

Đồ uống

Việt Nam



SỐ 1+2 (2023)



HIỆP HỘI BIA - RƯỢU - NƯỚC GIẢI KHÁT VIỆT NAM

Website: www.vba.com.vn

ISSN 0866-7322

XUÂN
QUÝ MÃO
2023

BẬT NẮP NGAY ĐÓN TRIỆU LỘC VÀNG



2 XE
CAMRY



30 ĐIỆN THOẠI
IPHONE 14 PRO MAX 256GB

HÀNG TRIỆU THẺ NẠP
ĐIỆN THOẠI

20.000
ĐỒNG

10.000
ĐỒNG

Thời gian thực hiện chương trình khuyến mại: từ 01/11/2022 đến 28/02/2023.

Người dưới 18 tuổi không được uống rượu bia.

Coca-Cola
Real Magic™



COCA-COLA PHIÊN BẢN
TẾT 2023

ĐIỀU KỲ DIỆU TỪ 3 MIỀN ĐẤT NƯỚC





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

CÔNG TY CỔ PHẦN BIA HÀ NỘI - HỒNG HÀ

Địa chỉ: Phường Vân Phú, Thành phố Việt Trì, Tỉnh Phú Thọ

Điện thoại: 0210.3847013 Fax: 0210.3840636



Chúc Mừng Năm Mới
Xuân Quý Mão
2023





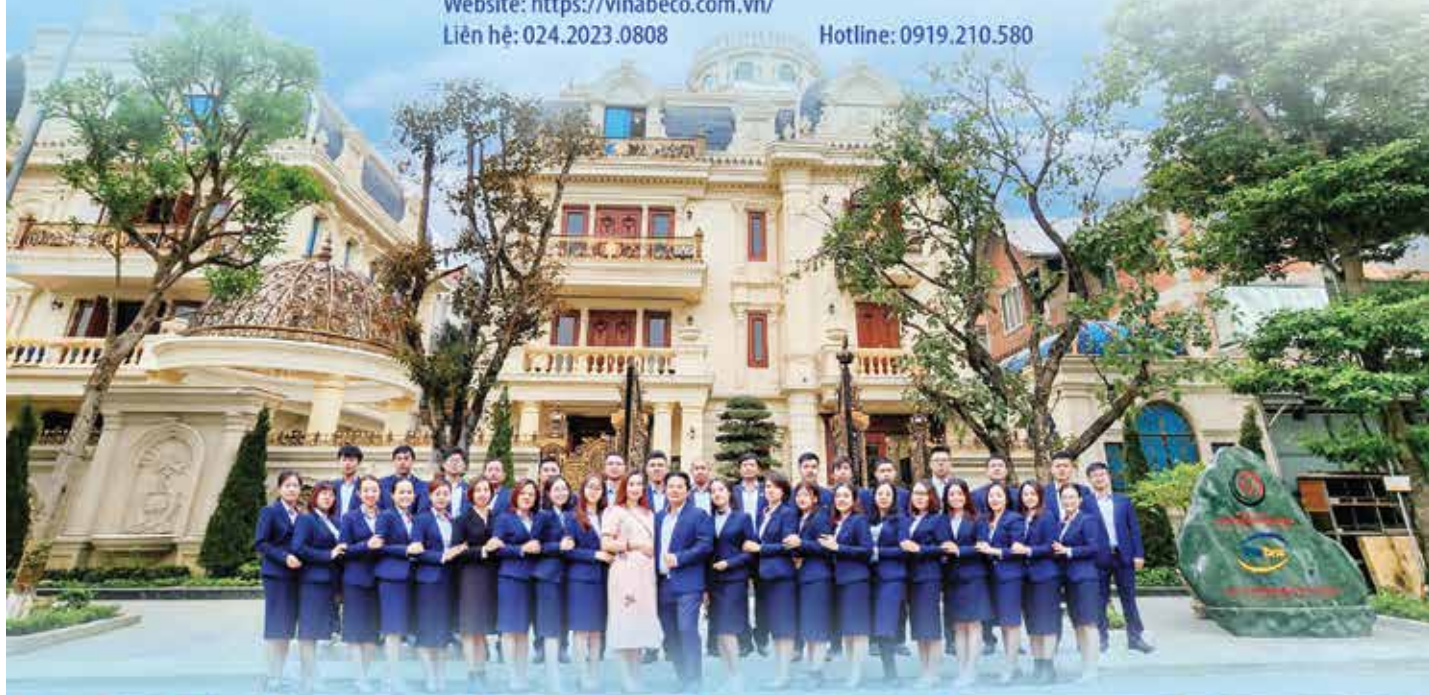
CÔNG TY CỔ PHẦN CÔNG NGHỆ BIA RƯỢU NƯỚC GIẢI KHÁT VIỆT NAM

Trụ sở chính: Lô 18&19 - BT02, Khu Đô Thị Mới Cầu Bươu, Tân Triều, Thanh Trì, Hà Nội

Website: <https://vinabeco.com.vn/>

Liên hệ: 024.2023.0808

Hotline: 0919.210.580



Phòng Vật tư



Phòng Kế toán



Phòng Hợp chính



Phòng Kinh doanh



Phòng Dự án



Phòng Hành chính

VinaBeco - Đại diện cho các hãng cung cấp nguyên phụ liệu ngành công nghiệp chế biến thực phẩm và đồ uống hàng đầu thế giới tại thị trường Việt Nam.

*Chúc Mừng
Năm Mới*

XUÂN QUÝ MÃO

2023





MỤC LỤC

THÁNG 1+2/2023

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
Nhà báo Hồ Quang Lợi
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

Ảnh bìa: **Nét Xuân.**
Ảnh của **Đinh Văn Linh**

10-11. Ngành Đồ uống nỗ lực vượt qua khó khăn và những hoạt động ý nghĩa với cộng đồng
Beverage industry strives to overcome challenges and create meaningful actions for community

12-15. VBA đồng hành cùng doanh nghiệp vượt qua khó khăn, góp phần phát triển kinh tế
VBA accompanies businesses to overcome difficulties, making contribution to economic development.

20-22. Tạp chí Đồ uống Việt Nam: Sức mạnh từ vai trò kết nối giữa doanh nghiệp với người tiêu dùng
Vietnam Beverage Magazine: The power of connecting businesses and consumers

23-27. Tổng kết và trao giải Cuộc thi viết "Ngành Đồ uống Việt Nam với sự phát triển kinh tế - xã hội của đất nước"
Summary and awards for the writing contest "Vietnam Beverage industry and the socio-economic development of the country"

36-39. Trước thềm xuân mới cùng nhà thơ Hồng Thanh Quang mạn đàm về văn hóa uống: "Mình uống rượu không để rượu "uống" mình..."
"Dawn of New Spring" with poet Hong Thanh Quang, a dialogue about drink culture: "I consume liquor, I don't let liquor "consume" me..."

44-45. Sôi động thị trường bia đón Tết Quý Mão 2023
Exciting beer market welcomes the Quy Mao New Year 2023



48-51. Những vấn đề cần quan tâm đối với công tác quản lý chất lượng, kinh doanh rượu dịp cuối năm
Concerns for year-end management of liquor quality and business

52-53. Thị trường nước giải khát và nhận thức của người tiêu dùng
Beverage market and consumer cognition

60-61. Chỉ nơi có mẹ mới là mùa xuân
It's only Spring when you are with mum!

62-63. Hấp dẫn phiên chợ Tết ngày xuân
Attractive Spring's Tet market



66-69. Những dấu ấn xanh tạo nên một năm đầy thắng lợi cho Heineken Việt Nam
Green trademarks making a successful year for Heineken Vietnam

70-71. HABECO với một năm thành công trên mọi hoạt động
Habeco and a successful year in all of their activities

72-73. Hành trình 10 năm hoạt động và phát triển của Vinabeco
The 10-year journey of operation and development of Vinabeco

74-76. Coca-Cola mang đến thông điệp mới "Tết dẫu đổi thay, diệu kỳ vẫn ở đây"
Coca-Cola with new message "Tet might change but magic is still here"



78-79. Công ty CP Bia Hà Nội – Hồng Hà: Đạt toàn diện các chỉ tiêu năm 2022
Hanoi-Hong Ha Beer Joint Stock Company: Wholly reaching all 2022 goals

80-81. Giải việt dã BTV - Number 1 chào năm mới 2023
Vietnam Road Championship BTV-Number 1 to welcome New Year 2023

82. Ngày hội "Cùng nhau làm nên Tết"
The festival: together we make Tet

84-89. Tổng quan thị trường đại mạch
Overview of barley market

114-115. Tết sum vầy mới vui và nhiều ý nghĩa
New Year's reunion is fun and meaningful

134-135. Tết ở trời Âu
New Year in Europe



Thư chúc Tết

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



Quý vị độc giả, quý doanh nghiệp thân mến!

Chúng ta vừa bước sang năm mới dương lịch 2023 và đang chuẩn bị chào đón Xuân mới Quý Mão 2023 với nhiều mong ước một năm tiếp tục đạt mức tăng trưởng và đạt nhiều thành công mới, thắng lợi mới!

Nhìn lại năm 2022, nền kinh tế Việt Nam nói chung và ngành Đồ uống Việt Nam nói riêng thực hiện nhiệm vụ phát triển kinh tế - xã hội trong bối cảnh thuận lợi, cơ hội và khó khăn, thách thức đan xen nhưng khó khăn, thách thức nhiều hơn, mới hơn, phức tạp hơn. Kinh tế Việt Nam năm 2022 đã vượt qua suy thoái trong đại dịch và phục hồi, tăng trưởng mạnh mẽ đã khẳng định được nội lực và khả năng chống chịu khá tốt của nền kinh tế. Những kết quả này có được là nhờ những chủ trương lãnh đạo đúng đắn và xuyên suốt của Đảng về ưu tiên củng cố các nền tảng vĩ mô trong quá trình phát triển, chủ động tích cực hội nhập đa dạng hóa thị trường, đa phương hóa hợp tác, xây dựng nền kinh tế độc lập, tự chủ; sự đồng hành của Quốc hội và sự chỉ đạo, điều hành chủ động, sáng tạo, linh hoạt, quyết liệt của Chính phủ và Thủ tướng Chính phủ.

Năm 2022, kinh tế Việt Nam đạt mức tăng trưởng cao trên 8%, lạm phát được kiểm chế theo mục tiêu đề ra; xuất khẩu trong 11 tháng đầu năm đã tăng hơn 13,4%, cán cân hàng hóa xuất siêu 10,6 tỷ USD, vốn đầu tư nước ngoài giải ngân tăng 15,1% so với cùng kỳ năm ngoái, chỉ số sản xuất công nghiệp trong 11 tháng tăng 8,6%, trong đó công nghiệp chế biến chế tạo tăng 8,9%; tiêu dùng trong nước tăng mạnh, tổng mức bán lẻ hàng hóa và dịch vụ trong 11 tháng đầu năm 2022 tăng tới 17,5%... Trong năm 2022, Chính phủ đã thực hiện hàng loạt chính sách hỗ trợ, củng cố năng lực phục hồi cho doanh nghiệp, trong đó có các chính sách miễn giảm thuế, phí... tuy nhiên tổng thu ngân sách đến hết tháng 11/2022 đã vượt 16,1% dự toán và tăng 17,4% so với cùng kỳ năm trước. Theo Tổng cục Thống kê, Tổng sản phẩm trong nước (GDP) năm 2022 ước tính tăng 8,02% so với năm trước, đạt mức tăng cao nhất trong giai đoạn 2011-2022 do nền kinh tế khôi phục trở lại. Trong mức tăng của tổng giá trị tăng thêm toàn nền kinh tế, khu vực nông, lâm nghiệp và thủy sản tăng 3,36%, đóng góp 5,11%; khu vực công nghiệp và xây dựng tăng 7,78%, đóng góp 38,24%; khu vực dịch vụ tăng 9,99%, đóng góp 56,65%. Tính chung cả năm 2022, giá trị tăng thêm ngành công nghiệp tăng 7,69% so với năm trước, trong đó công nghiệp chế biến, chế tạo tăng 8,10%.

Đối với ngành Đồ uống Việt Nam, năm 2022 là năm nhiều khó khăn, thách thức khi tiếp tục chịu tác động của chính sách hạn chế đồ uống có cồn, chính sách thuế Tiêu thụ đặc biệt, hậu quả của đại dịch Covid-19 vẫn ảnh hưởng tới sự phục hồi của các doanh nghiệp, đặc biệt cuộc xung đột Nga - Ukraine kéo dài khiến nguồn nguyên liệu đầu vào phục vụ sản xuất gặp nhiều khó khăn, gây đứt gãy chuỗi cung ứng, giá nguyên liệu, xăng dầu tăng... khiến các doanh nghiệp càng thêm khó khăn...

Song, nhờ sự nỗ lực của tập thể lãnh đạo, cán bộ, nhân viên, người lao động với các giải pháp kịp thời, phù hợp với thực tế, sự quan tâm, kiến nghị



của Hiệp hội Bia - Rượu - Nước giải khát Việt Nam (Hiệp hội), đặc biệt là nhờ có các chương trình hỗ trợ của Chính phủ nên ngành Đồ uống Việt Nam đã vượt qua khó khăn, thách thức, đạt những kết quả đáng mừng trong sản xuất, kinh doanh và đã tăng trưởng trở lại sau 2 năm bị ảnh hưởng bởi đại dịch Covid - 19.

Về các hoạt động của Hiệp hội, năm 2022, Hiệp hội tiếp tục đạt nhiều kết quả quan trọng trong vai trò là cầu nối giữa các doanh nghiệp hội viên với các cơ quan quản lý nhà nước, luôn chủ động, tích cực tham gia góp ý kiến xây dựng chính sách liên quan đến ngành, nhất là chính sách về thuế. Viện Nghiên cứu Đồ uống Việt Nam thuộc Hiệp hội đã phối hợp với một số đơn vị hội viên, chuyên gia đầu ngành xây dựng đề án Nghiên cứu tác động của Việc Điều chỉnh thuế Tiêu thụ đặc biệt (TTĐB) đối với ngành Đồ uống có cồn. Hiệp hội đã tổ chức các hội thảo để lấy ý kiến đóng góp của các doanh nghiệp, chuyên gia đồng thời tổng hợp ý kiến của các Bộ, ngành về đóng góp cho việc sửa đổi bổ sung Luật thuế TTĐB trong thời gian tới đối với ngành đồ uống có cồn. Hiệp hội đã kịp thời kiến nghị tới các bộ ngành, Chính phủ về các giải pháp nhằm tháo gỡ khó khăn cho doanh nghiệp hội viên.

Hiệp hội tiếp tục phát huy hiệu quả trong việc phối hợp chặt chẽ với các cơ quan truyền thông báo đài để cung cấp thông tin, số liệu về ngành và những khó khăn, thách thức của các doanh nghiệp ngành đồ uống do chịu ảnh hưởng tác động kép bởi đại dịch Covid -19 và các quy định hạn chế đồ uống có cồn. Lãnh đạo Hiệp hội tham gia nhiều tọa đàm, diễn đàn trên truyền hình về những chủ đề liên quan đến ngành đồ uống, qua đó đã chia sẻ, cung cấp thêm nhiều thông tin về ngành, nêu lên ý kiến, quan điểm của Hiệp hội về những cơ chế, chính sách có liên quan ngành đồ uống, đặc biệt là chính sách thuế.

Tạp chí Đồ uống Việt Nam - cơ quan ngôn luận của Hiệp hội đã có nhiều đổi mới về nội dung, hình thức Tạp chí in và giao diện trang điện tử, làm tốt công tác truyền thông về ngành Đồ uống Việt Nam và các hoạt động của Hiệp hội, của các doanh nghiệp. Tạp chí đã thực hiện tốt vai trò truyền thông về ngành cũng như các doanh nghiệp hội viên Hiệp hội. Năm 2022, Hiệp hội đã làm tốt công tác xúc tiến thương mại, hợp tác quốc tế, quan tâm đến công tác đào tạo, công tác hội viên... được các doanh nghiệp và các bộ ngành đánh giá cao.

Năm 2023, dự báo sẽ có nhiều khó khăn, thách thức đối với kinh tế nước ta nói chung và ngành Đồ uống Việt Nam nói riêng, bởi vậy, các doanh nghiệp trong ngành cần chủ động đưa ra các giải pháp, tình huống ngay từ những ngày đầu tiên của năm mới 2023. Hiệp hội cũng sẽ tiếp tục cập nhật thông tin mới và dự báo tình hình để kịp thời có các giải pháp, kiến nghị giúp các doanh nghiệp vượt qua khó khăn, phấn đấu đạt và vượt các chỉ tiêu kinh tế năm 2023, ngành Đồ uống phát triển bền vững trong năm tới.

Nhân dịp chuẩn bị bước sang Xuân mới Quý Mão 2023, thay mặt BCH Hiệp hội, tôi xin gửi lời chúc mừng năm mới tới toàn thể các quý vị độc giả, tập thể lãnh đạo, cán bộ, nhân viên, người lao động các doanh nghiệp trong ngành Đồ uống Việt Nam. Chúc quý vị năm mới luôn mạnh khỏe, hạnh phúc, an khang thịnh vượng. Chúc các doanh nghiệp tiếp tục đạt được những kết quả cao hơn nữa vì sự phát triển bền vững của ngành Đồ uống Việt Nam.

Chủ tịch Hiệp hội



NGUYỄN VĂN VIỆT



NGÀNH ĐỒ UỐNG **NỖ LỰC VƯỢT QUA KHÓ KHĂN** VÀ NHỮNG HOẠT ĐỘNG Ý NGHĨA VỚI CỘNG ĐỒNG

Năm 2022 đã khép lại với nhiều khó khăn, thách thức và ngành Đồ uống Việt Nam đã nỗ lực vượt qua, đạt được những kết quả đáng mừng. Đây là một trong những đóng góp quan trọng của ngành đối với đất nước trong bối cảnh phục hồi và phát triển kinh tế sau đại dịch Covid-19. Bước sang năm mới 2023, các doanh nghiệp trong ngành nhận thấy vẫn còn nhiều khó khăn, thách thức ở phía trước cần phải nỗ lực hơn nữa để vượt qua...

■ **NGUYỄN VĂN**

Nhìn lại một năm đã qua, nền kinh tế Việt Nam nói chung và ngành Đồ uống Việt Nam nói riêng có những thuận lợi, cơ hội và khó khăn, thách thức đan xen nhưng khó khăn, thách thức nhiều hơn, mới hơn, phức tạp hơn. Đặc biệt, đối với ngành Đồ uống còn chịu tác động kép không những từ ảnh hưởng của đại dịch Covid-19 mà còn bởi các quy định hạn chế đồ uống có cồn, chính sách thuế Tiêu thụ đặc biệt tới sự phục hồi của các doanh nghiệp. Cuộc xung đột Nga - Ukraine kéo dài đã tác động trực tiếp tới các doanh nghiệp ngành Đồ uống khiến nguồn nguyên liệu đầu vào phục vụ sản xuất gặp nhiều khó khăn, gây đứt gãy chuỗi cung ứng, giá nguyên liệu, xăng dầu tăng cao... Thực tế đó đã khiến các doanh nghiệp ngành đồ uống vốn khó khăn, nay lại thêm gánh nặng chi phí đầu vào tăng cao, bởi các nguyên liệu để sản xuất bia đều phải nhập khẩu từ châu Âu.

Nhận thấy điều đó, Hiệp hội Bia - Rượu - Nước giải khát Việt Nam (VBA) đã có nhiều hoạt động thiết thực nhằm giúp các doanh nghiệp trong ngành tháo gỡ khó khăn, bảo vệ quyền lợi chính đáng của hội viên thông qua việc kiến nghị với Chính phủ và các bộ ngành liên quan có các giải pháp



VBA tổ chức Hội thảo “Ngành Đồ uống Việt Nam phục hồi và phát triển trong điều kiện bình thường mới” ngày 06/5/2022.

giúp doanh nghiệp ngành đồ uống vượt qua những khó khăn này. Năm 2022, Chính phủ đã tiếp tục triển khai các giải pháp hỗ trợ như: Miễn, giảm, gia hạn thuế và các khoản thu ngân sách; cơ cấu lại các khoản nợ; miễn, giảm, hạ lãi suất cho vay; đưa ra gói hỗ trợ an sinh xã hội cho người lao động bị mất việc... trong đó ngành Đồ uống cũng thuộc đối tượng được hỗ trợ theo Nghị định số 52/2021/NĐ-CP của Chính phủ. Nhờ sự quan tâm, hỗ trợ của Chính phủ và sự vào cuộc tích cực của Hiệp hội, nhất là nhờ sự nỗ lực của tập thể lãnh đạo, cán bộ, nhân viên, người lao động của các doanh nghiệp nên năm 2022, ngành Đồ uống

đã vượt qua khó khăn, thách thức, đạt những kết quả đáng mừng trong sản xuất, kinh doanh và đã tăng trưởng trở lại sau 2 năm bị ảnh hưởng bởi đại dịch Covid - 19. Một lần nữa, ngành Đồ uống lại khẳng định vị trí, vai trò của mình với những đóng góp quan trọng vào sự phát triển kinh tế - xã hội của đất nước. Mỗi năm, toàn ngành đóng góp vào ngân sách nhà nước khoảng 60 nghìn tỷ đồng, giải quyết việc làm trực tiếp và gián tiếp cho hàng triệu lao động trên cả nước, không chỉ đáp ứng đủ nhu cầu tiêu dùng trong nước mà còn xuất khẩu ra một số thị trường quốc tế, sản phẩm có chất lượng cao, uy tín, mẫu mã đẹp, hấp dẫn người

tiêu dùng... Kết quả này có được còn nhờ tới sự chủ động, năng động, sáng tạo và các giải pháp phù hợp của các doanh nghiệp trong ngành. Các doanh nghiệp tổ chức sản xuất, kinh doanh và điều hành, vận hành hoạt động một cách trơn tru, tiết kiệm chi phí, đồng thời tìm tòi, nghiên cứu cho ra đời các sản phẩm mới, mẫu mã mới phù hợp với xu thế tiêu dùng. Đồng thời tổ chức nhiều chương trình khuyến mãi, tri ân khách hàng, đổi mới công tác quản lý, tiếp thị, mở các điểm bán hàng đảm bảo lịch sự, sang trọng...

Không chỉ làm tốt nhiệm vụ sản xuất, kinh doanh, các doanh nghiệp trong ngành còn luôn quan tâm đến công tác an sinh xã hội, xây dựng văn hóa doanh nghiệp, nhiều doanh nghiệp đã thực hiện tốt kinh tế xanh, kinh tế tuần hoàn, phát triển bền vững. Trong năm 2022, các doanh nghiệp lớn đã chi hàng chục, hàng trăm tỷ đồng vào các hoạt động, chương trình vì cộng đồng như công tác đền ơn đáp nghĩa, bảo vệ môi trường, bảo vệ nguồn nước, cung cấp nước sạch, thắp sáng đường quê, tài trợ cho thể thao, các giải đấu bóng đá, về nhà ăn Tết, cùng nhau làm nên Tết, mùa Xuân ấm áp... Tiêu biểu như các doanh nghiệp Heineken Việt Nam, SABECO, HABECO, Carlsberg Việt Nam, AB Inbev Việt Nam, Tập đoàn Tân Hiệp Phát, Coca - Cola Việt Nam, Suntory Pepsico Việt Nam... Bên cạnh đó, các doanh nghiệp trong ngành còn luôn có ý thức trong việc tuyên truyền về uống có trách nhiệm, trên bao bì sản phẩm và trên website của doanh nghiệp đều có ghi các thông tin như Đã uống rượu bia thì không lái xe, trẻ em dưới 18 tuổi không được uống rượu bia... Một số doanh nghiệp có các hoạt động tuyên truyền, truyền thông “Uống có trách nhiệm”, “Đã uống rượu bia thì không lái xe”, hỗ trợ người tiêu dùng đi taxi về nhà sau khi đã uống rượu, bia... Đặc biệt, trong năm 2021 và 2022, Tạp chí Đồ uống Việt Nam tổ chức thành công 02 cuộc thi viết có ý nghĩa, đó là Cuộc thi viết “Văn hóa uống - Uống có trách nhiệm” và Cuộc thi viết “Ngành Đồ uống Việt Nam với

sự phát triển kinh tế - xã hội của đất nước”. Hai Cuộc thi đã thu hút sự tham gia của đông đảo bạn viết trên cả nước, với gần 200 tác phẩm dự thi và nhận được sự đánh giá cao của công chúng báo chí và người tiêu dùng về ý nghĩa đối với cộng đồng, gần 80 báo đài, tạp chí đã đưa tin, bài về 02 Cuộc thi. Qua đó giúp cho các cơ quan, người dân hiểu hơn về vị trí, vai trò của ngành Đồ uống cũng như những đóng góp to lớn của ngành đối với cộng đồng và việc truyền thông “Uống có trách nhiệm”...

Năm 2022, VBA và Tạp chí Đồ uống Việt Nam đã tổ chức Chương trình từ thiện “Mái Che Cho Em” và trao tặng 100 triệu đồng xây dựng mái che tại trường Mầm non Phú Lâm 2, huyện Tiên Du, tỉnh Bắc Ninh, qua đó giúp các cháu có không gian vui chơi, học tập ngoài trời được thuận lợi hơn... Đây là một trong những hoạt động từ thiện được VBA và Tạp chí Đồ uống Việt Nam duy trì hàng năm tại các địa phương.

Với các hoạt động ý nghĩa trên, hình ảnh của ngành Đồ uống Việt Nam ngày càng đẹp hơn trong mắt người tiêu dùng và cộng đồng, uy tín của VBA ngày càng được nâng cao, người tiêu dùng càng thêm tin tưởng, quý mến các thương hiệu đồ uống có trách nhiệm với cộng đồng... Thông qua việc tổ chức thành công các hội thảo, tọa đàm mang tầm quốc tế, uy tín và vai trò của VBA ngày càng được khẳng định, nhất là vai trò cầu nối giữa các doanh nghiệp hội viên với các cơ quan quản lý nhà nước, tham gia góp ý kiến xây dựng chính sách liên quan đến ngành. Bên cạnh đó, VBA còn luôn quan tâm đến công tác xúc tiến thương mại, hợp tác quốc tế, tổ chức cho đại diện các doanh nghiệp hội viên tham quan, học tập tại các triển lãm, lễ hội quốc tế, tổ chức một số lớp đào tạo nhằm cập nhật thông tin, kiến thức mới để các hội viên áp dụng vào thực tế tại đơn vị... Một trong những hoạt động nổi bật của VBA trong năm 2022 là ra mắt và đi vào hoạt động Viện Nghiên cứu Đồ uống Việt Nam. Trong năm, Viện Nghiên cứu Đồ uống Việt Nam đã thực hiện thành công đề án “Nghiên

cứu tác động của Việc Điều chỉnh thuế Tiêu thụ đặc biệt (TTĐB) đối với ngành Đồ uống có cồn”. Đề án đã được Hội đồng nghiệm thu đánh giá cao về chất lượng, với những thông tin, số liệu khách quan, chính xác về lịch sử văn hóa, các chính sách liên quan đến ngành, tình hình sản xuất, kinh doanh, mức tiêu thụ đồ uống có cồn tại Việt Nam và những tác động của việc điều chỉnh thuế TTĐB đối với ngành...

Năm 2023, theo dự báo nền kinh tế Việt Nam nói chung và ngành Đồ uống Việt Nam nói riêng sẽ còn gặp nhiều khó khăn, thách thức trong bối cảnh tình hình thế giới diễn biến phức tạp, bất ổn, vấn đề lạm phát ở nhiều nước trên thế giới vẫn ở mức cao, sự cạnh tranh trên thị trường ngày càng khốc liệt, người tiêu dùng thắt giảm chi tiêu... Trong khi đó, ngành Đồ uống Việt Nam đang phải chịu gánh nặng về các loại thuế, thuế TTĐB đang ở mức cao, giá nguyên liệu đầu vào tăng, nguồn cung ứng nguyên liệu tiếp tục gặp khó khăn do cuộc xung đột Nga - Ukraine vẫn chưa có dấu hiệu dừng lại, cạnh tranh trên thị trường còn bất bình đẳng khi các loại đồ uống có cồn bất hợp pháp vẫn khá nhiều, bán với giá rẻ, trốn thuế, thu nhập của người tiêu dùng không ổn định và họ thắt giảm chi tiêu... Với những yếu tố trên, các doanh nghiệp ngành Đồ uống sẽ tiếp tục gặp nhiều khó khăn, thách thức, việc làm của người lao động có nguy cơ bị giảm, tình trạng rượu, bia lậu, không rõ nguồn gốc sẽ gia tăng, sức khỏe người tiêu dùng sẽ bị ảnh hưởng nếu những tồn tại trên không được giải quyết. Ngành Đồ uống mong rằng, Nhà nước có chính sách ổn định, có các giải pháp giúp doanh nghiệp tháo gỡ khó khăn, tập trung quản lý tình trạng rượu, bia lậu, không rõ nguồn gốc để bảo vệ các doanh nghiệp đồ uống làm ăn chân chính, tạo điều kiện để ngành Đồ uống Việt Nam phát triển bền vững, từ đó sẽ đóng góp nhiều hơn nữa cho sự phát triển kinh tế xã hội của đất nước, đảm bảo việc làm cho người lao động và thực hiện tốt công tác an sinh xã hội, trách nhiệm với cộng đồng. ■



VBA ĐỒNG HÀNH CÙNG DOANH NGHIỆP **VƯỢT QUA KHÓ KHĂN,** GÓP PHẦN PHÁT TRIỂN KINH TẾ

Năm 2022, tình hình kinh tế - xã hội có những chuyển biến tích cực sau khi thực hiện mở cửa du lịch, hoạt động sản xuất kinh doanh trở lại bình thường nhưng các doanh nghiệp trong ngành đồ uống vẫn gặp một số khó khăn như tác động của các chính sách hạn chế đồ uống có cồn, ảnh hưởng của xung đột Nga - Ukraina, giá nguyên nhiên liệu tăng cao... Song nhờ các giải pháp, kế hoạch kịp thời, phù hợp nên ngành Đồ uống Việt Nam nói chung và Hiệp hội Bia - Rượu - Nước giải khát Việt Nam (Hiệp hội) nói riêng đã có những kết quả đáng mừng trong phục hồi, phát triển kinh tế và các hoạt động chuyên môn của Hiệp hội.

Chủ động tham gia góp ý kiến, đề xuất, kiến nghị, giúp doanh nghiệp vượt qua khó khăn...

Năm 2022, Hiệp hội đã giao Viện Nghiên cứu Đồ uống Việt Nam phối hợp với một số đơn vị hội viên, chuyên gia đầu ngành xây dựng đề án Nghiên cứu tác động của Việc Điều chỉnh thuế TTĐB đối với ngành Đồ uống có cồn. Hiệp hội đã tổ chức các hội thảo để lấy ý kiến đóng góp của các doanh nghiệp, chuyên gia, đồng thời tổng hợp ý kiến của các Bộ, ngành về đóng góp cho việc sửa đổi bổ sung Luật thuế TTĐB trong thời gian tới đối với ngành đồ uống có cồn. Trong đó, Hiệp hội đã tổ chức Hội thảo “Ngành đồ uống phục hồi và phát triển trong điều kiện bình thường mới” và được các chuyên gia, các nhà doanh nghiệp đóng góp nhiều ý kiến thiết thực phục vụ cho tình hình

sản xuất, kinh doanh trong bối cảnh sau dịch bệnh.

Hiệp hội tổ chức nhiều cuộc họp với các chuyên gia đầu ngành về góp ý trong quá trình xây dựng và hoàn thiện nội dung đề án Nghiên cứu tác động của Việc Điều chỉnh thuế TTĐB đối với ngành Đồ uống có cồn để cung cấp thông tin nội bộ cho các hội viên của Hiệp hội, sau đó lấy ý kiến rộng rãi của các doanh nghiệp hội viên trước khi báo cáo Chính phủ trình Quốc hội. Sau khi hoàn thiện đề án, ngày 29/9/2022, Hiệp hội đã tổ chức Nghiệm thu bước đầu của Đề án để tiếp tục hoàn thiện và thông tin, truyền thông cập nhật số liệu cho các doanh nghiệp trong ngành hiểu rõ thực trạng, những khó khăn hiện nay của tới ngành đồ uống có cồn.

Trong năm 2022, Hiệp hội tập trung gửi văn bản kiến nghị tới các cơ quan nhà nước nhằm tháo gỡ khó khăn cho doanh nghiệp hội

viên. Theo đó, Hiệp hội đã tích cực, chủ động gửi công văn tới Chính phủ và các bộ ngành liên quan để kiến nghị các giải pháp giúp doanh nghiệp tháo gỡ khó khăn do đại dịch Covid – 19 và ảnh hưởng của cuộc xung đột Nga – Ukraine gây ra. Nhờ có những kiến nghị của Hiệp hội nên ngành đồ uống đã được bổ sung vào đối tượng các ngành nghề được hỗ trợ trong các giải pháp hỗ trợ của Chính phủ. Năm 2022, Chính phủ đã tiếp tục triển khai các giải pháp hỗ trợ như: Miễn, giảm, gia hạn thuế và các khoản thu ngân sách; cơ cấu lại các khoản nợ; miễn, giảm, hạ lãi suất cho vay; đưa ra gói hỗ trợ an sinh xã hội cho người lao động bị mất việc... trong đó ngành Đồ uống cũng thuộc đối tượng được hỗ trợ theo Nghị định số 52/2021/NĐ-CP của Chính phủ.

Hiệp hội phối hợp với một số đơn vị uy tín tổ chức nhiều tọa đàm, hội thảo, họp lấy ý kiến



Lãnh đạo VBA phát biểu tại buổi làm việc với Lãnh đạo, cán bộ đến từ các Tổng công ty, Tập đoàn lớn của ngành bia.

chuyên gia và doanh nghiệp hội viên. Hiệp hội phối hợp với Tiểu ban Rượu vang và Rượu mạnh (WINE & SPIRITS) tổ chức Tọa đàm về “Đánh giá định lượng tác động của Thuế TTĐB đối với ngành đồ uống có cồn ở Việt Nam”, thu hút nhiều đại biểu doanh nghiệp tham gia phát biểu ý kiến, đề xuất đóng góp cho ngành. Tổ chức hội thảo “Ngành đồ uống phục hồi và phát triển trong điều kiện bình thường mới”, tập trung nêu lên những khó khăn, thách thức của ngành và đề xuất nhà nước hỗ trợ ngành trong giai đoạn phục hồi, phát triển kinh tế. Hiệp hội phối hợp với Hội Khoa học Kỹ thuật An toàn Thực phẩm Việt Nam (Vinafosa) tổ chức Hội thảo về “Dinh dưỡng và những biện pháp can thiệp hiệu quả”, tập trung phân tích nguyên nhân nghịch lý vừa thừa cân béo phì (TCBP) vừa suy dinh dưỡng (SDD) tại Việt Nam, và đề xuất một số biện pháp can thiệp hiệu quả. Phối hợp với Hiệp hội Thương mại Điện tử Việt Nam (Vecom) đồng hành với Liên minh các doanh nghiệp rượu quốc tế tại Châu

Á - Thái Bình Dương (APISWA) tổ chức “Lễ công bố chương trình đào tạo trực tuyến và Tập huấn tuân thủ quy định pháp luật về kinh doanh đồ uống có cồn theo hình thức thương mại điện tử”.

Hiệp hội tích cực tham gia đóng góp ý kiến tại các hội thảo, tọa đàm do cơ quan nhà nước, hiệp hội ngành hàng tổ chức có liên quan tới ngành; Tham gia và có ý kiến tại phiên tham vấn công khai vụ việc “Điều tra áp dụng biện pháp chống lẩn tránh biện pháp phòng vệ thương mại (PVTM) đối với một số sản phẩm đường mía”; Phối hợp với các doanh nghiệp hội viên tập hợp nội dung số liệu và những kiến nghị để xuất cùng các giải pháp hỗ trợ doanh nghiệp để báo cáo Bộ Công Thương và các Bộ ngành liên quan về những khó khăn, ảnh hưởng gây nên tình trạng lạm phát hiện nay do cuộc xung đột Nga - Ukraine. Một trong những hoạt động hiệu quả của Hiệp hội trong năm 2022 là Ban lãnh đạo Hiệp hội đã tổ chức một số buổi làm việc, gặp mặt các bộ ngành, Đại biểu Quốc hội để cung cấp thông tin, số liệu chính thống

về ngành, từ đó giúp cho các cơ quan, đại biểu hiểu hơn về những đóng góp quan trọng của ngành Đồ uống Việt Nam đối với sự phát triển kinh tế - xã hội của đất nước cũng như những hoạt động thể hiện trách nhiệm xã hội với cộng đồng mà các doanh nghiệp đã thực hiện. Đồng thời cung cấp những thông tin, số liệu chính thống về mức tiêu thụ rượu bia ở Việt Nam cũng như nêu lên những khó khăn, vướng mắc của ngành để các cơ quan, đại biểu hiểu hơn, góp phần vào việc xây dựng chính sách liên quan đến ngành Đồ uống sao cho đảm bảo khách quan, phù hợp với thực tế...

Phát huy hiệu quả của công tác truyền thông và hoạt động của Tạp chí Đồ uống Việt Nam

Năm 2022, Hiệp hội tiếp tục phát huy hiệu quả trong việc phối hợp chặt chẽ với các cơ quan truyền thông báo đài để cung cấp thông tin, số liệu về ngành và những khó khăn, thách thức của các doanh nghiệp ngành đồ uống do chịu ảnh hưởng tác động



kép bởi đại dịch Covid -19 và các quy định hạn chế đồ uống có cồn.

Lãnh đạo Hiệp hội tham gia nhiều tọa đàm, diễn đàn trên truyền hình về những chủ đề liên quan đến ngành đồ uống, qua đó đã chia sẻ, cung cấp thêm nhiều thông tin về ngành, nêu lên ý kiến, quan điểm của Hiệp hội về những cơ chế, chính sách có liên quan tới ngành đồ uống, đặc biệt là chính sách thuế.

Trong năm 2022, Tạp chí Đồ uống Việt Nam đã có nhiều đổi mới về nội dung, hình thức Tạp chí in và giao diện trang điện tử, làm tốt công tác truyền thông về ngành Đồ uống Việt Nam và các hoạt động của Hiệp hội, của các doanh nghiệp. Tạp chí đã phát huy thế mạnh của tạp chí là cơ quan ngôn luận của Hiệp hội Bia – Rượu – Nước giải khát Việt Nam, phản ánh những kiến nghị của Hiệp hội, của doanh nghiệp trong việc tham gia góp ý xây dựng chính sách, bảo vệ lợi ích hợp pháp, chính đáng của các doanh nghiệp hội viên. Tạp chí đã có những bài viết phản ánh những khó khăn mà ngành Đồ uống bị tác động như dịch Covid – 19, chính sách hạn chế đồ uống có cồn, ảnh hưởng của xung đột Nga – Ukraine tới các hoạt động sản xuất, kinh doanh của các doanh nghiệp; Phản ánh những kiến nghị của Hiệp hội tới Chính phủ và các Bộ ngành về các chính sách liên quan đến thuế và phản ánh đầy đủ, kịp thời các hoạt động tọa đàm, hội thảo cũng như những kiến nghị của Hiệp hội...

Tiếp nối thành công của Cuộc thi viết “Văn hóa uống - Uống có trách nhiệm” năm 2021, bước sang năm 2022, dưới sự chỉ đạo

của Hiệp hội, Tạp chí tổ chức Cuộc thi viết “Ngành Đồ uống Việt Nam với sự phát triển kinh tế - xã hội của đất nước”. Đây là một trong những hoạt động đổi mới của Tạp chí, thông qua Cuộc thi giúp các cơ quan quản lý nhà nước và người tiêu dùng hiểu hơn về những đóng góp của các doanh nghiệp ngành Đồ uống đối với kinh tế - xã hội, công tác xã hội từ thiện cũng như công tác bảo vệ môi trường, phát triển bền vững. Cuộc thi đã nhận được sự đánh giá cao của các độc giả, các tác giả và các đại biểu tham dự Lễ trao giải về quy mô tổ chức cũng như ý nghĩa của Cuộc thi, nhờ đó mà hình ảnh của ngành Đồ uống Việt Nam càng đẹp hơn trong mắt công chúng báo chí. Thông điệp ngành Đồ uống Việt Nam gửi tới độc giả là không chỉ thực hiện tốt nhiệm vụ sản xuất, kinh doanh, đóng góp lớn cho kinh tế đất nước mà ngành Đồ uống còn có nhiều hoạt động rất ý nghĩa, thể hiện trách nhiệm với cộng đồng.

Tạp chí luôn thực hiện đúng tôn chỉ mục đích, là kênh thông tin uy tín của ngành Đồ uống. Ngoài tạp chí in, Tạp chí còn luôn cập nhật thông tin, sự kiện của ngành, của doanh nghiệp trên trang web vba.com.vn, douongvietnam.vn, trang fanpage Tạp chí Đồ uống Việt Nam lượt truy cập tăng cao, sức lan tỏa ngày một lớn. Đổi mới giao diện trang website vba.com.vn, chạy thử trang điện tử douongvietnam.vn đảm bảo hiện đại, hấp dẫn, đáp ứng yêu cầu truyền thông trong giai đoạn phát triển mới.

Ngoài ra, Tạp chí luôn quan tâm đến công tác nâng cao trình độ chuyên môn nghiệp vụ, tham gia các buổi chia sẻ, trao đổi về nghiệp vụ với các đồng nghiệp,

cử cán bộ, phóng viên tham gia các lớp bồi dưỡng nghiệp vụ về tạp chí in, tạp chí điện tử do Hội Nhà báo Việt Nam tổ chức. Tham gia giới thiệu, trưng bày các ấn phẩm tại Hội Báo toàn quốc 2022, thu hút đông đảo bạn đọc tới tham quan, qua đó hiểu hơn về ngành Đồ uống Việt Nam. Tạp chí Đồ uống Việt Nam cũng vinh dự được Phó Thủ tướng Chính phủ, các Bộ trưởng và Lãnh đạo Hội Nhà báo Việt Nam tới thăm gian trưng bày các ấn phẩm của Tạp chí. Đặc biệt, Tạp chí vinh dự đạt Giải Khuyến khích ở nội dung Giải Bìa số Xuân ấn tượng tại Hội Báo toàn quốc 2022.

Mở rộng hợp tác quốc tế, xúc tiến thương mại, kết nối hội viên và đối tác

Năm 2022, Hiệp hội tiếp tục quan tâm đến công tác xúc tiến thương mại, hợp tác quốc tế và đào tạo. Sau khi mở cửa du lịch trở lại, Hiệp hội đã phối hợp với các đơn vị tổ chức Hội chợ, Triển lãm quốc tế tổ chức thành công các đoàn công tác Lãnh đạo Hiệp hội và đại diện các doanh nghiệp hội viên đi tham quan, học tập và tiếp cận các thiết bị, công nghệ mới, bao bì mới tại Hội chợ Quốc tế Thực phẩm và bao bì PROPAK – ASIA 2022 tại Bangkok, Thái Lan và Triển lãm Drinktec 2022, Lễ hội Bia Oktoberfest tại Munich - Cộng hòa Liên bang Đức. Các chuyến đi thực tế ở nước ngoài đã giúp cho Hiệp hội và các doanh nghiệp có thêm thông tin về tình hình sản xuất, kinh doanh đồ uống ở các nước trên thế giới, nắm bắt được các công nghệ mới, thiết bị mới, nguyên liệu, bao bì phục vụ cho sản xuất đồ uống, các phương thức bán hàng, tiếp cận người tiêu dùng, từ đó về áp dụng hiệu quả

tại đơn vị mình. Đặc biệt là mở ra cơ hội hợp tác với các tập đoàn, công ty có uy tín trong ngành thực phẩm, đồ uống thế giới.

Hiệp hội đã phối hợp với Công ty VINEXAD tổ chức thành công Triển lãm Quốc tế Đồ uống Việt Nam 2022 tại TP. Hồ Chí Minh với sự tham gia của các đơn vị đầu ngành như: SABECO, HABECO, Tân Hiệp Phát, Suntory Pepsico...với hàng trăm sản phẩm của hơn 30 gian hàng quảng bá thông tin về ngành đồ uống. Đây là dịp để người tiêu dùng và du khách quốc tế hiểu thêm về sự phát triển của ngành Đồ uống Việt Nam, các sản phẩm mới của các thương hiệu cũng như tìm kiếm cơ hội hợp tác với các đối tác trong nước và quốc tế.

Trong năm 2022, Hiệp hội đã phối hợp với Informa Markets tổ chức hội thảo chuyên đề “Phụ gia thực phẩm & ngành Đồ uống” trong khuôn khổ Triển lãm Nguyên liệu Thực phẩm và Đồ uống Việt Nam – Fi Việt Nam 2022 nhằm cập nhật thông tin về xu hướng, cơ hội và những thách thức. Tổ chức thành công khóa đào tạo về “Công tác quản trị doanh nghiệp, kỹ năng phát triển thị trường, quản trị nhân sự, chăm sóc quan hệ với khách hàng” thu hút 35 học viên đến từ hơn 10 đơn vị hội viên tham gia.

Năm 2022, Lãnh đạo Hiệp hội cũng đã đón tiếp nhiều đoàn khách quốc tế tới thăm và làm việc, tăng cường quan hệ hợp tác quốc tế, mở rộng cơ hội phát triển cho các doanh nghiệp trong ngành. Đồng thời, tăng cường hợp tác, phối hợp chặt chẽ với các Hội, Hiệp hội ngành nghề trên cả nước trong các vấn đề góp ý kiến, kiến nghị các chính sách liên quan đến ngành và các bên cùng quan tâm. Năm

2022, Hiệp hội cũng đã phối hợp chặt chẽ với các bộ ngành trong các vấn đề xây dựng và thực hiện chính sách liên quan đến ngành; Hiệp hội đã nhận được sự quan tâm, hợp tác của nhiều chuyên gia trong các lĩnh vực kinh tế, pháp luật, các nhà khoa học, các Viện nghiên cứu, trường đại học trong các vấn đề chuyên môn...

Đặc biệt, Hiệp hội luôn xác định công tác hội viên là hoạt động quan trọng và là cầu nối giữa Hiệp hội với các doanh nghiệp. Lãnh đạo Hiệp hội và Văn phòng Hiệp hội thường xuyên kết nối với các doanh nghiệp hội viên, nắm bắt những khó khăn, vướng mắc của họ để kịp thời có những kiến nghị, đề xuất phù hợp với Chính phủ, Quốc hội để có những giải pháp giúp doanh nghiệp vượt qua khó khăn. Các doanh nghiệp hội viên cũng luôn tích cực hợp tác, kết nối với Hiệp hội, thực hiện đúng trách nhiệm của mình với Hiệp hội và luôn thấy được vai trò quan trọng của Hiệp hội là cầu nối giữa các doanh nghiệp với các cơ quan quản lý nhà nước. Năm 2022, mặc dù gặp nhiều khó khăn nhưng nhờ sự quan tâm, hỗ trợ của Chính phủ, sự quan tâm, giúp đỡ của Hiệp hội cùng với nỗ lực vươn lên của bản thân các doanh nghiệp, cho ra đời các sản phẩm mới, tổ chức nhiều chương trình khuyến mại và nhiều giải pháp phù hợp khác nên các doanh nghiệp đã vượt qua khó khăn để đạt và vượt các chỉ tiêu kinh tế đã đề ra, góp phần quan trọng vào sự phát triển kinh tế - xã hội của đất nước.

Hiệp hội cũng ghi nhận và đánh giá cao các doanh nghiệp hội viên, trong đó đáng kể như các doanh nghiệp tiêu biểu: Heineken Việt Nam, SABECO,

HABECO, Carlsberg, AB Inbev, Tập đoàn Tân Hiệp Phát, Coca - Cola Việt Nam, Suntory Pepsico, URC...

Nhờ phát huy chức năng, nhiệm vụ, làm tốt vai trò “cầu nối” và đạt các mục tiêu kế hoạch mà Nghị quyết BCH Hiệp hội đề ra nên Hiệp hội đã nhận được sự đánh giá cao của các hội viên, các bộ ngành, hiệp hội ngành nghề... Công tác truyền thông cũng phát huy tốt vai trò của mình. Các thông tin về ngành, hoạt động Hiệp hội và hoạt động, sự kiện của các doanh nghiệp đều được phản ánh kịp thời trên Tạp chí Đồ uống Việt Nam, trang Website của Hiệp hội, một số cơ quan báo đài, các nền tảng mạng xã hội. Nhờ đó, vai trò, uy tín của Hiệp hội ngày càng được nâng cao, nhiều doanh nghiệp đã có nguyện vọng xin gia nhập Hiệp hội. Trong năm 2022, Hiệp hội đã kết nạp được 02 hội viên mới là Công ty TNHH Lon nước giải khát TBC - BALL Việt Nam và Công ty cổ phần Kỹ thuật Môi trường Việt An. Hiện nay đang hướng dẫn làm thủ tục gia nhập Hiệp hội cho Công ty TNHH ATLANTIUM Việt Nam.

Ngoài ra, Hiệp hội còn luôn quan tâm tới các hoạt động từ thiện, trách nhiệm xã hội. Năm 2022, Hiệp hội và Tạp chí Đồ uống Việt Nam đã tổ chức Chương trình từ thiện “Mái Che Cho Em” và trao tặng 100 triệu đồng xây dựng mái che tại trường Mầm non Phú Lâm 2, huyện Tiên Du, tỉnh Bắc Ninh...

Với nỗ lực của Hiệp hội và các doanh nghiệp trong ngành, năm 2022, ngành Đồ uống Việt Nam đã có những đóng góp quan trọng vào sự phát triển kinh tế - xã hội của đất nước. Hy vọng bước sang năm mới 2023, toàn ngành sẽ tiếp tục đạt được những thành công mới, thắng lợi mới! ■



ĐỒ UỐNG CÓ CỒN BẤT HỢP PHÁP - THỰC TRẠNG VÀ GIẢI PHÁP

Chiều ngày 09/1/2023, Hiệp hội Bia - Rượu - Nước giải khát Việt Nam (VBA) phối hợp với Tiểu ban Rượu vang & Rượu mạnh của Hiệp hội Doanh nghiệp châu Âu tại Việt Nam (Eurocharm) tổ chức Tọa đàm “Đồ uống có cồn bất hợp pháp: Thực trạng và giải pháp”.

■ KIM ANH

Tham dự Tọa đàm có PGS. TS Nguyễn Văn Việt – Chủ tịch VBA, bà Chu Thị Vân Anh – Phó Chủ tịch kiêm Tổng thư ký VBA, ông Ludovic Ledru, Đồng Chủ tịch Tiểu ban Rượu vang & Rượu mạnh của Hiệp hội Doanh nghiệp châu Âu tại Việt Nam (Eurocharm), ông Nguyễn Đức Lê – Phó Cục trưởng Cục Nghiệp vụ, Tổng cục Quản lý thị trường (Bộ Công Thương), ông Vũ Đức Nam – Phó trưởng Phòng Công nghiệp Thực phẩm, Cục Công nghiệp (Bộ Công Thương), TS. Nguyễn Quốc Việt, Phó Viện trưởng Viện Nghiên cứu Kinh tế và chính sách (VEPR), Trường Đại học Kinh tế, Đại học Quốc gia Hà Nội, đại diện các chuyên gia, các hiệp hội ngành nghề liên quan, các doanh nghiệp kinh doanh đồ uống có cồn, cùng các phóng viên báo chí.

Chia sẻ tại Tọa đàm, PGS. TS. Nguyễn Văn Việt, Chủ tịch VBA cho biết: Đồ uống có cồn phi chính thức và bất hợp pháp luôn là vấn đề nhức nhối, ở Việt Nam lượng rượu phi chính thức nằm ngoài sự quản lý của nhà nước chiếm tới 63% tổng lượng tiêu thụ. Khu vực



PGS.TS Nguyễn Văn Việt – Chủ tịch VBA phát biểu tại Tọa đàm.

ASEAN cũng được dự báo có mức tiêu thụ rượu bia không kiểm soát tăng cao vào năm 2025.

“Với xu hướng tiêu thụ vô cùng lớn như vậy, các sản phẩm phi chính thức đã gây ra nhiều tổn thất đáng kể về kinh tế, xã hội đối với người tiêu dùng, doanh nghiệp và ngân sách nhà nước”. Trong khi đó, các chính sách chưa hướng tới giải quyết vấn đề gốc rễ này. Doanh nghiệp mong muốn các công cụ quản lý nhà nước, đặc biệt chính sách thuế đạt được các tiêu chí phù hợp, hiệu quả, công bằng, tạo điều kiện để doanh nghiệp chân chính phát triển bền

vững. Do đó, buổi tọa đàm là cơ hội để nhìn nhận rõ các vướng mắc, thiệt hại mà các chủ thể trong nền kinh tế phải gánh chịu, từ đó đề xuất chính sách nhằm tăng cường kiểm soát đồ uống có cồn bất hợp pháp trên thị trường”, ông Việt cho hay.

Tại buổi Tọa đàm, đại diện Liên minh các Doanh nghiệp Rượu quốc tế tại Châu Á - Thái Bình Dương (APISWA) đã trình bày những phát hiện chính trong “Báo cáo về kinh doanh đồ uống có cồn bất hợp pháp, Thông lệ quốc tế tốt nhất và những bài học kinh nghiệm” mới được công bố cuối



Các đại biểu, khách mời chia sẻ tại Tọa đàm.

PHẠM VI VÀ THÁCH THỨC CỦA RƯỢU BẤT HỢP PHÁP



Nguồn: WHO, "Đạo cáo toàn trạng toàn cầu về đồ uống có cồn và các chất" (2018)



tháng 9/2022. Đại diện APISWA chia sẻ: "Với tư cách là những hiệp hội và liên minh thương mại hoạt động vì lợi ích của các công ty trong lĩnh vực rượu vang, rượu mạnh tại thị trường quốc tế và khu vực châu Á - Thái Bình Dương, chúng tôi đặc biệt đề cao trách nhiệm bảo vệ người tiêu dùng và đồng hành với các cơ quan hữu quan trong việc tăng cường kiểm soát hoạt động kinh doanh đồ uống có cồn bất hợp pháp. Báo cáo của APISWA đề xuất 04 khuyến nghị tới các cơ quan hữu quan của Việt Nam, dựa trên

những thực tiễn tốt nhất trong ASEAN và nhấn mạnh tầm quan trọng của việc tăng cường phối hợp giữa các quốc gia, trong khu vực và quốc tế".

Theo ông Nguyễn Đức Lê - Phó Cục trưởng Cục Nghiệp vụ, Tổng cục Quản lý thị trường (Bộ Công Thương), thực trạng đồ uống có cồn bất hợp pháp tại Việt Nam được chia thành 4 loại: sản phẩm nhập lậu, sản phẩm giả, sản phẩm thủ công và sản phẩm trốn thuế. Trong thời gian qua, các hoạt động sản xuất, đăng ký, kinh doanh rượu trên cả nước đã

được tổ chức ổn định và công tác kiểm tra, hậu kiểm, kết hợp với công tác tuyên truyền, giáo dục đã góp phần chuyển biến tích cực về ý thức chấp hành pháp luật của các tổ chức, cá nhân kinh doanh. Tuy vậy, tình trạng rượu nhập lậu, rượu giả, rượu không đảm bảo chất lượng lưu thông trên thị trường vẫn chưa được ngăn chặn triệt để, do đó gây thất thu thuế cho nhà nước, tạo nên sự cạnh tranh không lành mạnh, ảnh hưởng đến các doanh nghiệp chân chính và đặc biệt ảnh hưởng đến sức khỏe người tiêu dùng.

Để giải quyết hiệu quả những tồn tại, hạn chế trên, các đại biểu tham dự Tọa đàm đề xuất một số giải pháp, bao gồm hoàn thiện hệ thống pháp luật liên quan đến sản xuất, kinh doanh rượu, bia, đặc biệt là các quy định quản lý đối với rượu sản xuất thủ công; tăng cường nguồn lực và phối hợp chặt chẽ, thường xuyên giữa các cơ quan quản lý nhà nước, chú trọng vai trò, trách nhiệm của cơ quan quản lý địa phương và đẩy mạnh công tác tuyên truyền, phổ biến pháp luật. ■



ĐỔI MỚI MẠNH MẼ, **CHUYỂN ĐỔI SỐ** NẮM BẮT CƠ HỘI TRONG THỜI ĐẠI MỚI

Trong năm 2022, thế giới đã chứng kiến những biến động dồn dập, khó lường trên tất cả các lĩnh vực của đời sống kinh tế - xã hội: đại dịch COVID-19 gây hậu quả lớn trên thế giới về kinh tế - xã hội, biến đổi khí hậu gây khô hạn chưa từng có ở Châu Âu và Trung Quốc, xung đột Nga - Ukraine đẩy giá dầu thô, ngũ cốc và thực phẩm tăng vọt, cuộc đối đầu Mỹ - Trung đã lan rộng từ chiến tranh thương mại sang các lĩnh vực khác của kinh tế, khoa học - công nghệ, Cách mạng Công nghiệp 4.0, chuyển đổi sang kinh tế số, kinh tế xanh, kinh tế tuần hoàn trở thành những đòi hỏi cấp bách cho quá trình phát triển.

■ **TS. LÊ ĐĂNG DOANH**

Kinh tế thế giới tăng trưởng chậm lại và kinh tế một số nước có thể rơi vào suy thoái năm 2023, chính sách kinh tế cũng phải điều chỉnh linh hoạt: năng lượng tái tạo thay thế dầu lửa và than, nhu cầu tiêu dùng của người dân thay đổi nhanh chóng: ô tô điện thay thế ô tô chạy xăng, đi xe đạp trở nên phổ biến ở các thành phố trên thế giới... Làm việc từ xa, học tập qua mạng, khám bệnh từ xa đã trở nên phổ biến. Kịp thời dự báo, đánh giá những thay

đổi trong môi trường kinh doanh và tác động tới nền kinh tế, tới doanh nghiệp để điều chỉnh, vươn lên là yêu cầu cấp thiết để tránh bị tụt hậu đối với Chính phủ và doanh nghiệp.

Việt Nam đã cơ bản kiểm soát được đại dịch COVID-19, sớm chuyển từ phong tỏa sang phòng chống dịch và hồi phục các hoạt động kinh tế, đạt được những thành tựu và tiến bộ được thế giới công nhận: tăng trưởng GDP có thể đạt trên 7%/năm, mức cao nhất trong ASEAN, không chỉ bảo đảm an ninh lương thực mà còn

trở thành cường quốc xuất khẩu gạo và nông sản. Nhiều mặt hàng nông lâm hải sản đã được xuất khẩu sang những thị trường có tiêu chuẩn chất lượng, vệ sinh, an toàn thực phẩm rất cao như Mỹ, Nhật, Liên minh Châu Âu. Thực hiện chủ trương đa phương hóa, đa dạng hóa quan hệ kinh tế quốc tế, tránh phụ thuộc vào một nền kinh tế duy nhất, nước ta đã ký kết 15 Hiệp định thương mại tự do, thiết lập quan hệ đối tác chiến lược toàn diện với 4 nước Trung Quốc, Nga, Ấn Độ, Hàn Quốc và 17 đối tác

chiến lược, có quan hệ kinh tế với 58 nền kinh tế trên thế giới là một quyết sách đúng đắn, thúc đẩy mạnh mẽ phát triển kinh tế. Song, các doanh nghiệp của chúng ta chưa tận dụng tốt những thời cơ đã và đang được mở ra. Xuất-nhập khẩu năm 2021 đạt 236% GDP nhưng 70% giá trị xuất khẩu do doanh nghiệp đầu tư nước ngoài thực hiện với giá trị gia tăng tạo ra ở Việt Nam còn rất khiêm tốn, chủ yếu là lao động lắp ráp, dịch vụ logistics...

Hiện nay, mật độ doanh nghiệp nước ta chỉ mới đạt khoảng 8 doanh nghiệp trên 1.000 dân, trong khi để

hiệu quả. Tiếp tục Đổi Mới, phát triển mạnh mẽ doanh nghiệp để tạo việc làm, thúc đẩy phát triển của dân tộc là đòi hỏi của năm 2023 và những năm tiếp theo.

Để trở thành nước có thu nhập trung bình cao, nước ta phải nhanh chóng phát triển các hộ kinh tế gia đình, hộ nông dân nhỏ lẻ thành doanh nghiệp có đủ năng lực hội nhập quốc tế, tham gia kết nối vào các chuỗi giá trị toàn cầu, vận dụng các thành tựu của Cách mạng Công nghiệp 4.0, nhanh chóng đạt mức 20-30 doanh nghiệp/1.000 dân. Đã xuất hiện một số doanh nghiệp vận

được đẩy mạnh trong những năm qua được nhân dân đồng tình ủng hộ và quốc tế quan tâm là một chuyển biến lớn làm trong sạch bộ máy chính quyền, hạn chế lạm dụng quyền lực, lợi ích nhóm. Rất mong công cuộc chống tham nhũng được thể chế hóa thành luật pháp, quy định của nhà nước... Làm trong sạch bộ máy sẽ góp phần thúc đẩy phát triển kinh tế...

Trong ba trọng tâm cải cách và phát triển: thể chế, kết cấu hạ tầng, phát triển nguồn nhân lực thì cải cách thể chế là khâu quyết định. Chính kinh tế số cho phép thực hiện công khai minh bạch thông tin của bộ máy chính quyền, công khai minh bạch chi tiêu ngân sách nhà nước, kiểm soát quyền lực, hạn chế tham nhũng và lạm dụng quyền lực. Bộ máy nhà nước phải chuyển mạnh sang nhà nước điện tử, Chính phủ điện tử, tạo điều kiện để hình thành công dân điện tử, tham gia kiểm soát các hoạt động, nhất là thu-chi ngân sách nhà nước. Khuyến khích phát triển các tổ chức quần chúng, các tổ chức hiệp hội xã hội dân sự có thể giám sát hoạt động của nhà nước như Thụy Điển, Hàn Quốc đã thực hiện. Thụy Điển là một quốc gia giàu có, phát triển nhất thế giới nhưng không có chuyên cơ, Nhà vua, Thủ tướng Thụy Điển đi công tác đều đi máy bay thương mại với người dân.

Rất mong chiến dịch chống tham nhũng được nhân dân ủng hộ được đẩy mạnh bằng cải cách thể chế, bộ máy, cải cách các chế độ chi tiêu ngân sách, cắt giảm những quy định, những điều kiện kinh doanh không còn phù hợp với kinh tế số và nhà nước điện tử ngày nay. Vận dụng Cách mạng Công nghiệp 4.0, kinh tế số vào cải cách bộ máy chắc chắn sẽ đem lại bước nhảy vọt trong sự nghiệp Đổi Mới của đất nước ta. ■



đạt được thu nhập trung bình phải có 26 doanh nghiệp trên 1.000 dân và chỉ số đó ở Mỹ là 83 doanh nghiệp trên 1.000 dân. Với 5 triệu hộ kinh doanh gia đình ở thành thị và 5 triệu hộ nông dân ở nông thôn nước ta đã nhanh chóng vượt qua đói nghèo, song hộ kinh tế gia đình vẫn thuộc khu vực kinh tế phi hình thức, không đủ năng lực tham gia chuỗi giá trị quốc tế, không thể trực tiếp hội nhập và giao dịch quốc tế, không thể chuyển đổi sang kinh tế số có

dụng máy bay không người lái để canh tác trên cánh đồng mẫu lớn, đã đáp ứng những tiêu chuẩn khắt khe để xuất khẩu thành công nhiều nông sản như bưởi, xoài sang Hoa Kỳ, Trung Quốc, những doanh nghiệp kinh tế số hiện đại... Song, đó chỉ là bước đầu, còn rất nhiều nông, hải sản xuất khẩu dưới dạng nguyên liệu thô, chưa được chế tác thành những sản phẩm có thương hiệu được quốc tế công nhận.

Công cuộc chống tham nhũng



TẠP CHÍ ĐỒ UỐNG VIỆT NAM:

SỨC MẠNH TỪ VAI TRÒ KẾT NỐI GIỮA DOANH NGHIỆP VỚI NGƯỜI TIÊU DÙNG

Trong tiết trời se lạnh của mùa đông Hà Nội, trước thềm Xuân mới Quý Mão 2023, Tạp chí Đồ uống Việt Nam đã có cuộc trao đổi thân mật với ông Hồ Quang Lợi – Phó Chủ tịch Hội Truyền thông số Việt Nam, nguyên Phó Chủ tịch Thường trực Hội Nhà báo Việt Nam - được nghe nhiều chia sẻ quý báu của một nhà báo đã dày dạn kinh nghiệm trong công tác quản lý báo chí và công tác Hội Nhà báo Việt Nam. Đây là những thông tin rất hữu ích và là động lực để Tạp chí Đồ uống Việt Nam phát triển hơn nữa trong những năm tới.

■ THÀNH VĂN - ÁNH DƯƠNG



Nhà báo Hồ Quang Lợi phát biểu ý kiến tại một hội nghị.

PV: Rất vui khi Nhà báo đồng ý trả lời cuộc phỏng vấn này. Trước xu hướng phát triển của công nghệ số, báo chí cũng đã sớm nắm bắt và ứng dụng công nghệ số trong hoạt động chuyên môn, nghiệp vụ của mình để đáp ứng nhu cầu của bạn đọc, theo kịp với sự phát triển của thời đại. Vậy đối với tạp chí nói chung và Tạp chí Đồ uống Việt Nam nói riêng sẽ phải đổi diện với xu thế này như thế nào, những thế mạnh của tạp chí trong bối cảnh hiện nay là gì, thưa Nhà báo Hồ Quang Lợi?

