

Đồ uống Việt Nam



SỐ 1+2+3 (2024)



HIỆP HỘI BIA - RƯỢU - NƯỚC GIẢI KHÁT VIỆT NAM

Website: vba.com.vn

ISSN 0866-7322



2024

Linh 2024

BẬT NẮP NGAY
ĐÓN TRIỆU LỘC VÀNG

20 CÂY
VÀNG



Người dưới 18 tuổi không được uống rượu, bia

KHÔNG LO CĂNG THẺ GIẢI NHIỆT ĐÓN XUÂN





MỤC LỤC

THÁNG 1+2+3/2024

TÒA SOẠN VÀ TRỊ SỰ:

Số 94 Lò Đúc - Quận Hai Bà Trưng - 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: Hương vị sắc Xuân Rong Vàng, Phúc Tài Lộc,
Giáp Thìn An Khang.
Tranh cửa: Họa sỹ Hùng Dingo

8-11. Hiệp hội Bia – Rượu – Nước giải khát Việt Nam (VBA): Nỗ lực vượt khó, đón đầu cơ hội phát triển trong năm 2024
Viet Nam Beer-Alcohol-Beverage Association (VBA): Striving against challenges, welcoming development opportunities in 2024

12-13. 10 hoạt động, sự kiện tiêu biểu của ngành Đồ uống Việt Nam năm 2023
Top 10 events of Vietnam Beverage Industry in 2023

14-16. Ngành Đồ uống Việt Nam - Tìm cơ hội trước ngưỡng cửa 2024
Viet Nam Beverage industry - Finding windows of opportunity before 2024 arrives

17-19. Dự thảo Luật Thuế TTĐB (sửa đổi): Cần bảo đảm môi trường kinh doanh ổn định, thuận lợi
Draft of Law of Special Consumption Tax (revised): Need to guarantee a stable and favoured business environment

20-21. Vượt qua khó khăn, kinh tế Việt Nam 2023 tăng trưởng và phát triển
Fighting hardships, Viet Nam 2023 economy thrived with growth and development

22-23. Tạp chí Đồ uống Việt Nam: Phát huy vai trò đồng hành cùng doanh nghiệp
Viet Nam Beverage Magazine: Promoting its journey with businesses



GIÁ: 140.000 ĐỒNG



Sắc hương mùa Xuân.

Ảnh: Nguyễn Sudio

24-25. Tăng cường công tác quản lý chất lượng đối với các sản phẩm rượu không rõ nguồn gốc
Strengthening administrative quality management of liquor of unknown origin

30-31. Thị trường hàng hóa Tết Nguyên đán 2024: Sôi động và nhiều lựa chọn
2024 Tet market - Lively with numerous choices

34-35. Bia Saigon và Trung ương Đoàn đồng hành với chương trình cộng đồng "Tết sẻ chia, năm Rồng khởi sắc"
Sai Gon Beer and Central HCYU join hands with new community program "Tet: sharing for a prosperous Year of Dragon"

36-37. Đề xuất giải pháp thực hiện kinh tế tuần hoàn
Proposing solutions for circular economy

38-40. Phát triển bền vững trong ngành Đồ uống là một xu thế quan trọng
Sustainable development: an important trend within Beverage industry

42-43. Heineken Việt Nam nỗ lực hướng đến cộng đồng trên hành trình phát triển bền vững
Heineken Viet Nam and community works, a part of sustainable development

50-51. Nỗi lo chất lượng hàng hóa dịp Tết
Worries of Tet products' quality

70-73. Ghé thăm Bắc Hà ngày Xuân
Visiting Bac Ha during Spring

Thư chúc Tết

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



Quý vị độc giả, quý doanh nghiệp thân mến!

Vậy là chúng ta đã bước sang năm mới 2024 và đang chào đón Xuân mới Giáp Thìn 2024 với nhiều ước vọng về một năm mới tiếp tục tăng trưởng và gặt hái nhiều thành công mới, thắng lợi mới!

Chúng ta vừa bước qua năm 2023 giữa bối cảnh nền kinh tế Việt Nam, trong đó có ngành Đồ uống Việt Nam, bên cạnh những thuận lợi vẫn phải đối diện với nhiều khó khăn, thách thức khi tình hình thế giới tiếp tục diễn biến phức tạp khó lường. Xung đột Nga - Ucraina chưa có hồi kết, lại xuất hiện xung đột giữa Hamas - Israel tại Trung Đông làm cho bức tranh kinh tế thế giới càng chìm sâu vào khủng hoảng, lạm phát. Bên cạnh đó, hệ quả của suy thoái kinh tế sau đại dịch khiến người tiêu dùng thắt chặt chi tiêu, ngành Đồ uống còn chịu tác động kép bởi các quy định hạn chế đồ uống có cồn, chính sách thuế Tiêu thụ đặc biệt, tất cả đã tác động mạnh mẽ tới sự phục hồi của các doanh nghiệp.

Tuy nhiên, 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. Do đó, năm 2023, kinh tế Việt Nam đạt mức tăng trưởng cao trên 5%, cao hơn mức tăng trưởng kinh tế khu vực (dự kiến tăng 4,9%), lạm phát tiếp tục được kiểm chế theo mục tiêu đề ra; Cán cân thương mại hàng hóa năm 2023 ước tính xuất siêu 28 tỉ USD, tăng 16 tỉ USD so với năm 2022; Khu vực công nghiệp và xây dựng tăng 7,35%, đóng góp 42,58%; khu vực dịch vụ tăng 7,29%, đóng góp 49,91%. Về sử dụng GDP quý IV/2023, tiêu dùng cuối cùng tăng 4,86% so với cùng kỳ năm trước, đóng góp 53,18% vào tốc độ tăng chung của nền kinh tế; tích lũy tài sản tăng 6,21%, đóng góp 44,18%.

Đối với ngành Đồ uống Việt Nam, năm 2023 vẫn là một năm nhiều khó khăn, thách thức khi tiếp tục chịu tác động của chính sách hạn chế đồ uống có cồn, hậu quả của đại dịch Covid-19 vẫn ảnh hưởng tới sự phục hồi của các doanh nghiệp. 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), cùng 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 3 năm bị ảnh hưởng bởi đại dịch Covid - 19.

Năm 2023, Hiệp hội tiếp tục phát huy và đạt nhiều kết quả quan trọng trong vai trò 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. Hiệp hội đã tổ chức các hội thảo, tọa đàm để tổng hợp ý kiến đóng góp của các doanh nghiệp, chuyên gia và 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 cũng đã kịp thời kiến nghị tới các bộ ngành, Chính phủ về các giải pháp nhằm tháo gỡ khó khăn cho các doanh nghiệp trong ngành. Bên cạnh đó, 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 do chịu ảnh hưởng tác động kép bởi hậu 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.

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. Năm 2023, Hiệp hội cũng luôn quan tâm đến công tác xúc tiến thương mại, hợp tác quốc tế, công tác đào tạo, công tác hội viên... được các doanh nghiệp và các bộ ngành đánh giá cao.

Bước sang năm 2024, tăng trưởng kinh tế nước ta được dự báo có thể được phục hồi tốt hơn so với năm 2023, nhưng để đạt được mục tiêu tăng trưởng bình quân 6,5% - 7% và cao hơn mức bình quân của 5 năm 2016 - 2020 (6,25%) là một nhiệm vụ vô cùng khó khăn, nếu không có giải pháp đột phá. Trong bối cảnh đó, các doanh nghiệp trong ngành đồ uống cần chủ động đưa ra các giải pháp mang tính chiến lược ngay từ những ngày đầu năm mới 2024. Về phía 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, phần đầu đạt và vượt các chỉ tiêu kinh tế trong năm 2024.

Nhân dịp chuẩn bị bước sang Xuân mới Giáp Thìn 2024, 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

HIỆP HỘI BIA - RƯỢU - NƯỚC GIẢI KHÁT VIỆT NAM (VBA):

NỖ LỰC VƯỢT KHÓ, ĐÓN ĐẦU CƠ HỘI PHÁT TRIỂN TRONG NĂM 2024

Hiệp hội Bia - Rượu - Nước giải khát Việt Nam (VBA) vừa tổ chức thành công Hội nghị Tổng kết năm 2023 và triển khai kế hoạch năm 2024 vào ngày 12/1/2024 tại Thành phố Hạ Long - Quảng Ninh. Hội nghị đã đánh giá kết quả hoạt động của VBA và các doanh nghiệp ngành Đồ uống trong năm qua và đề ra chương trình hành động trong năm 2024.

■ THANH NGÀ

Hội nghị có sự tham dự của gần 100 đại biểu gồm lãnh đạo VBA cùng đại diện các doanh nghiệp (DN) thành viên. Đến dự Hội nghị còn có đại diện Bộ Nội vụ, Bộ Công Thương, Viện Nghiên cứu Quản lý kinh tế Trung ương, Viện Nghiên cứu kinh tế và Chính sách (VEPR), Liên đoàn Thương mại và Công nghiệp Việt Nam, Đảng ủy Khối Doanh nghiệp Hà Nội, Hiệp hội Chế biến và Xuất khẩu Thủy sản Việt Nam, Hiệp hội Sữa Việt Nam, Hiệp hội Da giày Túi xách Việt Nam, Hiệp hội Amcham, Eurocham.

Theo VBA, năm 2023 là một năm đầy khó khăn đối với ngành Đồ uống Việt Nam do những diễn biến phức tạp của tình hình thế giới dẫn đến khủng hoảng, lạm phát, đứt gãy chuỗi cung ứng. Tiếp đó, do hệ quả của suy thoái



PGS.TS Nguyễn Văn Việt - Chủ tịch Hiệp hội Bia - Rượu - Nước giải khát Việt Nam khái quát những kết quả nổi bật của ngành Đồ uống Việt Nam và hoạt động của Hiệp hội trong năm 2023 cũng như đưa ra dự báo về những khó khăn, thách thức của ngành trong năm 2024 cần có các giải pháp tháo gỡ, nhất là cần có chính sách phù hợp vì sự phát triển bền vững.

kinh tế, người tiêu dùng trong nước thắt chặt chi tiêu, cùng với đó các quy định hạn chế đồ uống có cồn khiến sức tiêu thụ bia, rượu sụt giảm mạnh, gây ảnh hưởng trực tiếp đến hoạt động

sản xuất - kinh doanh của các DN trong ngành. Tuy nhiên, với tinh thần quyết tâm hoàn thành kế hoạch năm 2023, VBA đã phối hợp với các đơn vị hội viên thực hiện tốt các nhiệm vụ kế hoạch



Lãnh đạo Hiệp hội và các Ủy viên Ban Thường vụ Hiệp hội tại Hội nghị Ban Thường vụ lần thứ 6 - Ban Chấp hành lần thứ 4, nhiệm kỳ VI (2021 - 2025).

đề ra, góp phần vào tăng trưởng chung của ngành.

Phát biểu khai mạc Hội nghị, PGS.TS Nguyễn Văn Việt - Chủ tịch VBA cho biết, năm 2023, Hiệp hội đã phát huy vai trò là trung tâm tập hợp, đoàn kết thống nhất các DN thuộc ngành hàng đồ uống với mong muốn tìm kiếm cơ hội liên doanh, liên kết, hỗ trợ giúp đỡ nhau trong sản xuất, kinh doanh, dịch vụ và hợp tác kinh tế quốc tế vì mục tiêu phát triển nhanh và bền vững, góp phần vào phát triển nền kinh tế chung và của ngành hàng đồ uống nói riêng. Các DN thành viên VBA đã cùng gắn kết với những mục tiêu chung, tạo nên sức mạnh của Hiệp hội.

“Trải qua một năm sản xuất, kinh doanh đầy khó khăn, vất vả với nhiều cơ hội cũng như thách thức, chúng tôi tin rằng các DN ngành bia, rượu, nước giải khát tham dự sự kiện hôm nay đều có mong muốn được bày tỏ, chia sẻ những đánh giá, nhận định, tâm tư nguyện vọng và những quyết tâm của DN về tình hình chung của ngành và của bản thân DN”, ông Việt nhấn mạnh.

Tại Hội nghị, các đại diện DN đã có những bài phát biểu đầy tâm huyết với mong muốn đóng góp và xây dựng ngôi nhà chung VBA ngày một hoàn thiện và nâng tầm vị thế hơn nữa, đóng góp thiết thực cho cộng đồng, xã hội và sự phát triển đất nước.

Phát biểu tại Hội nghị, lãnh đạo, đại diện các doanh nghiệp đã đánh giá cao vai trò của VBA đã tiên phong trong công cuộc đối thoại và vận động chính sách. VBA là Hiệp hội đầu tiên tổ chức hội thảo về Luật Thuế tiêu thụ đặc biệt và thông qua các hoạt động tích cực, đã đưa những ý kiến, tiếng nói của DN đến gần hơn với Chính phủ, từ đó chính sách làm luật được cân nhắc đa chiều và toàn diện hơn. VBA đã chung tay hoàn thiện khung pháp lý và kiến nghị thành công việc điều chỉnh chi phí tái chế (FS) phù hợp và hài hòa lợi ích của DN hội viên...

Các đại biểu cho rằng, trong bối cảnh nền kinh tế chưa có dấu hiệu khởi sắc, các DN NGK cần có



Hội nghị thu hút gần 100 đại biểu gồm đại diện các Bộ, Ban ngành, Hiệp hội ngành nghề và các DN ngành Đồ uống Việt Nam

sự hợp tác hiệu quả và nhịp nhàng với Hiệp hội trong việc đóng góp ý kiến, kiến nghị chính sách với Chính phủ. Tiếp tục tăng cường đối thoại trực tiếp giữa DN với các nhà làm luật, các nhà hoạch định chính sách, đặc biệt là Quốc hội trong giai đoạn tới.

Tại Hội nghị, ông Tạ Tấn, Phó Vụ trưởng Vụ Tổ chức Phi Chính phủ, Bộ Nội vụ đã đánh giá cao vai trò của Hiệp hội trong việc hỗ trợ các DN hội viên đề xuất lên Chính phủ, Quốc hội nhằm tháo gỡ những khó khăn, vướng mắc về cơ chế, chính sách. Đồng thời, động viên, chia sẻ với các DN ngành Đồ uống đã trải qua một năm đầy cố gắng, nỗ lực để vượt qua khó khăn, thách thức, đạt những kết quả đáng mừng và có sự tăng trưởng trở lại sau 3 năm bị ảnh hưởng bởi đại dịch Covid-19. “Bước sang năm 2024, tôi tin tưởng rằng, với sự đồng hành của VBA, các DN đồ uống trên cả nước vẫn giữ vững nhịp

độ sản xuất, kinh doanh và gặt hái nhiều thành công hơn nữa, tiếp tục 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”, ông Tấn phát biểu.

Chia sẻ tại Hội nghị, ông Nguyễn Trường Sơn, Bí thư Đảng ủy Khối Doanh nghiệp Hà Nội cũng chia sẻ với các DN những khó khăn mà các DN đã gặp phải trong năm 2023 đồng thời động viên các DN tiếp tục khắc phục khó khăn, phát huy sức mạnh nội tại để giữ vững nhịp độ sản xuất, đạt được kết quả kinh doanh khởi sắc trong năm 2024. Ngành Đồ uống bên cạnh việc quảng bá sản phẩm cũng cần đẩy mạnh tuyên truyền tới người dân nâng cao ý thức văn hóa trong sử dụng rượu bia, để từ đó vẫn đạt được hiệu quả kinh doanh và người dân cũng hình thành được thói quen trong việc sử dụng đồ uống có cồn hợp lý.

Phát biểu kết thúc Hội nghị, ông Nguyễn Văn Việt cho biết, bước sang năm 2024, kinh tế thế giới được dự báo sẽ ít cải thiện, khi những khó khăn, thách thức nêu trên vẫn hiện hữu, đặc biệt là lạm phát và lãi suất còn cao, độ ngấm của tác động chính sách tiền tệ thắt chặt vừa qua, khiến rủi ro tài chính - tiền tệ còn ở mức cao, đầu tư, tiêu dùng phục hồi chậm. Đối với Việt Nam, khi mà kinh tế vĩ mô trong nước dự báo sẽ đan xen cả thuận lợi và khó khăn, ngành hàng vẫn phải tiếp tục đối mặt với vô vàn thách thức.

“Tuy nhiên, tôi tin tưởng rằng, với tinh thần quyết tâm mạnh mẽ, các DN sẽ nỗ lực vượt khó, nắm bắt mọi cơ hội để vươn lên và phát triển bền vững. Tinh thần mạnh mẽ này từ các doanh nghiệp, chắc chắn sẽ truyền cảm hứng để Hiệp hội, cùng các thành viên đồng tâm, nỗ lực để triển khai hiệu quả nhiều nhiệm



Ban Lãnh đạo Hiệp hội, các Ủy viên Ban Thường vụ, Ủy viên Ban Chấp hành Hiệp hội và đại diện các doanh nghiệp chụp ảnh kỷ niệm tại Hội nghị.

vụ quan trọng trong năm 2024”, đại diện VBA đã khẳng định.

Buổi chiều cùng ngày 12/1/2024, VBA đã tổ chức Hội nghị Ban Thường vụ lần thứ 6 - BCH lần thứ 4 - Nhiệm kỳ 6 (2021 - 2025). Hội nghị đã lắng nghe nhiều ý kiến của các thành viên trong Ban Thường vụ và BCH về một năm đầy khó khăn, thách thức đối với ngành Đồ uống, cùng những cố gắng, nỗ lực để toàn ngành giữ vững nhịp độ tăng trưởng, duy trì công ăn việc làm của hàng triệu lao động trực tiếp và gián tiếp.

Các đại biểu cũng đề xuất nhiều ý kiến để VBA phát huy hơn nữa vai trò cầu nối giữa Nhà nước và cộng đồng doanh nghiệp, thực hiện các hoạt động bảo vệ lợi ích hợp pháp của DN hội viên, thúc

đẩy sự phát triển của ngành và chia sẻ trách nhiệm xã hội. Hiệp hội cũng là chủ thể tác động tích cực tới sự phát triển của các doanh nghiệp, các chiến lược phát triển đất nước, từ đó kịp thời có những đề xuất đảm bảo lợi ích của các bên để các chính sách khi ban hành có được sự hài hòa nhất, có thể đi vào cuộc sống, thúc đẩy sự phát triển của từng DN thành viên, ngành hàng và nền kinh tế nói chung.

Theo đó, trong năm 2024, VBA tiếp tục đẩy mạnh công tác tham gia xây dựng chính sách về Đề án Luật Thuế Thiệu thụ đặc biệt (sửa đổi); đánh giá những tác động của Nghị định 100/NĐ; Tham gia góp ý vào dự thảo một số nội dung về luật Quảng cáo, Thông tư đo đạc khí nhà kính

ngành Công Thương, Thông tư ghi nhãn dinh dưỡng, đồng thời, khởi động Diễn đàn Uống có trách nhiệm...

Cũng trong năm 2024, VBA sẽ phối hợp với Trung tâm Hội chợ Triển lãm Việt Nam (VEFAC) tổ chức Hội chợ Xuân năm 2024 tại Hà Nội; Phối hợp với các đơn vị liên quan chuẩn bị Triển lãm Quốc tế về thực phẩm bao bì (Propak) Đồ uống Việt Nam vào tháng 8 năm 2024 tại TP.HCM; Chuẩn bị nội dung để cương mở 2 - 3 lớp đào tạo chuyên đề cho các đơn vị hội viên của Hiệp hội; Tổ chức hội nghị kết nối cung cầu hàng hóa giữa doanh nghiệp sản xuất và doanh nghiệp thương mại ngành Đồ uống; Tổ chức lễ hội Đồ uống Việt Nam dự kiến vào tháng 11/2024. ■

10 HOẠT ĐỘNG, SỰ KIỆN TIÊU BIỂU CỦA NGÀNH ĐỒ UỐNG VIỆT NAM NĂM 2023

1

CÔNG TÁC THAM GIA XÂY DỰNG CHÍNH SÁCH TRONG LĨNH VỰC THUẾ VÀ BẢO VỆ MÔI TRƯỜNG

Năm 2023, VBA đã tổ chức, phối hợp, tham gia Tọa đàm/Hội thảo liên quan tới dự án Luật Thuế TTĐB (sửa đổi) như Hội thảo góp ý về Đề nghị xây dựng dự án Luật Thuế TTĐB (sửa đổi); Hội thảo “Góp ý về đề nghị xây dựng dự án Luật Thuế TTĐB (sửa đổi)”... Ngoài ra, Hiệp hội đã gửi Văn bản kiến nghị tới Thủ tướng, các Phó Thủ tướng, Các Bộ, ban ngành.

Trong lĩnh vực bảo vệ môi trường, Hiệp hội cùng các Hội, Hiệp hội ngành hàng đã gửi văn bản tới Bộ Tài nguyên và Môi trường, thành viên Hội đồng EPR quốc gia góp ý xây dựng dự thảo định mức chi phí tái chế Fs và góp ý về vướng mắc trong Dự thảo Thông tư ban hành quy chế quản lý, sử dụng đóng góp tài chính của nhà sản xuất, nhập khẩu vào Quỹ Bảo vệ môi trường Việt Nam để hỗ trợ tái chế, xử lý chất thải.

NHIỀU ĐỔI MỚI TRONG HOẠT ĐỘNG TRUYỀN THÔNG CỦA TẠP CHÍ ĐỒ UỐNG VIỆT NAM

Bên cạnh việc cập nhật, cung cấp các thông tin chuyên sâu về hoạt động của VBA và các doanh nghiệp trong ngành Đồ uống, xuất bản và lan tỏa các ấn phẩm Tạp chí in trên 2 nền tảng online và offline, năm 2023, Tạp chí Đồ uống Việt Nam còn có nhiều đổi mới trong hoạt động truyền thông. Tạp chí đã tổ chức thành công Hội thảo “Văn hóa uống và trách nhiệm với cộng đồng” và Tọa đàm “Rượu không rõ nguồn gốc: Thực trạng và giải pháp”. Qua đó, tuyên truyền, vận động người tiêu dùng sử dụng đồ uống có văn hóa, có trách nhiệm, giúp cộng đồng xã hội có cái nhìn khách quan hơn về ngành Đồ uống và những đóng góp tích cực của các doanh nghiệp Đồ uống với xã hội. Đồng thời cũng mang đến những thông tin hữu ích về tình trạng rượu không rõ nguồn gốc, những hệ lụy của nó tới sức khỏe người tiêu dùng, ảnh hưởng tới nguồn thu ngân sách, vô hình trung tạo ra sự cạnh tranh không lành mạnh trên thị trường.

2

3

TĂNG CƯỜNG HOẠT ĐỘNG XÚC TIẾN THƯƠNG MẠI

Trong năm 2023, VBA đã tổ chức thành công một số Hội chợ, Triển lãm lớn như: Hội chợ Xuân 2023 (tháng 1/2023); Triển lãm quốc tế Đồ uống Việt Nam năm 2023 (tháng 8/2023).

Ký kết hợp tác với Công ty TNHH Công nghệ Sinh học BAIU thành phố Nam Ninh, Trung Quốc, Công ty TNHH Viện Nghiên cứu Khoa học kỹ thuật Công nghiệp Nhẹ Quảng Tây và Trường Đại học Nghệ Kỹ thuật Nông nghiệp Quảng Tây Trung Quốc. Phối hợp tổ chức buổi họp báo đưa tin về sự kiện PROPAK VIETNAM 2024 Triển lãm và Hội thảo quốc tế lần thứ 16 về Công nghệ xử lý, Chế biến và Đóng gói bao bì ngành đồ uống tại Việt Nam, giới thiệu DRINKTECH 2024 - Khu trưng bày công nghệ Đồ uống.

CÔNG TÁC HỘI VIÊN, KẾT NỐI

VBA luôn đảm bảo vai trò là cầu nối giữa doanh nghiệp với các cơ quan nhà nước, Chính phủ, bộ ngành liên quan, các tổ chức trong nước và quốc tế. Thường xuyên trao đổi 2 chiều giữa các doanh nghiệp thành viên và VBA để kịp thời nắm bắt các vấn đề phát sinh, bắt cập của các doanh nghiệp hội viên. Tích cực hỗ trợ kịp thời các hội viên trong việc kết nối với các đối tác, doanh nghiệp trong chuỗi ngành liên quan.

4



VIỆN NGHIÊN CỨU ĐỒ UỐNG VIỆT NAM

5

Viện Nghiên cứu Đồ uống Việt Nam tập trung nghiên cứu xây dựng cơ sở dữ liệu về ngành đồ uống, hệ thống hóa dữ liệu của ngành nói chung và đặc biệt là rượu thủ công để cùng lúc đáp ứng hai mục tiêu: thông tin chính thống, đầy đủ, chuyên sâu, hỗ trợ việc hoạch định chính sách kiểm soát và truyền thông hiệu quả, xây dựng hình ảnh và sự phát triển ngành.

Về công tác đào tạo, trong năm 2023, Viện đã tổ chức lớp tập huấn về “Thuế Thu nhập doanh nghiệp và lớp tập huấn về “Phương pháp xây dựng và Ứng dụng BSC - KPIs công cụ hiện đại để đánh giá hiệu quả công việc nhằm tối ưu hóa trong doanh nghiệp 4.0” cho các doanh nghiệp hội viên

6

TỔNG CÔNG TY CP BIA – RƯỢU – NƯỚC GIẢI KHÁT SÀI GÒN (SABECO)

Trong năm 2023, SABECO đã đồng hành tổ chức một số sự kiện như: Giải vô địch Quốc gia Tiễn Phong Marathon lần thứ 64, Lễ hội Văn hóa - Ẩm thực Việt Nam 2023 tại Quảng Trị, giải bóng đá 7 người Vô địch Quốc gia – Bia Saigon Cup 2023, “Lễ hội bia Vũng Tàu” (Vũng Tàu Beerfest), chương trình “Tháng Khuyến mãi tập trung Quốc gia 2023 – Vietnam Grand Sale”...

SABECO đã giành nhiều giải thưởng uy tín như: Top 100 “Doanh nghiệp phát triển bền vững năm 2023”, “Chứng nhận Hội đồng Quản trị Cam kết thực hành tốt Quản trị Công ty”, Top 20 “Doanh nghiệp phi tài chính có báo cáo thường niên tốt nhất năm 2023”, “Doanh nghiệp tiêu biểu vì người lao động”, Doanh nghiệp nộp thuế tiêu biểu giai đoạn 2020 – 2022...

CÔNG TY TNHH NHÀ MÁY BIA HEINEKEN VIỆT NAM

7

HEINEKEN Việt Nam thực hiện hàng loạt các dự án nhằm hiện thực hóa tham vọng phát triển bền vững mà doanh nghiệp đã đặt ra, tiếp tục khẳng định cam kết “Vi một Việt Nam tốt đẹp hơn”. Trong năm 2023, Công ty đã triển khai dự án bảo tồn nguồn nước tại lưu vực sông Hồng, sông Đồng Nai và sông Tiền; tổ chức giải “Cúp siêu phúi” tại khu vực miền Trung và Tây Nguyên. 13 năm hợp tác cùng Ủy ban An toàn giao thông quốc gia nhằm truyền thông điệp “Đã uống rượu bia thì không lái xe”. HEINEKEN Việt Nam được công nhận là “Doanh nghiệp phát triển bền vững nhất” 8 năm liên tiếp...

8

TỔNG CÔNG TY CP BIA – RƯỢU – NƯỚC GIẢI KHÁT HÀ NỘI (HABECO)

Khẳng định và nâng tầm giá trị thương hiệu Việt, năm 2023, HABECO đã tổ chức và tham gia nhiều hoạt động thiết thực như: Giới thiệu Bia Hà Nội tại thị trường Hoa Kỳ, Chương trình Nhận diện hàng Việt Nam với tên “Tự hào hàng Việt Nam”, “Tinh hoa hàng Việt Nam”, Lễ hội Bia Hà Nội 2023, Chương trình “Festival Thu Hà Nội năm 2023”, chuỗi sự kiện “Kết nối chuỗi cung ứng hàng hoá quốc tế - Viet Nam International Sourcing 2023”, chuỗi sự kiện “Chào hè rực rỡ” của Hanoi Premium, chương trình “Bia Hơi Hà Nội - Chào hè rực rỡ”... Năm 2023, HABECO tổ chức kỷ niệm 65 năm ngày truyền thống Tổng công ty, Bia Hà Nội ra mắt nhận diện thương hiệu mới, nâng tầm vị thế.

HOẠT ĐỘNG CỦA CÁC DOANH NGHIỆP RƯỢU

9

Công ty CP Rượu và Nước giải khát Hà Nội (HALICO) không ngừng đầu tư, cải tiến công nghệ hiện đại, cho ra mắt nhiều sản phẩm rượu chất lượng, đáp ứng nhu cầu ngày càng cao của người tiêu dùng, tham gia một số Hội thảo, hội nghị hợp tác, xúc tiến thương mại quốc tế. Ngoài ra, một số doanh nghiệp rượu nhập khẩu như Diageo, Pernod Ricard, Hennessy góp phần làm đa dạng thị trường rượu Việt Nam, đáp ứng nhu cầu của người tiêu dùng. Các doanh nghiệp Rượu luôn cam kết và tích cực thực hiện nhiều hoạt động với mục tiêu phát triển bền vững, uống có trách nhiệm.

10

HOẠT ĐỘNG CỦA CÁC DOANH NGHIỆP NƯỚC GIẢI KHÁT VIỆT NAM

Ngày 24/02/2023, Tiểu ban Nước giải khát trực thuộc VBA được thành lập theo quyết định 16/QĐ-VBA gồm Tập đoàn Tân Hiệp Phát, Công ty TNHH Nước giải khát Suntory PepsiCo Việt Nam, Công ty TNHH Nước giải khát Coca-Cola Việt Nam, Công ty TNHH URC Việt Nam Công ty TNHH TCPVN. Trong năm 2023, Tân Hiệp Phát cũng đã tổ chức chương trình trao tặng các phần quà ý nghĩa cho các em học sinh có hoàn cảnh khó khăn tại Hà Nam, Quảng Nam, Bình Dương... Coca-Cola Việt Nam thực hiện chiến lược phát triển bền vững dựa trên những giá trị cốt lõi, cam kết trách nhiệm xã hội và bảo vệ môi trường như bồi hoàn hơn 100% lượng nước sản xuất cho thiên nhiên và cộng đồng, tuần hoàn bao bì sản xuất, mục tiêu đưa phát thải ròng về 0 vào năm 2050, thúc đẩy phát triển cộng đồng bền vững. Với tầm nhìn “Phát triển vì những điều tốt đẹp”, Suntory PepsiCo có nhiều sáng kiến nhằm hiện thực hóa mục tiêu phát triển bền vững, tiêu biểu như cải tiến bao bì thân thiện với môi trường, giảm nhựa và tăng cường sử dụng nhựa tái chế, giảm phát thải khí nhà kính ra môi trường, triển khai dự án cộng đồng nhằm tiết kiệm và gìn giữ nguồn nước, bảo vệ môi trường...

NGÀNH ĐỒ UỐNG VIỆT NAM

Tìm cơ hội

TRƯỚC NGƯỠNG CỦA

2024

Bước sang năm 2024, các doanh nghiệp ngành Đồ uống tiếp tục đứng trước những khó khăn khi cùng lúc chịu nhiều tác động từ trong nước và quốc tế. Vì thế, rất cần Nhà nước có thêm các chính sách hỗ trợ kịp thời để các doanh nghiệp vượt qua khó khăn trước mắt, phục hồi kinh tế và phát triển sản xuất, kinh doanh.

■ THANH NGÀ

Nhiều khó khăn, thách thức

Theo thông lệ, vào những tháng cuối năm dương lịch hoặc âm lịch, các quán ăn, nhà hàng dọc các con phố của Hà Nội như Kim Ngưu, Tăng Bạt Hổ (Q. Hai Bà Trưng), Tô Hiệu (Q. Cầu Giấy), Thụy Khuê (Q. Tây Hồ)... lại chật kín thực khách dự các buổi tiệc họp mặt tổng kết, liên hoan tất niên. Tiếng cụng ly leng keng, lời chúc tụng kèm tiếng hô "1, 2, 3 ...zô... zô" rộn ràng từ trưa đến tối muộn. Tuy nhiên, mấy năm trở lại đây, những khó khăn sau đại dịch COVID-19, thêm vào đó là việc các cơ quan chức năng siết chặt quy định về nồng độ cồn với người tham gia giao thông... đã khiến cho những nhà hàng không còn khung cảnh náo nhiệt như trước.

Tại các cửa hàng tạp hóa, siêu thị lớn nhỏ, tình hình tiêu thụ sản phẩm bia, rượu cũng đã giảm sút trông thấy. Chị Hoàng Yến, chủ một cửa hàng tiện dụng trên phố Phú Xá (Phú Thượng, Tây Hồ) cho biết, vào những dịp cuối năm trước đây, người dân thường mua khá nhiều bia rượu để liên hoan, họp mặt gia đình, bạn bè, thì nay lượng mua giảm hẳn, mỗi ngày chỉ bán được vài thùng bia, có hôm không bán được. Tình hình này cũng diễn ra ở nhiều cửa

hàng khác, như thông tin từ chính những người giao hàng đến các đại lý.

Tiêu thụ bia sứt giảm đã ảnh hưởng trực tiếp đến hoạt động kinh doanh của các doanh nghiệp (DN) trong ngành. Có doanh nghiệp doanh thu 9 tháng đầu năm 2023, giảm 12% so với cùng kỳ năm 2022; lợi nhuận sau thuế giảm tới 26%. Theo báo cáo 9 tháng đầu năm 2023 có doanh nghiệp bia doanh thu giảm 6,3% so với cùng kỳ năm 2022, lợi nhuận trước thuế giảm 32,7%. Riêng quý III/2023, lợi nhuận trước thuế giảm 7,1% về doanh thu và giảm 47,8% về lợi nhuận so với cùng kỳ năm 2022. Lượng tiêu thụ của 2 thương hiệu nổi tiếng bia lớn của một doanh nghiệp trong ngành giảm đến 16,5% ở tất cả các khâu phân phối.

Theo PGS.TS Nguyễn Văn Việt - Chủ tịch Hiệp hội Bia - Rượu - Nước giải khát Việt Nam (VBA), từ đầu năm 2020, ngành Đồ uống Việt Nam liên tiếp gặp nhiều khó khăn, thách thức do chịu sự tác động của đại dịch Covid-19, ảnh hưởng của các chính sách hạn chế đồ uống có cồn, đặc biệt là cuộc xung đột Nga và Ukraine khiến nguyên liệu đầu vào tăng cao. Trong khi đó người tiêu dùng cắt giảm chi tiêu, nhu cầu sử dụng bia rượu sụt giảm, kéo theo doanh thu



của các doanh nghiệp giảm mạnh... Đây là những nguyên nhân chính dẫn đến năng lực sản xuất của nhóm doanh nghiệp đồ uống hiện nay hoạt động ở mức dưới 80% so với trước đại dịch. Nhiều doanh nghiệp đang phải đối mặt với bao khó khăn, khó trụ nổi trước những gánh nặng liên tiếp trong 3 năm gần đây. Ngay cả với những doanh nghiệp tiềm lực và quy mô lớn hơn cũng phải mất nhiều năm để có thể quay trở lại mức phát triển như trước đại dịch.

"Năm 2019 có thể coi là năm đỉnh cao của ngành đồ uống nói chung và bia nói riêng. Từ năm 2019 trở về trước, trung bình mỗi năm ngành bia tăng trưởng 5%-6%/năm. Nếu theo tốc độ tăng đó, đến 2022 ngành bia phải tăng 20% so với năm 2019 nhưng thực tế, năm 2021 ngành bia giảm 10%-15%, năm 2022 giảm khoảng 5% - 7% so với năm 2019 và năm 2023, ngành bia chưa có nhiều tín hiệu khởi sắc, thị trường bia vẫn còn rất ảm đạm" - ông Việt chia sẻ.

Tìm động lực và cơ hội phục hồi

Cùng với ngành thực phẩm, ngành sản xuất và kinh doanh đồ uống luôn là một trong những ngành kinh tế quan trọng và đầy tiềm năng phát triển ở Việt Nam. Đây là ngành huy động nhiều nguồn lực xã hội, nhất là từ khu vực tư nhân trong và ngoài nước, tạo

ra nhiều việc làm và tham gia đóng góp ngân sách mỗi năm; góp phần bảo đảm an sinh xã hội.

Trước những khó khăn bủa vây, VBA xác định, một trong những nhiệm vụ trọng tâm hiện nay nhằm tháo gỡ khó khăn cho các doanh nghiệp đồ uống vẫn là các loại thuế suất: thuế VAT, thuế TTĐB, từ đó đưa ra những giải pháp có tính thuyết phục để kiến nghị Nhà nước hỗ trợ các doanh nghiệp còn đang khó khăn trong bối cảnh vừa thoát ra khỏi đại dịch Covid-19 với mục tiêu: Tiếp tục lùi thời hạn tăng thuế, chưa nên điều chỉnh tăng thuế tại thời điểm này mà cần giữ ổn định chính sách thuế như hiện nay cho ngành Đồ uống.

Với sự đồng hành của VBA, cùng sự nỗ lực phát huy sức mạnh nội tại, các đơn vị trong ngành Đồ uống đã nỗ lực khắc phục khó khăn và cơ bản hoàn thành nhiệm vụ đề ra. Theo đó, các nhà máy phân bố khắp các tỉnh, thành phố trên cả nước vẫn giữ vững nhịp độ sản xuất, kinh doanh, tạo công ăn việc làm cho hàng triệu lao động trực tiếp và gián tiếp. Đồng thời, đóng góp đáng kể cho ngân sách gần 60 nghìn tỷ đồng mỗi năm, thông qua các hoạt động sản xuất kinh doanh, chiến lược xúc tiến thương mại và thị trường quốc tế.

Để thích ứng với bối cảnh hiện tại, nhiều doanh nghiệp rượu, bia đã có sự chuyển dịch trong sản



Thị trường đồ uống Việt Nam dự đoán khả quan vào năm 2024

Ảnh minh họa

xuất, kinh doanh. Một số hãng nhanh nhạy đã bắt đầu chuyển đổi sang mô hình đồ uống có nồng độ cồn thấp, không cồn hoặc các loại cocktail, bia ít cồn hương vị trái cây. Đơn cử như Heineken với sản phẩm bia 0.0% độ cồn hay thương hiệu Chill cocktail (Công ty Cổ phần Goody Group) với đa dạng các dòng cocktail hoa quả đóng chai. Bên cạnh đó, chiến lược về kênh phân phối, sản phẩm hoặc dịch vụ, định giá, chuỗi cung ứng và phân khúc khách hàng được xem là những chiến lược quan trọng nhất trong việc thúc đẩy doanh thu của doanh nghiệp ngành thực phẩm và đồ uống trong thời gian tới.

Theo số liệu của Statista, thị trường thực phẩm Việt Nam trong năm 2023 đạt mức 96,47 tỷ USD, tăng 9% so với năm 2022. Tốc độ tăng trưởng trung bình hàng năm trong giai đoạn từ 2023 – 2027 đạt khoảng 8,22%/năm. Xét trên phân khúc đồ uống, theo Statista, doanh thu thị trường đồ uống Việt Nam trong năm 2023 đạt mức 27,121 tỷ USD, trong đó, phân khúc đồ uống không cồn sẽ đạt mức doanh thu 10,22 tỷ USD trong năm 2023, cao hơn 10,4% so với năm 2022 và dự báo tốc độ tăng trưởng trung bình hàng năm trong giai đoạn từ 2023 - 2028 đạt 6,28%/năm.

Đáng chú ý, tại Diễn đàn Kinh doanh 2023 với chủ đề “Đổi mới mô hình tăng trưởng” diễn ra hồi tháng 8/2023, bà Dorsati Madani, chuyên gia kinh tế cao cấp Ngân hàng Thế giới nhận định: “Tăng trưởng kinh tế Việt Nam chưa khởi sắc trong năm 2023, nhưng sẽ phục hồi dần trong năm 2024 và 2025”. Đây có thể xem là những tín hiệu đầy khả quan đối với các doanh nghiệp trong đó có ngành đồ uống, giúp các doanh nghiệp chủ động nắm bắt cơ hội để thích ứng.

Theo ông Nguyễn Văn Việt, bên cạnh sự nỗ lực, các doanh nghiệp đồ uống mong muốn Nhà nước nên có thêm chính sách hỗ trợ các doanh nghiệp vượt qua khó khăn trước mắt để phục hồi và phát triển sản xuất. Việc đề xuất tăng thuế TTĐB trong giai đoạn này là chưa phù hợp bởi sẽ làm cho các doanh nghiệp thêm khó khăn, người tiêu dùng giảm mua, doanh thu sẽ tiếp tục giảm và việc nộp ngân sách sẽ giảm theo, người lao động mất việc làm...

“Trong giai đoạn khó khăn này, các chính sách nên tạo điều kiện hơn nữa để các doanh nghiệp phục hồi kinh tế, yên tâm sản xuất, kinh doanh, từ đó sẽ có đóng góp nhiều hơn nữa cho phát triển kinh tế đất nước, đảm bảo an sinh xã hội”, đại diện VBA nhấn mạnh. ■



Hàng Tết phong phú tại các siêu thị



DỰ THẢO LUẬT THUẾ TIÊU THỤ ĐẶC BIỆT (SỬA ĐỔI): CẦN BẢO ĐẢM MÔI TRƯỜNG KINH DOANH ỔN ĐỊNH, THUẬN LỢI

Bên cạnh những khó khăn ảnh hưởng trực tiếp đến hoạt động sản xuất - kinh doanh, một trong những vấn đề được hầu hết các doanh nghiệp (DN) ngành Đồ uống Việt Nam hết sức quan tâm trong năm 2023 là dự thảo Luật Thuế Tiêu thụ đặc biệt (sửa đổi) với mong muốn bảo đảm môi trường kinh doanh ổn định, thuận lợi.

■ **NGA NGUYỄN**

Trong bối cảnh Chính phủ giao Bộ Tài chính hoàn thiện hồ sơ đề nghị xây dựng Luật Thuế tiêu thụ đặc biệt (sửa đổi), thời gian qua đã có nhiều buổi tọa đàm, hội nghị, hội thảo được tổ chức nhằm ghi nhận những ý kiến đóng góp, đề xuất góp phần vào quá trình thể chế hóa đầy đủ chủ trương của Đảng, chính sách của Nhà nước về hoàn thiện chính sách thuế tiêu thụ đặc biệt (TTĐB); khắc phục vướng mắc, bất cập trong thực tiễn thi hành Luật. Đáng chú ý gần đây nhất là Tọa đàm “Góp ý xây dựng dự thảo Luật Thuế TTĐB (sửa đổi)” do báo Đại biểu Nhân dân tổ chức đã ghi nhận nhiều ý kiến của các đại biểu Quốc hội, các chuyên gia kinh tế, đại diện Đại sứ quán nhiều quốc gia tại Việt Nam, Hiệp hội

Bia- Rượu - Nước giải khát Việt Nam (VBA) cùng đại diện các doanh nghiệp sản xuất, kinh doanh đồ uống của nước ngoài tại Việt Nam.

Tạo điều kiện để doanh nghiệp phục hồi

Tại Tọa đàm, các diễn giả khẳng định, từ năm 2008 đến nay, Luật Thuế TTĐB qua 4 lần được sửa đổi, bổ sung đã đi vào cuộc sống và tác động tích cực đến nhiều mặt kinh tế - xã hội. “Dù còn một số hạn chế nhất định song có thể nói Luật Thuế TTĐB không chỉ đóng góp cho nguồn thu ngân sách mà còn là công cụ chính sách hiệu quả để định hướng sản xuất và tiêu dùng của xã hội”, bà Nguyễn Thị Mai Phương - Phó Chủ nhiệm Ủy ban Pháp luật của Quốc hội nhận xét.

Theo đánh giá của Bộ Tài

chính, chính sách thuế TTĐB còn một số hạn chế như: đối tượng chịu thuế còn hẹp so với thông lệ quốc tế; một số quy định về đối tượng chịu thuế, đối tượng không chịu thuế, mô tả mặt hàng tại Biểu thuế chưa thực sự rõ ràng, dẫn đến vướng mắc trong thực hiện. Cùng với đó, thuế suất thuế với một số mặt hàng ảnh hưởng đến sức khỏe và xã hội chưa đạt được mục tiêu hạn chế tiêu dùng...

