

CHƯƠNG IV:
**THỊ TRƯỜNG
XUẤT KHẨU,
NHẬP KHẨU**



I. THỊ TRƯỜNG CHÂU Á

1. Tình hình xuất nhập khẩu chung

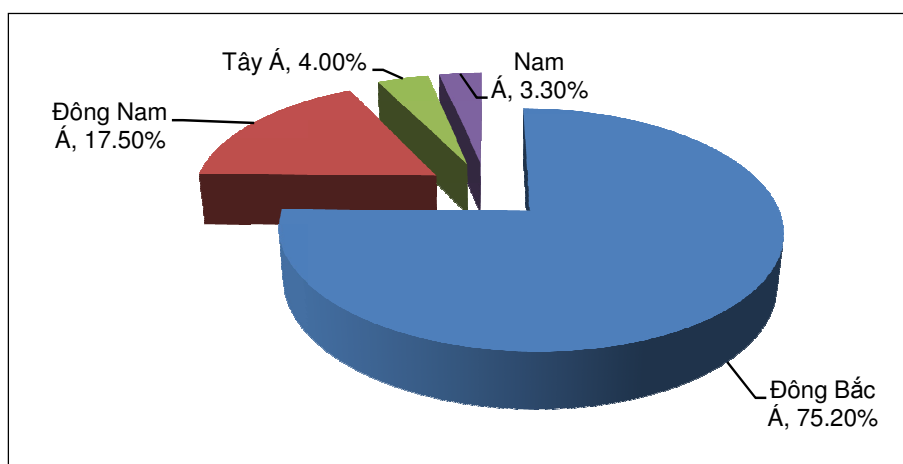
Năm 2017, tổng kim ngạch xuất nhập khẩu của Việt Nam với các nước thuộc khu vực Châu Á đạt 283,6 tỷ USD, tăng 25,97% so với năm 2016, chiếm 66,7% tổng kim ngạch xuất nhập khẩu của Việt Nam.

Trong đó, xuất khẩu của Việt Nam sang khu vực Châu Á đạt 112,78 tỷ USD, tăng 32% so với năm 2016, chiếm tỷ trọng 52,7% trong tổng kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam. Nhập khẩu đạt 170,8 tỷ USD, tăng 22,3% so với năm 2016, chiếm tỷ trọng 81% trong tổng kim ngạch nhập khẩu của Việt Nam. Nhập siêu từ khu vực Châu Á năm 2017 là 58,06 tỷ USD, tăng 6,9% so với năm 2016.

Năm 2017, xuất khẩu của Việt Nam sang các khu vực thị trường tại Châu Á đều tăng so với năm 2016, cụ thể: xuất khẩu sang khu vực Đông Bắc Á (Nhật Bản và Hàn Quốc, các thị trường tiếng Trung) tăng 28,1%, Đông Nam Á (10 nước ASEAN) tăng 19,7%, Tây Á tăng 8,0% và Nam Á tăng 37,9%.

Xét về tỷ trọng cơ cấu khu vực thị trường xuất nhập khẩu của Việt Nam tại Châu Á, thị trường Đông Bắc Á chiếm tỷ trọng lớn nhất (trên 75%), tiếp đến là thị trường ASEAN chiếm tỷ trọng 17,5%. Hai thị trường Tây Á và Nam Á chiếm tỷ trọng tương đối thấp, lần lượt là 4% và 3,3%.

Biểu đồ 6: Cơ cấu thị trường XNK của Việt Nam tại khu vực Châu Á



2. Xuất nhập khẩu với một số thị trường

2.1. Khu vực Đông Bắc Á

Tổng kim ngạch xuất nhập khẩu giữa Việt Nam và khu vực Đông Bắc Á năm 2017 đạt 213,2 tỷ USD, tăng 28,15% so với năm 2016. Trong đó, xuất khẩu của Việt Nam sang khu vực Đông Bắc Á đạt 77,3 tỷ USD, tăng

37,03% so với năm 2016; kim ngạch nhập khẩu của Việt Nam từ khu vực Đông Bắc Á đạt khoảng 135,9 tỷ USD, tăng 23,6% so với năm 2016. Như vậy, mặc dù tốc độ tăng xuất khẩu cao hơn tốc độ tăng nhập khẩu nhưng Việt Nam vẫn đang nhập siêu từ khu vực Đông Bắc Á với mức nhập siêu vào khoảng 58,6 tỷ USD.

Về xuất khẩu, cả 5 thị trường trong khu vực Đông Bắc Á đều có tốc độ tăng kim ngạch xuất khẩu ở mức 2 con số. Cụ thể: Trung Quốc tăng 61,5% so với năm 2016, Nhật Bản tăng 14,8%, Hàn Quốc tăng 30%, Hồng Kông tăng 24,6%, Đài Loan tăng 13,3%.

Các mặt hàng xuất khẩu chủ lực sang khu vực Đông Bắc Á là: Điện thoại và linh kiện (đạt 14,5 tỷ USD, tăng 149% so với năm 2016); máy vi tính, sản phẩm điện tử và linh kiện (đạt 11,5 tỷ USD, tăng 48%); hàng dệt, may (đạt 7,3 tỷ USD, tăng 12,5%); máy móc, thiết bị, dụng cụ và phụ tùng khác (đạt 5,5 tỷ USD, tăng 28,2%).

Về nhập khẩu, cả 5 thị trường trong khu vực Đông Bắc Á đều có kim ngạch nhập khẩu tăng. Tuy nhiên, tốc độ tăng nhập khẩu thấp hơn tốc độ tăng xuất khẩu, ngoại trừ thị trường Hàn Quốc. Cụ thể: Trung Quốc tăng 16,41% so với năm 2016, Nhật Bản tăng 10,15%, Hàn Quốc tăng 45,3%, Hồng Kông tăng 11,06%, Đài Loan tăng 13,1%.

Các mặt hàng nhập khẩu có kim ngạch lớn nhất, theo thứ tự là máy vi tính, sản phẩm điện tử và linh kiện (đạt 29,7 tỷ USD, tăng 43,56% so với năm 2016); máy móc, thiết bị, dụng cụ và phụ tùng khác (đạt 25,4 tỷ USD, tăng 21,1%); điện thoại và linh kiện (đạt 15,3 tỷ USD, tăng 54,2%); vải các loại (đạt 10,6 tỷ USD, tăng 8,3%).

2.1.1. Trung Quốc

Tình hình xuất khẩu

Kim ngạch xuất khẩu sang Trung Quốc năm 2017 đạt 35,46 tỷ USD, tăng 61,49%. Các mặt hàng có kim ngạch lớn và tăng trưởng cao trong năm 2017 tập trung ở nhóm điện tử, công nghệ như: máy vi tính, sản phẩm điện tử và linh kiện (đạt trên 6,86 tỷ USD, tăng 69,04%); điện thoại và linh kiện (đạt 7,15 USD, tăng 793,8%); máy ảnh, máy quay phim và linh kiện (đạt 2,08 tỷ USD, tăng 25,8%), ... Ngoài ra, mặt hàng rau quả và thủy sản cũng có sự tăng trưởng mạnh, lần lượt đạt trên 2,65 tỷ USD (tăng 52,4%) và 1,09 tỷ USD (tăng 59,4%).

Xu hướng xuất khẩu hàng nông sản của Việt Nam vào thị trường Trung Quốc là tích cực trong những năm gần đây. Do Trung Quốc thực sự có nhu cầu và hàng nông sản Việt Nam có chất lượng khá tốt, giá cả hợp lý nên thu hút được doanh nghiệp Trung Quốc thu mua và được người tiêu dùng Trung Quốc ưa chuộng.

