

Đồ uống

Việt Nam



SỐ 9 (2021)



HIỆP HỘI BIA - RƯỢU - NƯỚC GIẢI KHÁT VIỆT NAM

Website: www.vba.com.vn

ISSN 0866-7322



BIA HƠI HÀ NỘI

Một nét văn hóa Hà Nội



PHIÊN BẢN ĐẶC BIỆT

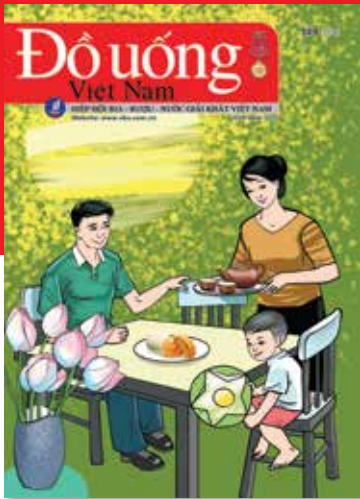
THÙNG 12

LON 500ml



Thêm lựa chọn - Thêm sáng khoái

NGƯỜI DƯỚI 18 TUỔI KHÔNG ĐƯỢC UỐNG RƯỢU, BIA



MỤC LỤC

THÁNG 9 - 2021

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. 37586837 - 0379982838
Fax: 024. 38218 433
Email: tapchidouong@gmail.com
Website: vba.com.vn

HỘI ĐỒNG BIÊN TẬP:

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

PHÓ TỔNG BIÊN TẬP PHỤ TRÁCH:

Nguyễn Văn Chương

THIẾT KẾ MỸ THUẬT

Cầm Tú

Liên hệ QUẢNG CÁO - PHÁT HÀNH:

Hotline: 024. 3758 6837
0979635798 / 0394902041

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 CP Đầu tư và Hợp tác quốc tế

Gia đình vui Tết Trung thu.
Tranh của họa sỹ **LÂM THAO**

4-5. Chưa nên xem xét tăng thuế tiêu thụ đặc biệt đối với sản phẩm đồ uống trong giai đoạn khó khăn này
Special consumption tax on alcoholic beverage should not be increased during this turmoil time

8-11. Các Hiệp hội đề xuất chiến lược "Phòng chống dịch theo Điểm" phục hồi sản xuất kinh doanh
Industrial Associations propose the strategy of "Prevention and control of the pandemic by location" to restore production and business activity

14-15. Chính phủ ban hành Nghị quyết hỗ trợ doanh nghiệp, HTX, hộ kinh doanh trong bối cảnh dịch COVID-19
The Government issued a Resolution to support enterprises, cooperatives and household businesses during COVID-19 epidemic.

16-18. Trung ương Đoàn cùng SABECO và nhãn hàng Bia Saigon trao 3 tỷ đồng cho 600 hộ kinh doanh gặp khó khăn do dịch Covid-19
Central Executive Committee along with SABECO and Saigon beer donate 03 billion VND to 600 household businesses under impact of Covid-19"

19. HEINEKEN Việt Nam ủng hộ trang thiết bị y tế cho Bệnh viện Bệnh Nhiệt đới Thành phố Hồ Chí Minh
HEINEKEN Vietnam donated medical equipments to Ho Chi Minh City Hospital for Tropical Diseases

20-21. Lãnh đạo Tân Hiệp Phát chia sẻ 4 kịch bản về phòng, chống dịch trong tương lai
Leaders of Tan Hiep Phat Group share 04 future scenarios for epidemic prevention and control

24-25. Sôi động khuyến mại cùng Bia Hà Nội
Exciting promotion along with Hanoi Beer

30-31. Triển lãm phiên bản trực tuyến thu hút hơn 4.000 lượt khách tham quan truy cập
The Online Exhibition attracted more than 4,000 visitors

34-35. Người tiêu dùng mong hàng hóa luôn được bình ổn và được chia sẻ trong lúc khó khăn
Consumers hope that the goods circulation stabilised and need help during these hard times.

CHƯA NÊN XEM XÉT TĂNG THUẾ TIÊU THỤ ĐẶC BIỆT ĐỐI VỚI SẢN PHẨM ĐỒ UỐNG TRONG GIAI ĐOẠN KHÓ KHĂN NÀY

Trong cuộc họp chuyên gia về đề xuất điều chỉnh mức thuế tiêu thụ đặc biệt (TTĐB) đối với các sản phẩm đồ uống có cồn, có ga, thuốc lá do Ủy ban Xã hội của Quốc hội tổ chức chiều 09/9 cùng tham gia có các đại diện Vụ Chính sách Thuế (Bộ Tài chính), đại diện Bộ Công Thương, Tổ chức Y tế Thế giới, Quỹ Phòng chống tác hại của thuốc lá (Bộ Y tế), Hiệp hội Bia – Rượu – Nước giải khát Việt Nam (VBA), Hiệp hội Thuốc lá Việt Nam, Lãnh đạo đại diện cho cộng đồng doanh nghiệp ngành Đồ uống đã tham gia đóng góp ý kiến.

■ NGUYỄN ANH

Mục tiêu của việc tăng thuế TTĐB đối với sản phẩm rượu, bia, thuốc lá là tiến tới giảm lượng người tiêu dùng, từ đó giảm sản lượng sản xuất. Tuy nhiên, nhiều chuyên gia cho rằng để giảm tiêu dùng cần nhiều giải pháp đồng bộ khác.

Phát biểu tại cuộc họp, PGS.TS Nguyễn Văn Việt – Chủ tịch VBA đã đưa ra ý kiến về việc tăng mức thuế TTĐB đối với đồ uống có cồn, có ga. Ông Nguyễn Văn Việt cho biết, ngành Đồ uống có bề dày lịch sử lâu dài, trở thành một ngành sản xuất truyền thống. Bia, rượu là sản phẩm gắn liền với các tín ngưỡng, lễ hội. Ở Việt Nam có truyền thống sử dụng rượu, bia trong thờ cúng tổ tiên, lễ tết, ngày lễ hội...

Ngành Đồ uống là một ngành kinh tế đóng góp lớn cho sự phát triển của đất nước. Sản xuất của ngành đáp ứng nhu cầu tiêu dùng trong nước và một phần xuất khẩu, đẩy lùi vấn nạn hàng lậu, hàng giả, thúc đẩy phát triển ngành dịch vụ, du lịch. Hàng năm, ngành giải quyết việc làm cho hàng triệu lao động trực tiếp và gián tiếp trong chuỗi cung ứng. Ngoài ra, các doanh nghiệp trong ngành



Doanh thu và lợi nhuận toàn ngành Đồ uống năm 2020 đều giảm so với năm 2019.

còn luôn tích cực tham gia công tác an sinh xã hội, trách nhiệm cộng đồng (mỗi năm ngành chi cho công tác này ước khoảng trên 100 tỷ đồng); ngành đóng góp vào ngân sách nhà nước khoảng 60 ngàn tỷ đồng/năm.

Từ năm 2020, ngành Đồ uống chịu tác động của “cơn lốc” dịch bệnh Covid-19 đã ảnh hưởng rất nghiêm trọng đến hoạt động sản xuất, kinh doanh của doanh nghiệp. Doanh thu, lợi nhuận toàn ngành năm 2020 lần lượt giảm 16% và 67% so với năm 2019. Việc thực hiện nghiêm các Chỉ thị

15,16,19 của Thủ tướng Chính phủ về đảm bảo an toàn trong phòng, chống dịch Covid - 19 gây khó khăn trong việc tiếp cận khách hàng, chuỗi cung ứng bị gián đoạn dẫn tới cầu giảm đột ngột. Nhiều doanh nghiệp thực hiện giãn cách hoặc ngưng sản xuất, cắt giảm lao động để giảm tối đa chi phí. Nguồn nguyên liệu đầu vào tăng, hàng tồn kho lớn, phát sinh chi phí sản xuất 3 tại chỗ, xét nghiệm Covid-19 lớn... làm tăng thêm gánh nặng cho doanh nghiệp.

Liên quan tới vấn đề thuế TTĐB, cần tham khảo kinh nghiệm quốc tế, tuy nhiên phải đầu tư nghiên cứu, xem xét để phù hợp với tình hình thực tế tại Việt Nam, làm sao hài hòa lợi ích của nhà nước, doanh nghiệp và người dân. Khi xây dựng Luật cần đầu tư nghiên cứu đánh giá tác động về mặt kinh tế và xã hội. Nhà nước cần quan tâm hơn nữa tới các chính sách quản lý hoạt động sản xuất rượu thủ công, bởi việc thất thu ngân sách từ khu vực đồ uống có cồn phi chính thức là rất lớn. Theo Báo cáo Tổng quan về hệ thống chính sách thuế đối với ngành sản xuất rượu và đề xuất kiến nghị - CIEM 2020 - Tổn thất về thuế đối với rượu thủ công gây ra vào khoảng 751,582 triệu USD, chiếm 29% tổng tổn thất về thuế từ khu vực phi chính thức.

Đối với sản phẩm đồ uống có đường, theo kinh nghiệm quốc tế đã cho thấy việc áp dụng thuế TTĐB đối với đồ uống có đường không giúp giảm tỷ lệ thừa cân, béo phì trong cộng đồng và một số quốc gia đã phải bãi bỏ chính sách thuế này sau thời gian ngắn thực hiện như Đan Mạch hay Indonesia. Thay vì sử dụng công cụ thuế, Chính phủ nên đẩy mạnh các chương trình giáo dục, nâng cao nhận thức cộng đồng, khuyến khích người tiêu dùng thay đổi thói quen ăn uống, tăng cường vận động.

Tại cuộc họp, ông Nguyễn Văn Việt - Chủ tịch VBA đã kiến nghị với Quốc hội, Chính phủ một số nội dung trọng tâm của chính sách thuế ngành Đồ uống hiện nay: (i) Cần nghiên cứu kinh nghiệm quốc tế nhằm cải cách những bất cập trong chính sách thuế hiện nay, đánh giá và xây dựng chiến lược thuế TTĐB cho ngành Đồ uống để đạt được mục tiêu kép bảo vệ sức khỏe cộng đồng và đảm bảo nguồn thu ngân sách nhà nước bền vững cũng



nghư phù hợp với Việt Nam và xu hướng của thế giới; (ii) Thời điểm này chưa nên xem xét về việc tăng thuế TTĐB đối với đồ uống có cồn và chưa nên đánh thuế TTĐB đối với đồ uống có ga...

Kết luận tại cuộc họp, bà Nguyễn Thúy Anh – Chủ nhiệm Ủy ban Xã hội của Quốc hội cho biết sẽ tiếp thu các ý kiến góp ý của các chuyên gia, doanh nghiệp liên quan tới chính sách thuế TTĐB đối với sản phẩm thuốc lá, bia, rượu. Tiếp tục nghiên cứu, lắng nghe nhiều ý kiến hơn nữa để có đánh giá tác động đa chiều, đưa chính sách thuế TTĐB phù hợp với thực tiễn xã hội. ■

SPECIAL CONSUMPTION TAX ON ALCOHOLIC BEVERAGE SHOULD NOT BE INCREASED DURING THIS TURMOIL TIME

On the 09th September 2021, an industry meeting was organised to discuss the possibility of an adjustment on special consumption tax on alcoholic beverages, carbonated drinks and tobacco products in Vietnam. The meeting is joined with hundreds of experts and representatives from Legislative and State agencies (Ministry of Industry and Trade, Tobacco Control Fund - Ministry of Health, Department of Tax policy - Ministry of Finance) WHO, Beverage and Tobacco industries and media. During the meeting, industries' leaders have voiced various concerns and their own ideas and initiatives.

■ **NGUYEN ANH**

The special consumption tax rate increase on alcohol, beer and tobacco products aims to reduce the number of consumers, thereby reducing production output. However, many experts argued that in order to reduce overall consumption, various set of solutions need to be executed simultaneously.

Speaking at the meeting, Assoc. Prof. Dr. Nguyen Van Viet - Chairman of Vietnam Beer - Alcohol - Beverage Association (VBA) gave his opinions on the proposed tax adjustments.

Beverage industry has a long history in Vietnam, eventually evolved to traditional manufacturing industry. Beer and alcohol products became associated with Vietnamese own belief and festivals and are used as one of essential offerings in ancestor shrines.....

Beverage industry is an economic sector that makes great contribution to the development of the country. The industry's production has fulfilled all of the domestic demand and partially, exporting, driven back the problematic consumption of contraband and counterfeit, and promoted the development of the supporting and tourism industries. Every year,



The industry's revenue and profit in 2020 all decrease in comparison with 2019.

the industry creates millions of direct and indirect jobs in the supply chain. In addition, businesses in the industry have always been actively involved in social security and community responsibility actions (over 100 billion VND is estimated to be spent every year by the industry in this field alone). The industry contributes to the State budget about 60,000 billion VND/year (~2.7 billion USD/year).

Since 2020, the Beverage industry has been badly damaged by the "whirlwind" named Covid-19 epidemic which leads to serious production and business setbacks. The revenue and profit in 2020 overall decreased by 16% and 67% respectively

compared to 2019. The strict implementation of Prime Minister's Directives 15, 16, 19 on ensuring safety and prevention and control of the Covid-19 epidemic has created stressful strains on the industry: the supply chain is interrupted, makes it harder for products to reach customers and creates quick drop in demand. Many businesses have downsized their production and workforce or even implemented full shut-down to minimize costs. The increase in input materials, large inventories, the implementation of 03-in-01-place model of production, mass Covid-19 testing... have added tremendous burdens on businesses.

Regarding the special consumption tax, it is necessary to not only refer to international experience but also to conduct throughout research to make policies that fit actual situation in Vietnam and truly satisfy all interests of the State, enterprises and the people. During the policy making process, legislators should properly conduct assessment of possible economic and social impacts. There should also be more legislative effort to manage the production of artisanal alcohol because of huge budget deficit related to these types of products. According to the Overview Report on Tax Policy System for the alcohol production industry and Proposal - CIEM 2020 - Tax losses for artisanal alcohol is about 751.6 million USD, accounting for 29% of the total tax losses.

For sugary drinks, international experience has shown that the implementation of the special consumption tax on sugary drinks does not help reduce the rate of overweight and obesity in the community. Some countries even had to abolish the tax application after a short period of implementation. For examples: Denmark or Indonesia. Instead of using tax mechanisms, the Government should promote educational programs, communities awareness campaigns, encouraging consumers to change their eating habits and exercise more.

At the meeting, Mr. Nguyen Van Viet also proposed to the National Assembly and the Government a number of initiatives related to current tax policy on beverage: (i) It is necessary to consult international experience in order to reform inadequacies within the current tax system; have proper situational assessment and strategy on the special consumption tax for the beverage industry to achieve the dual goals of public health



protection and State budget sustainability; (ii) At current time, there should not be any increase in the special consumption tax for alcoholic drink and especially no new special consumption tax on carbonated drink...

To close the meeting, Ms. Nguyen Thuy Anh, Chairwoman of the National Assembly's Social Affairs Committee, expressed that she would take into consideration the ideas and initiatives related to the policy for the special consumption tax on tobacco, beer and alcohol from experts and businesses' representatives. She will continue to listen to more opinions and conduct more in-depth research to assess all possible impacts on the industries so that the special consumption tax policy could become more in-line with social reality. ■

CÁC HIỆP HỘI ĐỀ XUẤT CHIẾN LƯỢC “PHÒNG CHỐNG DỊCH THEO ĐIỂM” PHỤC HỒI SẢN XUẤT KINH DOANH

Ngày 16/9, Hiệp hội Bia – Rượu – Nước giải khát Việt Nam (VBA) cùng 13 Hiệp hội doanh nghiệp, đại diện cho các doanh nghiệp chủ lực của Việt Nam (đồ uống, thực phẩm, công nghiệp, điện tử, thủy sản, dệt may...) đã ký văn bản gửi tới Thủ tướng Chính phủ về đề xuất chiến lược “Phòng chống dịch theo Điểm” phục hồi sản xuất, kinh doanh an toàn trong bối cảnh chống dịch mới.

■ NGUYỄN ANH



Tiêm vaccine là biện pháp bảo vệ hàng đầu phòng, chống Covid-19.

Đợt bùng phát dịch Covid -19 lần thứ 4 khiến việc giãn cách xã hội tại Hà Nội, thành phố Hồ Chí Minh và nhiều tỉnh miền Nam đã kéo dài từ 2 đến 3 tháng. Giãn cách, phong tỏa diện rộng và kéo dài khiến các doanh nghiệp (DN) gặp rất nhiều khó khăn và tình hình này không thể kéo dài. So với cùng kỳ năm trước, chỉ số sản xuất ngành công nghiệp (IIP) của thành phố Hồ Chí Minh tháng 8/2021 giảm 49,2%, tổng mức bán lẻ hàng hóa và doanh thu dịch vụ tiêu dùng giảm 59,4%... Nhiều doanh nghiệp đứng trước nguy cơ phá sản, chuỗi cung ứng trong nước và quốc tế bị đứt gãy, người lao động mất việc làm, nông - ngư dân không tiêu thụ được sản phẩm. Nhiều lao động ở các tỉnh không có việc làm, không có lương thực và tiền dự trữ.

Trước tình hình cấp bách đó, các Hiệp hội DN đã có đề xuất chiến lược "Phòng chống dịch theo Điểm" thống nhất quản lý trên toàn quốc để vừa từng bước phù hợp phục hồi kinh tế, mà vẫn kiểm chế được dịch.

Các biện pháp phòng chống dịch cần thống nhất trên toàn quốc

14 Hiệp hội DN đồng lòng kiến nghị Chính phủ ban hành Chỉ thị phòng chống dịch (PCD) phù hợp với quan điểm và tình hình mới thay thế Chỉ thị số 15,16 do dịch bệnh đã chuyển giai đoạn mới, mục tiêu "Zero Covid-19" đã chuyển sang "sống chung với Covid - 19". Chỉ thị mới cần phải quy định thống nhất các tiêu chí, điều kiện PCD - phục hồi kinh tế



Sử dụng phần mềm quản lý, khai báo online đạt hiệu quả cao trong phòng chống dịch bệnh.

và được áp dụng thống nhất trên toàn quốc.

Công dân được tham gia giao thông và các hoạt động xã hội (trừ hoạt động tập trung đông người) khi có xét nghiệm (XN) âm tính. XN âm tính có giá trị trong vòng 14 ngày đối với người đã tiêm 2 mũi vaccine hoặc khỏi bệnh, 5 ngày đối với người đã tiêm 1 mũi, 3 ngày đối với người chưa tiêm vaccine. Các tổ chức, cá nhân tự XN, tự khai báo trên phần mềm quản lý quốc gia, tự chịu trách nhiệm pháp lý đối với khai báo của mình. Thống nhất 1 phần mềm quản lý, khai báo PCD online trên toàn quốc.

Các Hiệp hội kiến nghị nên trao quyền chủ động trong mô hình và phương thức tổ chức sản xuất cũng như vận hành PCD cho các tổ chức/DN. Không cực đoan đóng cửa DN nếu lây nhiễm chỉ trong phạm vi hẹp của 1 dây chuyền/phân xưởng/bộ phận riêng biệt.

Chính phủ lập tổ đặc biệt để kiểm tra, giám sát lưu thông, chống ách tắc hàng hóa bằng đường dây

nóng. Các địa phương chỉ được phép kiểm tra PCD đối với người trên các phương tiện vận chuyển tại điểm đi và điểm đến.

Các tỉnh, thành cần thành lập Tổ công tác hỗ trợ doanh nghiệp, có kênh liên lạc trực tiếp với Tổ công tác đặc biệt của Thủ tướng để kịp thời giải quyết các vấn đề của DN.

Xây dựng các trạm y tế lưu động và cố định tại các khu công nghiệp. Khuyến khích các DN nằm ngoài khu công nghiệp xây dựng tổ y tế lưu động phản ứng nhanh để phòng chống dịch cho CBCNV của mình và gia đình CBCNV của DN. Tăng cường trang thiết bị và năng lực cho các cán bộ y tế cơ sở.

Chấp thuận các văn bản scan, gửi online để được giải quyết các thủ tục phục vụ SXKD và hành chính cho tới khi thực hiện dịch vụ công cấp độ 4. Quyết liệt triển khai dịch vụ công cấp độ 4 chậm nhất quý I năm 2022.

Cho phép người lao động đang mắc kẹt ở các khu nhà trọ được về quê hoặc quay trở lại làm

việc trước khi XN. XN miễn phí, hỗ trợ tiền đi đường để họ có thể về quê hoặc đi làm khi có XN âm tính. Xã/phường nơi đến có trách nhiệm hướng dẫn cách ly, XN lại trong 14 ngày.

Chính phủ cần quán triệt các địa phương ưu tiên tiêm vaccine cho người lao động, vận chuyển, sau tuyến đầu chống dịch, người già và người có bệnh nền.

Áp dụng quản lý phòng chống dịch bệnh theo Điểm

Trong quản lý dịch bệnh theo Điểm, các Hiệp hội kiến nghị không nên áp dụng cách ly, phong tỏa theo vùng địa lý, quản lý, PCD theo Điểm (điểm dân cư, điểm dịch vụ, điểm sản xuất, điểm có F0 là điểm đỏ). Tập trung quản lý dịch bệnh bằng việc xét nghiệm định kỳ và xác suất theo từng điểm. Lấy Tổ dân phố, Tổ Covid cộng đồng làm nòng cốt PCD tại các Điểm dân cư. Các tổ chức, DN chủ động sắp xếp số lao động tham gia làm việc tại các Điểm.

Tại điểm sản xuất, tự chủ lập phương án PCD, thực hiện an toàn 5K, XN xác suất 10% lao động với tần suất 07 ngày một lần. Bộ Y tế ban hành công điện hướng dẫn rõ ràng cho DN toàn quốc về quy tắc test Covid trong nhà máy/DN (tỷ lệ số công nhân phải test, thời gian test - cho các trường hợp: chưa tiêm vaccine, đã tiêm 1 mũi và đã tiêm 2 mũi). Tổ chức SX theo khu vực, giờ ăn linh hoạt, hạn chế tiếp xúc. Phun khử khuẩn hàng ngày, vệ sinh mũi, họng bằng nước muối, xông tinh dầu. Khi có F0, khoanh vùng, tách F0, F1, chủ động phương án cách ly, điều trị,



Hàng hóa dồi dào đáp ứng nhu cầu người tiêu dùng.

khôi phục SX trong ngày đồng thời thông báo y tế địa phương.

Trong các điểm dân cư, chỉ cách ly căn hộ/căn nhà có F0, căn hộ khác trong toà nhà nếu XN âm tính thì không phải cách ly. Trong cùng 1 tầng có 2 căn hộ trở lên có F0 thì cách ly cả tầng. Cách ly cả toà nhà, ngõ, phố nếu có F0 từ 05 tầng/5 nhà khác nhau trở lên.

Phòng, chống dịch trong giao thông vận tải, các Hiệp hội đề nghị các địa phương bãi bỏ các hạn chế về vận tải hàng hóa giữa các vùng. Chỉ kiểm tra tại điểm đầu và điểm đến. Nếu đến từ các vùng có dịch, tuân thủ 5K + XN âm tính trong 72 giờ + nguyên tắc "bong bóng" (không tiếp xúc). Các vùng khác chỉ cần 5K. Các cá nhân phải có XN âm tính khi tham gia giao thông theo quy định.

Cách ly, xét nghiệm và điều trị Covid-19

Trong cách ly y tế, các F0 được cách ly tại nhà nếu điểm đó là điểm dân cư và điểm dịch vụ. Tại điểm sản xuất, F0 được cách ly tại chỗ,

tại nhà hoặc cách ly tập trung theo yêu cầu của chủ điểm đó dưới sự theo dõi của y tế. Các F1 tự XN, tự cách ly trong 09 ngày, XN 3 lần âm tính (XN lần cuối PCR).

Các Hiệp hội đề xuất Chính phủ cho phép các tổ chức y tế được phép bán kit XN theo giá cạnh tranh, giảm giá cho người dân và DN. Các tổ chức, cá nhân tại các Điểm tự lấy mẫu, tự XN hoặc thuê tổ chức y tế XN. Y tế phường, quận, y tế lưu động tổ chức XN đối với Điểm dân cư và Điểm dịch vụ. Tổ chức y tế, bệnh viện, y tế lưu động (của địa phương hoặc của DN) xét nghiệm đối với Điểm sản xuất.

Về chi phí xét nghiệm và điều trị, ngân sách NN chi trả các chi phí cho các cá nhân chưa có bảo hiểm y tế. Bảo hiểm y tế chi trả các chi phí cho các cá nhân đóng bảo hiểm. Các bệnh viện, tổ chức y tế tư nhân được phép thu phí XN và điều trị. Chi phí XN và PCD của các tổ chức, DN được khấu trừ vào chi phí doanh nghiệp hoặc kinh phí Công đoàn, phí bảo hiểm xã hội.



Chính sách hỗ trợ của nhà nước giúp doanh nghiệp "hồi sức".

Mong Chính phủ tiếp tục có chính sách để hỗ trợ DN "hồi sức"

VBA và 13 Hiệp hội DN kiến nghị Chính phủ chỉ đạo thực hiện miễn, giảm các loại thuế, phí, tiền điện, nước các biện pháp đã nêu trong Nghị quyết 105/NQ-CP, kiểm tra tiến độ và hiệu quả thực hiện: Chính sách hỗ trợ lãi suất ngân hàng, gia hạn nợ, miễn, giảm

các loại thuế, phí, tiền điện, nước cho các DN, HTX, hộ kinh doanh bị ảnh hưởng nặng bởi dịch bệnh; Miễn, giảm, hỗ trợ liên quan đến: BHXH, kinh phí công đoàn.

Hỗ trợ các nhà máy, cụm nhà máy, khu công nghiệp lập các cơ sở lưu trú, lập các trạm y tế tại chỗ hoặc lưu động để triển khai PCD.

Hỗ trợ đối với các cá nhân, hộ

kinh doanh, DN vừa và nhỏ như: Cho phép cộng lãi suất ngân hàng vào dư nợ gốc trong 24 tháng; Gia hạn nợ 12 tháng đối với dư nợ ngắn hạn, 24 tháng đối với nợ trung, dài hạn.

