

MEDIA KIT 2023

Báo
THANH NIÊN

NHẬT BÁO THANH NIÊN

— CẬP NHẬT THÔNG TIN —

NHANH CHÓNG PHONG PHÚ CHÍNH XÁC



Báo
THANH NIÊN

**TỜ BÁO HÀNG ĐẦU
VIỆT NAM**

Ra đời ngày 3.1.1986, số đầu tiên với tên gọi **Tuần tin Thanh Niên** trực thuộc **Hội Liên hiệp Thanh Niên Việt Nam**, trải qua hơn ba thập kỷ phát triển, Thanh Niên hiện là kênh thông tin không thể thiếu cho bất cứ ai muốn tìm kiếm nguồn thông tin chính thống, đáng tin cậy.

Với đội ngũ phóng viên dày dặn kinh nghiệm, các bài viết của Thanh Niên luôn thể hiện được cái nhìn đa chiều và sắc sảo, cung cấp thông tin nóng hổi, thiết thực và chính xác tới độc giả. Nhờ vậy, Thanh Niên được đông đảo bạn đọc ở mọi miền đất nước tin yêu.

Là người bạn thân thiết của **37.542.345 độc giả** (trên Nhật báo và Online), Thanh Niên vì thế được xem là lựa chọn hàng đầu cho các hoạt động quảng cáo, truyền thông của doanh nghiệp trong và ngoài nước.

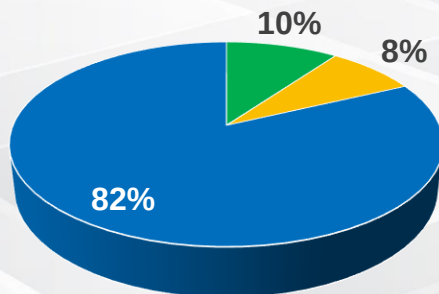
Với uy tín của tờ báo chính thống hàng đầu Việt Nam, Thanh Niên đã và đang đồng hành cùng nhiều nhãn hàng tổ chức các sự kiện hữu ích trên và sau mặt báo, hỗ trợ các thương hiệu lan tỏa thông điệp truyền thông tới đông đảo khách hàng.

Thanh Niên tự hào có đội ngũ tư vấn chuyên nghiệp, có thể cùng các doanh nghiệp thực hiện những chiến dịch quảng bá thương hiệu cũng như các chương trình truyền thông có sức lan tỏa lớn, nhắm trúng khách hàng mục tiêu.

THÔNG TIN PHÁT HÀNH

- **Thể loại** **NHẬT BÁO**
- **Số trang nội dung** **24 Trang**
- **Kích thước** **25.5 cm x 37 cm**
- **Đơn giá** **5.500 đồng/ tờ**
- **Số lượng phát hành** **200.000 bản/ ngày**
- **Số lượng độc giả** **1.178.000 người/ ngày**
- **Phân bổ phát hành theo khu vực:**

■ Miền Bắc ■ Miền Trung ■ Miền Nam

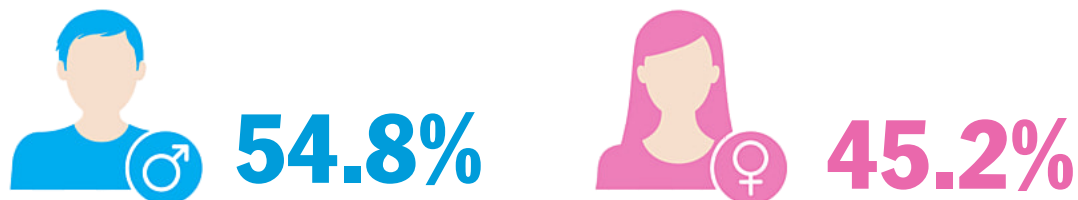


Báo **THANH NIÊN**

Media Kit

THÔNG TIN ĐỐI TƯỢNG ĐỘC GIẢ

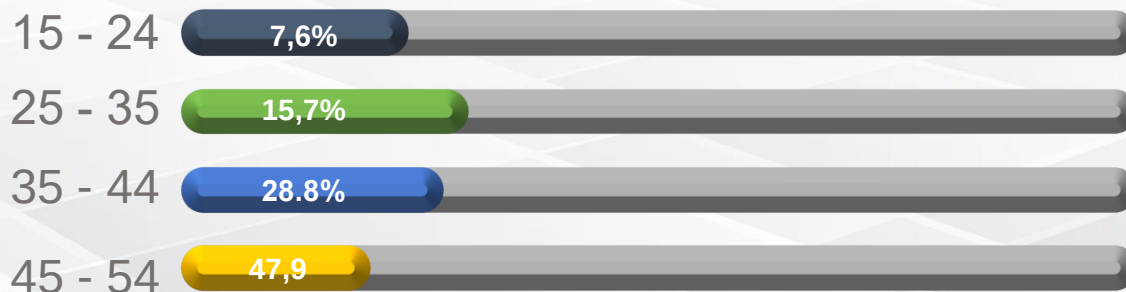
GIỚI TÍNH



Tỷ lệ độc giả có trình độ đại học và sau đại học trên tổng độc giả mỗi số phát hành: **47%**

*Tỷ lệ độc giả có xem
quảng cáo trên tổng
số độc giả đọc báo
Thanh Niên: gần 90%*

Cơ cấu độc giả trên mỗi số phát hành theo nhóm tuổi:



Giáo Dục
Hương Nghiệp

Các tài sản tích lũy được của các doanh nghiệp được hình thành chủ yếu từ nguồn vốn tự nhiên của họ.

Quá trình tích lũy nội lực trong học tập và nghiên cứu, khám phá và chuyển biến dần vào trình độ của kỹ thuật nghiên cứu, khoa học kỹ thuật và chuyên nghiệp nghiên cứu được, chiếm có gần 90% học viên đạt thành tích rất khả quan. Trong đó, có 4 tín hiệu đạt được sự vượt trội nhất và giá trị. Đáng nói, nhiều học viên có bằng mới có giá trị đạt được công bố.

Phát hiện tài liệu là, tín hiệu Trường Quang Minh, Chủ tịch Hội đồng quản trị nhà trường, đã tiến các tài liệu. Trường Quang Minh có tài sản và vốn được hình thành chủ yếu từ nguồn vốn tự nhiên của họ.

Trong năm 2017, tiếp nối thành công của chương trình kỹ thuật nghiên cứu công nghệ và kỹ thuật, Trường ĐH Công nghệ Sài Gòn đã triển khai công nghệ đào tạo trình độ kỹ thuật nghiên cứu và kỹ thuật xây dựng.

Huyệch Doanh

CHUYÊN TRANG, CHUYÊN ĐỀ TRÊN THANH NIÊN

NHỊP CẦU DOANH NGHIỆP 13

30 năm kiên trì đồng hành cùng hàng Việt, vì người Việt

MAI TRANG

KHÔNG KHỎI từ biến đổi, tăng trưởng và phát triển của hàng Việt, nhà bán lẻ thuần Việt còn cần hỗ trợ đồng hành hỗ trợ, chắp cánh cho hàng Việt bay cao, vươn xa.

THÀNH QUẢ TỪ TRIỆU TIỀN YẾU

Hơn chục triệu từ phát triển chung của nó bắt đầu cùng hàng Việt. Hàng Việt là niềm tin của người tiêu dùng trong nước, Saigon Group đã khẳng định được vị trí và thế của mình trên thị trường bán lẻ trong và ngoài nước là một trong những đơn vị của người bán lẻ hàng tiêu dùng Việt Nam và của trong Top 100 của bán lẻ hàng tiêu dùng Việt Nam.