Nhà báo HỒ QUANG LỢI:

Đúng vậy, báo chí nước ta đang trong tiến trình chuyển đổi số mạnh mẽ, vấn đề là vừa phải đảm bảo tính thời sự, thông tin nhanh nhạy, vừa phải đảm bảo tính chính xác, độ tin cậy cao để báo chí tiếp tục khẳng định vai trò đặc biệt quan trọng, không thể thay thế, thực sự chiếm lĩnh mặt trận văn hoá - tư tưởng trong thời đại truyền thông kỹ thuật số. Còn với Tạp chí nói riêng, cũng phải ứng dụng công nghệ số, nhưng phải đảm bảo tính chuyên sâu, chuyên biệt, đó chính là thế mạnh và lợi thế của tạp chí. Để trụ vững và phát triển trong xu thế hiện nay thì tạp chí cần phải đi bằng “hai chân”, có nghĩa là vừa duy trì loại hình tạp chí in vừa quan tâm đầu tư cho loại hình tạp chí điện tử để phù hợp với xu thế thời đại. Điều quyết định là phải phát huy tính chuyên sâu, chuyên biệt của mình, phát triển thị trường “ngách”, đảm bảo tính đặc thù của lĩnh vực mình nhằm mang đến cho bạn đọc món ăn đặc trưng mà họ đang cần. Bản sắc, tính hấp dẫn của tạp chí được xác lập từ tính chuyên biệt của nội dung và sự độc đáo trong cách thức thể hiện, sử dụng hiệu quả thành tựu công nghệ số.

Hiện nay, mỗi ngành nghề đều có tờ tạp chí riêng để cung cấp những thông tin cả bề rộng và chiều sâu về lĩnh vực mình phụ trách, đảm bảo đúng tôn chỉ, mục đích. Ngành Đồ uống Việt Nam có tờ Tạp chí Đồ uống Việt Nam. Đây là kênh thông tin, là phương tiện truyền thông rất hữu ích đối với doanh nghiệp và công chúng trong lĩnh vực đồ uống. Thông qua Tạp chí Đồ uống Việt Nam, công chúng hiểu đúng hơn, sâu hơn, toàn diện hơn về ngành Đồ uống Việt Nam. Thực tế, đây đó trong xã hội vẫn còn những suy nghĩ, cách nhìn phiến diện, thậm chí thiếu thiện cảm đối ngành đồ uống, coi đó là một trong

những nguyên nhân gây ra tai nạn, những ứng xử thiếu chuẩn mực trong gia đình và xã hội. Từ thực tế đó, Tạp chí Đồ uống Việt Nam sẽ giúp cộng đồng xã hội thấy rõ hơn vai trò, đóng góp xứng đáng của ngành đồ uống với đời sống kinh tế, xã hội và văn hoá; thấy được những khó khăn, vướng mắc mà các doanh nghiệp trong ngành đang gặp phải trong các vấn đề cơ chế, chính sách... Đồng thời, Tạp chí cũng có tác dụng tốt tới cộng đồng doanh nghiệp, là cầu nối giữa doanh nghiệp với cộng đồng người tiêu dùng. Là một độc giả thường xuyên của Tạp chí Đồ uống Việt Nam, tôi nhận thấy, thời gian qua, Tạp chí, bằng nỗ lực không ngừng, đã khẳng định vai trò quan trọng của một tờ tạp chí chuyên ngành, làm tốt nhiệm vụ cơ quan ngôn luận của Hiệp hội Bia - Rượu - Nước giải khát Việt Nam, là diễn đàn tin cậy của các doanh nghiệp ngành đồ uống và cộng đồng người tiêu dùng. Điều đó được thể hiện rõ khi các doanh nghiệp sản xuất đồ uống lớn như SABECO, Heineken Việt Nam, HABECO, Tân Hiệp Phát, Coca-Cola Việt Nam... đều rất tin cậy truyền thông trên Tạp chí trong nhiều năm qua...

PV: Theo xu hướng của báo cũng như tạp chí thì bên cạnh việc có nội dung tốt, phong phú, bổ ích, hình thức trình bày đẹp, hấp dẫn thì cơ quan báo chí còn có nhiều giải pháp để nâng cao uy tín, thương hiệu của mình thông qua các hoạt động sau mặt báo như tổ chức sự kiện, tọa đàm, hội thảo, cuộc thi, bình chọn, thực hiện các chương trình từ thiện... Quan điểm của ông về những hoạt động này thế nào?

Nhà báo HỒ QUANG LỢI:

Đúng vậy, tôi nghĩ, bên cạnh việc không ngừng nâng cao chất lượng nội dung, đổi mới cách trình bày sao cho hiện đại, hấp dẫn, thu hút sự quan tâm của người đọc, Tạp chí cần phát huy hơn nữa vai trò là diễn đàn của cộng đồng doanh nghiệp cũng như toàn xã hội trong lĩnh vực đồ uống. Vai trò này không chỉ được thể hiện trên mặt báo, tạp chí mà còn thông qua việc tổ chức các cuộc diễn đàn, tọa đàm, hội thảo, đối thoại những vấn đề liên quan đến ngành đồ uống, trong đó có diễn đàn về Văn hóa uống - uống có trách nhiệm; tổ chức các cuộc thi, giải thưởng về ngành, các hoạt động về ẩm thực, các hoạt động từ thiện xã hội, văn hóa nghệ thuật... Vì



Độc giả đón
đọc Tạp chí
Đồ uống
Việt Nam tại
Hội báo toàn
quốc 2022.

dụ như tổ chức chương trình bình chọn mặt hàng đồ uống được yêu thích. Cùng nhau xây dựng, phát triển Tạp chí Đồ uống Việt Nam có sức sống, thực sự là cầu nối giữa doanh nghiệp với cộng đồng xã hội.

PV: Hiện nay, nhu cầu có thêm loại hình tạp chí điện tử của các tạp chí chuyên ngành là chính đáng để đáp ứng nhu cầu thông tin chuyên sâu của bạn đọc trong bối cảnh công nghệ số. Ông có ý kiến gì về tình trạng “con sâu làm rầu nồi canh” làm ảnh hưởng tới các tạp chí chấp hành tốt các quy định, thực hiện đúng tôn chỉ, mục đích nhưng chưa được cấp phép tạp chí điện tử?

Nhà báo HỒ QUANG LỢI:

Về vấn đề này, tôi nghĩ, trước tiên cần khắc phục triệt để tình trạng báo hóa tạp chí, báo hóa trang thông tin điện tử, báo hóa trang mạng xã hội, xử lý nghiêm những trường hợp sai phạm. Đồng thời, phải tạo điều kiện cho những tạp chí hoạt động đúng tôn chỉ, mục đích được cấp phép loại hình tạp chí điện tử để hoạt động đạt hiệu quả cao.

Tạp chí Đồ uống Việt Nam cần thiết có thêm loại hình tạp chí điện tử song hành với tạp chí in để kịp thời tuyên truyền các chủ trương, chính sách liên quan đến ngành đồ uống cho các doanh nghiệp trong ngành cũng như những thông tin chuyên sâu, chuyên ngành tới những bạn đọc quan tâm đến lĩnh vực đồ uống. Trên cơ sở trang thông tin điện tử hiện hành, cần phát triển lên Tạp chí điện tử để truyền tải được thông tin về ngành đồ uống một cách hiệu quả

nhất, đáp ứng yêu cầu phát triển của ngành cũng như nhu cầu thông tin ngày càng cao của xã hội.

Tôi nghĩ, hiện nay, Tạp chí không chỉ cung cấp thông tin về hoạt động của ngành, của doanh nghiệp mà cần truyền thông tích cực hơn nữa về văn hóa uống - uống có trách nhiệm. Việc truyền thông uống có trách nhiệm tới người tiêu dùng góp phần nâng cao nhận thức, thay đổi hành vi, tránh lạm dụng, chấp hành tốt quy định “đã uống rượu, bia thì không lái xe”, hạn chế được tình trạng tai nạn giao thông và các hệ lụy trong gia đình, xã hội... Vậy không gì tốt hơn là phải có phương tiện đủ mạnh để tuyên truyền, giáo dục văn hóa uống.

Tôi rất hoan nghênh, Tạp chí Đồ uống Việt Nam đã tổ chức thành công Cuộc thi viết “Văn hóa uống - Uống có trách nhiệm” và Cuộc thi viết “Ngành Đồ uống Việt Nam với sự phát triển kinh tế - xã hội của đất nước”, được độc giả quan tâm và cộng đồng xã hội rất hưởng ứng.

Ngành Đồ uống Việt Nam hàng năm đóng góp ngân sách nhà nước khoảng gần 60 ngàn tỷ đồng, giải quyết việc làm trực tiếp và gián tiếp cho hàng triệu lao động, tích cực trong hoạt động trách nhiệm xã hội, phát triển bền vững... Việc có thêm loại hình Tạp chí điện tử để truyền thông về ngành này là phù hợp với xu hướng phát triển công nghệ số, chuyển đổi số, đáp ứng nhu cầu của ngành và của bạn đọc gần xa...

PV: Trân trọng cảm ơn nhà báo Hồ Quang Lợi. Chúc ông và gia đình năm mới nhiều sức khỏe, an khang, thịnh vượng! ■

TỔNG KẾT VÀ TRAO GIẢI CUỘC THI VIẾT “NGÀNH ĐỒ UỐNG VIỆT NAM VỚI SỰ PHÁT TRIỂN KINH TẾ - XÃ HỘI CỦA ĐẤT NƯỚC”

Sau hơn một năm phát động, Cuộc thi viết “Ngành Đồ uống Việt Nam với sự phát triển kinh tế - xã hội của đất nước” đã khép lại với thành công hơn mong đợi của Ban Tổ chức. Từ hơn 100 bài dự thi của các nhà văn, nhà báo, người viết đến từ mọi miền tổ quốc, Hội đồng Chấm giải đã lựa chọn 11 tác phẩm xuất sắc nhất để trao giải, trong đó có 01 giải A, 02 giải B, 03 giải C, 05 giải Khuyến khích. Các tác phẩm đã phản ánh sinh động toàn cảnh ngành Đồ uống Việt Nam, trong đó nêu bật vị trí, vai trò của ngành Đồ uống Việt Nam với sự phát triển kinh tế - xã hội của đất nước. Ý nghĩa của Cuộc thi đã lan tỏa rộng lớn tới công chúng báo chí bằng việc đăng tải lên Tạp chí Đồ uống Việt Nam, trang thông tin điện tử, các nền tảng mạng xã hội và gần 40 cơ quan báo chí trên cả nước.

■ KIM TƯƠI - NGUYỄN NGÀ



Đại biểu chụp ảnh kỷ niệm tại Lễ trao giải.



Ông Hồ Quang Lợi - Nguyên Phó Chủ tịch Thường trực Hội Nhà báo Việt Nam và bà An Thùy Dương - Đại diện Coca - Cola Việt Nam trao Giấy chứng nhận cho tác giả đạt giải A.

Lễ tổng kết và trao giải Cuộc thi viết “Ngành Đồ uống Việt Nam với sự phát triển kinh tế - xã hội của đất nước” đã được Hiệp hội Bia - Rượu - Nước giải khát Việt Nam (VBA) và Tạp chí Đồ uống Việt Nam tổ chức long trọng vào sáng 23/12, tại Hà Nội. Tham dự buổi lễ có ông Hồ Quang Lợi - Nguyên Phó Chủ tịch Thường trực Hội Nhà báo Việt Nam, Chủ tịch Hội đồng Chấm giải Cuộc thi, bà Chu Thị Vân Anh - Phó Chủ tịch kiêm Tổng Thư ký VBA; ông Nguyễn Văn Chương - Phó Tổng biên tập Phụ trách Tạp chí Đồ uống Việt Nam; Nhà văn Bùi Đức Khiêm - Thành viên Hội đồng Chấm giải; PGS.TS, Nhà văn Nguyễn Hữu Đạt - Thành viên Hội đồng chấm giải; PGS.TS Phạm Văn Tình - Thành viên Hội đồng chấm giải; Nhà thơ Hồng Thanh Quang; bà An Thùy Dương - Đại diện Coca - Cola Việt Nam - Đơn vị Tài trợ của Cuộc thi; ông Phạm Quốc Khánh - Phó Giám đốc Công ty CP Bia Hà Nội - Hải Phòng; ông Nguyễn Duy Vương - Trưởng phòng Đối ngoại phía Bắc, Công ty TNHH

Nhà máy Bia Heineken Việt Nam; lãnh đạo, đại diện các cơ quan báo chí Trung ương và Hà Nội, cùng một số nhà văn, nhà thơ, đại diện doanh nghiệp và các tác giả đạt giải.

Phát biểu tổng kết Cuộc thi, ông Nguyễn Văn Chương - Phó Tổng biên tập Phụ trách Tạp chí Đồ uống Việt Nam, Trưởng Ban Tổ chức Cuộc thi cho biết, tiếp nối thành công của Cuộc thi viết “Văn hóa uống - Uống có trách nhiệm” năm 2021, sang năm 2022, VBA và Tạp chí Đồ uống Việt Nam tiếp tục tổ chức Cuộc thi viết “Ngành Đồ uống Việt Nam với sự phát triển kinh tế - xã hội của đất nước”. Đây là một trong những hoạt động thể hiện sự đổi mới của Tạp chí Đồ uống Việt Nam, góp phần nâng cao uy tín, thương hiệu của Tạp chí.

Kể từ khi phát động Cuộc thi viết “Ngành Đồ uống Việt Nam với sự phát triển kinh tế - xã hội của đất nước” vào tháng 11/2021, đến ngày 10/12/2022, Ban Tổ chức đã nhận được hơn 100 bài dự thi của các nhà văn, nhà báo, nhà

thơ, người tiêu dùng, người kinh doanh đồ uống và đông đảo bạn viết trên cả nước. Nhìn chung, các tác phẩm dự thi đều đúng với thể lệ, tiêu chí mà Ban Tổ chức đề ra. Các tác phẩm dự thi có nội dung phong phú, văn phong mạch lạc, có sức hút đối với người đọc, hiểu khá rõ những thông tin, số liệu về ngành đồ uống, với các thể loại như phản ánh, ghi chép, tiểu phẩm và thơ.

Về mặt nội dung, các tác phẩm đã phản ánh sinh động toàn cảnh ngành đồ uống Việt Nam, trong đó nổi bật là các nhóm chủ đề như: Vị trí, vai trò của ngành đồ uống đối với sự phát triển kinh tế xã hội đất nước, đóng góp ngân sách, tạo việc làm cho người lao động, đáp ứng nhu cầu của người tiêu dùng, thực hiện tốt trách nhiệm với cộng đồng, công tác an sinh xã hội, bảo vệ môi trường, phát triển bền vững; Nét văn hóa uống ở các vùng miền; Tuyên truyền uống có trách nhiệm, không lạm dụng đồ uống có cồn, đã uống rượu bia thì không lái xe...

“Năm nay, các tác phẩm dự thi có nội dung phong phú hơn, đề tài rộng mở hơn, bên cạnh phản ánh hoạt động cộng đồng của các doanh nghiệp ngành bia, các tác giả còn mang đến cho bạn đọc những thông tin, câu chuyện rất nhân văn của ngành Nước giải khát, những người mẹ tảo tần kinh doanh đồ uống nuôi con ăn học, rồi những kỷ niệm, kỷ vật của cha con về một sản phẩm nước giải khát...”, ông Nguyễn Văn Chương nhấn mạnh. Thông qua Cuộc thi nhằm khẳng định vị trí, vai trò của ngành Đồ uống Việt Nam đối với kinh tế, xã hội của đất nước. Tuyên truyền, hướng dẫn người tiêu dùng sử dụng rượu, bia có văn hóa, trách nhiệm,



Bà Chu Thị Vân Anh - Phó Chủ tịch, Tổng Thư ký VBA và Nhà thơ Hồng Thanh Quang trao Giấy chứng nhận cho tác giả đạt Giải B.



Nhà văn Bùi Đức Khiêm và Nhà báo Nguyễn Văn Chương trao Giấy chứng nhận cho tác giả Đinh Thành Trung đạt Giải C.

giúp công chúng hiểu hơn những đóng góp của các doanh nghiệp ngành Đồ uống với kinh tế, an sinh xã hội, trách nhiệm với cộng đồng và phát triển bền vững.

Hội đồng chấm giải Cuộc thi là những thành viên có uy tín trong nhiều lĩnh vực như nhà báo, nhà quản lý, chuyên gia kinh tế, nhà văn, chuyên gia ngôn ngữ, lãnh đạo Hiệp hội và những người có kinh nghiệm trong quản lý doanh

nh nghiệp... Hội đồng chấm giải Cuộc thi gồm có ông Hồ Quang Lợi - nguyên Phó Chủ tịch Thường trực Hội Nhà báo Việt Nam (Chủ tịch Hội đồng), bà Chu Thị Vân Anh - Phó Chủ tịch, Tổng Thư ký VBA (Phó Chủ tịch Hội đồng), ông Nguyễn Văn Chương - Phó Tổng biên tập Phụ trách Tạp chí Đồ uống Việt Nam (Phó Chủ tịch Hội đồng), Tiến sỹ Lê Đăng Doanh (Ủy viên), ông Lương Xuân Dũng

- Chánh Văn phòng VBA (Ủy viên), Nhà văn Bùi Đức Khiêm (Ủy viên), PGS.TS Nguyễn Hữu Đạt (Ủy viên), PGS.TS. Phạm Văn Tình (Ủy viên).

Đánh giá về công tác tổ chức cũng như chất lượng các bài tham dự, ông Hồ Quang Lợi - nguyên Phó Chủ tịch Thường trực Hội Nhà báo Việt Nam, Chủ tịch Hội đồng chấm giải cho rằng, việc Hiệp hội Bia - Rượu - Nước giải khát Việt Nam và Tạp chí Đồ uống Việt Nam tổ chức Cuộc thi trong bối cảnh nền kinh tế và các doanh nghiệp bị ảnh hưởng nặng nề bởi đại dịch Covid - 19 có tác dụng rất lớn trong việc cổ vũ, động viên các thành phần kinh tế trong công cuộc khắc phục khó khăn, phục hồi kinh tế. Cuộc thi đã thu hút các tác giả đến từ mọi miền đất nước, với cách tiếp cận khác nhau đã đem đến những nội dung đa dạng, phong phú và tạo nên sức hấp dẫn riêng. Thành công của Cuộc thi năm nay sẽ tiếp tục là tiền đề quan trọng cho thành công những cuộc thi tiếp theo.

"Tôi đánh giá rất cao việc Ban Tổ chức phát động những cuộc thi viết như thế này. Đó không chỉ là sự đổi mới của Tạp chí Đồ uống Việt Nam, mà cái được lớn nhất chính là thông điệp mà ngành đồ uống gửi tới công chúng báo chí. Đó là ngành đồ uống chung tay góp phần vào sự phát triển của đất nước, các doanh nghiệp họ không chỉ quan tâm đến sản xuất, kinh doanh mà luôn coi trọng và đồng hành cùng đất nước, có trách nhiệm với cộng đồng vì sự phát triển bền vững" - ông Lợi nhấn mạnh.

Cũng theo ông Lợi, Cuộc thi góp phần làm cho người dân hiểu hơn được uống thể nào cho có văn hóa, làm sao để uống cho cuộc sống sinh động hơn, đẹp



Ông Nguyễn Văn Chương – Phó Tổng biên tập Phụ trách Tạp chí Đồ uống Việt Nam trao giải cho các tác giả đạt giải Khuyến khích.

hơn. Đặc biệt, khi Tết Quý Mão đang đến gần, nhu cầu tiêu thụ bia rượu trong xã hội tăng mạnh. Vì thế, Cuộc thi góp tiếng nói quan trọng tới tất cả mọi người rằng cần sử dụng làm sao để bia, rượu góp cho cuộc sống phong phú, hấp dẫn hơn, đẹp hơn và an toàn hơn. Đây cũng là dịp để các loại hình báo chí truyền thông cùng có trách nhiệm tuyên truyền thông điệp ý nghĩa này.

Với kinh nghiệm nhiều năm chấm các giải báo chí lớn, ông Lợi nhấn mạnh, Ban Tổ chức Cuộc thi về ngành đồ uống đã chọn những chủ đề mang tính đặc thù ngành nhưng có tác dụng giáo dục, tuyên truyền rất lớn tới cộng đồng, xã hội, giúp cho công chúng báo chí hiểu hơn về ngành đồ uống, văn hóa uống - uống có trách nhiệm...

Phát biểu tại Lễ trao giải, bà Chu Thị Vân Anh - Phó Chủ tịch kiêm Tổng thư ký VBA cho biết: "Ngành Đồ uống Việt Nam những năm qua đã và đang đóng góp quan trọng vào ngân sách nhà nước khoảng gần 60 ngàn tỷ

đồng, tạo ra việc làm trực tiếp và gián tiếp cho hàng triệu lao động. Đặc biệt, các doanh nghiệp đồ uống luôn tiên phong trong các hoạt động sản xuất xanh, sản xuất bền vững. Với mục đích lan tỏa giá trị tích cực của ngành đồ uống với cộng đồng, xã hội, Tạp chí Đồ uống Việt Nam đã tổ chức Cuộc thi viết "Ngành Đồ uống Việt Nam với sự phát triển kinh tế - xã hội của đất nước" có ý nghĩa lớn và nhận được sự hưởng ứng tích cực từ các độc giả. Trong những năm tiếp theo, Tạp chí Đồ uống Việt Nam sẽ tiếp tục tổ chức thêm nhiều cuộc thi ý nghĩa để giúp công chúng hiểu hơn về ngành đồ uống và thấy được những hoạt động thiết thực mà các doanh nghiệp trong ngành đã đóng góp cho cộng đồng, cho đất nước...

Đại diện cho các tác giả đạt giải, bà Lê Thị Thu Thanh đến từ Quảng Trị, tác giả nhận giải A chia sẻ: Thông qua Cuộc thi viết này, tôi đã tìm hiểu và biết ngành Đồ uống Việt Nam có nhiều đóng góp vào sự thành công trong sự nghiệp công nghiệp hóa, hiện

đại hóa của đất nước, mang lại sự thịnh vượng cho doanh nghiệp và tạo ra nhiều việc làm cho người lao động, đóng góp vào ngân sách nhà nước và các hoạt động cộng đồng. Các sản phẩm đồ uống ngày càng đa dạng, góp phần vào sự phát triển kinh tế chung của đất nước. Cuộc thi đã truyền đi thông điệp ý nghĩa đó là uống có trách nhiệm, có văn hóa và cần sự chung tay của toàn xã hội...

Góp phần vào thành công của Cuộc thi viết "Ngành Đồ uống Việt Nam với sự phát triển kinh tế - xã hội của đất nước" phải kể đến đóng góp quan trọng của 02 đơn vị đồng hành là Tổng công ty CP Bia - Rượu - Nước giải khát Hà Nội - HABECO và Công ty TNHH Nước giải khát Coca - Cola Việt Nam.

Bà bà An Thủy Dương, đại diện Nhà tài trợ Coca - Cola Việt Nam khẳng định: "Chúng tôi đánh giá cao sự tham gia tích cực của các tác giả tham dự Cuộc thi, cũng như đánh giá cao việc Ban Tổ chức phát động Cuộc thi ý nghĩa này, bởi qua đó giúp cho công chúng có cái nhìn toàn cảnh về vai trò của ngành đồ uống cũng như những đóng góp tích cực của các doanh nghiệp trong ngành đối với cộng đồng. Cuộc thi đã góp phần nâng cao và làm sâu sắc hơn vị thế của ngành Đồ uống Việt Nam và các doanh nghiệp trong ngành đối với sự phát triển kinh tế - xã hội đất nước".

Buổi Lễ Tổng kết và trao giải Cuộc thi viết "Ngành đồ uống Việt Nam với sự phát triển kinh tế - xã hội của đất nước" đã thành công tốt đẹp, đúng với mục tiêu đề ra, thu hút sự quan tâm của đông đảo bạn viết và bạn đọc trên cả nước. Cuộc thi đã khép lại nhưng ý nghĩa của Cuộc thi đã có sức lan



Nhà văn Nguyễn Hữu Đạt và Nhà báo Nguyễn Văn Chương trao Giấy chứng nhận cho các tác giả đạt Giải Khuyến khích.

tỏa lớn với gần 40 báo đài đưa đăng tải thông tin, qua đó công chúng báo chí thấy hình ảnh đẹp của ngành Đồ uống Việt Nam đó là không chỉ đóng góp lớn cho kinh tế - xã hội của đất nước mà còn luôn có ý thức trách nhiệm với cộng đồng, có nhiều chương trình ý nghĩa, thiết thực vì cộng đồng. Cuộc thi còn phát đi thông điệp đầy tính nhân văn đó là: Hãy uống có văn hóa - trách nhiệm.

Dưới đây là danh sách các tác phẩm và tác giả đạt giải:

- **Giải A:** Ngành Đồ uống Việt Nam lớn mạnh cùng đất nước (Lê Thị Thu Thanh), số tiền giải thưởng là 10 triệu đồng/giải.

- **2 Giải B:** Bức tranh ngành Đồ uống Việt Nam: Triển vọng trong thời đại mới của Trúc Quỳnh; Thúc uống tự nhiên và nét văn hóa uống của người Cơ Tu (Trần Đức Sáng). Số tiền giải thưởng là 5 triệu đồng/giải.

- **3 Giải C gồm:** Người mẹ tảo tần gần 30 năm kinh doanh đồ uống nuôi các con thành tài (Thị Hoàng Khiêm); Tiêu dùng xanh - Môi trường xanh (Bình An); Ý thức

của các doanh nghiệp đồ uống với an toàn giao thông (Đình Thành Trung). Số tiền giải thưởng là 3 triệu đồng/giải.

- **5 giải Khuyến khích gồm:** Chàng rể tiếp thị (Triệu Thị Tuyết Nhung); Giữ hương cho trà sen (Đình Văn Luyện); Kỷ niệm với công ty có truyền thống hơn 60 năm phát triển cùng đất nước (Chu Thị Xuân Hương); Những "chiến sỹ thầm lặng" trên mặt trận tuyên truyền "uống rượu bia văn minh" (Lê Văn Tâm); Suýt chết vì lấy rượu giải sầu (Nguyễn Văn Công). Số tiền giải thưởng là 1,5 triệu đồng/giải.

Tại Lễ trao giải, ông Nguyễn Văn Chương - Phó TBT Phụ trách Tạp chí Đồ uống Việt Nam đã phát động Cuộc thi viết mới trong năm 2023 với chủ đề "Ngành Đồ uống Việt Nam với kinh tế xanh, kinh tế tuần hoàn". Nội dung đề tài gồm các hoạt động sản xuất, kinh doanh hướng tới kinh tế xanh, kinh tế tuần hoàn mà các doanh nghiệp ngành đồ uống đã, đang và sẽ thực hiện, những chương trình an sinh xã hội, các hoạt động vì cộng

đồng, nỗ lực vì sự phát triển bền vững, thực hiện kinh tế xanh, kinh tế tuần hoàn, bảo vệ môi trường... mà các doanh nghiệp trong ngành đã thực hiện, những câu chuyện nhân văn, ý nghĩa xung quanh các chủ đề trên. Thông qua tác phẩm làm sao để công chúng có cái nhìn tổng quan, nhiều chiều hơn về các hoạt động sản xuất, kinh doanh của ngành đồ uống, vai trò, vị trí của ngành đối với kinh tế xã hội của đất nước trong việc đóng góp ngân sách, giải quyết việc làm, đáp ứng nhu cầu tiêu dùng của người dân cũng như những đóng góp quan trọng của các doanh nghiệp trong ngành đối với an sinh xã hội, thể hiện trách nhiệm với cộng đồng, bảo vệ môi trường, kinh tế xanh, kinh tế tuần hoàn, những hoạt động thiết thực, ý nghĩa và rất nhân văn mà các doanh nghiệp trong ngành đã thực hiện.

Thể loại gồm bài phản ánh, ghi chép, tiểu phẩm, thơ, video, phóng sự ảnh... Cuộc thi phát động từ 23/12/2022 đến 30/11/2023 với các giải thưởng lớn dành cho các cây viết xuất sắc.■



CUỘC THI RẤT CÓ Ý NGHĨA VÀ GỬI TỚI CỘNG ĐỒNG **THÔNGIỆP NHÂN VĂN SÂU SẮC**

Cuộc thi viết “Ngành Đồ uống Việt Nam với sự phát triển kinh tế - xã hội của đất nước” đã để lại nhiều ấn tượng đẹp trong lòng công chúng, các đại biểu, tác giả tham gia Cuộc thi cũng như giới truyền thông trong nước. Dưới đây là ý kiến đánh giá của đại diện Hội đồng Chấm giải và các đại biểu tham dự Lễ Tổng kết và trao giải Cuộc thi.

■ KIỆT VŨ (Thực hiện)

* Nhà báo **HỒ QUANG LỢI** - nguyên Phó Chủ tịch Thường trực Hội Nhà báo Việt Nam, Chủ tịch Hội đồng Chấm giải Cuộc thi:

Cuộc thi có tác dụng rất lớn trong việc cổ vũ, động viên các thành phần kinh tế trong công cuộc khắc phục khó khăn, phục hồi kinh tế sau đại dịch COVID 19



“Hôm nay được về dự Lễ Tổng kết và trao giải Cuộc thi viết “Ngành đồ uống Việt Nam với sự phát triển kinh tế - xã hội của đất nước” trong không gian đầm ấm, chứa chan tình cảm đồng nghiệp, đồng chí

như thế này, chúng tôi rất vui khi mình đã làm tròn trách nhiệm của Chủ tịch Hội đồng Chấm giải. Đây là năm thứ 2 Hiệp hội Bia - Rượu - Nước giải khát Việt Nam và Tạp chí Đồ uống Việt Nam tổ chức Cuộc thi ý nghĩa như thế này, và là năm thứ 2 tôi đảm nhận vai trò Chủ tịch Hội đồng chấm giải.

Với kinh nghiệm nhiều năm chấm các giải báo chí lớn, tôi đánh giá rất cao việc Ban Tổ chức phát động những cuộc thi viết như thế này. Đó không chỉ là sự đổi mới của Tạp chí Đồ uống Việt Nam mà còn tạo ra môi trường thi đua trong hoạt động chuyên môn nghiệp vụ, phát huy thế mạnh của các đồng

nghiệp, nhà văn và bạn viết trên cả nước góp phần làm cho nội dung của Tạp chí ngày càng phong phú, hấp dẫn hơn, có cái nhìn khách quan hơn từ những người ngoài ngành. Cái được lớn nhất chính là thông điệp mà ngành Đồ uống gửi tới công chúng báo chí đó là “Ngành Đồ uống chung tay góp phần vào sự phát triển của đất nước, các doanh nghiệp họ không chỉ quan tâm đến sản xuất, kinh doanh mà luôn coi trọng và đồng hành cùng đất nước, có trách nhiệm với cộng đồng vì sự phát triển bền vững...”

Mặc dù Ban Tổ chức đã chọn những chủ đề mang tính đặc thù của ngành nhưng có tác dụng giáo dục, tuyên truyền rất lớn tới cộng đồng, xã hội, giúp cho công chúng báo chí hiểu hơn về ngành Đồ uống, đó là “Văn hóa uống - Uống có trách nhiệm”, “Ngành Đồ uống Việt Nam với sự phát triển kinh tế - xã hội của đất nước” và năm 2023 là “Ngành Đồ uống Việt Nam với kinh tế xanh, kinh tế tuần hoàn”. Thông qua các cuộc thi viết, công chúng báo chí sẽ có cái nhìn tổng quan, nhiều chiều về các hoạt động sản xuất, kinh doanh của ngành Đồ uống, vai trò, vị trí của ngành đối với kinh tế - xã hội của đất nước trong việc đóng góp ngân sách, giải quyết việc làm, đáp ứng nhu cầu tiêu dùng của người dân cũng như những đóng góp quan trọng của các doanh nghiệp trong ngành đối với an sinh xã hội, thể hiện trách nhiệm với cộng đồng bằng những hoạt động thiết thực, ý nghĩa và rất nhân văn mà các doanh nghiệp trong ngành đã thực hiện trong thời gian qua.

Năm nay, các tác phẩm dự thi có nội dung phong phú hơn, đề tài rộng mở hơn, bên cạnh phản ánh hoạt

động cộng đồng của các doanh nghiệp ngành bia, các tác giả còn mang đến cho bạn đọc những thông tin, câu chuyện rất nhân văn của ngành Nước giải khát, những người mẹ tảo tần kinh doanh đồ uống nuôi con ăn học, rồi những kỷ niệm, kỷ vật của cha con về một sản phẩm nước giải khát... Các tác phẩm đạt giải là những tác phẩm đã biết biến những con số khô khan trở nên mềm mại hơn thông qua văn phong, câu chữ và lối dẫn chuyện của mình, đặc biệt là có tính khái quát, có phân tích, đánh giá khách quan, có tính dự báo... Nội dung các tác phẩm đã phản ánh sinh động toàn cảnh ngành Đồ uống Việt Nam, trong đó nổi bật là nhóm chủ đề như: Vị trí, vai trò của ngành đồ uống đối với sự phát triển kinh tế - xã hội đất nước, đóng góp ngân sách, tạo việc làm cho người lao động, đáp ứng nhu cầu của người tiêu dùng, thực hiện tốt trách nhiệm với cộng đồng, công tác an sinh xã hội, bảo vệ môi trường, phát triển bền vững; Nét văn hóa uống ở các vùng miền; Tuyên truyền uống có trách nhiệm, không lạm dụng đồ uống có cồn, đã uống rượu bia thì không lái xe...

Cuộc thi năm nay, thể loại cũng khá phong phú, đa dạng như ghi chép, phản ánh, tiểu phẩm, thơ... Có những tác giả còn tự thiết kế ảnh minh họa rất ấn tượng, phù hợp với nội dung bài viết. Công tác tổ chức của Ban Tổ chức cũng ngày càng chuyên nghiệp hơn, thông tin, quảng bá về Cuộc thi rộng rãi trên nhiều kênh thông tin và các cơ quan báo đài nên số lượng người đọc cao và thu hút ngày càng nhiều người tham gia gửi tác phẩm dự thi.

Việc Hiệp hội Bia - Rượu - Nước giải khát Việt Nam và Tạp chí Đồ uống Việt Nam tổ chức Cuộc thi trong bối cảnh nền kinh tế và các doanh nghiệp bị ảnh hưởng nặng nề bởi đại dịch COVID - 19 nên có tác dụng rất lớn trong việc cổ vũ, động viên các thành phần kinh tế trong công cuộc khắc phục khó khăn, phục hồi kinh tế. Cuộc thi đã thu hút các tác giả đến từ mọi miền đất nước, với cách tiếp cận khác nhau đã đem đến những nội dung đa dạng, phong phú và tạo nên sức hấp dẫn riêng. Thành công của Cuộc thi năm nay sẽ tiếp tục là tiền đề quan trọng cho thành công những cuộc thi tiếp theo".

Bà **CHU THỊ VĂN ANH** - Phó Chủ tịch kiêm Tổng thư ký VBA:

Cuộc thi đã giúp công chúng có thêm thông tin về những đóng góp tích cực của ngành Đồ uống Việt Nam



"Cuộc thi có vai trò vô cùng quan trọng nhằm giúp công chúng có thêm thông tin và hiểu hơn về những đóng góp tích cực của ngành Đồ uống Việt Nam với cộng đồng, từ đó có cái nhìn khách quan, đúng

đắn hơn về một ngành kinh tế có đóng góp quan trọng vào quá trình phát triển đất nước và hội nhập quốc tế... Cụ thể, những năm qua, ngành Đồ uống Việt Nam (bao gồm Bia - Rượu - Nước giải khát) là một trong những ngành kinh tế có đóng góp quan trọng vào sự phát triển kinh tế - xã hội của đất nước.

Mỗi năm, toàn ngành đóng góp vào ngân sách nhà nước khoảng gần 60 nghìn tỷ đồng, giải quyết việc làm trực tiếp và gián tiếp cho hàng triệu lao động trên cả nước, đáp ứng nhu cầu tiêu dùng trong nước và xuất khẩu.

Bên cạnh đó, ngành đồ uống luôn quan tâm đến công tác an sinh xã hội, bảo vệ môi trường, phát triển bền vững, góp phần xóa đói giảm nghèo, có nhiều hoạt động ý nghĩa thể hiện trách nhiệm với cộng đồng, tích cực tham gia các hoạt động từ thiện do Trung ương Mặt trận Tổ quốc Việt Nam và các đoàn thể phát động, chăm sóc, phụng dưỡng Mẹ Việt Nam Anh hùng, quan tâm đến các gia đình chính sách, có công với cách mạng, ủng hộ, giúp đỡ các quỹ từ thiện, chữ thập đỏ, giúp đỡ đồng bào bị ảnh hưởng bởi lũ lụt, thiên tai..."

PGS-TS **PHẠM VĂN TÌNH**, Giám đốc Trung tâm Việt Nam học, thành viên Ban giám khảo:

Hãy uống có trách nhiệm, uống vì sự phát triển



"Tôi bắt ngờ được mời tham gia Hội đồng chấm giải Cuộc thi với chủ đề "Ngành Đồ uống Việt Nam với sự phát triển kinh tế - xã hội của Đất nước" do Hiệp hội Bia - Rượu - Nước



giải khát Việt Nam (VBA) và Tạp chí Đồ uống Việt Nam phối hợp tổ chức. Đây là cuộc thi thứ hai do Tạp chí phát động, có liên quan tới vấn đề “uống và văn hóa uống”.

Có thể nói, cuộc thi đã kết thúc rất thành công. Thành công vì số lượng người tham gia, thành công vì chủ đề các bài viết rất phong phú. Cũng bởi lần này, cuộc thi đã được tổ chức bài bản, chu đáo và rất thiết thực. Chuyện uống, nhất là uống bia rượu hiện nay đang là vấn đề cả xã hội quan tâm. Nó hàm chứa những mặt được và chưa được, rất cần thông qua các diễn đàn truyền thông để mọi người tìm hiểu “nâng cao nhận thức, điều chỉnh hành vi”. Tôi rất ấn tượng với những bài tham gia Cuộc thi. Có bài nói vấn đề bao quát, mang tính tổng thể, như Bức tranh ngành Đồ uống Việt Nam – Triển vọng trong thời đại mới (T. Quỳnh), Ý thức của các doanh nghiệp đồ uống với an toàn giao thông (Đình Thành Trung), Vị thế ngành Đồ uống, đến từ đâu? (T. Quỳnh)... Có những bài viết về những vấn đề rất cụ thể, đời thường, như Suýt chết vì lấy rượu giải sầu (Mộc Kiều), Người mẹ tảo tần gần 30 năm kinh doanh Đồ uống Việt Nam nuôi các con thành tài (Thị Hoàng Khiêm), Chàng rể tiếp thị (Tuyết Nhung)...

Mỗi bài là một ý kiến, xới lên những vấn đề thời sự, rất cụ thể, rất thiết thực. Qua cuộc thi lần thứ hai này, Tạp chí Đồ uống Việt Nam đã có một bước đột phá trong việc tuyên truyền, vận động toàn dân có thái độ đúng: Uống có trách nhiệm, Uống vì sự phát triển kinh tế - xã hội.

Tác giả **LÊ THỊ THU THANH** - *giải A:*

“Cuộc thi là một cách tuyên truyền về văn hóa uống rất sáng tạo và hiệu quả. Mong rằng, Tạp chí tổ chức nhiều cuộc thi ý nghĩa như thế này”

“Bản thân tôi rất xúc động và tự hào là một trong những thí sinh của cuộc thi được phát biểu trong buổi lễ này. Lời đầu tiên cho phép tôi được gửi lời chúc sức khỏe bình an, lời cảm ơn đến Ban Tổ chức cuộc thi đã tin tưởng và trao cho tôi cơ hội được thay mặt các thí sinh phát biểu cảm nghĩ của mình. Từ trước tới nay nói đến đồ uống thì người ta thường nghĩ đến mặt tiêu cực của loại đồ uống có cồn gây nhiều hệ lụy cho xã hội, đó là do ý thức của người sử

dụng chưa văn minh không thể đổ lỗi do sản phẩm. Nhưng qua Cuộc thi viết “Ngành Đồ uống Việt Nam với sự phát triển kinh tế - xã hội của đất nước” thì bản thân tôi khám phá rất nhiều điều thú vị.

Nhờ cuộc thi tôi tìm hiểu và biết được rằng Ngành Đồ uống Việt Nam có nhiều đóng góp vào sự thành công của sự nghiệp công nghiệp hóa, hiện đại hóa đất nước, mang lại sự thịnh vượng cho doanh nghiệp, tạo công ăn việc làm cho hàng triệu người lao động, đóng góp cho ngân sách nhà nước và còn có nhiều hoạt động cho cộng đồng nữa. Các sản phẩm mang thương hiệu Đồ uống Việt Nam ngày nay đã và đang trở nên quen thuộc với người tiêu dùng trong nước, sản phẩm có mặt trên toàn quốc, góp phần thúc đẩy sự phát triển kinh tế chung của đất nước. Đóng góp vào sự thành công của Ngành Đồ uống Việt Nam thì không thể không nhắc đến sự đóng góp của Hiệp hội Bia - Rượu - Nước giải khát Việt Nam (VBA).

Ấn tượng mạnh mẽ của Cuộc thi đó là truyền đi thông điệp “Uống có trách nhiệm”. Uống rượu bia có văn hóa, có trách nhiệm của mỗi người và cần sự chung tay của toàn xã hội. Người Việt có thói quen uống rượu bia nhiều trong các sự kiện giao lưu, họp mặt, kỷ giỗ, đám cưới, đám hỏi... Uống rượu bia không xấu, nhưng đừng lạm dụng nó quá nhiều, đặc biệt không được ép nhau uống, đã uống rượu bia thì không lái xe, không làm ảnh hưởng đến những người xung quanh vì sự an toàn cho bản thân, gia đình và cộng đồng.

Cuộc thi rất ý nghĩa và mong rằng có nhiều cuộc thi như vậy... Đây là cách tuyên truyền về văn hóa uống rất sáng tạo và hiệu quả. Cảm ơn Ban Tổ chức đã tạo ra một Cuộc thi hết sức có ý nghĩa, để chúng tôi được nói lên suy nghĩ của mình và mong muốn của bản thân cũng như nhiều người, chúng ta “Uống có trách nhiệm”, Uống có văn hóa để trở thành văn hóa đẹp của người Việt Nam, chúc Ngành Đồ uống Việt Nam ngày càng phát triển nhiều hơn nữa”. ■



Đón Xuân có trách nhiệm

Lại một mùa Xuân nữa sắp đến khiến lòng người hồi hã, rộn rã.
Nhiều người chuẩn bị tâm thế từ rất sớm, cả tinh thần, sức khỏe và tiền bạc.
Nhưng không phải ai cũng có ý thức đón Tết có trách nhiệm.

■ NGUYỄN VĂN HỌC

1 Cứ quan sát, cứ sống thì thấy trong dòng chảy cuộc đời, cùng với niềm vui mong ngóng Xuân, thì cũng có người lo ngay ngáy và rất ngại... Tết về. Vì sao thế? Vì Tết là phải lo sắm sửa đồ ăn thức uống, quà cáp, lễ nghĩa, ứng xử với người này người kia. Có người than: Tết về chỉ tổ mệt! Nhưng dù than hay không, chờ đón hay không thì theo một quy luật, Tết vẫn đến Xuân vẫn về. Vậy thay vì bị động, chúng ta nên chủ động tâm thế, để đón Tết có trách nhiệm hơn, ý nghĩa, tiết kiệm hơn.

Trong thực tế, nhiều người muốn cái Tết của gia đình mình được tươm tất, có đủ đầy cỗ bàn, từ hoa trang trí, đào, quất, mâm cúng tất niên đến chuyện thực phẩm để lo cỗ bàn ba ngày Tết. Gia đình đông con cháu phải chuẩn bị rất nhiều thực phẩm làm món ăn, tích trữ rượu dùng dần. Cũng có gia đình kinh tế chưa ổn định, phải đi vay tiền chi tiêu, cũng cố gắng may cho con cái bộ quần áo mới nở mày nở mặt với xóm làng, hay chuẩn bị một nồi bánh chưng cho có không khí. Người làm chủ gia đình có trách nhiệm sẽ tính toán, thu vén công việc để làm sao có một phần quà biếu bố mẹ đôi bên. Nếu còn ông bà nội ngoại thì lo thêm tiền mừng tuổi, cầu mong các cụ trường thọ, làm chỗ dựa tinh thần cho con cháu. Lại có người chồng, dù là trụ cột gia đình song đã vô trách nhiệm, đặt tất cả gánh lo lên vai người vợ, còn mình sa đà vào tiệc rượu vô bổ, tụ tập bạn bè bù khú, làm cho các thành viên trong gia đình thất vọng.

2 Gần đây, cụm từ “đón Tết có trách nhiệm” được nhắc đến nhiều hơn, trong bối cảnh dịch Covid-19 hoành hành. Cộng đồng được tuyên truyền, nhắc nhở vừa vui xuân, vừa phải bảo đảm công tác phòng, chống dịch. Nhưng không chỉ thế, mỗi người cần trách nhiệm trong bảo vệ môi trường sống xung quanh. Từ việc dùng điện, dùng nước phải tiết kiệm. Rác thải sinh hoạt phải phân loại, để đúng nơi đúng chỗ. Ngay như việc phóng sinh, đốt vàng mã cũng cần được thực hiện thiết thực hơn, tránh hình thức, đốt quá nhiều vàng mã, phóng sinh bừa bãi, rồi trút túi ni-lông ra môi trường, gây áp lực cho lực lượng chức năng cũng như chính môi trường sống chung. Những năm vừa qua, không ít nhóm thiện nguyện đã thực hiện rất tốt việc tuyên truyền trong ngày cúng Ông Táo

về châu trời, với khẩu hiệu “Thả cá đừng thả túi ni-lông”. Không ít nhóm còn cử người đứng ở nơi các cây cầu, ao, hồ để hướng dẫn người dân phóng sinh có trách nhiệm, đồng thời thu gom rác, túi ni-lông từ những người thiếu trách nhiệm bảo vệ môi trường chung. Thêm nữa chuyện “bà hỏa” bùng phát tại một số địa phương, do thấp hương, đốt vàng mã đã xảy ra, là minh chứng khi chúng ta thực hành các hình thức đón Xuân nhưng chưa thực hiện đầy đủ trách nhiệm với chính gia đình mình, với hàng xóm và xã hội. Người đón Xuân có trách nhiệm là người biết cảnh giác, để phòng hiểm họa có thể xảy đến với gia đình, cộng đồng mình. Xuân chỉ thật sự an lành, vui vẻ khi tất cả mọi người không bị tổn hại.

3 Đón Xuân có trách nhiệm còn thể hiện ở việc sử dụng bia, rượu chừng mực và có văn hóa. Tình trạng tai nạn giao thông xảy ra trong những ngày Tết do người điều khiển phương tiện giao thông sử dụng bia rượu quá đà, không làm chủ được phương tiện, do vi phạm quy định “đã uống rượu bia thì không lái xe” là vấn đề đáng lo ngại. Quả thật, trong những ngày đón Tết, vui Xuân thì không thể thiếu bia rượu. Đó là những thứ đồ uống giúp chúng ta gắn kết với gia đình, người thân, bạn bè. Đó là những thứ khiến mùa xuân thăng hoa và tươi mới. Nhưng uống phải có chừng mực, sao cho mọi thứ đều êm đẹp và phải thực hiện đúng quy định đã uống rượu bia thì không lái xe. Chỉ có thế mới bảo đảm an toàn cho mình và cộng đồng. Người uống chừng mực là người có trách nhiệm với chính bản thân mình, sau đó là gia đình và đến cộng đồng. Cũng có người nói, đã uống thì sao cầm chừng được, người khác lại cho rằng, khi bị ép thì chẳng thể từ chối. Đó chỉ là sự bao biện. Với rượu bia, vui thì uống chứ chẳng hơn thua gì một cốc, một ly. Bản lĩnh của người trưởng thành là biết cách từ chối sự ép buộc. Trưởng thành không nằm trên bàn nhậu. Trưởng thành nằm ở chỗ chúng ta mang lại những giá trị cho gia đình và cộng đồng.

Ở ngoài kia, những đóa hoa đang kiết cùng dâng hiến sắc màu, hương thơm cho đời và chẳng biết đòi hỏi. Phải chăng hoa biết phận mình, nhận thấy nhiệm vụ cũng như trách nhiệm của mình là phải làm cho cuộc sống này xuân hơn, an bình hơn? ■



CÔNG BỐ TOP 10 NƠI LÀM VIỆC TỐT NHẤT NGÀNH THỰC PHẨM - ĐỒ UỐNG NĂM 2022

Trong khuôn khổ Chương trình Nghiên cứu về Top 10 nơi làm việc tốt nhất năm 2022 (Top 10 Best WorkPlaces), Viet Research phối hợp với Báo Đầu tư công bố Top 10 nơi làm việc tốt nhất trong ngành Thực phẩm - Đồ uống. Lễ công bố Top 10 nơi làm việc tốt nhất trong ngành Thực phẩm - Đồ uống được diễn ra chính thức tại Diễn đàn “Tạo dựng môi trường làm việc tốt: Chìa khóa cho sự phát triển bền vững” đã tổ chức vào ngày 21/12/2022 vừa qua tại Hà Nội.

Đây là những doanh nghiệp có thành tích xuất sắc nhất trong tạo việc làm, đãi ngộ người lao động, tạo dựng môi trường làm việc bền vững và có kết quả kinh doanh cao, bền vững. Chương trình có ý nghĩa chính trị, xã hội nhằm nâng cao nhận thức của cộng đồng, doanh nghiệp và người lao động về phát triển nguồn nhân lực, đãi ngộ người lao động, xây dựng văn hóa doanh nghiệp và uy tín nhà tuyển dụng. Danh sách Top 10 nơi làm việc tốt nhất được lựa chọn dựa trên các nhóm tiêu chí có phân bổ trọng số phù hợp bao gồm:

Nhóm tiêu chí liên quan đến Nhân sự và Uy tín nhà tuyển dụng: Được đánh giá dựa trên Uy tín thương hiệu nhà tuyển dụng, Quy mô nhân sự, Cơ cấu lực lượng lao động.

Nhóm tiêu chí liên quan đến Hiệu quả Sản xuất Kinh doanh và Triển vọng tăng trưởng: Được đánh giá dựa trên các chỉ tiêu liên



quan đến Doanh thu, Tốc độ tăng trưởng, Lợi nhuận

Nhóm tiêu chí liên quan đến Thu nhập và chế độ phúc lợi: Được đánh giá dựa trên các chỉ

tiêu liên quan đến Thu nhập bình quân của người lao động, Chính sách nhân sự, Môi trường làm việc và Văn hóa doanh nghiệp.

Trải qua 2 năm đại dịch

TOP 10 NƠI LÀM VIỆC TỐT NHẤT 2022 NGÀNH ĐỒ UỐNG



COVID-19, ngành Thực phẩm - Đồ uống (F&B) đã có nhiều biến động, nhu cầu đối với các sản phẩm này tăng cao dần. Các thương hiệu đã có nhiều nỗ lực để theo kịp chuỗi cung ứng bùng phát, tình trạng thiếu nhân công, cộng thêm giá cả tăng vọt do lạm phát. Tuy nhiên, đây cũng là cánh cửa để mở ra cơ hội mới, xu hướng mới trong ngành F&B, các doanh nghiệp có thể khai thác tận dụng những cơ hội này, khám phá hành vi người tiêu dùng đang thay đổi để đưa ra chiến lược phù hợp giúp gia tăng lợi nhuận, bản thân các doanh nghiệp trong ngành cũng tận dụng thời cơ này để tuyển dụng nhân sự phù hợp, nâng cấp môi trường làm việc để thu hút và giữ chân nhân sự tài năng trong bối cảnh kinh tế mới.

Qua nghiên cứu và đánh giá trên các tiêu chí liên quan đến cơ

hội nghề nghiệp, lương thưởng và phúc lợi, văn hóa doanh nghiệp, sự cân bằng giữa công việc và cuộc sống và các yếu tố khác cũng như tiềm năng tăng trưởng và uy tín của doanh nghiệp và thương hiệu nhà tuyển dụng trên thị trường, Viet Research và Báo Đầu tư đưa ra danh sách Top 10 nơi làm việc tốt nhất trong ngành Thực phẩm – Đồ uống bao gồm:

Ngành Thực phẩm: Công ty cổ phần Hàng Tiều Dừng Masan (Masan Consumer); Công ty cổ phần Masan Meatlife; Công ty cổ phần Acecook Việt Nam; Công ty TNHH Calofic; Công ty cổ phần Chăn Nuôi C.P. Việt Nam; Công ty TNHH Uni-President Việt Nam; Công ty cổ phần Uniben; Công ty CP Việt nam Kỹ nghệ Súc sản (Vissan); Công ty CP Dầu thực vật Tường An; Công ty CP thực phẩm Cholimex.

Ngành Đồ uống: Công ty Cổ phần Sữa Việt Nam; Công ty TNHH Nestlé Việt Nam; Công ty TNHH Nước Giải Khát Coca-Cola Việt Nam; Công ty Cổ phần Thực Phẩm Dinh Dưỡng Nutifood; Công ty TNHH Frieslandcampina Việt Nam; Tổng công ty Cổ phần Bia - Rượu - Nước giải khát Sài Gòn; Công ty TNHH Nước Giải Khát Suntory Pepsico Việt Nam; Tổng công ty Cổ phần Bia - Rượu - Nước giải khát Hà Nội; Tập đoàn Trung Nguyên Legend; Công ty Cổ phần Nước giải khát Sanest Khánh Hòa.

Khi nền kinh tế Việt Nam đang trên đà hồi phục, các ngành nghề kinh tế khác ngày càng phát triển với mức lương và đãi ngộ tốt hơn và các doanh nghiệp đang gặp phải vấn đề trong việc tuyển dụng và giữ chân nhân viên. Mặt khác, một số người trong độ tuổi 18 đến 24 đang tham gia ít hơn do trưởng thành trong nền kinh tế no đủ và không muốn chọn các công việc cực nhọc và khó khăn như F&B. Tất cả các doanh nghiệp trong ngành F&B đều đang phải đối mặt với tình trạng thiếu hụt ứng viên giỏi và chi phí tuyển dụng đồng thời tăng cao.

Trước bối cảnh đó, các doanh nghiệp trong ngành, đặc biệt các doanh nghiệp trong Top 10 nơi làm việc tốt nhất ngành F&B đã và đang từng bước cơ cấu lại đội ngũ nhân sự, cải thiện môi trường làm việc và phát triển các chiến lược nhân sự thích nghi trong bối cảnh mới. Thêm vào đó, để đạt được kết quả khả quan và phục hồi mạnh mẽ sau dịch COVID-19, các doanh nghiệp F&B Việt Nam đã thích ứng linh hoạt, ứng dụng các công nghệ kỹ thuật số để phát triển hoạt động kinh doanh, tiến đến tăng trưởng và phát triển bền vững.

Theo nguồn: **BÁO ĐẦU TƯ**



Ý nghĩa của Tết Nguyên Đán

■ NGUYỄN LÂN DŨNG

Tại sao lại gọi Tết là Tết Nguyên đán?

Theo phiên âm Hán - Việt thì “Tết” theo chữ Hán là tiết, “nguyên” theo chữ Hán sẽ là sự khởi đầu và “đán” là buổi sáng sớm. Do đó, theo âm Hán Việt là Tết Nguyên đán. Tết Nguyên đán là dịp lễ quan trọng nhất trong năm của người Việt Nam được tính vào đầu năm Âm lịch, Tết Nguyên đán thường có nhiều tên gọi khác nhau như: Tết Cả, Tết Âm lịch, Tết ta, Tết cổ truyền,...

Ở Trung Quốc, Tết Nguyên đán có từ bao giờ?

Theo lịch sử Trung Quốc, nguồn gốc Tết Nguyên đán có từ đời Tam Hoàng Ngũ Đế và thay đổi theo từng thời kỳ. Đời Tam Vương, nhà Hạ chuộng màu đen nên chọn tháng giêng, tức tháng Dần. Nhà Thương thích màu trắng nên lấy tháng Sửu, tức tháng chạp, làm tháng đầu năm. Nhà Chu ưa sắc đỏ nên chọn tháng Tý, tức tháng mười một, làm tháng Tết. Các vua chúa nói trên quan niệm về ngày giờ “tạo thiên lập địa” như sau: giờ Tý thì có trời, giờ Sửu thì có đất, giờ Dần sinh loài người nên đặt ra ngày Tết khác nhau. Đến thời Đông Chu, Khổng Tử đổi ngày Tết vào một tháng nhất định là tháng Dần. Đời nhà Tần (thế kỷ 3 TCN), Tần Thủy Hoàng lại đổi qua tháng Hợi, tức tháng mười. Đến thời nhà Hán, Hán Vũ Đế (140 TCN) lại đặt ngày Tết vào tháng Dần, tức tháng giêng. Từ đó về sau, không còn triều đại nào thay đổi về tháng Tết nữa. Hiện nay có khoảng 20 nước và vùng lãnh thổ ăn Tết Nguyên đán

Tại sao lại có ý kiến Tết Nguyên đán có ở Việt Nam trước Trung Quốc?

Phần lớn thông tin sẽ cho rằng Tết Nguyên đán có nguồn gốc từ Trung Quốc và du nhập vào Việt Nam vào thời điểm 1000 năm Bắc thuộc. Tuy nhiên theo như truyện cổ tích lịch sử Việt Nam truyện “Bánh chưng bánh dày” thì người Việt Nam đã có dịp lễ này từ đời vua Hùng nghĩa là trước 1000 năm Bắc thuộc. Khổng Tử có viết rằng “Ta không biết Tết là gì, nghe đâu đó là tên của một ngày lễ hội lớn của bọn người Man, họ nhảy múa như điên, uống rượu và ăn chơi vào những ngày đó”, từ đó cũng có thể suy luận rằng Tết Nguyên đán là bắt nguồn từ Việt Nam. Tuy có nhiều tranh cãi xoay quanh nguồn gốc của Tết Nguyên đán là bắt nguồn từ Việt Nam hay Trung

Quốc nhưng có thể thấy được Tết Nguyên đán ở mỗi nước đều có những nét đặc trưng riêng và đây là dịp lễ quan trọng của người dân mỗi nước.

Đến đời Đông Phương Sóc (khoảng 161 TCN-93 TCN), ông cho rằng ngày tạo thiên lập địa có thêm giống gà, ngày thứ hai có thêm chó, ngày thứ ba có thêm lợn, ngày thứ tư sinh dê, ngày thứ năm sinh trâu, ngày thứ sáu sinh ngựa, ngày thứ bảy sinh loài người và ngày thứ tám mới sinh ra ngũ cốc. Vì thế, ngày Tết thường được kể từ ngày mồng một cho đến hết ngày mồng bảy.

Với người Việt Nam, Tết Nguyên đán không chỉ là khoảng thời gian chuyển giao giữa năm cũ và năm mới Âm lịch mà nó còn chứa đựng nhiều ý nghĩa tâm linh, văn hóa... Theo quan niệm phương Đông, đây là khoảng thời gian trời đất có sự giao hòa và con người trở nên gần với thần linh. Tết Nguyên đán xưa là dịp để người nông dân bày tỏ lòng thành kính đến các vị thần linh như thần Đất, thần Mưa, thần Sấm, thần Nước, thần Mặt trời,... và cầu cho một năm mưa thuận gió hòa, mùa màng bội thu. Bên cạnh đó, đây còn được coi là ngày “làm mới”, ngày để mọi người có thể hy vọng vào một năm mới an lành, sung túc, thuận lợi trong cả năm và gác lại mọi điều không may mắn trong năm cũ. Do vậy, vào dịp Tết, nhà nào cũng tất bật dọn dẹp, sửa chữa, trang hoàng nhà cửa cho thật đẹp.

Đây cũng là dịp đoàn viên của mọi gia đình. Mỗi khi Tết đến, dù làm bất cứ nghề gì, ở bất cứ nơi đâu đều mong được trở về sum họp dưới mái ấm gia đình trong ba ngày Tết, cùng nhau thắp nén hương tưởng nhớ ông bà, tổ tiên, tạ ơn ông bà, tổ tiên đã phù hộ trong suốt một năm qua. “Về quê ăn Tết”, không phải là một khái niệm thông thường đi hay về, mà là một cuộc hành hương về với cội nguồn, nơi chôn rau cắt rốn. Điều đó đã trở thành nếp sống, truyền thống tốt đẹp, bền vững. Cho nên, những ngày trong dịp Tết Nguyên đán thực sự là những ngày vui vẻ, hạnh phúc cho tất cả mọi người.

Do cách tính của Âm lịch Việt Nam có khác với Trung Quốc cho nên Tết Nguyên đán của người Việt Nam không hoàn toàn trùng với Tết của người Trung Quốc. Vì Âm lịch là lịch theo chu kỳ vận hành của Mặt Trăng nên Tết Nguyên đán thường đến muộn hơn Tết Dương lịch. Do quy luật 3 năm nhuận 1 tháng của Âm lịch nên ngày đầu năm của Tết Nguyên đán không bao giờ trước ngày 21/1



Tranh minh họa. Tết sum vầy.

Dương lịch và sau ngày 19/2 Dương lịch mà thường rơi vào khoảng cuối tháng 1 đến giữa tháng 2 Dương lịch. Toàn bộ dịp Tết Nguyên đán hàng năm thường kéo dài từ 7-8 ngày cuối năm cũ và 7 ngày của đầu năm mới (tức là từ 23 tháng Chạp - hết mùng 7 tháng Giêng). Năm nay, Tết Quý Mão và ngày mùng 1 Tết bắt đầu vào ngày Chủ nhật (tức ngày 22/01/2023 dương lịch) và ngày Giao thừa sẽ rơi vào ngày 21/01/2023 dương lịch (thứ 7).

Người Việt Nam có phong tục hàng năm mỗi khi Tết đến Xuân về ai cũng mong được trở về quê hương, không phân biệt nghề nghiệp, nơi sinh sống... viếng thăm Chùa chiền, nghĩa trang, giếng nước, nhà cửa,... gọi lại những kỉ niệm tuổi thơ thân thương.

Tết Nguyên đán còn là ngày hội đoàn tụ với những người đã khuất. Từ sau bữa cơm Giao thừa và trước thời khắc Giao thừa, mọi gia đình đều tiến hành thắp hương, cúng bái và mời tổ tiên, người thân đã khuất về nhà ăn cơm, cùng con cháu chúc Tết (cúng tổ tiên). Đặt mâm ngũ quả và những bữa ăn thịnh soạn, ngon miệng trên bàn thờ tổ tiên, để thể hiện tấm lòng của con cháu đối với người đã khuất.

Tết Nguyên đán là ngày đầu tiên của năm mới, mọi người có dịp quây quần để cùng nhau ôn lại những điều đã qua và “tái tạo” mọi thứ. Đồng thời còn thắp lại tình cảm, tinh thần cho mọi người, thúc đẩy mối quan hệ giữa những người thân trở nên gần gũi hơn, tinh thần thoải mái vui vẻ hơn.

Tất cả các khoản nợ đã được trả hết trước Tết. Đối với mọi người, mọi rắc rối và tranh chấp đều được buông bỏ. Trong ba ngày đầu tiên của năm mới, mọi người đều tươi cười, nói năng nhã nhặn, cầu mong một năm mới mọi việc thuận lợi, suôn sẻ. Người Việt tin rằng một ngày Tết vui vẻ sẽ dẫn đến một năm suôn sẻ.

Một năm mới thêm một tuổi. Người lớn có phong tục tặng bao lì xì đỏ cho trẻ em và người lớn tuổi, mong rằng trẻ em ngoan ngoãn khỏe mạnh, học hành chăm chỉ, người lớn tuổi được sống lâu khỏe mạnh, để con cháu có cơ hội báo hiếu, hưởng phúc lành. Tết đến xuân

về cũng là dịp để con cháu tri ân ông, bà, cha mẹ. Học sinh cảm ơn Thầy Cô giáo của họ đã nuôi dưỡng trí thông minh của họ và cho phép họ có ích cho xã hội. Cấp dưới cảm ơn cấp trên đã hỗ trợ họ trong công việc. Ngược lại, cấp trên cũng tổ chức tiệc chiêu đãi hoặc thưởng cho nhân viên để cảm ơn họ.

Có thể nói đây là dịp quan trọng nhất trong năm mà con cháu trong nhà sẽ tập trung lại để chuẩn bị và dâng lên bàn thờ ông bà tổ tiên những mâm cơm, mâm ngũ quả trang trọng nhất. Theo quan niệm từ xưa, vào dịp lễ này ông bà tổ tiên sẽ về nhà ăn Tết cùng con cháu và phù hộ cho gia đình mình được mạnh khỏe, hòa thuận hơn.

Năm mới tượng trưng cho mở đầu mới, vì vậy mỗi dịp Tết đến mọi người thường rủ nhau đi chùa để cầu phúc và cầu may mắn cho một năm sắp tới.

Từ xưa đến nay, luôn có quan niệm rằng Tết Nguyên đán đến sẽ xua đuổi đi những điều không may của năm cũ và đón nhận những niềm hy vọng tốt đẹp hơn cho năm mới. Vì vậy, đây là thời điểm được nhiều người lựa chọn để mở đầu công việc cho năm và là thời điểm tốt để khởi nghiệp nhờ vào vận khí năm mới. Không phải gia đình nào cũng được ở gần nhau, vì vậy Tết Nguyên đán chính là thời điểm mà mọi người trong gia đình mong ngóng nhất để được đoàn tụ bên những người yêu thương. Được cùng nhau quây quần bên nồi bánh chưng đêm giao thừa thì đây là điều mà mọi người đều mơ ước. Ngoài ra, đây là cũng là thời gian để con cháu tỏ lòng tạ ơn cho ông bà, cha mẹ đã sinh thành, nuôi dưỡng bằng tình cảm chân thành nhất hay đơn giản bằng những món quà cho ngày Tết.

“Mừng thêm tuổi mới”: Đây là câu cửa miệng quen thuộc của ông bà, ba mẹ, cô chú khi chúc tết nhau để mừng nhau thêm một tuổi. Vào dịp này mọi người sẽ gửi đến nhau những lời chúc may mắn nhất, hy vọng một năm mới tốt đẹp hơn. Người lớn sẽ mừng tuổi cho người già và trẻ nhỏ để mong cho các cụ được sống lâu khỏe mạnh, còn các cháu sẽ lớn nhanh, ngoan ngoãn và học giỏi. ■



TRƯỚC THỀM XUÂN MỚI CÙNG NHÀ THƠ
HỒNG THANH QUANG MẠN ĐÀM VỀ VĂN HÓA UỐNG:

“MÌNH UỐNG RƯỢU, KHÔNG ĐỂ RƯỢU “UỐNG” MÌNH...”