Ngoài ra các Hiệp hội đề nghị Bộ Y tế theo dõi thống kê dữ liệu dịch bệnh, tỷ lệ nhiễm bệnh khi đã tiêm 1 mũi hoặc 2 mũi vaccine, thời gian vaccine hết tác dụng, nguyên nhân tử vong để có cơ sở khoa học trong phòng chống dịch; Tổng kết việc thử nghiệm lâm sàng đối với các loại thuốc đã đưa vào điều trị.

Đề nghị Bộ Y tế xem xét đưa việc "khô mũi họng bằng nước muối" thành tuyên truyền chống dịch 6K. Tăng cường tuyên truyền nâng cao khả năng tự quản lý dịch bệnh, tự chịu trách nhiệm của tổ chức, cá nhân; hướng dẫn chiến lược "sống chung với dịch bệnh". Tổ dân phố đưa thông tin trực tiếp đến người dân ở các khu lao động nghèo, các xóm trọ công nhân.■

On September 16, the Vietnam Beer - Alcohol - Beverage Association (VBA) and 13 other business associations, representing key businesses of Vietnam (beverage, food, industry, electronics, seafood, textiles, etc.) signed and submitted their documents to the Prime Minister on the proposal of the strategy of "Prevention and control of the pandemic by location" to restore production and business activities in the new scenario of pandemic prevention and control.

The Associations proposed to implement a single and nationwide set of measures for the pandemic prevention and control, adjust the new Directive to better suited to new situations, autonomy in management should be given to manufacturers and businesses during the pandemic and citizens tested negative for COVID-19 should be allowed to participate in traffic and social activities. Applying the strategy of pandemic prevention and control according to the locations (residential locations, production locations and service locations). the whole business should not be closed completely if the infection only happens within a separate part of production line/factory. The Associations would like the Government to make tax exemption or reduce taxes, fees, electricity and water bills along the measures mentioned in Resolution 105/NQ-CP, and make assessment of policies implementation, such as the bank interest support policy, debt extension; exemption or reduction of taxes, fees, electricity and water bills, social insurance, union fee; allowing businesses to put bank interest debts into the category of debit balance in 24 months; 12 months extension for short-term debit balance, 24 months extension for medium and long-term debit balance...

MÙA THU LỊCH SỬ CHÚNG TA CÓ BÁC HỒ

Cứ đến mùa thu về, nhân dân ta lại nhớ đến Cách mạng Tháng 8 và Quốc khánh 2/9. Đó là mốc son chói lọi đã đi vào lịch sử của dân tộc, một ngày trọng đại không thể nào quên của mỗi công dân nước Việt anh hùng, với những cảm xúc dâng trào, niềm tự hào dân tộc và bồi hồi nhớ Bác Hồ kính yêu.

■ NGUYỄN KIM KHANH

Những hình ảnh thân thương, những câu nói giản dị rất đời thường, nhưng đầy ý nghĩa của Bác trong ngày mồng 2 - 9 lịch sử vẫn còn nguyên giá trị, vẫn còn đó vang vọng tiếng Bác nơi đây, như hồn thiêng sông núi nước Nam, khẳng định sức mạnh trường tồn của dân tộc.

Tuyên ngôn Độc lập bất hủ 2/9/1945, khai sinh ra nước Việt Nam Dân chủ Cộng hòa đã mở ra một kỷ nguyên mới cho dân tộc - kỷ nguyên độc lập, tự do, một trang sử hào hùng nhất của thời đại của dân tộc ta đã sang trang. Lần đầu tiên người dân Việt Nam có quyền ngẩng cao đầu, tự hào mình đã trở thành công dân của một nước tự do và độc lập.

Ngày 2/9/1945 là thời khắc lịch sử thiêng liêng nhất của dân tộc ta, bởi 80 năm nô lệ giặc Tây, thời khắc mà không khí, đất trời nước Nam khí thế cách mạng rung chuyển, sục sôi như dòng sông cuộn chảy, như thác lũ tràn về và lòng người dân Việt như hòa quyện vào nhau

dưới lá Cờ đỏ Sao vàng, để chào mừng một sự kiện lịch sử vĩ đại nhất của dân tộc mình.

Chúng ta vô cùng xúc động nhìn hình ảnh không thể nào quên, hàng chục vạn người đứng trang nghiêm chào Quốc kỳ và hát vang bài Quốc ca tại vườn hoa Ba Đình lịch sử, nhìn lá Cờ thiêng liêng của Tổ quốc đỏ thắm tung bay trước gió, hòa quyện trong bài Quốc ca hùng tráng được vang lên mà cảm xúc dâng trào mãnh liệt:

*“Đoàn quân Việt Nam đi
Chung lòng cứu quốc
Bước chân dồn vang trên đường
gập ghềnh xa
Cờ in máu chiến thắng mang hồn nước
Súng ngoài xa chen khúc quân hành ca...”*

Hồn thiêng sông núi nước Nam, đang hùng hực truyền cảm hứng, như chảy vào con tim, vào khối óc, như thổi thức con tim đầy nhiệt huyết cách mạng của hàng triệu người



dân Việt Nam trong ngày 2/9/1945. Hàng vạn người hát Quốc ca trong ngày độc lập, người dân đất Việt như một sự đồng cảm, có một điều gì đó rất thiêng liêng dành cho Tổ quốc lúc vinh quang và rất đỗi tự hào này. Thông qua ngày Độc lập, họ muốn gửi gắm tình yêu quê hương và tương lai tươi sáng của đất nước sau này, cùng với đó là lòng tự hào và tự tôn dân tộc, vì thế, tinh thần cách mạng Tháng 8 và Quốc khánh 2 - 9 đã trở nên mạnh mẽ, đã truyền cho ta khí thế, sức sôi của 4.000 năm lịch sử dựng nước và giữ nước của ông cha ta cho đến tận ngày nay. Đó chính là nguyên khí Quốc gia, đó là tinh thần dân tộc cao cả.

Cách đây 76 năm, ngày 2/9/1945, trước hàng chục vạn đồng bào Thủ đô và người dân các vùng lân cận, Chủ tịch Hồ Chí Minh long trọng tuyên bố một cách vững chắc và hào hùng với thế giới rằng: “Nước Việt Nam có quyền hưởng tự do và độc lập, và thật sự đã thành một nước tự do, độc lập. Toàn thể dân tộc Việt Nam quyết đem tất cả tinh thần và lực lượng, tính mạng và của cải để giữ vững quyền tự do và độc lập ấy”. Tự bao giờ, trái tim của mỗi người dân đất Việt lại khắc ghi những xúc cảm, những khoảnh khắc vô cùng thiêng liêng, tự hào của ngày mùng 2 tháng 9 năm nào?

Dưới sự lãnh đạo của Đảng, đất nước ta đã vượt qua bao khó khăn, biến cố, thăng trầm của lịch sử, nhất là niềm vui của ngày đại thắng 30/4/1975, sau 30 năm đấu tranh gian khổ đầy hy sinh mất mát để thống nhất đất nước, Bắc Nam sum họp một nhà, điều mà Bác Hồ hằng mong ước trước lúc đi xa, giờ đã trở thành hiện thực. Đất nước sau 35 năm đổi mới đã đạt được những thành tựu quan trọng về mọi mặt, kinh tế nước ta duy trì được tốc độ tăng trưởng bình quân ở mức khá cao; chính trị, xã hội ổn định, đời sống của nhân dân được cải thiện rõ rệt; các lĩnh vực an sinh xã hội, y tế, giáo dục - đào tạo, khoa học - công nghệ,

bảo vệ môi trường, phát triển văn hoá, xây dựng con người Việt Nam... có nhiều chuyển biến tích cực, có mặt khá nổi bật; Hoạt động đối ngoại và hội nhập quốc tế được đẩy mạnh, không ngừng mở rộng và đi vào chiều sâu... Mặc dù 2 năm nay dịch Covid - 19 đã và đang ảnh hưởng lớn tới kinh tế - xã hội cũng như đời sống của người dân, song dưới sự lãnh đạo của Đảng, sự điều hành của Chính phủ và sự đồng lòng, đoàn kết của toàn dân, chúng ta sẽ nhất định vượt qua khó khăn, đẩy lùi dịch bệnh, đất nước sẽ đạt được các mục tiêu quan trọng mà Nghị quyết Đại hội Đảng lần thứ 13 đã đề ra.

Năm nay, nhân dân cả nước mừng Quốc khánh trong bối cảnh phòng chống dịch Covid-19, chúng ta lại nhớ đến Bác Hồ - vị lãnh tụ vĩ đại, Anh hùng giải phóng dân tộc, danh nhân văn hóa kiệt xuất, vị cha già dân tộc... Tuy Bác đã đi xa nhưng tinh thần, đức trọng tài cao của Người cùng hình bóng Người luôn là tấm gương sáng trong tâm khảm trái tim người dân đất Việt cùng với thời gian và non sông đất nước. Cứ đến dịp Quốc khánh, mỗi người Việt Nam dù đang bất kỳ nơi đâu cũng không khỏi xúc động bồi hồi, khi nhớ lại khí thế đầy hào hùng, sôi sục và náo nức của những ngày đầu cách mạng, đặc biệt là ngày Quốc khánh 2/9/1945 lịch sử năm nào.

Dù cho năm tháng qua đi, thế giới ngày nay đang có nhiều đổi thay, có thuận lợi và có cả những khó khăn, phức tạp, nhưng tinh thần của Cách mạng Tháng 8 và Tuyên ngôn Độc lập 2/9 vẫn đời đời bất diệt, sống mãi với thời gian, trong tâm hồn mỗi người dân Việt Nam trong hôm nay và các thế hệ mai sau. Vì thế, Toàn Đảng, toàn dân, toàn quân chúng ta đồng lòng, đoàn kết, quyết tâm xây dựng thành công nước Việt Nam dân giàu, nước mạnh, xã hội dân chủ, công bằng, văn minh, đúng như ý nguyện của Bác. ■

CHÍNH PHỦ BAN HÀNH NGHỊ QUYẾT HỖ TRỢ DOANH NGHIỆP, HTX, HỘ KINH DOANH TRONG BỐI CẢNH DỊCH COVID-19

Ngày 9/9, Chính phủ ban hành Nghị quyết số 105/NQ-CP về hỗ trợ doanh nghiệp (DN), hợp tác xã (HTX), hộ kinh doanh trong bối cảnh dịch COVID-19.

Theo đó, tập trung khôi phục, phát triển hoạt động sản xuất, kinh doanh; hỗ trợ, tháo gỡ kịp thời các khó khăn, vướng mắc, điểm nghẽn cản trở hoạt động sản xuất, kinh doanh, giảm thiểu tối đa số DN, HTX, hộ kinh doanh tạm ngừng hoạt động, giải thể, phá sản do tác động bởi dịch COVID-19. Phần đầu hết năm 2021 lũy kế ít nhất khoảng 1 triệu lượt khách hàng là DN, HTX, hộ kinh doanh được hưởng chính sách tín dụng hỗ trợ ứng phó dịch bệnh; đại đa số DN, HTX quay trở lại sản xuất...

Một số nhóm nhiệm vụ, giải pháp chủ yếu sau đây:

Thực hiện quyết liệt, hiệu quả các biện pháp phòng, chống dịch COVID-19, đồng thời tạo điều kiện thuận lợi cho DN, HTX, hộ kinh doanh phục hồi, duy trì và phát triển sản xuất, kinh doanh gắn với bảo đảm an toàn phòng, chống dịch

Chính phủ giao Bộ Y tế chủ trì, phối hợp với các bộ, ngành, địa phương tiếp tục phân bổ hợp lý, hiệu quả nguồn vaccine phòng COVID-19, bổ sung các đối tượng ưu tiên tiêm, bao gồm người lao động của DN, HTX, hộ kinh doanh tại các vùng kinh tế trọng điểm, khu kinh tế, khu công nghệ cao, khu công nghiệp, cụm công nghiệp,...

Nhà nước thực hiện việc kiểm

tra chất lượng, cấp phép, bảo quản và tổ chức tiêm vaccine miễn phí cho mọi người dân; hướng dẫn cụ thể các địa phương về việc xét nghiệm và các điều kiện cần thiết đối với người lao động làm việc tại các DN, HTX, hộ kinh doanh để sớm được tham gia lưu thông và các hoạt động sản xuất kinh doanh.

Hỗ trợ DN, HTX, hộ kinh doanh tiếp cận hạ tầng công nghệ thông tin để phục vụ làm việc trực tuyến, từ xa.

Đảm bảo ổn định sản xuất, lưu thông hàng hoá thông suốt, hiệu quả, an toàn, khắc phục gián đoạn chuỗi cung ứng.

Chính phủ yêu cầu Bộ Giao thông vận tải hướng dẫn các địa phương thực hiện thống nhất “luồng xanh” vận tải đường bộ và đường thủy toàn quốc, liên tỉnh, liên vùng để vận chuyển hàng hóa an toàn, thông suốt trên nguyên tắc đơn giản hóa thủ tục, nhanh chóng, thuận lợi; khai thác lợi thế của việc vận chuyển hàng hóa bằng đường sắt trong chuỗi cung ứng sản phẩm; không quy định thêm các điều kiện, giấy phép cản trở lưu thông hàng hoá; không để xảy ra tiêu cực, làm tăng chi phí của DN, HTX, hộ kinh doanh.

Đồng thời, Bộ Công Thương chủ trì tăng cường quản lý thị trường, đảm bảo cân đối vật tư, hàng hoá quan trọng, thiết yếu

đối với sản xuất và đời sống, không để lợi dụng tăng giá; hỗ trợ các DN, HTX, hộ kinh doanh tham gia chương trình xúc tiến thương mại trực tuyến; kết nối cung cầu, hội chợ triển lãm trên môi trường số...

Cho phép DN, HTX, hộ kinh doanh được nộp bản sao scan có xác nhận bằng chữ ký số đối với các chứng từ phải nộp bản giấy là bản chính dưới dạng giấy/ bản sao y công chứng/chứng thực theo quy định của các bộ, cơ quan để giải quyết ách tắc khi thông quan hàng hoá; các DN, HTX, hộ kinh doanh thực hiện nộp bổ sung sau khi hàng hoá được thông quan để hậu kiểm.

Chủ động phương án sản xuất, kinh doanh phù hợp với điều kiện thực tế, đáp ứng đủ điều kiện an toàn phòng, chống dịch, hạn chế đóng cửa toàn nhà máy; bảo đảm an sinh xã hội, an toàn cho người lao động; không tạo ra các loại giấy phép “con”, các điều kiện cản trở lưu thông hàng hóa, không để xảy ra tiêu cực, làm tăng chi phí của DN, HTX, hộ kinh doanh.

Hỗ trợ cắt giảm chi phí, tháo gỡ khó khăn về tài chính, dòng tiền cho doanh nghiệp, hợp tác xã, hộ kinh doanh

Khẩn trương ban hành chính sách liên quan đến giảm mức đóng hoặc hỗ trợ từ kết dư quỹ bảo hiểm xã hội ngắn hạn nhằm



Chính phủ ban hành chính sách hỗ trợ kịp thời doanh nghiệp, hợp tác xã vượt qua khó khăn.

kịp thời hỗ trợ cho người lao động, DN, HTX, hộ kinh doanh và các đối tượng sử dụng lao động khác, hoàn thành trong tháng 9/2021; nghiên cứu, đề xuất miễn tiền phạt chậm nộp bảo hiểm xã hội phát sinh trong năm 2020 và năm 2021 theo quy định, hoàn thành trong tháng 9/2021.

Doanh nghiệp vận tải biển phải niêm yết công khai, minh bạch về giá cước vận tải biển; chống tình trạng tăng giá cước vận tải bất hợp lý, tăng gánh nặng chi phí cho DN, HTX, hộ kinh doanh; Bộ Công Thương, các hiệp hội, đơn vị liên quan nâng cao năng lực đàm phán, công khai, minh bạch về giá cước và phụ thu ngoài giá cước dịch vụ vận chuyển hàng hoá bằng đường biển.

Tổ chức triển khai thực hiện Nghị quyết số 97/NQ-CP ngày 28/8/2021 của Chính phủ về phương án hỗ trợ giảm tiền điện, giảm giá điện (đợt 5) cho các khách hàng sử dụng điện theo đúng trình tự, thủ tục và quy định pháp luật; bảo đảm chặt chẽ, đúng đối tượng, không để bị trục lợi chính sách.

Bộ Tài chính khẩn trương triển khai các chính sách về giãn, giảm thuế, phí, lệ phí và tiền thuê đất sau khi được cấp có thẩm quyền ban hành; xem xét, nghiên cứu trình Chính phủ, Thủ tướng Chính phủ tiếp tục gia hạn thời hạn nộp thuế tiêu thụ đặc biệt đối với ô tô sản xuất, lắp ráp trong nước đến hết năm 2021; nghiên cứu, đánh giá tác động để xem xét việc giảm lệ phí trước bạ đối với ô tô sản xuất, lắp ráp trong nước theo thời gian phù hợp với tình hình dịch COVID-19.

Ngân hàng Nhà nước Việt Nam

khuyến khích tổ chức tín dụng tiết giảm chi phí để tiếp tục giảm lãi suất cho vay đối với các khoản vay hiện hữu và khoản vay mới nhằm hỗ trợ sản xuất, kinh doanh.

Khẩn trương nghiên cứu sửa đổi, bổ sung chính sách quy định về cơ cấu lại thời hạn trả nợ, miễn, giảm lãi phí, giữ nguyên nhóm nợ đối với khách hàng bị ảnh hưởng bởi dịch COVID-19 theo hướng mở rộng đối tượng, phạm vi, thời gian được áp dụng chính sách cho phù hợp với diễn biến thực tế của dịch bệnh, hoàn thành trong tháng 9/2021. **P.V** (tổng hợp)

On September 09, the Government issued Resolution No. 105/NQ-CP on Provision of Assistance for enterprises, cooperatives, household businesses amid COVID-19 Pandemic. The Government decided on the following 04 groups of tasks and solutions: (1) Implementing drastic and effective measures to prevent and control the COVID-19 pandemic and at the same time, creating favorable conditions for enterprises, cooperatives and business households businesses to restore, maintain and develop production and business activities whilst ensuring the pandemic prevention and control; (2) Ensuring stable production, efficient and safe good circulation, fixing the disruption of supply chain; (3) Help cut costs, overcome financial and cash flow difficulties for enterprises, cooperatives and business households businesses; (4) Creating favorable conditions on labor and experts issues.

TRUNG ƯƠNG ĐOÀN CÙNG SABECO VÀ NHÂN HÀNG BIA SAIGON TRAO 3 TỶ ĐỒNG CHO 600 HỘ KINH DOANH GẶP KHÓ KHĂN DO DỊCH COVID-19

Ngày 23/9/2021, Trung ương Đoàn TNCS Hồ Chí Minh cùng Tổng công ty Cổ phần Bia - Rượu - Nước giải khát Sài Gòn (SABECO) và nhân hàng Bia Saigon tiến hành đợt trao gói hỗ trợ cho 600 hộ kinh doanh nhỏ trong ngành thực phẩm và đồ uống đang gặp khó khăn do Covid-19 tại Thành phố Hồ Chí Minh. Đây là hoạt động trong khuôn khổ chương trình cộng đồng “Góp Triệu Ngôi Sao”.

■ NGUYỄN HƯƠNG

Cương trình “Góp Triệu Ngôi Sao” đã được Trung ương Đoàn TNCS Hồ Chí Minh cùng SABECO và nhân hàng Bia Saigon chính thức phát động vào ngày 28/8/2021 để kêu gọi cộng đồng cùng lan tỏa tinh thần “Đi Lên Cùng Nhau” nhằm động viên nhau vững vàng vượt qua giai đoạn khó khăn này. Đây là một trong những hoạt động thiết thực nhằm tôn vinh Ngày Quốc Khánh 2/9 và góp phần hỗ trợ cho các hộ kinh doanh nhỏ ngành thực phẩm và đồ uống trên địa bàn TP. Hồ Chí Minh đang chịu ảnh hưởng nặng nề bởi đại dịch COVID-19.

Chỉ trong chưa đến hai tuần phát động, đã có hơn 30.000 lượt hưởng ứng sáng kiến “Góp triệu ngôi sao” trên nền tảng xã hội và Facebook với hashtag #Goptrieungoisao, #Dilencungnhau; @Bia Saigon, Chương trình đã thu hút được sự quan tâm và sự tham gia của nhiều họa sỹ, nghệ sỹ, những người có tầm ảnh hưởng, các cộng đồng mạng xã hội, và các sinh viên, đoàn viên thanh niên trên toàn quốc, với nhiều hình thức, nội dung phong phú, ý nghĩa. Rất nhiều thông điệp tích cực cùng những lời động viên được thể hiện dưới nhiều hình khác nhau đã được gửi đến đội ngũ tuyến đầu của đất nước để tri ân những nỗ lực không ngừng của họ trong cuộc chiến chống dịch trên toàn quốc.

Một phần của kế hoạch thúc đẩy sự tham gia của cộng đồng vào sáng kiến “Góp Triệu Ngôi Sao”, sau khi kết thúc Chương trình vào ngày 15/09/2021, SABECO và Bia Saigon cam kết đóng góp 3 tỷ đồng



Chương trình “Góp Triệu Ngôi Sao” kịp thời giúp đỡ các hộ kinh doanh thực phẩm, đồ uống gặp khó khăn do dịch Covid-19.

vào Quỹ dành cho chương trình. Căn cứ theo tiêu chí hỗ trợ, Trung ương Đoàn TNCS Hồ Chí Minh cùng SABECO và nhân hàng Bia Saigon chọn ra 600 hộ kinh doanh nhỏ có hoàn cảnh khó khăn trên địa bàn thành phố Hồ Chí Minh để trao hỗ trợ, mỗi hộ kinh doanh sẽ nhận khoản hỗ trợ 5 triệu đồng tiền mặt.

Theo đó, sáng ngày 23/9/2021, Trung ương Đoàn TNCS Hồ Chí Minh và đại diện Nhân hàng Bia Saigon đã đi thăm và trao trực tiếp 05 hộ kinh doanh tại TP. Hồ Chí Minh. Do tình hình Covid-19 vẫn còn diễn tiến phức tạp, 595 hộ kinh doanh còn lại sẽ được Trung Ương Đoàn thay mặt SABECO và Bia Saigon



Đại diện Trung ương Đoàn và SABECO tới thăm và trao quà trực tiếp cho 5 hộ kinh doanh thực phẩm, đồ uống bị ảnh hưởng do dịch Covid - 19 tại Thành phố Hồ Chí Minh.



Chương trình thu hút nhiều người tham gia với những sáng tạo khác nhau khi xếp hình ngôi sao.

tiến hành trao lần lượt qua hình thức chuyển khoản. Toàn bộ khoản hỗ trợ sẽ được Trung ương Đoàn và Bia Saigon công khai và minh bạch trên các phương tiện truyền thông ngay khi hoàn tất thủ tục chuyển khoản và các hộ kinh doanh đã nhận được đầy đủ khoản hỗ trợ.

Ông Bennett Neo - Tổng Giám đốc Tổng công ty CP Bia - Rượu - Nước giải khát Sài Gòn (SABECO) chia sẻ: “SABECO, một công ty có lịch sử lâu đời tại Việt Nam, sở hữu Bia Saigon, một thương hiệu được nhiều thế hệ người Việt Nam yêu thích. Với SABECO và Bia Saigon Việt Nam là quê hương. Chúng tôi luôn sẵn sàng chung tay để hỗ trợ đất nước và người dân Việt Nam bằng những hành động thiết thực nhất. Với tinh thần “Đi Lên Cùng Nhau”, cùng với Trung ương Đoàn chúng tôi phát động chương trình này để hỗ trợ các hộ kinh doanh ngành thực phẩm và đồ uống đang gặp

Là Công ty với lịch sử 146 năm phát triển tại Việt Nam, SABECO luôn cam kết thực hiện vai trò của một doanh nghiệp công dân có trách nhiệm, đặc biệt trong các giai đoạn trọng yếu của đất nước. SABECO là một trong những doanh nghiệp đóng góp rất nhiều cho ngân sách nhà nước. Hoạt động kinh doanh của SABECO cũng góp phần tạo việc làm ổn định cho hơn 12.000 lao động trong cùng hệ sinh thái. Trong nhiều năm qua, bên cạnh các hoạt động kinh doanh, SABECO đã luôn đóng góp rất tích cực cho các dự án cộng đồng và dự án phát triển bền vững nhằm thúc đẩy việc tạo ra các giá trị tích cực cho đất nước và con người Việt Nam. Khi đại dịch COVID-19 xảy ra tại Việt Nam, SABECO thực hiện các chương trình hỗ trợ đội ngũ tuyến đầu của đất nước phòng chống dịch. Bên cạnh đó, chương trình “SABECO Cares” cũng được SABECO triển khai để đảm bảo sự an toàn sức khỏe các nhân viên trong hệ thống công ty.



Một chủ hộ kinh doanh cảm ơn Bia Saigon sau khi nhận quà của Chương trình.

khó khăn tại thành phố Hồ Chí Minh. Chúng tôi hy vọng rằng, khoản hỗ trợ này cùng với những lời động viên khích lệ từ hàng ngàn người dân trên toàn quốc thông qua chương trình “Góp Triệu Ngôi Sao” sẽ tiếp thêm nguồn động lực để giúp họ vững vàng vượt qua khó khăn và sẵn sàng trở lại với hoạt động kinh doanh của mình ngay khi thành phố Hồ Chí Minh trở lại với hoạt động bình thường”.

Ông Ngô Văn Cương - Bí thư T.Ư Đoàn cho biết: “Hơn một năm kể từ khi dịch COVID-19 bùng phát tại Việt Nam đã khiến đời sống, sinh hoạt của người dân cùng hoạt động sản xuất, kinh doanh của doanh nghiệp bị đảo lộn. Trải qua các đợt dịch, nhiều ngành nghề đã chịu những tổn thất nặng nề. Vì vậy, khi bước vào đợt dịch lần thứ 4 với đa biến chủng, đa ổ dịch, đa nguồn lây tại nhiều tỉnh, thành thì không chỉ các doanh nghiệp lớn mà rất nhiều hộ kinh doanh nhỏ lẻ đã phải đối mặt với nguy cơ phá sản. Để tiếp tục duy trì và phát triển, các hộ kinh doanh nhỏ lẻ đều đang rất cần sự chung tay giúp đỡ từ cộng đồng. Đó cũng là động lực thôi thúc Trung ương Đoàn TNCS Hồ Chí Minh cùng SABECO triển khai chương trình “Góp Triệu Ngôi Sao” hướng về các hộ kinh doanh nhỏ đang bị ảnh hưởng nặng nề tại TP. Hồ Chí Minh. Chúng tôi tin tưởng rằng với tinh thần một miếng khi đói bằng một



Ấn tượng với hình ngôi sao.

gói khi no, với sự hỗ trợ kịp thời hôm nay sẽ tiếp sức cho các hộ kinh doanh sớm phục hồi và ổn định trở lại trong điều kiện “bình thường mới”.

