB chỉ đối với đồ uống có đường sẽ khiến luật thuế mang tính phân biệt, vì trong số các thực phẩm và đồ uống, có rất nhiều sản phẩm có đường. Nếu chỉ hạn chế tiêu thụ đối với nước giải khát có đường bằng cách áp thuế tiêu thụ đặc biệt, trong khi các loại thực phẩm có chứa hàm lượng đường và chất béo cao như bánh, kẹo, kem, đồ ăn nhanh, ... lại không bị áp thuế tiêu thụ đặc biệt thì không những không hạn chế được tỷ lệ thừa cân, béo phì mà còn làm cho chính sách thuế mang tính phân biệt.

**PV:** Xin ông cho biết, việc áp thuế tiêu thụ đặc biệt 10% đối với nước ngọt có đường sẽ ảnh hưởng như thế nào đối với các doanh nghiệp trong nước và doanh nghiệp FDI sản xuất nước giải khát?

**LS. Nguyễn Tiến Vy:** Nếu dự án Luật này được thông qua sẽ có ảnh hưởng đến các doanh nghiệp nói chung và các doanh nghiệp nước giải khát nói riêng. Các doanh nghiệp sản xuất nước giải khát sẽ phải chịu nhiều loại thuế với mức tăng và bổ sung như sau:

- Thuế VAT tăng từ 10% lên 12%;



- Thuế tiêu thụ đặc biệt đối với doanh nghiệp sản xuất nước ngọt là 10%;

- Mức thuế suất VAT áp dụng cho đường tăng từ 5% lên 6%.

Như vậy, nếu luật được thông qua như đề xuất của Bộ Tài chính thì giá bán các sản phẩm nước giải khát trên thị trường sẽ tăng khoảng 12%, ảnh hưởng đến việc tiêu thụ sản phẩm. Đồng thời, chi phí sản xuất sẽ tăng lên do mức tăng thuế suất VAT áp dụng cho đường. Tất cả các yếu tố này sẽ gây ra những hệ lụy như: tăng





Sản phẩm Trà Xanh Không độ của Tập đoàn Tân Hiệp Phát.

giá thành sản phẩm; giảm khả năng tiêu thụ sản phẩm; giảm doanh thu có thể kéo theo giảm quy mô sản xuất, giảm lao động... Đối tượng sẽ chịu ảnh hưởng và tác động nhiều nhất của luật này sẽ là các doanh nghiệp vừa và nhỏ và nông dân là những người cung cấp nguyên liệu cho các doanh nghiệp sản xuất nước giải khát như: mía, trái cây, rau quả, trà... Giá bán cao còn có khả năng dẫn đến hàng nhập lậu, hàng giả, hàng nhái, hàng kém chất lượng phát triển.

Việc thông qua luật cũng ảnh hưởng đến việc triển khai thực hiện Quy hoạch phát triển ngành. Tại Quyết định số 3690/QĐ-BCT ngày 12/9/2016 của Bộ trưởng Bộ Công Thương phê duyệt Quy hoạch phát triển ngành bia-rượu-nước giải khát Việt Nam đến năm 2025, tầm nhìn đến năm 2035 đã xác định mục tiêu tổng quát: “Chuyển dịch cơ cấu nội bộ ngành theo hướng giảm dần tỷ trọng ngành bia, rượu; tăng dần tỷ trọng ngành nước giải khát.” và mục tiêu cụ thể đối với ngành nước giải khát: năm 2020 sản xuất 6,8 tỷ lít, năm 20-25 sản xuất 9,1 tỷ lít và năm 2035 sản xuất 15,2 tỷ lít.

Để thực hiện các mục tiêu này, Bộ Công Thương đã xác định định hướng phát triển:

“Khuyến khích các thành phần kinh tế đầu tư sản xuất nước giải khát với quy mô lớn, thiết bị, công nghệ hiện đại, bảo đảm an toàn thực phẩm và bảo vệ môi trường. Khuyến khích sản xuất nước giải khát từ hoa quả tươi và các loại nước giải khát bổ dưỡng, sử dụng nguyên liệu trong nước, sản xuất nước khoáng thiên nhiên.”.

Tuy nhiên, các mục tiêu và định hướng phát triển này sẽ thực hiện như thế nào khi nước ngọt bị coi là nguyên nhân chính gây ra bệnh tiểu đường và béo phì và khuyến cáo hạn chế sử dụng.

**PV: Được biết, lý do mà cơ quan soạn thảo dự án Luật đưa ra khi đề xuất áp thuế TTĐB đối với nước ngọt là để phòng tránh những tác hại của béo phì và bệnh tiểu đường... Ông đánh giá về quan điểm này thế nào?**

**LS. Nguyễn Tiên Vy:** Theo chúng tôi được biết thì hiện tại chưa có nghiên cứu chính thức nào khẳng định rằng đánh thuế đối với nước ngọt sẽ làm giảm thừa cân, béo phì, tiểu đường, vì theo các nghiên cứu khoa học có nhiều nguyên nhân có thể gây ra bệnh tiểu đường hoặc béo phì.

\*Theo số liệu của Tổ chức Y tế Thế giới, các quốc gia áp dụng thuế TTĐB ở khu vực châu Á Thái Bình Dương vẫn có tỷ lệ béo phì tăng liên

tục trong những năm qua. Ví dụ, Thái Lan, mặc dù đã áp dụng chính sách thuế này 30 năm qua, vẫn có tỷ lệ người thừa cân, béo phì ở độ tuổi từ 5 đến 19 tuổi tăng nhanh từ 3.1% vào năm 2000 lên 11.3% vào năm 2016. Brunei là một trong bốn quốc gia áp dụng thuế TTĐB đối với nước ngọt, nhưng có tỷ lệ tử vong do bệnh tiểu đường cao nhất trên thế giới (11%) và tỷ lệ người béo phì ở độ tuổi từ 9 đến 15 tuổi tăng từ 6.4% năm 2000 lên mức 14.1% năm 2016. Các chuyên gia về thuế hay về sức khỏe cũng không đảm bảo được rằng việc tăng thuế đối với nước ngọt sẽ làm giảm tỷ lệ người bị béo phì hay tiểu đường, vì có nhiều nguyên nhân khác nhau có thể dẫn đến các bệnh này.

Ngoài ra, việc tăng thuế chưa chắc đã dẫn đến giảm tiêu thụ ở khu vực thành thị nơi tập



trung nhiều người có thu nhập cao hoặc trung bình và có khả năng chi trả cho các sản phẩm phổ thông như nước ngọt dù giá có tăng lên. Chính vì vậy, nhiều nước trên thế giới dù đang đối mặt với tỷ lệ người béo phì tăng nhanh như Trung Quốc, Hàn Quốc, Nhật Bản, Úc, Malaysia, Canada, New Zealand cũng không áp dụng thuế TTĐB đối với nước ngọt.

**PV: Trên thế giới, việc áp thuế tiêu thụ đặc biệt đối với nước ngọt có đường được thực hiện như thế nào, liệu có đạt được kết quả như mong muốn hay ngược lại, thưa ông?**

**LS. Nguyễn Tiến Vy:** Áp dụng thuế TTĐB đối với nước ngọt không phải là một thực tiễn phổ biến trên thế giới và trong khu vực. Số lượng các quốc gia áp dụng thuế TTĐB đối với đồ uống nói chung, bao gồm cả đồ uống có đường và không có đường, chiếm khoảng 25% tổng số các quốc gia trên thế giới. Trong khu vực Châu Á Thái Bình Dương, chỉ có bốn (04) quốc gia áp dụng thuế đối với nước ngọt là Thái Lan, Brunei, Lào và Campuchia. Một số nước đã từng áp dụng thuế TTĐB đối với nước ngọt nhưng đã bãi bỏ do không hiệu quả, trong đó có Úc, Đan Mạch, Cộng hòa Dominica, Ai Cập, Ghana, Ấn Độ, Pakistan, Nam Phi, Zambia và một số bang của Hoa Kỳ. Theo một nghiên cứu của Viện Nghiên cứu Kinh tế và Xã hội của trường Đại học Quốc gia Indonesia thì nếu áp dụng thuế TTĐB đối với nước ngọt, thu ngân sách có thể tăng thêm khoảng 590 tỷ IDR (khoảng 42 triệu đô la Mỹ) mỗi năm, nhưng sẽ có khoảng 120,000 công nhân trong ngành có thể mất việc làm và doanh thu từ thuế GTGT và thuế TNDN có thể giảm đến 64,9% dẫn đến thiệt hại khoảng 673 tỷ IDR (khoảng 48 triệu đô la Mỹ) cho ngân sách chính phủ mỗi năm. Indonesia đã bỏ thuế TTĐB đối với nước ngọt từ năm 2004.

Vì vậy, cần lưu ý một số điểm sau khi đề xuất xây dựng dự án luật thuế tiêu thụ đặc biệt đối với nước ngọt:

- Xem xét lại đề xuất áp dụng thuế TTĐB đối với nước ngọt một cách thấu đáo, nghiên cứu và đưa ra đánh giá cụ thể về tác động của nước ngọt có đường tới sức khỏe của người tiêu dùng ở nước ta để tìm ra nguyên nhân dẫn đến thừa cân, béo phì trong các nhóm tuổi, đồng thời, nghiên cứu sâu ảnh hưởng về kinh tế - xã hội cũng như hiệu quả của đề xuất này để tránh những ảnh hưởng tiêu cực đối với ngành sản xuất nước giải khát và đời sống tiêu dùng của người dân.

- Xem xét các biện pháp bảo vệ sức khỏe người tiêu dùng, đặc biệt là kiểm soát bệnh tiểu đường và béo phì, một cách toàn diện và bền vững. Ví dụ thay vì áp dụng thuế TTĐB đối với nước ngọt, chính phủ nên có những chính sách



khuyến khích các doanh nghiệp sản xuất thực phẩm và đồ uống giảm lượng đường trong sản phẩm của họ hoặc áp dụng việc dán nhãn đặc biệt đối với các sản phẩm có hàm lượng đường cao để giáo dục và cảnh báo người tiêu dùng về dinh dưỡng (như trường hợp của Singapore đang áp dụng, thay vì áp dụng chính sách thuế TTDB lên sản phẩm này). Một phương án mà Singapore, Thái Lan, Malaysia đã và đang triển khai nhằm hướng dẫn và tuyên truyền về thói quen tiêu dùng là logo khuyến nghị sức khỏe trên các sản phẩm, trong đó người tiêu dùng nhận được thông tin về đặc tính sản phẩm như hàm lượng đường, muối, chất béo để nhận biết và có quyết định cho hành vi tiêu dùng của mình.

Vừa qua, Chính phủ cũng đã thực hiện một số biện pháp nhằm hạn chế việc sử dụng nước ngọt tại trường học. Đây đã là một động thái nhằm tuyên truyền và giáo dục người tiêu dùng, đặc biệt là trẻ em, và các chương trình học đường về dinh dưỡng, khẩu phần ăn phù hợp, và có lối sống tích cực vận động và rèn luyện thể dục, thể thao.

**PV: Trước đề xuất của ban soạn thảo về việc áp thuế tiêu thụ đặc biệt đối với nước ngọt, Hiệp hội và các doanh nghiệp đã có ý kiến như thế nào? Ông có khuyến nghị gì đối với các doanh nghiệp sản xuất nước giải khát?**

**LS. Nguyễn Tiến Vy:** Hiệp hội và các doanh nghiệp trong ngành đã có văn bản đề nghị các cơ quan nhà nước có thẩm quyền xem xét, chưa đưa nước ngọt vào diện chịu thuế tiêu thụ đặc biệt như các lý do đã phân tích. Trong trường hợp, các cơ quan có thẩm quyền vẫn trình Quốc hội thì với tư cách là đối tượng chịu tác động trực tiếp của luật, Hiệp hội đề nghị:

- Cần giải thích rõ khái niệm “nước ngọt” trong dự án luật để tránh việc có thể dẫn đến cách hiểu theo nhiều nghĩa khác nhau và thuận tiện cho việc áp dụng. Làm rõ khái niệm “nước rau quả, nước trái cây 100% tự nhiên”.

- Cần có chính sách khuyến khích các doanh nghiệp giảm hàm lượng đường trong sản phẩm.

- Áp thuế tiêu thụ đặc biệt đối với tất cả các hàng hóa thực phẩm có chứa đường ở một mức thuế thấp hoặc



- Chỉ áp thuế tiêu thụ đặc biệt đối với những sản phẩm nước ngọt có hàm lượng đường cao, chưa áp thuế hoặc áp thuế đối với nước ngọt không ga.

Việc áp thuế tiêu thụ đặc biệt đối với nước ngọt và tăng thuế VAT sẽ ảnh hưởng đến hoạt động của doanh nghiệp, đặc biệt là các doanh nghiệp vừa và nhỏ. Vì vậy, một lần nữa, Hiệp hội đề nghị các cơ quan có thẩm quyền cần xem xét thấu đáo, có những quy định phù hợp nhằm tháo gỡ khó khăn cho doanh nghiệp, giúp doanh nghiệp không ngừng phát triển, xây dựng được thương hiệu và đáp ứng nhu cầu của người tiêu dùng.

Để khắc phục khó khăn, đề nghị các doanh nghiệp không ngừng cải tiến nâng cao năng suất chất lượng sản phẩm nhằm đáp ứng nhu cầu của người tiêu dùng, góp phần ngăn chặn hàng lậu, hàng giả, hàng nhái, hàng kém chất lượng.

Nhà nước đã có nhiều chính sách tháo gỡ khó khăn tạo điều kiện cho doanh nghiệp phát triển. Quốc hội đã ban hành Luật Hỗ trợ doanh nghiệp vừa và nhỏ có hiệu lực từ ngày 01 tháng 01 năm 2018. Chính phủ cũng có nhiều Nghị quyết về tháo gỡ khó khăn cho doanh nghiệp. Chúng tôi hy vọng cơ quan soạn thảo sẽ nghiên cứu các đề xuất, kiến nghị của Hiệp hội và các doanh nghiệp để góp phần tháo gỡ khó khăn, tạo điều kiện cho các doanh nghiệp phát triển.

**PV: Xin cảm ơn ông!❖**

**Tạp chí Đồ uống Việt Nam**



Các đại biểu tham dự Hội nghị chụp ảnh lưu niệm.



PGS.TS Nguyễn Văn Việt - Chủ tịch VBA (hàng đầu bên phải) cùng các đại biểu các nước tham dự Hội nghị.

## CHỦ TỊCH VBA THAM DỰ HỘI NGHỊ QUỐC TẾ NGÀNH NƯỚC NGỌT TẠI SINGAPORE

Vừa qua, PGS.TS Nguyễn Văn Việt - Chủ tịch Hiệp hội Bia - Rượu - Nước giải khát Việt Nam (VBA) đã có chuyến công tác và tham dự Hội nghị Quốc tế ngành Nước ngọt tại Singapore. Hội nghị do Tổ chức Công nghiệp Thực phẩm Châu Á (FIA) tổ chức.

Tham gia Hội nghị có đại diện 13 hiệp hội đến từ các quốc gia ở Châu Á Thái Bình Dương, Liên minh Thực phẩm và Đồ uống Quốc tế (IFBA), Hội đồng Quốc tế về Hiệp hội Đồ uống (ICBA) và Liên đoàn Quảng cáo Thế giới (WFA) cùng với đại diện cấp cao của các công ty thành viên FIA. Hội nghị lần đầu tiên xác định các thách thức, học hỏi lẫn nhau và thảo luận về các cơ hội để chia sẻ thực hành tốt nhất đối với một số vấn đề an toàn thực phẩm, hài hòa chính sách, công nghệ đóng gói và quản lý chất thải và các vấn đề sức khỏe.

Các vấn đề được trao đổi bao gồm:

- Tổng quan về sức khỏe, dinh dưỡng, an toàn thực phẩm và các vấn đề chính sách;
- Những thách thức về thực phẩm và đồ uống toàn cầu;



PGS.TS Nguyễn Văn Việt và đại biểu quốc tế trong chuyến công tác Singapore.

- Thách thức thực phẩm và đồ uống toàn cầu - Quan điểm tiếp thị;
- Đề xuất ghi nhãn ở Ấn Độ;
- Các vấn đề về đóng gói tại Úc;
- Thuế, chất làm ngọt và những thách thức khác.

