

BỘ NGOẠI GIAO
SỞ NGOẠI VỤ TP. HỒ CHÍ MINH
TRUNG TÂM DỊCH VỤ ĐỐI NGOẠI
VÀ HỘI NGHỊ QUỐC TẾ

CỘNG HÒA XÃ HỘI CHỦ NGHĨA VIỆT NAM
Độc lập – Tự do – Hạnh phúc

Thành phố Hồ Chí Minh, ngày 25 tháng 10 năm 2021

Số: 27 / FSC - CV

*V/v Giới thiệu và mời tham gia đăng ký
quảng bá hàng Việt Nam tại Trung tâm
Dịch vụ Xúc tiến Thương mại Việt Nam
tại Úc.*

Kính gửi: Sở Công thương Tỉnh Đồng Nai

Trung tâm Dịch vụ Đối ngoại và Hội nghị quốc tế (FSC) xin gửi đến Quý
Cơ quan lời chào trân trọng.

Báo cáo mới đây của Trung tâm Nghiên cứu châu Á (Asia Society) và Trung
tâm Nghiên cứu APEC tại Đại học RMIT của Úc nhận định Việt Nam, với dân số
gần 100 triệu người, “là một đối tác kinh tế hoàn hảo của Úc”. Trong năm 2020, kim
ngạch hai chiều giữa Việt Nam và Úc đạt gần 8 tỷ USD. Quan hệ giữa hai nước đã
được nâng tầm đối tác chiến lược kể từ năm 2018, và đang trên đà tích cực khai thác
hiệu quả các tiềm năng và thế mạnh hợp tác, phấn đấu sớm trở thành 1 trong 10 đối
tác thương mại hàng đầu của nhau và tăng gấp đôi dòng đầu tư hai chiều.

Trước những tín hiệu tích cực và với mong muốn tạo điều kiện thuận lợi hơn
nữa cho doanh nghiệp Việt Nam trong việc tiếp cận thị trường Úc và ngược lại, đẩy
mạnh hợp tác thương mại song phương; thực hiện chức năng ngoại giao phục vụ
phát triển kinh tế do Bộ trưởng Ngoại giao giao phó, gắn với Quyết định số
1797/QĐ-TTg của Thủ tướng Chính Phủ phê duyệt Đề án "Huy động người Việt
Nam ở nước ngoài tham gia giới thiệu, tiêu thụ sản phẩm và phát triển các kênh phân
phối hàng Việt Nam ở nước ngoài, giai đoạn 2020 – 2024", FSC đã hợp tác với Hội
Doanh nhân Việt Nam tại Úc (VBAA) thành lập **Trung tâm Dịch vụ Xúc tiến
Thương mại Việt Nam tại Úc** nhằm hỗ trợ giới thiệu sản phẩm Việt Nam đến các
kênh tiêu thụ tại Úc một cách nhanh chóng và hiệu quả, cung cấp cho doanh nghiệp
Việt Nam thông tin mới nhất về thị trường, đồng thời đóng vai trò cầu nối giữa
doanh nghiệp trong nước với doanh nghiệp và nhà phân phối tại Úc. Một số hoạt
động chính của Trung tâm:

- i) Cung ứng các dịch vụ trung bày, giới thiệu sản phẩm Việt Nam, dịch vụ
logistic, v.v...;
- ii) Nghiên cứu thị trường, đẩy mạnh xuất khẩu các mặt hàng Việt Nam sang
thị trường Úc thông qua mạng lưới thành viên, đối tác của FSC và VBAA tại
Úc và Việt Nam, cơ quan đại diện thương mại của Bộ Công thương VN tại
Úc, Cơ quan Thương mại Bang Victoria, Trung tâm Phân phối Quốc gia Úc,
và các hệ thống siêu thị lớn tại Úc;

iii) Tổ chức sự kiện, hội nghị, hội thảo, triển lãm, kết nối giao thương và đầu tư giữa Úc và Việt Nam;

iv) Phối hợp với các cơ quan đại diện Việt Nam tại Úc tổ chức các hoạt động ngoại giao kinh tế, ngoại giao văn hóa.