Bên cạnh chương trình này, trong thời gian qua, Trung ương Đoàn TNCS Hồ Chí Minh và SABECO đã phối hợp triển khai nhiều hoạt động ý nghĩa, thiết thực để hỗ trợ các bệnh viện, các đội ngũ tuyến đầu chống dịch và cả các hộ gia đình bị ảnh hưởng nặng nề bởi đại dịch Covid-19. Với những sáng kiến và nỗ lực không ngừng nghỉ, SABECO và thương hiệu Bia Saigon tiếp tục khẳng định cam kết đóng góp cho đất nước và người dân Việt Nam để thúc đẩy sự phát triển cùng nhau theo đúng tinh thần đi lên cùng nhau. ■

On September 23, 2021, The Central Committee of the Ho Chi Minh Communist Youth Union (HCYU) along with the Saigon Beer - Alcohol - Beverages Corporation (SABECO) and its Bia Saigon will commence to distribute aid support to 600 food and beverages businesses in Ho Chi Minh City who are facing difficulties due to Covid-19. This is part of the “Collecting A Million Stars” community initiative. “Collecting A Million Stars” Program was officially launched on August 28th, 2021 by HCYU, SABECO and its Bia Saigon to rally community to spread the spirit of “Stronger Together” as to encourage one another to remain resilient during this unprecedented time. This program is also to honour our country’s National Day on September 2nd and to support the affected small F&B businesses in Ho Chi Minh City.

HEINEKEN VIỆT NAM

ỦNG HỘ TRANG THIẾT BỊ Y TẾ CHO BỆNH VIỆN BỆNH NHIỆT ĐỚI THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH

Ngày 31 - 8 - 2021, HEINEKEN Việt Nam đã ủng hộ các trang thiết bị y tế cho Bệnh viện Bệnh Nhiệt đới Thành phố Hồ Chí Minh - bệnh viện hồi sức chuyên sâu chuyên điều trị các bệnh nhân Covid - 19 nặng và nguy kịch. Số trang thiết bị này bao gồm 10 máy thở Philips Trilogy EV300 và 24 máy theo dõi bệnh nhân Philips Efficia CM120.

■ MINH ANH

Ông Alexander Koch - Tổng Giám đốc Điều hành HEINEKEN Việt Nam, chia sẻ: “Chúng tôi ủng hộ những nỗ lực to lớn của Chính phủ Việt Nam trong việc giảm thiểu tỷ lệ người bệnh chuyển biến nặng và nguy kịch trong đợt bùng phát Covid -19 phức tạp nhất từ trước đến nay. Để đóng góp vào nỗ lực chung của đất nước một cách thiết thực, chúng tôi nhận thấy rất cần có những thiết bị y tế phù hợp trong điều trị bệnh nhân Covid -19 nặng và nguy kịch. Chúng tôi hy vọng rằng 10 máy thở và 24 máy theo dõi bệnh nhân được trao tặng ngày hôm nay sẽ góp phần hỗ trợ các y, bác sĩ bảo vệ tính mạng cho các bệnh nhân Covid -19. Chúng tôi xin gửi lời chúc sức khỏe đến tất cả các nhân viên y tế tuyến đầu, mong các anh chị luôn mạnh mẽ, kiên cường trong giai đoạn đầy thử thách này”.

Bên cạnh những đóng góp của Công ty, các nhân viên HEINEKEN Việt Nam cũng đã và đang tình nguyện giúp đỡ những cộng đồng chịu ảnh hưởng bởi Covid -19 thông qua những hoạt động như tặng nhu yếu phẩm cho người có hoàn cảnh khó khăn; đóng góp khẩu trang và vật tư y tế cho nhân viên y tế tuyến đầu; hiến máu giúp cải thiện tình trạng khan hiếm hiện nay; và hỗ trợ các nhóm tư vấn sức khỏe trực tuyến kết nối bác sĩ với F0 đang cách ly y tế tại nhà.

Trong năm 2020, HEINEKEN Việt Nam đã đóng góp 12 tỷ đồng và 22.000 khẩu trang cho các cán bộ y tế và những người trực tiếp tham gia phòng, chống dịch cũng như những cộng đồng chịu ảnh hưởng nặng nề nhất bởi Covid -19. ■



Lãnh đạo Heineken Việt Nam trao tặng thiết bị y tế cho Bệnh viện Bệnh Nhiệt đới TP. Hồ Chí Minh.



Bác sĩ Hoàng Đức Thanh – Giám đốc Hỗ trợ Y tế Vùng – HEINEKEN Việt Nam kết nối để chọn thiết bị phù hợp cho bệnh viện.

On August 31, 2021, HEINEKEN Vietnam donated medical equipments to Ho Chi Minh City Hospital for Tropical Diseases - an intensive care hospital specializing in the treatment of severe and critical Covid-19 patients. The equipments include 10 Philips Trilogy EV300 ventilators and 24 Philips Efficia CM120 patient monitors. In addition, the company's employees have also been volunteering to help communities affected by Covid-19.

LÃNH ĐẠO TẬP ĐOÀN TÂN HIỆP PHÁT

CHIA SẺ 4 KỊCH BẢN VỀ PHÒNG,

Tại Diễn đàn trực tuyến với chủ đề Sáng tạo kinh doanh trong môi trường biến đổi do Tạp chí Diễn đàn Doanh nghiệp tổ chức dưới sự chỉ đạo của Phòng Thương mại và Công nghiệp Việt Nam (VCCI) tổ chức chiều 8/9, bà Trần Uyên Phương - Phó Tổng giám đốc Tập đoàn Tân Hiệp Phát đã chia sẻ 04 kịch bản chính về tương lai của thế giới và Việt Nam.



Phó Tổng giám đốc Tập đoàn Tân Hiệp Phát Trần Uyên Phương chia sẻ tại Diễn đàn trực tuyến.

Theo bà Uyên Phương, **kịch bản đầu tiên** là mọi thứ trở lại trạng thái như lúc trước.

Bà Phương cho biết: “Nhìn chung, ở kịch bản này có những bức tranh về xã hội và kinh tế sẽ gần giống như những gì đã diễn ra ở năm 2019. Mặc dù, vẫn có sự phát triển, tuy nhiên bước tiến của xã hội cũng có phần bị đình trệ. Vẫn có sự căng thẳng về quan hệ quốc tế tiếp diễn, không có hướng đi rõ ràng chắc chắn về các phương thức kinh doanh hoặc chính trị mới. Tập trung vào việc phát triển kinh tế hiện tại thay vì những đầu tư/ hoạch định dài hạn cho tương lai”. Bà Phương nhận định, ở kịch bản thứ nhất này, tình trạng thất nghiệp sẽ là một vấn đề lớn ở nhiều quốc gia có dân số trẻ trong khi đó, những người trẻ và cầu tiến sẽ có xu hướng “bất mãn”, nhưng những người lớn tuổi hơn sẽ cảm thấy hài lòng khi được “quay lại trạng thái bình thường”.

Còn **kịch bản thứ 2** là bảo vệ xã hội hiện tại. Với kịch bản này, bà Uyên Phương cho biết nền kinh tế

chậm phát triển hoặc trì trệ, trọng tâm là những vấn đề trong nước. “Chuỗi cung ứng bị hạn chế hơn, cơ cấu thị trường được thiết lập lại linh hoạt hơn và chủ yếu dựa vào tiềm lực trong nước. Sản phẩm nội địa phát triển. Những sản phẩm mới phát triển theo hướng chú trọng sự đơn giản/ cơ bản/ thiết yếu”, bà Phương nói.

Bà Phương cũng nhận định về **kịch bản thứ ba** là xã hội biến đổi tiêu cực. Tại kịch bản này mặc dù có sự hồi phục về kinh tế, nhưng không phải phù hợp cho tất cả mọi người. Sẽ áp dụng một số hình thức về an sinh xã hội - UBI, chính sách về thuế, chính sách việc làm. Kịch bản này nếu xảy ra, thay đổi trọng tâm về phát triển kinh doanh sang giải quyết các vấn đề xã hội.

Và **kịch bản thứ tư** là tình trạng đổ vỡ, mong manh. Tại kịch bản này, nền kinh tế chậm phát triển và sự sụp đổ của hệ sinh thái/ cách vận hành của quốc gia tạo ra một xã hội cực đoan. Cùng với đó, tầng lớp trung lưu gặp khó khăn, nghèo khổ - sẽ

CHỐNG DỊCH TRONG TƯƠNG LAI



Ban Lãnh đạo Tập đoàn Tân Hiệp Phát.

trút sự tức giận đến chính phủ và tầng lớp cao hơn. Người dân hướng đến những nhu cầu cơ bản nhất và những ý tưởng mới sẽ phải bắt đầu từ nền tảng cơ bản nhất.

Ở kịch bản này, bà Phương nhấn mạnh những vấn đề liên quan đến môi trường sẽ không còn quan trọng bằng việc chính phủ phải đối phó với tình trạng bất ổn của kinh tế và xã hội.

Về các xu hướng trong tương lai, bà Phương chia sẻ, với xu hướng tiêu dùng và lựa chọn nhãn hàng, tương lai người tiêu dùng có xu hướng sản phẩm/ nhãn hiệu có đạo đức, chăm sóc sức khỏe và hỗ trợ tốt nhất cho cộng đồng. Cùng với đó, người tiêu dùng đang tìm kiếm ý nghĩa trong mục đích thương hiệu, vượt ra ngoài các thuộc tính chức năng và hướng đến đạo đức.

Cũng theo bà Phương, do ảnh hưởng của dịch, người tiêu dùng cần sản phẩm thiết yếu với giá thành thấp. Cùng với đó, xu hướng tự nấu ăn, tự làm việc nhà sẽ gia tăng và việc ăn chay sẽ trở nên thiết thực hơn chỉ là tư tưởng tôn giáo.

“Ảnh hưởng thu nhập giảm nên người tiêu dùng sẽ giảm chi tiêu những sản phẩm không thiết yếu hoặc được xem là không tốt cho sức khỏe, và người tiêu dùng mua hàng dựa trên giá trị, lợi ích sản phẩm mang lại”, bà Phương nhấn mạnh.

Cuối cùng là kinh doanh bán hàng là sân chơi của những nhãn hàng lớn, các nhà sản xuất hàng loạt với quy mô lớn và kinh doanh online/ trực tuyến đang phát triển mạnh.

Về vấn đề sáng tạo để thích nghi với người tiêu dùng và môi trường kinh doanh trong bối cảnh COVID bà Phương chia sẻ, thời gian tới, doanh nghiệp bà không những sản phẩm không tăng giá mà duy trì khuyến mãi để hệ thống phân phối có thể hỗ trợ sản phẩm đến cho người tiêu dùng và đảm bảo mức lợi nhuận của họ.

“Chúng tôi cũng nỗ lực để không bị cung ít hơn cầu dẫn đến lạm phát về giá của sản phẩm và nỗ lực tối đa cải tiến quy trình để duy trì cơ chế kiểm soát nhưng vẫn nỗ lực thanh toán đúng hạn cho nhà cung ứng”, bà Phương chia sẻ thêm.■

At the Online Forum titled “Business Innovation in a Changing Environment”, organized by Business Forum Magazine under the direction of the Vietnam Chamber of Commerce and Industry (VCCI) on the afternoon of September 08, Ms. Tran Uyen Phuong - Deputy General Director of Tan Hiep Phat Group shared 04 main scenarios about the future of the world and Vietnam, including: (1) everything is back to the way it was before; (2) protecting current society; (3) negative social change; (4) broken and fragile state.

LUÔN ĐỔI MỚI ĐỂ THÍCH NGHI VỚI TÌNH HÌNH MỚI

Thông thường, các tháng mùa hè và mùa thu là những thời điểm tiêu thụ bia tốt nhất trong năm. Tuy nhiên, năm nay, do tình hình dịch Covid-19 diễn biến phức tạp nên các nhà hàng bia, quán bia đều phải đóng cửa, ảnh hưởng không nhỏ đến việc tiêu thụ sản phẩm. Trước thực tế đó, Tổng Công ty CP Bia - Rượu - Nước giải khát Sài Gòn (SABECO) là một trong những đơn vị sớm đưa ra chiến lược, giải pháp sản xuất, kinh doanh để vừa đảm bảo không bị đứt gãy nguồn cung vừa đẩy mạnh tiêu thụ sản phẩm. Một trong những giải pháp đó là việc triển khai các chương trình khuyến mãi hấp dẫn, ra mắt các phiên bản bia mới nhằm thu hút sự chú ý và tăng sức mua của người tiêu dùng.

■ ÁNH DƯƠNG

Nhằm đáp ứng nhu cầu của người tiêu dùng trong thời gian giãn cách xã hội, SABECO cùng với hệ thống chuỗi cung ứng đã triển khai các chương trình giao bia tận nhà, thực hiện bán hàng trên các sàn thương mại điện tử để khách hàng vừa thỏa niềm yêu thích, vừa đảm bảo an toàn chống dịch. Theo đó, các khách hàng trên 18 tuổi có nhu cầu thưởng thức các sản phẩm của SABECO thì có thể dễ dàng đặt hàng trên một số sàn thương mại điện tử như Tiki, Lazada, Shopee... Mua hàng online đã trở nên dễ dàng và quen thuộc với nhiều người, do vậy việc sản phẩm bia của SABECO có mặt trên “kệ online” đã nhận được sự hưởng ứng thích thú của nhiều khách hàng. Với phương thức giao hàng chuyên nghiệp, nhanh chóng, khách hàng yên tâm ở nhà vẫn có thể thưởng thức hương vị bia lòi cuốn mượt mà, hơn nữa còn có cơ hội nhận nhiều quà lớn. Một trong những ưu điểm để nhiều người lựa chọn mua bia online là ngoài ưu đãi về giá của nhà sản xuất, khách hàng còn được nhận các gói khuyến mãi



như miễn phí giao hàng, giảm giá trực tiếp trên sản phẩm...

Mặc dù TP. Hồ Chí Minh và một số tỉnh, thành phía Nam thực hiện giãn cách xã hội nhưng hoạt động sản xuất, kinh doanh của SABECO vẫn đảm bảo cung ứng đủ sản phẩm tới tay người tiêu dùng. Họ không ngồi chờ hết dịch mà chủ động bắt tay vào đầu tư nghiên cứu, kịp thời đưa ra các giải pháp phù hợp để thích ứng với tình hình dịch bệnh. Để chào mừng Quốc khánh 2/9, Bia Saigon thực hiện Chiến dịch mới với tên gọi “Đi Lên Cùng Nhau” cùng hàng loạt chuỗi hoạt động nhằm khơi dậy tinh thần



đoàn kết, gắn kết cùng chung tay lan toả tinh thần “Đi lên cùng nhau”. Màn chào sân mạnh mẽ của Bia Saigon Lager phiên bản giới hạn với thiết kế lon bia tự hào mang trên mình ngôi sao Việt Nam, cảm tác từ văn hóa Việt Nam. Sự kết hợp từ một nghệ sĩ trẻ, một thương hiệu thời trang Việt và 3 tuyển thủ Việt cùng SABECO đón chào ngày Quốc khánh và truyền đi thông điệp ý nghĩa về sự quyết tâm chiến thắng, đi lên cùng nhau. Bia Saigon hy vọng phiên bản giới hạn

này sẽ góp phần khơi dậy tinh thần đoàn kết trong con người Việt Nam, sẽ không một trở ngại nào cản bước người Việt đi lên cùng nhau.

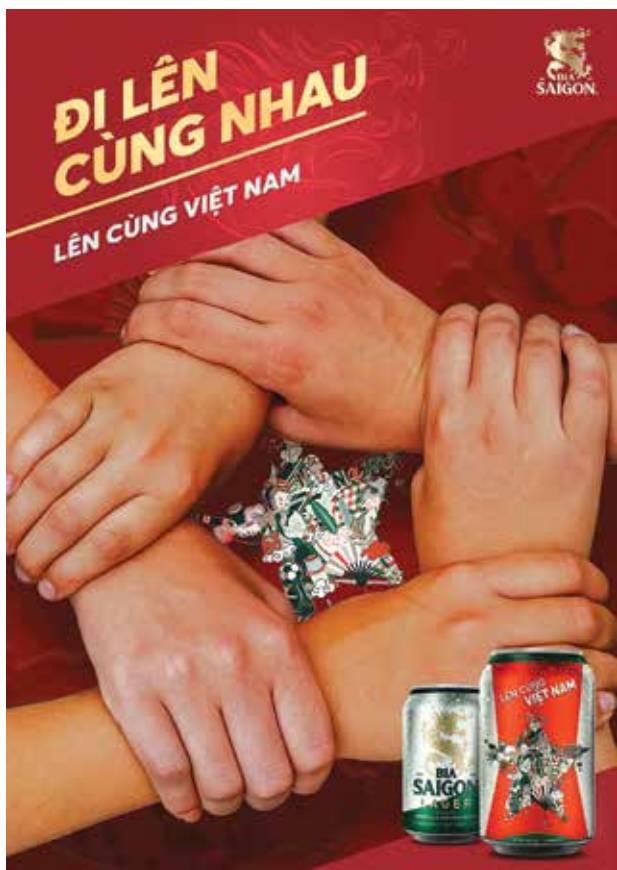
Không chỉ duy trì nhiều chương trình khuyến mãi hấp dẫn tới người tiêu dùng, SABECO còn chung tay hỗ trợ những hộ kinh doanh nhỏ ngành thực phẩm và đồ uống tại TP. Hồ Chí Minh bị ảnh hưởng nặng nề bởi dịch Covid-19. Vừa qua, Trung ương Đoàn TNCS Hồ Chí Minh phối hợp cùng SABECO triển khai chương trình “Góp triệu ngôi sao”. Lấy cảm hứng từ hình ảnh quen thuộc trên lá cờ Việt Nam, chương trình khuyến khích người tham gia thể hiện sự sáng tạo để tạo nên hình ảnh ngôi sao và chia sẻ trên facebook. Mỗi bài đăng công khai trên mạng xã hội với hình ảnh ngôi sao kèm hashtag và fanpage chính thức của Bia Saigon sẽ được SABECO và nhân hàng Bia Saigon góp 10.000 đồng vào quỹ dành cho chương trình.

Under impact of the epidemic, Saigon Beer - Alcohol - Beverage Corporation (SABECO) was one of the firsts that soon came up with production and business strategies, solutions to ensure no disruption of the supply as well as promote product consumption. One of those solutions is the implementation of attractive promotion programs, launching new versions of beer product to attract the attention and increase the purchasing power of consumers. For example: increasing presence on e-commerce platforms, launching charity program “Donate millions of stars” to support small businesses in the food and beverage industry that have been affected by the epidemic.

Công ty cam kết sẽ đóng góp cho 300.000 chia sẻ hợp lệ đầu tiên trong chương trình với kinh phí 3 tỉ đồng. Sau khi phát động, chương trình đã nhận được sự hưởng ứng tích cực từ nhiều nghệ sĩ nổi tiếng, các bạn trẻ sáng tạo và chia sẻ nhiều hình ảnh ngôi sao khác nhau cùng các thông điệp ý nghĩa. Qua đây đã góp phần cổ vũ, động viên và lan tỏa tinh thần

cùng nhau vượt qua khó khăn, tăng sự tương tác hơn nữa từ doanh nghiệp với người tiêu dùng.

Với những sáng kiến và nỗ lực không ngừng nghỉ, SABECO muốn sát cánh, đóng góp cho đất nước và người dân Việt Nam bằng những hành động thiết thực, ý nghĩa nhất để giúp đất nước vượt qua giai đoạn khó khăn, tiếp tục phát triển. ■



*Thời gian qua,
các chương trình
khuyến mại của
Bia Hà Nội đã
nhận được sự
hưởng ứng tham
gia, thu hút đông
đảo khách hàng -
những người luôn
dành tình yêu cho
Bia Hà Nội.*

■ AN NHIÊN



NGƯỜI DƯỚI 18 TUỔI KHÔNG ĐƯỢC UỐNG RƯỢU, BIA

SÔI ĐỘNG KHUYẾN MẠI CÙNG BIA HÀ NỘI

Chương trình khuyến mại “Bình sắc hè cùng Bia Hà Nội” khởi động từ ngày 27/5/2021, người tiêu dùng khi thưởng thức Bia Hà Nội không chỉ được tận hưởng vị bia nguyên bản, đậm đà mà còn nhận được nhiều phần thưởng có giá trị. Từ khi khởi động, Chương trình khuyến mại “Bình sắc hè cùng Bia Hà Nội” đã được khách hàng ủng hộ tham gia đông đảo. Với mong muốn tri ân những tấm lòng nhiệt thành và tăng thêm cơ hội trúng thưởng cho những

người yêu Bia Hà Nội, Tổng công ty Cổ phần Bia – Rượu – Nước giải khát Hà Nội (HABECO) đã tiếp tục gia hạn thời hạn tham gia chương trình khuyến mại này. Cụ thể, chương trình khuyến mại “Bình sắc hè cùng Bia Hà Nội” năm 2021 được gia hạn đến hết ngày 15/10/2021. Theo đó, cơ hội để trở thành chủ nhân may mắn của những giải thưởng vô cùng hấp dẫn gồm 01 giải Nhất (01 ô tô Vinfast Lux A2.0), 03 giải Nhì (Mỗi giải: 01 xe máy điện Vinfast KlaraS) và 10 giải Ba (Mỗi giải: 01 chiếc điện thoại

Vsmart Aris Pro) cùng hàng trăm ngàn giải Tư - mã nạp thẻ điện thoại 20.000 đồng sẽ kéo dài hết ngày 15/10/2021. Hàng trăm cơ hội vàng đang chờ đón khách hàng, cùng Bia Hà Nội thưởng thức trọn vẹn vị bia tươi mát, sảng khoái và lan tỏa nhiều may mắn đến những người thân, bạn bè.

Sau 3 tháng triển khai, chương trình khuyến mại “Tìm thẻ cào trong mỗi thùng bia” của Bia Hà Nội nhân xanh với hàng ngàn phần quà hấp dẫn đã tìm thấy chủ nhân. Với quy mô và cơ

HÀNG TRĂM NGÀN CƠ HỘI VÀNG VẪN ĐANG CHỜ ĐÓN BẠN!



Chương trình khuyến mại "Bùng sắc hè cùng Bia Hà Nội" tiếp tục được gia hạn đến hết ngày 15/10/2021.

cấu giải thưởng hấp dẫn 02 Giải Nhất - 01 Xe Máy Exciter Yamaha 150cc, 20 Giải Nhì - 01 Chỉ Vàng SJC 9999 và hàng chục ngàn giải thưởng khác, chương trình khuyến mại "Tìm Thẻ Cào Trong Mỗi Thùng Bia" đã kết thúc thành công như một lời tri ân, mang lại nhiều phần quà và niềm vui từ Bia Hà Nội Xanh đến các khách hàng trong dịp hè này.

Trong mùa dịch vừa qua, Bia Hà Nội luôn đồng hành cùng khách hàng vững tâm ở nhà chống dịch, sẵn sàng hiện diện trong các bữa cơm gia đình, tiếp sức mạnh mẽ cho tinh thần chống dịch tại gia. Thay đổi thói quen uống bia hơi mỗi khi tan làm, giờ đây thưởng thức Bia hơi Hà Nội tại nhà đã trở thành thói quen của nhiều gia đình. Mới đây

Bia hơi Hà Nội đã chính thức ra mắt phiên bản đặc biệt – thùng 12 lon 500ml, thêm lựa chọn cho khách hàng. Với bao bì gọn gàng tiện lợi, đáp ứng nhu cầu thưởng thức tại gia, phiên bản thùng 12 lon là lựa chọn lý tưởng để sẻ chia, gắn kết những phút giây sáng khoái cùng gia đình và bạn

bè. Vị bia nguyên bản kết hợp với thiết kế tối ưu chắc chắn sẽ giúp cho khoảnh khắc tận hưởng càng thêm trọn vẹn. Dịch vụ giao hàng trên toàn quốc của Bia Hà Nội luôn sẵn sàng phục vụ nhanh chóng, an toàn để khách hàng yên tâm thưởng thức tại nhà.

Ngoài chương trình khuyến mại, nhận nhiều giải thưởng trong mỗi thùng bia, Bia Hà Nội còn thường xuyên tổ chức nhiều minigame trên fanpage chính thức Bia Hà Nội và Bia hơi Hà Nội để tăng tương tác hơn nữa với khách hàng. Mới đây, Bia Hà Nội tổ chức minigame dự đoán tỷ số bóng đá, tiếp lửa cho tinh thần sát cánh cùng các cầu thủ đội tuyển quốc gia Việt Nam trong trận cầu tại vòng loại World Cup 2022, đem tới cơ hội nhận quà cho nhiều khách hàng may mắn.

Khách hàng yêu mến Bia Hà Nội hãy cùng nhau chung tay lan tỏa tinh thần, quyết tâm đẩy lùi dịch bệnh, mỗi gia đình, mỗi cá nhân đều có thể đóng góp một phần vào công cuộc "thu hẹp vùng đỏ, phủ rộng vùng xanh" với việc thực hiện giãn cách tại nhà. Bia Hà Nội luôn đồng hành cùng mỗi gia đình, để việc ở nhà trở nên ý nghĩa hơn. ■

Over the past time, Hanoi Beer's promotive programs have received a great response and participation, attracted a large number of customers who have always loved Hanoi Beer. The promotive program "A vivid summer with Hanoi Beer" has been responded by a large number of consumers and continued to be extended until the end of October 15, 2021. Promotive program "Find scratch cards in every beer crate" of Hanoi Beer Green Label with thousands of attractive gifts. In addition, Hanoi Beer also regularly organizes many minigames on social networks to increase interaction with customers and bring attractive prizes.