Kinh tế Trung Quốc năm 2017 duy trì tăng trưởng cao, nhu cầu



nhập khẩu nông sản, thủy sản phục vụ sản xuất và tiêu dùng tăng,... đã tác động tích cực đến hoạt động xuất khẩu nông sản, thủy sản của Việt Nam sang thị trường này, đặc biệt là cá tra, tôm (tôm sú, tôm thẻ chân trắng), trái cây tươi (thanh long, dưa hấu, xoài, chuối), gạo, cà phê, điều, cao su, tiêu.

- *Mặt hàng gạo:* Trung Quốc hiện là nước nhập khẩu gạo lớn nhất thế giới với các đối tác chính là Việt Nam, Thái Lan, Campuchia, Pakistan,... Trung Quốc hiện cũng là thị trường nhập khẩu gạo nhiều nhất của Việt Nam với kim ngạch năm 2017 đạt 2,29 triệu tấn, trị giá đạt trên 1,026 tỷ USD, tăng 31,8% về lượng và 31,3% về trị giá so với năm 2016.

- *Thủy sản:* Mặc dù Trung Quốc là nước có sản lượng thủy hải sản lớn nhất thế giới và xuất khẩu thủy sản lớn nhất thế giới, tuy nhiên thủy hải sản nhập khẩu cũng rất được ưa chuộng. Trong thời gian qua, ngoài các mặt hàng truyền thống như: tôm đông lạnh, tôm sú sống, mực, bạch tuộc... thì cá tra và cá ba sa của Việt Nam cũng đang tiêu thụ tốt tại thị trường này. Năm 2017, xuất khẩu thủy sản sang Trung Quốc đạt trên 1,087 tỷ USD, tăng 59,37% so với năm 2016.

- *Trái cây:* Trong thời gian qua, nhu cầu của Trung Quốc với các sản phẩm trái cây nhiệt đới nhập khẩu như: thanh long, vải, nhãn, xoài, sầu riêng vẫn không ngừng tăng. Tính chung giá trị xuất khẩu rau quả sang Trung Quốc cả năm 2017 đã đạt 2,65 tỷ USD, tăng 52,44%.

Hiện nay, thị trường Trung Quốc đang nâng cao các yêu cầu về chất lượng sản phẩm, theo đó, tăng cường quản lý khu vực biên giới, thắt chặt kiểm dịch và quản lý chất lượng hàng nhập khẩu, truyền thông nâng cao nhận thức cho doanh nghiệp và người tiêu dùng về vệ sinh an toàn thực phẩm. Trung Quốc

dự kiến sẽ áp dụng từ ngày 01/10/2019 việc yêu cầu các lô hàng thực phẩm nhập khẩu đều phải có chứng thư xuất khẩu đi kèm.

Tình hình nhập khẩu

Kim ngạch nhập khẩu của Việt Nam từ Trung Quốc năm 2017 là 58,23 tỷ USD, tăng 16,41% so với 2016. Tốc độ tăng trưởng nhập khẩu của Việt Nam từ Trung Quốc trong năm 2017 đã có sự sụt giảm đáng kể so với các năm gần đây, trong khi đó tốc độ tăng trưởng xuất khẩu của Việt Nam sang Trung Quốc có sự tăng trưởng tốt. Kết quả này đã góp phần làm giảm đáng kể nhập siêu của Việt Nam từ Trung Quốc trong khi quy mô thương mại ngày càng được mở rộng. Năm 2017, nhập siêu của Việt Nam từ thị trường Trung Quốc đạt 22,76 tỷ USD, giảm 18,86% so với năm 2016.

2.1.2. Nhật Bản

Năm 2017, tổng kim ngạch xuất nhập khẩu giữa Việt Nam và Nhật Bản đạt 33,4 tỷ USD, tăng 12,4% so với năm 2016. Việt Nam xuất siêu sang Nhật Bản khoảng 249 triệu USD.

Tình hình xuất khẩu

Kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam sang Nhật Bản đạt 16,8 tỷ USD, tăng 14,8% so năm 2016. Kim ngạch các mặt hàng xuất khẩu chủ lực của Việt Nam sang Nhật Bản đều ghi nhận sự tăng trưởng, bao gồm: hàng dệt, may (đạt 3,1 tỷ USD, tăng 7,3%); máy móc, thiết bị, dụng cụ, phụ tùng (đạt 1,7 tỷ USD, tăng 9,9%); phương tiện vận tải và phụ tùng (đạt 2,2 tỷ USD, tăng 13,9%); hàng thủy sản (đạt 1,3 tỷ USD, tăng 18,6%), gỗ và sản phẩm gỗ (đạt 1 tỷ USD, tăng 4,4%).

Cả 4 nhóm hàng xuất khẩu sang Nhật Bản đều có tốc độ tăng trưởng 2 con số: nhóm hàng chế biến, chế tạo (đạt 12,9 tỷ USD, tăng 12,6%); nông thủy sản (đạt 1,7 tỷ USD, tăng 17,9%); vật liệu xây dựng (đạt 676,9 triệu USD, tăng 30,2%); nhiên liệu, khoáng sản (đạt 466,2 triệu USD, tăng 90,3%).

Trong năm 2017, Việt Nam đã có thêm một số mặt hàng được phép xuất khẩu vào thị trường Nhật Bản, bao gồm: thanh long ruột đỏ dạng quả tươi (tháng 1/2017); thịt gà đã qua chế biến nhiệt (tháng 8/2017); sữa (tháng 11/2017).

Tình hình nhập khẩu

Kim ngạch nhập khẩu của Việt Nam từ Nhật Bản đạt 16,6 tỷ USD, tăng 10,1% so với năm 2016. Các mặt hàng nhập khẩu có kim ngạch lớn là: máy móc, thiết bị, dụng cụ và phụ tùng khác (đạt 4,3 tỷ USD, tăng 2,2%); máy vi tính, sản phẩm điện tử và linh kiện (đạt 3,2 tỷ USD, tăng 13,4%); sắt thép các loại (đạt 1,4 tỷ USD, tăng 17,2%), sản phẩm từ chất dẻo (đạt 795,2 triệu USD, tăng 20,5%).

Nhập khẩu tăng chủ yếu ở những mặt hàng nhập khẩu đầu vào cho sản xuất, tương ứng với việc nguồn vốn đầu tư trực tiếp của Nhật Bản vào Việt Nam tiếp tục được giữ ở mức cao (đứng thứ 2 trong năm 2017 về cả vốn đầu tư mới và vốn lũy kế).

Quy định mới về quản lý nhập khẩu

Kể từ ngày 1/4/2017, Nhật Bản áp dụng sửa đổi Quy định ghi nhãn mác đối với sản phẩm dệt may (bao gồm cả hàng nhập khẩu). Theo đó, việc ghi và gắn nhãn bắt buộc đối với một số nhóm hàng sẽ sửa đổi so với các quy định hiện hành (gồm Luật Ghi nhãn chất lượng hàng gia dụng số 104 năm 1962 và Quy chuẩn về ghi nhãn chất lượng hàng dệt may có hiệu lực từ năm 1963 và sửa đổi nhiều lần, bản hiện hành sửa năm 2015). Các thay đổi cụ thể như sau:

(1) Bổ sung việc ghi nhãn thành phần vải lót quần.