(Thông tin chi tiết đính kèm)

Việc triển khai Trung tâm này còn nằm trong bối cảnh doanh nghiệp Việt Nam đang mong muốn đẩy mạnh xuất khẩu sang thị trường các nước sau ảnh hưởng của đại dịch Covid-19, trong đó Úc là một thị trường tiềm năng. Trên cơ sở đó, FSC kiến nghị Quý Cơ quan báo cáo lãnh đạo Tỉnh có chính sách hỗ trợ doanh nghiệp Tỉnh tham gia, đồng thời phổ biến, giới thiệu rộng rãi đến cộng đồng doanh nghiệp Tỉnh nhằm mục tiêu ngày càng nhiều hàng hóa Việt Nam và Tỉnh Đồng Nai (nhất là những mặt hàng tiêu biểu, sản phẩm chủ lực, v.v...) sớm được tiếp cận với thị trường Úc và ngược lại, đáp ứng nhu cầu của doanh nghiệp hai bên và định hướng của Chính phủ hai nước.

Trung tâm Dịch vụ Đối ngoại và Hội nghị quốc tế rất mong nhận được sự quan tâm của Quý Cơ quan để hoạt động của Trung tâm được hiệu quả, đồng thời đóng góp thiết thực cho cộng đồng doanh nghiệp của Việt Nam nói chung và Tỉnh Đồng Nai nói riêng.

Đầu mối thông tin liên lạc về việc này là Bà Trần Thị Hoàng Anh, Trưởng Phòng Thị trường Trong nước và Quốc tế, Trung tâm Dịch vụ Đối ngoại và Hội nghị quốc tế; số điện thoại: 0903626464 và email: thitruongfsc@gmail.com.

Trân trọng.

Nơi nhận:

- Như trên;
- Lưu: HC FSC./.

GIÁM ĐỐC 

Lê Trường Duy

Số: 25/KH-FSC

Thành phố Hồ Chí Minh, ngày 06 tháng 08 năm 2021

KẾ HOẠCH

TRIỂN KHAI KÊU GỌI DOANH NGHIỆP THAM GIA TRUNG BÀY HÀNG HÓA VÀ XUẤT KHẨU HÀNG HÓA TẠI TRUNG TÂM XÚC TIẾN THƯƠNG MẠI TẠI ÚC

I. MỤC ĐÍCH – YÊU CẦU

1. Mục đích:

- Triển khai việc quảng bá, giới thiệu và kêu gọi doanh nghiệp đưa hàng hóa tham gia quảng bá tại Trung tâm Dịch vụ Xúc tiến Thương mại Việt Nam tại Úc (“TTXT”), được thành lập nhằm hiện thực hóa chủ trương của QĐ 1797/QĐ-TTg ngày 12/12/2019 của Thủ tướng về “Huy động người Việt Nam ở nước ngoài tham gia giới thiệu, tiêu thụ sản phẩm và phát triển các kênh phân phối hàng Việt Nam ở nước ngoài” và chủ trương của Ủy ban Nhân dân Thành phố Hồ Chí Minh về thúc đẩy hợp tác thương mại cấp địa phương với Bang Victoria, Úc khi sắp tới Bang Victoria sẽ thành lập một trung tâm xúc tiến thương mại tại Thành phố Hồ Chí Minh.

- Nâng cao năng lực cạnh tranh và tăng cường xuất khẩu các mặt hàng của Thành phố Hồ Chí Minh trong bối cảnh Việt Nam hội nhập kinh tế quốc tế và triển khai các hiệp định thương mại tự do (FTA), đa dạng hóa thị trường tiêu thụ, có tác dụng tương hỗ trong việc tiêu thụ hàng hóa.

- Tạo được sân chơi kết nối, địa chỉ tin cậy, bền vững cho doanh nghiệp Thành phố, các tỉnh thành phía Nam tiếp cận thị trường và xuất nhập khẩu hàng hóa; bảo đảm hoạt động hiệu quả của TTXT.

2. Yêu cầu:

- TTXT là nơi luân phiên giới thiệu hàng hóa của doanh nghiệp Thành phố Hồ Chí Minh tại thị trường Úc, là cầu nối giữa doanh nghiệp Thành phố Hồ Chí Minh và mạng lưới các nhà quản lý, nhập khẩu và phân phối tại Úc.