HÃY NHÂN RỘNG TINH THẦN TƯƠNG TRỢ, ĐOÀN KẾT VÀ TRÁCH NHIỆM ĐỐI VỚI CỘNG ĐỒNG

Dịch Covid-19 diễn biến phức tạp ở nhiều tỉnh, thành trên cả nước đã tác động không nhỏ đến các doanh nghiệp cũng như đời sống của người tiêu dùng. Trong lúc khó khăn này, mỗi chúng ta hãy phát huy tinh thần “lá lành đùm lá rách”, “bầu ơi thương lấy bí cùng...” nhằm sẻ chia, giúp đỡ những người lao động nghèo vượt qua khó khăn do dịch bệnh.

■ LÊ VINH

Cùng tay cùng Chính phủ giúp đỡ những người lao động, người dân chịu ảnh hưởng nặng nề bởi dịch Covid-19, nhiều tổ chức, cá nhân đã luôn chủ động, tích cực làm công tác từ thiện để cứu trợ những người dân, lao động tự do bị mắc kẹt trong khu phong tỏa, khu cách ly có thực phẩm để không bị đói, đứt bữa. Những lúc khó khăn, hoạn nạn mới thấy rõ giá trị tinh thần, giá trị vật chất, tinh thần đoàn kết của người Việt luôn được phát huy trong mọi hoàn cảnh, nhất là khi không may bị dịch bệnh, thiên tai... Bên cạnh hình ảnh anh bộ đội đi mua thực phẩm giúp nhân dân rồi chở tới từng ngõ, hẻm trong những ngày giãn cách xã hội còn có không ít hành động đẹp không quản nắng mưa, ngày đêm chở thực phẩm kịp thời cứu trợ người nghèo, khó khăn.

Từ 2, 3 tháng nay, một số tổ chức thiện nguyện, nghệ sỹ, hội nhóm, mạnh thường quân đã chuyển rất nhiều phần quà tới người dân gặp khó khăn tại một số quận, huyện ở TP. Hồ Chí Minh và các tỉnh Bình Dương, Đồng Nai, An Giang... Tiêu biểu như vợ chồng nghệ sỹ Việt Hương, nghệ sỹ Quyền Linh, vợ chồng anh Lê Minh, Hội ATGT Việt Nam, Hội F&B Việt Nam, nhóm “Những cánh chim không mỏi”, các đội xe tình nguyện...

Tiến sỹ - Bác sỹ Hoàng Thanh Tuấn từ Hà Nội vào tăng cường cho thành phố Hồ Chí Minh, ngoài việc làm tròn nhiệm vụ của lực lượng tuyến đầu, anh còn trực tiếp mua 5 tấn gạo về trao tặng cho những người lao động nghèo gặp khó khăn hoặc đang thuê trọ tại khu vực Tổ quân y của Bác sỹ đang thực hiện nhiệm vụ và những người ở trong các hẻm, các khu vực xóm trọ ven sông, nơi mà Bác sỹ vẫn hàng ngày vào phát thuốc, cấp cứu cho các F0 điều trị tại nhà.

Nhóm phản ứng nhanh mang tên “Sài Gòn - Trao oxy Trao sự sống” là những tình nguyện viên quả cảm, doanh nhân trẻ nhiệt huyết, nhà báo năng động, bản lĩnh đã cùng nhau làm việc thiện, vượt qua mọi khó khăn để kịp thời



Chương trình "Tiếp Sức Việt Nam" do SABECO thực hiện là hoạt động có ý nghĩa lớn với cộng đồng.

Theo Trung ương MTTQ Việt Nam, từ ngày 1/5/2021 đến 13/8/2021, số tiền ủng hộ và đăng ký ủng hộ công tác phòng chống dịch Covid-19 qua hệ thống Mặt trận từ Trung ương đến địa phương lên tới trên 7.022 tỷ đồng. Ủy ban Mặt trận Tổ quốc (MTTQ) Việt Nam thành phố Hà Nội đã tiếp nhận ủng hộ của 25 đơn vị cho công tác phòng, chống dịch và chương trình tiêm vắc xin của thành phố với tổng số tiền trên 118 tỷ đồng.



Một số hoạt động từ thiện của tổ chức, cá nhân đối với người dân gặp khó khăn do dịch Covid - 19 tại Hà Nội và Thành phố Hồ Chí Minh.

mang oxy đến cứu giúp người dân ở thành phố Hồ Chí Minh và một số tỉnh, thành phố phía Nam. Quỹ từ thiện Hằng Hữu của Công ty Cổ phần Đại Nam đã cung cấp 50.000 bình oxy cùng với 21 máy tạo oxy mini cho người dân, chung tay với cả nước để vượt qua đại dịch.

Tại Hà Nội, trong những ngày giãn cách xã hội, không ít lao động nghèo, sinh viên bị mắc kẹt ở các khu trọ, khu công trình gặp nhiều khó khăn bởi “hết mớ hôi là hết tiền”. Thấu hiểu được điều đó, Báo Đại Đoàn Kết đã phát động Chương trình “Cơm cho người nghèo trong đại dịch” và bắt đầu bằng việc trao 10.000 suất cơm đến 3.000 người đang khó khăn ở địa bàn TP. Hà Nội, diễn ra từ ngày 4 đến ngày 5/9/2021 và sẽ thực hiện cho đến khi nước ta khống chế được dịch bệnh, cuộc sống người dân trở lại trạng thái bình thường.

Thời gian qua, thông qua zalo và mạng xã hội, một số nhà báo và các mạnh thường quân đã kịp thời cứu trợ nhu yếu phẩm cho những lao động tự do như xe ôm, thợ xây, buôn bán đồng nát, sinh viên bị mắc kẹt ở khu vực Cầu Giấy, Bắc Từ Liêm, Tây Hồ, Hoàn Kiếm, Hoàng Mai, Ba Đình (Hà Nội), gửi nhu yếu phẩm đảm bảo dinh dưỡng tới các bệnh nhân ở xóm chạy thận, tặng quà cho các cháu nhỏ Bệnh viện K nhân dịp Tết Trung thu...

Đặc biệt, có nhiều doanh nghiệp, doanh nhân đã ủng hộ tiền cho Quỹ vaccine phòng chống dịch Covid-19 và ủng hộ thiết bị y tế, ủng hộ sản phẩm nước uống, thực phẩm phục vụ công tác phòng chống dịch. Trong 2 năm nay, qua các đợt dịch, các doanh nghiệp ngành Đồ uống Việt Nam luôn tích cực ủng hộ công tác phòng chống dịch, đáng kể như SABECO, Heineken Việt Nam, HABECO, Carlsberg, Tân Hiệp Phát, Suntory PepsiCo, DEAGEO Việt Nam... Mỗi đây, SABECO phối hợp với Trung ương Đoàn TNCS Hồ Chí Minh đã phát động chương trình “Góp Triệu Ngôi Sao” với mục tiêu khích lệ cộng đồng cùng chung tay lan tỏa tinh thần “Đi Lên Cùng Nhau” nhằm góp phần tiếp sức cho các hộ kinh doanh nhỏ ngành thực phẩm và đồ uống trên địa bàn TP. Hồ Chí Minh đang chịu ảnh hưởng nặng nề bởi đại dịch Covid-19. Đây là hoạt động rất có ý nghĩa đối với cộng

đồng, kịp thời chia sẻ, giúp đỡ các hộ kinh doanh đồ uống, thực phẩm gặp khó khăn do dịch bệnh.

Đối với nhiều người dân, trong và sau thời gian giãn cách xã hội thì vẫn gặp rất nhiều khó khăn cần tiếp tục được cộng đồng chia sẻ, giúp đỡ. Trước thực tế có nhiều người bị mất việc làm do dịch bệnh, họ không có thu nhập hoặc thu nhập giảm sút, trong khi đó lại đứng trước bao lo toan của cuộc sống như cơm áo, tiền đóng học cho con đầu năm mới, điện, nước, xăng dầu... thì các ngành, lĩnh vực, doanh nghiệp, hộ kinh doanh buôn bán cần có những việc làm cụ thể như giảm giá thành, có hình thức hỗ trợ để họ vượt qua khó khăn.

Thiết nghĩ, để phát triển bền vững thì cần có sự cảm thông, chia sẻ giữa nhà cung cấp, người kinh doanh buôn bán với người tiêu dùng, không nên tăng giá bán trong và sau dịch khiến cho người dân đã khó khăn lại thêm gánh nặng chi tiêu trong cuộc sống. Mỗi tập thể, cá nhân hãy nhân lên tinh thần “lá lành đùm lá rách”, người khá giả, đủ đầy chia sẻ giúp đỡ người khó khăn, yếu thế để chúng ta cùng nhau đẩy lùi dịch bệnh, tất cả vì sự phát triển kinh tế - xã hội của đất nước, vì hạnh phúc, ấm no của mọi người dân. ■

Together with the Government to help workers and people heavily affected by the Covid-19 epidemic, many organizations and individuals have always been proactive and active in charity work to help people. For sustainable development, there should always be sympathy between suppliers, traders and consumers, one should not increase selling prices during and after the epidemic for this will make it difficult for people who have already been suffering many expenditure burdens. Let's carry on the spirit of “The leaves protect tattered ones”, the fortunate people help unfortunate ones so that we can fight the epidemic together, all for the sake of socio-economic development of the country.

NHỮNG TÂM LÒNG THÂM LẠNG TRONG MÙA DỊCH

Trong 3 tháng qua, dịch Covid-19 diễn biến phức tạp ở Thành phố Hồ Chí Minh đã khiến cho không ít người dân thuê trọ, người dân trong khu cách ly, khu phong tỏa ở một số quận, huyện gặp rất nhiều khó khăn, có những trường hợp bị mắc kẹt cần có sự giúp đỡ của các mạnh thường quân...

Cảm nhận được những khó khăn của bà con, các nhóm thiện nguyện gồm Hội ATGT Việt Nam, Hội F&B Việt Nam, nhóm "Những cánh chim không môi" và các mạnh thường quân đã ủng hộ tiền, gạo, thực phẩm để kịp thời giúp đỡ người dân ở nhiều phòng trọ, người dân trong khu cách ly, khu phong tỏa tại các quận, huyện thuộc thành phố Hồ Chí Minh... Từ đầu tháng 6/2021 đến nay, các nhóm thiện nguyện đã chuyển gần 30.000 phần quà đến tay người dân gặp khó khăn ở các quận huyện thuộc thành phố Hồ Chí Minh và cả Đồng Nai, Bình Dương, Long An, Tây Ninh...

Trong thời gian qua, anh Anh Hoàng cùng các mạnh thường quân đã có tấm lòng nhân ái khi cùng các thành viên trong nhóm từ thiện không quản ngày đêm, mưa gió để mang những túi quà thực phẩm kịp thời hỗ trợ bà con gặp khó khăn do dịch Covid-19. Đến nay, các nhóm thiện nguyện mà anh Hoàng và các mạnh thường quân tham gia đã thực hiện nhiều chuyến xe chở thực phẩm tới các phường, quận sau khi nhận được thông tin cần giúp đỡ, với sự tham gia của hơn 10 xe 0 đồng vận chuyển nhu yếu phẩm tới tay bà con.

Ngoài việc trao phần quà trực tiếp tới người lao động nghèo ở các khu trọ, khu phong tỏa, anh Hoàng và các mạnh thường quân còn nhiều lần tới Trung

tâm Bảo trợ Người già Thiên Ân (thường gọi là Mái Ấm Thiên Ân) ở thành phố Thủ Đức, TP. Hồ Chí Minh để trao tặng thực phẩm thiết yếu, kịp thời giúp đỡ các cụ già đang sinh sống và chữa bệnh tại đây. Nhóm từ thiện đã trao hàng chục suất quà, mỗi suất quà trị giá 300.000đ gồm các thực phẩm thiết yếu như gạo, sữa, mì gói, dầu ăn, xi dầu, rau củ quả... Được biết, Mái Ấm Thiên Ân là nơi bảo trợ người già neo đơn, hiện trung tâm đang nuôi dưỡng, chăm sóc 120 cụ, do dịch bệnh nên cuộc sống của các cụ ở đây gặp nhiều khó khăn, cần sự quan tâm giúp đỡ của các mạnh thường quân về thực phẩm thiết yếu, cồn khử khuẩn, băng tay y tế, thuốc chống đông máu và oxy.

Trong dịp Tết Trung thu năm nay, nhóm từ thiện cũng đã tới động viên và tặng bánh trung thu, các thực phẩm thiết yếu cho các cháu nhỏ và người già đang được nuôi dưỡng ở các mái ấm tình thương thuộc thành phố Thủ Đức.

Thông qua mạng xã hội, nhóm thiện nguyện có thêm thông tin về những khu trọ, người lao động nghèo cần được giúp đỡ và đã kịp thời cứu trợ bà con khi hoạn nạn. Nhiều bà con đã cảm động và bày tỏ lòng cảm ơn khi được các nhóm thiện nguyện giúp đỡ trong lúc gặp khó khăn do dịch bệnh.

H. ANH



Trong hơn 3 tháng qua, anh Anh Hoàng và các mạnh thường quân cùng các nhóm từ thiện đã trao nhiều phần quà, thực phẩm thiết yếu cho người dân gặp khó khăn do dịch Covid - 19 tại TP. Hồ Chí Minh, Bình Dương, Đồng Nai, Long An, Tây Ninh...



Một trong những hoạt động ý nghĩa của Hội Chữ thập đỏ thành phố Hà Nội nhằm giúp đỡ các gia đình gặp khó khăn do dịch Covid-19.



Ông Đào Ngọc Triệu - Chủ tịch Hội Chữ thập đỏ thành phố Hà Nội trao quà cho người dân có hoàn cảnh khó khăn trên địa bàn quận Hoàn Kiếm (Hà Nội).

“CHỢ NHÂN ĐẠO” VÀ NHỮNG CHƯƠNG TRÌNH TỪ THIỆN Ý NGHĨA VỚI CỘNG ĐỒNG...

Chương trình “Chợ nhân đạo” là một trong những hoạt động rất ý nghĩa mà Hội Chữ thập đỏ thành phố Hà Nội (Hội Chữ thập đỏ) đang thực hiện nhằm giúp đỡ các gia đình có hoàn cảnh khó khăn do ảnh hưởng bởi dịch Covid-19. Đồng hành với Chương trình có các mạnh thường quân, nhà hảo tâm trên địa bàn thành phố Hà Nội, thể hiện tinh thần “lá lành đùm lá rách” cùng nhau vượt qua khó khăn và đẩy lùi dịch bệnh.

Thực hiện chỉ đạo của Thành ủy, UBND thành phố Hà Nội về các biện pháp phòng, chống dịch Covid-19 và kế hoạch triển khai chiến dịch “Kết nối cộng đồng vượt qua thách thức”, trong thời gian qua, Hội Chữ thập đỏ các cấp của thành phố Hà Nội đã có nhiều hoạt động hỗ trợ người có hoàn cảnh có khó khăn do dịch Covid-19. Hội Chữ thập đỏ đã trao gần 20.000 túi quà tới hàng nghìn hộ gia đình có hoàn cảnh khó khăn, lao động tự do, sinh viên trên địa bàn thành phố, mỗi suất quà gồm có các nhu yếu phẩm như gạo, dầu ăn, nước mắm, rau xanh...

Trong tuần 3 tháng 9, Hội Chữ thập đỏ đã thực hiện nhiều hoạt động vì cộng đồng, đáng kể như: Trao tặng 900 suất ăn miễn phí cho các bệnh nhân có hoàn cảnh khó khăn đang điều trị tại một số bệnh viện ở Hà Nội; 500 suất quà trị giá 116 triệu đồng đã được gửi tới người dân có hoàn cảnh khó khăn trong khu vực phong tỏa tại xã Thụy Hương (Chương Mỹ - Hà Nội); Trao tặng 100 suất quà cho các gia đình có hoàn cảnh khó khăn tại phường Trương Định (quận Hai Bà Trưng) trị giá 30 triệu đồng; Trao tặng 153 suất quà hỗ trợ sinh viên có hoàn cảnh khó khăn, người lao động tự do bị mất việc làm do dịch bệnh tại phường Quảng An (quận Tây Hồ)... Đặc biệt, Hội Chữ thập đỏ đã tổ chức chương trình “Chợ O đồng” (Chợ nhân

đạo), qua đó trao tặng 215 suất quà trị giá 75 triệu đồng tới người dân bị ảnh hưởng bởi dịch bệnh tại quận Hai Bà Trưng; Trao tặng 200 suất quà hỗ trợ các gia đình có hoàn cảnh khó khăn tại huyện Thường Tín, trị giá 50 triệu đồng.

Hội Chữ thập đỏ đã tiếp nhận 275 tấn nông sản từ Hội Chữ thập đỏ - Hội Nông dân tỉnh Tuyên Quang và anh Huy Hoàng cùng các nhà hảo tâm ở tỉnh Phú Thọ. Từ đó điều phối tới hỗ trợ người dân bị ảnh hưởng bởi dịch Covid-19 trên địa bàn thành phố. Công ty TNHH Thiên Ân là một trong những đơn vị tài trợ cho các chương trình của Hội Chữ thập đỏ để kịp thời giúp đỡ lương thực, thực phẩm cho những người dân có hoàn cảnh khó khăn do dịch bệnh.

Nhân dịp Tết Trung thu, Hội Chữ thập đỏ còn trao tặng 140 suất quà cho trẻ em khuyết tật tại Trường Dạy trẻ khuyết tật huyện Thanh Trì và Trung tâm Cứu trợ trẻ em tàn tật huyện Thanh Oai, trị giá 33 triệu đồng. Hội đã tiếp nhận 232 đơn vị máu tại chương trình “Giọt hồng Phúc Diễn” góp phần ổn định nguồn máu phục vụ công tác cấp cứu, điều trị bệnh nhân trong bối cảnh dịch Covid-19 còn diễn biến phức tạp.

Đánh giá về Chương trình này, ông Trịnh Huy Thành - Phó Trưởng ban Thường trực Ban Dân vận thành phố Hà Nội cho biết: “Trong bối cảnh dịch Covid-19 diễn biến phức tạp, ảnh hưởng đến đời sống của nhiều người dân, việc Hội Chữ thập đỏ thành phố Hà Nội tổ chức nhiều chương trình từ thiện là thật sự có ý nghĩa thiết thực đối với cộng đồng. Hội Chữ thập đỏ cùng các mạnh thường quân, các nhà hảo tâm đã góp phần lan tỏa những việc làm đẹp, tương trợ giúp đỡ nhau vượt qua dịch bệnh. Mong rằng, các nhà hảo tâm tiếp tục có những nghĩa cử cao đẹp, phát huy tinh thần “lá lành đùm lá rách”, góp phần cùng thành phố đẩy lùi dịch bệnh...”

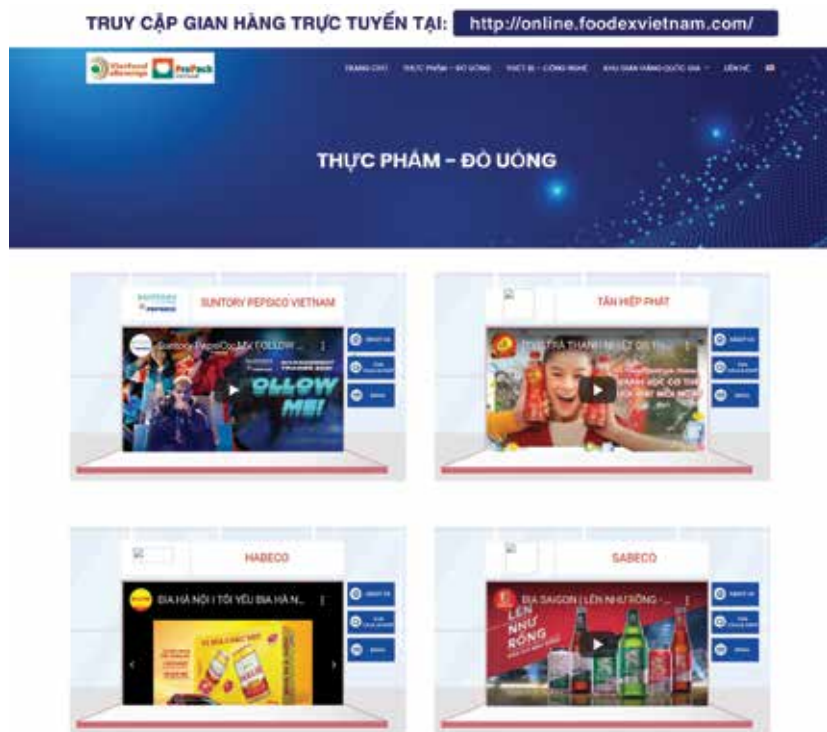
VĂN NGỌC HUY

TRIỂN LÃM PHIÊN BẢN TRỰC TUYẾN THU HÚT HƠN 4.000 LƯỢT KHÁCH THAM QUAN TRUY CẬP

Triển lãm Quốc tế chuyên ngành Thực phẩm, Đồ uống - Công nghệ Thiết bị chế biến Bao bì đóng gói 2021 – Triển lãm Quốc tế Đồ uống Việt Nam 2021 - PHIÊN BẢN TRỰC TUYẾN đã và đang diễn ra rất thành công, mang lại hiệu quả thiết thực cho các doanh nghiệp tham gia. Sau hơn hai tuần mở “Gian hàng online” trên <http://online.foodexvietnam.com/>, triển lãm đã thu hút sự quan tâm và truy cập của hơn 4.000 khách tham quan đến từ trong và ngoài nước. Không chỉ vậy, Ban Tổ chức còn sắp xếp hơn 350 cuộc gặp gỡ giao thương trực tuyến giữa người mua hàng và các đơn vị tham gia Triển lãm.

Mặc dù đây là lần đầu tiên Triển lãm online được tổ chức, nhưng với những con số khả quan trên đã cho thấy những tín hiệu kinh doanh đáng mừng trong thời điểm cuộc khủng hoảng kinh tế do Covid-19 đã gây ra những thiệt hại lớn và ảnh hưởng trực tiếp đến các doanh nghiệp trong ngành Thực phẩm và Đồ uống.

Năm nay, Vietfood & Beverage - Propack Ho Chi Minh 2021 - Phiên bản trực tuyến được Công ty Vinexad phối hợp với Hiệp hội Bia - Rượu - Nước giải khát Việt Nam (VBA) và Hội Lương thực - Thực phẩm TP. Hồ Chí Minh (FFA) tổ chức trên nền tảng số, với mục tiêu hỗ trợ các doanh nghiệp phần nào tháo gỡ khó khăn do ảnh hưởng của đại dịch Covid -19, tăng hiệu quả kết nối B2C (doanh nghiệp và người tiêu dùng) và B2B (doanh nghiệp với doanh nghiệp) trong và ngoài nước. Triển lãm trực tuyến diễn ra trong 1 tháng, từ ngày 12 tháng 8 đến ngày 12 tháng 9 năm 2021.



Triển lãm trực tuyến có sự tham gia của nhiều doanh nghiệp Đồ uống lớn.

Khi truy cập triển lãm trực tuyến, các doanh nghiệp sẽ có cơ hội trực tiếp tìm hiểu các sản phẩm và công nghệ mới trong môi trường chuyên ngành, tiếp cận và tìm kiếm các đối tác chiến lược, các nhà sản xuất uy tín

tại Việt Nam và Hàn Quốc. Chỉ với một thao tác click chuột, các cuộc gặp gỡ giao thương (B2B) giữa nhà sản xuất với nhà phân phối, nhà nhập khẩu sẽ được mở ra mà không bị giới hạn về thời gian và khoảng cách địa lý.



Triển lãm nhận được sự tham gia của các công ty uy tín tại Việt Nam và Hàn Quốc.

Vietfood & Beverage - Propack Ho Chi Minh 2021 - Phiên bản trực tuyến quy tụ hàng trăm doanh nghiệp trong nước với thương hiệu mạnh trong lĩnh vực chế biến thực phẩm như Thực phẩm Bích Chi, Hải sản Phan Thiết, Vinasamex, DHFoods, Hương liệu và nguyên liệu thực phẩm Hoàng Anh, Yến sào Nha Trang, Thủy sản Lê Thành... Trong lĩnh vực đồ uống có sự tham gia của nhiều thương hiệu nổi tiếng như SABECO, HABECO, Tân Hiệp Phát, PEPSICO, Nước khoáng Oris, Nước Khoáng Tản Viên,... và các thương hiệu trong lĩnh vực đóng gói bao bì như: Tổng Công ty Công nghiệp - In - Bao bì Liksin, VPM, Machinex Việt Nam, Song Hiệp Lợi, Hào Tuấn, Chính Quang, An Thịnh Liksin, Bao bì An Phú, Inox Hoa Giang...

Đáng chú ý tại Triển lãm năm nay là sự tham gia của các Hiệp hội đến từ Hàn Quốc như Hiệp Hội Gạo, Lương thực Hàn Quốc (KRFA) với 14 công ty thành viên tham gia giới thiệu các sản phẩm tiêu biểu

đa dạng từ gạo như bánh gạo, snack gạo, cơm cháy, bột gạo ăn dặm trẻ em, mỳ gạo, rượu... được chế biến bởi công nghệ tiên tiến, mang đến các sản phẩm được ưa thích nhất/Cơ quan xúc tiến kinh tế Chungcheongnam-do với 6 công ty thủy sản sẽ giới thiệu tới thị trường Việt Nam các sản phẩm thủy sản tiêu biểu bao gồm rong biển, nghêu, cá muối, lươn biển nướng và các hải sản chế biến khác/Hiệp hội Thực phẩm Truyền thống Hàn Quốc với 6 công ty thành viên tham gia triển lãm lần này sẽ giới thiệu các sản phẩm truyền thống Hàn Quốc như rong biển, trà xanh, sản

phẩm lên men (tương đậu), sản phẩm truyền thống...

Ban Tổ chức kỳ vọng trong 1 tháng diễn ra sự kiện, nhiều cuộc gặp gỡ, tìm hiểu đối tác, mở rộng thị trường... trên nền tảng trực tuyến sẽ tiếp tục được kết nối, mang lại cơ hội và hiệu quả kinh doanh cho các doanh nghiệp tham gia sự kiện.