(2) Bổ sung việc ghi và gắn nhãn thành phần và hướng dẫn giặt là (nhãn care) đối với sản phẩm mũ thuộc phân loại dệt may (không gắn thêm nhãn nếu sản phẩm dễ bị ảnh hưởng chất lượng bởi việc gắn mác).

(3) Bổ sung việc ghi hướng dẫn giặt là vào nhãn của sản phẩm khăn quàng cổ (không gắn thêm nhãn nếu sản phẩm dễ bị ảnh hưởng chất lượng bởi việc gắn mác).

(4) Bổ sung việc ghi nhãn thành phần cho lõi chần.

(5) Sửa đổi và thống nhất một số cách ghi tên thành phần xơ sợi trên nhãn.

2.1.3. Hàn Quốc

Thương mại hai chiều Việt Nam - Hàn Quốc trong năm 2017 có nhiều yếu tố thuận lợi. Kinh tế Hàn Quốc có những dấu hiệu phục hồi sau một thời gian dài tăng trưởng chậm. Sức mua và nhu cầu nhập khẩu hàng hóa tăng cao hơn. Bên cạnh đó, Chính phủ Hàn Quốc đang đẩy mạnh chính sách hướng nam, đưa giao dịch thương mại giữa Hàn Quốc - ASEAN lên ngang bằng với Trung Quốc.

Trong năm 2017, Hàn Quốc tiếp tục đẩy mạnh đầu tư sang Việt Nam và tìm nguồn hàng nhập khẩu, gia công từ Việt Nam. Các tập đoàn phân phối bán lẻ và chế biến thực phẩm lớn của Hàn Quốc như Emart, Lotte, CJ đều đã có hiện diện tại Việt Nam và có bộ phận mua hàng thường trực tại Việt Nam nên các doanh nghiệp Việt Nam có thể tiếp cận trực tiếp hơn đến các hệ thống phân phối bán lẻ của Hàn Quốc.

Kim ngạch xuất nhập khẩu với thị trường Hàn Quốc năm 2017 cũng có thuận lợi từ những ưu đãi do Hiệp định Thương mại tự do Việt Nam - Hàn Quốc (VKFTA) có hiệu lực từ tháng 12/2015. Các ưu đãi miễn giảm thuế theo VKFTA và Hiệp định Thương mại tự do ASEAN - Hàn Quốc (AKFTA) ngày càng được các doanh nghiệp tận dụng tốt hơn.

Năm 2017, Hàn Quốc trở thành đối tác thương mại lớn thứ 2 của Việt Nam (sau Trung Quốc) với tổng kim ngạch xuất nhập khẩu đạt 61,56 tỷ USD, tăng 41,3% so với cùng kỳ.

Tình hình xuất khẩu:

Kim ngạch xuất khẩu năm 2017 sang Hàn Quốc đạt 14,8 tỷ USD, tăng 30% so với cùng kỳ năm 2016. Các mặt hàng có kim ngạch xuất khẩu cao gồm: điện thoại và linh kiện (đạt 3,97 tỷ USD, tăng 45,5%); hàng dệt, may (đạt 2,64 tỷ USD, tăng 15,8%); máy vi tính, sản phẩm điện tử và linh kiện (đạt 1,83 tỷ USD, tăng 46,0%); máy móc, thiết bị, dụng cụ và phụ tùng khác (đạt 967,64 triệu USD, tăng 27,9%); thủy sản (đạt 778,5 triệu USD tăng 28,1%).

Tình hình nhập khẩu:

Năm 2017, kim ngạch nhập khẩu sang Hàn Quốc đạt 46,73 tỷ USD, tăng 45,3% so với năm 2016. Một số mặt hàng nhập khẩu có kim ngạch cao là: máy vi tính, sản phẩm và điện tử (đạt 15,33 tỷ USD, tăng 76,7%); máy móc, thiết bị, dụng cụ và phụ tùng khác (đạt 8,63 tỷ USD, tăng 46,6%); điện thoại và linh kiện (đạt 6,18 tỷ USD, tăng 72,6%); vải (đạt 2,04 tỷ USD, tăng 4,2%); xăng dầu (đạt 1,91 tỷ USD, tăng 93%).

Nhập siêu từ Hàn Quốc năm 2017 tiếp tục tăng mạnh, trở thành thị trường mà Việt Nam nhập siêu lớn nhất với mức thâm hụt thương mại đạt 31,9 tỷ USD, tăng 53,7% so với năm 2016.

Một số quy định, biện pháp, hình thức quản lý nhập khẩu mới trong năm 2017 hoặc sẽ áp dụng trong thời gian tới:

- Từ ngày 1/1/2017, Hàn Quốc đã áp dụng quy định mới về quản lý danh mục thuốc bảo vệ thực vật có trong quả hạt có dầu và hoa quả nhiệt đới. Theo đó, nếu dư lượng thuốc bảo vệ thực vật chưa được đăng ký thiết lập mức giới hạn cho phép (Maximum residue limit - MRL) thì bị áp dụng mức mặc định chung là 0.01ppm. Mặc dù đây là biện pháp áp dụng chung đối với tất cả các nước, song biện pháp này sẽ hạn chế về số lượng, chủng loại thuốc bảo vệ thực vật được sử dụng trong phòng trừ sâu bệnh tại Việt Nam (nhiều loại thuốc bảo vệ thực vật chưa được đăng ký theo quy định mới của Hàn Quốc bị áp mức mặc định 0,01ppm), ít nhiều sẽ ảnh hưởng đến xuất khẩu của Việt Nam như: cà phê, lạc nhân, hạt điều và các loại trái cây nhiệt đới,... sang thị trường Hàn Quốc.

- Đối với mặt hàng thủy sản, Cục Quản lý Chất lượng Thủy sản Hàn Quốc (NFQS) thông báo chính thức áp dụng quy định mới về kiểm dịch thủy sản nhập khẩu vào Hàn Quốc vào tháng 4/2018, cụ thể sẽ áp dụng quy định kiểm tra bổ sung 5 loại dịch bệnh trên tôm. Quy định này tiềm ẩn rủi ro nhất định đối với các lô hàng tôm đông lạnh xuất khẩu của Việt Nam sang Hàn Quốc và đòi hỏi các cơ quan chức năng và các doanh nghiệp cùng phối hợp để có cơ chế ngăn ngừa các loại dịch bệnh này phát sinh.

2.1.4. Hồng Kông (Trung Quốc)

Hồng Kông là thị trường trung gian, nhập khẩu để tái xuất sang nhiều thị trường, đặc biệt là thị trường Trung Quốc nên nhu cầu nhập khẩu nhiều khi không xuất phát từ nhu cầu thực tế trên thị trường tiêu dùng sở tại.

Kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam sang Hồng Kông năm 2016 đạt 6,09 tỷ USD, giảm 12,5% so với năm 2015 với nguyên nhân chính là do tác động của việc giảm nhập khẩu của các thị trường tái xuất. Tuy nhiên, cùng với việc một số thị trường bắt đầu khôi phục nhập khẩu, giá trị xuất khẩu sang Hồng Kông trong năm 2017 đã có sự tăng trưởng trở lại với tổng kim ngạch đạt 7,58 tỷ USD, tăng 24,55%.

- Mặt hàng thủy sản: thủy sản của Việt Nam thời gian qua tăng trưởng khá tốt vào thị trường Hồng Kông, tuy nhiên, mặt hàng này cũng gặp phải ngày càng nhiều áp lực cạnh tranh bởi giá cả và sự đa dạng từ sản phẩm của Trung Quốc cũng như khó khăn do các tiêu chuẩn khắt khe về vệ sinh an toàn thực phẩm của Hồng Kông. Năm 2017, xuất khẩu thủy sản sang Hồng Kông đạt 157,94 triệu USD, tăng 4,4% so với năm 2016.