Ty hàng Việt từ các điểm bán thực phẩm Saigon Group hiện trên 90%

ANNA M.T

Đến nay, Saigon Group đã được phân phối và bán ra trên gần 100 điểm bán hàng, chủ yếu là các siêu thị và trung tâm thương mại. Từ những bước đầu tiên, Saigon Group đã khẳng định được vị trí và thế của mình trên thị trường bán lẻ trong và ngoài nước là một trong những đơn vị của người bán lẻ hàng tiêu dùng Việt Nam và của trong Top 100 của bán lẻ hàng tiêu dùng Việt Nam.

Trong chiến lược kinh doanh, Saigon Group luôn hướng tới các giá trị cốt lõi: "Đổi mới, sáng tạo, vì người Việt". Chính tư tưởng kinh doanh này đã giúp Saigon Group phát triển và khẳng định được vị trí và thế của mình trên thị trường bán lẻ trong và ngoài nước là một trong những đơn vị của người bán lẻ hàng tiêu dùng Việt Nam và của trong Top 100 của bán lẻ hàng tiêu dùng Việt Nam.

KINH TẾ SÁNG TẠO VÀNG VIỆT
VANG VỌNG VIỆT
Chính tư tưởng kinh doanh này đã giúp Saigon Group phát triển và khẳng định được vị trí và thế của mình trên thị trường bán lẻ trong và ngoài nước là một trong những đơn vị của người bán lẻ hàng tiêu dùng Việt Nam và của trong Top 100 của bán lẻ hàng tiêu dùng Việt Nam.

Trong chiến lược kinh doanh, Saigon Group luôn hướng tới các giá trị cốt lõi: "Đổi mới, sáng tạo, vì người Việt". Chính tư tưởng kinh doanh này đã giúp Saigon Group phát triển và khẳng định được vị trí và thế của mình trên thị trường bán lẻ trong và ngoài nước là một trong những đơn vị của người bán lẻ hàng tiêu dùng Việt Nam và của trong Top 100 của bán lẻ hàng tiêu dùng Việt Nam.

Doanh thu Manifolia tăng trưởng 31%

Hàng đầu của Saigon Group là bán lẻ hàng tiêu dùng Việt Nam, chủ yếu là các siêu thị và trung tâm thương mại. Từ những bước đầu tiên, Saigon Group đã khẳng định được vị trí và thế của mình trên thị trường bán lẻ trong và ngoài nước là một trong những đơn vị của người bán lẻ hàng tiêu dùng Việt Nam và của trong Top 100 của bán lẻ hàng tiêu dùng Việt Nam.

Trong chiến lược kinh doanh, Saigon Group luôn hướng tới các giá trị cốt lõi: "Đổi mới, sáng tạo, vì người Việt". Chính tư tưởng kinh doanh này đã giúp Saigon Group phát triển và khẳng định được vị trí và thế của mình trên thị trường bán lẻ trong và ngoài nước là một trong những đơn vị của người bán lẻ hàng tiêu dùng Việt Nam và của trong Top 100 của bán lẻ hàng tiêu dùng Việt Nam.

Trong chiến lược kinh doanh, Saigon Group luôn hướng tới các giá trị cốt lõi: "Đổi mới, sáng tạo, vì người Việt". Chính tư tưởng kinh doanh này đã giúp Saigon Group phát triển và khẳng định được vị trí và thế của mình trên thị trường bán lẻ trong và ngoài nước là một trong những đơn vị của người bán lẻ hàng tiêu dùng Việt Nam và của trong Top 100 của bán lẻ hàng tiêu dùng Việt Nam.

Nhà máy thép gần 1 tỷ đồng của Hà Tĩnh được bán với giá hơn 205 tỷ

Sau gần 10 năm hoạt động, Công ty TNHH Thép Việt Nam (Việt Nam Steel) đã được bán cho Công ty TNHH Thép Việt Nam (Việt Nam Steel) với giá hơn 205 tỷ đồng.

Trong chiến lược kinh doanh, Saigon Group luôn hướng tới các giá trị cốt lõi: "Đổi mới, sáng tạo, vì người Việt". Chính tư tưởng kinh doanh này đã giúp Saigon Group phát triển và khẳng định được vị trí và thế của mình trên thị trường bán lẻ trong và ngoài nước là một trong những đơn vị của người bán lẻ hàng tiêu dùng Việt Nam và của trong Top 100 của bán lẻ hàng tiêu dùng Việt Nam.

Trong chiến lược kinh doanh, Saigon Group luôn hướng tới các giá trị cốt lõi: "Đổi mới, sáng tạo, vì người Việt". Chính tư tưởng kinh doanh này đã giúp Saigon Group phát triển và khẳng định được vị trí và thế của mình trên thị trường bán lẻ trong và ngoài nước là một trong những đơn vị của người bán lẻ hàng tiêu dùng Việt Nam và của trong Top 100 của bán lẻ hàng tiêu dùng Việt Nam.

NHỊP CẦU DOANH NGHIỆP 13



"CUỘC CHUYỂN MÌNH" của bất động sản thời 4.0

THY HIE

Hãy tưởng tượng, bạn là một nhạc trưởng và môi trường là dàn nhạc (từ rèm cửa, hệ thống chiếu sáng, đồ đạc...)

là thành viên của dàn giao hưởng cuộc sống mà bạn sẽ điều khiển mỗi ngày, chỉ bằng một chiếc điện thoại...

CHAI THỜI MUA NHÀ...

CHỈ ĐỂ Ở

Cách đây gần 10 năm, khi mà thị trường bất động sản Việt Nam đang trong giai đoạn bùng nổ, nhiều người đã đổ xô vào mua nhà để ở.

Những căn hộ chung cư mới mọc lên như nấm, người mua nhà chỉ cần chọn mua và chờ đợi để nhận nhà. Nhưng giờ đây, thị trường bất động sản Việt Nam đã thay đổi.

Những căn hộ chung cư mới mọc lên như nấm, người mua nhà chỉ cần chọn mua và chờ đợi để nhận nhà. Nhưng giờ đây, thị trường bất động sản Việt Nam đã thay đổi.

Những căn hộ chung cư mới mọc lên như nấm, người mua nhà chỉ cần chọn mua và chờ đợi để nhận nhà. Nhưng giờ đây, thị trường bất động sản Việt Nam đã thay đổi.

Những căn hộ chung cư mới mọc lên như nấm, người mua nhà chỉ cần chọn mua và chờ đợi để nhận nhà. Nhưng giờ đây, thị trường bất động sản Việt Nam đã thay đổi.

Những căn hộ chung cư mới mọc lên như nấm, người mua nhà chỉ cần chọn mua và chờ đợi để nhận nhà. Nhưng giờ đây, thị trường bất động sản Việt Nam đã thay đổi.

Những căn hộ chung cư mới mọc lên như nấm, người mua nhà chỉ cần chọn mua và chờ đợi để nhận nhà. Nhưng giờ đây, thị trường bất động sản Việt Nam đã thay đổi.

Những căn hộ chung cư mới mọc lên như nấm, người mua nhà chỉ cần chọn mua và chờ đợi để nhận nhà. Nhưng giờ đây, thị trường bất động sản Việt Nam đã thay đổi.