Qua những chia sẻ của các đại biểu tham dự Hội nghị cho thấy, một số vấn đề chung mà tất cả các hiệp hội phải đối mặt và cần phải phối hợp nhiều hơn nữa trong ngành, trong chuỗi giá trị sản phẩm, đó là cần tìm ra giải pháp hài hòa lợi ích tiêu dùng, sản xuất và chính sách. ❖





# CÔNG TY CỔ PHẦN BIA HÀ NỘI - HẢI PHÒNG

16 Lạch Tray - Ngô Quyền - Hải Phòng

ĐT: 031.3640681 / 3640230 / 3876185 \* Fax: 031.3845157

Email: biahanoihaiphong@vnn.vn \* Web: haiphongbeer.com.vn



## Chúc mừng Ngày Báo chí Cách mạng Việt Nam 21-6



**999**  
PREMIUM

*"Hải hương của sự thịnh vượng"*

CHÍNH HIỆU  
**HẢI PHÒNG**  
BIA

*Em Dịu Sáng Khỏe*

**BIA HƠI HÀ HÀ**

*Hương vị thơm ngon đặc biệt!*



**HAI PHONG**  
DRAFT BEER

*Em dịu tự nhiên!*

**HAI PHONG**  
BEER

*Cảm nhận khó quên!*

**AMBER**

*Đẳng cấp & Quyền rũ!*



# LỜI DẠY CỦA CHỦ TỊCH HỒ CHÍ MINH với người làm báo



Nhân dịp kỷ niệm 93 năm ngày Báo chí Cách mạng Việt Nam (21/6/1925 - 21/6/2018), Tạp chí Đồ uống Việt Nam xin trích đăng bài “những lời dạy của Chủ tịch Hồ Chí Minh với người làm báo” (theo nguồn Ban Nội chính Trung ương).

## Có lập trường chính trị vững vàng

Tại Đại hội lần thứ II, Hội Nhà báo Việt Nam, ngày 16/4/1959, Người căn dặn “... Tất cả những người làm báo (người viết, người in, người sửa bài, người phát hành, v.v...) phải có lập trường chính trị vững chắc. Chính trị phải làm chủ. Đường lối chính trị đúng thì những việc khác mới đúng được. Cho nên các báo chí của ta phải có đường lối chính trị đúng”. “Nhiệm vụ của người làm báo là quan trọng và vẻ vang. Muốn hoàn thành tốt nhiệm vụ ấy thì phải cố gắng học tập chính trị, nâng cao tư tưởng, đứng vững trên lập trường giai cấp vô sản; phải nâng cao trình độ văn hóa, phải đi sâu vào nghiệp vụ của mình”.

Đối với Chủ tịch Hồ Chí Minh “Cán bộ báo chí cũng là chiến sĩ cách mạng. Cây bút, trang giấy là vũ khí sắc bén của họ”. Để làm tròn nhiệm vụ vẻ vang của mình, cán bộ báo chí cần phải tu dưỡng đạo đức cách mạng, “Cố gắng trau dồi tư tưởng, nghiệp vụ và văn hóa; chú

trọng học tập chính trị để nắm vững chủ trương, chính sách của Đảng và Chính phủ; đi sâu vào thực tế, đi sâu vào quần chúng lao động”.

## 2. Có kiến thức sâu rộng, am hiểu thực tế

Nhà báo phải là người có trí thức rộng và sâu, đặc biệt là có trách nhiệm với công việc, sản phẩm của mình; với hiệu quả, hệ quả của sản phẩm đó. Trong thư gửi lớp viết báo đầu tiên Huỳnh Thúc Kháng, Người viết: “Muốn viết báo khá thì cần: (1) Gần gũi dân chúng, cứ ngồi trong phòng giấy mà viết thì không thể viết thiết thực; (2) Ít nhất cũng phải biết một thứ tiếng nước ngoài để xem báo nước ngoài mà học kinh nghiệm của người; (3) Khi viết xong một bài, tự mình phải xem lại ba bốn lần, sửa chữa lại cho cẩn thận. Tốt hơn nữa, là đưa nhờ một vài người ít văn hóa xem và hỏi họ những câu nào, chữ nào không hiểu thì sửa lại cho dễ hiểu; (4) Luôn luôn gắng học hỏi, luôn luôn cầu tiến bộ...”.

Đối với công việc viết báo, Chủ tịch Hồ Chí



Minh đã có nhiều bài viết, chia sẻ kinh nghiệm với đồng nghiệp hoặc cán bộ cấp dưới. Tại Đại hội lần thứ III của Hội Nhà báo Việt Nam ngày 8/9/1962, Người nói: “Kinh nghiệm của tôi là thế này: Mỗi khi viết một bài báo, thì đặt câu hỏi: Viết cho ai xem? Viết để làm gì? Viết thế nào cho phổ thông dễ hiểu, ngắn gọn dễ đọc? Khi viết xong, thì nhờ anh em xem và sửa giùm”.

Báo chí là một hình thức giao tiếp bằng ngôn ngữ đặc biệt, do đó Người xác định: “(1) Viết cái gì? Viết những cái hay, cái tốt của dân ta, của bộ đội ta, của bạn bè ta. Đồng thời để phê bình khuyết điểm của chúng ta, của cán bộ, nhân dân, bộ đội; (2) Viết cho ai? Viết cho công - nông - binh, viết cho mọi tầng lớp người Việt Nam, không phân biệt già trẻ, nam nữ, tôn giáo, đảng phái; (3) Viết để làm gì? Viết để tuyên truyền, để giác ngộ, để đoàn kết, để thức tỉnh quần chúng; (4) Viết thế nào? Viết phải gọn gàng, sáng sủa, mạch lạc, có đầu có đuôi, có nội dung”.

### 3. Thông tin phải chân thực, chính xác, cẩn thận về nội dung và hình thức

Theo Chủ tịch Hồ Chí Minh, nhà báo phải “chân thực” - chân thực là sức mạnh vì nó có lòng tin. Mỗi bài viết của phóng viên phải bắt nguồn từ thực tế cuộc sống với những con số, những sự kiện đã được xem xét, kiểm tra, chọn lọc. Bài viết phải đem lại cho người đọc lượng thông tin cao và chính xác. Viết phải đúng sự thật, không được bịa ra, không nên nói ầu, chưa điều tra, chưa nghiên cứu, chưa biết rõ, chớ nói, chớ viết.

### 4. Bố cục ngắn gọn; ngôn ngữ trong sáng, giản dị, dễ hiểu

Bác chỉ rõ: Thứ nhất, phải “ngắn gọn”. Ngắn gọn không có nghĩa là cộc lốc mà ngắn gọn là gọn gàng, rõ ràng, có đầu, có đuôi, có nội dung thiết thực, thấm thía, chắc chắn. Thứ hai, ngôn



Các nhà báo tác nghiệp tại Hội báo toàn quốc năm 2017.

ngữ phải “trong sáng - giản dị - dễ hiểu”. Muốn viết được trong sáng, giản dị, dễ hiểu, trước hết nhà báo phải học cách nói của quần chúng. Sự trong sáng, giản dị, dễ hiểu là bắt nguồn từ sự hiểu biết thấu đáo, bản chất của sự vật, từ sự gắn bó với truyền thống dân tộc trong cách cảm, nếp nghĩ. Chủ tịch Hồ Chí Minh khẳng định: “Tiếng nói là thứ của cải vô cùng lâu đời và vô cùng quý báu của dân tộc. Chúng ta phải giữ gìn nó, quý trọng nó, làm cho nó phổ biến ngày càng rộng khắp. Của mình có mà không dùng, lại đi mượn của nước ngoài, đó chẳng phải là đầu óc quen ỷ lại hay sao?”.

### 5. Nâng cao chất lượng báo chí

Ở đây, Bác muốn nói đến nội dung bài viết; cách bố trí, trình bày. Người nhắc nhở: “Các báo thường có ảnh và tranh vẽ. Đó là một tiến bộ nhưng ảnh thì thường lèm nhèm, vẽ thì chưa khéo lắm. Cần phải cố gắng nhiều hơn nữa”, bởi “... Cần nâng cao hơn nữa chất lượng của báo chí để nó làm tròn nhiệm vụ cao cả của nó... Nhiệm vụ của báo chí là phục vụ nhân dân, phục vụ cách mạng”.

Lời dạy quý báu của Chủ tịch Hồ Chí Minh đối với người làm báo đã và đang có tác dụng rất to lớn đối với các thế hệ nhà báo trước đây, hôm nay và cho cả mai sau. ❖

# TẠP CHÍ ĐỒ UỐNG VIỆT NAM VỚI MỤC TIÊU “CHUYÊN NGÀNH - HẤP DẪN - SANG TRỌNG”

## >NGUYỄN VĂN CHƯƠNG

Đến nay, Tạp chí Đồ uống Việt Nam đã tròn 18 năm xây dựng và phát triển (15/5/2000 - 15/5/2018). Trải qua những bước thăng trầm, với bao khó khăn thử thách, Tạp chí đã không ngừng nỗ lực, vươn lên khẳng định là tờ tạp chí chuyên ngành có chất lượng cao, hình thức đẹp, xứng đáng là cơ quan thông tin lý luận của Hiệp hội Bia - Rượu - Nước giải khát Việt Nam (VBA).

### Tích cực truyền thông cho ngành và doanh nghiệp

Trong 18 năm xây dựng và phát triển, Tạp chí Đồ uống Việt Nam luôn thực hiện đúng tôn chỉ mục đích, phản ánh kịp thời các sự kiện của ngành Đồ uống Việt Nam, của VBA cũng như góp phần quảng bá thương hiệu, sản phẩm của các doanh nghiệp trong ngành. Mặc dù số lượng cán bộ, phóng viên, nhân viên ít nhưng nhờ sự quan tâm chỉ đạo của Lãnh đạo Hiệp hội, sự hợp tác có hiệu quả của các doanh nghiệp trong ngành, nỗ lực vượt qua khó khăn, sáng tạo, đổi mới của tập thể lãnh đạo, cán bộ, phóng viên, nhân viên nên Tạp chí đã đạt được một số kết quả đáng ghi nhận, được các cơ quan, bạn đọc đánh giá cao.

Trong những năm qua, Tạp chí luôn quan tâm đến việc đổi mới nội dung, hình thức để đáp ứng nhu cầu của bạn đọc trên cả nước. Tạp chí đã chủ động và tích cực truyền thông các thông tin về chính sách liên quan đến ngành, có những bài phân tích, trích đăng các ý kiến của các chuyên gia, nhà khoa học, nhà quản lý nhằm làm rõ những vấn đề mà doanh nghiệp đang vướng mắc, góp phần cung cấp thông tin khách quan cho các Đại biểu Quốc hội, các bộ ngành, doanh nghiệp, người tiêu dùng hiểu hơn về ngành Bia



Tạp chí Đồ uống Việt Nam thu hút sự quan tâm của độc giả.

- Rượu - Nước giải khát Việt Nam. Từ đó, các cơ quan soạn thảo chính sách có thêm thông tin để góp phần xây dựng những chính sách phù hợp, hài hòa giữa lợi ích của nhà nước, doanh nghiệp và người tiêu dùng, vì sự phát triển bền vững,

Bên cạnh đó, Tạp chí còn có nhiều thông tin hấp dẫn, bổ ích cho các doanh nghiệp và người tiêu dùng trên các chuyên mục như Văn bản - Pháp luật, Doanh nghiệp - Thương hiệu, Thị trường & Thương mại, Công nghệ ứng dụng, Đồ uống & Sức khỏe, Văn hóa & Đời sống; Kinh



nghiệm quốc tế,... Tạp chí đã góp phần giới thiệu sản phẩm, quảng bá thương hiệu cho các doanh nghiệp trong ngành; tích cực truyền thông bảo vệ quyền lợi hợp pháp, chính đáng của các doanh nghiệp hội viên VBA; phê phán tình trạng làm hàng nhái, làm hàng giả, hàng không rõ nguồn gốc, không đảm bảo an toàn thực phẩm... Các hoạt động của ngành, của doanh nghiệp đều được phản ánh đầy đủ trên Tạp chí in và trang điện tử tổng hợp vba.com.vn, tapchidouong.com.vn

Số bạn đọc quan tâm tới Tạp chí ngày càng nhiều, nhiều cơ quan, doanh nghiệp ở nước ngoài muốn tìm hiểu về ngành và thị trường đồ uống Việt Nam đều thông qua thông tin của Tạp chí Đồ uống Việt Nam và trang điện tử tổng hợp vba.com.vn, tapchidouong.com.vn

Trải qua 15 năm xây dựng và phát triển, Tạp chí luôn nhận được nhiều sự quan tâm, giúp đỡ, tạo điều kiện hết sức kịp thời, hiệu quả của các bộ ngành, đặc biệt là sự quan tâm, chỉ đạo của Lãnh đạo Hiệp hội Bia - Rượu - Nước giải khát Việt Nam, sự hợp tác có hiệu quả của các doanh nghiệp hội viên. Những thành tích mà Tạp chí Đồ uống Việt Nam đạt được như Huân chương Lao động Hạng Ba, Bằng khen của Thủ tướng Chính phủ, Bằng khen của Bộ trưởng Bộ Công Thương, Bằng khen của Hội Nhà báo Việt Nam... là phần thưởng ghi nhận nỗ lực của tập thể Ban lãnh đạo, cán bộ, phóng viên, nhân viên Tạp chí Đồ uống Việt Nam qua các thời kỳ.

### Vì mục tiêu “chuyên ngành - hấp dẫn - sang trọng”

Nhằm đáp ứng yêu cầu mới của Hiệp hội và nhu cầu thông tin của đông đảo bạn đọc trên cả nước, Tạp chí Đồ uống Việt Nam sẽ tiếp tục nâng cao chất lượng nội dung, đổi mới hình



thức, đảm bảo các mục tiêu: “Chuyên ngành - Chuyên nghiệp - Hấp dẫn - Sang trọng”, trở thành tạp chí chuyên ngành có chất lượng cao, hình thức đẹp.

Tạp chí luôn xác định nhiệm vụ chính là tuyên truyền, phổ biến các chính sách liên quan đến ngành Bia - Rượu - Nước giải khát, thực hiện đúng tôn chỉ mục đích, cung cấp những thông tin bổ ích, thiết thực về ngành như quảng bá thương hiệu, giới thiệu sản phẩm, đẩy mạnh xúc tiến thương mại, phát triển thị trường, ứng dụng khoa học kỹ thuật, quản trị doanh nghiệp, văn hóa uống, uống có trách nhiệm, hợp tác quốc tế,...

Tiếp tục đổi mới, nâng cấp trang điện tử tổng hợp vba.com.vn, tapchidouong.com.vn, tiến tới trở thành tạp chí điện tử. Để thực hiện những mục tiêu trên, Tạp chí cần có đội ngũ nhân sự năng động, ứng dụng tốt công nghệ, phong cách làm báo theo xu hướng mới, tâm huyết, trách nhiệm, vì sự phát triển của Tạp chí và sự phát triển bền vững của ngành. Công tác nhân sự đảm bảo tinh gọn, hiệu lực, hiệu quả. Song hành với việc nâng cao chất lượng nội dung, Tạp chí còn đặc biệt quan tâm đến công tác truyền thông, quảng cáo, tổ chức sự kiện, làm sách, kỷ yếu, video... nhằm tăng nguồn thu, đảm bảo nguồn kinh phí cho Tạp chí duy trì và phát triển.

Tuổi 18 được ví như tuổi thanh xuân của mỗi đời người, với bao ước mơ, hoài bão và không ngừng học tập, vươn lên để khẳng định bản thân. Tạp chí Đồ uống Việt Nam 18 tuổi đã bước vào giai đoạn trưởng thành, không ngừng nỗ lực để làm tốt nhiệm vụ là cơ quan thông tin lý luận của VBA. Tạp chí Đồ uống Việt Nam mong tiếp tục nhận được sự quan tâm của lãnh đạo VBA, các bộ ngành và sự hợp tác có hiệu quả của các doanh nghiệp, góp phần giúp cơ quan truyền thông của Hiệp hội phát triển lên tầm cao mới. ❖

## Những vấn đề đặt ra trong công tác quản lý, kiểm soát rượu thủ công

> **LS. NGUYỄN TIẾN VY**

Phó Chủ tịch Thường trực Hiệp hội Bia - Rượu - Nước giải khát Việt Nam

Một vấn đề khiến các cơ quan quản lý, các doanh nghiệp và người tiêu dùng quan tâm là làm thế nào quản lý, kiểm soát được rượu thủ công, rượu do dân tự nấu ở các địa phương? Hiện nay, việc sản xuất rượu thủ công không đảm bảo các tiêu chuẩn kỹ thuật và các quy định về an toàn thực phẩm. Công tác quản lý sản xuất, kinh doanh rượu ở một số địa phương cũng còn nhiều bất cập.