Từ thực tế đó các diễn giả nhấn mạnh, sửa Luật Thuế TTĐB là cần thiết để phát huy hơn nữa vai trò của sắc thuế này theo đúng chủ trương và định hướng của Đảng, Nhà nước về hoàn thiện chính sách thuế TTĐB nhằm điều tiết tiêu dùng phù hợp xu hướng tiêu dùng trong xã hội theo hướng bảo vệ sức khỏe nhân dân và bảo vệ môi trường, bảo đảm huy động



Tọa đàm “Góp ý xây dựng dự thảo Luật Thuế TTĐB (sửa đổi)” do báo Đại biểu Nhân dân tổ chức ngày 27/12/2023

hợp lý nguồn lực cho ngân sách nhà nước và phù hợp xu hướng cải cách thuế của quốc tế.

Việc sửa đổi Luật cần bảo đảm khắc phục vướng mắc, bất cập trong thực tiễn thi hành Luật. Tuy nhiên, theo bà Nguyễn Thị Cúc - Chủ tịch Hội Tư vấn Thuế Việt Nam, quá trình sửa Luật phải cân đối cả ba khía cạnh: Sức khỏe của nhân dân và cộng đồng; thu ngân sách nhà nước và tạo điều kiện để doanh nghiệp phục hồi, phát triển tốt hơn.

Cần phương pháp tính thuế hỗn hợp

Đối với chính sách hoàn thiện quy định về căn cứ tính thuế và thuế suất thuế TTĐB, Chính phủ đề nghị Bộ Tài chính xây dựng phương pháp tính thuế hỗn hợp (thuế suất theo tỷ lệ phần trăm và mức thuế tuyệt đối) đối với rượu,

bia theo Chiến lược cải cách hệ thống thuế đến năm 2030 của Thủ tướng Chính phủ, phù hợp với xu hướng cải cách thuế của quốc tế; xây dựng giải pháp điều chỉnh tăng thuế suất thuế TTĐB với rượu, bia, thuốc lá ở mức thuế suất phù hợp, theo lộ trình trên cơ sở bảo đảm mục tiêu thuế TTĐB góp phần định hướng sản xuất, hạn chế sử dụng các sản phẩm không có lợi cho sức khỏe.

Về vấn đề này, theo PGS.TS. Đinh Trọng Thịnh - Chuyên gia kinh tế, mô hình thuế hỗn hợp ngày càng được nhiều quốc gia áp dụng. Tính đến năm 2018, đã có 62 quốc gia áp dụng thuế hỗn hợp. Trong ASEAN, Thái Lan, Malaysia và Philippines đã triển khai mô hình thuế hỗn hợp với một số danh mục đồ uống có cồn.

Chia sẻ kết quả nghiên cứu của CIEM về hiệu quả của thuế

hỗn hợp, TS. Đặng Thị Thu Hoài - Trưởng ban Ban Nghiên cứu kinh tế ngành và lĩnh vực, CIEM cho biết, áp dụng phương pháp thuế hỗn hợp sẽ khiến giá sản phẩm rượu ở phân khúc cao cấp rẻ hơn tương đối so với chính nó nếu áp thuế tương đối. Như vậy, người tiêu dùng sẽ chuyển sang sử dụng nhóm sản phẩm đồ uống có cồn với chất lượng tốt hơn, hạn chế việc sử dụng các sản phẩm rẻ tiền, không rõ nguồn gốc, không bảo đảm chất lượng an toàn thực phẩm... và do đó tăng thêm nguồn thu ngân sách từ khu vực đồ uống có cồn chính thức. Kết quả ước lượng cho thấy, thuế hỗn hợp giúp tăng thu ngân sách khoảng 25% so với thuế tương đối.

Bà Hoài cho rằng: “Không phải ngẫu nhiên các nước phát triển áp dụng mô hình thuế hỗn hợp.



Chúng tôi đã có một số nghiên cứu về vấn đề này và kết quả nghiên cứu cho thấy đã đến lúc Việt Nam áp dụng thuế hỗn hợp với đồ uống có cồn thay cho thuế tương đối hiện nay. Vấn đề quan trọng là điều kiện và cách thức triển khai cụ thể như thế nào”.

Về vấn đề này, bà Nguyễn Thị Cúc chia sẻ, xu hướng áp dụng thuế hỗn hợp với đồ uống có cồn đã rõ, bởi đây là phương pháp tiên tiến của thế giới. Hơn nữa, Quyết định số 508/QĐ-TTg phê duyệt Chiến lược Cải cách hệ thống thuế đến năm 2030 đã yêu cầu nghiên cứu áp dụng kết hợp giữa thuế suất theo tỷ lệ và mức thuế tuyệt đối đối với một số hàng hóa, dịch vụ chịu thuế TTĐB. Mới đây, Nghị quyết số 115 của Chính phủ đã định hướng vấn đề này, tuy nhiên, việc áp dụng thuế hỗn hợp phải

có lộ trình cụ thể và công khai để doanh nghiệp có sự chuẩn bị tốt nhất.

Đại diện ngành đồ uống Việt Nam, PGS.TS Nguyễn Văn Việt, Chủ tịch VBA chia sẻ, các doanh nghiệp bia, rượu đã có một thời gian dài chịu tác động của các biện pháp giãn cách xã hội do đại dịch COVID-19 và chịu thêm tác động từ các chính sách quản lý chuyên ngành và Nghị định 100. Bên cạnh đó, việc đứt gãy chuỗi cung ứng toàn cầu đã khiến giá nguyên liệu ngành bia tăng phi mã. Hoạt động sản xuất, kinh doanh của các DN trong ngành đồ uống thời gian qua bị thiệt hại nặng nề, thị trường tiêu thụ giảm 20%-30%. Nhiều cơ sở kinh doanh ăn uống, nhà hàng phải đóng cửa.

“Trong bối cảnh khó khăn ấy, về các chính sách thuế, chúng tôi đề xuất cần nghiên cứu kỹ

các phương pháp tính thuế để không tác động quá lớn đối với ngành, lấy các số liệu thật chi tiết để xem từng loại thuế tác động đến các doanh nghiệp như thế nào. Nếu không có số liệu sẽ khó có thể đưa ra được những chính sách phù hợp”, đại diện VBA nhấn mạnh.

Luật Thuế TTĐB (sửa đổi) khi được ban hành dự kiến sẽ tác động mạnh đến hành vi của người tiêu dùng cũng như hoạt động của doanh nghiệp và ngân sách nhà nước. Các diễn giả tham dự tọa đàm kỳ vọng, sau lần sửa đổi này, Luật Thuế TTĐB sẽ phát huy cao hơn nữa vai trò với đời sống, kinh tế - xã hội; bảo đảm môi trường kinh doanh ổn định, thuận lợi; hài hòa lợi ích của Nhà nước, người dân và doanh nghiệp cũng như phù hợp với thông lệ quốc tế.■



Thị trường tiêu thụ ngành đồ uống giảm 20-30% thời gian qua



Năm 2023 là một năm đầy biến động và thách thức đối với kinh tế Việt Nam từ xung đột Nga - Ucraina đến cuộc chiến Israel-Hamas ở Trung Đông tác động đến giá dầu thô và chi phí vận tải, nguồn cung ứng phân bón, thị trường xuất-nhập khẩu của Việt Nam...

Vượt qua khó khăn,

KINH TẾ VIỆT NAM 2023 & TĂNG TRƯỞNG & PHÁT TRIỂN

■ TS LÊ ĐĂNG DOANH

Kinh tế của những đối tác chủ yếu của Việt Nam cũng có những diễn biến phức tạp: kinh tế Trung Quốc tăng trưởng chậm lại, được tiếp tục tái cơ cấu, kinh tế Hoa Kỳ diễn biến phức tạp, lãi suất liên tục được điều chỉnh, tác động đến giá cả hàng hóa, tỷ giá, kinh tế của Liên minh Châu Âu gặp khó khăn, tăng trưởng của kinh tế Đức giảm sút xuống mức -0,4%... Hạn hán tác động tiêu cực đến sản xuất lương thực

thế giới, nạn đói diễn ra ở nhiều nước Châu Phi và Châu Á, Ấn Độ đã ra lệnh cấm xuất khẩu gạo. Rất nhiều nước đã áp đặt các lệnh hạn chế xuất-nhập khẩu, mở rộng các biện pháp phòng hộ thương mại và kiểm soát hàng hóa.

Nhiều nước trên thế giới áp đặt các lệnh về bảo vệ môi trường, kinh tế xanh, kiểm soát khí thải, cam kết chế biến rác thải, quy định không được phá rừng... làm cho hoạt động xuất-nhập khẩu thêm phức tạp.

Tăng trưởng kinh tế toàn cầu chậm lại, được dự báo của các tổ chức quốc tế chỉ đạt khoảng 2,1%, thấp hơn so với tốc độ tăng trưởng năm 2022.

Biến đổi khí hậu cũng ảnh hưởng đến nông nghiệp nước ta: khô hạn và xâm nhập mặn ảnh hưởng đến sản lượng và mùa vụ của trồng trọt và chăn nuôi. Dịch bệnh COVID 19 tuy đã qua nhưng để lại hậu quả nặng nề về công ăn việc làm của người lao động.

Kinh tế số, Cách mạng Công



ngành 4.0, người máy (robot), trí tuệ nhân tạo (AI) thúc đẩy kết nối, hợp tác trực tiếp giữa các doanh nghiệp xuyên quốc gia, mở ra những kênh và hình thức hợp tác mới, đồng thời cũng lấy đi việc làm của những lao động đơn giản, tạo ra cơ hội và thách thức mới.

Việt Nam đã hội nhập sâu vào kinh tế khu vực và thế giới, ký kết 17 Hiệp định Thương mại Tự do (FTA), tránh bị phụ thuộc quá nhiều vào một nền kinh tế lớn.

Trong bối cảnh phức tạp và khó lường, kinh tế Việt Nam đã có nỗ lực rất lớn, tăng trưởng Quý sau cao hơn Quý trước và cuối năm, tăng trưởng GDP của cả nước đạt 5,05%, mức cao ở Đông Nam Á.

Thành tựu nổi bật là tăng trưởng của khu vực nông lâm thủy sản đạt 3,83%, xuất khẩu nông lâm thủy sản đạt 53 tỷ USD, thặng dư thương mại đạt 11 tỷ USD, cao nhất từ trước đến nay. Nông nghiệp tiếp tục khẳng định vị thế quan trọng, là trụ đỡ của nền kinh tế, bảo đảm vững chắc an ninh lương thực, các cân đối lớn của nền kinh tế và góp phần ổn định kinh tế vĩ mô (sản lượng lúa đạt 43,4 triệu tấn, tăng 1,7% so với năm 2022, sản lượng thịt hơi các loại đạt 7,6 triệu tấn, tăng 3,5%; sản lượng thủy sản 9,3 triệu tấn, tăng 2,9%). Gạo ST25 lần thứ hai đoạt giải gạo ngon nhất, chất lượng của các sản phẩm như rau quả đạt nhiều tiến bộ. Đời sống của nông dân được cải thiện, phong trào nông thôn mới đem lại nhiều tiến bộ trong xây dựng nông thôn xanh-sạch-đẹp.

Khu vực công nghiệp và dịch vụ hồi phục chậm tăng trưởng khu vực công nghiệp và xây dựng tăng 3,74%, đóng góp 28,87%; khu vực dịch vụ tăng 6,82%, đóng góp 62,29%.

Quy mô GDP theo giá hiện hành năm 2023 ước đạt 10.221,8 nghìn tỷ đồng, tương đương 430 tỷ USD. GDP bình quân đầu người năm 2023 theo giá hiện hành ước đạt 101,9 triệu đồng/người, tương đương 4.284 USD, tăng 160 USD so với năm 2022.

Chính phủ đã nâng động đối thoại với doanh nghiệp, cắt giảm thuế thu nhập doanh nghiệp đối với doanh nghiệp gặp khó khăn, giảm thuế VAT - 2%, trợ cấp cho lao động gặp khó khăn...

Tính chung trong năm 2023, cả nước có 159,3 nghìn doanh nghiệp đăng ký thành lập mới với tổng số vốn đăng ký là 1.521,3 nghìn tỷ đồng và tổng số lao động đăng ký là 1.052,6 nghìn lao động, tăng 7,2% về số doanh nghiệp, giảm 4,4% về vốn đăng ký và tăng 7,3% về số lao động so với năm trước.

Tính chung trong năm 2023, số doanh nghiệp tạm ngừng kinh doanh có thời hạn là 89,1 nghìn doanh nghiệp, tăng 20,7% so với năm 2022; 65,5 nghìn doanh nghiệp ngừng hoạt động chờ làm thủ tục giải thể, tăng 28,9%; 18 nghìn doanh nghiệp hoàn tất thủ tục giải thể, giảm 3,1%. Bình quân một tháng có 14,4 nghìn doanh nghiệp rút lui khỏi thị trường.

Nhiều doanh nghiệp đã nỗ lực chuyển đổi số, kết nối qua mạng với các đối tác trong nước và ngoài nước, thực hiện nhiều giao

dịch dịch vụ công qua mạng, giúp giảm bớt chi phí về thời gian và tiền bạc. Doanh thu bán lẻ hàng hóa tăng 8,6%, lương thực thực phẩm tăng 11,7%.

Với nỗ lực đẩy mạnh cải cách hành chính, xây dựng Chính phủ điện tử, chuyển mạnh sang kinh tế số, hy vọng kinh tế Việt Nam năm 2024 có thể đạt mức tăng trưởng 6-6,5%/năm.

Đời sống người lao động gặp khó khăn, thu nhập hạn chế và quy định của Nghị định 100 đã tác động rõ rệt đến tiêu thụ rượu bia ở nước ta trong năm 2023. Thực hiện Nghị định 100/2019/ND-CP cấm người đã uống rượu, bia còn tham gia giao thông tại Luật Phòng chống tác hại của rượu, bia đã có tác động mạnh mẽ đến tiêu thụ rượu bia và đồ uống có cồn.

Chủ tịch Hiệp hội Bia - Rượu - Nước giải khát Việt Nam cho biết, ngành công nghiệp đồ uống Việt Nam đang gặp khó khăn, doanh số bán bia nhìn chung giảm 10 - 20%, trong khi giá nguyên vật liệu tăng đến 50%.

Tình hình khó khăn của thị trường bia Việt đã được chứng minh bằng kết quả kinh doanh của một số ông lớn trong ngành.

Tình hình đó đòi hỏi nhiều nhà hàng phải cung cấp dịch vụ lái xe đưa khách về nhà miễn phí để thu hút khách hàng, song xu thế giảm sút tiêu dùng rượu bia là khó tránh khỏi.

Hy vọng doanh nghiệp và người tiêu dùng sẽ có giải pháp thích hợp cho ngành rượu bia, đồ uống trong năm 2024 và những năm tiếp theo. ■

TẠP CHÍ ĐỒ UỐNG VIỆT NAM:

Phát huy vai trò ĐỒNG HÀNH cùng doanh nghiệp

Với vai trò cơ quan ngôn luận của Hiệp hội Bia - Rượu - Nước giải khát Việt Nam (VBA), trong năm 2023, Tạp chí Đồ uống Việt Nam đã làm tốt việc cập nhật các thông tin, hoạt động của Hiệp hội, cũng như đồng hành cùng doanh nghiệp giới thiệu, quảng bá sản phẩm.

■ KHANG VŨ

Trong năm, Tạp chí Đồ uống Việt Nam đã làm tốt công tác truyền thông trên tạp chí in và trang điện tử vba.com.vn, phản ánh kịp thời những kiến nghị của Hiệp hội, của doanh nghiệp đối với những chính sách liên quan đến ngành.

Đó là góp ý kiến về dự án Luật Thuế tiêu thụ đặc biệt (sửa đổi, bổ sung), định mức tái chế sản phẩm, bao bì (Fs)... Phản ánh kịp thời các hội thảo, tọa đàm do Hiệp hội tổ chức cũng như các sự kiện có sự tham gia của lãnh đạo Hiệp hội, từ đó góp phần giúp cho các bộ ngành, Chính phủ, Quốc hội, Đại biểu Quốc hội hiểu thêm về ngành, để có cái nhìn khách quan, đúng mục về thực

tế sản xuất, kinh doanh và tiêu thụ đồ uống tại Việt Nam.

Tạp chí đã góp phần quảng bá thương hiệu, giới thiệu sản phẩm của các doanh nghiệp trong ngành tới người tiêu dùng trong nước và quốc tế. Bên cạnh đó, phản ánh những khó khăn, thách thức mà ngành Đồ uống đã và đang gặp phải cần kiến nghị có giải pháp giúp doanh nghiệp vượt qua khó khăn...

Các bài viết, nội dung các số Tạp chí in đều được chia sẻ, đăng tải trên trang điện tử, trang Fanpage, zalo, nên đã góp phần lan tỏa thông tin về ngành tới đông đảo bạn đọc trong nước và du khách quốc tế... Qua đó, thông tin, truyền thông kịp thời về các hoạt động hội chợ, triển

lãm, các lớp đào tạo do Hiệp hội tổ chức...

Mỗi số Tạp chí đều tập trung nội dung vào các chuyên mục Hoạt động Hiệp hội, Chính sách và Cuộc sống, Vấn đề hôm nay, Doanh nghiệp - Thương hiệu, Thị trường Đồ uống, Khoa học - Kỹ thuật, Đồ uống - Sức khỏe, Đồ uống - Thể thao, Du lịch, Văn hóa - Đời sống... Với nội dung phong phú, hình thức trình bày đẹp mắt, nên thu hút ngày càng nhiều độc giả trên cả nước thông qua tạp chí in và các nền tảng mạng xã hội...

Cũng trong năm 2023, Tạp chí đã thực hiện kịp thời việc xuất bản nội dung các cuốn tài liệu, các clip giới thiệu về ngành Đồ uống Việt Nam, phục vụ cho các sự kiện Gặp gỡ các Đoàn đại biểu



Gian trưng bày Tạp chí Đồ uống Việt Nam tại Hội báo Toàn quốc 2023



Hội thảo “Văn hóa uống và trách nhiệm với cộng đồng” do Tạp chí Đồ uống Việt Nam tổ chức

Quốc hội nhằm cung cấp thông tin về ngành. Nội dung các cuốn Tài liệu, Clip phong phú, hình thức đẹp, hoàn thành tốt nhiệm vụ mà Hiệp hội giao.

Ngoài ra, Tạp chí đã tổ chức thành công Hội thảo “Văn hóa uống và trách nhiệm với cộng đồng” và Tọa đàm “Rượu không rõ nguồn gốc: Thực trạng và giải

pháp”. Cả 2 sự kiện đều có sự tham gia của đại diện Bộ Công Thương, nhiều nhà quản lý, chuyên gia kinh tế, nhà văn hóa, lịch sử, nhà văn, nhà báo có uy tín, đại diện các doanh nghiệp và đông đảo cơ quan báo đài tới đưa tin về sự kiện.

Song song với công tác chuyên môn, Tạp chí đã đưa ra nhiều sáng kiến mới nhằm tuyên

truyền, quảng bá thương hiệu Tạp chí trên các nền tảng mạng xã hội, tạp chí xuất hiện tại các khách sạn lớn, các khu du lịch nổi tiếng thông qua chương trình “Tặng kệ sách - Khởi nguồn văn hóa đọc”. Nhờ đó, thương hiệu Tạp chí được nhiều người biết đến. Trong năm, Tạp chí đã đầu tư thiết kế lại Trang điện tử vba.com.vn với hình thức đẹp mắt, thuận tiện cho bạn đọc, số lượng người đọc ngày càng tăng... Đồng thời, chuẩn bị cho những bước phát triển tiếp theo.

Theo ông Nguyễn Văn Chương - Phó Tổng biên tập phụ trách Tạp chí Đồ uống Việt Nam, trong năm 2024, Tạp chí sẽ đẩy mạnh công tác thông tin truyền thông theo hướng thiết thực, hiệu quả, gắn với hoạt động của VBA, của ngành trên tạp chí in, trang web, fanpage. Bên cạnh đó, sẽ tổ chức một số hoạt động tọa đàm, hội thảo, cuộc thi, các chương trình vì cộng đồng, kinh tế xanh, phát triển bền vững và tiếp tục quảng bá, phát triển thương hiệu.

Tạp chí sẽ đẩy mạnh hoạt động truyền thông nhằm góp phần thay đổi cách nhìn nhận về ngành đồ uống có cồn, đặc biệt là ngành Bia trong xây dựng chính sách cũng như ngoài xã hội. Tiếp tục đồng hành cùng các doanh nghiệp đồ uống trên chặng đường khắc phục khó khăn để ổn định sản xuất trong thời gian tới. Tạp chí cũng dự kiến tổ chức chương trình tôn vinh những đóng góp về mặt cộng đồng, xã hội, môi trường, v.v. của doanh nghiệp ngành bia, rượu, nước giải khát vào quý IV/2024. ■

TĂNG CƯỜNG CÔNG TÁC QUẢN LÝ CHẤT LƯỢNG ĐỐI VỚI CÁC SẢN PHẨM RƯỢU KHÔNG RÕ NGUỒN GỐC

Vừa qua, Tạp chí Đồ uống Việt Nam đã tổ chức Tọa đàm “Rượu không rõ nguồn gốc: Thực trạng và giải pháp” với sự tham dự của các chuyên gia về thực phẩm, bác sĩ, nhà khoa học, doanh nghiệp sản xuất đồ uống và đại diện các cơ quan quản lý nhà nước.

■ KHANG VŨ

P hát biểu khai mạc buổi Tọa đàm, nhà báo Nguyễn Văn Chương - Phó Tổng biên tập phụ trách Tạp chí Đồ uống Việt Nam cho biết, trong thời gian qua Cục An toàn thực phẩm (Bộ Y tế) đã đưa ra cảnh báo về việc một số tỉnh, thành phố đã ghi nhận nhiều trường hợp phải cấp cứu có liên quan đến việc sử dụng rượu không bảo đảm an toàn, rượu không rõ nguồn gốc xuất xứ, rượu có hàm lượng methanol cao, trong đó đã có một số ca tử vong.

Nhà báo Nguyễn Văn Chương chia sẻ: Theo đó, Tạp chí Đồ uống Việt Nam với vai trò là cơ quan ngôn luận của Hiệp hội Bia - Rượu - Nước giải khát Việt Nam, đại diện cho tiếng nói của ngành Đồ uống sẽ luôn đồng hành cùng với các doanh nghiệp đồ uống trong lĩnh vực truyền thông nhằm giải bài toán khó về vấn nạn rượu tiêu thụ ở Việt Nam vẫn chưa được quản lý, tình trạng rượu giả rượu không rõ nguồn gốc xuất xứ tràn lan ngoài thị trường, cũng như bàn giải pháp để các doanh nghiệp vượt qua thách thức, tiếp tục khẳng định sức mạnh thương hiệu.



Tạp chí Đồ uống Việt Nam tổ chức Tọa đàm “Rượu không rõ nguồn gốc - Thực trạng và giải pháp”.

Chia sẻ về lịch sử cũng như sự phát triển của ngành sản xuất rượu ở nhiều quốc gia trên thế giới, nhà sử học Dương Trung Quốc - Tổng thư ký Hội Khoa học Lịch sử Việt Nam, Tổng biên tập Tạp chí Xưa và Nay cho biết: Tại nhiều quốc gia, rượu được mệnh danh “quốc tửu”, nếu tận dụng có thể xây dựng được thương hiệu cho quốc gia. Ở Việt Nam đã có nhiều địa phương, nhiều tỉnh thành xây dựng thương hiệu rượu của riêng mình. Họ đã biết cách xử lý để chất lượng rượu

được an toàn... tuy nhiên để phát triển được lâu dài cần có hiểu biết, sản xuất các loại rượu ngon, an toàn cho người sử dụng. Nhà sản xuất và cơ quan quản lý nhà nước cần truyền tải được đến người tiêu dùng về rượu an toàn, sử dụng đúng cách. Ngoài ra học hỏi các quốc gia khác, những nước có các dòng rượu chất lượng, có thương hiệu nổi tiếng thế giới.

“Bên cạnh đó, việc duy trì những giá trị về lịch sử truyền thống sản xuất rượu được lưu trữ.



Ở đất nước ta cũng cần xây dựng không gian để bảo tồn, phát huy những gì cha ông đã để lại, chất lượng sản phẩm cần được gìn giữ, từng bước xây dựng niềm tin cho công chúng” nhà sử học Dương Trung Quốc thông tin thêm.

Phát biểu tại Tọa đàm, Chủ nhiệm Hội đồng tư vấn Khoa học, Giáo dục và Môi trường (Trung ương Mặt trận Tổ quốc Việt Nam) GS Nguyễn Lân Dũng cho rằng, để bảo đảm sức khỏe cho người tiêu dùng và nhân dân cần tăng cường kiểm soát việc mua bán cồn công nghiệp để tránh các gian thương mua, bán, sử dụng làm rượu, đồ uống có cồn giả nhằm kiếm lời. Việc thị trường hóa việc mua, bán rượu nấu thủ công cũng cần được thực hiện nghiêm và có các quy định kiểm tra, kiểm soát chất lượng cụ thể nhằm bảo đảm chất lượng các sản phẩm rượu trên thị trường...

THEO THỐNG KÊ CỦA HIỆP HỘI BIA - RƯỢU - NƯỚC GIẢI KHÁT VIỆT NAM (VBA), MỘT NĂM VIỆT NAM TIÊU THỤ TRUNG BÌNH TRÊN 300 TRIỆU LÍT RƯỢU, TRONG SỐ NÀY CHỈ CÓ KHOẢNG 15 - 20% LÀ RƯỢU CỦA CÁC CƠ SỞ NHÀ MÁY SẢN XUẤT ĐẢM BẢO YÊU CẦU QUY MÔ CÔNG NGHIỆP, THỰC HIỆN ĐẦY ĐỦ TRÁCH NHIỆM ĐỐI VỚI NHÀ NƯỚC VỀ THUẾ. NHỮNG CON SỐ NÀY CHO THẤY, KHÔNG CHỈ NGÂN SÁCH NHÀ NƯỚC BỊ THẤT THU, GÂY HẠI TỚI SỨC KHỎE NGƯỜI TIÊU DÙNG MÀ ẢNH HƯỞNG TRỰC TIẾP ĐẾN SẢN XUẤT, KINH DOANH CỦA DOANH NGHIỆP CHÂN CHÍNH.

Nhằm kiểm soát chất lượng các loại rượu thủ công đang lưu hành trên thị trường, giúp bảo đảm sức khỏe cho người tiêu dùng, bảo đảm lợi ích cho các hộ, doanh nghiệp sản xuất, kinh doanh rượu chân chính, ông Lương Xuân Dũng - Chánh Văn phòng VBA cho rằng, các cơ quan chức năng cần tăng cường chỉ đạo các lực lượng chức năng tại các địa phương, đặc biệt là tại địa bàn biên giới tổ chức phối hợp chặt chẽ, thường xuyên trong việc trao đổi thông tin và kiểm tra, kiểm soát ngăn chặn việc buôn lậu, vận chuyển, kinh doanh hàng hoá nhập lậu, trong đó có sản phẩm rượu, bia... Bên cạnh đó, cần phối hợp, tăng cường công tác quản lý, thanh kiểm tra với các hộ sản xuất, kinh doanh rượu thủ công. Cần nâng cao nhận thức của người tiêu dùng về các mặt hàng rượu, bia có nguồn gốc rõ ràng, bảo đảm chất lượng...

Đánh giá về thị trường rượu, bia hiện nay, Kiểm soát viên Tổng Cục Quản lý thị trường (Bộ Công Thương) bà Nguyễn Thị Phi Nga nhận định, hiện tình hình sản xuất, buôn bán rượu, bia nhập lậu, giả, kém chất lượng vẫn tồn tại, diễn biến phức tạp, phương thức thủ đoạn càng tinh vi, khó phát hiện. Tình trạng rượu, bia nhập lậu, không có hóa đơn chứng từ vẫn diễn ra trên thị trường, các mặt hàng này nhập lậu trên thị trường được đưa vào Việt Nam qua tuyến biên giới Tây Nam, miền Trung.

Ngoài ra vào dịp cuối năm, Tết Nguyên đán, dịp hè khi nhu cầu tiêu thụ các loại rượu, bia tăng mạnh thì số lượng rượu, bia nhập lậu, giả, kém chất lượng đưa ra thị trường càng nhiều. Các mặt hàng này được tiêu thụ chủ yếu tại các nhà hàng, khách sạn, quán bar, vũ

trường hoặc các vùng nông thôn.

Khuyến nghị với người tiêu dùng rượu, bia, Phó GD Trung tâm Chống độc (Bệnh viện Bạch Mai) TS. BS Lê Quang Thuận chia sẻ, để bảo đảm mục tiêu khoẻ, vui, hạnh phúc chúng ta cần tuyên truyền nhằm thay đổi thói quen của người tiêu dùng khi sử dụng rượu, bia. Nếu sử dụng hợp lý một lượng bia, rượu vừa phải có thể giúp người tiêu dùng khoẻ mạnh, có được sức khỏe tốt và hạn chế được một số nguy cơ về tim mạch. Tuy nhiên, nếu lạm dụng rượu bia có thể dẫn đến tình trạng ngộ độc rượu, gây hại cho tim mạch, các bệnh lý về thần kinh như loạn thần, viêm loét dạ dày, thực quản, viêm xơ ung thư gan... Nếu uống phải rượu chứa lượng Methanol lớn có thể dẫn đến ngộ độc, tổn thương não, tổn thương mắt, tử vong... Bên cạnh đó, cũng dẫn đến tình trạng mất cân bằng trao đổi chất.

Tại buổi Tọa đàm, các đại biểu đã đưa ra nhiều đề xuất, giải pháp nhằm quản lý, kiểm soát rượu không rõ nguồn gốc, rượu thủ công để đảm bảo an toàn cho người tiêu dùng, tạo môi trường kinh doanh bình đẳng, lành mạnh giữa các loại rượu trên thị trường. Hiện nay, các doanh nghiệp rượu làm ăn chân chính đang chịu nhiều thiệt thòi như không được giới thiệu sản phẩm của mình, trong khi đó các loại rượu thủ công, rượu không được kiểm soát lại “vô tư” giới thiệu sản phẩm trên mạng xã hội và bán với giá rẻ. Nếu tình trạng này kéo dài, các doanh nghiệp rượu chân chính sẽ tiếp tục sụt giảm, rượu không được kiểm soát lại tăng lên, người tiêu dùng có nguy cơ bị ngộ độc và nhà nước thất thu thuế. ■

Những NHÂN VẬT LỊCH SỬ sinh năm Thìn

Trong số 12 con giáp, rồng là con vật được hình tượng hóa với những điều tốt đẹp nhất, do đó những người sinh năm rồng theo quan niệm của người Việt là những người thông minh, có khả năng và khát vọng vươn lên. Trong lịch sử dân tộc có không ít những nhân vật sinh vào năm con rồng. Nhân dịp Xuân Giáp Thìn 2024, chúng ta cùng tìm hiểu về tài năng và sự nghiệp của nhân vật lịch sử sinh năm rồng.

■ **KIỆT VŨ** (theo Bảo tàng Lịch sử quốc gia Việt Nam)

Chu Văn An (1292 - 1370)

Ông sinh năm Nhâm Thìn, mất năm Canh Tuất, là người làng Thanh Liệt, xã Quang Liệt, huyện Thanh Đàm (nay là huyện Thanh Trì, Hà Nội). Đỗ thái học sinh (tiến sĩ) rồi về nhà mở trường dạy học, đã có rất nhiều học sinh của ông thành đạt, giữ những trọng trách quan trọng ở triều đình như Phạm Sư Mạnh, Lê Bá Quát.

Đời vua Trần Minh Tông (1314 - 1329), Chu Văn An được mời ra giữ chức tư nghiệp trường Quốc Tử Giám. Đời vua Trần Dụ Tông, ông dâng sớ xin chém bảy tên gian thần (gọi là Thất trảm sớ) nhưng không được chấp nhận. Sau đó ông cáo quan về ở ẩn tại núi Phượng Hoàng, làng Kiệt Đặc, huyện Chí Linh. Trong thời gian về ở ẩn ông cũng có những tác phẩm thơ bằng chữ Hán như Tiểu ẩn thi tập, thơ bằng chữ Nôm như Quốc ngữ thi tập. Theo nhận xét của Phan Huy Chú, thơ Chu Văn An rất trong sáng u nhân. Ngoài ra, ông còn soạn bộ Tứ thư thuyết ước gồm 10 tập trình bày những điểm cơ bản về 4 bộ sách của sách Nho giáo. Khi mất ông được triều đình truy tặng chức danh Văn Trinh Công, ban tên hiệu là Khanh Tiết và được thờ ở Văn Miếu.

Chu Văn An là một nhà nho tiết tháo, cương

trực, đấu tranh cho chính nghĩa. Một ẩn sĩ thanh cao, gương mẫu, một thi sĩ của thiên nhiên, ngoài ra ông còn được biết đến với tư cách là một thầy thuốc đông y.

Mạc Đĩnh Chi (1280 - 1350)

Ông tên tự là Tiết Phu, người làng Lũng Động (huyện Chí Linh, Hải Dương) thông minh hơn người, nhưng tướng mạo xấu xí. Ông đỗ trạng nguyên dưới thời vua Trần Anh Tông, nhưng do tướng mạo xấu xí không được vua coi trọng, ông liền làm bài phú "Ngọc tỉnh liên" để tự ví mình, vua đọc thấy hay rồi cất nhắc lên làm thái học sinh đứng thủ, sung chức nội thư gia.

Về ông có một sự tích, đó là khi đi sứ nhà Nguyên, trong phủ có một bức trướng vẽ chim sẻ đậu trên cành trúc, ông chạy tới xem bị mọi người cười là quê mùa, ông liền xé rách con chim sẻ, mọi người lấy làm lạ hỏi tại sao thì ông đáp. "Tôi nghe người xưa chỉ vẽ cây mai chim sẻ thôi, vì trúc là quân tử sẽ là tiểu nhân, nay tể tướng lấy trúc với sẻ thêu vào bức trướng thế là lấy tiểu nhân ở trên quân tử. Tôi sợ đạo tiểu nhân lớn lên, đạo quân tử mòn đi, nên vì thánh triều từ bỏ". Mọi người ai cũng khen là nhanh trí, người Nguyên ngày càng thêm khâm phục. Thời



Trần Minh Tông ông càng được tin dùng hậu đãi, ông làm quan rất thanh liêm.

Nguyễn Thái Học (1904 - 1930)

Nguyễn Thái Học sinh năm Giáp Thìn 1904, quê làng Tống Tang (Vinh Tường, Vĩnh phúc), lúc bé học chữ Hán ở nhà rồi học trường Pháp - Việt tỉnh Vinh Yên. Năm 1926 khi đang học trường Cao đẳng Thương mại ông đã nhiều lần gửi yêu cầu của mình lên chính quyền Pháp nhưng đều không được chấp nhận, năm 1927 lập ra tổ chức cách mạng Việt Nam Quốc dân Đảng với mục đích "liên lạc tất cả anh em đồng chí không phân biệt giai cấp tôn giáo, dùng võ lực để lấy lại quyền độc lập cho nước Việt Nam", lập một chính phủ cộng hòa theo chủ nghĩa dân chủ xã hội. Năm 1930 tổ chức cuộc khởi nghĩa Yên Bái nhưng thất bại, ông bị thực dân Pháp xử tử cùng 12 đồng chí vào ngày 17/6/1930. Trước lúc hi sinh ông đã tuyên bố "không thành công thì cũng thành nhân" quả thực như vậy, mặc dù cuộc khởi nghĩa thất bại nhưng đã có một tiếng vang rất lớn, tên tuổi của ông đã được ghi danh sử sách.

Trần Phú (1904 - 1931)

Ông sinh năm Giáp Thìn (1904), tại xã Tùng Ảnh, Đức Thọ, Hà Tĩnh, đỗ đầu trường Cao đẳng tiểu học (1922), rồi về dạy trường tiểu học Cao Xuân Dục. Bước ngoặt trong cuộc đời cách mạng của ông là được cử sang Quảng Châu bắt liên lạc với Hội Việt Nam Cách mạng Thanh niên. Tại đây, Trần Phú đã gặp Nguyễn Ái Quốc và được dự lớp huấn luyện chính trị do Người giảng dạy sau đó kết nạp vào Cộng sản Đoàn và học tập tại Trường đại học Phương Đông ở Matxcova. Tháng 4/1930 ông về nước hoạt động, sau một thời gian ngắn được bổ sung vào Ban Chấp hành Trung ương lâm thời và được giao trọng trách dự thảo Luận cương chính trị và đã được Hội nghị Trung ương tháng 10-1930 thông qua.

Luận cương chính trị của Trần Phú cùng với Chính cương vắn tắt, Sách lược vắn tắt do Nguyễn Ái Quốc soạn thảo được Hội nghị tháng 10 thông qua, đã xác định rõ con đường phát triển của cách mạng Việt

Nam. Cũng trong hội nghị này ông được bầu làm Tổng Bí thư Đảng Cộng sản Đông Dương, là Tổng Bí thư đầu tiên của Đảng. Trên cương vị là Tổng Bí thư, ông đã có những đóng góp quan trọng vào sự nghiệp cách mạng của Đảng, của nhân dân. Tên tuổi của ông gắn liền với Luận cương chính trị tháng 10/1930 của Đảng. Ông bị bắt khi đang làm nhiệm vụ vào tháng 4/1931 tại Sài Gòn và hi sinh vào tháng 9/1931 tại nhà thương Chợ Quán khi mới 27 tuổi. Trần Phú một người Cộng sản kiên trung, một người con ưu tú của Đảng. Ý chí và phẩm chất cách mạng của ông là tấm gương sáng cho những thế hệ mai sau.

Có thể nói, những nhân vật được nêu ở trên, họ là những con người xuất sắc nhất trên một phương diện nhất định nào đó. Họ đại diện cho trí tuệ, khát vọng, ý chí của người Việt Nam. Họ cũng chính là những con rồng nhỏ góp phần làm nên sức lớn – sức mạnh Việt Nam ■



BÀN VỀ RƯỢU TẾT

Tết Nguyên Đán là dịp lễ quan trọng nhất trong năm của người Việt Nam. Trong không khí rộn ràng, náo nhiệt của những ngày đầu xuân, bên cạnh những món ăn ngon, những câu chuyện vui, thì rượu cũng là một nét đẹp văn hóa không thể thiếu.

■ NGUYỄN LÂN DŨNG

Rượu trong văn hóa Việt Nam

Rượu có lịch sử lâu đời ở Việt Nam, từ thời xa xưa đã được coi là một thức uống cao quý, tượng trưng cho sự may mắn, sung túc. Rượu thường được dùng trong các dịp lễ, tết, cưới hỏi, giỗ chạp... để chúc mừng, giao lưu, gắn kết tình cảm.

Trong văn hóa của người Việt, rượu không chỉ là một thức uống đơn thuần, mà còn là một biểu tượng của tinh thần hiếu khách, trọng nghĩa tình. Khi khách đến chơi nhà, chủ nhà thường mời rượu để thể hiện sự tôn trọng, niềm vui mừng được đón tiếp. Chén rượu được nâng lên, lời chúc phúc được trao gửi, thể hiện tình cảm chân thành, gắn bó giữa chủ và khách.

Rượu cũng là một chất xúc tác giúp cho con người xích lại gần nhau hơn. Khi nâng ly rượu, mọi người sẽ quên đi những muộn phiền, lo toan trong cuộc sống, để cùng nhau vui vẻ, chia sẻ những câu chuyện vui buồn.

Rượu và Tết Nguyên Đán

Trong dịp Tết Nguyên Đán, rượu càng trở nên quan trọng hơn.

Rượu cũng là một phần không thể thiếu trong các nghi lễ truyền thống của người Việt trong dịp Tết. Ví dụ như, rượu được dùng để cúng tổ tiên, thần linh, để chúc mừng năm mới, hay để đãi khách trong các dịp lễ hội.

Để có một cái Tết vui vẻ, trọn vẹn, mỗi người cần biết cách uống rượu có chừng mực,



biết giữ gìn sức khỏe của bản thân và những người xung quanh.

VỀ MẶT VĂN HÓA

Rượu có một vị trí quan trọng trong văn hóa của người Việt Nam. Nó không chỉ là một thức uống, mà còn là một biểu tượng của tinh thần hiếu khách, trọng nghĩa tình, và gắn kết tình cảm.

Trong dịp Tết Nguyên Đán, rượu càng trở nên quan trọng hơn. Đây là dịp để mọi người trong gia đình, họ hàng, bạn bè, đồng nghiệp... cùng nhau quây quần, sum họp. Chén rượu được nâng lên, lời chúc mừng được trao gửi, thể hiện tình cảm gắn bó, đoàn kết, và mong muốn một năm mới an khang, thịnh vượng.

VỀ MẶT SỨC KHỎE

Rượu có thể gây ra những tác hại không tốt nếu không biết sử dụng đúng cách. Lạm dụng rượu có thể dẫn đến say xỉn, mất kiểm soát bản thân, gây ra nhiều hậu quả đáng tiếc như tai nạn giao thông, bạo lực gia đình,...

RƯỢU CŨNG CÓ THỂ GÂY RA NHỮNG TÁC HẠI LÂU DÀI CHO SỨC KHỎE NHƯ:

- **Tổn thương gan:** Rượu là một chất độc đối với gan, có thể gây ra các bệnh lý gan như xơ gan, viêm gan,...
- **Tổn thương não:** Rượu có thể gây tổn thương não, dẫn đến các vấn đề về trí nhớ, tư duy...
- **Tổn thương tim mạch:** Rượu có thể làm

tăng nguy cơ mắc các bệnh tim mạch như cao huyết áp, xơ vữa động mạch...

- **Ung thư:** Rượu có thể làm tăng nguy cơ mắc một số loại ung thư như ung thư vòm họng, ung thư thực quản...

- **Vấn đề tiêu hóa:** Rượu có thể gây ra các vấn đề về tiêu hóa như viêm loét dạ dày, trào ngược dạ dày thực quản...

- **Vấn đề sinh sản:** Rượu có thể gây ảnh hưởng đến khả năng sinh sản của cả nam và nữ.

Để có một cái Tết vui vẻ, trọn vẹn, mỗi người cần biết cách uống rượu có chừng mực, biết giữ gìn sức khỏe bản thân và những người xung quanh.

MỘT SỐ LỜI KHUYÊN KHI UỐNG RƯỢU TRONG DỊP TẾT:

- Không uống rượu khi đang đói.
 - Không uống rượu quá nhiều, chỉ nên uống khoảng 2-3 ly rượu mỗi ngày.
 - Không uống rượu khi đang lái xe, hoặc vận hành máy móc.
 - Phụ nữ mang thai, trẻ em, người cao tuổi, người có bệnh lý nền nên hạn chế uống rượu. Ngoài ra, mỗi người cũng cần có ý thức tự giác, không ép buộc người khác uống rượu, và không để người khác uống rượu quá say.
- Rượu là một thức uống có thể mang lại niềm vui, may mắn cho mọi người trong dịp Tết. Tuy nhiên, cần lưu ý uống rượu có chừng mực, tránh lạm dụng để bảo vệ sức khỏe bản thân và những người xung quanh.
- Hãy cùng nhau nâng ly rượu, chúc nhau một năm mới an khang, thịnh vượng và biết cách sử dụng rượu một cách văn minh, lành mạnh. ■

THỊ TRƯỜNG HÀNG HÓA TẾT NGUYÊN ĐÁN 2024:

SÔI ĐỘNG VÀ NHIỀU LỰA CHỌN

Những ngày cuối năm, nhu cầu tiêu dùng các mặt hàng thiết yếu như lương thực, thực phẩm, đặc biệt là đồ uống có xu hướng tăng cao. Người tiêu dùng có nhiều lựa chọn hơn khi các sản phẩm ngày càng phong phú, hấp dẫn.

■ NINH NINH

Nguồn cung ổn định

Siêu thị Big C Thăng Long những ngày này nườm nượp khách hàng đến tham quan, mua sắm. Ở đây hàng hóa rất đa dạng, phong phú, ngoài thực phẩm, các mặt hàng đồ uống như bia, rượu, nước giải khát được người tiêu dùng chọn mua nhiều hơn.