- Phát huy tối đa hiệu quả trong công tác quảng bá sản phẩm Việt Nam, xúc tiến thương mại.

- Xây dựng TTXT thành một hệ sinh thái với nhiều hoạt động đa dạng & phong phú cho doanh nghiệp.

II. NỘI DUNG

1. Thông tin chung về TTXT:

a. Địa điểm:

- TTXT tọa lạc tại 1/562 Geelong Rd, Brooklyn, Thành phố Melbourne, Bang Victoria, Úc.

- Diện tích tổng thể mặt bằng trung tâm khoảng 140 mét vuông (m²).

- Khu vực trưng bày, triển lãm hàng hóa hiện có 20 quầy. Có thể mở rộng tùy theo nhu cầu của doanh nghiệp.

b. Đơn vị vận hành:

- Trung tâm Dịch vụ Đối ngoại và Hội nghị quốc tế (FSC).

- Hội Doanh nhân Việt Nam tại Úc (VBAA).

c. Chức năng:

- Cung ứng các dịch vụ: trưng bày, giới thiệu sản phẩm, dịch vụ của Việt Nam.

- Nghiên cứu thị trường; đẩy mạnh xuất khẩu các mặt hàng Việt Nam sang thị trường Úc và ngược lại thông qua mạng lưới thành viên, đối tác của FSC và VBAA tại Úc và Việt Nam, cơ quan đại diện thương mại của Bộ Công thương Việt Nam tại Úc, Cơ quan Thương mại Bang Victoria, Trung tâm Phân phối Quốc gia Úc, và các hệ thống siêu thị lớn tại Úc.

- Tổ chức sự kiện, hội nghị, hội thảo, triển lãm, kết nối giao thương và đầu tư giữa Úc và Việt Nam.

- Phối hợp với các cơ quan đại diện Việt Nam tại Úc tổ chức các hoạt động ngoại giao kinh tế, ngoại giao văn hóa.

d. Quyền lợi Doanh nghiệp tham gia:

- Hàng hóa tại TTXT sẽ được quảng bá thông qua các kênh:
 - Mạng lưới thành viên, đối tác của VBAA tại Úc và Việt Nam
 - Cơ quan đại diện thương mại của Bộ Công thương Việt Nam tại Úc
 - Cơ quan thương mại Bang Victoria
 - Trung tâm Phân phối Quốc gia Úc
 - Các hệ thống siêu thị lớn tại Úc
 - Mạng lưới đối tác của FSC
- Được quảng cáo trên gian hàng online của Thương vụ Việt Nam tại Úc.
- Được cung cấp, tư vấn thông tin thị trường.
- Được hỗ trợ các dịch vụ logistics.
- Được ưu tiên các sự kiện, hội nghị, hội thảo xúc tiến thương mại, đầu tư tại Việt Nam và Úc do FSC, VBAA tổ chức.

e. Đối tượng khách hàng/Đối tác TTXT hướng đến:

- Cơ quan thương mại bang Victoria.
- Các nhà phân phối tại bang Victoria, đại diện là Hiệp hội các nhà phân phối tại Úc.
- Cộng đồng Kiều bào Việt Nam tại Úc.

2. Nội dung triển khai

2.1 Trưng bày, triển lãm sản phẩm:

a. Mặt hàng chủ đạo:

- Hoạt động xuất khẩu hàng hóa từ Việt Nam sang Úc đang có xu hướng gia tăng nhanh, đặc biệt là trong bối cảnh đại dịch COVID-19 gây ảnh hưởng đến thương mại thế giới. Về cơ cấu sản phẩm, bên cạnh sự gia tăng ổn định của các mặt hàng như gỗ và các sản phẩm gỗ, đồ chơi, các sản phẩm nhựa, dây và cáp điện, dệt may và giày dép, thì mặt hàng tiêu dùng, thực phẩm, trái cây, nông sản và thủy hải sản của Việt Nam

cũng đang từng bước trở thành những mặt hàng được ưa chuộng tại một trong những thị trường khó tính nhất thế giới.