**V**iệt Nam là nước có lịch sử hàng nghìn năm với nền văn minh lúa nước. Từ cổ xưa, người dân đã biết trồng lúa và nấu rượu. Và cùng với sự phát triển của lịch sử, nhiều làng nghề nấu rượu thủ công đã được hình thành ở các địa phương trong cả nước.

Về quản lý hoạt động sản xuất, kinh doanh rượu, Chính phủ đã có các Nghị định như Nghị định 40/2007/NĐ-CP, Nghị định 94/2012/NĐ-CP và mới đây nhất là Nghị định 105/2017/NĐ-CP ngày 14 tháng 9 năm 2017 quy định về sản xuất, kinh doanh rượu, trong đó quy định việc sản xuất rượu thủ công nhằm mục đích kinh doanh phải được cơ quan nhà nước có thẩm quyền cấp giấy phép, trừ các hộ sản xuất rượu thủ công không nhằm mục đích kinh doanh. Một số địa phương cũng đã ban hành các quy chuẩn kỹ thuật về rượu thủ công, rượu làng nghề. Tuy nhiên, công tác quản lý sản xuất, kinh doanh rượu thủ công còn nhiều bất cập, hiện nay mới chỉ có 15% hộ sản xuất rượu thủ công và khoảng 50% hộ kinh doanh rượu thủ công được cấp giấy



Sản xuất rượu thủ công ở làng nghề.

phép. Tình trạng trên do nhiều nguyên nhân, trong đó có một số nguyên nhân chính như sau:

**Thứ nhất, công tác tuyên truyền phổ biến văn bản quy phạm pháp luật còn hạn chế.** Nhiều người dân chưa biết đến các quy định về sản xuất, kinh doanh rượu, trong đó có rượu thủ công do chưa có ai phổ biến các quy định của Chính phủ, Bộ Công Thương và Ủy ban nhân dân các cấp đến với họ.



**Thứ hai, chưa có sự vào cuộc đồng bộ của các cấp chính quyền**, chưa kiên quyết trong việc xử lý nghiêm các trường hợp vi phạm quy định của Nhà nước về sản xuất, kinh doanh rượu của các cấp chính quyền nhất là chính quyền cấp cơ sở.

**Thứ ba, do ý thức chấp hành pháp luật của một bộ phận người dân.** Có thể có người biết các quy định về sản xuất, kinh doanh rượu và việc sản xuất rượu thủ công nhằm mục đích kinh doanh phải có giấy phép nhưng do thủ tục cấp giấy phép còn mất thời gian, lệ phí hoặc chưa ai hướng dẫn, đôn đốc, xử lý nên họ vẫn thực hiện khi chưa được cấp giấy phép.

**Thứ tư, có thể còn có nguyên nhân do người tiêu dùng dễ chấp nhận các sản phẩm này** với lý do dễ mua, giá rẻ và họ đã sử dụng các sản phẩm này từ bao lâu nay rồi.

Đây cũng là vấn đề các cơ quan quản lý nhà nước cần quan tâm khi xây dựng chính sách, pháp luật để quản lý ngành rượu, bia. Các chính sách, pháp luật cần tạo điều kiện cho các doanh nghiệp làm ăn chân chính, sản phẩm có nguồn gốc xuất xứ rõ ràng, đáp ứng các tiêu chuẩn kỹ thuật và quy định về an toàn thực phẩm, đồng thời ngăn chặn được tình trạng sản xuất kinh doanh rượu trái phép, bảo đảm sự cạnh tranh bình đẳng trong sản xuất, kinh doanh.

Việc sử dụng các sản phẩm rượu như trên chắc chắn tiềm ẩn nhiều nguy cơ cho sức khỏe của người sử dụng vì đây là các sản phẩm không đảm bảo tiêu chuẩn kỹ thuật, không đảm bảo an toàn thực phẩm. Các sản phẩm này có thể gây tổn thương đến nhiều cơ quan, chức năng của cơ thể như: gây rối loạn tâm thần kinh (loạn thần, trầm cảm, rối loạn lo âu, giảm khả năng tư duy); bệnh tim mạch (nhồi máu cơ tim, đột quỵ); bệnh tiêu hóa (tổn thương gan, xơ gan, viêm tụy cấp tính hoặc mạn tính); ảnh hưởng tới phát triển bào thai; suy giảm miễn dịch...

Trong thời gian qua, có nhiều vụ ngộ độc do sử dụng rượu không rõ nguồn gốc xuất xứ, rượu chưa nồng độ methanol cao quá mức cho phép đã dẫn đến hậu quả làm hàng chục người bị tử vong và hàng trăm người bị di chứng nặng nề.

Năm 2017, Hiệp hội Bia-Rượu-Nước giải khát Việt Nam đã tổ chức một cuộc Tọa đàm về “Ngộ độc Methanol và các giải pháp khắc phục” nhằm xác định rõ nguyên nhân của các vụ ngộ độc và giải pháp góp phần ngăn ngừa các vụ ngộ độc theo Chỉ thị của Thủ tướng Chính phủ.

Vì vậy, cần đề cao việc tuyên truyền, hướng dẫn người dân sử dụng các sản phẩm có nguồn gốc xuất xứ rõ ràng, bảo đảm các điều kiện về an toàn thực phẩm để tránh ảnh hưởng đến sức khỏe.

Việc bày bán tràn lan các sản phẩm rượu, thậm chí cả rượu không rõ nguồn gốc tồn tại khá lâu mà vẫn không được xử lý, trước hết là trách nhiệm của các cơ quan quản lý nhà nước, nhất là các cơ quan quản lý nhà nước ở địa phương trong việc thực hiện các quy định của pháp luật về sản xuất, kinh doanh rượu vì các văn bản của Chính phủ, Bộ Công Thương đều có quy định về sản xuất, phân phối, bán buôn, bán lẻ rượu, kể cả bán lẻ rượu cho tiêu dùng tại chỗ. Nếu thực hiện nghiêm các quy định này thì chắc chắn sẽ hạn chế được tình trạng nêu trên.

Về công tác quy hoạch ngành, Bộ Công Thương đã xác định mục tiêu tổng quát là “giảm dần tỷ trọng rượu, bia, tăng tỷ trọng nước giải khát” và mục tiêu cụ thể là giữ nguyên sản lượng rượu đến năm 2035 ở mức 350 triệu lít/năm, trong đó tăng dần tỷ lệ rượu công nghiệp từ 35% năm 2020 lên 40% năm 2025 và đạt 50% vào năm 2035. Nếu thực hiện được đúng các mục tiêu này trong Quy hoạch và các cấp chính quyền, nhất là chính quyền cơ sở làm tốt công tác quản lý theo chức năng, nhiệm vụ được giao thì chắc chắn sẽ hạn chế được việc bày bán tràn lan các sản phẩm rượu, thậm chí cả rượu không rõ nguồn gốc. Tuy nhiên, việc triển khai thực hiện quy hoạch ở một số địa phương, nhất là những địa phương có sản lượng rượu thủ công lớn còn chưa được quan tâm đúng mức. Do đó, cần phải đẩy mạnh công tác kiểm tra việc thực hiện quy hoạch và xử lý vi phạm để hạn chế việc nấu rượu thủ công tràn lan, phá vỡ quy hoạch đã được phê duyệt. ❖

## “CÂU CHUYỆN CỦA TÔI - BÀI HỌC CỦA BẠN”, CÁCH TRUYỀN THÔNG HIỆU QUẢ ĐẾN CỘNG ĐỒNG

### >TRỊNH VĂN

Nhằm tuyên truyền nâng cao nhận thức cho sinh viên các trường cao đẳng, đại học khi tham gia giao thông, xây dựng văn hoá an toàn giao thông trong thanh niên và phòng chống tai nạn giao thông liên quan đến rượu, bia - lái xe, Học viện Cảnh sát nhân dân phối hợp với Công ty TNHH Pernod Ricard Việt Nam tổ chức chương trình “Câu chuyện của tôi - Bài học của bạn năm 2018” tại các trường Cao đẳng, Đại học trên địa bàn thành phố Hà Nội. Đây là một trong những hoạt động có ý nghĩa nhằm tuyên truyền, giáo dục về uống có trách nhiệm và đã uống rượu, bia thì không lái xe.

Chương trình được triển khai trong tháng 5 vừa qua tại các trường Đại học như Học viện Cảnh sát Nhân dân, Đại học Công nghiệp Hà Nội, Đại học Điện lực, Trường Cao đẳng Điện tử - Điện lạnh và Đại học Thủ đô.

Mục đích của chương trình nhằm nâng cao nhận thức cho sinh viên về nguy cơ của việc lái xe sau khi uống rượu, bia và những hậu quả do hành vi này gây ra. Qua đó, giúp cho các bạn sinh viên thay đổi suy nghĩ và hành vi tham gia giao thông của mình, khuyến khích sinh viên và giảng viên bằng những hiểu biết của mình truyền tải thông điệp về tác hại của lái xe sau khi uống rượu, bia đến bạn bè và gia đình.

Các buổi diễn ra chương trình đều thu hút hàng nghìn sinh viên đến nghe và rút ra bài học từ các truyền thông viên là các nạn nhân tai nạn giao thông. Những câu chuyện mà các nạn nhân chia sẻ có tác dụng giáo dục tốt cho các học sinh, sinh viên chấp hành các quy định về an toàn giao thông, đã uống rượu, bia thì không lái xe. Anh Hà Anh Mến (Sinh năm 1987, ở xã Đồng Hưu, huyện Yên Thế, Bắc Giang) kể câu chuyện của



Tổng giám đốc Công ty TNHH Pernod Ricard Việt Nam tặng hoa cho các đại biểu tham gia Diễn đàn “Câu chuyện của tôi - bài học của bạn”.

mình xảy ra vào giáp Tết năm 2010. Sau bữa tất niên với bạn bè, khi đêm đã về khuya, Mến thấy bạn lấy xe máy đi về, không chút do dự khi bạn đã say, Mến vẫn đồng ý ngồi sau xe cho bạn chở và tai nạn đã xảy ra. Anh được người đi đường đưa vào bệnh viện cấp cứu, hậu quả là anh bị hỏng đốt sống cổ, liệt hai chân, hai tay. Anh Mến nghẹn ngào: “Chỉ vì ham vui, chủ quan, tôi đã hủy hoại cuộc đời, tương lai của mình, làm bố mẹ cả đời vất vả vì tôi. Đang ở độ tuổi sung sức nhất mà tôi trở thành tàn phế, đến lo cho sinh



hoạt bản thân còn khó khăn thì sao báo hiếu bố mẹ, giúp đỡ được vợ con. Các bạn hãy nhìn tôi để rút ra bài học cho bản thân, đã uống rượu, bia thì đừng điều khiển phương tiện”.

Anh Nguyễn Quang Tạo (Sinh năm 1986, ở thôn Nam Ngạn, xã Quang Châu, huyện Việt Yên, Bắc Giang) đến hai đám cưới ở thôn Nam Ngạn. Dư xong hai tiệc cưới, Tạo ngà ngà say, nhưng vẫn ham vui và quyết định về nhà lái xe máy đi chơi tiếp. Bố mẹ có can ngay nhưng Tạo vẫn quyết tự lái xe trong tình trạng chân đứng còn không vững. Đến khúc quanh, không làm chủ được tay lái, xe lật nhào và anh Tạo bị thương rất nặng. Anh Tạo tâm sự: “Tương lai rộng mở của tôi đã trở nên mù mịt từ sau vụ tai nạn giao thông đó. Khi tỉnh dậy, thấy đôi chân mình không thể cử động, biết bố mẹ dồn hết 500 triệu đồng vẫn không cứu được đôi chân vĩnh viễn bị liệt của tôi, tôi chỉ muốn chết. Mong các em hãy thận trọng khi tham gia giao thông, đừng như chúng tôi”.

“Câu chuyện của tôi - Bài học của bạn” là một trong số những mô hình hoạt động hay từ Dự án “An toàn giao thông dành cho thanh niên” (Safe Roads 4 Youth) được Tổ chức Handicap International triển khai từ năm 2012-2015 tại Bắc Giang và Bình Thuận trong mối quan hệ hợp tác chặt chẽ với Công ty Pernod Ricard và Tổ chức P.A.U Education. Sau khi triển khai được gần 40 buổi tuyên truyền tại các trường Trung học phổ thông, các trường dạy lái xe và các công ty, khu công nghiệp, ước tính, thông điệp An toàn giao thông từ các nạn nhân tai nạn giao thông đã lan truyền đến hơn 23.000 lượt thanh niên và người tham gia giao thông nói chung.

Tháng 5/2018, chương trình Câu chuyện của tôi - bài học của bạn được nhân rộng tại Hà Nội do Học viện Cảnh sát nhân dân (Bộ Công an) thực hiện với sự tài trợ của Công ty TNHH Pernod Ricard Việt Nam nhằm tuyên truyền, nâng cao nhận thức cho sinh viên về nguy cơ của việc lái xe sau khi uống rượu, bia; xây dựng văn hóa giao thông và phòng chống tai nạn thương tích khi tham gia giao thông.

Chị Trịnh Thị Vân Giang, Quản lý Bền vững và Trách nhiệm Xã hội, Công ty TNHH Pernod

Ricard Việt Nam (nguyên Giám đốc Dự án An toàn giao thông dành cho thanh niên, Tổ chức Handicap International) cho hay, khảo sát 40 chương trình tổ chức từ năm 2013-2015 cho thấy: sau khi tham gia diễn đàn này, hơn 90% các bạn thanh niên đã nhận thức tốt hơn về hậu quả của hành vi lái xe sau khi uống rượu, bia và ký cam kết nói không với hành vi thiếu trách nhiệm này. Chương trình được các bạn trẻ đón nhận rất nồng nhiệt bởi có câu chuyện thực tế sống động, chân thật do những nạn nhân tai nạn giao thông trực tiếp chia sẻ.

Chị Giang cho biết: “Thông thường các nạn nhân tai nạn giao thông do hoàn cảnh tật nguyền thường mang tâm lý bi quan, không muốn tiếp xúc, không đủ dũng cảm kể câu chuyện của mình. Nay được Ban tổ chức gặp gỡ, chia sẻ, động viên, các nhân vật đã chấp nhận chia sẻ câu chuyện của mình để làm bài học cho người khác. Sau khi chia sẻ câu chuyện và nhận thấy sự đồng cảm, hữu ích của việc mình làm, các nạn nhân tai nạn giao thông cảm thấy bớt day dứt, lấy lại niềm tin trong cuộc sống”.

Các buổi tuyên truyền đã cung cấp cho sinh viên những kiến thức về tác hại của việc lái xe sau khi uống rượu, bia và các quy định của pháp luật về nồng độ cồn trong máu, trong hơi thở khi tham gia giao thông.

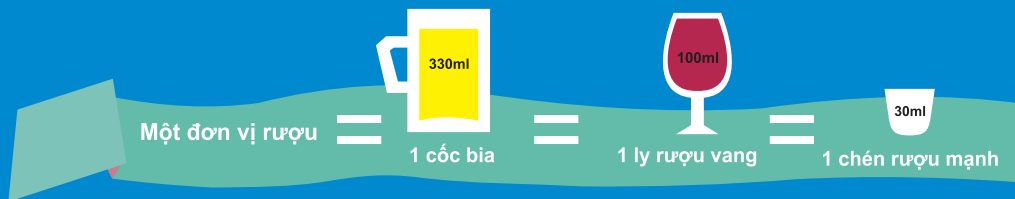
Sau khi nghe các câu chuyện trên, các em sinh viên đều có chung cảm nhận là rất bổ ích, giúp cho các bạn trẻ rút ra bài học cho mình là không ham vui uống quá chén, đã uống rượu, bia thì không lái xe. Đây là một phương pháp truyền thông, giáo dục rất hiệu quả.