Chỉ vào chiếc xe chở hàng đầy ắp rau củ, thịt cá, có cả mấy thùng bia Hà Nội, vài vỉ nước ngọt như Coca cola, Fanta, chị Thanh Hương (ở Mỹ Đình - Hà Nội) cho biết: “Đã thành thông lệ, mỗi dịp Tết Dương lịch là gia đình mấy anh chị em tôi lại tổ chức một bữa tiệc liên hoan để chào đón một năm mới nhiều điều thuận lợi. Năm nay tuy làm ăn khó khăn hơn, nhưng không vì thế mà không tổ chức ăn uống tươm tất, không thể thiếu bia cho người lớn, nước ngọt cho trẻ nhỏ...”

Tại khu vực bày bán loại bia, rượu, nước giải khát, vợ chồng anh chị Hà Cường (ở quận Thanh Xuân) và các con cũng đang chọn những loại đồ uống yêu thích của mình. Trong khi anh Cường chọn bia 333, chị Hà chọn sữa hoa quả Nutri boost, thì các bạn nhỏ lại chọn Mirinda Soda kem, mỗi loại đều lấy khá nhiều để uống dần đến Tết Nguyên đán. Chị Hà chia sẻ, nhà luôn có sẵn các loại đồ uống yêu thích cho tất cả mọi người, tuy vậy vợ chồng chị và các con đều sử dụng mức độ hợp lý, không lạm dụng nên vì thế không lo ảnh hưởng đến sức khỏe. Hôm nào uống bia, anh Cường luôn chủ động không điều khiển ô tô, xe máy nên chị Hà cũng rất yên tâm.

Chị Thu Hoài sống tại khu đô thị Mỹ Đình (quận Nam Từ Liêm) đang cùng cô con gái lớn chọn thêm một số giỏ quà Tết. Chị cho biết, năm nay cả nhà chị có lịch về quê sớm hơn nên giờ đã mua sắm quà biếu ông bà, bố mẹ hai bên. Theo chị Hoài, trước đây chị ít sắm các túi quà đóng sẵn vì bên cạnh các sản phẩm chính như rượu, bánh chất lượng tốt người ta hay kèm thêm vài sản phẩm không chọn lọc, chất lượng kém. Những năm gần đây, các siêu thị đã chú trọng khâu chọn lựa tất cả các sản phẩm đặt vào túi quà, để sao cho giá cả đi đôi với chất lượng và hình thức.

Tại một cửa hàng tiện lợi khá rộng rãi nằm trên đường Nguyễn Công Trứ (Hai Bà Trưng) bày đủ các mặt hàng thực phẩm, đồ uống có mẫu mã vô cùng bắt mắt. Trên giá để hàng còn có một khu vực trưng bày các giỏ quà được đóng gói sang trọng với các sản phẩm rượu, bia, bánh ngọt, trà, café... mỗi giỏ có mức giá dao động từ 500.000đ đến 1.000.000đ. Vừa



Các thương hiệu đồ uống có nhiều đổi mới đón đầu thị trường Tết 2024



Người tiêu dùng ưu tiên lựa chọn những giỏ quà Tết có tính ứng dụng cao

thanh toán tiền, vừa nhờ nhân viên cửa hàng sắp xếp mấy giỏ quà Tết vào cốp xe, chị Thanh Hà (Hai Bà Trưng) cho biết, năm nào chị cũng chọn mua các giỏ quà đóng sẵn để biếu ông bà, bố mẹ hai bên nội ngoại. Vì các túi quà đều là hàng chất lượng, lại được các chủ cửa hàng chăm chút kỹ lưỡng ở khâu đóng gói nên mang biếu tặng rất phù hợp”.

Chị Hương, chủ cửa hàng tiện lợi trên cho biết, các giỏ quà đóng sẵn đều là các sản phẩm có thương hiệu uy tín và có nhiều mức giá nên thường được nhiều người lựa chọn bởi sự tiện lợi. Năm nay, các túi quà ở cửa hàng chúng tôi còn được trang trí thêm nhiều phụ kiện như hoa giấy, chuỗi hạt kim sa vô cùng đẹp mắt, rất thích hợp để làm quà Tết.

Theo số liệu từ Bộ Công Thương, các doanh nghiệp và địa phương đều tích cực chuẩn bị cho hoạt động sản xuất hàng hóa phục vụ trong dịp Tết với đa dạng mẫu mã, chủng loại với mức giá ổn định, đáp ứng tốt nhu cầu tiêu dùng của người dân.

Đến thời điểm này, tình hình thị trường đồ uống Tết 2024 trong nước tương đối ổn định về cả nguồn cung và nhu cầu đa dạng của người tiêu dùng. Sức mua trong năm nay dự báo có thể tăng trên 10% so với năm 2023 khi tình hình kinh tế xã hội đang dần ổn định và các ngày lễ, Tết đang cận kề sẽ kích thích nhu cầu tiêu dùng của người dân.

Chuyển đổi để bắt kịp xu thế

Tết Nguyên đán là một dịp rất quan trọng đối với mỗi người dân Việt Nam. Tết là ngày lễ đoàn viên, gia đình sum họp cùng nhau dọn dẹp nhà cửa, mua sắm và đón chào một năm mới an vui, sung túc. Chính vì vậy, dù tình hình kinh tế nước ta mới tăng trưởng tích cực trong những tháng gần đây, nhưng nhu cầu mua sắm thực phẩm, đồ uống dịp cuối năm của người dân được dự báo vẫn rất sôi động.

Đáng chú ý, xu hướng mua quà tặng, biếu ngày Tết dự báo có sự chuyển dịch lớn khi người tiêu dùng ưu tiên lựa chọn những giỏ quà có tính ứng

dụng cao, đa dạng mặt hàng và giá cả hợp lý thay vì chọn quà theo thương hiệu, hình thức. Bên cạnh đó, người tiêu dùng có xu hướng ưu tiên các sản phẩm đồ uống lành mạnh như nước ép, sữa chua uống, trà thảo mộc, soda, smoothie... Trước những thay đổi lớn về xu hướng tiêu dùng, các doanh nghiệp bắt đầu có sự chuyển dịch trong sản xuất, kinh doanh. Một số doanh nghiệp đã nhanh chóng chuyển sang cung cấp các sản phẩm có nồng độ cồn thấp, không cồn, bia ít cồn hương vị trái cây hoặc cocktail... và không ngừng nâng cấp bao bì, mẫu mã.

Đón mùa mua sắm năm nay, các doanh nghiệp đồ uống đã tung ra những sản phẩm có bao bì đặc sắc, đậm màu sắc Tết phục vụ nhu cầu mua sắm sớm của người dân. Điển hình như SABECO đã tung ra dòng sản phẩm Bia Saigon Gold với thiết kế độc đáo, màu sắc vàng đậm chất phú quý và triển khai hàng loạt chương trình khuyến mãi sớm mang thông điệp “Đón Tết Rõng - Nhân bội lộc” với kỳ vọng sẽ là lựa chọn hàng đầu của khách hàng trong dịp Tết này.

Từ lâu, Bia Hà Nội đã trở thành một nét đặc trưng rất riêng mỗi dịp Tết cổ truyền, khi ta trao nhau những thùng bia Hà Nội. Chào đón Xuân 2024, HABECO đã chính thức tung ra chương trình khuyến mãi “Bật nắp ngay trúng triệu lộc vàng” kéo dài đến hết ngày 31/3/2024 mở ra cơ hội trúng nhiều giải thưởng hấp dẫn tới khách hàng.

Coca-Cola là dòng nước ngọt khá nổi tiếng tại thị trường Việt Nam và thế giới. Chào đón năm mới, Coca-Cola phiên bản Tết 2024 đã chính thức ra mắt với hình ảnh “Thấy sắc đỏ là thấy Tết, thấy Ấn Vàng là thấy Tết” và “Thấy Rõng Vàng là thấy Tết!”. Đặc biệt, lần đầu tiên nước ngọt Coca Cola phiên bản Tết 2024 có 100 mỹ từ được in trên thân lon để cầu chúc một năm mới tươi đẹp, gắn kết. Phiên bản này có trúng thưởng lộc rỗng với tổng giá trị giải thưởng lên tới 5 tỷ đồng.

Tiếp tục từ thành công của chiến dịch “Mang Tết về nhà”, Pepsi tham gia thị trường đồ uống Tết 2024 với bao bì sản phẩm được thiết kế đậm sắc xuân có giao diện lon xanh và vàng, in hình lân rất đẹp mắt và tràn ngập không khí Tết truyền thống...

Đây là những tín hiệu đầy khả quan các doanh nghiệp đồ uống đưa ra các chiến lược sản xuất kinh doanh thích hợp, tạo sự bút phá ngoạn mục trong năm Giáp Thìn 2024. ■



Xu hướng CHỌN QUÀ TẾT 2024 ĐƯỢC ƯA CHUỘNG TRÊN THỊ TRƯỜNG

Trong văn hóa Việt Nam, Tết Nguyên Đán là dịp lễ quan trọng nhất trong năm, mà trong đó việc tặng quà cũng là một phần không thể thiếu và là nét đẹp văn hóa trong tập quán truyền thống của người Việt. Mỗi món quà trao tay, thể hiện tình cảm, sự quan tâm, tri ân với người nhận, những người quan trọng đã gắn bó, giúp đỡ trong thời gian qua.

■ BÌNH AN



Giỏ quà Tết được thiết kế nhiều mẫu mã và giá cả khác nhau.

Đa dạng các xu hướng chọn quà Tết

Xu hướng quà Tết 2024 không chỉ đơn thuần là gửi tặng những món quà về vật chất, mà còn ẩn chứa trong đó là tình cảm, sự trân trọng trong các mối quan hệ và trong lễ Tết gia đình, họ hàng. Quà Tết rất đa dạng, từ những phần quà truyền thống cho đến những set quà Tết sang trọng, cao cấp, hiện đại.

Những món quà Tết tốt cho sức khỏe đang ngày càng trở nên phổ biến, là một trong những lựa chọn hàng đầu của rất nhiều người tiêu dùng hiện nay. Mọi người thường mong muốn tìm những món quà có lợi cho sức khỏe, như trái cây tươi ngon, thực phẩm hữu cơ, yến sào, sâm và các sản phẩm chăm sóc sức khỏe có thành phần tự nhiên để tặng nhau. Hành động này còn biểu hiện sự quan tâm đặc biệt đến sức khỏe của người nhận, gửi lời chúc về niềm hy vọng một năm mới tràn đầy sức khỏe.

Nếu đang muốn tìm quà tặng đồng nghiệp và bạn bè trong dịp Tết cổ truyền này thì việc mua giỏ quà Tết theo xu hướng truyền thống là một sự lựa chọn tốt. Những giỏ quà này thường bao gồm các sản phẩm đặc trưng cho không khí Tết như hạt, mứt Tết và bánh kẹo truyền thống.

Những sản phẩm quà Tết sang trọng là xu hướng



Set quà Tết với các sản phẩm truyền thống được đóng gói đẹp mắt



được nhiều người hiện đại ưa chuộng. Những hộp quà này thường chứa đựng những sản phẩm cao cấp như rượu vang, bánh kẹo nhập khẩu và các mặt hàng thực phẩm có giá thành cao khác. Có thể nói, món quà này là biểu tượng của sự sang trọng và đẳng cấp, đồng thời thể hiện lòng tôn trọng đối với người nhận.

Rượu vang luôn là một lựa chọn quà Tết theo xu hướng đang ngày càng phát triển đối với thị hiếu của người tiêu dùng hiện nay. Trong những năm gần đây, việc tặng nhau những chai rượu vang cao cấp trở nên ngày càng phổ biến. Những loại rượu vang ngon và đẳng cấp không chỉ thể hiện sự sang trọng mà còn truyền đạt lời chúc ý nghĩa cho năm mới đầy tài lộc. Các sản phẩm bia, các thương hiệu nổi tiếng trong nước và quốc tế cũng được đóng trong giỏ quà Tết.

Các món quà Tết gia dụng luôn được đánh giá cao vì tính thực tế, dễ ứng dụng, là sự lựa chọn lý tưởng để tặng cho các chị em nội trợ. Bộ chén đĩa, máy hút bụi, máy lọc không khí, nồi cơm điện, hoặc các bộ nồi chảo chất lượng cao có thể là những món quà Tết rất đáng để lựa chọn. Những sản phẩm này không chỉ làm cho cuộc sống gia đình trở nên dễ dàng hơn, giúp tiết kiệm thời gian mà còn thể hiện được tấm lòng gửi đến người nhận.

Phong thủy đã luôn chiếm một vị thế quan trọng trong văn hóa Việt Nam. Đặc biệt, trong ngày Tết, việc chọn quà Tết theo xu hướng này còn mang ý nghĩa rất đặc biệt gửi đến người nhận. Những món quà được chọn phổ biến bao gồm các vật trang trí như tượng gỗ phong thủy, vòng tay đá may mắn, tranh và nhiều đồ trang trí khác, tất cả đều có hàm ý như lời chúc cho một năm mới tràn đầy tài lộc và may mắn.

Những lưu ý khi chọn quà Tết

Hiện nay trên thị trường có rất nhiều sự lựa chọn

quà Tết khác nhau đáp ứng đa dạng đối tượng, nhu cầu, điều kiện kinh tế, giúp truyền đạt những lời chúc sức khỏe, may mắn và thịnh vượng trong năm mới. Do vậy, để chọn được một món quà Tết theo xu hướng và phù hợp nhất, khi chọn quà cần quan tâm tới một vài tiêu chí.

Trước hết, cần xác định rõ đối tượng nhận quà Tết như gia đình, bạn bè, đồng nghiệp, hoặc người thân. Tìm hiểu về sở thích, nhu cầu và sự phù hợp của món quà với đối tượng này. Hãy chọn quà phù hợp với độ tuổi, sở thích và nhu cầu cụ thể của họ. Khi tặng quà cho người lớn tuổi cần chọn những món quà Tết tốt cho sức khỏe như mật ong, nhân sâm, yến sào... hoặc các thiết bị chăm sóc sức khỏe như máy massage, máy đo huyết áp...

Ưu tiên vào giá trị thay vì số lượng. Lựa chọn một hoặc vài món quà có giá trị thực sự. Món quà tốt nhất là những sản phẩm chất lượng, an toàn và có nguồn gốc rõ ràng. Món quà Tết chất lượng thường được đánh giá cao và như phương tiện truyền gửi thông điệp tốt đẹp đến với người nhận.

Đóng gói quà một cách cẩn thận trong một hộp quà đẹp mắt. Chọn một hộp quà sang trọng và thêm phụ kiện trang trí sao cho tạo nên sự quý phái và sang trọng, cũng như đừng quên gửi kèm thêm những lời chúc tốt đẹp.

Cuối cùng, đừng quên rằng Tết là thời gian để ta bên cạnh những người thân yêu, chia sẻ yêu thương và cùng nhau chào đón một năm mới tràn đầy hứa hẹn. Trao quà Tết trong mỗi dịp Tết đến Xuân về là trao gửi những yêu thương, việc làm ý nghĩa, được duy trì qua nhiều thế hệ. Tuy vậy, để những món quà Tết được trọn vẹn nhất, người tặng cần chú tâm và đặt trọn tình cảm trong mỗi món quà, hy vọng những món quà Tết sẽ mang lại niềm vui và hạnh phúc cho người nhận. ■

BIA SAIGON VÀ TRUNG ƯƠNG ĐOÀN VỚI CHƯƠNG TRÌNH CỘNG ĐỒNG “TẾT SẺ CHIA, NĂM RỒNG KHỞI SẮC”

“Tết sẻ chia, năm Rồng khởi sắc” là chương trình cộng đồng có ý nghĩa do Tổng công ty Cổ phần Bia - Rượu - Nước giải khát Sài Gòn (SABECO) cùng Trung ương Đoàn TNCS Hồ Chí Minh (Trung ương Đoàn) phối hợp tổ chức từ ngày 6/1/2024 đến ngày 5/2/2024 thông qua hoạt động vui chơi và trao hơn 10.400 phần quà Tết cho đối tượng công nhân lao động, ngư dân và bộ đội biên phòng, bộ đội vùng biển tại 25 tỉnh thành trên cả nước.

■ THU NGÀ



SABECO và Trung ương Đoàn ký kết hợp tác triển khai chương trình cộng đồng Tết 2024.



Cương trình “Tết sẻ chia, năm Rồng khởi sắc” là một phần trong khuôn khổ chiến dịch “Đón Tết Rồng - Nhân Bội Lộc” do SABECO triển khai thông qua thương hiệu dẫn đầu là Bia Saigon để chào đón Xuân Giáp Thìn 2024. Chương trình nhằm tôn vinh văn hóa truyền thống ngày Tết của Việt Nam luôn hướng về gia đình, người thân cùng với tinh thần đoàn kết và đoàn viên. Năm 2024 cũng là thời điểm Việt Nam cần hơn bao giờ hết sự đoàn kết, hợp tác và hỗ trợ lẫn nhau từ các cơ quan ban ngành, cộng đồng và doanh nghiệp để thúc đẩy sự thành công và phát triển trên cả nước.

Thông qua chương trình cộng đồng “Tết sẻ chia, năm Rồng khởi sắc”, Bia Saigon hy vọng lan tỏa thông điệp sẻ chia và động viên nhau để cùng vượt qua thử thách, chào đón năm 2024 khởi sắc hơn.

Theo đó, chương trình được triển khai đồng loạt từ ngày 6/1/2024 đến ngày 5/2/2024 với sự tham gia của các nhân viên SABECO trên toàn hệ thống và sự đồng hành của các Tỉnh Đoàn, Thành Đoàn, chính quyền địa phương tại 25 tỉnh thành gồm Bắc Giang, Phú Yên và Sóc Trăng để trao 10.400 phần quà Tết đến các đối tượng thụ hưởng. Với tổng ngân sách dành cho quà tặng Tết lên đến 7,4 tỷ đồng, mỗi phần quà bao gồm một túi nhu yếu phẩm ngày Tết trị giá 400.000 đồng và bao lì xì tiền mặt 300.000 đồng. Song song đó, không gian ngày Tết với các gian hàng trò chơi cũng được tổ chức tại một số địa điểm chọn lọc để người dân địa phương có thêm điểm hẹn vui chơi giải trí trong những ngày cuối năm.

Chia sẻ về Chương trình này, ông Ngô Văn Cương - Bí Thư Trung ương Đoàn Thanh niên Cộng sản Hồ Chí Minh, cho biết: “Thông qua Chương trình “Tết sẻ chia, năm rồng khởi sắc”, Trung ương Đoàn TNCS Hồ Chí Minh mong muốn tiếp tục truyền tải thông điệp về truyền thống tốt đẹp của dân tộc “lá lành đùm lá rách” và những thành quả mà toàn Đảng, toàn dân ta đạt được trong, sau đại dịch Covid-19 và trong năm 2023. Từ đó các cấp bộ đoàn, các tổ chức trong xã hội sẽ tiếp tục có thêm nhiều hoạt động ý nghĩa, đồng hành với thanh thiếu nhi có hoàn cảnh khó khăn, đặc biệt trong dịp Tết Nguyên đán góp phần tạo thêm động lực để các bạn thanh niên, đoàn viên, người lao động tiếp tục nỗ lực vươn lên trong lao động sản xuất”.

“Là một thương hiệu gắn liền với di sản văn hóa

Việt Nam qua nhiều thập kỷ, Bia Saigon là một phần gắn liền trong văn hóa truyền thống và ẩm thực của người Việt. Thông qua chương trình cộng đồng “Tết sẻ chia, năm Rồng khởi sắc”, chúng tôi muốn tiếp tục khẳng định cam kết luôn đem lại những gì tốt nhất cho Việt Nam bằng những hành động cụ thể và ý nghĩa để cùng người dân Việt Nam chào đón năm Giáp Thìn với tinh thần tích cực, hy vọng tươi sáng hơn và tinh thần đoàn kết mạnh mẽ hơn để hướng đến một năm thật khởi sắc”, ông Lester Tan - Tổng giám đốc SABECO, chia sẻ.

Ông Lester Tan cũng gửi lời cảm ơn đến Trung ương Đoàn TNCS Hồ Chí Minh vì đã đồng hành cùng SABECO trong chương trình nhiều ý nghĩa này. Ông bày tỏ sự tin tưởng rằng với sự chung tay của Trung ương Đoàn, các cấp chính quyền địa phương cùng tập thể các nhân viên tình nguyện của SABECO, Chương trình sẽ không chỉ hỗ trợ các công nhân đang gặp khó khăn mà còn góp phần tạo thêm những giá trị chung cho cộng đồng, thúc đẩy sự phát triển bền vững và thịnh vượng cho Việt Nam.

Trong bối cảnh kinh tế toàn cầu còn nhiều bất ổn ảnh hưởng đến quá trình phục hồi của Việt Nam trong năm 2023, chương trình cộng đồng của Bia Saigon năm nay đặc biệt hướng đến đối tượng công nhân lao động bị ảnh hưởng bởi làn sóng cắt giảm việc làm, cùng với ngư dân các vùng biển gặp khó khăn do ảnh hưởng của biến đổi khí hậu, giúp giảm bớt phần nào gánh nặng chăm lo Tết cho người dân của chính quyền địa phương. Bên cạnh đó, chương trình cũng dành những phần quà tri ân đến lực lượng bộ đội biên phòng và hải đảo đã ngày đêm ra sức bảo vệ lãnh thổ chủ quyền quốc gia. ■



TỪ NĂM 2020 ĐẾN NAY, BIA SAIGON ĐÃ LIÊN TỤC THỰC HIỆN NHIỀU SÁNG KIẾN VÀ CÁC CHƯƠNG TRÌNH HỖ TRỢ CỘNG ĐỒNG, HỖ TRỢ HƠN 42 TỶ ĐỒNG CHO HƠN 27.800 ĐỐI TƯỢNG THỤ HƯỞNG Ở 63 TỈNH THÀNH VIỆT NAM, THÔNG QUA NHIỀU HÌNH THỨC NHƯ TẶNG QUÀ GỒM NHU YẾU PHẨM, BAO LÌ XÌ, VÉ DI CHUYỂN VỀ QUÊ, ... ĐỂ NGƯỜI LAO ĐỘNG, CÁC ĐỐI TƯỢNG KHÓ KHĂN CÓ MỘT KỶ NGHỈ TẾT NGUYÊN ĐÁN ẤM CÚNG VÀ ĐOÀN VIÊN.

Đề xuất giải pháp thực hiện KINH TẾ TUẦN HOÀN

Với mục tiêu tham vấn các bên liên quan về đề xuất các giải pháp, nhiệm vụ và lộ trình thực hiện đối với ngành nhựa, hỗ trợ quá trình xây dựng dự thảo Kế hoạch hành động quốc gia (KHHĐQG) thực hiện kinh tế tuần hoàn, Viện Chiến lược, Chính sách Tài nguyên và Môi trường (ISPONRE) phối hợp cùng Ban Quản lý Dự án “Giảm thiểu rác thải nhựa đại dương tại Việt Nam” do Cục Biển và Hải đảo Việt Nam (VASI) thay mặt Bộ Tài nguyên và Môi trường (TN&MT) làm chủ Dự án và Tổ chức quốc tế về Bảo tồn thiên nhiên tại Việt Nam (WWF-Việt Nam) tổ chức Hội thảo “Đề xuất giải pháp, nhiệm vụ trọng tâm và lộ trình thực hiện đối với ngành nhựa trong kế hoạch hành động quốc gia thực hiện kinh tế tuần hoàn”.

■ **NGUYỄN ANH**

Tổng quan, lộ trình và đề xuất giải pháp trong thúc đẩy KTTH ngành nhựa

Kinh tế tuần hoàn (KTTH) là cách tiếp cận đang nhận được sự đồng thuận từ cộng đồng quốc tế (bao gồm cả các tổ chức quốc tế, nhà khoa học và Chính phủ của nhiều quốc gia) để nghiên cứu, thể chế hóa vào các chính sách, hành động cụ thể. Việt Nam đã ban hành các chủ trương, định hướng phát triển KTTH trong hệ thống chính sách và văn bản pháp luật. Cụ thể, Điều 142 Luật Bảo vệ môi trường năm 2020 (Luật BVMT 2020) đưa ra quy định cụ thể của Chính phủ Việt Nam trong việc xây dựng và ban hành tiêu chí, lộ trình và cơ chế khuyến khích thực hiện KTTH phù hợp với điều kiện kinh tế - xã hội của Việt Nam.

Phát biểu tại Hội thảo, Phó Viện trưởng ISPONRE Mai Thanh Dung cho biết, thực hiện Nghị quyết số 01/NQ-CP ngày 6/01/2023 của Chính phủ về nhiệm vụ, giải pháp chủ yếu thực hiện kế hoạch phát triển kinh tế - xã hội (KT-XH), dự toán ngân sách nhà nước và cải thiện môi trường kinh doanh, nâng cao năng lực cạnh tranh quốc gia năm 2023, Bộ TN&MT có nhiệm vụ chủ trì, phối hợp với các bộ, cơ quan ngang Bộ, UBND cấp tỉnh xây dựng, trình Thủ tướng Chính phủ ban hành KHHĐQG thực hiện KTTH. Trong quá trình xây dựng Dự thảo KHHĐQG thực hiện KTTH,

Viện đã nhận được nhiều ý kiến đóng góp về nội dung ngành, lĩnh vực, sản phẩm ưu tiên cần áp dụng KTTH, đặc biệt đối với ngành nhựa.

Nội dung KHHĐQG thực hiện KTTH yêu cầu xác định các ngành, lĩnh vực ưu tiên trong lộ trình thực hiện KTTH và áp dụng các tiêu chí, chỉ số để đánh giá việc thực hiện KTTH đối với lĩnh vực đó. Quá trình nghiên cứu về tính sẵn sàng áp dụng KTTH trong các ngành, lĩnh vực ưu tiên, hiện trạng phát sinh và các thuận lợi, khó khăn của từng ngành cho thấy ngành nhựa là một trong những ngành ưu tiên cần thúc đẩy áp dụng KTTH trong thời gian tới.

Tại Việt Nam, ước tính có khoảng 3,1 triệu tấn chất thải nhựa thải ra trên đất liền mỗi năm và lượng rác thải đổ ra đại dương từ 0,28 đến 0,73 triệu tấn, thực tế này khiến Việt Nam được đánh giá là một trong những nguồn phát sinh rác thải nhựa lớn trên thế giới (World Bank, 2021). Cũng theo báo cáo hiện trạng chất thải nhựa năm 2022, tổng lượng rác thải nhựa được thu gom năm 2021 là 2,4 triệu tấn (trong số tổng 2,9 triệu tấn lượng chất thải nhựa phát sinh), tuy nhiên, chỉ có 0,9 triệu tấn rác thải nhựa được phân loại cho tái chế và 0,71 triệu tấn rác được tái chế.

Giới thiệu về KHHĐQG thực hiện KTTH, TS. Lại Văn Mạnh – Trưởng ban Kinh tế Tài nguyên và Môi trường



Hội thảo có sự tham gia của một số Hiệp hội, chuyên gia, nhà khoa học.

(ISPONRE) cho biết, các ngành, lĩnh vực và sản phẩm ưu tiên thực hiện KTTH bao gồm: Nông nghiệp, lâm nghiệp, chế biến gỗ và thủy sản; Năng lượng; Khai thác và chế biến khoáng sản; Hóa chất; công nghiệp chế biến, chế tạo; Xây dựng và giao thông vận tải; Lĩnh vực trung gian, cộng sinh (du lịch, cộng sinh công nghiệp, đô thị); lĩnh vực hỗ trợ thực hiện KTTH.

Lộ trình thực hiện KTTH ngành nhựa chia làm 3 giai đoạn: Giai đoạn đến năm 2025 tiếp cận KTTH, giai đoạn 2025-2030 thúc đẩy KTTH và tầm nhìn 2050 phát triển KTTH.

Giai đoạn đến năm 2025 tiếp cận KTTH trong tái sử dụng, tái chế, xử lý 85% lượng chất thải nhựa phát sinh; giảm thiểu 50% rác thải nhựa trên biển và đại dương so với giai đoạn trước; tỷ lệ tái chế nhựa PET đạt 22% (quy định EPR).

Giai đoạn 2025-2030 thúc đẩy KTTH: Tỷ lệ tái chế nhựa PET đạt 30% (đề xuất); hoàn thiện tiêu chuẩn thiết kế bao bì nhựa, tiêu chuẩn sản phẩm nhựa đưa ra thị trường; thúc đẩy tận dụng nguồn nguyên liệu nhựa tái chế nội địa.

Tầm nhìn 2050 phát triển KTTH: 100% chất thải nhựa được thu gom, tái sử dụng, tái chế; dùng sản xuất, nhập khẩu sản phẩm nhựa sử dụng một lần.

Các giải pháp trong KHHĐ thực hiện KTTH bao gồm: Nâng cao nhận thức, kiến thức, kỹ năng và phát triển các thực hành tốt thể chế, chính sách; Nâng cao hiệu lực, hiệu quả quản lý nhà nước; Hỗ trợ áp dụng KTTH trong sản xuất, kinh doanh, tiêu dùng; Quản lý chất thải theo hướng KTTH; Liên kết, hợp tác, giám sát, đánh giá.

Thúc đẩy mô hình tái sử dụng trong thực hiện kinh tế tuần hoàn

Mục tiêu chung nhằm hình thành hệ thống cơ cấu sản xuất, tiêu dùng bền vững, sử dụng hiệu quả giá trị tài nguyên thiên nhiên, tận dụng tối đa nguyên liệu, vật liệu đã qua sử dụng, hạn chế chất thải phát sinh và



Phó Viện trưởng ISPONRE TS. Mai Thanh Dung phát biểu khai mạc Hội thảo.

giảm tác động xấu đến môi trường, phát triển mạnh các mô hình sản xuất, kinh doanh áp dụng kinh tế tuần hoàn, phát triển các thực hành tốt, tạo dựng văn hóa trong sản xuất, kinh doanh và tiêu dùng, tiến tới hình thành xã hội tuần hoàn vật chất.

Cụ thể, đến năm 2025 hoàn thành xây dựng và ban hành kế hoạch hành động cho kinh tế tuần hoàn, thiết lập hệ thống quản lý, giám sát toàn diện và triển khai thử nghiệm mô hình kinh tế tuần hoàn ở một số ngành và địa phương. Năm 2030 hoàn thiện khung thể chế và chính sách cho kinh tế tuần hoàn, hoàn thành hệ thống hạ tầng kỹ thuật và hình thành chuỗi giá trị gia tăng qua mô hình kinh tế tuần hoàn, đồng thời lan tỏa văn hóa sản xuất và tiêu dùng bền vững.

Đề xuất các chính sách thúc đẩy mô hình tái sử dụng trong thực hiện KTTH, Ths. Nguyễn Thế Thông giới thiệu về các mô hình tái sử dụng trên thế giới như: Mô hình kinh doanh đồ second hand tại Nhật Bản, Ôxtraylia; Mô hình đặt cọc hoàn trả ở Áo; Mô hình reuse-refill ở Vương Quốc Anh... Qua kinh nghiệm thực hiện các mô hình tái sử dụng, đề xuất giải pháp thực hiện tái sử dụng trong KTTH tại Việt Nam, cụ thể: tạo sự liên kết giữa các doanh nghiệp đã, đang và sẽ áp dụng các mô hình tái sử dụng tại Việt Nam; thống kê thông tin dữ liệu đầy đủ của các loại sản phẩm, chất thải áp dụng các mô hình tái sử dụng; mở rộng tính kết nối giữa Nhà nước, doanh nghiệp và người dân trong triển khai các mô hình tái sử dụng; nâng cao nhận thức người tiêu dùng trong việc tiêu thụ các sản phẩm có thể tái sử dụng.

Xây dựng KHHĐQG thực hiện KTTH là một trong những hoạt động khởi động trong lộ trình hiện thực KTTH tại Việt Nam. Để tạo thuận lợi trong phát triển KTTH tại Việt Nam cần thúc đẩy sự phối hợp giữa Nhà nước và doanh nghiệp, cập nhật thông tin cho địa phương, triển khai, nhân rộng các hoạt động nâng cao nhận thức đối với cá nhân về vai trò và lợi ích của mô hình KTTH. ■

PHÁT TRIỂN BỀN VỮNG TRONG NGÀNH ĐỒ UỐNG LÀ MỘT XU THẾ QUAN TRỌNG

“Phát triển bền vững” đang là cụm từ được rất nhiều ngành nghề, lĩnh vực quan tâm. Trong những năm qua, ngành Đồ uống Việt Nam không chỉ “sản xuất có trách nhiệm”, cho ra đời những sản phẩm có chất lượng cao, đảm bảo an toàn thực phẩm, đáp ứng nhu cầu tiêu dùng trong nước và xuất khẩu mà còn chú trọng tới các hoạt động phát triển bền vững.

■ KIM ANH

Vai trò của phát triển bền vững

Có nhiều lý do khiến các doanh nghiệp ngành thực phẩm và đồ uống (F&B) đang hướng tới sản xuất bền vững. Nó không chỉ có lợi cho môi trường mà còn mang lại lợi ích kinh doanh và xã hội cho chính doanh nghiệp. Cụ thể như:

Đáp ứng yêu cầu của người tiêu dùng: Dưới tác động của đại dịch toàn cầu Covid - 19, ngày càng có nhiều người tiêu dùng quan tâm đến việc ủng hộ các sản phẩm bền vững và đảm bảo an toàn đối với sức khỏe bản thân và gia đình. Các doanh nghiệp nhận thấy rằng đáp ứng yêu cầu này là việc cần làm trước mắt để có thể tạo ra sự tin nhiệm từ người tiêu dùng và tăng cường danh tiếng thương hiệu.

Bảo vệ môi trường: Những tác động mạnh mẽ từ biến đổi khí hậu được cho là thách thức đối với ngành thực phẩm và đồ uống (F&B) trên toàn thế giới. Các tình huống thiên tai như bão, lũ lụt và cháy rừng có thể ảnh hưởng tiêu cực đến các doanh nghiệp F&B, làm gián đoạn chuỗi cung ứng và cả nguồn cung cấp nguyên liệu. Điều này đã thúc đẩy các doanh nghiệp F&B từng bước thay đổi hướng đi theo chuỗi giá trị sản xuất bền vững. Sản xuất bền vững giúp giảm thiểu tác động tiêu thụ tài nguyên và ô nhiễm môi trường, góp phần bảo vệ hệ thống sinh thái.

Tối ưu hóa chi phí và hiệu suất: Cải thiện hiệu quả sử dụng nguyên liệu, tối ưu hóa quy trình sản xuất và giảm lãng phí có thể giúp doanh nghiệp tiết kiệm chi phí trong dài hạn. Sản phẩm bền vững cũng có thể tạo ra giá trị gia tăng, thu hút thêm khách hàng và tăng doanh số bán hàng.

Tuân thủ quy định: Các quy định và luật pháp liên quan đến an toàn thực phẩm và bảo vệ môi trường đang ngày càng chặt chẽ. Sản xuất bền vững giúp doanh nghiệp tuân thủ quy định, tránh rủi ro pháp lý và tránh các xử phạt.

Ngoài ra, đáp ứng các yêu cầu này sẽ tạo cơ hội cho các doanh nghiệp đưa sản phẩm của mình tiếp cận các thị trường nước ngoài.

Tạo lợi thế cạnh tranh: Sản phẩm bền vững có thể là yếu tố tạo lợi thế cạnh tranh cho doanh nghiệp. Người tiêu dùng ngày càng chú trọng đến việc mua sắm thông minh và họ có thể ưa thích chọn lựa các sản phẩm có ảnh hưởng tích cực đến môi trường và xã hội.

Tạo cơ hội kinh doanh mới: Chuyển đổi sang sản xuất bền vững có thể mở ra cơ hội cho việc phát triển sản phẩm và dịch vụ mới, như thực phẩm hữu cơ, thực phẩm chay, thực phẩm không dùng động vật, và các giải pháp thay thế nguồn cung cấp thực phẩm truyền thống.



Đại diện HEINEKEN Việt Nam và Coca-Cola Việt Nam nhận giải thưởng “Doanh nghiệp tiên phong thực hiện kinh tế tuần hoàn và cắt giảm phát thải các-bon năm 2023.

Nâng cao trách nhiệm xã hội và cộng đồng: Doanh nghiệp ngày càng nhận thức về trách nhiệm của mình đối với xã hội và cộng đồng. Sản xuất bền vững có thể đóng góp vào việc cải thiện điều kiện sống và môi trường làm việc của nhân viên, cũng như ủng hộ các hoạt động xã hội.

Hành trình phát triển bền vững của doanh nghiệp Đồ uống Việt Nam

Nhận thức được tầm quan trọng của kinh tế tuần hoàn nhằm đảm bảo sự phát triển bền vững của cộng đồng và lợi ích lâu dài của xã hội, nhiều doanh nghiệp đã áp dụng mô hình kinh tế tuần hoàn ngay từ sớm, tiên phong dẫn đầu và chấp nhận đối diện với nhiều khó khăn, thử thách. Vượt lên tất cả bằng sự nỗ lực bền bỉ, doanh nghiệp ngành Đồ uống Việt Nam đã đạt được những kết quả tích cực.

Với tầm nhìn "Phát triển SABECO trở thành Tập đoàn công nghiệp đồ uống hàng đầu của Việt Nam, có vị thế trong khu vực và quốc tế", Tổng Công ty CP Bia - Rượu - Nước giải khát Sài Gòn (SABECO) cam kết thực hiện các nguyên tắc về phát triển bền vững ở 3 khía cạnh trọng tâm Môi trường, Xã hội và Quản trị (ESG). Theo đó, mô hình phát triển bền vững của SABECO chú trọng vào 4 mục tiêu: chất lượng bia tốt

nhất (The Best Beer), nhà sản xuất bia bền vững nhất (Best Sustainable Brewing), đào tạo nguồn nhân lực tài năng nhất (The Best Talent) và phát triển cộng đồng bền vững nhất (The Best Community). Về vấn đề môi trường, nhằm hưởng ứng Chiến lược Quốc gia về tăng trưởng xanh, cùng chung tay vào mục tiêu đưa mức phát thải ròng về "0", SABECO đã thực hiện nhiều hoạt động thiết thực. Hiện tại, trong số 26 nhà máy đang sở hữu, SABECO đang hướng đến mục tiêu kết thúc năm 2023 có 17/26 nhà máy sẽ chuyển đổi sử dụng điện năng lượng mặt trời, giúp hệ thống tiết kiệm được 25 triệu kWh điện/năm và giảm khoảng 18 nghìn tấn CO₂ thải ra môi trường mỗi năm. Bên cạnh đó, SABECO còn triển khai chương trình "Thắp sáng đường quê" lắp đèn đường sử dụng năng lượng mặt trời tại các địa phương, dự kiến hết năm 2023 sẽ có 63 km đường đèn điện mặt trời tương ứng với 63 tỉnh thành sẽ được hoàn thành, cùng với 10 km đường điện thắp sáng các sân vận động tại vùng nông thôn, đem đến tiện ích cho hơn 600 nghìn người dân.

SABECO là nhà tài trợ đồng hành cùng giải bóng đá 7 người Bia Saigon Cup trong 3 năm từ 2022-2024; triển khai chương trình cộng đồng "Việt Nam Thăng Vàng"; tài trợ độc quyền cho bộ phim tài liệu

về Đội tuyển bóng đá nữ Quốc gia Việt Nam; đồng hành cùng Lễ hội Văn hóa - Ẩm thực Việt Nam tại Quảng Trị...

Tại Lễ Công bố các doanh nghiệp bền vững tại Việt Nam (CSI) 2023 được tổ chức bởi Liên đoàn Thương mại và Công nghiệp Việt Nam (VCCI) và Hội đồng Doanh nghiệp vì sự Phát triển bền vững Việt Nam (VBCSD-VCCI), nhiều doanh nghiệp F&B đã được vinh danh. Trong đó 02 doanh nghiệp Đồ uống là Công ty TNHH Nhà máy Bia Heineken Việt Nam và Công ty TNHH Nước giải khát Coca-Cola Việt Nam đã vinh dự nhận giải thưởng danh giá này.

Đây là năm thứ 8 liên tiếp HEINEKEN Việt Nam được vinh danh trong số 3 Doanh nghiệp Bền vững nhất Việt Nam trong lĩnh vực sản xuất, đồng thời là một trong 5 doanh nghiệp tiên phong thực hiện kinh tế tuần hoàn và cắt giảm phát thải các-bon trong năm 2023. Doanh nghiệp đã đạt mức 96% năng lượng tái tạo trong sản xuất, và giảm mức phát thải đến 87% so với năm 2018. Trong đó, Heineken®, thương hiệu bia cao cấp của công ty được sản xuất bằng 100% năng lượng tái tạo, doanh nghiệp cũng không còn rác thải chôn lấp tại tất cả 6 nhà máy từ năm 2021. Doanh nghiệp tiếp tục triển khai dự án bảo tồn nguồn nước tại lưu vực sông Hồng, sông Đồng Nai và sông Tiền trong khuôn khổ chương trình hợp tác 4 năm giữa HEINEKEN Việt Nam, WWF-Việt Nam và các đối tác nhằm bảo tồn nguồn nước tại các lưu vực sông trọng điểm của quốc gia hướng



Nhà máy tái chế nhựa của Tân Hiệp Phát được đưa vào hoạt động chỉ hơn 6 tháng đầu tư, xây dựng, lắp đặt hoàn thiện.

đến mục tiêu bảo tồn 3 tỷ lít nước mỗi năm với tổng mức đầu tư lên đến 30 tỷ đồng.

Mới đây, Coca-Cola Việt Nam được vinh danh Top 3 Doanh nghiệp bền vững năm 2023 và Top 5 Doanh nghiệp có thành tích tốt nhất chuyên đề "Doanh nghiệp tiên phong thực hiện kinh tế tuần hoàn và cắt giảm phát thải carbon, theo Chương trình đánh giá, công bố doanh nghiệp bền vững tại Việt Nam (CSI 100). Với tầm nhìn "Vì một thế giới không rác thải" được Coca-Cola thiết lập từ 2018, đặt ra mục tiêu đến năm 2030, mỗi chai và lon Coca-Cola bán ra trên toàn cầu đều được thu gom và tái chế, đồng thời sử dụng ít nhất 50% vật liệu tái chế trong sản xuất bao bì. Coca-Cola triển khai chương trình "Chai nhựa tái sinh, hành trình tiếp nối"; triển khai hệ thống làm sạch sông ngòi Interceptor™ trên sông Cần Thơ ước tính thu gom được 120 tấn rác/năm. Coca-Cola Việt Nam đã chính thức giới thiệu bao bì mới, sử dụng 100% nhựa PET tái chế (rPET) cho sản phẩm Coca-Cola Vị Nguyên Bản và Coca-Cola Zero Sugar (không đường), qua đó giảm một lượng nhựa tương đương khoảng 2.000 tấn nhựa mỗi năm; thực hiện đưa thông điệp "Tái chế tôi" lên bao bì sản phẩm của tất cả các thương hiệu thuộc Công ty Coca-Cola...

Tiêu biểu trong ngành sản xuất nước giải khát nội địa là Tập đoàn Tân Hiệp Phát với quá trình chuyển đổi mô hình kinh doanh, phát triển kinh tế tuần hoàn với mô hình 3R (Reducing waste - Giảm thiểu chất thải, Reusing - Tái sử dụng, Recycling - Tái chế) từ năm 2013 đến nay. Từ năm 2013, Tân Hiệp Phát đã triển khai dự án làm nhẹ chai trong đó trọng lượng của mỗi chai giảm từ 27g xuống còn 21,8g thông qua nghiên cứu, thiết kế và đổi mới. Giai đoạn từ năm 2013 - 2018, Tân Hiệp Phát đã cắt giảm được 34.000 tấn rác thải nhựa và trong 4 năm từ 2019 - 2023, con số tiết kiệm được là 44.000 tấn. Như vậy trong 9 năm, tổng cộng 78.000 tấn đã được cắt giảm. Song song đó, Công ty tiếp tục triển khai nhiều dự án như: tái chế, tái sử dụng màng co, túi nhựa, loại bỏ hộp các tông thay thế bằng màng co làm từ nhựa tái chế, vận hành các dây chuyền tái chế PP và Polyetylen tỷ trọng cao (HDPE) sản xuất pallet viên nén từ nhựa thải...