■ PHÚ CƯỜNG - ANH NGUYỄN (thực hiện)

Trong cái rét thấu xương của mùa đông Hà Nội, chúng tôi có dịp trò chuyện thân tình với Nhà thơ Hồng Thanh Quang bên ly cà phê sữa nâu nóng tại một quán cà phê quen thuộc. Sau thành công của chương trình nghệ thuật “Hồng Thanh Quang, 60 năm cuộc đời: Vẫn nguyên là nỗi khát”, những bạn văn và người hâm mộ lại thấy anh tất bật với những buổi gặp gỡ các đồng nghiệp, bạn văn, bạn thơ và các chương trình phỏng vấn trên báo chí, truyền hình. Đặc biệt, những ngày cuối năm anh lại càng bận rộn khi chuẩn bị xuất bản tiếp tập thơ mới “Thấp lửa” và những buổi ghi hình cho các chương trình chào Xuân.

Tuy vậy, anh vẫn dành cho Tạp chí Đồ uống Việt Nam cuộc trò chuyện cởi mở về văn hóa uống, xu hướng tiêu dùng và tầm nhìn phát triển của ngành Đồ uống dưới góc nhìn của một nhà thơ, nhà báo.



PV: Xin chào Nhà thơ Hồng Thanh Quang, chúc mừng anh với thành công mỹ mãn của chương trình nghệ thuật “Vẫn nguyên là nỗi khát” vào đầu tháng 9 vừa qua. Được biết anh là một trong những nhà thơ, nhà báo không chỉ có nhiều tác phẩm thơ ca, được nhiều bạn đọc quý mến mà còn là một trong những người rất “sành” trong việc cảm nhận và thưởng thức ẩm thực, đồ uống. Nói không ngoa thì anh cũng đạt tới tầm “chuyên gia” thử nếm. Vậy, anh cảm nhận về đồ uống gắn liền với văn hóa của người Việt, nhất là trong dịp lễ tết như thế nào?

Nhà thơ HỒNG THANH QUANG: Tôi không dám nhận mình là người “sành uống” đâu nhưng ở tuổi ngoại 60 này thì cũng đã chiêm nghiệm được không ít điều về cái sự uống. Từ xưa tới nay, trong dịp lễ, tết hay cuộc sống thường ngày, rượu và sau này là bia vốn luôn là thức uống gắn liền với đời sống của người dân Việt Nam. Cùng với các món ăn cổ truyền, đồ uống là những yếu tố góp phần tạo nên văn hóa ẩm thực của người Việt. Nó bắt nguồn từ mỹ tục dâng rượu lên bàn thờ tổ tiên, tạo thêm yếu tố tâm linh. Những chai rượu ngon, rượu quý được trân trọng kính dâng lên bàn thờ gia tiên trong các ngày Tết và các dịp hiếu hỷ. Rồi những khi có khách quý, ta rót rượu mời khách trong bữa tiệc gia đình, nó đã trở thành nét văn hóa được duy trì cho đến bây giờ.

Phong tục sử dụng rượu, bia trong các bữa ăn ngày Tết là nét văn hóa, tuy nhiên, chỉ nên uống 1, 2 ly trong gia đình để chúc mừng năm mới thì hay chứ lạm dụng thì lại hóa ra chuyện dở. Rất không nên đến chúc Tết nhà nào cũng uống rượu, bia, đặc biệt là cần chấp hành tốt quy định “đã uống rượu, bia thì không lái xe” để các gia đình có một cái Tết an toàn, hạnh phúc. Mỗi người cần tự ý thức trong việc uống, không ép buộc người khác uống rượu, bia nhằm tạo ra văn hóa mới trong thời đại hiện nay. Hãy tự biết cách sử dụng rượu, bia thích hợp, an toàn với mỗi cá nhân để ngày Xuân là những ngày đông đầy niềm vui, niềm yêu thương.

Ở khía cạnh đồ uống gắn liền với văn hóa của người Việt không thể phủ nhận rượu, bia là một trong những phát minh vĩ đại nhất của con người, không chỉ nâng cao đời sống tinh thần mà còn nâng cao chất lượng trong đời sống vật chất. Sản phẩm đồ uống nếu được sử dụng hợp lý với thể trạng của từng người thì sẽ là hữu ích, còn ngược lại lạm dụng, quá đà thì lại không tốt. Bản chất của sản phẩm đồ uống là phục vụ nhu cầu cũng như sức khỏe của người tiêu dùng, còn việc sử dụng nó như thế nào cho phù hợp

với thể trạng của mình là do cách sử dụng của người tiêu dùng, chứ không phải lỗi do sản phẩm bia, rượu.

Bản thân tôi đã trải nghiệm quá trình sử dụng bia, rượu từ thời thanh niên, đến nay tôi tự điều chỉnh mình là chỉ uống trong những dịp quan trọng và cũng biết “độ” của mình ở đâu để không vượt quá. Trong bữa tiệc chỉ thật sự vui khi mỗi người đều biết đến điểm dừng và lựa theo khả năng của mình, và sẽ vui hơn, hiểu nhau hơn là khi ngồi cùng với những người bạn, đồng nghiệp có cùng sở thích. Uống rượu bia để “đưa” chuyện, chứ không nên trở thành mục đích chính của bữa tiệc. Uống để cảm nhận và thưởng thức, để hàn huyên chuyện văn, chuyện đời và giao lưu, chia sẻ những ca khúc, bài thơ hay, chứ không phải uống lấy được, uống để chê bai, công kích những người vắng mặt và công kích nhau. Cách uống cũng là một nghệ thuật, là văn hóa giao tiếp, uống để có thêm cảm hứng sáng tác, giúp cuộc sống thêm vui vẻ, yêu đời, chứ không phải uống để mang nỗi bức tức, nỗi buồn cho mình chỉ vì chấp nhau những câu nói... Tôi tâm niệm, bia rượu là hương vị của cuộc sống, là thứ tạo nguồn cảm hứng, khơi dậy tiềm năng thơ ca trong mình chứ không phải là thứ xấu xa như người ta vẫn thường chê bai rượu chè... Qua cách uống bia, rượu là biết tính cách, nhân cách và bộc lộ văn hóa uống của mỗi người... Mặt trái của rượu là khi ta quá đam mê nó mà không biết tự điều chỉnh bản thân thì rất dễ trở thành nô lệ của cảm xúc và dẫn tới những hệ lụy xấu. Có những người cuối đời trở nên nghiện rượu, bẽ tha do quá phụ thuộc vào nó, không biết kiểm chế bản thân.

Khi đã đủ trải nghiệm, kinh nghiệm sống, bản thân tôi mỗi khi muốn sáng tạo hay nói những điều mình suy nghĩ thì không nhất thiết phải sử dụng rượu mà đủ bình tĩnh tỉnh táo để làm những việc mình mong muốn. Tuy nhiên, tôi vẫn muốn sử dụng bia, rượu ở góc độ thưởng thức.

PV: Bản thân sản phẩm rượu, bia không chỉ là đáp ứng nhu cầu ăn và uống của người dân mà còn có giá trị về văn hóa. Dưới góc nhìn của nhà thơ, nhà báo, anh đánh giá thế nào về vai trò của đồ uống và giá trị của văn hóa uống trong đời sống của người dân cũng như đối với du khách khi tới Việt Nam du lịch?

Nhà thơ HỒNG THANH QUANG: Như đã biết, nước là nguồn gốc của sự sống. Dưới góc nhìn của văn chương, đồ uống là yếu tố không thể thiếu cho sự phát triển của trái tim, đa dạng của cảm xúc. Về khía cạnh phát triển lành mạnh của đồ uống là rất hữu ích cho sự phát triển



của con người. Hiện nay trên thị trường có đa dạng các sản phẩm đồ uống có cồn, phù hợp với mọi khẩu vị, thể trạng của tất cả mọi người ở tuổi trưởng thành. Tại Việt Nam, chính sách kiểm soát lạm dụng đồ uống có cồn là đúng và việc uống rượu có văn hóa là quan trọng. Các doanh nghiệp đồ uống tại Việt Nam cũng nên dành một phần lợi nhuận trong việc xây dựng phong cách uống có văn hóa. Muốn phát triển bền vững, đúng hướng thì rất cần đầu tư vào các phương tiện truyền thông, phương tiện văn hóa giáo dục về việc xây dựng văn hóa uống trong thế kỷ XXI. Trong đó, Tạp chí Đồ uống Việt Nam là một đơn vị có thể đồng hành cùng doanh nghiệp đáp ứng các nhu cầu chính đáng này.

Ngoài ra, cần đầu tư hơn nữa trong xây dựng, phổ biến văn hóa uống cho người Việt Nam bởi ngay cả những người rất hiện đại cũng quên đi kinh nghiệm uống văn minh, văn hóa của cha ông ta ngày trước. Đọc lại văn thơ xưa, các danh nhân, tiền bối đã rất văn minh trong việc uống. Nhìn lại văn hóa uống của người xưa cũng không thua kém với văn hóa của người phương Tây. Tuy nhiên, cần kết hợp giữa văn hóa, văn minh hiện đại với văn hóa uống của cha ông ta ngày trước. Văn minh là đơn giản, thanh tịnh nhưng sang trọng. Sang trọng là sử dụng đúng nghi lễ, các nghi lễ không phù phiếm, đúng nội hàm chất lượng của sản phẩm sẽ làm gia tăng giá trị của các đồ uống đó.

Trong quá trình phát triển của ngành công nghiệp đồ uống, chúng ta nên nghĩ tới việc thành lập một cơ sở lưu giữ, sưu tầm, tập hợp về các sản phẩm đồ uống, giống như một bảo tàng đồ uống. Có thể chọn một địa điểm nào đó làm nơi giới thiệu cho các đoàn ngoại giao và khách du lịch về văn hóa uống, các sản phẩm đồ uống của người Việt để bạn bè quốc tế hiểu hơn về văn hóa ẩm thực, đồ uống của Việt Nam, từ đó thu hút đông đảo du khách tới tham quan, thưởng ngoạn. Ngành Đồ uống Việt Nam cũng cần có vị trí xứng đáng, các sản phẩm đồ uống còn mang đặc trưng văn hóa riêng của đất nước, là sản phẩm được sử dụng trong các cuộc tiếp đón nguyên thủ các quốc gia khi tới thăm Việt Nam.

PV: *Đúng vậy, đó là một nét văn hóa, đặc trưng ẩm thực, đồ uống Việt Nam khiến du khách quốc tế rất yêu thích. Vẫn là câu chuyện về văn hóa uống, giới trẻ hiện nay việc uống rượu, bia có phải đang khác nhiều so với cha ông ta ngày xưa, phải chăng khi đời sống được nâng cao thì*

việc uống cũng thay đổi theo. Nhà thơ bình luận gì về điều này?

Nhà thơ HỒNG THANH QUANG: Ở bất cứ giai đoạn nào của xã hội cũng có những kiểu người khác nhau. Có bậc trượng phu kỹ càng trong cách ăn nói, nhưng cũng có những người phạm phu tục tử không tự biết kiểm chế. Việc uống rượu cũng như vậy. Xưa cũng có người uống rượu chậm rãi từng chén, có nghi lễ, nhưng cũng có người uống rượu thùng bát chi thỉnh, kiểu như Chí Phèo. Và ngày nay cũng có những người như thế, bởi bản chất con người là không thay đổi. Cũng có những người tinh tế trong sử dụng rượu, nhưng cũng có đầy rẫy những “anh Chí” đời mới. Điều đó không có gì làm lạ.

Trong quá khứ không phải cái gì cũng hay nhưng không phải cái gì hay trong quá khứ đều bác bỏ. Các thế hệ đi sau đều nên kế thừa những tinh hoa được tích lũy từ những thời đã qua. Trong uống rượu cũng vậy, không bao giờ được bác bỏ rượu, không bao giờ cấm sử dụng rượu, mà chỉ cấm việc lạm dụng rượu, việc ứng xử không tốt với sản phẩm bia, rượu.

Rượu không nhất thiết ngày nào cũng phải uống nhưng có thể sử dụng rượu trong những dịp quan trọng và uống những loại rượu chất lượng. Trong cuộc sống có nhiều điều cần phải thực hiện, trong những lúc đó không nên sử dụng rượu bia, không nên biến rượu bia thành thứ đồ uống giải khát hàng ngày, theo kiểu “uống như nước lã”. Chỉ nên sử dụng rượu, bia ở mức cần thiết nhằm giải tỏa căng thẳng, stress, không được lạm dụng vì sẽ không tốt cho sức khỏe. Hiện nay, ở đâu đó vẫn có tình trạng uống theo phong trào, không uống theo thẩm mỹ. Điều đó không tốt cho sức khỏe. Cần làm chủ được bản thân, không uống rượu bia khi có việc phải giải quyết, chỉ nên uống rượu, bia sau ngày làm việc với mức độ vừa phải, điều quan trọng là không được quên nhiệm vụ của mình. Và điều quan trọng là chúng ta phải biết lựa chọn những loại đồ uống có chất lượng, có nhãn mác, nguồn gốc xuất xứ, không nên vì ham rẻ mà sử dụng các loại rượu không rõ nguồn gốc có nguy cơ gây ngộ độc, không đảm bảo an toàn cho bản thân... Cần xác minh nguồn gốc của các sản phẩm nhằm kiểm soát chất lượng của sản phẩm, xác minh rõ trách nhiệm của người sản xuất...

PV: *Và bây giờ là câu chuyện về bia. Nói về các sản phẩm đồ uống thì bia là sản phẩm có đóng góp lớn cho phát triển kinh tế đất nước cũng như đáp ứng nhu cầu giải khát của người dân. Nhà thơ cảm nhận thế nào về ngành bia hiện nay?*

Nhà thơ HỒNG THANH QUANG: Việt Nam là đất nước nhiệt đới nên việc tiêu thụ bia là rất tốt. Uống bia trở thành thú vui, giúp giải tỏa tâm lý, trở thành một nét văn hóa. Cần thiết phải xây dựng câu lạc bộ uống bia có văn hóa, có trách nhiệm. Trách nhiệm này đến từ nhà sản xuất, nhà phân phối cùng nhau góp phần xây dựng văn hóa uống ngay tại các quán bia. Có dịch vụ đưa khách sau khi sử dụng bia tại nhà hàng về nhà an toàn, đảm bảo nơi giữ xe an toàn cho khách, tạo ra môi trường thưởng thức bia ngon và an toàn cho khách hàng.

Uống bia ở mức độ phù hợp sẽ giúp bản thân sảng khoái, tạo không khí vui vẻ. Cũng như với rượu, chúng ta hãy hướng tới việc sử dụng bia có văn hóa. Các cơ sở sản xuất, nhà hàng cung cấp bia lớn nên xây dựng các địa chỉ uống bia văn minh, lịch sự như là mô hình về uống bia có văn hóa, có trách nhiệm.

Như các gia đình Việt Nam, trong dịp lễ, tết, gia đình tôi cũng có nhu cầu mua bia cao hơn ngày thường. Vào dịp Tết, gia đình vẫn thường mua mấy thùng bia để sử dụng và tiếp khách. Hiện nay, thị trường có nhiều thương hiệu bia lớn như Bia Saigon, Tiger, Bia 333, Heineken, Bia Hà Nội, Carlsberg... để chúng ta lựa chọn. Có thể nói, các sản phẩm bia với đủ các sắc màu cũng góp phần làm nên không khí Tết cho mỗi gia đình, cùng với thực phẩm thiết yếu khác thì bia, rượu là những thức uống không thể thiếu trong dịp Tết đến, Xuân về.

Bia là một thức uống gắn liền với cuộc sống hàng ngày, là gia vị cho cuộc sống thêm màu sắc. Làm sao để đất nước ta phát triển văn hóa uống trở thành nét văn hóa tự bảo vệ mình và để rượu, bia phát huy tác dụng tốt tới sức khỏe con người. Bởi nếu sử dụng rượu, bia đúng cách, đúng mức thì sẽ mang lại giá trị tốt. Bản thân tôi cũng là một người biết tìm ra những khoái cảm khi uống bia, rượu, nhưng may mắn là tôi không bị lệ thuộc vào một loại đồ uống nào. Theo tôi nghĩ, văn minh nhất trong văn hóa uống đó là không bị lệ thuộc. Mình phải làm chủ được những cuộc chơi có uống rượu hay bia của mình... Mình uống rượu bia chứ không để rượu, bia "uống" mình.

PV: Để ngành đồ uống phát triển bền vững, đáp ứng nhu cầu của người tiêu dùng trong hiện tại và tương lai, Nhà thơ có lời khuyên gì cho các nhà sản xuất, kinh doanh lĩnh vực này?

Nhà thơ HỒNG THANH QUANG: Trong hiện tại và tương lai, ngành đồ uống sẽ luôn phát triển, tuy nhiên cần phải phát triển bền vững thì mới đứng vững trên thị

trường, bởi đồ uống nhập ngoại hiện cũng rất phong phú. Điều quan trọng là tạo được cảm tình, thiện cảm của người tiêu dùng về nhà sản xuất, kinh doanh có trách nhiệm với cộng đồng. Tôi tin là ở một nước nhiệt đới như Việt Nam định hướng phát triển lành mạnh của ngành đồ uống luôn luôn là cần thiết, hữu ích miễn là ngành đồ uống biết cách ngày càng thanh lọc, nâng cao khẩu vị, bắt kịp xu hướng thưởng thức đồ uống của người tiêu dùng. Chẳng hạn làm sao nghiên cứu phát triển các sản phẩm nước giải khát không làm tăng lượng đường, các sản phẩm có lợi cho sức khỏe. Năm bắt được xu hướng, thể trạng của con người Việt Nam hiện đại thì các sản phẩm đồ uống sẽ ngày càng phát triển, được người tiêu dùng tin tưởng, yêu thích. Do đó phải luôn lạc quan trong xu thế phát triển của ngành đồ uống nếu biết tự điều chỉnh mình cho phù hợp hơn với thẩm mỹ và nhu cầu thực tế ngày càng thay đổi.

Vấn đề đồ uống với kinh tế xanh, phát triển bền vững đang rất được quan tâm trong hiện tại và tương lai. Chẳng hạn, các nhà sản xuất cần đặc biệt quan tâm tới bảo vệ môi trường, thực hiện kinh tế xanh, kinh tế tuần hoàn, doanh nghiệp cũng cần có cam kết gì với những đại lý bia để họ tuân thủ việc bán bia hướng tới kinh tế xanh...

PV: Trước thềm Xuân mới Quý Mão 2023, ông có mong muốn gì cho bản thân và lời chúc gì cho ngành Đồ uống Việt Nam?

Nhà thơ HỒNG THANH QUANG: Với bản thân tôi mong sao giữ được sức khỏe để tiếp tục cống hiến cho đời, làm đẹp cho đất nước từ nghề viết. Năm mới sắp tới dự báo sẽ nhiều khó khăn nên rất cần phải tự cân bằng với những người xung quanh, với công việc với cả những đồ uống mà mình yêu thích.

Ngành Đồ uống cũng vậy, doanh nghiệp phải cố gắng đi trước để nắm bắt được nhu cầu, xu hướng tiêu dùng của xã hội để tự điều chỉnh sản xuất cho phù hợp. Nếu tiên liệu được sớm sẽ có khả năng thích ứng với tình hình khó khăn chung của xã hội.

Trong năm mới, tôi cũng hy vọng Tạp chí Đồ uống Việt Nam sẽ ngày càng phát triển, có nhiều bước đột phá mới, có thể mở một chuyên mục "Chuyện cười đồ uống" mang lại những câu chuyện, nội dung hấp dẫn, thu hút độc giả hơn nữa, đáp ứng đa dạng đối tượng độc giả.

PV: Cảm ơn ông về buổi trò chuyện rất cởi mở này, chúc ông nhiều sức khỏe, gia đình hạnh phúc và ngày càng có nhiều tác phẩm hay gửi tới công chúng cả nước! ■



Danh nhân Việt Nam

TUỔI MÃO

Mão (con Mèo) là con giáp đứng thứ 4 trong 12 con giáp. Những người tuổi Mão (sinh năm Mão) luôn được đánh giá là người thông minh, mưu trí, nhạy bén, mưu lược, tài hoa và gặp nhiều may mắn, thành đạt. Có lẽ thế mà trong số những danh nhân ảnh hưởng lớn tới tiến trình lịch sử Việt Nam, có khá nhiều vị tuổi Mão...

■ CÔNG HIẾU

*** TRẦN NHẬT DUẬT:** Sinh năm **Ất Mão 1255**, quê Nam Định, con thứ 6 của vua Trần Thái Tông; danh tướng, người anh hùng trong trận Hàm Tử đánh giặc Nguyên Mông (năm 1285). Chẳng những rất giỏi việc chính trị, quân sự, thông thạo ngôn ngữ, phong tục tập quán của các sắc tộc trong và ngoài nước, ông còn là nhà sáng tác âm nhạc, nhà văn xuất sắc.

Từng phục vụ 4 triều vua Trần (Nhân Tông, Anh Tông, Minh Tông, Hiến Tông), Trần Nhật Duật làm quan đến chức Thái sử (Tể tướng), ông có nhiều công lao xây dựng và bảo vệ đất nước, đem lại an lành cho dân.

*** PHẠM NGŨ LÃO:** Sinh năm **Ất Mão 1255**, quê Hải Dương, danh tướng đời Trần. Giỏi cả văn - võ, có chí lớn, được Trần Hưng Đạo tin cậy gả con gái nuôi và tiến cử vào triều làm tướng. Trong hai cuộc kháng chiến chống quân Nguyên Mông xâm lược (năm 1285 và 1288), ông đều lập công lớn, được ban thưởng đặc biệt và thăng tới Điện soái Thượng tướng quân. Bài "Thuật hoài" của ông là một tác phẩm văn học nổi tiếng.

*** NGHIÊM ÍCH KHIÊM:** Sinh năm **Kỷ Mão 1459**, quê Bắc Ninh, danh tướng thời Lê sơ. Văn võ toàn tài, nức tiếng thơ phú, ông hơn người sức khỏe

và thông hiểu binh pháp. Ông đỗ Tiến sĩ năm 1490, làm quan văn ít lâu rồi chuyển sang ban võ, giữ chức Cẩm y vệ Đô chỉ huy sứ. Ông và anh trai là Nghiêm Công Phụ (cũng đỗ tiến sĩ, làm quan cùng triều) được người đời trọng vọng cả về tài lẫn đức.

*** MẠC ĐĂNG DUNG:** Sinh năm **Quý Mão 1483**, quê Hải Dương, người lập ra triều Mạc.

Vốn nhà nghèo nhưng ông có chí lớn, sức khỏe phi thường, hay đi đấu vật, thi lấy giải và làm nghề đánh cá để sống qua ngày. Năm 1516 (đời Lê Chiêu Tông), thi võ đỗ Đệ nhất Đê lục sĩ, làm quan dần thăng đến Thái sử. Ngày càng thâm tóm quyền lực, tới năm 1527 ông lật đổ được vua Lê, lập nên nhà Mạc và trở thành vị vua đầu tiên của vương triều này.

*** ĐÀO CÔNG CHÍNH:** Sinh năm **Kỷ Mão 1639**, quê Hải Dương, danh thần thời Lê Trung Hưng. Từ bé đã nổi tiếng thông minh, năm 12 tuổi đỗ hương tiến (cử nhân), 22 tuổi đỗ nhất giáp tiến sĩ (trạng nguyên). Năm 1667, ông được cử làm Phó sứ sang Trung Quốc. Làm quan đến Tả Thị lang Bộ Lại, vào hầu kinh diên. Ông còn cộng tác với một số đại thần, biên soạn bộ sách y học "Bảo sinh diên thọ toan yếu" rất có giá trị.

*** NGUYỄN ĐĂNG ĐẠO:** Sinh năm

Tân Mão 1651, quê Bắc Ninh, danh sĩ thời Lê trung hưng. Nổi tiếng văn thơ, năm 1682 đỗ hương tiến, năm sau đỗ nhất giáp tiến sĩ, ông được bổ nhiệm vào Viện Hàn lâm, làm quan thăng tới Tham tụng (tướng đương Tể tướng).

Nguyễn Đăng Đạo đi sứ Trung Quốc 2 lần (năm 1687 và 1697), ứng đối cực giỏi, khiến vua quan nhà Thanh nể phục, coi như trạng nguyên hai nước (luỡng quốc trạng nguyên). Ông từng cùng vợ đem hết tiền của dành dụm được cứu trợ dân nghèo, lại sống rất cần kiệm liêm chính, tận tụy vì nước, nên được người đương thời trọng vọng.

*** NGUYỄN PHÚC CHU:** Sinh năm **Ất Mão 1675**, quê Thanh Hóa, chúa thứ 6 nhà Nguyễn. Là người học rộng, hiểu nhiều, song toàn văn võ. Ông lên ngôi chúa từ năm 16 tuổi, trị quốc, an dân, đối ngoại đều xuất sắc. Ông có công mở mang bờ cõi phương Nam và lãnh hải, nâng cao nền giáo dục và trình độ quân sự nước nhà. Thời ông cầm quyền, hai miền Nam - Bắc hòa bình được nhiều năm, nhân dân sống yên ổn, hạnh phúc. Ông là người có nhiều con nhất trong lịch sử Việt Nam (tất cả 146 người con).

*** NGUYỄN CÔNG CƠ:** Sinh năm **Ất Mão 1675**, quê Hà Nội, danh thần

thời Lê Mạt. Năm 22 tuổi đỗ tiến sĩ (là người giỏi nhất và trẻ nhất khoa này). Năm 1715 được cử làm Chánh sứ sang Trung Quốc, khi về ông được thăng Thượng thư Bộ Binh. Năm 1720, xét thưởng quan lại có thành tích trong 10 năm, đứng đầu nên được phong chức Đồng Tham tụng. Sau xin đổi sang ngạch võ, làm đến Thiếu bảo. Tuy quyền cao chức trọng nhưng ông sống rất đức độ, liêm khiết, nổi tiếng thanh bản.

*** NGUYỄN THIẾP:** Sinh năm **Quý Mão 1723**, quê Hà Tĩnh, danh sĩ thời Lê mạt và Tây Sơn. Năm 20 tuổi đỗ hương giải, làm quan ít lâu rồi từ quan, về ở ẩn trên núi Thiên Nhận với nhiều tên hiệu. Nổi tiếng về tài năng thơ văn, tầm nhìn xa rộng và khí phách quân tử, ông được những người đứng đầu ba triều đại đối nghịch nhau (chúa Trịnh Sâm, Hoàng đế Quang Trung, vua Gia Long) đều kính trọng, mời giúp việc chính trị. Nể lời mời chân thành nhiều lần của Quang Trung, ông ra giúp nhà Tây Sơn, làm Viện trưởng Viện Sùng chính. Ông được coi là một “dị nhân” trong lịch sử Việt Nam.

*** LÊ QUANG ĐỊNH:** Sinh năm **Kỷ Mão 1759**, quê Thừa Thiên - Huế, văn thần thời Nguyễn sơ. Rất thông tuệ, hiếu học, ông kết bạn với Trịnh Hoài Đức, Ngô Nhân Tịnh và sau này cả ba đều tiếng tăm lừng lẫy, được người đương thời xưng tụng là “Gia Định tam gia”.

Năm 1788, thi đỗ và làm quan cho chúa Nguyễn tới chức Thượng thư Bộ Binh. Sau khi Nguyễn Ánh lên ngôi vua (năm 1802), ông được làm Chánh sứ đi Trung Quốc, lúc về thăng Thượng thư Bộ Hộ. Nổi tiếng văn hay, chữ đẹp, hội họa giỏi, ông từng được vua Thanh khen ngợi tài năng và năm 1806 được vua Nguyễn cử biên soạn bộ “Hoàng Việt thống nhất dư địa chí”.

*** NGUYỄN VĂN DỤC:** Sinh năm **Đinh Mão 1807**, quê Quảng Nam, danh sĩ thời Nguyễn sơ. Năm 1837

ông đỗ cử nhân, năm sau đỗ phó bảng, học vấn rất uyên thâm và là nhà giáo dục lỗi lạc, từng dạy vua và các hoàng tử. Giới tri thức Nho học đương thời coi ông là gương mẫu của ngành sư phạm.

*** VÕ DUY THANH:** Sinh năm **Đinh Mão 1807**, quê Ninh Bình, chí sĩ thời Nguyễn sơ. Học rộng biết nhiều, đỗ bảng nhãn nhưng đáng tài trạng nguyên nên được gọi là Trạng Bồng. Ông là nhà cải cách lớn, từng nhiều lần dâng sớ xin tăng cường lực lượng quốc phòng, chấn chỉnh việc nội trị, mở rộng bang giao, cải tổ giáo dục, văn hóa, kinh tế... với những ý tưởng sâu sắc, xác đáng, tiến bộ. Ông còn có công phát hiện và bồi dưỡng nhiều nhân tài cho đất nước.

*** NGUYỄN PHÚC MIÊN THẨM:** Sinh năm **Kỷ Mão 1819**, quê Thừa Thiên-Huế, con trai thứ 10 của vua Minh Mạng; danh sĩ thời Nguyễn sơ. Nổi tiếng văn chương và đức độ, khí tiết, ông rất được người đương thời ngưỡng mộ. Ông để lại một sự nghiệp văn thơ đồ sộ với 18 tác phẩm chính.

*** ÔNG ÍCH KIỆM:** Sinh năm **Kỷ Mão 1831**, quê Quảng Nam, danh sĩ, võ tướng thời Nguyễn mạt. Tính khảng khái, cương trực, văn võ toàn tài. Năm 21 tuổi đỗ cử nhân, ông làm quan văn rồi quan võ. Rất giỏi nghệ thuật quân sự, từng đích thân cầm quân dẹp tan nhiều cuộc phản loạn. Ông còn là tác giả của một số bài thơ ý tứ đặc biệt sâu sắc, nặng tính thời cuộc.

*** PHAN BỘỊ CHÂU:** Sinh năm **Đinh Mão 1867**, quê Nghệ An, là chí sĩ, danh sĩ, nhà chính trị xuất sắc thời cận đại. Nổi tiếng thông minh từ nhỏ, năm 1900 đỗ giải nguyên trường thi Nghệ An. Nhiệt tình yêu nước, ngay năm 17 tuổi đã hưởng ứng phong trào Cần vương, viết bài hịch “Bình Tây thu Bắc” rồi cùng bạn thành lập Đội Sĩ tử Cần vương tại quê nhà.

Năm 1904, ông vận động thành lập Hội Duy tân, năm sau sang Trung



Quốc, rồi Nhật Bản, gây dựng phong trào Đông du cứu quốc. Năm 1908, bị trục xuất khỏi Nhật, ông trở lại Trung Quốc, rồi sang Thái Lan xây dựng căn cứ chính trị. Sau Cách mạng Tân Hợi 1911 (Trung Quốc), thành lập Hội Việt Nam Quang phục; ông bị bắt giam ở Quảng Châu. Ra tù, càng tích cực hoạt động, năm 1922 cải tổ Hội Việt Nam Quang phục thành Đảng Việt Nam Quốc dân. Năm 1925, bị tay sai Pháp bắt cóc ở Thượng Hải, đưa về nước, chịu án khổ sai chung thân. Nhân dân toàn quốc đấu tranh đòi ân xá cho ông khiến Toàn quyền Pháp Varenne buộc phải ra lệnh giảm án, giam lỏng ông ở Huế và ông sống tại đây đến cuối đời (năm 1940). Ông để lại nhiều tác phẩm văn chương và báo chí giàu nhiệt huyết cách mạng, được phổ biến sâu rộng trong quần chúng với sức lay động lớn.

*** NGUYỄN ĐỒNG CHI:** Sinh năm **Ất Mão 1915**, quê Hà Tĩnh, nhà văn hóa danh tiếng thời hiện đại. Ông rất nhiệt tình với sự nghiệp vun đắp nền văn hóa Việt Nam và đã có nhiều công lao, đóng góp lớn. Là giáo sư, trước năm 1945 từng tham gia hoạt động cứu quốc và sau đó tích cực hoạt động trong ngành, giữ nhiều cương vị chủ chốt, ông là tác giả của nhiều công trình giá trị về văn chương, báo chí, nghệ thuật dân gian và sử học. ■



GIA TĂNG TÌNH TRẠNG NGỘ ĐỘC RƯỢU KHÔNG RÕ NGUỒN GỐC DỊP CUỐI NĂM

Thời điểm trước và sau Tết Nguyên đán là dịp “cao điểm” của các hoạt động cưới hỏi, tổng kết, liên hoan tất niên... Đi cùng với những bữa tiệc là số lượng rượu bia tiêu thụ tăng cao và kèm theo đó là nguy cơ gia tăng số vụ ngộ độc methanol (cồn công nghiệp) do sử dụng rượu kém chất lượng, không rõ nguồn gốc.

■ **ÁNH DƯƠNG**

Ngộ độc rượu tăng cao

Thời gian gần Tết, hầu như ngày nào Trung tâm Chống độc, Bệnh viện Bạch Mai cũng tiếp nhận nhiều ca ngộ độc rượu nhập viện trong tình trạng hôn mê sâu, xuất huyết tiêu hóa, xơ gan... Đáng nói, nhiều ca ngộ độc methanol trong tình trạng rất nặng, nguy kịch. Thậm chí, có bệnh nhân nghiện rượu nhiều năm, đã mắc xơ gan cổ chướng, tiểu đường, nhưng hàng ngày vẫn uống rượu.

Điển hình, nam thanh niên N.T.H. (25 tuổi, quê ở Tuyên Quang) sau cuộc nhậu liên hoan cuối năm cùng bạn bè đã rơi vào trạng thái lơ mơ, được đưa đến viện trong tình trạng nguy kịch, tiên lượng nặng.

TS Nguyễn Trung Nguyên – Giám đốc Trung tâm Chống độc, Bệnh viện Bạch Mai cho biết, khi nhập viện, chỉ số đường huyết của bệnh nhân H. giảm còn 0,7 mmol/l, trong khi với người bình thường chỉ số này là trên 4 mmol/l.

Một trường hợp khác là bệnh



Hãy biết cách lựa chọn và sử dụng rượu an toàn.

nhân P.T.K. (61 tuổi, ở huyện Thạch Thất, Hà Nội) nhập viện trong tình trạng hôn mê. Thời điểm trước khi nhập viện, ông uống đến 1 lít rượu/ngày. Các bác sĩ đánh giá, tất cả cơ quan nội tạng của bệnh nhân đều bị tổn thương. Trong đó, bệnh nhân bị xơ gan, sỏi thận, gout, kèm theo xuất huyết da, máu giảm, thực quản và dạ dày bị loét, hoại tử chỏm xương đùi, teo não, miễn dịch kém... Với trường hợp này, các bác sĩ tiên lượng nguy cơ tử vong cao.

Theo TS Nguyễn Trung

Nguyên, nhiều trường hợp đến viện trong tình trạng đường máu gần như bằng 0 và tổn thương não, thậm chí, mất não và tử vong. Khi uống rượu tạo cảm giác no giả, nên nhiều người uống mà không ăn khiến bị hạ đường huyết. Có trường hợp uống liên tục vài ngày, uống quá nhiều, uống tràn lan, tới khi nguy kịch mới vào viện thì đã để lại di chứng rất nặng nề, đặc biệt là di chứng não. Uống quá nhiều rượu còn gây ra các bệnh như: Viêm tụy cấp, suy gan, cơ tim giãn, teo não, rối loạn tâm

thần, thiếu máu, suy tủy... “Đặc biệt, người uống phải rượu pha cồn công nghiệp methanol còn nguy hiểm đến tính mạng. Nếu uống phải rượu rơm và cồn sát trùng rơm, lúc đầu say như uống rượu thông thường, nhưng 1-2 ngày sau mới mờ mắt, hồng não thì đã quá muộn. Không chỉ rượu methanol mà ngay cả rượu truyền thống ethanol nếu như lạm dụng cũng có thể gây ra ngộ độc, tử vong” - TS Nguyễn Trung Nguyên cảnh báo.

Mới đây, Bệnh viện Nhân dân Gia Định đã kịp thời cứu sống một trường hợp bị ngộ độc rượu methanol (cồn công nghiệp). Bệnh nhân L.P.G. (59 tuổi, ở Thành phố Hồ Chí Minh) bị ngộ độc rượu sau khi uống một chai rượu trắng không rõ nguồn gốc. Tại bệnh viện, kết quả thăm khám cho thấy, ông G. bị ngộ độc rượu methanol (cồn công nghiệp) với nồng độ methanol trong máu cao gấp 20 lần ngưỡng gây ngộ độc. Bác sĩ Võ Thúy Vân, Khoa Hồi sức tích cực chống độc, Bệnh viện Nhân dân Gia Định, thông tin, ông G. nhập viện trong tình trạng rối loạn tri giác, toan chuyển hóa nặng, tụt huyết áp, suy hô hấp phải thở máy, không đáp ứng điều trị nội khoa bình thường. Các bác sĩ tiến hành lọc máu liên tục, chạy thận, điều trị nội khoa tích cực theo phác đồ. “Sau 6 ngày điều trị tích cực, bệnh nhân đã qua cơn nguy kịch. Tuy nhiên, hai mắt của ông G. không nhìn thấy được và tay chân yếu. Đây là một di chứng của ngộ độc methanol, trong tình huống xấu nhất bệnh nhân có thể mù vĩnh viễn”, bác sĩ Võ Thúy Vân cho biết.

Thông tin từ Bệnh viện Đa khoa tỉnh Vĩnh Phúc cho biết, trong dịp Tết Dương lịch 2023, Bệnh viện

Đa khoa tỉnh Vĩnh Phúc đã ghi nhận gần 20 trường hợp ngộ độc rượu. Trong đó, có 2 trường hợp tử vong trước khi vào viện. Đáng lưu ý, trong số các nạn nhân ngộ độc rượu kể trên, một số trường hợp ngộ độc do methanol trong rượu bán trôi nổi trên thị trường.

Hãy biết cách lựa chọn và sử dụng rượu an toàn

Theo bà Phạm Khánh Phong Lan - Trưởng Ban Quản lý An toàn thực phẩm Thành phố Hồ Chí Minh, qua phân tích từ các vụ ngộ độc rượu cho thấy, rượu trắng pha cồn công nghiệp methanol là nguyên nhân hàng đầu gây ra ngộ độc (chiếm gần 50% số ca tử vong do rượu), tiếp đến là rượu ngâm cỏ cây rừng độc, rượu ngâm củ ấu, rượu ngâm động vật (ong đất, tắc kè, mật heo)... Đáng lo ngại là tình trạng ngộ độc do uống rượu pha từ cồn công nghiệp methanol có xu hướng gia tăng, trong khi các bệnh viện chưa có thuốc giải độc...

Methanol (cồn công nghiệp) được lên men từ các vật liệu có chứa cellulose (gỗ) hoặc tổng hợp bằng hydro và carbon dioxide. Methanol còn được gọi là methyl alcohol, có công thức hóa học là CH_3OH , là một chất lỏng trong suốt, không màu ở nhiệt độ phòng. Methanol hiện đang được sử dụng rộng rãi trong nhiều ngành công nghiệp, dùng làm dung môi hòa tan các chất hữu cơ, vô cơ hoặc chiết xuất các loại dầu,... Trên thị trường, Methanol có trong các dung dịch tẩy rửa, chất chống đông lạnh,... và được sử dụng như một nguồn năng lượng thay thế trong động cơ. Chất này hoàn toàn không được sử dụng làm rượu thực phẩm như Ethanol.

Để phòng chống ngộ độc

rượu, người dân không uống rượu khi không biết đó là rượu gì, rượu không có nguồn gốc, rượu không công bố tiêu chuẩn chất lượng. Không uống rượu khi đang đói, mệt hoặc đang uống thuốc điều trị.

Hiện nay, nhiều người còn có thói quen pha rượu với nước ngọt, bia, cà phê, hoa quả... Tuy nhiên, Cục Y tế dự phòng (Bộ Y tế) cảnh báo, khi pha chung với rượu, hàm lượng các chất kích thích có trong các loại đồ uống nêu trên tăng cao. Chất kích thích, độc chất ngấm sâu vào máu đến hệ thần kinh, khiến hiện tượng ngộ độc đến sớm hơn so với đồ uống thông thường. Riêng rượu pha với bia khiến lượng cồn nhanh chóng được hấp thu vào máu dưới tác động của các hương liệu, phụ gia và những chất khác biệt. Do đó, khi uống rượu pha, cơ thể có cảm giác hưng phấn, dễ bị say, lại gây mệt mỏi, uể oải khi thức dậy.

Vào thời điểm giáp Tết Nguyên đán, khi nhu cầu tiêu thụ thực phẩm tăng cao cũng là lúc gia tăng nguy cơ xảy ra các vụ ngộ độc thực phẩm. Chính vì vậy, người tiêu dùng cần cẩn trọng hơn khi chọn mua, bảo quản, tiêu thụ thực phẩm để bảo đảm an toàn cho sức khỏe và phòng, chống ngộ độc.

Để đón Tết Nguyên đán nhiều niềm vui trọn vẹn, đảm bảo an toàn, người tiêu dùng cần biết sử dụng đồ uống có cồn hợp lý, không lạm dụng rượu, bia, đặc biệt cần lựa chọn các sản phẩm đảm bảo chất lượng, có nguồn gốc rõ ràng. Hơn hết cần thường xuyên cập nhật tin tức để nắm được thông tin về an toàn thực phẩm, những hàng hóa kém chất lượng, phòng chống ngộ độc, đảm bảo sức khỏe cho bản thân và gia đình. ■



Sôi động thị trường bia đón Tết Quý Mão 2023

Tết Nguyên đán Quý Mão 2023 đang cận kề, thị trường bia đã bắt đầu sôi động với các sản phẩm phiên bản Tết và vô vàn các chương trình khuyến mại hấp dẫn.

■ AN NHIÊN

Bia là một thức uống hấp dẫn không chỉ hoàn hảo cho việc uống hàng ngày mà còn là món quà Tết ý nghĩa bởi hương vị đậm đà và vẻ ngoài được "thay áo mới" đầy ấn tượng đón chào năm mới. Hiện nay, trên thị trường có rất nhiều loại bia với các phong cách khác nhau. Do vậy không nên giới hạn bản thân trong một phong cách bia mà hãy tận hưởng và chọn cho mình nhiều loại bia yêu thích, đặc biệt là bia phiên bản Tết 2023.

Theo ghi nhận của PV Tạp chí Đồ uống Việt Nam, ngay từ đầu tháng 12/2022, nhiều hệ thống siêu thị bán lẻ, nhà phân phối, cửa hàng tạp hóa tại Hà Nội đã bắt đầu dành không gian lớn để trưng bày các sản phẩm bia Tết 2023 với nhiều chương trình khuyến mãi hấp dẫn. Hầu hết bia phiên bản Tết được trưng bày tại vị trí ngay lối vào, dễ nhận biết, với bao bì màu sắc rực rỡ đã thu hút nhiều khách hàng.

Hiện tại, các nhãn hiệu như bia Saigon, Heineken, Bia Hà Nội, Tiger, Huda... đều đã thay đổi diện mạo sản phẩm để chào đón Tết Quý Mão. Trong đó, riêng SABECO là hãng đầu tiên "đón" Tết với 3 phiên bản: Saigon Special phiên bản giới hạn; Saigon Lager,

Bia 333 và Saigon Export. Mỗi phiên bản được áp dụng với một chương trình khuyến mãi, mang đến nhiều phần quà hấp dẫn tri ân khách hàng nhân dịp Tết đến Xuân về.

Bia Saigon Special phiên bản Tết với chương trình khuyến mại "Bật nắp Special – Rước ngay xế xịn"; Chương trình "Tết khai Lager – Lộc vàng rực rỡ" áp dụng khi mua thùng bia Saigon Lager; "333 – Quà Tết đậm đà, tinh thần sâu sắc" và chương trình "Tết khai Export – Đón mừng chiến thắng".

Ngoài ra, với chủ đề "63 là 1 cùng nhau làm nên Tết" chào đón Tết 2023, SABECO đã cho ra mắt bộ sưu tập bia Tết mới gồm bộ 64 lon bia Saigon Lager, với lon thứ 64 có thiết kế "VN" – viết tắt của Việt Nam, trong 1 thùng bia. Vãn là hình ảnh 63 tỉnh thành cả nước được in khắc trên thân lon bia nhưng với diện mạo hoàn toàn mới lạ và bao gồm thông điệp cùng ý nghĩa mới, cực độc đáo.

Song song đó, hàng loạt hoạt động cũng được triển khai rầm rộ. Nếu SABECO có chuỗi sự kiện "Happy Chill Year" của thương hiệu Saigon Chill, thì HEINEKEN Việt Nam tổ chức concert với sự tham gia của nhiều nghệ sĩ nổi tiếng. Bên cạnh đó, HEINEKEN còn giới thiệu tới khách hàng các

sản phẩm phiên bản Tết bắt mắt. Bia Tiger phiên bản Tết 2023 có 2 loại: Tiger Lager và Tiger Crystal với hình ảnh chú hổ dũng mãnh, truyền một thông điệp "Khai Xuân bản lĩnh" cùng Tiger Beer. Bia Heineken Silver lon cao và Bia Heineken lon thường phiên bản Tết đón chào năm mới 2023 "Khởi sắc tân niên". Đặc biệt, để chào đón năm mới 2023, Heineken đã tái tổ chức sự kiện đếm ngược sau 2 năm vắng bóng do dịch bệnh, đó là chương trình Heineken Countdown Party được tổ chức vào tối 31-12-2022 tại Quảng trường Cách mạng Tháng Tám (Hoàn Kiếm, Hà Nội). Đây là một trong những sự kiện được giới trẻ mong đợi nhất năm. Không chỉ được thưởng thức chương trình âm nhạc sôi động với sự góp mặt của các ngôi sao ca nhạc quốc tế và Việt Nam, các bạn trẻ và du khách còn được thưởng thức những chai bia mát lạnh với hương vị đỉnh cao từ Heineken tại Greener Bar - quầy bar làm từ vật liệu có thể tái chế và tái sử dụng.

Trong không khí chào đón năm mới, sắc vàng, đỏ trên mỗi thùng bia Hà Nội xuất hiện như báo hiệu Tết đang về. Khai xuân rộn ràng, HABECO triển khai chương trình khuyến mại "Bật nắp ngay, trúng triệu lộc vàng" khi mua thùng bia



Khu vực bia Tết tại các siêu thị luôn nổi bật, rực rỡ.

Người tiêu dùng lựa chọn đồ uống phục vụ dịp Tết Nguyên đán.

Hà Nội vàng hoặc Bia Hà Nội xanh sẽ có cơ hội trúng giải thưởng lớn. Với màu sắc nổi bật, ấn tượng kết hợp hài hòa giữa màu vàng và màu đỏ đặc trưng, các thùng Bia Hà Nội Tết còn thu hút người mua bởi những câu rất hương vị Tết như “Vị bia làm nên sắc Tết”, “Thấy Bia Hà Nội là thấy Tết”...

Theo ghi nhận của PV, giá bia tại các siêu thị và tạp hóa không có sự chênh lệch nhiều. Tại các siêu thị, các sản phẩm đều niêm yết giá, đầu tháng 01 năm 2023, giá một số sản phẩm bia như sau: Bia Trúc Bạch 455.000 đ/thùng, bia Saigon Special lon 349.000 đ/thùng, Heineken bia lon cao 445.000 đ/thùng, bia Tiger crystal 353.000 đ/thùng, Budweiser lon 500ml 308.200 đ/thùng 12 lon, Bia Saigon Lager 275.000đ/thùng, bia 333 bia vàng 287.000 đ/thùng, Bia Hanoi Premium 331.000 đ/thùng, bia lon Hà Nội 330ml 260.000 đ/thùng...

Khảo sát thực tế tại các địa điểm khuyến mại bia, lượng tiêu thụ bia, nhất là bia Tết tăng cao hơn ngày thường. Anh Nhật - nhân viên tiếp thị bia tại một siêu thị ở Hà Nội cho biết: Sức mua vào thời điểm đầu tháng 12-2022 chưa cao, nhưng người dân bắt đầu mua nhiều từ trước Tết dương lịch 2023 đến thời điểm cúng Ông Công, ông Táo, có những khách hàng do bận công việc nên ngày 27, 28 tháng Chạp mới đi mua bia để đón Tết Nguyên đán.

Sau nhiều năm làm tiếp thị, anh Nhật cho rằng, thời điểm đầu tháng 12 - 2022, các nhãn hàng chỉ mới tung ra một số chương trình khuyến mại nhẹ nhằm khuyến khích khách hàng dùng thử. Khoảng cuối tháng 12 - 2022 và đầu tháng 01 - 2023 mới có nhiều ưu đãi, quảng cáo rầm rộ cùng loạt chương trình đổi quà và tri ân khách hàng. Trong thời gian có các chương trình khuyến mại,

sức mua tăng cao hơn, có ngày bán được cả trăm thùng bia. Tâm lý người tiêu dùng thích mua vào thời điểm giảm giá, có các chương trình khuyến mại...

Ở kênh tạp hóa, chị Phương Loan, chủ cửa hàng tạp hóa trên đường Trần Cung cho biết đã bắt đầu nhập một số mặt hàng bia Tết về bán nhưng với số lượng vừa phải, không ôm nhiều hàng. “Năm nay tình hình kinh tế khó khăn, không biết người tiêu dùng sẽ chi tiêu như thế nào nên tôi chỉ nhập cầm chừng”, chị Loan lo ngại.

Với rất nhiều các sản phẩm bia phiên bản Tết và các chương trình khuyến mại, hãy lựa chọn và tận hưởng Tết 2023 cùng những khẩu vị bia khác nhau, quây quần đón Tết bên mâm cơm đoàn viên cùng với gia đình. Hơn nữa còn gửi tặng nhau những thùng bia Tết là món quà ý nghĩa, trao nhau những lời chúc tốt đẹp nhất tới người thân yêu. ■



Không khi mua sắm tấp nập

TRONG NHỮNG NGÀY GIÁP TẾT QUÝ MÃO 2023

Tết Nguyên đán Quý Mão 2023 đang đến rất gần, vào thời điểm này hàng loạt chương trình khuyến mãi “khủng” đã được các nhà sản xuất, các kênh phân phối “tung” ra nhằm kích cầu tiêu dùng, khiến không khí mua sắm cũng trở nên rộn ràng hơn. Trong bối cảnh ấy, các thương hiệu đồ uống cũng không đứng ngoài “cuộc chơi” kích cầu hấp dẫn này!

■ KIẾT VŨ

Hàng hóa phong phú, rực rỡ sắc màu khuyến mãi

Chúng tôi có mặt tại một siêu thị lớn ở quận Cầu Giấy - Hà Nội vào đúng dịp Tết dương lịch 1/1/2023 và đã được chứng kiến không khí mua sắm vô cùng náo nhiệt tại đây. Mỗi đầu giờ chiều, bãi gửi xe đã kín chỗ. Bước vào siêu thị, khắp các gian hàng tràn ngập biển hiệu khuyến mãi lớn, nhỏ rực rỡ.

Được biết, kể từ Ngày hội mua sắm lớn nhất năm Black Friday (25/11) và Tháng khuyến mãi Hà Nội kéo dài sang đến tháng 1/2023, hàng loạt khuyến mãi, giảm giá đã ngập tràn từ các cửa hàng nhỏ lẻ cho đến các trung tâm thương mại lớn trên địa bàn TP. Hà Nội.

Đẩy một xe hàng chứa đầy rau củ quả, đồ khô... cùng cả chục chai lớn nước ngọt, nước hoa quả kèm mấy vỉ bia các loại, chị Phương Mai sống tại quận Cầu Giấy hào hứng khoe: Hôm nay tôi “săn” được nhiều khuyến mãi hấp dẫn. Cụ thể, với chai Coca Cola chai lớn 1,5 lít giảm giá còn 16.000đ, chai 2,25 lít giảm giá còn 20.000đ, 7up chanh 390ml còn 7.700đ... hay như Chương trình Trao Quà Tết Gửi Yêu Thương, có thể chỉ với 99.000đ đã có một giỏ quà tết gồm chai nước ngọt có ga 1,5 lít kèm hộp quà có cà phê, bánh, kẹo, đậu phộng. Đặc biệt, khi thanh toán, còn được chiết khấu 8% - 9% trên tổng hóa đơn. Vì thế chị Phương mua liền mấy giỏ quà vừa để dùng, vừa tiện cho tặng.

Giống như chị Phương, sau khi lựa chọn đồ ở quầy thực phẩm, bà Ngọc Bích ở quận Thanh Xuân đẩy xe chở hàng đến quầy đồ uống và nhanh tay chọn mấy vỉ nước ngọt có ga, nước hoa quả cho các cháu và không quên vài vỉ bia cho chồng và con trai. Bà kể, tuy ở nhà vẫn còn đồ uống nhưng vì đang có nhiều khuyến mãi giảm giá nên

tranh thủ mua để dùng dần, vì những mặt hàng này ngày Tết được dùng thường xuyên, lại có thể để lâu không sợ hỏng, nên bà tranh thủ có khuyến mãi là mua, nếu không có thể sẽ phải mua đắt hơn cả chục nghìn đồng/chai.

Tương tự, tại Siêu thị Vinmart Tây Hồ, biển hiệu giảm giá hưởng ứng Tháng khuyến mãi cũng tràn ngập khắp các gian hàng. Nhiều thương hiệu đồ uống như Coca cola, Nutiboot, nước ép các loại cũng đều gắn biển giảm giá.

Trong những ngày này, tại các siêu thị cũng như các đại lý, cửa hàng đều tràn ngập các mặt hàng đồ uống, thực phẩm, bánh kẹo với đủ các sắc màu mang nét đặc trưng của từng thương hiệu. Cùng với đó là giỏ quà Tết đẹp mắt với các mức giá khác nhau đáp ứng đủ nhu cầu mua sắm của người dân trong những ngày chuẩn bị đón Tết Nguyên đán Quý Mão. Tại Siêu thị VinMart Tân Tây Đô, huyện Đan Phượng, Hà Nội hàng hóa Tết rất đa dạng, phong phú, bên cạnh các loại bánh kẹo với đủ mẫu mã của các thương hiệu trong nước và quốc tế còn có khu trưng bày lồng lầy với đủ sắc màu của các thương hiệu nổi tiếng của ngành Đồ uống. Đáng kể như Bia Saigon, 333, Bia Heineken, Tiger, Bia Hà Nội, Nước giải khát Coca - Cola, Pepsi, Trà thanh nhiệt Dr.Thanh, Trà Xanh Không độ, các loại trà túi lọc, cà phê, rượu vang, rượu nhập khẩu...

Có thể nói, Tháng Khuyến mãi tập trung kết hợp với Black Friday, rồi Ngày hội mua sắm diễn ra đúng dịp Tết nguyên đán cận kề, nên các siêu thị, các tầng của những trung tâm thương mại rợp sắc màu ưu đãi cũng là điều dễ hiểu. Chưa lúc nào trong năm mà các mặt hàng thiết yếu như lương thực, thực phẩm và các loại đồ uống vốn đa dạng về mẫu mã, chủng loại, nay lại sôi động các chương trình khuyến mãi như vậy.



Nhiều khuyến mại hấp dẫn với sản phẩm đồ uống tại các siêu thị.



Hoa Lan Hồ điệp và quất Tứ Liên được bày bán trên nhiều tuyến phố của Hà Nội vào những ngày giáp Tết Nguyên đán Quý Mão.

Bên cạnh việc mua sắm offline, người tiêu dùng còn có nhiều lựa chọn trên các sàn thương mại điện tử (TMĐT) như Tiki, Shopee, Lazada,... với nhiều chương trình khuyến mãi lớn kèm theo đó là các slogan ấn tượng: “Lễ hội siêu sale”, “Ngày hội mua sắm”, “Tiệc Sale cuối năm - Khao ưu đãi lớn”... Cụ thể, vào các ngày 1/1, 5/1, 8/1, người dùng có cơ hội tiếp cận các chương trình giảm giá trên mọi ngành hàng. Riêng các sản phẩm đồ uống, nhiều sàn TMĐT đã áp dụng giảm 7% đến 15% cùng nhiều mã miễn phí vận chuyển.

Đa dạng mặt hàng - Nhiều sự lựa chọn

Đứng trước quầy trưng bày các giỏ quà Tết tại Siêu thị Vinmart Tây Hồ, anh Mạnh Thắng (ở quận Tây Hồ) cho biết, mình đang chọn mấy giỏ quà để biếu ông bà nội ngoại và bày lên bàn thờ gia tiên mấy ngày Tết. Nhìn các giỏ quà được đóng gói đẹp mắt (có đủ rượu, bia, nước giải khát, mứt tết, bánh kẹo), anh Thắng cho rằng, đơn vị phân phối đã rất quan tâm đến chất lượng và đa dạng hóa sản phẩm khi lựa chọn nhiều mặt hàng với các thương hiệu uy tín cho túi quà. Đặc biệt, với giá thành từ 650 ngàn đồng đến 1,8 triệu đồng mỗi túi, sẽ đáp ứng nhu cầu nhiều đối tượng khách hàng.

Không chỉ các siêu thị, trung tâm thương mại mới đa dạng, phong phú các loại hàng hóa, ngay các cửa hàng tạp hóa nằm sâu trong các khu dân cư cũng nhập về đa dạng các mặt hàng, từ đồ khô (măng, miến, đậu ăn...) cho đến các loại đồ uống, bánh, mứt, kẹo... thuộc nhiều thương hiệu khác nhau. Chị Bích Vân, chủ một cửa hàng tạp hóa trên đường Thụy Khuê cho biết, năm nay chị nhập nhiều hàng hóa hơn mọi năm không chỉ vì các nhà sản xuất có nhiều chính sách tốt với các đại lý, mà còn nghĩ rằng, mọi người sau những cái Tết bị ảnh hưởng bởi dịch bệnh COVID-19 sẽ “mạnh tay” chi tiêu hơn. Kinh nghiệm buôn bán cho thấy, những cửa hàng tạp hóa với khả năng đáp ứng tốt các nhu cầu tại chỗ, giá cả cũng không chênh lệch so với các siêu thị, nên hầu như bán rất đắt hàng vào những ngày giáp Tết.

Như mọi loại hàng hóa không thể thiếu trong dịp Tết, thị trường hoa tươi, cây cảnh những ngày cuối tháng Chạp cũng vô cùng sôi động. Theo thông báo của UBND thành phố Hà Nội, từ ngày 1 đến ngày 21/1/2023, thành phố tổ

chức 91 điểm chợ hoa Xuân phục vụ Tết Nguyên đán Quý Mão 2023. Các chợ hoa Xuân trưng bày các loại cây, hoa, quả cảnh; một số sản phẩm thủ công mỹ nghệ của các làng nghề truyền thống và sản phẩm phục vụ Tết Nguyên đán. Bên cạnh các chợ hoa Xuân do Thành phố tổ chức, bước vào tháng Chạp, trên nhiều tuyến phố của Hà Nội đã xuất hiện những cửa hàng bày bán các loại hoa, cây cảnh, từ bình dân giá vài trăm ngàn đến các loại có giá trị cao (Lan Hồ điệp, hoa giấy Ngũ sắc, Mai Tứ quý...) có giá mỗi chậu từ vài triệu đến hàng chục triệu đồng.

Có mặt tại một cửa hàng bán hoa Lan Hồ điệp quy mô lớn trên đường Phạm Văn Đồng, chị Hoàng Yến sống tại phường Xuân La (Tây Hồ) cho biết, năm nào gia đình chị cũng mua một chậu hoa Lan Hồ điệp lớn trưng ở phòng khách. Hoa Lan với vẻ đẹp rực rỡ, hương thơm nồng nàn không chỉ khiến phòng khách thêm sang trọng mà còn gợi cảm giác mang lại nhiều may mắn, tài lộc đến cho gia đình nhân dịp năm mới. Tại khu vực bán đào Phú Thượng và quất Tứ Liên nằm trên đường Lạc Long Quân, chị Mai Anh ở Quan Hoa (Cầu Giấy) lại thích trưng Tết với những loài hoa, cây cảnh đậm chất truyền thống như Layon, Thược dược, Đào Phú Thượng, Quất Tứ Liên... Chọn cho mình hai chậu quất xinh xắn với giá 550 ngàn đồng/chậu cho mình và tặng bố mẹ, chị Mai Anh bộc bạch, những loài hoa, cây cảnh này khiến không khí Tết trở nên ấm cúng và nhắc nhớ lại những cái Tết thuở thiếu thời.

Theo Sở Công Thương TP. Hà Nội, Tháng khuyến mại Hà Nội hay Ngày Hội mua sắm kéo dài từ cuối năm 2022 đến tháng 1 năm 2023 mở ra cơ hội cho người tiêu dùng tham gia vào chuỗi các sự kiện và trải nghiệm mua sắm tại hàng ngàn điểm khuyến mại là chuỗi các hệ thống cửa hàng, siêu thị và 50 điểm vàng khuyến mại... Để kích cầu tiêu dùng, các doanh nghiệp đã tham gia các chương trình khuyến mại Hà Nội không đặt nặng vấn đề doanh thu, lợi nhuận mà mục tiêu hàng đầu là được người tiêu dùng biết đến thương hiệu. Các doanh nghiệp cố gắng cắt giảm chi phí để giảm giá cho người tiêu dùng trên các sản phẩm.

Các Chương trình khuyến mại đến từ các doanh nghiệp sản xuất, các nhà phân phối là một trong những giải pháp hiệu quả, góp phần giúp doanh nghiệp nỗ lực vượt khó, kích cầu tiêu dùng và đáp ứng nhu cầu của người dân Thủ đô trong dịp Tết Nguyên đán 2023. ■



NHỮNG VẤN ĐỀ CẦN QUAN TÂM ĐỐI VỚI CÔNG TÁC QUẢN LÝ CHẤT LƯỢNG, KINH DOANH RƯỢU DỊP CUỐI NĂM

“Nâng cao chất lượng sản xuất, kinh doanh rượu dịp cuối năm” là chủ đề tại buổi tọa đàm do Tạp chí Công Thương đã tổ chức vào trung tuần tháng 12 vừa qua. Trong đó, vấn đề kiểm tra chất lượng an toàn thực phẩm đối với mặt hàng rượu trong dịp Tết và mùa lễ hội được nhiều đại biểu cũng như bạn đọc quan tâm.

■ ANH KIM (tổng hợp)

Cần tăng cường kiểm tra, xử lý an toàn thực phẩm đối với mặt hàng rượu trong dịp Tết và mùa lễ hội

Tại buổi Tọa đàm, ông Nguyễn Việt Tấn - Phó Vụ trưởng Vụ Khoa học Công nghệ, Bộ Công Thương cho biết, được sự phân công chỉ đạo của Ban chỉ đạo liên ngành Trung ương, hàng năm, nhân hoạt động liên quan đến tháng Tết, mùa lễ hội xuân, tháng hành động về an toàn thực phẩm, các đợt thanh tra, hậu kiểm, theo phân công của Ban chỉ đạo thì Bộ Công Thương có văn bản chỉ đạo tới các Sở Công Thương, Ban quản lý an toàn thực phẩm của các địa phương, Tổng cục Quản lý thị trường, Cục quản lý thị trường ở các địa phương thường xuyên tổ chức thanh tra, kiểm tra, có thể có những đợt trọng điểm.

Quá trình kiểm tra tập trung vào các khâu như hồ sơ tự công bố, quy trình công bố chất lượng sản phẩm, các phiếu kiểm nghiệm về chất lượng sản phẩm, cũng như là quá trình sản xuất, chế biến, sản phẩm nhập khẩu và lưu thông trên thị trường, việc sử dụng phụ gia thực phẩm, chất tạo màu, hương liệu trong quá trình chế biến cũng được các cơ quan chức năng, đoàn kiểm tra là tập trung quan tâm. Đặc biệt, chúng tôi chú trọng kiểm soát rượu giả, rượu không rõ nguồn gốc. Chúng tôi tập trung rất nhiều việc kiểm tra sản phẩm rượu nhái các nhãn mác, rượu giả, rượu không rõ nguồn gốc, rượu không đảm bảo chất lượng. Bộ Công Thương hết sức quan tâm trong việc chỉ đạo, tổ chức thực hiện tốt kiểm tra, kiểm soát trong việc kinh doanh đa cấp, hay là kinh doanh mặt

hàng rượu trên sàn thương mại điện tử. Bởi vì, quản lý chất lượng đối với cái hình thức kinh doanh này cũng còn gặp nhiều gặp nhiều khó khăn.

Đối với vấn đề hậu kiểm, chúng tôi tập trung chỉ đạo kiểm tra về quy trình tự công bố sản phẩm, trình tự công bố sản phẩm, phiếu kiểm nghiệm, hồ sơ tài liệu pháp lý có liên quan. Quá trình kiểm tra công tác sản xuất, chế biến, nguyên liệu đầu vào... đều được các đoàn kiểm tra hết sức quan tâm. Quá trình kiểm



Lực lượng liên ngành kiểm tra những can rượu không rõ nguồn gốc.

TỌA ĐÀM NÂNG CAO CHẤT LƯỢNG SẢN XUẤT, KINH DOANH RƯỢU DỊP CUỐI NĂM



Các đại biểu tham gia Tọa đàm.

tra, chúng tôi tập trung vào các cơ sở được cấp giấy chứng nhận cơ sở đủ điều kiện và cả những cơ sở thuộc đối tượng không phải cấp giấy cơ sở đủ điều kiện. Tuy nhiên, đối với mặt hàng rượu, sản xuất ở quy mô nhỏ lẻ cũng đang tồn tại khá nhiều, rượu thủ công cũng được người dân theo thói quen sản xuất. Theo quy định pháp luật của Việt Nam, cơ sở này phải có bản cam kết đối với cơ quan có thẩm quyền tại địa phương. Các đợt kiểm tra của ngành công thương, lực lượng quản lý thị trường đều tập trung vào các cơ sở nhỏ lẻ này, để đảm bảo cơ sở đó chấp hành đúng quy định.