Chương trình đã diễn ra thành công, góp phần giúp Đoàn viên Thanh niên có những trải nghiệm quý báu, giáo dục những kiến thức, kỹ năng cần thiết để mỗi Đoàn viên thanh niên tự trau dồi bản lĩnh, xây dựng cho mình lối sống văn hóa, văn minh. Chương trình cũng góp phần đa dạng hóa các hình thức tuyên truyền về an toàn giao thông; qua đó góp phần giảm thiểu các vụ tai nạn giao thông liên quan đến thanh thiếu niên, đặc biệt là các vụ tai nạn có nguyên nhân từ hành vi rượu, bia - lái xe. ❖

## NHỮNG ĐIỀU CẦN BIẾT ĐỂ PHÒNG CHỐNG LẠM DỤNG ĐỒ UỐNG CÓ CỒN

### 1. Đơn vị rượu

Đơn vị rượu là đơn vị đo lường dùng để quy đổi các loại đồ uống có cồn với nhiều nồng độ khác nhau. Theo Tổ chức Y tế Thế giới, một đơn vị rượu tương đương với 10g cồn (hoặc rượu nguyên chất) chứa trong dung dịch uống.



### 2. Lạm dụng đồ uống có cồn

Lạm dụng đồ uống có cồn là khi uống quá liều lượng cho phép hoặc uống đến mức gây hại (Theo Điều 2.2, Quyết định 244/QĐ-TTg ngày 12/02/2014 của Thủ tướng Chính phủ về Chính sách quốc gia phòng, chống tác hại của lạm dụng đồ uống có cồn đến năm 2020), bao gồm:



Người dưới 60 tuổi uống hơn 21 đơn vị rượu/tuần, hơn 3 đơn vị rượu/ngày, hơn 1 đơn vị rượu/giờ;



Người từ 60 tuổi trở lên uống hơn 14 đơn vị rượu/tuần, hơn 2 đơn vị rượu/ngày, hơn 1/2 đơn vị rượu/giờ;



Sử dụng đồ uống có cồn trong trường hợp pháp luật nghiêm cấm (trẻ vị thành niên, lái xe...);



Phụ nữ mang thai hoặc đang nuôi con bằng sữa mẹ sử dụng đồ uống có cồn.



TRUNG TÂM TRUYỀN THÔNG  
GIÁO DỤC SỨC KHỎE TRUNG ƯƠNG

năm 2016





### 3. Tác hại khi lạm dụng đồ uống có cồn



Ảnh hưởng  
sức khỏe



Bạo lực  
gia đình



Mất trật tự  
xã hội



Tốn kém  
tiền bạc

### 4. Hãy làm chủ khi uống



Uống trong  
**giới hạn**  
cho phép



**Từ chối** uống  
hoặc **dừng** khi  
đến giới hạn



Đã uống rượu bia thì **không lái xe**

**Làm chủ đúng lúc, niềm vui trọn vẹn!**

## TRIỂN LÃM FOOD INGREDIENTS VIỆT NAM 2018 - Nhận diện xu hướng tiêu dùng mới

>MINH VĂN

Triển lãm Food Ingredients Việt Nam (FI Vietnam 2018) diễn ra từ ngày 16 đến 18/5/2018 tại Thành phố Hồ Chí Minh do Hiệp hội Bia - Rượu và Nước giải khát Việt Nam (VBA) phối hợp tổ chức đã thành công tốt đẹp. Qua đó có dịp nhận diện xu hướng tiêu dùng mới, sử dụng nguyên liệu cao cấp và an toàn thực phẩm đang “bùng nổ”.

### Trưng bày nhiều nguyên liệu thực phẩm - đồ uống thế hệ mới

FI Việt Nam 2018 được tổ chức nhằm giới thiệu các sản phẩm mới về nguyên liệu, phụ gia thực phẩm an toàn cho sức khỏe con người và những giải pháp công nghệ tiên tiến, ứng dụng trong ngành thực phẩm và đồ uống.

Triển lãm quy tụ hơn 170 đơn vị đến từ nhiều quốc gia và thu hút hơn 4.700 chuyên gia trong ngành công nghiệp thực phẩm từ nhiều nước trên thế giới, đặc biệt là các nước thuộc thành viên ASEAN và tiểu vùng sông Mê Kông. Có thể kể đến một số doanh nghiệp tiêu biểu như: Công ty Cổ phần Sản xuất Hương liệu Éch Vàng, Công ty Cổ phần Phát triển Công nghệ Thực phẩm Naman, Tập đoàn Potatoes Usa, Công ty C.K.S Matrix-Malaysia...

Trong 3 ngày triển lãm, các doanh nghiệp đến từ các nước đã giới thiệu nhiều loại nguyên liệu mới cho ngành sản xuất công nghiệp thực phẩm và đồ uống theo hướng nguyên liệu cao cấp có nguồn gốc thực vật và có lợi cho sức khỏe người dùng. Đó là những nguyên liệu mới như: Amino axit, hương liệu, sản phẩm làm bánh, sản phẩm từ ngũ cốc, cà phê và đậu tương, chất tạo màu, sản phẩm từ sữa và trứng, chất nhũ



hóa (emulsifier), enzymes, tinh dầu, chất bảo quản an toàn, gia vị, chất tạo ngọt, vitamin, thực phẩm chức năng...

Nhiều doanh nghiệp và khách tham quan đặc biệt chú ý đến các sản phẩm lần đầu ra mắt khách hàng như đường đa chức năng, chiết xuất nấm men thay thế bột ngọt, dầu gạo, collagen từ da cá, chất tạo mát, bột béo thay thế sữa, bột thay thế khoai tây, bột bèo hoa dâu, bạc hà... Những nguyên liệu này được đánh giá sạch và





Giới thiệu Tạp chí Đồ uống Việt Nam tại Triển lãm.



Gian hàng giới thiệu sản phẩm nước đậu nành tại Triển lãm.

an toàn hơn so với nguồn nguyên liệu truyền thống trước đây hay sử dụng và hoàn toàn có lợi cho sức khỏe người tiêu dùng.

Triển lãm đã nhận được sự quan tâm của nhiều cơ quan quản lý, doanh nghiệp và người tiêu dùng. Việt Nam được đánh giá là một trong những thị trường tiêu thụ thực phẩm và đồ uống tiềm năng nhất khu vực Đông Nam Á. Nhiều nguồn nguyên liệu từ nông nghiệp sẽ được sử dụng trong lĩnh vực chế biến thực phẩm, đồ uống.

### Nhận diện xu hướng tiêu dùng mới - an toàn và có lợi cho sức khỏe

Bà Rungpdech Chitanuwat, Giám đốc kinh doanh Công ty UBM Asia, cho biết: “Fi Vietnam 2018 sẽ mở ra cánh cổng giao thương giá trị cho doanh nghiệp trong việc tìm kiếm nguồn nguyên liệu, phụ gia thực phẩm và cơ hội hợp tác kinh doanh mới với những đơn vị sản xuất và cung ứng hàng đầu khu vực”.

Trong thời gian diễn ra Triển lãm đã có nhiều cuộc hội thảo chuyên ngành được tổ chức, nhằm cập nhật kiến thức về ngành công nghiệp thực phẩm và những xu hướng công nghệ mới về nguyên liệu thực phẩm, đồ uống.

Đặc biệt trong dịp này, Hiệp hội Bia - Rượu - Nước giải khát Việt Nam (VBA) đã tổ chức buổi hội thảo chuyên đề: “Ngành Đồ uống Việt

Nam - Công nghệ và nguyên liệu mới”. Theo đó, VBA nêu tình hình và dự báo thị trường cùng xu hướng tiêu dùng trong ngành Đồ uống Việt Nam, đặc biệt nhấn mạnh đến “ngành nước uống thể hệ mới” qua sản phẩm nước uống đóng chai Ion-Life của Công ty Cổ phần Nước Hoàng Minh, cùng xu hướng tiêu dùng bia cao cấp và có thương hiệu.

Theo đánh giá của Tổ chức nghiên cứu Economist Intelligence (EIU), dự báo đến năm 2020, Việt Nam là nước có tốc độ tăng trưởng tiêu dùng thực phẩm, đồ uống cao thứ 3 trong nhóm các nước châu Á. Xu hướng tiêu dùng hiện nay của người Việt đã hướng tới các sản phẩm cao cấp, vệ sinh và an toàn cho sức khỏe.

Thực tế các nguyên liệu trưng bày tại Fi Vietnam 2018 cũng đã thể hiện xu hướng này, các nhà sản xuất được tiếp xúc với những sản phẩm thực phẩm và đồ uống tốt cho sức khỏe, có nguồn gốc tự nhiên và thân thiện với môi trường.

Triển lãm lần này là cơ hội cho các doanh nghiệp trong việc đẩy mạnh hoạt động kinh doanh và thiết lập quan hệ đối tác về nguyên liệu sạch. Đồng thời cập nhật thêm kiến thức sâu rộng về ngành công nghiệp thực phẩm và đồ uống thông qua các diễn đàn kết nối doanh nghiệp, hội nghị quốc tế và hội thảo kỹ thuật được tổ chức bên lề. ❖



## TRIỂN LÃM QUỐC TẾ ĐỒ UỐNG VIỆT NAM 2018

TRIỂN LÃM QUỐC TẾ THỰC PHẨM VÀ ĐỒ UỐNG LẦN THỨ 22  
TRIỂN LÃM QUỐC TẾ THIẾT BỊ CÔNG NGHỆ, BAO BÌ THỰC PHẨM VÀ ĐỒ UỐNG LẦN THỨ 22

TRUNG TÂM TRIỂN LÃM & HỘI NGHỊ SÀI GÒN (SECC)

799 Nguyễn Văn Linh, P. Tân Phú, Quận 7, TP. Hồ Chí Minh

**08** THÁNG 8  
đến —  
**11** 2018

#### Đơn vị hỗ trợ:

Bộ Công Thương  
Bộ Nông nghiệp & Phát triển nông thôn Việt Nam.  
UBND Thành phố Hồ Chí Minh

#### Đơn vị tổ chức:


 Hiệp hội Bia - Rượu - Nước Giải Khát Việt Nam  
Địa chỉ: 655 Phạm Văn Đồng, Phường Cổ Nhuế 1,  
Bắc Từ Liêm, Hà Nội  
Điện thoại/fax: 02438.218.433  
Email: hiephoivba@yahoo.com.vn

#### Phối hợp tổ chức:



Công ty CP quảng cáo và Hội chợ Thương mại (VINEXAD)

#### Đơn vị thực hiện:

 Hiệp hội Bia - Rượu - Nước Giải Khát Việt Nam  
Địa chỉ: 655 Phạm Văn Đồng, Phường Cổ Nhuế 1, Bắc Từ Liêm, Hà Nội  
Điện thoại/fax: 02439.728778

Hotline: 0912.787519

#### Đơn vị phối hợp thực hiện:



Công ty CP quảng cáo và  
Hội chợ Thương mại (VINEXAD)

#### Đơn vị bảo trợ thông tin:



Tạp chí Đồ uống Việt Nam



[www.vba.com.vn](http://www.vba.com.vn)





## TRIỂN LÃM QUỐC TẾ ĐỒ UỐNG VIỆT NAM 2018

TRIỂN LÃM QUỐC TẾ THỰC PHẨM VÀ ĐỒ UỐNG LẦN THỨ 22

TRIỂN LÃM QUỐC TẾ THIẾT BỊ CÔNG NGHỆ, BAO BÌ THỰC PHẨM VÀ ĐỒ UỐNG LẦN THỨ 22

### QUY MÔ TRIỂN LÃM:

- Sảnh chính nhà triển lãm:** 100 gian hàng dành cho khu vực Đồ uống  
**Trong nhà triển lãm:** 500 gian hàng đến từ 18 quốc gia và vùng Lãnh thổ  
**Ngoài trời:** 5000m<sup>2</sup> Dành cho các nhà Tài trợ quảng bá, tổ chức các sự kiện bên lề Triển lãm.

### SẢN PHẨM TRUNG BÀY TẠI TRIỂN LÃM ĐỒ UỐNG VIỆT NAM 2018:

**Nguyên liệu:** Malt, hublon, phụ gia thực phẩm, hóa chất, chất tẩy rửa, hoa quả các loại...

**Thiết bị:** Hệ thống nấu, lên men, hệ thống chiết sản phẩm, hệ thống đóng gói...

**Bao bì:** Chai thủy tinh, lon, nắp, khoén, bao bì các loại.

**Bia các loại:** Bia chai, Bia lon, Bia hơi, Bia tươi...

**Rượu các loại:** Rượu mạnh, Rượu sâm banh, Rượu rum, Rượu vang...

- Nước giải khát:**
- Nước giải khát có ga, không ga.
  - Nước tăng lực, sinh tố, hoa quả...
  - Nước giải khát có đường, không đường
  - Nước khoáng, nước tinh khiết
  - Chè, cà phê dạng thành phẩm và nguyên liệu

# HƯỚNG ĐI NÀO CHO NGÀNH BIA - RƯỢU VIỆT NAM?

## Tập trung hàng cao cấp và xây dựng thương hiệu mạnh



Ông Nguyễn Văn Việt - Chủ tịch VBA chia sẻ thông tin tại Hội thảo.

### >PHƯỚC NGỌC

“Theo số liệu của Tổng cục Thống kê, năm 2017, sản lượng bia tiêu thụ ở Việt Nam đạt 4 tỷ lít, mức tiêu thụ bình quân theo đầu người là trên 40 lít/người/năm. Đây chưa phải là mức cao, chỉ ở mức trung bình thấp so với các nước trên thế giới” - ông Nguyễn Văn Việt, Chủ tịch Hiệp hội Bia - Rượu - Nước giải khát Việt Nam (VBA) đã chia sẻ tại Hội thảo “Ngành Đồ uống Việt Nam - Công nghệ và nguyên liệu mới” được tổ chức tại thành phố Hồ Chí Minh vừa qua.

### Thị trường còn nhiều tiềm năng

Ông Nguyễn Văn Việt cho biết, thị trường bia Việt Nam đã và đang thu hút các nhà đầu tư trong nước và ngoài nước. Đơn cử, vừa qua tỷ phú Thái đã mua cổ phần của Tổng công ty Cổ phần Bia - Rượu - Nước giải khát Sài Gòn (SABECO) thu hút sự quan tâm rất lớn của giới truyền thông, các nhà đầu tư trong nước và thế giới.

Với 53,59% cổ phần tại SABECO đã về tay Tập đoàn Thai Beverage (ThaiBev) của Thái Lan, quyền điều hành đã thuộc về tay người Thái. Điều này cho thấy, thị trường bia Việt đang thu hút sự đầu tư mạnh của các doanh nghiệp nước ngoài.

Theo ông Việt, với cơ chế thị trường như hiện nay, hội nhập là xu thế không thể tránh khỏi. Người Thái đã mua Bia Sài Gòn và bây giờ thị trường sẽ không phân biệt sản phẩm bia là của doanh nghiệp trong nước hay doanh nghiệp ngoài nước nữa. Đây cũng là cơ hội và thách thức để các doanh nghiệp Việt tìm cách vươn lên.

Có thể thấy, trong những năm qua SABECO đã cố gắng xây dựng trở thành một thương hiệu lớn và chiếm lĩnh phần lớn thị trường trong nước. Sản lượng đạt 1,7-1,8 tỷ lít bia/năm, với nhiều nhãn hiệu sản phẩm được ưa thích.

Việc bán Bia Sài Gòn được 5 tỷ USD là một cú đột phá lớn cho ngành Bia - Rượu Việt Nam trong năm 2017 và mở ra một hướng đi mới cho SABECO hiện nay.

Không chỉ sự kiện ThaiBev mua cổ phần chi phối SABECO mà các doanh nghiệp trong nước cũng tiếp tục đầu tư nhằm đáp ứng nhu cầu của thị trường. Từ cuối năm 2016 và trong năm 2017, Công ty Cổ phần Bia Sài Gòn - Bình Tây





Công ty CP Bia Sài Gòn - Bình Tây khởi công xây dựng Nhà máy Bia Sài Gòn - Long Khánh.

đã đưa hai nhà máy sản xuất bia thương hiệu Sagota là Sài Gòn - Đồng Tháp và Sài Gòn - Ninh Thuận công suất 100 triệu lít/năm/nhà máy vào sử dụng. Mới đây, Công ty này lại tiếp tục khởi công xây dựng Nhà máy Bia Sài Gòn - Long Khánh đã minh chứng các nhà đầu tư vẫn đánh giá cao tiềm năng sinh lợi cho ngành này.