Tất cả các hoạt động mà doanh nghiệp đã nỗ lực thực hiện trong thời gian qua đều thể hiện trách nhiệm và cam kết của các doanh nghiệp Đồ uống Việt Nam luôn đồng hành và hướng tới phát triển bền vững, đem lại nhiều giá trị tích cực cho cộng đồng. ■

CÔNG TY CỔ PHẦN TẬP ĐOÀN HƯƠNG SEN

Số 18, phố Trần Thái Tông, phường Bồ Xuyên,
thành phố Thái Bình

Mỗi ngày
CHỌN 1 VỊ TRÀ



TVT thương hiệu trà trái cây Việt Nam



Hướng đến tương lai, HEINEKEN Việt Nam không ngừng đổi mới sáng tạo nhằm thu hút và nuôi dưỡng tài năng trẻ.



NỖ LỰC HƯỚNG ĐẾN CỘNG ĐỒNG TRÊN HÀNH TRÌNH BỀN VỮNG

Hướng đến một thế giới hòa nhập, công bằng và bình đẳng, HEINEKEN Việt Nam không ngừng kiến tạo nhiều giá trị cho xã hội và cộng đồng trên hành trình phát triển bền vững của doanh nghiệp trong hơn ba thập kỷ.



Bên cạnh sự đa dạng và hiện đại trong văn hóa doanh nghiệp, hành trình này còn ghi nhận nỗ lực gắn kết cùng cộng đồng địa phương của HEINEKEN Việt Nam thông qua những hành động thiết thực và lộ trình cụ thể vì một Việt Nam tốt đẹp hơn.

Xây dựng môi trường phát triển cho mọi tài năng

Tại HEINEKEN Việt Nam, “đa dạng - bình đẳng - hòa nhập” chính là kim chỉ nam để doanh nghiệp xây dựng văn hóa trong môi trường làm việc, tạo cơ hội phát triển đồng đều cho tất cả tài năng.

Dù hoạt động trong ngành được cho là đặc thù của nam giới nhưng hiện tại, 3/6 nhà máy bia của HEINEKEN Việt Nam đang được điều hành bởi các nữ giám đốc, và doanh nghiệp có 27% quản lý cấp cao là nữ. Bên cạnh lộ trình thăng tiến công bằng, nữ giới tại HEINEKEN Việt Nam luôn được cung cấp nguồn lực cần thiết để kết nối, học hỏi, phát triển bản thân và tham gia vào những quyết định quan trọng của công ty. Bên cạnh đó, doanh nghiệp luôn tuân thủ trả lương bình đẳng và công bằng cho mọi nhân viên.

Song hành cùng đội ngũ nhân viên kỳ cựu đã gắn bó với doanh nghiệp nhiều năm, HEINEKEN Việt Nam không ngừng đổi mới sáng tạo trong môi trường làm việc để thu hút nhân tài trẻ. Từ năm 2021, doanh nghiệp đã chuyển sang mô hình làm việc linh hoạt, và những chương trình đào tạo nhằm trang bị và nâng cao kỹ năng làm việc cho mọi cấp bậc quản lý được tổ chức hàng năm. Hiện tại, HEINEKEN Việt Nam có 78% đội ngũ nhân viên thuộc thế hệ Y & Z.

Chung tay sẻ chia cùng cộng đồng địa phương

Cam kết phát triển song hành với đất nước và con người Việt Nam, HEINEKEN Việt Nam luôn hướng đến cộng đồng địa phương bằng những đóng góp thiết thực. Thông qua chuỗi chương trình “HEINEKEN Cares - Chung tay sẻ chia, cùng cộng đồng đón Tết An Vui”, doanh nghiệp đã thực hiện nhiều hoạt động hỗ trợ những hoàn cảnh khó khăn, giúp đỡ đồng bào sau thiên tai bão lũ,

và cùng người dân cả nước chào đón mùa Tết an vui với những món quà ý nghĩa, gần gũi như cầu đời sống.

Trước thềm Tết Giáp Thìn 2024, HEINEKEN Việt Nam tiếp tục đồng hành cùng Hội Chữ thập đỏ Việt Nam để mang đến mùa Tết đủ đầy hơn cho bà con có hoàn cảnh khó khăn tại 20 tỉnh thành trên cả nước. Qua chương trình, người dân tại các khu vực sẽ được kiểm tra sức khỏe, phát thuốc và sắm Tết miễn phí, đồng thời tham gia nhiều hoạt động gắn kết để chào đón một năm mới an nhiên, đủ đầy hơn.

Với những nỗ lực không ngừng trong năm 2023 nhiều thử thách, HEINEKEN Việt Nam vừa qua đã tiếp tục được công nhận là một trong 2 doanh nghiệp phát triển bền vững nhất Việt Nam bởi Liên đoàn Thương mại và Công nghiệp Việt Nam, đánh dấu năm thứ 8 liên tiếp được vinh danh trong số 3 doanh nghiệp bền vững nhất Việt Nam trong lĩnh vực sản xuất. Hướng về tương lai, doanh nghiệp kêu gọi sự chung tay hành động của mọi cá nhân, tập thể và cộng đồng doanh nghiệp để cùng mở rộng hợp tác, nhân rộng những giá trị tốt đẹp cho mục tiêu vì một Việt Nam tốt đẹp hơn. ■



Nhân viên HEINEKEN Việt Nam và người dân địa phương tại chương trình “Chung tay sẻ chia, cùng cộng đồng đón Tết An Vui”.

CUỘC THI VIẾT “NGÀNH ĐỒ UỐNG PHÁT TRIỂN BỀN VỮNG, HƯỚNG TỚI KINH TẾ TUẦN HOÀN”

Chung tay VÌ MỘT MÀU XANH

Ông Thịnh và ông Vượng là giám đốc của hai doanh nghiệp sản xuất đồ uống trong nước. Hai ông quen biết đã lâu, khi rảnh vẫn thường lên kế hoạch đi chơi với nhau. Vào một ngày mùa thu đẹp trời, thấy thời tiết dễ chịu nên ông Thịnh gọi ông Vượng ra quán cà phê để chuyện trò, anh em hàn huyên tâm sự và lên kế hoạch cho chuyến đi biển cuối tuần của cả hai.

Sau khi thống nhất được địa điểm sẽ đến, cả hai bắt đầu hỏi han nhau về công việc.

- Tôi đang định chuyển đổi quá trình sản xuất của doanh nghiệp tôi sang mô hình kinh tế xanh, kinh tế tuần hoàn đấy ông ạ! – Ông Thịnh nói.

- Ôi! Khó khăn lắm ông ơi. – Ông Vượng xoa tay lắc đầu.

- Tôi cũng biết là vậy, nhưng ông không thấy việc tái chế, tái sử dụng chất thải trong các doanh nghiệp hiện tại là rất cần thiết sao.

- Đúng, tôi biết. Nhiều doanh nghiệp trong ngành đồ uống đã và đang triển khai nhiều sáng kiến cũng như các giải pháp nhằm thúc đẩy thực hiện các mục tiêu của kinh tế tuần hoàn, nhưng mà gặp rất nhiều trở ngại.

- Ông có biết là có doanh nghiệp chỉ vì thay đổi ống hút nhựa sang ống hút giấy mà làm mất đi bao nhiêu khách hàng, mọi người quay lưng với sản phẩm không?

- Có, tôi biết chứ. Nhưng việc “xanh hóa” sản phẩm sẽ tạo thêm giá trị cho sản phẩm, giảm chất thải, góp phần bảo vệ môi trường.

- Thế ông định thay đổi hoạt động sản xuất như thế nào?

- Tôi sẽ thay đổi từ giai đoạn thiết kế, lựa chọn vật liệu, tôi sẽ chọn chất liệu tự nhiên, thân thiện với

■ TUYẾT NHUNG

môi trường. Quan trọng là để bao bì dễ dàng phân hủy trong thời gian ngắn, có khả năng tái chế được ông ạ. Rồi thiết kế các sản phẩm, thiết kế quy trình phân phối sản phẩm, tiêu thụ và thu hồi để đảm bảo hạn chế tối đa sử dụng nguyên, vật liệu thô, kéo dài vòng đời sản phẩm, hạn chế phát sinh chất thải tác động xấu tới môi trường.

- Tôi thì chưa nghĩ tới việc áp dụng mô hình này cho doanh nghiệp của tôi – Ông Vượng vẫn khẳng định và có ý khuyên gạt ý kiến của ông Thịnh.

Hai ông đang hăng say bàn luận thì có điện thoại báo ông Vượng có việc ở công ty cần giải quyết gấp. Cả hai chào nhau rồi hẹn cuối tuần gặp lại theo lịch trình dự kiến.

Sáng sớm, sau khi nhận phòng, hai ông bắt đầu ra biển. Không khí trong lành trên biển khiến hai ông khoan khoái, thích thú. Mặt trời dần nhô lên, mặt biển trở nên lóng lánh, thơ mộng yên bình. Hai ông đi dạo vòng quanh bờ.

- Người ta thường đi biển vào mùa hè, còn tôi với ông lại thích ra biển vào mùa thu. – Ông Thịnh nói và cười lớn.

- Tôi thích không gian vắng vẻ như này để có thời gian chiêm nghiệm lại cuộc sống. Bình thường công việc hàng ngày trong thành phố đã khiến tôi và ông áp lực, mệt mỏi rồi nên tôi với ông cần một không gian rộng lớn và thoáng đãng như này chứ. – Ông Vượng tiếp lời.

Đang đi, ông Thịnh chỉ tay vào những chiếc chai nhựa bị trôi dạt đang nằm trên bờ ở trước mặt hai người.

- Ngoài biển sao nhiều chai lọ như này nhỉ? – Ông Vượng ngạc nhiên.

- Có nhiều nguyên nhân lắm ông ơi, như là các



khách du lịch khi tham quan, vui chơi, ăn uống trên tàu đã xả rác xuống biển. Đâu phải ai cũng có ý thức vứt rác đúng nơi quy định đâu ông. Những chai nước cứ thế mà lênh đênh ở đây thôi, không thì nằm tại bờ bị cát chôn vùi. Mà có khi rác thải nhựa từ đất liền trôi theo ống nước ngầm, sông, suối cũng ra biển ấy chứ.

- Trời ơi, có cả chú cá nhỏ đã bị mắc kẹt trong chiếc chai nhựa này từ bao giờ ông ơi. - Ông Vương nhặt chiếc chai lên.

- Những sinh vật biển khi vướng vào các loại rác thải nhựa, chúng không thoát ra được nên sẽ yếu dần và chết. Có những sinh vật quý hiếm đứng trước nguy cơ tuyệt chủng, làm phá hủy, suy giảm đa dạng sinh học. - Ông Thịnh vừa phân tích vừa nhìn chú cá nhỏ trong chai đầy thương tiếc.

Ông nói tiếp:

- Ông có nhớ tôi đã từng chia sẻ với ông việc thay đổi mô hình sản xuất của công ty tôi sang kinh tế xanh, kinh tế tuần hoàn không? Và lý do bảo vệ môi trường là điều tôi trăn trở nhất để đưa ra quyết định đó đấy.

- Tôi luôn nghĩ cách làm sao hạn chế bao bì nhựa dùng một lần, sử dụng chai nhựa tái chế cho doanh nghiệp của mình để thúc đẩy mô hình kinh tế tuần hoàn. Tôi muốn những chai nhựa sẽ không bị thải ra môi trường mà còn trở thành nguồn nguyên liệu giá trị.

- Thế ông đã nghĩ tới những thách thức khi xây dựng mô hình kinh tế tuần hoàn cho doanh nghiệp của ông chưa?

- Tất nhiên là có rồi. Tôi đã tham khảo, học hỏi và suy nghĩ rất nhiều. Trước ông cũng bảo tôi là có doanh nghiệp gặp nhiều trở ngại khi thay đổi ống hút nhựa sang ống hút giấy đúng không? Tôi biết đó là ông lớn Nestle khi chủ động thay đổi toàn bộ từ ống hút nhựa thành giấy đã chịu rất nhiều thiệt thòi. Chi phí ống hút giấy đắt gấp 3 lần ống hút nhựa trong khi giá bán không đổi. Khách hàng còn kêu không quen, không thích ống hút giấy. Nhưng chỉ sau một thời gian ngắn, với sự quyết tâm của doanh nghiệp, khách hàng đã thay đổi nhận thức, đón nhận sản phẩm một cách nồng nhiệt. Và chỉ nhờ việc thay đổi ống hút nhựa thành giấy mà đã giúp giảm gần 700 tấn nhựa thải ra môi trường mỗi năm đấy thôi.

- Ôi, một con số thật ấn tượng.

- Mà muốn khách hàng có ý thức bảo vệ môi

trường thì chính các doanh nghiệp của chúng ta phải có những hành động tiên phong thay đổi trong sản phẩm mà doanh nghiệp mình đưa ra thị trường ông ạ.

- Mà theo dự thảo Nghị định về cơ chế thử nghiệm phát triển kinh tế tuần hoàn, doanh nghiệp tham gia sẽ được hưởng nhiều chính sách ưu đãi về tư vấn, chuyển giao công nghệ, chính sách tín dụng xanh, trái phiếu xanh, hỗ trợ phát triển nguồn nhân lực, chính sách đất đai... Nhiều chế độ hấp dẫn thế tội gì không thử nghiệm hả ông ơi?

Ông Vương chưa kịp trả lời, thì điện thoại ông vang lên.

- Bố bị làm sao hả mẹ?

- Giờ bố nằm ở bệnh viện nào ạ?

- Bác sỹ bảo bệnh tình bố sao rồi ạ?

- Sao mẹ không báo con sớm hơn?

- Vâng, con sẽ thu xếp để về sớm ạ.

Nghe xong điện thoại, ông Vương liền vò đầu bứt tai và quay sang nói với ông Thịnh:

- Doanh nghiệp của ông và tôi áp dụng mô hình kinh tế xanh, kinh tế tuần hoàn ngay thôi ông ơi!

- Sao ông thay đổi lập trường nhanh thế?

- Mẹ tôi vừa điện thoại báo cho tôi biết, bố tôi đã phải vào viện mấy hôm nay cũng chỉ vì ở quê gia đình hàng xóm bên cạnh thu gom rác thải nhựa để đốt. Những chất thải nhựa khi đốt tạo ra những khí độc làm cho bố tôi khó thở, chóng mặt. Bố tôi lại có tiền sử bệnh hen suyễn đấy ông, may mà bố tôi được cấp cứu kịp thời giờ sức khỏe đã ổn rồi, mẹ tôi sợ tôi lo lắng nên giờ mọi việc ổn thỏa mới gọi báo tôi.

- Đấy, ông xem. Rác thải nhựa gây nguy hiểm tới môi trường, con người và cả sinh vật ra sao! Ông Thịnh nói.

- Đúng rồi ông ơi. Chúng ta phải có tầm nhìn dài hạn cho phát triển bền vững thì doanh nghiệp mới tồn tại và tiến lên. - Ông Vương gật gù.

- Với sự thay đổi trong tư duy của những người làm chủ doanh nghiệp như chúng ta, việc xây dựng mô hình kinh tế xanh, kinh tế tuần hoàn không những mang lại lợi ích, giá trị cho doanh nghiệp mà còn cho cộng đồng, bảo vệ sức khỏe con người, mang đến môi trường xanh-sạch- đẹp hơn.

- Ông Thịnh hào hứng, vừa nói vừa đưa tay chỉ về mặt biển bao la phía trước.

Hai ông cùng ngoắc tay nhau, cười đắc trí. ■

LÀM SAO ĐỂ THƯỜNG THỨC BIA RƯỢU THẤY VUI KHỎE HẠNH PHÚC

Uống bia rượu nói chung có tính hai mặt. Vậy, làm sao để dùng rượu, bia mà ít có hại, đồng thời tận dụng được tối đa khả năng có lợi là một vấn đề lớn và quan trọng? Để làm được điều này cần dựa trên các cơ sở về khoa học, pháp lý, văn hóa và đặc biệt là khía cạnh y học.

■ ANH DƯƠNG

Dưới góc độ ngôn ngữ và y khoa, TS. BS. Lê Quang Thuận - Phó Giám đốc Trung tâm Chống độc, Bệnh viện Bạch Mai cho rằng, nên dùng cụm từ “uống rượu, bia” bằng “thường thức bia rượu” để khai thác giá trị lợi ích cho sức khỏe của bia rượu xuất phát ngay trong ý thức và phát huy giá trị văn hóa của mỗi con người. Thường thức rượu bia cần dùng điều độ và tiết chế, tùy thuộc vào khả năng cho phép của cơ thể, đặc biệt là góc độ y học nên hạn chế tối đa tác hại, không uống nhiều dẫn tới có hại, tất cả nhằm mang lại Khỏe Vui Hạnh phúc của bản thân, gia đình và cho tất cả mọi người.

Làm sao để uống rượu, bia có lợi?

Dưới góc độ cơ sở khoa học y học, qua các nghiên cứu cho thấy nếu sử dụng rượu bia với một lượng vừa phải hợp lý, đúng mức và theo khuyến cáo của các chuyên gia khoa học y tế, ở những người khỏe mạnh sẽ có những tác dụng có lợi như làm giảm nguy cơ mắc bệnh tim mạch, đột quỵ và vữa xơ mạch máu, do rượu góp phần làm tăng nồng độ HDL, một loại mỡ tốt của cơ thể; giúp làm giảm căng thẳng tạm thời về thần kinh...

Ngược lại nếu sử dụng quá nhiều, lạm dụng rượu bia nguy cơ mắc bệnh sẽ tăng lên dẫn tới có hại cho sức khỏe. Thực tế hiện nay, tình trạng rượu chứa độc

tố, chứa methanol lưu hành nhiều trên thị trường, nếu uống phải những loại rượu này sẽ ảnh hưởng nặng nề hơn nhiều, gây ra tổn thương não, mù mắt, nhiễm toan, suy đa tạng, và có thể dẫn tới tử vong nhanh chóng.

Dùng rượu không rõ nguồn gốc: rượu ngâm (anh túc, cây cỏ không rõ nguồn gốc, củ ấu tàu, pha ma túy; ngâm phủ tạng, mật huyết động vật...) có những thành phần có thể gây độc nguy hiểm tới sức khỏe con người. Ví dụ: opiod dẫn tới hôn mê, ngừng thở, đồng tử co nhỏ; aconitin gây loạn nhịp tim và tử vong...

Đối với những người tuổi cao nên giảm lượng rượu, người có vấn đề sức khỏe như men gan cao, bệnh tim, bệnh tiểu đường, bệnh não và các bệnh lý khác thì giảm lượng rượu so với khuyến cáo và bắt buộc cần có sự tư vấn của bác sĩ chuyên khoa.

Một số người có thể trạng tốt (yếu tố gen, di truyền, dân tộc...) thì khả năng dung nạp rượu cũng cao hơn một số người không có các yếu tố nêu trên. Do vậy, chúng ta không nên tự so sánh mình với người khác để cố uống bằng họ. Uống bia rượu nói chung, ở góc độ này sẽ phụ thuộc hai yếu tố chính đó là: cân nặng và kinh nghiệm. Nếu hai người có thể trạng giống nhau thì người nào có cân nặng cao hơn thì thường sẽ có khả năng dung nạp lớn hơn. Yếu tố kinh nghiệm sẽ bao gồm yếu tố gen, di truyền, thể trạng và tổng hòa các yếu tố của một con người.



Cần lựa chọn sản phẩm đồ uống có uy tín, có nguồn gốc để đảm bảo an toàn.

Một số khuyến nghị dùng rượu, bia an toàn

Theo hướng dẫn chế độ ăn uống 2020-2025 cho người Mỹ khuyến cáo rằng người lớn trong độ tuổi uống rượu hợp pháp, uống vừa phải là uống không quá 2 đơn vị cồn tiêu chuẩn/ngày đối với nam, 1 đơn vị cồn tiêu chuẩn/ngày đối với nữ. Một đơn vị cồn tiêu chuẩn ở Mỹ tương đương với 14 gam cồn nguyên chất tức 355ml bia 5%, 150ml rượu vang 12% và 45ml rượu mạnh 40%.

Ở Việt Nam, Bộ Y tế khuyến cáo không nên uống quá 2 đơn vị cồn tiêu chuẩn/ngày với nam giới, 1 đơn vị cồn tiêu chuẩn/ngày đối với nữ giới và không uống quá 5 ngày/tuần. Một đơn vị cồn tiêu chuẩn tương đương 10 gam cồn nguyên chất chứa trong dung dịch uống. Như vậy một đơn vị cồn tiêu chuẩn tương đương với 3/4 chai/lon bia 330 ml (5%); một cốc bia hơi 330 ml (4%); một ly rượu vang 100 ml (13,5%); hoặc một chén rượu mạnh 30 ml (40%). Khuyến cáo của Việt Nam khắt khe hơn chút so với khuyến cáo của Hoa Kỳ, có thể do thể trạng, cân nặng của người Việt thấp hơn người Mỹ.

Để tránh những trạng thái nguy hiểm cần chọn loại rượu, bia phù hợp, rõ nguồn gốc (đã được kiểm định bởi cơ quan quản lý); biết cách phân biệt hàng giả...; nếu không rõ cần kiểm định: xét nghiệm, làm sàng; ưu tiên kiểm định bằng xét nghiệm.

Nếu phải uống rượu, cần chuẩn bị cơ thể tốt, ăn đủ trước, trong và sau uống, giữ ấm, tránh lạnh, uống đúng mực, kiểm soát. Trong trường hợp phải lái xe, vận hành máy móc, làm việc trên cao thì không uống. Quan trọng nhất là chúng ta chỉ nên uống

một lượng rượu vừa đủ, thay vì uống quá nhanh hãy uống chậm lại để thưởng thức.

Chọn các loại rượu có nồng độ cồn thấp, như rượu vang (rượu nồng độ cao thì pha nhạt đi; rượu brand name độ cao chỉ nên thưởng thức). Ngoài ra, trước khi uống rượu cần uống đủ nước để giảm khát, vì khát nước khiến bạn uống nhiều rượu hơn.

Rượu có thể coi là một dạng thuốc, như vậy cũng cần có chỉ định, chống chỉ định, trong chống chỉ định có loại tương đối và tuyệt đối. Phụ nữ có thai và cho con bú tuyệt đối không sử dụng rượu, bia; tuyệt đối không sử dụng rượu với aspirin; không uống rượu, bia khi đang dùng bất kỳ loại thuốc nào. Chống chỉ định tương đối, không uống rượu lúc đói; người mắc các bệnh về gan, tim mạch, đái tháo đường; không nên uống rượu/bia với caffeine; không nên uống rượu với đồ uống có ga; không nên lạm dụng "thuốc giải rượu". Ngoài ra, uống rượu, bia còn chống chỉ định với người tham gia giao thông và người dưới 18 tuổi.

Dưới góc độ văn hóa, rượu đóng một vai trò trung tâm trong hầu hết các nền văn hóa của con người kể từ thời đồ đá mới (khoảng 4000 năm trước Công nguyên) và cho đến nay nó vẫn được coi là loại đồ uống phổ biến trong hầu hết các dịp lễ, các cuộc gặp mặt hay thờ cúng. Để nâng tầm văn hoá thưởng thức bia rượu vị Khỏe Vui Hạnh phúc, chúng ta cần nắm rõ: không nên uống bia rượu, mà chỉ nên thưởng thức (rượu ngon, lượng phù hợp để Khỏe, để Vui và nâng tầm Hạnh phúc cho bản thân, người thân và tất cả mọi người). Qua đó, hình thành thức uống mang bản sắc Việt Nam khoa học và văn hoá, hình thành nét đẹp và văn minh thưởng thức vì những điều tốt đẹp. ■

Càng về cuối năm, thị trường các loại bánh kẹo, thực phẩm, đồ uống càng trở nên sôi động, nhộn nhịp với đa dạng sản phẩm, mẫu mã hàng Tết bắt mắt. Đón Tết Giáp Thìn 2024 sắp tới, các thương hiệu đồ uống đồng loạt ra mắt các sản phẩm mẫu mã, bao bì Tết hấp dẫn, thu hút người tiêu dùng.

■ AN NHIÊN



Sản phẩm Bia Tết được trưng bày đẹp mắt, có bao bì rực rỡ, nhiều khuyến mãi hấp dẫn

THỊ TRƯỜNG THỰC PHẨM, ĐỒ UỐNG:

Đa dạng MẪU MÃ HÀNG TẾT

Theo Bộ Công Thương, đến nay, một số địa phương đã ban hành kế hoạch thực hiện chương trình bình ổn thị trường cuối năm và dịp Tết Nguyên đán 2024, nguồn cung các mặt hàng thiết yếu cũng được các doanh nghiệp chủ động chuẩn bị từ rất sớm với lượng hàng dự trữ tăng từ 10-25% so với cùng kỳ. Tăng cường kiểm tra, kiểm soát thị trường hàng hóa, nhất là những mặt hàng có nhu cầu tiêu dùng cao trong dịp cuối năm và dịp Tết Nguyên

đán như bánh kẹo, rượu bia, nước giải khát, thực phẩm tươi sống...

Hệ thống siêu thị WinMart, Go! BigC, MM Mega Market cũng triển khai dịch vụ đặt hàng qua app, Zalo, website với hàng ngàn nhu yếu phẩm thiết yếu, đồng thời liên tục cập nhật các chương trình khuyến mãi, giảm giá mỗi ngày... Thời điểm này, các sản thương mại điện tử như Voso, Sendo, Tiki... cũng bắt đầu chuẩn bị cơ sở vật chất phục vụ nhu cầu mua sắm của người dân trong dịp Tết Nguyên đán sắp tới.

Đạo quanh một số siêu thị lớn tại Hà Nội, rất nhiều sản phẩm bánh kẹo, đồ uống có mẫu mã Tết đã được trưng bày trên kệ. Các mặt hàng bia, nước giải khát được giới thiệu rất nhiều các chương trình khuyến mãi (giảm giá, tặng sản phẩm cùng loại, tặng kèm ly, bình nhựa...).

Thông thường, các sản phẩm đồ uống Tết có bao bì bắt mắt, màu sắc rực rỡ được trưng bày ở những vị trí đặc địa nhất. Ngoài khu gian hàng của các sản phẩm đồ uống, tại nhiều siêu thị còn



trưng bày các loại đồ uống Tết mang đậm sắc Xuân ngay tại vị trí lối vào nhằm thu hút và để người tiêu dùng dễ dàng chọn lựa.

Theo ghi nhận, giá bia tại một số siêu thị đang được áp dụng chương trình giảm giá như bia Sài Gòn Gold Sleek giá 365.000 đồng/thùng, bia Sài Gòn Lager 259.000 đồng, Sài Gòn Chill 298.000 đồng, bia 333 giá 265.000 đồng, bia Heineken thường giá 426.000 đồng, Tiger 340.000 đồng, Tiger Crystal 391.000 đồng...

Hưởng ứng sự kiện khuyến mãi dịp cuối năm, các thương hiệu bia, nước giải khát cũng đồng loạt áp dụng nhiều chương

Cola, Suntory Pepsico, URC... ra mắt thị trường Tết 2024 các sản phẩm bia, nước giải khát mang đậm không khí Tết cùng các chương trình khuyến mãi “khủng” với vô vàn những phần thưởng có giá trị.

So với các siêu thị, chuỗi cửa hàng tiện lợi tăng lượng hàng dự trữ các loại bia, nước ngọt, bánh kẹo, mứt Tết từ sớm thì nhiều tiểu thương, cửa hàng tạp hóa lại khá thận trọng, không nhập hàng về với số lượng lớn mà căn cứ vào sức mua của thị trường để cân đối lượng hàng dự trữ sao cho phù hợp với thị hiếu người tiêu dùng.

Bà Trần Thị Diệp, chủ cửa hàng

hàng không trữ hàng hóa nhiều, hàng về bao nhiêu sẽ trưng lên bấy nhiêu, nếu sản phẩm nào hút hàng sẽ nhập thêm, tùy vào nhu cầu thị trường...

Thực tế hiện nay, người tiêu dùng đang có xu hướng chuyển đổi từ mua sắm trực tiếp sang trực tuyến. Chị Nguyễn Ánh (Tố Hữu, Hà Đông, Hà Nội) chia sẻ, trên các sàn thương mại điện tử cũng bán nhiều mặt hàng chất lượng, giá cả được niêm yết rõ ràng. Mặt khác, kênh bán hàng online có rất nhiều chương trình giảm giá và miễn phí vận chuyển hấp dẫn. Người mua không phải xếp hàng thanh toán trực tiếp mà sử dụng thanh toán online không dùng tiền mặt giúp tiết kiệm thời gian hơn.

Bên cạnh kênh bán hàng trực tiếp, nhiều doanh nghiệp đồ uống cũng đẩy mạnh bán hàng trên các sàn thương mại điện tử (Shopee, Lazada, Tiki...), mạng xã hội (facebook, tiktok...) với rất nhiều chương trình khuyến mãi đặc biệt chỉ dành riêng cho khách hàng mua sắm online.

Trong đó có thể kể đến là Tổng công ty CP Bia – Rượu – Nước giải khát Hà Nội (HABECO) đã xây dựng kênh bán hàng trực tuyến tại Shopee, Lazada, liên tục cập nhật các chương trình khuyến mãi như tặng voucher mua sắm, miễn phí giao hàng, áp dụng giao hàng nhanh tại một số thành phố lớn... Kênh bán hàng chính thức của HABECO trên sàn thương mại điện tử được đồng đảo người tiêu dùng tin tưởng, lựa chọn. Sản phẩm Bia Hà Nội, thương hiệu nổi tiếng của HABECO nằm trong “Top sản phẩm bán chạy trên sàn thương mại điện tử Shopee”. ■



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

trình khuyến mãi về giá với các sản phẩm Tết. Ngoài ra, các doanh nghiệp đã bắt đầu tung ra nhiều chương trình khuyến mãi Tết nên người tiêu dùng quan tâm nhiều hơn đến các sản phẩm mẫu mã Tết. Các doanh nghiệp đồ uống như SABECO, HEINEKEN Việt Nam, HABECO, Tân Hiệp Phát, Coca-

tạp hóa tại chợ Nghĩa Đô (Cầu Giấy, Hà Nội) cho biết: Năm nay do những biến động của tình hình kinh tế, người tiêu dùng có nhu cầu cắt giảm chi tiêu nên sức mua các mặt hàng Tết ở mức vừa phải, hy vọng sẽ khởi sắc hơn vào những ngày giáp Tết. Trước tình hình còn khá trầm lắng nên cửa

NỖ LO CHẤT LƯỢNG HÀNG HÓA DỊP TẾT

■ ÁNH DƯƠNG

Cận Tết là thời điểm nhu cầu mua sắm của người tiêu dùng tăng mạnh, nhiều tiểu thương đã nhân cơ hội “tuồn” hàng giả, hàng nhái, hàng kém chất lượng vào thị trường nhằm trục lợi, ảnh hưởng tới sức khỏe người tiêu dùng và ảnh hưởng đến thương hiệu của các doanh nghiệp chân chính.



Người tiêu dùng nên chọn mua sắm hàng hóa tại những địa chỉ tin cậy và các sản phẩm uy tín

Khó phân biệt hàng giả, hàng nhái

Tết Nguyên đán 2024 đang cận kề, trên thị trường đã bắt đầu xuất hiện một loạt các sản phẩm bánh kẹo, đồ uống bị làm giả, làm nhái các thương hiệu nổi tiếng, nếu không để ý kỹ người tiêu dùng rất khó phân biệt.

Cùng với công nghệ phát triển, các thủ đoạn làm giả, làm nhái ngày càng tinh vi, gây khó khăn cho việc phát hiện và xử lý. Những hộp bánh, chai nước nhái các thương hiệu nổi tiếng được làm rất giống với hàng thật, có màu sắc bắt mắt, kiểu dáng tương

tự, rất khó để có thể phân biệt với hàng chính hãng.

Các thương hiệu uy tín liên tục cảnh báo người tiêu dùng để tránh mua phải hàng kém chất lượng. Tuy nhiên, nạn hàng giả, hàng nhái, sao chép nhãn hiệu, thương hiệu diễn ra ngày càng tinh vi và phức tạp. Hầu hết các sản phẩm làm giả đều không đáp ứng được yêu cầu về quy trình sản xuất và an toàn thực phẩm (ATVSTP). Chính vì vậy, người tiêu dùng cần phải hết sức cẩn trọng trong việc mua sắm dịp Tết để đảm bảo sức khỏe cho gia đình, người thân.

Thời điểm giáp Tết, các sản phẩm như bánh kẹo, rượu, bia, nước giải khát có sức tiêu thụ tăng gấp nhiều lần ngày thường nên rất dễ bị làm giả, làm nhái hoặc không đảm bảo chất lượng. Nhìn bên ngoài các sản phẩm này có tên và mẫu mã tương tự với các sản phẩm nổi tiếng rất dễ gây nhầm lẫn. Tại khu vực nông thôn, vùng núi, khu tập trung nhiều sinh viên, người lao động thu nhập thấp, các sản phẩm này lại càng được ưa chuộng bởi giá rẻ, phù hợp với nhu cầu tiêu dùng.

Bà Nguyễn Thị Vân (chủ tạp hóa Vân Tơ tại Phú Thịnh, Phú



Cường, Ba Vì, Hà Nội) cho biết: Để đáp ứng phần lớn nhu cầu khách hàng, cửa hàng thường nhập đa dạng các thương hiệu đồ uống như bia, nước giải khát. Với nước giải khát có thể nhập về nhiều loại với các mức giá khác nhau để người dân lựa chọn. Chẳng hạn, cùng 1 loại nước cam hay trà bí đao có mẫu mã tương tự nhau sẽ có 1 loại giá cao hơn và 1 loại giá thấp hơn. Với đa phần người dân ở khu vực nông thôn, thu nhập thấp, ít quan tâm đến hương vị, mẫu mã sẽ chọn mua sản phẩm có giá rẻ hơn, nên mặt hàng này thường bán khá chạy.

Thực tế hiện nay, bên cạnh kênh mua sắm tại các siêu thị, đại lý, nhiều người có xu hướng chuyển từ mua sắm trực tiếp sang mua qua trực tuyến... vì tính tiện lợi nhưng chính kênh phân phối này rất dễ bị trà trộn hàng giả, hàng nhái. Do đó, nhiều tiểu thương đã lợi dụng thương mại điện tử để kinh doanh hàng nhái, hàng giả mạo nhãn hiệu... với giá rẻ bất ngờ. "Cuộc chiến" với những đối tượng buôn lậu, quảng cáo, tiêu thụ hàng cấm, hàng giả, hàng xâm phạm quyền sở hữu trí tuệ, hàng kém chất lượng dịp Tết Nguyên đán luôn gặp không ít khó khăn.

Tuy nhiên, bên cạnh những người mua nhầm hàng giả thì vẫn còn nhiều người tiêu dùng muốn sử dụng hàng giả, hàng nhái vì mẫu mã tương tự các thương hiệu nổi tiếng nhưng giá rẻ hơn rất nhiều. Những loại hàng hóa này thường là quần áo, túi xách, đồng hồ, nước hoa... nhái các thương hiệu và được giới thiệu là hàng F1, like auth (loại hàng cao cấp nhất trong các loại hàng giả).

Người bán hàng giả khi bị phát hiện sẽ bị xử lý nhưng với người tiêu dùng cố tình sử dụng hàng giả chưa có trường hợp nào bị xử lý. Vấn đề được đặt ra là để bảo vệ người tiêu dùng và doanh nghiệp, cần công bằng trong vấn đề xử lý với cả người bán lẫn người mua.

Cần trọng trong tiêu dùng hàng hóa

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.

Tháng 12 vừa qua, Đội Quản lý thị trường số 10, Cục QLTT thành phố Hà Nội đã phát hiện hàng trăm thùng nước giải khát hết hạn sử dụng ghi trên nhãn hàng hóa tại địa chỉ xóm Đình Thôn, thôn 1, xã Hồng Kỳ, huyện Sóc Sơn (Hà Nội). Lực lượng chức năng đã phát hiện 219 thùng nước ngọt của nhiều nhãn hiệu như nước cam ép 360, nước me ép 360, nước tăng lực Red Dimo, nước tăng lực Sumo, nước tăng lực Phoenix, trà me đá đều hết hạn sử dụng.

Nếu không được phát hiện kịp thời, số nước giải khát hết hạn này chắc chắn sẽ được đưa ra thị trường, tới các cửa hàng kinh doanh, cửa hàng ăn uống. Và với sự thiếu hiểu biết thì người tiêu dùng sẽ tiêu thụ những sản

phẩm hết hạn, không đảm bảo chất lượng mà không hay biết.

Như vậy, 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.

Người tiêu dùng cũng cần hết sức thận trọng với các loại thực phẩm có màu sắc bắt mắt vì có thể những sản phẩm này chứa phẩm màu, phụ gia độc hại cho sức khỏe.

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. ■

THỬ VẬN MAY BẬT NẮP BIA RINH QUÀ LỚN ĐÓN TẾT GIÁP THÌN 2024

Năm mới, thêm bạn mới! Và bia cũng có thể là lựa chọn tiêu chuẩn để nói lời “chào may mắn” cho một năm mới sắp đến. Tết Giáp Thìn 2024 đang tới gần, cùng thử vận may vừa uống bia vừa có cơ hội mang lộc may mắn đầu xuân thì không nên bỏ lỡ những chương trình bật nắp bia trúng thưởng 2024 chào Tết của các thương hiệu bia.

■ THIÊN BÌNH

Thị trường Bia Tết đã bắt đầu nhộn nhịp và càng thêm sôi động với các chương trình khuyến mại bia trúng thưởng từ các hãng. Đón chào mùa lễ hội cuối năm, Tết Nguyên đán sắp tới, rất nhiều vận may đang chờ đón trong mỗi thùng bia Tết.

Đón Tết Rồng - Nhận bội quà cùng Bia Saigon

Đón Tết Rồng 2024, SABECO triển khai hàng loạt chương trình khuyến mại sớm với thông điệp “Đón Tết Rồng – Nhân bội lộc” với kỳ vọng sẽ trở thành lựa chọn hàng đầu của khách hàng trong dịp Tết này.

Chương trình khuyến mại “Đón năm Rồng – Sản lộc Rồng” cùng Bia Saigon trong thời gian từ ngày 01/11/2023 đến hết ngày 15/01/2024 sẽ có cơ hội nhận 100 giải Nhất mỗi giải 1 điện thoại Iphone 15

Pro Max 512GB, 1.000 giải tiền mặt mỗi giải trị giá 3 triệu đồng và rất nhiều thẻ cào điện thoại trị giá 20 nghìn đồng. Khách hàng từ đủ 18 tuổi còn chần chừ gì nữa mà không mua một thùng Bia Saigon Special để trở thành chủ nhân may mắn trúng thưởng từ chương trình khuyến mại Tết “Đón năm Rồng – Sản lộc Rồng” của Bia Saigon.

Cùng nằm trong chương trình khuyến mại đón Tết 2024, Bia 333 mang tới chương trình khuyến mại “1 thẻ cào – 3 lần cơ hội”. Chương trình diễn ra từ ngày 23/10/2023 đến hết ngày 03/02/2024. Cơ cấu giải thưởng gồm: 3 giải Nhất mỗi giải 01 xe Mercedes C300 AMG; 50 giải Vàng trị giá 05 chỉ Vàng 9999 và hàng triệu thẻ nạp điện thoại/voucher Grab, Shopee trị giá 20 nghìn đồng và 30 nghìn đồng.

Bia Saigon Chill khiến mùa chill cuối năm thêm náo nhiệt với siêu khuyến mại “Mở thùng chill – Tới mùa chill” từ ngày 23/10/2023 đến hết ngày 15/01/2024. Thỏa sức sản hàng trăm phần quà hấp dẫn trong mỗi thùng Bia Saigon Chill để có cơ hội trở thành chủ nhân 1 trong những phần quà sau: 5 giải Nhất 01 xe máy Vespa Sprint S 125 TFT; 15 giải Nhì, máy tính xách tay MacBook Air M2 15; 15 Giải Ba: Vali Rimowa; 30 Giải Tư: Loa B&O Beolit 20; 3000 Giải Năm: Thùng Bia Saigon Chill (18 lon, 330ml/lon) và hàng trăm ngàn mã điện thoại/ voucher Shopee/ Grab trị giá 20.000 đồng và 30.000 đồng.

Rinh xe về nhà cùng Bia Việt

Cam kết sát cánh cùng người tiêu dùng Việt trên





cả nước, Bia Việt - Thương hiệu của HEINEKEN Việt Nam từ khi ra mắt đã không ngừng nỗ lực cải tiến nhằm đáp ứng thị hiếu và nhu cầu của khách hàng. Mới đây Bia Việt đã ra mắt phiên bản mới đậm chất Việt với diện mạo và bao bì hiện đại hơn, cùng chất bia và hương vị đậm đà hơn.

Thương thức Bia Việt Mới và chào đón năm mới 2024, Bia Việt triển khai chương trình khuyến mại “Rinh xe về nhà” như lời tri ân tới các khách hàng thân thiết. Chương trình diễn ra từ ngày 01/10/2023 đến ngày 10/02/2024. Cơ cấu giải thưởng hấp dẫn gồm: 350 giải Nhất: 01 xe máy Honda Future 125 Fi phiên bản cao cấp phanh đĩa vành đúc năm 2023; 2.000 giải Nhì: 1,000,000 VNĐ tiền mặt; Hàng triệu giải tiền mặt 10,000 VNĐ. Hãy thử vận may cùng Bia Việt, bật nắp để có cơ hội trúng xe về nhà đón Tết.

Thấy Bia Hà Nội là thấy Tết

Như thường lệ, cứ độ cuối năm, sắc đỏ, vàng trên mỗi thùng Bia Hà Nội như báo hiệu mùa Xuân đang về, Tết đang tới gần. “Thấy Bia Hà Nội là thấy Tết” - thông điệp ý nghĩa của Bia Hà Nội như lời nhắc nhở mỗi người hãy tạm gác lại công việc và bộn bề của

cuộc sống để dành thời gian nhiều hơn cho người thân, bạn bè, tỏ bày những nỗi nhớ niềm thương, hân hoan khoảnh khắc hội ngộ. Hương vị và hơi men của bia là điều không thể thiếu mỗi dịp Tết đến, Xuân về. Như chất xúc tác gắn kết người người, nhà nhà, đón Xuân Giáp Thìn 2024, Bia Hà Nội tiếp tục mang đến một chương trình khuyến mại Tết đầy hấp dẫn, là lời tri ân với các khách hàng thân thiết 1 năm qua đã luôn đồng hành, yêu thích Bia Hà Nội.

HABECO với sản phẩm Bia Hà Nội đã chính thức tung ra chương trình khuyến mại “Bật nắp ngay trúng triệu lộc Vàng” bắt đầu từ ngày 10/11/2023 đến hết ngày 31/3/2024. Chương trình áp dụng với sản phẩm Bia Hà Nội vàng và Bia Hà Nội xanh 24 lon 330ml trên phạm vi toàn quốc.

Chương trình khuyến mại “Bật nắp ngay trúng triệu lộc Vàng” của Bia Hà Nội sẽ mang đến cho khách hàng nhiều giải thưởng có giá trị trong dịp Tết Giáp Thìn 2024. Trong thời gian diễn ra khuyến mại, khách hàng từ 18 tuổi trở lên khi mua thùng Bia Hà Nội Vàng hoặc thùng Bia Hà Nội Xanh sẽ có cơ hội trúng thưởng 20 cây vàng SJC 9999, 200 chỉ vàng SJC 9999 cùng hàng triệu thẻ nạp điện thoại trị giá 20.000VNĐ và 10.000VNĐ

Bật nắp Huda - Khui Tết vàng rực rỡ

Tạm biệt năm cũ với những sự kiện sắp đi qua và đón chào năm mới đầy rực rỡ sắp tới, hãy cùng “Bật nắp Huda - Khui Tết vàng rực rỡ” để cùng trải nghiệm những khoảnh khắc hết mình của lễ hội Tết và mang may mắn, tài lộc về nhà.