- Dựa vào những thống kê và phân tích tình hình xuất khẩu của thị trường Việt Nam sang Úc, FSC đánh giá và đưa ra những mặt hàng chủ đạo phù hợp với tình hình thương mại hiện tại của Úc, cũng như phù hợp với điều kiện trưng bày sản phẩm tại TTXT. Trước mắt có thể tập trung vào các mặt hàng như thực phẩm khô, thực phẩm đóng hộp, may mặc, giày da, v.v...

b. Logistic:

- FSC có kế hoạch chi tiết quy trình từ tiếp nhận sản phẩm tại đầu Việt Nam đến giai đoạn trưng bày tại TTXT và đi đến xuất khẩu số lượng lớn (đính kèm quy trình).

- Bộ phận logistic của FSC sẽ lo trọn gói từ thủ tục, giấy tờ đến việc vận chuyển hàng hóa từ Việt Nam đến TTXT. Giai đoạn 1 gửi hàng mẫu sẽ gửi bằng đường hàng không, giai đoạn 2 xuất khẩu số lượng lớn sẽ gửi bằng đường biển khi có nhu cầu hoặc đơn hàng xuất – nhập khẩu.

2.2. Hỗ trợ xuất khẩu:

a. Đối tượng khách hàng:

- Doanh nghiệp có sản phẩm trưng bày tại TTXT đáp ứng được yêu cầu của bên mua hàng tại Úc.

- Doanh nghiệp không có sản phẩm trưng bày tại TTXT nhưng có nhu cầu giới thiệu sản phẩm và kết nối với các đối tác cụ thể tại Úc.

b. Mặt hàng chủ đạo:

- Đẩy mạnh xuất khẩu các sản phẩm đang có lợi thế về khả năng cạnh tranh trong nước, khu vực và thế giới như: Gạo, các loại nông sản, thủy – hải sản, đặc sản, thực phẩm khô, v.v..., đồng thời tiến tới phát triển các mặt hàng khác có tiềm năng xuất khẩu như: may mặc, da giày, hàng thủ công mỹ nghệ, hoa quả tươi, cà phê, tiêu, v.v...

c. Logistic:

- Bộ phận logistic của FSC sẽ lo trọn gói từ thủ tục, giấy tờ đến việc vận chuyển hàng hóa từ Việt Nam đến tay đối tác nhập khẩu tại Úc.

d. Hoạt động khác:

- Phối hợp cùng các đơn vị có chuyên môn xây dựng cơ sở dữ liệu về các rào cản kỹ thuật, quy chuẩn, tiêu chuẩn về chất lượng sản phẩm tại các thị trường nhập khẩu chính nhằm cung cấp thông tin cho các doanh nghiệp và nhà sản xuất chủ động đáp ứng được các yêu cầu của thị trường.

2.3. Hoạt động chính với các đối tác tại Úc để quảng cáo TTXT và hàng Việt:

- Giới thiệu hàng hóa, sản phẩm trực tiếp tại TTXT cho Trung tâm Phân phối Quốc gia Úc 2 lần/tháng.
- Giới thiệu hàng hóa, sản phẩm trực tiếp tại TTXT cho Cơ quan thương mại Úc 2 lần/tháng.
- Giới thiệu hàng hóa, sản phẩm trực tiếp tại TTXT cho các đại lý, nhà bán lẻ của Úc 2 tuần/lần.
- Tổ chức ngày hội bán hàng Việt Nam định kỳ hàng tháng.
- Tổ chức các buổi kết nối theo chuyên đề giữa cơ quan thương mại Úc với các nhà phân phối và doanh nghiệp Việt Nam trên cơ sở hàng quý.
- Kết nối nhà nhập khẩu Úc với doanh nghiệp Việt Nam thông qua phương thức hợp trực tuyến.

2.4. PR - Marketing

a. Cho TTXT:

- Thông báo rộng rãi bằng các hình thức khác nhau đến hệ sinh thái và các đối tác của FSC (hiệp hội doanh nghiệp, trung tâm XTTM của các địa phương phía Nam...), ưu tiên hướng đến các doanh nghiệp xuất nhập khẩu.
- Thông qua Thương vụ Việt Nam tại Úc và các hiệp hội, cộng đồng người Việt thông báo đến các doanh nghiệp kiều bào và doanh nghiệp Úc quan tâm đến thị trường Việt Nam.
- Xây dựng và vận hành website song ngữ của TTXT để đăng tải nội dung, hình ảnh mặt hàng; nhu cầu xúc tiến thương mại trong, ngoài nước; thông tin về hội nghị – hội thảo, sự kiện... (có thể kết hợp với Thương vụ Việt Nam tại Úc và ECA-Export Council of Australia hoặc cơ quan/hiệp hội xuất nhập khẩu của Úc có uy tín).



