

ĐỒNG BẰNG SÔNG CỬU LONG

Liên kết để quảng bá thương hiệu

Phòng Thương mại và Công nghiệp Việt Nam Chi nhánh tại TP Cần Thơ (VCCI Cần Thơ) vừa công bố khởi động website sản phẩm thương hiệu của vùng ĐBSCL www.mekongsp.com. Từ đây tạo sự kết nối thông tin về các sản phẩm của vùng, giúp tăng cường quảng bá sản phẩm. Song, để thông tin trên website phong phú, đầy đủ và luôn được cập nhật, đòi hỏi sự tham gia tích cực của chính quyền địa phương, doanh nghiệp trong vùng...



Vùng ĐBSCL có nhiều loại trái cây đặc sản ngon như: Dâu Hạ Châu - Phong Điền, bưởi da xanh - Bến Tre, xoài cát Hòa Lộc - Tiền Giang... Trong ảnh: Dâu Hạ Châu ở huyện Phong Điền, TP Cần Thơ.

Website do VCCI Cần Thơ xây dựng với mong muốn hỗ trợ các địa phương vùng ĐBSCL tăng cường quảng bá sản phẩm thương hiệu, hình ảnh địa danh liên quan đến sản phẩm; đồng thời tiếp thị hình ảnh của các địa phương vùng ĐBSCL với du khách và nhà đầu tư trong, ngoài nước. Website được xây dựng bằng 2 ngôn ngữ Việt và Anh, dự kiến sắp tới sẽ phát triển thêm các ngôn ngữ: Nhật, Hoa, Pháp... Theo VCCI Cần Thơ, xây dựng website sản phẩm thương hiệu của khu vực ĐBSCL chỉ là một phần trong các hoạt động của chương trình "Phát triển sản phẩm bền vững thông qua xây dựng thương hiệu" đang được VCCI Cần Thơ thực hiện. Ông Nguyễn Hữu Đệ, Phó Giám đốc VCCI Cần Thơ, cho biết: "Khu vực ĐBSCL có nhiều sản phẩm nông sản, thực phẩm và đặc sản làng nghề, nhưng ít người biết đến, việc quảng bá, phổ biến sản phẩm ra

các vùng miền khác trong nước và ra nước ngoài còn hạn chế. Chỉ số năng lực cạnh tranh cấp tỉnh của các địa phương vùng ĐBSCL gần đây luôn đứng top đầu cả nước, nhưng thu hút FDI còn thấp chưa chiếm tới 5% của cả nước". Theo ông Đệ, việc tăng cường quảng bá thương hiệu sản phẩm và hình ảnh các địa phương vùng ĐBSCL là rất cần thiết nhằm mở rộng thị trường tiêu thụ sản phẩm, đẩy mạnh thu

hút đầu tư và nâng cao năng lực cạnh tranh cho vùng. VCCI Cần Thơ rất mong có sự liên kết chặt chẽ của các địa phương và các tổ chức cá nhân trong việc cung cấp và liên kết thông tin để đăng tải trên website.

Hiện các tỉnh, thành ĐBSCL đều có cổng thông tin điện tử, nhưng chủ yếu quảng bá sản phẩm thương hiệu cho riêng từng địa phương nên người xem khó tập

hợp, tiếp cận nhanh chóng, đầy đủ thông tin về các sản phẩm thương hiệu của vùng. Lễ đó, việc xây dựng và cho ra đời một website giới thiệu sản phẩm thương hiệu chung cho cả vùng ĐBSCL rất cần thiết và cũng tạo cơ hội quảng bá cho những hộ sản xuất kinh doanh và doanh nghiệp nhỏ tại ĐBSCL chưa có điều kiện xây dựng Website riêng. Ông Trang Sĩ Đức, Phó Tổng giám đốc kinh doanh, Công ty cổ phần thực phẩm Bích Chi, thị xã Sa Đéc, tỉnh Đồng Tháp chuyên sản xuất kinh doanh bột dinh dưỡng và thực phẩm ăn liền, cho biết: "Hy vọng việc tăng cường quảng bá thông qua website sản phẩm thương hiệu của vùng do VCCI Cần Thơ thực hiện sẽ giúp công ty tìm kiếm thêm được nhiều khách hàng".