Từ ngày 23/10/2023 đến hết ngày 20/3/2024, khi bật nắp Huda khách hàng sẽ có cơ hội trúng thưởng giải Đặc biệt 01 lượng vàng miếng PNJ 24K trị giá 59.500.000 VNĐ; Giải nhất: 01 chỉ vàng PNJ 24K nhẫn trơn trị giá 5.715.000 VNĐ; Giải tiền mặt trị giá 20.000 VNĐ hoặc 10.000 VNĐ.

Chương trình khuyến mãi với nhiều giải thưởng giá trị ẩn giấu dưới nắp lon Huda phiên bản Tết, chờ đón người dân “rước lộc” về nhà. Chương trình khuyến mại áp dụng tại Thành phố Đà Nẵng, Nghệ An, Hà Tĩnh, Quảng Bình và Quảng Nam (ngoại trừ kênh siêu thị).

Cùng thử vận may bằng cách tới các siêu thị, đại lý, cửa hàng tạp hóa mua và mở những thùng bia Tết, cùng nhau đón một cái Tết đầm ấm, trọn vẹn, sum vầy bên gia đình. ■

HON CHUAN

DOANH NGHIỆP HÀNG ĐẦU VỀ SẢN XUẤT BAO BÌ ĐÓNG GÓI THỰC PHẨM VÀ ĐỒ UỐNG

Tập đoàn Hon Chuan được thành lập vào năm 1969 và ban đầu chỉ là một nhà máy quy mô gia đình sản xuất ống hút nhựa và màng lót nắp nhựa. Sau hơn 50 năm phát triển và tích lũy kinh nghiệm, Hon Chuan đã phát triển thành tập đoàn chuyên sản xuất bao bì đóng gói thực phẩm và đồ uống bao gồm nắp chai, phôi PET/rPET, màng co, tem nhãn, chai PET và dịch vụ sản xuất gia công đồ uống, nước giải khát nhằm cung cấp giải pháp toàn diện “One-Stop Solution” cho khách hàng. Hon Chuan hợp tác liên minh chiến lược với các nhà sản xuất đồ uống lớn trên thế giới và mô hình OEM chuyên nghiệp để nắm bắt xu hướng cùng cơ hội tăng trưởng trên thị trường.

Hiện nay, Hon Chuan đã trở thành tập đoàn hàng đầu về sản phẩm đóng gói và dịch vụ sản xuất gia công đồ uống tại Đài Loan, top 2 tại Trung Quốc và



top 3 tại Đông Nam Á. Với tổng 47 nhà máy và hơn 4.800 cán bộ công nhân viên trải dài ở các quốc gia và khu vực như: Đài Loan, Trung Quốc, Đông Nam Á (Thái Lan, Indonesia, Việt Nam, Malaysia, Myanmar, Campuchia) và Mozambique ở Châu Phi. Sản phẩm của chúng tôi có mặt tại các quốc gia như Đài Loan, Hồng

Kông, Trung Quốc, Nhật Bản, Hàn Quốc, các quốc gia khu vực Đông Nam Á, Trung Đông, Ấn Độ, Pakistan, Úc, Mỹ, Canada, và nhiều quốc gia khác trên thế giới. Hon Chuan sẽ không dừng lại ở đó và sẽ tiếp tục mở rộng mạng lưới trên thương trường quốc tế.

Thông qua kỹ năng lãnh đạo và sự hợp tác tập thể, Hon Chuan



không ngừng nâng cao năng lực cạnh tranh, mở rộng thị trường bằng cách áp dụng mô hình kinh doanh sáng tạo và thiết lập đối tác chiến lược trung và dài hạn với khách hàng, từng bước mở rộng quy mô thị trường. Sản phẩm của Hon Chuan đã đạt được những chứng nhận sản phẩm chất lượng từ các tập đoàn đồ uống lớn trong và ngoài nước như ISO, FSSC 22000, chứng nhận BRC của Anh, chứng nhận Halal, chứng nhận thực phẩm tốt TQF của Đài Loan và nhiều chứng nhận chuyên môn quốc tế khác. Chúng tôi hướng tới cung cấp sản phẩm và dịch vụ chất lượng nhằm đáp ứng nhu cầu ngày càng cao của khách hàng và yêu cầu ngày một khắt khe của thị trường.

Trong những năm gần đây, Hon Chuan đã tích cực thúc đẩy ESG (Bảo vệ môi trường, quản trị doanh nghiệp và công tác xã hội) cùng nhiều khía cạnh khác; không ngừng nỗ lực để mang lại những tác động tích cực cho xã hội thông qua các hành động cụ thể. Đội ngũ nhân viên của chúng tôi không chỉ có ý thức sâu sắc về trách nhiệm của mình đối với công ty, mà còn đặc biệt nhạy bén và tận tâm với trách nhiệm cộng đồng. Chúng tôi tuân thủ các triết lý và mục tiêu: "Trung thực trong kinh doanh, chăm sóc nhân viên, đóng góp cho xã hội, tập trung vào thị trường, khách hàng và nhân tài". Công ty hướng tầm nhìn đạt tới mức độ doanh nghiệp xuất sắc hàng đầu và vượt trội trên khu vực toàn cầu. ■



THÔNG TIN LIÊN HỆ:
CÔNG TY TRÁCH NHIỆM HỮU HẠN
HON CHUAN VIETNAM

Số 29, Đường số 7, KCN VSIP II, Hòa Phú,
Thủ Dầu Một, Bình Dương
Phòng Kinh doanh: Mr. Tony Chang
Điện thoại liên hệ: +84 987 258 478

KHAI MẠC HỘI CHỢ XUÂN GIÁP THÌN

Hội chợ Đồ uống Xuân 2024

Với chủ đề “Nơi hội tụ hương vị Xuân đất Việt”, Hội chợ Xuân Giáp Thìn – Hội chợ Đồ uống Xuân 2024 vừa chính thức khai mạc vào tối ngày 26/01/2024 (tức 16 tháng Chạp năm Quý Mão) tại phố đi bộ Trần Nhân Tông (Công viên Thống Nhất, Hai Bà Trưng, Hà Nội).

■ **NGA NGUYỄN**



PGS.TS Nguyễn Văn Việt - Chủ tịch VBA phát biểu tại Lễ khai mạc Hội chợ.

Hội chợ do Hiệp hội Bia – Rượu – Nước giải khát Việt Nam (VBA) phối hợp cùng Công ty TNHH một thành viên Công Viên Thống Nhất tổ chức. Bên cạnh các sản phẩm đồ uống đến từ các thương hiệu đồ uống nổi tiếng, Hội chợ quy tụ hàng ngàn sản phẩm đến từ các doanh nghiệp, cơ sở sản xuất kinh doanh của nhiều tỉnh, thành phố trên cả nước, là các sản phẩm đặc trưng địa phương, đặc sản vùng

miền nhằm phục vụ nhu cầu tiêu dùng trong dịp đón Tết của nhân dân và khách thập phương.

Phát biểu tại Lễ khai mạc, PGS. TS Nguyễn Văn Việt - Chủ tịch VBA cho biết, Hội chợ Xuân Giáp Thìn – Hội chợ Đồ uống Xuân 2024 là hoạt động truyền thống mỗi dịp Tết đến, Xuân về và là nơi hội tụ đa dạng các mặt hàng đến từ mọi miền đất nước, từ miền núi phía Bắc, miền Trung, Tây Nguyên, miền Đông đến miền Tây Nam Bộ. Trong lĩnh vực đồ uống, có sự

tham gia của các doanh nghiệp hàng đầu như: Tổng công ty Cổ phần Bia - Rượu - Nước giải khát Sài Gòn (SABECO), là Nhà tài trợ Kim cương; Tổng Công ty Cổ phần Bia - Rượu - Nước giải khát Hà Nội (HABECO) là nhà quảng cáo Bạc...

Đặc biệt, với chủ đề “Nơi hội tụ hương vị Xuân đất Việt”, Hội chợ năm nay có sự tham gia của đông đảo các sản phẩm nông sản, thực phẩm an toàn; các mặt hàng lương thực thực phẩm phục vụ Tết, các sản phẩm thủy hải sản chế biến và tươi sống; các sản phẩm thủ công mỹ nghệ từ sơn mài, gốm sứ, đồ đồng, nội thất cùng nhiều sản phẩm thời trang, gia dụng khác. Các sản phẩm tham gia Hội chợ đảm bảo theo đúng yêu cầu về nguồn gốc xuất xứ rõ ràng, uy tín, đáp ứng các tiêu chuẩn an toàn thực phẩm, đạt tiêu chuẩn VietGap, Global Gap..., các sản phẩm tham gia chuỗi cung ứng nông sản thực phẩm an toàn; canh tác theo



Cắt băng khai mạc Hội chợ



Hội chợ có sự tham gia của các thương hiệu lớn

hướng hữu cơ và đạt chứng nhận sản phẩm OCOP địa phương.

Mặt khác, để bảo vệ tốt nhất quyền lợi của người tiêu dùng, Ban Tổ chức phối hợp chặt chẽ với các ban ngành chức năng của thành phố Hà Nội thường xuyên giám sát, kiểm tra nguồn gốc, chất lượng sản phẩm, hàng hóa trưng bày bán tại hội chợ, đặc biệt là công tác vệ sinh an toàn thực phẩm.

Hội chợ Xuân Giáp Thìn – Hội chợ Đồ uống Xuân 2024 dự kiến diễn ra đến hết ngày 31/01/2024 (tức 21 tháng Chạp năm Quý Mão) được kỳ vọng sẽ là hoạt động mang lại nhiều lợi ích vật chất và tinh thần cho cả doanh nghiệp và người dân thủ đô nhân dịp đón mừng năm mới Giáp Thìn. Đồng thời, hứa hẹn sẽ là điểm hấp dẫn và mang nhiều ý nghĩa để đồng bào tới vui chơi, sắm Tết và thưởng thức không khí ngày Xuân. ■



KHỐI MÁY CHIẾT LON GIỜ ĐÃ CÓ MODULESEAM VỚI 14 ĐẦU GHÉP MÍ CHO CÔNG SUẤT CAO HƠN

Cực kỳ nhanh, hợp vệ sinh và vững chắc: Máy ghép mí lon Modulseam với 14 đầu ghép mí mới vượt quá mọi yêu cầu cho việc ghép mí lon một cách hoàn hảo và an toàn. Sự phát triển này của Modulseam được thiết kế dành cho những khách hàng muốn kết hợp hiệu suất tốc độ cao và khả năng vệ sinh hàng đầu.

Một số sửa đổi đã cho phép thế hệ mới nhất này của máy ghép lon đạt được hiệu suất tốt nhất ở một số khía cạnh:

Phá kỷ lục về tốc độ

Biến thể 14 đầu ghép mí mới của máy Modulseam bổ sung thêm tốc độ vận hành ấn tượng lên đến **110.000 lon mỗi giờ** vào danh mục máy ghép mí

lon của Krones, nhờ đó cung cấp giải pháp tối ưu để thu hẹp khoảng cách giữa biến thể 12 và 18 đầu ghép mí cho dải công suất cao.

Tiết kiệm không gian tối đa

Krones ưu tiên tích hợp máy này vào khối máy chiết rót và ghép mí cho lon, có tên là Modulfill Bloc FS-C. Điều này mang đến cho các nhà sản xuất nước giải khát lợi thế về sự phối hợp hoàn hảo giữa hai hệ thống: Các tính năng dùng chung như bảng điều khiển HMI trung tâm giúp giảm số lượng giao diện vận hành và khối máy yêu cầu không gian lắp đặt nhỏ hơn đáng kể so với cấu hình bao gồm máy chiết rót và ghép mí lon riêng biệt.

→ Cấu hình khối máy cũng có sẵn với phòng sạch nhỏ gọn



Khối máy Modulfill Bloc FS-C với máy ghép mí mới cũng là một thành phần của dây chuyền chiết lon loại cách ly có tốc độ nhanh nhất và nhỏ gọn nhất trên thị trường.





Đối với đồ uống nhạy cảm, khối máy Modulfill Bloc FS-C có thể được cung cấp phòng sạch nhỏ gọn theo yêu cầu. Tùy chọn này giúp giảm diện tích lắp đặt khoảng 35% và chiều cao khoảng 2,5 mét (so với khối máy thông thường).

Hợp vệ sinh kỳ diệu

Tương tự như phiên bản trước, khu vực xử lý trong máy ghép mí lon mới được tách biệt hoàn toàn khỏi khu vực truyền động - một ưu điểm độc đáo thực sự khiến các giải pháp khối được thiết kế hợp vệ sinh này trở nên khác biệt so với đối thủ cạnh tranh. Dây cáp điện và ống mềm cung cấp chất được đặt bên ngoài khu vực xử lý và tất cả các bộ phận bên trong khu vực xử lý đều được chế tạo bằng thép không gỉ. Máy ghép mí lon có thể được vệ sinh bằng xút nóng, giúp loại bỏ vi khuẩn, nấm men và bào tử hiệu quả hơn so với phương pháp vệ sinh bằng bột thông thường. Điều tương tự cho việc vệ sinh bên trong và bên ngoài máy (CIP và COP).

Thêm điểm nổi bật về thiết kế

Theo Ông Dalibor Mandic - Giám đốc Sản phẩm, **thời gian chuyển đổi được tối ưu hóa** đạt được bằng cách tích hợp hệ thống thay đổi nhanh các bộ phận xử lý lon là một trong những ưu điểm chính của máy ghép mí Modulseam 14 đầu ghép mí vì

chúng giúp tiết kiệm thời gian và chi phí trong quá trình sản xuất.

Và nói về sự tối ưu hóa: Các chuyên gia Krones cũng đã đưa việc vận chuyển lon từ máy chiết rót sang máy ghép mí lên một tầm cao hoàn toàn mới, thiết kế lại và **cải tiến tất cả các bộ phận liên quan**. Điều này đặc biệt quan trọng vì ở tốc độ cao của mức công suất này, ngay cả sự xáo trộn nhỏ nhất cũng có thể gây ra hậu quả nghiêm trọng cho việc vận chuyển lon, chẳng hạn như làm cho sản phẩm chiết bị trào ra khỏi lon.

Đồng thời, **sản lượng vận hành thấp hơn trên mỗi đầu ghép mí** của biến thể Modulseam mới giúp giảm hao mòn. Và như thế vẫn chưa đủ, việc chuyển đổi nhanh chóng của máy ghép mí Modulseam giúp giảm chi phí vận hành và tính linh hoạt cao hơn cho khách hàng sử dụng máy.

Máy ghép mí Modulseam 14 đầu được thiết kế cực kỳ vững chắc, có thể chịu được lực mạnh khi máy vận hành ở tốc độ cao như vậy. Máy có **khung vững chắc** và bốn chân đỡ thay vì ba chân như thông thường. Điều đó đảm bảo rằng trọng lượng của máy được phân bổ đều, điều này cũng giúp cho việc lắp đặt và vận hành nhanh hơn cũng như khả năng chuyển đổi và điều chỉnh máy tuyệt vời. Đối với người vận hành máy, điều đó có nghĩa là ít phải tinh chỉnh hơn, khả năng tiếp cận được cải thiện và bảo trì dễ dàng hơn.



Máy ghép mí Modulseam 14 đầu là giải pháp lý tưởng cho việc chiết rót tốc độ cao.

Modulfill Bloc FS-C kết hợp giữa Modulseam và Modulfill VFS-C

- Chiết rót thức uống nhạy cảm vào lon
- Modulfill Bloc FS-C có phòng sạch nhỏ gọn hoặc theo cấu hình thông thường
- Xử lý ngay cả lon nhẹ một cách cẩn thận nhất
- Kết hợp công nghệ chiết rót truyền thống và chiết vô trùng
- Diện tích lắp đặt nhỏ hơn và ít giao diện vận hành hơn so với các máy độc lập
- Công nghệ xử lý và các thành phần điện tử một nguồn duy nhất
- Kích thước máy nhỏ hơn
- Khu vực xử lý được thiết kế theo khái niệm sàn khô ráo
- Thiết kế hợp vệ sinh tách biệt khu vực xử lý khỏi khu vực truyền động và cho phép vệ sinh máy bằng xút nóng
- Bảng điều khiển dùng chung trung tâm cho máy chiết rót và máy ghép mí
- Vận chuyển lon tối ưu giữa máy chiết rót và máy ghép mí

Luôn sẵn sàng cho khách hàng: Mạng lưới dịch vụ toàn cầu của Krones

Khi nói đến vấn đề bảo dưỡng, việc tích hợp máy chiết rót và máy ghép mí đảm bảo thực hiện dịch vụ dễ dàng hơn. Chỉ cần một kỹ sư của Krones, người được đào tạo về cả máy chiết rót và máy ghép mí, có mặt tại chỗ để tiến hành bảo dưỡng và sửa chữa khối máy Modulfill Bloc FS-C có tích hợp máy Modulseam. Ông Dalibor Mandic cho biết: “Điều đó có nghĩa là khách hàng của chúng tôi có thể hưởng lợi từ chất lượng cao và thời gian

phản hồi nhanh chóng của mạng lưới dịch vụ toàn cầu của Krones”.

Máy ghép mí Modulseam mới hiện đang được sản xuất tại nhà máy Neutraubling tại Đức, nơi Krones kết hợp việc thiết kế, chế tạo và lắp ráp cuối cùng cho toàn bộ khối máy chiết rót và ghép mí. Các bước sản xuất gắn nhau cũng tạo ra lượng khí thải carbon nhỏ hơn. Máy ghép mí Modulseam mới sẽ thực hiện ghép mí lon đầu tiên cho các nhà sản xuất thức uống vào cuối năm nay. Máy rất sạch sẽ, nhanh chóng và đáng tin cậy.

Tóm lược nhanh về máy ghép mí Modulseam

- Máy ghép mí hoàn hảo cho khối máy Modulfill Bloc FS-C, cho dù theo cách bố trí thông thường hay với phòng sạch nhỏ gọn
- Công suất lên đến 110.000 lon mỗi giờ
- Chuyển đổi loại lon nhanh chóng
- Máy được thiết kế cho việc
- Vận hành nhanh
- Khả năng chuyển đổi loại lon và điều chỉnh máy cao
- Ít cần phải tinh chỉnh
- Khả năng tiếp cận được cải thiện
- Bảo dưỡng dễ dàng hơn


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.



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 Giáp Thìn **2024**



CRAFT BEER GINGER

Meng Jian Zong^{1,2}, Nguyễn Huyền Trang², Wei Ting Ting², Qin Yu Xin², Tang Jie³, Lu Jian², Wei Lu¹

(1: Trường Đại học Kỹ thuật Nông nghiệp Quảng Tây - Viện Nghiên cứu Dược - Thực phẩm TP. Nam Ninh, Quảng Tây, Trung Quốc 530007. 2: Trường Đại học Quảng Tây khoa Công nghệ sinh học, TP. Nam Ninh, Quảng Tây, Trung Quốc 530004. 3: College of Light Industry and Food Engineering, Guangxi University, Nanning 530004, China)

TÓM TẮT

Mấy năm gần đây, dịch viêm phổi do coronavirus mới (COVID-19) đã và đang lan truyền rộng trên toàn cầu. Cùng với việc chống và ngăn ngừa đại dịch tiếp tục bùng phát, ngày càng có nhiều người nhận ra vai trò của y học cổ truyền trong việc ngăn ngừa bệnh viêm phổi do nhiễm coronavirus mới, cũng như chức năng quan trọng của gừng như một thực phẩm truyền thống và cây thuốc trong cuộc sống hàng ngày để ngăn ngừa bệnh tật và tăng cường khả năng miễn dịch. Là một thực phẩm xanh lên men tự nhiên, quá trình lên men craft bia Gừng được chú trọng nhiều hơn vào chất lượng và công nghệ sản xuất. Với hương vị tươi mới và độc đáo, phong cách khác nhau, hàm lượng dinh dưỡng phong phú và một số lợi ích sức khỏe nhất định, Craft bia Gừng đang ngày càng được ưa chuộng và trở nên phổ biến hơn trên thị trường. Bài báo này giới thiệu tổng quan cơ sở, qui trình công nghệ sản xuất Bia trên quy mô nhỏ, kết hợp với thành phần dinh dưỡng và hoạt tính sinh học của gừng để sản xuất đồ uống chức năng mới Craft Beer Ginger.

MỞ ĐẦU

Bia là một loại đồ uống có nồng độ cồn thấp được yêu thích và phát triển rộng rãi trên toàn cầu. Thị trường tại Trung Quốc, bia chiếm trên 70% giá trị thị trường đồ uống. Trong những năm gần đây, một phần chịu ảnh hưởng của phong trào sản xuất bia mini từ các nước Âu - Mỹ, một phần do chất lượng cuộc sống và mức tiêu thụ được nâng cao, craft bia thủ công đặc biệt nổi bật lên trên thị trường, với tốc độ tăng trưởng lên tới khoảng 40%. Cùng với việc chất lượng cuộc sống ngày càng được cải thiện-nâng



cao, tình trạng dân số già hóa, bệnh mãn tính và các vấn đề sức khỏe khác phát triển nhanh chóng, người dân ngày càng quan tâm chú trọng hơn tới việc nâng cao chất lượng cuộc sống cũng như chăm sóc sức khỏe thể chất, thể hiện rõ rệt trong sự quan tâm ngày càng tăng đối với cấu trúc chế độ ăn uống và yêu cầu trong thành phần dinh dưỡng thực phẩm, đặc biệt là đối với các loại thực phẩm có chức năng chăm sóc sức khỏe. Bia là đồ uống tiêu dùng lớn thứ ba sau nước và trà, đương nhiên cũng không là trường hợp ngoại lệ. Khi uống bia, người tiêu dùng không chỉ có được trải nghiệm cuộc sống tốt đẹp, đồng thời cũng là lúc có nhu cầu mới về dinh dưỡng chức năng có lợi cho sức khỏe, từ đó sẽ dần có nhiều sản phẩm bia chức năng khác ra mắt. Gừng giàu chất dinh dưỡng cần thiết cho cơ thể, như: carbohydrate, chất béo, vitamin, protein, khoáng chất, chất xơ, nước. Ngoài ra, gừng chứa nhiều thành phần hoạt tính như tinh dầu gừng, gingerol và diphenylheptane, có tác dụng chống oxy hóa, cải thiện khả năng miễn dịch và nhiều lợi ích khác cho sức khỏe. Vị cay trong gừng



thường được sử dụng như một gia vị thơm ngon trong việc chế biến nấu ăn hàng ngày. Đồng thời gừng cũng được dùng như là một vị thuốc đông y truyền thống, là

nguyên liệu chính trong chế biến các loại đồ uống từ gừng như đường đỏ, rượu vang gừng đều có tác dụng chống lạnh ẩm tỳ v.v... những loại đồ uống lên men này rất được người dân ưa chuộng, đặc biệt đối với người già và trẻ em. Vị cay dễ chịu của gừng cũng là một giải pháp kỹ thuật mới khi lựa chọn hương vị lên men bia, kết hợp với tác dụng chức năng chống lạnh ẩm tỳ, craft bia Gừng có hương vị độc đáo, sẽ là đồ uống dinh dưỡng và phù hợp với mục đích chăm sóc sức khỏe cộng đồng.

Craft Bia

Craft Bia công nghệ truyền thống.



Bia là một trong những loại đồ uống có độ cồn thấp lâu đời nhất trên thế giới và là loại đồ uống phổ biến nhất trên toàn thế giới hiện nay. Craft Bia được sản xuất từ nguyên liệu và công nghệ truyền thống

hoặc theo quy trình kỹ thuật sáng tạo mới, có sản lượng hàng năm dưới 6 triệu thùng (70,2t), được sản xuất thủ công hoặc nhỏ lẻ không tuân theo dây chuyền sản xuất lớn và hiện đại như các thương hiệu bia khác, và thông thường chỉ chiếm dưới 25% cổ phần các thương hiệu sản xuất bia này. So với bia sản xuất công nghiệp, đặc điểm của craft bia là quy mô sản xuất nhỏ và sản lượng rất hạn chế, là sự kết hợp khéo léo giữa truyền thống và sự sáng tạo khi sử dụng nguyên liệu cũng như lên men, vì thế bia thủ công mang phong cách địa lý của địa phương khá nổi bật, tập trung chủ yếu vào chất lượng và mùi vị đậm đà đa dạng, mức độ được ưa chuộng trên thị trường ngày càng tăng. Nhìn vào xu hướng phát triển toàn cầu, quy mô thị trường craft bia thủ công là 108,91 tỷ USD vào năm 2018 và dự kiến sẽ đạt 186,59 tỷ USD vào năm 2025 với tốc độ tăng trưởng mỗi năm là 8%. Theo bước phát triển của thời đại, hiện tại craft bia thủ công Trung Quốc cũng đang trong giai đoạn phát triển nhanh chóng.

Xu thế phát triển mới của Craft bia

Craft Bia có đặc điểm là sản xuất quy mô nhỏ, có thể dễ dàng điều chỉnh nguyên liệu và quy trình sản xuất, bằng cách thêm một số nguyên liệu phụ đặc trưng, để phát triển các loại sản phẩm bia thủ công với hương vị mới, có dinh dưỡng cao và chức năng mới, điều



này đã trở thành xu thế phát triển mới của ngành đồ uống địa phương. Trên cơ sở nguồn nguyên liệu phù hợp có thể thêm vào các loại như hoa quế, hoa nhài và trần bì để đưa ra được sản phẩm craft bia có hương vị mới thơm nồng, và phong vị nổi bật đặc trưng; Hoặc bổ sung vào các loại trái cây khác nhau như anh đào, quả mâm xôi, hồng, quả bách, dứa, táo, lê thơm, dưa hấu, lựu, hải đường, việt quất, lê gai, kiwi và hàng chục loại khác, sẽ đưa ra được nhiều loại craft bia không chỉ có hương vị thơm nồng và phong vị đặc trưng khác nhau, mà còn rất giàu chất dinh dưỡng như vitamin và chất chống oxy hóa polyphenon; Để mở rộng thị

trường và đáp ứng nhu cầu của người tiêu dùng, đã lần lượt xuất hiện các loại Craft bia không cồn, có nồng độ cồn thấp hoặc hàm lượng purin thấp, để phục vụ nhu cầu cho người tiêu dùng đặc biệt như nữ giới, nhóm người tiêu dùng bị axit uric cao, đặc biệt xuất hiện các loại bia chức năng như bia probiotic mới có thể làm tăng khả năng miễn dịch. Gần đây, một vài loại bia chức năng mới được phát triển có tác dụng cải thiện sức khỏe như gừng đã trở thành xu thế mới nổi bật trong các sản phẩm đồ uống.

Nguyên liệu Gừng - Ginger



Gừng còn được gọi là củ gừng, rễ gừng, là thân rễ tươi của cây thân thảo lâu năm thuộc họ gừng, gừng là một trong 86 loại được đưa vào danh mục các chất mang tính dược đồng thực phẩm sớm nhất ở Trung Quốc. Gừng có nguồn gốc từ vùng nhiệt đới Đông Nam Á và được trồng ở những nơi như châu Á, châu Phi và Mỹ Latinh. Gừng có vị cay dễ chịu, là loại gia vị nấu ăn quen thuộc hàng ngày được người dân khắp nơi trên thế giới yêu thích. Theo số liệu thống kê của Tổ chức Lương thực và Nông nghiệp của Liên hợp quốc (FAO), nhu cầu về gừng và sản lượng gừng trên toàn cầu liên tục tăng mạnh trong những năm gần đây, với sản lượng gừng toàn cầu đạt 4.328.277 tấn vào năm 2020, tăng gấp đôi sản lượng năm 2016.

Hương vị và dinh dưỡng của gừng

Gừng rất giàu dinh dưỡng, biểu thành phần dinh dưỡng được biên soạn bởi Viện Nghiên cứu Y tế, Viện Khoa học Y tế Trung Quốc cho thấy mỗi 500g gừng tươi chứa 40g đường, 3,5g chất béo, 7g protein, 5g cellulose, 0,9mg carotene, 20mg vitamin C, 0,05mg thiamine, 0,2mg riboflavin, 2mg niacin, 100mg canxi, 225mg photpho, 35mg sắt; Ngoài ra,

gừng còn chứa nhiều axit amin, hexahydrocurcumin và các nguyên tố vi lượng như đồng, mangan, kẽm, crom, niken, coban, germanium, đây đều là những thành phần dinh dưỡng không thể thiếu để duy trì sức khỏe con người. Gừng có hương thơm và hương vị cay đặc thù, thành phần dễ bay hơi trong gừng là tinh dầu gừng, nó quyết định hương thơm và phong vị của gừng; ngược lại, các chất chính tạo độ cay của gừng là các hợp chất phenol không bay hơi như gingerol, gingeridion và shogaol. Các chất hương vị này là yếu tố quyết định hương vị độc đáo của gừng và các sản phẩm gừng.

Hoạt tính sinh học của gừng

Các thành phần hoạt tính sinh học chính của gừng có thể được chia thành ba loại: tinh dầu, gingerols và diarylheptanoids. Tinh dầu gừng là chất lỏng nhờn màu vàng nhạt hoặc xanh nõn chuối trong suốt không tan trong nước, thành phần chủ yếu là monoterpen. Do hầu hết các dẫn xuất chứa oxy của nó có mùi thơm nồng nên thường được dùng làm hương liệu thực phẩm và đồ uống. Qua nghiên cứu, Huang Jing phát hiện ra rằng tinh dầu gừng có thể cải thiện đáng kể chứng ứ máu cấp tính của chuột, tăng chỉ số biến dạng của hồng cầu đồng thời có thể chống lại sự rối loạn vi tuần hoàn do lượng phân tử cao trong dextran gây ra, ức chế con đường đông máu nội sinh và ngoại sinh của chuột và cải thiện hội chứng tăng đông máu của chúng. Gingerol là thuật ngữ chung cho hỗn hợp cay trong gừng, tất cả đều chứa nhóm c3-methoxy-4-hydroxyphenyl trong cấu trúc. Gingerol có chức năng kháng viêm, chống loét, chống oxy hóa, chống kết tập tiểu cầu, hạ đường huyết, giãn nở mạch máu, kháng khuẩn, bảo vệ dạ dày, bảo vệ đường hô hấp, bảo vệ thần kinh và chống ung thư. Các hợp chất diphenylheptan màu vàng có chứa axit. Có thể được chia thành các diaryheptan tuyến tính (linear diaryheptan) và các diaryheptan tuần hoàn (cyclic diaryheptan). Các nghiên cứu về hợp chất diphenylheptan chiết xuất từ gừng chủ yếu tập trung vào hoạt động chống oxy hóa của chúng.

Chức năng cải thiện sức khỏe của gừng

Gừng theo truyền thống vừa là thực phẩm vừa là dược liệu cổ truyền của Trung Quốc, theo y học cổ truyền Trung Quốc, gừng có vị cay nồng, hơi ấm, thuộc kinh phế, tỳ, vị, có tác dụng tiêu độc, chủ yếu



dùng chữa cảm mạo phong hàn, nôn mửa do lạnh bụng, ho đờm, ngộ độc cua cá. Gừng có thể được dùng để thay thuốc trong cuộc sống hàng ngày, ví dụ như sau khi ở quá lâu trong môi trường lạnh có thể dùng canh gừng để uống, giúp thông khí huyết, xua tan tà khí; bên cạnh đó gừng cũng giúp giải tỏa mệt mỏi, chán ăn, mất ngủ, đầy bụng, đau bụng và các triệu chứng khác. Gừng còn có tác dụng bổ tỳ vị, kích thích vị giác. Trong mùa hè nóng bức, nước bọt và dịch vị tiết ra giảm, ảnh hưởng đến khẩu vị của chúng ta, trong bữa ăn chỉ cần dùng vài lát gừng sẽ tăng cảm giác thèm ăn. Trong dân gian, người ta thường rửa sạch, thái lát gừng tươi rồi phơi khô để làm thành những lát gừng khô, hoặc thái nhỏ, phơi nắng, sấy khô ở nhiệt độ thấp rồi nghiền thành bột, pha với nước ấm để uống, có thể điều trị cảm lạnh và các bệnh về hệ tiêu hóa. Khi xuất hiện các triệu chứng cảm lạnh, có thể đun gừng và hành lá hoặc đường nâu để uống, nước gừng và đường nâu cũng có thể dùng để giảm đau bụng kinh, v.v. Người xưa còn dùng rượu gừng ngâm trong rượu trắng hoặc rượu gừng chế biến bằng cách lên men nước gừng để chữa lạnh bụng, chuột rút, khó tiêu và các bệnh khác. Cũng sử dụng gừng, gạo nếp và hải mã, câu kỷ tử hoặc hạt dẻ để ủ rượu vàng như một loại đồ uống nâng cao sức khỏe.

CÔNG NGHỆ SẢN XUẤT CRAFT BEER GINGER **Phương pháp xử lý nguyên liệu gừng**



Nguyên liệu gừng nên chọn sản phẩm tươi, còn nguyên củ, đủ độ chín, mùi thơm đậm đà, cắt lát gừng trước khi sử dụng, để tận dụng hết hương thơm và hoạt chất trong gừng, có thể sơ chế gừng thành nước để dùng. Cho lượng nước gấp 2-5 lần

vào đánh đều và vắt lấy nước cốt, để nước gừng không bị oxy hóa nâu, lúc này có thể cho thêm 0,05% axit ascorbic và các chất khử khác, sau đó lọc hoặc ly tâm để loại bỏ bã và chiết xuất nước cốt để thu được nước gừng trong. Để tăng sản lượng nước gừng, một số quy trình cũng có thể được thêm vào trong giai đoạn đập dập và ép, bao gồm quy trình chiết xuất có hỗ trợ siêu âm và quy trình thủy phân bằng enzyme. Wu Hao sau khi đập dập gừng đã xử lý chúng bằng công suất siêu âm là 7 W/g ở 55°C trong 30 phút và tổng lượng đường trong nước gừng tăng 2,0 lần. Tuy nhiên, tổng lượng đường trong nước gừng tăng 3,3 lần sau khi đập gừng bằng phức hợp enzyme (cellulase 500 U/g, pectinase 500 U/g, α -amylase 65 U/g) trong 1,5 giờ. Ngoài việc sử dụng công nghệ đập và ép truyền thống để pha chế nước gừng, công nghệ sử dụng CO₂ siêu tới hạn để chiết xuất tinh dầu gừng để pha chế nước gừng nấu bia cũng đang được phát triển.

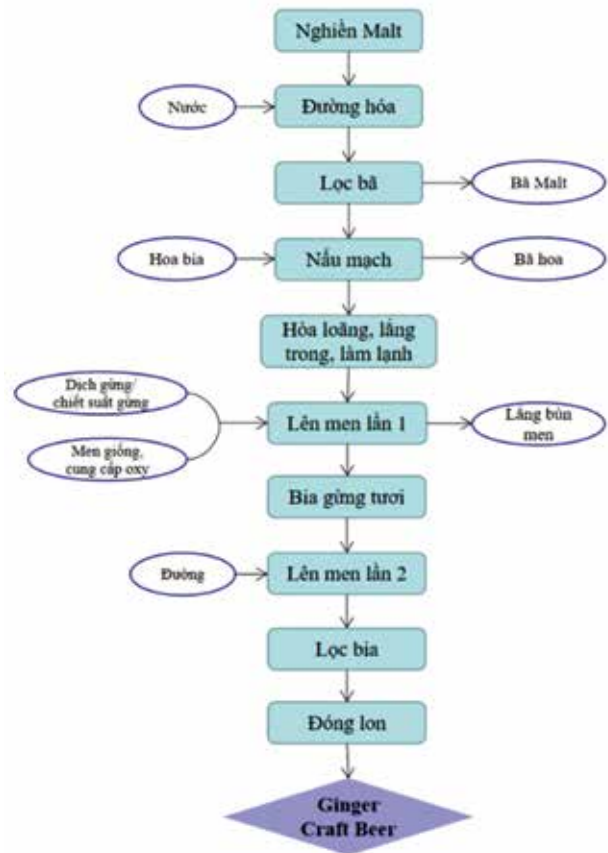
Phương pháp thêm các nguyên liệu từ gừng: Các nguyên liệu phụ đặc biệt trong craft bia có thể được thêm vào trong các giai đoạn đường hóa, đun sôi, lên men chính, sau lên men và lên men phụ. Dùng trực tiếp lát gừng hoặc miếng gừng, đun sôi cùng bã hèm và hoa bia có thể chiết xuất ra hương thơm và các thành phần chức năng của gừng; Tuy nhiên nếu làm như vậy mùi hương sẽ không giữ được lâu, yêu cầu phải thêm lượng nguyên liệu rất lớn, độ đục của hèm cao; Nếu dùng nước gừng thì có thể cho nước gừng vào nồi đun sôi ở giai đoạn cuối, nước gừng cũng có thể cho vào dịch hèm đã được đun để nguội hoặc bia đã lên men nhưng tại thời điểm này, nước gừng cần được khử trùng bằng các phương pháp thích hợp như thanh trùng hoặc khử trùng tức thời ở nhiệt độ cực cao để tránh ô nhiễm, đồng thời, bã gừng được tách ra trong quá trình chuẩn bị nước gừng có thể được thêm vào hỗn hợp nghiền để tận dụng triệt để. Vấn đề độ đục của dịch ép cao do thêm gừng thường được coi là do hàm lượng protein cao, có thể giải quyết vấn đề này bằng cách xử lý bằng enzyme protease trong quá trình chuẩn bị nước gừng, hoặc bằng cách thêm carrageenan và các chất làm trong khác trong quá trình đun sôi dịch đường.

Chức năng sinh học của Craft bia gừng (Craft beer ginger)

Thêm 0,2-4% lát gừng hoặc nước gừng trong các quy trình sản xuất bia thủ công khác nhau có thể tạo ra craft bia gừng với các vị khác nhau, lượng gừng thêm vào càng nhiều thì hương vị gừng của Craft bia càng đậm. Khi tỷ lệ giữa lượng gừng với các loại và lượng hoa bia phù hợp sẽ cho ra loại craft bia đặc biệt với hương gừng đậm đà, vị cay thanh mát độc đáo; Đồng thời, gừng vừa là thực phẩm vừa là thuốc vì có tác dụng giải cảm, không chỉ làm giảm tính hàn của bia mà còn có tác dụng phòng bệnh, tốt cho sức khỏe, điều hòa khí, tốt cho dạ dày. Các loại craft bia gừng mới có chứa nhiều thành phần trong dược phẩm và làm phong phú thêm hương vị, chức năng tốt cho sức khỏe. Tác giả Dwiloka sử dụng gừng tươi, mật ong, chanh, đường Bia gừng lên men với đường thốt nốt và các phụ liệu khác có nồng độ cồn khoảng 3,74%, có vị ngọt nhẹ, hơi đắng và chua, đậm đà hương thơm đặc trưng của gừng, có tác dụng hạ sốt, chống oxy hóa và chống viêm. Sử dụng cho các bệnh nhân bị tăng đường huyết. Sun Liang Yun làm nước gừng tươi chủ yếu với chà là đỏ, nhãn, ngải cứu, mạch nha, hạt ý dĩ, mật ong, đường nâu, v.v., sau khi đường hóa và lên men, thu được bia gừng có thể làm ấm kinh lạc, giải cảm thúc đẩy tuần hoàn máu và loại bỏ máu ứ và giữ ấm. Đây là đồ uống lý tưởng cho sức khỏe để ngăn ngừa chứng suy yếu cổ tử cung ở nữ giới do uống nhiều bia lạnh, giúp phụ nữ không chỉ được thưởng thức vị mát của bia mà còn có thể bảo vệ cơ thể. Hu Hua Yong đã tiết lộ một phương pháp sản xuất craft bia gừng, sản phẩm này được lên men với gừng, cầu kỷ tử, mật ong, v.v. có tác dụng thanh nhiệt giảm nôn, giải độc, giảm đờm, giảm ho, tán hàn, ra mồ hôi, tỉnh táo và chống chóng mặt, đồng thời có thể làm ấm rượu, đặc biệt thích hợp uống vào mùa đông.

Quy trình công nghệ sản xuất craft bia gừng

Craft bia gừng chủ yếu được sản xuất từ malt đại mạch, houblong, gừng tươi, nấm men và nước thông qua các quá trình như xay nghiền malt, dịch hóa, đường hóa, đun hoa houblong, lắng trong, lọc tách bã, đun sôi, hạ làm lạnh, lên men chính, lên men phụ - tàng trữ, lọc Bia, đóng lon, thành phẩm. Quy trình sản xuất bia chính được thể hiện trong Hình 1.



Hình 1 Quy trình công nghệ lên men Craft Beer Ginger

Triển vọng Craft beer ginger

Khi dịch COVID-19 lan rộng khắp thế giới, từ sự hoang mang ban đầu, cho tới khi cộng đồng đã phần nào chú ý đến việc bảo vệ sức khỏe ở các mức độ khác nhau và không ngừng nhận ra tầm quan trọng của việc cải thiện khả năng chống lại bệnh tật của chính mình. Làm thế nào để giữ gìn sức khỏe, chăm sóc sức khỏe và tăng cường khả năng tự miễn dịch trong chế độ ăn uống hàng ngày để duy trì sức khỏe tốt đã trở thành chủ đề được toàn thể xã hội quan tâm. Nhưng làm thế nào để có thể tăng cường miễn dịch một cách “an toàn, hiệu quả và hợp lý” trong chế độ ăn hàng ngày? Một câu trả lời nằm ở việc đưa ra những lựa chọn hợp lý về chế độ ăn uống tăng cường sức khỏe. Craft bia gừng không chỉ là đồ uống có độ cồn thấp mà còn là đồ uống chức năng có các công dụng tốt cho sức khỏe như gừng tán hàn, làm ấm lá lách, là thức uống lý tưởng trong điều kiện phòng chống dịch bệnh. Tozetto đã sử dụng quy trình sản xuất bia Pilsner



truyền thống làm cơ sở, thêm 2g/L lát gừng vào giai đoạn lên men để sản xuất craft bia gừng và so sánh 28 loại bia do siêu thị cung cấp để đánh giá các đặc tính cảm quan của sản phẩm. Kết quả chỉ số chấp nhận chung của craft bia gừng là 92%, và các chỉ số thuộc tính đánh giá khác (màu sắc, hương vị, mùi thơm, hình thức và độ đắng) là đều trên 70% và 91%. Hơn nữa, nhu cầu về bia gừng đang tăng với tốc độ nhanh hơn khi sở thích của người tiêu dùng dần chuyển sang đồ uống chức năng có hàm lượng calo thấp. Theo báo cáo, nhu cầu toàn cầu về craft bia gừng là khoảng 7,5 tỷ đô la Mỹ vào năm 2018 và dự kiến sẽ tiếp tục tăng lên 10,85 tỷ đô la Mỹ vào cuối năm 2025, với tốc độ tăng trưởng kép hàng năm (CAGR) là 5,4% - 6,85 %. Do đó, craft bia gừng sẽ trở thành sản phẩm đồ uống chức năng đặc biệt không những nâng cao sức khỏe cộng đồng mà còn góp phần tăng trưởng kinh tế tại Trung Quốc cũng như trên toàn cầu. ■



Tài liệu tham khảo:

Baiano A. Craft beer: An overview [J]. Comprehensive Reviews in Food Science and Food Safety, 2021, 20: 1829-1856

ChoJi-hyeong, Kimil-doo, Dhungana S K, et al. Persimmon fruit enhanced quality characteristics and antioxidant potential of beer [J]. Food Science and Biotechnology, 2018, 27(4): 1067-1073

Nutakor C, Essiedu J A, Adadi P, et al. Ginger Beer: An Overview of Health Benefits and Recent Developments[J]. Fermentation, 2020, (102): 1-23

Tozetto L M, Nascimento R F, Oloveira M H, et al. Production and physicochemical characterization of craft beer with ginger[J]. Food Science and Technology, 2019, 39(4): 962-970...

DU XUÂN CHÙA HƯƠNG CÓ DUYÊN ĐƯỢC *thưởng trà lão Mai*

Mùa Xuân, du khách văn cảnh chùa Hương, thuộc xã Hương Sơn, huyện Mỹ Đức (Hà Nội), ngoài chiêm bái thắng cảnh Hương Tích, thưởng thức đặc sản của núi rừng Hương Sơn như rau Sắng, củ Mài, rượu mơ, nếu có duyên, khách hành hương sẽ được người dân khu di tích quốc gia, mời thưởng trà thiền lão Mai. Một thú vui tao nhã của cư dân miền đất Phật.