- Mặt hàng rau quả: Năm 2017, xuất khẩu rau quả sang Hồng Kông đạt 20,81 triệu USD, tăng 56,68% so với năm 2016. Hiện nay, mới có quả thanh long của Việt Nam chiếm lĩnh được thị phần lớn tại Hồng Kông.

Về nhập khẩu, năm 2017, nhập khẩu từ thị trường này đạt 1,66 tỷ USD, tăng 11,06%. Các mặt hàng nhập khẩu chính từ Hồng Kông gồm vải các loại, nguyên phụ liệu dệt may, da giày, máy móc thiết bị, điện thoại, phế liệu sắt thép...

2.1.5. Đài Loan (Trung Quốc)

Kim ngạch xuất khẩu sang Đài Loan năm 2017 đạt 2,57 tỷ USD, tăng 13,3% so với năm 2016.

Các mặt hàng xuất khẩu chính của Việt Nam sang Đài Loan năm 2017 gồm: điện thoại và linh kiện; dệt may; máy vi tính, sản phẩm điện tử và linh kiện; máy móc, thiết bị, dụng cụ phụ tùng khác; giày dép các loại; thủy sản...

- Thủy sản: Thủy sản là mặt hàng có giá trị xuất khẩu lớn nhất trong nhóm hàng nông thủy sản sang Đài Loan trong năm 2017, với tổng kim ngạch đạt trên 113,15 triệu USD, tăng 7,08% so với 2016.

Đài Loan có nhu cầu nhập khẩu thủy sản khoảng 60-70 triệu USD mỗi năm, tập trung nhiều ở nhóm cá đông lạnh, động vật giáp xác và động vật nhuyễn thể. Đài Loan là thị trường có tập quán tiêu dùng tương tự Trung Quốc và Nhật Bản, là thị trường tiềm năng có thể khai thác, song đòi hỏi chất lượng và vệ sinh an toàn thực phẩm cao.

- *Gạo*: Hàng năm, Đài Loan có nhu cầu hơn 100 ngàn tấn gạo và cam kết hạn ngạch trong WTO là 144.720 tấn/năm, trong đó 65% là hạn ngạch chính phủ, 35% là hạn ngạch cho doanh nghiệp tư nhân. Việt Nam chiếm khoảng 27% thị phần nhập khẩu gạo của Đài Loan. Năm 2017, gạo xuất khẩu sang Đài Loan đạt 13,31 triệu USD, giảm 14,74%.

- *Chè*: Chè Việt Nam chiếm tỷ trọng nhập khẩu khá lớn (khoảng trên 50%) trong tổng giá trị nhập khẩu của Đài Loan. Năm 2017, xuất khẩu mặt hàng này sang Đài Loan đạt gần 27,29 triệu USD, tăng 53,93%.

- *Cao su thiên nhiên*: Việt Nam nhìn chung chiếm tỷ trọng khoảng 20-22% tổng quy mô nhập khẩu cao su thiên nhiên của Đài Loan. Năm 2017, xuất khẩu cao su sang Đài Loan tiếp tục duy trì đà tăng trưởng tốt với giá trị đạt 51,18 triệu USD, tăng 27,68%.

Về nhập khẩu, kim ngạch nhập khẩu từ thị trường Đài Loan năm 2017 là 12,71 tỷ USD, tăng khoảng 13,1%. Các mặt hàng nhập khẩu chính từ Đài Loan gồm: sắt thép; vải; sản phẩm hóa chất; nguyên phụ liệu dệt, may, da, giày; máy móc, thiết bị, dụng cụ và phụ tùng; máy vi tính, sản phẩm điện tử và linh kiện,...

2.2. Khu vực ASEAN

Trong năm 2017, tổng kim ngạch xuất nhập khẩu giữa Việt Nam và khu vực ASEAN đạt 49,7 tỷ USD, tăng 19,7% so với năm 2016. Trong đó, xuất khẩu của Việt Nam sang ASEAN đạt 21,7 tỷ USD, tăng 24,2% so với năm 2016 (xuất khẩu năm 2016 sang ASEAN là 17,5 tỷ USD) và kim ngạch nhập khẩu của Việt Nam từ ASEAN đạt khoảng 28 tỷ USD, tăng 16,5%. Như vậy, Việt Nam vẫn đang nhập siêu từ ASEAN với mức nhập siêu năm 2017 vào khoảng 6,3 tỷ USD.

Trong khu vực ASEAN, Việt Nam chủ yếu xuất khẩu sang các thị trường Thái Lan, Malaysia, Singapore, Philippines và Indonesia. Nhìn chung, kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam sang thị trường các nước ASEAN trong năm 2017 đều tăng trưởng tốt: Thái Lan (đạt 4,79 tỷ USD, tăng 29,7%), Malaysia (đạt 4,2 tỷ USD, tăng 25,9%), Indonesia (đạt 2,86 tỷ USD, tăng 9,4%), Singapore (đạt 2,96 tỷ USD, tăng 22,36%), Philippines (đạt 2,8 tỷ USD, tăng 27,7%), Campuchia (đạt 2,78 tỷ USD, tăng 26,2%).

Xuất khẩu của Việt Nam sang ASEAN chủ yếu là nông sản, thủy sản và khoáng sản. Những mặt hàng này tuy hầu hết đều được hưởng thuế nhập khẩu ưu đãi theo Hiệp định Thương mại hàng hóa ASEAN tại các nước nhập khẩu nhưng giá cả còn phụ thuộc vào biến động trên thế giới nên kim ngạch xuất khẩu chưa ổn định. Trong nhóm công nghiệp, ngoại trừ mặt hàng máy vi tính và linh kiện điện tử, các mặt hàng công nghiệp tiêu dùng được sản xuất, gia công khác như: may mặc, giày dép... chỉ chiếm tỷ trọng tương đối nhỏ trong tổng kim ngạch xuất khẩu sang ASEAN. Gần đây, Việt Nam bắt đầu xuất khẩu được một số mặt hàng chế tạo sang

ASEAN như: dây điện và dây cáp điện, đồ chơi trẻ em, xe đạp và phụ tùng xe đạp... Những mặt hàng này tuy có nhiều triển vọng nhưng kim ngạch vẫn còn khá khiêm tốn.

2.2.1. Thái Lan

Trong thời gian qua, kim ngạch thương mại Việt Nam - Thái Lan nhìn chung duy trì mức tăng trưởng khá, với cán cân thương mại đang nghiêng về phía Thái Lan. Thái Lan hiện đang là đối tác thương mại lớn nhất của Việt Nam trong ASEAN. Kim ngạch thương mại hai chiều Việt Nam - Thái Lan trong năm 2017 đạt 15,28 tỷ USD, tăng 21,9% so với năm 2016. Trong đó, xuất khẩu của Việt Nam sang Thái Lan đạt 4,79 tỷ USD, tăng 29,7%, nhập khẩu của Việt Nam từ Thái Lan đạt 10,5 tỷ USD, tăng 18,6%. Việt Nam nhập siêu từ Thái Lan khoảng 5,71 tỷ USD, tăng 10,7%.