### Xu hướng đầu tư sản phẩm chất lượng cao và có thương hiệu

Theo Quy hoạch phát triển ngành bia, rượu, nước giải khát của Việt Nam đến năm 2025 và tầm nhìn đến 2035, ngành phải được đầu tư trở thành một ngành có công nghệ sản xuất hiện đại, xứng đáng với vị trí, vai trò trong nền kinh tế.

Đặc biệt, ngành phải có những sản phẩm cao cấp có chất lượng cao, đa dạng về chủng loại, mẫu mã, đảm bảo an toàn thực phẩm và sức khỏe cộng đồng. Các sản phẩm này cũng phải đủ sức cạnh tranh tốt trong quá trình hội nhập, đáp ứng được nhu cầu của thị trường trong nước và xuất khẩu.

“Việc này đòi hỏi các doanh nghiệp trong nước phải đầu tư thiết bị hiện đại, nghiên cứu thị trường để cho ra đời các sản phẩm tốt nhất, hợp với nhu cầu tiêu thụ của từng thị trường” - ông Nguyễn Văn Việt nhận định.

Hiện nay, nhiều nhà máy trong nước cũng đã đầu tư dây chuyền sản xuất hiện đại và tự động hóa để đảm bảo chất lượng và an toàn thực phẩm. Những dự án mới được đầu tư gần đây



Bia chai Sagota Lager của Bia Sài Gòn - Bình Tây được nhận Giải thưởng Bia ngon thế giới năm 2017.

của các doanh nghiệp trong ngành đã rất chú trọng xu hướng này, với việc tập trung nhập khẩu thiết bị châu Âu cũng như công nghệ sản xuất tiên tiến nhất.

Một số sản phẩm của các doanh nghiệp cũng đã được thế giới công nhận là bia ngon quốc tế, như dòng bia chai Sagota Lager của Công ty Cổ phần Bia Sài Gòn - Bình Tây vinh dự nhận được giải thưởng Vietnam Winner Lager German Style Pale tại sự kiện World Beer Awards 2017 - WBA (Giải thưởng bia thế giới năm 2017) được tổ chức hàng năm tại Vương Quốc Anh. Có thể nói giải thưởng là một bước ngoặt lớn cho thương hiệu Bia Sagota - Bia của Du lịch Việt Nam, thông qua việc được quảng bá sản phẩm của mình đến người tiêu dùng và thương mại trên khắp thế giới và được xuất hiện trong ấn phẩm Beers hàng năm của Thế giới.

Ông Nguyễn Văn Việt cho rằng, những thành quả đạt được trong năm 2017 sẽ tạo nhiều tiền đề phát triển cho ngành Bia - Rượu Việt Nam trong năm 2018. Theo ông, Việt Nam vẫn đang được đánh giá là còn nhiều dư địa để phát triển trong thời gian tới.

“Đặc biệt, khi thu nhập của người dân tăng lên đã kéo theo xu hướng chuyển dịch từ dòng bia bình dân sang cao cấp. Đây thật sự là cơ hội và cũng là thách thức rất lớn cho các doanh nghiệp sản xuất bia Việt Nam trước các “đại gia” bia ngoại, việc này đòi hỏi các doanh nghiệp phải nỗ lực trong việc đầu tư sản xuất, nghiên cứu” - ông Nguyễn Văn Việt nói. ❖

CÔNG TY BIA SÀI GÒN - SÔNG LAM:

## Vì sự tỏa sáng của thương hiệu Bia Sài Gòn

### >THANH TỊNH

Từ khi thành lập đến nay, Công ty CP Bia Sài Gòn - Sông Lam đã có nhiều nỗ lực trong sản xuất kinh doanh để cùng hòa cùng hệ thống của công ty mẹ là Tổng công ty Bia-Rượu và Nước giải khát Sài Gòn (Sabeco) phát triển thương hiệu BIA SÀI GÒN.

Bia Sài Gòn - Sông Lam cũng là doanh nghiệp hàng đầu trên địa bàn tỉnh Nghệ An phát động rất nhiều chương trình hoạt động nhằm giúp đỡ những người dân nghèo, đặc biệt ở vùng biên cương, giúp trẻ em nghèo tiếp tục đến trường, thực hiện các chương trình đền ơn đáp nghĩa...

### 11 năm phấn đấu vì một thương hiệu Bia Sài Gòn

Với những nỗ lực cao của toàn thể cán bộ, đảng viên, người lao động của Công ty CP Bia Sài Gòn - Sông Lam trong những năm qua đã giúp công ty từng bước vượt qua nhiều khó khăn và thách thức để phát triển.

Cho đến nay, Công ty CP Bia Sài Gòn - Sông Lam đã hoạt động hết công suất 100 triệu lít/năm và đang dự định nâng công suất lên 150 triệu lít/năm. Công ty được lắp đặt dây chuyền máy móc thiết bị hiện đại đạt tiêu chuẩn Châu Âu, kết hợp với công nghệ tiên tiến trong quy trình sản xuất bia Sài Gòn, đã cho ra những lô sản phẩm đạt chất lượng cao theo tiêu chuẩn Chất lượng ISO 9001:2008, tiêu chuẩn vệ sinh thực phẩm HACCP RvA và tiêu chuẩn môi trường ISO 14001:2004.

Những người lao động nơi đây đã gắn bó với công ty cùng dồn sức, đồng lòng thực hiện tốt nhiệm vụ nhằm nâng cao năng lực cạnh tranh, thực hiện hiệu quả sản xuất kinh doanh, tạo sự phát triển bền vững. Mọi người hiểu rằng, điều này cũng gắn với việc làm và thu nhập của họ,

giúp gần 1.000 lao động nơi đây “ly nông” mà không phải “ly hương”.

Có thể nói nỗ lực này cũng chính là để thương hiệu Bia Sài Gòn luôn tỏa sáng, được người tiêu dùng ưa thích. Nhờ vậy mà gần đây UBND tỉnh Nghệ An đã đề xuất công ty nghiên cứu phương án tăng công suất lên 150 triệu lít/năm. Đồng thời, cũng cần tăng cường các công tác tiếp thị, phát triển thị trường, nghiên cứu để cho ra những sản phẩm phù hợp với thị yếu người tiêu dùng trong bối cảnh cạnh tranh với nhiều hãng bia ngoại.

### Doanh nghiệp tích cực trong công tác từ thiện

Một lãnh đạo tỉnh Nghệ An trong lần làm việc với công ty cũng khẳng định, việc mở rộng năng lực sản xuất còn có ý nghĩa đóng góp nhiều hơn cho ngân sách, đồng thời cũng giải quyết thêm nhiều lao động cho tỉnh nhà.

Điều đáng ghi nhận nữa là, không chỉ đi đầu trong sản xuất và kinh doanh mà Bia Sài Gòn - Sông Lam còn tích cực tham gia các hoạt động xã hội, trong đó có các hoạt động từ thiện. Kể từ



Đại diện Công ty trao quà Tết cho các hộ nghèo ở xã Nam Giang, huyện Nam Đàn, tỉnh Nghệ An.



khi thành lập, Công ty đã phát động rất nhiều chương trình hoạt động nhằm giúp đỡ những người dân nghèo, những người có hoàn cảnh khó khăn.

Có thể kể đến những chương trình tiêu biểu như “Ủng hộ trên 1,5 tỷ đồng cho đồng bào chịu ảnh hưởng mưa lũ miền Trung” (2013); “Ủng hộ 600 triệu đồng cho người nghèo Nghệ An, Hà Tĩnh”; “Chung tay vì trẻ em vùng cao Nghệ An” (2017)... đã giúp sức cho nhiều người gặp khó khăn vươn lên trong làm ăn và cho trẻ em tiếp tục đến trường học.

Ngày đầu năm nay, Bia Sài Gòn - Sông Lam cũng đã thực hiện chương trình từ thiện mang tên “Tết vì người nghèo 2018”. Ngày 20/1, Công ty đã phối hợp với các đơn vị Phòng PA 61 - Công an Nghệ An, Công ty Bibimart, Ngân hàng Agribank chi nhánh Vinh, Vietnam Airlines chi nhánh Vinh trao hàng trăm suất quà và tổ chức “Tết ấm biên cương” cho đồng bào vùng biên.

Riêng Công ty lo Tết cho đồng bào nghèo vùng biên cương đợt này là 69 suất quà cho các hộ nghèo gồm gạo, chăn ấm, phích nước và các nhu yếu phẩm khác để bà con ăn Tết. Ngoài ra còn có hàng trăm áo ấm, sách vở, dụng cụ học tập và học bổng cho học sinh người Mông bản Piêng Vai. Tổng các phần quà lên đến 120 triệu đồng.

Các hoạt động tiếp sức này đã kịp thời động viên đồng bào bản Piêng Vai vượt qua khó khăn, đoàn kết cùng với cấp ủy chính quyền phát triển kinh tế, nâng cao đời sống vật chất tinh thần, đảm bảo an ninh trật tự, giữ vững biên cương của Tổ quốc.

Nằm trong hành trình “Chung tay vì cộng đồng” của Tổng công ty Sabeco, những hoạt động từ thiện của Công ty CP Bia Sài Gòn - Sông Lam thể hiện truyền thống tương thân, tương ái của dân tộc và sự quan tâm, chia sẻ của doanh nghiệp trong việc chăm lo đời sống cho người dân, góp phần động viên, khích lệ tinh thần để họ nỗ lực vươn lên trong cuộc sống.

### Tham gia các hoạt động đền ơn đáp nghĩa

Song song với các hoạt động từ thiện, Công ty CP Bia Sài Gòn - Sông Lam cũng tổ chức nhiều hoạt động “uống nước nhớ nguồn-đền ơn đáp nghĩa” như tham gia dâng hương tại nhà Chủ tịch Hồ Chí Minh, tham quan các đài tưởng niệm nhân ngày Thương binh - Liệt sĩ (27/7)...

Lễ dâng hương Chủ tịch Hồ Chí Minh được tổ chức thường niên tại khu di tích Kim Liên, huyện Nam Đàn, tỉnh Nghệ An. Tại đây, các cán bộ công nhân viên của Công ty có những giây phút để tưởng niệm Chủ tịch Hồ Chí Minh và công ơn to lớn của Người đối với dân tộc. Sau đó, tập thể sẽ thực hiện nghi thức dâng hương, báo công với Bác những thành tích mà Công ty đạt được trong năm.

Hoạt động đền ơn đáp nghĩa cũng luôn chú trọng. Các buổi lễ tưởng niệm Anh hùng, Liệt sĩ nhân ngày 27/7 đều được tổ chức mỗi năm. Đặc biệt, trong năm 2017, Công ty CP Bia Sài Gòn - Sông Lam đã trao tặng “Quỹ đền ơn đáp nghĩa” xã Nam Giang huyện Nam Đàn số tiền 20 triệu đồng, nhằm hỗ trợ xây nhà tình nghĩa dành tặng các đối tượng chính sách trên địa bàn xã Nam Giang. ❖

# HABECO

## đồng hành với chiến dịch Biển Việt Nam Xanh

### >PV

Hưởng ứng Ngày Quốc tế đa dạng sinh học 22/5/2018 và Ngày Môi trường Thế giới 05/6/2018, Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch phối hợp với Trung ương Đoàn Thanh niên Cộng sản Hồ Chí Minh tổ chức chiến dịch Bảo vệ môi trường trong hoạt động du lịch, với tên gọi “Biển Việt Nam Xanh”. Tổng công ty Cổ phần Bia - Rượu - Nước giải khát Việt Nam (HABECO) là đơn vị duy nhất đồng hành với chiến dịch này.

Chiến dịch Biển Việt Nam Xanh được thực hiện đồng loạt tại 05 tỉnh/thành ven biển miền Trung (Thanh Hóa, Nghệ An, Quảng Bình, Quảng Trị, Đà Nẵng) từ ngày 18/5/2018 đến 26/5/2018.

Mục tiêu của Chiến dịch là nhằm triển khai thực hiện chủ trương của Nhà nước về bảo vệ môi trường nói chung, môi trường du lịch nói riêng để phát triển du lịch bền vững. Đồng thời nâng cao nhận thức và trách nhiệm của các cấp, các ngành, người dân, đặc biệt là du khách tại các khu, điểm du lịch trong việc gìn giữ và xây dựng môi trường du lịch Việt Nam ngày càng văn minh, thân thiện, sạch đẹp.

Lễ phát động vào ngày 18/5/2018 tại Quảng trường Bình Minh, thị xã Cửa Lò, tỉnh Nghệ An. Sau Lễ phát động là chiến dịch ra quân dọn vệ sinh biển Cửa Lò, với nòng cốt tham gia là các đoàn viên thanh niên thuộc các đơn vị tổ chức và cán bộ, công nhân viên HABECO. Sau Lễ phát động, tại các tỉnh Thanh Hóa, Quảng Bình, Quảng Trị, thành phố Đà Nẵng đồng loạt diễn ra các hoạt động hưởng ứng do Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch, Sở Du lịch phối hợp Tỉnh đoàn



HABECO tặng quà cho đại diện Đoàn Thanh niên.

các tỉnh trên và HABECO thực hiện từ ngày 18/5 đến ngày 26/5/2018.

Chiến dịch thu hút sự tham gia của đông đảo Đoàn viên Thanh niên chung tay dọn sạch môi trường biển, đổi lấy nước sạch UniAqua gửi các vùng miền nằm trong chương trình chống hạn hán và xâm nhập mặn. Trong khuôn khổ của chiến dịch còn diễn ra các hoạt động ý nghĩa như Trao tặng 05 công trình thanh niên góp phần bảo vệ biển xanh, 10 suất học bổng cho con em ngư dân học giỏi vượt khó; 170 thùng rác với thông điệp “Thêm một thùng rác thêm sạch biển xanh”; hoạt động Giao lưu bóng đá giữa Hội





Các đại biểu tại Lễ phát động Chiến dịch.

Văn nghệ sĩ Hà Nội và Liên quân Đoàn Thanh niên và Câu lạc bộ Sông Lam Nghệ An.

Kết thúc chiến dịch là buổi tổng kết chương trình “Biển Việt Nam xanh” vào ngày 26/5/2018 tại Quảng trường Bình Minh, thị xã Cửa Lò, tỉnh Nghệ An, với sự góp mặt của đông đảo khách mời, các nhà hoạt động xã hội, những gương mặt nổi tiếng có tầm ảnh hưởng và các cơ quan báo chí truyền thông; nhiều ca sĩ, nghệ sĩ nổi tiếng như Đông Nhi, Lưu Hương Giang, Tóc Tiên, Đức Phúc, Ali Hoàng Dương, Uni5, Tuấn Anh SMS, Khả Linh SMS... Chương trình được tường thuật trực tiếp trên kênh VTV6 Đài Truyền hình Việt Nam vào lúc 20h cùng ngày. Đêm Gala nhằm tổng kết, tôn vinh các đơn vị và cá nhân đã có đóng góp tích cực trong chiến dịch bảo vệ, dọn sạch rác thải trên khắp các bãi biển miền Trung Việt Nam. Chiến dịch ước tính thu hút khoảng trên 5000 người thuộc nhiều tầng lớp xã hội khác nhau cùng tham gia.

Tại buổi họp báo phát động chiến dịch “Biển Việt Nam xanh”, ông Bùi Trường Thắng - Phó Tổng giám đốc HABECO cho biết: Đề du lịch Việt Nam trở thành ngành kinh tế mũi nhọn, việc thúc đẩy du lịch phát triển bền vững, gắn phát triển du lịch với bảo vệ môi trường biển, rất cần sự đóng góp, chung tay hưởng ứng của các cá nhân, tập thể, các cơ quan chức năng. Tại các vùng ven biển kéo dài từ miền Bắc đến miền Trung hầu hết đều có các đơn vị thành viên của



HABECO. Đồng hành cùng chiến dịch “Biển Việt Nam xanh” là lời cam kết và hành động cụ thể của HABECO trong việc phát triển bền vững, thể hiện trách nhiệm, ý thức của doanh nghiệp bia duy nhất có vốn Nhà nước chi phối, trong công tác bảo vệ môi trường.