■ HOÀNG XUÂN HIẾN



Thung mơ dạt dào niềm thơ

Ngày mùng Sáu tháng Giêng hàng năm, chùa Hương được tổ chức khai hội, đồng thời với lễ mở cửa rừng theo phong tục truyền thống cư dân vùng bản địa. Đây là một trong những lễ hội có thời gian diễn ra dài nhất, suốt 3 tháng mùa Xuân. Khách thập phương nườm nượp đi trẩy hội. Bối lễ, dãy Hương Sơn không chỉ có “dầu thơm” (hương tích) ở chốn thiền môn, mà đây còn là một thắng cảnh tuyệt đẹp bởi sơn thủy hữu tình, có núi cao xanh thẳm, có suối trong róc rách. Đặc biệt, nơi có nhiều ngôi chùa nổi tiếng độc đáo tạo nên một phong cảnh thiền mỹ.

Thắng cảnh Hương Sơn còn được các tao nhân mặc khách gọi là cõi đẹp, cõi thiền.

Gọi như vậy, bởi khu danh thắng chùa Hương có nhiều cảnh đẹp lung linh huyền bí. Mỗi gốc cây, ngọn núi, hang động đều được gắn những huyền thoại và Phật thoại điển hình như động Hương Tích - Nơi mang “dấu thơm” gắn với Phật thoại về Đức Quan Âm Nam Hải (còn gọi là Quan Âm Diệu Thiện). Với sự lung linh, huyền ảo của cõi đẹp như vậy, nên khu danh thắng Hương Tích trải bao mùa Xuân đã mời gọi các thi nhân về đây gieo vần lập nên thi tứ độc đáo.



Ông Kiều Ngọc Kim (72 tuổi), nguyên Tổng Biên tập báo Hà Tây (cũ), nguyên Phó Tổng Biên tập báo Hà Nội mới, người con của quê hương huyện Mỹ Đức - Hà Nội cho biết: “Quả mơ còn gọi là quả mai mọc ở vùng núi đá vôi Hương Sơn, hấp thụ những tinh túy của đất trời được các bậc tu hành thu hái, ngâm muối trắng sơ chế lấy hạt cho vào chum ngâm rượu ủ trong hang núi sâu thành rượu “Hạnh Nhân tửu” thơm ngon mát bổ. Nay đã được chế biến thành rượu mơ Hương Tích. Nhiều du khách thưởng rượu thấy vị he he, mặn mòi muối biển đã thốt lên khen ngợi: “Đúng là rượu tình của biển khơi”. Thật quá

Nhà thơ Tản Đà đã có bài thơ khắc họa cảnh đẹp Hương Sơn:

*Chùa Hương trời điểm lại trời tô
Một bức tranh tình trải mấy thu
Xuân lại Xuân đi không dấu vết
Ai về, ai nhớ vẫn thơm tho.*

Hương Sơn - một vùng non nước long lanh hiện hữu chốn sơn môn của nhiều bậc tu hành đắc đạo, tạo nên một cõi tâm linh. Tác giả Chu Mạnh Trinh đã thốt lên:

*Bầu trời, cảnh bụi,
Thú Hương Sơn ao ước bấy lâu nay.
Kìa non non, nước nước, mây mây,
Đệ Nhất Động hỏi là đây có phải?
Thỏ thẻ rừng mai chim cúng trái,
Lững lơ khe Yến cá nghe kinh.*

Quả là một vẻ đẹp huyền thoại. Một vùng non non nước nước mây mây đến cả chim, cá cũng nhuốm màu thiển định của nơi được coi là cõi Phật.

Đến thiên trà từ mơ

Chẳng phải vô tình mà tác giả Chu Mạnh Trinh viết về chùa Hương “Bầu trời cảnh bụi”, lại hạ bút: “Thỏ thẻ rừng mai chim cúng trái. Lững lơ khe Yến cá nghe kinh”. Sự thật khi đến Hương Sơn, du khách sẽ mãn nhãn trước “rừng mơ” bởi lẽ cây mơ nở hoa trắng xóa mọc ở khắp nơi trong khe, trên quèn, vách, sườn núi. Hoa mơ trắng tinh khôi, dáng cây mảnh mai tạo nên câu thơ đẹp: “Nét buồn như cúc, điệu gầy như mai” (Kiều - Nguyễn Du). Gốc và quả mơ làm nên những thức uống đặc sắc. Du khách đến chùa Hương thường được nghe một câu ca dao lưu truyền ở cõi thiên này: “Một tay thì dắt người tình, Một tay ôm chặt lấy bình rượu mơ”.



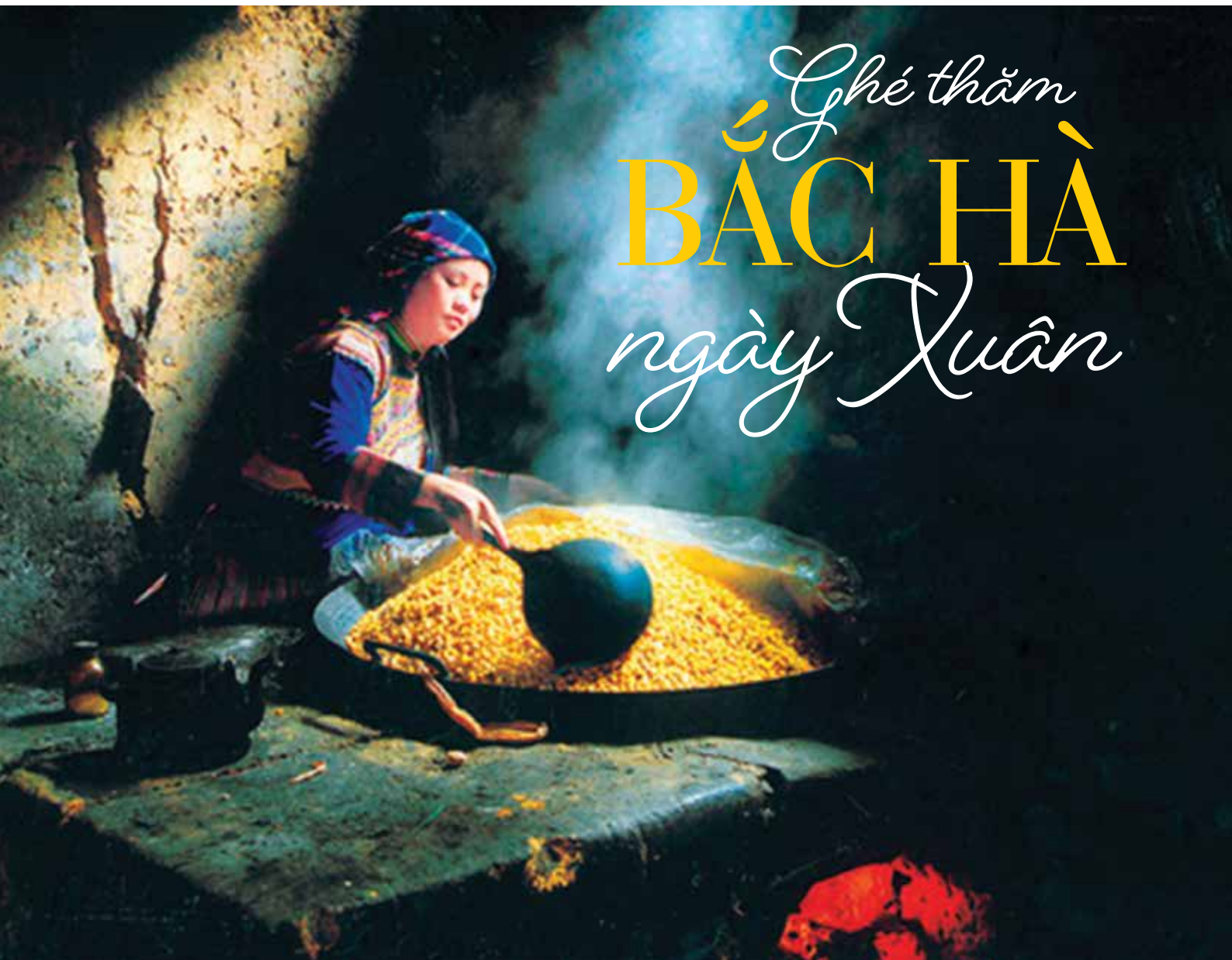
đã! Quá tuyệt vời! Nhưng còn tuyệt vời hơn, cây mơ (mà người xưa gọi là mai) mọc bạt ngàn trên đường lên Tuyết Sơn - Hương Tích cho hoa tuyệt sắc, dáng mỏng manh làm thi tứ, quả là đặc phẩm, khi cây mơ già lão cho cái cốt cách làm một loại trà, ấy là Trà lão mai!”. Ông Kiều Ngọc Kim chia sẻ: “Người dân vùng chùa Hương, lựa phần thân gỗ cây mơ già bị gãy đổ do bão tố thiên tai rồi chẻ nhỏ ra phơi (sấy) khô, đun nước uống. Họ gọi thứ nước này với nhiều tên khác nhau Trà lão Mai, Hồng mai, Thanh mai. Chọn gốc mai càng già, thật khô, dẻo mảnh nhỏ đun nước sẽ có màu đỏ sậm như máu thơm mùi thảo mộc rất ngon, có tác dụng giải nhiệt mát gan bổ thận. Các Thi nhân Nguyễn Trãi, Trạng Trình Nguyễn Bỉnh Khiêm, Nguyễn Du rất thích thưởng thức và làm thơ về trà lão Mai. Như Nguyễn Trãi đã từng viết khi thưởng thức trà thiển này:

*Côi tục trà thường pha nước tuyết
Tim thanh trong vắt tịn trà mai.*

Ngày Xuân trẩy hội chùa Hương, khách thập phương, khi viễn cảnh chùa Thiên Trù xin dừng bước tìm nơi bán và thưởng trà thiển lão mai để thấy được nét thanh tao thi vị của người xưa. ■

Xuân về, huyện Bắc Hà (tỉnh Lào Cai) như được thay “áo mới”, khoác lên mình chiếc áo muôn màu sắc rực rỡ, tươi trẻ, giàu sức sống và ấm áp. Ở nơi đây, bất kỳ ai khi ghé thăm đều có thể được đắm chìm trong cảnh sắc thiên nhiên hùng vĩ với sự trải dài đến mênh mông của sắc hoa đào, hoa mận và cả những lễ hội truyền thống đặc sắc. Trên “cao nguyên trắng”, nếu hợp duyên thì điệu khèn, chén rượu Bản Phố cũng đủ làm mềm môi người lữ khách, để rồi hương vị núi rừng Bản Phố cứ thốn thức mãi không thôi.

■ ĐÌNH LUYỆN





Rượu ngô Bản Phố và tiếng khèn mềm mại

Nằm ở độ cao khoảng 1.000m so với mặt nước biển, Bắc Hà theo tiếng địa phương (tiếng Tày, Nùng) gọi là Pạc Ha, nếu đem cắt nghĩa thì có thể hiểu đó là trăm bó gianh. Nhắc đến Bắc Hà, người ta không chỉ nhớ về “cao nguyên trắng”, nhớ tới dinh thự Hoàng A Tưởng được xây dựng theo lối kiến trúc Á - Âu độc đáo... Mà khi nhắc đến Bắc Hà, nhiều người sẽ nhớ ngay đến chợ phiên - điểm giao thương vùng cao hiếm hoi còn lưu giữ được những nét bản sắc trong văn hóa mua bán, trao đổi của người dân vùng cao phía Bắc.

Kỳ thực, tôi đã ghé thăm Bắc Hà không ít lần và lần nào cũng vậy, nơi đất lành này mỗi lần ghé thăm lại đọng lại dư vị rất riêng biệt. Tôi nhớ, lần đầu tiên khi ghé Bắc Hà, tôi đã quen ông Lý Seo Hồ (xã Bản Phố) khi đó đã gần 80 tuổi và là người Mông chính hiệu. Thời trẻ, ông biết uống rượu, biết thu hút bao cô gái bản bằng điệu múa khèn và những thế võ riêng biệt của người Mông. Tuổi cao, ông vẫn lưng lửng cứng cỏi như cây

rừng đón gió. Trong vùng, ông là “kho tàng sống”, là người giữ hồn tinh hoa văn hóa dân tộc Mông ở “cao nguyên trắng” Bắc Hà.

Sau ly rượu thay lời chào, ông Lý Seo Hồ say sưa giới thiệu cho tôi về điệu múa sênh tiền, múa võ khèn và các bài hát dân ca cổ... Ông bảo, con trai Mông biết múa khèn, chơi đàn môi lúc mới 12, 13 tuổi. Muốn làm được chiếc khèn hay và bền thì người con trai Mông phải mất cả tháng vào rừng tìm cho được cây tre đục. Tre không lấy ngọn, cũng không lấy gốc chỉ lấy phần giữa rồi cho thêm những tay tre già, đục lỗ rồi buộc dây. Khèn ra đời như vậy, đơn giản nhưng khi thổi lên thì tiếng phải trong. Trai Mông không những thổi khèn hay mà còn phải múa đẹp. Vì sao ư, để mỗi mùa hoa đào, hoa mận nở trắng rừng, khi thanh niên trai gái bản tụ tập bên nhau thì những điệu múa, điệu nhạc ấy sẽ hợp hồn thiếu nữ Mông. Từ tiếng khèn, điệu múa mà trai gái Mông tìm đôi, ghép cặp và về ở bên nhau.

Bằng đi ít năm, lần này tôi ghé đến tìm ông Lý Seo Hồ nhưng

chẳng gặp. Người nhà ông bảo với tôi, ông vẫn có thể đi ra chợ phiên và... uống rượu. Thấy ông khỏe tôi cũng mừng. Tôi ra chợ phiên. Nghe một người đồng nghiệp quả quyết rằng, đến Bắc Hà mà không ghé chợ phiên là thiếu mất đi một dư vị khó quên. Bởi, chợ phiên Bắc Hà được coi là nét văn hóa đặc sắc của người dân tộc vùng cao nơi đây.

Nghe kể, chợ được họp từ sáng sớm chủ nhật hằng tuần. Đây là phiên chợ lớn nhất Lào Cai nói riêng và có thể coi là lớn nhất Tây Bắc nói chung. Người dân tộc ở khắp các vùng Tây Bắc đổ về mua bán, nhưng vẫn đậm chất nguyên sơ cũng như bản sắc riêng. Để đáp ứng nhu cầu của khách du lịch, hiện nay Bắc Hà đã tổ chức thêm chợ đêm vào tối cuối tuần để phục vụ ca nhạc và nhu cầu giao lưu cho du khách. Ở chợ này, có thể tìm mua được bất cứ thứ gì, từ nổi niêu, cốc xèng, vải vóc, thảo dược, thuốc quý, hay thậm chí cả trâu bò, lợn gà...

Đang mãi miết ngắm những gian hàng bày quần áo sặc sỡ, tôi được anh Vàng A Tráng lôi đến

điểm ngồi bán rượu. Anh Tráng khỏe, bản thân đã có thâm niên hơn 20 năm nấu thứ rượu đặc sản của vùng đất này. Chẳng giấu nghề, Vàng A Tráng bảo tôi, men rượu chính là bí quyết để tạo nên đặc trưng của rượu ngô Bắc Hà. Men rượu được làm từ loại cỏ Pa hay còn gọi là cây hồng my, thân giống cây cỏ mần trầu, hạt màu đen nhỏ li ti, giống hạt kê. Vào thời điểm tháng 3, khi nương ruộng đã được bừa xong, người dân đem hạt hồng my gieo ở một góc ruộng, đến khi mọc lá như cây mạ thì nhổ lên đem trồng xen ngay ở nương ngô, nương lúa. Đến khoảng tháng 9, khi hạt hồng my chín, người dân cắt về phơi khô, rồi treo trên sàn nhà hoặc gác bếp. Hạt hồng my để làm men được xay nhỏ như bột rồi trộn với nước rượu đầu và nước sôi nhào cho thật nhuyễn, nắm thành từng quả rồi đặt trên rơm phơi ở nơi thoáng gió, ít nắng đến khi khô trắng thì gác lên bếp hoặc treo trên sàn để dùng dần.

Tôi đã nâng chén rượu ngô Bắc Hà ấm nồng được mời nếm thử, trong sự hiếu khách của người dân Bản Phố. Điểm lạ là, dù khách có mua hay không thì người bán cũng đều mời nếm thử. Lòng hiếu khách của người Bản Phố tựa như chút rượu ấm làm mềm môi ngày lạnh, ngọt nhưng cũng thanh thanh, cay cay nơi đầu lưỡi. Để rồi, khi men hồng my chạy khắp cơ thể thì cũng là lúc tình bạn chạm ngưỡng, người xa lạ hóa anh em một nhà.

Xuân trên cao nguyên trắng

Tại chợ phiên Bắc Hà không thể không nói đến những người phụ

nữ. Họ đến chợ với những sắc phục đủ màu rực rỡ. Mỗi cô gái như một bông hoa di động. Từng tốp, từng tốp, cười nói rôm rả, đi đến đâu là bừng sáng, cuốn theo những ánh nhìn mê đắm... khiến cả phiên chợ rực rỡ như một chợ hoa.

Nghe kể, để có được bộ váy lộng lẫy, trước đây phụ nữ dân tộc Mông phải tự tay làm tất cả các công đoạn từ trồng lanh, chuốt sợi, se sợi, dệt vải, thêu... Vì thế, khi chiếc váy hoàn thành nó được coi là "công trình" vĩ đại. Bởi, nhiều người phải mất cả năm trời mới có được bộ váy đủ sắc màu theo đúng văn hóa truyền thống. Tuy vào chất liệu vải, sự kỳ công, mỗi bộ váy áo của phụ nữ Mông sẽ có giá trị khác nhau, trung bình mỗi bộ có giá từ 6 – 10 triệu đồng.

Bắc Hà ngày nay đã khác trước rất nhiều, đời sống người dân nói chung đã được nâng lên nhờ Đảng bộ, chính quyền xác định tập trung, khai thác và phát triển du lịch với nguyên tắc: "Phát triển du lịch phải gắn với bảo tồn những nét văn hóa truyền thống độc đáo của từng

địa phương, từng dân tộc và cộng đồng dân cư".

Các giá trị truyền thống lịch sử, văn hóa của địa phương như: Dinh Hoàng A Tưởng, đền Bắc Hà, đền Trung Đô, rượu ngô Bản Phố, mâm Tam hoa, thắng cố ngựa, Lễ hội rước đất, rước nước của người Tày; hội Say Sán của dân tộc Mông; múa xòe Tà Chải... Cùng những danh lam, thắng cảnh thơ mộng đã được Đảng bộ chính quyền và nhân dân các dân tộc trên địa bàn huyện Bắc Hà bảo tồn, gìn giữ và khai thác bền vững để phát triển du lịch.

Chính quyền huyện Bắc Hà cũng tích cực tham gia các hội chợ, hội nghị kết nối quảng bá du lịch trong và ngoài tỉnh Lào Cai như Tuần Văn hóa Tây Bắc mở rộng và Hội chợ du lịch quốc tế Việt Nam năm 2023. Bên cạnh đó, Bắc Hà còn tích cực tổ chức các sự kiện đặc sắc như tham quan, trải nghiệm, tìm hiểu kiến trúc di tích nghệ thuật Dinh thự Hoàng A Tưởng thông qua không gian diễn giải trang phục, nghề thủ công truyền thống nấu rượu, đan





lát, ẩm thực và chương trình nghệ thuật đặc sắc mang đậm bản sắc văn hóa các dân tộc huyện Bắc Hà... Tất cả những nỗ lực trên đã góp phần thu hút đông đảo du khách đến với mảnh đất “cao nguyên trắng”.

Tôi chợt nhận ra, Xuân về, Bắc Hà như thay “áo mới”, khoác lên mình chiếc áo muôn màu sắc rực

rỡ, tươi trẻ, giàu sức sống và ấm áp. Bắc Hà trồng rất nhiều cây ăn quả, các loài hoa hợp với khí hậu ôn đới. Đặc biệt, mận tam hoa được trồng khắp cao nguyên tạo thành cả cánh rừng mùa xuân hoa nở trắng rộ. Rồi những rừng mơ, rừng lê trắng, lau trắng ngút ngàn các thung lũng nhỏ hòa lẫn mây mù sương bao phủ. Trong mưa

phùn lất phất, tôi như thấy được từng cơn gió xuân thổi qua rừng mận, cơn gió cuốn theo cánh hoa bay lập lờ khắp cao nguyên tựa như từng đàn bướm trắng đang tụ hội về đón xuân mới. ■

Những món ăn đậm đà HƯƠNG VỊ TẾT CỔ TRUYỀN VIỆT NAM

Nền ẩm thực phong phú là một nét đẹp văn hóa của người Việt Nam, vì thế, mỗi dịp Tết đến xuân về những mâm cỗ ngày Tết được mọi gia đình chú trọng. Mâm cỗ có thể lớn hoặc nhỏ tùy theo điều kiện của mỗi nhà và mỗi vùng miền lại mang nét đặc trưng riêng, nhưng nhìn chung không thể thiếu các món ăn hấp dẫn dưới đây.



Bánh chưng

Ông bà xưa thường có câu: “Thịt mỡ dưa hành, câu đối đỏ/Cây nêu, tràng pháo, bánh chưng xanh”. Bánh chưng là sự kết hợp hài hòa giữa gạo nếp dẻo, đậu xanh ngọt bùi, vị tiêu cay nhẹ, thịt lợn béo ngậy, được gói vuông bằng lá dong và được nấu trong nồi với thời gian khá lâu tạo nên hương vị ngày Tết không thể lẫn vào đâu được.

Bánh chưng là món ăn tượng trưng cho sự hòa quyện của trời đất, là một nét văn hóa lâu đời của dân tộc ta và đến nay vẫn được coi là biểu trưng cho ngày Tết. Khung cảnh ngồi quanh bếp lửa canh nồi bánh chưng trong cái lạnh giá miền Bắc đã đi vào tiềm thức của nhiều người.



Xôi gấc

Xôi gấc là một món ăn rất được ưa chuộng, món ăn có màu đỏ tươi tượng trưng cho màu của may mắn, màu của hạnh phúc lứa đôi. Do đó, trong những ngày rằm, ngày lễ, đặc biệt là ngày Tết Nguyên Đán thì nhất định phải có một đĩa xôi gấc. Xôi gấc được làm từ gạo nếp trộn lẫn với thịt quả gấc mang đến hương vị thơm ngon mà lại rất bổ dưỡng với hàm lượng vitamin A cao.

Thịt gà luộc

Gà luộc là món ăn đơn giản nhưng lại không thể thiếu trong mâm cỗ ngày Tết của người miền Bắc. Thịt gà có vị ngọt thơm ăn kèm với lá chanh và chấm muối



chanh ớt sẽ mang lại một hương vị riêng lạ miệng và rất khó quên.

Đĩa gà luộc được bày biện trong mâm cơm đãi khách nổi bật nhờ màu vàng óng, thịt mềm và da căng bóng thật hấp dẫn.

Nem rán

Nem rán bên ngoài màu vàng óng, bên trong thì chứa đầy thịt lợn, mộc nhĩ, nấm hương và giá. Món ăn này mang đến vị ngon, giòn rụm rất hấp dẫn không





thể thiếu trong những ngày Tết Nguyên Đán của người miền Bắc. Món ăn không chỉ được sử dụng trong mâm cỗ Tết mà còn được sử dụng trong những bữa ăn hàng ngày của gia đình Việt. Nem rán mang nhiều hương vị chua, cay, mặn, ngọt, được rất nhiều người ưa thích và còn được xem là món ăn tượng trưng cho “quốc hồn, quốc túy” của người Việt.

Giò lụa



Giò lụa thường được đặt ở vị trí trung tâm của mâm cỗ ngày Tết. Món ăn thơm ngon, đậm đà hương vị này còn có ý nghĩa trong ấm ngoài êm, phúc lộc đầy nhà.

Giò lụa được làm từ thịt lợn xay nhuyễn và gói bằng lá chuối rồi luộc chín. Những miếng giò giòn dai, thơm ngon có thể ăn kèm với cơm hay bánh mì đều được, khi ăn có thể chấm thêm muối tiêu cay cay. Giò lụa cũng có thể bảo quản trong tủ lạnh và chỉ cần đem chiên sơ vài phút là có thể đãi khách bất cứ lúc nào, bởi vì vậy nên món này không chỉ thích hợp dùng trong những ngày Tết, mà còn được nhiều gia đình lựa chọn cho bữa ăn hàng ngày.

Dưa hành

Dưa hành là một món ăn dân dã nhưng lại rất đặc biệt trong



những món ăn ngày Tết của người Bắc. Món ăn này có vị chua, cay nhẹ được dùng để ăn kèm với bánh chưng hoặc thịt đông rất ngon. Dưa chua được xem là món ăn chống ngán vô cùng hữu hiệu nhất là trong những Tết mà bạn cần biết. Từ ánh nhìn đầu tiên, màu tím tím bắt mắt của dưa hành đã làm người nhìn muốn thưởng thức ngay rồi. Khi ăn vào thì giòn giòn, có độ chua mặn vừa phải, không hề bị hăng chút nào nên đảm bảo cả các em nhỏ cũng thích ăn.

Giò xào



Giò thủ (hay còn là giò xào) một món ăn truyền thống, không thể thiếu vào mỗi dịp Tết của người Việt Nam, đặc biệt là ở miền Bắc. Với hương vị thơm ngon, hấp dẫn với thành phần chính là thịt thủ xào chín cùng một số nguyên liệu như mộc nhĩ, muối, hạt nêm, tiêu xay,... rồi gói và nén chặt trong lá chuối đã làm nên hương vị hấp dẫn khó quên của món ăn này. Ngày nay, không chỉ trong những dịp Tết, giò thủ còn được dùng để chiêu đãi vào những dịp quan trọng.



Canh măng chân giò

Những ngày Tết đến Xuân về thường không thể thiếu bát canh măng nóng hổi với hương vị thơm ngon, béo ngậy. Nồi canh măng nấu cùng chân giò là món ăn đặc trưng của người miền Bắc mỗi dịp Tết. Chân giò được hầm mềm thơm, beo béo kết hợp cùng măng tươi dai giòn sần sật, nước dùng thì ngọt thanh, đậm đà, ăn cùng bún tươi.

Nếu bạn đã quá ngán những món ăn đầy dầu mỡ thì đừng quên món canh măng chân giò trong thực đơn mâm cỗ Tết, món ăn với vai trò giúp giải ngấy mà giúp bổ sung chất dinh dưỡng. Đây cũng được xem là một nét văn hóa truyền thống của ông bà xa xưa với thói quen ăn những món có nguồn gốc từ thiên nhiên.

Chè kho

Chè kho là món ăn rất phổ biến trong các mâm cỗ cúng tổ tiên của gia đình người Việt vào ngày rằm, mồng một đầu tháng hoặc các ngày lễ Tết, được xem như 1 nét đặc trưng không thể nào bỏ qua được.

Chè kho beo béo của nước cốt dừa, hương vị đồ xanh quyện lại cùng đường tạo nên món ăn ngọt ngào đậm vị trong ngày đầu xuân năm mới, đảm bảo ai nấy ăn rồi chỉ có ghiền thôi.

KHANG VŨ tổng hợp

Những cung đường uốn lượn theo triền núi, xuyên qua ngút ngàn cây rừng, qua những thảm ruộng bậc thang vàng rực mùa lúa chín, những ngọn đồi trắng sắc hoa sớ, xa xa thấp thoáng những ngôi nhà mái ngói âm dương phủ màu rêu phong... Bình Liêu những ngày cuối năm khoác lên mình vẻ đẹp hoang sơ, kỳ vĩ, nhưng cũng rất đời thơ mộng, trữ tình.

Xuân về TRÊN DẢI ĐẤT BIÊN CƯƠNG ĐÔNG BẮC

Mùa lúa chín ở
Bình Liêu (Ảnh:
Hiếu Nguyễn).

■ Ghi chép của **THANH NGÀ**

Rộn ràng mùa lễ hội

Nếu ai có dịp trở lại huyện biên giới Bình Liêu, tỉnh Quảng Ninh, vào những ngày cuối năm 2023 sẽ không khỏi choáng ngợp khi được hòa mình trong bầu không khí rộn ràng của "Tuần Văn hóa - Du lịch, Hội Mùa vàng Bình Liêu năm 2023" với chuỗi các hoạt động mang đậm

bản sắc văn hóa cộng đồng các dân tộc nơi đây.

Chương trình khai mạc diễn ra với điểm nhấn là chương trình nghệ thuật đặc sắc "Bình Liêu mùa lúa hát" thể hiện bản sắc văn hóa độc đáo các dân tộc huyện Bình Liêu gồm 3 phần: Sắc màu trên ruộng bậc thang; Bình Liêu nơi hội tụ sắc màu di sản và Bay

trên Mùa vàng Bình Liêu. Các tiết mục nghệ thuật nhằm giới thiệu sản phẩm du lịch mới, trải nghiệm các hoạt động lễ hội, văn hóa, thể thao của đồng bào các dân tộc Tày, Dao, Sán Chi trên địa bàn huyện. Chương trình cũng là thông điệp mà đồng bào các dân tộc trên địa bàn huyện muốn giới thiệu, quảng bá đến bạn bè



Trải nghiệm trên “Sống lưng khủng long”.

bốn phương về hình ảnh một quê hương Bình Liêu tươi đẹp, giàu truyền thống lịch sử và bản sắc văn hóa đang từng ngày thay da đổi thịt, vươn mình phát triển mạnh mẽ. Từ đó, không ngừng xây dựng và khẳng định thương hiệu điểm đến du lịch an toàn, thân thiện và hấp dẫn của miền Đông Bắc Quảng Ninh vào mùa Thu - Đông.

Trong khuôn khổ Hội Mùa vàng năm nay còn diễn ra nhiều hoạt động văn hóa, thể thao hấp dẫn, độc đáo xuyên suốt tháng 10 tới đầu tháng 11 như: Trải nghiệm lễ mừng cơm mới tại nhà một số hộ dân ở các thôn bản người Tày trên địa bàn huyện; trưng bày, giới thiệu sản phẩm OCOP và nông lâm sản địa phương tại thôn Ngàn Pọt; trải nghiệm leo núi và cắm trại trên núi Cao Xiêm; tổ chức các môn thể thao dân tộc, trò chơi dân gian (đánh quay, đẩy gậy, kéo co, tung còn...), trình diễn trang phục dân tộc tại các khu ruộng

bạc thang, nhà văn hóa thôn, sân thể thao trên địa bàn các thôn Ngàn Pọt, Khe O, Cao Thắng, Bản Cẩu, Lục Nà; chụp ảnh check-in mùa lúa chín vàng trên ruộng bạc thang; trải nghiệm và biểu diễn dù lượn “Bay trên Mùa vàng”, giải leo núi “Chinh phục sống lưng khủng long”...

Trong khuôn khổ Tuần Văn hóa - Du lịch Bình Liêu 2023, Hội Hoa sở huyện Bình Liêu năm nay được tổ chức vào trung tuần tháng 12 tại khu rừng sở thôn Đồng Long (xã Đồng Tâm) gồm: Chương trình nghệ thuật khai mạc đặc sắc; các hoạt động thể thao, trò chơi dân gian (đẩy gậy, kéo co, bịt mắt bắt vịt...); thi tách vỏ sò; thi ẩm thực; thi trưng bày cụm dong riềng; mua sắm tại các gian hàng giới thiệu sản phẩm OCOP Bình Liêu và các địa phương trong, ngoài tỉnh; công bố và trưng bày các tác phẩm văn học nghệ thuật với chủ đề “Về miền hoa sò”; hội thi họa mi chiến mở rộng... Ngoài ra, du

khách có thể lưu lại hình ảnh đẹp với hoa sò tại các điểm check-in độc đáo.

Tuần Văn hóa Du lịch với các sự kiện Hội mùa vàng và Hội hoa sò Bình Liêu được tổ chức thường niên nhiều năm nay nhằm tiếp tục tôn vinh, quảng bá, giới thiệu vẻ đẹp thiên nhiên, văn hóa, con người Bình Liêu. Qua đó, góp phần thu hút nhà đầu tư, doanh nghiệp khai thác tiềm năng, thúc đẩy phát triển du lịch địa phương, từng bước khẳng định dấu ấn đặc sắc, thể mạnh của du lịch Bình Liêu.

Sức sống mới trên dải đất biên cương

Bình Liêu là huyện miền núi, biên giới nằm ở phía Đông Bắc tỉnh Quảng Ninh, nơi lưu giữ nhiều giá trị văn hóa truyền thống của đồng bào các dân tộc Tày, Sán Chỉ, Dao Thanh Y, Dao Thanh Phán...

Đã từ lâu, Bình Liêu nổi tiếng với vẻ đẹp thiên nhiên hùng vĩ mà

thơ mộng, gắn liền với những địa danh như: Thác Khe Vằn, Khe Tiên, Ngàn Chi, dãy núi Cao Ba Lanh và đỉnh Cao Xiêm được ví như “nóc nhà vùng Đông Bắc”. Nơi đây cũng nổi tiếng với những rừng hồi, quế, sở xanh tươi, thơm ngát, những thửa ruộng bậc thang uốn lượn như những nốt nhạc xanh quanh sườn núi. Mỗi dịp cuối thu, đầu đông, khi những thửa ruộng bậc thang vàng rực màu lúa chín, cũng là lúc khắp đất trời Bình Liêu bừng lên sắc trắng của bạt ngàn bông lau hòa cùng sắc trắng tinh khôi của những cánh rừng hoa sở... Tất cả đã mang đến cho Bình Liêu một vẻ đẹp khác biệt, góp phần tạo nên những sản phẩm du lịch mới trên mảnh đất biên viễn này.

Đáng chú ý, cột mốc 1305 (biên giới giữa Việt Nam và Trung Quốc) nằm trên đỉnh núi cao nhất của Bình Liêu là nơi đẹp nhất để bạn chiêm ngưỡng vẻ đẹp hùng vĩ của đất trời Đông Bắc. Cột mốc này còn được biết đến với tên gọi là “sống lưng khủng long” bởi sự độc đáo của con đường mòn nhỏ xíu trên đỉnh núi, nối các điểm mốc với nhau tạo thành gạch nối như sống lưng của một con khủng long.

Theo ông Hoàng Ngọc Ngò - Phó Chủ tịch Thường trực UBND huyện Bình Liêu, là một trong những huyện khó khăn nhất tỉnh Quảng Ninh, với 96% đồng bào dân tộc thiểu số, tỷ lệ hộ nghèo

còn cao nhất tỉnh, những năm qua, Đảng bộ, chính quyền và nhân dân huyện Bình Liêu đã phát huy những tiềm năng, thế mạnh của địa phương và truyền thống văn hóa tốt đẹp để biến khó khăn thành cơ hội phát triển. Ngành nông nghiệp địa phương đã có bước phát triển mạnh mẽ gắn với Chương trình Nông thôn mới, trong đó, tập trung thực hiện tái cơ cấu trồng trọt, chăn nuôi theo hướng chuyển dịch cơ cấu cây



Vùng đất Bình Liêu sở hữu nền ẩm thực độc đáo.

trồng, vật nuôi gắn với thị trường tiêu thụ, tổ chức lại sản xuất theo chuỗi để nâng cao giá trị.

Với cách làm này, trên những thửa ruộng màu mỡ ở vùng thấp cho tới những vùng đồi bậc thang quanh năm xanh tươi màu lúa, ngô, dong riêng... Những vạt rừng hồi, quế sở đến độ trở hoa lại bung nở ngát hương. Mùa vụ nối tiếp nhau đã đem đến cuộc sống ổn định, ấm no cho bà con vùng cao Bình Liêu.

Cùng những đổi mới trong sản

xuất nông nghiệp, Bình Liêu đã tập trung cho phát triển du lịch, trong đó lấy người dân là chủ thể, là trung tâm trong các hoạt động phát triển du lịch cộng đồng. Cảnh sắc thiên nhiên tươi đẹp, con người thân thiện, nền văn hóa giàu bản sắc các dân tộc với các lễ hội đình Lục Nà, lễ hội kiêng gió và gần đây là lễ hội hoa sở, cùng nền ẩm thực độc đáo, mang đậm dấu ấn, văn hoá riêng của mình như gà đen, cá suối, bánh ngải, bánh coóc-mò... đã là những lợi thế để Bình Liêu từ một địa danh du lịch chưa mấy người biết đã có tên trên bản đồ du lịch tỉnh Quảng Ninh, du lịch Việt Nam và quốc tế.

Những ngày chớm xuân này, đi trên cung đường biên giới, giữa không gian bạt ngàn lau trắng và ngan ngát hương hoa sở, đã thấy thấp thoáng đâu đó những cành đào rừng e ấp hé nụ. Đặc biệt, trải nghiệm cảm giác vượt qua “Sống lưng khủng long” đi lên mốc 1305 để được thu vào tầm mắt vẻ đẹp hùng vĩ, tráng lệ mà cũng rất đổi thơ mộng của Bình Liêu. Để thêm yêu và tự hào về vùng đất phen giậu của Tổ quốc, nơi có những người dân cần cù vượt khó, không ngừng lao động, sáng tạo làm giàu cho quê hương và cũng không ngừng tô điểm thêm những giá trị mới cho bản sắc văn hóa đặc sắc của dân tộc mình trong quá trình giao lưu, hội nhập và phát triển cùng bạn bè muôn phương. ■



THI HOÀNG KHIÊM

Dàng Xuân

Hoa mạn nở tiền mùa đông lạnh giá
Mai trước thêm lật hết lá vàng rơi
Nghiêng nghiêng cánh én vờn trong nắng
Xuân đã về trên khắp đất trời.

Kìa sợi nắng đan từng nhà gỗ cửa
Hỏi Xuân đâu chút bã ngõ giao mùa
Xuân mỉm cười ta trong từng hơi thở
Trong lòng yêu vạn vật ở trên đời.

Hương Xuân

Rực hồng sắc thắm hoa đào nở
Trắng tinh hoa mạn xao xuyên lòng
Nồng nàn, e ấp, vấn vương
Từ trong băng giá chuyển mình báo Xuân
Nắng Xuân đan sợi ánh vàng
Lóng lánh những giọt sương đêm
Bướm liệng chao nghiêng cánh hoa mềm
Gió hát ru cành
Những bông hoa chớm nở
Ngạt ngào trước gió hương Xuân.



BÙI ĐỨC KHIÊM

Lời đào rừng

Ta đang xanh nơi rừng sâu núi thẳm
trước mỗi tết đến, xuân về
người lại chặt gom, chặt chống
chở ta xuôi xuống phố xa

Người chen chúc nhau chọn mua ta
này, gốc xù xì cổ thụ
kìa, cành cong dáng hình rồng phượng
nụ dầy, mầu hồng thắm xum xuê

Người rước ta về
sang trọng đặt giữa nhà kín cửa cao tường
lần đầu ta được làm nền
cho nhiều người thay nhau chụp hình tự sướng...

Niềm vui nào cũng chỉ tày gang
sau dăm bữa nửa tháng
người lại đua nhau lẳng ta ra hè phố
chờ chị lao công đến hốt đi:
hỏa thiêu!

Ngày cuối năm 2023



Hoa Xuân kỷ niệm

■ NGUYỄN QUỐC HUẤN

Tôi quen anh chị trong một cuộc gặp mặt đồng hương Quảng Nam. Vốn cùng quê từ “cấp xã” nên tôi và anh chị thân nhau lắm. Anh chị xem tôi như em út trong nhà, có việc gì cũng nhắn nhe, trao đổi.

Có thể nói, anh chị là những người thành đạt. Anh là tiến sĩ khoa học một ngành kinh tế mũi nhọn của đất nước tại Vũng Tàu. Chị là chuyên viên của Sở Tài nguyên và Môi trường. Anh chị có hai con. Các cháu đều ngoan và học giỏi. Gia đình anh chị sống trong một chung cư cao cấp, tiện nghi không thiếu thứ gì. Một mẫu gia đình trẻ ở thành phố mà nhiều người mơ ước.

Đạo tháng 11 năm ngoái, tôi ghé nhà anh chị chơi. Thấy anh và hai cháu đang lui cui trước khoảnh

sân nhỏ xíu trước nhà. Thì ra, anh vừa làm vừa chỉ cho các cháu cách cấy những cây hoa vạn thọ mỏng manh như que tăm sang mấy cái chậu lớn. Nhìn cách anh tỉ mỉ chỉ cho hai con cách làm tơi xốp đất, cách nâng niu khi đặt rễ cây xuống đất ra sao, cách cắm cho cây không gãy đổ, cách tưới nước như thế nào, tôi thầm ngán ngẩm. Ở thành phố biển chật chội này, khoảng sân trước chung cư quý lắm, lại linh kính chậu to, chậu nhỏ. Mà để tìm một chút đất mùn đâu phải dễ, nói gì đến công chăm chút, gieo giống. Tôi buột miệng:

– Ối trời! Hoa vạn thọ thì thiếu gì! Góc chợ nào mà chẳng có, lại rẻ như bèo! Thời buổi này, thiếu gì hoa đẹp, lại sang trọng. Hoa Đà Lạt có, hoa ngoại nhập cũng có, đủ cả. Anh trồng làm gì thứ hoa này cho nhọc xác!



Anh lặng thinh, mỉm cười. Đợi công việc xong xuôi, anh mời tôi vào nhà, pha một ấm trà. Đợi trà ngấm, anh rót ra chén mời tôi. Sau vài câu xã giao thời tiết chẳng đâu vào đâu, anh từ tốn nói:

- Cậu ạ, mình xa quê đã hơn 20 năm. Chẳng hiểu sao, mỗi lần sắp Tết, mình lại bồi hồi nhớ cái màu hoa, cam chẳng ra cam, đỏ chẳng ra đỏ, cái mùi hăng hắc của hoa vạn thọ đến thế. Mình lại quay quắt nhớ đến vuông sân rộng trước nhà ở quê. Cứ mỗi năm, vào khoảng 23 tháng Mười âm lịch, lúc đó không còn những cơn mưa lớn tầm tã nữa. Chỉ còn cái nắng se vàng đầu đông và phùn mưa nhẹ mà mẹ mình gọi là mưa gieo cải. Đó là thời điểm mẹ mình đem cái gói hạt giống hoa vạn thọ được cất kỹ trên giàn bếp từ mùa trước ra gieo, để đúng dịp Tết thì trở hoa. Khoảng sân rực thắm trong tiết Xuân về. Mẹ mình chọn những cành hoa to nhất, đẹp nhất để dâng lễ chùa và chưng cúng trên bàn thờ ông bà...

Cậu biết đấy, quê mình nghèo lắm! Gánh hoa vạn thọ của mẹ rải khắp phiên chợ quê ngày cuối năm cùng với các loại rau củ khác. Giêng hai giáp hạt mà! Mẹ bòn chặt từng đồng còm cõi nuôi mấy anh em mình ăn học. Mình vượt qua mấy năm đại học là nhờ đôi quang gánh hoa của mẹ...Mẹ mình cũng thích hoa này lắm, vì nó gắn bó với mẹ không biết bao nhiêu mùa Xuân về!

Trong đôi mắt anh, tôi chợt nhận thấy một vùng xa xăm trong ký ức, đầy yêu thương, khắc khoải. Anh kể tiếp:

- Cậu biết không, chính những cây hoa vạn thọ mà mình đang ươm là hạt giống từ giàn bếp quê nhà, bà nội nâng niu gửi vào bằng đường bưu điện cho các cháu... Mình dạy các cháu cách trồng hoa là dạy cho các cháu biết yêu thương, biết nhớ về bà nội, biết nhớ về quê hương, gốc gác. Dạy cho các cháu biết yêu quý, trân trọng và thấu hiểu những quãng đời gian khó mà mình đã từng trải, để có ý chí vươn lên trong cuộc sống. Các cháu được như ngày hôm nay chính là nhờ những cây hoa vạn thọ, bé xíu, quê mùa này đây, cậu ạ!