Theo nhận định của các ngành chuyên môn, nhiều sản phẩm nông sản, thực phẩm và đặc sản làng nghề của ĐBSCL còn yếu trong các khâu tiếp thị, quảng bá sản phẩm nên đầu ra gặp khó, thu nhập của người làm ra sản phẩm thấp. Tuy nhiên để quảng bá sản phẩm trên website này, đòi hỏi sự chung sức của các bên liên quan. Chị Huỳnh Ngọc Hồng Nhung, Phó chủ nhiệm Cơ sở Nhịp Cầu ở phường An Khánh, quận Ninh Kiều, TP Cần Thơ, nói: "Website sản phẩm thương hiệu của vùng ĐBSCL sẽ góp phần làm phong phú thêm kênh quảng bá thông tin sản phẩm cho các cơ sở sản xuất, kinh doanh trong vùng. Để Website hấp dẫn và trở thành địa chỉ tin cậy đối với mọi người đòi hỏi cần phải cập nhật liên tục các thông tin, hình ảnh sản phẩm. Ngoài ra, đơn vị xây dựng và quản lý Website cần có các hoạt động hỗ trợ, giúp khách hàng có thể dễ dàng liên hệ và tìm đến nơi

sản xuất và bán sản phẩm". Phần lớn các tổ chức và cá nhân sản xuất kinh doanh các sản phẩm nông sản, thực phẩm, đặc sản làng nghề ở ĐBSCL rất muốn sản phẩm được nhiều người biết đến, nhưng chưa đủ tiềm lực thực hiện. Theo nghệ nhân Võ Thành Viên, sản phẩm tre bông Viên Thành khá nổi tiếng và được người tiêu dùng trong, ngoài nước biết đến. Tuy nhiên, những năm gần đây do sự tràn ngập của các loại hàng thủ công mỹ nghệ bằng tre từ Trung Quốc có giá rẻ, trong khi việc tiếp thị sản phẩm của chúng tôi có phần gặp khó nên thị trường tiêu thụ có xu hướng bị thu hẹp thấy rõ. "Đáng buồn là nhiều du khách khi đi đến An Giang không còn biết đến các sản phẩm của chúng tôi và khó tìm mua, do hầu hết các điểm du lịch trong tỉnh đã chuyển sang bày bán các sản phẩm của Trung Quốc!" - ông Viên bức xúc.

Từ thực tế trên cho thấy đã đến lúc các địa phương vùng ĐBSCL cần phải có những hành động ngay để tăng cường việc xây dựng, quảng bá thương hiệu sản phẩm và tiếp thị sản phẩm để giữ thị trường tiêu thụ. Trong bối cảnh cạnh tranh ngày càng gay gắt, việc tranh thủ sự hỗ trợ của các cấp các ngành ở Trung ương và tăng cường liên kết với các địa phương trong vùng để tạo sức mạnh chung và giảm chi phí trong quảng bá, tiếp thị sản phẩm đang là một yêu cầu cấp thiết. Xây dựng một website khó vì đòi hỏi cần có nguồn nhân lực và kinh phí nhất định, nhưng để duy trì nó hoạt động có hiệu quả càng khó hơn. Và để sản phẩm vùng ĐBSCL vươn xa hơn thì việc liên kết cung cấp thông tin đăng tải trên website cũng cần tính toán chi lý.

Bài, ảnh: KHÁNH TRUNG

LONG AN

Thu hút 10 dự án đầu tư nước ngoài

Theo Sở Kế hoạch và Đầu tư tỉnh Long An, 6 tháng đầu năm 2013 tỉnh đã cấp mới 10 dự án đầu tư nước ngoài với tổng vốn 71 triệu USD, nâng tổng số dự án đầu tư nước ngoài trên địa bàn tỉnh hiện nay lên 456 dự án, tổng vốn đăng ký 2,967 tỉ USD. Cùng thời gian này đã có 282 doanh nghiệp trong nước đăng ký thành lập mới với tổng vốn 1.145 tỉ đồng. Tính đến nay toàn tỉnh có 5.197 doanh nghiệp đang hoạt động với tổng vốn đăng ký 83.608 tỉ đồng.

Toàn tỉnh Long An hiện có 25 khu công nghiệp với diện tích 9.504 ha, trong đó có 23 khu công nghiệp đã được cấp giấy chứng nhận đầu tư với tổng diện tích 6.805,5 ha. Các khu công nghiệp trên địa bàn tỉnh đã thu hút được 728 dự án đầu tư, trong đó có 237 dự án đầu tư nước ngoài và 491 dự án đầu tư trong nước. Tuy nhiên, từ đầu năm 2013 đến nay, UBND tỉnh Long An đã rà soát và ban hành quyết định thu hồi 12 dự án đầu tư với diện tích 951,5 ha.