“Các vùng ven biển hàng năm thu hút khoảng 70% số lượng khách quốc tế tới Việt Nam và 50% khách nội địa, mang lại 70% doanh thu cho ngành du lịch cả nước. Phát triển du lịch biển sẽ tạo động lực cho nền kinh tế tại các tỉnh, địa phương ven biển, góp phần giải quyết việc làm, nâng cao chất lượng đời sống của người dân địa phương. Do vậy, chúng tôi rất cần sự ủng hộ và tham gia của đông đảo quần chúng trong chiến dịch làm sạch môi trường biển này”. - ông Bùi Trường Thắng cho biết thêm. ❖



Các đại biểu tại Lễ Công bố chương trình khuyến mại.



Ông Bùi Trường Thăng - Phó Tổng giám đốc HABECO phát biểu tại Lễ công bố.

## Công bố chương trình khuyến mại Bia Hà Nội nhãn xanh hè 2018

>PV

**N**gày 27/5/2018, tại thành phố Vinh (Nghệ An), Tổng công ty Cổ phần Bia - Rượu - Nước giải khát Hà Nội (HABECO) đã tổ chức Lễ công bố Chương trình khuyến mại cho sản phẩm Bia Hà Nội nhãn xanh. Chương trình được thực hiện với chủ đề “Khui Là Trúng”.

Bia Hà Nội nhãn xanh được HABECO phát triển từ năm 2014 để phục vụ riêng cho khách hàng khu vực Bắc Miền Trung. Cho đến nay, sau 4 năm triển khai, Bia Hà Nội nhãn xanh đã trở thành 1 trong 3 nhãn hiệu bia chiếm thị phần cao nhất trên thị trường này. Trong thành công kể trên, đầu tiên phải kể đến sự tin tưởng, chọn lựa và sử dụng của người tiêu dùng. Chương trình bật nắp trúng thưởng là sự tri ân của HABECO đối với những đóng góp đó.

Chương trình “Khui là Trúng” bắt đầu từ ngày 06/6 và kết thúc đổi thưởng vào ngày 02/10/2018. Trong khoảng thời gian trên, khi sử dụng sản phẩm Bia Hà Nội nhãn xanh chai 450ml và lon 330ml tại khu vực từ Nghệ An đến Quảng Nam, khách hàng có cơ hội trúng hàng triệu giải thưởng hấp dẫn bao gồm: 13.000 giải Nhất mỗi giải 500.000 đồng; 245.500 giải Nhì



Các đại biểu tham dự Chương trình.

mỗi giải 50.000 đồng và 2.455.000 giải Ba, mỗi giải 01 chai hoặc lon bia Hà Nội nhãn xanh. Tổng giá trị giải thưởng của chương trình là hơn 34 tỷ đồng.

Đây là lần thứ 5 chương trình bật nắp trúng thưởng cho Bia Hà Nội nhãn xanh được tổ chức. Với giá trị giải thưởng lớn, tỉ lệ trúng thưởng cao, HABECO tin tưởng chương trình “Khui là Trúng” sẽ đem đến nhiều niềm vui, sự hứng khởi cho những khách hàng của Bia Hà Nội trên khu vực Bắc Miền Trung.

Để biết thêm thông tin về chương trình, quý khách hàng có thể truy cập vào website [www.habeco.com.vn](http://www.habeco.com.vn)



# Công ty Cổ phần Bia Hà Nội - Hồng Hà tổ chức Đại hội đồng cổ đông và ra mắt Giám đốc mới

>MINH THU

Vừa qua, tại Phú Thọ, Công ty Cổ phần Bia Hà Nội - Hồng Hà đã tổ chức Đại hội đồng Cổ đông thường niên 2018 và Lễ công bố, trao quyết định bổ nhiệm Giám đốc mới.

Năm 2017 mặc dù gặp nhiều khó khăn do thời tiết mưa bão nhiều, tăng thuế Tiêu thụ đặc biệt, giá cả nguyên vật liệu tăng... song, nhờ nỗ lực của tập thể lãnh đạo, cán bộ, công nhân viên lao động, với các giải pháp kịp thời nên Công ty Cổ phần Bia Hà Nội - Hồng Hà đã vượt qua khó khăn và đạt được những kết quả quan trọng. Năm 2017, Công ty nộp ngân sách đạt 183,54 tỷ đồng; sản lượng bia các loại đạt 36,4 triệu lít; doanh thu đạt 202,34 tỷ đồng; thu nhập bình quân là 7,1 triệu đồng/người/tháng. Sản phẩm của Công ty đảm bảo chất lượng, dây chuyền, thiết bị vận hành tốt; Công tác thị trường luôn được quan tâm, có các chương trình hỗ trợ và chăm sóc khách hàng,...

Các hoạt động khác của Công ty cũng đạt nhiều kết quả đáng mừng. Thực hiện tốt Nghị quyết Hội đồng quản trị cũng như các quy định của Luật Doanh nghiệp. Năm 2017, Công ty đã đăng cai tổ chức thành công Hội diễn nghệ thuật quần chúng của HABECO tại Phú Thọ, đội văn nghệ của Công ty đã đạt giải Nhất toàn đoàn...

Về nhiệm vụ năm 2018, Công ty phấn đấu đạt và vượt các chỉ tiêu so với năm 2017, trong đó nộp ngân sách phấn đấu đạt 202,68 tỷ đồng; sản lượng đạt 38,52 triệu lít; doanh thu đạt 214,84 tỷ đồng; trả cổ tức 6,5%...

Đại hội đã thông qua nhiều nội dung quan trọng như kế hoạch, nhiệm vụ năm 2018, hoạt động của Hội đồng quản trị; Thông qua Tờ trình



Đại hội cổ đông Công ty Cổ phần Bia Hà Nội - Hồng Hà.

báo cáo tài chính đã được kiểm toán và phân phối lợi nhuận năm 2017; Báo cáo hoạt động của Ban Kiểm soát; Tờ trình Quyết toán tiền lương, thù lao, chi trả cổ tức; Tờ trình phê duyệt chức danh Giám đốc Công ty; Bầu bổ sung Thành viên Ban Kiểm soát. Các cổ đông có mặt tại Đại hội đã biểu quyết thông qua những nội dung trên và thông qua Nghị quyết Đại hội, với tỷ lệ tán thành 100%.

Bà Lê Thu Trang - Chuyên viên Phòng Tài chính Kế toán của HABECO đã được Đại hội bầu làm Thành viên Ban Kiểm soát của Công ty Cổ phần Bia Hà Nội - Hồng Hà.

Buổi sáng cùng ngày, Công ty đã tổ chức Lễ công bố và trao quyết định bổ nhiệm ông Lê Văn Tĩnh làm Giám đốc Công ty Cổ phần Bia Hà Nội - Hồng Hà kể từ ngày 18/5/2018 thay ông Nguyễn Đức Đạo nghỉ hưu theo chế độ. Phát biểu tại buổi Lễ, Giám đốc Công ty Lê Văn Tĩnh đã cảm ơn sự quan tâm, tín nhiệm của Hội đồng Quản trị và tập thể cán bộ công nhân viên Công ty dành cho ông và hứa sẽ cùng tập thể Công ty đoàn kết, phấn đấu đạt các chỉ tiêu, kế hoạch đề ra. ❖

# TẬP ĐOÀN TÂN HIỆP PHÁT tặng 30 suất học bổng cho sinh viên Đại học Nông Lâm

## > NGUYỄN LÊ

Tối 27/5, tại thành phố Hồ Chí Minh, Tập đoàn Tân Hiệp Phát phối hợp cùng trường Đại học Nông Lâm Thành phố Hồ Chí Minh tổ chức sự kiện âm nhạc “Mùa hè Không Độ”, với sự tham dự của hàng ngàn sinh viên. Nhân dịp này, Tân Hiệp Phát đã trao tặng 30 suất học bổng cho sinh viên xuất sắc, sinh viên có hoàn cảnh khó khăn đang theo học tại trường.

Đó là các sinh viên có học lực và hạnh kiểm tốt, có hoàn cảnh khó khăn được Ban chấp hành Đoàn Thanh niên và Trung tâm Hỗ trợ sinh viên và Quan hệ doanh nghiệp trường Đại học Nông Lâm Thành phố Hồ Chí Minh xem xét, lựa chọn. Tổng giá trị cho 30 suất học bổng này là 45 triệu đồng, mỗi học bổng tương ứng với số tiền 1,5 triệu đồng sẽ giúp các sinh viên trang trải phần nào chi phí học tập.

Việc trao tặng các suất học bổng này nằm trong chuỗi hoạt động của sự kiện âm nhạc “Mùa hè Không Độ” mùa 3 năm 2018 mà nhãn hàng Trà Xanh Không Độ của Tập đoàn Tân Hiệp Phát tài trợ. Trước đó, trong show diễn đầu tiên của chương trình tổ chức tại Cần Thơ vào đầu tháng 5 vừa qua, Tập đoàn Tân Hiệp Phát cũng đã có các hoạt động hỗ trợ sinh viên trường Đại học Cần Thơ.

Ông Lê Nguyễn Đức Khôi - Trưởng phòng Quan hệ Công chúng, Tập đoàn Tân Hiệp Phát cho biết: “Sự kiện âm nhạc “Mùa hè Không Độ” là sự kiện thường niên của nhãn hàng Trà Xanh Không Độ được giới trẻ trông đợi nhất trong năm. Với chủ đề “Blast My Stress Away - Cool



Ông Lê Nguyễn Đức Khôi, đại diện nhãn hàng Trà Xanh Không Độ trao biểu trưng 30 suất học bổng cho TS. Trần Đình Lý - Trưởng phòng Đào tạo, Đại học Nông Lâm thành phố Hồ Chí Minh.

Down My Life” của mùa thứ 3 này, sự kiện âm nhạc vào tối 27/5 đã thu hàng ngàn sinh viên đến tham gia tại khu ký túc xá Phụng Vũ, Đại học Nông Lâm Thành phố Hồ Chí Minh”.

Đầu tháng 5/2018, sự kiện âm nhạc mở màn cho chuỗi chương trình “Mùa hè Không Độ” đã được khởi động tại Đại học Cần Thơ với sự tham gia của hàng vạn sinh viên khu vực đồng bằng sông Cửu Long, và hứa hẹn tiếp tục mang đến sức lan tỏa tại thành phố Hà Nội vào ngày 17/6 tới.

Chương trình do nhãn hàng Trà Xanh Không Độ tổ chức sẽ có chuỗi hoạt động xuyên suốt từ 14h đến 22h cùng các trò chơi cực mát lạnh, lần đầu tiên có mặt tại Việt Nam. Điểm nhấn trong suốt cả chương trình là sân khấu “Mùa hè Không Độ” khi quy tụ dàn ca sĩ hot nhất hiện nay... ❖



# TÂN HIỆP PHÁT TRAO TẶNG HÀNG NGHÌN PHẦN QUÀ CHO TRẺ EM NHÂN NGÀY QUỐC TẾ THIẾU NHI

## >HƯƠNG TRƯỞNG

Nhân ngày Quốc tế Thiếu nhi 1/6, với mong muốn động viên và mang lại niềm vui cho trẻ em vượt khó học giỏi, Tập đoàn Tân Hiệp Phát phối hợp cùng Quỹ Bảo trợ trẻ em tỉnh Bình Dương trao hàng nghìn phần quà trong chương trình "Ngày hội thiếu nhi 1/6" lần II.

**Đ**ược biết, chương trình "Ngày hội thiếu nhi" năm nay được Quỹ Bảo trợ trẻ em tỉnh Bình Dương tổ chức tại 3 điểm gồm thị xã Thuận An, huyện Dầu Tiếng và huyện Bàu Bàng, với trên 1000 phần quà.

Cũng trong buổi lễ sáng nay, Ban Tổ chức đã phát động Tháng hành động vì trẻ em và khai mạc hè 2018 với chủ đề "Vì cuộc sống an toàn, lành mạnh cho trẻ em trong thế giới công nghệ số" nhằm tạo môi trường sống an toàn, lành mạnh cho trẻ em, tạo điều kiện cho tất cả trẻ em được phát triển tốt nhất; vận động xã hội góp sức tích cực nhằm cải thiện điều kiện sống, tạo điều kiện để mọi trẻ em, đặc biệt trẻ em nghèo, trẻ em có hoàn cảnh đặc biệt có một kỳ nghỉ hè an toàn, lành mạnh; đẩy mạnh công tác chăm lo và tổ chức các hoạt động học tập, vui chơi, giải trí cho thiếu nhi trong mùa hè năm nay.

Tại chương trình, các cơ quan ban ngành cùng Tập đoàn Tân Hiệp Phát đã trao tặng trực tiếp 300 phần quà cho các em học sinh giỏi, các em có hoàn cảnh khó khăn trong huyện Bàu Bàng nhằm động viên các em tiếp tục vươn lên trong cuộc sống.



Đại diện Tập đoàn Tân Hiệp Phát trao bằng tượng trưng 1000 phần quà cho Quỹ Bảo trợ trẻ em tỉnh Bình Dương.

Đây là hoạt động ý nghĩa, thường niên mà Tập đoàn Tân Hiệp Phát dành cho các em thiếu nhi trên địa bàn tỉnh Bình Dương nói riêng và trên toàn quốc nói chung trong nhiều năm qua, nhằm mang đến cho các em một ngày lễ thật ý nghĩa, tràn ngập tiếng cười.

Trong chuỗi các hoạt động hướng tới chào mừng ngày Quốc tế Thiếu nhi 1/6 và hè năm 2018, vừa qua, Tập đoàn Tân Hiệp Phát, nhân hàng Trà Thanh nhiệt Dr Thanh cũng đã phối hợp cùng Nhà hát Kịch Việt Nam dành tặng 15 chương trình kịch, âm nhạc và ảo thuật dành cho các em thiếu nhi tại Hà Nội.

Đây là các chương trình được dàn dựng công phu, hấp dẫn, giàu tính giáo dục với sự tham gia của các diễn viên sân khấu Nhà hát Kịch Việt Nam, NSUT Xuân Bắc, các ảo thuật gia từ Liên đoàn Xiếc Việt Nam và ca sĩ The Voice Kids. Các buổi diễn được tổ chức liên tiếp từ 16h30 chiều các ngày 31/5, 1/6, 2/6, 3/6 và vào tất cả các ngày thứ Bảy hàng tuần trong suốt hè 2018 tại Công viên Mê cung và Hoa hồng Eco Maze Thăng Long - Rose Park, phường Thạch Bàn, quận Long Biên, Hà Nội. ❖

# URC Việt Nam công bố chiến lược phát triển bền vững

## >NGỌC PHƯỚC

Song hành cùng với tầm nhìn về tăng cường sự hiện diện trên toàn quốc, trong thời gian qua, URC Việt Nam chú trọng thúc đẩy các mục tiêu đóng góp vào sự phát triển của cộng đồng thông qua những sáng kiến về trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp (CSR).

### URC chú trọng 5 trọng tâm để phát triển bền vững

Trong một diễn đàn CSR gần đây, đồng tổ chức cùng Phòng Thương mại và Công nghiệp Pháp và CSR Asia - công ty tư vấn về phát triển bền vững trong khu vực, URC Việt Nam đã chia sẻ những cam kết về phát triển bền vững của Tập đoàn Universal Robina Corporation (URC) qua 5 vấn đề trọng tâm.

Những vấn đề này là: tăng cường quản lý sử dụng tài nguyên một cách có trách nhiệm; hướng đến phát triển chất lượng đời sống của công nhân viên và cộng đồng địa phương nơi URC đang hoạt động; tập trung sản xuất những sản phẩm đạt chất lượng cao mang đến cho người tiêu dùng; tạo chuỗi cung ứng và thúc đẩy các mối quan hệ trách nhiệm với nhà cung cấp và tăng trưởng kinh tế toàn diện.

Ông Laurent Levan - Chủ tịch kiêm Tổng Giám đốc của URC Việt Nam cho biết, URC Việt Nam là một chi nhánh của Tập đoàn URC, một trong những công ty sản xuất thực phẩm và nước giải khát hàng đầu tại Philippines. URC Việt Nam thể hiện rõ nét sự chú trọng của Tập đoàn vào việc hỗ trợ phát triển bền vững thông qua rất nhiều chương trình trách nhiệm xã hội CSR.