Xin chào đón các doanh nghiệp, các nhà mua, đơn vị sản xuất kinh doanh truy cập tham quan gian hàng trực tuyến tại: <http://online.foodexvietnam.com/>

- Fanpage chính thức của Triển lãm: <https://www.facebook.com/VietfoodBeverage>

Vietfood & Beverage - Propack Ho Chi Minh 2021 - The online version, is organised by Vinexad Company, in conjunction with the Vietnam Beer - Alcohol - Beverage Association (VBA) and the Food Association of Ho Chi Minh City (FFA), on a digital platform with the goal of supporting businesses to overcome hardships caused by the impact of the Covid-19 pandemic, improving connections between businesses and consumers and between domestic and international enterprises. After 02 weeks of launching "Online Booth", the exhibition has attracted the attention of more than 4,000 online visitors within Vietnam and abroad, more than 350 online trade meetings are arranged between buyers and exhibitors.



ĐỒ UỐNG KHÔNG CÒN VIỆT NAM TĂNG TRƯỞNG 59% TẠI AUSTRALIA

Thực hiện chỉ đạo của Bộ Công Thương và Cơ quan Đại diện trong việc tìm kiếm địa xuất khẩu, Thương vụ đã triển khai chương trình xúc tiến đồ uống không còn Việt Nam tại Australia.

Với sự quyết tâm của doanh nghiệp Việt Nam và các nỗ lực chung, đồ uống không còn Việt Nam đã tăng trưởng ấn tượng tại thị trường này.

Australia là một cường quốc về nông nghiệp và chế biến nông sản, trong đó có đồ uống. Tuy nhiên, với quyết tâm của doanh nghiệp Việt Nam, và các nỗ lực xúc tiến chung, đồ uống không còn Việt Nam, theo ITC, đã đạt được sự tăng trưởng mạnh mẽ lên đến 59% về kim ngạch so với cùng kỳ 6 tháng năm ngoái và đang tiếp tục khai thác tiềm năng lớn.

Nước ION kiểm nhãn hiệu Việt Nam Fujiwa “gây bão” tại Úc

Hiện nay, mặc dù nhiều nơi tại Australia đã thực hiện giãn cách xã hội nhưng sản phẩm nước uống kiểm ION, nhãn hiệu Fujiwa do doanh nghiệp Việt Nam sản xuất theo công nghệ Nhật đã tạo

ra cơn bão tại đây. Lần đầu tiên, 4 container tương đương 160.000 chai nước ION kiểm này xuất khẩu sang Australia đã được tiêu thụ gần hết chỉ trong thời gian ngắn.

Tiêu dùng sản phẩm liên quan đến sức khỏe được Thương vụ xác định là một xu hướng đang lên tại Australia. Thương vụ đang cùng nhà nhập khẩu làm việc với hệ thống phân phối lớn như Coles, Costco để chào sản phẩm với kỳ vọng có thể đạt hơn một trăm container một năm.

Khẳng định chất lượng nước dừa đóng hộp

Nước dừa đóng hộp trước đây là “lãnh địa” của hàng Thái tại Australia, với giá rẻ bất ngờ, hàng Việt Nam khó cạnh tranh. Tuy nhiên, gần đây nhiều nhãn hàng nước dừa đóng hộp Việt Nam đã xuất hiện mạnh mẽ tại các



Đồ uống không cồn Việt Nam phát triển tại thị trường Australia.

hệ thống phân phối lớn tại Australia. Nhân hàng nước dừa Cocoxim của Betrimex với cam kết 100% nước dừa nguyên chất đã tạo được doanh số và ấn tượng mạnh tại thị trường này. Thương vụ đang phối hợp với nhà phân phối độc quyền tại bang New South Wales là Công ty Philinh Pty để đẩy mạnh thông điệp nước dừa 100% nguyên chất nhằm nâng cao giá trị thương hiệu nước dừa Việt Nam.

Đa dạng các loại uống đóng chai

Các loại nước uống hỗn hợp trái cây, rau quả tăng trưởng mạnh hơn 50% đạt kim ngạch 564.000 USD. Đặc biệt, nước quả không lên men chứng kiến tăng trưởng 57% đạt 7.9 triệu USD. Nước uống từ quả dừa tăng trưởng 203%, đạt 100.000 USD. Các loại nước uống đóng chai như Trà Xanh Không Độ, Dr. Thanh, trà Olong được tiêu thụ ổn định tại Australia.

Đối với cà phê đóng lon, hai nhãn hàng King Coffee và Meet More đang được người tiêu dùng quan tâm.

Chương trình xúc tiến thúc đẩy niềm tin, thiện cảm với “Xuất xứ Việt Nam”

Bên cạnh việc số hoá, xã hội hoá công tác giao thương, Thương vụ xác định việc thúc đẩy niềm tin, thiện cảm với “Xứ xuất Việt Nam” có ý nghĩa quyết định trong việc phát triển xuất khẩu. Chính vì vậy, Thương vụ đã trao đổi với các nhà phân phối, nhà hàng Việt, siêu thị,... để cùng nhau chung tay quảng bá, mở ra một

nền tảng quảng bá tương hỗ. Việc chung tay quảng cáo các thông điệp về xuất xứ Việt Nam để không chỉ đồ uống, mà từ quả thanh long cho đến ô tô điện, từ ẩm thực Việt cho đến du lịch đều được thị trường đón nhận bền vững.

Hiện, chương trình xúc tiến mặt hàng đồ uống không cồn đang tiếp tục được Thương vụ đẩy mạnh thông qua 03 điểm chính: (i) Thúc đẩy niềm tin, thiện cảm với xuất xứ Việt Nam; (ii) Đồng hành quảng bá, kết nối vào hệ thống phân phối và các kênh ẩm thực; (iii) Điều phối các chương trình xúc tiến rộng tại các bang ở Australia.

Kính mời quý doanh nghiệp ngành hàng đồ uống không cồn tiếp tục gửi thông tin về Thương vụ: pmh2311@gmail.com.

Theo thống kê mới nhất của ITC, trong 6 tháng đầu năm, tỷ lệ tăng trưởng xuất khẩu đồ uống không cồn từ Việt Nam sang Australia không những tăng trưởng lên đến 59% so với cùng kỳ mà còn cao hơn mức tăng trưởng nhập khẩu chung của Australia từ thế giới đối với ngành hàng này. Tổng kim ngạch đạt hơn 9.5 triệu USD, không kể cả phê đóng lon.

Nguồn: BỘ CÔNG THƯƠNG

Under guidance of the Ministry of Industry and Trade and the Representative Agency in finding export opportunities, there has been a program organised to promote Vietnamese non-alcoholic beverages in Australia. With the determination of Vietnamese businesses and general joint efforts, Vietnamese non-alcoholic beverages products have grown by 59% in this market. Products, such as: Alkaline ION water, canned coconut water, bottled drinking water (Green tea zero degrees, Dr Thanh...), are interested by many people. The promotion program of non-alcoholic beverages is being implemented following 03 main action points: (i) Promoting trust and interest in Vietnamese origin products; (ii) joint promotion and connection programs to the distribution system and culinary channels; (iii) Coordinating wide promotion programs in the states of Australia.

NGƯỜI TIÊU DÙNG MONG HÀNG HÓA LUÔN ĐƯỢC BÌNH ỔN VÀ ĐƯỢC CHIA SẺ TRONG LÚC KHÓ KHĂN

Từ khi dịch Covid - 19 bùng phát lần thứ 4 tại nhiều tỉnh, thành phố đã ảnh hưởng không nhỏ tới hoạt động sản xuất, kinh doanh của nhiều ngành hàng, trong đó có ngành thực phẩm, đồ uống. Nhằm đáp ứng nhu cầu của thị trường, các doanh nghiệp, hệ thống phân phối và cửa hàng bán lẻ đã luôn chủ động trong việc sản xuất, lưu thông hàng hóa, khắc phục khó khăn, đảm bảo cung cấp đủ hàng hóa tới người tiêu dùng. Tuy nhiên, vấn đề giá cả khi tới tay người tiêu dùng cần được quan tâm hơn nữa trong bối cảnh dịch diễn biến phức tạp.

■ KIM ANH

Để nắm bắt tình hình tiêu thụ thực phẩm, đồ uống tại một số địa phương thuộc ngoài thành Hà Nội trong những ngày thực hiện giãn cách xã hội theo Chỉ thị 16, phóng viên Tạp chí Đồ uống Việt Nam thực hiện chuyến khảo sát và ghi nhận từ thực tế. Trong thời điểm dịch bệnh, ngoài đảm bảo an toàn trong phòng, chống dịch Covid-19 thì các địa phương và cơ quan quản lý chuyên môn cũng luôn quan tâm đến việc đảm bảo cung cấp đủ lương thực, thực phẩm, đồ uống, đáp ứng nhu cầu sinh hoạt của người dân. Tại khu vực nông thôn, việc vận chuyển hàng hóa bị gián đoạn, thời gian nhận hàng lâu hơn nhưng các hộ kinh doanh đã cố gắng để cung cấp đủ các mặt hàng tới người tiêu dùng.

Bà Vũ Thị Nhung (chủ cửa hàng tạp hóa ở Phú Cường, Ba Vì, Hà Nội) cho biết: Thời gian vừa qua, do tình hình dịch bệnh nên cửa hàng tôi chủ yếu nhập về những mặt hàng thiết yếu như gạo, mỳ tôm, miến, dầu ăn, trứng, sữa, nước giải khát... để phục vụ người dân trong xã. Mặc dù việc vận chuyển hàng hóa có khó khăn nhưng cửa hàng tôi vẫn cố gắng ổn định về giá cả cho khách hàng, không thay đổi giá quá nhiều, các mặt hàng dự trữ trong kho sẽ vẫn giữ giá như trước khi có dịch bệnh.

Nói về các sản phẩm đồ uống như bia, nước ngọt, bà Nhung cho biết thêm: "Trong tình hình dịch bệnh, sản phẩm đồ uống có xu hướng tiêu thụ chậm hơn trước kia. Gần đây khi vào vụ thu hoạch lúa thì người dân bắt đầu mua bia, nước ngọt nhiều hơn để giải khát. Tại khu vực này chủ yếu tiêu thụ các sản phẩm ở mức giá tầm trung như Bia Hà Nội, Bia Saigon, Bia 333, nước vận động Chanh muối Number 1, Coca-Cola, Pepsi, 7 Up,..."



Các sản phẩm đồ uống đảm bảo cung ứng đủ, bình ổn giá, có chương trình khuyến mại luôn thu hút người tiêu dùng.

Tại một cửa hàng tạp hóa khác tại thôn Thanh Chiểu, chi Thu (chủ hàng) chia sẻ: Trong thời gian thực hiện giãn cách xã hội, để đảm bảo an toàn phòng dịch, địa phương đã lập nhiều chốt chặn nên hàng hóa chỉ được giao tại



Các sản phẩm uy tín luôn ổn định về giá cả, chia sẻ với người tiêu dùng.

các điểm chốt, khó khăn cho việc vận chuyển. Tuy vậy, nhờ việc dự trữ một số mặt hàng nên tôi vẫn đảm bảo đa dạng hàng hóa và bình ổn giá cho người dân. Các sản phẩm đồ uống như bia, nước ngọt giá cả vẫn duy trì ở mức ổn định. Cửa hàng chủ động dịch vụ giao hàng tận nhà cho khách, luôn đảm bảo an toàn phòng dịch cho khách hàng đến mua hàng trực tiếp.

Do tác động từ dịch bệnh, người dân phải nghỉ làm ở nhà, ảnh hưởng đến kinh tế gia đình nên họ rất cân nhắc trong mua sắm, lựa chọn mua các sản phẩm phục vụ nhu cầu thiết yếu. Hơn nữa, vấn đề về giá cả cũng là một yếu tố chính tác động tới quyết định chọn mua hay không của người tiêu dùng tại khu vực nông thôn. Chị Thanh (chủ một đại lý tại Vật Phụng, Ba Vì, Hà Nội) cho biết: “Kinh tế khó khăn nên người dân cũng e dè hơn trong việc chọn mua hàng hóa. Phần lớn người dân có xu hướng mua sản phẩm giá cả hợp lý, ngoài ra nếu có thêm khuyến mại thì sẽ rất hấp dẫn”. Chị Thanh còn cho biết thêm, mặc dù trong tình hình dịch bệnh nhưng một số sản phẩm bia như Bia Hà Nội, Bia Saigon vẫn triển khai các chương trình khuyến mại nên được khách hàng quan tâm chọn lựa. Số

lượng người mua Bia Saigon tăng vì giá hợp lý, chất lượng mà lại có khuyến mại, thu hút người mua.

Từ khi có quy định nới lỏng nhiều hoạt động tại khu vực vùng xanh, việc vận chuyển hàng hóa, đi lại mua sắm của người dân thuận tiện hơn nên nguồn hàng tại các cửa hàng, đại lý phong phú hơn, đảm bảo đáp ứng mọi nhu cầu của người dân. Tại khu vực nông thôn các mặt hàng thực phẩm như rau xanh, thịt gà, thịt lợn, gạo... người dân có thể nuôi, trồng tự túc tại gia đình hoặc thừa có thể đem bán nên mọi người an tâm chống dịch, bảo đảm được nguồn lương thực, thực phẩm cho gia đình.

Tại khu vực Hoài Đức (Hà Nội), theo khảo sát của chúng tôi về tình hình thị trường thực phẩm, đồ uống, về cơ bản các sản phẩm đều ổn định giá, tuy nhiên có một vài sản phẩm tăng nhẹ khoảng 1.000đ, 2.000đ, có sản phẩm tăng khoảng 10.000đ so với trước. Giải thích về điều này, chủ một cửa hàng cho biết, do đợt giãn cách xã hội việc vận chuyển hàng hóa gặp khó khăn nên mới có mức tăng nhẹ như vậy, song giá cơ bản bình ổn. Theo quan sát của chúng tôi, hàng hóa thực phẩm, đồ uống, các mặt hàng thiết yếu nhìn chung rất phong phú, đáp ứng đủ nhu cầu của người tiêu dùng. Song, cũng có một số tiểu thương bán lẻ tự tăng giá thực phẩm, đồ uống để kiếm lời, đó cũng chỉ là số ít trên thị trường khó mà kiểm soát được hết. Vấn đề chính là ở lương tâm của người buôn bán, tiểu thương cũng như đơn vị, nhà phân phối trong mối quan hệ mua - bán với người tiêu dùng.

Quan sát tại một đại lý bán thực phẩm, đồ uống ở Hoài Đức (Hà Nội), chúng tôi thấy sản phẩm đồ uống, các sản phẩm thiết yếu, quà trung thu luôn thu hút khách. Đứng một lúc tại đây, chúng tôi ghi nhận có ít nhất 3 khách tới mua sản phẩm Bia 333 để phục vụ nhu cầu của gia đình...

Hiện nay, trong bối cảnh dịch bệnh diễn biến phức tạp, nhiều người tiêu dùng gặp rất nhiều khó khăn, song nhu cầu ăn uống của họ để duy trì cuộc sống vẫn rất cần thiết, bởi vậy, các doanh nghiệp, người buôn bán hãy hiểu nỗi khó khăn của họ để đưa ra mức giá bán phù hợp, không nên tự phát tăng giá bán vào thời điểm người tiêu dùng đang gặp rất nhiều khó khăn. Trong khi đó, theo một số cửa hàng và người tiêu dùng thì giá sản phẩm một số loại đồ uống như Bia Saigon, 333, Bia Hà Nội... giá hợp lý, tương đối ổn định, nhất là có các chương trình khuyến mại tri ân khách hàng vào các dịp lễ tết, Quốc khánh 2-9...

Thiết nghĩ, mỗi doanh nghiệp hay các cửa hàng, tiểu thương hãy nhìn một cách khách quan và thấu hiểu người tiêu dùng, chia sẻ với họ những lúc khó khăn, có như vậy mới thể hiện trách nhiệm với cộng đồng và giữ được khách hàng, giữ được chữ tín trong kinh doanh... Người tiêu dùng luôn mong muốn các loại hàng hóa đều được bình ổn, không nên tăng giá, nhất là trong mùa dịch này. ■

Since the fourth outbreak of the epidemic broke out in many provinces and cities, it has significantly affected production and business activities of many industries, including beverage products. Businesses and distribution systems, retail stores always proactively overcome difficulties, to ensure sufficient supply of goods to consumers. Realizing the fact during the pandemic, a number of beverage products such as Hanoi Beer, Saigon Beer, Coca-Cola, Number One Salted Lemonade, etc., were sold by agencies to meet the needs of the people.

CÔNG BỐ KHÁCH HÀNG MAY MẮN TRÚNG THƯỞNG ĐỢT 1, ĐỢT 2 CHƯƠNG TRÌNH KHUYẾN MẠI CỦA BIA HÀ NỘI NHÃN XANH HÈ 2021

Sau 02 đợt quay thưởng, chương trình khuyến mại “Tìm thẻ cào trong mỗi thùng bia” dành cho Bia Hà Nội nhãn xanh từ ngày 08/06/2021 đến hết ngày 07/09/2021 đã tìm ra được các chủ nhân của những giải thưởng hấp dẫn.

Ngày 23/07/2021, Bia Hà Nội đã tổ chức quay thưởng Đợt 1 chương trình khuyến mại “Tìm thẻ cào trong mỗi thùng bia” dành riêng cho Bia Hà Nội nhãn Xanh để tìm ra những chủ nhân may mắn đầu tiên sở hữu giải Nhất - 01 xe máy Yamaha Exciter 150cc và 10 giải Nhì - 01 chỉ vàng SJC 9999. Bia Hà Nội xin chúc mừng những khách hàng sau đây đã may mắn trúng thưởng trong đợt quay thưởng đầu tiên chương trình khuyến mại “Tìm thẻ cào trong mỗi thùng bia”.

● **GIẢI NHẤT - 01 XE MÁY YAMAHA EXCITER 150CC:**
1.M ã số trúng thưởng: EBPEOU SĐT: 09xxxxx227

● **GIẢI NHÌ - 01 CHỈ VÀNG SJC 9999:**

1. Mã số trúng thưởng: HJJCRW SĐT: 09xxxxx260
2. Mã số trúng thưởng: SYRDUV SĐT: 09xxxxx092
3. Mã số trúng thưởng: UKXZUB SĐT: 03xxxxx798
4. Mã số trúng thưởng: RUYTRF SĐT: 03xxxxx791
5. Mã số trúng thưởng: NJMYOX SĐT: 09xxxxx701
6. Mã số trúng thưởng: BUPUVC SĐT: 08xxxxx724
7. Mã số trúng thưởng: HRYHQR SĐT: 09xxxxx308
8. Mã số trúng thưởng: HHWUSJ SĐT: 03xxxxx099
9. Mã số trúng thưởng: VPJUEF SĐT: 03xxxxx008
10. Mã số trúng thưởng: HQPSHK SĐT: 03xxxxx131

Ngày 8/9/2021 vừa qua, Bia Hà Nội nhãn xanh đã tổ chức Lễ Quay thưởng Đợt 2 tìm ra những chủ nhân may mắn tiếp theo trong chương trình khuyến mại này. Bia Hà Nội xin trân trọng thông báo và chúc mừng những khách hàng có mã số dự thưởng sau đây đã trúng thưởng các giải thưởng hấp dẫn từ đợt 2 chương trình khuyến mại “Tìm thẻ cào trong mỗi thùng bia” của Bia Hà Nội nhãn xanh:

● **Danh sách Khách hàng trúng 01 Giải Nhất - 01 xe máy Yamaha Exciter 150cc:**

1. Mã số trúng thưởng: GSWTAA SĐT: 843xxxxx036

● **Danh sách 10 Khách hàng trúng 10 Giải Nhì - mỗi giải 01 chỉ vàng SJC 9999:**

1. Mã số trúng thưởng: AUMINB SĐT: 843xxxxx386
2. Mã số trúng thưởng: WHRDAZ SĐT: 843xxxxx041



3. Mã số trúng thưởng: GDMPPH SĐT: 843xxxxx947
4. Mã số trúng thưởng: DVUSMK SĐT: 849xxxxx808
5. Mã số trúng thưởng: YFBABS SĐT: 849xxxxx323
6. Mã số trúng thưởng: MJDBIK SĐT: 847xxxxx036
7. Mã số trúng thưởng: RCJVKU SĐT: 843xxxxx554
8. Mã số trúng thưởng: DHRDYM SĐT: 848xxxxx762
9. Mã số trúng thưởng: ZSACMN SĐT: 848xxxxx686
10. Mã số trúng thưởng: GVNTVR SĐT: 849xxxxx983

Với quy mô và cơ cấu giải thưởng hấp dẫn 02 giải Nhất - 01 xe máy Exciter Yamaha 150cc, 20 giải Nhì - 01 chỉ vàng SJC 9999 và hàng chục ngàn giải thưởng khác, chương trình khuyến mại “Tìm thẻ cào trong mỗi thùng bia” đã kết thúc thành công như một lời tri ân, mang lại nhiều phần quà và niềm vui từ Bia Hà Nội Xanh đến Quý Khách Hàng trong dịp hè này. Bia Hà Nội xin trân trọng cảm ơn sự yêu mến của Quý Khách Hàng dành cho Bia Hà Nội nhãn xanh.

Cùng chờ đón và cập nhật thông tin chi tiết về sản phẩm, dịch vụ và các chương trình ưu đãi, khuyến mại khác tại Website <https://www.habeco.com.vn/> hoặc Facebook Fanpage: <https://www.facebook.com/biahanoi1890>

Nguồn: HABECO

CHẾ ĐỘ ĂN UỐNG THỂ NÀO ĐỂ NÂNG CAO SỨC KHỎE TRONG MÙA DỊCH?



Trong tiết trời mùa Thu se lạnh, nhất là khi dịch bệnh diễn biến phức tạp, mỗi người cần phải bổ sung thêm dinh dưỡng, có chế độ ăn uống hợp lý, đủ chất để góp phần có sức khỏe tốt, nâng cao sức đề kháng,... Dưới đây là những thông tin bổ ích mà bác sỹ Hoàng Xuân Đại chia sẻ trên báo Tuổi trẻ, chúng tôi xin trích đăng để bạn đọc tham khảo và áp dụng trong cuộc sống.

Việc bổ sung các vitamin, khoáng chất có đặc tính tăng cường miễn dịch lại được ưu tiên hơn. Vitamin C là chất dinh dưỡng cần thiết giúp làm tăng khả năng sản sinh của bạch cầu trong máu. Các loại trái cây họ cam quýt như bưởi, cam, chanh,... hay các loại quả như dứa, dưa, dưa lưới,... là những nguồn rất giàu vitamin C. Ngoài việc ăn tươi, có thể pha chế những loại trái cây trên dưới dạng nước ép thì vẫn giữ được dưỡng chất tăng cường đề kháng. Rau xanh chứa nhiều vitamin C, E và chất chống oxy hóa. Một số loại giúp tăng cường miễn dịch hạn chế cảm cúm như rau bó xôi, rau cải, bí đỏ...

Trong những ngày giãn cách xã hội, do ở nhà cơ thể ít vận động nên việc bổ sung rau xanh thay thế cho hàm lượng tinh bột cũng giúp cơ thể ngăn ngừa béo phì, cải thiện tinh thần, giảm căng thẳng. Một số loại rau xanh như súp lơ, măng tây, rau chân vịt... có tác dụng giúp cơ thể giảm bớt căng thẳng, stress. Magie rất có lợi cho sức khỏe tim mạch và não, giúp ngăn ngừa thiếu hụt khoáng chất và bệnh mãn tính. Bổ sung magie thông qua các loại thực phẩm như: gà, cá hồi, các loại hải sản... giúp tăng đường huyết cũng như cân bằng hormone trong cơ thể.

Đặc biệt magie đóng vai trò quan trọng trong việc giảm rối loạn tâm trạng, bao gồm trầm cảm và lo âu, của nhiều người hiện nay khi phải ở nhà thường xuyên. Cần uống 8 - 10 ly nước mỗi ngày nhằm giúp quá trình phân phối chất dinh dưỡng đến tế bào cơ thể được diễn ra nhanh chóng. Khi được cung cấp đủ nước, cơ thể chúng ta sẽ trở nên hưng phấn và tràn đầy năng lượng hơn.

Một số loại trái cây tiêu biểu được lựa chọn hàng đầu để sử dụng giúp cơ thể tăng cường hệ miễn dịch, theo Univadis/Boldsky. Hãy đảm bảo ăn 3 - 4 phần trái cây loại dưới đây mỗi ngày.

- Đu đủ: giàu vitamin C và chứa enzyme tiêu hóa papain. Đu đủ còn là nguồn cung cấp kali, folate, vitamin A và B nữa.

- Kiwi: chứa các dưỡng chất thiết yếu như vitamin C, folate, kali, vitamin K và vitamin E giúp tăng cường miễn dịch. Bạn hãy bổ sung kiwi xanh vào chế độ ăn của mình.

- Ổi: cung cấp các dưỡng chất như vitamin C và vitamin A giúp tăng cường sức khỏe và củng cố hệ miễn dịch.

- Dứa: uống nước dứa và ăn cùi dứa là một trong những cách tốt nhất để tăng cường hệ miễn dịch và bổ sung nước cho cơ thể trong những ngày hè oi bức.

- Táo: giúp bảo vệ cơ thể chống lại các nhiễm trùng. Đây cũng là nguồn cung cấp các vitamin và khoáng chất cần thiết.

- Dâu tây: tăng cường miễn dịch nhờ hàm lượng vitamin A và C. Hãy dùng dâu tây làm món tráng miệng hoặc ăn kèm với sữa chua.

- Xoài: là loại trái cây ngon miệng cung cấp vitamin A và các dưỡng chất cần thiết giúp củng cố hệ miễn dịch và tăng cường sức khỏe tổng thể.

- Dưa hấu: là loại quả lý tưởng trong mùa hè để tăng cường hệ miễn dịch. Dưa hấu chứa nhiều vitamin, khoáng chất và đặc biệt là lycopene giúp phòng ngừa nhiều bệnh, nhiễm trùng và viêm đường hô hấp.

- Chuối: giàu chất chống oxy hóa, vitamin B6, mangan, kali giúp cơ thể được tăng cường hệ miễn dịch.

- Trái cây họ cam quýt như chanh, cam, quýt, bưởi - loại trái cây này sản sinh bạch cầu, chống oxy hóa, chống viêm và kháng khuẩn tự nhiên, giúp tăng cường năng lượng, cải thiện thị lực và làm lành vết thương.

Các loại trái thuộc họ quýt còn chứa một lượng nhỏ vitamin A - có tác dụng giúp tăng cường sức khỏe của răng, da, xương và cải thiện thị lực.