- Xuất bản Trang thông tin thị trường (Catalogue) giới thiệu đầy đủ thông tin về doanh nghiệp, sản phẩm tham gia TTXT, được cập nhật định kỳ hàng tháng và gửi cho Trung tâm Phân phối Quốc gia Úc, Austrade, các cơ sở kinh doanh của người Việt Nam tại Úc, v.v...

- Theo dõi, tham gia các hội chợ, triển lãm tại Úc để quảng bá về TTXT.

- Chủ động tổ chức các workshop và event để quảng bá cho TTXT và Doanh nghiệp tham gia.

- Các hoạt động định kỳ tại mục 2.3.

b. Cho Doanh nghiệp thuộc TTXT:

- Đưa thông tin của Doanh nghiệp và hàng hóa, dịch vụ lên website, trước hết là của FSC, VBAA, và các hiệp hội thành viên; các cơ quan Thương mại tại Úc, các cơ quan Thương vụ Việt Nam tại Úc, các nhà phân phối, v.v...

- Lập kế hoạch cung cấp dịch vụ quảng bá sản phẩm trọn gói theo yêu cầu riêng của Doanh nghiệp (tìm thị trường, mở kênh phân phối - tiêu thụ, tìm đối tác liên doanh – liên kết, đăng ký tham gia trưng bày hàng mẫu tại các hội chợ, triển lãm hàng hóa Úc...).

- Tổ chức kết nối B2B hoặc B2C theo yêu cầu (trực tiếp hoặc trực tuyến).

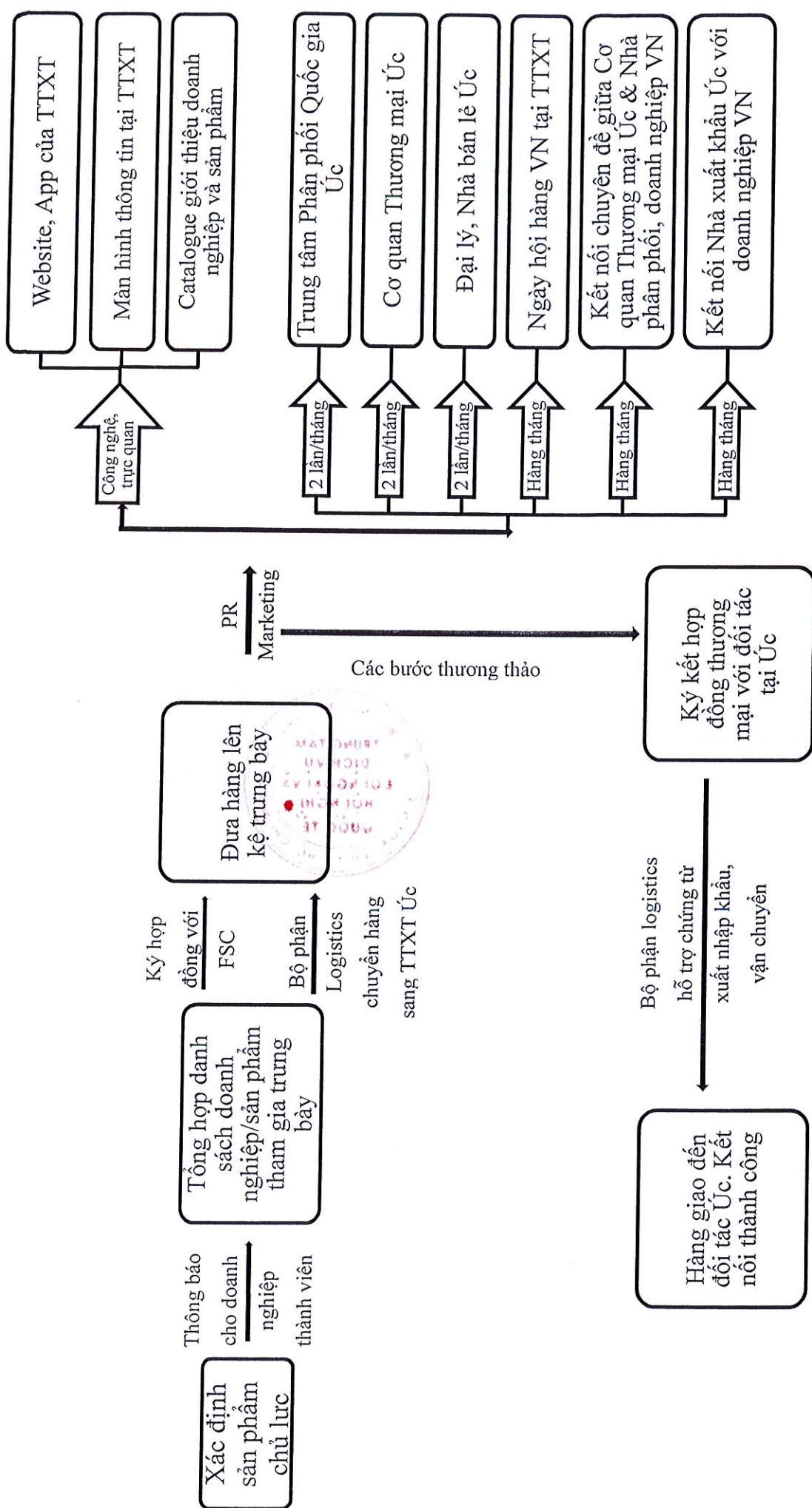
- Tổng hợp và đăng thông tin định kỳ về các hoạt động quảng bá trên các trang website để Doanh nghiệp nắm tình hình và phản hồi đối với hàng hóa trưng bày và nhu cầu thị trường khi cần.