Tại buổi tọa đàm ông Nguyễn Đức Lê - Phó Cục trưởng Cục Nghiệp vụ - Tổng cục Quản lý thị trường - Bộ Công Thương cho biết: Thời gian qua, mặt hàng rượu nói riêng và an toàn thực phẩm nói chung là lĩnh vực được Bộ Công Thương chỉ đạo Tổng cục Quản lý thị trường (TCQLTT) đặc biệt quan tâm vì nó ảnh hưởng trực tiếp đến sức khỏe của người tiêu dùng, người dân. TCQLTT luôn chỉ đạo sát sao các đơn vị trực thuộc của mình, gồm các cục quản lý thị trường ở các tỉnh tăng cường công tác kiểm tra, giám sát đối với hoạt động sản xuất, kinh doanh sản phẩm rượu. Bởi vì, khi sản xuất sản phẩm rượu mà không đạt chất lượng, không đúng tiêu chuẩn

được quy định, dẫn đến việc người sử dụng rất dễ bị ngộ độc, nhẹ thì ảnh hưởng đến sức khỏe, nặng thì có ảnh hưởng đến tính mạng. Lực lượng quản lý thị trường đã tiến hành ký cam kết, tuyên truyền đến các hộ sản xuất, doanh nghiệp, người kinh doanh hiểu được tác hại của rượu không đảm bảo chất lượng, cũng như rượu không rõ nguồn gốc xuất xứ trong việc đưa ra kinh doanh, nhằm hạn chế các hành vi, vi phạm trong việc sản xuất và kinh doanh rượu.

Về vấn đề vi phạm trong sản xuất, kinh doanh rượu, ông Nguyễn Đức Lê cho rằng, vẫn có những đơn vị sản xuất vì lợi nhuận, khi nhu cầu tăng đột biến bỏ qua khâu trong sản xuất, đưa luôn ra thị trường những sản phẩm vội vàng, chưa được xử lý đúng theo quy trình kỹ thuật để đảm bảo an toàn thực phẩm. Bên cạnh đó, một số cơ sở sản xuất sử dụng sản phẩm chất phụ gia không được phép vào trong sản phẩm rượu, dẫn đến khi người tiêu dùng sử dụng thì bị ngộ độc, nhẹ thì có thể là dị ứng gây mẩn đỏ, nặng thì có thể suy hô hấp, hoặc nguy hiểm đến tính mạng. Tuy nhiên, trong lĩnh vực sản xuất, lo ngại nhất là sản xuất rượu thủ công. Ở đây, mặc dù quy định pháp luật là người sản xuất rượu thủ công phải cam kết, thế nhưng thực tế thì hầu như chúng



ta thấy rằng, các vụ ngộ độc rượu chủ yếu là sử dụng các sản phẩm rượu thủ công là chính, rất hiếm trường hợp sử dụng sản phẩm của những nhà sản xuất có tên tuổi có uy tín.

Trong thực tế, lực lượng quản lý thị trường kiểm tra về sản xuất rượu thủ công tại các vùng sâu, vùng xa, chủ yếu người dân tự cung tự cấp, tức là người ta nấu người ta uống, nhưng đến lúc uống không hết thì lại mang ra bán một ít, hoặc là hàng xóm có nhu cầu xin mua lại một ít. Việc tự sản xuất, tự tiêu dùng như thế dẫn đến việc quản lý chất lượng không được đảm bảo và gây ra ngộ độc.

Đối với cái khối kinh doanh buôn bán, chúng tôi thấy rằng, chủ yếu các hành vi vi phạm là kinh doanh rượu giả, rượu kém chất lượng. Rượu giả là có thể là giả từ trong nước, có thể là giả từ nước ngoài, quá trình kiểm tra có những lỗ hổng chúng tôi phát hiện đã được làm giả sẵn từ nước ngoài, sau đó nhập khẩu bằng nhiều con đường vào Việt Nam, rồi mang giá bán trên thị trường. Tất nhiên, rượu giả đẩy người ta làm đôi khi cũng cố gắng làm sao để cho hậu quả khi uống nó hạn chế thấp nhất, nhưng tất nhiên chất lượng nó không phải như rượu thật.

Một vấn đề nữa là tình trạng rượu kém chất lượng, tức là người ta kinh doanh rượu kém chất lượng, đôi khi các hộ kinh doanh nhỏ lẻ tìm cách pha chế thêm, đáng lẽ là cái rượu đấy một lít là 100.000đ/lít, người ta cố gắng pha thêm ra để bán giá thành thấp hơn, người mua dễ tiếp cận hơn và người bán thì thu được lợi nhiều hơn, dẫn đến chất lượng sản phẩm rượu sẽ không đảm bảo.

Vào những dịp cao điểm, không chỉ là dịp tết, trong năm Ban Chỉ đạo an toàn thực phẩm quốc gia cũng đã thành lập rất nhiều đoàn kiểm tra, đơn đốc. Những tháng cao điểm về an toàn thực phẩm, dịp tết trung thu, tết dương lịch, Tết Nguyên đán chỉ là một trong những dịp cao điểm mà được Ban Chỉ đạo an toàn thực phẩm quốc gia chỉ đạo cho các đơn vị trực thuộc, trong đó có Tổng cục Quản lý thị trường - ông Lê cho biết.

"Lượng rượu dân nấu khá là nhiều, theo thống kê chưa đầy đủ, một năm trung bình chúng ta tiêu thụ trên 300 triệu lít rượu. Lượng rượu của các cơ sở nhà máy sản xuất đảm bảo yêu cầu quy mô công nghiệp chỉ đâu đó chiếm 15 -20%, còn lại rượu kể cả nhập khẩu, hay là rượu dân nấu" - ông Lê nói.

Về vấn đề này, bà Chu Thị Vân Anh - Phó Chủ tịch

Hiệp hội Bia - Rượu - Nước giải khát Việt Nam chia sẻ, Bộ Công Thương đã rất tích cực trong công tác kiểm tra, giám sát hoạt động về sản xuất, kinh doanh những sản phẩm rượu không đảm bảo chất lượng. Thời gian tới, Hiệp hội cùng các doanh nghiệp cũng mong muốn phía Bộ, lực lượng QLTT tiếp tục vào cuộc, nhất là dịp tết đến, xử lý nghiêm hơn, phát hiện và xử lý nghiêm những vụ việc sai phạm. Những hành vi sản xuất, kinh doanh những sản phẩm không đảm bảo an toàn thực phẩm. Thứ hai, hiệp hội cũng cho rằng, việc tuyên truyền bên Tổng cục quản lý thị trường phối hợp với chính quyền địa phương, đây cũng là kênh tuyên truyền trực tiếp tới những người dân để họ hiểu hơn, phân biệt sản phẩm rượu có chất lượng, rượu không đảm bảo chất lượng.

Đối với người tiêu dùng, chúng tôi nghĩ, người tiêu dùng cũng phải tự trang bị cho mình những kiến thức cơ bản về sản phẩm đảm bảo chất lượng về an toàn thực phẩm; Lựa chọn những sản phẩm có tên tuổi của những doanh nghiệp uy tín, có đầy đủ nhãn mác, địa chỉ rõ ràng, để có thể truy xuất được, hãy là người tiêu dùng thông thái và sử dụng sản phẩm có trách nhiệm.

Những khó khăn, vướng mắc của các doanh nghiệp rượu làm ăn chân chính

Chia sẻ tại buổi Tọa đàm, ông Tổng Nguyễn Long - Phó giám đốc Công ty Cổ phần Rượu và NGK Hà Nội cho rằng, chúng tôi đặt tiêu chí quan trọng nhất chính là phải đảm bảo an toàn vệ sinh thực phẩm, đây là cái tiêu chí hàng đầu. Có thể nói, hệ thống văn bản pháp lý của nhà nước tương đối đầy đủ, từ quy định về điều kiện cơ sở sản xuất về thực phẩm, sản phẩm lưu hành trên thị trường, kể cả sản phẩm sản xuất trong nước hay là nhập khẩu thì cũng có những tiêu chuẩn tương ứng.

Công ty Cổ phần Rượu và NGK Hà Nội có truyền thống hơn 100 năm, hệ thống thiết bị, cũng như kinh nghiệm về nhân lực đảm bảo các yếu tố. Cụ thể hơn, về quản lý chất lượng, hiện tại công ty chúng tôi đã áp dụng bốn hệ thống quản lý. Công ty có hệ thống quản lý về an toàn thực phẩm là ISO 14.000, ISO 12.000, hệ thống quản lý chất lượng ISO 9001, hệ thống quản lý môi trường ISO 14. 001 và hệ thống quản lý về an toàn sức khỏe nghề nghiệp là ISO 45. 001. Chúng tôi áp dụng đồng thời bốn hệ thống này với tiêu chí đảm bảo được môi trường làm việc an toàn. Quan trọng hơn hết, cung cấp ra sản phẩm đạt

yêu cầu, thậm chí tốt hơn những yêu cầu theo quy định hiện tại.

Tuy nhiên, theo ông Tống Nguyên Long, quá trình lưu thông, đưa ra ngoài thị trường thì đơn vị đang gặp một số vấn đề khó khăn, vướng mắc. Khá nhiều người tiêu dùng chưa có trách nhiệm, ý thức trong khâu lựa chọn rượu có nguồn gốc xuất xứ. Cùng với đó, là vấn đề không lấy hóa đơn chứng từ người mua hàng. Một khó khăn nữa là vấn đề thuế tiêu thụ đặc biệt. Rượu là mặt hàng hạn chế nên đang chịu mức thuế suất, thuế tiêu thụ đặc biệt đối với rượu trên 20 độ là 65%... Trong khi đó, những loại rượu không có nguồn gốc xuất xứ, hoặc không có những chứng minh rõ ràng thì lại trốn kiểm tra chất lượng, trốn nộp thuế. Lấy ví dụ, một chai rượu bán 100.000 đồng, chúng tôi nộp thuế tiêu thụ đặc biệt cho nhà nước đâu đó nó xấp xỉ 40.000 đồng, đó là trách nhiệm của doanh nghiệp chúng tôi với nhà nước. Những vướng mắc khác được ông Long chỉ ra, văn bản quy phạm pháp luật của chúng ta là cũng tương đối đầy đủ, thậm chí xử phạt trong lĩnh vực vi phạm về thực phẩm nói chung và về rượu bia nói riêng có những mức hình phạt mà hình sự, chấp hành phạt tù từ 10 - 20 năm. Thế nhưng, thực tế thời gian vừa rồi, chế tài thực hiện chưa được nhiều. Từ đó, thị trường rượu, đặc biệt những đợt cuối năm tương đối phức tạp.

Chúng tôi là doanh nghiệp sản xuất về rượu đảm bảo chất lượng, nộp thuế đầy đủ thì thực sự gặp nhiều khó khăn. Đó là khó khăn quy định chính sách pháp luật. Chẳng hạn, theo Luật quảng cáo, hiện tại thì rượu là không được quảng cáo, một số hình ảnh chúng tôi đưa chai rượu lên là cũng không được phép, bị phạt, hoặc là yêu cầu dỡ bỏ. Nhưng cũng Luật Bảo vệ người tiêu dùng thì quy định, phải rõ ràng về nhãn mác, xuất xứ và khi đưa thông tin lên thì cũng phải có đầy đủ hình ảnh.

Chia sẻ về vấn đề này, bà Chu Thị Vân Anh - Phó Chủ tịch Hiệp hội Bia - Rượu - Nước giải khát Việt Nam cho biết, những sản phẩm sản xuất rượu thủ công không rõ nguồn gốc xuất xứ, không nhãn mác, nồng độ Methanol vượt ngưỡng cho phép, sản phẩm rượu nhập không đảm bảo chất lượng an toàn thực phẩm gây hệ lụy. Điều này ảnh hưởng nghiêm trọng đến sức khỏe người tiêu dùng, gây tổn thất kinh tế, ngân sách nhà nước, ảnh hưởng

đến những doanh nghiệp hoạt động chân chính. Theo báo cáo Viện Nghiên cứu quản lý kinh tế Trung ương, với 70% đồ uống là rượu thủ công trong đồ uống phi chính thức đã và đang gây tổn thất tới 751 triệu đô, xấp xỉ khoảng 17 ngàn tỷ đồng ngân sách nhà nước, đây là một con số rất là lớn. Vấn đề có thể thấy, an toàn thực phẩm là vấn đề rất được quan tâm và phải cần quan tâm hơn nữa để đảm bảo sức khỏe người tiêu dùng, cộng đồng người tiêu dùng, gián tiếp giúp cho những hoạt động, hỗ trợ những hoạt động sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp chân chính.

Hiệp hội có những kết nối giữa doanh nghiệp sản xuất rượu với những đơn vị cung cấp công nghệ sản xuất rượu an toàn, doanh nghiệp thuộc hiệp hội là những doanh nghiệp sản xuất chân chính, để họ tuân thủ các quy định pháp luật. Đặc biệt, những cái quy định về an toàn thực phẩm, đóng góp trách nhiệm, nghĩa vụ về thuế và phí đầy đủ... ■



Nỗi lo từ rượu không rõ nguồn gốc.



THỊ TRƯỜNG NƯỚC GIẢI KHÁT VÀ **NHẬN THỨC CỦA NGƯỜI TIÊU DÙNG**

Cuối năm là thời điểm nhu cầu hàng hóa phục vụ sản xuất, tiêu dùng tăng cao, kéo theo đó là nhiều loại hàng giả, hàng nhái, hàng không rõ nguồn gốc trà trộn vào thị trường với nhiều thủ đoạn tinh vi. Đây là thời gian, người tiêu dùng cần cảnh giác trong mua sắm.

■ **THẢO NGUYỄN**



Người tiêu dùng nên ưu tiên lựa chọn các sản phẩm nước giải khát có thương hiệu, bảo đảm chất lượng.

Xu hướng tiêu dùng và nhận diện các thương hiệu uy tín

Đồ uống đóng vai trò không thể thiếu trong mỗi dịp lễ hội, mọi người uống để chúc tụng nhau, ăn mừng; thêm vào đó, đồ uống còn là một món quà biếu lý tưởng. Nghiên cứu cho thấy, trước Tết Nguyên đán khoảng 1-2 là thời điểm hàng hóa được tiêu thụ nhiều nhất, trong đó, bia, rượu, nước giải khát là những sản phẩm đóng góp lớn cho doanh thu của các đại lý, cửa hàng kinh doanh hàng hóa phục vụ Tết. Thông thường, đàn ông thích lựa chọn bia, rượu trong các dịp sum họp gia đình, gặp gỡ bạn bè, còn phụ nữ và trẻ nhỏ lại thích sử dụng các sản phẩm nước giải khát có ga, không ga, ít đường, nước trái cây, nước có nguồn gốc từ thiên nhiên để chúc mừng năm mới.

Mùa mua sắm Tết cũng thể hiện rõ hơn tâm lý người tiêu dùng trong việc lựa chọn hàng hóa, nước giải khát, qua đó biết sở thích của từng đối tượng khách hàng. Nếu như những người trẻ thích uống nước giải khát có ga, nước tăng lực thì người trung niên, người cao tuổi lại thích các loại nước uống bổ dưỡng, nước trái cây, nước có nguồn gốc từ thiên nhiên... Gần đây, người tiêu dùng có xu hướng lựa chọn các sản phẩm có nguồn gốc từ thiên nhiên như trà xanh, đậu nành, thanh nhiệt, hoặc các sản phẩm ít đường, không đường, tốt cho sức khỏe... Các nhà sản xuất cũng đã có nhiều thay đổi theo xu hướng này, cho ra mắt hàng loạt dòng sản phẩm mới, trong đó có cả các loại nước uống trái cây... nhằm đáp ứng nhu cầu của người tiêu dùng.

Mặt hàng nước giải khát trên thị trường dịp Tết cũng khá đa dạng, phong phú về mẫu mã, dòng sản phẩm, các sản phẩm cũng đều “khoác” lên mình tấm áo mới đa sắc màu mang nét đặc trưng của từng thương hiệu. Qua đó thu hút ngày càng nhiều khách hàng lựa chọn. Nói về ngành Nước giải khát thì không thể không nhắc tới những cái tên đã rất quen thuộc đối với người tiêu dùng và được công nhận là Top 10 Công ty uy tín ngành Thực phẩm - Đồ uống năm 2022 do Công ty Cổ phần Báo cáo Đánh giá Việt Nam (Vietnam Report) chính thức công bố. Đáng kể là các thương hiệu lớn như: Công ty TNHH Nước giải khát Suntory PepsiCo Việt Nam (có sản phẩm tiêu biểu: Pepsi, Tropicana Twister, 7UP, Trà Ô Long,...), Công ty TNHH Coca-Cola Việt Nam (Coca-Cola, Sprite, Fanta,...), Tập đoàn Tân Hiệp Phát (Trà xanh không độ, Trà Thanh nhiệt Dr Thanh, Nước tăng lực Number 1...)...

Hãy là người tiêu dùng thông thái để chống hàng giả, hàng nhái

Mỗi năm vào dịp Tết, lực lượng quản lý thị trường lại “căng mình” đi kiểm tra, kiểm soát thị trường hàng hóa nói chung và sản phẩm đồ uống nói riêng. Nhờ tập trung triển khai các hoạt động này nên lực lượng quản lý thị trường đã phát hiện và xử lý nhiều đối tượng làm hàng giả, hàng nhái, hàng không rõ nguồn gốc, không đảm bảo an toàn thực phẩm, trong đó có mặt hàng nước giải khát. Trước thực trạng nước giải khát “bẩn” trôi nổi trên thị trường như hiện nay, người tiêu dùng khi mua hàng nên kiểm tra kỹ nhãn mác hàng hóa, lựa chọn mua các sản phẩm của các thương hiệu uy tín, có thông tin sản phẩm và địa chỉ rõ ràng; không mua các sản phẩm không rõ nguồn gốc xuất xứ, các sản phẩm nhái thương hiệu uy tín...

Việc kiểm tra nguồn gốc, nhãn mác cũng vô cùng quan trọng. Hiện nay, có rất nhiều các loại nước giải khát rẻ tiền có mẫu mã tương tự các sản phẩm nổi tiếng nên nếu không quan sát kỹ sẽ rất dễ mua nhầm. Người tiêu dùng cần lưu ý thêm về hạn sử dụng và thành phần của sản phẩm để biết được liệu đồ uống đã hết hạn hay chưa, hoặc có thành phần nào gây ảnh hưởng tới sức khỏe của bản thân không? Trên một số đồ uống, nhà sản xuất cũng đưa ra những khuyến cáo về việc đối tượng nào không nên sử dụng sản phẩm.

Ngoài ra, người tiêu dùng cần thường xuyên theo dõi các thông tin trên báo chí để nắm bắt được loại đồ uống nào không đảm bảo an toàn thực phẩm và bị dừng lưu thông. Việc tập thói quen kiểm tra sản phẩm kỹ càng như vậy sẽ giúp người tiêu dùng chọn được những sản phẩm như ý và an tâm đón một năm mới vui vẻ, hạnh phúc bên gia đình. ■



Sản phẩm nước giải khát ngày càng đa dạng, phong phú.



THỊ TRƯỜNG ĐỒ UỐNG TRƯỚC TẾT NGUYÊN ĐÁN 2023

Tết Quý Mão 2023 đang về. Tôi nhớ mình cảm nhận Tết đến từ không khí lạnh, từ cảnh tấp nập của phố phường không còn làm mình cảm thấy mỗi mệt, từ nụ cười của mọi người có vẻ hạnh phúc hơn khi biết rằng ngày Tết cũng là ngày gia đình sum vầy. Và Tết đến là khi ta thấy được quảng cáo với hình ảnh chim én vàng bay đầy khung hình của Coca-Cola, hình ảnh đứa con xa quê trở về ngày Tết đầy hứng khởi của Pepsi hay 63 lon bia tượng trưng cho 63 tỉnh thành Việt Nam trong quảng cáo của Bia Saigon, Tập đoàn Tân Hiệp Phát thì mang đến cho mọi nhà Món quà sức khỏe với sản phẩm Trà Thanh nhiệt Dr.Thanh, Bia Hà Nội ấn tượng với sắc màu vàng, đỏ với câu slogan ấn tượng “Vị bia làm nên sắc Tết”...

Dịp Tết đến Xuân về luôn là thời điểm quan trọng để các thương hiệu tung ra những sản phẩm truyền thông hấp dẫn và đầy ý nghĩa. Những thông điệp người con, người thân xa quê, xa xứ trở về hay gia đình hạnh phúc, quây quần tất bật cho mâm cơm cúng ngày Tết. Ai ai cũng mong đợi năm mới, đợi khởi đầu mới, họ mong chờ những ngày cuối năm để ngồi lại kể cho nhau nghe những chuyện đã qua, nhâm nhi vài lon bia, muện phiền cả năm qua dường như nhẹ tựa những chiếc lon rỗng.

Trước nhu cầu về thức uống tăng cao, ngay từ những tháng trước Tết, các doanh nghiệp trong ngành đồ uống đã sớm chuẩn bị

nguồn hàng cho thị trường Tết Nguyên đán. Thông thường, lượng hàng tiêu thụ trong dịp Tết Nguyên đán thường tăng từ 30-50% (theo VTC News) cho thấy sự nhộn nhịp của thị trường đồ uống Việt Nam. Có thể nói, thức uống là lựa chọn không thể thiếu trong mâm cơm ngày Tết, trong những giỏ quà tặng, quà biếu trang trí trong các trung tâm thương mại, siêu thị, đại lý hay ở cả những cửa hàng tạp hóa nhỏ trong khu phố. Không chỉ về số lượng, các thương hiệu lớn còn nhanh chóng thay đổi, tô vẽ cho bao bì lon nước, chai nước ngọt đủ màu sắc để hút mắt thực khách. Hàng loạt chương trình khuyến mãi được tung ra như mở nắp chai trúng thưởng, giảm giá

cho nhiều sản phẩm. Ngoài ra, thói quen ăn uống của người dân cũng thay đổi theo hướng ưu tiên lựa chọn các sản phẩm tốt cho sức khỏe, có nguyên liệu làm từ thiên nhiên hay giảm lượng đường có trong sản phẩm nước giải khát. Bên cạnh các sản phẩm như Trà Xanh Không Độ, Trà thanh nhiệt Dr.Thanh, trên thị trường còn có hàng loạt sản phẩm như Coca Zero Sugar, Coca Light, TH True Malt, Lavie Sparkling... được ra mắt nhằm đáp ứng nhu cầu đa dạng này. Dự đoán trong Tết, những thức uống tương tự sẽ rất được khách hàng ưa chuộng sử dụng,

Dịp Tết khi nhu cầu tăng cũng sẽ là thời cơ xuất hiện nhiều mặt hàng rượu giả, hàng nhái làm ảnh hưởng



Tranh của Trúc Quỳnh

đến hình ảnh thương hiệu cũng như sức khỏe của người tiêu dùng. Ngoài việc kiểm soát chất lượng sản phẩm đến từ chính các thương hiệu, các đoàn kiểm tra liên ngành cũng bận rộn kiểm tra siêu thị, cơ sở dịch vụ ăn uống để chống lại nạn sản xuất, buôn bán hàng giả, hàng hóa xuất xứ không rõ nguồn gốc, hàng kém chất lượng. Bên cạnh đó, do yêu cầu về nguồn hàng lớn, nhiều doanh nghiệp vừa và nhỏ phải đối mặt với khó khăn về nguồn vốn, vì vậy Sở Công Thương thành phố Hồ Chí Minh cho biết sẽ ưu tiên những doanh nghiệp này cho vay để đầu tư cho hoạt động chuyển đổi số, kinh doanh trực tuyến, mở rộng sản xuất

(theo Tạp chí Điện tử Thông tin và Truyền thông). Để hỗ trợ cho vấn đề vận chuyển hàng hóa, Sở Công Thương ở các địa phương cũng chủ động kết nối với nhau để hàng hóa được lưu thông thuận tiện, giảm gánh nặng chi phí cho doanh nghiệp.

Nền kinh tế Việt Nam đang ở mức tương đối ổn định, lạm phát được kiểm soát ở mức hơn 3%, các chương trình, kế hoạch phục hồi đã cho thấy hiệu quả. Tuy nhiên, lạm phát thực tế đã ảnh hưởng không nhỏ đến người dân, đẩy giá cả hàng hóa lên cao. Trong khi đó, bối cảnh nền kinh tế thế giới năm 2023 được IMF (Quỹ Tiền tệ Quốc tế) dự đoán là sẽ suy giảm do tác động xung

đột địa chính trị, 3 nền kinh tế lớn là Mỹ, Trung Quốc và Châu Âu gặp khó khăn. Điều này tác động trực tiếp nguồn vốn đầu tư FDI cũng như sản lượng xuất khẩu ngành công nghiệp chế biến nói chung và ngành đồ uống nói riêng. Ngành đồ uống vẫn được nhận định là ngành tăng trưởng cao trong năm tới. Với mức cạnh tranh hiện có, các doanh nghiệp, thương hiệu cần phải có những giải pháp linh hoạt trong sản xuất và tối ưu trải nghiệm sử dụng sản phẩm của người tiêu dùng không chỉ ở kênh bán hàng truyền thống mà còn ở kênh trực tuyến để theo kịp với thói quen mua sắm trực tuyến đang ngày càng phổ biến. ■



Trò chơi dân gian thường được tổ chức trong dịp Tết Nguyên đán.

MIỀN KÝ ỨC TRONG TÔI

Thời gian trôi qua thật nhanh, mới đó mà tôi đã là người trưởng thành có gia đình và bận rộn với công việc. Năm nào tôi nghỉ Tết cũng muộn và ở xa nên vào đêm 30 Tết không thể đón Giao thừa cùng mẹ được. Hình ảnh Tết xưa năm nào lại nao nao trong lòng bởi ở đó luôn có hình dáng của mẹ.

■ LÊ THỊ THU THANH

Nhớ lại ngày trước, Tết với gia đình tôi năm nào cũng thế, giản dị và ấm cúng tất bật nhất từ ngày 25 tháng Chạp trở đi. Ngày Tết đến, mẹ phân công mỗi đứa một công việc, chị Hai có nhiệm vụ canh nồi bánh chưng, bánh tét. Có lần thức khuya quá chị ngủ quên thêm nước thế là mẹ thay chị canh nồi bánh cho đến sáng. Đến khi thức dậy thấy mùi nếp thơm béo ngậy xộc lên mũi thật là thích. Còn tôi lo quét dọn bàn thờ và nhà cửa. Ngày trước gia đình tôi trồng rất nhiều hoa vạn thọ, cứ đến Tết nở hoa vàng rực tô điểm thêm sắc Xuân. Mẹ bảo tôi cắt mấy nhánh vạn thọ ấy cắm trên bàn thờ tổ tiên đỡ tiền mua hoa.

Tôi nhớ lắm, nhớ những lần phụ mẹ rọc lá chuối rồi gấp thành từng xấp bỏ cho những cửa hàng làm nem chả. Nhờ khoản tiền ấy mà mẹ mua sắm mọi thứ cho gia đình

trong ngày Tết và mua cho chị em chúng tôi mỗi đứa mỗi bộ quần áo. Tuy áo quần không được đẹp, không đắt tiền nhưng cũng gọi là mới để khoe với bạn bè. Chị em chúng tôi vui lắm.

Tôi còn nhớ những lần theo mẹ đi chợ Sãi bán chuối, chợ Tết thật đông vui, tôi mãi mê với những quả bóng bay xanh đỏ, còn mẹ mãi mê với những nải chuối như hương vị Tết đang gọi về. Rồi mẹ mua rất nhiều thứ chuẩn bị cho ngày Tết nào là bánh trái, thịt heo... và không thể thiếu nữa là dưa hành, mà được cha ông ta đúc kết trong câu ca dao: "Thịt mỡ dưa hành câu đối đỏ/Cây nêu tràng pháo bánh chưng xanh". Đây cũng là món không thể thiếu trong ngày Tết của gia đình tôi. Mẹ vừa mua nhưng vừa hướng dẫn cho tôi cách chọn hành làm sao để cho ngon. Tôi thấy mẹ chọn loại hành củ nhỏ, màu trắng. Sau đó cho vào chậu ngâm bằng nước vo gạo, bỏ thêm ít muối hột, ngâm trong một đêm. Sáng hôm sau, đổ nước vo gạo, thay bằng nước lã, cũng bỏ thêm muối vào ngâm thêm một ngày. Tôi hỏi vì sao phải ngâm hành trong nước hã mẹ? Mẹ nói rằng vì ngâm như thế có tác dụng cho hành đỡ cay và hăng hơn. Sau đó mẹ bảo tôi vớt hành ra bóc vỏ, cắt rễ, để ráo nước. Bước tiếp theo mẹ bảo tôi hãy đun nước sôi, sau đó để nguội dần vừa đủ độ ấm ấm. Tôi quan sát thấy mẹ pha 2 thìa muối, 2 thìa đường, 2 thìa giấm trắng vào 1 lít nước. Cuối cùng xếp những củ hành vào lọ thủy tinh, đổ nước đã pha sẵn cho ngập, rồi nén như muối dưa. Để thêm bắt mắt và đẹp, mẹ còn cho thêm cà rốt, đu đủ vào dầm cùng với hành. Sau 1 tuần hành mới ăn được.

Ngày Tết ai cũng du Xuân vui vẻ và khi trở về nhà món ăn có sẵn trong gia đình là dưa hành với bánh chưng xanh giúp giảm đói. Vị chua giòn thơm của dưa hành cùng miếng thịt mỡ béo ngậy đã đủ đánh thức vị giác, đánh thức không khí Tết đang về trên khắp mọi miền đất nước ta. Trong những ngày Tết, vừa ăn vừa trò chuyện tâm sự với người thân trong gia đình, tôi cảm nhận hương vị quê nhà, đậm đà tình quê hương, đơn sơ mà bền chặt, gắn bó làm sao.

Ký ức Tết trong tôi với mẹ là như thế đó, tôi nhận được niềm hạnh phúc từ sự thương yêu của mẹ. Tất cả tạo nên một miền ký ức trong tôi thật đẹp, thật ấm áp. Giờ đây mẹ không còn tần tảo vất vả như ngày xưa nữa bởi chúng tôi đã trưởng thành, xây dựng tổ ấm. Nhưng năm nào cũng vậy những ngày gần tới Tết, mẹ lại điện hỏi thăm các con khi nào được về nghỉ, và cũng không quên dặn chúng tôi đừng mua bánh trái gì vì mẹ đã làm sẵn rồi. Trong cuộc trò chuyện đó, tôi khuyên nhủ mẹ đừng làm chi cho vất vả để

chúng con ra siêu thị mua về cho tiện. Mẹ cười và nói "Có những thứ mua ở chợ, còn có thứ mình tự làm thì mới ý nghĩa của hương vị Tết con à." Và tôi cũng hiểu mẹ muốn nhắn nhủ chúng tôi không bao giờ quên hương vị Tết xưa dù cuộc sống hiện đại, tiện ích.

Giờ đây khi đã trưởng thành, tôi vẫn không quên kỷ niệm Tết ngày xưa. Tôi thêm được sống trong bầu không khí của những ngày giáp Tết, khi mọi người lục tục dọn dẹp nhà cửa, quét mạng nhện, lau chùi bàn thờ, quét vôi, sơn cửa, khoác cho căn nhà thường ngày của mình một màu áo mới. Tết là lúc tôi được sống lại những cảm xúc của những ngày đã xa, được đi thăm bà con nội, ngoại và cùng mẹ chuẩn bị những món ăn truyền thống, được đi chợ quê cùng với mẹ chuẩn bị mâm cơm cúng ông bà tổ tiên, ông Công ông Táo, mua một ít bánh trái... để gọi là hương vị Tết quê. Tết còn là dịp tôi cùng với mẹ đi lễ chùa đầu Xuân để cùng nhau cầu nguyện một năm mới mọi sự bình an may mắn. Rồi cùng với gia đình du Xuân chúc Tết mọi người và đặc biệt là tham gia các lễ hội ở quê hương. Ở quê tôi, hằng năm cứ vào ngày mồng 6 Tết lại tổ chức các hoạt động vui Xuân, trò chơi dân gian như kéo co, bịt mắt bắt vịt, đua thuyền trên sông... Những hoạt động vui Xuân này đã đem lại tiếng cười sảng khoái cho mọi người đầu Xuân để bước vào ngày làm việc năm mới tràn đầy năng lượng.

Ký ức Tết trong tôi là như thế đấy. Tôi luôn cảm nhận rõ những giá trị thiêng liêng của thứ tình cảm không dễ gì đánh đổi - tình cảm của đấng sinh thành. Mỗi năm Tết đến Xuân về, hình ảnh Tết xưa lại nao nao trong lòng. Năm nay, tôi cố gắng thu xếp công việc để được về quê sớm ăn Tết cùng gia đình nơi có người mẹ thân yêu. Bởi tôi biết rằng sẽ chẳng có giây phút nào thiêng liêng hơn giây phút được đoàn tụ gia đình trong ngày Tết. Tết để yêu thương mẹ hơn. ■





BÙI ĐỨC KHIÊM

Không lời

Tôi thường mê đắm
nghe nhạc không lời mỗi hừng đông
thanh âm Piano du dương, trầm bổng
ngỡ tiếng sóng từ biển xa vọng về
rộn ràng một ngày mới

Tôi lại cũng lặng nghe
nhạc không lời những khuya đêm
nhịp phách hòa tấu Guitar, Saxophone
thánh thót, dịu êm
như tiếng nước suối nguồn mùa xuân chảy
ru tôi vào giấc say...

Và rồi tôi mơ:
đời cứ gì phải nhiều lời!

Xuân 2022

Đêm xa Bắc Cạn

Trưa mới bỗng bệnh cùng Ba Bể
Chiều lại nghiêng ngả Bắc Cạn...ly
Đường xuôi Hà Nội trùng điệp thế
Khuya đêm thấy mình vẫn...Thái Nguyên.

Hà Nội, 2022

Thu cảm

Mùa đã sang rồi nay mới thu
Vẳng từ Bách Thảo tiếng chim gù
Làng Vòng xanh cốm xa xôi vẳng
Ơn trời ban tặng sắc hương Cù...(*)

Hà Nội, tháng 10 - 2022

(*) Hoa Cẩm cù (Hoya) có hàng trăm loại,
nhiều sắc màu và hương thơm đặc trưng.
Trong đó, có loại xanh non và thơm hương cốm.

Rượu xuân

BÙI VIỆT PHƯƠNG

Nhấp môi giấu một ngụm say
Ngoài kia hun hút mưa bay phố dài
Rượu nồng cất ở ban mai
Mồ hôi men nắng, ủ hoài ngô trắng
Chén này duyên bến mùa măng
Biết trời xanh đã vĩnh hằng hay chưa?
Sống cùng nhau kiếp rau dưa
Xem bao lời hứa có vừa lòng không?
Chén này áo mũ thông dong
Lúc vui quên khuấy một dòng sông quên
Bình yên thả lá xuống thêm
Người đi quét mộng vào đêm giao thừa
Rượu xuân cạn tự bao giờ
Mà nghe đây đó xuân vừa mới xuân...



Tác phẩm: Bên góc Đình của Họa sỹ Nguyễn Mạnh Hùng.

Nhà sàn bản Tày

DƯƠNG KHÂU LUÔNG

Ngôi nhà sàn bình dị, thân thương
Lặng lẽ nét xưa của người Tày vốn có
Khách từ đâu cũng đều là khách quý
Từng bậc cầu thang ấm áp nghĩa tình...

Thức dậy một miền xuân

PHẠM VÂN ANH

Mình ơi...!
Gọi tên anh giữa ban mai cỏ thơm
Thức dậy tiếng chim gù xanh thàng thốt
Bừng tỉnh phím độc huyền ngủ quên
bên ô cửa nhện giăng
Giục hạt phù sa miên man hành trình tìm tới biển
Như tiếng em tìm anh trong sớm xuân này

Gọi chỉ là gọi thôi
Để nghe thiên nhiên âm thầm hồi đáp
Cỏ cây như hiểu ý chúng mình
Cũng rộn ràng tình tự...
Cũng rộn ràng đắm say...

Mỗi sáng
Gọi tên anh giữa vườn xuân
Ngàn mắt xanh hướng về em ánh nhìn triu mến
Ngõ gương mặt đắm môi hôn ngọt dịu
Ngõ đôi vai ấm siết những vòng ôm

Mình ơi...!
Có phải tên anh ươm tình trên lá biếc?!



Chỉ nơi có mẹ mới là mùa xuân

Tôi đã sống qua hơn năm mươi mùa hoa, đã đi qua bao con đường, phố phường, làng xóm, nhiều đổ cửa đã chào đón tôi như đôi mắt chân thành của người lương thiện. Mặc dù đã sống ở nhiều không gian, nhưng khi thời gian tiệm cận với một năm mới, chúa Xuân gọi lộc biếc trải khắp muôn nơi, tâm hồn tôi bỗng dâng lên cảm xúc nao nao nhớ phong vị Tết quê trong căn bếp nhà mình.

■ **HOÀNG XUÂN HIẾN**



Nhớ Tết xưa, những người mẹ, người cha chuẩn bị Tết cho gia đình.

Ảnh mang tính minh họa.

Quê tôi là một ngôi làng nhỏ của xứ Đoài: “ăn cơm thì ít ăn khoai thì nhiều” với vài trăm nóc nhà, nhưng ẩn chứa bên trong bao điều dung dị bởi tình nghĩa làng quê mang đậm một “bầu khí quyển nông thôn”.

Trong bếp, mẹ tôi tảo tần mặc áo bà ba bạc màu, thân liến tay. Cổ tay áo được vén lên tới khuỷu thoăn thoắt đảo nổi bột nếp trộn mật mía đỏ hồng. Chốc chốc, bà lại chuyển tay quay sang chiếc nia xếp tầng những tập lá chuối khô cầm chiếc khăn vải nhúng vào nước nóng lau miết lên 2 bề mặt những vuông lá khô. Ngoài trời mưa phùng nhè nhẹ, lạnh lạnh, hương thơm ngát ngào, ngai ngái của bột nếp trộn mật gói lá chuối. Một gian bếp “ấp iu nồng đượm” quyến rũ lũ trẻ ngất ngây cảm xúc, bởi những chiếc bánh mật sắp hình thành hứa hẹn mùi vị Tết ngọt ngào.

Tôi nao nao nhớ buổi trưa 30 Tết, khi con lợn đen trong chuồng cả năm nhọc nhằn nuôi bằng rau lang và rau vẩy ốc, đã được bố và các bác cùng xóm “ăn đựng” chia từng mô thịt, phần lòng. Cuối cùng nổi nước luộc thịt và bộ “ba họ” còn đang sôi trên bếp bốc hơi nghi ngút ngọt ngào thơm ngậy ngậy kích thích khứu giác cho trái tim tôi rạo rực hương vị thịt ngon lành. Mẹ tôi nhặt nhanh những miếng mỡ vụn cùng những mảnh xương cho vào nồi, rồi lấy muối múc chia phần cho mỗi gia đình “đựng lợn” một phần vào xoong, vại, chai... Số nước còn lại mẹ để “om” trên bếp dầm trấu, dành để 3 ngày Tết thức ăn thừa đổ nốt vào đó. Đợi đến khi Tết lại, mẹ cho

một nắm muối to và ninh kĩ phần thức ăn thừa, khi nước sền sệt, lên màu nâu sóng sánh những hạt mỡ thì đổ vào chiếc âu sành, men màu da lươn treo lên gác bếp. Đó là thứ nước “tinh túy” của con lợn, có mùi vị của “cổ” lòng luộc chín, người làng tôi gọi là “dấm dút”. Dấm dút để dành đến tháng 3 đói kém, nấu canh thay mỡ và bột ngọt (thứ đặc biệt hiếm của quê tôi ngày ấy). Kì lạ thay nước được luộc bằng xương thịt, mỡ, lòng lợn, có mùi rất đặc trưng. Người làng tôi bảo dấm dút là thứ gia vị đặc biệt nấu canh rất ngon.

Vào tháng ba, rét nằng Bân, mẹ tôi đi làm cỏ lúa chiêm xuân, non trưa, mẹ về, còn nguyên chiếc áo tơi quần quanh thắt lưng kiểu áo cổ xay, tay mẹ cầm mấy củ su hào vào bếp thoăn thoắt lột vỏ thái miếng con chì mẹ cho vào nổi đảo cho su hào mềm thì châm nước, đun sôi, khi su hào chín mẹ khê khàng nhắc chiếc quang mây treo chiếc âu sành xuống và đổ nước “dấm dút” vào xoong. Trong cái rét ngọt tháng ba, cả nhà quây quần quanh mâm cơm trong căn bếp của mẹ. Bát canh su hào nghi ngút hơi bốc lên một mùi vị khác biệt quện với bún non còn vương trên tóc mẹ. Bữa cơm tràn

ngập hơi mẹ thật hấp dẫn. Nó gợi lên trong tôi một mùi Tết xôn xao, phảng phất mùi cái bánh “con” bé xíu nóng hổi bốc vớt ra cho tôi từ nổi bánh chưng, ngọt ngào, mùi bánh mật thơm ngái lá chuối khô của mẹ làm. Bữa cơm tháng ba độn sẵn thiếu thốn mà tràn ngập trong tôi phong vị Tết.

Sau này, tôi đã trải qua nhiều bữa tiệc tùng thơm ngon, bổ dưỡng, nhưng chỉ khi thoảng mùi nước luộc lòng lợn, tôi lại da diết nhớ nét đậm mùi hương mẹ trong bữa cơm nghèo. Nhớ nhưng, ngẫm nghĩ nhiều và tôi hiểu rằng: Mùi “dấm dút” chính là sự yêu thương của mẹ tặng Phong Vị Tết quê nhà cho tôi. Để mỗi khi nhớ về căn bếp nhà mẹ thuở ấu thơ, tâm hồn tôi rung lên lời tụng ca: “Tết về, đất nở muôn hoa. Chỉ nơi có mẹ mới là mùa Xuân”. ■





Hình ảnh những ông đồ cho chữ trong phiên chợ Tết không còn phổ biến.

HẤP DẪN phiên chợ Tết NGÀY XUÂN

Chẳng biết tự bao giờ, đi chợ Tết đã là niềm vui của hầu hết mọi người Việt, từ già trẻ, trai gái, đàn ông, đàn bà... ở nông thôn hay thành thị, ở vùng núi hay hải đảo. Cái cảm giác được hòa vào dòng người náo nhiệt mua mua, bán bán trong phiên chợ Tết giữa tiết Xuân sang khiến lòng người trào dâng cảm xúc, như được trở lại một thời thơ ấu và thêm háo hức đón chờ cái Tết đang đến rất gần!

■ Tản văn của **THANH NGÀ**

Chợ từ xưa đã là một khái niệm hết sức thân thuộc với người Việt, không chỉ là không gian mua bán, đây còn là nơi gặp gỡ, trao đổi tình cảm, tâm tình giữa những người cùng thôn xóm, làng xã. Chợ họp quanh năm nhưng mỗi dịp Tết đến, Xuân về, phiên chợ Tết bỗng trở nên rộn ràng, náo nhiệt và rực rỡ sắc màu hơn rất nhiều.

Theo nhiều tài liệu, Chợ Tết ngày trước thường họp từ 25 tháng Chạp cho đến 30 tháng Chạp, phục vụ cho nhu cầu mua sắm, chuẩn bị cho ngày Tết. Ngày nay, với sự dồi dào hàng hóa các loại, cùng nhu cầu mua sắm tăng cao của người dân, nên phiên chợ Tết dường như đến sớm hơn, thường bắt đầu sau ngày mừng 01 tháng Chạp và sôi động nhất sau ngày Rằm cuối cùng của năm âm lịch. Vào thời điểm này, hàng hóa được đưa về nhiều hơn và chợ cũng được khoác tấm áo mới rực rỡ sắc màu và rộn ràng thanh âm.

Đầu tiên phải kể đến trong phiên chợ Tết là hoa. Bình thường, hoa được bày bán nhiều vào các tuần Rằm hay mừng Một hằng tháng, chủ yếu là các loại hoa truyền thống theo mùa như hồng, cúc, huệ, layơn, mẫu đơn, chứ không đa dạng chủng loại như những ngày gần Tết. Các loại hoa, cây cảnh, đào, mai, quất, cúc, lan... được đưa về từ nhiều địa chỉ trồng hoa nổi tiếng trong cả nước. Tại các chợ ở Hà Nội, không khó để mua được chậu hoa mai vàng Yên Tử từ Quảng Ninh lên, hay từ Bình Định, Thanh Hóa... đưa ra. Cũng không khó để mua nhiều loại hoa mới lạ như Thanh liễu, Tuyết mai, Rum, các loại lan Vũ nữ, Hồ điệp, Phi điệp, Cẩm cù... từ Đà Lạt, Lâm Đồng chuyển ra. Sắc hoa khiến phiên Chợ Tết trở nên lung linh, rực rỡ hơn.

Cùng với hoa, các loại rau củ quả cũng được bày bán nhiều hơn, đa dạng về kích cỡ, chủng loại.

Có vẻ như thời điểm này, các loại hoa quả ngon nhất, đẹp nhất và lạ nhất từ khắp cả nước đều tụ về chợ Tết. Những năm gần đây, năm bắt được nhu cầu ngày một tăng cao của người dân vào mỗi dịp Tết Nguyên đán, các nhà vườn không chỉ tập trung nâng cao chất lượng sản phẩm, mà còn sáng tạo ra nhiều loại củ, quả có hình dáng, độc lạ, bắt mắt. Những quả dưa hấu, hay dưa vàng được khắc chữ Phúc – Lộc – Thọ; những quả bưởi hình hồ lô... xuất hiện không ít tại các phiên chợ trong thành phố cũng như các vùng ngoại ô. Người ta hồ hởi mua về, hoặc làm quà biếu tặng, hoặc trưng lên mâm ngũ quả như một điểm nhấn trên bàn thờ tổ tiên mấy ngày Tết.

Nếu như ở thành thị, vào những tháng cận kề Tết Nguyên đán, tại các trung tâm thương mại, các siêu thị tràn ngập băng rôn, băng hiệu khuyến trương các chương trình khuyến mại, giảm giá



Chợ Tết luôn hấp dẫn với các em nhỏ

nhằm kích cầu mua sắm, thì ở các chợ ven đô, chợ quê cũng ngập tràn các sạp hàng bán đồ khuyến mại, giảm giá để thu hút người dân. Năm bắt được tâm lý muốn sắm sửa đồ đặc trong gia đình khi năm mới đến, các thương lái đã đưa về các phiên chợ Tết đủ loại hàng hóa, từ hàng gia dụng, đến các sản phẩm may mặc, sản phẩm phục vụ sinh hoạt... với giá cả phải chăng để đáp ứng nhu cầu đa dạng của người dân.

Chợ Tết cũng không thể thiếu những gian hàng rực rỡ sắc đỏ bán câu đối, đèn lồng, phong bao lì xì và những phụ kiện trang trí cành đào, những sản phẩm làng nghề như mây tre đan, tò he... Giữa nhịp sống hối hả hôm nay, hình bóng những ông đồ già ngồi viết câu đối nơi góc chợ không còn phổ biến nữa, thay vào đó là những gian hàng bán câu đối, chữ thư pháp được in sẵn, trưng treo lên để khách hàng thoải mái lựa chọn. Tuy rằng nét



Một góc bán hoa cây cảnh tại chợ Tết.

chữ in kia không có được cái hồn vía bay bổng của một người đang đưa nét bút lông mực Tàu lên trên trang giấy xuyên chỉ đầy khoáng đạt, nhưng vẫn đủ sức hấp dẫn nhiều người đến chọn mua chữ về trưng treo như một lời nhắn nhủ về sự coi trọng học hành, chữ nghĩa với bản thân và con cháu. Đây chính là một nét đẹp trong văn hóa Tết của người Việt, thể hiện truyền thống hiếu học đã được ông cha ta gìn giữ bao đời.

Và chợ Tết còn không thể thiếu một góc đủ rộng dành cho những người buôn bán không chuyên, tranh thủ nhặt nhạnh những sản phẩm nuôi trồng được như con gà, cân cá, chục trứng, bó hoa, ít rau cải, nải chuối xanh, cân su hào, ít rau mùi... mang ra chợ những mong kiếm thêm vài đồng sắm sanh cho cái Tết thêm đủ đầy. Những khuôn mặt hiền từ, giọng nói khản khoản mời chào khiến không ít người dù đã mua đầy ắp hàng hóa vẫn nán lại mua thêm con gà, mớ rau... không hề mặc cả, như một sự sẻ chia vậy.

Còn rất nhiều điều có thể kể về chợ Tết hôm nay, tùy theo sự quan sát và cảm nhận của mỗi người, nhưng tôi tin những hình ảnh của chợ Tết luôn khắc sâu trong tâm khảm mỗi người. Vào những ngày cuối năm, đi chợ Tết cũng là một cách buông xả những bận bịu lo toan suốt một năm đã qua, để cảm nhận niềm vui có được cuộc sống no ấm, để thấy được sức sống lâu bền của một nét đẹp văn hóa dân tộc... và đi chợ Tết còn để học sự sẻ chia!

Xuân 2023



“Rong chơi” cùng sắc đỏ Hoa đào

Mỗi dịp Tết đến Xuân về, dòng người lại đổ về làng hoa đào Nhật Tân, dòng người cứ thế đan xen vào những cảnh đào bung sắc thắm. Được “rong chơi” giữa vườn đào khoe sắc thắm, trong không gian tràn ngập hương hoa, những chồi non, nụ biếc đang cựa mình sinh sôi nảy nở đó là dấu hiệu của mùa Xuân đã về.

■ TUẤN ANH - NGUYEN STUDIO Tt



CÔNG TY CỔ PHẦN
BIA HÀ NỘI - KIM BÀI

Địa chỉ: Thị trấn Kim Bài, huyện Thanh Oai, TP. Hà Nội
Điện thoại: 024 3387 3036/ 871 006

Chúc Mừng
Năm Mới
XUÂN QUÝ MÃO
2023





NHỮNG DẤU ẤN XANH

TẠO NÊN MỘT NĂM ĐẦY THẮNG LỢI CHO HEINEKEN VIỆT NAM

Năm 2022 tiếp tục mang đến cho HEINEKEN Việt Nam nhiều thành công vang dội khi nhà ủ bia hàng đầu đã nhanh chóng vượt qua thách thức hậu đại dịch, tiếp tục khẳng định cam kết mạnh mẽ của doanh nghiệp trên hành trình “Vì một Việt Nam tốt đẹp hơn”. Những cột mốc này được thể hiện rõ thông qua 3 trụ cột mà HEINEKEN Việt Nam theo đuổi trong chiến lược phát triển bền vững của mình: Nỗ lực “xanh hóa”; quan tâm đến đất nước, con người và cộng đồng; kinh doanh sáng tạo, có trách nhiệm.

Theo đuổi “tăng trưởng xanh”, hướng đến tương lai bền vững

Thấu hiểu sâu sắc rằng “không có tài nguyên nào là vô tận”, HEINEKEN Việt Nam luôn tiên phong trong những hoạt động bảo tồn tài nguyên và tái sử dụng tài nguyên trong sản xuất kinh doanh, cũng như tích cực lan tỏa tinh thần “xanh hóa” trong cộng đồng doanh nghiệp. Nổi bật trong năm 2022, Công ty đã công bố chương trình hợp tác cùng WWF-Việt Nam nhằm phục hồi nguồn nước ở các lưu vực sông trọng điểm của Việt Nam với tổng ngân sách tài trợ lên đến 30 tỷ đồng. Kéo dài đến năm 2025, chương trình hướng tới mục tiêu bảo tồn 3 tỷ lít nước mỗi năm cho môi trường cũng như sản xuất và hoạt động nhân sinh ở các vùng liên đới.

Bên cạnh bảo tồn nguồn nước, chuyển đổi sử dụng 100% năng lượng sinh khối tại toàn bộ



Cán bộ, nhân viên Heineken Việt Nam trồng cây xanh bảo vệ môi trường.

các nhà máy cũng là một trong những thành tựu ấn tượng của HEINEKEN Việt Nam trên hành trình hướng đến tương lai bền vững. Vào tháng 7/2022, nhà máy bia tại Quảng Nam đã trở thành nhà máy cuối cùng trong số 6 nhà máy bia HEINEKEN Việt Nam hoàn thành mục tiêu sử

dụng năng lượng sinh khối trong nấu bia. Ấn tượng hơn, toàn bộ 6 nhà máy của HEINEKEN Việt Nam đều đã đạt mục tiêu không chất thải chôn lấp từ cuối năm 2021, sớm hơn 4 năm so với dự kiến ban đầu. Như vậy cho đến nay, Công ty đang từng bước hiện thực hoá tham vọng hướng



HEINEKEN Việt Nam được vinh danh trong TOP 2 doanh nghiệp phát triển bền vững nhất Việt Nam năm 2022 do VCCI bình chọn



Nhà máy Bia Heineken Vũng Tàu.

đến phát thải ròng bằng 0 qua việc sử dụng 100% năng lượng tái tạo trong sản xuất, 100% nước được bù hoàn và không còn chất thải chôn lấp.

Năm 2022 cũng chứng kiến một trong những sự kiện quan trọng nhất trong nhiều năm qua của HEINEKEN Việt Nam khi nhà máy HEINEKEN Vũng Tàu - nhà máy bia lớn nhất khu vực Đông Nam Á - đã chính thức khánh thành (9/2022). Sở hữu 27% diện tích được quy hoạch để trồng

cây, với 8% lượng nước thải được tái sử dụng và mức giảm tiêu thụ năng lượng đạt gần một nửa sau 5 năm, nhà máy bia HEINEKEN Vũng Tàu là dấu ấn vô cùng nổi bật trên hành trình “tăng trưởng xanh” của doanh nghiệp. Đồng thời, đây cũng là nhà máy đầu tiên và duy nhất hiện nay trong hệ thống nhà máy của HEINEKEN toàn cầu áp dụng công nghệ lên men hoàn toàn tự động, cho công suất mỗi năm 11 triệu hectolit,

với mức tăng trưởng sản lượng ấn tượng - hơn 36 lần kể từ năm 2017. Tháng 11 vừa qua, HEINEKEN Việt Nam đã ký Biên bản ghi nhớ với Ủy ban Nhân dân tỉnh Bà Rịa - Vũng Tàu, tiếp tục đầu tư thêm 142 triệu USD để mở rộng nhà máy bia Vũng Tàu, đưa tổng mức đầu tư lên hơn 500 triệu USD, nâng công suất từ 11 triệu hecto lít lên 16 triệu hecto lít mỗi năm. Chưa kể, nơi đây còn được xem là trung tâm sáng tạo của HEINEKEN Việt Nam khi đã sản xuất thành công 7 sản phẩm mới lần đầu tiên có mặt tại Việt Nam có thể kể đến như Strongbow, Tiger Platinum, Edelweiss, Heineken 0.0.

Quan tâm đến đất nước, con người và cộng đồng

Không chỉ áp dụng công nghệ cao vào dây chuyền sản xuất hiện đại, gia tăng sản lượng và mang lại những tác động tích cực đến môi trường, HEINEKEN



Xuân
2023



Nhân viên Heineken Việt Nam dọn dẹp bờ biển và phân loại rác thải cho mục đích tái chế.

Việt Nam còn nằm trong số các doanh nghiệp đóng góp nhiều nhất cho sự tăng trưởng của nền kinh tế Việt Nam. Chỉ tính năm 2021, Công ty này đã đóng góp tương đương 0,7 % tổng GDP Việt Nam, góp phần tạo ra giá trị kinh tế cho hàng trăm đối tác trong toàn bộ hệ thống và cung cấp cho thị trường lao động đến 152.000 việc làm, hỗ trợ tích cực cho người dân địa phương.

Hướng đến một thế giới hòa nhập, công bằng và bình đẳng, HEINEKEN Việt Nam cũng là một trong những doanh nghiệp đi đầu trong đấu tranh cho bình đẳng giới, với 36% phụ nữ giữ vị trí lãnh đạo cấp cao và 3/6 giám đốc các nhà máy trên toàn quốc là phụ nữ. Bên cạnh đó, Công ty cũng khuyến khích sự đa dạng và hòa nhập trong văn hóa doanh nghiệp, chú trọng các chính sách an toàn lao động, phát triển nhân tài, đồng thời ưu tiên sử dụng nguồn cung



ứng nội địa, kịp thời hỗ trợ cộng đồng khi khó khăn.

Không chỉ thể hiện hình ảnh một doanh nghiệp có trách nhiệm với an sinh xã hội, HEINEKEN Việt Nam còn lan tỏa tinh thần “Vì một Việt Nam tốt đẹp hơn” đến từng cá nhân làm việc tại Công ty. Khởi động từ 09/08/2022, chuỗi hoạt động “Heineken Cares - Chung tay

sẻ chia” đã nhận được sự tham gia của hơn 800 nhân viên HEINEKEN Việt Nam tại 7 tỉnh, thành phố trên cả nước với nhiều hoạt động nổi bật: trồng cây xanh, làm sạch đường phố, dọn dẹp bờ biển, chăm sóc rừng tái sinh,... Nhân viên HEINEKEN Việt Nam cũng đã trao những phần quà ý nghĩa đến gần 600 bệnh nhân và hộ gia đình khó



khăn, qua đó góp phần mang đến những giá trị tích cực cho cộng đồng và xã hội.

Kinh doanh sáng tạo và có trách nhiệm

Trong suốt 3 thập kỷ đồng hành cùng Việt Nam, bên cạnh tham vọng phát triển bền vững, HEINEKEN Việt Nam còn là doanh nghiệp đi đầu trong kinh doanh sáng tạo và có trách nhiệm. Không ngừng đổi mới, kết hợp kinh nghiệm quốc tế với những hiểu biết sâu sắc về thị trường nội địa, HEINEKEN Việt Nam mang đến cho người tiêu dùng Việt danh mục sản phẩm đa dạng, phù hợp với nhu cầu, sở thích và thời điểm thưởng thức khác nhau. Có thể thấy rõ điều này qua cách tập đoàn đầu ra mắt các sản phẩm mới, đáp ứng thị hiếu khách hàng ở từng phân khúc như: bia tuyết cao cấp Edelweiss với nguyên liệu tinh túy từ núi An-pơ, bia

lúa mì hương vỏ cam độc đáo Tiger Platinum, nước táo lên men Strongbow hương đào Chilly Peach. Hay gần đây nhất là Larue Smooth, một sáng tạo mới về hương vị dành riêng cho người tiêu dùng miền Trung.

Trên hành trình xây dựng văn hóa “uống có trách nhiệm”, HEINEKEN Việt Nam cũng đã cho ra đời sản phẩm đột phá Heineken 0.0. Với 0.0% độ cồn cùng hương vị sáng khoái, Heineken 0.0 đã mang đến những trải nghiệm đầy bất ngờ và thú vị khi sản phẩm này phù hợp để thưởng thức ở bất kỳ đâu, bất kỳ thời điểm nào họ muốn.

Không chỉ sáng tạo trong danh mục sản phẩm, HEINEKEN Việt Nam còn dẫn đầu với những chiến dịch, hoạt động tiếp thị độc đáo, đầy tính tiên phong. Hai năm liên tiếp đoạt giải “Nhà tiếp thị của năm” (Marketer of the Year) tại Lễ trao giải MMA Smarties Vietnam là minh chứng

cho sự vượt trội của doanh nghiệp trong việc thấu hiểu sâu sắc thể hệ người tiêu dùng mới, cũng như nhanh nhạy nắm bắt thời cuộc. Nhờ đó, mỗi chiến dịch truyền thông, tiếp thị của thương hiệu đều nhận được sự đón nhận tích cực của cộng đồng, đặc biệt là giới trẻ.

Không ngừng hướng đến tương lai bền vững thông qua ba trụ cột, trong những năm qua, nỗ lực của HEINEKEN Việt Nam đã được ghi nhận qua nhiều giải thưởng danh giá. Nổi bật nhất, vào ngày 1/12/2022 vừa qua, HEINEKEN Việt Nam đã tiếp tục được vinh danh trong TOP 2 doanh nghiệp phát triển bền vững nhất Việt Nam do VCCI bình chọn, đánh dấu 7 năm liên tiếp nằm trong Top các doanh nghiệp bền vững tại giải thưởng cấp quốc gia này, khép lại một năm 2022 chiến thắng vang dội, và hướng đến một năm mới với nhiều kỳ vọng phía trước. ■



HABECO VỚI MỘT NĂM

Tổng công ty Cổ phần Bia - Rượu - Nước giải khát Hà Nội (HABECO) mới đây đã tổ chức Hội nghị tổng kết nội bộ năm 2022 nhằm tổng kết năm qua đi với những thành tựu đạt được, những thử thách đã vượt qua để đặt ra mục tiêu phát triển trong năm mới 2023.

Phát biểu tại Hội nghị, ông Trần Đình Thanh - Chủ tịch HĐQT HABECO đánh giá, năm 2022 là năm có nhiều biến động do những ảnh hưởng kéo dài của đại dịch Covid - 19, chính sách Zero Covid của Trung Quốc, chiến tranh giữa Nga và Ukraine diễn biến phức tạp dẫn đến khủng hoảng năng lượng, lạm phát tăng cao trên toàn cầu đã đẩy giá nguyên vật liệu tăng cao, đặc biệt là đối với những nguyên liệu nhập khẩu, nguồn cung bị đứt gãy, chuỗi cung ứng logistic và lưu thông hàng hóa. Dù hoạt động kinh tế - xã hội trong nước dần trở lại bình thường, song thu nhập của người tiêu dùng giảm nên đã ảnh hưởng lớn đến sức mua những sản phẩm không thiết yếu như bia, rượu, nước giải khát. Cùng với đó, cạnh tranh giữa các hãng bia ngày càng khốc liệt.

Ước tính tình hình thực hiện hoạt động sản xuất kinh doanh năm 2022, Công ty mẹ HABECO ước đạt 6.801 tỷ đồng doanh thu tiêu thụ các sản phẩm chính và 375,3 tỷ đồng lợi nhuận trước thuế, lần lượt hoàn thành vượt 2,97% kế hoạch doanh thu và 36,5% kế hoạch lợi nhuận được Đại hội đồng cổ đông thường niên đề ra, nộp ngân sách: 1.827,8 tỷ đồng, tăng 19% so với cùng kỳ.

Trong năm 2022, HABECO đã



Ông Trần Đình Thanh - Chủ tịch HĐQT HABECO phát biểu tại Hội nghị.

luôn nỗ lực tìm kiếm và thực hiện các giải pháp tháo gỡ khó khăn, bảo vệ và gia tăng thị phần của Tổng công ty và các đơn vị thành viên như thúc đẩy tiêu thụ sản phẩm trên các sàn thương mại điện tử Tiki, Shopee và Lazada, cho ra mắt Cửa hàng Giới thiệu và kinh doanh các sản phẩm Bia Hơi Hà Nội và chuỗi Vườn bia Hà Nội tại các địa phương. Cùng với đó, HABECO liên tục tổ chức các chương trình khuyến mại vào dịp bán hàng cao điểm Hè và Tết,... nhằm tăng cường quảng bá thương hiệu, gia tăng khả năng tiếp cận đến các khách hàng mục tiêu. Song song với công tác thị trường, việc nâng cấp thiết kế bao bì, đổi mới hình thức mẫu mã cũng đã được HABECO chú trọng, tạo nên sự nổi bật và hấp dẫn

hơn của các dòng sản phẩm, phù hợp với thị hiếu các nhóm khách hàng mục tiêu. Trong năm 2022, HABECO đã cho ra mắt bao bì lon sleek đối với sản phẩm Trúc Bạch, Hanoi Bold và Hanoi Light, Hanoi Beer Premium. Việc bám sát cung cầu thị trường vật tư, nguyên liệu để tính toán thời điểm nhập hàng phù hợp, nỗ lực đàm phán giá với nhà cung ứng cũng đem lại những kết quả khả quan, không chỉ giúp đảm bảo đầy đủ nguồn nguyên liệu cho sản xuất mà còn giảm bớt áp lực chi phí đầu vào.

Phía sau thành công của HABECO trong năm 2022 là rất nhiều sự nỗ lực bền bỉ của mỗi tập thể phòng/ban và cá nhân, tất cả đều cố gắng phấn đấu hoàn thành tốt nhiệm vụ của mình, góp phần vào thắng lợi chung của

THÀNH CÔNG TRÊN MỌI HOẠT ĐỘNG



Tổng công ty. Ghi nhận những nỗ lực đó, Ban lãnh đạo HABECO đã trao tặng các danh hiệu tập thể và cá nhân xuất sắc hoàn thành nhiệm vụ năm 2022, qua đó cổ vũ, động viên CBCNV tiếp tục cống hiến và đóng góp cho thành tựu phát triển của HABECO.

Bước sang năm 2023, tình hình sản xuất kinh doanh của Tổng công ty được đánh giá sẽ phải tiếp tục đối mặt nhiều khó khăn, thách thức. Trên thế giới, việc xung đột quân sự tại Châu Âu kéo dài, diễn biến dịch bệnh còn phức tạp tại một số nền kinh tế lớn đang dẫn đến nguy cơ suy thoái kinh tế toàn cầu cùng rủi ro tiếp tục đứt gãy chuỗi cung ứng, gây ra tình trạng biến động thất thường của giá các loại hàng hóa, nguyên vật liệu khiến công tác dự báo và nhập nguyên vật liệu gặp nhiều khó khăn. Một số nguyên vật liệu sản xuất chính như malt, hoa houblon, gạo, đường, ... đang được dự báo tiếp tục tăng giá ngay từ đầu năm 2023. Tại thị trường trong nước,

dù tình hình kiểm soát dịch bệnh đã có những diễn biến tích cực từ cuối năm 2021, hoạt động kinh tế - xã hội dần trở lại bình thường đã tạo điều kiện để các doanh nghiệp, trong đó có HABECO sản xuất kinh doanh thuận lợi hơn. Tuy nhiên, thu nhập của người tiêu dùng giảm sau dịch bệnh đã ảnh hưởng lớn đến sức mua của người tiêu dùng, đặc biệt là đối với những sản phẩm không thiết yếu như bia, rượu, nước giải khát. Sức cầu yếu càng khiến áp lực cạnh tranh giữa các hãng bia khốc liệt hơn. Trước bối cảnh đó, HABECO

xác định tập trung vào xây dựng thương hiệu, quảng bá sản phẩm, gia tăng kết nối người tiêu dùng; đầu tư mở rộng, đa dạng hóa kênh phân phối; nghiên cứu, phát triển dòng sản phẩm mới.