Tôi chỉ còn biết lặng người. Thảm xấu hổ và khó chịu vì suy nghĩ bộp chộp của mình. Các con anh thật là hạnh phúc vì đã có cha mẹ như thế, được chăm chút trong tình yêu thương bình dị mà đầm thắm. Bằng tấm lòng yêu quê, anh chị đã kết nối với con cái một sợi dây vô hình mà bền chặt với quê cha đất tổ. Tôi tin rằng, sau này khi các con anh lớn lên, cái màu hoa vạn thọ của vùng quê thương khó, đầy kỷ niệm ấy sẽ theo suốt cuộc đời. Dù ở đâu, làm gì, chúng vẫn có một nơi chốn vững chắc để nhớ thương, hướng về. Như hoa vạn thọ quê mùa mà bền bỉ, âm thầm dâng những hương sắc cho đời, dệt nên mùa xuân quê hương ấm áp tình người...



Cổ Tết xưa

(Cái Tết đã đến sau lưng
Con cháu rất mừng - Bố mẹ lại lo...)

Nhớ về Tết của ngày xưa
Tết sum vầy – con vẫn chưa biết gì
Mâm cỗ Tết thật diệu kỳ
Bao mùa Xuân vẫn thắm thì trong con
Nếp - thịt - đậu cha gói tròn
Quấn lạt giang mẹ gọi đòn bánh chung
Mùng Một Tết con láng láng
Bánh tròn mẹ xếp đĩa tầng tháp vuông
Bánh Gio cùng mật mía đường
Bà ngoại gửi tặng yêu thương mong chờ
Xà lách, hành cuốn tôm khô
Đĩa nem thịt trộn thính ngô mẹ làm
Mọi người thành kính trong tâm
Bàn thờ mâm cỗ bố dâng ông bà
Tổ tiên xin gấn bay la
Xa xin bay bổng về nhà vui Xuân
Cúng xong cả nhà quây quần
Cổ Xuân ấm áp tình thân sum vầy

Nhớ cỗ Tết tuổi thơ ngây
Rưng rưng con nỗi "Tết này - Tết xưa"

HOÀNG DUNG

Rượu tình ở Hà Giang

Bạt ngàn đá, bạt ngàn ngô
Hồn nhiên em gái Lô Lô mỉm cười
Chân mây chạm tới cổng trời
Rượu ngô say đắm tình người Hà Giang.

XUÂN HIẾN



Người Mường Deenh ĐÓN KHÁCH

■ *Tuỳ bút của* **PHẠM THỊ KIM KHÁNH**

Người Việt nói chung coi việc tiếp đón khách như một nét văn hóa xã giao nhưng ở Mường Deenh (xã Cẩm Bình, Cẩm Thủy, Thanh Hoá) quê tôi đón và đãi khách đến nhà được coi như một lễ tục, biểu hiện văn hóa hiếu khách từ lâu đời và đậm nét.

Trong các nghi lễ đón và tiếp khách, người Mường Deenh coi rượu như thức uống quý, như thủ tục gặp gỡ, như niềm vui ngày Xuân.

Bên những áng xương nhà thông gia gặp mặt, đặt miếng trâu dạm ngô, bên những cuộc thăm cháu mới của bên ngoại, bên mâm cơm tất niên hay lễ chào đoàn sắc bùa chúc Tết không thể thiếu chén rượu ngon nhất mà gia chủ để dành cho sự kiện. Rượu xưa được chưng cất từ ngô, khoai, sắn, sau này người ta ủ từ gạo tẻ, nếp cái hoa vàng, nếp cẩm, thức rượu ngon và có hương vị đặc biệt hơn. Nhưng dầu được chưng cất từ đầu, với người Mường Deenh rượu cũng được ủ men và nấu rất cẩn trọng, kĩ lưỡng. Rượu tránh ủ quá men sẽ đắng, thiếu men sẽ nhạt. Cơm rượu ủ quá rượu chua, cơm chưa ngấu đem chưng sẽ không được rượu.



Cơm rượu vừa men, chín tới và đều sẽ là cốt lõi của rượu ngon. Người Mường Deenh còn kén nước pha rượu, nước mó (nước từ trong khe đá) trong vắt buổi sáng được đóng vào chum, để ít hôm cho lắng, khi nấu rượu ngọt và đậm. Kỹ thuật chưng cất vừa lửa cũng làm nên sự hoàn hảo của mẻ rượu ngon.

Ngoài các loại rượu chưng cất, trong những cuộc vui, rượu cần cũng được chuẩn bị kỹ lưỡng từ trước sự kiện. Cuộc rượu được xem là một cuộc giao lưu văn hoá uống. Từ việc chuẩn bị rượu, dụng cụ uống như chén hoặc bát đến đồ nhắm tương thích với rượu cũng được lưu tâm. Sự trọng thị khách trước nhất là rượu ngon. Tiệc rượu người Mường Deenh trang trọng trong lời mời, thái độ ân cần, hiếu khách trong từng cử chỉ. Tiệc rượu gắn với các điệu xường mơi: mơi rửa chân, mơi lên thang, ngồi chiếu. Lời xường mơi rượu thường nhuần nhị, ẩn đi công phu và sự cầu kì thay vào lời nói nhã như: chén rượu nhạt (thực tế là rượu ngon, rượu để dành thiết đãi) chén rượu sông (thực tế là đồ nhắm chuẩn bị rất thịnh soạn). Người Mường thường đưa rượu với các món đồ, nem chua, chả thịt lá chanh, canh đắng, cá suối, cá sông nướng hoặc hấp đồ lá đu đủ. Cuộc rượu thường bắt đầu bằng lời chào mơi bằng câu xường khiêm nhường về sự ra đời của thức uống, đồ nhắm, hỏi han sức khỏe người già, mùa màng năm mới, tình hình con cháu...

Cứ như thế các làn điệu xường cùng họ đi vào tâm tư, xen vào câu chuyện mùa màng, gia cảnh, đưa tiệc rượu kéo dài có lúc thâu đêm.

Cuộc rượu cũng có khi có sự phụ họa thêm của đàn bà con gái trong nhà. Họ làm bếp, đôi lúc ngồi xuống bên cạnh chiếu vận một điệu xường rang đối đáp hoặc ngợi khen cổ vũ khách uống, chén rượu họ mời khách không thể từ chối vì đây là thể trọng.

Khách rượu ngày xuân ở Mường Deenh có thể ra về khi đã ngắm rượu, giải rượu, cũng có thể ngủ lại nhà chủ. Gia chủ sẽ chu đáo

chăm sóc họ khi quá chén trong tiệc rượu, coi đó là sự thường.

Khách quá chén được trải đệm, ủ chăn ấm, gối thơm từ lá ngải khô, lá chè, gối thơm vừa ấm vừa giải cảm đưa khách vào giấc ngon lành. Cũng như tục các mường, người Mường Deenh rất trọng bữa ăn, giấc ngủ. Đặc biệt với khách đường xa, ăn uống hay ngủ nghỉ được coi là sự thiết đãi. Người Mường hiếu khách và nể trọng người tử tế nên những câu như: nhịn miệng đãi khách, nhường lời được lòng được thực hành một cách đương nhiên. “Đêm nằm năm ở” là tục ngữ thể hiện quan niệm giấc ngủ được coi trọng. Khách ngủ lại nhà chủ Mường Deenh mùa đông không lo lạnh, không sợ đứt giấc. Người nhà dậy sớm nấu một nồi cháo, tô canh nóng (*) cho khách ăn sớm, giải rượu, cũng được làm nhẹ khê khàng tránh khách giật mình.

Bữa sáng sau đêm quá chén, khách ăn bát cháo gà nóng, húp bát canh nóng nấu thịt gà hành tằm, bao nhiêu ứ khí, hơi lạnh sẽ thoát ra, người sáng khoái. Sau bữa sáng nếu khách vội lên đường, nắm xôi gói mo cau đồ với gà có chút chèo chấm đã gói cẩn thận, chủ nhà sẽ xin phép bỏ vào đũa cho khách ăn lỡ độ đường.

Không màu mè hoa mỹ, người Mường Deenh đón và chăm sóc, đưa và hẹn khách ngày trở lại trong hương xôi thơm, canh gà lưu luyến, trong chăn ấm, gối thơm, đệm êm dệt từ thổ cẩm vải bông, sợi tơ tự làm. Người Mường Deenh trọng khách lúc ở, lưu luyến khách lúc đi. ■



Xuân VỀ BÊN NHỮNG trái cam



■ ĐINH THÀNH TRUNG

Một ngày Xuân Hà Nội. Cơn gió Đông Bắc vẫn thổi đến se lạnh. Đứa trẻ ôm rịt lấy mẹ là người phụ nữ bán cam. Chị bám vào góc ghế tư với chiếc xe đạp và sọt cam trĩu nặng cùng đứa trẻ tầm 4, 5 tuổi.

Đứa bé gái lẳng xăng nhẩy nhót quanh sọt cam của mẹ khi người mẹ bày ngay ngắn những trái cam tạo thành hình tháp trông rất đẹp. Chị thường bán loại cam rậm vàng, trái hơi nhỏ và mọng nước. "Cam này do người nhà em trồng nên bác cứ yên tâm về chất lượng". Chị giới thiệu ngắn gọn với tôi rồi chăm chú vào những quả cam. Thỉnh thoảng chị quay ra trả lời câu hỏi của đứa con đang tuổi hiểu kỳ. "Sao lại gọi là gió mùa Đông Bắc mà không phải là gió mùa Đông Nam? Sao quả chanh không thể ngọt được?" Cô bé con không ngớt miệng, cứ thế làm người mẹ bận rộn thêm.

Chị là một phận người giữa Hà Nội mà thôi, đâu có ai quan tâm trừ những người muốn mua cam. Cam của chị nhìn rất đẹp, như màu áo vàng chóc của con bé đang mặc. Trẻ con biết gì đâu, thấy mẹ làm gì là muốn lao vào giúp thôi mà. Con

bé quờ tay vào chông cam làm lẩn xuống mấy quả vào sọt.

Chị nhìn con, đưa tay xoa đầu mỉm cười chứ không mắng. Tôi ngạc nhiên trước hành động ấy. Sáng Xuân có ánh nắng sớm chiếu vàng rực mặt đường mà vẫn lạnh quá, mặc mấy chiếc áo mà vẫn rét run. Nơi góc ngã tư, hai mẹ con một cao gầy một lùn chùn cứ cười mãi không thôi.

Bán hàng thật thà thì có nhiều người mua, đó là quy luật của cánh hàng rong, nhưng thực tế lại không như vậy. Không ít người buôn gian bán lận đẩy thôi. "Em bán hàng cứ xởi lời trời cho thôi, còn cân điều thì không bao giờ dám, trời phạt đấy".

Đừng lấy quả đó, không ngon đâu. Tôi ngạc nhiên trước lời cảnh báo của chị. Bán hàng kỳ vậy? Chị đáp lại bằng một nụ cười. Chỉ là mình coi người ta cũng chính là mình ăn, người ta ăn không ngon thì mình cũng chẳng bán được lần sau thôi. Chị vừa nói rồi tiện tay nhặt quả khác cho khách. Đúng rồi, quả này chỉ vắt nước thôi vì nó chua. Em nhìn chỉ có chuẩn.

Lý luận đơn giản mà sắc bén vô cùng. Tại sao một người sớm tối va chạm với đời lại có thể coi



chuyện mưu sinh quá nhẹ nhõm. Còn tôi, người được coi là khá ổn định thì lúc nào cũng nghĩ nghĩ lo lo. Cam quả vàng óng, quả xanh mướt, thì ra là hai giống cam khác nhau. Chị thể hiện sự hiểu biết của mình với “thâm niên” gần hai chục năm bán cam.

Chị kể, từ bé em đã biết lựa cam rồi. Cam Việt rất đáng để tự hào với nhiều giống cam ngon nổi tiếng. Ở phía Bắc, chúng ta có cam sành Hà Giang, cam Cao Phong - Hòa Bình, cam Hàm Yên - Tuyên Quang, rồi cam Văn Giang - Hưng Yên. Đặc điểm của các loại cam này là quả to, mọng nước, vị ngọt đậm lẫn chua rất hấp dẫn và dễ ăn. Trái cam ở các tỉnh miền núi phía Bắc sống trong điều kiện thời tiết lý tưởng nên đã cho ra quả cam có vị ngon nức tiếng. Sự hòa quyện giữa vị ngọt và chua của loại cam này thật đậm đà khó quên.

Ở vùng đồng bằng Bắc Bộ, có một loại cam nổi tiếng là cam Canh. Loại cam này vỏ rất mỏng, gần giống như quýt nhưng vị thì khác hoàn toàn. Cam canh có vị ngọt thanh rất đặc trưng và không có vị chua. Độ ngọt của cam Canh rất vừa phải, không bị khé cổ, là loại cam rất dễ ăn, nhất là với người không thích ăn chua. Cam Canh từ lâu đã là loại đặc sản có tiếng, thường được mua biếu tặng và giá khá cao so với cam thông thường. Đặc biệt, cam Canh có múi tách rời và rất dễ bóc, khiến cho những người bận rộn rất vừa ý. Ở miền Trung thì có giống cam Vinh. Đây cũng là một loại cam nổi tiếng được trồng ở phía Tây tỉnh Nghệ An. Vùng đất nhiều nắng gió này đã bỏ nhiều công sức chọn lọc, gieo trồng nên loại cam rất ngon. Cam Vinh có vị ngon đặc biệt ngọt thanh và chua dịu, vỏ mỏng, tép vàng nhạt. Đây là một giống cam rất chất lượng, mang đậm bản sắc của văn hóa xứ Nghệ. Sự nổi tiếng đã lan sang cả miền Bắc, được nhiều người chọn mua làm quà biếu.

Còn ở miền Nam, vị ngon của giống cam Xoàn cũng nức tiếng gần xa. Cam Xoàn là loại cam có nguồn gốc xuất xứ từ một số tỉnh miền Tây Nam Bộ như An Giang, Tiền Giang, Hậu Giang, Bến Tre và Vĩnh Long. Trong các loại cam của nước ta hiện nay thì cam Xoàn là loại ít hạt và ngọt nhất. Quả cam Xoàn hình tròn, vỏ mỏng màu vàng nhạt, ăn có vị



ngọt đậm, thanh mát, tỏa ra mùi thơm đặc trưng. Loại cam này dễ trồng, cho trái sai quanh năm và rất phổ biến ở Nam Bộ.”

Nghe chị bán cam nói chuyện, rồi mua ủng hộ chị cân cam, tôi đi tiếp trên cuộc hành trình của ngày mới mà trong lòng cứ miên man ngẫm ngợi. Chỉ một người bán cam ở ngã tư đường phố thôi mà có cả một câu chuyện dài để chia sẻ. Quả thật, quanh mình luôn có những điều rất đỗi bình dị mà thân thương như thế. ■

CÂU ĐỐI

Nghệ thuật của trí tuệ

■ HOÀNG VĂN (sưu tầm)



Ảnh: Internet

*"Thịt mỡ, dưa hành, câu đối đỏ
Cây nêu, tràng pháo bánh chưng xanh"*

Ngày Tết không thể không có câu đối, và câu đối đỏ đã làm nên phong vị Tết Việt Nam. Đây chính là lý do mà mỗi dịp Tết đến, Xuân về, Văn Miếu Quốc Tử Giám luôn có rất nhiều người đến xin chữ của các nhà thư pháp, xin câu đối về treo mang theo nhiều ước vọng về sự học của con cháu.

Người ta thích treo những câu đối hay, nhưng chữ cũng phải viết đẹp, để câu đối trở thành một tác phẩm nghệ thuật. Hiện nay, các cửa hàng sách cũng thấy bày bán những câu đối Tết, còn trên các số báo Xuân đều không thể thiếu những câu đối Tết, những bài viết về câu đối. Vui Tết đón Xuân, xin cùng đọc lại những câu đối hay của người xưa, trong đó không thể không nhắc đến đôi câu đối nổi tiếng đầy sắc Xuân của nhà thơ Tú Xương:

*"Ba vạn sáu ngàn ngày, góp lại chốc đà trăm
bận Tết
Một năm mười hai tháng, ước chi đủ cả bốn
mùa Xuân"*

Tết đến người phong lưu hưởng Tết, còn người cùng túng mỗi lần Tết lại thêm lo, chỉ mong sao cho nhanh qua đêm 30 Tết để tránh tục đòi nợ tất niên. Đây chính là lý do cụ Nguyễn Công Trứ có đôi câu đối:

*"Chiều ba mươi, nợ hỏi tit mù, co căng đập
thằng bần ra cửa
Sáng mồng một, rượu say túy lúy, gờ tay bồng
ông Phúc vào nhà"*

Bên cạnh những câu đối thể hiện khát vọng ấm no, còn có những câu đối phản ánh khá sinh động cuộc sống còn thiếu thốn của người xưa, nhưng vẫn giữ vững sự lạc quan khi Tết đến Xuân về:

"Đành niên qua đến cùng xương, nào tiền nhà, nào tiền học, nào tiền thuế, nào tiền ăn: nghĩ đời sống lắm phen chớ phờ.

Mùi Tết nước tha hồ béo mở, này chén rượu, này chén chè, này chén anh, này chén chú: gặp ngày Xuân thả sức đá gà". (Khuyết danh)

Nói đến Xuân, đến Tết đến là vui, là mừng nên câu đối thường nhắc tới sự vui mừng như:



"Tiệc Xuân vui mở, mông một, mông hai,
mông ba Tết
Chúc tụng phát tài, mà trăm, mà nghìn,
mà vạn may".

(Khuyết Danh)

Hay

"Tôi ba mươi giờ căng đụng cây nêu, ủa Tết
Sáng mông một lắng tai nghe tiếng pháo, à Xuân"
(Cụ Nghệ Tân)

Đối với phần đông dân chúng, người ta chơi câu đối theo tục lệ, còn đối với những người có chữ nghĩa thường chơi câu đối như một thú chơi thanh tao. Người chơi chữ gửi tâm sự vào câu đối, khóc người thân bằng câu đối, diễu cợt kẻ hèn, kẻ rởm bằng câu đối, còn đối với các bậc hiền tài, các anh hùng có công với tổ quốc thì câu đối xung tụng và đề cao. Cụ Chiêu Dương có câu đối ca tụng công đức Hưng Đạo Vương như sau:

"Bày trận thế, bắt tướng Hồ, nổi tiếng anh hùng
vang đất Bắc
Đem tài năng, cứu dân Việt, giữ nền xã tắc lòng
trời Nam".

Cụ Huỳnh Mẫn Đạt có đôi câu đối ca tụng Nguyễn Trung Trực, nhắc tới hai trận chiến thắng ở Vàm Nhặt Tảo và Kiên Giang.

"Hỏa hồng Nhật Tảo oanh thiên địa
Kiếm bạt Kiên Giang khắp quỷ thần".

Ngày nay tại đền thờ các vị anh hùng liệt sĩ, còn lưu lại rất nhiều câu đối. Chẳng hạn như câu đối của ông Phạm Duy Hồ làm để thờ tại đền Hùng Vương vào năm Giáp Dần (1914).

"Non nước cao sâu, tưởng bóng Long tiên còn
thoảng đờ
khói hương ngào ngạt, động lòng sơn hải biết yêu
nhau".

Hay hai câu đối tại đền thờ Hưng Đạo Vương:

"Vạn Kiếp hữu sơn giai kiếm khí
Lục đầu vô thủy bất thu thanh".

(Lược dịch: Vạn Kiếp núi cao hơi kiếm tỏa/ Lục đầu nước chảy tiếng thu vang).

Truyện cũ kể rằng, có một cậu học trò nghèo, lấy được vợ con nhà quan, giàu có. Hôm cưới, ông bố vợ muốn thử tài chàng rể bèn ra câu đối;

"Con rể nết na xem tử tế".

Cái khó ở đây: "tử tử" nghĩa là con rể.

Chàng rể không đối được, hẹn đến ngày hôm

sau. Chàng phải tìm đến vị hôn thê, nàng đã bày cho chàng rằng:

"Ông chồng cay đắng kể công phu".

(Công phu cũng có nghĩa là ông chồng)

Nếu đôi câu đối trên là những chữ đồng nghĩa mà khác âm đối nhau, thì lại có những câu đối, người ta dùng những chữ đồng âm khác nghĩa đối nhau:

"Ruồi đậu mâm xôi đậu,
Kiến bò đĩa thịt bò".

Tương truyền vợ ba Cai Vàng tên là Miên ra về đối kén chồng:

"Cô Miên ngủ một mình"

Câu này khó đối vì "Cô" là một mình, "Miên" là ngủ. Cô Miên lại là tên. Về đối của Cô Miên rất lâu không ai đối được, về sau có Cai Vàng làm cai Tổng mà tên tục là Thịnh đã đối.

"Tổng Thịnh tóm nhiều đũa"

Tổng là tóm, Thịnh là số đông, Tổng Thịnh lại là tên. Câu đối này đã khiến Cô Miên ưng thuận làm vợ ba ông Cai Tổng.

Có một anh học trò nghèo túng quá, ngày Tết phải đem áo đến cầm cho một nhà giàu, không biết nhà giàu lại là một hưu quan. Hưu quan bèn ra về câu đối thử tài: "Quân tử cố cùng, quân tử cùng quân tử cố" (Nghĩa là: Người quân tử bền lòng lúc cùng khổ, quân tử lúc cùng quân tử bền lòng. Câu này lấy chữ trong sách Luận Ngữ, lại khó vì ở đây chữ cố nghĩa nôm là cầm cố và chữ cùng nghĩa nôm là cùng khổ).

Anh học trò nghèo đã trích Tam Quốc đối lại: "Khổng Minh cầm túng, Khổng Minh túng Khổng Minh cầm" (Nghĩa là: Khổng Minh bắt, Khổng Minh tha, Khổng Minh bắt. Hàm ý về sự việc trong truyện Tam Quốc, Khổng Minh bắt rồi lại tha Mạnh Hoạch đến bảy lần. Câu đối này rất hay vì ở đây cầm nghĩa nôm là cầm cố, và chữ túng nghĩa nôm là túng tiền). Nhờ về câu đối rất chỉnh mà vị hưu quan đã tặng không cho anh học trò nghèo một số tiền.

Những ngày cuối năm, phố chợ tấp nập người mua kẻ bán, lòng nghe man mác khi đọc lại khổ cuối bài thơ "Ông Đồ Già" của Vũ Đình Liên: "Năm nay đào lại nở/ Không thấy ông Đồ xưa/ Những người muôn năm cũ/ Hồn ở đâu bây giờ?". Ngày nay, "những người muôn năm cũ" không còn nhiều, chỉ hiện diện thấp thoáng quanh các đền thờ, lăng miếu, kiền nhần mài thời mục Tàu đợi khách đồng điệu, nhưng cũng đủ nhắc nhớ về một nét văn hóa đẹp mỗi dịp Tết đến, Xuân về. ■



Thú chơi BÁO TẾT

Hàng năm, cứ mỗi độ Tết đến Xuân về, cùng với bánh chưng xanh, với cành đào thắm, sắc mai vàng... thì các tờ báo Tết cũng trở thành món ăn tinh thần không thể thiếu đối với nhiều gia đình người Việt...

■ PHÙNG HOÀNG ANH

Khác với những sản phẩm báo chí thông thường, từ lâu, tờ báo Tết đã trở thành một nét văn hóa đặc biệt và cũng có thể nói là riêng biệt trong những ngày Tết của người dân Việt Nam. Nếu lấy mốc Nam phong Tết Mậu Ngọ (1918) là Tờ báo Tết đầu tiên thì đến nay “phong tục” hay “truyền thống” làm báo Tết đã có hơn 100 năm. Theo đó, Tết năm 1918, Nam Phong tạp chí (Ngọn gió Nam) là dạng Nguyệt san do L.Marty, một người Pháp rất thông thạo tiếng Việt sáng lập; chủ bút là học giả Phạm Quỳnh đã ra mắt “sổ Tết 1918” với lối trình bày khác biệt, không đánh số thứ tự theo thường lệ. Toàn bộ số báo Tết đó có 126 trang, bìa màu vàng cam nhạt, có vẽ hình hai ông già, một sáng và một mờ, tay cầm cành đào tượng trưng cho hai vị Hành khiển phán quan Mậu Ngọ (cầm nhánh đào tươi) và Đinh Ty (cầm nhánh đào không có bông) bàn giao ấn tín cho nhau. Trong số Tết này của

Nam phong Tạp chí, tất cả bài viết được nằm trong khung hoa, có nhiều tranh minh họa với nội dung đặc sắc. Theo nhà khảo cứu học Vương Hồng Sển, có thể xem tập Nam phong Tết Mậu Ngọ là “thủy tổ của các số báo Xuân, báo Tân niên, báo đặc biệt ở Việt Nam”... Hưởng ứng văn hóa này, trong các năm tiếp theo đó, làng báo Việt Nam lần lượt xuất bản những tờ báo Tết đặc sắc như: Đông Pháp Thời báo Xuân 1928, Thần Chung Kỷ Ty 1929, Phụ Nữ Tân Văn Xuân Canh Ngọ 1930, Công Luận Xuân Tân Mùi 1931, Nhật Tân Xuân Quý Dậu 1933, Sài Gòn Xuân Giáp Thân 1934, Đuốc Nhà Nam Xuân Ất Hợi 1935... Kể từ đó trở đi, việc các tờ báo được xuất bản vào mỗi dịp Tết đến Xuân về đã trở nên phổ biến thành phong trào...

Ngày nay, việc đọc báo Tết đã trở thành nét đẹp văn hóa của người dân Việt Nam và những tờ báo Tết luôn được coi là “món ăn” tinh thần mà độc giả háo hức chờ đợi. Cũng vì thế, mà các cơ quan Báo chí từ

Trung ương đến địa phương, các tờ báo đều chuẩn bị rất kỹ càng khi ra số báo đầu tiên của năm mới một cách công phu, kỹ lưỡng từ chất lượng bài vở đến hình thức trình bày quyển báo, làm sao để tờ báo đẹp nhất, ưng ý nhất trong mắt độc giả gần xa. Nó như món quà tặng ý nghĩa của những người làm báo dành tặng độc giả của tờ báo trong một năm qua đi, như là sự tri ân đối với người đọc, một ấn phẩm báo chí hấp dẫn cả về nội dung, phong phú về hình thức...

Cuối những năm 90 của thế kỷ XX, đã có nhiều người có thú vui sưu tầm những quyển báo Tết, với hàng chục tờ báo các loại, đều gom lại, xếp theo năm con giáp như Tý, Sửu, Dần, Mão... Sở dĩ, ngoài thú vui sưu tầm sách cổ của nhiều nhà sưu tập ra, họ cũng rất khoái sưu tầm những tờ báo Tết. Vì ở mỗi tờ báo Tết đều có chứa những nội dung hấp dẫn về tất cả muôn mặt của đời sống trong một năm qua đi, từ chính trị, kinh tế, văn hóa, xã hội, thể thao của



nước nhà... tất cả đều được phản ánh sinh động ở số báo Tết này... Nó là tài liệu phục vụ công tác nghiên cứu văn hóa. Báo Tết thật sự là những tư liệu rất quý cho các nhà nghiên cứu trong quá trình gom nhặt tư liệu, phục vụ lâu dài cho công việc của mình...

Những số báo sưu tầm được theo ý tưởng của độc giả, vào mỗi dịp Tết đến Xuân về. Để lâu, những tờ báo Tết ấy đã có tuổi đời hai, ba chục mùa xuân qua đi, hẳn sẽ là một cái thú chơi tao nhã đối với những ai yêu văn hóa đọc và trân trọng những tư liệu mang tính lịch sử, có độ lùi về thời gian. Nó giống như ta sưu tầm đồ cổ, hay tranh, tượng điêu khắc vậy...

Những quyển báo ấy, được lưu giữ là vì ở đó có những bài báo Tết giàu tính tư liệu lịch sử rất cần cho những nhà nghiên cứu văn hóa. Nó là những bài viết tâm huyết của các tác giả trong cả một năm, họ chỉ để đăng trong số báo Tết. Nơi mà họ đồng hành với tờ báo trong suốt một năm, họ được các Tổng biên tập đặt bài trước Tết cả tháng trời. Đó là những tác phẩm báo chí, văn học, hội họa, nhiếp ảnh đặc sắc chỉ có thể in ở số báo Tết, chào năm mới...

Tết nay, bên cạnh những món ăn về vật chất trong ngày Tết mà mỗi gia đình chuẩn bị, thì những tờ báo Tết lại là món ăn tinh thần không thể thiếu, cùng với các loại trà ngon ướp nhài, ướp sen hồ Tây, các loại rượu bia, bánh kẹo... Nói như vậy, để thấy những món ăn tinh thần và vật chất được hòa quyện vào nhau trong những khoảnh khắc chuyển giao năm cũ sang năm mới thật thú vị làm sao...Tết đến, người dân Việt rất thích thú khi pha một ấm trà ngon, ngồi trước chỗ

báo Tết còn thơm mùi mực mới in, cùng với lu trầm được đốt lên, cùng hương thơm của trà, mùi hương trầm được hòa quyện vào nhau thật là tuyệt vời trong không gian ngày Tết không gì thú vị hơn trong khoảnh khắc đón năm mới...

Trên bàn tiếp khách ngày Tết của mỗi gia đình người Việt, bên cạnh trà, mít, rượu vang, kẹo lạc truyền thống, trà lam quê mùa, thì chỗ báo Tết đặt trên bàn là thứ không thể thiếu được trong mỗi dịp Tết đến Xuân về. Ngày Tết, người ta thường đi chơi chợ hoa, ngoài ngắm nhìn không khí ngày Tết, họ còn chọn mua cho mình những bình hoa ưng ý, những cành đào cắm lọ độc bình hoặc những chậu đào thế đất tiền, thì một số người lại có thú vui đi dự Hội Báo

Xuân mỗi dịp Tết đến Xuân về, đến đó họ thoải mái chọn mua những tờ báo Tết mà mình yêu thích, những tờ báo Tết sắc sảo màu, với bìa báo Tết được trình bày đa dạng và phong phú bởi hình ảnh những thiếu nữ xinh đẹp bên đóa mai, đào...Hoặc những bức họa nổi tiếng của các họa sỹ lừng danh như Thành Chương, Lê Trí Dũng và rất nhiều họa sỹ, nhiếp ảnh gia khác...

Từ lâu, báo Tết đã trở thành món ăn tinh thần không thể thiếu trong ngày Tết, cùng với các món ẩm thực truyền thống của dân tộc trong ngày đầu tiên của năm mới... trong mỗi gia đình người dân Việt. Đó cũng là một nét văn hóa đẹp trong ngày Tết truyền thống của dân tộc Việt Nam trải qua hàng trăm năm nay... ■



Dù là ở phương Đông hay phương Tây, con rồng đều là con vật thần thoại. Nhưng nếu như con rồng trong thần thoại phương Tây gắn với loại thú kỳ dị có 3, 4 thậm chí 10 đầu, chúng có họ với thú bốn chân, với cả loài có cánh, thì con Rồng ở phương Đông gắn nhiều với Rắn.

■ HOÀNG PHÚC

HÌNH TƯỢNG
Con
Rồng
TRONG
VĂN HÓA
DÂN GIAN



Con rồng ở phương Tây là biểu tượng cho sự dữ dằn, hung ác, còn con rồng phương Đông tượng trưng cho sự thiêng liêng, cao quý. Thần thoại phương Đông cho rằng rồng làm ra mưa, đem lại sự sống cho vạn vật, và coi đó là con vật đứng đầu Tứ Linh. Và giai cấp phong kiến ở Trung Quốc cũng như ở nước ta từ lâu đã dùng con rồng làm biểu tượng cho uy thế của vương quyền. Lễ phục của vua quan đều thêu rồng, tất nhiên là cách trang trí bằng hình con rồng ở mũ áo của vua và của quan có khác nhau. Cung điện, đền đài, miếu mạo v.v ... cũng chạm, khắc, tô, vẽ hình rồng với đủ

hình ảnh: “Long vân

khánh hội”, “Lưỡng

long châu nguyệt”,

“Lưỡng long

tranh châu”....

Và bất cứ cái

gì liên quan

đến vua chúa

cũng đều gọi là

rồng: điện rồng,

sân rồng, thuyền

rồng, xe rồng, kiệu

rồng, mình rồng,

mặt rồng, v.v... Tất

nhiên là khi con rồng

đã được dùng làm biểu

tượng của uy quyền phong

kiến thì nó thường có hình dáng bệ

vệ, với bộ mặt dữ tợn, đe dọa, mũi

lớn, mắt lồi, miệng há rộng, vuốt

xò to.

Nhưng con rồng trong văn

hóa dân gian thì lại khác hẳn.

Con rồng phản ánh trí tưởng



tượng của nhân dân về thần mưa, thần nước, rồng là vật lành làm ra mưa, ra nước để tưới ruộng đồng. Trong những hình chạm khắc trên các văn vật đời Lý, đời Trần như trên mặt đá tròn ở tháp Chương Sơn, Hà Nam, trên thành nhà Hồ (Thanh Hóa), thì con rồng có hình dáng uyển chuyển. Đặc biệt là mình rồng uốn khúc mềm mại gợi lên hình ảnh sóng nước dập dờn, nguồn nước vô tận và phong phú. Rõ ràng là rồng trong văn nghệ dân gian thời kỳ Đại Việt cũng giống như con cóc trong thời kỳ đồ đồng Đông Sơn, ít nhiều đều có gắn với nền văn minh nông nghiệp lâu đời của ta. Con rồng trong nghệ thuật dân gian thời Đại Việt có mình rắn, nhưng nguồn gốc của con rồng lại không phải là từ rắn mà ra. Nguồn gốc xa xưa của nó là con cá sấu. Cá sấu ngày nay chỉ còn có ở sông ngòi Nam bộ. Nhưng ngày xưa cá sấu có rất nhiều ở sông ngòi miền Bắc. Cho mãi đến đời Trần, cá sấu còn nổi lên ở sông Nhị Hà cạnh thành Thăng Long, và thường làm hại dân chúng đánh cá. Vua thường cho mọi người xăm hình cá sấu lên mình để chúng khỏi làm hại. Tục xăm hình giao long có từ thời vua Hùng, tồn tại đến đời Trần, mãi cho đến đời vua Trần Anh Tông mới bỏ.

Con rồng được xem là vật tổ (tôtem) của người Việt cổ. Có lẽ vì phải sống ở đầm lầy khi ấy còn nhiều giao long, tổ tiên ta đã vẽ mình theo hình giao long vì tin rằng như thế thì tránh khỏi bị nó làm hại. Vì

vẽ mình theo hình giao long, cho nên lâu dần tự coi mình thuộc nòi giao long và thờ giao long làm vật tổ. Vật tổ ấy về sau được nhân cách hóa thành hình tượng Long quân.

Theo các tài liệu khảo cứu về đồ đồng của văn hóa Đông Sơn, ta thấy hình Rồng trên chiếc rìu đồng có hai con đuôi cuốn tròn, các chân bắt chéo nhau. Trên những đồ vật tìm kiếm được ở núi Voi còn có hình ảnh cá sấu có sừng nhú trên mắt, vây vểnh lên ở cổ. Những con cá sấu được cách điệu hóa như vậy chính là dáng dấp con rồng sau này. Sau khi các triều đại Trung Hoa đô hộ nước ta, hình ảnh con rồng đã thay đổi, nhưng không phải mất hết những nét ban đầu.

Hình ảnh con rồng trong nghệ thuật cung đình và nghệ thuật dân gian có khác nhau. Nhìn chung nghệ thuật dân gian giữ được những đường nét uyển chuyển, nhẹ nhàng, thanh thoát của rồng có nguồn gốc Đại Việt cổ xưa. Rồng của ta thường gắn với mây, nước và mưa (Long vân, Long giang, Long hải) nên nó mềm mại, ít vẻ uy nghiêm, đường bệ như rồng trong nghệ thuật cung đình.

Con rồng rất lạ, đầu sư tử, râu cá chép, sừng hươu, bờm ngựa, mình rắn, vây cá, chân kỳ lân, biết bay. Lạ lùng nữa là thuyết cá hóa rồng, chỉ những người học trò nghèo thời xưa qua ba lần thi Hương, thi Hội, thi Đình đều đỗ, ví như con cá vượt ba lần cửa Vũ môn (Vũ môn tam cấp lãng). ■

Hương chè

ĐINH THÀNH TRUNG

*Chè em pha nước xanh mơn
Nhấp môi chút chím em hờn với ai
Thái Nguyên núi rộng sông dài
Là ai đã kéo anh hai lần về?*

*Chè thơm đắng dịu anh mê
Lim dim anh hát vô để cho em
Ai lên xứ Thái mà xem
Có em gái Thái buông rèm chờ tôi*

*Chè em lắng đọng bồi hồi
Để tôi nhung nhớ con đôi ngát xanh
Thân em bé nhỏ mong manh
Cảm trà em hãm nhưng đành về thôi*

*Thủ đô đã ở đây rồi
Bên chè tôi nhớ đôi môi mỉm cười
Chè đây có phải con người?
Nặng tình đậm nghĩa xinh tươi ấm lòng.*





Tết TRONG KÝ ỨC TUỔI THƠ

■ Tản văn **PHÙNG HOÀNG ANH**

Năm nào cũng vậy, cứ đến ngày tiễn ông Táo về trời báo cáo với thiên đình tình hình một năm qua ở dưới trần gian, cũng là lúc mọi gia đình bắt đầu sửa soạn, dọn dẹp nhà cửa cho sạch sẽ, quét vôi ve, sơn lại cho ngôi nhà của mình, mới hơn, khàng trang hơn để chuẩn bị đón một mùa xuân mới lại về.

Ngôi nhà cấp bốn với năm gian của gia đình tôi được xây cất từ những năm 80 của thế kỷ trước, chất liệu chủ yếu là tường gạch, phần mái là tre, gỗ làm xương nhà, trên lợp ngói nung, là nơi trú ngụ của gia đình tôi trong suốt mấy chục năm qua. Cứ mỗi độ Xuân về, cha tôi lại mua vôi củ vừa mới nung từ lò ra, mang về ngâm vào chiếc vại sành lớn, mười ngày sau vôi ngấm nước, đem hoà tan với nước tạo thành dung dịch màu trắng, rồi hoà với ve màu để quét lên tường nhà, như thế thay cho ngôi nhà cũ một tấm áo mới, chuẩn bị đón chúa Xuân về.

Sau khi dọn dẹp nhà cửa gọn gàng, sạch sẽ,

tường nhà mới sáng choang, cha tôi tiếp tục mang bộ đỉnh đồng, vật gia bảo nhiều đời của gia đình tôi để lại, đem đánh cho bóng sáng. Việc đánh đỉnh đồng, cha tôi giao nhiệm vụ cho hai anh em tôi là con trai làm, dưới sự hướng dẫn của cha tôi. Bộ đỉnh được đưa từ ban thờ xuống, đặt lên chiếc nong đan bằng tre, miệng rộng khoảng một mét hai, cùng với chiếc chậu thau đồng chứa cát và dung dịch tẩy, hai anh em tôi đánh cho tới khi nào màu vàng của bộ đỉnh đồng sáng bóng, khi ấy mới được coi là xong việc. Cha tôi xếp đồ thờ lên hương án theo thứ tự cũ, trên cao là chiếc mâm bông vuông, to. Đặt trên mâm bông là ba chiếc đài làm bằng gỗ mít, trên mỗi đài đặt ba chiếc chén mắt trâu để rót rượu thờ, bên trong là một chiếc đài to bằng chiếc đĩa men có đế cũng làm bằng gỗ mít dùng để bày biện mâm ngũ quả, bánh mứt, rượu Tết... Bên dưới là lư hương đặt chính giữa ban thờ, hai bên là hai cây nến làm bằng chất liệu đồng, chính giữa phía ngoài



lư hương là chiếc đỉnh đồng, hai bên là hai con hạc cũng làm bằng đồng, và hai đài to làm bằng gỗ mít đặt hai bên để đựng bát nước và đĩa trầu cau mỗi khi cúng giỗ, Tết. Những công việc này phải được làm xong trước ngày cúng ông Công, ông Táo về chầu trời.

Công việc chuẩn bị tiếp theo cho mấy ngày Tết là vại dưa hành muối, một thứ không thể thiếu trong ba ngày Tết. Việc đầu tiên là mẹ đi chợ, mua vài cân hành củ, to, tươi ngon. Một bó lá dong khoảng một trăm lá, một vại ống dang làm lát bánh. Để xử lý những thứ mẹ mua về, bố tôi khéo tay làm nhiệm vụ chẻ ống dang ra thành nhiều thanh nhỏ, mỗi thanh nhỏ ấy lại chẻ mỏng thành những chiếc lát dang, nhiều chiếc nối với nhau tạo thành một chiếc dây dài bốn năm mét để dăng bánh trưng dài. Mẹ giao nhiệm vụ cho mấy anh em tôi bóc vỏ hành, lau, rửa sạch lá dong rồi cuốn gọn buộc vào cột nhà cho lá róc nước, còn củ hành để cho ráo nước, sau đó để mẹ làm muối chua. Những công việc này phải làm trước Tết vài ngày.

Khoảng hai mươi bảy, hai mươi tám Tết, các chú, các em trong gia đình chúng tôi tụ tập tại nhà tôi, vì ông nội tôi là trưởng, nên nhà tôi là nơi tụ hội trong những ngày giỗ chạp, chuẩn bị cho việc đi chạp mộ tổ tiên, mời tổ tiên về đón Tết chung vui cùng con cháu. Trong cuộc đời tôi, có lẽ tôi nhớ nhất hình ảnh ông nội tôi dẫn tôi đi chạp mộ, khi đó tôi lên tám, chín tuổi. Thời gian đó vào những năm 80 của thế kỷ trước. Một ông già tóc bạc, với chòm râu dài, mặc bộ quần áo nâu, cổ tròn, chân đi dép cao su, trên vai vác chiếc cuốc, một dụng cụ của nhà nông, tay cầm mấy bó hương. Ông đi trước, dẫn tôi theo sau cùng đi chạp mộ. Gió Xuân nhẹ thổi, mưa Xuân rắc bụi trên đầu, những ngọn cỏ vàng úa, đó là những gì tôi còn nhớ được cùng với khói hương bảng lảng ở nghĩa trang đồng quê đang vẫn lơ bay trên những ngôi mộ đất, cỏ mọc. Khi đó, nghĩa trang chưa xây cất đồ sộ, hoành tráng như bây giờ. Lúc ấy, thời bao cấp, còn nghèo lắm. Trước những ngôi mộ tổ, ba bốn đời của gia đình nhà tôi, ông tôi đánh một văng cỏ trên nắm mộ, thay vào đó là chút đất mới cho dễ cắm chân hương. Ông tiếp tục bóc vỏ những bó hương ra, lấy tờ giấy ngoài châm lửa để đốt hương, hương cháy, ông đem cắm lên những ngôi mộ ấy ba nén hương, sau đó ông chắp tay lên trước ngực, và những lời

khấn thì thào lúc nhỏ, lúc to, sau này, lớn lên tôi mới hiểu những lời khấn ấy là những lời mời tổ tiên về dự đón Tết cùng con cháu. Trước mộ tổ tiên, ông tôi nhỏ nhẹ nói với tôi : - Sau này ông trăm tuổi, đến ngày giỗ ông, cháu cứ pha một ấm trà mạn, đặt lên hương án, thắp hương, khấn ông, ông sẽ về! Lời căn dặn ấy làm tôi nhớ mãi đến tận bây giờ, cứ đến ngày giỗ, Tết, bao giờ tôi cũng pha một ấm trà ngon đặt lên hương án, trước di ảnh ông nội tôi, như lúc sinh thời ông đã từng căn dặn.

Ngày hai chín, rạng sáng ba mươi Tết, từ đầu làng tới cuối ngõ vang tiếng lợn kêu eng éc, đó là một nét đặc trưng của làng quê mỗi khi Tết đến, Xuân về. Người ta thường rủ nhau vài hộ gia đình mổ chung nhau một con lợn khoảng bảy tám mươi ki lô gam, rồi chia đựng, mỗi nhà vài ba kí cả thịt lẫn xương, đem về chế biến thành nhiều món, gói giò, nướng chả... Ngoài thịt lợn, còn có thêm các loại thực phẩm khác như thịt bò, gà, cá... Khắp các ngã đường làng, ngõ xóm nhộn nhịp, tấp nập người qua lại, tay bưng bê những rổ thịt vừa được chia phần mang về nhà để chế biến. Người ở nhà chăm chút nộm bánh trưng đang sôi ùng ục nấu từ đêm hôm qua... Khoảng 11 giờ trưa, khi tiếng pháo nổ râm ran khắp nơi cũng là lúc mọi nhà đã cúng tổ tiên bữa cơm tất niên vừa xong. Bữa cơm trưa ngày ba mươi Tết là bữa cơm sum họp cả gia đình, chỉ còn đợi hơn chục tiếng đồng hồ nữa là tới thời khắc giao thừa, bước sang năm mới.