Những căn hộ chung cư mới mọc lên như nấm, người mua nhà chỉ cần chọn mua và chờ đợi để nhận nhà. Nhưng giờ đây, thị trường bất động sản Việt Nam đã thay đổi.

Những căn hộ chung cư mới mọc lên như nấm, người mua nhà chỉ cần chọn mua và chờ đợi để nhận nhà. Nhưng giờ đây, thị trường bất động sản Việt Nam đã thay đổi.

Những căn hộ chung cư mới mọc lên như nấm, người mua nhà chỉ cần chọn mua và chờ đợi để nhận nhà. Nhưng giờ đây, thị trường bất động sản Việt Nam đã thay đổi.

Những căn hộ chung cư mới mọc lên như nấm, người mua nhà chỉ cần chọn mua và chờ đợi để nhận nhà. Nhưng giờ đây, thị trường bất động sản Việt Nam đã thay đổi.

CHUYÊN TRANG

Nhịp cầu Doanh nghiệp

Báo THANH NIÊN

Media Kit

Du l'ich

16 THEATRE DU MONDE | DU LICH

78, 79, 80, 81, 82, 83, 84, 85, 86, 87, 88, 89, 90, 91, 92, 93, 94, 95, 96, 97, 98, 99, 100, 101, 102, 103, 104, 105, 106, 107, 108, 109, 110, 111, 112, 113, 114, 115, 116, 117, 118, 119, 120, 121, 122, 123, 124, 125, 126, 127, 128, 129, 130, 131, 132, 133, 134, 135, 136, 137, 138, 139, 140, 141, 142, 143, 144, 145, 146, 147, 148, 149, 150, 151, 152, 153, 154, 155, 156, 157, 158, 159, 160, 161, 162, 163, 164, 165, 166, 167, 168, 169, 170, 171, 172, 173, 174, 175, 176, 177, 178, 179, 180, 181, 182, 183, 184, 185, 186, 187, 188, 189, 190, 191, 192, 193, 194, 195, 196, 197, 198, 199, 200, 201, 202, 203, 204, 205, 206, 207, 208, 209, 210, 211, 212, 213, 214, 215, 216, 217, 218, 219, 220, 221, 222, 223, 224, 225, 226, 227, 228, 229, 230, 231, 232, 233, 234, 235, 236, 237, 238, 239, 240, 241, 242, 243, 244, 245, 246, 247, 248, 249, 250, 251, 252, 253, 254, 255, 256, 257, 258, 259, 260, 261, 262, 263, 264, 265, 266, 267, 268, 269, 270, 271, 272, 273, 274, 275, 276, 277, 278, 279, 280, 281, 282, 283, 284, 285, 286, 287, 288, 289, 290, 291, 292, 293, 294, 295, 296, 297, 298, 299, 300, 301, 302, 303, 304, 305, 306, 307, 308, 309, 310, 311, 312, 313, 314, 315, 316, 317, 318, 319, 320, 321, 322, 323, 324, 325, 326, 327, 328, 329, 330, 331, 332, 333, 334, 335, 336, 337, 338, 339, 340, 341, 342, 343, 344, 345, 346, 347, 348, 349, 350, 351, 352, 353, 354, 355, 356, 357, 358, 359, 360, 361, 362, 363, 364, 365, 366, 367, 368, 369, 370, 371, 372, 373, 374, 375, 376, 377, 378, 379, 380, 381, 382, 383, 384, 385, 386, 387, 388, 389, 390, 391, 392, 393, 394, 395, 396, 397, 398, 399, 400, 401, 402, 403, 404, 405, 406, 407, 408, 409, 410, 411, 412, 413, 414, 415, 416, 417, 418, 419, 420, 421, 422, 423, 424, 425, 426, 427, 428, 429, 430, 431, 432, 433, 434, 435, 436, 437, 438, 439, 440, 441, 442, 443, 444, 445, 446, 447, 448, 449, 450, 451, 452, 453, 454, 455, 456, 457, 458, 459, 460, 461, 462, 463, 464, 465, 466, 467, 468, 469, 470, 471, 472, 473, 474, 475, 476, 477, 478, 479, 480, 481, 482, 483, 484, 485, 486, 487, 488, 489, 490, 491, 492, 493, 494, 495, 496, 497, 498, 499, 500, 501, 502, 503, 504, 505, 506, 507, 508, 509, 510, 511, 512, 513, 514, 515, 516, 517, 518, 519, 520, 521, 522, 523, 524, 525, 526, 527, 528, 529, 530, 531, 532, 533, 534, 535, 536, 537, 538, 539, 540, 541, 542, 543, 544, 545, 546, 547, 548, 549, 550, 551, 552, 553, 554, 555, 556, 557, 558, 559, 560, 561, 562, 563, 564, 565, 566, 567, 568, 569, 570, 571, 572, 573, 574, 575, 576, 577, 578, 579, 580, 581, 582, 583, 584, 585, 586, 587, 588, 589, 590, 591, 592, 593, 594, 595, 596, 597, 598, 599, 600, 601, 602, 603, 604, 605, 606, 607, 608, 609, 610, 611, 612, 613, 614, 615, 616, 617, 618, 619, 620, 621, 622, 623, 624, 625, 626, 627, 628, 629, 630, 631, 632, 633, 634, 635, 636, 637, 638, 639, 640, 641, 642, 643, 644, 645, 646, 647, 648, 649, 650, 651, 652, 653, 654, 655, 656, 657, 658, 659, 660, 661, 662, 663, 664, 665, 666, 667, 668, 669, 670, 671, 672, 673, 674, 675, 676, 677, 678, 679, 680, 681, 682, 683, 684, 685, 686, 687, 688, 689, 690, 691, 692, 693, 694, 695, 696, 697, 698, 699, 700, 701, 702, 703, 704, 705, 706, 707, 708, 709, 710, 711, 712, 713, 714, 715, 716, 717, 718, 719, 720, 721, 722, 723, 724, 725, 726, 727, 728, 729, 730, 731, 732, 733, 734, 735, 736, 737, 738, 739, 740, 741, 742, 743, 744, 745, 746, 747, 748, 749, 750, 751, 752, 753, 754, 755, 756, 757, 758, 759, 760, 761, 762, 763, 764, 765, 766, 767, 768, 769, 770, 771, 772, 773, 774, 775, 776, 777, 778, 779, 780, 781, 782, 783, 784, 785, 786, 787, 788, 789, 790, 791, 792, 793, 794, 795, 796, 797, 798, 799, 800, 801, 802, 803, 804, 805, 806, 807, 808, 809, 810, 811, 812, 813, 814, 815, 816, 817, 818, 819, 820, 821, 822, 823, 824, 825, 826, 827, 828, 829, 830, 831, 832, 833, 834, 835, 836, 837, 838, 839, 840, 841, 842, 843, 844, 845, 846, 847, 848, 849, 850, 851, 852, 853, 854, 855, 856, 857, 858, 859, 860, 861, 862, 863, 864, 865, 866, 867, 868, 869, 870, 871, 872, 873, 874, 875, 876, 877, 878, 879, 880, 881, 882, 883, 884, 885, 886, 887, 888, 889, 890, 891, 892, 893, 894, 895, 896, 897, 898, 899, 900, 9

77, du khách đi từ địa chỉ 50
Madrid - nơi đi chỉ là 66.
Từng người khách đi theo
Lyon (66) thay cho Paris (100)
hoặc Manchester (73) thay cho
London (100).