Các mặt hàng xuất khẩu chính của Việt Nam sang Thái Lan trong năm 2017 gồm: điện thoại và linh kiện (1,23 tỷ USD, tăng 72%); máy vi tính, sản phẩm điện tử và linh kiện (479 triệu USD, tăng 15,5%); dầu thô (445 triệu USD, tăng 182%); phương tiện vận tải và phụ tùng (333 triệu USD, tăng 3,9%); máy móc, thiết bị, dụng cụ phụ tùng (331 triệu USD, tăng 10,5%); thủy sản (246 triệu USD, tăng 1,4%). Việt Nam đứng thứ 12 trong các nước và vùng lãnh thổ xuất khẩu vào Thái Lan. Nước này chủ yếu nhập khẩu từ Trung Quốc, Nhật Bản, Hoa Kỳ, Malaysia, Hàn Quốc, Đài Loan, Singapore, Indonesia, UAE, Đức, A-rập Xê út và Việt Nam.

Thái Lan đã đồng ý cho phép nhập khẩu chính thức đối với thanh long (ruột trắng, đỏ), xoài, nhãn và vải của Việt Nam. Tuy nhiên, kim ngạch xuất khẩu hàng rau quả của Việt Nam sang Thái Lan vẫn ở mức thấp, đạt khoảng 36 triệu USD trong năm 2017, giảm 9,9% so với năm 2016.

Nhìn chung, người tiêu dùng Thái Lan ưa chuộng các mặt hàng tươi sống, tuy nhiên yêu cầu về vệ sinh an toàn thực phẩm tương đối cao theo tiêu chuẩn của các cam kết quốc tế và khu vực cũng như quy định trong nội địa. Các sản phẩm thực phẩm cần được cấp chứng nhận của cơ quan quản lý thực phẩm và dược phẩm (FDA) Thái Lan khi nhập khẩu vào nước này.

Riêng đối với mặt hàng sữa nước, phía Thái Lan yêu cầu các bước: (i) Công văn thông báo về việc doanh nghiệp muốn xuất khẩu các sản phẩm sữa nước từ Việt Nam sang Thái Lan của Cục Chăn nuôi Việt Nam gửi Cục Phát triển chăn nuôi Thái Lan thuộc Bộ Nông nghiệp và Hợp tác xã Thái Lan; (ii) Cục Phát triển chăn nuôi Thái Lan cử đoàn sang Việt Nam đánh giá sản phẩm của doanh nghiệp; (iii) Bộ Thương mại Thái Lan xem xét các sản phẩm sữa nước của doanh nghiệp có được hưởng thuế suất ưu đãi theo Hiệp định ATIGA hay không.

Mặt hàng thủy sản tươi sống nhập khẩu vào Thái Lan bắt buộc phải đăng ký nhập khẩu và thông tin vận chuyển hàng hóa với cơ quan chức năng tại cổng thông tin Fishery Single Window System (FSWS). Một số

loại tôm và các sản phẩm thuộc danh mục hàng quý hiếm nằm trong diện mặt hàng cần kiểm tra đặc biệt. Doanh nghiệp nhập khẩu mặt hàng tôm thẻ chân trắng (white shrimp), tôm sú (black tiger shrimp) và tép xanh (blue shrimp) cần đăng ký với cơ quan chức năng thông tin về địa điểm bảo quản hàng, giấy tờ chứng nhận kiểm dịch (đối với hàng tươi sống) và mẫu sản phẩm để tiến hành xét nghiệm. Quy trình kiểm tra hàng mẫu diễn ra trung bình khoảng 30 ngày.

Các mặt hàng nhập khẩu chính của Việt Nam từ Thái Lan trong năm 2017 gồm: sản phẩm điện gia dụng và linh kiện (882 triệu USD, giảm 7,1%); máy móc, thiết bị, dụng cụ phụ tùng (904 triệu USD, tăng 11,3%); xăng dầu (941 triệu USD, tăng 44,7%); rau quả (857 triệu USD, tăng 109%); ô tô nguyên chiếc (703 triệu USD, tăng 8,9%); chất dẻo nguyên liệu (654 triệu USD, tăng 21,5%); máy vi tính, sản phẩm điện tử và linh kiện (632 triệu USD, tăng 58,7%).

2.2.2. Malaysia

Kể từ khi Việt Nam và Malaysia thiết lập quan hệ Đối tác Chiến lược từ tháng 8/2015, kim ngạch thương mại song phương đã đạt được những kết quả tích cực trong bối cảnh giá cả nhiều mặt hàng chiếm tỷ trọng lớn trong kim ngạch thương mại giữa hai nước giảm mạnh so với nhiều năm trước đó, đặc biệt là dầu thô và cao su.

Năm 2017, tổng kim ngạch trao đổi thương mại hai chiều giữa hai nước đã vượt mốc 10 tỷ USD, đạt 10,07 tỷ USD, tăng 18,3% so với năm 2016.

Về xuất khẩu, kim ngạch xuất khẩu năm 2017 đạt 4,2 tỷ USD, tăng gần 26% so với năm trước nhờ sự tăng trưởng đồng đều đối với các mặt hàng xuất khẩu chính như: máy vi tính, sản phẩm điện tử và linh kiện (đạt 1,12 tỷ USD, tăng 30,2% so với năm 2016), điện thoại di động và linh kiện (đạt 593 triệu USD, tăng 33,8%), dầu thô (đạt 225 triệu USD, tăng 18,2%), sắt thép (244 triệu USD, tăng 112,4%), máy móc thiết bị, dụng cụ và phụ tùng (đạt 192 triệu USD, tăng 34,8%), thủy tinh và các sản phẩm thủy tinh (đạt 197 triệu USD, tăng 23,6%),... Đáng chú ý là xuất khẩu gạo sang Malaysia đã tăng mạnh so với năm trước (đạt 210 triệu USD, tăng 79,4%), kết quả này đạt được do Malaysia đã mua lượng gạo lớn từ Việt Nam theo hợp đồng tập trung trong năm và các hợp đồng thương mại xuất khẩu các loại gạo cao cấp cũng tăng mạnh.

Năm 2017, nhóm hàng chế biến, chế tạo chiếm trên 2/3 tổng kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam sang Malaysia, tiếp đó là nhóm hàng nông sản, thủy sản, chiếm khoảng 13% kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam sang thị trường này.

Về nhập khẩu, nhập khẩu từ Malaysia năm 2017 đạt 5,86 tỷ USD, tăng 13,3% so với năm 2016. Các mặt hàng có kim ngạch lớn nhất gồm: xăng dầu (đạt 1,25 tỷ USD, tăng 1,77% so với năm 2016), máy vi tính,

sản phẩm điện tử và linh kiện (1,15 tỷ USD, tăng 19%), máy móc, thiết bị, dụng cụ và phụ tùng (đạt 660 triệu USD, tăng 54%), dầu mỡ động thực vật (478,8 triệu USD, tăng 13,6%) ,...

Nhìn chung, các mặt hàng có kim ngạch nhập khẩu cao từ Malaysia đều thuộc nhóm hàng cần nhập khẩu (chiếm trên 90%).

Năm 2017, Việt Nam vẫn nhập siêu từ Malaysia 1,65 tỷ USD. Tuy nhiên, với xu hướng xuất khẩu tăng mạnh hơn nhập khẩu, thâm hụt thương mại của Việt Nam đối với thị trường Malaysia ngày càng được thu hẹp.