Chiều ba mươi Tết, mọi việc đã xong, mấy anh em chúng tôi được mẹ đun nước lá, tắm giặt sạch sẽ chuẩn bị đón một mùa xuân mới như thể làm sạch tất cả những bụi bẩn của năm cũ còn sót lại...

Những cái Tết của tuổi thơ đã qua đi theo năm tháng, mùa xuân mới lại về trên khắp đất Việt, Tết cổ truyền như thể nhắc nhở mỗi chúng ta nhớ về tổ tiên, cội nguồn của mỗi gia đình, của dòng họ... Tết đến cũng là dịp để con cháu tưởng nhớ đến tổ tiên, ông bà. Còn với riêng tôi, mùa xuân này cả ông bà nội, ngoại, và người mẹ hiền của tôi không còn trên dương thế nữa, nhưng hình bóng của ông bà nội, ngoại và người mẹ thân yêu, sớm hôm tần tảo, vất vả nuôi đàn con khôn lớn trưởng thành vẫn luôn hiện về, vẫn cùng con cháu đón một mùa xuân mới - Xuân Giáp Thìn với tràn đầy niềm tin, hy vọng vào một tương lai tốt đẹp của quê hương, đất nước trên đà đổi mới, hội nhập. ■

Ngẫu hứng Xuân

NGUYỄN CHU NHẠC

Qua giêng chậm chậm bước xuân,
rây mưa lách chách biếc ngần non
hoa chanh hoa bưởi đương còn
đã nghe chấp chới gạo sơn điểm màu,
Đêm về lắng giọt tàu cau,
đâu như hàng chuối vườn sau trở buồn,
hoa xoan bung nở buông tuồng,
gió đông đổ một trận cuồng sắc hoa,
Ngày nào hàng xóm hay qua,
nay sao quạnh vắng chỉ ta nhớ mình,
cái thời hai đứa rập rình,
giờ đây nín lặng nỗi mình... với xuân,

Mưa Trường Sơn nhào cả đá trong hầm
Đêm thấp thôm thèm ngậm trà Bắc Thái*
Sau trận A Sầu tiểu đội vui gặp lại
Chúng tôi chụm đầu bên ấm trà dây.

"Ấm trà"- bi đông đựng nước ngày ngày
Đồ US. ủ gần trăm độ
Nắm trà dây anh nuôi bút về từ vùng bom loang lỗ
Trà rót ra bát sắt uống xoay vòng.

Chuyện uống trà ngày gian khổ Trường Sơn
Ngỡ có gì đâu mà phập phồng cõi nhớ
Đồng đội ơi, bát nước chè một thuở
Mãi mãi còn ấm nóng trong nhau.

Uống rượu ở bản Hòn

(Tặng nhà văn Khôi Nguyên và anh em
văn nghệ sĩ tỉnh Đắk Lắk)

Bạn từ bản Đôn⁽¹⁾ đến bản Hòn⁽²⁾
Mời lên nhà sàn
Cùng uống vò rượu ngô thơm nhé
Rượu men lá cất từ ngô cách thủy
Nào cạn ly ta thêm quý bạn hiền.

D.K.L

Uống rượu làng Vân

Lần đầu tôi đến làng Vân
Chưa chi đã thấy bàn chân muốn mềm
Đất trời sáng sánh hương men
Rượu Vân nhấp với lời em... quên về.

(1) Bản Đôn, huyện Buôn Đôn, tỉnh Đắk Lắk
(2) Bản Hòn, xã Bành Trạch, huyện Ba Bể, tỉnh Bắc Kạn



Tranh của Khánh Thi

CÔNG TY CỔ PHẦN BIA HÀ NỘI - HẢI PHÒNG

Chúc Mừng
Năm Mới



2024

Số 16 Đường Lạch Tray - Phường Lạch Tray - Quận Ngô Quyền - TP Hải Phòng
Email: contact@habecohnp.com.vn | Web: habecohnp.com.vn | Hotline: 0225.222.6868

NHỚ TẾT XUÂN QUÊ CHÔNG

■ BÙI THANH HÀ

*...Làm duyên bên mái nhà cha
Nghe đời khép mở làng xa trở mình
Nghe bao nhiêu kiếp phù sinh
Về trong câu hát tâm tình yêu thương...*

Mỗi mùa xuân về, tôi thường chụp ảnh, làm duyên bên nếp nhà trăm năm bình dị của cha với niềm vui đầm ấm đại gia đình sum họp đón Tết. Nhưng năm nay, cha cũng đi xa rồi. Nếp nhà cổ vắng bóng mẹ cha khiến lòng tôi rung rung. Bao kỷ ức Tết xưa như hiện về trước mắt.

Tôi yêu những ngày chuẩn bị đón xuân trên quê hương quan họ. Đường làng, ngõ xóm, chợ quê râm ran... Những ngôi nhà quét vôi mới sạch sẽ, trang hoàng như được thay áo mới. Những mái đình, mái chùa cổ kính phấp phới bóng cờ ngũ sắc, hương trầm ngan ngát tỏa lan. Muôn thứ hàng chợ Tết khoe sắc màu no đủ. Người xe nói cười, mời chào, qua lại tấp nập. Trong mỗi ngôi nhà đã thấy thơm thơm mùi gạo nếp, mùi lá dong, hương rượu mới cất quyến rũ, ngọt ngào...

Cha tôi đã chặt cây tre bánh tẻ, chẻ lạt cài sẵn hiên nhà. Mẹ gánh gồng ngày ngày đi chợ, bán mua sắm Tết. Vại dưa hành mẹ nén đặt bên bể nước đã dâng hương cay thơm. Vại tương ngọt ngào đầy ắp. Những bó rơm nếp vàng óng mẹ cũng đã tuốt sẵn, các thức làm bánh tro mẹ cũng chuẩn bị sẵn sàng. Đồ xanh xay và những trái gấc đỏ ối đã để sẵn bên góc bếp đơn sơ của mẹ...Chú ỉn trong chuồng đã béo tròn ục ịch. Đàn gà sau bếp thau thẩu chân vàng ươm. Mấy ả gà mái già trụi lông bị mẹ đe sẽ sớm làm thịt kho đồng cho lũ con ăn Tết thỏa thích...

Tiếng bước chân thậm thịch ra vào. Giếng làng rộn rã người kín nước, ao làng tíu tít người giặt giũ, rửa lá dong... Bên này người đập chiếu, vắt chăn, bên kia người thịt gà, thịt lợn... Đúng là về mặt vệ sinh chưa đảm bảo nhưng không khí đón Tết mới vui làm sao!

Ngày ấy con đường làng còn lát gạch đỏ nghiêng, nhiều ngõ là những con đường đất lầy lội ngày mưa

nhưng mát rượi ngày hè nắng ráo với những rặng tre xanh quanh co bao bọc. Thấp thoáng sau vườn cây là những mái nhà ngói đỏ. Ao làng còn nhiều lằm, giếng đình to như hồ nước trong veo, chỉ được phép kín nước về dùng ở đấy. Mãi sau này mới có thể mang đỗ, gạo, lá dong ra tráng, rửa. Chị em vừa làm vừa tán đủ thứ chuyện trên trời, dưới đất, tiếng cười giòn tan lan trên mặt nước mơ màng. Cây đa, bến nước, sân đình lắng nghe tất cả, chứng kiến tất cả sự chuyển mình, đổi thay của làng quê và cùng rộn ràng đón mỗi mùa xuân sang. Không khí đón Tết náo nức miền quan họ.

Khi gạo nếp, đỗ xanh, thịt ướp, lá dong, mọi thứ đã chuẩn bị xong xuôi, thường 28, 29 Tết cha tôi ngồi gói bánh. Cha chồng tôi gói tay khéo lắm! Những chiếc bánh vuông vức, thơm tho, nhân đỗ thịt và thêm ít chiếc nhân đường cứ chất cao dần trên mâm. Gương mặt đẹp như chạm khắc của cha, người cựu chiến binh già, ánh lên niềm vui và đôi tay to thoăn thoắt, khéo léo đặt lá, vun gạo đỗ, gói buộc bánh... Sau này, cha già yếu tay thì anh tôi gói bánh cũng khá đẹp. Chỉ có điều bánh anh gói đầy mình, chưa thanh tao, vừa vụn bằng cha.

Riêng bánh tro và làm nhân đỗ đường, đỗ xoi mẹ tôi đảm nhiệm. Thú thật, xoi vò mẹ đồ sau này các con không ai làm ngon như mẹ được. Bánh tro cũng vậy. Trước đây, mẹ làm tro từ quả xoan khô, rơm nếp, vỏ bưởi, rau dền gai khô đốt cháy. Mẹ lọc tro, để lắng, lấy nước trong màu hổ phách, thêm vào chút nước vôi trong, khuấy đều rồi ngâm gạo nếp cái hoa vàng lựa đãi kỹ vào đó qua đêm. Sáng mẹ vớt ra tráng sạch, để ráo rồi xóc thêm chút muối. Còn nhân bánh chưng ngọt, mẹ làm từ đỗ đãi nấu chín, đường mía, lạc rang giã giập cũng thơm tho, màu nâu quyến rũ. Cha gói bánh nhân sống hoặc chín đều gọn xoe, không lộn nhân như các con tập gói. Còn những chiếc bánh tro gói lá dong mẹ làm nhỏ dài xinh xinh, khi bóc ra cứ trong vắt màu nhụa thông vàng, chấm mặt mía ăn thì mát thôi rồi, hết



cả ngấy bánh chưng, thịt mỡ! Những ngày cuối năm ấy, bóng mẹ cha cặm cụi gói bánh trên sân gạch đỏ thoáng nắng gió trời, bên nếp nhà xưa mái ngói nâu cổ kính, luôn gieo vào lòng tôi một niềm xúc động, ấm áp vô bờ.

Khi xong việc, thế nào mẹ cũng ngồi nghỉ ăn miếng trầu trước hiên nhà. Đôi môi đỏ cắn chỉ, hàm răng đen, ánh mắt cười lấp lánh. Mẹ hiền từ nhìn cha và lũ con bắc bếp, mãi một xếp bánh vào nồi đại, đổ nước, nổi lửa luộc bánh, không quên nhắc các con trông củi lửa cả đêm cho bánh chín đều. Những gộc tre, rễ cây to bổ đánh về phơi nỏ cả năm, có dịp rừng rực cháy, lửa reo vui ngay cả trong đêm gió bắc, mưa phùn.

Những đêm giáp Tết luôn là những đêm cổ tích. Tất bật đầu hôm rồi sâu lắng về khuya. Ánh lửa hồng ấm áp hắt lên từng khuôn mặt. Mùi lá dong, thịt áp chảo, kho đông, măng ninh, cá kho, bánh chưng, hương nước mùi già...quần quýt trong không khí. Xóm làng bình yên, ấm áp trong đêm. Đâu đó có tiếng chó sủa, tiếng gà cầm canh, tiếng nói cười con trẻ, tiếng pháo tếp, pháo cối đi đùng vang lên từ sân nhà ai đó trong làng... Chúng tôi cùng cha háo hức vớt bánh, nhúng nước lạnh, nén bánh, để rồi hôm sau, những chiếc bánh vuông thơm hương nếp mới được xếp trên ban thờ, được treo cao từng chùm trên sào tre trong chái buồng cùng các loại bánh, giò nạc, giò mỡ của mẹ và có năm, cha tự tay làm.

Ngày ba mươi Tết, đào, quất đã về trước sân khoe sắc, ban thờ bày đẹp đẽ, trang nghiêm. Mâm cơm tất niên đủ món truyền thống nghi ngút khói mời gọi đã được cả nhà chuẩn bị dâng lên thần linh, tiên tổ. Bố tự tay cắt tiết đôi gà trống hoa mào đỏ chân vàng, làm sạch, buộc cánh tiên, cẩn thận luộc chín tới



thật đẹp để đem dâng cúng Giao thừa, mừng Một ở đình. Nhìn bố và các con trai kính cẩn đội mâm lễ xôi gà ra đình vào đêm trừ tịch, thấy không gian thiêng liêng, trời đất giao hoà, tổ tiên như hiện diện về vui Tết cùng con cháu, thấy truyền thống "uống nước nhớ nguồn" như mạch ngầm chảy mãi trong muôn thế hệ người Việt Nam. Giờ phút sang năm mới, tiếng pháo đồng loạt nổ vang lên khắp xóm làng rồi râm ran lan xa kéo dài... Đất trời như bừng sáng. Hương trầm, mùi thuốc pháo sục nức không gian.

Mẹ cẩn thận khăn áo dâng hương làm lễ trước ban thờ trong nhà, ngoài sân, cầu cho một năm mới tốt lành. Cả nhà quây quần bên nhau nhấm nháp chút bánh kẹo, lì xì, thưởng trà mừng Xuân... Nụ cười của cha mẹ bên con cháu lúc ấy đẹp biết bao. Mặc cho có năm bên ngoài còn mưa rét, cửa nhà chỉ là bức rèm tre chống chếnh, nhưng trong lòng người, ai cũng thấy ấm áp niềm vui.

Đã bao mùa xuân đi qua, rồi chúng tôi phải tập dần với sự thiếu vắng mẹ. Thiếu nụ cười tươi quét trầu và ánh mắt lấp lánh của mẹ bên bậu cửa đợi chờ con cháu. Thiếu gương mặt phúc hậu của mẹ hồng lên bên chỗ đồ xôi. Ăn miếng dưa hành, miếng bánh tro... năm nào cũng nhớ đến mẹ.

Tết năm nay, mẹ dặt cha về miền mây trắng, chúng tôi thật sự mồ côi. Nhớ cha vô cùng, dù từ lâu lắm rồi, chúng tôi đã quen không được thưởng thức miếng bánh chưng cha gói, miếng thịt gà cha luộc; Nhưng chỉ cần "Thấy trong mái ấm cha ngồi/ Vui cùng con cháu nụ cười an nhiên" là cháu con đã ấm lòng rồi.

Chúng tôi cũng không còn được mừng tuổi mẹ cha đầu Xuân mới, không được ngắm nụ cười hồn hậu của mẹ cha khi thấy anh chị em chúng tôi rông rảnh đi chúc Tết các nhà... Nhưng những ngày Xuân xưa cũ ấy, mãi mãi khắc ghi dáng hình, nụ cười, gương mặt, tình yêu của cha mẹ dành cho con cháu.

Tôi vẫn như thấy nụ cười tươi vương hương trầu cay của mẹ bên bậu cửa, thấy cha hiền từ trước sân niềm nở bắt tay đón, tiễn người thân, xóm giềng.

Miền quê quan họ vẫn ngân nga tiếng hát. Những món ngon quê nhà vẫn giữ hương vị ngàn xưa. Tháp thoáng bên đền chùa cổ kính, trong nếp nhà quen thuộc là những nụ cười của người thân xa khuất...

Một mùa xuân mới đang về. Mùa xuân muôn hoa, xanh lộc biếc, tràn đầy hy vọng đang chảy tràn trên quê hương, đất nước, trên khắp địa cầu và trong tim mỗi chúng ta. ■



Tranh của Khánh Thi

BẾP LỬA TẾT

Hẳn nhiên, bếp lửa quê luôn giữ vị trí đặc biệt trong lòng mỗi người. Từ lúc mới lọt lòng, ngoại đã khệ nệ bê chậu than hồng để hơ ấm cho đứa trẻ con. Suốt tuổi thơ luôn quấn quanh quần chân mẹ trong chái bếp thơm nức mùi cá kho, rau xào. Để rồi ngày trưởng thành, dù ở nơi xa ngoài đường đời, hễ trời giáp Tết lại bản thân nường làn khói bếp về nhà đón Xuân.

vẫn ấm nồng tình quê

■ THÁI SƠN

Với nội, mẹ không chỉ là dâu mà còn là con, nội chỉ bảo từng điều nhỏ nhặt, như cầm tay đứng bếp. Bếp lửa của nội là hai thanh sắt được gác lên trên hai viên đá lớn, mỗi lần bắc nổi lên kho, xào phải canh chuẩn

tránh bập bênh dễ đổ. Nội hay chụm rơm khô, lửa cháy rất đượm nhưng cũng chóng tàn, phải ngồi bên canh lửa châm thêm rơm. Ụ rơm trước ngõ phơi nắng phơi gió, phải thật khô mới đem vào chụm lửa, bởi chỉ cần rơm ẩm thì khói lên um cả gian bếp, khói nổi

dài tháng năm, khói bạc trắng tóc người. Tro rơm mềm mịn, tưới xối, nội thường dùng để rải trên đất cát, quanh gốc cây, bón thêm chất dinh dưỡng nuôi vạt rau xanh mỗi độ Xuân về.

Tới đời mẹ, bếp được thay bằng chiếc kiềng sắt ba chân



vững chắc. Thuở đó, cha đảm nền đất cho thật chặt, thật cao, dù cho nước lụt dâng lên cũng chẳng ngập. Dầu cho tấm phen tre đôi khi không khỏi lọt gió vào chái bếp mái lá mỗi đợt bão chợt ủa đến, nhưng chỉ cần bếp đỏ lửa, ngoài trời ướm mưa cũng mặc kệ. Củi nổ lép lép, lửa cháy phần phật, hơi khói quyện hơi ấm toả lan không gian, cái rét căm căm của tiết trời cuối Chạp cũng phải dừng lại bên ngoài cửa bếp. Cha ra vườn bừa mấy đồng củi to, nào dương liễu, nào bạch đàn, nào sấu đồng. Mẹ xếp mấy khúc củi vòng quanh kiếng bếp, hong khô củi dành dùm cho ngày mưa dầm gió bắc. Mẹ thường rắc vào bếp củi mấy nhúm trấu để nấu cám, lửa cháy liu riu âm ỉ, thế mà sưởi ấm suốt những sớm Đông chớm lạnh.

Thuở ấu thơ, có đứa trẻ nhà quê nào chưa từng đi nhặt củi tre, lượm lá dừa làm mỗi nhen lửa. Muốn khúc củi to cháy đỏ, phải bắt đầu nhóm cháy que củi nhỏ. Có lúc mãi chơi lơ đãng làm bếp lửa tắt ngúm, phải chu môi phồng má thổi hò hè, bụi tro bay tứ tung, ngọn lửa mới bùng lên lại. Thế nào nấu xong nồi cơm, kho chín nồi cá thì mặt mũi tay chân đều dính đầy nhọ nhội, cả người đều vương mùi khói. Ngược mặt lên thấy khói bám đen trần bếp, khói vẩn vít khắp nơi, khói thành từng lọn trắng mãi miết bay về trời. Thế nhưng, chính hương oi khói đó lại là thứ mà lòng ta quay quắt nhớ trong mưa gió đường đời mai sau. Mỗi đứa con quê nghèo xa xưa đều nương vào làn khói bếp ấm nồng đó để trưởng thành, vịn hương khói mà đứng lên, dẫu đi

đến chốn nào cũng không quên đi nguồn cội.

Trong chái bếp thuở ấy, có bao nhiêu thứ quá đời thân thuộc với đời quê. Cái nồi gang mẹ dành riêng cho việc nấu cơm, lửa cháy rực cơm sùng sục sôi. Mẹ chất lấy nước cơm cho đám con cháu ăn, mẹ vùi bớt que củi để nhỏ lửa. Nhưng bữa ăn nào, mấy đứa cũng cố vét đáy nồi kiếm mớ cơm cháy sém chấm mắm cái nhai rào rạo thích thú. Cha hí hụi sắc thuốc bắc trong chiếc ấm đất, một ấm đầy chỉ rót được một chén nước thuốc uống chữa bệnh vặt hoặc bồi bổ cơ thể. Và những cái xoong nhôm dù gõ “cóc cóc cheng cheng” hơi móp méo vẫn có thể kho cá, nấu canh được. Nồi niêu nấu bằng bếp củi, dưới đáy dính đầy muội đen, phải dùng rế tre, rế mây lót nồi để tránh dính đen nền nhà, nền chiếu. Bữa cơm ăn còn dư, mẹ đập nắp vung cẩn thận, cất vào tủ chạn bằng gỗ, hay còn gọi là cái gác-măng-rê. Hôi đấy, mỗi bận đi học hoặc chạy chơi ngoài đồng về nhà, bụng đói meo lại lục gác-măng-rê kiếm cơm nguội, đồ ăn mà mẹ để phần. Mở tủ chạn ra phải gài lại thật kỹ, tránh để thằn lằn hay gián thừa cơ bò vào, sẽ bị cha đánh đòn.

Cứ mỗi dịp giỗ quây hay Tết nhất cần thiết đãi nhiều món, bếp được dờ ra giữa sân hè, ba viên gạch đỏ được chụm vào nhau để đặt chiếc nồi nấu cỡ to đùng. Ôi nhớ làm sao cảm giác cả nhà ngồi quây quần bên bếp lửa, cùng thức canh nồi bánh chưng, bánh tét trong đêm Giao thừa. Mẹ chậm rãi đẩy lửa, chị lùi vào than hồng vùi củ khoai, tôi kiếm que củi cháy một đầu dùng để

vẽ, cha cắt chất giọng trầm ấm kể bao câu chuyện thú vị của cuộc đời. Tỉnh thoảng mẹ rắc vào bếp vài hạt muối lớn, lửa như nở hoa reo tanh tách vui tai. Thời gian trôi nhanh cái vèo, chẳng đủ để hàn huyên cười đùa. Đến khi nồi bánh chín thì trời cũng vừa vện bước sang năm mới. Hương nếp chín toả ra từ những đòn bánh, thơm lừng cả khoảng sân nhà. Những giọt mưa Xuân đầu tiên lất phất rơi trên vai, vương làn tóc, như thoả khát vọng về một năm ấm no tròn đầy.

Bao nhiêu năm qua đi, mẹ vẫn luôn giữ thói quen dậy sớm nhóm bếp lửa đun ấm nước pha trà cho cha. Giống như ngày xưa ngoại đã từng dạy, việc giữ lửa trong nhà là việc của đàn bà. Chớ có khi nào để bếp núc lạnh tanh. Dù cuộc sống đổi dời, mấy chị em sắm sửa bếp ga, bếp điện, mẹ cũng thủy chung với bếp củi. Mấy đứa con xa nhà cứ hoài thương nhớ bếp củi hương quê, một sáng quay về nhìn ngọn lửa rực đỏ mà thấy lòng ấm nồng những dấu yêu ngày cũ. Chừng ấy ngày tháng ngược xuôi mỗi mết, biết mấy thụng thính gió mưa của cuộc đời đều phải đứng ở ngoài gian bếp của mẹ. Trở về ngồi bên cạnh bếp ấm để thấy không nơi đâu an yên như ở nhà mình.

Tự dung mà lòng rung rúc nỗi niềm. Nhớ làm sao bàn tay tảo tần khô nhám của nội, nhớ câu dặn dò thủ thi của ngoại, nhớ những món ngon cả đời mẹ chăm chút, nhớ phút giây hạnh phúc khi cả nhà đông đủ xúm xít.

Nhớ bếp lửa Tết cũng chính là nhớ mỗi tuổi đời mà chính mình đã đi qua. ■

Thơ ở Đồng Hới

Đồng Hới nắng rỡ ràng,
Gió mặn mòi hơi biển...
Những bầu bạn chân tình,
Khiêm nhường và kín tiếng...

Không giấu diếm nỗi đau,
Và cả những thất vọng...
Làm sao được, đời nay
Vẫn nhiều người mấy giọng...

Nhưng đối ẩm cùng nhau,
Giản lược mọi nghi lễ...
Những ly rượu đồng quê
Tiếp cho mình sức trẻ...

Giữ lại một niềm tin
Bằng hữu và huynh đệ...
Thất bát tạm thời thôi,
Hậu vận rồi không tệ...

Thiên hạ cứ phù hoa,
Ta không cần phải thế...
Chỉ mong được dài lâu,
Trong cõi đời dâu bể...

(1-4-2021)

Chia tay Pleiku

(Tặng Hồng Sơn)

Chia tay biết tặng nhau gì
Pleiku bao dốc
đời mình bao dốc
những đêm mưa lạnh cả cây rừng

Nghĩ đến nhau tưởng sẽ ấm lòng
vậy mà cay mí mắt
mới nửa đời đầu đã bạc
mà vợ không con không

mà lang thang với mối tình sông

Thơ đã theo nàng đi mất
người con gái nào cũng cần bến cập
nhưng ta
mười năm bao miền đất lạ
thành quê

Giờ chia tay biết tặng nhau gì
rượu đã cạn
buồn vô tận
chiếc ba lô nhẹ bỗng trên vai bạn
triu nặng lòng tôi

(1989)

Khúc mùa đông

Hoa cúc nhuộm đông vàng,
Em nhuộm lòng ta tím...
Những điều tưởng lụi tàn
Bỗng ngỡ ngànng chúm chím...

Hy vọng sáng bừng đêm,
Cơn mơ ngừng nhức nhối...
Bây giờ những hàm oan
Cũng không là gian dối...

Ta bớt những trà trưa,
Ta thôi không rượu sớm...

Trái tim ngỡ già nua
Bỗng thềm thơm hương cốm...

Chậm lại bước thời gian,
Và dài thêm khoảng khắc.
Xa cách hoá gần thêm,
Buông lời mà thực chắc...

Hoa cúc nhuộm đông vàng,
Ta trộn màu yêu cuối.
Còn lại sẽ là em
Lời nguyện không thể chối...

(3-12-2018)

Về lại với thu

Mùa thu bắt đầu bằng cơn mưa dai dẳng,
Lá vẫn xanh như hy vọng không dừng.
Tôi trở lại nước Nga, tuổi xuân không trở lại,
Nhưng ký ức về em vẫn nhón gót đi cùng...

Ôi nao nức tử đinh hương tím biếc,
Gió Volga tê ngọt nhịp trăng ngà.
Tôi mê đắm những câu thơ dâng hiến
Cho ước mơ bốn bể chung nhà...

Những giọt rượu trong như ý nghĩ
Quyện thanh tâm khát vọng nổi tim người.
Tôi mãi vẫn trách mình không dám bạo
Hôn đôi môi ủ kín hương lời...

Và nhớ lắm điệp trùng doi tuyết trắng
Nghiêng bờ sông da thịt của thiên thần.
Tôi đã ngỡ thế là đủ sống
Khi phút giây đến cuối được trong ngần...

Nhưng thiện chí không tác thành êm ấm,
Giữa đất bằng bầm giập với chông gai.
Ta nhớ quá đôi mắt buồn mệt mỏi
Đêm nhọc nhằn thao thức đợi hừng mai...

Giờ trở lại, thu chưa vàng đến độ,
Đêm nghe mưa gõ ký ức không mầu...
Miền đất cũ, tuổi thanh xuân đã cũ,
Nếu gặp em, duyên có nợ ban đầu???

Tôi đã nghĩ em đang hạnh phúc

Tôi đã nghĩ em đang hạnh phúc
Trong êm đềm ấm áp với người ta...
Tôi đã tự bóp bao nhiêu ao ước
Giữa đêm dài tan thành vụn sao sa...

Tôi đã nghĩ em đang hạnh phúc,
Những danh thành công toại ối người ghen...
Tôi đã viết bao nhiêu dòng tha thiết
Rồi nhấn chìm đáy rượu để tìm quên...

Tôi đã nghĩ em đang hạnh phúc
Khi không cần phải lo lắng về tôi...

Chẳng việc gì là không thể xóa
Trong giản đơn nhịp sống con người...

Tôi đã tự chối từ tất cả
Chỉ để em không liên lụy ngày xưa...
Sao đôi mắt khi tình cờ gặp gỡ
Lại đong đầy như thể sắp ào mưa?

Sao không nói, một lời thôi kiêu hãnh,
Một lời thôi, đúng ý thực trong đời...
Tôi đã nghĩ em đang hạnh phúc,
Nhưng thiếu nhau, bất hạnh cả đôi rồi...



Nét duyên mùa Xuân.

Ảnh của Đinh Văn Linh

Ngẫu nhiên quan họ

Rượu bình giải trí trong khoang,
Đêm thu quan họ loáng loàng gió sông...

Thơ ngâm ngoài lái, chưa chồng,
Quá khuya chớ để anh không với tình...

(17-8-2014)

Ở nơi nỗi đau và tình yêu song hành

■ BÙI THANH HÀ

- Chị ơi đang có cháo từ thiện ngon, chị sang mà nhận! Người nhà em thích ăn lắm, bảo nấu ngon, hàng tươi, bữa nào hết bữa ấy, không sợ đồ thực phẩm cũ chị ạ...

Thấy tôi có vẻ ngại ngần, ăn mặc đẹp đẽ, cô gái tiếp:

- Chị sang đi! Đừng ngại người ta đánh giá bề ngoài. Đã vào đây giàu nghèo như nhau hết, tí phú rồi cũng trắng tay, chẳng ai đánh giá chị đâu!

Trước cổng bệnh viện K đầu giờ ba bữa ăn, rất nhiều nhà hảo tâm đã làm những suất cơm, cháo tình nghĩa phục vụ bao bệnh nhân và người nhà từ khắp nơi về đây điều trị. Còn có quán cơm 2000 đồng ngay cổng viện mà ai đến đây có hoặc không có 2000 đồng cũng được suất ăn nóng sốt đủ thịt, đậu, rau và còn được nhận cả nụ cười. Những bữa ăn giản dị ấy mang tình yêu, sự động viên đến với các bệnh nhân đang đêm ngày đối mặt với nỗi đau thể xác, tinh thần và cái chết.

Những đoàn người nối dài từ mờ sáng nhận cháo từ thiện một lúc hết bay, những suất cơm từ thiện được phát trong căng tin, ngoài cổng bệnh viện luôn luôn cảm thấy thiếu cho thấy một nỗi đau lớn: Bệnh nhân ung thư nhiều quá, nhiều người rơi vào cảnh ngặt nghèo khó khăn quá. Tôi đã rơi nước mắt khi nhìn các bệnh nhân đầu không còn sợi tóc, trong bộ quần áo bệnh nhân thùng thình, lặng lẽ ngồi ăn suất cơm từ thiện ngay bên lối đi bộ trên cao ngang đường... Tôi xót xa, khi những ngày này, chứng kiến hàng ngàn người cùng người nhà đến khám, chữa bệnh, các bệnh nhân ngồi ken đặc các sảnh nhà, chờ chiếu chụp, xét nghiệm, xạ trị... Nỗi đau sắt lại trên những gương mặt người nhà bệnh nhân đêm đêm thao thức. Nỗi đau vương trên cả những vầng trán ưu tư, bước chân tất bật, bàn tay thoăn thoắt của các bác sĩ, điều dưỡng viên ngày đêm túc trực giúp đỡ bệnh nhân, căng mình điều trị một lượng người luôn quá tải. Nhìn những

gương mặt bơ phờ của các bác sĩ sau những ca phẫu thuật, điều trị dài căng thẳng, những bữa ăn muộn, vội vàng, tất bật của y bác sĩ, nhân viên y tế, mới thấy sự tận tụy, hy sinh của những người thầy thuốc trong sự nghiệp thiêng liêng chữa bệnh, cứu người.

Nơi đây cũng hội tụ bao cảnh đời, bao bi kịch, nỗi đau, chẳng ai giống ai, chỉ chung mỗi việc đối mặt với căn bệnh hiểm nghèo không chữa lữa tuổi, tầng lớp nào trong xã hội. Ngay trong khoa nhà tôi điều trị, có bé gái học lớp hai dễ thương người dân tộc, nằm thêm thiếp trong vòng tay cha bé nhỏ, hiền lành. Hỏi chuyện mới biết mẹ cháu vừa mất vì căn bệnh hiểm nghèo. Bố cháu bán hết những gì có, được trôm trôm bốn chục triệu, gửi con trai nhỏ cho ông bà rồi ôm con gái về Hà Nội chữa trị. Số tiền có chỉ vừa đủ đóng viện phí điều trị lúc đầu, không còn tiền sinh hoạt ăn uống, thuốc men... Ngay khi biết hoàn cảnh, những người nhà bệnh nhân chúng tôi đã làm một cuộc quyên góp tích cực, trong vòng hơn một ngày, đã có được trên hai chục triệu giúp đỡ bố con cháu. Lá lành đùm lá rách, lá ít lá rách hơn, người Việt mình ngàn đời nay vẫn thế, dắt diu nhau vượt qua bao nỗi đôn đau, nhọc nhằn...

Tôi đã đi những cuộc xe ôm của một số người thân bệnh nhân, vừa trông người nhà vừa chạy xe khi có thể để có tiền lo thuốc men, chữa trị, nhưng khi gặp người cùng cảnh ngộ vẫn nhiệt tình giúp đỡ, để khách trả tùy tâm. Tôi đã rụng lệ khi cô gái bán hàng ngoài cổng viện, sẵn sàng tặng lại tôi những bông hoa cô mua, khi biết tôi không có đủ thời gian qua chợ tìm mua hoa tặng chồng nhân kỷ niệm ngày cưới. Tôi đã gặp người đàn bà từng bị chồng đánh đập, ruồng rẫy, nhưng khi chồng thập tử nhất sinh vẫn gấn bó chăm lo, nâng giấc cho chồng. Tôi đã gặp những người con gái lam lũ, lầy chồng xa, gom góp tiền tiết kiệm, vượt ngàn dặm đường ra Bắc chăm cha mẹ...

Ở nơi đây, nỗi đau và tình yêu song hành. Những giọt nước mắt không chỉ vì đôn đau thể xác, tinh thần mà còn

rơi vì bao niềm xúc động. Đối mặt với đau đớn, cái chết, người ta càng nhận chân những giá trị cuộc đời, không ích kỉ mà mở rộng tấm lòng sẻ chia, giao cảm. Ở nơi đây càng thấy rõ hơn sức mạnh của tình yêu.

Có người vợ trẻ được chồng chăm chút chu đáo vẫn nghĩ rằng đêm đêm anh ấy ra ngủ nhờ nhà họ hàng, đâu biết chồng tranh thủ đi làm thuê gần đó vừa kiếm tiền, vừa khi vợ cần là lao thẳng vào bệnh viện. Có người chồng trẻ nũng nịu vợ, kêu đau suốt đêm mà người vợ nhẫn nhịn thức trắng bao đêm, xoa bóp vỗ về chồng yên ngủ... Tình yêu đêm đêm giăng mắc, trong giấc mơ mỗi người đều khắc khoải niềm hy vọng. Niềm hy vọng bay lên trong bóng tối buồn thương, trong bầu không khí bệnh viện đặc sệt nỗi niềm trở trăn không đầu có.

Những nỗi đau chung hoà trong nỗi đau riêng. Tại sao lại để tình cảnh bệnh nhân ung thư ngày càng gia tăng? Tại sao các bệnh viện, nhất là các bệnh viện K luôn quá tải? Tại sao mỗi cá nhân chúng ta luôn chủ quan để rồi bệnh trọng trong một xã hội thông tin tràn ngập...?

Có bệnh nhân không biết bệnh mình, vì người thân giấu, hùng hồn tuyên bố: - Tôi vẫn thường xuyên phun thuốc sâu từ trẻ đến già có sao đâu! Bà chị tôi 75 tuổi giờ vẫn đi phun thuốc, trông hái như thường! Rau cỏ, cây trái... cái gì chẳng phải phun, không thì lấy đầu sản phẩm bán, có thu nhập! Nhà tôi còn đỡ, nhiều nhà có khi phun xong, thu hoạch bán luôn, nhất là dưa chuột!...

Có chị người nhà bệnh nhân dặn dò tôi: - Em ơi cẩn thận khi mua hoa quả ngoại nhập nhé! Giá nhiều khi trên trời nhưng trồng ngay đất lán giềng đấy! Chị là dân bán hoa quả mà! Mọi người thế mình cũng khó khác được!

Tôi thương chị, thương mình, thương mọi bệnh nhân, thương những người dân nghèo rồi thương cả những vùng đất, dòng sông, nguồn nước đang lan tràn ô nhiễm theo đà công nghiệp hoá mà việc kiểm soát, bảo vệ môi trường còn quá yếu kém. Đất, nước, không khí, thực phẩm ô nhiễm, môi trường thiên nhiên bị tàn phá, con người không bệnh tật mới là lạ. Số bệnh nhân K trẻ tuổi cũng ngày càng gia tăng. Những đám tang đi dự mà tuổi người đã khuất chưa phải cao niên, hỏi lý do ra đi hầu hết là vì ung thư. Lê nào chúng ta để nỗi đau chung lớn mãi? Lê nào dưới gầm trời này, tình yêu đồng loại không đủ lớn để con người vì lòng tham tàn sát lẫn nhau dưới mọi kiểu loại, dáng hình?

Tôi viết những dòng xót xa này khi ngồi đợi người thân xạ trị. Trong khuôn viên bệnh viện nhỏ bé, người nằm người ngồi thấp thỏm. Một làn khói thuốc lá sặc



Hãy *Nên*
giữ gìn *sống có*
môi *trách*
trường *nhiệm,*
trong *biết*
lành, *chia*
cung *sẻ yêu*
cấp thực *thương,*
phẩm, *lan tỏa*
đồ uống *việc làm*
sạch vì *tốt vì*
sức khỏe *hạnh*
của cộng *phúc*
đồng *của mọi*
nhà. *nhà.*

sưa bay sang, ba tiếng ho của ba người phụ nữ ghé bên đồng loạt một lúc. Tôi nghiêng mình ngó qua khóm hoa:

- Anh vào đây với người thân mà chưa thấy sợ sao? Không thấy những bệnh nhân nhàu nhĩ quanh anh ra hộp từng ngậm không khí giữa đất trời hay sao?

Anh ta vội vàng đứng dậy, về tên tò, lẩn mất. Mong sao lòng tham, cái ác, sự vô cảm cũng theo nhau đi bớt, để tình yêu nhân quần nâng đỡ con người giữa biển khổ trầm luân.

Mùa đông vẫn đang về với nắng vàng, mưa bay, gió lạnh, sương giăng... như bao đời. Chỉ mong trong lòng mỗi người, có thêm ngọn lửa ấm áp của niềm tin, tình yêu và hy vọng. Dẫu biết đời còn nhiều buồn đau nhưng tình yêu lớn dậy sẽ chấp cánh cho mỗi con người bay vượt lên nỗi đau riêng để sống đẹp và ý nghĩa dưới bầu trời bao la luôn khát vọng bình yên cháy bỏng. n

Lập Xuân

NGUYỄN ĐẠI BƯƠNG

Mùa đông sắp trở chẳng rồi
Phùn mưa đầu chỉ từ trời mưa sa
Hạt mầm ấm bàn tay cha
Làm cơn mưa mạ lòa xoà hạt gieo

Từ trong rét mướt bọt bèo
Chỗ này mai sẽ vui reo lúa vàng
Núi đồi choàng giắc mơ màng
Rải mùa xanh nõn mời xuân hãy về

Củ hành héo nắng sân quê
Thơm từ nia mọc thơm về thẩu keo
Vàng hoa cải gió rập riu
Con ong cứ tưởng hoa trêu ghẹo mình

Người về bày tiệc tất niên
Chờ giao thừa điểm chuông nền nã ngân
Trên tường tờ lịch đang dần
Ngày mừng Một tết như gần như xa

Chuyến xe chờ người về nhà
Bỏ sau lưng bụi bặm đa đoan tình
Cành mai khảng khiêu trước hiên.
Nụ đơm lúp búp gọi mình lập xuân.

Trên đường Xuân

BÙI THANH HÀ

Em nghe lá
đang thả lời âu yếm
Tiếng mùa xuân
nhẹ lướt hát trên đường...

Vi vút gió
gieo tiếng đàn thương mến
Bầu trời ca
chim én dệt niềm tin...

Tất niên

NGUYỄN HƯNG HẢI

Mỗi năm có được mấy lần
Anh em cửa bếp quây quần bên nhau
Dù là cơm muối, cơm rau
Như ngày xưa có để đầu bậy giờ
Qua sông dù có cùng đò
Vẫn đường ai nấy sang bờ bên kia
Mảnh vườn khi đã đem chia
Của chung sao được từ khi nào rồi
Bé ôm nhau khóc, khi cười
Mỗi nhà mỗi cảnh vẫn ngồi bên nhau
Bây giờ có rể, có dâu
Lựa lời câu nói giống đầu ngày nào
Biết là một giọt máu đào
Hơn ao nước lã mà sao thật buồn
Chắp tay chung một Từ Đường
Mà ra khỏi ngõ liễu còn thấy nhau
Trách nào cơm muối cơm rau
Còn hơn yến tiệc ở đâu khinh mình
Xum vầy cửa bếp gia đình
Bữa cơm ngày tết đã thành lửa nhen
Ấm lòng em dưới, anh trên
Khác gì cái lạt buộc mềm cả gai
Buộc vào đùng để cho ai
Biết trong lọ mắm, ở ngoài chum tương
Quây quần cửa bếp, bữa cơm
Không còn là sẽ chẳng còn gì đâu
Nên khi được ở bên nhau
Nhớ cho, bếp củi chụm đầu lửa than...

Hùng Đô, ngày 04/12/2023



Men Xuân

BÙI VIỆT PHƯƠNG

Rượu đã ngủ bao năm trong vò cũ
Để hôm nay thức giấc bởi men xuân,
Quên mưa, nắng, buồn vui và thác lũ
Rót vào ngày từng giọt thanh tân.

Ôi, đồng đất tận trung thành hạt nếp
Sôi đá, gò đồi tận hiến hóa sắn, ngô,
Chú trâu kéo cày cù thành mật ngọt
Từng giọt mồ hôi thấm thía cơ đồ...

Chén quốc tửu, ban cho người trấn ải
Be rượu thâm đêm, thể thái nhân tình
Men lặng xuống thành sợi tơ thao thao thiết
Để xuân này say đắm cuộc phiêu linh.

Về Bắc Hà quê em

BÙI THANH HÀ

Ơ này cao nguyên trắng
Núi ngủ vùi trong mây
Mận, lê bung hoa tuyết
Hương rượu nồng ngất ngây...

Bắc Hà quê em đó
Tiếng khèn mang hồn say
Điệu múa... tình của núi
Khúc hát...gió ngàn cây...

Cội chè già xao xuyến
Mơ núi rừng đổi thay
Nụ cười bừng vách đá
Hương quả chín gọi mời...

Bắc Hà quê em đó
Xuống chợ cùng em nào
Muôn sắc vùng biên viễn
Khiến lòng anh xôn xao...

Heo may phố

NGUYỄN HẢI ĐƯỜNG

Heo may thổi rỗng ngày dài
em đi hun hút gió
quần khói đường chiều bụi đỏ
khuya về sao lạc ban mai
Phập phồng gửi trao áo rêu tường lở
ai chờ em sau cánh cửa kia?
xạc xào lá khô chân trần mảnh dẻ
gió sông Hồng vắt ngang mái dề
Ngày thường đời thường oằn đôi
vai nhỏ
phận làm dâu thiên hạ mà anh
em đang ở đâu mà hoa chưa nở

bếp lửa chưa nhen áo cưới chưa may
Em đang ở đâu, sắp mưa rồi đấy
tán cây kia có kín chỗ em không
đèn đã tắt một lần nói chi điều
chói lóa
vui người ta tê tái nỗi mình
Giờ có anh chừng gió bớt lạnh hơn
những góc khuất không làm em
sợ nữa
những tầng thấp tầng cao bỗng trở nên bé nhỏ
hàng cây xanh tin cậy lá sang mùa.

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



2024
Xuân Giáp Thìn



CHÚC MỪNG NĂM MỚI XUÂN GIÁP THÌN 2024

*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

THƯƠNG VỊ SPECIAL THẬT SPECIAL

TASTE THE SPECIAL TRULY SPECIAL



© & HỮNG BIỂU BIẢ - KHÔNG LẠI XE
NGƯỜI DƯỚI 16 TUỔI KHÔNG ĐƯỢC UỐNG BIỂU BIẢ