CHUYÊN TRANG, CHUYÊN ĐỀ TRÊN THANH NIÊN

14 THÁNG NHỊP CẦU DOANH NGHIỆP
Thứ tư 10.4.2019

NĂNG LƯỢNG XANH

LÊ CÔNG SƠN

Từ tháng 3.2019, TP.HCM và các tỉnh phía nam bước vào giai đoạn nắng nóng khắc nghiệt. Nhiệt độ nhiều nơi có thời điểm lên đến hơn 37 độ C. Vì vậy, nhu cầu sử dụng điện cho các thiết bị giải nhiệt, đặc biệt là máy lạnh, giải đoạn này sẽ tăng mạnh, khiến cho hóa đơn tiền điện cuối tháng có thể... căng.

Để giải đáp những vấn đề bạn đọc đang quan tâm, Thanh Niên đã có cuộc trao đổi với ông Nguyễn Duy Quốc Việt, Phó tổng giám đốc Tổng công ty điện lực TP.HCM (EVNHCMC).

Ông Việt cho biết: Tính đến ngày 31.3.2019, tổng sản lượng điện tiêu thụ của TP.HCM tăng đến 71 triệu kWh/ngày trong đó riêng ngày 27.3 ghi nhận sản lượng cao nhất vào khoảng 83,45 triệu kWh. Dự kiến, trong các tháng 4 - 5 - 6, nắng nóng tiếp tục kéo dài khiến độ ồn tăng thì nhu cầu sử dụng điện cũng như sản lượng điện tiêu thụ sẽ tiếp tục đi lên.

"Hiển kế" để giảm bớt... tiền điện



Lắp đặt hệ thống điện mặt trời kiểm điện hiệu quả

Cùng với việc tăng giá điện từ ngày 20.3 thì tình hình thời tiết nắng nóng như hiện thời chắc chắn sẽ làm ảnh hưởng đến hóa đơn tiền điện của tháng 3 và nhiều tháng tiếp theo, thưa ông?

- Chúng tôi có thể dự báo hóa đơn tiền điện những tháng tiếp theo sẽ tăng. Ngoài lý do giá điện chính thức theo quyết định của Bộ Công thương thì hàng vào các tháng mùa hè nhà sử dụng điện nhiều. Nhu cầu điện tăng cao khiến giá điện tăng, do đó tổng giá sản lượng điện từ năm 2014 - 2018 Trung tâm điều độ hệ thống điện TP.HCM ghi nhận thấy rõ lượng điện tiêu thụ tháng 3, tháng 4 tăng cao, có năm tăng đến 20%.

14 THÁNG NHỊP CẦU DOANH NGHIỆP
Thứ tư 13.2.2019

NĂNG LƯỢNG XANH

LÊ CÔNG SƠN

Ngành điện giải quyết nhanh các yêu cầu của khách hàng ngay sau tết



Khách hàng "xông đất" làm thủ tục sang tên điện kể tại Công ty điện lực Tân Thuận

Vừa xong những ngày nghỉ đón xuân Kỷ Hợi 2019, sáng 11.2 (tức mừng 7 tết) toàn thể cán bộ và người lao động Tổng công ty điện lực TP.HCM (EVNHCMC) đã đồng loạt ra quân khi thực hiện nhiệm vụ ngay ngày đi làm đầu tiên của năm mới.

Mặc dù toàn bộ thời gian diễn ra Tết Nguyên đán (từ ngày 2 - 10.2), EVNHCMC luôn "mọi lúc mọi nơi" hoàn thành tốt các giải pháp nhằm đảm bảo cung cấp điện an toàn, ổn định cho người dân TP.HCM vui tết đón xuân an toàn. Để chuẩn bị cho ngày làm việc đầu tiên của năm mới Kỷ Hợi, sáng 10.2, Tổng giám đốc EVNHCMC đã có công điện gửi các đơn vị thành viên, yêu cầu các đơn vị bắt tay ngay vào công việc, tổ chức giải quyết nhanh các dịch vụ khách hàng, không được để chậm trễ. Công điện ghi rõ: "Ngành

cắm việc đi lễ chùa, đi về nhà chúc tân niên và tổ chức ăn nhậu liên hoan tại cơ quan trong giờ làm việc".

Thực hiện nghiêm chỉ đạo này, các công ty điện lực và đơn vị thành viên đã tiến hành triển khai nhanh những công việc thường nhật phục vụ khách hàng. Tại quầy giao dịch của các công ty, các giao dịch viên đã tiếp đón những vị khách đầu tiên của năm mới đến thực hiện các giao dịch như: đóng tiền điện, làm thủ tục sang tên đồng hồ điện... Tại những phòng độ, tiếp tân cán bộ, người lao động đã bắt

tay ngay vào công việc: từ bộ phận xử lý thông tin ở trung tâm chăm sóc khách hàng, lấy dữ liệu tại hệ thống đo xa, đến những công việc triển khai công tác bảo trì, sửa chữa ở ngoài hiện trường.

Năm 2019, tập thể EVNHCMC quyết tâm về đích sớm để hoàn thành các chỉ tiêu của lộ trình năm 2020 như: đảm bảo cung ứng đủ nhu cầu về điện cho khách hàng; giảm sự cố lưới điện, nâng cao độ tin cậy cung cấp điện; tự động hóa lưới điện với quyết tâm 100% trạm 110 kV được vận hành theo mô hình không người trực.



Khách hàng thanh toán tiền điện tại quầy thu hộ ECPay

100% lưới trung thế được điều khiển từ xa, trên 30% lưới trung thế được trang bị tự động hóa; đáp ứng 100% dịch vụ trực tuyến cấp độ 4 đối với 19/19 loại hình dịch vụ; khai thác hiệu quả các ứng dụng chăm sóc khách hàng trên thiết bị di động; đạt được chỉ tiêu về vận động khách hàng gắn điện mặt trời áp mái và tuyên truyền tiết kiệm điện; đảm bảo tiến độ các công trình đầu tư xây dựng hệ thống điện. Bên cạnh đó phải đạt được các chỉ tiêu về đào tạo nâng cao chất lượng nguồn nhân lực, tăng năng suất lao động và chất

lượng dịch vụ khách hàng.

Với khí thế khẩn trương trong những ngày đầu của năm mới, mỗi cán bộ, người lao động của EVNHCMC luôn ý thức được trách nhiệm của mình và nỗ lực hết sức ngay từ những ngày đi làm đầu tiên nhằm góp phần thực hiện những nhiệm vụ mà ngành đã đặt ra, quyết tâm hoàn thành chủ đề của năm 2019 Năng cao hiệu quả vận hành hệ thống điện và chất lượng dịch vụ khách hàng một cách xuất sắc và thắng lợi.

L.C.S

CHUYÊN ĐỀ

Năng lượng Xanh

Báo
THANH NIÊN

Media Kit

HOẠT ĐỘNG, CHƯƠNG TRÌNH TRÊN MẶT BÁO

CHƯƠNG TRÌNH *Thể thao*



**GIẢI BÓNG ĐÁ THANH NIÊN
SINH VIÊN VIỆT NAM**



HOẠT ĐỘNG, CHƯƠNG TRÌNH TRÊN MẶT BÁO

CHƯƠNG TRÌNH *Thể thao*

“SÔI ĐỘNG CÙNG V-LEAGUE 2021”

“Sôi động cùng V-League 2021” bao gồm
2 cuộc thi:

- Dự đoán V-League
- Bình chọn đội hình tiêu biểu V-League
- Giải bóng đá TNSV

Với tổng giá trị giải thưởng lên đến 100
triệu đồng cùng nhiều hiện vật.