Hy vọng những thông tin trên sẽ phần nào giúp quý độc giả có chế độ ăn uống hợp lý, luyện tập thể dục tại nhà, từ đó góp phần nâng cao sức khỏe để phòng chống dịch bệnh. ■

TÌM HIỂU VỀ NGŨ NGHĨA "VIỆT VỊ" TRONG BÓNG ĐÁ

Việt vị là một trong những lỗi hay gặp nhất trong bóng đá. Tuy nhiên, khác với nhiều lỗi khác (lấy bóng không hợp lệ, chơi tiểu xảo, chơi bạo lực, để bóng chạm tay...) thì cầu thủ phạm lỗi sẽ nhận thẻ phạt (vàng hoặc đỏ) và đối phương được đá phạt hay đá penalty, khi cầu thủ mắc lỗi việt vị thì trọng tài chỉ thổi còi dừng bóng, không cho đá tiếp. Bóng được trả cho đối phương ở vị trí vừa bị việt vị. Vì thế, lỗi việt vị được coi là lỗi nhẹ nhất. Một đội bóng có thể mắc lỗi này nhiều lần trong một trận. Nó cũng không là căn cứ để chấm điểm phong cách khi cần thiết.

■ PGS-TS PHẠM VĂN TÌNH



Nhưng trong nhiều trận đấu, lỗi việt vị lại gây phản ứng đối với cầu thủ và cả khán giả. Bởi không ít lần người xem thót tim hay mừng hụt trong một tình huống phối hợp dẫn đến bàn thắng (mà lại là bàn thắng đẹp nữa). Thường trọng tài chính thổi việt vị căn cứ vào trọng tài biên (căng cờ báo hiệu). Cái rắc rối ở đây là, ranh giới giữa "phạm lỗi/ không phạm lỗi" rất mong manh, nhiều khi do trọng tài biên không

theo dõi kịp, do nhìn nhầm hoặc xác định sai theo cảm tính, nhất là trong những trận đấu diễn ra quá nhanh (lỗi việt vị không tính khi cầu thủ nhận bóng mà tính vào thời điểm cầu thủ chuyển bóng). Không ít trường hợp xảy ra tranh cãi giữa cầu thủ, người xem và trọng tài. Người ta cho rằng trọng tài bắt lỗi sai, làm ảnh hưởng tới nhịp độ trận đấu, thậm chí tước bỏ một bàn thắng đúng luật "trăm phần trăm", gây bức xúc cho đội bóng và khán giả (Hiện

tại, công nghệ VAR nếu có cũng ít khi được sử dụng như các tình huống phạm lỗi khác - thường là nghiêm trọng).

Việt vị (offside) là một từ Hán Việt hai thành tố (việt: vượt qua, vị: vị trí), có nghĩa đen là "vượt quá vị trí". Trong bóng đá, đây là "lỗi" của cầu thủ khi nhận bóng để tấn công ở phần sân đối phương mà phía trước không có cầu thủ nào của đối phương, trừ thủ môn" (Từ điển tiếng Việt, Trung tâm Từ điển học, NXB Đà Nẵng, 2020).

Theo Luật Bóng đá (Laws of the Game) của FIFA, một cầu thủ được coi là bị việt vị khi có 4 điều kiện sau đồng thời được thỏa mãn:

1. Cầu thủ đó đứng ở phần sân của đối phương;
2. Có ít hơn 2 cầu thủ của đối phương đứng giữa anh ta và đường biên ngang cuối sân đối phương so với bóng;
3. Tham gia vào đường bóng đó;
4. Cầu thủ đó đang đứng phía trước trái bóng (theo hướng tấn công).

Trong 3 điều kiện đầu, thủ

môn được tính là một cầu thủ đối phương. Theo Luật Bóng đá (sửa đổi năm 2005), các điều kiện thứ hai và thứ tư được hiểu rõ là “cầu thủ ở vị trí việt vị nếu bất cứ bộ phận nào của anh chạm bóng ở gần đường biên ngang cuối sân đối phương hơn so với bóng và cầu thủ đối phương thứ hai (cầu thủ đối phương thứ nhất thường là thủ môn)”. Cầu thủ đứng ở vị trí được coi là phạm luật việt vị và chỉ bị xử phạt nếu ở thời điểm đồng đội chuyển bóng hoặc chạm bóng, theo nhận định của trọng tài thì cầu thủ đó thực sự tham gia vào đường bóng tấn công đó hoặc cố tình cản trở đối phương.

Tuy nhiên, không ít những đội bóng đã tận dụng những điều khoản của luật việt vị để tạo lợi thế cho mình. Đó là việc sáng tạo ra “bẫy việt vị” của đội Bỉ (áp dụng tại World Cup 1978 tại Argentina) mà tác giả của sáng kiến này là Guy Thys (HLV đội Bỉ). “Mẹo” giăng bẫy là, khi cầu thủ đối phương bắt đầu chuyển bóng, thì dàn cầu thủ Bỉ nhất loạt chạy lên, làm cầu thủ đối phương đứng “trật khúc” ở sân. Thế là đợt tấn công thất bại. Ấy thế nhưng, không ít lần các cầu thủ có cách phá bẫy việt vị, bằng cách họ tìm cách luôn đứng ngang đối thủ nhưng sẽ chạy thật nhanh khi nhìn thấy đồng đội bắt đầu chuyển bóng. Vậy nên phải coi chừng không khéo gây ông đập lưng ông.

Trong tiếng Việt hiện nay, người ta còn dùng từ “việt vị” để chỉ ai đó bị rơi vào tình huống bất lợi, khó xử khi phán đoán sai tình hình. Ví dụ: Công ti nọ quá tin đối tác, không tìm hiểu, cứ thế xuất hàng. Ai ngờ hàng đến cửa khẩu phải quay lại. Cú “việt vị” này đáng giá vài trăm triệu đồng; Anh chàng tưởng bỏ, ai dè bị cô em cho “việt vị”, thật bẽ bàng, v.v.

Cô em cứ ngỡ xe hoa

Ai ngờ việt vị lại là “xe ôm”. ■



TRẬN THỨ BA THEN CHỐT

(Bình luận bóng đá bằng thơ)

*** 3-9-2021, Arab Saudi - Việt Nam: 3-1**

BÀI HỌC CHO MỘT TRẬN THUA

Cú ra chân Quang Hải phút thứ ba vụt sáng trên bầu trời Tây Á
Hiệp 1 trôi qua với 11 chiến binh áo đỏ kiên cường
Mồ hôi các anh rơi nao lòng người hâm mộ
Quyết giữ vững nửa sân bên này như giữ đất biên cương.

Một thẻ đỏ và tiếp theo, một quả phạt đền
Một chốt chặn (Duy Mạnh) bất ngờ không còn nữa
Đoàn quân Saudi ào ạt xông lên khiến khung thành ngợp thở
Ba điểm đầu tiên đành bỏ lại giữa sân người.

Vạn sự khởi đầu nan, một trận thua đúng tâm, giúp cho ta bài học.

*** 7-9-2021, Việt Nam - Úc: 0-1**

CHƯA ĐỦ ĐỂ THẮNG HOA

Công nghệ VAR cứ ngỡ ta hưởng lợi
Nhưng quyết định khó hiểu của trọng tài làm dư luận chia hai
Phải chấp nhận luật chơi, vẫn một Việt Nam đôi công ngang ngửa
Park Hang-Seo vậy tay, trận đấu vẫn còn dài.

Cú đội đầu Rhyen Grant phút bốn tư làm ngỡ ngàng hai đội
Bên này sân có hai Hoàng (Trọng Hoàng, Hoàng Đức) tả xung hữu đột
90 triệu trái tim mong chờ bàn ghi vào phút chót
Vậy mà sóng Mỹ Đình chưa đủ để thắng hoa.

*** 7-10-2021, Trung Quốc - Việt Nam**

TRẬN THỨ BA THEN CHỐT

Park Hang-Seo lặng thầm không muốn “bất quá tam”
Phải ghi nhớ: Khung thành đang phía trước
Nhưng nếu trận này không điểm nào có được
Sẽ rất khó tiếp lửa cho đoàn quân, xốc lại đội hình

Huấn luyện viên Li Tie đang hội quân tận Bắc Kinh
Cả hai nhà cầm quân “căng như dây đàn” đầu đầu tính toán
Trận đấu bản lề, quyết tâm không hề nản
Còn tám trận đấu đang chờ ta, bước tiếp chặng đường.

PHẠM VĂN TÌNH (19/9/2021)

Các thực phẩm ngoài cung cấp năng lượng cho hoạt động vận động còn cung cấp các chất dinh dưỡng cho sự phát triển và duy trì cơ thể sống. Vì vậy, dinh dưỡng hợp lý là yếu tố quan trọng để vận động viên có sức khỏe để tập luyện và thi đấu, ảnh hưởng tới năng suất và thành tích thể thao.



DINH DƯỠNG HỢP LÝ CHO VẬN ĐỘNG VIÊN

Tùy mức độ tập luyện, thể chất mỗi người, lượng ăn cũng khác nhau theo giới tính, tuổi tác, cân nặng, mức độ tập luyện hay thi đấu, khả năng tiêu hóa hấp thu... Với vận động viên, tỷ lệ bột đường nên chiếm 60-70% năng lượng khẩu phần (người bình thường là 55-60%), chất đạm là 10-15%, chất béo khoảng 20%.

Dinh dưỡng hợp lý là yếu tố quan trọng để vận động viên có sức khỏe để tập luyện và thi đấu, ảnh hưởng tới năng suất và thành tích thể thao.

Khi tập luyện và thi đấu

Cần lưu ý những điều sau về dinh dưỡng khi tập luyện và thi đấu:

+ Trong một ngày tập luyện

Nên ăn sáng đủ no và đủ chất với 4 nhóm thực phẩm trước khi tập luyện 2 tiếng. Buổi trưa, ăn thức ăn dễ tiêu và tránh ăn nhiều béo, nhiều đạm. Buổi chiều sau tập, nên uống đủ nước và bổ sung đường, muối khoáng với các loại nước thể thao. Bữa tối là bữa ăn quan trọng để bù đắp năng lượng đã mất, dự trữ năng lượng cho ngày

hôm sau. Vào mùa tập luyện căng thẳng, cần chú ý ăn đầy đủ chất bột đường dễ tiêu như bánh mì, cơm, trái cây, có thể sử dụng các loại đường nhanh như bánh ngọt, kẹo, chocolate, mít, nước trái cây...

+ Chuẩn bị 7 ngày trước thi đấu

Cho các vận động viên cần vận động mạnh trong 1 giờ liên tục trở lên như bóng đá, bóng chày, bóng rổ, đua xe đạp, bóng bàn, tennis, chạy nước rút hoặc marathon:

- Hai ngày đầu: Chế độ dinh dưỡng bình thường, tập luyện 3 giờ/ngày.

- Hai ngày sau: Ăn nhiều chất béo và đạm (béo 50%, đạm 50%), tập luyện 0,5-1 giờ/ngày.

- Ba ngày trước thi đấu: Ăn nhiều bột đường (cơm, bún, mì, phở) khoảng 75%, đạm 17%, nghỉ tập.

- Ngày thi đấu: Ăn nhẹ 3 giờ trước thi đấu buổi sáng sớm. Nếu thi đấu vào 3 giờ chiều, buổi sáng 7-8 giờ phải ăn thịnh soạn, trưa ăn vừa đủ no với nhiều chất đường lúc 11-12 giờ. Nếu thi đấu buổi tối, có thể ăn bữa nhẹ lúc xế chiều với bánh ngọt, trái cây.

+ Trong khi thi đấu

Vẫn cần cung cấp chất đường nhanh và nước, ít khoáng chất, cung cấp ít nhẹ, từ từ: Nước uống có nồng độ đường 2,5% (nước thể thao, nước ngọt pha loãng 1/2), uống từng ngụm nhỏ 400ml trong 30 phút trước khi thi đấu, 100-200ml mỗi 15 phút. Không nên đợi khát mới uống vì cơ thể thiếu nước sẽ mệt mỏi và giảm khả năng thi đấu.

Uống nhiều nước

Phải khuyến khích người chơi thể thao uống nước nhiều hơn họ muốn, nhất là trong thời gian hoạt động kéo dài. Sự mất nước của cơ thể gây căng thẳng cho tim và các mạch máu, một phần do giảm thể tích máu vì mất nước qua mồ hôi. Khi mất nước nghiêm trọng, tình trạng căng thẳng này được biểu hiện qua việc tăng nhịp mạch và tăng thân nhiệt. Các triệu chứng bao gồm sự bức bối lo lắng, mệt mỏi, thờ ơ, giảm sút ý chí và vừa không muốn vừa không có khả năng đảm trách những hoạt động căng thẳng vất vả. Những triệu

chứng này càng rõ hơn khi lượng nước mất vượt quá 2% cân nặng cơ thể. Nước đóng vai trò vô cùng quan trọng khi tập luyện thể dục thể thao.

Phòng ngừa sự mất nước bằng cách uống đủ nước trước và trong khi tập luyện. Nếu để tình trạng mất nước qua mồ hôi xảy ra một cách đáng kể, có thể phải mất nhiều giờ mới đạt được sự cân bằng về nước và thành tích tập luyện sẽ bị giảm sút, người chơi phải chịu cơn mệt mỏi khó chịu kéo dài sau khi tập.

trạng mất nước càng nặng. Vì thế, chỉ cần bù điện giải bằng nước thể thao và bữa ăn bình thường sau tập luyện, thi đấu.

“Nước giải khát dùng trong thể thao” là nguồn cung cấp tiện dụng sodium, potassium và đường. Các nhu cầu bù sodium và potassium có thể được đáp ứng tốt hơn bằng cách ăn theo chế độ ăn bao gồm nhiều loại thực phẩm cung cấp sodium, potassium và các chất dinh dưỡng khác - kể cả những lượng nước uống hợp lý. Nếu sử dụng



Nước uống luôn cần cho sức khỏe và luyện tập.

Uống nhiều nước sẽ không gây trở ngại cho người chơi thể thao. Thỉnh thoảng có người chơi thể thao bị nôn khi uống lượng nước lớn trong một lần. Có thể cho họ uống làm nhiều lần hơn, với lượng nước ít hơn, bắt đầu uống trước khi luyện tập.

Muối và chất điện giải khác

Người chơi thể thao thường tưởng các viên thuốc chứa muối hoặc các dung dịch điện giải cần thiết. Thực tế, chúng chẳng những không cần thiết mà còn có thể có hại. Các viên thuốc muối kích thích dạ dày và ruột, có thể làm tăng nguy cơ mất nước và gây tiêu chảy, góp phần làm tình

các loại nước ngọt thường bán trên thị trường, phải pha loãng với nước để làm giảm hàm lượng đường và nhờ đó, làm giảm thời gian mà các thức uống này ở lại trong dạ dày.

+ Trước khi tập: 2 giờ: 500ml (2-3 ly); 10-20 phút: 200-300ml (1-2 ly).

+ Trong khi tập: mỗi 10-20 phút: 150-300ml (1-2 ly); giờ giải lao: trên 500ml.

+ Sau khi tập: Bù đủ số cân mất trong 2 giờ; lượng nước = 1,25 đến 1,5 lần số cân bị sụt giảm sau tập luyện.

BS. CK1. ĐÀO THỊ YẾN THỦY

(Chuyên viên Dinh dưỡng
Bệnh viện Quốc tế Hạnh Phúc)

Nguồn: **TẠP CHÍ SỨC KHỎE**



Thủ môn Hồ Văn Ý.

Nước mắt Văn Ý, ý chí Việt Nam

PHẠM TRẦN ĐỨC

(Thủ môn Hồ Văn Ý đã nghẹn lời khi trả lời phỏng vấn VTV sau trận hòa lịch sử của Việt Nam trước Séc, tại World Cup Futsal 2021 ở Litva)

Chỉ mấy mét trước khung thành,
anh tả xung hữu đột
Người Séc hôm nay không muốn
tin một kết quả hòa
Những chân sút châu Âu đã trở
thành thương hiệu
Trong đội bóng hàng đầu bảng
xếp hạng FIFA

Anh đã làm cho các đồng hương
của Pavel Nedved phải nản lòng
Nhưng lại giúp cho các chàng trai
“áo đỏ sao vàng” thêm vững tâm
vững chí
Bàn thắng Châu Đoàn Phát bất
ngờ hơn mọi điều có thể
Một chân trời sáng cửa đã mở ra

Người hùng trong trận cầu nghẹn
ngào rơi nước mắt
Nỗi niềm này đâu chỉ ở riêng anh
Ý chí Việt Nam thấp búng lên
ngọn lửa
Văn Ý tên anh - vững chãi bức
tường thành.

20/9/2021

“FILTERCHECK” – THIẾT BỊ XÁC ĐỊNH

Klaus Niemsch and Th. Heinrich, Stabifx Brauerei-Technik, Grafelfing Germany

Trong quy trình sản xuất đồ uống, công nghệ lọc bia thành phẩm đóng vai trò vô cùng quan trọng và nó trở thành chủ đề trọng tâm cho các nhà nghiên cứu ứng dụng. Năm 1990, một “phương pháp mới và đơn giản nhằm đánh giá khả năng lọc của bia” đã được đưa ra giới thiệu và sau đó được sử dụng trong phân tích sản xuất bia với tên gọi “Thử nghiệm Raible”. Mười năm sau, thử nghiệm này đã được khẳng định, các tác giả đã đi đến kết luận rằng: “các kết quả của quá trình lọc trong phòng thí nghiệm với thiết bị Raible, được gọi là “Filtercheck” (kiểm tra độ lọc), thực sự có thể được coi là tương đương với quy mô sản xuất và đưa ra giải pháp xử lý tối ưu cho quy trình công nghệ.

Test nhanh RAPID - Raible Test

“Raible Test” phù hợp với quy mô trong phòng thí nghiệm và được dùng để kiểm tra các thông số kỹ thuật mà kinh phí không nhiều. Có thể đánh giá được độ trong của dịch lọc. Hơn nữa, cũng có thể phù hợp với nhu cầu sản xuất. Thiết bị có ưu điểm: Xác định sự ổn định tuổi thọ của bia

bằng việc test kiểm tra cường bức theo chu kỳ.

“Filtercheek” được dùng trong thử nghiệm Raible bao gồm một thiết bị lọc có thể làm mát với một lớp đỡ được làm bằng vải mắt lưới thép bền tăng cường với mắt lưới 15μ. Bia, giữ trước ở nhiệt độ 0°C, được trộn với một lượng bột trợ lọc của “Kieselgur” nhất định, chất huyền phù được đổ đầy vào thiết bị lọc và áp suất tới mức 1 bar. Sau lần chạy máy đầu tiên, dịch lọc được

thu nhận trong chai mẫu thử. Thời gian lọc được đo lại.

Các test được đánh giá bằng tổng số lượng dịch và thời gian cần thiết để đạt được một thể tích dịch lọc cụ thể. Ngoài ra, độ trong được xác định, một test cường bức được thực hiện. Sau khi tính toán, ta thu được thể tích dịch lọc cụ thể. Kết quả được ký hiệu là F_{spec} và có đơn vị đo lường là hl/m2h.

Thiết bị lọc thế hệ mới

Một thế hệ mới thiết bị



Fig. 1 Filtercheck measuring device

Máy đo độ lọc

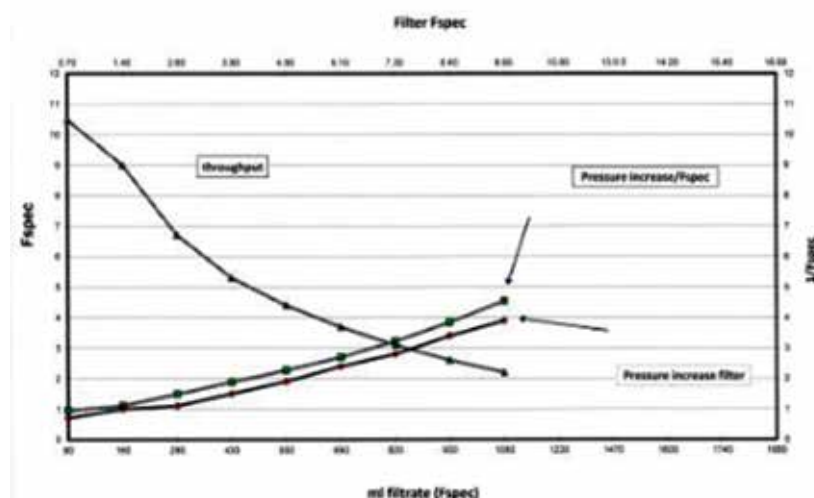


Fig. 2 Specific filtrate volume (F_{spec}), its reciprocal value and pressure increase

CHẤT LƯỢNG BEER HIỆU QUẢ

POOR FILTERABILITY DUE TO HIGH FILTER FEED HAZE

Yeast cell count 2.6x10 ⁶ YC/ml	EBC/ filter feed	Kieselguhr (g/hl)	Fspec	EBC/ filtration
Original Export	>200	80	2.3	0.9
Original Export	>200	130	2.5	0.8
+50 ml/hl Stabisol 30	75	80	3.7	0.5

Table 1

Bổ sung Stabisol cải thiện độ đục. (Bảng 1)

CENTRIFUGE VERSUS SILICA SOL

Storage tank or centrifuge	Dosage (g/hl)	Fspec	EBC/filtrate
Centrifuge inlet	100 medium 40 xerogel	2.0	0.32
Centrifuge outlet	100 medium 40 xerogel	2.9	0.49
40 Stabisol 300 without centrifuge	100 medium 40 xerogel	5.0	0.88
40 Stabisol 300 without centrifuge	60 medium 40 xerogel	4.6	0.50

Table 2

Hiệu quả sử dụng Stabisol : (Bảng 2)

"Filtercheck" được phát triển cải tiến đo được nhiều mẫu thích hợp và dễ lắp đặt:

- Thiết bị kín.
- Thể tích bình đo lớn hơn.
- Thử nghiệm lần đầu với số lượng lớn.
- Thể tích màng lọc lớn hơn.

Một số giải pháp điển hình sử dụng "Filtercheck" hiệu quả trong sản xuất bia

Bổ sung enzyme β -glucanase vào giai đoạn nấu

Nguyên liệu đầu vào malt đại mạch sản xuất bia có hàm lượng β -glucan rất cao. Mức Fspec, mức 1,7 hl/m²h là rất thấp, dịch lọc đạt 0,8 EBC. Bằng cách bổ sung enzyme β -glucanase, trong quy

mô phỏng thí nghiệm, đã xác định thông số phù hợp thay đổi quy trình công nghệ nấu để nâng cao khả năng lọc. Đặc biệt, Fspec đạt 4,3 và dịch lọc 0,4 EBC.

Thay đổi quy trình công nghệ nấu thích hợp:

Ngoài giải pháp sử dụng enzyme β -glucanase với malt đại mạch có chứa β -glucan cao thì việc tăng thời gian ngâm malt ở nhiệt độ 45°C đến 48°C, cũng như giảm nhiệt độ nấu từ 60°C xuống thấp hơn, tạo nhiệt độ thích hợp với quá trình thủy phân β -glucan mạnh và khả năng lọc được cải thiện rõ rệt từ 1,7 lên 3,8 hl/ m²h. Dịch lọc có độ trong hơn đạt 0,3EBC.

Bổ sung Stabisol cải thiện độ đục. (Bảng 1)

Bia xuất khẩu thường được tàng trữ trong tank hình trụ, thiết bị này không tạo điều kiện thuận lợi trong quá trình kết lắng của nấm men. Khoảng 2,5 triệu tế bào nấm men vẫn ở trạng thái lơ lửng huyền phù khiến cho quá trình lọc bị tắc. Việc tăng cường bổ sung trợ lọc Kieselguhr không cải thiện được dịch lọc cần thiết bổ sung 50ml chất Stabisol/hl đã đẩy mạnh quá trình kết lắng cặn của nấm men bia và làm trong dịch bia, Fspec tăng từ 2,3 lên 3,7 hl/m²h, dịch lọc trong hơn 0,4EBC.

Hiệu quả sử dụng Stabisol : (Bảng 2)

Nấm men khả năng kết lắng kém. Mặc dù có sử dụng máy ly tâm để tách men đã đạt Fspec 2,0hl/m²h, 0,32 EBC so sánh với đối chứng là Fspec 2,9hl/m²h, 0,49 EBC tương ứng. Nhằm mục đích giảm lượng bổ sung Stabisol 100g/hl xuống 60g/hl đã cải thiện khả năng lọc chỉ số EBC 0,5.

Xác định khả năng thẩm thấu của trợ lọc "Kieselguhr".

Một lượng trợ lọc Kieselguhr được sử dụng cho quá trình lọc ở quy mô phòng thí nghiệm. Có thể đánh giá trước được khả năng thẩm thấu trong quy mô thực



nghiệm, đã xác định được các kết quả sau:

- Kieselguhr A: 180m Darcy;
- Kieselguhr B: 60 m Darcy;
- 50/50 trộn Kiesel A và B: 90 m Darcy.

Xác định hàm lượng trợ lọc Kieselguhr thô và tinh thích hợp: (Bảng 3)

Quá trình xác định hàm lượng bột Kieselguhr tinh và thô với tỷ lệ phù hợp. Kết quả cho thấy, khi sử dụng bột trợ lọc Kieselguhr thô (A) với tỷ lệ 30% và trợ lọc Kieselguhr tinh (B) 70% đạt giá trị EBC 0,4 và Fspec 3,3.

CHANGING KIESELGUHR MIX (ADDITION 80 G/HL)				
Kieselguhr A medium	Kieselguhr B fine	Stabilising (g/hl)	Fspec	EBC/ filtrate
50 %	50 %	without	3.7	0.7
30 %	70 %	without	3.3	0.4
50 %	50 %	60 hydrogel	4.0	0.9
50 %	50 %	20 PVPP	3.9	1.0
60 %	40 %	30 xerogel	3.7	0.6

Xác định hàm lượng trợ lọc Kieselguhr thô và tinh thích hợp: (Bảng 3)

HIGH HAZE VALUE IN FILTRATE		
High-gravity beer	Fspec	EBC/filtrate
comparison	3.2	1.8
+ protease	3.0	2.1
+ α-amylase	3.2	1.3
+ amyloglucosidase	3.4	1.0
+ β-glucanase	3.4	1.5

Sử dụng hệ Enzyme thích hợp giảm thiểu độ đục cao trong dịch bia: (Bảng 4)

Sử dụng hệ Enzyme thích hợp giảm thiểu độ đục cao trong dịch bia: (Bảng 4)

Bằng việc bổ sung enzymes với các chế độ hoạt động tối ưu khác nhau, có thể giảm thiểu được độ đục của dịch bia và tìm ra nguồn gốc gây đục bia là hạt glycogen nhằm mục đích xây dựng được giải pháp xử lý nấm men phù hợp.