2.2.3. Singapore

Hiện nay, Singapore đang là đối tác thương mại lớn thứ 3 của Việt Nam trong ASEAN (sau Thái Lan, Malaysia) và lớn thứ 9 của Việt Nam trong quan hệ thương mại với các nước và vùng lãnh thổ trên thế giới (sau Hoa Kỳ, Trung Quốc, Hàn Quốc, Nhật Bản, Thái Lan, Malaysia, Đài Loan và Hồng Kông). Trong khi đó, Việt Nam đang là đối tác thương mại lớn thứ 11 của Singapore.

Kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam sang Singapore trong năm 2017 đạt trên 2,96 tỷ USD, tăng 22,4% so với năm 2016. Các mặt hàng xuất khẩu chủ yếu của Việt Nam sang Singapore bao gồm: máy vi tính, sản phẩm điện tử và linh kiện (526 triệu USD, tăng 30%); thủy tinh và sản phẩm từ thủy tinh (356 triệu USD, tăng 13,2%); điện thoại và linh kiện (322 triệu USD, tăng 24,6%); máy móc, thiết bị, dụng cụ và phụ tùng (326 triệu USD, giảm 15,4%); phương tiện vận tải và phụ tùng (219 triệu USD, tăng 71%); dầu thô (216 triệu USD, tăng 173%).

Singapore đưa ra yêu cầu khá cao và chặt chẽ đối với tiêu chuẩn, chất lượng hàng hóa nhập khẩu thông qua hệ thống các biện pháp hàng rào kỹ thuật thương mại (TBT) và yêu cầu về kiểm dịch vệ sinh an toàn thực phẩm, thú y (SPS). Trong khi đó, cho đến nay, Việt Nam và Singapore vẫn chưa ký hiệp định, thỏa thuận nào về hợp tác trong lĩnh vực nông nghiệp và công nhận lẫn nhau về vệ sinh an toàn thực phẩm. Đây là một trong những khó khăn cho các mặt hàng nông thủy sản, thực phẩm của Việt Nam tiếp cận thị trường Singapore.

Kim ngạch nhập khẩu của Việt Nam từ Singapore đạt 5,3 tỷ USD, tăng 11,3% so với năm 2016. Các mặt hàng nhập khẩu chủ yếu của Việt Nam từ Singapore gồm: xăng dầu các loại (gần 2,2 tỷ USD, tăng 34,3%); máy vi tính, sản phẩm điện tử và linh kiện (773,9 triệu USD, giảm 25%); máy móc, thiết bị, dụng cụ và phụ tùng khác (346,8 triệu USD, giảm 11,2%); chất dẻo nguyên liệu (298 triệu USD, tăng 17,9%).

2.2.4. Indonesia

Kim ngạch thương mại song phương Việt Nam - Indonesia trong năm 2017 đạt 6,5 tỷ USD tăng 16% so với năm 2016. Trong đó, xuất khẩu của Việt Nam sang Indonesia đạt 2,9 tỷ USD, tăng 9,4% so với năm 2016 và

nhập khẩu của Việt Nam từ Indonesia đạt 3,6 tỷ USD, tăng 21,7% so với năm 2016. Việt Nam nhập siêu 776 triệu USD từ Indonesia trong năm 2017, tăng hơn 2 lần so với mức nhập siêu 372,8 triệu USD của năm 2016.

Các mặt hàng xuất khẩu chủ lực của Việt Nam sang Indonesia tập trung vào nhóm hàng chế biến chế tạo và vật liệu xây dựng, cụ thể gồm: điện thoại và linh kiện (đạt 515,7 triệu USD, giảm 18%); sắt thép (đạt 448,1 triệu USD, tăng 36,4%); máy móc, thiết bị, dụng cụ và phụ tùng khác (đạt 249,2 triệu USD, tăng 15,9%); máy vi tính, sản phẩm điện tử và linh kiện (đạt 220,1 triệu USD, tăng 44,4%); nguyên phụ liệu dệt, may, da, giày (đạt 192 triệu USD, tăng 17,2%).

Một số mặt hàng có nhiều triển vọng để tăng cường xuất khẩu vào Indonesia trong thời gian tới gồm: xi măng; sắt thép; nguyên phụ liệu dệt may, da giày; đồ uống và thực phẩm đóng gói; dây điện và dây cáp điện; máy bơm nước; máy phát điện; máy móc, thiết bị cơ khí; các sản phẩm gia dụng và sản phẩm tiêu dùng (kem, bàn chải đánh răng, sản phẩm nhựa, bột giặt,...).

Các mặt hàng nhập khẩu chính của Việt Nam từ Indonesia trong năm 2017 tập trung ở nhóm các mặt hàng công nghiệp phục vụ sản xuất, chế biến và tiêu dùng trong nước gồm: ô tô nguyên chiếc (293,4 triệu USD, tăng 553,4%); than đá (404,7 triệu USD, tăng 170,9%); kim loại thường khác (254 triệu USD, tăng 20,1%); máy móc, thiết bị, dụng cụ và phụ tùng khác (195,7 triệu USD, giảm 1,7%); hóa chất (197,6 triệu USD, tăng 29,5%).

2.2.5. Philippines

Năm 2017, kim ngạch xuất nhập khẩu hai chiều Việt Nam - Philippines đạt 4 tỷ USD, tăng gần 22% so với năm 2016. Trong đó, kim ngạch xuất



khẩu của Việt Nam sang Philippines đạt 2,8 tỷ USD, tăng 28% so với năm 2016, kim ngạch nhập khẩu từ Philippines đạt 1,16 tỷ USD, tăng 9,3%. Việt Nam xuất siêu 1,68 tỷ USD, tăng 44,6%.

Các mặt hàng có kim ngạch xuất khẩu tăng trưởng mạnh bao gồm: sắt thép (đạt 220 triệu, tăng 788%); điện thoại và linh kiện (đạt 428,6 triệu USD, tăng 100%); thủy sản (đạt 131,3 triệu USD, tăng 62,4%); gạo (222,6 triệu USD, tăng 33,2%),...

Trong tăng trưởng xuất khẩu của Việt Nam sang Philippines năm 2017, đáng chú ý là kim ngạch xuất khẩu gạo bắt đầu tăng trưởng trở lại so với năm 2016 do Philippines đã tăng cường nhập khẩu gạo (qua cả kênh tư nhân và Chính phủ) để đối phó với tình trạng dự trữ lương thực thiếu hụt đầu năm 2017.

Các mặt hàng nhập khẩu chính của Việt Nam từ Philippines gồm: máy vi tính, sản phẩm điện tử và linh kiện (đạt 528,5 triệu USD, giảm 2,5%); máy móc, thiết bị, dụng cụ và phụ tùng khác (đạt 81,4 triệu USD, tăng 52,1%); chất dẻo nguyên liệu (đạt 32,4 triệu USD, tăng 31,7%); kim loại thường khác (đạt 52,6 triệu USD, tăng 20,3%); phân bón (đạt 18,9 triệu USD, tăng 120,9%),...

2.2.6. Campuchia

Năm 2017, tổng kim ngạch thương mại Việt Nam - Campuchia đạt 3,8 tỷ USD, tăng 30% so với năm 2016. Trong đó, xuất khẩu sang Campuchia đạt 2,8 tỷ USD, tăng 26,2%; nhập khẩu đạt khoảng 1 tỷ USD, tăng gần 41%. Xuất siêu của Việt Nam sang Campuchia năm 2017 đạt 1,8 tỷ USD, tăng 19%.

Các mặt hàng có kim ngạch xuất khẩu tăng là: sắt thép (521 triệu USD, tăng 69,6%), xăng dầu (375 triệu USD, tăng 28%), dệt may (347,8 triệu USD, tăng 42,7%), ... Nguyên nhân đến từ nhu cầu xây dựng cơ sở hạ tầng của Campuchia bắt đầu tăng mạnh và giá xăng dầu trên thị trường thế giới có xu hướng tăng.