HOẠT ĐỘNG, CHƯƠNG TRÌNH TRÊN MẶT BÁO

CHƯƠNG TRÌNH Văn hóa

CÁC CUỘC THI VIẾT

- Sài Gòn - Thành phố tôi yêu
- Thương nhớ miền Trung
- Hà Nội – Thành phố tôi yêu
- Sống đẹp
- Vượt qua Covid-19
- Gương sáng biên cương
- ...



HOẠT ĐỘNG, CHƯƠNG TRÌNH SAU MẶT BÁO

CHUYẾN XE

Tết sum vầy

Tetsumvay.thanhvien.vn

Chuyến xe Tết sum vầy là chương trình thường niên do Báo Thanh Niên phối hợp cùng Trung tâm hỗ trợ học sinh, sinh viên TP.HCM tổ chức, nhằm giúp hơn 2.000 học sinh, sinh viên khó khăn đang học tập tại TP.HCM có một mùa xuân sum vầy trọn vẹn cùng người thân.



HOẠT ĐỘNG, CHƯƠNG TRÌNH SAU MẶT BÁO

CHƯƠNG TRÌNH

Du lịch

Hành trình mơ ước



Báo **THANH NIÊN** **dulichHoanmy**

Sự kiện ra mắt
Hành trình mơ ước
2019
14H30 NGÀY 01.07.2019

Khách mời

Nhà văn Đông Thức

MC Quỳnh Hoa

Blogger Quý Cốc Tử

Cuộc thi “Hành trình mơ ước 2019” quay trở lại với hình thức mới lạ hơn. Bạn đọc tham gia bằng cách trả lời bằng câu hỏi trắc nghiệm kiến thức về du lịch: điểm đến, văn hóa, lịch sử, phim ảnh, âm nhạc... gắn với các địa danh du lịch nổi tiếng trên thế giới.

Hanhtrinhmouoc2019.thanhnien.vn



Báo **THANH NIÊN**

Media Kit

HOẠT ĐỘNG, CHƯƠNG TRÌNH SAU MẶT BÁO

CHƯƠNG TRÌNH

Giáo dục

Tư vấn mùa thi

Tiếp sức mùa thi

Cẩm nang tuyển sinh

Gian hàng tuyển sinh

BỘ GD & ĐT



Báo THANHNIÊN

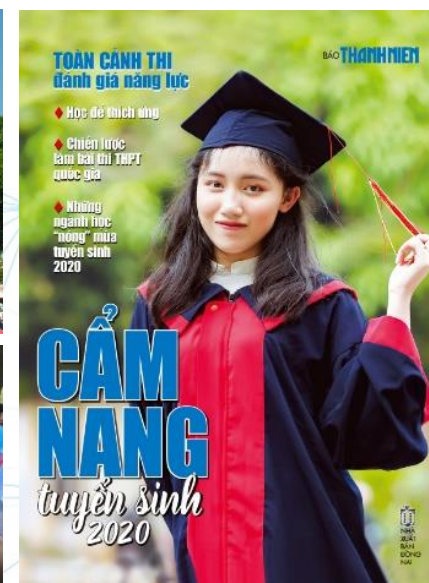
THIÊN LONG
SỨC MẠNH TRÍ THỨC

TRUYỀN HÌNH TRỰC TUYẾN

**ĐỒNG HÀNH
CÙNG THÍ SINH**

16 năm
**TIẾP SỨC
MÙA THI 2017**
HÃY TỰ TIN, CHÚNG TÔI ĐI CÙNG BẠN

thanhnien.vn; [Youtube.com/thanhnien](https://www.youtube.com/thanhnien); [Facebook.com/thanhnien](https://www.facebook.com/thanhnien)



HOẠT ĐỘNG, CHƯƠNG TRÌNH SAU MẶT BÁO

CHƯƠNG TRÌNH

Giáo dục



- Trao học bổng Nguyễn Thái Bình
- Trao thiết bị “Cùng em học trực tuyến”

Báo
THANH NIÊN

Media Kit

HÔI THẢO

Kinh tế

Tin văn

Thủy điện dự án thủy điện Thái Lan, ngày 24 tại TP Hồ Chí Minh, Văn phòng thương vụ Tổng Lãnh sự quán Thái Lan tại TP HCM tổ chức chương trình giao lưu chuyên đề kinh doanh "Thái Lan Horeca K28" nhằm giới thiệu về kinh doanh các dịch vụ kinh doanh Thái Lan với các doanh nghiệp, tìm kiếm đối tác trong lĩnh vực dịch vụ như khách sạn, nhà hàng, ăn uống tại TP Hồ Chí Minh (ng 7/1)

Việt Nam Airlines và Jetstar Pacific cùng hợp tác 1 triệu chỗ đi 30.4 - 1.5. Số chỗ này cấp 4.700

Doanh nghiệp Việt ra biển lớn

[illegible][illegible]

ĐIỀU KIỆN TĂNG DO THỜI TIẾT:
THỜI GIAN CỤT ĐƯỢC...
Đã biết được một số nguyên nhân khác biệt so với năm trước, chúng tôi đã tiến hành phân tích các yếu tố ảnh hưởng đến hiệu suất của đội tuyển. Theo đó, điều kiện thời tiết là một trong những yếu tố ảnh hưởng đáng kể. Thời tiết nóng bức, nắng gắt khiến các vận động viên gặp khó khăn trong việc duy trì thể lực và tập trung. Ngoài ra, việc thay đổi địa điểm thi đấu cũng là một yếu tố ảnh hưởng đáng kể. Việc di chuyển từ sân nhà sang sân khách đã gây ra sự bất ổn định trong tâm lý của các vận động viên.

ĐIỀU KIỆN TĂNG DO THỜI TIẾT:
THỜI GIAN CỤT ĐƯỢC...
Đã biết được một số nguyên nhân khác biệt so với năm trước, chúng tôi đã tiến hành phân tích các yếu tố ảnh hưởng đến hiệu suất của đội tuyển. Theo đó, điều kiện thời tiết là một trong những yếu tố ảnh hưởng đáng kể. Thời tiết nóng bức, nắng gắt khiến các vận động viên gặp khó khăn trong việc duy trì thể lực và tập trung. Ngoài ra, việc thay đổi địa điểm thi đấu cũng là một yếu tố ảnh hưởng đáng kể. Việc di chuyển từ sân nhà sang sân khách đã gây ra sự bất ổn định trong tâm lý của các vận động viên.

Đã được chứng minh rằng việc sử dụng thuốc chống ung thư có thể làm giảm nguy cơ mắc bệnh ung thư. Tuy nhiên, việc sử dụng thuốc chống ung thư cũng có thể gây ra các tác dụng phụ nghiêm trọng, bao gồm suy giảm miễn dịch, tổn thương gan, thận, và các cơ quan khác. Do đó, việc sử dụng thuốc chống ung thư cần được thực hiện dưới sự giám sát chặt chẽ của bác sĩ chuyên khoa.

Đã được chứng minh rằng việc sử dụng thuốc chống ung thư có thể làm giảm nguy cơ mắc bệnh ung thư. Tuy nhiên, việc sử dụng thuốc chống ung thư cũng có thể gây ra các tác dụng phụ nghiêm trọng, bao gồm suy giảm miễn dịch, tổn thương gan, thận, và các cơ quan khác. Do đó, việc sử dụng thuốc chống ung thư cần được thực hiện dưới sự giám sát chặt chẽ của bác sĩ chuyên khoa.