“Tính bền vững luôn là một trong các chiến lược ưu tiên hàng đầu của URC. Thể hiện cam kết này, tại URC Việt Nam, chúng tôi luôn được công ty mẹ tạo mọi điều kiện để phát triển các sáng kiến CSR nhằm tạo ra những tác động tích



Dây chuyền sản xuất trà C2 của URC

cực lâu dài cho cộng đồng tại các địa phương ở Việt Nam” - ông Laurent Levan chia sẻ.

### Trách nhiệm xã hội - yếu tố quan trọng nhất để thành công

Trách nhiệm xã hội là một phần không thể thiếu trong trọng tâm phát triển bền vững của các doanh nghiệp cũng như của URC tại Việt Nam, được coi là yếu tố nền tảng gắn liền với cam kết thúc đẩy an toàn và chất lượng sản phẩm. Nền tảng này được áp dụng như kim chỉ nam cho hành trình phát triển bền vững của URC Việt Nam, cũng như giúp định hướng các hoạt động có thể đóng góp vào sự phát triển chung của Việt Nam.

Một trong những ví dụ điển hình về việc URC Việt Nam phấn đấu theo định hướng này là



# Chính sách của tiền lương

**B**an Chấp hành Trung ương Đảng và ban hành Nghị quyết 27 - NQ/TW về cải cách chính sách tiền lương đối với cán bộ, công chức, viên chức, lực lượng vũ trang và người lao động trong doanh nghiệp. Theo đó:

Bên cạnh việc công bố mức lương tối thiểu vùng theo tháng thì Nhà nước cũng sẽ công bố mức lương tối thiểu vùng theo giờ nhằm nâng cao độ bao phủ của tiền lương tối thiểu và đáp ứng tính linh hoạt của thị trường lao động.

Các doanh nghiệp được quyền tự quyết định chính sách tiền lương, tuy nhiên phải đảm bảo:

- Không thấp hơn mức lương tối thiểu vùng do Nhà nước công bố;

- Phải được xây dựng dựa trên cơ sở thỏa ước lao động tập thể phù hợp với tổ chức sản xuất, tổ chức lao động, khả năng của doanh nghiệp và công khai tại nơi làm việc.

Người lao động và doanh nghiệp thương lượng, thỏa thuận tiền lương, ký hợp đồng lao động và trả lương gắn với năng suất và kết quả lao động.

Xem chi tiết tại Nghị quyết 27-NQ/TW ngày 21 tháng 5 năm 2018. ❖

**TVPL**

sáng kiến hướng đến người nông dân trồng chè. URC Việt Nam hiện đang sử dụng nguồn nguyên liệu lá chè tươi được trồng tại địa phương trong nước làm nguyên liệu sản xuất các sản phẩm nước giải khát của Công ty. Do đó, Công ty luôn sẵn sàng giúp đỡ, hỗ trợ người nông dân thực hiện mô hình nông hộ sản xuất nhỏ thông qua việc chia sẻ kiến thức cần thiết và các chương trình xây dựng năng lực khác.

“Chương trình này không chỉ giúp chúng tôi duy trì hoạt động sản xuất một cách bền vững mà còn giúp người nông dân trồng chè phát triển khả năng cạnh tranh, nâng cao năng lực cũng như các kỹ năng cần thiết, có thể áp dụng được ngay trong cộng đồng của mình” - ông Levan chia sẻ.

Bên cạnh đó, URC Việt Nam sẽ hướng đến khởi động dự án này bằng chương trình trao học bổng cho con em của những người nông dân trồng chè. Thông qua sự hợp tác với các cơ sở đào tạo đã được tuyên chọn dựa vào tiêu chí tập trung phát triển các chương trình giảng dạy về kinh doanh nông nghiệp, URC Việt Nam mong muốn tạo cơ hội học hỏi về cách phát triển nông

trung, cũng như mở rộng các hoạt động sản xuất kinh doanh, cho các thế hệ tiếp theo của những người nông dân trồng chè.

URC Việt Nam là một thành viên của URC, một trong những công ty sản xuất thực phẩm và nước giải khát lớn nhất tại Philippines. Công ty chính thức thành lập và bắt đầu hoạt động tại Việt Nam vào năm 2003, đến nay đã xây dựng 3 nhà máy tại Bình Dương, Quảng Ngãi và Hà Nội. Các sản phẩm của URC được người tiêu dùng biết đến là một trong những thương hiệu danh tiếng như nước giải khát C2 và Rồng Đỏ, bánh quy Cream-O và Magic, kẹo Dynamite, Snack Funbites và Jack & Jill Potato Chips...

“Kể từ khi bắt đầu hoạt động tại Việt Nam, URC đã sử dụng các trang thiết bị sản xuất hiện đại, được nhập khẩu từ Đức và Ý. Những thiết bị này liên tục được kiểm tra nghiêm ngặt và bảo trì định kỳ trước khi sử dụng cho mỗi chu kỳ sản xuất. Chúng tôi đặt biệt quan tâm tới việc hiện thực hóa thành công các dự án trách nhiệm xã hội CSR bởi chúng tôi mong muốn tiếp tục góp phần vào sự phát triển xã hội của đất nước này” - ông Levan nhấn mạnh. ❖

# Cảm nhận về “gu” ẩm thực của người dân đất Cảng

## >TRƯỜNG VĂN

Nhắc đến Hải Phòng, du khách không chỉ biết đến đó là thành phố Hoa phượng đỏ, thành phố Cảng mà còn nhớ đến những món ngon mang phong vị đặc trưng của mảnh đất này, đó là bánh đa cua, bia hơi, bia tươi Hải Phòng nức tiếng từ lâu. Các món ăn, đồ uống này như ngấm vào trong da thịt, trở thành nét văn hóa khó phai mờ trong tâm trí người dân nơi đây.

Tôi là một thực khách từng nhiều lần tới Hải Phòng công tác, tuy không sinh sống ở đây nhưng hình ảnh về con phố Lạch Tray, Quán Trữ, Cầu Niệm hay các món ngon như bánh đa cua, bia hơi Hải Phòng đã trở nên quá đỗi thân quen, và mỗi khi xuống Hải Phòng dù bận tới cũng dành thời gian thưởng thức. Lần nào xuống đây cũng đúng thời điểm đầu hè, dù không nắng gắt như tiết trời Hà Nội, nhưng tôi vẫn muốn vào quán uống 1-2 vai bia để giải nhiệt. Những lần trước tôi thường vào quán quen thuộc ở 16 Lạch Tray, nơi có không gian đẹp, lịch sự, nhân viên rót bia vui vẻ, nhiệt tình để cảm nhận các sản phẩm của Công ty Cổ phần Bia Hà Nội - Hải Phòng. Ở đây bán nhiều loại bia của Công ty như Bia hơi Hải Phòng, bia hơi Hải Hà, bia tươi, bia chai Amber, bia chai Haiphongbeer... Điều khiến tôi nhớ đến nhà hàng này chính là chất lượng bia và phong cách phục vụ nhiệt tình của đội ngũ nhân viên. Có lẽ nhiều thực khách ở đây cũng giống tôi về nhận xét này, bởi vậy mà những lần tôi tới đều thấy đông khách. Tầng 1 và tầng 2 của nhà hàng vào buổi trưa và chiều tối luôn kín chỗ ngồi. Điều đó chứng tỏ sức hút của dòng bia này đối với người tiêu dùng, và cũng dễ hiểu bởi gần 60 năm qua, hình ảnh, hương vị của thương hiệu Bia Hải Phòng đã in sâu trong tiềm thức của



Các bạn trẻ thưởng thức bia chai Amber và Bia hơi Hải Phòng.

người dân đất Cảng, trở thành “gu” tiêu dùng mà họ luôn lựa chọn cho dù trên thị trường xuất hiện nhiều dòng bia khác.

Lần về Hải Phòng dịp cuối tháng 5 khi mà những chùm phượng vĩ đã bung nở đỏ rực những góc phố, tuyến đường, tôi lại nhớ hương vị của Bia hơi Hải Phòng, để rồi dừng chân bên nhà hàng số 85 Lê Duẩn, quận Kiến An để giải nhiệt. Nhà hàng mới mở có không gian đủ rộng cho hàng trăm ẩm khách thích thưởng thức bia và ngắm cảnh phố phường. Ở trong nhà cũng kê được hàng chục bàn giúp thực khách giải tỏa cơn khát trong nắng nóng mùa hè. Hình ảnh cô



nhân viên tươi cười vận bộ đồng phục màu vàng có in logo của Công ty bưng những cốc bia tràn bọt thật sự ấn tượng đối với ẩm khách. Nhất là khi ta uống ngậm sâu, cảm giác thật sáng khoái, xua tan cái oi bức của ngày hè. Đúng là người ta vẫn thường nói Bia hơi Hải Phòng thơm ngon, mát bổ, chính hiệu Hải Phòng quả không sai. Bên cạnh bàn tôi ngồi là những người bạn, đồng nghiệp đang nâng cốc với nhau sau ngày làm việc. Một ẩm khách tên Nam chia sẻ: “Mình và bạn thường ra đây uống bia, vừa để cảm nhận hương vị của dòng bia mình yêu thích, vừa để tâm sự, chia sẻ chuyện đời, chuyện nghề với bạn bè. Mình uống Bia Hải Phòng đến nay đã gần 20 năm, thích nhất là bia hơi, bia tươi vàng. Bia mới lấy từ trong nhà máy ra nên đảm bảo hương vị tươi mát, đậm đà. Giá bán bia đều được niêm yết trên tường, trên bàn, đồ ăn ngon, nhân viên phục vụ kịp thời nên chúng tôi rất yên tâm và chọn đây làm địa điểm gặp nhau mỗi khi có chương trình”.

Khi hoàng hôn dần buông xuống, khách đến uống bia ngày một đông, những bộ bàn ghế màu vàng đặc trưng của Bia Hải Phòng chẳng mấy chốc đã được lấp đầy. Theo quan sát của tôi, nhóm khách trẻ tuổi thường chọn bia chai Haiphongbeer hoặc bia chai Amber để uống, phù hợp với phong cách trẻ trung, năng động; còn nhóm khách trung niên trở lên lại thích hương vị truyền thống của Bia hơi, bia tươi Hải Phòng. Có vị khách tâm sự, trên thị trường Hải Phòng có nhiều loại bia khác nhau, nhưng tôi vẫn chỉ chung thủy với Bia Hải Phòng, nhiều bạn bè tôi và người dân Hải Phòng cũng lựa chọn như vậy, bởi đó là “gu” ẩm thực và cũng là thể hiện tình cảm đối với thương hiệu bia gắn liền với mảnh đất này suốt chiều dài lịch sử gần 60 năm qua. Thương hiệu bia này đã đóng góp lớn cho ngân sách địa phương, góp phần phát triển kinh tế - xã hội của mảnh đất này. Các món ngon của Hải Phòng như bia Hải Phòng, bánh đa cua, bún tôm, nem cua bể, bánh mỳ cay... sẽ mãi ngự trị trong lòng người dân đất Cảng cũng như du khách. Cũng giống như người dân Thủ đô thích uống Bia Hà Nội và các đặc sản Hà thành, trở thành một nét văn hóa của người Hà



Nụ cười của nhân viên và hương vị thơm ngon của Bia Hải Phòng giúp cho thực khách giải nhiệt.

Nội. Nhiều người dân Hải Phòng có thói quen ăn bánh đa cua kèm theo cốc bia vào buổi sáng vừa để giải khát vừa nạp thêm năng lượng cho ngày mới.

Người Hải Phòng vốn hiếu khách, thân thiện, các anh chị và những người bạn mà tôi biết đều vui vẻ, chân tình, để lại ấn tượng đẹp trong lòng du khách chính là nụ cười khi gặp mặt, thẳng thắn, nhiệt tình trong công việc. Hải Phòng đúng là nơi “đất lành, chim đậu”, bởi vậy mà một số anh chị em đồng hương với tôi đã chọn Hải Phòng làm nơi sinh sống, lập nghiệp. Những anh chị mà tôi quen biết cũng sinh sống ở đây hơn nửa thế kỷ, có người sống ở đây từ nhỏ, họ đều dành tình cảm đặc biệt cho mảnh đất này và có sở thích chung là uống Bia Hải Phòng.

Với tình cảm dành cho đất và người Hải Phòng, đặc biệt là văn hóa ẩm thực của vùng đất Cảng đã khiến tôi có cảm xúc để viết lên ca khúc “Hải Phòng chờ anh”. Bài hát được ra đời trong một lần dạo bước dưới sắc đỏ của phượng vĩ, rồi nhâm nhi cốc bia hơi vàng óng mang thương hiệu Bia Hải Phòng nơi có không gian thi vị, đầy chất nhạc, thế rồi ca từ, giai điệu của bài hát cứ tuôn trào theo dòng cảm xúc... Khi lên xe về Hà Nội dọc các con phố, tuyến đường tôi lại thấy hình ảnh logo của Công ty Cổ phần Bia Hà Nội - Hải Phòng cùng với những bộ bàn ghế màu vàng quen thuộc, thân thương... ❖

# Bí quyết sống khỏe của cụ ông 92 tuổi

## >TRƯỜNG VĂN

Ông vốn là một bác sỹ nhưng lại yêu văn thơ, nhạc họa, cả đời nghiên cứu và sản xuất dược phẩm từ cây thuốc Nam, đặc biệt điều khiển nhiều người phải khâm phục chính là bởi ông có sức khỏe như mơ khi ở tuổi 92. Và thú vị hơn là cuộc sống của ông với người vợ kém ông tới 52 tuổi vẫn luôn tràn đầy hạnh phúc và cùng 2 người con thông minh, mạnh khỏe. Ông là Nguyễn Hữu Trọng, quê gốc ở Bắc Ninh, hiện đang sinh sống ở xã Ba Vì, huyện Ba Vì (Hà Nội), dưới chân núi Tản Viên.

**T**ôi biết ông Trọng cách đây 8 năm, khi đó ông 85 tuổi, nay gặp lại thấy ông vẫn còn phong độ, giọng nói sang sảng. Đối với ông thời gian chỉ làm thêm tuổi chứ sức khỏe thì không thấy suy giảm chút nào, bởi hàng ngày ông vẫn phi con “ngựa sắt” lên dốc, xuống đồi để đưa đón 2 con tới lớp. Cuộc sống của hai vợ chồng tuy chênh lệch rất nhiều về tuổi tác, song tình yêu và sức khỏe dành cho nhau thì không ít thanh niên phải ngưỡng mộ, trầm trồ. Trong ngôi nhà mái bằng ở chân núi Ba Vì luôn rộn tiếng cười với những giai điệu của âm nhạc, thơ ca. Có thể nói, ông Nguyễn Hữu Trọng hội đủ tiêu chí mà những người cao tuổi hướng tới, đó là sống “Sống vui - Sống khỏe - Sống có ích”. Với dáng người to đạ, da đỏ hăm hia, mái tóc bạc trắng như ông tiên giáng thế, ông Trọng niềm nở tiếp đón khách từ ngoài cổng có biển hiệu “Nam Dược Thần Hiệu Tuệ Tĩnh Đường”. Ông Trọng có nhà thờ Đại danh y Tuệ Tĩnh và từ lâu ông đã làm theo câu nói nổi tiếng: “Nam dược trị Nam nhân” (người Nam dùng thuốc Nam). Vì vậy, ông đã chọn vùng đất Ba Vì (nơi có nhiều loại thuốc quý và đồng bào Dao sinh sống với nghề



Ông Trọng cho rằng để có sức khỏe tốt cần có chế độ ăn uống hợp lý và luôn vui vẻ trong cuộc sống.

bốc thuốc Nam) để sinh sống và thực hiện ý nguyện của mình. Trong trang trại, ông trồng nhiều loại cây có thể làm thuốc và các loại hoa quả vừa có tác dụng phòng bệnh, vừa dùng làm nước uống hàng ngày. Trong đó, có nhiều loại cây có tác dụng tốt cho sức khỏe như giảo cổ lam, cây dôm, cây hoa tiên, đinh lăng, cây gấc...