Nhập khẩu của Việt Nam từ Campuchia mang tính tích cực vì chủ yếu là nhập khẩu nguyên liệu phục vụ sản xuất, xuất khẩu. Kim ngạch nhập khẩu các mặt hàng chính tăng mạnh là: gỗ và sản phẩm gỗ (213,6 triệu USD, tăng 16,6%), hạt điều (168,5 triệu USD, tăng 47,1%), cao su (138,2 triệu USD, tăng 65,5%). Có 2 nhóm mặt hàng tăng đột biến là phế liệu sắt thép tăng 1930,4% với kim ngạch đạt hơn 8 triệu USD và nguyên phụ liệu thuốc lá (17,5 triệu USD, tăng 207,3%).

2.3. Khu vực Tây Á

Tổng kim ngạch thương mại hai chiều của Việt Nam với khu vực Tây Á đạt 11,3 tỷ USD trong năm 2017. Trong đó, kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam sang khu vực này đạt 8,45 tỷ USD và nhập khẩu đạt 2,84 tỷ USD.

Nhiều thị trường tại khu vực Tây Á ghi nhận kim ngạch xuất khẩu năm 2017 tăng so với năm 2016 như: UAE đạt 5,03 tỷ USD (tăng 0,6%), A-rập Xê-út đạt 432 triệu USD (tăng 9,7%), Thổ Nhĩ Kỳ đạt 1,9 tỷ USD (tăng 43%). Nguyên nhân tăng trưởng chủ yếu tới từ việc các nền kinh tế lớn tìm lại sự cân bằng ổn định và kim ngạch xuất khẩu các mặt hàng điện thoại di động và linh kiện, máy vi tính và sản phẩm điện tử đã tăng trở lại.

Hiện vẫn còn tồn tại một số khó khăn trong trao đổi thương mại giữa Việt Nam và khu vực Tây Á:

i) Tình hình an ninh, chính trị bất ổn, mâu thuẫn sắc tộc, xung đột tôn giáo tại một số quốc gia, chiến tranh trong khu vực.

ii) Phần lớn các nước ở Tây Á đều là thị trường mở và là thị trường truyền thống của các nền kinh tế lớn như Hoa Kỳ, EU, Nhật, Nga, Trung Quốc, Ấn Độ, ... nên có tính cạnh tranh rất cao.

iii) Khoảng cách địa lý, rào cản ngôn ngữ, thiếu thông tin thị trường, khác biệt về đặc điểm văn hóa, tôn giáo, tập quán kinh doanh, yêu cầu về tiêu chuẩn Halal đối với một số loại hàng hóa là những khó khăn doanh nghiệp thường gặp phải khi tiếp cận thị trường khu vực này.

iv) Một số nước trong khu vực thường xuyên áp dụng các biện pháp phòng vệ thương mại, rào cản kỹ thuật (Thổ Nhĩ Kỳ, Israel).

v) Rủi ro trong thanh toán cao do nhiều nhà nhập khẩu không có thói quen mở L/C.

2.3.1. Các Tiểu Vương quốc A-rập Thống nhất (UAE)

Năm 2017, tổng kim ngạch xuất nhập khẩu giữa Việt Nam và UAE đã tăng trở lại, đạt 5,59 tỷ USD, tăng 26% so với năm 2016. Việt Nam xuất khẩu sang UAE đạt 5,03 tỷ USD, tăng 0,6% và nhập khẩu đạt 561 triệu USD, tăng 24,7%.

Động lực tăng trưởng xuất khẩu chủ yếu từ 2 nhóm hàng có kim ngạch lớn nhất là điện thoại di động (đạt 3,9 tỷ USD) và máy vi tính, sản phẩm điện tử (đạt 292 triệu USD) đã tăng trở lại sau khi sụt giảm trong năm 2016.

Xuất khẩu giảm ở các mặt hàng nông sản như: hạt tiêu, thủy sản, ... do có sự sụt giảm về nhu cầu nhập khẩu của nhiều nước trong khu vực và sản phẩm của Việt Nam bị cạnh tranh gay gắt về giá bởi các đối thủ cạnh tranh từ Trung Quốc, Ấn Độ, Pakistan, ... Riêng mặt hàng rau quả, đạt được sự chấp nhận của thị trường về chất lượng, hương vị và giá cả nên đã có mức tăng cao (tăng 56,3% so với năm 2016), đạt gần 36 triệu USD.

Các mặt hàng nhập khẩu chính gồm chất dẻo nguyên liệu, khí đốt hóa

lông, thức ăn gia súc và nguyên liệu kim loại thường khác, đá quý, kim loại quý và sản phẩm.

2.3.2. A-rập Xê-út

Tổng kim ngạch xuất nhập khẩu giữa Việt Nam và A-rập Xê-út trong năm 2017 đạt 1,72 tỷ USD. Trong đó, kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam sang A-rập Xê-út đạt 432 triệu USD, tăng 9,7% và nhập khẩu đạt 1,28 tỷ USD, tăng 10,1% so với năm 2016.

Điện thoại là mặt hàng xuất khẩu chủ lực của Việt Nam sang A-rập Xê-út. Trong năm 2017, kim ngạch xuất khẩu mặt hàng này đã tăng trở lại, đạt 113,2 triệu USD, tăng 4% so với năm 2016. (Trước đó năm 2016, xuất khẩu điện thoại đã giảm mạnh 43% do Chính phủ A-rập Xê-út tiến hành rà soát lại tất cả các cửa hàng điện thoại di động và phụ kiện trên toàn quốc liên quan đến việc truy cứu nguồn gốc xuất xứ mặt hàng điện thoại di động và phụ kiện cũng như chính sách mới của Chính phủ quy định 100% nhân sự làm việc trong lĩnh vực điện thoại di động phải là người A-rập Xê-út).

Cơ cấu mặt hàng nhập khẩu của Việt Nam từ A-rập Xê-út trong năm 2017 không có nhiều thay đổi so với năm 2016. Các mặt hàng nhập khẩu chủ yếu là chất dẻo nguyên liệu, khí đốt hóa lỏng, sản phẩm hóa chất, kim loại thường, thức ăn gia súc và nguyên liệu.

Chính sách quản lý xuất nhập khẩu:

Tháng 5/2017, Bộ Môi trường, Nguồn nước và Nông nghiệp A-rập Xê-út tiếp tục có thông báo áp đặt lệnh cấm nhập khẩu gia cầm tươi sống, gà con và trứng ấp từ Việt Nam do nhiễm bệnh cúm gia cầm. Việc A-rập Xê-út liên tiếp áp dụng các lệnh cấm nhập khẩu đối với các sản phẩm thủy sản và gia cầm xuất xứ từ Việt Nam đang gây ảnh hưởng nhất định đối với xuất khẩu của Việt Nam sang thị trường này.

2.3.3. Thổ Nhĩ Kỳ

Kim ngạch thương mại hai chiều trong năm 2017 giữa Việt Nam và Thổ Nhĩ Kỳ đạt 2,12 tỷ USD, tăng tới 42% so với năm 2016, trong đó xuất khẩu đạt 1,9 tỷ USD, tăng 43% và nhập khẩu đạt 223,7 triệu USD, tăng 30,5%.