Để tiếp tục duy trì thành quả và phát triển mạnh mẽ hơn trong năm tới, mỗi người HABECO cần nỗ lực phát huy tinh thần tập thể, tạo ra một phong trào thi đua vượt qua mọi khó khăn, tiếp tục vững bước phát triển, hướng tới những mốc son mới của một doanh nghiệp tự hào là Thương hiệu Quốc gia Việt Nam.■





HÀNH TRÌNH 10 NĂM HOẠT ĐỘNG VÀ PHÁT TRIỂN CỦA VINABECO

VinaBeco - Công ty Cổ phần Công nghệ Bia Rượu Nước giải khát Việt Nam được thành lập năm 2010 với mục tiêu mang đến những giải pháp công nghệ mới, công nghệ tiên tiến của thế giới góp phần hỗ trợ thúc đẩy mục tiêu phát triển cho các nhà máy hoạt động trong lĩnh vực bia, rượu, nước giải khát và ngành thực phẩm tại Việt Nam.

Ngay từ ngày đầu thành lập, VinaBeco hoạt động trong lĩnh vực: đào tạo, tư vấn và chuyển giao công nghệ sản xuất đồ uống thực phẩm. Đến năm 2012, VinaBeco chính thức đi vào hoạt động cung cấp dịch vụ đào tạo nếm thử cảm quan; triển khai thành công khóa học Đào tạo đánh giá cảm quan cho các nhà máy sản xuất bia thuộc SABECO và HABECO. Từ đó tạo dựng uy tín và độ tin cậy trên thị trường ngành Đồ uống Việt Nam trong cung cấp dịch vụ. Đánh dấu cột mốc đầu tiên cho hành trình 10 năm hoạt động và phát triển của Công ty.

Triết lý kinh doanh là nền tảng phát triển doanh nghiệp

VinaBeco lấy triết lý kinh doanh làm nền tảng cho sự phát triển bền vững, kết hợp, tương tác chặt chẽ các dịch vụ tạo thành chuỗi cung ứng tối ưu hóa nhất cho khách hàng, khẳng định vị thế, uy tín trách nhiệm trong hoạt động sản xuất, kinh doanh của Công ty.

“Nói là làm, làm phải có tâm và tâm luôn phải sáng”

Hiện nay, VinaBeco đang cung cấp đa dạng các sản phẩm, dịch vụ như:

- Dịch vụ: Đào tạo nếm thử cảm quan.
- Các nguyên phụ liệu cho sản xuất bia: Enzyme, Nấm Men, chất trợ lọc, hoa Houblon, Malt, phụ gia thực phẩm, keo dán thùng, keo dán nhãn...
- Các loại hóa chất công nghiệp sử dụng trong các nhà máy sản xuất đồ uống, thực phẩm: Hóa chất tẩy rửa - vệ sinh - khử trùng công nghiệp...

VinaBeco đã trở thành đối tác tin cậy là nhà phân phối độc quyền của các hãng cung cấp nguyên liệu phụ gia và hóa chất ngành công nghiệp chế biến đồ uống và thực phẩm nổi tiếng trên thế giới như: Chất trợ lọc (Showa); Hóa chất vệ sinh công nghiệp (Kersia Sopura); Malt đại mạch (Joe White); Enzyme (IFF-Danisco); hoa và tinh dầu houblon (Crosby Hop Farm - Total natural); Silicagel-



C.E.O Lê Viết Thắng - Chủ tịch Hội đồng Quản trị VINABECO.

VPVP (Stabifix); keo dán thùng, keo dán nhãn (Tex Year), Mùi cảm quan và Nấm Men (Cara)...

“Think food & beverage, think VinaBeco!”

Bằng năng lực và kinh nghiệm của mình cộng thêm sự tận tâm với nghề, VinaBeco đã khẳng định được vị thế trong ngành Đồ uống Việt Nam. Khách hàng của VinaBeco trải dài trên khắp cả nước là hệ thống các nhà máy sản xuất bia thuộc Heineken, SABECO, HABECO; các khách hàng lớn khác như: Carlsberg, Vinamilk, Tân Hiệp Phát, Masan, Lavie, TH true milk, Đường Quảng Ngãi, Bia Dung Quất, Bia Việt Hà, Bia Hạ Long...

Vươn tới khát vọng phát triển vững bền

Khẳng định những thành quả đã đạt được, tháng 6 năm 2022, VinaBeco chính thức chuyển trụ sở Công ty tới địa điểm mới tại Khu đô thị mới Cầu Bươu với diện tích 750m² - ngay gần trung tâm Thủ đô Hà Nội. Đây là dấu ấn 10 năm không ngừng đổi mới và phát triển của Công ty.

Nhằm hướng tới môi trường làm việc khang trang, hiện đại, chuyên nghiệp năng động, sáng tạo, áp dụng chế độ đãi ngộ xứng đáng, đào tạo và tự đào tạo những tài năng trẻ kết hợp với chính sách ưu đãi đặc biệt



Ban Lãnh đạo và tập thể cán bộ nhân viên VINABECO tại Trụ sở Công ty.

dành cho các chuyên gia cao cấp trong và ngoài nước, VinaBeco cùng với các Tiến sĩ, Thạc sĩ, Kỹ sư, Cử nhân tài năng, các kỹ thuật viên tay nghề điêu luyện, với đội ngũ nhân sự hùng hậu và sự góp mặt của đầy đủ lãnh đạo, cán bộ nhân viên Công ty. C.E.O Lê Viết Thắng - Chủ tịch HĐQT VinaBeco chia sẻ: “Để dẫn dắt VinaBeco đi được tới thành công như hiện tại, trong quá trình thành lập, hoạt động và phát triển đã gặp rất nhiều khó khăn. Tuy nhiên, khi bắt đầu bất cứ công việc gì trước tiên phải đam mê, hăng say và luôn hành động miệt mài với những mục tiêu đặt ra ngày càng được nâng cao. Chính những nỗ lực không mệt mỏi đó đã mang lại nhiều thành quả cho VinaBeco như ngày hôm nay”.

VinaBeco luôn tâm niệm: không ngừng tìm tòi, nghiên cứu tiếp cận công nghệ hiện đại nhất của thế giới từ các hội chợ lớn như Drinktec-Munich, Propack, ChinaBrew... được áp dụng vào thị trường Việt Nam. Từ đó có các giải pháp về nguyên liệu, thiết bị, công nghệ nhằm góp phần cải thiện năng suất, chất lượng sản phẩm cho các nhà máy sản xuất thực phẩm, đồ uống, đáp ứng nhu cầu ngày càng cao của khách hàng. Nhưng, giá thành tối ưu hơn mà thiết bị vẫn được giữ nguyên, nghĩa là không phát sinh thêm chi phí, thậm chí tiết kiệm hơn.

Nhắc tới VinaBeco, không thể không nhắc tới AlphaGroup - hai đứa “con đẻ” của vị doanh nhân trẻ Lê Viết Thắng được sinh ra trong gia đình Doanh Nhân Văn Hóa được UNESCO công nhận. AlphaGroup là tổng thầu M&E, chuyên cung cấp thiết bị, dịch vụ bảo trì, thay thế



Bà Đặng Thị Diễm Hương - Phó Tổng Giám đốc VINABECO.

cải tạo nâng cấp cho các nhà máy bia rượu và thực phẩm, đến nay đã trở thành tập đoàn đa ngành lớn mạnh với đội ngũ nhân sự nhiều kinh nghiệm kinh qua thiết kế chế tạo thi công hầu hết các nhà máy bia tại Việt Nam và cùng các công ty thành viên như: SWIDE, NTE...

Những dịch vụ trên có tính liên kết, kế thừa, hỗ trợ chặt chẽ, không chỉ giúp gia tăng sức cạnh tranh của AlphaGroup & VinaBeco mà còn mang lại hiệu quả, chất lượng vượt trội cho khách hàng, đối tác đặc biệt trong ngành thực phẩm, đồ uống.

Trải qua 12 năm hình thành và phát triển, VinaBeco và Alphagroup sẽ tiếp tục bước tới những cột mốc mới, những thành tựu mới trong tương lai hướng đến khát vọng trở thành bộ phận vững mạnh góp sức cho các doanh nghiệp ngành Đồ uống Việt Nam vươn lên một tầm cao mới. ■



COCA-COLA MANG ĐẾN THÔNG điệp MỚI

“TẾT DẦU ĐỔI THAY, DIỆU KỲ VẪN Ở ĐÂY”

Ngày 17 tháng 12 năm 2022, Coca-Cola Việt Nam khởi động chiến dịch Tết 2023 cùng thông điệp “Tết dầu đổi thay, diệu kỳ vẫn ở đây” nhằm tôn vinh giá trị của bữa ăn sum họp gia đình ngày Tết qua nhiều thế hệ. Chào Xuân năm nay, Coca-Cola Việt Nam sẽ triển khai nhiều hoạt động ý nghĩa theo cả hai hình thức trực tuyến và trực tiếp.





Những hình ảnh đậm đà sắc Xuân từ chiến dịch Tết của Coca-Cola Việt Nam sẽ phủ sóng trên khắp các nền tảng mạng xã hội và phương tiện truyền thông đại chúng, báo đài, các biển quảng cáo trên đường phố và trung tâm thương mại, đến các sự kiện ngoài trời quy mô lớn. Tất cả đều gợi nhắc về giá trị của những khoảnh khắc diệu kỳ làm nên Tết, truyền tải ý nghĩa thông điệp rằng đầu Tết đổi thay qua nhiều năm, nhưng chính những cảm xúc ấm áp của tình thân trong khoảnh khắc sum vầy bên mâm cơm gia đình sẽ mãi vẹn nguyên giá trị.

Hiện diện trong bữa ăn của hàng triệu gia đình Việt trong gần 3 thập kỷ qua, Coca-Cola Việt Nam thấu hiểu giá trị của sự gắn kết, đặc biệt trong dịp Tết cổ truyền, một trong những lễ hội truyền thống quan trọng nhất của người dân Việt Nam. Cùng với đó, hình ảnh những cánh én vàng, “biểu tượng” của COCA-COLA® mang Tết đến mọi gia đình Việt, mỗi năm lại khoác lên mình một bộ cánh khác nhau để truyền tải những thông điệp mới. Năm nay, Coca-Cola Việt Nam hợp tác cùng họa sĩ trẻ Khim Đăng ra

mất bộ sản phẩm Tết 2023 với 3 thiết kế én vàng tượng trưng cho 3 miền Bắc, Trung, Nam với các thông điệp “Nồng hậu”, “Niềm tin” và “Chân tình”. Hình ảnh én vàng cách điệu năm nay được lấy cảm hứng từ các họa tiết trên Trống Đồng, hoa văn Cung Đình Huế, và họa tiết trang trí gốm sứ Biên Hòa. Sự hội tụ của những cánh én từ 3 miền đất nước trên thiết kế mới của COCA-COLA® không chỉ thể hiện tinh thần Tết gắn kết mà còn góp phần lan tỏa nét đẹp văn hoá Việt Nam. Giờ đây, người tiêu dùng đã có thể mua các sản phẩm COCA-COLA® phiên bản Tết 2023 tại các đại lý trên toàn quốc và trên sàn thương mại điện tử Lazada với nhiều ưu đãi hấp dẫn.

Bên cạnh hình ảnh én vàng đặc trưng, mỗi năm Coca-Cola đều khai thác một khía cạnh mới về những giá trị diệu kỳ trong mỗi dịp Tết đến Xuân về. Với chiến dịch năm nay, khoảnh khắc gắn kết bên mâm cơm gia đình chính là điều diệu kỳ mà Coca-Cola muốn lan tỏa trong cộng đồng. Cụ thể, Coca-Cola sẽ mang đến một hoạt động tương tác thú vị mang tên “Bàn ăn diệu kỳ vượt thời gian” trên trang web của chiến dịch. Người dùng có thể scan QR code trên bất kỳ sản phẩm COCA-

COLA® Tết 2023, đăng nhập để chia sẻ những khoảnh khắc gia đình quây quần bên mâm cơm Tết, trang web sẽ tự động ghép và thiết kế ảnh theo phong cách những thập niên khác nhau, tạo ra những chiếc thiệp Tết đặc biệt, và người dùng có thể chia sẻ thiệp này trên các nền tảng mạng xã hội khác. Ngoài ra, mỗi lượt tham gia tương tác, người dùng còn có cơ hội nhận voucher mua hàng hoặc order thức ăn trên các sàn thương mại điện tử. Thông qua những bức ảnh bàn ăn gia đình vượt thời gian, Coca-Cola mong rằng mọi người sẽ phần nào cảm nhận được Tết đã thay đổi như thế nào qua các năm, nhưng điều diệu kỳ của tình thân vẫn sống mãi trong từng gia đình Việt.

Không chỉ thu hút tương tác thông qua các hoạt động trực tuyến, Tết năm nay, Coca-Cola còn mang đến cho người tiêu dùng tại Thành phố Hồ Chí Minh một chương trình lễ hội đặc sắc, với không gian chụp hình ngập tràn sắc đỏ cùng hàng chục gian hàng trò chơi dân gian, các món ngon ngày Tết... tại sân vận động Hoa Lư (số 2 Đinh Tiên Hoàng, P. Đa Kao, Quận 1, TP.HCM). Chương trình mở cửa miễn phí chào đón khách tham quan trong vòng hai tuần từ ngày 24 tháng 12 năm 2022 đến hết ngày 8 tháng 01 năm 2023. Trong thời gian diễn ra chương trình, Coca-Cola có một sự kiện quy mô lớn quy tụ hàng ngàn gia đình và người nổi tiếng để cùng tạo nên một điều kỳ diệu thú vị với Coca-Cola, sự kiện đặc biệt này được diễn ra vào ngày 8 tháng 01 năm 2023.

“COCA-COLA® tự hào là một phần trong cuộc sống của nhiều thế hệ người tiêu dùng Việt Nam. Chúng tôi vinh dự khi trở thành



người bạn đồng hành chúng kiến khoảnh khắc gắn kết diệu kỳ của hàng triệu gia đình Việt trong mỗi bữa cơm, mỗi dịp sum vầy. Với thông điệp “Tết đầu đổi thay, diệu kỳ vẫn ở đây”, chúng tôi muốn cùng mọi người ôn lại kỷ niệm cũ, cảm nhận rõ nét sự ấm áp của mâm cơm ngày Tết, để trân trọng hơn những giá trị trường tồn của gia đình, của ngày Tết cổ truyền chưa bao giờ mai một. Coca-Cola tin rằng điều diệu kỳ luôn hiện hữu, và thông qua chiến dịch Tết năm nay, chúng tôi hy vọng có thể truyền tải rộng rãi thông điệp tích cực về tình thân, sự sẻ chia và gắn kết gia đình đến mọi nhà”, bà Nguyễn Lan Yến, Giám đốc Marketing Coca-Cola Việt Nam chia sẻ.

Mùa Tết 2023 của Coca-Cola đã được khởi động với video quảng cáo (TVC) truyền tải thông điệp chính của toàn bộ chiến dịch “Tết đầu đổi thay, diệu kỳ vẫn ở đây”. Video dài 60 giây đưa người xem du hành thời gian, theo chân quá trình trưởng thành của một chàng trai trong hai thập kỷ. Trải qua bao đổi thay, chàng trai độc thân ngày nào giờ đã có gia đình nhỏ cho riêng mình, duy chỉ có điều diệu kỳ đến từ tình thân và không khí ấm áp từ bữa cơm gia đình là không bao giờ lay chuyển. Suốt khoảng thời gian ấy, COCA-COLA® như món quà Tết không thể thiếu trong mỗi bữa ăn sum họp gia đình, giúp tình thân thêm gắn kết. Năm nay, COCA-COLA® tiếp tục là một trong những nhãn hàng ra mắt TVC Tết sớm nhất, mang đến những thước phim gần gũi, ấm áp tình cảm gia đình



và đậm nét đẹp văn hóa Việt. Mọi người có thể xem TVC Tết 2023 trên fanpage của COCA-COLA®. Cuộc sống không ngừng thay đổi với những điều mới lạ, nhưng những giá trị cốt lõi sẽ vẫn trường tồn với thời gian. Tết này, hãy cùng bạn bè, người thân ghé thăm những miền ký ức cũ, ôn lại khoảng thời gian quý báu cùng gia đình bên mâm cơm ngày Tết với COCA-COLA®. Để tìm hiểu thêm thông tin về công ty và nhãn hàng, vui lòng truy cập <https://www.cocacolavietnam.com/news>

Về Coca-Cola Việt Nam

COCA-COLA là một trong những thương hiệu quốc tế nổi tiếng nhất tại Việt Nam. Coca-Cola Việt Nam hiện có các nhà máy đặt tại Thành phố Hồ Chí Minh, Đà Nẵng và Hà Nội, tạo ra khoảng 2.000 công việc trực tiếp cũng như gián tiếp tạo số lượng việc làm gấp 6 đến 8 lần từ các hoạt động trong chuỗi cung ứng của mình. Với định hướng trở thành công ty nước giải khát toàn diện, hướng đến người tiêu dùng, Công ty không ngừng cải tiến và cung cấp nhiều

loại nước giải khát đa dạng, chất lượng, bao gồm các dòng sản phẩm ít đường và không đường. Các nhãn hiệu nước giải khát của Coca-Cola tại Việt Nam bao gồm: COCA-COLA, COCA-COLA LIGHT, COCA-COLA giảm đường, COCA-COLA ZERO, COCA-COLA PLUS, SPRITE, FANTA, MINUTE MAID TEPPY, MINUTE MAID SPLASH, GEORGIA MAX COFFEE, NUTRIBOOST, DASANI, AQUARIUS, SMARTWATER, SCHWEPPEs và FUZETEA+.

Cam kết tạo ra những giá trị tích cực cho cộng đồng nơi doanh nghiệp hoạt động, Coca-Cola xem phát triển bền vững là trọng tâm trong các hoạt động của mình. Công ty không ngừng kiến tạo các cộng đồng bền vững tại địa phương. Từ năm 2010, Công ty đã đầu tư hàng triệu USD vào các dự án xã hội tại Việt Nam bao gồm sáng kiến EKOCENTER, các chương trình cung cấp nước sạch, trao quyền cho phụ nữ và doanh nghiệp vừa và nhỏ tại địa phương, hỗ trợ các gia đình khó khăn, quyên góp cho hoạt động cứu trợ thiên tai. Để biết thêm chi tiết, xin vui lòng truy cập trang web: <https://www.cocacolavietnam.com/>. ■



HABECO
HNP Brewery Jsc.

CÔNG TY CỔ PHẦN BIA HÀ NỘI - HẢI PHÒNG

Số 16 Đường Lạch Tray - Phường Lạch Tray - Quận Ngô Quyền - TP Hải Phòng

Nhà máy sản xuất: 85 Lê Duẩn - Quán Trữ - Kiến An - Hải Phòng

Email: contact@habecohnp.com.vn | Web: habecohnp.com.vn | Hotline: 0225.222.6868

*Chúc Mừng
Năm Mới*



2023

HAPPY NEW YEAR





CÔNG TY CP BIA HÀ NỘI - HỒNG HÀ:

ĐẠT TOÀN DIỆN CÁC CHỈ TIÊU NĂM 2022

Mới đây, Công ty Cổ phần Bia Hà Nội - Hồng Hà tổ chức Tiệc tất niên năm 2022 tổng kết, tri ân các khách hàng, đại lý tiêu biểu và trao thưởng cho tập thể, cá nhân có thành tích xuất sắc.

■ NGUYỄN ANH

Tham dự chương trình có bà Nguyễn Thị Thủy - Bí thư Đảng ủy Khối Doanh nghiệp tỉnh Phú Thọ, ông Ngô Quế Lâm - Tổng giám đốc Tổng công ty Cổ phần Bia - Rượu - Nước giải khát Hà Nội (HABECO), ông Bùi Trường Thắng - Phó TGD HABECO, ông Vũ Xuân Dũng - Phó TGD HABECO, ông Trần Thuận An - Phó TGD HABECO, Ban lãnh đạo Công ty CP Bia Hà Nội - Hồng Hà, nguyên Lãnh đạo Công ty, Giám đốc các công ty con của HABECO, Trưởng các Phòng ban của HABECO, đại diện các nhà cung ứng, nhà phân phối, đối tác...

Năm 2022 - một năm với nhiều khó khăn, thử thách do ảnh hưởng của dịch bệnh, khủng hoảng của xung đột Nga - Ukraina, nhu cầu tiêu dùng của người dân giảm, ảnh hưởng tới sức mua sắm các mặt hàng thiết yếu nói chung và mặt hàng bia, rượu nói riêng. Với truyền thống đoàn kết, quyết tâm chinh phục mọi đỉnh cao, Ban lãnh đạo Công ty CP Bia Hà Nội - Hồng Hà đã đưa ra những định hướng, chiến lược phù hợp với tình hình thực tế, góp phần ổn định sản xuất kinh doanh, đảm bảo việc làm, thu nhập cho người lao động, thực hiện đầy đủ nghĩa vụ với nhà nước.



Ông Ngô Quế Lâm - Tổng giám đốc HABECO ghi nhận nỗ lực và thành tích xuất sắc của Ban lãnh đạo Công ty CP Bia Hà Nội - Hồng Hà trong năm 2022.

Với sự quan tâm, tạo điều kiện của lãnh đạo Đảng ủy Khối Doanh nghiệp tỉnh Phú Thọ, lãnh đạo HABECO, Công ty CP Bia Hà Nội - Hồng Hà đã quyết tâm phấn đấu, phát huy tinh thần đoàn kết, khắc phục khó khăn để xây dựng và định hướng kinh doanh đúng đắn và đạt được mọi chỉ tiêu, kế hoạch đề ra. Năm 2022, doanh thu của Công ty đạt trên 152 tỷ đồng, lợi nhuận trước thuế đạt hơn 19,4 tỷ đồng, nộp ngân sách nhà nước trên 122 tỷ đồng.

Công ty thực hiện đầy đủ các chế độ bảo hiểm xã hội, bảo hiểm lao động, bảo hiểm thất nghiệp, an toàn lao động và nhiều chế

độ khác cho người lao động theo đúng quy định của nhà nước. Hơn nữa còn thường xuyên tổ chức cho người lao động tham quan, học tập trau dồi kinh nghiệm. Trình độ, năng lực chuyên môn của người lao động toàn Công ty ngày càng được nâng cao.

Với quyết tâm đổi mới, sáng tạo không ngừng, năm 2022, Công ty đã đạt được kết quả toàn diện trên mọi lĩnh vực, tinh thần sáng tạo trong công nhân viên không ngừng được phát huy.

Phát biểu tại chương trình, ông Ngô Quế Lâm - Tổng giám đốc HABECO biểu dương và đánh giá cao những nỗ lực và thành



Các cá nhân đạt Chiến sỹ thi đua có thành tích xuất sắc năm 2022.



Vinh danh các tập thể lao động xuất sắc năm 2022.



Lãnh đạo Công ty Cổ phần Bia Hà Nội - Hồng Hà trao thưởng, vinh danh các đại lý, nhà phân phối xuất sắc năm 2022.

tích đạt được của Công ty CP Bia Hà Nội - Hồng Hà. Lãnh đạo Công ty CP Bia Hà Nội - Hồng Hà rất năng động, đưa ra nhiều giải pháp đổi mới trong hoạt động

sản xuất, kinh doanh. Mặc dù thị trường cạnh tranh ngày càng lớn nhưng hoạt động của Công ty rất hiệu quả, đóng góp vào sự phát triển của HABECO, góp phần phát

triển thương hiệu và tiêu thụ sản phẩm Bia Hà Nội.

"Bước sang năm 2023, tình hình kinh tế vẫn còn nhiều khó khăn, để giữ vững những thành quả đạt được và phát triển hơn nữa, Ban lãnh đạo và toàn thể cán bộ, công nhân viên trong Công ty cần giữ vững tinh thần, tiếp tục tiết kiệm trong sản xuất, nâng cao năng suất, nỗ lực hơn trong công tác kinh doanh, đặc biệt là phục vụ khách hàng, hợp tác cùng nhau phát triển. Giữ vững thương hiệu dẫn đầu của tỉnh Phú Thọ, tăng cường mở rộng thị trường tại tỉnh Phú Thọ và các tỉnh lân cận", ông Ngô Quốc Lâm nhấn mạnh.

Tại Tiệc tất niên 2022, ông Lê Văn Tình - Giám đốc Công ty CP Bia Hà Nội - Hồng Hà chia sẻ: Trong năm vừa qua, mặc dù có nhiều khó khăn, thách thức, giá nguyên, nhiên liệu đầu vào tăng cao, thị trường cạnh tranh nhưng tập thể, cán bộ, công nhân viên và người lao động trong Công ty đã nỗ lực vượt qua khó khăn để đạt được nhiều thành quả. Để có những thành quả đó, Công ty CP Bia Hà Nội - Hồng Hà trân trọng cảm ơn sự quan tâm, chỉ đạo của Tỉnh ủy, UBND, các sở, ngành tỉnh Phú Thọ, Đảng ủy Khối Doanh nghiệp tỉnh Phú Thọ, đặc biệt là sự quan tâm, chỉ đạo của Ban lãnh đạo Tổng công ty và sự đồng hành, gắn bó của các đối tác, khách hàng, nhà phân phối...

Tại chương trình tổng kết, Công ty CP Bia Hà Nội - Hồng Hà đã vinh danh, khen thưởng các tập thể, cá nhân lao động xuất sắc, chiến sỹ thi đua cấp cơ sở. Ngoài ra, Công ty còn tri ân các đại lý, đối tác, nhà phân phối có thành tích xuất sắc, tiêu biểu trong công tác tiêu thụ sản phẩm năm 2022 gồm 1 giải Nhất, 2 giải Nhì, 3 giải Ba và 6 giải Khuyến khích.■



GIẢI VIỆT DÃ BTV - NUMBER 1 CHÀO NĂM MỚI 2023

Việt dã chào năm mới 2023 BTV Number 1 đã diễn ra vào sáng 01/01/2023, tại Trung tâm Hội nghị và Triển lãm tỉnh Bình Dương, với sự tham dự đông đảo của 1000 VĐV trong và ngoài tỉnh Bình Dương. Đồng hành với Giải là nhà tài trợ Tân Hiệp Phát.

Giải việt dã BTV – Number 1 là giải đấu thường niên đã được Liên đoàn điền kinh Việt Nam đưa vào hệ thống thi đấu quốc gia hàng năm do Đài Phát thanh – Truyền hình Bình Dương phối hợp với Sở VHTTDL Bình Dương tổ chức. Mùa giải năm 2023 diễn ra đúng sự kiện kỷ niệm 26 năm ngày tái lập tỉnh Bình Dương (01/01/1997-01/01/2023) khiến cho giải thi đấu càng thêm phần hấp dẫn với thông điệp cùng nhau đoàn kết bước vào năm mới với nhiều thắng lợi mới, góp phần xây dựng tỉnh Bình Dương ngày càng giàu đẹp, văn minh.

Hơn 1.000 vận động viên đến từ 25 đơn vị thuộc các tỉnh thành trên cả nước đã quy tụ về để cùng tham gia tranh tài tại giải việt dã “Chào năm mới 2023” BTV – Number 1. Có thể nói đây là một trong những giải thi đấu được người yêu thể thao nói chung và đặc biệt là bộ môn điền kinh nói riêng vô cùng háo hức, mong chờ không chỉ bởi giải thưởng hay thành tích mà còn hướng đến tinh thần thể thao được ban tổ chức giữ lửa bền bỉ suốt 24 năm qua.

Đồng hành cùng giải việt dã BTV - Number 1 ngay từ những năm khởi tranh đầu tiên, Tập đoàn Tân Hiệp Phát là đơn vị tài trợ chính của mùa giải năm nay. Phát biểu tại buổi khai mạc, Phó Tổng giám đốc Tập đoàn – bà Trần Uyên Phương chia sẻ: “Năm 2023 chính thức khởi động mùa giải năm thứ 24 cũng chính là cột mốc đánh dấu 24 năm Tập đoàn Tân Hiệp Phát và Nhân hàng Number 1 vinh dự được đồng hành cùng Đài Phát thanh - Truyền hình Bình Dương, Sở Văn hóa – Thể thao và Du lịch tổ chức giải



Bà Trần Uyên Phương - Đại diện Tập đoàn Tân Hiệp Phát (nhà tài trợ chính của giải đấu) chia sẻ tại buổi lễ khai mạc.

việt dã Bình Dương - Number 1 trong vai trò nhà tài trợ chính. Chúng tôi rất vui khi mùa giải năm nay thu hút đông đảo sự tham gia của các vận động viên đến từ nhiều tỉnh thành khác nhau. Điều này tạo nên không khí thể thao sôi động dành cho những người yêu thể thao đặc biệt là bộ môn điền kinh nhân dịp đầu năm mới”.

Tiếp sức thi đấu cho các đội tuyển tại mùa giải năm nay, ngoài sản phẩm Number 1 Active hương Chanh muối “Bù nước bù khoáng, phục hồi sức mạnh” quen thuộc, Tập đoàn Tân Hiệp Phát và Nhân hàng Number 1 đã mang đến thêm sản phẩm mới là sữa đậu nành Number 1 Soya Canxi “Chai siêu cool, xương siêu cứng”. Đây là sản phẩm được Tập đoàn vừa cho ra mắt vào tháng 12/2021 với thành phần dinh dưỡng cao, bổ sung thêm canxi giúp xương cứng cáp và chai tiện lợi có thể mang đi uống ở bất kỳ đâu. Các sản phẩm đến từ Nhân hàng Number 1



Ban tổ chức và đại diện đơn vị tài trợ trao giải thưởng cho những cá nhân có thành tích xuất sắc.

không chỉ mang đến nguồn năng lượng, sự bền bỉ mà còn bổ sung thành phần dinh dưỡng, nâng cao sức khỏe và sự dẻo dai cho cơ thể sẵn sàng giúp các vận động viên tự tin chinh phục mọi thử thách, kể cả trong thi đấu thể thao

Không chỉ xuất hiện trong vai trò nhà tài trợ chính, Tân Hiệp Phát cũng tham gia thi đấu với số lượng VĐV đông đảo đến từ tập thể cán bộ công nhân viên và lãnh đạo của tập đoàn. Phó Tổng giám đốc tập đoàn cho biết tinh thần thể thao và rèn luyện sức khỏe luôn được Tân Hiệp Phát chú trọng và không ngừng lan tỏa đến đội ngũ của mình. Tham gia Giải việt dã BTV – Number 1, CBCNV Tân Hiệp Phát đặt mục tiêu xây dựng bản lĩnh để sẵn sàng vượt qua thử thách, giới hạn bản thân để đóng góp cho tập thể, xã hội và cộng đồng ngày càng tốt đẹp hơn.

Sau lễ khai mạc, lần lượt các chặng thi đấu ở các hệ tuyển lần lượt diễn ra. Ở cự ly 10km nam tuyển, Nguyễn Trung Cường đã xuất sắc về đích với thành tích 32 phút 20 giây 50. Ở nội dung 5km nữ tuyển, VĐV Nguyễn Thị Thúy Vân (Khánh Hòa) đã vươn lên dẫn đầu và về đích trước tiên với thành tích 18 phút 29 giây 33. Đồng thời, đội tuyển Khánh Hòa giành giải nhất đồng đội nữ, còn chủ nhà tuyển Bình Dương giành hạng nhất đồng đội nam.

Ở giải phong trào, VĐV Trương Hồng Hữu (thị xã Tân Uyên) giành giải nhất ở nội dung 4km nam thanh niên và Nguyễn Thị Thương (TP Thủ Dầu Một) nhất nội dung nữ thanh niên 3km. Đặc biệt ở cự ly 3km chạy tập thể, Trường Sĩ quan công binh (đội 2) đã vượt qua các đơn vị khác để giành giải Nhất.

Ở khối Trung học cơ sở và phổ thông, đội hình chạy tập thể nam 3km Trường THCS Phú Giáo giành giải nhất và đội nữ Trường Đại học Thủ Dầu Một (đội 1) giành giải nhất ở cự ly 2 km. Còn ở cự ly 2 km dành cho khối tiểu học, đội Trường tiểu học Bình Chuẩn – Thuận An (đội 1) giành chức vô địch.

Giải việt dã “Chào năm mới 2023” BTV – Number 1 năm 2023 đã khép lại thành công tốt đẹp với những giải thưởng xứng đáng dành cho các vận động viên sở hữu thành tích thi đấu nổi bật. Có thể thấy, trình độ chuyên môn ở hệ tuyển và hệ phong trào năm nay đã được nâng cao hơn so với những mùa giải thi đấu trước.

T.H.P



Không khí thi đấu quyết liệt của các vận động viên ngay từ những km đầu tiên



Ngày hội “Cùng nhau làm nên Tết”

Ngày 8/1, tại Công viên Thống nhất (Thủ đô Hà Nội), Trung ương Đoàn (T.Ư Đoàn) phối hợp cùng Tổng công ty Cổ phần Bia – Rượu – Nước giải khát Sài Gòn (SABECO), Tổng Liên đoàn Lao động Việt Nam tổ chức Ngày hội “Cùng nhau làm nên Tết” với sự tham dự của đông đảo công nhân, người lao động, các bạn đoàn viên có hoàn cảnh khó khăn.



Trao tặng các phần quà Tết đến các bạn đoàn viên, thanh niên công nhân và người lao động có hoàn cảnh khó khăn.

P hát biểu tại Chương trình, ông Ngô Văn Cương - Bí thư T.Ư Đoàn cho biết, ngay sau khi Chương trình “Cùng nhau làm nên Tết” được công bố vào tháng 12/2022, tại Hà Nội, T.Ư Đoàn đã phối hợp hiệu quả với Tổng Liên đoàn Lao động Việt Nam, SABECO cùng lên kế hoạch, phương án chăm lo đời sống vật chất, tinh thần cho thanh niên công nhân, đoàn viên công đoàn và người lao động tại các doanh nghiệp, khu công nghiệp, khu chế xuất được đón Tết Nguyên đán một cách chu đáo nhất. Thông qua các hoạt động của chương trình “Cùng nhau làm nên

Tết”, T.Ư Đoàn mong muốn hỗ trợ, tạo điều kiện phần nào cho công nhân, người lao động có hoàn cảnh khó khăn được về quê đón Tết, sum vầy bên gia đình”, đồng chí Ngô Văn Cương nói.

Điểm nhấn của Ngày hội là các hoạt động vui Xuân đón Tết như: các gian hàng giảm giá, gian hàng “0 đồng” để hỗ trợ đoàn viên, hội viên, thanh niên công nhân, lao động trẻ, người dân có hoàn cảnh khó khăn chuẩn bị một cái Tết trọn vẹn. Tại Chương trình, Ban Tổ chức trao tặng 1.000 phần quà Tết (trị giá 700.000 đồng/phần quà) đến các bạn đoàn viên, thanh niên công nhân và người lao động có

hoàn cảnh khó khăn. Bên cạnh đó là chương trình Hội Xuân với các hoạt động trang trí cây đào, cây mai ngày Tết; thi gói bánh chưng, bánh tét; hội thi văn nghệ đồng diễn chào Xuân; tái hiện các hoạt động văn hóa ẩm thực, các trò chơi dân gian mang đậm không khí ngày Tết cổ truyền của Việt Nam.

Được biết, sau chương trình tại Thủ đô Hà Nội, T.Ư Đoàn sẽ tiếp tục tổ chức 4 ngày hội tại các tỉnh, thành đoàn và phối hợp cùng nhãn hàng Bia Saigon trao quà tại: Nghệ An, Đắk Lắk, Long An và Bình Dương.

Chương trình “Cùng nhau làm nên Tết” được khởi xướng bởi Trung ương Đoàn TNCS Hồ Chí Minh cùng với SABECO và nhãn hàng Bia Saigon nhằm tôn vinh sự cống hiến quý báu và bền bỉ của công nhân đối với sự phát triển kinh tế của đất nước trong nhiều năm qua, nhất là giai đoạn dịch COVID-19. Chương trình sẽ dành 8.000 phần quà Tết trao cho người lao động từ ngày 7/1/2023 đến ngày 15/1/2023 tại 11 tỉnh thành trải dài từ Bắc tới Nam bao gồm: Vĩnh Phúc, Hà Nội, Nghệ An, Khánh Hòa, Đắk Lắk, Bình Định, Thành phố Hồ Chí Minh, Bình Dương, Long An, Sóc Trăng và Tiền Giang với tổng giá trị của các phần quà là khoảng 5,6 tỷ đồng. ■



Đoàn viên tham gia gói bánh chưng tại Hội thi.



Lãnh đạo Liên đoàn lao động thị xã Sơn Tây trao biểu trưng cho đơn vị đạt giải đặc biệt Hội thi gói bánh chưng.

HỘI THI "GÓI BÁNH CHƯNG - BÀY MÂM NGŨ QUẢ" VÀ CHƯƠNG TRÌNH TẾT CHO NGƯỜI LAO ĐỘNG NGHÈO

"Tết sum vầy - Xuân gắn kết" là một trong những chương trình có ý nghĩa thiết thực đối với đoàn viên, người lao động khi Tết Nguyên đán 2023 đang đến gần. Trong hai ngày thứ bảy và chủ nhật tuần áp Tết, một số Liên đoàn Lao động ở các tỉnh đã tổ chức Hội thi "Gói bánh chưng, bày mâm ngũ quả" thu hút hàng trăm đoàn viên tham gia.

Sáng 8-1, tại Trung tâm Văn hóa – Thể thao Sơn Tây (Hà Nội), Ban Thường vụ Liên đoàn Lao động Thị xã Sơn Tây (LĐLĐ Thị xã) tổ chức chương trình "Tết sum vầy - Xuân gắn kết" năm 2023.

Chương trình "Tết sum vầy" được LĐLĐ Thị xã tổ chức thường niên mỗi dịp Tết đến Xuân về, là hoạt động trọng tâm trong chuỗi các hoạt động chăm lo Tết Nguyên đán cho người lao động của tổ chức công đoàn. Đây là năm thứ 5 chương trình "Tết sum vầy" được tổ chức trên địa bàn Thị xã với mong muốn kết nối sự quan tâm của các cấp chính quyền, huy động nguồn lực từ các doanh nghiệp, tổ chức, cá nhân chung sức với tổ chức công đoàn cùng quan tâm, chăm lo tới đoàn viên công đoàn, người lao động có hoàn cảnh khó khăn, mang Tết đến sớm với người lao động.

Hội thi gói bánh chưng, bày mâm ngũ quả năm nay có 54 công đoàn cơ sở tham dự. Sau Hội thi, toàn bộ số bánh sẽ được LĐLĐ phối hợp với Hội Chữ Thập đỏ Thị xã luộc và trao đến những hộ gia đình có hoàn cảnh khó khăn. Tại Chương trình, LĐLĐ Thành phố Hà Nội đã trao 130 suất quà với tổng trị giá 130 triệu đồng, LĐLĐ Thị

xã Sơn Tây trao 387 suất quà cho CNVCLĐ có hoàn cảnh khó khăn và hỗ trợ 99 vé xe cho CNVCLĐ có hoàn cảnh khó khăn có quê xa về quê đón Tết với tổng trị giá hơn 500 triệu đồng. Cũng trong dịp Tết Nguyên đán năm nay, công đoàn các cơ sở phối hợp với chính quyền đồng cấp cũng trao hàng ngàn suất quà cho đoàn viên, người lao động tại các đơn vị trị giá gần 2 tỷ đồng.

LĐLĐ thị xã Sơn Tây đã triển khai kế hoạch tổ chức các hoạt động chăm lo cho đoàn viên, người lao động nhân dịp Tết Nguyên đán Quý Mão tới 100% công đoàn cơ sở trực thuộc với phương châm "Không để đoàn viên, công nhân lao động nào không có Tết". Chương trình "Tết Sum vầy" mang ý nghĩa nhân văn sâu sắc, thiết thực hỗ trợ công nhân lao động có hoàn cảnh khó khăn về cả vật chất và tinh thần có điều kiện đón Tết, vui Xuân đầm ấm bên gia đình, người thân. Ban Tổ chức đã trao giải Đặc biệt Hội thi gói bánh chưng cho Công đoàn trường THCS Sơn Lộc, đồng thời trao các giải nhất, nhì, ba và khuyến khích cho các đội tham dự.

Tại tỉnh Phú Thọ, Công đoàn Các khu Công nghiệp tỉnh Phú Thọ cũng tổ chức Hội thi "Gói bánh chưng, bày mâm ngũ quả" với sự tham gia của 24 đội thi là các công đoàn cơ sở trực thuộc Công đoàn các Khu công nghiệp tỉnh. Tại chương trình, Liên đoàn Lao động tỉnh Phú Thọ đã trao 100 suất quà cho các công nhân lao động có hoàn cảnh đặc biệt khó khăn. Trong dịp Tết Nguyên đán Quý Mão 2023, Liên đoàn Lao động tỉnh trao tặng trên 4.000 suất quà với tổng trị giá gần 3 tỉ đồng hỗ trợ đoàn viên, người lao động có hoàn cảnh khó khăn, góp phần để đoàn viên được đón Tết đầm ấm, sum vầy, đầy đủ hơn...

TUẤN ANH - ĐỖ LIÊN



TỔNG QUAN THỊ TRƯỜNG ĐẠI MẠCH



TÌNH HÌNH THU HOẠCH ĐẠI MẠCH VƯƠNG QUỐC ANH NĂM 2022

Đại mạch vụ mùa năm nay đã phá kỷ lục chưa từng có được ghi nhận ở Vương Quốc Anh, trong đó nhiệt độ vào tháng 7 lần đầu tiên đạt trên 40°C. Đây là mùa hè khô hạn thứ sáu được ghi nhận và là mùa khô hạn nhất kể từ năm 1995, chỉ với 62% lượng mưa mùa hè so với mức thông thường. Ngoài ra, nắng nhiều hơn bình thường ở mức 115% so với mức trung bình 1991-2020.

Do điều kiện thời tiết dẫn đến vụ thu hoạch đại mạch diễn ra sớm nhất lịch sử thu hoạch - một số cánh đồng đã thu hoạch vào ngày 29 tháng 6 và đến ngày 19 tháng 7, 70% lúa mạch mùa đông của Vương quốc Anh đã được thu hoạch. Vào những năm 1950 và 1960, thu hoạch sẽ diễn ra vào tháng Tám. Vụ thu hoạch ở Scotland cũng kết thúc sớm hơn thường lệ, là một minh chứng về tác động của khí hậu đối với thời gian biểu nông nghiệp.

Vụ mùa sẽ bị ảnh hưởng bởi những điều kiện thời tiết này, nhưng cần nhìn vào diễn tiến của cả năm để hiểu được những kết quả tuyệt vời đạt được của các cánh đồng.

Mùa thu năm 2021 mang lại những điều kiện gieo hạt tốt nhất so với những năm gần đây, cho phép lúa mạch vụ đông (Maris Otter, Flagon, Craft) nảy mầm và phát triển tốt qua các giai đoạn sinh trưởng. Với lượng mưa trung bình và nhiệt độ cao hơn một chút so với mức trung bình vào mùa đông không gây ra quá nhiều vấn đề. Đây quả thực là mùa đông ôn hòa thứ 8 kể từ năm 1984 và nắng nhất vào tháng Giêng kể từ năm 1919.

Thời tiết tháng 3 và tháng 4 tạo điều kiện phát triển tốt cho vụ xuân. Khí hậu ẩm áp và ổn định hơn bình



thường, nhưng lượng mưa dưới mức trung bình trong mùa của tháng 4 chỉ bằng 68% lượng mưa trung bình. Tuy nhiên, các loại cây trồng được gieo vào đầu tháng 4, là thời điểm của hầu hết các cơn mưa đã giúp cây phát triển tốt. Một số lo ngại rằng các vụ xuân gieo muộn hơn có thể bị ảnh hưởng bởi thời tiết khô hạn nhưng một trận mưa đến muộn vào tháng 5 đã giúp duy trì các điều kiện sinh trưởng thuận lợi và để có vụ mùa bội thu trên khắp các vùng.

Mùa hè ấm hơn mức trung bình 2°C và đạt kỷ lục mới của nước Anh là 40.3°C ở Coningsby, Lincolnshire. Chắc chắn sẽ có các mối lo ngại rằng thời tiết khô hạn sẽ cản trở sự phát triển, nhưng bất chấp thời tiết khô hạn, mọi lo lắng về chất lượng ngũ cốc đã nhanh chóng được dập tắt khi các cánh đồng bắt đầu thu hoạch.

PHƯƠNG THỨC HỢP TÁC KINH DOANH NÂNG CAO CHẤT LƯỢNG ĐẠI MẠCH.

Crisp Malt, hợp tác với các thương gia Adams & Howling và Banhams, ký hợp đồng với các nông dân ở East Anglia để trồng lúa mạch vụ đông, một loại



cây trồng đặc biệt phù hợp với vi khí hậu của phía Bắc Norfolk - địa phương có khí hậu khác biệt với xung quanh. Đồng thời có các hợp đồng định giá chuyên biệt dành cho Maris Otter, vì sản lượng của loại lúa mạch này thấp hơn so với sản lượng của các giống hiện đại. Crisp là nhà mua Maris Otter lớn nhất trên thế giới do đó rất cần trọng việc lựa chọn lúa mạch chất lượng tốt nhất để đưa vào sản xuất mạch nha Maris Otter. Đồng thời, cũng ký hợp đồng với một số lượng lớn các nông dân ở Scotland và nước Anh để trồng lúa mạch vụ xuân, để đưa vào sản xuất malt đại mạch có hàm lượng protein cao.

Nhờ những mối liên hệ hợp tác với nông dân, để có thể đảm bảo chất lượng thu hoạch. Khi trang trại người nông dân gửi các lô đại mạch có kèm theo thông số kỹ thuật đã được phê duyệt "hộ chiếu ngũ cốc". Đây chỉ là bước khởi đầu trong quy trình kiểm soát chất lượng đối với chuỗi cung ứng đại mạch.

Khi nguyên liệu tập kết nơi sản xuất đại mạch, trong vòng 20 phút các mẫu đại diện được kiểm tra lần 2 đầy đủ các chỉ tiêu kỹ thuật quy định. Thông số chất lượng chính về độ ẩm, kích thước hạt, hàm lượng nitơ và độ nảy mầm đều được đo tại thời điểm này theo tiêu chuẩn kỹ thuật nghiêm ngặt. Đồng thời cũng kiểm tra các chỉ tiêu vi sinh như sâu bệnh, nấm mốc hoặc chất phụ gia khác.

Kích thước hạt được đo thông qua sàng lọc, loại bỏ những hạt có kích thước dưới 2,25 mm. Những đại mạch nhỏ bé sẽ hấp thụ nước trong quá trình ngâm và sẽ nảy mầm không đồng đều trong phòng sản xuất malt đại mạch. Đồng thời dẫn đến các vấn đề trong quá trình xay xát, với các hạt nhỏ hơn không bị nghiền nát và cho năng suất thu hồi dịch đường hóa thấp.

CHẤT LƯỢNG THU HOẠCH VỤ MÙA ĐẠI MẠCH TẠI ANH



Năm nay, một vụ mùa tuyệt vời đã thu được từ các kết quả đại mạch mùa đông (Maris Otter, Flagon) được đưa vào sản xuất thành các sản phẩm Maris Otter hàng đầu, Best Ale và Extra Pale Ale. Khu vực trồng trọt tại địa phương ở Bắc Norfolk đặc biệt phù hợp với việc trồng các giống lúa mạch mùa đông này – thực tế, cánh đồng mẹ Maris Otter chỉ cách nơi sản xuất đại mạch một quãng đường ngắn – và trong một năm với thời tiết rất nóng gây ảnh hưởng đến mùa màng, tuy nhiên khí hậu vi mô đặc biệt với không khí biển ẩm, mát mẻ trong suốt mùa hè, giúp giảm bớt sức nóng. Kết quả cho thấy đại mạch có hàm lượng (protein) tăng nhẹ so với năm trước và một bước tiến lớn về độ lớn mập của hạt, hy vọng sẽ mang lại hiệu suất thu hồi tuyệt vời.

Các giống vụ xuân (Laureate, Planet, Diablo, v.v.) được thu hoạch sau vụ đông vài tuần cũng cho năng suất tốt. Ở Scotland và Anh, các giống mùa xuân được sử dụng. Việc gieo trồng và thu hoạch sớm đã tạo điều kiện cho lượng mưa thích hợp rơi vào vụ xuân.

Nhìn chung, vụ mùa đại mạch tại Vương Quốc Anh đã mang lại kết quả xuất sắc và sẽ cung cấp đại mạch có hiệu suất cao và nhất quán trong suốt năm 2022.

TÌNH HÌNH PHÁT TRIỂN THỊ TRƯỜNG NGŨ CỐC TRÊN THẾ GIỚI

Các thị trường ngũ cốc cũng trải qua một năm cực đoan. Tình hình đại mạch năm 2022, thời tiết bất



lợi đã gây ra vấn đề về nguồn cung ngũ cốc trên toàn cầu. Pháp, Đức và Đan Mạch trải qua các điều kiện thu hoạch bất lợi, một đợt nắng nóng khắc nghiệt chưa từng có ở Bắc Mỹ ảnh hưởng nghiêm trọng đến các vụ mùa ngô, lúa mì và lúa mạch. Vụ thu hoạch lúa mạch của Canada chỉ tạo ra một nửa sản lượng so với bình thường. Những sự cố thời tiết này đã gây ra sự thiếu hụt nghiêm trọng trong nguồn cung toàn cầu. Kết hợp với sự gia tăng nhu cầu, do thế giới bắt đầu thoát khỏi đại dịch COVID-19, đã đẩy các thị trường ngũ cốc lên cao. Đặt điều này vào viễn cảnh, thị trường lúa mì có kỳ hạn ở Luân Đôn, nơi thiết lập cơ sở để định giá đại mạch ở nước Anh, được giao dịch ở mức 191 bảng Anh vào đầu năm 2022, trái ngược với mức 160 bảng Anh vào tháng 1 năm 2021.

Không chỉ điều kiện thời tiết khô hạn đã ảnh hưởng, gây ra sự biến động nguồn nguyên liệu

trong năm nay mà còn do xung đột giữa 2 Quốc gia Nga và Ukraine. Là 2 nước sản xuất ngũ cốc lớn nhất thế giới, chiếm 29% sản lượng lúa mì, 15% ngô và 69% dầu hướng dương toàn cầu, khiến thị trường tăng vọt đến mức chưa từng thấy. Vào giữa tháng 5 năm 2022, giá lúa mì có kỳ hạn ở London đạt đỉnh 352 bảng Anh, trái ngược với 178 bảng Anh một năm trước đó. Trước cuộc xung đột, Ukraine dự kiến xuất khẩu 64 triệu tấn lúa mì, ngô và lúa mạch. Trong bối cảnh đó, Vương quốc Anh trồng khoảng 21 triệu tấn ngũ cốc, gồm 14 triệu tấn lúa mì và 8 triệu tấn lúa mạch. Việc ký kết một thỏa thuận ngũ cốc vào tháng 7 để cho phép các chuyến hàng từ các cảng của Ukraina, đã xoa dịu thị trường ngay khi vụ thu hoạch bắt đầu dẫn đến giá lúa mạch cuối cùng khi vào vụ thu hoạch là khoảng 300 bảng Anh/tấn đối với các loại lúa mạch chất lượng tốt.

XU HƯỚNG ĐÁNH GIÁ MALT ĐẠI MẠCH TRÊN THỊ TRƯỜNG PHÁP, ĐỨC, CHÂU ÂU

25- Nov - 22		
French Barley/Malt	EUR/T	%
Crop 2022		
Bulk		
2RS Malting Barley (FOB Creil)	348.00-350.00	↓ 0.57%
6RW Malting Barley (FOB Creil)	319.00-321.00	↓ 1.23%
Feed Barley (FOB Creil)	285.00-287.00	↓ 1.38%
2RS Malt (FOB Antwerp)	677.50-679.50	↓ 0.36%
6RW Malt (FOB Antwerp)	642.00-644.00	↓ 0.76%
French Barley/Malt	EUR/T	%
Crop 2023		
Bulk		

2RS Malting Barley (FOB Creil)	347.00-349.00	↓ 0.57%
6RW Malting Barley (FOB Creil)	328.00-330.00	↓ 0.30%
2RS Malt (FOB Antwerp)	676.00-678.00	↓ 0.36%
6RW Malt (FOB Antwerp)	712.00-714.00	↓ 0.34%
German Malting Barley	EUR/T	%
Crop 2022		
Bulk		
Ex Farm		
Average Malting Barley Price	350.00-352.00	↓ 0.36%
— No change; ↑ Price increase; ↓ Price decrease versus last publication.		

Dựa vào báo cáo xu hướng thay đổi giá của thị trường đại mạch và malt đại mạch ngày 25/11/2022:

- Đại mạch/ malt đại mạch Pháp niên vụ 2022:
 - FOB/ Creil, giá thị trường lúa mạch mạch nha 2RS, 6RW và lúa mạch dành cho chăn nuôi đều giảm lần lượt là -0.57%, -1.23% và -1.38%.
 - FOB/ Antwerp, giá mạch nha 2RS và mạch nha 6RW đều giảm với tỉ lệ lần lượt là -0.36% và -0.76%

- Đại mạch/ malt đại mạch Pháp niên vụ 2023:
 - FOB/ Creil, giá thị trường lúa mạch mạch nha 2RS và 6RW giảm -0.57% và -0.30%.
 - FOB/ Antwerp, giá mạch nha 2RS và 6RW tiếp tục giảm với tỉ lệ là -0.36% và -0.34%.
- Đại mạch/ malt đại mạch Đức:
 - Lúa mạch mạch nha Đức vụ mùa 2022 giá trung bình số lượng lớn giảm -0.36%

Định giá đại mạch Pháp

1 EUR = USD 1.0416 November 25, 2022			
Delivery terms/ Điều kiện vận chuyển		FOB Creil	
Packaging/ Quy cách đóng gói		Bulk / Số lượng lớn	
Crop year/ Niên vụ		2022	
Position/ Thời điểm		July 2022	
Type/ Loại	Variety/ Giống	EUR/T	USD/T
2-row spring	Planet	349.00	364.00
6-row winter	Etincel	320.00	333.50
Feed Barley/ Lúa mạch gia súc		286.00	298.00
Crop year/ Niên vụ		2023	
Position/ Thời điểm		July 2023	
Type/ Loại	Variety/ Giống	EUR/T	USD/T
2-row spring	Planet	348.00	362.50
6-row winter	Etincel	329.00	343.00



Định giá đại mạch Đức

Delivery Terms/ Điều kiện vận chuyển				Ex Farm Prices		
Packaging/ Quy cách đóng gói				Bulk/ Số lượng lớn		
Crop year/ Niên vụ				2022		
State	Min (EUR/t)	Max (EUR/t)	Average (EUR/t)	Min (USD/t)	Max (USD/t)	Average (USD/t)
Schleswig-Holstein	nq	nq	nq	nq	nq	nq
Lower Saxony	338.00	354.50	349.50	352.50	369.50	364.50
Saxony-Anhalt	nq	nq	nq	nq	nq	nq
North Rhine-Westphalia	nq	nq	nq	nq	nq	nq
Rhineland-Palatinate	330.00	370.00	344.00	344.00	385.50	358.50
Saarland	329.00	349.00	340.00	343.00	364.00	354.50
Hesse	350.00	360.00	355.00	365.00	375.00	370.00
Thuringia	336.00	365.00	350.50	350.00	380.50	365.00
Saxony	336.00	345.00	340.50	350.00	359.50	355.00
Bavaria	345.50	371.00	357.00	360.00	386.50	372.00
Baden-Wuerttemberg	335.00	370.00	355.00	349.00	385.50	370.00
South Baden	360.00	370.00	365.00	375.00	385.50	380.50
Average	340.00	362.00	351.00	354.50	377.00	365.50

Định giá đại mạch Châu Âu theo lý thuyết

EUR = USD 1.0416 November 25, 2022									
Crop year/ Niên vụ		2022							
Delivery terms/ Điều kiện vận chuyển		FOB Antwerp							
Delivery period/ Kỳ giao hàng		October 2022 - Sept 2023							
Packaging/ Quy cách đóng gói		Bulk		In bags		Bulk in containers		Bags in containers	
Malting barley variety Giống malt đại mạch		EURO	USD	EURO	USD	EURO	USD	EURO	USD
2RS	Planet	678.50	707.00	714.50	744.00	705.50	735.00	720.50	750.50
6RW	Etincel	643.00	669.50	679.00	707.00	670.00	697.50	685.00	713.50
Crop year/ Niên vụ		2023							
Delivery terms/ Điều kiện vận chuyển		FOB Antwerp							
Delivery period/ Kỳ giao hàng		October 2023 - Sept 2024							
Packaging/ Quy cách đóng gói		Bulk		In bags		Bulk in containers		Bags in containers	
2RS	Planet	677.00	705.00	713.00	742.50	704.00	733.00	719.00	748.50
6RW	Etincel	653.50	680.50	689.50	718.00	680.50	708.50	695.50	724.50
NB: Giá được công bố là giá đại mạch lý thuyết trên mỗi tấn dựa trên giá đại mạch và malt đại mạch của Pháp bao gồm chi phí tài chính, THC (đối với số lượng lớn và bao bì) và tất cả các chi phí hành chính. Giá có thể dao động theo số lượng mỗi lần giao hàng và thông số kỹ thuật. Giá được ước tính cho việc giao hàng quy mô lớn (từ 1.000 tấn đại mạch).									

Đánh giá tình hình đại mạch

Châu Âu & Anh Quốc:

RMI Analytics dự báo vụ lúa mạch của 27 quốc gia thành viên Châu Âu + Anh Quốc không thay đổi ở mức 58.37 triệu tấn trong báo cáo cuối tháng 11.

Chất lượng của vụ mùa năm 2022 nhìn chung là tốt, tuy nhiên cần quản lý các vấn đề về hàm lượng protein. Các nhà phân tích cho biết, thế giới (ví dụ: Trung Quốc) có thể buộc phải chuyển sang châu Âu ngày càng nhiều để đảm bảo chất lượng đại mạch và malt đại mạch, do các vấn đề ở Nam bán cầu. Trọng tâm hiện tại vẫn là vụ đại mạch mùa đông năm 2023, vụ mùa tiếp tục phát triển trong điều kiện rất tích cực.

Giá malt đại mạch châu Âu chủ yếu tăng so với đại mạch làm thức ăn chăn nuôi vì độ bao phủ thương mại ở vị thế ngắn hạn. Đồng USD yếu hơn đang tác động đến giá tăng trên cơ sở tiền tệ.

Các chuyên gia cho biết lợi nhuận của đại mạch giao ngay/ trôi nổi của Vương quốc Anh cho thấy độ bao phủ vẫn chưa đạt được hoàn thiện. Việc trồng lúa mì vụ đông ở Anh cho thấy việc giảm diện tích trồng lúa mạch (từ -5% đến -10%) cho vụ mùa năm 2023.

Ngày 22/11 AHDB đã công bố ước tính cung và cầu chính thức đầu tiên của Anh Quốc đối với lúa mì, đại mạch, yến mạch và ngô cho niên vụ 2022/23.

Mặc dù dự trữ lúa mạch thấp trong thập kỷ, nhưng sản lượng tăng đã dẫn đến nguồn cung có sẵn trong mùa này tăng 1% lên 8.226 triệu tấn. Sản lượng lúa mạch ước tính tạm thời là 7.190 triệu tấn, tăng 3%



trong năm, do năng suất cao hơn mức trung bình và lớn hơn so với diện tích gieo trồng giảm.

Vào đầu mùa trước, đại mạch đã được đưa vào khẩu phần lương thực rất nhiều, đây là một sự chậm trễ so với nguồn cung dồi dào năm 2020/21. Vì có một vụ lúa mì lớn vào mùa trước, nên lúa mì được đưa vào khẩu phần lương thực nhiều hơn từ tháng 10 đến tháng 12 năm 21 với phí tổn lúa mạch. Với nguồn cung lúa mì dồi dào trong niên vụ 2022/23, xu hướng này dự kiến sẽ tiếp tục.

Với nguồn cung tăng vượt trội so với nhu cầu giảm, số dư lúa mạch trong mùa này đã tăng lên 2.088 triệu tấn, tăng 16% so với cùng kỳ năm ngoái. Tuy nhiên, con số này vẫn thấp hơn mức trung bình 5 năm trước đó và là mức thấp thứ ba trong một thập kỷ.

Nguồn: **CTY TNHH DỊCH VỤ & PHÁT TRIỂN ĐẦU TƯ HMG**

Biên dịch: **Trần Mỹ Hạnh**

Trưởng Ban Biên tập KH&CN: PGS.TS. **Trương Thị Hòa**

EU & UK: Barley forecast unchanged at 58.37 mln tonnes

There are no changes to the EU-27 + UK barley crop forecast – RMI Analytics left it unchanged at 58.37 mln tonnes in their late November report.

As already reported, the quality of crop 2022 is generally good with only isolated protein issues to manage. The world (e.g. China) may be forced to turn increasingly to Europe for malting barley quality, as a result of southern hemisphere problems, the analysts said.

Current focus remains on the 2023 winter barley crop, which continues to advance under very positive conditions.

European barley prices are mostly widening versus feed barley as trade covers short positions. Weaker USD is impacting prices upward on a currency basis.

Spot interest in UK malting barley indicates coverage is not yet fully complete, the experts said. Winter wheat plantings in the UK point toward a reduction in barley area (minus 5-10%) for crop 2023.

UK: Barley balance remains tight in 2022/23 – AHDB

AHDB published on November 22 the first official UK supply and demand estimates for wheat, barley, oats and maize for the 2022/23 season.

Despite decade low carry-in barley stocks, a rise in production has led to a 1% increase in available supplies this season at 8.226 mln tonnes. Barley production is provisionally estimated at 7.190 mln tonnes, up 3% on the year, driven by higher-than-average yields outweighing a drop in planted area.

In terms of demand, total domestic usage is expected to fall by 3% on the year to 6.138 mln tonnes. This is driven by a drop in animal feed demand outweighing a rise in usage by the brewing malting and distilling sectors (BMD). Despite the recession, BMD demand is expected to remain robust this season with new distilling capacity online in Scotland.

At the start of last season barley was



being included heavily in rations, which was a lag from 2020/21 when there was ample supply. As there was a large wheat crop last season, wheat featured more heavily in rations from Oct-Dec '21 at the expense of barley. With plentiful supply of wheat in 2022/23, this trend is expected to continue.

With the rise in supply, outweighing a fall in demand, the barley balance has grown this season to 2.088 mln tonnes, 16% up year on year. However, this remains lower than the previous five-year average and is the third lowest in a decade, AHDB said.



NÂNG MÁY LỌC HÈM KHUNG BẢN LÊN TẦM CAO MỚI

Đối với máy lọc hèm khung bản thế hệ mới, Steinecker đã áp dụng các cải tiến chuyên môn quan trọng cho công suất cao, nhiều thay đổi mới và sản xuất bền vững.



Tại hội chợ Drinktec 2022, khách hàng có thể quan sát tấm màng lọc cải tiến

Từ nhiều năm qua, phạm vi cung cấp thiết bị của Steinecker bao gồm máy lọc hèm khung bản được lắp đặt trong xưởng nấu bia. Dự án cụ thể hiện đang tập trung vào việc nâng cấp thiết kế không chỉ giải quyết vấn đề cấp liệu mà còn xử lý quy trình và đặc biệt là tính bền vững.

Bên cạnh nổi lọc, máy lọc hèm khung bản tạo nên giải pháp thay thế quan trọng thứ hai cho việc tách chất rắn và chất lỏng trong nhà máy bia. Máy lọc hèm khung bản được sử dụng cho khoảng từ 30 đến 40% sản lượng bia toàn cầu vì công nghệ của nó mang lại một số lợi thế có sức thuyết phục, đặc biệt đối với các quốc gia nơi mà bia không được nấu tuân thủ theo Luật tinh dòng của Đức.

Một lợi ích quan trọng: máy lọc hèm khung bản cho phép các nhà sản xuất bia có thể sử dụng thể liệu khác ngoài các loại malt thông thường, bao gồm lượng lớn ngũ cốc địa phương như gạo và lúa miến phổ biến ở các nước Châu Phi.

Hơn nữa, có thể đạt được năng suất cao hơn cùng với độ chiết xuất ban đầu cao, một lợi thế hấp dẫn đặc biệt đối với việc nấu bia nồng độ cao. Tất cả

những ưu điểm này giúp giảm mức tiêu thụ cả năng lượng sơ cấp và nước, do đó phù hợp một cách lý tưởng với những nỗ lực hiện tại để thiết kế các hệ thống thiết bị với việc tiết kiệm năng lượng và tài nguyên tối đa, hay nói cách khác là tăng cường tính bền vững.

Phát triển thiết kế tấm lọc mới

Do Steinecker cũng hoàn toàn nhận thức được tiềm năng to lớn của máy lọc hèm khung bản, các chuyên gia công nghệ nấu bia đã tiến hành hàng loạt thử nghiệm quy mô lớn tại nhà máy sản xuất bia thử nghiệm của chính Steinecker. Dựa trên số lượng lớn các kết quả thu được và phân tích dữ liệu thống kê toàn diện, các chuyên gia sau đó đã phát triển một thiết kế mới cho các tấm lọc hèm đã được chứng minh thực tế, không chỉ đạt được các ưu điểm nêu trên mà còn gia tăng lượng cấp liệu vào máy lọc và giảm diện tích mặt bằng của máy.

Tiếp theo các thử nghiệm thành công tại nhà máy sản xuất bia thử nghiệm của Steinecker, kế hoạch lắp đặt tấm lọc theo thiết kế mới cho máy lọc hèm thử nghiệm với quy mô công nghiệp hiện đang được tiến hành nhằm xác thực nhưng kiến thức hiểu biết thu được.

Thử nghiệm tại nhà máy sản xuất bia thử nghiệm của Steinecker

Các điều kiện tiên quyết

Các điều kiện tiên quyết khác nhau về kỹ thuật quy trình phải được đáp ứng để đảm bảo công đoạn lọc và rửa bã hèm thành công. Để đạt được mục đích này, phải đạt được tính đồng nhất đối với một số thông số mà có thể được kiểm soát bằng cơ học chất lỏng. Đầu tiên, cùng một khối

lượng dịch cháo phải được phân phối đồng đều vào bên trong tất cả khung lọc. Thứ hai, phải tạo được lớp bánh lọc có độ dày đồng nhất mà tại tất cả các điểm đều có trở lực như nhau. Điều đó đạt được không chỉ bởi độ dày của bánh lọc mà còn bởi thành phần hạt của nó. Do đó, việc cần thiết là đảm bảo sự phân bố kích thước hạt đồng đều trên toàn bộ diện tích lọc.