KIM KHANH

CÁC KHU CHẾ XUẤT VÀ CÔNG NGHIỆP CẦN THƠ

Thu hút mới 4 dự án đầu tư

(CT)- Theo Ban Quản lý (BQL) Các khu chế xuất và công nghiệp Cần Thơ (KCX&CN), trong 6 tháng đầu năm 2013, Các KCX&CN Cần Thơ thu hút 4 dự án mới với tổng vốn đầu tư đăng ký 9,8 triệu USD. Cụ thể là Dự án nhà máy chế biến tôm, cá tra xuất khẩu-Công ty Cổ phần Swaistar; Dự án Lắp đặt vận hành thiết bị lò đốt chất thải nguy hại-Công ty TNHH MTV Công trình đô thị TP Cần Thơ; Dự án Nhà máy sản xuất

Surimi-Công ty TNHH MTV Thương mại- Dịch vụ Nam Mỹ và Dự án mở chi nhánh tại TP Cần Thơ của Công ty Công nghiệp Tàn Á). Ngoài ra, BQL các KCX&CN Cần Thơ đã điều chỉnh 12 giấy chứng nhận đầu tư, vốn đầu tư điều chỉnh tăng 3,7 triệu USD và hủy 6 giấy chứng nhận đầu tư thuộc các ngành nghề kinh doanh như sản xuất thức ăn thủy sản, chế biến lương thực, chế biến thủy hải sản, đầu tư kho lạnh; chế biến

phế liệu, phế thải ngành thủy sản, sản xuất thùng carton và bao bì nhựa PE...

Đến nay, Các KCX&CN Cần Thơ có 204 dự án còn hiệu lực. Trong đó có 181 dự án đầu tư trong nước (161 dự án đang hoạt động, 14 dự án đang xây dựng, 6 dự án chưa triển khai), với tổng vốn đầu tư đăng ký là 1,662 tỉ USD, vốn đầu tư thực hiện là 643,290 triệu USD, chiếm hơn 38,7% vốn đăng ký; Dự án FDI có 23 dự án (22 dự án đang hoạt động, 1 dự án đang xây dựng), với tổng vốn đầu tư đăng ký trên 181,3 triệu USD, vốn đầu tư thực hiện gần 164,1 triệu USD, chiếm 90,49% vốn đăng ký.

MINH HUỖN

BẾ MẠC PHIÊN CHỢ CÔNG NHÂN TẠI PHƯỜNG TRÀ NÓC, QUẬN BÌNH THỦY

Hơn 13.000 lượt khách đến tham quan, mua sắm

(CT)- Sau 3 ngày diễn ra Phiên chợ công nhân tại đường số 2, khu công nghiệp Trà Nóc 1, quận Bình Thủy đã thu hút hơn 13.000 lượt người đến tham quan, mua sắm, tổng doanh số bán ra của phiên chợ đạt khoảng 600 triệu đồng. Ngoài hoạt động giới thiệu, bán hàng, quảng bá hàng Việt đến người tiêu dùng, Ban tổ chức còn kết hợp với các doanh nghiệp tặng quà 30 phần quà cho công

nhân, 10 suất học bổng, 20 phần quà cho học sinh nghèo học giỏi với tổng giá trị các hoạt động là 326 triệu đồng. Đồng thời, tổ chức chương trình văn nghệ, tiếp xúc, gặp gỡ giữa các doanh nghiệp sản xuất với các nhà phân phối, bán hàng trực tiếp với nhiều chương trình khuyến mãi, giảm giá... thu hút đông đảo công nhân và bà con địa phương tham quan, mua sắm.

Đây là phiên chợ do Trung tâm Xúc tiến Đầu tư - Thương mại - Du lịch TP Cần Thơ phối hợp cùng Sở Công thương TP Cần Thơ, UBND quận Bình Thủy, Ban Quản lý Các khu chế xuất và công nghiệp (KCX & CN) Cần Thơ, Công đoàn Các KCX & CN Cần Thơ và Công ty TNHH MTV Xây dựng hạ tầng công nghiệp Cần Thơ tổ chức.

THU HOÀI