Đã được chứng minh rằng việc sử dụng thuốc chống ung thư có thể làm giảm nguy cơ mắc bệnh ung thư. Tuy nhiên, việc sử dụng thuốc chống ung thư cũng có thể gây ra các tác dụng phụ nghiêm trọng, bao gồm suy giảm miễn dịch, tổn thương gan, thận, và các cơ quan khác. Do đó, việc sử dụng thuốc chống ung thư cần được thực hiện dưới sự giám sát chặt chẽ của bác sĩ chuyên khoa.

Đã được chứng minh rằng việc sử dụng thuốc chống ung thư có thể làm giảm nguy cơ mắc bệnh ung thư. Tuy nhiên, việc sử dụng thuốc chống ung thư cũng có thể gây ra các tác dụng phụ nghiêm trọng, bao gồm suy giảm miễn dịch, tổn thương gan, thận, và các cơ quan khác. Do đó, việc sử dụng thuốc chống ung thư cần được thực hiện dưới sự giám sát chặt chẽ của bác sĩ chuyên khoa.

1. ENK

Ông Nguyễn Văn Phú, Phó giám đốc ENK
hỗ lực các giải pháp
đại diện giải pháp



Ông Nguyễn Văn Phú là Phó Giám đốc ENK, một chuyên gia trong lĩnh vực quản lý dự án và phát triển kinh doanh. Ông đã có nhiều năm kinh nghiệm trong việc quản lý các dự án quy mô lớn và đã đạt được nhiều thành tựu đáng kể trong công việc.

Ông Nguyễn Văn Phú, Phó giám đốc ENK
không chỉ nhận được
các giải pháp đại diện



Ông Nguyễn Văn Phú là Phó Giám đốc ENK, một chuyên gia trong lĩnh vực quản lý dự án và phát triển kinh doanh. Ông đã có nhiều năm kinh nghiệm trong việc quản lý các dự án quy mô lớn và đã đạt được nhiều thành tựu đáng kể trong công việc.

Cam kết đột phá thủ tục

Nhờ đó là sự liên kết quan trọng của công đồng DSE để bắt đầu một kỷ nguyên mới nhằm cải thiện hiệu quả chuyển đổi từ cơ chế quản lý hành chính của CN về cơ chế liên doanh và cũng đồng thời tiến đến chính sách pháp lý, cũng như hành nghiệm thực sự cùng là bước đầu tiên của cải cách kinh tế.

[illegible][illegible][illegible][illegible][illegible]

chính sách
tổng dân
gười khác được
phải mất đi một
khu vực tiếp
Thư viện Quốc
độc lập từ
động thủ so
chức và được
thực hiện

Trung pháp của bản
đang trong "lỗi" giá trị
TPBN, Văn phòng Chính phủ
và công tin việc của
Chức vụ Thủ tướng
Xác định và tiếp nhận
thông tin đại tài 2 đại
trưởng ứng. Cụ thể, là
vấn đề của UBND TP.ĐN
Nâng UBND chính
Nâng chủ tịch, phải học và

KINH TẾ **THUẬN**
Mùa hè 2012 7

**Nghe An
nắng nóng 41°C**

◆ Cảnh báo tia cực tím gây hại cho thể
dưỡng

Đang mùa hè nắng nóng, người dân cần chú ý các biện pháp phòng tránh nắng nóng để bảo vệ sức khỏe và tránh bị cháy nắng.

Tháng này, nhiệt độ trung bình hàng ngày ở TP.ĐN dao động từ 30°C đến 35°C, với mức cao nhất có thể đạt tới 41°C. Điều này có thể gây ra các vấn đề về sức khỏe, đặc biệt là đối với người già, trẻ em và người có bệnh nền.

Để bảo vệ sức khỏe, người dân cần chú ý các biện pháp phòng tránh nắng nóng, bao gồm: mặc quần áo bảo hộ, sử dụng kem chống nắng, tránh ra ngoài vào giờ nắng nóng, uống nhiều nước và nghỉ ngơi ở nơi mát mẻ.

[illegible][illegible][illegible][illegible][illegible][illegible][illegible]

Thế kỷ 21: một cuộc chạy đua
Đến năm 2025, Việt Nam sẽ có 75 triệu dân, gấp đôi dân số hiện tại. Trong khi đó, Việt Nam đang phải đối mặt với những thách thức về kinh tế, xã hội, môi trường và an ninh. Để vượt qua những thách thức này, Việt Nam cần có một chiến lược phát triển bền vững, tập trung vào đổi mới sáng tạo, nâng cao năng lực cạnh tranh và bảo vệ môi trường.

Thách thức về kinh tế: Việt Nam đang phải đối mặt với những thách thức về kinh tế, bao gồm: tỷ lệ thất nghiệp cao, thu nhập bình quân đầu người thấp, và sự phụ thuộc vào xuất khẩu hàng hóa thô. Để vượt qua những thách thức này, Việt Nam cần có một chiến lược phát triển bền vững, tập trung vào đổi mới sáng tạo, nâng cao năng lực cạnh tranh và bảo vệ môi trường.

Thách thức về xã hội: Việt Nam đang phải đối mặt với những thách thức về xã hội, bao gồm: sự chênh lệch giàu nghèo, tình trạng ô nhiễm môi trường, và sự thiếu hụt nguồn nhân lực chất lượng cao. Để vượt qua những thách thức này, Việt Nam cần có một chiến lược phát triển bền vững, tập trung vào đổi mới sáng tạo, nâng cao năng lực cạnh tranh và bảo vệ môi trường.

Thách thức về môi trường: Việt Nam đang phải đối mặt với những thách thức về môi trường, bao gồm: biến đổi khí hậu, ô nhiễm môi trường, và sự suy giảm tài nguyên thiên nhiên. Để vượt qua những thách thức này, Việt Nam cần có một chiến lược phát triển bền vững, tập trung vào đổi mới sáng tạo, nâng cao năng lực cạnh tranh và bảo vệ môi trường.

Thách thức về an ninh: Việt Nam đang phải đối mặt với những thách thức về an ninh, bao gồm: sự bất ổn chính trị, tình trạng tham nhũng, và sự thiếu hụt nguồn nhân lực chất lượng cao. Để vượt qua những thách thức này, Việt Nam cần có một chiến lược phát triển bền vững, tập trung vào đổi mới sáng tạo, nâng cao năng lực cạnh tranh và bảo vệ môi trường.

Chiến lược phát triển bền vững: Để vượt qua những thách thức này, Việt Nam cần có một chiến lược phát triển bền vững, tập trung vào đổi mới sáng tạo, nâng cao năng lực cạnh tranh và bảo vệ môi trường. Chiến lược này cần được thực hiện đồng bộ và liên tục, với sự tham gia của tất cả các tầng lớp xã hội.

Đổi mới sáng tạo: Đổi mới sáng tạo là chìa khóa để Việt Nam vượt qua những thách thức về kinh tế, xã hội, môi trường và an ninh. Để thúc đẩy đổi mới sáng tạo, Việt Nam cần có một môi trường thuận lợi, bao gồm: chính sách ưu đãi, cơ chế bảo hộ quyền sở hữu trí tuệ, và sự tham gia của doanh nghiệp tư nhân.