Dựa trên các tính chất này, Steinecker đã vạch ra một kế hoạch phân tích và tiến hành các thử nghiệm tại nhà máy sản xuất bia thử nghiệm. Ban đầu, 100% malt Pilsner đã được sử dụng cho các thử nghiệm này. Sau đó, các mẻ nấu thử nghiệm được thực hiện với lúa mì, gạo, bắp và lúa miến với các tỉ lệ phối trộn nước - bột nghiền khác nhau và các lượng enzyme khác nhau được hòa trộn vào.

Kết quả

Dựa trên các kết quả thử nghiệm tại nhà máy sản xuất bia thử nghiệm, Steinecker đã phát triển thiết kế sau cùng cho việc nâng cấp máy lọc hèm khung bản của mình, trước hết là cho các tấm màng lọc của máy. Các kết quả quan trọng nhất được mô tả như sau:

- **Công suất cấp liệu cao hơn:** Khối lượng tương đương 36 kg malt trên một mét vuông là tải trọng bột nghiền lý tưởng (so với chỉ 30 kg malt trên một mét vuông trước đây). Điều này có thể thực hiện được nhờ độ sâu khung lọc lớn hơn 50 mm. Các khung lọc cải tiến này cũng có thể được nâng cấp cho máy lọc hèm khung bản Steinecker hiện hữu, để gia tăng 20% lượng cấp liệu cho cùng kích thước máy lọc.

- **Kích thước máy nhỏ hơn:** Nếu vấn đề cần quan tâm không nằm ở chỗ gia tăng hiệu suất mà là diện tích lắp đặt máy lọc, kích thước cụm tấm lọc ngắn hơn cũng là chọn lựa quan trọng, do nếu công suất cấp liệu giữ nguyên không thay đổi thì máy lọc hèm khung bản có thể được rút ngắn hơn đến 2,6 mét.

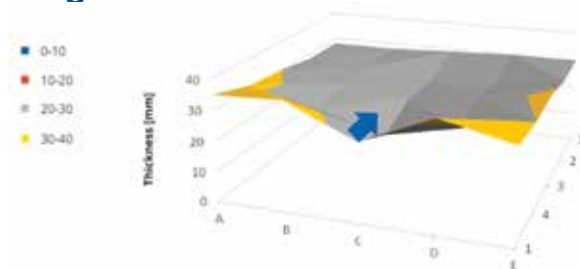
- **Tính linh hoạt liên quan đến hình thức lọc:** Các thử nghiệm được tiến hành cho thấy rằng, đối với hầu hết nguyên liệu hình thức lọc một bên là phương pháp phù hợp nhất. Tuy nhiên, công

nghệ lọc hai bên có thể có ý nghĩa đối với một số nguyên liệu. Quá trình lọc nói chung sau đó được vận hành nhanh hơn đáng kể.

- **Thời gian xử lý ngắn:** Thời gian lọc hèm cho phép lên đến 14 mẻ nấu một ngày đã được đạt đến trong các lần thử nghiệm. Thời gian lọc (không tính thời gian xả bã hèm) cho một mẻ nấu dưới các điều kiện nghiệm thu (100% malt Pilsner, dịch nha đầu 22 oPlato) là 84 phút, một khoảng thời gian cũng được mong đợi cho sản xuất quy mô lớn. Thời gian lọc dài hơn đối với dịch đường có độ chiết xuất ban đầu cao hơn.

- Các thông số công nghệ nổi bật: Trong các thử nghiệm, độ đường thấp hơn 3,5 oPlato (liên quan đến chất khô trong bã hèm) đối với chiết xuất có thể rửa bã đã đạt được một cách đáng tin cậy trong thời gian quy trình được đề cập, theo MEBAK (Ủy ban trung tâm Châu Âu về phân tích nấu bia) tương ứng với các yêu cầu đối với biến mục tiêu này.

Độ dày lớp bã lọc sau khi nén sau cùng



Sự phân phối lớp bã hèm trên tấm lọc

Nồng độ dịch đường đầu tiên lên đến 24 oPlato đã được xử lý trong các thử nghiệm. Các giá trị độ đục được xác định bằng phương pháp sử dụng phổ Imhoff và thấp hơn 5 ml trên 1.000 ml.

Có thể làm khô bã hèm xuống độ ẩm 64%. Tuy nhiên, độ dài của bước quy trình cuối cùng (xả bã) là then chốt để đạt được điều này. Với thời gian xử lý thông thường, độ ẩm trung bình từ 70 đến 74%.

- **Xả bã sạch hoàn toàn:** Trong hơn 100 thử nghiệm được thực hiện, có thể xả tất cả bã hèm bên trong máy lọc ra mà không còn dính lại trên vải lọc.



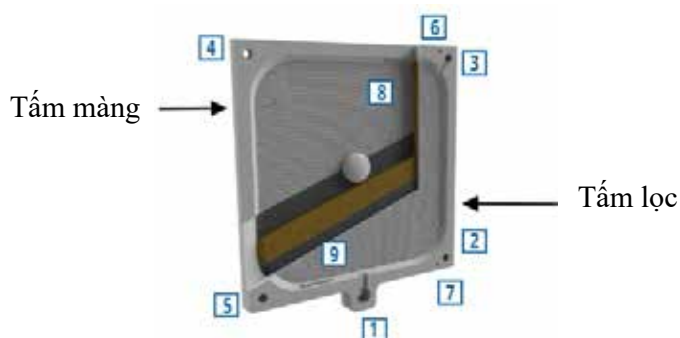
Chi tiết thiết kế tấm lọc mới

Lắp đặt chi tiết - các thành phần riêng lẻ

1. Tấm màng lọc
2. Tấm khung lọc
3. Màng với bề mặt có đốm sần
4. Vải lọc trên tấm màng
5. Vải lọc trên khung lọc
6. Lớp bã hèm
7. Bề mặt kín của khung vải lọc
8. Bộ phận định tâm



Thiết kế tấm lọc mới của máy lọc hèm khung bản với các kênh cấp liệu vào và dịch đường ra



Dịch cháo được cấp vào tấm khung lọc thông qua kênh cấp dịch cháo bên ngoài (1). Yêu cầu Ôxy xâm nhập thấp trong quá trình cấp liệu cho máy lọc được đáp ứng một cách đáng tin cậy. Kênh cấp liệu được thiết kế bên ngoài cung cấp hai ưu điểm: giúp tăng diện tích lọc và loại bỏ bất kỳ yếu tố có thể ảnh hưởng đến các điều kiện dòng chảy trong khu vực lọc. Kết hợp lại, các ưu điểm này tạo nên việc rửa bã đồng nhất.

Kênh chuyển dịch cháo ra phía sau (2) cung cấp khả năng đã được thực tế chứng minh cho việc cấp liệu cho máy lọc từ phía trước và từ phía sau. Điều đó quan trọng để đạt được sự phân bố dịch cháo đồng đều trong các tấm khung lọc. Nếu một trong các kênh cấp dịch cháo chính phía dưới bị tắc, thì cũng có một kênh cân bằng (3) để đảm bảo rằng tất cả các tấm khung lọc đều được cấp dịch cháo. Trong quy trình tiêu chuẩn, dịch đường được đưa ra khỏi máy lọc thông qua kênh phía trên (4) và kênh phía dưới (5).

Hai kênh tương tự (6, 7) dùng để cấp nước cho quá trình rửa bã. Nước rửa bã chảy qua các lỗ trong ống cấp nước (8) lên trên bề mặt có đốm sần của

tấm màng lọc, từ đó nước chảy qua lớp bánh lọc trong quá trình cấp nước. Tương tự, dịch đường được lấy ra thông qua các lỗ trên tấm lọc (9). Các kênh cấp nước rửa bã cũng có chức năng tùy chọn thứ hai: Như để cập ở trên, thiết kế tấm lọc mới cho phép lọc hai bên đối với một số nguyên liệu. Trong trường hợp này, các kênh cấp nước rửa bã đóng vai trò là kênh lấy dịch đường ra bổ sung.

Hơn nữa, loại vải lọc cũng được cải tiến. Trong tương lai, vải nhô ra với cạnh làm kín được may sẽ được sử dụng, được làm bằng vải PVC cấp thực phẩm. Với những tấm vải nhô ra này, bất kỳ vết bẩn nào được phun qua vải lọc đều có thể được loại bỏ nhanh chóng thông qua lỗ di động ở bên dưới tấm lọc mà không bị tắc lọc. ■

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.

HỒNG THANH QUANG

Chắp tay khẩn trước phật đài

Chắp tay khẩn trước phật đài,
Không xin cao mũ, áo dài không xin,
Không xin thêm bạc thêm tiền,
Điva, hoa hậu cũng quên hết rồi...
Thầm thì thành kính đôi lời
Không xin thêm những chói ngời lợi danh,
Chỉ mong tiếp tục an lành
Với duyên nợ đã được dành riêng cho.



Lỡ chén

Dưới đáy ly có thể không chân lý,
Nhưng mắt nâu lấp lánh tự lâu rồi...
Ta đã lỡ một lần không dám cạn,
Để đa mang, day dứt một đời...
Để lỡ nhịp một lần giai điệu gió
Cuốn vùn vì khúc hát hòa xuân...
Dưới đáy ly không thể tìm chân lý,
Khi chúng mình sợ hóa tình nhân...

(15-11-2022)



TRANH DÂN GIAN ĐÔNG HỒ

Nét Xuân xưa trong nhịp sống Xuân nay

Tranh Đông Hồ là một trong những sản phẩm rất quen thuộc và gần gũi với người dân đất Việt. Những bức tranh mang giá trị văn hóa, nội dung rất đời thường đã đi vào trong sách giáo khoa và là một phần không thể thiếu, thậm chí là linh hồn của Tết cổ truyền dân tộc. Trong cuộc sống hiện đại, mặc dù thú chơi tranh Đông Hồ trong dịp Tết Nguyên đán dường như đang dần giảm đi, nhưng với sức sống mãnh liệt của một nét đẹp văn hoá, dòng tranh này vẫn đang bền bỉ tồn tại cùng ước vọng hồi sinh làng nghề của những người tâm huyết với văn hoá dân tộc.

■ KHANG VŨ

Trở lại thăm làng nghề Tranh Đông Hồ

Những ngày giáp Tết Nguyên đán Quý Mão 2023, tôi may mắn được trở lại thăm làng tranh Đông Hồ, làng tranh lâu đời nhất Việt Nam, nằm tại xã Song Hồ, huyện Thuận Thành, tỉnh Bắc Ninh, cách Hà Nội chừng trên 35 km. Nằm ngay sát bờ sông Đuống, làng Đông Hồ hôm nay chỉ còn thấp thoáng bóng dáng một ngôi làng cổ với cây đa, bến nước, mái đình, bởi nó đã khoác trên mình chiếc áo mới là nhà cao tầng san sát, xe cộ nhộn nhịp lại qua.

Ông Nguyễn Đăng Quốc - Trưởng thôn Đông Hồ, người tôi đã gặp cách đây vài năm lại nhiệt tình đưa chúng tôi đi thăm ngôi làng có trên 500 năm tuổi nghề, hào hứng ôn lại quãng thời gian được làm tranh và cũng ngậm ngùi chia sẻ về thăng trầm của làng nghề trước những thay đổi của cuộc sống.



Nghệ nhân ưu tú Nguyễn Đăng Chế giới thiệu về tranh Đông Hồ với du khách

Theo lời kể của ông Quốc, vào những năm cuối thế kỷ 19 đến những năm 40 - 50 của thế kỷ 20, vào mỗi dịp gần đến Tết Nguyên đán, làng tranh Đông Hồ lại tập nập khách đến mua tranh về chơi Tết. Ngày trước có lệ, Tết đến, nhà nhà đều mua tranh mới về dán trên tường, hết năm lại lột bỏ và

thay bằng những bức tranh mới nên đã tạo nên thời kỳ cực thịnh của tranh Đông Hồ. Ngày ấy, làng có 17 dòng họ thì tất cả đều làm tranh và cứ khoảng tháng 7, tháng 8 hàng năm là cả làng đã rộn ràng chuẩn bị cho mùa tranh Tết.

"Vào mùa làm tranh, cả làng rực rỡ sắc màu của giấy điệp. Khắp



Bức tranh Đông Hồ nổi tiếng “Đám cưới chuột”

nơi, từ sân nhà, sân đình, ven các ngõ xóm, đường làng, dọc theo triển đề cho đến các nóc nhà, nóc bếp... đều được người dân làng Hồ tận dụng để phơi giấy: Cứ thấy cảnh đó, tôi và chúng bạn đã rộn ràng, muốn tham gia làm tranh ngay cùng mọi người”, ông Quốc nhớ lại.

Theo thời gian, trước sự thăng trầm của lịch sử, đặc biệt, trong bối cảnh nền kinh tế thị trường hôm nay với sự hội nhập mạnh mẽ các trào lưu văn hoá cùng nhiều sự lựa chọn, thú chơi tranh đang dần thu hẹp, tranh làm ra không có nhiều người mua, nên nghề làm tranh tại làng Đông Hồ cứ thế mai một dần. Cho đến nay, nhiều hộ dân làng Hồ đã chuyển sang làm đồ vàng mã, còn nghề làm tranh cứ ít dần theo thời gian, chỉ còn 2 dòng họ giữ được nghề truyền thống là dòng họ của nghệ nhân Nguyễn Đăng Chế và nghệ nhân Nguyễn Hữu Sam. Điều đó lý giải vì sao, dịp giáp Tết thế này, dạo quanh Đông Hồ đều thấy chật cứng đồ dùng cho người coi âm thay thế cho những rực rỡ sắc màu, cảnh nườm nượp mua bán tranh như đã từng được nhắc trong nhiều trang sách.

Người có công gìn giữ và chắp cánh Tranh Đông Hồ vươn xa

Theo chân ông Nguyễn Đăng Quốc, chúng tôi có mặt tại Trung tâm Giao lưu Văn hoá dân gian Tranh Đông Hồ do nghệ nhân Nguyễn Đăng Chế sáng lập vào tháng 7/2008. Trung tâm hiện lưu giữ hơn 100 bản khắc gỗ cổ và gần 1.000 bản khắc mới được ông Chế và gia đình thu thập từ năm 1991 đến nay. Tại đây, khách tham quan còn được tận mắt tìm hiểu các công đoạn sản xuất tranh, cũng như chiêm ngưỡng những tác phẩm tranh với nhiều đề tài khác nhau như: tranh thờ, tranh chúc tụng, tranh lịch sử, tranh truyện, tranh phương ngôn, tranh cảnh vật và tranh phản ánh sinh hoạt... Ngoài ra, du khách có thể trải nghiệm quy trình hoàn thiện một bức tranh với kỹ thuật đã được lưu truyền hàng trăm năm nay. Với những cống hiến trong gìn giữ và phát triển ngành nghề thủ công mỹ nghệ truyền thống này, năm 2020, cụ Nguyễn Đăng Chế đã được Chủ tịch nước trao tặng danh hiệu Nghệ nhân Ưu tú.

Nhìn ngắm phòng trưng bày

với hàng trăm bức tranh được nghệ nhân Nguyễn Đăng Chế trưng treo một cách trang trọng, du khách sẽ phần nào lý giải được vì sao tranh Đông Hồ có được sức sống lâu bền và sự cuốn hút đặc biệt với nhiều thế hệ người Việt, cũng như du khách nước ngoài như vậy? Thuộc dòng tranh in từ ván khắc gỗ, nhưng những đề tài trên tranh không hề khô cứng mà phản ánh chân thực, sinh động cuộc sống bình dị, mộc mạc, cũng như nét văn hóa truyền thống của người Việt. Và bởi mỗi bức tranh đều hấp dẫn, độc đáo ở màu sắc, bố cục, khuôn hình được làm từ những chất liệu hoàn toàn tự nhiên nên thuần khiết, ấm áp mà có lẽ chỉ riêng Việt Nam mới có. Cũng bởi những nét đặc trưng như thế, mà với không ít người Việt, những bức tranh Đông Hồ như: Đám cưới chuột, Vinh quy bái tổ, Vinh hoa phú quý, Chăn trâu thổi sáo, Đàn gà mẹ con... trở nên gần gũi, thân thuộc và là một phần không thể thiếu mỗi khi Tết đến, Xuân về.

Nghệ nhân Nguyễn Đăng Chế bắt đầu tham gia vào các công đoạn làm tranh từ khi 11 tuổi. Các thao tác sơn hồ lên giấy, quét bột điệp rồi phơi giấy cho khô. Khi in tranh cũng phải in từng màu lần lượt, nếu có 5 màu thì 5 lần in, mỗi lần in là một lần phơi. Cứ như thế, từng lớp tranh với các hình ảnh, đường nét cảnh sắc thiên nhiên, nếp sinh hoạt dần dần hiện diện lấp lánh dưới ánh sáng mặt trời.

Từng chứng kiến cảnh cả làng nhộn nhịp làm tranh mỗi dịp Tết đến, rồi lại được chứng kiến cảnh khách mua tranh dần thưa thớt dần, số nhà làm tranh cũng giảm dần, người con đời thứ 20 của dòng họ làm tranh Đông Hồ có tiếng không khỏi nhói lòng.



Sau hơn 30 năm công tác ở Đại học Mỹ thuật Hà Nội, năm 1990, ông Nguyễn Đăng Chế về nghỉ hưu và sinh sống cùng con cháu tại làng Hồ. Thời điểm này, ông quyết tâm cùng những người con của mình bắt tay vào việc bảo tồn và giữ nghề, đúng với tâm nguyện của các thế hệ đi trước.

Để thực hiện tâm nguyện này, ông Chế đã tìm mua lại tất cả các bản khắc cổ từ những gia đình không còn theo nghề tranh, rồi động viên các con, cháu tiếp tục làm. Bên cạnh đó, nhận thấy việc treo tranh tờ kiểu truyền thống không còn phù hợp, ông Chế đã tìm tòi, nghiên cứu các kiểu khung tranh vừa có thiết kế gần gũi với tranh dân gian, vừa thích hợp với xu hướng trang trí nội thất hiện đại. Đồng thời, làm phong phú các mặt hàng lưu niệm, quà tặng với tranh Đông Hồ như: Lịch tường, lịch bàn, sổ tay, khung tranh, quạt... để du khách có thể mua làm quà tặng sau khi ghé thăm Trung tâm.

Với những nỗ lực của mình, ông Chế không ngừng hy vọng, đến thời điểm nào đó, khi cuộc sống khấm khá, ổn định hơn, nhiều người Việt Nam sẽ lại tìm về với tranh Đông Hồ, như tìm về một phần đẹp đẽ trong bề dày văn hoá dân tộc. Ở thời điểm hiện tại, Trung tâm Giao lưu Văn hóa dân gian Tranh Đông Hồ đã trở thành điểm du lịch trải nghiệm hấp dẫn của du khách trong nước và quốc tế khi về thăm Đông Hồ, về với Thuận Thành, mảnh đất của các danh thắng nổi tiếng: chùa Dâu, chùa Bút Tháp, lăng

Kinh Dương Vương, đền Sỷ Nhiếp, Thành Luy Lâu... Đến nay, nghệ nhân Nguyễn Đăng Chế đã bước sang tuổi 86 nhưng cụ vẫn đam mê, tâm huyết với nghề làm tranh Đông Hồ và mong muốn nghề này được duy trì và phát triển.

Cần bảo tồn, gìn giữ, phát huy nét đẹp của làng Tranh Đông Hồ

Hiện nay, trên cả nước có khoảng trên 5.400 làng nghề và làng có nghề, trong đó có khoảng gần 2.000 làng nghề truyền thống. Các làng nghề không chỉ giải quyết việc làm cho người dân địa phương, tạo nguồn thu nhập khá cho nhiều gia đình mà còn mang tới giá trị văn hóa, tinh thần rất ý nghĩa, thiết thực với cộng đồng. Tuy nhiên, trước xu thế phát triển của kinh tế - xã hội và hội nhập quốc tế, hàng hóa ngày càng phong phú, tiện dụng, nhu cầu tiêu dùng có những thay đổi cho phù hợp với thực tiễn của cuộc sống nên một số sản phẩm làng nghề dần bị mai một, có nguy cơ biến mất và làng tranh Đông Hồ cũng không tránh khỏi thực tế đó.

Trước nguy cơ mai một dòng tranh truyền thống, những năm qua, UBND tỉnh đã có nhiều hoạt động nỗ lực bảo vệ, phát huy giá trị văn hóa của tranh dân gian Đông Hồ. Tỉnh Bắc Ninh đã phê duyệt Đề án "Bảo vệ và phát huy giá trị di sản văn hóa tranh dân gian Đông Hồ, huyện Thuận Thành, giai đoạn 2014 - 2020 và định hướng đến 2030". Đề án được xây dựng với mục tiêu nhằm khẳng định giá trị nổi bật của tranh dân gian Đông Hồ; xác định hiện trạng, nguy cơ mai một của

dòng tranh này. Đồng thời, đưa ra các giải pháp quảng bá, phát huy giá trị của làng tranh trong thời kỳ hội nhập.

Đặc biệt, những năm gần đây, các đại sứ quán của Việt Nam ở nước ngoài đã góp sức quảng bá di sản tranh dân gian Đông Hồ ra thế giới thông qua các cơ chế ngoại giao như dùng tranh dân gian Đông Hồ làm quà tặng. Các nghệ nhân tại làng nghề cũng tích cực tham gia các hội chợ, triển lãm, hỗ trợ đào tạo nghề, tạo cơ hội cho học sinh đến trải nghiệm học làm tranh...

Thời gian gần đây, những nghệ nhân làm tranh còn lại của làng tranh Đông Hồ với khát vọng giữ nghề đã đưa hình ảnh tranh Đông Hồ một cách sáng tạo vào đời sống hiện đại bằng cách in trên những sản phẩm lưu niệm, áo dài, áo yếm, lịch để bàn, túi vải... Hay dưới bàn tay của các nghệ sỹ trẻ, tranh Đông Hồ còn được "hồi sinh" trong các thiết kế thời trang, thiết kế nội thất. Với những nỗ lực đó, tranh Đông Hồ đã bắt đầu thu hút sự quan tâm trở lại của nhiều người, đặc biệt là giới trẻ và như luồng gió lành "thổi" vào dòng tranh dân gian này một luồng sinh khí mới.

Hy vọng trong tương lai gần, cùng với sự đầu tư, vào cuộc của các cơ quan chức năng và lòng nhiệt huyết, yêu nghề của các nghệ nhân, làng tranh Đông Hồ sẽ tìm lại được vị trí vốn có của mình và ngày càng phát triển, làm giàu thêm cho nền văn hoá đậm đà bản sắc của dân tộc Việt Nam. Góp phần xây dựng một sản phẩm văn hóa trở thành thương hiệu, công cụ quảng bá, giới thiệu về văn hóa Việt Nam ra thế giới. ■

LÀM GÌ ĐỂ ẨM KHÁCH KHÔNG BỊ “THỐI GIÁ” TRONG DỊP TẾT, LỄ HỘI

■ THẠCH BÍCH NGỌC

Từ lâu, tình trạng “chặt chém”, thối giá, bắt chẹt du khách vốn là “căn bệnh” khó chữa của một số người làm ăn chop giật tại các quán ăn, nhà hàng và các dịch vụ khác tại các điểm du lịch, khu diễn ra lễ hội Xuân... Tình trạng này không chỉ gây bức xúc cho du khách mà còn ảnh hưởng tới điểm du lịch nơi có hiện tượng bắt chẹt khách.

Khi đi du lịch, dã ngoại, chơi Tết du Xuân..., hầu như ai cũng có nhu cầu ăn uống, và đó là lý do mà các quán hàng tại các điểm du lịch, điểm vui chơi..., đều trở nên đông đúc, chủ kinh doanh làm ăn rất phát đạt. Trong khi đại đa số các chủ kinh doanh hàng ăn uống có tâm, sự đức độ, bỏ đồng vốn, bỏ công sức ra để kiếm chút tiền lời lãi chính đáng, hợp lý thì cũng có không ít những đối tượng kinh doanh chỉ nghĩ tới lợi nhuận siêu khủng nên luôn nhắm nhe “bóp cổ” khách bằng các mức giá cao ngất ngưỡng đến... quá đáng, đến tâng tậm lương tâm. Chính vì thế mới xảy ra tình trạng khách đi du lịch, dã ngoại, chơi Tết du Xuân khi vào ăn uống do không hỏi giá trước nên đã bị “chém” với mức giá đắt ngoài sức tưởng tượng, trả tiền mà mang sự bức tức vào người.

Chẳng nói đâu xa, chính gia đình tôi vào dịp Tết cách đây mấy năm đã từng là “nạn nhân” của tình trạng bắt chẹt khách kiểu này. Lần đó, gia đình tôi đi lễ chùa ở một tỉnh lân cận, và lúc đói lòng cả nhà ghé vào ăn phở, lúc ăn xong đã bị “hét” tới 80.000 đồng/1bát, trong khi chất lượng phở thì quá dở, giá trị thực chỉ cỡ 25.000 đồng/bát là cùng. Nghĩ lại vẫn thấy chưa hết bức, nhưng tôi cũng “cảm ơn” cái bữa ăn phở bị chặt chém đó đã cho tôi một “bài học” để những lần sau tôi, các thành viên trong gia đình rút kinh nghiệm không

bị rơi vào hoàn cảnh này nữa. Mỗi lần nào vào quán hàng, trước khi gọi đồ ăn thức uống tôi và mọi người đều hỏi giá, xem menu trước, để xem mức giá có đắt hay rẻ, liệu mình có nên ăn uống hay không...(?!)

Vụ việc xảy ra gần đây nhất, vào những ngày cuối tháng 12 năm 2022, khi 2 người khách tới du lịch tại thị xã Sapa, tỉnh Lào Cai, đã bị một quán hàng ở đây “thối giá” một cách quá đáng, khi đĩa thịt lợn nhỏ, có mấy miếng lèo tèo mà họ hét với giá 495.000 đồng, và với 2 đĩa cơm chiên đùi gà cũng bị bắt chẹt tới 398.000 đồng (199.000 đồng/đĩa). Tôi nghĩ, với ngân đẫy đồ ăn, nếu có gọi món ở một nhà hàng sang trọng tại Hà Nội, TP Hồ Chí Minh, hay ở các thành phố lớn khác ở nước ta, thì mức giá cũng không đến ngưỡng cao, đắt như thế, huống chi đây lại là ở một tỉnh miền núi, nơi mà người ta có thể nhập các nguồn nguyên liệu được nuôi trồng có giá thành rẻ hơn rất nhiều từ bà con dân bản trong vùng...(?!). Qua báo chí, mạng xã hội biết được câu chuyện “chặt chém” này, tôi nghĩ tất cả mọi người đều vô cùng bất bình về cách làm ăn kiểu chop giật, không có tâm có đức của chủ quán hàng ở Sapa nêu trên. Kết quả là chủ quán hàng này đã bị cơ quan chức năng lập biên bản, phạt 7 triệu đồng và ký cam kết bán đúng giá niêm yết (theo nguồn Báo Thanh niên). Sự việc xảy ra quả là đáng tiếc, khi nó không chỉ gây bức xúc, bức bối cho chính các nạn nhân (2 du khách vào quán ăn), mà nó còn gián tiếp làm ảnh hưởng tới những người kinh doanh chân chính, đặc biệt là ngành du lịch của địa phương, khi nơi này trong những năm gần đây đã, đang là điểm đến mơ ước của rất nhiều du khách trong và ngoài nước.



Còn rất nhiều các vụ chặt chém khách ăn uống trong quá khứ mà tôi không thể kể ra đây, mà chỉ nêu vụ việc mới nhất, với mong muốn mọi người không ai phải là nạn nhân của tình trạng này nữa. Khi đi du lịch, dã ngoại, chơi Tết du Xuân..., để khỏi phiền phức, bức bối cho mình khi vào quán hàng gọi đồ ăn, thức uống thì tốt nhất là hãy xem bảng giá trước rồi mới gọi món. Với các quán hàng không có menu niêm yết giá trước thì cần phải hỏi xem giá cả của món đồ ăn, thức uống thế nào. Tránh tình trạng không biết giá cả thế nào, đắt hay rẻ...(?!), mà cứ gọi món ào ào, thì khi ăn uống xong bạn, gia đình bạn, nhóm bạn của bạn..., sẽ rất dễ bị những kẻ kinh doanh thất đức “thối giá” một cách... kinh hoàng!

Ngoài ra, đối với các chủ quán hàng bắt chẹt khách bị “phơi bày” lên công luận, thiết nghĩ chính quyền địa phương, cơ quan chức năng cần phải phạt thật nặng, thậm chí rút giấy phép cấm kinh doanh nếu tái phạm nhiều lần, như vậy may ra mới tạo được “sức nặng” răn đe... để bảo vệ uy tín của các khu du lịch. Điều quan trọng là làm sao để khách quay trở lại khu du lịch, quán ăn của mình nhiều lần, đó chính là giá trị và đạo đức của người kinh doanh. ■



MÈO VỚI THÀNH NGỮ, TỤC NGỮ VIỆT NAM

Là loài vật sống gần gũi với loài người từ hàng ngàn năm và hiện nay là con vật cưng phổ biến nhất trên thế giới, con mèo xuất hiện trong thành ngữ, tục ngữ của nhiều quốc gia. Trong kho tàng thành ngữ, tục ngữ Việt Nam, hình ảnh loài mèo xuất hiện khá thường xuyên mang nhiều ý nghĩa ẩn dụ sinh động.

■ PHONG HÓA

* **Có ăn nhặt mới biết thương đến mèo:** Có vào cuộc, nếm trải thử thách mới thông cảm với cái vất vả của người trong cuộc.

* **Ăn như mèo:** Ăn uống ít, nhỏ nhẻ, từ tốn.

* **Ăn (xong) rồi lại nằm mèo:** Kể lười biếng, ham ăn uống, hưởng thụ mà ngại lao động.

* **Bắt mèo ăn gừng:** Làm chuyện trái khoáy, ngược đời.

* **Buộc/Thắt cổ mèo, treo cổ chó:** Quá hà tiện, keo kiệt, bủn xỉn.

* **Cá/Cơm treo, mèo nhịn đói:** 1. Tình trạng oái oăm của người đang thiếu thốn nhưng lại không được hưởng thụ mặc dù thực tế hoàn toàn có thể đáp ứng được nhu cầu đó; 2. Cách xử sự của kẻ keo kiệt và nhẫn tâm.

* **Cáo chẳng chịu cáo/Khỉ vẫn là khỉ, mèo lại hoàn mèo:** Bản chất xấu xa thì cuối cùng vẫn cứ lộ ra, không thể che giấu, thay đổi được.

* **Chẳng biết mèo nào cắn mỉu nào:** Mỗi người đều có năng lực, sở trường riêng; chưa chắc ai đã hơn ai.

* **Chó/Khỉ chê mèo lắm/rậm lông:** Mình cũng xấu kém lại dè bủ, chê khinh người khác xấu kém.

* **Chó ghét đứa gặm xương, mèo thương người hay nhủ:** Đặc tính trái ngược của chó và mèo trong quan hệ với con người.

* **Chó gio mèo mù:** Hạng người xấu xí, dẫn độn, kém cỏi.

* **Chó giữ nhà, mèo bắt chuột:** Mỗi người có nghề nghiệp, chuyên môn, nhiệm vụ của riêng mình, không nên ghen tỵ hay lẫn lộn nhau.

* **Chó khô/hoang mèo lạc:** Hạng người lưu manh, vô gia cư.

* **Chó tha đi mèo tha lại:** Thuộc loại mặt hạng, bị chê bai, ruồng bỏ, bị đùn đẩy qua tay nhiều người.

* **Chó treo mèo đậy:** Kinh nghiệm giữ an toàn thức ăn khi trong nhà có vật nuôi.

* **Chuột cắn dây buộc/gặm chân mèo:** Hành động táo bạo, liều lĩnh đại dột, đầy nguy hiểm.

* **Chuột sa cúi mèo:** Không may gặp phải kẻ thù mạnh hơn, lâm vào thế hiểm nghèo không lối thoát.

* **Chửi/Đá mèo quèo/mắng chó:** 1. Đang bực người khác nhưng lại trút hành động bực tức lên những vật nuôi trong nhà; 2. Mượn chuyện này để nói (theo hướng tiêu cực) chuyện khác.

* **Con mèo con mèo con meo, muốn ăn thịt chuột thì leo xà nhà:** Muốn ăn thì phải làm.

* **Con mèo đánh giặc đông tây, con voi nằm bẹp ị đầy nổi rang:** Câu đùa (nói lên) một điều trái ngược.

* **Con mèo xán vỡ nổi rang, con chó chạy lại nó mang lấy đòn:** Lời than châm biếm của người bị mắng/phạt oan.

* **Gặp thời mèo đuổi chuột, thất thế kiến tha bò:** Ảnh hưởng quan trọng của thời thế.

* **Giấu như mèo giấu cú:** Hay giấu giếm, tìm mọi cách để giấu giếm.

* **Gửi mỡ cho/miệng mèo:** Vô tình đặt niềm tin vào những người, những nơi nguy hiểm.

* **Hát như mèo (cái) gào đực:** Hát quá dở.

* **Hùm mất hươu hơn mèo mất thịt:** Ở địa vị cao bị mất quyền lợi thì đau khổ, cay cú hơn ở địa vị thấp.

* **Im im như mèo ăn vụng:** 1. Cố tình che giấu sai

phạm, tội lỗi bằng cách im lặng tuyệt đối; 2. Thấy lợi lộc là chiếm lấy, giấu giếm, hưởng một mình, không cho ai hay biết.

* **Không có chó (thì) bắt mèo ăn cướp:** Tinh thế phải dùng người trong một việc không đúng, không phù hợp với chuyên môn, sở trường, khả năng của người đó.

* **Làm như mèo mửa:** Làm chút ít, không chu đáo, làm lấy lệ.

* **Lèo nhèo như mèo vật rơm:** Nói dai, nói đi nói lại để nài xin gì đó.

* **Lôi thôi như mèo xỏ ruột:** Ăn mặc xộc xệch, te tua, không gọn gàng.

* **Mèo bị bỏng sợ cả nước lạnh:** Một lần đại đột, lầm lẫn, gặp chuyện không hay thì nhớ mãi, lần sau chỉ thoáng thấy đã sợ mà tránh xa.

* **Mèo cào không xé vách vôi:** Không bỏ, không ăn thua gì.

* **Mèo đàn chó điểm:** Kẻ vô lại, lang thang và làm bậy.

* **Mèo đến nhà thì khó, chó đến nhà thì giàu/sang:** Một quan niệm mê tín dân gian về may rủi đối với sự xuất hiện đột ngột của chó, mèo trong nhà.

* **Mèo già ăn trộm, mèo ốm phải đòn:** Sự bất công, oan trái kẻ làm người chịu trong xã hội.

* **Mèo già hóa cáo:** Kẻ lợi dụng sự quen biết, kinh nghiệm sống lâu ngày của mình để hoạt động bất chính, trục lợi.

* **Mèo già lại thua gan chuột nhắt:** 1. Người cao tuổi thì không còn bạo gan như thanh niên; 2. Người nhiều quyền lực, lắm kinh nghiệm mà lại nhát gan hơn cả trẻ con hoặc kẻ yếu.

* **Mèo hoang (lại) gặp chó hoang:** Những kẻ lưu manh gặp nhau trong cùng một việc xấu.

* **Mèo khen/khoe mèo dài đuôi:** Ai cũng (thường) tự khen/khoe mình, coi mình là hay.

* **Mèo (già) khóc chuột:** Chuyện ngược đời hoặc thói đạo đức giả.

* **Mèo lại hoàn mèo:** Bản chất thế nào thì trước sau vẫn vậy, khó thay đổi.

* **Mèo lành ai nở cứt tai:** Chẳng ai nở chê trách, ghét bỏ, xử tệ đối với người tốt.

* **Mèo lành chẳng ở mả:** Người ngoan, trung thực không ưa, không sống trong môi trường xấu.

* **Mèo mả gà đồng:** Kẻ vô lại, con nhà hạ lưu, sống lang thang, buông thả.

* **Mèo mù móc cổ:** Không còn phương kế sinh nhai

* **Mèo mù vớ cá rán:** Người bất tài, kém cỏi được hưởng lợi lớn do gặp may.

* **Mèo nào chẳng ăn vụng/lại từ mớ:** Thói đời là chẳng ai bỏ qua lợi lộc, cơ hội.

* **Mèo nằm xó bếp:** Kẻ vì lười hoặc nhát mà chẳng tham gia hoạt động gì cả.

* **Mèo nhỏ bắt chuột con:** Có khả năng đến đâu thì thực hiện đến đó, làm vừa sức mình.

* **Mèo nhỏ bắt chuột to/cống:** Làm được việc phi thường hoặc làm tham quá mức.

* **Mèo ra cửa/văng nhà, chuột xuống ca/nhảy lên ngai:** Văng người quản lý thì dễ làm bậy, thả sức tự do.

* **Mèo tha miếng thịt xông xao, hùm/kếnh tha con lợn thì nào thấy chi:** Người có chức có quyền tham nhũng nhiều mà không bị trừng trị, kẻ thấp cổ bé họng ăn cắp vặt lại vẫn bị phạt nặng.

* **Mèo uống nước, bể chẳng bao giờ cạn:** 1. Khả năng có hạn thì không nên làm nhiều những việc quá sức mình; 2. Biết chi tiêu tần tiện thì không sợ túng thiếu.

* **Mèo vật đồng/đụn rơm:** Người kém cỏi mà lại làm việc lớn lao vượt xa năng lực của mình.

* **Mổ lợn đòi bèo, mổ mèo lấy mớ:** Quá tham lam, keo kiệt, chi li.

* **Mỡ để miếng mèo:** Vô tình hớ hênh, phô bày thứ dễ mất trước mặt kẻ đang thèm muốn.

* **Nam thực như hổ, nữ thực như mèo/miu/miêu:** Đàn ông thường ăn uống nhiều và mạnh bạo, phụ nữ thường ăn uống ít và nhỏ nhẹ.

* **Như chó với mèo:** Sống luôn cãi cọ, mâu thuẫn với nhau.

* **Như mèo thấy mỡ:** Rất thèm muốn, khát khao.

* **Rình như mèo rình chuột:** Ngồi rình chăm chú và kiên nhẫn.

* **Rửa mặt như mèo:** Hời hợt, cầu thả, làm ẩu, không đến nơi đến chốn.

* **Sắc nanh, chuột để cắn được cổ mèo:** Nếu có phương tiện, biện pháp thì kẻ yếu có thể thắng được địch thủ hùng mạnh, nguy hiểm.

* **Sợ xanh mắt mèo:** Sợ hãi đến nỗi biến đổi cả thần sắc.

* **Tiu nghiu như mèo mất tai/cụt đuôi:** Ủ rũ vì quá thất vọng.

* **Trò mèo:** Hành vi đều giả, lối bịch, kém đạo đức, vô văn hóa. ■



Ảnh hưởng từ sắc TRÔNG THƠ TRẦN HUYỀN TRẦN

■ VŨ NHO

Chợt nghĩ, ngày Xuân chúng ta cần phải đọc lại và nhấn mạnh giá trị độc đáo của bài thơ Uống rượu với Tản Đà của Trần Huyền Trần (1913-1989):

Uống rượu với Tản Đà
Cụ hăm rượu nữa đi thôi
Be này chừng sắp cạn rồi còn đâu
Rồi lên ta uống với nhau
Rót đau lòng ấy vào đau lòng này
Tôi say? Thưa, trẻ chưa đầy
Cái đau nhân thế thì say nỗi gì?
Đường xa ư cụ?
Quản chi
Đi gần hạnh phúc là đi xa đường
Tôi là nắng – Cụ là sương
Tôi bừng dậy sớm- cụ nường nắng chiều
Gió mưa tóc cụ đã nhiều

Lòng còn gánh nặng bao nhiêu khối tình
Huống tôi mái tóc còn xanh
Vâng, tôi trăm thác ngàn ghềnh còn đi
Với đời một thoáng say mê
Còn hơn đi chán về chê sông đời
Rót đi rót rót đi thôi
Rót cho tôi cả mấy mươi tuổi đầu
Nguồn đau cứ rót cho nhau
Lời say sưa mới là câu chân tình

Ngã Tư Sở, 1938

Trước hết cần khẳng định tình cảm của nhà thơ trẻ Trần Huyền Trần khi đó mới 25 tuổi với nhà thơ già Tản Đà, khi đó 47 tuổi. Cái chênh lệch tuổi tác ấy, bây giờ có thể gọi là anh, xưng em; hoặc là bác hay chú, xưng tôi hoặc cháu (Các nhà thơ không muốn người ta coi mình là già thể hiện trong

xưng hô). Ấy thế mà nhà thơ trẻ gọi Tản Đà là cụ với tất cả sự thành kính, ngưỡng mộ.

Trong bài thơ này, không rõ hai người đã uống mấy be, đã ngồi bao lâu, nhưng chắc có lẽ không phải là be thứ nhất. Nhà thơ trẻ tửu nhập, ngôn xuất. Suốt bữa rượu chỉ một mình anh nói. Đầu tiên là giục hâm rượu. Rồi thì bày tỏ việc rót rượu, uống rượu là “Rót đau lòng ấy vào đau lòng này”. Nỗi đau lòng của hai người, hai nhà thơ khác nhau về tuổi tác ấy là gì? Chắc không phải là nỗi đau tâm thường, nhỏ hẹp về cảnh nghèo và đời tư khốn khó. Đó là nỗi đau của người dân nô lệ. Tản Đà từng mơ ước bồi lại “bức dư đồ rách”, từng đau xót thực trạng của đất nước, từng lo lắng bất an “Lo vì phong hóa mỗi ngày suy/ Thánh giáo không ai kẻ hộ trì” và “Lo vì thế cục nát như tương” (Hủ nhọ lo việc đời). Vậy nên uống rượu chỉ là cái cớ, cái cơ hội để rót niềm đau thế sự.

Nhà thơ già chỉ lặng im nghe. Chừng sợ người đối ẩm hiểu lầm, nhà thơ trẻ tự hỏi rồi tự trả lời:

Tôi say?

Thưa, trẻ chưa đầy

Cái đau nhân thế thì say nỗi gì.

Đến đây thì cái đau lòng ấy rõ hơn, đó là cái đau nhân thế, nỗi đau đời người trước thời cuộc.

Và nhà thơ trẻ bộc bạch ý chí và khát vọng của mình với bậc tiền bối:

Đường xa ư cụ?

Quản chi

Đi gần hạnh phúc là đi xa đường.

Tản Đà, trên một sổ bia sách có hình người gánh nặng với câu thơ “Hai vai gánh nặng con đường thời xa”. Nhà thơ trẻ không ngại đường xa, cũng không ngại gánh nặng. Tất nhiên là có hơi men cũng bốc, nhưng ta hoàn toàn tin tưởng vào sự thành thật này:

Vâng, tôi trăm thác ngàn ghềnh còn đi

Với đời một thoáng say mê

Còn hơn đi chán về chê suông đời

Có cái khí phách, khát vọng của Xuân Diệu trong “Giục giã”: *Thà một phút huy hoàng rồi chợt tối/ Còn hơn buồn le lói suốt trăm năm*. Có cái bi phẫn của Thâm Tâm trong “Tống biệt hành”: *“Ly khách! Ly khách! Con đường nhỏ/ Chí nhón chưa về bàn tay không”*.

Đoạn thơ cuối có tiếng giục giã thật thú vị, bốn từ “rót” hồi hã, gấp gáp trong hai câu thơ:

Rót đi rót rót đi thôi

Rót cho tôi cả mấy mươi tuổi đầu

Nhà thơ trẻ muốn chia sẻ cả cái tuổi tác, cả những nỗi đau đời, những khối tình mà thi sĩ thế hệ trước đang mang. Rót rượu cho nhau là rót tâm sự, rót niềm đau, rót nguồn đau từ người này qua người khác. Và thật đẹp là cái câu kết:

Nguồn đau cứ rót cho nhau

Lời say sưa mới là câu chân tình.

Nếu chỉ là say suông, ấy là những lời nói bị mất kiểm soát, thêm chữ sưa vào để giảm độ say, để chứng thực sự chân tình của người nói.

Có thể kết luận rằng, đây là một trong các bài thơ TỬU (Rượu) hay nhất trong thơ ca nước Việt. Đặc biệt, qua bài thơ đó, chúng ta hiểu tâm trạng, niềm trăn trở của một lớp thanh niên yêu nước, bi phẫn, chưa tìm được con đường lý tưởng. Đồng thời nó ghi dấu tình bạn cao đẹp của hai thế hệ nhà thơ.

TỬU là vậy. Người xưa thường nhắc cặp từ TỬU SẮC. Về SẮC, tức là về phái đẹp, về tình yêu. Đúng là Trần Huyền Trân ít nói yêu đương. Thật tiếc là tôi không có nguyên cả bài thơ của Trần Huyền Trân. Nhưng không rõ từ nguồn nào, tôi chép bốn câu này của tác giả vào sổ tay:

Xa nhau, gió ít, lạnh nhiều

Lửa khuya tàn chậm mưa chiều đổ nhanh

Bóng đơn đi giữa Kinh thành

Nhìn duyên thiên hạ, nghe tình người ta

Bây giờ xem lại thì hai câu trên được trích trong Thi nhân Việt Nam. Còn hai câu dưới không rõ từ đâu. Nhưng tôi rất cảm khái với hai câu dưới của thi nhân. Nó có vẻ cô đơn, xa lạ của người ở cố đô mà nhớ cố đô, ở kinh thành mà xa lạ với kinh thành. Vì ở đó, thi nhân chỉ thấy duyên của thiên hạ, chỉ nghe tình của người ta. Khác với nỗi niềm của nhà thơ Nguyễn Bính từ chân quê lên đan díu với kinh thành. Và tôi, trong những năm tháng vạ vật ở kinh thành để đi thi nghiên cứu sinh, rồi khi đã đỗ tiến sĩ, chuyển về Hà Nội lại vạ vật ở kinh thành vì chưa xin cho vợ con được nhập khẩu, tôi thường ngậm nga và thăm thía cái cảnh mà thi nhân đã như viết cả cho mình.

Bóng đơn đi giữa Kinh thành

Nhìn duyên thiên hạ, nghe tình người ta

Xin cảm tạ nhà thơ Trần Huyền Trân, dù viết không nhiều thơ, đã để lại cho đời những vần thơ độc đáo về TỬU SẮC! ■



Có một cù lao nhỏ xinh
hình chú cá hô bơi giữa
dòng Cổ Chiên mênh mang,
trữ nặng phù sa mà ai đã
đặt chân lên đây một lần là
nhớ, gặp mặt người dân nơi
đấy một lần là thương...

■ *Tản văn của* **BÙI THANH HÀ**

CÒN HÔ

có một trời thương nhớ



Thương nhớ từ những nụ cười bắt gặp đầu tiên nơi bến nước, từ cánh áo bà ba sắc màu cứ bừng sáng lên bên triền sông lấp loá nắng chiều, ngát xanh hoa lá. Nhớ những bàn tay vẫy chào rồi kéo ta lên bờ đất phù sa... Giọng nói Nam bộ chân tình mà ngọt ngào... Men theo giọng nói, tiếng cười và miệt vườn xanh mướt, niềm thương ấy như kéo ta về với người thân dưới mái tranh lợp dừa lá mát lành. Gian nhà trống nhưng tình người đầy ắp. Dường như bóng mẹ, bóng chị, bóng em đâu đây đang tất bật chuẩn bị món ngon cây nhà lá vườn mừng đón người thân. Chén trà đậu biếc tím thơm như tình yêu của mẹ, mùi bưởi hồng thanh tao mang màu má của em, những hạt đậu phộng ngọt bùi có tình cha ở đó.

Ta tráng miệng đỡ mệt sau chặng đường dài, hỏi han đàm câu chuyện quê nhà rồi bâng khuâng chân bước ra vườn. Ngọn khói lam chiều vẫn vương mái bếp. Có tiếng gà cục tác nơi khóm bưởi, vườn dừa. Anh ta mỉm cười và hỏi em có muốn ăn trứng nướng

không? Ta vội chạy qua cây cầu dừa lững lờ mặt nước, moi nắm đất bùn tinh nghịch như trẻ thơ cùng anh nặn bọc trứng gà. Lửa rơm bùng cháy. Khói bếp ngả nghiêng vui đùa... Lại nhớ ngày xưa hay nghèo ngao câu hát đồng dao: "Khói về đằng kia ăn cơm với cá. Khói về đằng này lấy đá đập đầu"... Trứng chín ngọt bùi. Ta vừa chấm muối ăn vừa hít hà hương vị phù sa. Anh chị nhìn ta mỉm cười âu yếm...

Ta len lỏi vườn sau rồi lang thang theo những lối mòn râm mát bóng dừa. Sợ đôi chân ta mỏi nên chị ta đã đun sẵn chậu lá thơm bảo em ngồi ngâm chân, ngắt vườn đợi chị cơm nước. Tiếng chim vườn chiu chít. Hương bưởi, hương sả nồng nàn, mùi ngò gai... thoang thoảng đâu đây...

Nhưng làm sao có thể ngồi lâu! Ta chỉ muốn chạy ra vườn hái rau, xuống ao bơi thuyền, bắt cá, câu tôm, lội ruộng bắt những chú cua và ốc nhồi béo ngậy, hái những trái dừa, trái bưởi ngọt lành...

Hoàng hôn vừa buông, những món ngon như mẹ nấu ngào ngọt bùng lên, kéo ta vào thú vui ẩm

thực. Nào cá lóc nướng trui, tôm hấp dừa, ốc luộc lá chanh, gừng, sả thơm nức... Rau quả thơm mát trong vườn... No tưởng không ăn được nữa, nhưng khi em ta mang chén chè buổi sáng miệng ngọt ngào nấu với cả tình yêu vào, làm sao từ chối nổi vị ngon khó cưỡng này!

Trời sập tối từ lúc nào, ngọn đèn dầu tỏa ánh sáng ấm áp gợi nhớ một thời gian khó. Vắng vắng mùa thu trải ánh sáng bạc thanh bình đầu ngõ. Ta đi qua vườn dừa ghé thăm bác Tư. Nghe tin ta về, bác đã làm mâm bánh chuối ngon, đẹp, hấp dẫn, thơm lừng đón đợi... Con ăn đi nè, lâu rồi con không về! Và cái miệng ta lại ra sức hoạt động cùng cái mũi không ngừng hít hà...



Còn nhỏ, ấm tình nên về không thể bỏ sót chuyện đi thăm nhà nào. Mà ta về cả cồn đều náo nức đón đợi người con xa rồi. Nền hương bánh chuối chưa tan, cô Ba đã cầm đèn gọi ta sang nếm món mứt trái cây vườn nhà mà cô làm kỳ công như để dâng lên vua chúa vậy. Nào mứt cùi bưởi, mứt dừa dẻo, mứt chuối sấy xếp hình rồng, phượng. Ta vừa ngắm nhìn thưởng thức vừa nhắm nháp vị ngọt thanh của mứt trong ánh đèn dầu và trò chuyện về quê hương, mừng cho quê nhà đổi mới. Để rồi thêm tự hào về bà con cô bác quê mình với tấm lòng đôn hậu và sự cần mẫn chịu khó, óc sáng tạo và đôi tay vàng, đã học hỏi, tự tin làm “du lịch tự thân”, phát huy những gì vốn có, biến cù lao heo hút chưa có điện thành một miền xanh sinh thái, thu hút du khách sống chậm, trải nghiệm “du lịch hoài nhớ”, sống dậy những kỷ ức về thời ông cha vệt đất, khăn hoang...

Hương đêm nồng nàn, mát rượi! Ánh trăng thanh bình tỏa khắp miệt vườn khiến ta quên hết

thầy những phiền muộn lo toan... Những ngọn đèn dầu như mắt đêm thao thức. Công việc nơi đô thành đang bắt buộc ta phải rời xa quê nhà. Ta quý từng khoảnh khắc bình yên, ấm áp này. Bác Ba đã nhắn gọi ta sang. Vườn đêm yên ả. Trong nếp nhà đơn sơ có ánh lửa hồng. Bác Ba đã bày ra mâm thịnh gà vườn thơm vàng ruộm, món gỏi gà chua ngọt và nổi cháo gà ngọt ngào, hấp dẫn. Quên hết cái dạ dày căng phồng, ta ăn như để bù đắp những ngày thiếu thốn xa quê. Từng muỗng cháo ngọt ngào thấm vào lòng trong ánh mắt, nụ cười hiền hậu của bác. Vui thấy ta ngon miệng, bác vừa làm vừa cất giọng ca da diết: “...Quê hương ơi ấm mãi đời tôi uống ngọt đôi môi...Thương quá là thương... mái tranh nghèo tỏa khói lam chiều” khiến lòng ta cứ nhói lên, thêm yêu tha thiết cù lao nhỏ, yêu quê hương Trà Vinh.

Nỗi nhớ, niềm thương như kéo dài bất tận, thấm trong từng khoảnh khắc, từng món ngon quê nhà thấm đẫm yêu thương, từng ánh mắt, giọng nói, lời ca... Rồi cũng đến lúc, dù chưa muốn, chúng ta phải tạm biệt quê hương và những người thân yêu...

Cả cồn nhỏ tiễn ta ra bến nước. Trăng thu vàng vặc sáng, gió sông lồng lộng và cây lá xôn xao... Những vòng tay xiết chặt. Có giọng ca mong manh mơ hồ lan trên sóng nước Cổ Chiên. Những bàn tay



ấm áp lại đỡ ta xuống tàu... Tàu xa bờ, những ngọn đèn vẫn đỏ mắt tiễn đưa, những bàn tay trắng mờ náu gọi... Và nỗi nhớ thương cứ dâng lên trong trái tim ta, trên bờ mi mọng nước...

Cồn Hô ơi! Cù lao nhỏ miền Tây Nam bộ! Một lần tôi đến để nỗi nhớ thương neo lại mãi nơi này! ■



Nhớ cái Tết đầu tiên ở Matxcova

Cuối tháng 11 năm 1988, chúng tôi đặt chân tới nước Nga. Năm ấy trời rét sớm, sau ngày Quốc khánh Liên bang các nước Cộng hòa Xô viết Xã hội Chủ nghĩa, tuyết đã phủ dày trên những con đường và những cánh rừng bạch dương. Từ sân bay Sermetchevo dựa vào đến thành phố, dọc hai bên đại lộ những đụn tuyết ùn lên thành đồng thành gò. Đâu đâu cũng chỉ thấy toàn một màu trắng. Những hàng cây, những ngôi nhà đều khoác lên mình tấm áo kỳ ngộ, đủ các hình thù. Với những người quen sống ở xứ Á châu, màu trắng lạnh lạnh gợi nên nỗi niềm xa quê khôn tả.

■ HỮU ĐẠT

Chúng tôi sống trong ổ nghiên cứu sinh của Viện Hàn lâm Khoa học Nga – đôm piat (người Việt quen gọi là đôm 5) phố Ulianova. Đây là ngôi nhà nổi tiếng ở châu Âu bởi những quan hệ vô song của nó. Không những người Việt Nam mà nhiều người nước ngoài cũng biết tiếng của ngôi nhà này. Tuy nhiên, ngày mới đặt chân đến đây, tôi chỉ nghĩ đơn giản, đó là nơi ở của các nghiên cứu sinh.

Năm đầu tiên, chúng tôi học ngoại ngữ và triết học ngay ở khu học đường cạnh đôm 5. Sáng đi học, chiều lên Viện, hoặc ngược lại, chiều đi học thì sáng lên Viện. Viện chúng tôi gần Quảng trường Đỏ, nơi Nhà nước Liên xô (tên gọi trước 1991) vẫn tổ chức diễu binh tuần hành trong những ngày lễ quan trọng. Khi ở trong nước, tôi nhiều lần xem các cuộc

duyet binh vào dịp kỷ niệm chiến thắng phát xít Đức. Nay trực tiếp bước trên những viên đá lát của quảng trường, lòng tôi cứ bâng lâng một cảm xúc khó tả. Từ xa đâu đó, bên dòng sông Matxcova êm đềm vắng lại tiếng đàn vĩ cầm du dương. Một năm cũ sắp qua đi. Mới đến Matxcova được mấy tuần mà mấy đứa chúng tôi đứa nào cũng thấy dài đằng đặc. Cảm giác xa quê, nhớ Tết luôn luôn ùa đến. Ngoài kia, sau cánh cửa sổ, tuyết là tả bay. Giờ này, trong nước chắc đang lát phát mưa phùn...

Rồi Tết đến. Với người Nga, đường phố và công sở chẳng có gì rộn rã. Nhưng Tết của người Việt lại đang tung bừng ở khắp các vùng nội và ngoại ô, trong các ổ lao động. Thời gian này, ngoài lực lượng học sinh và nghiên cứu sinh, quanh Matxcova có rất đông công nhân lao động xuất khẩu. Họ sống cạnh các nhà máy, khu

công nghiệp đông đến mức bước chân đến đó lại có cảm giác như đang sống ở quê mình. Bởi vậy, chiều Ba mươi, theo lời hẹn với anh Hà Chính Chuyên (TS Triết học, hiện đang sống tại Hà Nội), tôi đã cùng anh đến ổ may cách Matxcova khoảng 70 cây số.

Với Việt Nam, địa điểm cách trung tâm thu đô bằng khoảng cách ấy hẳn là thuộc tỉnh khác, nhưng với nước Nga mệnh mông thì nó vẫn thuộc vùng ngoại ô, đi metro chỉ hết hơn hai chục phút, rất thuận tiện.

Cảm giác bất ngờ nhất đối với tôi là vừa tới chân ổ, tôi đã nghe tiếng lợn kêu eng éc và tiếng cười nói ồn ã. Vào ổ tôi mới thấy một cảnh tượng thật đặc biệt. Các chị em nữ đi lại tất bật, bày biện hoa và trang trí cây đào. Tôi sững sờ. Làm sao họ đưa được cây đào to như vậy, mà lại là đào thế tử trong nước sang nhi? Đào có đủ



lá, hoa, đẹp quá. Một tứ thơ chợt đến trong tôi: *"Sao giữa Matxcova lại có hoa đào/ Tôi giật mình thấy mùa xuân đang đến/ Giữa mênh mông im lìm tuyết trắng/ Xuân nước mình phảng phất ở đâu đây"*.

Tôi hỏi anh Hà Chính Chuyên:

- Này, họ làm thế nào đưa được đào sang đây thế nhỉ?

Hà Chính Chuyên tủm tỉm cười:

- Đào giả đấy!

- Tài quá - Tôi thốt lên - Các cô gái người Việt thật quá khéo tay. Người chính quốc còn không biết đây là đào giả, hướng hồ người nước ngoài. Hỏi ra tôi mới biết, để chọn được một cái cây có thể đẹp như vậy, anh em công nhân đã phải mất mấy tháng tìm trong rừng và "giẫm sẵn" để đến gần Tết mới chặt và đưa về. Tình cảm tha thiết với quê hương đã làm cho họ nảy sinh một sáng tạo thật đặc biệt.

Vi chúng tôi lớn tuổi bậc "cha chú" nên được đón tiếp trọng vọng lắm. Ngồi trong phòng khách chúng tôi được uống trà đen, ăn kẹo sô cô la, nghe các bản nhạc Nga truyền thống và nghe cả những bài hát nổi tiếng bằng

tiếng Việt. Trong lúc đó, cánh nam giới đang náo nức đánh tiết canh, luộc lòng lợn. Rau thơm, rau húng, thì là... bày ra la liệt trong khu nhà bếp. Tôi đi một vòng qua các phòng ở và thấy phòng nào cũng có cặp bánh chưng đặt nơi bàn thờ. Mùi khói nhang cùng mùi thức ăn phảng phất hương vị Tết làm tôi có cảm giác rung rung.

Bữa tất niên ở ộp lao động rất vui. Trong các bàn tiệc có nhiều quan khách người Nga. Bà trưởng ộp khoảng 40 tuổi, sau lúc chạm cốc bằng sâm panh Nga đã ăn món tiết canh một cách ngon lành. Tôi hỏi anh Hà Chính Chuyên:

- Sao nghe nói người Nga họ sợ món này lắm?

Anh Hà Chính Chuyên chắc lưỡi:

- Người mình ở đây mấy năm đã "làm quen" cho họ.

Như để mình họa cho lời nói của Hà Chính Chuyên, bà trưởng ộp hươ tay nói bằng thứ tiếng Việt lơ lớ:

- Kus núi! Kus núi! Ngọn núi, ngọn núi. Thú vị món tuyết canh...

Cả hai dãy bàn đều vỗ tay ầm ầm. Sau đó bà trưởng ộp giờ cao cốc đứng lên nói to: Chúc mừng năm mới!

Các công nhân cùng lúc hô vang:

- Sờ nô vưm gôt đơm... Nô vưm gôt đơm...

Mọi người đi lại chạm cốc nhau, chúc tụng những lời tốt đẹp. Cô nữ đội trưởng nói với chúng tôi:

- Mời hai chú ở lại đón giao thừa với chúng cháu. Lát nữa, chúng cháu sẽ tổ chức dạ hội. Người Nga sẽ vào đây cùng khiêu vũ, vui lắm.

Tôi lắc đầu:

- Tiếc quá! Các chú mắc hẹn mất rồi.

Chả là, cách đây nửa tháng anh Lân Cường (PGS.TS công tác tại Viện Khảo cổ học) đã đặt hàng với tôi. Anh bảo tôi viết một kịch bản cho hai nhân vật với nội dung "Táo quân châu trời" để làm tiết mục văn nghệ đón giao thừa cho nghiên cứu sinh. Tôi đã viết xong và cùng anh Lân Cường dịch sang tiếng Nga với mục đích vừa diễn xuất bằng tiếng Việt vừa diễn xuất bằng tiếng Nga cho vui.



Món này trước khi sang đây, đội văn nghệ lớp N2 do tôi làm đầu trò đã từng làm. Lúc đó là giữa học kỳ, cô chủ nhiệm yêu cầu lớp dựng một vở kịch hài ngắn bằng tiếng Nga để phục vụ cho phong trào và cho việc học tập. Nhận kế hoạch xong, lớp giao cho tôi vừa viết kịch bản, vừa đạo diễn lại vừa sắm vai. Tham gia cùng có Bùi Thị Ngọc Diệp (TS công tác tại Bộ Giáo dục), Trần Thị Quý (PGS. TS khoa Thư viện, Đại học Khoa học xã hội & Nhân văn, ĐHQG Hà Nội) và vài ba người khác. Đêm văn nghệ đó chúng tôi đã cù cho khán giả một trận cười vỡ bụng vì các vai hài của mình.

Không biết cuộc diễn với Lân Cường lần này tình hình sẽ ra sao?

Tôi và Hà Chính Chuyên về tới đêm 5 đã hơn 11 giờ đêm. Anh Lân Cường mắng tôi dõn dặt:

- Ông không nhớ nhiệm vụ à? Đi đâu thế? Tôi tìm ông suốt từ tối đến giờ. Nhanh lên.

Lân Cường vốn là người vui tính và năng nổ. Được sự hỗ trợ của người vợ trẻ anh đã làm xong phần hóa trang. râu trắng râu đen đều là tước từ các sợi dây buộc hàng. Mũ Ngọc hoàng và mũ Táo quân, anh tự mua giấy vẽ cắt và làm lấy. Quần áo thụng đỏ, thụng xanh, không biết anh kiếm từ đâu, ra dáng lắm. Lân Cường hay nói nên nhận vai Táo quân. Tôi sắm vai Ngọc hoàng. Kể cũng sướng, được làm vua nên được nói cái giọng của bậc tối thượng. Tôi vung tay quát tháo. Lân Cường vờ run lấy bầy. Tôi và Lân Cường chỉ kịp ráp vở được 30 phút - nghĩa là chạy thử một lượt là tới lúc giao thừa.

Đúng phút giao thừa, sau một hồi trống thúc, tôi đi hài, áo thụng đỏ, mũ dát vàng bước ra. Sau đó

đến Lân Cường, mặc áo thụng xanh, mũ cánh chuồn, giọng thê thê xuất hiện. Diễn chừng vài phút, người xem kéo đến đông dần. Rồi gần như nghiên cứu sinh của tất cả các nước: Việt Nam, Afghanistan, Ả rập xê út, Bun Gari, Mông Cổ, Ba Lan... đều có mặt. Sau mỗi đối thoại của chúng tôi, họ hô lên rầm rĩ, huýt sáo, vỗ tay...

Tôi không ngờ một vở diễn tự biên, không có nhạc chỉ có tiếng trống cắc - tùng mà lại được mọi người cổ vũ mạnh mẽ đến vậy.

Khán giả chen chúc, ngó nghiêng khiến cho tôi quát tháo càng mạnh. Tôi nói: Hạ giọng lộn xộn quá, lộn xộn quá! Cần chỉnh đốn nhanh tay không thể giới loạn mất... Thế là tiếng vỗ tay lại rầm rầm.

Lúc chúng tôi diễn lời thoại cuối cùng cũng là lúc tiếng nhạc nhảy vang lên. Sấm panh và rượu đã bày ra ở các quầy xung quanh. Tất cả các nghiên cứu sinh người Việt cùng các bạn Tây đều nhảy một cách tung bừng. Tôi thay quần áo xong quay ra thì thấy anh Trần Nho Thìn đang nhảy rất hăng hái. Tôi hơi ngớ ra, không ngờ anh Trần Nho Thìn lại từ Kon kô vơ lên đây để cùng đón giao thừa (anh ở cách chỗ tôi vài ga tàu điện ngầm) và nhảy "oách" đến thế. Tôi cứ nghĩ anh là nhà nghiên cứu văn học cổ thì không thích cái món nhảy nhót này. Thế mà anh lại nhảy rất "hoành tráng" và "hội nhập" với văn hóa Nga khá sớm.