2.5. Hoạt động khác

- Kết nối với các Hiệp hội Doanh nghiệp trong hệ sinh thái đối tác của FSC với ECA (Export Council of Australia) hoặc cơ quan/hiệp hội xuất nhập khẩu của Úc có uy tín, và/hoặc bất kỳ cơ quan nào tại Úc theo yêu cầu của doanh nghiệp.

**3. Mô phỏng quy trình cơ bản hàng Việt sang trưng bày và kết nối, quảng bá tại Úc
(sơ đồ trang sau)**

QUẢN LÝ VÀ VẬN HÀNH BỞI FSC VÀ VBAA



III. TÀI CHÍNH:

- Kinh phí hoạt động PR cho TTXT trích từ nguồn phí doanh nghiệp tham gia đóng góp mỗi năm (không bao gồm kinh phí tổ chức workshop, event hoặc tham gia hội chợ triển lãm nêu tại mục 2.3)
- Kinh phí hoạt động PR-Marketing cho doanh nghiệp theo hợp đồng dịch vụ với điều khoản và thời hạn theo nhu cầu riêng.

Trên đây là kế triển khai kêu gọi doanh nghiệp tham gia trưng bày và xuất khẩu hàng hóa tại Úc thông qua Trung tâm Xúc tiến Thương mại tại Úc.

GIÁM ĐỐC



LÊ TRƯỜNG DUY

THÔNG TIN SẢN PHẨM DỰ KIẾN TRƯNG BÀY TẠI
TRUNG TÂM DỊCH VỤ XÚC TIẾN THƯƠNG MẠI VIỆT NAM TẠI ÚC

Kính gửi: Trung tâm Dịch vụ Đối ngoại và Hội nghị Quốc tế - FSC

Điện thoại: (028) 38224224

Email: thitruongfsc@gmail.com

Tên đơn vị:

Người đại diện:..... Chức danh:

Địa chỉ:

Điện thoại:..... Fax:..... Email:

Ngành nghề kinh doanh:.....

Mã số thuế:.....

S	Tên sản phẩm	Quy cách kỹ thuật/chất lượng sản phẩm	Hình thức đóng gói/bao bì	Hạn sử dụng	Năng suất/ Sản lượng	Các chứng nhận/chứng chỉ đã được cấp	Hình ảnh
T							
T							
1							
2							
3							
4							
5							