Chia sẻ về bí quyết sống khỏe, ông Trọng vừa nâng chén rượu (được ngâm với các loại cây thuốc đặc trưng trong vùng) vừa ngân nga câu



thơ: “Củ dôm ngâm với hoa tiên, uống vào anh khỏe tinh duyên mặn nồng...”. Rồi ông giới thiệu hầm rượu quý của mình với hàng trăm loại rượu ngâm các loại cây thuốc khác nhau. Ông cho biết, chính ông lên tận 94 Lò Đúc, Hà Nội (cửa hàng của Công ty Cổ phần Cồn Rượu Hà Nội) để mua những can rượu về để ngâm. Ông chia sẻ, mỗi bữa tôi uống khoảng một cốc rượu thuốc ngâm củ dôm, hoa tiên (tương đương khoảng 4 - 5 ly rượu), cơm ăn 3 bữa, chế độ ăn điều độ, hợp lý sẽ tốt cho sức khỏe. Những hôm làm việc khuya hoặc xem bóng đá uống khoảng 1-2 lon Bia Hà Nội kèm bát mì tôm là ổn. Để có sức khỏe tốt như ông là cả một quá trình rèn luyện, thói quen sinh hoạt điều độ, không hút thuốc lá, không uống cà phê, sáng tập thể dục nhẹ nhàng, giờ giấc ngủ nghỉ hợp lý. Nói đến chuyện sinh hoạt vợ chồng, ông Trọng có vẻ đặc ý, rồi cao hứng kể: “Mặc dù tuổi cao nhưng nhu cầu đó vẫn đều đặn, sinh hoạt vợ chồng điều độ không quá nhiều và cũng không quá ít, giờ giấc đảm bảo. Rượu càng để lâu uống càng êm, rượu, bia nếu uống chừng mực sẽ rất tốt cho sức khỏe. Tôi thường ăn cao ngựa, uống nước giảo cổ lam, đảm bảo đủ lượng nước uống hàng ngày, lao động chân tay quanh vườn cũng chính là tập thể dục...”.

Người vợ trẻ sinh năm 1981 ngồi tiếp khách cùng hai người con khỏe mạnh, nhanh nhẹn, một trai, một gái tên là Phúc và Đức. Quả thực là có phúc khi ông ở tuổi 80 mà vẫn sinh được con, và khi cháu thứ 2 chào đời lúc ông 83 tuổi. Cái tên Phúc và Đức mang nhiều ý nghĩa gắn với cuộc đời ông, khi về già lại có phúc trời ban, làm những việc nhân nghĩa, sống có đạo đức thì sẽ để lại phúc đức cho con cháu. Phải thừa nhận ông Trọng là người đa tài, không chỉ thuộc nhiều bài thơ, sáng tác nhiều bài thơ mà còn đàn ca hay, nói chuyện hài hước, dí dỏm, cuốn hút người nghe. Có lẽ chính tài năng đó mà cô sinh viên tên Bấy (quê Phú Thọ) đã siêu lòng khi làm công cho trang trại của ông Trọng cách đây 13 năm trước.

Ông Trọng được nhiều người biết đến như là doanh nhân, bác sỹ, thi sỹ, nhạc sỹ, họa sỹ, ông quê gốc vùng Kinh Bắc nên thuộc nhiều làn điệu dân ca quan họ Bắc Ninh, in thơ tặng khách...



Ông Trọng bên người vợ trẻ và con trai.

Ông Trọng cho biết, nhiều loại cây, hoa quả có thể chế biến thành các thực phẩm chức năng, đồ uống có lợi cho sức khỏe. Bản thân ông đã có nhiều năm tự mày mò nghiên cứu, đi nhiều nơi để tìm cây thuốc quý và đầu tư chế biến cho ra đời một số sản phẩm thực phẩm chức năng được cấp phép như Giảo cổ lam Bách Vạn An Thăng Long, Tinh bột xoài, Tinh bột gấc Thăng Long, Voirunsim (lá vối rừng), Cao xương ngựa bạch,... Nhiều khách hàng đã đến thăm, nghe ông chia sẻ về sức khỏe và mua các sản phẩm do ông sản xuất.

Theo ông Trọng, thuốc Nam có ở quanh ta, có những loại cây tốt cho sức khỏe như tía tô, kinh giới, bạc hà, rau húng, đinh lăng... Có những loại cây, quả có thể chế biến thành nước giải khát tốt cho sức khỏe, có loại lá cây dùng để uống nước hàng ngày. Ông Trọng mong muốn có thể hợp tác với doanh nghiệp sản xuất nước giải khát từ các loại hoa quả, cây thuốc để đáp ứng nhu cầu của người tiêu dùng, bởi ai cũng quan tâm đến sức khỏe.

Chào ông Trọng ra về, trong tôi vẫn nhớ mãi bí quyết để sống khỏe, đó là cần quên những thứ không cần nhớ, đó là “quên tuổi tác, quên bệnh tật và quên hận thù”. Hãy ăn uống sinh hoạt điều độ, tích cực vận động ngay từ lúc trẻ thì sẽ có sức khỏe tốt. ❖

# Bia hơi cùng các nhà văn

## >TRUNG HIỀN

Nhiều người vẫn nhớ, đầu những năm 80 của thế kỷ trước, trên phố Hoàng Diệu có một địa chỉ bia ngon nổi tiếng: Câu lạc bộ Quân đội. Đây là nơi tập luyện của Đội bóng đá Thể Công nức tiếng một thời, là nơi thi đấu của các vận động viên quân đội, nơi sinh hoạt, luyện tập thể thao, giải trí của các sĩ quan. Nhiều nhà văn quân đội cũng tụ tập ở đây hàn huyên đủ chuyện. Trên tầng 2 tòa nhà trung tâm là quán giải khát. Ai đến cũng phải tìm vào để uống một vại bia hơi.

Tôi may mắn có thẻ sinh hoạt Câu lạc bộ cho dù mới chỉ đeo quân hàm thượng úy. Buổi chiều, sau giờ làm việc, tôi lại đi bộ dọc phố Phan Đình Phùng rẽ sang phố Hoàng Diệu vào Câu lạc bộ nhanh chân xếp hàng để kịp mua bia. Mỗi sĩ quan chỉ được mua 2 cốc. Chị Đào bán vé rất vui tính. Chị hay mặc chiếc áo ngắn tay màu trắng, có chằm hoa tím, cổ cánh sen, đém và trả tiền thừa cho khách rất nhanh. Chị cũng rất nguyên tắc: Không bán cho ai quá 2 cốc mặc dù người ấy có khéo miệng tán tỉnh, ngợi ca vẻ đẹp của chị tới tận mây xanh. Ai đến xếp hàng muộn nhiều khi không còn bia uống.

Bên cốc bia sủi bọt trắng, có bao nhiêu chuyện tôi không thể nào quên. Có lần, tôi rón rén bê cốc bia đến bên nhà văn quân đội Chu Lai nghe anh kể những lần tiểu đội anh luôn sâu đánh sân bay địch. Là một chiến sĩ đặc công xuất quỷ nhập thần, câu chuyện anh kể cũng như văn anh viết. Tôi trầm trồ thán phục tình huống anh nằm bên hàng rào dây thép gai, bị lính đi tuần hút thuốc lá ném tàn trúng lưng. Da thịt xèo xèo cháy mà anh vẫn phải dán mình xuống đất. Rồi chuyện, có thằng lính gác đi tuần cứ thế tè lên đầu anh, khai lòm. Những chi tiết này anh có viết trong truyện ngắn Lửa mắt đăng trên Tạp chí Văn nghệ Quân

đội. Thường kể xong câu chuyện, anh lại tớp sâu một hớp bia. Bọt bia trắng bám trên cặp ria xanh rì của anh trông ngộ ngộ.

Có lần, tôi thấy mắt nhà thơ Duy Khán đỏ hoe. Tôi bê cốc bia đến bên bàn anh hóng chuyện. Vóc người anh nhỏ thó, gầy gò nhưng giọng đọc thơ lại trầm ấm, truyền cảm. Nghe chuyện mới biết, đêm qua, anh ngồi viết khuya, quá giấc nên khó ngủ. Anh lang thang dọc phố Lý Nam Đế. Trời khuya, mưa lác rắc rơi. Thấy một ông lão đạp xích lô ướt đầm, anh chạy tới bảo ông xích lô dừng lại. Rồi anh ôm ông khóc nức bảo: Sao đêm hôm vất vả thế này!?. Rồi anh chạy lên phòng lấy chiếc áo mưa dành cho sĩ quan đưa ông mặc. Hiểu tấm lòng nhà thơ, ông cũng rung rung xúc động. Nghe nói sau này, họ là bạn của nhau. Thỉnh thoảng, ông lại qua số 4 Lý Nam Đế, nơi tọa lạc của Tạp chí Văn nghệ Quân đội gọi nhà thơ Duy Khán ra góc Vườn hoa Hàng Đậu làm cốc bia hơi râm ran chuyện trên trời, dưới biển.

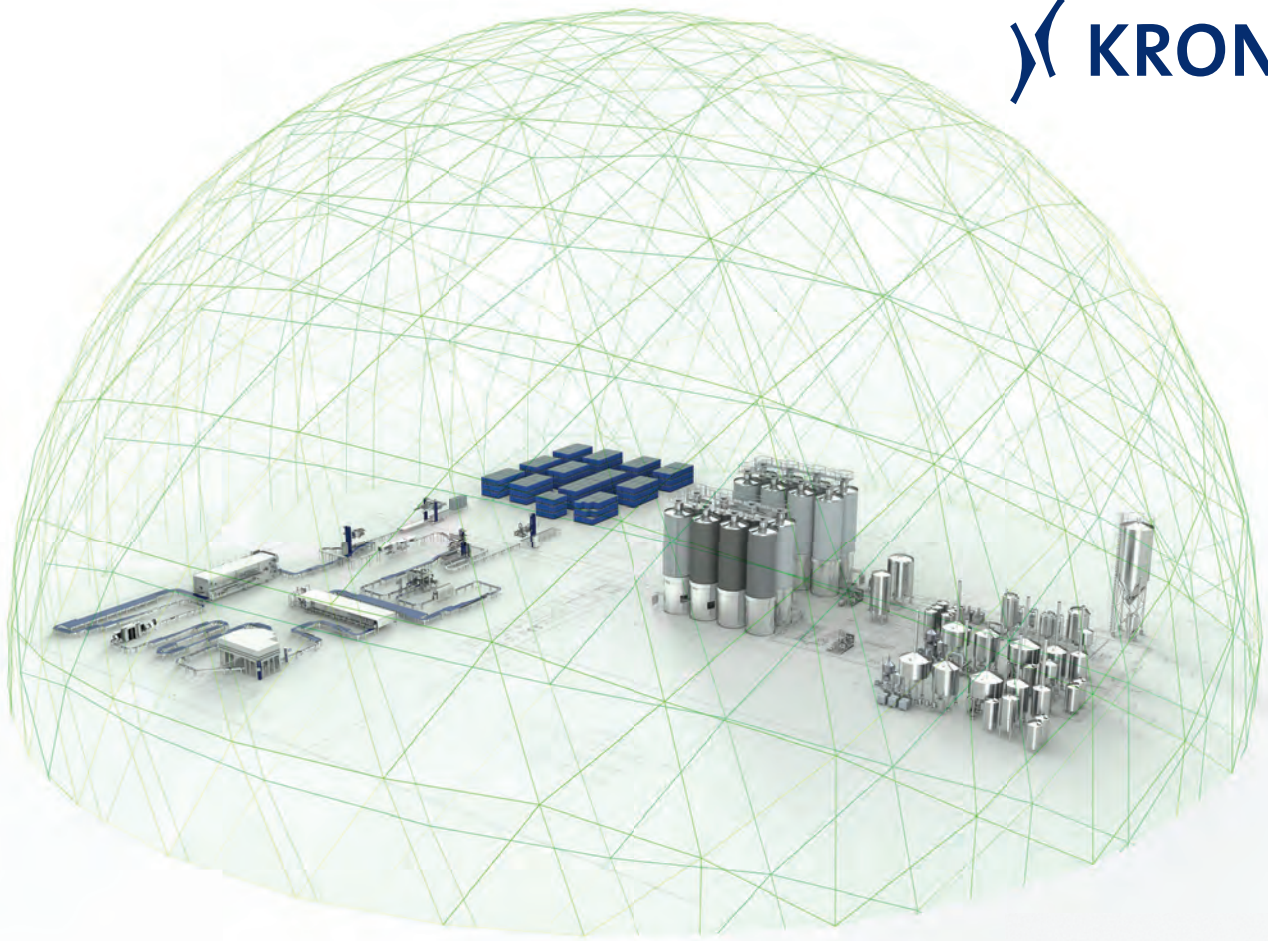
Có lần, tôi đến muộn nên không còn bia uống đành tiu nghỉu quay về. Có tiếng gọi và những bàn tay vẫy theo tôi. Đó là bàn các nhà văn quân đội hay ngồi.

Tôi ngồi né bên góc. Nhà thơ Hữu Thịnh lấy cốc sê cho tôi một nửa cốc bia của anh. Nhà thơ Nguyễn Đức Mậu cũng san cho tôi một ít. Đang khát, đang thèm, cốc bia của các anh sê cho, trào bọt trắng ngon vô cùng.

Tôi nhớ tới những vần thơ trong bài thơ “Năm anh em trên một chiếc xe tăng” của nhà thơ Hữu Thịnh. Tôi nhớ, có lần xuống bếp ăn ở số 8 Lý Nam Đế anh sê cho tôi mấy miếng thịt từ suất ăn của anh và chúc tôi lên mặt trận Vị Xuyên công tác an toàn, có nhiều bài hay, ảnh đẹp.

Lúc cuộc sống còn khó khăn, một cốc bia mấy người sê chưa đầy sao ngon đến vậy và cứ làm tôi nhớ mãi. ❖





## Với Krones Quý vị có tất cả những giải pháp cho nhà máy thông minh - “One Stop Shop”

Chúng tôi cung cấp:

- Công nghệ thổi chai nhựa  
*Stretch blow-moulding technology*
- Công nghệ chiết rót và đóng nắp  
*Filling and closing technology*
- Công nghệ chiết rót vô trùng  
*Aseptic filling*
- Công nghệ dán nhãn, in nhãn  
*Labelling, direct-printing and dressing technology*
- Công nghệ kiểm tra chất lượng sản phẩm  
*Inspection and monitoring technology*
- Công nghệ làm sạch và thanh trùng  
*Cleaning technology, rinsers and pasteurisers*
- Công nghệ đóng gói và chất pallet  
*Packing and palletizing technology*
- Công nghệ băng chuyền  
*Conveyor technology*
- Thiết kế hệ thống  
*Systems engineering*
- Công nghệ chế biến  
*Process technology*
- Công nghệ sản xuất bia  
*Brewing technology (Steinecker)*
- Công nghệ thông tin  
*Information technology*
- Hệ thống tái chế chai PET  
*PET recycling plants*
- Thiết kế nhà máy  
*Factory planning*

Địa chỉ liên hệ:

**Công ty TNHH Krones Việt Nam**

Phòng 2002, tòa nhà Pearl Plaza

561A Điện Biên Phủ, phường 25, quận Bình Thạnh, tp.HCM

Điện thoại: + 028 6290 6082/83/84

Email: [Info@kronesvn.com](mailto:Info@kronesvn.com)

Website: [www.krones.com](http://www.krones.com)

**Công ty TNHH Krones Việt Nam - Chi nhánh tại Hà Nội**

Phòng 314A, tầng 3, tòa nhà The Manor

Mễ Trì, Mỹ Đình 1, quận Nam Từ Liêm, Hà Nội

Điện thoại: +024 37666946/47

**Krones Việt Nam hân hạnh phục vụ Quý vị.**





# THANH NHIỆT BÊN TRONG TƯƠI TẮN BÊN NGOÀI



**SỢ NÓNG TRONG NGƯỜI  
UỐNG NGAY TRÀ THANH NHIỆT DR.THANH**

Thực phẩm bảo vệ sức khỏe Trà Thanh Nhiệt Dr. Thanh chai Pet 350ml. Thực phẩm bảo vệ sức khỏe Trà Thanh Nhiệt Dr. Thanh Không Đường chai Pet 350ml. Sản phẩm phù hợp cho trẻ em trên bốn tuổi và người trưởng thành. Sản phẩm này không phải là thuốc và không có tác dụng thay thế thuốc chữa bệnh. Công ty TNHH TM - DV Tân Hiệp Phát 219 Đại lộ Bình Dương, Phường Vĩnh Phú, Thị Xã Thuận An, Tỉnh Bình Dương