Nâng cao năng lực cạnh tranh: Nâng cao năng lực cạnh tranh là mục tiêu hàng đầu của Việt Nam trong quá trình phát triển bền vững. Để nâng cao năng lực cạnh tranh, Việt Nam cần có một chiến lược phát triển bền vững, tập trung vào đổi mới sáng tạo, nâng cao năng lực cạnh tranh và bảo vệ môi trường.

Bảo vệ môi trường: Bảo vệ môi trường là một trong những thách thức lớn nhất mà Việt Nam đang phải đối mặt. Để bảo vệ môi trường, Việt Nam cần có một chiến lược phát triển bền vững, tập trung vào đổi mới sáng tạo, nâng cao năng lực cạnh tranh và bảo vệ môi trường.

Đảm bảo an ninh: Đảm bảo an ninh là một trong những thách thức lớn nhất mà Việt Nam đang phải đối mặt. Để đảm bảo an ninh, Việt Nam cần có một chiến lược phát triển bền vững, tập trung vào đổi mới sáng tạo, nâng cao năng lực cạnh tranh và bảo vệ môi trường.

Kết luận: Việt Nam đang phải đối mặt với những thách thức lớn về kinh tế, xã hội, môi trường và an ninh. Để vượt qua những thách thức này, Việt Nam cần có một chiến lược phát triển bền vững, tập trung vào đổi mới sáng tạo, nâng cao năng lực cạnh tranh và bảo vệ môi trường. Chiến lược này cần được thực hiện đồng bộ và liên tục, với sự tham gia của tất cả các tầng lớp xã hội.

Thế kỷ 21: một cuộc chạy đua
Đến năm 2025, Việt Nam sẽ có 75 triệu dân, gấp đôi dân số hiện tại. Trong khi đó, Việt Nam đang phải đối mặt với những thách thức về kinh tế, xã hội, môi trường và an ninh. Để vượt qua những thách thức này, Việt Nam cần có một chiến lược phát triển bền vững, tập trung vào đổi mới sáng tạo, nâng cao năng lực cạnh tranh và bảo vệ môi trường.

Thách thức về kinh tế: Việt Nam đang phải đối mặt với những thách thức về kinh tế, bao gồm: tỷ lệ thất nghiệp cao, thu nhập bình quân đầu người thấp, và sự phụ thuộc vào xuất khẩu hàng hóa thô. Để vượt qua những thách thức này, Việt Nam cần có một chiến lược phát triển bền vững, tập trung vào đổi mới sáng tạo, nâng cao năng lực cạnh tranh và bảo vệ môi trường.

Thách thức về xã hội: Việt Nam đang phải đối mặt với những thách thức về xã hội, bao gồm: sự chênh lệch giàu nghèo, tình trạng ô nhiễm môi trường, và sự thiếu hụt nguồn nhân lực chất lượng cao. Để vượt qua những thách thức này, Việt Nam cần có một chiến lược phát triển bền vững, tập trung vào đổi mới sáng tạo, nâng cao năng lực cạnh tranh và bảo vệ môi trường.

Thách thức về môi trường: Việt Nam đang phải đối mặt với những thách thức về môi trường, bao gồm: biến đổi khí hậu, ô nhiễm môi trường, và sự suy giảm tài nguyên thiên nhiên. Để vượt qua những thách thức này, Việt Nam cần có một chiến lược phát triển bền vững, tập trung vào đổi mới sáng tạo, nâng cao năng lực cạnh tranh và bảo vệ môi trường.

Thách thức về an ninh: Việt Nam đang phải đối mặt với những thách thức về an ninh, bao gồm: sự bất ổn chính trị, tình trạng tham nhũng, và sự thiếu hụt nguồn nhân lực chất lượng cao. Để vượt qua những thách thức này, Việt Nam cần có một chiến lược phát triển bền vững, tập trung vào đổi mới sáng tạo, nâng cao năng lực cạnh tranh và bảo vệ môi trường.

Chiến lược phát triển bền vững: Để vượt qua những thách thức này, Việt Nam cần có một chiến lược phát triển bền vững, tập trung vào đổi mới sáng tạo, nâng cao năng lực cạnh tranh và bảo vệ môi trường. Chiến lược này cần được thực hiện đồng bộ và liên tục, với sự tham gia của tất cả các tầng lớp xã hội.

Đổi mới sáng tạo: Đổi mới sáng tạo là chìa khóa để Việt Nam vượt qua những thách thức về kinh tế, xã hội, môi trường và an ninh. Để thúc đẩy đổi mới sáng tạo, Việt Nam cần có một môi trường thuận lợi, bao gồm: chính sách ưu đãi, cơ chế bảo hộ quyền sở hữu trí tuệ, và sự tham gia của doanh nghiệp tư nhân.

Nâng cao năng lực cạnh tranh: Nâng cao năng lực cạnh tranh là mục tiêu hàng đầu của Việt Nam trong quá trình phát triển bền vững. Để nâng cao năng lực cạnh tranh, Việt Nam cần có một chiến lược phát triển bền vững, tập trung vào đổi mới sáng tạo, nâng cao năng lực cạnh tranh và bảo vệ môi trường.

Bảo vệ môi trường: Bảo vệ môi trường là một trong những thách thức lớn nhất mà Việt Nam đang phải đối mặt. Để bảo vệ môi trường, Việt Nam cần có một chiến lược phát triển bền vững, tập trung vào đổi mới sáng tạo, nâng cao năng lực cạnh tranh và bảo vệ môi trường.

Đảm bảo an ninh: Đảm bảo an ninh là một trong những thách thức lớn nhất mà Việt Nam đang phải đối mặt. Để đảm bảo an ninh, Việt Nam cần có một chiến lược phát triển bền vững, tập trung vào đổi mới sáng tạo, nâng cao năng lực cạnh tranh và bảo vệ môi trường.

Kết luận: Việt Nam đang phải đối mặt với những thách thức lớn về kinh tế, xã hội, môi trường và an ninh. Để vượt qua những thách thức này, Việt Nam cần có một chiến lược phát triển bền vững, tập trung vào đổi mới sáng tạo, nâng cao năng lực cạnh tranh và bảo vệ môi trường. Chiến lược này cần được thực hiện đồng bộ và liên tục, với sự tham gia của tất cả các tầng lớp xã hội.

thông tin về các ứng dụng của công nghệ. Các ứng dụng mới của công nghệ thông tin đã được tích hợp vào các chương trình giảng dạy và các tài liệu học tập. Các ứng dụng mới của công nghệ thông tin đã được tích hợp vào các chương trình giảng dạy và các tài liệu học tập. Các ứng dụng mới của công nghệ thông tin đã được tích hợp vào các chương trình giảng dạy và các tài liệu học tập.

[illegible][illegible]

đến đây chúng ta có thể nói rằng đây là một bài học rất đáng để chúng ta suy ngẫm và học hỏi. Bài học này không chỉ dành cho những người làm công tác quản lý mà còn dành cho tất cả chúng ta. Chúng ta cần phải nhận thức được rằng, trong cuộc sống, chúng ta cần phải biết cách ứng phó với những biến cố và khó khăn. Chúng ta cần phải biết cách giữ vững lòng tin và niềm tin tưởng vào tương lai. Chúng ta cần phải biết cách vượt qua những thử thách và khó khăn để đạt được mục đích của mình. Đây là bài học mà chúng ta cần phải học hỏi và học tập từ những người đi trước. Chúng ta cần phải biết cách sống đẹp và sống có ích. Chúng ta cần phải biết cách yêu thương và chia sẻ. Chúng ta cần phải biết cách sống hòa bình và thân thiện. Đây là bài học mà chúng ta cần phải học hỏi và học tập từ những người đi trước. Chúng ta cần phải biết cách sống đẹp và sống có ích. Chúng ta cần phải biết cách yêu thương và chia sẻ. Chúng ta cần phải biết cách sống hòa bình và thân thiện.