Tôi cũng bị cuốn vào cuộc. Mấy bài nhảy tôi thạo từ dạo làm chuyên gia ở Căm Pu chia giờ đây tôi đã quên hết nên lúc đầu khá lúng túng. Nhưng hơi sấm panh và rượu cô nhắc đã đẩy những bước chân của tôi liền thoảng quanh mấy vị nghiên cứu sinh Xy ry và Ả rập. Cuộc đón giao thừa

ở đêm 5 thật quá tung bừng. Chúng tôi thức luôn tới sáng và làm bữa cơm Năm mới đầu tiên ở Matxcova. Sang đón Năm mới cùng với chúng tôi còn có cả người bạn đồng nghiệp cùng khoa là anh Bùi Việt Thắng (Nhà phê bình văn học, giảng viên khoa Văn học, Đại học Khoa học xã hội & Nhân văn, ĐHQG Hà Nội).. Bữa tiệc đang lúc dâng trào thì Bùi Việt Thắng chợt bảo tôi:

- Thi sĩ Hữu Đạt đọc một bài thơ cho khí thế đi.

Tôi chệnh choáng trong hơi men, đọc bài "Đêm giao thừa ở Matxcova". Chẳng rõ tôi đọc hay rượu đọc mà bài thơ chưa kết thúc, Nguyễn Văn Hằng bỗng òa lên như một đứa trẻ. Tôi cũng rưng rưng. Quay sang, nước mắt Bùi Việt Thắng cũng chảy ròng ròng. Hóa ra Tết có một cái gì sâu lắng lắm trong tâm tư mỗi người. Đi xa, dù vui đến đâu vẫn thêm cái Tết ở quê nhà.

Với kinh nghiệm là người đi trước, Bùi Việt Thắng động viên anh em:

- Thôi nào, tiếp tục ăn đi kéo khóc là mất hên đấy.

Chúng tôi lại cụng ly. Dưới tầng 5 bỗng có tiếng pháo tếp lẹt đẹt nổ. Từ cuối hành lang, có tiếng bước chân rậm rịch và tiếng ồn ào. Một số nghiên cứu sinh châu Âu đã rủ nhau, tập hợp lại thành đoàn đến các phòng nghiên cứu sinh Việt Nam chúc mừng Năm mới. Lại những chuỗi lời chúc mừng lơ lớ *Chúc mừng năm mới* xen lẫn những câu tiếng Nga sờ *nó vum got đơm* vang lên, xen lẫn tiếng sấm panh nổ bom bốp

Ngày đầu tiên của Năm mới bắt đầu! Tôi thật bất ngờ khi thấy cái Tết của người Việt đã tạo ra sự cởi mở chan hòa giữa các dân tộc đặc biệt đến như vậy. ■

Công tác chuẩn bị đón Tết, vui Xuân

Trước Tết Nguyên đán, vào ngày 23 tháng Chạp hàng năm, mỗi nhà sẽ dọn dẹp sạch sẽ căn bếp, sau đó chuẩn bị một mâm bao gồm trái cây, đồ mặn và phóng sinh một con cá chép. Bài viết này giới thiệu về việc chuẩn bị cho lễ cúng ông Công, ông Táo lên thiên đình để báo cáo những việc xảy ra của gia đình một năm qua.

■ DŨNG NGUYỄN

Vào dịp Tết đến Xuân về là các hàng quán ngoài chợ sắp xếp đầy đủ các sạp bán lá dong, lá chuối, ống nứa để phục vụ cho công việc gói bánh ngày Tết Bởi vì bánh chưng, bánh tét chính là 2 loại bánh truyền thống nằm trong danh sách các món ăn ngày Tết không thể thiếu để dâng lên bàn thờ tổ tiên hoặc làm quà tết cho người thân hay bạn bè.

Với người dân Việt Nam việc lau dọn nhà cửa mỗi dịp cuối năm mang ý nghĩa là sẽ loại bỏ đi những điều không tốt của năm cũ chuẩn bị đón chào điều may mắn và tài lộc cho năm mới. Vì thế mà đây cũng là dịp để các thành viên trong gia đình được cùng nhau dọn dẹp làm mới cho các vật dụng trong nhà mình.

Ngoài ra, để trang trí nhà cửa đón Tết người Việt còn mua rất nhiều loại hoa chưng Tết với nhiều màu sắc và ý nghĩa khác nhau như: Hoa Thủy Tiên, Hoa Đồng Tiền, Hoa Cúc,...

Bày mâm ngũ quả: Một mâm ngũ quả để dâng lên bàn thờ ông bà tổ tiên là nét đặc trưng không thể thiếu trong dịp lễ Tết Nguyên đán, nó bày tỏ cho sự tôn kính và lòng biết ơn của con cháu trong nhà đến bề trên.

Tại mỗi vùng miền sẽ có những cách bày trí mâm ngũ quả khác nhau cũng như các loại trái cây cũng có sự khác biệt. Tuy nhiên tất cả đều mang ý nghĩa chung là cầu mong cho năm mới được may mắn và bình an hơn năm cũ.

Tảo mộ: Đây là phong tục được diễn ra vào những ngày cận Tết Nguyên đán. Vào ngày này con cháu trong nhà sẽ tập trung tại mộ của ông bà tổ tiên để làm sạch khu mộ cũng như thăm viếng và mời tổ tiên ông bà về ăn tết. Phong tục này thể hiện sự kính trọng và đạo hiếu của con cháu đối với ông bà cha mẹ và tổ tiên đã khuất

Cúng tất niên là nét truyền thống có từ lâu đời của dân tộc Việt Nam. Đây là nghi lễ quan

trọng thường được làm vào ngày 30 Tết để mời ông bà tổ tiên về ăn Tết cùng gia đình. Đồng thời là cột mốc đánh dấu thời điểm năm cũ qua đi để chuẩn bị đón một năm mới an khang, thịnh vượng hơn.

Xông đất

Sau thời khắc giao thừa đón chào năm mới thì người đầu tiên bước vào nhà sẽ là người xông đất cho gia đình. Theo quan niệm từ xưa đến nay, người xông đất nên là người hợp tuổi với gia chủ để mang lại cho gia đình một năm làm ăn thuận lợi, sức khỏe dồi dào và gia đình hòa thuận.

Chúc tết, mừng tuổi

Năm mới đến tượng trưng cho mỗi người sẽ được thêm một tuổi, do đó mà mọi người sẽ dành cho nhau những lời chúc tốt đẹp nhất để hy vọng một năm mới nhiều thành công hơn. Thông thường, vào ngày mồng một tết con cháu sẽ đến để mừng tuổi cho ông bà, cha mẹ sau đó những người lớn



sẽ lì xì lại cho trẻ con những bao lì xì đỏ như một lời chúc năm mới may mắn và học giỏi hơn.

Với người Việt Nam, Tết Nguyên Đán không chỉ là khoảng thời gian chuyển giao giữa năm cũ và năm mới Âm lịch mà nó còn chứa đựng nhiều ý nghĩa tâm linh, văn hóa... Theo quan niệm phương Đông, đây là khoảng thời gian trời đất có sự giao hòa và con người trở nên gần gũi với thần linh.

Tết Nguyên Đán xưa là dịp để người nông dân bày tỏ lòng thành kính đến các vị thần linh như thần Đất, thần Mưa, thần Sấm, thần Nước, thần Mặt trời,... và cầu cho một năm mưa thuận gió hòa, mùa màng bội thu.

Bên cạnh đó, đây còn được coi là ngày "làm mới", ngày để mọi người có thể hy vọng vào một năm mới an lành, sung túc, thuận lợi trong cả năm và gác lại mọi điều không may mắn trong năm cũ. Do vậy, vào dịp Tết, nhà nào cũng tất bật dọn dẹp, sắm sửa, trang hoàng nhà cửa cho thật đẹp.

Đây cũng là dịp mọi người làm mới lại về phần tình cảm và tinh thần để mối liên hệ với người thân được gần gũi hơn, tinh thần thoải mái, tươi vui hơn. Trong dịp Tết,

các gia đình thường tụ họp chúc Tết nhau, cùng nhau thắp nén hương tưởng nhớ ông bà, tổ tiên, tạ ơn ông bà, tổ tiên đã phù hộ trong suốt một năm qua.

Tết Nguyên Đán là lễ hội truyền thống lớn nhất trong năm của người Việt. Đó là điểm giao thời giữa năm cũ và năm mới, nó thể hiện sự gắn kết trong cộng đồng, gia tộc và gia đình. Đó là giá trị tâm linh, cũng là giá trị tình cảm sâu sắc của người Việt.

Tết đến xuân về không chỉ là niềm khao khát của biết bao đứa trẻ để được xúng xính quần áo mới, được ăn bánh mứt và nhất là được nhận lì xì, mà nó còn mang một ý nghĩa vô cùng sâu sắc. Đó là điểm giao thời giữa năm cũ và năm mới, giữa một chu kỳ vận hành của đất trời, vạn vật cỏ cây; còn thể hiện sự gắn kết trong cộng đồng, gia tộc và gia đình. Tết Nguyên Đán còn là dịp để hướng về cội nguồn. Đó là giá trị tâm linh, cũng là giá trị tình cảm sâu sắc của người Việt, trở thành truyền thống

Mỗi dịp Tết đến xuân về, ai nấy đều nô nức chuẩn bị đón chào một năm mới tràn đầy niềm vui, hạnh phúc. Nhà nhà dọn dẹp,

mua sắm, trang hoàng lại nhà cửa,... là những hoạt động ngày Tết Việt Nam.

Dọn dẹp nhà cửa trước Tết

Nhà cửa thường được dọn dẹp và trang hoàng trước đêm giao thừa. Trẻ em phụ trách quét và chà sàn. Bếp cần được dọn dẹp trước đêm 23 tháng giêng. Thông thường, chủ gia đình lau bụi và tro (từ hương) trên bàn thờ tổ tiên. Người ta thường tin rằng dọn dẹp nhà cửa sẽ thoát khỏi những vận rủi trong năm cũ. Một số người sẽ sơn nhà cửa họ và trang trí bằng các vật phẩm lễ hội.

Công việc dọn dẹp và trang hoàng lại nhà cửa trước ngày Tết không những giúp tổ ấm sạch sẽ, mà nó còn mang nhiều ý nghĩa nhân văn khác. Thông thường, vật dụng trong nhà thường gắn liền với một kỷ niệm nào đó. Vì vậy, việc dọn dẹp, lau chùi vật dụng cũng chính là lúc chúng ta ôn lại những kỷ niệm đó.

Thực tế khi nhà cửa được trang hoàng, dọn dẹp sạch sẽ ngăn nắp thì chúng ta sẽ cảm thấy tự tin, không gian sống trở nên trong lành hơn và tự tin khi có khách đến chơi nhà.

Mua sắm ngày Tết

Từ ngày 25 đến ngày 30 tháng Chạp Âm lịch, người Việt Nam sẽ dành nhiều thời gian đi chợ, siêu thị mua sắm một số thực phẩm, nguyên liệu chính để chế biến các món ăn truyền thống của Tết cổ truyền như: gạo, nếp, gà, hoa quả,... cũng mua nhiều phụ kiện để trang trí nhà cửa đẹp mắt, nhiều màu sắc. Đặc biệt, cây hoa ngày Tết



Việt Nam mang một giá trị tinh thần to lớn, nụ hoa nhiều thi nhau bung nở như đem đến cho gia chủ tài lộc thịnh vượng cho một năm mới. Vì thế mà phong tục sắm cây hoa ngày Tết năm nào cũng diễn ra.

Hai loài hoa đặc trưng cho ngày Tết là hoa Đào ở miền Bắc Việt Nam và hoa mai vàng ở miền Nam. Người miền Bắc thường chọn cành đào đỏ để đặt trên bàn thờ hoặc trang trí nhà cửa vì họ tin rằng hoa Đào có sức mạnh trừ tà và màu hoa của nó sẽ mang lại may mắn và một năm mới thịnh vượng cho họ.

Với miền Nam Việt Nam, do những vùng này có khí hậu nhiệt đới rất thích hợp cho hoa Mai vàng đâm chồi nảy lộc mỗi độ Xuân về. Họ cũng tin rằng màu vàng của hoa tượng trưng

cho tài lộc cho chủ nhân. Ngoài ra, cây quất ăn trái cũng được chọn mua nhiều, quất là loại cây thường được đặt trong phòng khách trong ngày Tết. Cây quất được cho là sẽ mang lại sự sinh sôi và kết trái cho chủ nhân.

Chuẩn bị mâm ngũ quả

Thường đĩa trái cây trang trí cho ngày Tết cổ truyền Việt Nam bao gồm năm loại trái cây khác nhau như chuối, bưởi, quýt, dưa và cam. Có thể thay thế bằng một số loại trái cây khác như măng cầu, táo, đu đủ, xoài, dừa. Mỗi vùng miền Việt Nam thường chọn những loại quả khác nhau nhưng ý nghĩa của mâm cỗ vẫn giống nhau - thể hiện mong muốn của gia chủ bằng tên gọi, cách sắp xếp và màu sắc.

Dựng cây Nêu

Như đã nói ở trên, trong ngày Tết cổ truyền, mỗi gia đình sẽ dựng "Cây Nêu" trước cửa nhà. Cây Nêu này có thể là một cột tre dài từ 5 đến 6 mét và thường được trang trí bằng các đồ vật khác nhau (tùy theo từng vùng) như vàng mã, cành xương rồng, bùa may mắn, chai rượu làm bằng rơm và bùa hộ mệnh để trừ tà. Cây Nêu này được coi là một trong những tín hiệu quan trọng để ma quỷ nhận biết ngôi nhà này là nơi ở của người sống, không được đến quấy phá.

Xông nhà

Ngày mừng 1 Tết, người Việt tin rằng vị khách đầu tiên mà một gia đình tiếp đón trong năm sẽ quyết định vận may của cả năm, nên mọi người không bao giờ bước vào nhà nào vào ngày đầu tiên mà không được mời trước. Các gia đình Việt Nam sẽ cẩn thận lựa chọn vị khách đầu tiên bước chân vào nhà mình.

Nếu người khách có một chính khí tốt, nghĩa là họ hợp với cung hoàng đạo của gia chủ, học hành tử tế, tốt bụng và khỏe mạnh thì gia đình sẽ gặp nhiều may mắn, tài lộc trong năm. Điều này đặc biệt phổ biến trong các gia đình làm kinh doanh.

Xin chữ thư pháp:

Tết cổ truyền Việt Nam ngoài bánh chưng không thể không nhắc đến đó là câu đối đỏ. Hình ảnh Ông Đồ ngồi viết chữ thư pháp bên phố, với những lời chúc phúc vô cùng ý nghĩa.

Năm nay hoa đào nở
Lại thấy ông đồ già
Bày mực tàu giấy đỏ
Bên phố đông người qua.■



NHỚ VỀ TẾT

của một thời ấu thơ

Mỗi khi Tết đến trong tôi lại nôn nao nỗi nhớ về một miền cổ tích, nơi tôi sinh ra và có những tháng ngày ấu thơ đầy ắp những kỷ niệm. Tết với người lớn luôn là sự lo toan vất vả, khi biết bao nhiêu thứ cần phải mua sắm bằng tiền, mà với nền kinh tế của đại đa số người dân quê tôi khi xưa đều eo hẹp, nghèo khó khi chỉ trông vào lúa, ngô, khoai, sắn thu hoạch nơi ruộng đồng, thì đồng tiền kiếm được qua một năm không lấy gì làm dư giả.

■ THẠCH BÍCH NGỌC

C hẳng vậy mà người lớn là những trụ cột trong các gia đình luôn phải trăn trở, lo nghĩ để làm sao đẩy cho gia đình mình có một cái Tết tươi tắn, không kém cạnh so với hàng xóm láng giềng. Vâng, người ta từng bảo “đói ngày giỗ cha, no ba ngày Tết”, hay “số cô chẳng giàu thì nghèo, ngày Ba mươi Tết thịt treo trong nhà”... ý nói lên rằng, dù gia cảnh có nghèo đói, túng kém, thiếu ăn quanh năm đến như thế nào chăng nữa, thì trong mấy ngày Tết những trụ cột trong gia đình cũng phải cố gắng chạy vạy, vay mượn để gia đình mình được ăn một cái Tết đủ đầy các món cơ bản. Trước là để cúng ông bà tiên tổ, sau là để được ăn uống no nê thỏa thích. Chính vì mỗi khi Tết đến là đều phải lo toan như thế, nên hầu như chẳng mấy người



Khung cảnh gói bánh chưng ngày Tết.

lớn thích Tết, thậm chí họ còn... “sợ” Tết là đằng khác.

Thế nhưng, với trẻ con, những người còn chưa tới tuổi lo, tuổi

nghĩ thì luôn thích Tết với một sự háo hức và niềm vui sướng khôn tả. Tôi từng có suốt những năm tháng tuổi thơ ngóng trông, đợi



chờ Tết như vậy, nên khi lớn lên rồi, trở thành người lớn, bắt đầu phải lo toan cho cuộc sống bộn bề của cơm, áo, gạo, tiền, tôi cảm thấy luyến tiếc về một thời hồng hoang của tuổi trẻ. Ngày ấy, mỗi khi Tết còn cách đến cả tháng trời mới tới, vậy mà bọn trẻ trong làng tôi đã luôn ngóng trông, đếm đợi từng ngày, từng ngày một. Đứa nào cũng mong cho Tết đến thật nhanh để không phải đến trường học trong cả tuần trời. Rồi thì, sự thích thú và niềm vui sướng vô bờ bến chắc chắn sẽ đến với bất cứ đứa trẻ quê nào trong những ngày Tết, đó là được ăn các bữa cơm với vô số các món ngon đầy mâm, đầy bát. Nào thịt gà, thịt bò, nem rán, cá kho, thịt đông, giò, chả; rồi canh măng, canh bóng...

Ngoài ra còn có vô số các loại bánh, đó là: bánh chưng, bánh dầy, xôi gấc; hay như bánh kẹo cũng có rất nhiều thứ, từ kẹo lạc, kẹo vừng, kẹo cam, kẹo socola, bánh quy, bánh xốp... Nói chung là mấy ngày Tết chúng tôi được ăn thỏa thích, ăn theo nhu cầu chứ không lo bị bố mẹ o ép, cấm đoán như dịp ngày thường. Ngoài ra, trong dịp Tết đầu kinh tế các gia đình ở nông thôn đều khó khăn

nhưng trẻ con vẫn luôn được bố mẹ mua cho quần áo mới để mặc diện Tết. Rồi thì các phong bao đỏ thắm đựng tiền lì xì của ông bà, bố mẹ, những người họ hàng trong thời khắc Giao thừa, hay vài ngày đầu xuân năm mới, cũng luôn khiến chúng tôi đợi chờ từng giây từng phút. Ôi, tựu chung là mỗi dịp Tết với trẻ em thôn quê như chúng tôi thuở ấy luôn là tất cả những gì vui sướng và tuyệt vời nhất. Chẳng vậy mà, khi đắm say trong những ngày Tết với niềm vui bất tận như thế thì đứa trẻ nào cũng chỉ muốn Tết qua đi thật chậm...

Suốt những năm tháng ấu thơ sống ở làng quê, tôi cũng được hưởng đủ đầy sự háo hức, những niềm vui khôn tả như bao đứa trẻ quê khác trong những dịp Tết đến Xuân về. Tôi luôn thích thú "ấn tượng" với bầu không khí gia đình mình cũng như các gia đình hàng xóm lo chuẩn bị sửa soạn Tết. Dịp Tết luôn chỉ có 3 ngày chính, đó là ngày cuối năm và 2 ngày đầu năm mới, thế nhưng Tết thường đến sớm hơn với gia đình tôi, khi ngày 27 tháng Chạp, nghĩa là còn cách 3 ngày nữa mới đến ngày cuối cùng của năm, là bố mẹ tôi thường mổ lợn để lấy phần thịt

sửa soạn ăn Tết, cũng như dành gói bánh chưng.

Cũng có năm, do nhà không nuôi lợn, hoặc lợn nuôi chưa kịp lớn, thì mẹ tôi lại "ăn dụng" với những nhà hàng xóm khác. Hình thức "dụng lợn" ngày Tết như vậy ở làng quê tôi vẫn luôn duy trì từ xưa và cho tới tận ngày nay vẫn còn, bởi như vậy vừa tiện lợi, vừa vui, lại thể hiện sự gần bó keo sơn tình làng nghĩa xóm. Tôi còn nhớ, cứ nhằm ngày 28 tháng Chạp hàng năm, bao giờ gia đình tôi cũng gói bánh chưng, và mấy anh chị em chúng tôi luôn được mẹ phân công lo rửa lá bánh, đãi đậu đỗ, phụ giúp bố quanh nông bánh, mỗi khi bố cần sai bảo việc gì đó.

Những năm còn nhỏ xíu, mỗi lần bố gói bánh chưng Tết như thế, bao giờ tôi cũng nài nỉ bố gói cho vài chiếc bánh chưng nhỏ xinh để "góp vui", khoe với nhóm bạn trong xóm. Công việc luộc bánh chưng cũng rất thú vị, khi tháng Tết trời lạnh giá, nên khoảng thời gian ngồi canh chừng nồi bánh sôi ừng ực là lúc sưởi ấm rất tuyệt, nên gia đình tôi các thành viên ai cũng muốn nhận làm. Có nhiều năm, mẹ chải chiếu sát cạnh nồi luộc bánh để cả nhà vừa ngồi canh bánh, sưởi ấm, rồi tiện thể bố mẹ kể chuyện cổ tích cho các con nghe...

Vào hôm 29 tháng Chạp cận Tết là ngày mà tôi luôn phải cùng mẹ và chị cả lo dọn dẹp nhà cửa, cũng như lau chùi sạch sẽ tinh tươm các đồ thờ cúng trên bàn thờ để đón Tết. Khi lau dọn bàn thờ, bao giờ mẹ cũng luôn nhắc nhở chị em tôi phải cẩn trọng với bát hương, ống cắm, lư đồng..., bởi nếu không sẽ bị sứt mẻ, vỡ méo... Sau khi công việc dọn nhà,



sửa soạn bàn thờ xong, chiều cùng ngày, bao giờ cả gia đình tôi cũng ra nghĩa trang của xã để mời linh hồn ông bà, các cụ, tiên tổ về nhà ăn Tết cùng con cháu. Ở quê thường có tục lệ như vậy, nên gia đình nào cũng phải thực hiện nghi thức này, chẳng vậy mà ngày này các nghĩa trang trong vùng luôn nhộn nhịp người và nghi ngút khói hương.

Trong suốt những năm tháng tuổi thơ, vào dịp Tết tôi luôn nhớ hơn cả đó là vào ngày cuối cùng của năm cũ được theo mẹ đi chợ Tết để mua sắm thực phẩm, các thứ phục vụ cho việc ăn uống của gia đình trong suốt 3 ngày Tết. Chợ Tết ở bất cứ làng quê nào vào ngày cuối cùng của năm cũng đều đông như nê m cối. Người người chen chúc nhau bán mua, mời mọc. Năm nào tôi cũng luôn được đi chợ Tết cùng mẹ. Nhiệm vụ của tôi là ngoài việc đứng trông quanh gánh để mẹ rảnh rang chuyện bán mua hàng hoá, thì khi về tôi cũng luôn là người

phụ tá đắc lực trong việc gánh vác bớt hàng hóa để mẹ đỡ phần vất vả, nặng nhọc. Đi chợ sắm Tết, mẹ luôn mua biết bao là thứ, từ măng, miến, mộc nhĩ, nấm hương, rau, hoa tươi..., cho đến các loại bánh kẹo, hộp mứt, hương đốt, dầu hỏa dùng để thắp đèn... Mua biết bao là hàng hóa linh kinh là vậy, nhưng chẳng năm nào mẹ quên mua các thứ quà cho tôi để ăn dọc đường, khi thì mấy nắm bông ngô đường, lúc lại chục kẹo bột, kẹo vừng, hay nhiều khi là dăm tấm mía, mấy múi bòng bưởi... Nói chung là đi chợ Tết theo mẹ bao giờ tôi cũng được ăn thỏa thích bao nhiêu thứ quà. Quà mẹ mua cho nhiều đến nỗi, tôi ăn từ chợ cho tới khi về đến nhà rồi mà vẫn còn chưa hết...

Ngày 30 Tết- ngày Tất niên, cũng chính là ngày đầu tiên trong dịp 3 ngày Tết, vì thế mà ngày này gia đình nào cũng làm cỗ Tết to nhất, với nhiều món ngon nhất để trước là cúng ông bà tiên tổ, sau là cả nhà đoàn tụ quây quần

ăn uống sau một năm dài vất vả lo toan. Tùy theo mỗi gia đình có thể làm cỗ cúng Tết vào buổi sáng, hoặc buổi chiều tối. Với gia đình tôi thì năm nào bố mẹ cũng luôn để chiều tối 30 mới làm cơm, bởi bữa cơm cúng Tất niên vào chiều ngày cuối cùng của năm luôn ý nghĩa, đầy ấm cúng. Trước khi sửa soạn làm cơm, bao giờ mẹ cũng nhắc tôi, chị Cả, anh Hai đi tắm gội sạch sẽ để tẩy rửa hết những bụi bẩn ô uế, trước khi bước sang thời khắc năm mới. Dù bận thế nào thì mẹ vẫn luôn nấu một nồi nước to cây hoa rau mùi (ngò) để cả nhà cùng tắm, bởi đây là loại nước thảo mộc rất thơm tho, khi tắm xong còn lưu giữ lại trên thân thể cả vài ngày sau mà vẫn còn hương thơm quyến rũ. Rồi, sau khi cả nhà ăn bữa cơm Tất niên xong, trong lúc chị em chúng tôi mãi lo bỏ quần áo mới ra mặc, thì mẹ phải dọn dẹp, rồi lo mổ gà, nấu chè hoa cau, chè con ong, xôi gấc... để lo cho lễ cúng Giao Thừa - một lễ cúng Tết thiêng liêng mà bất cứ một gia đình Việt nào dù ở quê, ở thành phố, hay ở hải ngoại thì cũng đều thực hiện.

Ba ngày Tết với nhiều niềm vui, sự thích thú của lũ trẻ quê chúng tôi rồi cũng qua đi chóng vánh, để rồi nhịp sống của những ngày thường trở lại, với các bữa cơm độn ngô, khoai, sắn giản đơn, cùng với tương cà rau muối... Tôi lớn lên qua biết bao những mùa Tết tuổi thơ đầy ắp những kỷ niệm đẹp đẽ và vui vầy như thế, vì vậy mà khi đã là người trưởng thành, có lẽ chẳng bao giờ tôi có thể quên được không khí Tết của những ngày xưa ấy, dẫu không thể đủ đầy về vật chất như Tết của thời hiện đại bây giờ, nhưng nó vui lắm, đáng nhớ lắm... ■

Gửi về xuân cũ

HUỖNH VĂN QUỐC

Nhớ làng một thuở
Lạnh lùng đêm đông
Co ro giá buốt
Đêm dài mênh mông

Cha gom rét mướt
Mang ra ngoài đồng
Gánh về hơi ấm
Rơm vàng mùa đông

Mẹ hong chiếu ướt
Bên bếp lửa hồng
Bánh xèo reo ngát
Mùi thơm nức lòng

Mẹ Cha giờ đã...
Ta còn hư không
Gửi về xuân cũ
Khói hương bay vòng...



Tác phẩm: Xuân về trên Bản Phố của Họa sỹ Nguyễn Mạnh Hùng

Rượu xuân

TRẦN VĂN LỢI

Chắt vị hoa vị quả
Lọc hương đất hương trời
Từng giọt rơi thong thả
Rồi nồng nàn trên môi.

Cùng bạn bè, họ mạc
Rót đầy vào mùa xuân
Ngày tất niên đoàn tụ
Mang niềm vui quây quần...

Soi vào trong sóng sánh
Gặp ánh mắt bao người

Ấm nồng và trong trẻo
Như mùa xuân cuộc đời.

Cùng nói lời mưa nắng
Cùng hát lời cỏ cây
Nụ cười như hoa nở
Tỏa hương xuân dâng đầy.

Bao nỗi niềm thế sự
Ủ men say tâm hồn
Xuân như là chén rượu
Chưng cất từ tươi non...

“Chợ Tết” Trường Sa

TRẦN VĂN LỢI

Lính thường dí dỏm cười vui
Gọi rằng “chợ Tết của người Trường Sa”
Đấy là khi chuyển tàu ra
Chở xuân từ phía quê nhà yêu thương.

Những nhu yếu phẩm ngày thường
Và quà xuân tự bốn phương gửi cùng
Thảo thơm, đầy đặn, tươi trong
Nâng niu người đón, đẹp lòng người đưa...

Chợ không tiếng bán, tiếng mua
Chỉ toàn giọng lính cười đùa hồn nhiên
Mỗi năm thường “hợp” một phiên
Đấy là “chợ Tết” ở miền đảo xa...



Năm nào cùng vậy, cứ sau ngày Ông Táo về Trời độ vài ngày là mấy anh chị em chúng tôi lại từ mọi miền đất nước tụ hội về nhà để đón Tết cùng cha mẹ. Nhà có năm anh chị em thì mỗi người học tập và lập nghiệp ở một phương trời khác nhau. Người thì mãi tận Thành phố Hồ Chí Minh, người Cà Mau, chị và em tôi thì sống tận Cao Bằng và Điện Biên. Riêng tôi thì sống tại Hà Nội và được xem là gần gần nhất nên chẳng phải Tết, mà ngày rảnh rỗi tôi vẫn thay mặt anh chị về thăm nom chăm sóc cha mẹ.

Tết sum vầy mới vui và nhiều ý nghĩa...

■ TRINH VIẾT HIỆP

Năm tháng dần qua đi, anh chị em chúng tôi ngày một lớn khôn thì cha mẹ tôi cũng già đi trông thấy. Trên đầu cha mẹ cũng đã điểm những màu tóc pha sương bạc trắng. Cuộc sống của cha mẹ tôi quanh năm đơn côi và buồn tẻ bên nếp nhà đơn sơ cùng gà, lợn và mấy con chó nuôi cho vui và giữ nhà. Một đàn con đều đi hết, chẳng đứa nào sống cùng cha mẹ nên nhiều khi tôi thấy ông bà cũng buồn bã. Dường như cái buồn, sự thiếu vắng và đơn côi đã thành quen nên tâm tính của cha mẹ tôi cũng trở nên trầm lắng và ít nói...

Chính vì buồn vì thiếu vắng con cái trong hầu suốt cả năm dài như thế, nên những ngày Tết là ngày cha mẹ, gia đình tôi vui vẻ nhất. Các anh, chị, em chúng tôi đều tề tựu đông đủ để ăn trọn mấy ngày Tết cùng gia đình. Mấy anh, chị cả đã lập gia đình và sinh các cháu cũng vẫn giữ thói quen về nhà đón Tết cùng cha mẹ, vì vậy gia đình tôi ngày Tết là đại gia đình sum họp



tràn đầy niềm vui và tiếng cười. Từ hôm con cháu về đông đủ, mẹ tôi mừng ra mặt! Bà chạy đôn chạy đáo lo toan mấy chuyện lật vật như chuẩn bị gạo nếp, đậu xanh, rửa lá dong để anh cả tôi gói bánh chưng. Cha tôi thì không còn sáng mắt nhưng cũng không chịu ngồi yên khi chuẩn bị bắc bếp để luộc bánh.

Bữa cơm tất niên, gia đình tôi phải dọn ra làm hai mâm mới đủ ngồi, vì cả thầy đã là 13 thành viên. Mẹ tôi bảo: "Thôi, dọn làm một mâm quay tròn ăn cho vui vẻ, vì cả năm mấy khi ông bà

mới được ăn cơm cùng con cháu đâu!". Trong bữa ăn, tiếng nói, tiếng cười râm ran, rồi tiếng cha tôi hỏi thăm xem tình hình các con năm nay định mông mấy đi (?!). Anh cả và chị hai, do ở xa nên quyết định mông 3 đi. Nghe vậy, mẹ tôi góp ý: "Thôi, để mông 4, nhà hoá vàng tiễn đưa các cụ ra đồng rồi hãy đi. Với lại, năm nay nhà bác Hải làm lễ khao thọ cho cụ vào hôm mông 4, chúng mày cũng phải sang đó một chút chứ...". Và thế là tất cả anh, chị em chúng tôi đều nghe theo lời



cha, mẹ quyết định sau ngày mồng 4 mới đi.

Quê tôi nằm ở một vùng ngoại thành đã và đang trên đà đô thị hóa mạnh mẽ. Ngày 30 cuối năm, thói quen theo mẹ đi chợ từ ngày thơ bé tôi vẫn còn giữ nên tôi nài nỉ bằng được mẹ cho đi cùng để được sống lại những kỷ ức của năm tháng tuổi thơ. Không chỉ mình tôi, mà mấy chị em cùng các cháu cũng theo mẹ đi chợ quê. Mẹ là người chu đáo nên khi ra tới chợ bà tỉ mỉ mua không thiếu một thứ gì, từ mấy chiếc lá chanh thơm để ăn kèm với thịt gà luộc; chút tiêu xay để rắc các món xào; hay vài củ tỏi, mấy quả ớt, chục quả chanh... Rồi nữa, các cháu được bà quý nhất khi mua nào bông ngô, kẹo mút, nào táo, ổi, mía, bóng bay và nhiều loại đồ chơi dân gian khác. Nhìn khung cảnh chợ quê đơn sơ với các khu cầu chợ liêu xiêu tôi thấy sao mà nên thơ, mà đẹp thế. Lúc này tôi ước giá như có được hình ảnh của các cô hàng xén răng đen, nón mê áo vá như cái thời tôi còn nhỏ thì thơ và đẹp biết bao?!

Hạnh phúc nhất, vui vẻ nhất trong những ngày Tết có lẽ là giờ phút Giao thừa. Mấy đứa cháu tôi ngủ cũng bị đánh thức dậy để được ông bà, cha mẹ mừng tuổi

lấy hên. Rồi các cháu, các con xúm lại quanh cha mẹ tôi để mừng tuổi ông bà. Niềm hân hoan, niềm vui lúc này dâng trào nơi khoé mắt cha mẹ. Thấy tôi mừng tuổi cha mẹ nhiều hơn mọi năm, cha tôi thương thằng út vất vả bảo: “Thằng út không có nên cha mẹ trả lại, không lấy đâu! Bao giờ làm ra tiền như anh, chị thì cha mẹ mới nhận...”. Tôi phải nói, phải giải thích mãi cha mẹ mới nhận cho. Sau nghi lễ mừng năm mới cùng những lời chúc tốt đẹp, gia đình tôi lại có một bữa cơm cúng Giao thừa vui vẻ và đầm ấm. Mặc dù vừa ăn ban tối vẫn còn no nhưng các thành viên trong gia đình đều vẫn ngồi ăn chút xiu cho vui. Bia, rượu khui ra và tiệc được kéo dài cho tới tận tang tảng sáng, khi các cháu và cha mẹ tôi đã đi ngủ, lúc này bên mâm cơm chỉ còn lại mấy anh chị em chúng tôi ngồi hời hợt chuyện trò.

Mấy ngày Tết diễn ra cực kỳ vui vẻ và hạnh phúc! Mãi tới tối mồng 3 Tết, đợi cho cha mẹ tôi đã ngủ, 5 anh chị em chúng tôi đã có cuộc họp bàn để cắt cử người về ở và trông nom cha mẹ lúc tuổi già. Vì các anh chị đều đã có gia đình, gắn liền với công việc ở xa vì thế nên di chuyển về sống cùng cha mẹ là điều rất khó. Nghĩ vậy nên tôi đã nhận trọng trách này: “Bố

mẹ bây giờ đã già yếu, cần người chăm sóc nên ít bữa nữa em sẽ không thuê nhà sống bên Hà Nội nữa mà sẽ sắm chiếc xe gắn máy để sớm hôm đi về nhà cùng cha mẹ. Biết là đi lại vất vả đấy nhưng em sẽ khắc phục và rồi sẽ thành quen thôi. Thế nhưng, có một điều kiện này em đưa ra anh chị phải thực hiện để cha mẹ vui, đó là hàng năm cứ mấy ngày Tết phải tụ tập về nhà ăn Tết chứ không được đón Tết riêng nhé...”. Cuộc họp đã đi tới quyết định như vậy và anh chị em chúng tôi đều vui vì từ nay cha mẹ tôi sẽ không phải sống đơn côi thui thủi một mình nữa, mà đã có tôi sớm hôm đi về, dẫu chỉ là sự xuất hiện thường nhật để cha mẹ vui mà thôi...

Cuộc vui nào rồi cũng có lúc chia tay và mấy ngày Tết qua đi nhanh chóng, các anh chị em chúng tôi lại rời đại gia đình để trở về các miền quê sinh sống, lập nghiệp. Cha mẹ tôi buồn, các con, cháu cũng buồn. Thấy mẹ, cha đứng tần ngần tiễn con cháu ra xe, tôi vội động viên: “Ông bà vui lên để anh chị và các cháu ra đi mới vui chứ! Chả mấy mà lại tới Tết, gia đình ta lại đoàn tụ, lại vui về...”, bởi một cái Tết sum vầy luôn đủ đầy các thành viên trong gia đình mới vui, mới nhiều ý nghĩa... ■



Tản mạn về thú chơi câu đối Tết

■ PHÙNG HOÀNG ANH



Truyền thống văn hóa của người Việt, câu đối luôn gắn liền với ngày Tết. Nói cách khác, Tết xưa mà không có câu đối treo trong những ngày Tết thì dù có thịt nhiều, bánh mứt sẵn, rượu ngon, trà thơm... cũng vẫn coi là chưa đủ. Bởi vậy, thú chơi câu đối ngày Tết là một nét đẹp văn hoá truyền thống của dân tộc Việt Nam. Ngoài ra, câu đối được xem là phương tiện để ứng đối trong mọi tình huống, được các nhà nho sáng tác trong dịp hiếu, hỉ, mừng thọ, mừng xuân, mừng nhà mới, để chúc tụng, để phê phán, đả kích những thói hư tật xấu của xã hội...

Tiêu biểu cho thú chơi câu đối trong làng văn Việt Nam phải kể đến những tên tuổi: Mạc Đĩnh Chi, Giang Văn Minh, Nguyễn Bá Lân, Nguyễn Khuyến, Nguyễn Công Trứ, Tú Xương, Tản Đà...

Theo sách "Sơn hải kinh" (Trung Quốc) thì câu đối bắt nguồn từ tục làm Đào Phù (làm bùa trên gỗ cây đào) để trừ tà ma. Người ta khắc tên hai ông thần (Thần Trà và Thần Quách) lên vách gỗ đào rồi treo ở ngoài cửa vào dịp Tết. Tết năm 959, chúa nhà Hậu Thục tên là Mạnh Xương đã viết lên ván đôi câu đối thay cho Đào Phù:

"Tân niên dư khánh; giai tiết hạ trường xuân"

(Năm mới mở tiệc lớn, trời đẹp mừng mùa xuân).

Như vậy, có thể nói, khi câu đối của Trung Quốc được hình thành và phát triển thì ở Việt Nam cũng phát triển bởi có sự tác động qua lại. Tuy nhiên, cái nền, cái tinh hoa của câu đối Việt Nam lại có sự phát triển riêng, nó mang dấu ấn của bản sắc văn hóa Việt Nam.

Đến thời kỳ nước ta giành được độc lập tự chủ thì câu đối chữ Hán đã phát triển đạt trình độ nghệ thuật cao. Qua giai thoại đối đáp ứng xử bằng câu đối của Trạng nguyên Mạc Đĩnh Chi với vua quan nhà Nguyên, Giang Văn Minh với vua quan nhà Minh và nhiều sứ thần khác khi đi sứ Trung Quốc đã chứng tỏ trình độ làm câu đối ở thời đó rất điêu luyện. Sang thời Lê và nhất là thời Nguyễn, bên cạnh câu đối bằng chữ Hán thì câu đối bằng chữ Nôm cũng rất phát triển. Nghệ thuật đối ngày càng tinh tế và đa dạng.

Nói về thú chơi câu đối Tết cũng có nhiều kiểu lắm. Những cái Tết thời bao cấp, người ít tiền thì ra chợ mua đôi câu đối in sẵn về treo. Nhà giàu có thì đặt thợ chuyên làm đồ thờ tự họ làm cho, nội dung

câu đối do chủ nhà xin những ông đồ hay chữ hoặc những vị có học thức uyên thâm, cao rộng viết cho. Nội dung câu đối thờ trong gia đình cũng khác câu đối treo ở những nơi thờ tự như đình, chùa, đền, miếu phủ... Câu đối thờ ở gia đình thường có nội dung nói về gia đình, công đức của tổ tiên, hoặc nói về mùa xuân. Những câu đối sau thường được treo trang trọng trong bất cứ nhà nào cũng được vì nội dung của nó đều truyền tải thông điệp về mùa xuân, gia đình:

*"Thiên tăng tuế nguyệt, niên tăng thọ
Xuân mãn càn khôn, phúc mãn đường".*

(Trời thêm tuổi mới, năm thêm thọ/Xuân khắp càn khôn, phúc khắp nhà).

Hay: - *"Lộc biếc, mai vàng, xuân hạnh phúc
Đời vui, sức khỏe, Tết an khang".*

- *"Đa phúc đa tài đa phú quý
Đắc tài đắc lộc đắc nhân tâm".*

Dưới đây là một số câu đối được các nhà thơ, nhà văn cảm hứng viết trong dịp Tết đến, Xuân về.

Căn cứ vào tư liệu hiện còn, trong văn học trung đại Việt Nam có lẽ Uy Viễn tướng công Nguyễn Công Trứ là người viết câu đối Tết nhiều nhất. Câu đối của cụ đến nay vẫn có nhiều người biết đến, dưới đây là những câu đối cảm tác khi xuân về của cụ Trứ:

"Chiều ba mươi nợ hỏi tít mù, co cẳng đạp thằng bần ra cửa;

Sáng mồng một rượu say túy lúy, giơ tay bồng ông phúc vào nhà."

Có bạn cụ Nguyễn Công Trứ đi kinh lý vào vùng Hà Tĩnh, gặp ngày Xuân, túi lẫn tiền cụ Nguyễn chưa chát nghe pháo nổ, nhìn cây nêu mà đối:

"Đuột giò ngắt một cây nêu, hết túi ba mươi ri cũng Tết

Vang đất ùng ba tiếng pháo, rạng ngày mồng một rúa cũng Xuân".

Ở đôi câu đối này cụ Trứ khéo léo sử dụng hợp lý nhiều từ địa phương như "đuột" – thẳng, "ri" – thể này, "rúa" – thể nọ.

Hay câu đối khác, Nguyễn Công Trứ tự vịnh về mình:

"Anh em ơi! Đã băm mấy tuổi rồi, khắp Đông Tây Nam Bắc bốn phương trời, đâu cũng lừng danh công tử xác!

Giời đất nhè! Gắng một phen này nữa, xếp cung kiếm cầm thơ vào một gánh, làm cho nổi tiếng trượng phu kên."

Xuất phát từ đời sống thực, Nguyễn Công Trứ sống trong cảnh nghèo nơi thôn quê hơn nửa đời

người. Hai mươi tám năm làm quan là chừng ấy ba chim bảy nổi. Những cảnh đời ấy để lại ấn tượng sâu sắc trong thơ văn của ông. Điều ấy ta có thể cảm nhận được phần nào đó trong hai câu đối trên của nhà thơ.

Cùng với Nguyễn Công Trứ, tâm trạng của vị Tú tài làng Vị Xuyên cũng được thể hiện trong thú chơi câu đối ngày Tết, bài thơ Tết dán câu đối của Tú Xương là một ví dụ:

"Nhập thế tục, bất khả vô văn tự"

Chẳng hay ho cũng nghĩ một vài bài

Huống chi mình đỗ tú tài.

Ngày Tết đến cũng phải một vài câu đối

Đối rằng:

*"Cực nhân gian chi phẩm giá phong nguyệt tình
hoài*

Tối thượng chi phong lưu giang hồ khí cốt"

Viết vào giấy dán ngay lên cột

Hỏi mẹ mày rằng đốt hay hay?

Rằng hay thì thực là hay

Không hay sao lại đỗ ngay tú tài

Xưa nay em vẫn chịu ngài.

Hoặc câu đối dưới đây thường nói về cảnh nghèo, bất đắc chí nhưng không bi quan yếm thế mà luôn thể hiện sự hài hước:

*Ba vạn sáu ngàn ngày, góp lại chốc đà trăm
bận Tết.*

*Một năm mười hai tháng, ước chi đủ cả bốn mùa
Xuân."*

Hay: *"Nực cười thay, nêu không, pháo không, vôi
bột cũng không, mà Tết*

*Thôi cũng được, rượu có, nem có, bánh chưng đều
có, thừa Xuân."*

Trong một dịp du Xuân trải hội chùa Hương, có một văn nhân tài tử cùng ngồi trên một chiếc đò. Không ai biết tên nhau, cũng chẳng ai hỏi nhau tên tuổi làm gì. Mấy người ngâm thơ vịnh cảnh sơn thủy hữu tình trước mặt. Tú Xương là người cuối cùng ngâm nga câu đối:

"Sơn sơn xuất bạch thủy vi tuyền hoà nãi tú dã,

Tịch tịch đa văn tử chi học nhật viết xương tai!"

Không ai hiểu được ý của câu đối của Tú Xương, chỉ nghĩ ông cao hứng ngâm vịnh cho vui. Bỗng một bà già lên tiếng chê cánh công tử bột trên đò, chỉ vào Tú Xương, bà nói: Đây là cậu Tú Vị Xuyên, một thi gia lỗi lạc - Tú Xương đó. Ai cũng trở mắt ngạc nhiên, nghe bà giải thích tiếp:

*" Chữ Hoà ghép với chữ Nãi là chữ Tú, chữ Nhật
ghép với chữ Viết là chữ Xương, cả hai câu đó đều*



nói rõ cả chữ Tú Xương, có đúng không?”. Hai chữ Sơn Sơn ở câu thứ nhất ghép với nhau thành chữ Xuất, chữ Bạch với chữ Thuỷ là chữ Tuyền, đúng không? Chữ Tịch với chữ Tịch ở câu thứ hai là chữ Đa, chữ văn với chữ Từ là chữ Học, hai câu đó tạm hiểu là:

“Núi núi tuôn nước trong thành suối, lúa trở đẹp thay,

Đêm đêm các chàng văn nên học ngày rồi thịnh vậy”.

Hai câu đối vừa giới thiệu tên mình, vừa vịnh cảnh đẹp thiên nhiên, vừa khuyên nhau học hành tấn tới, thật là tuyệt tác, đúng là Tú Xương, danh bất hư truyền.

Nghe bà lão giới thiệu về mình, Tú Xương chạy lại vai bà cụ tài ba:

-Lạ cụ, quả là cháu đây có mắt không người, xin cụ cho cháu biết quý danh để ghi lòng tạc dạ về sau.

-Cậu bỏ qua cho việc đó, vì quá nhiều tuổi rồi, già chẳng còn nhớ đến họ tên, quê quán, chỉ biết người ở đất Tràng An vẫn quen gọi già đây là Vô Danh thị! Bà già điểm tỉnh nói với nhà thơ.

Còn đây là câu chuyện cho chữ của cụ Tam Nguyên Yên Đỗ Nguyễn Khuyến. Một năm nọ, có một anh chàng chuyên buôn bán gà, chẳng may vợ mất. Biết tiếng cụ Tam Nguyên Yên Đỗ hay chữ, anh mang lễ đến, xin cụ đòi câu đối thờ vợ nhân ngày Tết. Cụ Tam Nguyên hỏi nghề nghiệp rồi phóng bút:

*Lồng tạo hoá đầy sứt rồi, nháo nhác con tìm mẹ,
Gánh Càn khôn ai xử nữa, lục cục trống nuôi con.*

Nội dung câu đối trên như đã thâu tóm được gia cảnh của anh buôn gà và cái tài ứng đối của cụ Nguyễn Khuyến. Hay dưới đây là đôi câu đối của cụ Tam Nguyên Yên Đỗ về Tết cũng vô cùng độc đáo:

*Chiều ba mươi, đầu bù tóc rối, heo hắt tiền năm tàn
Sáng mồng một, quần là áo lượt, phấn khởi mừng xuân mới”*

Còn đây là câu đối mang tính châm chọc, nhưng rất chuẩn:

“Chúng nó đại vô cùng, pháo nổ đi đừng thêm mất chó

Ông đây khôn bất trị, rượu say túy lúy lại nằm mèo”

Ngoài những câu đối bằng chữ Hán của Nguyễn Khuyến, Tú Xương, Nguyễn Công Trứ... ta còn được thưởng thức những câu đối của bà Chúa thơ Nôm Hồ Xuân Hương, mùa Xuân là cơ hội để giải phóng, để phá phách, tháo bỏ mọi trói buộc:

“Tối ba mươi khép cánh càn khôn, nich chặt lại kẻo mà ma vương bỗng quỷ tới

Sáng mồng một lỏng then tạo hóa, mở toang ra cho thiếu nữ rước xuân vào.”

Còn đây là câu đối của thi sĩ nghèo, nhưng tâm hồn đầy lãng mạn, người quê núi Tản – sông Đà: Tản Đà – Nguyễn Khắc Hiếu khi viết về nguồn cội, tổ tiên con Lạc, cháu Hồng:

Có tổ, có tôn, có tôn, có tổ, tôn tổ, tổ tôn, tôn tổ cũ;

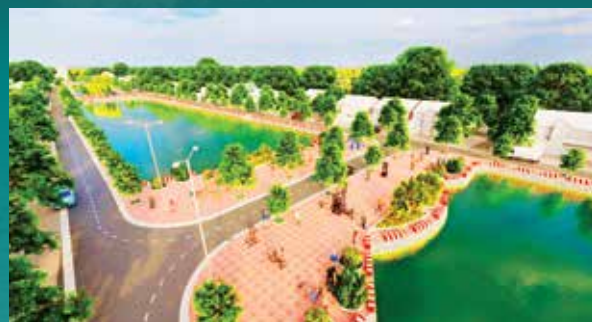
Còn non, còn nước, còn nước, còn non, nước non, non nước, nước non nhà.

Chỉ có mấy từ lặp đi lặp lại mà không nhàm. Ngược lại, ý nghĩa sao mà rộng, mà dài, sâu xa, súc tích. Bất kể người nào, dù là một người thông thường ít học, đọc lên là hiểu, thấm vào lòng một cách nhẹ nhàng mà lắng đọng, sâu xa.

Tết là ngày lễ trọng đại và thiêng liêng, ngày khởi đầu năm mới theo truyền thống của người Việt. Thú chơi câu đối ngày Tết mỗi độ Xuân về đã trở thành một nét đẹp văn hoá, là tài sản quý báu của dân tộc. Ngày Tết có câu đối treo trong nhà mới làm cho không khí thêm trang trọng, mới đủ hương vị Xuân. Sau một thời gian dài, câu đối Tết ít được chú ý, gần đây phong tục viết câu đối đã trở lại và được nhiều người quan tâm. Đầu Xuân, các em học sinh, sinh viên thường đến dạo chơi ở phố Văn Miếu để xin chữ của mấy ông đồ với ước muốn học hành, thi cử đỗ đạt. Thú chơi đó còn hay mất, tùy thuộc vào ý thức giữ gìn vốn văn hoá truyền thống của dân tộc Việt Nam ở mỗi người, nhất là những người cho chữ phải có đủ tâm và tài mới có thể viết ra những câu đối hay, độc đáo và thâm thúy. ■

Chúc
Tết
đến
trăm
điều
như
ý
Mừng
Xuân
sang
vạn
sự
thành
công

Tân
niên,
tân
phước,
tân
phước
quý
Tân
tài,
tân
lộc,
tân
bình
an



Nét đẹp quê tôi Phú Cường

NGUYỄN VĂN CHƯƠNG

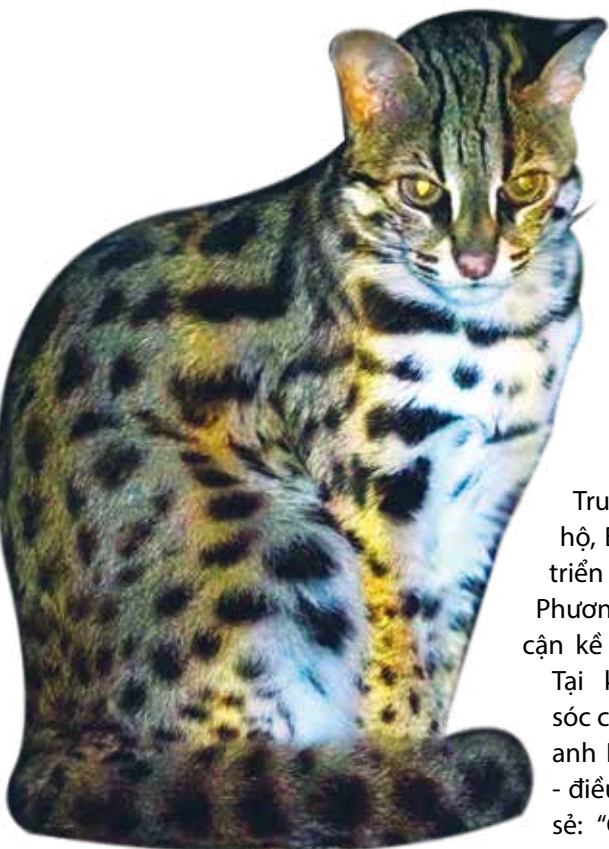
Quê tôi nằm cạnh sông Hồng
Có vườn táo chín, cánh đồng đẹp xinh
Cây đa, giếng nước, sân đình
Người dân chân chất nghĩa tình trước sau
Nhà anh có mấy hàng cau
Nhà em lại có giàn bầu xanh tươi
Khi xưa ta còn đôi mươi
Tâm hồn trong trẻo tiếng cười vang xa
Đêm Rằm làng rộn tiếng ca
Nhớ ngày Giỗ Tổ tháng ba mùng mười
Quê tôi nét đẹp tuyệt vời
Ngày Tết Độc lập cả đời không quên
Phú Cường ai cũng biết tên
Văn Lang cầu nối hai bên sông Hồng
Nhân dân cả xã đồng lòng
Nắm tay đoàn kết một vòng xòe hoa
Tự nhiên hữu xạ vang xa
Bãi lau cảnh đẹp giúp ta chụp hình
Ba Vì sơn thủy hữu tình
Du lịch liên kết chúng mình dạo chơi
Dã quỳ hút khách muôn nơi
Màu vàng tỏa nắng cho đời thêm xanh
Em ơi hãy đến quê anh
Cùng nhau thưởng ngoạn an lành sắc hương...

Hà Nội cuối thu 2022





Chuyện về những CHÚ MÈO RỪNG giữa đại ngàn Cúc Phương



Những năm qua, Vườn Quốc gia Cúc Phương (Ninh Bình) đã tham gia cứu hộ phục hồi, huấn luyện giúp rất nhiều cá thể mèo rừng quý hiếm đủ khả năng quay về tự nhiên, nhưng vẫn còn đó những cá thể mất khả năng hoang dã, đã không thể về với rừng.

■ Bài & ảnh: TUẤN ANH

Từ câu chuyện được kể

Có mặt tại Trung tâm Cứu hộ, Bảo tồn và Phát triển sinh vật Cúc Phương những ngày cận kề năm Quý Mão. Tại khu vực chăm sóc cá thể mèo rừng, anh Hoàng Văn Thái - điều phối viên chia sẻ: "Cứu hộ những chú mèo rừng đã

khó nhưng việc chăm sóc phục hồi huấn luyện giúp những cá thể quý hiếm đủ khả năng quay về tự nhiên và tái hoang dã lại là công việc khó khăn gấp bội.

Ở thời điểm chúng tôi có mặt, Trung tâm đang nuôi, chăm sóc 3 cá thể mèo rừng có tên gọi là Đại Lải, Sáng và cá thể tên Xinh đang phải nuôi cách ly. Hiện Đại Lải và Sáng không còn khả năng tái thả về môi trường tự nhiên, bởi trước khi cứu hộ về, cả hai đã bị chủ bắt và nuôi nhốt từ bé.

Theo thông tin, Đại Lải là chú mèo rừng hoang dã đầu tiên được đưa về Trung tâm vào ngày 18/04/2008 bởi Chi cục Kiểm lâm tỉnh Vĩnh Phúc, sau khi được người dân tìm thấy và giao nộp. Khi đến Trung tâm, mèo Đại Lải còn rất nhỏ, chỉ khoảng 3 tuần tuổi và nặng 290g. "Đại Lải nhớ mẹ không chịu

ăn, suốt ngày nằm dài với ánh mắt buồn mệt mỏi - anh Hoàng Văn Thái nói.

Bằng tình yêu sự quan tâm, nhiệt tình chu đáo của đội ngũ chăm sóc tại Trung tâm đã giúp Đại Lải linh hoạt trở lại. Các nhân viên tại Trung tâm thực sự đã trở thành gia đình thứ hai của Đại Lải, từ việc cho bú sữa, kiểm tra sức khỏe, tình trạng bệnh. Có một điều đặc biệt, bình thường những chú mèo rừng khác chỉ chăm sóc tại Trung tâm khoảng 1 đến 2 năm thậm chí chỉ vài tháng là có thể đưa chúng về với rừng tự nhiên, nhưng với Đại Lải đã qua 14 năm mà vẫn chưa chịu rời "ngôi nhà" thân yêu của mình. Anh em Trung tâm vẫn thường hay nói đùa "Đại Lải không muốn rời vì trót yêu ngôi nhà thứ hai mất rồi" - anh Hoàng Văn Thái chia sẻ.

Khác với Đại Lải, một cá thể mèo rừng đến Trung tâm từ ngày 2/8/2012, và được đặt tên là Lục Ngạn. Được biết, Lục Ngạn bị thợ săn bắt khi còn rất nhỏ, do không thuyết phục thợ săn thả về rừng, một gia đình người dân ở Lục Ngạn, tỉnh Bắc Giang đã mua lại và giao nộp cho Chi cục Kiểm lâm trên địa bàn tỉnh. Để đến được Trung tâm, Lục Ngạn đã phải vượt quãng đường dài hơn 200 km và được chăm sóc cẩn thận bởi các nhân viên tại Trung tâm. Giờ đây, Lục Ngạn đã trở về rừng, trở về với mẹ thiên nhiên.

Bên cạnh "ngôi nhà" của Đại Lải là "nhà" của Sáng (một cá thể mèo rừng được đặt tên là Sáng). Sáng được đưa về Trung tâm từ ngày 26/06/2017, là mèo cái, thuộc loài động vật rừng nguy cấp, quý hiếm thuộc nhóm IIB.



Cá thể mèo rừng có tên Sáng (được chụp vào ban ngày đang ở trên ngọn cây cao khoảng 15m)



Những cá thể mèo rừng những ngày đầu khi về trung tâm được chăm sóc như những “em bé”

Với Sáng, cô mèo rừng đến với Trung tâm có hoàn cảnh rất “éo le”. “Sáng được một người dân tình nguyện chuyển giao về Trung tâm sau khi mua lại từ một nhà hàng tại Hà Nội. Khi được chuyển giao về Trung tâm, cá thể này mất gần hết cả bàn chân trước bên trái, chỉ còn lại duy nhất 1 ngón chân cái gắn liền với xương cẳng chân. Dù được các cán bộ nhân viên tại Trung tâm tận tình chữa trị và chăm sóc nhưng cô mèo Sáng không thể trở về với rừng tự nhiên do khó khăn khi tự di chuyển và kiếm mồi trong tự nhiên.

Ngoài Sáng và Đại Lải, ở Trung tâm còn đang chăm sóc một cá thể mèo rừng khác được giải cứu từ tỉnh Bình Định vào ngày 17/10/2022 trong tình trạng bị cụt chân. Hiện cá thể này đang được các nhân viên Trung tâm điều trị và chăm sóc một cách đặc biệt.

Đến hành hành trình đi “săn” mèo rừng ăn đêm

Sau một buổi trò chuyện về những chú mèo rừng giữa đại ngàn Cúc Phương, chúng tôi quyết định ở lại qua đêm để hòng được mục sở thị Sáng và Đại Lải xuất hiện. “Ban ngày chúng ẩn nấp trên các lùm cây nên rất khó để nhìn thấy chúng. Đêm là lúc chúng mò đi kiếm ăn và phải thật sự nhẹ nhàng thì mới bắt gặp” - anh Thái giải thích.

Đêm dần buông, tiếng dế ăn đêm bắt đầu rền vang hòa chung tiếng gió của núi rừng tạo nên khúc ca giữa đại ngàn. Anh Thái bảo, nếu các anh muốn có những bức ảnh mèo đi ăn, hãy núp vào một góc khuất và ngồi yên tĩnh mới săn được. Sau gần một tiếng đồng hồ ngồi bất động bên góc chuồng, cũng là lúc tiếng rung lắc của lá cây, tiếng sột soạt, vang lên, những âm thanh rất nhẹ và khẽ ấy ngày càng rõ hơn. Tôi bấm anh bạn “Đại Lải đã bắt đầu xuống tìm đồ ăn”. Chỉ vài phút sau, tiếng sột soạt rất khẽ tiến về phía chiếc khay đồ ăn.

Theo chia sẻ của anh Thái trước đó, sau khi mèo vào ăn vài phút hãy bật đèn pin soi thẳng vào mắt nó, ánh đèn sẽ thu hút ánh nhìn của mèo và chúng sẽ không bỏ chạy. “Tuyệt đối không gây tiếng động, dù chỉ là một tiếng động nhỏ nhất” - Thái căn dặn. Quả đúng như lời Thái, hình ảnh Đại Lải hiện ra trước mắt chúng tôi với màu lông vẫn vẹn tựa một chú báo đốm với đôi mắt sáng quắc. Đôi tai luôn dựng ngược, thỉnh thoảng lại rung lắc, giật giật như để lắng nghe từng thanh âm xung quanh dù là nhỏ nhất.

Phía chuồng của Sáng, nhóm mật phục khác của chúng tôi sau hơn hai giờ đồng hồ mật phục đành bỏ cuộc bởi Sáng “có xuống ăn nhưng có lẽ khi phát hiện có mối nguy hại nên đã lẩn trốn lên cây và ẩn mình vào bóng đêm”. Theo giải thích của những chuyên gia về mèo rừng: “Sáng khi bị thợ săn bẫy về đã là mèo trưởng thành, cộng với việc đã dính bẫy một lần nên chúng khá cẩn thận. Còn với Đại Lải, khi bị thợ săn bắt về mới là chú mèo con và bị nuôi nhốt nhiều nên mất dần đi tính hoang dại vốn có của chúng”.

Chỉ 15 phút được mục sở thị chú mèo rừng xuất hiện, sau khi đánh chén bữa ăn duy nhất trong mỗi ngày, Đại Lải quay ngoắt nhảy phắt lên cành cây và khuất dần trong bóng tối. “Cái khó khăn lớn nhất đối với chúng tôi không phải là giải cứu, mà là việc sau khi giải cứu” - anh Thái chia sẻ và giải thích. “Mỗi lần tái thả chúng về với tự nhiên sẽ phải cực kỳ bí mật, bởi nếu lộ liễu một chút là thợ săn có thể rình và bẫy lại chúng bất cứ lúc nào” - anh Thái nói.

Chia tay Cúc Phương, rừng già dần khuất phía sau, nhưng văng vẳng bên tai chúng tôi vẫn reo vui, xào xạc của tiếng gió đùa xen lẫn tiếng hú của loài linh trưởng, tiếng lảnh lót của những chú chim như chào mời, tiễn bước... ■



ĐỘC ĐÁO TRANG PHỤC

của phụ nữ Dao Tiền

Ở BẮC KẠN

■ TUẤN ANH

Người Dao Tiền Bắc Kạn nói chung và người dân tộc Dao Tiền xã Đồn Phong nói riêng, họ luôn có ý thức giữ gìn bản sắc dân tộc thông qua bộ trang phục cầu kì, tinh tế và độc đáo rất riêng không trộn lẫn với bất cứ dân tộc nào khác.

Người Dao Tiền rất tự hào về trang phục truyền thống của mình. Đây là một dân tộc luôn mặc các trang phục truyền thống trong các dịp lễ hội, đi chợ... ở đó chị em phụ nữ Dao Tiền rất duyên dáng như những cánh bướm của núi rừng trong trang phục truyền thống. Người Dao Tiền thường trang trí bộ trang phục của mình bằng những đồng tiền bạc. Đó là lý do vì sao họ có tên gọi là "Dao Tiền".

Để hoàn thành một bộ trang phục, người phụ nữ Dao Tiền phải trải qua những công đoạn rất công phu và tỉ mỉ, có khi mất cả vài tháng mới hoàn chỉnh. Với sự cầu kỳ trong khâu vá và lấy màu chàm đen, chỉ màu xanh, trắng làm chủ đạo, trang phục của phụ nữ dân tộc Dao Tiền tạo nên nét độc đáo riêng biệt. Một bộ trang phục hoàn chỉnh của người Dao Tiền gồm: yếm, xà cạp, dây lưng, khăn vấn đầu, váy dài cùng đồ trang sức. Người Dao Tiền thường trang trí bộ trang phục của mình bằng những đồng tiền bạc. Thân áo dài, xẻ tà và có nẹp nhỏ thêu hoa văn, khuy áo được làm bằng những đồng bạc chạm trổ khá công phu móc lại với nhau thành hình chéo, tay áo được khâu theo dạng tay ống và thêu nẹp bằng hoa văn.

Khéo léo trong thiết kế trang phục là hình tam giác đính vào gần cổ áo để làm yếm tạo sự kín đáo mà tinh tế. Người phụ nữ Dao Tiền còn dùng dây lưng được dệt bằng sợi bông quấn sát vòng eo ôm gọn lấy người tạo nét uyển chuyển khi lên nương, xuống chợ. Trang phục của người Dao Tiền chủ yếu thêu trên áo, phần váy họ vẽ sáp ong. Hầu hết phụ nữ đều có những mẫu thêu truyền thống rất tinh xảo... Màu sắc hoa văn ưa dùng là màu đen và trắng.

Theo phong tục người Dao, con gái trước khi lấy chồng phải biết thêu thùa, may vá để tự tay dệt váy cưới cho mình. Vì vậy, ngay từ khi còn nhỏ, các thiếu nữ được bà, mẹ dạy cách thêu thùa, từ những công đoạn giản đơn đến phức tạp. ■



Để hoàn thành một bộ trang phục, người phụ nữ Dao Tiền phải trải qua những công đoạn rất công phu và tỉ mỉ, có khi mất cả vài tháng mới hoàn chỉnh.