Thiết bị Filtercheck xác định khả năng lọc hiệu quả cao, thiết bị đơn giản dễ sử dụng tạo điều kiện thuận lợi cho ngành công nghệ lên men bia. Trong một phiên bản cập nhật mới, các phòng thí nghiệm cùng các cán bộ kỹ thuật trong dây chuyền sản xuất bia áp dụng các kết quả có ích vào các mục đích thương mại.

With the introduction of the Filtercheck for predicting filterability, a simple, easy-to-use device has become available to the brewing technology. In an updated version, laboratories as well as technical personel in beer procesing can thus carry over meaningful results to commercial situations.

Nguồn: Công ty Cổ phần Công nghệ Bia Rượu NGK Việt Nam - Vinabeco

Người dịch: Phùng Việt Anh

Biên tập: PGS.TS Trương Thị Hòa

Bạn có biết cách cầm ly **UỐNG RƯỢU VANG ĐÚNG CHUẨN** *là như thế nào?*

Rượu vang là một trong những loại rượu có hương vị thơm ngon và màu sắc đẹp mắt thường chủ yếu được thưởng thức trong những bữa tiệc sang trọng. Đã từ bao lâu nay việc thưởng thức rượu vang được xem là một trong những nét văn hóa khá tinh tế của Châu Âu du nhập vào Việt Nam. Khi bạn tham gia vào những bữa tiệc thì ngoài việc thưởng thức rượu bạn còn cần phải biết cách cầm ly rượu vang sao cho đúng chuẩn, bởi điều đó là điều đầu tiên thể hiện được đẳng cấp của bạn với mọi người. Và nếu bạn đang băn khoăn về cách cầm ly uống rượu vang đúng chuẩn là như thế nào thì hãy đọc bài viết dưới đây.

Một số cách cầm ly uống rượu vang hiện nay

Khi uống rượu vang chúng ta thường sử dụng loại ly có chân dài và bầu phình to ở phía trên. Đây được xem là loại ly chuyên dành cho việc uống rượu vang. Hiện nay thì chúng ta có thể thấy có 3 cách cầm ly uống rượu vang phổ biến như sau:

- Cầm ly rượu vang vào bầu ly

Đây là cách mà bạn sử dụng cả 5 đầu ngón tay áp chặt vào phần phình to (bầu ly) của ly rượu. Với cách cầm này thì bạn sẽ để thả lỏng hoàn toàn phần đế ly và chỉ tập trung giữ chặt phần bầu ly. Cách này sẽ giúp cho bạn cầm ly một cách chắc chắn khi cần phải di chuyển trong suốt bữa tiệc.

- Cầm ly rượu vang vào đế ly

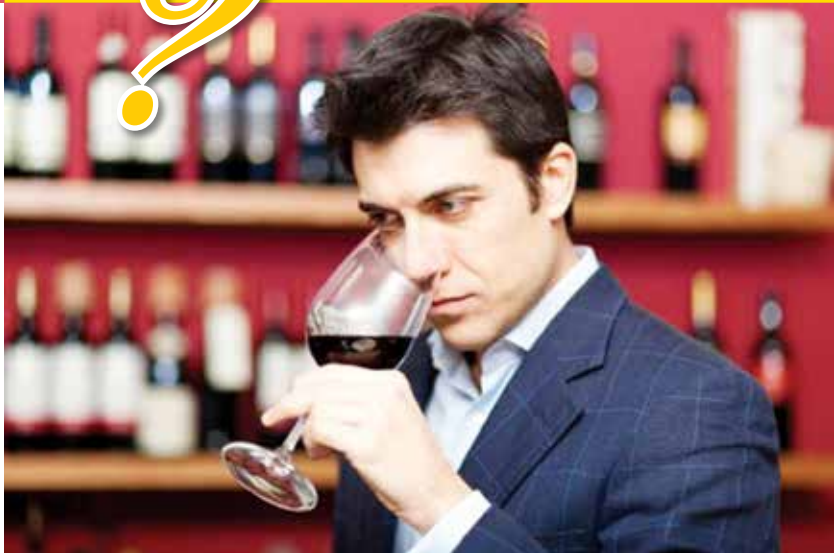
Đây là cách cầm ly mà bạn sẽ chỉ sử dụng ngón trỏ và ngón cái để cầm sát vào phần đế ly rượu. Cách cầm ly này thường khá khó khăn bởi nó đòi hỏi bạn cần phải chắc chắn nếu không ly rượu sẽ dễ bị đổ.

- Cách cầm ly rượu vang vào chân ly

Đây là cách cầm ly mà bạn sẽ sử dụng ngón cái, ngón trỏ và ngón giữa để cầm vào phần chân ly. Cách này sẽ giúp cho bạn vừa giữ chặt được ly rượu khi di chuyển vừa không chạm tay vào phần bầu rượu.

Cách cầm ly uống rượu vang đúng chuẩn

Trong số 3 cách cầm ly uống rượu vang ở trên thì cách cầm ly rượu vang vào chân ly được xem là cách



Học cách cầm ly uống rượu vang là cả một nghệ thuật.

cầm chuẩn nhất và sang trọng nhất. Tuy không có ai quy định cụ thể về cách cầm ly rượu vang nhưng với cách cầm vào chân ly bạn sẽ nhận thấy nó có những ưu điểm sau:

- Cầm bằng 3 ngón tay sẽ giúp bạn vừa giữ chặt được ly rượu tránh bị sóng ra ngoài khi di chuyển mà còn giúp cho bạn có thể thoải mái lắc rượu ở trong ly để nhìn được màu sắc của rượu.

- Dễ dàng đưa ly lên để thưởng thức hương vị thơm ngon của từng loại rượu vang khác nhau.

- Nhiệt độ ở cơ thể bạn sẽ không truyền sang được ly rượu vang khiến cho ly rượu bị mất đi hương vị đặc trưng. Bởi trên thực tế có một số loại rượu đòi hỏi phải được bảo quản ở nhiệt độ nhất định khi uống mới đảm bảo được hương vị.

- Cầm vào chân ly giúp bạn dễ dàng chạm bầu ly với đối tác khi đến chào hỏi một cách tự nhiên nhất mà không cần phải thay đổi cách cầm.

- Cách cầm vào chân ly sẽ khiến cho bạn trở nên tinh tế, sang trọng và đẳng cấp hơn trước mặt mọi người đặc biệt là các đối tác.

Với việc thực hiện cách cầm ly uống rượu vang đúng chuẩn bạn sẽ hoàn toàn tự tin khi tham gia vào những bữa tiệc sang trọng. Nếu bạn muốn tìm hiểu thêm các thông tin về vấn đề này vui lòng truy cập vào website www.ladofoods.vn của Ladofoods - nhà sản xuất rượu vang chuyên nghiệp ở nước ta hiện nay.

Nguồn: **LADOFOODS**

NƯỚC SIÊU TINH KHIẾT CHO NGÀNH CÔNG NGHIỆP ĐỒ UỐNG SỬ DỤNG CÔNG NGHỆ ELECTRODEIONIZATION (EDI) CỦA KRONES

Tại dự án Makkah Water ở Ả Rập Xê Út, một hệ thống xử lý nước mới của Krones sẽ đi vào hoạt động vào giữa năm 2021. Đây là lần đầu tiên hệ thống xử lý nước Hydronic của Krones xử lý cho ra kết quả tổng hàm lượng chất tan (TDS) nhỏ hơn 0.1 mg/l. Kết quả này cho thấy độ tinh khiết của nước cao hơn bất kỳ hệ thống nào khác trong ngành đồ uống. Sự kết hợp hệ xử lý nước Hydronic và một mô đun EDI đã tạo ra được kết quả này. Ông Dirk Scheu, một trong những chuyên gia về giải pháp xử lý nước, đã phát triển giải pháp này tại dự án Makkah Water.

Mr. Scheu, EDI hoạt động như thế nào?

EDI loại bỏ ion và các hợp chất có thể được ion hóa ra khỏi nước nhiều nhất có thể, gần như khử toàn bộ khoáng ra khỏi nước. Một mô đun EDI là sự kết hợp giữa một tấm nhựa trao đổi ion được tái sinh liên tục và một màng chọn lọc ion. Cơ bản nước sẽ được phân tách, sau đó các ion mà cần loại bỏ sẽ được tách ra, chỉ giữ lại ion H⁺ và OH⁻ để phản ứng và hình thành lại nước tinh khiết nhất có thể.

Krones đã kết hợp hệ xử lý nước Hydronic với công nghệ EDI như thế nào?

Trước khi nước đi đến mô đun EDI, 2 hệ thống Hydronic thực hiện một công việc quan trọng: Thứ nhất, nước được lọc qua hệ thống siêu lọc Hydronic UF, với công nghệ màng lọc hiện đại nhất (kích



Hệ thống xử lý nước Hydronic của Krones

thước lỗ 0.02 micromet). Sau đó tại mô đun thẩm thấu ngược (RO), các loại khoáng trong nước được loại bỏ và giảm TDS về giá trị 5-10 mg/l.

Bước kế tiếp là EDI, sẽ giảm sâu hơn giá trị TDS đến 0.1 mg/l. Loại nước siêu tinh khiết này thường có độ dẫn điện thấp hơn 0.1 microSiemen/cm. Nước được tách khoáng hoàn toàn là loại nước có chất lượng lý tưởng để điều chỉnh hàm lượng khoáng theo đúng công thức của khách hàng bằng mô-đun Hydronic MDS.

Như vậy EDI khử hoàn toàn khoáng trong nước?

Đúng vậy, không những thế ngoài khoáng, quy trình này còn loại bỏ CO₂, do đó nước sau xử lý có giá trị pH bằng 7 - trung tính. Vì thế không cần thêm sodium bicarbonate, có nghĩa là nước được tạo ra cũng sẽ có hàm lượng Natri rất thấp hoặc thậm chí không có.

Lợi ích của việc sử dụng module

EDI cho việc vận hành liên tục là gì?

Có rất nhiều lợi ích. Đầu tiên, bạn có thể vận hành 24/7. Bởi vì không giống với các tấm trao đổi ion thông thường, loại tấm trao đổi ion này được tái sinh bằng cách sử dụng năng lượng điện thay vì acid và xút - và sự tái sinh diễn ra liên tục trong lúc sản xuất. Ngược lại, nếu bạn muốn chạy một hệ trao đổi ion thông thường một cách liên tục, bạn phải cần ít nhất 2 hệ để dự trù cho việc tái sinh tấm trao đổi ion.

Ngoài ra, miễn là nước cấp không vượt quá giá trị tối đa cho phép, EDI mô đun có thể được kết nối ngay lập tức đến phía sau của hệ RO đầu tiên. Do đó, không cần thêm một bơm cao áp như trường hợp thông thường khi kết nối 2 hệ RO với nhau. Ưu điểm lớn nhất là tiết kiệm năng lượng. Trong dự án của chúng tôi, tiêu thụ năng lượng ở giai đoạn EDI cho Mpurre36-SB đã phát triển cùng với MEG là 0.088 kWh trên một mét khối nước.

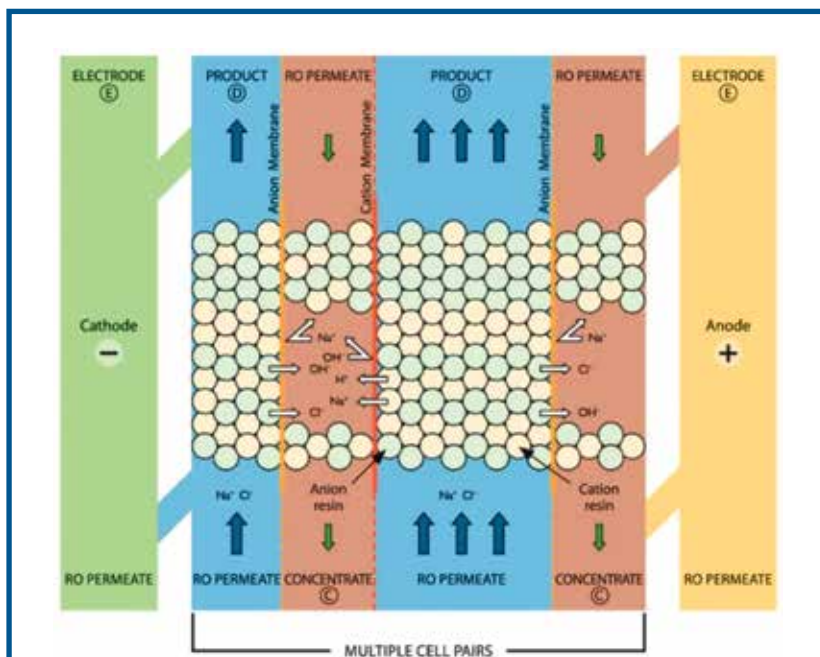
Nhà sản xuất đồ uống nào có thể xem xét tích hợp hệ thống EDI?

Tích hợp một mô đun EDI là hợp lý ở bất cứ nơi nào chất lượng nước đầu vào có xu hướng dao động nhiều. Đây là yếu tố quan trọng khi sản xuất nước từ nguồn nước ngầm, khi mà hàm lượng khoáng trong nước không được lệch so với công bố trên nhãn sản phẩm hơn 20%. Khi hàm lượng các chất trong nước đầu vào dao động trên dưới 15% trước khi phối trộn với khoáng, có rất ít cơ hội để thêm khoáng vào lại. EDI sẽ loại bỏ những bất lợi này. Với EDI, nước luôn luôn được tách khoáng đến một mức độ giống nhau, và chất lượng nước được xử lý độc lập với chất lượng nước đến từ hệ thống RO. Khi đến bước thêm khoáng chất, hàm lượng khoáng sẽ đúng với công thức, do đó sẽ tiết kiệm được chi phí cho các khoáng chất đắt tiền. Nói cách khác, với một lượng khoáng có thể sản xuất được nhiều nước hơn.

EDI có thể được quan tâm bởi các nhà sản xuất nước ion kiềm. Ở đây, chất lượng nước và pH luôn ổn định ở mức 7 sẽ cung cấp một cơ sở hoàn hảo để sản xuất nước có pH lên đến 9.

Đầu ra có thể đạt được bởi sự kết hợp giữa Hydronic và EDI là bao nhiêu?

EDI có thể cùng công suất với Hydronic. Nó có thể xử lý 120 mét khối nước một giờ với lựa chọn thay đổi thể tích thành phẩm. Hệ thống luôn luôn được hiệu chỉnh một cách chính xác theo chất lượng



Chi tiết về Electrodeionization

Electrodeionization sử dụng hạt nhựa để trao đổi ion liên tục. Sau khi thẩm thấu ngược (RO), nước được phân chia thành ion H⁺ và OH⁻. Những ion này được bắt bởi các hạt nhựa và bị kéo về các điện cực (âm và dương). Trong khi những ion mà bị loại và bị bắt bởi dòng đậm đặc (C) và xả ra khỏi hệ thống, thì các ion H⁺ và OH⁻ còn lại có thể phản ứng với nhau. Kết quả là nước được khử ion, siêu tinh khiết sẵn sàng cho việc thêm chính xác hàm lượng khoáng mong muốn.

nước đầu vào và yêu cầu đầu ra.

Giải pháp xử lý nước được phát triển cho Makkah Water là một trong những hệ xử lý nước lớn nhất mà Krones đã từng sản xuất đến hiện tại. Nó vận hành lên đến 3x110 mét khối trên giờ, bởi vậy kích thước bằng 3 hệ xử lý nước Hydronic thông thường của chúng tôi.

* $FCE < 20 \mu S/cm$, FCE là độ dẫn điện tương đương của nước cấp, được tính như sau: $Độ dẫn điện + mg/l CO_2 \times 2.66 + mg/l SiO_2 \times 1.94$. ■

At the Makkah Water project in Saudi Arabia, a new Krones water treatment system will be in operation in mid-2021. This is the first time, Krones' Hydronic water treatment system gives out the result of total dissolved content (TDS) less than 0.1 mg/l. This result indicates that its water purity is higher than any other system in the beverage industry. The combination of a Hydronic water treatment system and an Electrodeionization (EDI) module has resulted in this.

Thông tin liên hệ Krones:

● **Công ty TNHH Krones Việt Nam**
Phòng 2002, Tầng 20, Tòa nhà Pearl Plaza 561A Điện Biên Phủ, Phường 25, Quận Bình Thạnh, Thành phố Hồ Chí Minh
Điện thoại: +(84) 28 62906082

● **Công ty TNHH Krones Việt Nam - Chi nhánh Hà Nội**
Tầng 3, Tòa nhà Dolphin Plaza, Số 6 Nguyễn Hoàng, Mỹ Đình 2, Nam Từ Liêm, TP. Hà Nội.
Điện thoại: +(84) 28 62906082
Email: Info@kronesvn.com
Website: www.krones.com

KRONES Lựa chọn hoàn hảo cho các nhu cầu về máy móc, dây chuyền và nhà máy thông minh.

KHI RƯỢU BỊ LẠM DỤNG

Khoảng hai chục năm trở lại đây ở Việt Nam chúng ta xảy ra nhiều cái chết mà người chết không phải là những người đã cao tuổi. Chưa có số lượng thống kê đầy đủ nhưng bằng cách trực quan thấy rằng, đa số những người này đều mắc một căn bệnh hiểm nghèo: Ung thư! Một câu hỏi được đặt ra: Vậy thì nguyên nhân của căn bệnh này đến từ đâu? Các nhà chuyên môn chỉ ra hai nguyên nhân chính: Do môi trường thay đổi và ăn uống thiếu vệ sinh.

■ HÀ NGUYỄN HUYẾN

Về môi trường ta dễ dàng nhận thấy độ ô nhiễm không khí ngày một tăng. Sự tăng này tỷ lệ thuận với sự phát triển của sản xuất (sản xuất công nghiệp và sản xuất nông nghiệp) và việc tập trung dân cư trong các đô thị. Sản xuất phát triển là một tất yếu nhưng phát triển ồ ạt, không có sự giám sát chặt chẽ của các cơ quan chuyên môn đã dẫn đến nhiều hệ lụy. Khí của các nhà máy, xí nghiệp. Khí của các máy móc và phương tiện vận tải thải ra, rồi bụi mịn trong các đô thị... đã làm ô nhiễm nặng nề bầu khí quyển. Nước thải của các khu công nghiệp chưa qua xử lý đổ thẳng ra môi trường làm ô nhiễm nguồn nước sinh hoạt. Rác thải trong sinh hoạt của con người mới chỉ dừng lại ở mức độ chôn lấp sơ sài... Những nguyên nhân trên là cơ sở tiềm tàng cho bệnh tật phát triển. Những bệnh mà mấy chục năm trước khi đất

nước chưa phát triển chúng ta ít gặp trong đời sống xã hội.

Về ăn uống thiếu vệ sinh, đây là công việc mà mỗi cá nhân, mỗi gia đình đang hàng ngày phải đối mặt. Song, có thể nói trong lĩnh vực này chúng ta mới chỉ dừng lại ở mức độ “sạch cơ học” chứ chưa đạt đến chuẩn “sạch hóa học”! Sạch cơ học là sự cố gắng làm những điều mà bằng quan sát con người có thể nhìn thấy. Sạch hóa học là một vấn đề hết sức trừu tượng, đó là những hóa chất độc hại có trong thực phẩm hàng ngày, nguồn nước sinh hoạt chứa nhiều kim loại nặng có hại cho sức khỏe...

Bệnh tật dẫn đến những cái chết không bình thường là kết quả tích tụ sau một thời gian dài, đây là một bài toán chưa có lời giải trong một tương lai gần. Thật kinh hoàng khi hôm nay nhìn lại mấy chục năm về trước. Ngày ấy trong khu vực nông nghiệp, các hợp tác xã (HTX) nông nghiệp

tiến hành sản xuất dưới sự chỉ đạo chung. Khi trên đồng ruộng có sâu bệnh, HTX tiến hành phun thuốc trừ sâu. Do khoa học chưa phát triển nên các loại thuốc kích độc như: pho-pho, DDT 666... được sử dụng như một chế phẩm bình thường trong nông nghiệp. Thậm chí, trong cơ chế quan liêu, cấp trên cứ căn cứ số diện tích đất đai nông nghiệp trên bản đồ mà cấp một lượng thuốc trừ sâu tương đương. Đội “khoa học kỹ thuật” của các HTX cứ việc phun, kể cả khi không biết hoa màu đang có sâu gì và bệnh tật gì. Phun hết là hoàn thành nhiệm vụ... thực phẩm ấy đi vào cơ thể con người có khi vài chục năm tích tụ mới phát tác. Ngày nay, khoa học đã phát triển, chúng ta đã biết những nguyên nhân dẫn đến những cái chết bất thường nhưng không thể một sớm một chiều mà giải quyết được. Để khắc phục cần có sự chung tay của cả xã hội!



**Hãy uống
có điều
độ, không
lạm dụng
rượu, bia.**

Trong những cái chết không bình thường thì gần đây có thêm những trường hợp do tiền sử uống nhiều rượu (lạm dụng rượu, uống các loại rượu không rõ nguồn gốc), chủ yếu là bệnh ung thư gan. Khoảng hai chục năm trước khi sản xuất phát triển, rượu cũng như các mặt hàng khác rất phong phú. Uống rượu là một cái thú, cái thú ấy được con người phát hiện ra từ mấy nghìn năm trước. Rượu là một nét văn hóa trong lịch sử nhân loại. Có thể khẳng định rượu là một nét văn hóa trong đời sống, rượu luôn luôn và mãi mãi tồn tại trong sinh hoạt của con người. Vấn đề là ở chỗ sử dụng rượu thế nào cho hợp lý và phải là “rượu sạch”, rượu an toàn, có nguồn gốc xuất xứ.

Thực tế, có những vụ ngộ độc rượu dẫn tới tử vong do uống phải rượu pha chất methanol, rượu không rõ nguồn gốc... Có những trường hợp bị bệnh hiểm

ngheo do quá lạm dụng rượu, sử dụng rượu không khoa học, chỉ uống mà không ăn... Việc uống rượu bữa bãi, lạm dụng còn khiến không ít trường hợp có một đời sống tối tệ trong cộng đồng. Người ta gọi đó là những trường hợp “nát rượu”, con số này không nhiều, trong thôn xóm, khu dân cư chỉ có một vài trường hợp “nát rượu”. Nát rượu có nguồn gốc từ nghiện rượu do thói quen uống rượu hàng ngày và mỗi ngày cơ thể đòi hỏi một lượng rượu nhiều hơn. Cũng từ đây sức khỏe giảm sút dẫn đến việc người nghiện không còn khả năng lao động. “Nhân cư vi bất thiện” (nhân rồi sinh ra nhiều việc làm không tốt), những người nghiện rượu thường tự vạ lại để uống... Biết bao hành động của người nghiện rượu mang đến những hình ảnh méo mó, phi đạo đức, bất chấp luật lệ, gây phiền nhiễu ở một số nơi trong cộng đồng dân cư.

Rượu là mặt hàng kinh doanh

có điều kiện, tuy nhiên cũng là mặt hàng không thể thiếu trong đời sống của người tiêu dùng, nhất là việc mua rượu về để thắp hương trong dịp lễ tết, hiếu hỷ, giỗ chạp. Hiện nay, ngoài các loại rượu có nguồn gốc, có uy tín do các nhà máy sản xuất thì ở các vùng nông thôn vẫn còn có nhiều cơ sở nấu rượu quy mô gia đình chưa được giám sát một cách nghiêm ngặt về tiêu chuẩn vệ sinh thực phẩm, nhiều quán ăn, cửa hàng tạp hóa bán rượu không rõ nguồn gốc... Đây cũng là một trong những nguyên nhân dẫn tới bệnh tật, thậm chí có những trường hợp tử vong do ngộ độc rượu. Đã đến lúc mỗi cá nhân phải là một người tiêu dùng thông minh. Riêng trong lĩnh vực rượu, người tiêu dùng phải ý thức được mặt tác hại của rượu khi bị lạm dụng quá mức. Nên dùng những loại rượu có thương hiệu và đảm bảo tiêu chuẩn vệ sinh. ■



Dâu hiền, Rể thảo.

ĐÊM TÂN HÔN, CHỊ DẶN...

Khuya muộn, bà con lối xóm đến mừng hạnh phúc cho Xoan đã về văn. Chị Hoa cùng Xoan vào buồng trong chuẩn bị tư trang để sáng sớm mai Xoan lên xe hoa về nhà chồng. Nhà Tuấn, chồng Hoa ở xa nên phải đón dâu sớm.

Sắp đồ xong, chỉ còn hai chị em, chị Hoa kéo Xoan lại gần thủ thỉ:

-Sáng mai em lên xe hoa, chiều tối mới về đến nhà chồng. Thế nào bên đó sau lễ thành hôn cũng sẽ mời bà con hai họ ăn cỗ mừng hạnh phúc cho gia đình và hai đứa. Trên ấy nghe nói, nhiều người uống rượu dữ lắm. Hai em đi đường xa về mệt, nhớ nhắc nhau đừng uống rượu say kéo mất đêm tân hôn thì buồn lắm!

Xoan nắm chặt tay chị nũng nịu:

-Em chị lớn rồi mà. Chị yên tâm. Chúng em sẽ nhắc nhau để có đêm tân hôn trọn vẹn!

Xoan âu yếm nhìn chị gái. Chị Hoa lặng nhìn ra sân vắng nhưng vẫn không giấu được những giọt nước mắt lăn trên má. Mắt chị hoe đỏ. Xoan bối rối:

- Em về bên ấy rồi em lại về với chị, với bố mẹ và các cháu. Bây giờ đi lại thuận lợi, vài trăm cây số nào có gì xa.!

Chị Hoa gạt vội những giọt nước mắt còn vương, nhỏ nhẹ:

-Biết là em lớn rồi nhưng chị vẫn phải dặn em. Chính chị đã không có đêm tân hôn trọn vẹn với anh Tú, chồng chị!