[illegible]

Lưu ý những dấu hiệu của người dân phần lớn

Ông Nguyễn Văn Hùng, Phó Giám đốc Sở Công nghiệp và Thương mại tỉnh Quảng Nam, cho biết: "Hiện nay, người dân phần lớn đã có ý thức trong việc bảo vệ môi trường sống, đặc biệt là việc thu gom rác thải và đổ vào thùng rác công cộng. Tuy nhiên, vẫn còn một số người dân chưa có ý thức, vứt rác bừa bãi, gây ô nhiễm môi trường sống. Vì vậy, chúng tôi khuyến khích người dân tham gia vào các hoạt động bảo vệ môi trường, như: thu gom rác thải, trồng cây xanh, và sử dụng các sản phẩm thân thiện với môi trường."

Ông Nguyễn Văn Hùng cũng cho biết: "Hiện nay, người dân phần lớn đã có ý thức trong việc bảo vệ môi trường sống, đặc biệt là việc thu gom rác thải và đổ vào thùng rác công cộng. Tuy nhiên, vẫn còn một số người dân chưa có ý thức, vứt rác bừa bãi, gây ô nhiễm môi trường sống. Vì vậy, chúng tôi khuyến khích người dân tham gia vào các hoạt động bảo vệ môi trường, như: thu gom rác thải, trồng cây xanh, và sử dụng các sản phẩm thân thiện với môi trường."

Tạo điều kiện cho sinh viên trở lại trường

Ông Nguyễn Văn Hùng, Phó Giám đốc Sở Công nghiệp và Thương mại tỉnh Quảng Nam, cho biết: "Hiện nay, người dân phần lớn đã có ý thức trong việc bảo vệ môi trường sống, đặc biệt là việc thu gom rác thải và đổ vào thùng rác công cộng. Tuy nhiên, vẫn còn một số người dân chưa có ý thức, vứt rác bừa bãi, gây ô nhiễm môi trường sống. Vì vậy, chúng tôi khuyến khích người dân tham gia vào các hoạt động bảo vệ môi trường, như: thu gom rác thải, trồng cây xanh, và sử dụng các sản phẩm thân thiện với môi trường."

Ông Nguyễn Văn Hùng cũng cho biết: "Hiện nay, người dân phần lớn đã có ý thức trong việc bảo vệ môi trường sống, đặc biệt là việc thu gom rác thải và đổ vào thùng rác công cộng. Tuy nhiên, vẫn còn một số người dân chưa có ý thức, vứt rác bừa bãi, gây ô nhiễm môi trường sống. Vì vậy, chúng tôi khuyến khích người dân tham gia vào các hoạt động bảo vệ môi trường, như: thu gom rác thải, trồng cây xanh, và sử dụng các sản phẩm thân thiện với môi trường."

maße (0-100) (Lohn Wert)

Gia Investment, chỉ số một trong



đang chờ bên cạnh TV, nhón quần áo, quần áo đang chờ bên cạnh TV, nhón quần áo, quần áo	trung hai. Trong 3 năm "huyền đ" "Tâm hồn người 300", thì Mười T. gần như quên đi của vào năm 2010-2011 gần như 12 năm. Năm 2010, năm 2011.	T. chỉ là T. chỉ là, khi anh tìm lý gặp lại những gì đã mất, các TV từng được gia đình đưa hàng chục giờ, các TV
--	--	---

[illegible]

Ông Nguyễn Văn Hùng, Phó Giám đốc Sở Công Thương, cho biết: "Hiện nay, các doanh nghiệp đang gặp khó khăn trong việc tiếp cận vốn vay, đặc biệt là các doanh nghiệp nhỏ và vừa. Do đó, việc tiếp cận vốn vay là một trong những nhu cầu cấp thiết của các doanh nghiệp này. Chúng tôi đang nỗ lực để giải quyết vấn đề này bằng cách tiếp cận các ngân hàng và các tổ chức tài chính khác để huy động vốn vay cho các doanh nghiệp này."

HOẠT ĐỘNG, CHƯƠNG TRÌNH SAU MẶT BÁO



Tọa đàm NHẬN DIỆN ĐA CẤP BẤT CHÍNH



Tọa đàm THẢO TREO CHO ĐẤT HỖN HỢP & ĐẤT DÂN CƯ XÂY DỰNG MỚI



Tọa đàm trực tuyến ĐỐI THOẠI VỚI NGƯỜI DÂN VỀ GIÁ ĐIỆN, TIỀN ĐIỆN



Tọa đàm MỞ CỬA DU LỊCH, PHỤC HỒI KINH TẾ

HOẠT ĐỘNG, CHƯƠNG TRÌNH SAU MẶT BÁO

THANH NIÊN

Cùng con đi tiếp cuộc đời

Lời kêu gọi

BẢO TRỢ TRẺ MÔ CÔI DO COVID-19

☎ 0933044866

✉ baotrotremocoi@thanhvien.vn



Cùng con đi tiếp cuộc đời: Muôn dặm chung một tấm lòng!

06:05 06/12/2021 - 0



Nhân viên Shopee chạy bộ để ủng hộ chương trình "Cùng con đi tiếp cuộc đời"

19:20 04/12/2021 - 0



Cùng con đi tiếp cuộc đời: Ấm áp vòng tay nâng đỡ của kiều bào

05:09 03/12/2021 - 0

HOẠT ĐỘNG

Cộng đồng



Báo
THANH NIÊN

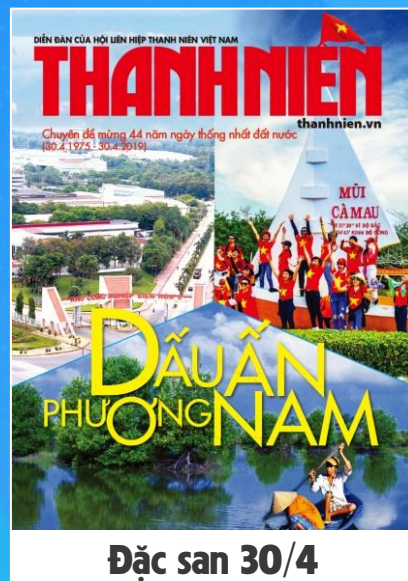
Media Kit

HOẠT ĐỘNG, CHƯƠNG TRÌNH SAU MẶT BÁO



HOẠT ĐỘNG
Cộng đồng

CÁC SẢN PHẨM KHÁC CỦA BÁO THANH NIÊN



Báo
THANH NIÊN
Media Kit



KHÁCH HÀNG CỦA BÁO THANH NIÊN



Thank You

Báo
TÒA SOẠN THANH NIÊN

268 - 270 Nguyễn Đình Chiểu, P. Võ Thị Sáu, Q.3, TP.HCM

Website: <https://thanhvien.vn/>

Email: quangcao@thanhvien.vn

ĐT: (028) 3933 9988 – 39 302 302

Hotline: **090 878 04 04**