Tháng chạp lắc rắc mưa xuân

NGUYỄN CHU NHẠC

Tháng chạp lắc rắc mưa xuân,
xui người già cỗi nghĩ gần nhớ xa,
người xưa, ai nhớ đến ta,
vườn quê cuối vụ thì là trở bông,
Em thì từ độ lấy chồng,
con đàn cháu đống, nên ông nên bà,
dọn ra phố ở thành xa
cuối năm giỗ chạp thăm nhà, vậy thôi,
Buông khuâng, đầu lể, riêng tôi,
mưa xuân cho biếc lộc chồi nhân gian,
êm êm, lắc rắc, miên man,
cõi lòng những tưởng xuân đang trở về,..

Bạn rươi

TRẦN MAI HƯỜNG

Tháng năm sóng sánh vơi đầy
Ly này mình cạn cho ngày có nhau
Tửu lượng giờ có nhiều đâu
Đôi ba chén đã ra màu khói sương
Giọt tình nghĩa giọt yêu thương
Chập chờn hư thực nẻo đường ta qua
Bút nghiêng đã vướng nghiệp nhà
Phận người phận chữ nhật nhòa mong manh
Ly này mừng bạn mừng anh
Bạc phơ mái tóc vẫn xanh nụ cười
Bão giông chẳng trốn được Trời
Nắng mưa bề bạn bên đời có nhau
Giọt mừng hoà lẫn giọt đau
Lắng trong đáy mắt nặng sâu ân tình



Tác phẩm: Hương Cúc Hoa Mi của Họa sỹ Nguyễn Mạnh Hùng.

Đò trắng

HẢI ĐƯỜNG

Hỏi thăm đường xuống bến đò
hỏi người năm ấy câu hò giờ đâu
vẫn bờ đề ánh triển châu
bùn non sóng sánh vầng nâu dập dềnh

Phận người mấy bận nổi nênh
bập bênh chốn cũ nơi mình gặp ta
người lái đò đã đi xa
con đò thuở trước cũng già như song

Cây cầu nối Tây sang Đông
phố làng yếm thắm má hồng còn đâu
may còn khúc hát sông Châu
người xa bến cũ thương nhau tìm về

Bến nào thực bến nào mê
nửa đời mộng寐 trắng què đêm nào.





Những món ăn đặc trưng trong những ngày Tết

Từ xưa tới nay, các món ăn được coi là đặc trưng trong những ngày Tết Nguyên đán luôn được người dân quan tâm chế biến, trong đó đáng kể như thịt kho, thịt đông, canh khổ qua nhồi thịt, các loại giò chả, dưa muối...

■ LÂN NGUYỄN

Thịt kho tàu

Món thịt heo kho nước dừa được xem là món ăn có mặt trong bữa ăn hàng ngày và cả dịp Tết quan trọng. Theo người xưa truyền tai lại thì thời xa xưa, khi các tàu thuyền ra khơi, người ta thường nấu một nồi thịt kho có thể ăn được nhiều ngày khi lênh đênh trên tàu nên người ta đặt tên cho món thịt này là thịt kho tàu.

Trong các món ăn truyền thống ngày Tết cổ truyền, thịt kho tàu là món ngon gợi nhớ nhiều kỷ niệm. Tuy rằng món ăn đơn giản, dễ làm nhưng đòi hỏi cách chọn mua thịt tươi ngon, cách ướp gia vị đặc biệt, để món thịt kho đậm đà như mong muốn. Thành phẩm của món ăn cần thịt kho mềm và có màu nâu vàng sáng sủa.

Thực sự hiếm hoi khi món thịt kho tàu xuất hiện trong cả bữa ăn hàng ngày lẫn mâm cỗ Tết cổ truyền. Món thịt kho tàu này mang đến sự ấm cúng, sum vầy. Sự hoà hợp giữa các nguyên liệu thịt, trứng như một sự thể hiện tình cảm gia đình hòa thuận, yên vui. Hương vị, ý nghĩa của món ăn gợi nhớ hình ảnh quen thuộc

trong bữa ăn ngày Tết cổ truyền của người Việt.

Thịt đông

Miền Nam có món thịt kho tàu quen thuộc, thì miền Bắc lại có món thịt đông không thể thiếu mỗi dịp Tết cổ truyền. Món thịt đông có sự hòa hợp các nguyên liệu để thể hiện sự hòa hợp, gắn kết, yêu thương của các thành viên trong gia đình. Không chỉ có thế, màu sắc trong trẻo của món ăn mang ý nghĩa như một niềm hy vọng cho một năm mới may mắn, thuận lợi sẽ đến với cả gia đình.

Món thịt đông này thường được chế biến từ các nguyên liệu: chân giò lợn, tai heo hoặc thịt gà. Khi nấu, các nguyên liệu sẽ được hầm nhừ, nêm nếm gia vị vừa ăn, sau đó để nguội và bỏ vào tủ lạnh để làm đông món thịt.

Lúc ăn bạn sẽ cảm nhận được độ ngọt và cảm giác lạnh lạnh tan nhanh trong miệng. Bạn có thể ăn kèm cơm trắng và các món muối chua giúp tăng thêm hương vị món ăn để giúp cơ thể tiêu hóa một cách dễ dàng.

Canh khổ qua nhồi thịt

Bạn sẽ thắc mắc tại sao người Việt lại chọn món ăn có vị đắng cho ngày đầu năm mới. Điều này có thể rất ngạc nhiên, nhưng canh khổ qua thịt là một phần trong cách chơi chữ của người dân miền Nam.

Nhìn bề ngoài có vẻ đơn giản nhưng ướp đắng nhồi thịt lại chứa đựng nhiều yếu tố quan niệm của người miền Nam. Trong tiếng Việt, từ "khổ" có nghĩa là khó khăn và "qua" có nghĩa là vượt qua. Vì vậy, về cơ bản, món này trong những ngày đầu năm mới với mong muốn những điều không may mắn trong năm cũ sẽ qua đi và họ sẽ đón một năm mới an lành.

Canh khổ qua bổ dưỡng có hương vị đắng và ngọt. Ngoài ra, canh khổ qua còn rất tốt cho sức khỏe nhờ nước dùng có vị thanh mát, giúp giải cảm trong thời tiết giao mùa. Những ngày Tết khi bạn đã ngán ngẩm với những món dầu mỡ, thì món canh khổ qua là món ăn tuyệt vời để bạn thưởng thức.



Các món dưa củ muối chua

Món ăn kèm ngày Tết không thể thiếu dưa hành muối chua. Tùy vào mỗi vùng miền mà các món dưa củ muối chua cũng khác nhau. Chẳng hạn như miền Bắc thích ăn hành tím muối chua, miền Trung, miền Nam lại thích củ kiệu, dưa món.

Ẩm thực người Việt luôn coi trọng sự hài hòa trong từng món ăn, để cân bằng lại hương vị. Do đó, các món ăn kèm được muối chua là không thể thiếu, nó giúp chống ngán từ món thịt mỡ, thịt đông, bánh chưng... Ngoài việc cân bằng hương vị món ăn, những loại rau, củ lên men này còn giúp thúc đẩy quá trình tiêu hóa thức ăn.

Món ăn có vẻ ngoài mộc mạc nhưng giản dị này, trái ngược với suy nghĩ của nhiều người, đòi hỏi một quá trình nấu nướng vô cùng tỉ mỉ. Từ ngâm hành, kiệu, sau đó rửa qua nước đem phơi nắng. Tiếp tục công đoạn bóc lột

vỏ ngoài khô héo, cắt bỏ rễ hành, kiệu cho thật khéo và cuối cùng là công đoạn nấu nước dấm để muối chua.

Tuy rằng, cách làm các món muối chua hơi cực, nhưng để chuẩn bị chu đáo và chủ yếu là phục vụ ngày Tết nên chắc hẳn một điều ai nấy đều cảm thấy vui, hăng hái khi tự tay làm ra món ăn kèm đặc biệt này.

Các loại giò, chả

Giò, chả là một trong những món ăn không thể nào thiếu trong ẩm thực ngày Tết cổ truyền. Mỗi vùng miền của Việt Nam sẽ sở hữu khẩu vị ẩm thực khác nhau, nhưng đều có những món ăn chung cho ngày Tết như dưa hành, dưa kiệu, và đặc biệt là giò, chả lụa.

Miếng giò chả trông có vẻ dung dị nhưng lại là biểu tượng của sự phú quý, sang trọng, trong ẩm ngoài êm, phúc lộc đầy nhà. Từng cây giò, chả thơm ngon dân già còn mang một ý nghĩa

đặc biệt là “trong ẩm ngoài êm”. “Trong ẩm” tượng trưng bởi phần nhân bên trong. Cây chả lụa được làm từ thịt thăn heo để tạo ra miếng chả lụa ngon ngọt. Thịt thăn heo khi chọn mua phải tươi ngon, còn ẩm thì mới làm ra chả lụa ngon. “Ngoài êm” tượng trưng bởi lớp vỏ chả lụa. Thường người làm chả sẽ phải bọc chả bằng 3 lớp lá chuối để bảo quản nhân không bị hư. Nhưng phải lựa lá xanh loại mượt, mềm, không được rách, phải làm sạch sẽ, hong trên hơi nước sôi và lau khô để đảm bảo độ dẻo khi gói, chả được buộc bằng lạt, khéo léo.

Miếng giò chả trông có vẻ dung dị nhưng lại ẩn chứa biểu tượng về sự phú quý, sang trọng, trong ẩm ngoài êm, phúc lộc đầy nhà. Năm nào cũng vậy, cùng với ngày Tết là các lễ hội Tết diễn ra tại khắp ba miền Việt Nam. Đó chính là những nét đẹp có giá trị tinh thần, tâm linh mang đến niềm mong ước cho một năm mới trồn vẹn. ■



Ăn uống lành mạnh ngày Tết

Cả năm đi làm ăn xa mỗi người một nơi và ngày Tết là dịp hiếm hoi để người ta gặp nhau hỏi thăm sức khỏe, tay bắt mặt mừng chuyện trò thân mật. Và trong những cuộc hội họp, sum vầy sẽ kém vui đôi phần nếu thiếu sự hiện diện của ẩm thực.

■ HÒA BÌNH

Bản năng sinh tồn xưa nay của con người, việc ăn và uống luôn đi kèm cùng nhau. Uống trong tiệc tùng không đơn thuần uống nước lọc hay đơn giản là nước ngọt mà chủ yếu là bia, rượu. Thường thức món ngon thường phải đi đôi với đồ uống ngon thì bữa tiệc mới thật sự trọn vẹn, điều này chỉ đúng với người lớn và phù hợp với sức khỏe của mình. Nhưng chính việc này đôi khi lại là điều khó xử với không ít người, đó là những người không biết uống. Ngày nay, trong bữa tiệc, mỗi người nên tự ý thức trong việc ăn và uống, không ai ép được mình uống, tùy theo nhu cầu và thể trạng của mình mà tự biết điều chỉnh.

Bên cạnh đó vẫn có hiện tượng không kiểm soát được bản thân, rượu vào lời ra. Khi còn tỉnh táo, lời ăn tiếng nói còn đàng hoàng, khi đã quá chén thì không còn đủ khôn ngoan để biết kiểm chế cảm xúc và hành động của mình. Người say là người hay cãi và đề cao cái tôi bản thân. Ai cũng thế. Bởi vậy, một



Sử dụng đồ uống lành mạnh trong bữa ăn ngày Tết.

khi có điều gì đó bất mãn sẽ nổi đóa ngay. Từ cuộc vui nếu không biết tự kiểm chế, kiểm soát bản thân sẽ dẫn tới cuộc cãi vã, xô xát và hậu quả là không biết trước được. Sau cơn say mới hay mình sai. Đó là sáng hôm sau hơi men không còn. Nhưng thương ôi, khi biết sai mọi chuyện đã quá muộn màng. Còn sau khi uống say rồi mà vẫn lái xe thì mỗi nguy còn cao hơn. Do đó, khi đã uống rượu, bia thì đầu óc không đủ tỉnh táo vì vậy cần chấp hành tốt quy định "đã uống rượu, bia thì không lái xe", đi taxi, gọi Grab về nhà là an toàn nhất. Nếu không kiểm soát được bản thân thì niềm vui đi đôi nổi buồn, không chấp hành quy định thì hậu quả khôn lường, tai nạn xảy ra thì hối hận cũng đã muộn.

Những hậu quả xảy ra, con người phải chịu trách nhiệm hoàn toàn chứ không phải rượu bia nào cả. Vậy làm thế nào để những ngày Tết đến Xuân về nhà được hưởng không khí đoàn viên một cách trọn vẹn mà không nơm nớp lo sợ mỗi khi ra đường?

Hơn ai hết, chúng ta đủ sức mạnh điều khiển mọi thứ theo ý mình. Vậy sao lại không thể điều khiển bia rượu. Bia rượu không có lỗi, chúng sinh ra đóng vai trò như chất xúc tác làm cho những bữa tiệc thêm vui, thêm hương vị. Chúng không phải là vũ khí gây hại con người. Có chăng, con người đang hại chính mình và những người xung quanh bằng việc chè chén quá độ và thiếu kiểm soát. Còn việc cấm ư? Điều này càng không thể.

Bia rượu hiện diện trong cuộc sống đem lại sự đóng góp đáng kể cho nền kinh tế mà chúng ta không thể phủ nhận. Những công ty hoạt động trong mảng này đóng thuế cho nhà nước hàng chục ngàn tỷ đồng mỗi năm, tạo công ăn việc làm cho hàng triệu người lao động. Những người kinh doanh ăn uống cũng nhờ bia rượu mà kiếm thêm thu nhập. Nhiều ngành phụ trợ có liên quan cũng phát triển theo khi có mặt bia rượu. Chưa kể, mỗi năm các công ty bia rượu còn thể hiện trách nhiệm của mình với cộng đồng một cách tích cực thông qua các hoạt động hỗ trợ, giúp đỡ người nghèo; trao học bổng cho những em có hoàn cảnh khó khăn. Nhìn chung, công tác an sinh được các công ty quan tâm khá chu đáo, tận tình.

Hơn ai hết, chỉ có chúng ta và chính chúng ta phải biết tự bảo vệ an toàn tính mạng cho mình và người khác. Lượng sức mình mà uống đừng vui quá đà mà hại thân. Nhiều người cho rằng, khi uống nên ăn kèm với các món ăn, không nên chỉ uống mà không ăn. Khi ra về hãy dùng dịch vụ taxi cho an toàn. Uống ăn lành mạnh trong ngày Tết còn là chuyện không nên ép người khác uống khi họ không thích hoặc đã quá say. Tôn trọng nhau để bữa tiệc diễn ra trong không khí hòa ái là điều cần thiết.

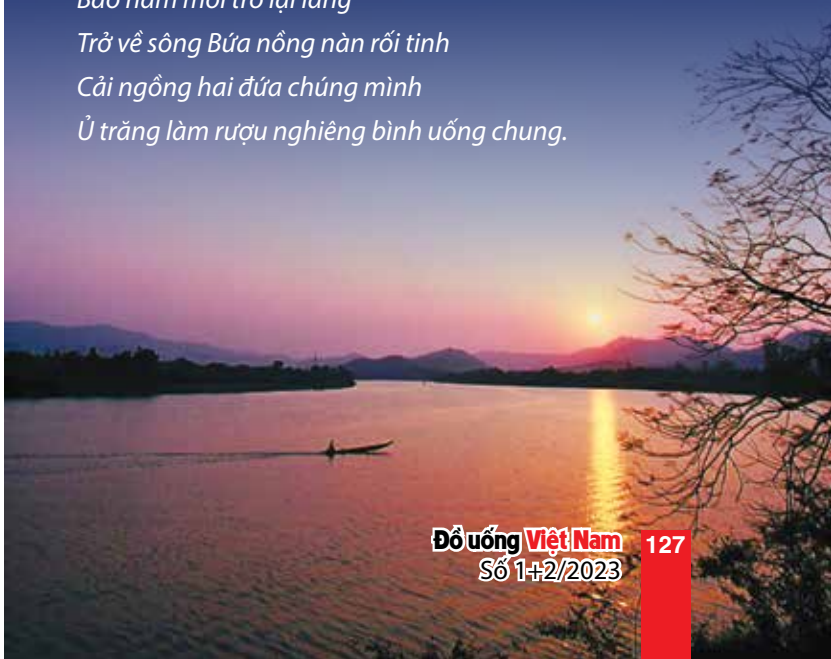
Nói chung quy lại, ý thức là điều quan trọng hàng đầu và chính yếu. Khi ý thức được khơi dậy mỗi người cùng tham gia giao thông đều sẽ chấp hành tốt luật lệ. Mỗi người hãy vì mọi người để có cách ứng xử tốt đẹp trong văn hóa ăn uống. Mỗi người hãy cùng truyền đi thông điệp tích cực để khuyến khích những lối sống đẹp trong xã hội. Có như vậy, những cuộc vui ngày Tết mới đọng đầy hạnh phúc và tình thân. Có như vậy, mong ước một năm mới mạnh khỏe, bình an mới thành hiện thực. ■



Ủ trắng làm rượu

NGUYỄN HƯNG HẢI

Chỉ còn lại anh và em
Đêm nay sông Bứa trắng lên thần thờ
Trắng như trăng cũng đang chờ
Một vòng tay ấm quanh bờ eo trắng
Trắng như trăng cũng phải lòng
Bãi non cỏ mượt cái ngồng trong đêm
Sông như một dải lụa mềm
Bờ đê con gái tóc em buông dài
Xoa sang anh một bờ vai
Trắng buông từng sợi sóng ngoài bờ đê
Sóng từ lá cỏ mân mê
Lòng ai sông Bứa đi về không anh
Kệ trăng, kệ gió xung quanh
Đêm nay sông Bứa trong xanh cả bùn
Quên đi gió bắc mưa phùn
Lấy trăng, lấy cỏ ta chum làm chăn
Lót lưng giường cưới ta nằm
Ngồng lên hoa cải bờ sông trắng vàng
Bao năm mới trở lại làng
Trở về sông Bứa nồng nàn rồi tình
Cải ngồng hai đứa chúng mình
Ủ trắng làm rượu nghiêng bình uống chung.





Chờ mùa Xuân VỀ VỚI NGOẠI

Chắc có lẽ cái Tết năm nay cũng chẳng có gì khác so với những năm trước. Cũng với cái khung cảnh tất bật xô bồ của cuộc sống đang hối hả vào những tháng cuối năm. Ai ai cũng cố phấn đấu, nỗ lực hết mình để đạt được những thành tích tốt nhất, để có được một cái tết trọn vẹn nhất bên người thân.

■ THU THANH

Tôi cũng vậy mặc dù bận rộn công việc cuối năm nhưng mỗi dịp Tết đến cố gắng thu xếp công việc để được về quê ăn Tết cùng gia đình nơi có ba mẹ thân yêu. Bởi tôi biết rằng sẽ chẳng có giây phút nào thiêng liêng hơn giây phút được đoàn tụ gia đình trong ngày Tết. Nhìn mái tóc pha sương của ba mẹ tôi lại thấy quý biết bao những giây phút thiêng liêng đó. Tôi muốn chạy về sà vào lòng ba mẹ, muốn nghe giọng nói và hơi ấm của ba mẹ từng ngày để tôi lấy đó làm điểm tựa vươn lên trong cuộc sống. Năm nay, ba mẹ tôi đã ngoài bảy mươi, nhưng như những đứa trẻ ông bà luôn mong chờ ngày Tết. Bởi Tết là sum họp gia đình, những đứa con của ba mẹ mới có dịp về quê đoàn tụ, để ba mẹ được nhìn thấy những đứa cháu của mình lớn lên theo năm tháng và nghe các con ríu rít thăm hỏi lẫn nhau sau một năm bận rộn.

Được sự ủng hộ của chồng và gia đình chồng, tôi sắp xếp công việc để về quê ngoại ăn Tết. Cả nhà tôi 3 người đi tàu về quê



ngoại. Cái Tết sau nhiều năm đi lấy chồng khiến tôi hồi hộp từ lúc ngồi trên tàu. Cảm xúc như ngày thơ bé ulla về khiến tôi không bao giờ quên... Về nhà ngoại, tôi chờ mẹ đi chợ Tết ở quê, cùng với mẹ chuẩn bị mâm cơm cúng ông bà tổ tiên, ông Công ông Táo; chuẩn bị những món ăn truyền thống để làm nên hương vị Tết quê. Tôi nhớ nhất là món dưa hành do chính tay mẹ làm. Dưa hành là món ăn bình dị, dân dã không thể thiếu của người Việt Nam vì nó không chỉ tượng trưng cho món ăn ngày

Tết, mà theo y học nó còn là gia vị giúp người ăn tiêu hóa tốt và thấy ngon miệng hơn nếu ăn món dưa hành chua chua mằn mằn với bánh chưng xanh. Vị chua giòn thơm của dưa hành cùng miếng thịt mỡ béo ngậy đã đủ đánh thức vị giác, đánh thức không khí Tết đang về trên khắp mọi miền đất nước Việt Nam. Người Việt ở xa xứ dù có thưởng thức những món ăn của Âu - Á nhưng họ vẫn nhớ và thưởng thức món dưa hành của dân tộc.

Năm nào cũng vậy, mẹ tôi gói



b á n h
chưng không cần
khuôn, chỉ bằng tay thôi mà cái
nào cái nấy vuông vức đều nhau,
y như sản phẩm ra lò từ một
khuôn mẫu có sẵn. Sau đó mẹ
bỏ bánh vào nồi rồi chắt củi to
lên nấu. Mẹ dặn tôi thỉnh thoảng
xem nồi bánh chưng cho mẹ, nếu
thiếu nước thì chêm nước vào.

Rồi đến ngày 30 Tết, ba bảo
“hôm nay là 30 Tết rồi đấy, ngày
này thiêng và quan trọng lắm
chúng ta phải cúng để tiễn năm
cũ đi, đón mừng năm mới đến
với thật nhiều ước vọng và may
mắn”, ba giờ tờ lịch và nói to cho
cả nhà nghe. Thế là chồng tôi

cùng
ba lau
dọn bàn thờ
và trang trí nhà cửa.

Sau đó cùng ba đi dạo chợ
hoa Tết, chọn lựa mấy chậu hoa
mai, hoa cúc vàng rực vẻ trưng
Tết. Ba tôi thích hoa vàng nên Tết
nào nhà cũng vàng rực sắc hoa.
Còn mẹ và tôi chuẩn bị mâm cơm
Tất niên ngày cuối năm. Sau khi
cúng tổ tiên ông bà xong, bữa
cơm tất niên của gia đình ngoại
diễn ra trong không khí sum vầy
ấm cúng, vui vẻ. Cũng vẫn bánh
chưng xanh, hành muối như bao
năm, nhưng tôi cảm nhận được
một vị đủ đầy giây phút đoàn
viên với gia đình trong ngày Tết
thật sự đầm ấm hạnh phúc. Tết
còn là dịp tôi cùng với mẹ đi lễ
chùa đầu Xuân để cùng nhau cầu
nguyện một năm mới mọi sự bình

an may mắn, được đi thăm bà con
nội, ngoại...

Tết nhà ngoại của vợ chồng tôi
là như thế đấy, tôi cảm nhận rõ
những giá trị thiêng liêng của thứ
tình cảm không dễ gì đánh đổi
- tình cảm của đấng sinh thành
và họ hàng thân tộc. Công việc
và những mối quan hệ cứ cuốn
đi khiến vợ chồng tôi không có
thời gian gần gũi ba mẹ, đến khi
tĩnh lại cảm thấy thời gian trôi
đi quá nhanh hẫng hụt vô cùng.
Vì thế mỗi lần Tết đến, trong tôi
lại trào dâng nhiều cảm xúc. Tôi
thèm muốn được trở về bên mẹ
ngồi nấu nồi bánh chưng đêm
giao thừa, nghe mẹ kể chuyện
ông Công ông Táo, sự tích cây
nêu ngày Tết, cùng thức xem Táo
quân, chờ đón khoảnh khắc Giao
thừa, quây quần bên nhau vị ngọt
cay của ớt gừng và cầu chúc
một năm mới an lành vạn sự như
ý. Một cảm giác kỳ lạ trong thời
điểm năm mới mà không thể nào
quên được. ■



Duyên dáng đón Xuân.

Ảnh của Nguyen StudioTt.

Một trà, một rượu, một vị Xuân

■ HẢI MIÊN

Càng có của ăn của để, người ta càng nghĩ đến chuyện đón Tết sao cho sang trọng, tươi tắn. Nhiều người còn hướng đến sự thanh cao trong cách đón Xuân. Ví như chuyện thưởng rượu, thưởng trà. Mùa xuân không trà, không rượu sẽ không đủ vị và chắc chắn sẽ chẳng thể làm thành mùa xuân đủ đầy. Trong cái chất của xuân, cái vị của xuân có hoa thơm, trái ngọt, có sự rộn ràng của tâm hồn, và chắc chắn phải có cả sự góp mặt đậm đà của trà và rượu.



Bao giờ cũng thế, chuẩn bị đón Xuân, người thành phố thường nghĩ đến quê hương, chuẩn bị biu riu vợ chồng, con cái về quê ăn Tết. Người ở nông thôn cũng cố gắng chuẩn bị những thứ cần thiết cho gia đình. Nào thực phẩm, hoa xuân, quà xuân và đón người thân, bạn bè ở xa về ăn Tết. Chữ “ăn Tết” đâu chỉ có nghĩa nói về ăn. Đúng hơn, nói về sự vui chơi, đoàn tụ ấm áp. Về ăn Tết nơi quê là về đoàn tụ cho gia đình đầm ấm, để con cháu tỏ lòng hiếu kính với cha mẹ, ông bà phát lộc, mừng tuổi và chúc phúc cho con cháu. Đó cũng là dịp để các thành viên trong gia đình chia sẻ, quan tâm, chăm sóc nhau.

Nhưng chuyện ăn uống, đoàn tụ sẽ chẳng thể xóm vui nếu thiếu chén rượu xuân. Nhiều gia đình chuẩn bị rượu xuân rất cầu kỳ. Họ mua những loại rượu ngon, được ủ lâu trong những chiếc bình đẹp, chờ đủ đầy người thân trong dịp gia đình sum họp mới mang ra dùng. Chén rượu rót sóng sánh, cả nhà chạm trong lách tách tiếng xuân. Ở các vùng nông thôn, ngày Tết mà uống rượu một đến hai người thì buồn lắm. Uống rượu phải có anh em, gia đình, người thân đồng dực. Rồi sau uống rượu là uống trà. Các bậc cao niên thích trà nhiều hơn cánh thanh niên. Uống trà ngắm hoa, ngắm sự đủ đầy, vui vẻ trong sự quần tụ của con cháu là một điều thật mỹ mãn với người lớn tuổi. Trong ly

trà đó sẽ có sự sáng khoái của sự viên mãn, tự hào khi con cháu phương trưởng.

Tôi sống và làm việc ở Hà Nội nhưng vẫn có một miền quê xanh thắm ở ngoại thành. Nơi đó, người dân sống chất phác, mộc mạc. Quan trọng hơn là còn giữ được nét văn hóa là chung nhau nấu một nồi bánh chưng lớn, chung nhau một con lợn, hay trồng cả một vườn hoa để cả xóm dùng chung. Người ta gọi là “đụng”. Nhưng cái chuyện “đụng” trở nên có chất hơn, là mâm cỗ tất niên. Đó là một buổi sinh hoạt để tổng kết những việc đã làm trong năm của các thành viên trong bữa cỗ, là sự chúc mừng, khích lệ để năm sau cố gắng hơn, phát đạt hơn. Chén rượu thơm, mềm môi chạm uống với người thương quý nó đẹp lắm, đầm lắm. Nó còn cho thấy sự gắn kết



là một trong những cách để mùa xuân, sự phương trưởng, thành đạt được phát triển liên tục.

Ở những thành phố lớn, nhiều người không về quê, hoặc thành phố đó chính là quê hương của họ. Nhiều người ở trên các chung cư cao tầng. Người ở chung cư cao tầng cũng có cách đón Xuân của họ, phù hợp hoàn cảnh ở chung cư. Một điều đặc biệt là, ở mỗi chung cư cũng đã hình thành những “nếp làng”. Nghĩa là văn hóa làng xã đã hiện diện. Bằng chứng là họ đã tổ chức, bầu ra Ban đại diện tòa nhà, trưởng các tầng để tổ chức sinh hoạt. Vào ngày lễ Tết, đều có các hoạt động vui chơi, tặng quà, thăm hỏi. Đặc biệt là dịp đón Tết Nguyên đán, nhiều người ở lại

cũng cố gắng đón Tết vui vẻ. Trước Tết nhiều khu dân cư, các tầng cũng tổ chức tiệc tất niên, quây quần cả chục hộ dân ở một tầng, tạo không khí thật đầm ấm.

Thưởng trà, rượu và ngắm hoa là cái thú của dân chữ nghĩa, các nhà văn, nhà thơ. Họ coi đó là niềm cảm hứng mà nhờ đó có thể giao hòa, gặp được chất xuân của trời đất. Tôi biết, nhiều nhà văn, nhà thơ ở Việt Nam như Bùi Giáng, Trần Văn Sao, Nguyễn Duy, Nguyễn Trọng Tạo, Nguyễn Thụy Kha, Nguyễn Quang Thiều... rồi đến các nhà văn, nhà thơ trẻ hơn như Đỗ Anh Vũ, Trần Nhật Minh, Lý Hữu Lương, Đình Phương, Đặng Thiên Sơn, Đức Anh... rất thích uống rượu, nhất là dịp Xuân. Bởi rượu tạo nguồn cảm hứng sáng tác cho họ, qua chén rượu, mỗi người được giao lưu, giải bày, chia sẻ về những sáng tác mới, những dự định của con đường văn chương vốn nhọc nhằn. Có nhà thơ thiếu trà, rượu thì không sáng tác văn chương được. Nhiều nhà văn, nhà thơ vào mùa xuân thường khai bút, viết tác phẩm đầu tiên của một năm. Trước khi sáng tác là phải có tí “tửu”, giúp cho cảm xúc thăng hoa, để có thể cảm được cái khí chất của mùa xuân. Hàng trăm, hàng nghìn bài thơ có chất xuân đã ra đời, bằng sự thăng hoa và niềm cảm hứng được khởi nguồn từ chén rượu xuân. Chính bản thân tôi cũng không ngoài điểm chung này. Đã xuân, đã thơ là phải có rượu. Nên chúng tôi sẽ tìm những người cùng lối chơi, có những quan điểm chung trong sáng tác ngồi uống rượu, đọc thơ cho nhau nghe, rồi tùy hứng làm thơ ngay tại bàn tiệc.

Nhà thơ Đỗ Anh Vũ là một người rất giỏi việc sáng tác trong lúc ngẫu hứng. Lúc anh uống rượu thường có thơ, rồi ôm ghi-ta hát. Bài “Hai một” của anh khá ấn tượng: *“Em vẫn chờ anh về rót một ly phố cổ/ Đường rượu cong như một cây cầu/ Hai đứa mình uống chung ly một/ Nghe gió mặt hồ thổi suốt mai sau/ Đôi sẽ hiện nhà nhìn ta uống rượu/ Mắt sẽ in vào dưới đáy ly nâu”*.

Trà, rượu và cả vị Xuân là những thành tố dự phần trong cuộc đời chúng ta. Xuân này, chúng ta đã chuẩn bị gì để rung động trước xuân, quyến luyến cùng xuân? Chắc lẽ, chẳng thiếu sự chuẩn bị tâm thế thưởng thức trà, uống rượu và thăng hoa cùng vị Xuân, làm cho mùa xuân có ý nghĩa, nảy nở sự cộng sinh, niềm cảm hứng sáng tạo. ■



Gửi lễ cúng Tết **NÉT ĐẸP TRONG PHONG TỤC** *của người Việt*

Ở bất kỳ một vùng miền nào trên đất nước Việt Nam, mỗi khi Tết đến Xuân về các con, các cháu đều có lệ gửi lễ vật để dâng cúng tổ tiên, ông bà, cha mẹ... Đây được coi là một nét đẹp truyền thống theo đạo lý “Uống nước nhớ nguồn”, hay “chim có Tổ, người có Tông” của dân tộc.

■ **NGUYỄN THỊ HẢI**

Gửi lễ cúng Tết là một phong tục đã có từ hàng ngàn năm nay, nghĩa là các thành viên mang lễ vật đến một gia đình trưởng tộc, trưởng họ, hay trưởng một đại gia đình để cúng các bậc tiên tổ, những thế hệ trước đã sinh thành, nuôi dưỡng các bậc con cháu hậu bối sau này. Cách gửi lễ cúng Tết ở các vùng miền nước ta thường giống nhau, nghĩa là các anh chị em được sinh ra trong một gia đình, khi lấy vợ, gả chồng thành những gia đình nhỏ bé riêng biệt, khi Tết đến Xuân về thường mỗi người sắm sửa một một số lễ vật mang tới nhà người con trưởng - người có trách nhiệm cúng giỗ thờ phụng cha mẹ, để cúng cha mẹ (nếu cha mẹ đã khuất núi), hoặc đồ lễ vật đó sẽ dùng để cúng ông bà, tổ tiên (nếu bố mẹ mình còn sống).



Đối với các gia đình thuộc thế hệ trước nữa, nghĩa là ông, bà, cha mẹ được thờ cúng ở những gia đình trưởng tộc, trưởng họ..., thì các con, cháu, chắt, chít theo sự phân công đã định trong chi tộc,

dòng họ cũng phải mang lễ vật đến một nhà “đầu ngành” để cúng Tết. Theo như tôi thấy thì phong tục gửi lễ cúng Tết thường được duy trì tới 3-4 đời, tính từ hiện tại đến quá khứ. Cá biệt, có nhiều

dòng họ, phong tục này được thực hiện duy trì đến thậm chí 6 - 7 đời mới thôi...Hoặc các đình, các gia đình trong họ cứ sáng mừng 1 Tết là mang lễ ra nhà thờ họ để thắp hương, tưởng nhớ đến các cụ tổ tiên có công thành lập họ.

Lễ vật được mang đi gửi để cúng Tết thường không mang nhiều giá trị về vật chất, mà mang giá trị lớn về tâm linh, tinh thần, bởi nó thể hiện lòng thành kính của con cháu hướng về với tiên tổ. Thông thường người ta hay mang lễ vật gửi cúng Tết là thẻ hương thơm, hộp hương vòng, kèm theo hộp mứt, gói bánh, chai rượu... Có một số vùng miền thì lễ vật gửi cúng Tết là một số loại hoa quả, kèm theo bánh trái tự gói từ nguyên liệu sản xuất được.

Ví dụ như ở quê tôi, một vùng thuộc khu vực Đồng bằng Bắc Bộ, thì ngoài lễ vật là bánh, kẹo, rượu, mứt, hương thơm ra, khi đi gửi lễ cúng Tết nhà ai cũng mang kèm theo một bó hoa huệ, hoặc hoa lay-ơn để cắm vào lọ độc bình trên ban thờ. Ở một số làng quê ở Thái Bình, Nam Định..., cách gửi lễ cúng Tết cũng khá lạ, khi mà bắt buộc trong lễ vật phải có một cặp bánh chưng vuông, bởi dù có đủ đầy các thứ như bánh kẹo, mứt, hương..., mà thiếu bánh chưng thì coi như lễ vật ấy là chưa đầy đủ.

Hay như một số bản làng thuộc các tỉnh Miền núi phía Bắc mà tôi biết, tập tục mang lễ vật gửi cúng Tết bao giờ cũng phải có một gói thịt lợn hoặc các con vật khác được hong khô trên khói bếp lửa, kèm theo một vỏ rượu ngô nhỏ... Nói chung, lễ vật dùng để gửi cúng Tết ở mỗi vùng miền có khác nhau đôi chút về danh mục lễ vật, thế nhưng về cơ bản đều giống nhau ở mục đích, đó là hướng về cội nguồn nhân ngày Tết Nguyên Đán.

Trong đời sống hiện đại hôm nay, thực tế cho thấy đã có không ít những gia đình, dòng họ bị tiền bạc chi phối, tình cảm gia đình sút mẻ vì đất đai, tiền bạc nên họ tự ý cúng riêng ông bà, cha mẹ..., tục gửi lễ cúng Tết vì thế cũng ít nhiều bị mai một. Tuy nhiên, hiện tượng này chỉ là số ít, bởi với đại đa số người dân Việt Nam, tục gửi lễ cúng Tết, cảnh anh em họ hàng sum vầy nâng chén rượu hồng bên mâm cỗ ấm áp tình thân vẫn là hình ảnh quen thuộc trên khắp mọi miền đất nước, là nét đẹp không thể thiếu mỗi khi Tết đến, Xuân về trên dải đất hình chữ S xinh đẹp này. ■



Nâng ly ngày Xuân

BÌNH AN

*Ngày xuân cuộc chuyện đầy vui
Gặp nhau tay bắt mặt cười anh em
Này bia, đây rượu chảy êm
Nâng ly mến chúc tình thêm đậm đà.*

*Rộn ràng ca hát vui nhà
Mến thương bạn hữu trẻ già kẻ vai
Sắc hương bay tỏa nắng mai
Trong cuộc hội ngộ hôm nay tuyệt vời.*

*Uống ăn lành mạnh mỗi người
Nâng ly hãy nhớ lúc ngồi lên xe
Vì an toàn ta phải nghe
Đừng vui quá chén say mê tinh thần.*

*Ngày xuân vui khắp xa gần
Trao nhau thông điệp an toàn giao thông
Ngất ngây là chén thơm nồng
Xuân này hãy nhớ rằng còn xuân sau.*





TẾT Ở TRỜI ÂU

■ THS. LÊ THỊ DIỆU LINH



Mâm cỗ truyền thống dân tộc được nấu ở trời Âu.

Tết cổ truyền là một dịp lễ đặc biệt nhất trong năm của người dân Việt Nam. Đối với những người Việt xa quê sống tại CHLB Đức, dịp này cũng không kém phần đặc biệt. Với họ, được về nơi chôn rau cắt rốn để đón chào năm mới là niềm hạnh phúc vô bờ bến. Nhưng mỗi người một hoàn cảnh, với những người phải đón Tết xa tổ quốc thì họ cũng có những cách riêng để có thể được cảm nhận Tết một cách Việt nhất.

Giữ Tết cho con...

Năm mới đến, những em bé Việt sống ở trời Âu cũng được xúng xính mặc những bộ áo dài truyền thống, chấp tay cúi lạy tổ tiên để cầu mong một năm mới an lành hạnh phúc. Chắt Việt vẫn chảy trong máu các con nhờ những bậc cha mẹ luôn cố gắng vun đắp gìn giữ. Những đứa trẻ sinh ra trên xứ lạ, nhưng ngày Tết vẫn được ngắm hoa đào và chuẩn bị cỗ tất niên cùng bố mẹ. Tết cổ truyền chính là dịp mà nhiều bố mẹ sống ở nước ngoài giúp các con tìm hiểu và ghi nhớ thêm về những nét văn hóa cổ truyền của dân tộc.

Tết này, không khí đón Tết của gia đình chị Lan Anh tại Berlin (CHLB Đức) vẫn đậm màu sắc của Việt Nam. Do công việc và việc học tập của các con nên

gia đình chị không thể về quê hương vào đúng dịp Tết; vậy nên, chị luôn cố gắng bày biện mâm cỗ Tết một cách Việt nhất để vơi đi cảm giác nhớ nhà và giúp các con lưu giữ những nét đẹp truyền thống của quê hương. Hàng năm, cứ đến những ngày giáp Tết cổ truyền, chị cùng các con thường xuyên lui tới các khu chợ của cộng đồng người Việt để tìm mua các mặt hàng truyền thống như bánh chưng, hoa đào, và cả phong bao lì xì... Chị Lan Anh chia sẻ: "Tết trong ký ức tuổi thơ tôi là những kỷ niệm thật đẹp. Mặc dù không được sống trọn vẹn trong nền văn hóa Việt Nam, nhưng tôi vẫn muốn các con cũng có những kỷ niệm về Tết như những kỷ ức mà tôi đã từng có".

Dù bận rộn với công việc, năm nào gia đình anh



Việt đang sống không có giấy tờ cư trú hợp lệ tại đây. Khi không có giấy tùy thân trong tay, họ được ví như những “người rơm” - là những người sống ở bên lề xã hội và không được pháp luật bảo vệ. Mặc cho chính phủ Đức liên tục đưa ra những biện pháp cứng rắn để ngăn chặn nạn nhập cư “lậu”, nhưng hàng ngày vẫn có rất nhiều người Việt tìm cách qua Đức một cách bất hợp pháp với hy vọng đổi đời. Với những “người rơm”, Tết đoàn viên là điều không thể, họ chỉ có thể tận hưởng không khí Tết với gia đình qua những cuộc gọi hay những tấm hình được người thân chia sẻ cho nhau.

Đã gần 5 năm rồi anh Ng. vẫn chưa có cơ hội về thăm nhà, không phải vì không sắp xếp được công việc, mà đơn giản anh là một “người rơm”. Với anh Ng. về quê ăn Tết có lẽ là một khái niệm xa xỉ. Giữa năm 2018, anh Ng. đi xuất khẩu lao động qua Rumani, sau khi làm việc được vài tháng, anh cùng một vài người Việt khác đã tìm cách nhập cư “lậu” sang Đức. Biết rằng việc làm như vậy là

Lê Sơn cũng mua một cành đào để trưng ở phòng khách và chuẩn bị một mâm cơm đủ đầy đặt lên bàn thờ gia tiên vào ngày cuối cùng của năm. Các anh em ruột thịt của anh Sơn đều định cư ở Đức, nên năm mới chính là dịp để mấy anh em và các cháu từ nhiều thành phố được trở về tụ họp với nhau, cùng thắp một nén nhang tưởng nhớ tới nguồn cội và chia sẻ những câu chuyện buồn vui trong năm cũ. Anh Sơn cho biết: “Khoảnh khắc giao thừa rất thiêng liêng và hạnh phúc đối với chúng tôi. Không được gặp trực tiếp nhưng chúng tôi không quên gọi điện cho bố mẹ và những người thân ở Việt Nam để gửi đến họ những lời chúc tốt lành nhất”. Với gia đình anh Sơn, Tết cổ truyền là sợi dây kết nối con cháu ở phương xa lại với nhau, trẻ nhỏ thì nô đùa, còn người lớn lại có dịp hàn huyên chuyện cũ. Còn gì tuyệt vời hơn khi sống ở phương xa mà vẫn được tụ họp với những người thân của mình, cùng mở chai rượu quý và nhâm nhi những món đặc sản của quê hương.

Tết của những người “rơm”

Trái với những người nước ngoài định cư hợp pháp tại CHLB Đức, cũng có không ít những người



Em bé mặc áo dài đỏ chấp tay tưởng nhớ tổ tiên



Cành đào và câu đối đỏ tạo nên hương vị Xuân

không đúng và sẽ chịu nhiều thiệt thòi khi sống bất hợp pháp, nhưng anh đành chấp nhận để tìm kiếm một công việc có mức lương cao hơn. Anh Ng. trải lòng rằng: “Mỗi lần Tết đến Xuân về, lòng mình xốn xang lắm. Thực lòng chỉ muốn bỏ tất cả để về với vợ con. Nhưng cuộc sống không cho phép, đành đón Tết từ xa với gia đình”. Cũng như mọi năm, năm nay anh Ng. lại xem pháo hoa online và gửi những lời chúc tới người thân, bạn bè qua mạng xã hội.

Với những người lao động không có giấy tờ hợp pháp tại Đức, năm 2022 có lẽ là một năm đáng nhớ với họ. Khi mà chưa kịp vui mừng vì thế giới dần trở lại bình thường sau dịch bệnh COVID-19 thì cuộc chiến tranh giữa Nga và Ukraina đã làm cho tình hình kinh tế xã hội gặp nhiều bất ổn hơn, ảnh

hưởng trực tiếp đến đời sống và việc làm của họ. Trong khi những người sống và lao động hợp pháp được nhận những hỗ trợ trực tiếp của chính phủ nước sở tại, thì những “người rơm” vẫn lặng lẽ chờ đợi và mong ước một năm mới 2023 nhiều may mắn hơn.

Mong một năm mới khởi sắc

Những dịp này, không khí tại các khu chợ của cộng đồng người Việt lại náo nhiệt hơn thường lệ với đủ các loại mặt hàng mang hương vị Tết Việt như bánh chưng, bánh tét, giò chả cho đến cau trầu và câu đối... Đông vui và sôi động nhất phải kể đến chợ Đồng Xuân, nơi được xem là trái tim của những người Việt Nam sống ở Berlin và nhiều thành phố khác trên khắp nước Đức. Vào những ngày cận Tết, nhiều bà con người Việt sẽ tập trung ở chợ Đồng Xuân để gặp gỡ, giao lưu và mua sắm những đặc sản của quê hương như bánh chưng, giò chả, xôi, cũng như nhiều loại thực phẩm và đồ uống mang đậm chất quê nhà. Đây cũng là nơi để những bạn du học sinh, những người Việt trẻ thuộc thế hệ thứ hai, thứ ba sinh ra và lớn lên tại CHLB Đức có thể giao lưu, tìm mua và thưởng thức những món ăn, và tận hưởng không khí Tết cổ truyền của dân tộc mình. Chợ của người Việt cũng đã trở thành nơi không khoảng cách giữa những người có giấy tờ hợp pháp và những người sống bất hợp pháp ở Đức. Tại đây, họ đều là những người Việt xa quê sống ở trời Âu cùng có mong muốn được xích lại gần nhau hơn để chia sẻ nỗi niềm xa xứ, cùng nhau tạo nên một không khí Tết đầm ấm nơi xứ người.

Một năm 2022 với nhiều khó khăn thử thách đã khép lại, cộng đồng người Việt Nam ở nước ngoài vẫn lạc quan một năm mới 2023 sắp mở ra với hy vọng có nhiều khởi sắc hơn. “Em mong rằng năm 2023 mọi thứ sẽ ổn định hơn, để những sinh viên sắp ra trường như chúng em sẽ không phải gặp quá nhiều khó khăn trong quá trình xin việc làm” - Phương Anh, du học sinh tại Đức, chia sẻ. Giống như những trải lòng của Phương Anh, bạn Phương Quý cũng cho biết: “Mình chỉ mong một năm mới ít thách thức hơn cho cộng đồng người Việt. Kinh tế và xã hội ổn định sẽ giúp cho đồng bào ta tại Đức có nguồn thu nhập ổn định và đảm bảo cuộc sống”.■

Hoa muộn

TRẦN GIA THÁI

Mùa xuân không ngoài lại
Lộc chồi thôi non tơ
Cuối cành chùm hoa nhỏ
Nở một mình bơ vơ

Có một người xa xứ
Tuổi xanh rồi quê người
Áo cơm ngày bặt gió
Trước vườn nhà chơi vơi

Tìm ai... ai còn mất
Nền cũ bóng nhà hoang
Cây vườn xưa cóm nắng
Khói cay hay lệ giàn?

Chiều xuôi theo nắng ngùi
Tóc loang cùng mây bay
Chỉ chùm hoa ở lại
Nở cho người không may.

Mùa thứ nhất

PHẠM THỊ KIM KHÁNH

Phải tháng Giêng không hay điều chi giục già
Ta ập vào xuân

Ngõ ngang hoa không đợi phút khai hoa
Bất chợt cánh én vụt ngoài khung cửa
Không chỉ tại xuân đâu vẫn xin lời tạ
Cũng có thể tháng Giêng dẫn dụ đưa đường

Không cần biết hoa bao xuân đã nở
Không cầu mong chim hót mới lần đầu
Vẫn rơi rớt sắc mùa thứ nhất
Cho ta hiểu thêm điều xuân tới nghĩa là say.

Ngày xưa đâu rồi?

NGUYỄN HIẾU

Áo cánh gụ vạt cong đâu rồi?
Ngực áo chũm cau bạc loà nắng hạ
Cầu ao mắt vội liếc sang
Bên tường động đập lá trầu vàng

"Bao giờ đằng ấy lấy chồng
Đằng này sẽ đi cưới vợ"
Hai họ rên ràng đi vào ngõ
Mình làm rể và ai nào làm dâu?
Hoa đỏ ván ghim vào mây tím lịm
Cả hai đằng đều nghi đâu đâu.

Lối nhỏ ngày ấy rào đã lấp
Vẫn vơ đôi cánh hoang ong đất
Gầu mức nước treo cành ổi đông đưa
Tiếng chân xộp trầm, ai về đang trưa?

Cặp ba lá mua chợ Chèm đâu rồi?
Loé ánh trắng, mượt sóng tóc nhung huyền
Lưng thon tròn xuôi, tay ngập ngừng
Thuyền chập chờn, chưa cập bến ư thuyền?

Có một lần thấy người ấy làm duyên
Ở cái ngày xưa rất xa xôi ấy...

🤔 **Viết thể nào?**

Cô giáo bảo Tý viết số 88, Tý hỏi:

- Thưa cô, viết thể nào ạ?
- Em hãy viết số 8 bên cạnh một số 8 đi nào!
- Tý viết một số 8 rồi dừng lại, cô giáo hỏi:
- Em còn đợi chờ gì nữa?
- Dạ, em không biết viết số 8 vào bên nào, cô ạ!
- ?!?

🤔 **Thư trả lời**

Sửu viết thư cho ông già Noel: "Cháu chỉ xin ông làm sao để cô giáo dạy Toán phải chuyển sang lớp khác, ông ạ!"

Thư trả lời: "Chính ông ngày trước cũng mong như vậy, nhưng không được, cháu ạ!"

🤔 **Quà năm mới**

Sếp Mão trò chuyện với bạn:

- Hôm qua, tôi đưa cho nhân viên văn phòng Công ty câu hỏi: "Anh/chị thích quà gì cho năm mới?"
- Kết quả thế nào, ông?
- Nhân viên nam thì trả lời ngay, còn nhân viên nữ vẫn còn đang viết, ông ạ!
- ?!?

🤔 **Lý do**

Tòa hỏi nguyên đơn:

- Vì sao anh muốn ly dị?
- Vì tôi ngáy to quá ạ!
- Ngáy to lắm à? Kể ra cũng khó chịu đấy...
- Tôi ngủ bên nhà cô hàng xóm, vì ngáy to quá nên vợ tôi nghe được.
- ?!!



🤔 **Siêu đẳng**

Hai người bạn lâu ngày gặp nhau trên đường, một người dắt theo 2 đứa trẻ:

- Bọn trẻ xinh quá! Chúng bao nhiêu tuổi rồi, Thúy?
- Đứa làm bác sỹ lên 9, còn đứa làm công an lên 6, Hà ạ!
- !?!?

🤔 **Đặt câu**

Cô giáo bảo Dẫn:

- Em hãy đặt câu về một người phục vụ công cộng mà em biết!
- Dạ, thưa cô...Chú lính cứu hỏa có bầu ra khỏi nhà.
- Em không biết có bầu nghĩa là thế nào à?
- Dạ, em biết. Nó có nghĩa là đang mang một đứa trẻ, cô ạ!
- ?!!

🤔 **Tự lái**

Anh Ngổ khoe với bạn:

- Tổ vừa mua một chiếc xe hơi tự lái, Hùng ạ!
- Cậu định đi đâu?
- Tổ cũng không biết nữa, còn để xem nó sẽ đưa tổ đi đâu.
- ?!?

🤔 Điều kiện

Chàng nói với nàng:

- Anh yêu em, Hương ạ! Em sẽ là của anh chứ?
- Em đồng ý với một điều kiện.
- Anh sẽ đáp ứng mọi điều kiện của em.
- Đúng 10 giờ đêm, anh phải đưa em về nhà, vì chồng em đi làm về lúc 11 giờ, anh ạ!
- ?!!

🤔 Đọc giùm

Hảo cận thị nói với Thìn:

- Thìn, đọc giùm tớ bài toán trên bảng đi!
- Được thôi...Cho hai đường tròn O...Ó. Kẻ đường thẳng A...Á đi qua tâm hai đường tròn.
- ?!!

🤔 Đổi tên

Hai anh sinh viên nói chuyện với nhau:

- Sinh này, tớ thấy có vẻ cậu không yêu Duyên lắm, phải không?
- Sao cậu lại nói thế? Vì cô ấy mà tớ phải đổi tên tất cả bạn gái thành tên đàn ông trong danh bạ điện thoại, Huy ạ!
- ?!!

🤔 Mất ngủ

Nhung bị bệnh mất ngủ và đến bác sỹ, bác sỹ khám xong, hỏi:

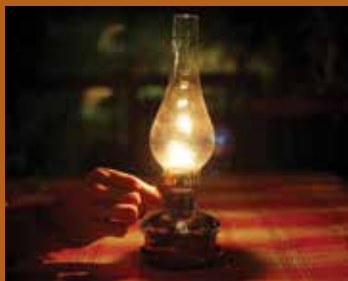
- Từ phòng ngủ của cháu nhìn ra, có cái cây nào không?

- Dạ, có một cây bàng ngay trước cửa sổ, bác ạ!
- Tốt lắm... Khi nào muốn ngủ thì cháu hãy đếm số lá ở trên cây bàng, cháu sẽ ngủ ngon đấy!

Một tháng sau, Nhung quay lại phòng khám, nói với bác sỹ:

- Cháu để nghị bác sỹ hãy chữa cho cháu bằng phương pháp khác, vì đến tận hôm nay cháu vẫn chưa đếm hết số lá của cây bàng ạ!
- Trời!!

NGA NGUYỄN



Dèn dầu Tết xưa

HOÀNG XUÂN HIỂN

Ngon đèn leo lét trong đêm
Thơm mùi chuối chín ngọt mềm mít sen
Con thạch sùng tặc lưỡi ghen
Rúc đầu vào mẹ mùi quen quết trâu

Bây giờ, ngồi giữa đêm thâu
Rưng rưng nhớ ngọn đèn dầu Tết xưa



Tết này mua gì làm quà biếu?

■ **ÁNH DƯƠNG**

Cứ mỗi dịp Tết đến Xuân về, người người nhà nhà lại nô nức lựa chọn những món quà Tết sang trọng nhất dành cho người thân bạn bè hay đồng nghiệp của mình.

Có rất nhiều món quà được sử dụng để biếu, tặng như bánh kẹo, thực phẩm, đặc sản vùng miền, tranh ảnh, và việc tặng bia, nước giải khát cũng được người Việt rất ưa chuộng. Đây là thức uống sang trọng mang ý nghĩa gửi trao lời chúc may mắn, tài lộc và năm mới bình an nên sẽ rất phù hợp để tặng nhau nhân dịp Tết đang đến rất gần.

Tết là một trong những dịp quan trọng nhất năm, là dịp mà gia đình quây quần bên nhau cùng tạo ra những khoảnh khắc đẹp và quý giá nhất, do đó cần phải chọn cho gia đình những thứ tốt đẹp nhất, chọn mua bia làm quà biếu Tết cũng vậy.

Trên thị trường hiện nay có hàng trăm loại bia, nội địa có, nhập khẩu có. Tết Quý Mão 2023 đang đến gần, nếu chưa biết nên mua loại nào để làm quà biếu Tết vừa ý nghĩa vừa tiết kiệm chi phí hãy cùng tham khảo một số sản phẩm bia, nước giải khát chất lượng, mẫu mã đẹp mắt phù hợp làm quà Tết.

Tại Việt Nam, Bia Saigon được coi là thương hiệu quốc gia và là một trong những cái tên top đầu trong ngành bia nội địa. Đồng thời, Bia Saigon cũng được rất nhiều dân sành bia ưa chuộng lựa chọn trong những dịp vui, buồn, những khoảnh khắc thể hiện bản thân, sum vầy bên bè bạn, gia đình,... Nhìn chung từ thành thị đến nông thôn đều có sự xuất hiện của Bia Saigon đặc biệt là bia Saigon Special. Nhờ giá cả phải chăng, chất lượng bia ngon nên bia Saigon Special được người dùng đặc biệt là sinh viên, người lao động, dân văn phòng yêu thích. Bia Saigon Special 330ml, Sài Gòn Chill bao bì xuân 2023 và bia Saigon Lager là những lựa chọn phổ biến nhất của năm nay. Đặc biệt, phiên bản giới hạn của bia Saigon Gold được sản xuất 1 năm 1 lần, là sản phẩm phù hợp để dành tặng đối tác, người thân, bạn bè.



Năm nay, các loại bia Heineken mẫu Xuân 2023 khởi sắc tân niên như: bia Heineken Silver 330ml, Heineken 0.0 330ml là lựa chọn tuyệt vời. Đây là những dòng bia được người tiêu dùng khắp cả nước đều ưa chuộng, lựa chọn làm quà biếu Tết vừa sang trọng, lịch sự lại vừa đẳng cấp. Ngoài ra, bia Tiger Crystal 330ml bao bì Xuân và bia lúa mì Tiger Platinum Wheat Lager 330ml mẫu Tết được chọn mua thường thức và làm quà biếu nhiều.

Từ xa xưa, Bia Hà Nội đã là một thức uống giải khát không thể thiếu của người dân Hà Thành. Có thể nói, đối với nhiều người dân Hà Nội, nét văn hóa và hơi bia Hà Nội đã ngấm vào trong máu suốt nhiều năm liền nên giờ đi đâu uống bia xứ khác nhưng vẫn nhớ hương vị đậm đà của Bia Hà Nội. Hơn nữa, Bia Hà Nội nhãn vàng và xanh năm nay được thiết kế nổi bật, bắt mắt, báo hiệu một mùa Tết đã về. Do vậy, Bia Hà Nội, Bia Trúc Bạch, Bia hơi Hà Nội là một trong những món quà ý nghĩa nhất để biếu bạn bè, người thân trong dịp Tết Quý Mão 2023 sắp tới.

Ngoài lựa chọn chất lượng, bao bì đẹp mắt thì cũng cần quan tâm tới sở thích của người được tặng thì món quà sẽ trở nên ý nghĩa hơn. Anh Bá Hoàng



(Thạch Thất, Hà Nội) tâm sự: “Tết năm nay mình dự định về ra mắt nhà người yêu, bản khoản không biết nên mua gì biếu bố mẹ bạn gái. Rất may qua tìm hiểu mình được biết bác trai rất thích uống Bia Hà Nội nên sẽ chọn mua biếu bác thùng Bia Hà Nội phiên bản Tết. Bia Hà Nội Tết năm nay có mẫu mã nổi bật, chắc chắn sẽ là món quà ý nghĩa và hơn nữa có thể lấy lòng được hai bác”.

Bên cạnh các món ăn truyền thống, rượu, bia thì các sản phẩm nước giải khát cũng là thức uống phổ biến trong ngày Tết, nhờ uống nước ngọt mà những bữa ăn trở nên ngon miệng hơn, đặc biệt nước ngọt còn giúp xua tan cơn khát, tăng hương vị cho món ăn. Do đó, các loại nước giải khát cũng là một trong nhiều lựa chọn để làm quà biếu Tết ý nghĩa.

Dịp cuối năm, nhà nhà người người hối hả, tất bật với nhiều công việc để chuẩn bị đón Tết. Ai cũng biết, Tết luôn là dịp của sum họp và tiệc tùng, ăn các thức ăn nhiều thịt, dư đạm, đồ chiên xào, bánh kẹo,... khiến cơ thể mệt mỏi, nóng trong người, khó tiêu. Bởi vậy, một món quà tốt cho sức khỏe như Trà thanh nhiệt Dr Thanh, Trà Xanh Không Độ đang được rất nhiều người lựa chọn gửi gắm tới người

thân, gia đình và bạn bè mỗi dịp Tết đến Xuân về. Một món quà biếu mang ý nghĩa bảo vệ sức khỏe, xua tan mệt mỏi, giúp mọi người tận hưởng ngày Tết trọn vẹn sẽ là lời cảm ơn chân thành nhất gửi đến những người thân.

Hình ảnh cánh én chào liệng, sắc đỏ đặc trưng trên mỗi thùng Coca-Cola phiên bản Tết 2023 là món quà Tết chứa đựng sự chân tình, mang không khí Tết tới gần hơn với những người thân yêu. Chọn thùng Coca-Cola Tết làm quà như “thay lời muốn nói” mong năm mới an lành, phát tài, phát lộc, may mắn đến với mọi nhà, gắn kết mọi người hơn, mang tới một cái Tết ấm cúng, sum vầy. Hay bao bì Tết 2023 của nước ngọt Pepsi có in hình ngộ nghĩnh, cho giới trẻ thêm hứng thú lựa chọn, cũng là một món quà biếu Tết ý nghĩa. Ngoài đóng trong thùng 24 lon, nhà sản xuất còn đóng những túi quà nhỏ, thích hợp đi tặng hoặc trang trí trong ngày Tết.

Với rất nhiều những thương hiệu nổi tiếng, chất lượng, mẫu mã đẹp mắt, cần lựa chọn những sản phẩm phù hợp với sở thích, khẩu vị của người được tặng để món quà mang đúng ý nghĩa của nó, gắn kết mọi người với nhau và trọn vẹn nhất. ■



NGÀY TẾT NÓI VỀ
THÀNH NGŨ:

Bánh chưng xanh dưa hành ngày Tết

■ KHÁNH LINH

Đây là loại thành ngữ mang tính biểu tượng nói về cái Tết cổ truyền của người Việt Nam. Theo phong tục, ở Việt Nam mỗi năm có rất nhiều tết: Tết Rằm tháng Giêng, Tết mồng Mười tháng Ba (tết bánh trôi), Tết cơm mới, Tết Đoan ngọ, Tết Rằm tháng Bảy, Tết Độc lập, Tết Dương lịch... Nhưng chỉ có Tết Âm lịch (Tết Nguyên Đán) là tết to nhất, nên được viết hoa thành một tên riêng: Tết. Đó là Tết mở đầu cho một năm mới. Bởi vậy, theo truyền thống, nó có ý nghĩa rất quan trọng và rất thiêng liêng. Vào những ngày này, nhà nông thì nghỉ việc đồng áng, cán bộ hay công nhân viên chức thì “nghỉ Tết” theo chế độ Nhà nước ban hành. Bắt đầu từ ngày 26, 27 tháng Chạp, những ai công tác ở xa đã bắt đầu khăn gói lên đường về quê, còn những ai không đi công tác thì xếp nếp công việc đồng áng, chuẩn bị mua gạo, thịt, lá dong để gói bánh phục vụ cho việc “ăn Tết”.

Trong những ngày Tết Nguyên Đán, trên bàn thờ gia tiên của người Việt, bất luận giàu nghèo đều phải có bánh chưng (người miền Nam gọi là bánh tét). Theo truyền thuyết, đây là thứ bánh do Lang Liêu con trai của vua Hùng Vương làm ra dâng lên đức vua, nhằm biểu thị lòng biết ơn sâu sắc đối với cha mẹ. Vì vậy, nó là loại bánh tượng trưng cho lòng biết ơn với các bậc sinh thành.

Bánh chưng được gói bằng lá dong, khi bóc ra có màu xanh nên còn gọi là “bánh chưng xanh”. Cụm từ “Bánh chưng xanh dưa hành thịt mỡ” có hai từ “xanh” và “hành” hiệp vần với nhau để tạo ra nhịp điệu, tiết tấu uyển chuyển, dễ thuộc và dễ nhớ. Cụm từ này được dùng nhiều đến mức có tính ổn định về hình thức và ngữ nghĩa nên nó là một thành ngữ thuộc lĩnh vực ăn uống. Tất nhiên, khi kinh tế xã hội thay đổi, cách hiểu thành ngữ này cũng có sự chuyển di nhất định. Cụ thể là, ngày xưa khi kinh tế chưa phát triển, thịt mỡ là loại thịt rất quý không thể thiếu được trong cuộc sống hàng ngày, đặc biệt là trong những



ngày Tết; vì thịt mỡ khi đun lên sẽ tạo ra mỡ (nước mỡ) dùng để rán bánh, rán thịt, gia giảm các món ăn. Riêng tóp mỡ (là thịt mỡ teo lại khi đun sôi) có thể dùng làm thức ăn để ăn cơm hoặc kết hợp với tôm hay đậu phụ tạo thành món hành cuốn - một món ăn thuộc đặc sản của vùng trung du Bắc bộ.

Ngày nay, công nghiệp phát triển, việc nuôi lợn dùng thức ăn công nghiệp (cám cò) nên thịt mỡ không còn thơm như nuôi lợn bằng cám gạo các thời trước đây. Để khắc phục, người ta sản xuất ra dầu thực vật thay cho mỡ lợn và thay cho mỡ động vật nói chung. Do đó, vai trò của thịt mỡ cũng không còn như trước nữa. Tuy nhiên, trong những ngày Tết, “dưa hành vẫn là món ăn được nhiều người ưa thích vì nó có tác dụng tốt cho tiêu hóa và làm ngon miệng khi ăn quá nhiều loại thịt. Với ý nghĩa ấy, “dưa hành” còn trở thành một yếu tố quan trọng trong một cụm từ khác để tạo thành câu nói của miệng khi nhắc đến Tết ở Việt Nam: “Thịt mỡ, dưa hành, câu đối đỏ”. Đó là câu thành ngữ có sức khái quát nói về Tết ở cả hai phương diện vật chất và tinh thần của người Việt. ■

CHÚC MỪNG NĂM MỚI XUÂN QUÝ MÃO 2023

*Kính chúc Quý Khách hàng một năm mới
An khang, Thịnh vượng và Hạnh phúc*



Công ty TNHH Krones Việt Nam
Phòng 2002, Tầng 20, tòa nhà Pearl Plaza
561A Điện Biên Phủ, phường 25
Quận Bình Thạnh, TPHCM
ĐT +(84) 28 – 62906082/83/84/85, Fax +(84) 28 – 62906087

Chi nhánh Hà Nội
Tầng 3, Tòa nhà Dolphin Plaza,
Số 6 Nguyễn Hoàng, Mỹ Đình 2, Nam Từ Liêm,
TP. Hà Nội, Việt Nam
ĐT +84 28 6290 6082/83/84/85, Fax +84 28 6290 6087

www.krones.com

 **KRONES**

SOLUTIONS BEYOND TOMORROW



BỘ LON #63 LÀ 1 CÙNG NHAU LÀM NÊN TẾT



ĐÃ UỐNG RƯỢU BIA - KHÔNG LÁI XE
NGƯỜI DƯỚI 18 TUỔI KHÔNG ĐƯỢC UỐNG RƯỢU, BIA