Rồi chị Hoa kể:

-Cách đây bốn năm, đám cưới chị tổ chức thật đầm ấm, vui vẻ. Tối hôm trước, nhà mình mời cỗ họ hàng, bà con lối xóm cũng phải đến hai chục mâm. Chị đi từng bàn, cầm ly nước ngọt chạm cốc, chia vui cùng mọi người. Ai cũng vui và nhiều người khen cô dâu hôm nay thật xinh đẹp làm chị đỏ bừng cả mặt. Mọi việc diễn ra rất êm đẹp.

Chiều hôm sau, xe hoa đón chị về nhà chồng, lễ thành hôn thật trang trọng, ấm áp. Cứ ngỡ mọi việc diễn ra tốt đẹp nhưng rồi sự cố đã xảy ra.

...Ăn cỗ xong, bà con lối xóm về cả duy chỉ còn hai mâm tập trung những bạn bè thân của anh Tú ngồi lại để có thời gian chúc mừng cô dâu chú rể. Cứ sau lời



Đi đón dâu

chúc, bạn bè anh lại nêu những lý do khó có thể từ chối để cạ chén. Nào là bạn mình mừng cho bạn chọn được vợ đẹp, thảo hiền. Cạ chén! Nào là, bạn mình mấy năm không gặp nhau, chúc hai bạn hạnh phúc. Cạ chén! Nào là hội học lớp một chia vui cùng chú rể. Cạ chén! Nào là những người cùng đội bóng làng với chú rể. Lại cạ chén!

Hết chai này đến chia kia, rượu cứ tràn chén rồi cạ chén. Chiều bạn bè, anh Tú không bỏ chén

nào. Tới khi, tay anh run run, chén rượu sánh cả ra bàn, chị biết anh đã say. Nhưng trước khi chia tay, tất cả lại nâng chén trăm phần trăm, hẹn ngày gặp lại!

Dù vào phòng, anh Tú nằm vật ra giường. May có sẵn cái chậu nếu không, anh đã nôn cả ra giường hạnh phúc.

Đêm ấy, anh Tú ngủ mê man. Mùi rượu nồng nặc khắp phòng. Chị nằm bên chồng thao thức. Bao nhiêu tháng ngày khao khát, chờ mong hạnh phúc ngọt ngào đã

tan vỡ cả. Chị thầm khóc cho đêm tân hôn cô quạnh một mình!

Xoan lặng im nghe chị Hoa kể. Cô khẽ nói:

- Vâng chị. Em hiểu chị ơi!

...Mấy hôm sau, theo tục lệ, vợ chồng Xoan về quê làm lễ lại mặt. Vừa sắp cỗ, Xoan vừa thủ thỉ kể về đêm tân hôn khi về nhà chồng:

- Bên anh Tuấn nhà em tổ chức lễ thành hôn vui lắm. Nhất là phần văn nghệ mừng cô dâu, chú rể. Khi ăn cỗ, em thấy mọi người uống rượu chút chút thôi. Ai lái xe, đi xe máy đều không uống rượu. Em trai anh Tuấn làm cán bộ xã bảo: Từ ngày có Nghị định 100 quy định về uống rượu bia, trong xã, trong huyện... ai cũng chấp hành nghiêm. Ngày vui chỉ được uống lấy vui, không uống lấy say. Ai tham gia giao thông thì chỉ uống nước ngọt thôi. Ngày vui càng phải thực hiện nghiêm cho niềm vui trọn vẹn!

Đêm ấy, trong phòng tân hôn, anh Tuấn có mở chai rượu vang. Chúng em chỉ uống chút chút. Em thấy thơm thơm ở đầu môi. Và sau đó... nồng nàn lắm chị!

Mặt tươi rói, ánh mắt tràn hạnh phúc, Xoan ghé đôi má nóng bừng vào vai chị.

Tác giả: **TRUNG HIỀN** (Hà Nội)



THÔNG BÁO GIA HẠN NHẬN BÀI CUỘC THI "VĂN HÓA UỐNG - UỐNG CÓ TRÁCH NHIỆM"...

Do tình hình dịch diễn biến phức tạp nên Ban Tổ chức Cuộc thi viết "Văn hóa uống - Uống có trách nhiệm" quyết định gia hạn thời gian nhận bài và lùi thời gian tổ chức sự kiện tổng kết trao giải Cuộc thi tới 30 tháng 10 năm 2021. Thời gian

chấm giải, công bố Hội đồng chấm giải và Lễ trao giải sẽ được thông báo sau.

Địa chỉ nhận bài, ảnh tham gia Cuộc thi: tapchidouong@gmail.com

Trân trọng!



Cẩn giữ văn hóa uống, uống có trách nhiệm, tránh lạm dụng...

UỐNG GIAO LƯU - CHẠM TAY CHUNG

Tôi đã từng đi qua nhiều mái nhà, chui qua không biết bao nhiêu đổ cửa, tham dự không ít các buổi tiệc tùng. Nhưng mỗi lần về huyện Quốc Oai (Hà Nội) dự tiệc đều thấy một không gian văn hóa uống hết sức thân thương, khi những ánh mắt nụ cười của người phủ Quốc nâng ly, cạn chén và: “Trao cho nhau những gì thiết tha”, thật an hòa đầm ấm. Không hề thấy những ánh mắt “găm giữ” nhìn nhau thiếu thiện cảm của người say rượu. Trên bàn tiệc, người Quốc Oai quan niệm phải uống hết mình mới là người nhiệt tình bằng câu hát chế: “Đã không nâng thì thôi. Nếu nâng rồi thì ta cứ trăm phần trăm”.

Uống hết mình để thể hiện sự nhiệt tình, chân thành với người thân, bạn bè, đồng nghiệp trong

cuộc vui, để làm quen nhau trên bàn tiệc thật đầm ấm và đoàn kết. Đó là văn hóa ẩm thực của người phủ Quốc. Trong gia đình quan hệ giữa họ là cha - con. Trong cơ quan là lãnh đạo và nhân viên, ngoài xã hội là anh em, chú cháu... Nhưng trong bàn tiệc họ đều bình đẳng trước rượu bia. Đến dự tiệc ở Quốc Oai, tôi thấy một điều cực kỳ thú vị, mỗi lần họ nâng ly (chén) làm thủ tục. Hoặc khi có một người ở một bàn tiệc khác đến chào mừng, thì tất cả những người ngồi trên bàn tiệc đều đứng lên đáp lễ uống cạn và dĩ nhiên sau đó họ hân hoan bắt tay nhau một cách tuần tự không phân biệt đẳng cấp trên dưới, sang hèn. Thấy thật trân quý biết bao, khi lãnh đạo uống cạn rượu rồi mỉm cười vui vẻ đợi nhân viên cạn ly (chén) rồi mới đưa tay ra

bắt, mắt nhìn nhau thân thiện, khoảng cách trên dưới đã được xóa nhòa. Qua những cái bắt tay thân ái và đoàn kết, sự hận thù đã “không có cửa” tồn tại trên bàn tiệc. Lúc này, tình đoàn kết đã chiếm thế thượng phong.

Nói đến sự đoàn kết bằng những cái bắt tay thân ái, ông Nguyễn Vũ Hán - Trưởng phòng Văn hóa huyện Quốc Oai chia sẻ: “Nhận thấy việc mỗi lần cả bàn tiệc cùng uống, cùng đồng loạt bắt “mỗi cả tay”, rất bất tiện trong bàn tiệc. Những người tham dự tiệc từng trong giới công nhân viên chức của huyện đã “định chế” ra một quy ước, khi tất cả các thành viên đứng lên uống cạn rồi một người đưa tay ra, tất cả các thành viên đều chạm lòng bàn tay lên mu bàn tay người đó, rồi đồng loạt hô “dô” và vung tay lên cao. Ông Hán nhấn mạnh: “Làm như vậy, vừa rút ngắn được thủ tục bắt tay nhau rườm rà, mà vẫn giữ được tinh thần “tay bắt mặt mừng” vừa thân thiện đoàn kết, dân chủ vừa “vui là chính” trong văn hóa tiệc tùng.

Không gian văn hóa bắt tay nhau trong “uống giao lưu” ấy, không biết được khởi phát từ đâu? Nhưng đến nơi nào (ngoài huyện Quốc Oai) cũng thấy người địa phương tự hào giới thiệu việc bắt tay nhau sau mỗi lần cạn chén là “đặc sản” của quê mình. Mặc dù không thể chứng minh được niềm tự hào, nhưng sức mạnh lan tỏa của việc bắt tay nhau sau khi uống, mỗi nơi có một vẻ, nhưng phong cách “uống giao lưu, chạm tay chung” của người Quốc Oai mới thấy lấp lánh một: “nét đẹp đời thường”.

Tác giả: **HOÀNG XUÂN HIẾN**
(Hà Đông - Hà Nội)

Nét văn hóa uống của người miền Tây

Mỗi vùng miền đều có nét văn hóa ẩm thực riêng, trong đó có văn hóa uống. Tôi đã từng trải nghiệm trên bàn tiệc với người dân miền Tây Nam Bộ (người miền Tây) nên rất hiểu văn hóa nhậu - một nét văn hóa gắn liền với đời sống của bà con nơi đây. Bên cạnh câu chuyện về văn hóa nhậu là bài học về uống có trách nhiệm.

Tính cách của người miền Tây là hào sảng, khảng khái, bao dung, trung thực và nhiệt tình. Quý nhau thì bọc bạch hết lời ghét nhau thì... cạn lời.

Tính trung thực, nhiệt tình và phóng khoáng của người miền Tây được bộc lộ rõ nét trong bàn tiệc. Vì là nhịp cầu trong văn hóa giao tiếp của những người miền sông nước, nên việc uống rượu đã trở thành tập quán của người miền Tây. Trước đây, người miền Bắc muốn có một bữa tiệc thì phải bày biện cỗ bàn. Giá trị to nhỏ của mâm cỗ được tính bằng số lượng đĩa, bát trên mâm cỗ. Ở miền Bắc, muốn có người đến uống rượu thì trên mâm cỗ phải cầu kỳ, thịnh soạn, mời nhau trịnh trọng lắm. Chẳng thế dân gian có câu: “Ăn có mời, làm có khiến”, “Hữu thỉnh hữu lai, vô thỉnh bất đáo”. Còn đối với người miền Tây, uống rượu (gọi là nhậu). Kiến tạo một bữa nhậu cũng thật giản dị, được tổ chức ở mọi lúc, mọi nơi, từ nhà riêng, nhà hàng, trên ghe thuyền, thậm chí cả bờ ruộng... Nếu một người chỉ cần có chai rượu cùng vài quả xoài, cóc, ổi, con khô mực là liền trở thành chủ xị (người đứng đầu tổ chức tiệc tùng). Người này có thể mời nhậu bất cứ ai, không kể thân sơ. Người được mời cũng rất tự nhiên nhập mâm và cũng không e



Ảnh minh họa

ngại trên mâm thiếu rượu hay thức ăn. Bởi khách mời, ai có gì thì tự đem đồ tới nhập mâm để dùng chung. Chính vì phong cách nhậu như vậy nên bàn tiệc ngày càng kéo dài và đông vui...

Từ thói quen uống rượu của người miền Tây (thường gọi là nhậu chơi hoặc lai rai cho vui), và đã được sáng tạo thành một mỹ tục, vừa khoa học vừa dân chủ. Chẳng hạn việc uống rượu theo “tua”. Trong một bàn tiệc từ hai đến nhiều người, có một chai, một ly, một ca hay một âu trà đá được bắt đầu từ chủ xị, rót một ly uống cạn rồi nâng một vại trà đá uống “giảm sốc” (mang tính khoa học). Sau đó tự rót rượu vào ly, trà đá vào vại truyền cho người kế tiếp, cứ thế tuần tự theo chiều kim đồng hồ hoặc ngược lại. Ai đến lượt mình cũng tự uống và tự rót mời người kế bên rất sòng phẳng mà lịch sự (cách uống này chỉ phù hợp khi chưa có dịch Covid-19). Trong bữa nhậu, chủ và khách trên mâm đều theo vòng tua hết sức công bằng thể hiện tính bình đẳng, dân chủ, tạo không khí thoải mái, không có khoảng cách chủ, khách. Họ hào sảng phóng

khoáng bàn chuyện làm ăn, đôi khi những vụ làm ăn, hợp đồng miệng cũng được “kí kết” ngay trên bàn tiệc một cách nhanh chóng mà không cần đề phòng bởi khi mọi người đã thật tình và nhiệt huyết trên bàn tiệc với nhau...

Thật tiếc là hiện nay đã có sự xâm nhập của nhiều kiểu văn hóa uống rượu ngoại lai, nên nhiều người lấu cá lợi dụng nét đẹp này, thường tìm cách qua “tua” hòng muốn mình tỉnh táo hơn, lợi dụng người khác say để làm việc bất chính nhằm vụ lợi cá nhân. Nhưng với bản chất khảng khái và trung thực, người miền Tây mượn ý câu thơ của “ông già Ba Tri” Nguyễn Đình Chiểu để ngụ ý khen chê:

*“Thà dui mà uống thiệt tình .
Còn hơn sáng mắt chỉ rình
qua tua”.*

Vừa phê bình thói xấu xâm nhập vừa nhỏ nhẹ nhắc nhau bảo tồn phong cách uống có trách nhiệm, một mỹ tục trong uống rượu của người miền Tây trên bàn tiệc đã có từ nhiều năm nay.

Tác giả: **TRINH ĐỨC VINH**
(Phúc La - Hà Đông - Hà Nội)

Một nét đẹp văn hóa VẪN ĐƯỢC DUY TRÌ AN TOÀN trong mùa dịch

Ở ngoại thành Hà Nội, có một xã từ lâu vẫn duy trì truyền thống ăn Tết Độc lập vào dịp Quốc khánh 2-9. Đây là nét đẹp văn hóa mà mỗi người dân dù ở quê hay đi công tác, làm ăn xa cũng đều nhớ đến. Đó là xã Phú Cường (Ba Vì – Hà Nội), nơi có cây cầu Văn Lang nối liền Ba Vì với thành phố Việt Trì, có con sông Hồng đỏ nặng phù sa... Năm nay, do dịch Covid – 19 diễn biến phức tạp nên Tết Độc lập ở đây chỉ được tổ chức trong không gian từng gia đình, không nhộn nhịp như những năm trước, vừa giữ gìn được truyền thống quê hương mà vẫn đảm bảo an toàn phòng chống dịch.

■ KIM TƯƠI



Trong dịp Quốc khánh vừa qua, nhân dân xã Phú Cường đã đón Tết Độc lập trong an toàn, thực hiện đúng 5K, nhà cách ly với nhà... Năm nay, bà con trong xã vẫn duy trì truyền thống gói bánh chưng trong dịp Tết Độc lập nhưng chỉ ăn Tết trong phạm vi gia đình nhỏ của mình, không tụ tập ăn uống như mọi năm, những người con ở xa cũng không về quê ăn Tết mà thực hiện đúng “ai ở đâu ở yên đó”... Trước và trong dịp Quốc khánh 2-9, UBND, MTTQ và các đoàn thể trong xã thường xuyên tuyên truyền, vận động người dân thông tin cho con em mình không về quê ăn Tết trong dịp này để đảm bảo các quy định của huyện, của thành phố. Các gia đình và nhân dân trong xã cần chấp hành nghiêm Chỉ thị 17 của UBND Thành phố Hà Nội, duy trì truyền thống ăn Tết Độc lập nhưng phải đảm bảo đơn giản, an toàn, không tụ tập ăn uống, không gặp mặt, không ra khỏi nhà... Đội tuyên truyền của xã thường xuyên đi từng ngõ xóm để người dân nắm được các quy định phòng,



Năm nay, người dân xã Phú Cường ăn Tết Độc lập trong bình lặng, tiết kiệm, an toàn trong quy mô gia đình.

chống dịch, từ đó nghiêm túc thực hiện... Trên các trang fanpage của xã, của hội nhóm cũng có những thông tin, hình ảnh khuyên mọi người ở xa không về quê trong thời gian này, đảm bảo đúng quy định về giãn cách xã hội...

Tại xã Phú Cường, các gia đình luôn nhận thức rõ ý nghĩa văn hóa lịch sử của Tết Độc lập, trên khắp đường làng, ngõ xóm đều treo cờ tổ quốc trong dịp Quốc khánh, từ già đến trẻ ai cũng nhớ đến ngày Tết Độc lập. Tuy nhiên, trong bối cảnh dịch bệnh hiện nay, bà con đã tự giác và chủ động thực hiện việc giãn cách xã hội, vừa duy trì được nét đẹp văn hóa truyền thống vừa đảm bảo an toàn phòng chống dịch. Khác với mọi năm, trong dịp này đường làng,

ngõ xóm đều vắng vẻ, rất ít người ra đường, duy chỉ có các mẹ, các chị đi mua thực phẩm thiết yếu cho gia đình. Năm nay, mâm cỗ thấp hương trong ngày Tết Độc lập của người dân nơi đây cũng giản dị hơn, với đĩa bánh chưng xanh, đĩa chả nướng, khoanh giò, cơm canh... Việc sắp mâm cỗ thấp hương ngày Quốc khánh chủ yếu là thành tâm, mời các cụ tổ tiên về ăn Tết Độc lập, đồng thời cũng là dịp để giáo dục con cháu về truyền thống cách mạng của quê hương, giúp cho thế hệ trẻ biết và nhớ đến ngày thành lập nước để từ đó nỗ lực phấn đấu trong công tác, lao động sản xuất, thêm yêu quê hương, đất nước.

Ngày Quốc khánh, năm nay người lao động được nghỉ 4 ngày nhưng để đảm bảo công tác chống dịch, những người con xa quê không thể về đón Tết truyền thống của quê hương. Có lẽ Tết Độc lập này là đáng nhớ nhất, mỗi người con đi xa lại mang nhiều cảm xúc, tâm trạng khác nhau. Mặc dù không thể về sum họp cùng gia đình nhưng mọi người vẫn luôn háo hức hướng về ngày Tết truyền thống của quê hương. Nhiều người đã sử dụng mạng xã hội trò chuyện video với người thân, bạn bè để có thể cảm nhận được không khí đón Tết tại quê nhà.

Thay vì đón Tết Độc lập thông thường như trước khi có dịch, chúng ta có nhiều cách để kỷ niệm ngày Tết theo một cách vừa thể hiện được niềm tự hào dân tộc, vừa đóng góp vào công cuộc phòng chống dịch bệnh, góp sức xây dựng đất nước, vừa bảo vệ sức khỏe cho bản thân và gia đình.

Người dân xã Phú Cường đều hiểu và đồng lòng với chính quyền trong công tác phòng chống dịch, tuy ăn Tết trong bình yên, giản dị nhưng ý nghĩa về ngày Tết Độc lập luôn in đậm trong lòng mỗi người dân ở quê cũng như xa quê. ■



TRỞ VỀ VỚI TẾT TRUNG THU XƯA

Tết Trung thu năm nay, các em thiếu nhi sẽ đón một mùa trăng đặc biệt hơn mọi năm, tuy thiếu hụt nhiều thứ do dịch bệnh nhưng bù lại các em sẽ có cơ hội khám phá những điều thú vị về Tết Trung thu truyền thống, được hưởng sự nồng ấm trọn vẹn bên gia đình.

■ ANH THƯ

Tết Trung thu xưa

Hàng năm, cứ độ tháng 6, tháng 7 âm lịch, nhiều con phố, siêu thị, tạp hóa đã bắt đầu bày bán các loại bánh trung thu đến từ nhiều thương hiệu khác nhau. Khắp các con phố lớn, hình ảnh các quầy hàng bán bánh trung thu được dựng lên, không khí ngày Tết Trung thu trở nên nhộn nhịp, tưng bừng. Tuy nhiên, dịp Tết Trung thu năm nay do dịch Covid – 19 nên không khí chuẩn bị Tết không sôi động, tấp nập như trước. Các cửa hàng, đại lý cũng chỉ nhập số lượng bánh vừa đủ vì sợ không tiêu thụ hết, người dân chi tiêu cho Tết Trung thu cũng giảm hơn trước.

Tết Trung thu luôn là ngày lễ đặc biệt đối với các em thiếu nhi, chính vì thế trong những năm trước, vào những ngày này, từ thành thị đến nông thôn đâu đâu cũng thấy không khí vui tươi, rộn ràng của ngày Tết Trung thu. Gần tới ngày Rằm tháng 8, các trung tâm thương mại, khu vui chơi giải trí luôn đông vui, tấp nập người qua lại. Phố phường cũng trở nên lung linh hơn bởi sắc màu rực rỡ của những chiếc đèn ông sao, đèn lồng trang trí và những đồ chơi trung thu được bày bán ven đường. Những bài hát về Tết trung thu, tiếng trống “cắc... tùng...tùng” của các đội múa lân... làm các em nhỏ trở nên háo

hức hơn, người lớn cũng thêm hồi tưởng về những kỷ niệm xưa.

Tết Trung thu từ xưa đến nay mặc dù có nhiều thay đổi nhưng luôn mang không khí vui tươi, nhộn nhịp, là Tết được các em thiếu nhi mong chờ. Có thể nhận thấy, trong cuộc sống hiện đại, người lớn luôn bận rộn và có những lo toan riêng, không còn dành nhiều thời gian để tổ chức cho các em nhỏ một kỳ trung thu đúng nghĩa. Những năm gần đây, không khí Tết thiếu nhi đã khác xưa nhiều, nhất là tại các khu đô thị, trẻ em có lịch học dày đặc, người lớn đưa trẻ con đi mua sắm những gì chúng thích mà không dành thời gian giải

thích cho con trẻ về ý nghĩa của Tết Trung thu, về những đồ chơi truyền thống hoặc Tết Trung thu bị “biến tấu” thành tết chung của cả người lớn, là dịp để liên hoan, gặp gỡ bạn bè... Phải chăng Tết Trung thu đang dành cho người lớn nhiều hơn?

Tết Trung thu năm nay...

Năm nay do tình hình dịch Covid-19 diễn biến phức tạp, nhiều địa phương đang thực hiện giãn cách xã hội nên không khí đón Trăng Rằm cũng khá yên ắng, không nhộn nhịp như mọi

các em nhỏ có thể cảm nhận được không khí chuẩn bị Tết Trung thu. Nhiều người còn mua hoa quả, cùng con chuẩn bị mâm ngũ quả, dạy các bé cách sắp xếp mâm cỗ thật đẹp với hồng, bưởi, chuối... Nhiều gia đình vẫn sắm đèn lồng, đồ chơi cho con em mình để vui chơi trong không gian gia đình.

Tuy các em không được đi xem các đoàn lân múa ngoài phố, sân đình hay trong các ngõ xóm như mọi năm nhưng lại được bù đắp bằng cái Tết trọn vẹn nhất với bố mẹ, ông bà, anh chị em, được ôn lại về kỷ niệm của những Tết

sum vầy bên gia đình, bố mẹ, anh chị em cùng chung vui phá cỗ với hương vị của Tết Trung thu như bánh dẻo, bánh nướng, bưởi, hoa quả, các loại kẹo...

Cùng con làm bánh, chuẩn bị mâm quả, các bố mẹ có nhiều thời gian hơn để kể cho con nghe về Rằm Trung thu xưa tuy không được đầy đủ như hiện nay nhưng ai cũng rất vui và háo hức chờ đến ngày đi nhận quà trung thu, được rước kiệu, rước đèn ông sao, được phá cỗ đêm rằm bên gia đình.

Còn nhớ khi xưa, cứ gần tới ngày này, trẻ con trong xóm lại nô nức, í ới gọi nhau đi tập văn nghệ để chuẩn bị biểu diễn trong ngày Trung thu. Đội múa lân tập luyện nhiều ngày, tiếng trống, tiếng hò reo vang mỗi tối. Từ chiều ngày 14, trẻ con đã chuẩn bị thật sớm để ra sân đình xem múa lân, rồi cùng đoàn múa lân đi quanh các ngõ xóm. Nhiều em nhỏ còn thích thú trêu đùa khi trông thấy các chú đóng giả Tôn ngộ không, Chư bát giới...

Trung thu là dịp tuyệt vời để bồi đắp niềm vui tinh thần cho các em nhỏ, gắn kết tình cảm gia đình, văn hóa truyền thống với nếp sống hiện đại. Mặc dù Tết trung thu trong tình hình dịch bệnh nhưng sẽ là cơ hội để mỗi gia đình cùng các con trở về với đúng nghĩa của Tết thiếu nhi. ■



năm. Để đảm bảo an toàn phòng chống dịch, nhiều địa phương đã không tổ chức chương trình vui chơi, múa lân, sư tử như những năm trước nhưng các em vẫn nhận được sự quan tâm của bố mẹ, của chính quyền địa phương bằng những món quà ý nghĩa trong ngày Tết Trung thu. Thật vậy, không vì dịch bệnh mà bố mẹ sẽ quên đi Tết Trung thu của thiếu nhi, nhiều gia đình đã chuẩn bị đồ làm bánh để cùng các con tự tay làm những chiếc bánh nướng, bánh dẻo. Tuy những chiếc bánh làm ra có thể chưa hoàn hảo nhưng sẽ là cơ hội để

Trung thu xưa. Đây cũng là dịp để người lớn dành nhiều thời gian hơn bên con nhỏ, đem đến cho các con một mùa trăng đầy ý nghĩa. Các em vẫn có đủ không khí của Đêm Rằm tháng 8, thay vì đi chơi ngoài trời thì nay được

This year's Mid-Autumn Festival, the children will welcome a more special moon season than usual; even though many things are lacking due to the pandemic, in return they will have the opportunity to discover interesting things about the traditional Festival, enjoy the warmth of the family reunion. Parents have more time to spend with their children, bake moon cakes, prepare five-fruits tray and tell them about the meaning of the Mid-Autumn Festival. Although the Festival is in the midst of the pandemic, it will be an opportunity every family to return to the true meaning of Children's Festival.



KHÔNG KHÍ TẾT TRUNG THU



Những khoảnh khắc đẹp trong ngày Tết Trung thu khi chưa có dịch Covid - 19.

Ảnh: ĐỖ TUẤN ANH

Krones Vietnam Co., Ltd.
Tel: +84 28 62906082
E-mail: info@kronesvn.com
www.krones.com



Hydronic

#GermanBlingBling
#Hydronic

We do more.

 **KRONES**

ĐI LÊN CÙNG NHAU

LÊN CÙNG VIỆT NAM