Nguyên nhân chính là do trong năm 2017, tình hình chính trị tại Thổ Nhĩ Kỳ đã được ổn định sau cuộc trưng cầu dân ý, mang lại ảnh hưởng tích cực tới kinh tế của quốc gia này. Ngoài ra, kim ngạch mặt hàng máy tính và linh kiện điện tử từ Việt Nam tăng mạnh cũng góp phần vào sự tăng trưởng.

Sản phẩm xuất khẩu chính của Việt Nam sang Thổ Nhĩ Kỳ gồm: điện thoại và linh kiện; máy vi tính, sản phẩm điện tử và linh kiện và xơ sợi dệt. Năm 2017, xuất khẩu điện thoại đạt 820 triệu USD, tăng 14,4%; máy vi tính và sản phẩm điện tử đạt 518,5 triệu USD, tăng tới 358% so



với năm 2016. Các mặt hàng dệt may có mức tăng trưởng khá trong khi các loại sợi polyester giảm nhẹ do bị đánh thuế chống bán phá giá và vấp phải sự cạnh tranh của sợi Malaysia sau khi nước này được giảm thuế trong khuôn khổ FTA với Thổ Nhĩ Kỳ. Sản phẩm đồ gỗ đạt 15,9 triệu USD, tăng 11,2% trong bối cảnh một số mặt hàng đồ gỗ ngoại thất bị áp thuế nhập khẩu bổ sung và mặt hàng gỗ dán đang bị điều tra chống lẩn thuế bán phá giá.

Về nhập khẩu, hầu hết các mặt hàng nhập khẩu chính từ Thổ Nhĩ Kỳ đều có kim ngạch tăng. Trong đó, các mặt hàng tăng khá mạnh như sản phẩm hóa chất, dược phẩm, sắt thép các loại, nguyên phụ liệu thuốc lá,...

2.3.4. Israel

Trong năm 2017, kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam sang Israel đạt 712 triệu USD, tăng 28,5% so với năm 2016 và nhập khẩu đạt khoảng 345,3 triệu USD, giảm 49,8% so với 2016.

Hầu hết các mặt hàng xuất khẩu chủ lực của Việt Nam sang Israel trong thời gian qua đều duy trì được tốc độ tăng trưởng ổn định gồm điện thoại và linh kiện (393,5 triệu USD, tăng 41,5% so với 2016), thủy sản (74,2 triệu USD, tăng 53,8%), hạt điều (46,7 triệu USD tăng 15,7%).

Về nhập khẩu, kim ngạch nhập khẩu của Việt Nam từ Israel giảm mạnh so với năm 2016. Một số mặt hàng nhập khẩu chính của Việt Nam từ Israel gồm máy vi tính, sản phẩm điện tử và linh kiện (217 triệu USD, giảm 57,1%); máy móc, thiết bị, dụng cụ và phụ tùng khác (42,3 triệu USD, giảm 50,3%).

2.4. Khu vực Nam Á

Tổng kim ngạch trao đổi thương mại giữa Việt Nam và các nước trong

khu vực Nam Á năm 2017 đạt khoảng 9,41 tỷ USD. Trong đó, kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam đạt 5,35 tỷ USD, tăng 38,5% và nhập khẩu đạt 4,06 tỷ USD, tăng 38,5%. Tăng trưởng xuất khẩu của khu vực đạt được do xuất khẩu của Việt Nam sang các thị trường chính (Ấn Độ, Bangladesh, Pakistan, Sri Lanka) đều tăng.

2.4.1. Ấn Độ

Trong năm 2017, kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam sang Ấn Độ đạt 3,76 tỷ USD, tăng 39,8% và nhập khẩu của Việt Nam từ Ấn Độ đạt 3,88 tỷ USD, tăng 41,2% so với năm 2016.

Các mặt hàng xuất khẩu chính của Việt Nam sang Ấn Độ là điện thoại và linh kiện (đạt 545,9 triệu USD, tăng 44%); máy vi tính, sản phẩm điện tử và linh kiện (đạt 491,2 triệu USD, tăng 38,7%); kim loại thường khác và sản phẩm (đạt 468 triệu USD, tăng 95,9%); máy móc, thiết bị, dụng cụ và phụ tùng khác (đạt 322,5 triệu USD, tăng 36%); hóa chất (đạt 252,4 triệu USD, tăng 26,7%); ...

Các mặt hàng nhập khẩu chính của Việt Nam từ Ấn Độ là sắt thép (đạt 810,7 triệu USD, tăng 495,3%), máy móc, thiết bị, dụng cụ và phụ tùng khác (đạt 512 triệu USD, tăng 11,4%); bông (đạt 278 triệu USD, tăng 78,5%); thủy sản (đạt 357,4 triệu USD, tăng 29,6%); dược phẩm (đạt 283,3 triệu USD, tăng 3,12%);...

Chính sách quản lý xuất nhập khẩu:

Ngày 6/12/2017, Bộ Công Thương Ấn Độ thông báo áp dụng mức giá sàn đối với hồ tiêu nhập khẩu vào Ấn Độ ở mức 500Rupi/kg. Mục đích của chính sách này là nhằm bảo vệ các nhà sản xuất trong nước trước sức ép của hồ tiêu nhập khẩu giá rẻ từ các nước khác. Mức giá sàn này khiến cho hoạt động xuất khẩu hồ tiêu của các nước, trong đó có Việt Nam gặp nhiều khó khăn.

2.4.2. Bangladesh

Kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam sang Bangladesh năm 2017 đạt 868,5 triệu USD, tăng 56,6% so với năm 2016. Kim ngạch nhập khẩu đạt 56 triệu USD, tăng 51,3% so với năm 2016.

Trong tháng 5/2017, hai nước đã ký MOU về Thương mại gạo cấp Chính phủ. Lần ký gia hạn mới này có thời hạn 5 năm, dài hơn 2 lần ký trước đây, cho thấy hai bên tích cực tạo khung pháp lý thuận lợi và ổn định lâu dài cho hoạt động thương mại gạo giữa hai nước. Năm 2017, kim ngạch xuất khẩu gạo sang Bangladesh đạt khoảng 245,5 nghìn tấn, trị giá đạt hơn 103 triệu USD.

Bangladesh là thị trường nhập khẩu lanhke và xi măng lớn nhất của Việt Nam. Trong năm 2017, mặt hàng này tiếp tục có sự tăng trưởng, đạt hơn 236 triệu USD, tăng 67,4% so với năm 2016. Một số mặt hàng xuất

khẩu chính khác của Việt Nam sang thị trường này cũng có sự tăng trưởng tốt, bao gồm: thức ăn gia súc và nguyên liệu: 14,5 triệu USD, tăng 118,6%; xơ, sợi dệt các loại: 81,6 triệu USD, tăng 24,8%...

Các mặt hàng nhập khẩu chính của Việt Nam từ Bangladesh bao gồm: dược phẩm, nguyên phụ liệu dệt, may, da, giày; xơ, sợi dệt; thủy sản...

2.4.3. Pakistan

Kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam sang thị trường Pakistan trong năm 2017 đạt 501,3 triệu USD, tăng 15,1% so với năm 2016. Các mặt hàng nông sản chính xuất khẩu sang thị trường này là chè và hạt tiêu đều có sự sụt giảm so với năm 2016. Cụ thể, mặt hàng chè đạt 68,7 triệu USD, giảm 12,5%; mặt hàng hạt tiêu đạt 45,8 triệu USD, giảm 20,6%. Nguyên nhân chính của sự sụt giảm này là do giá xuất khẩu giảm.

Nhu cầu của thị trường Pakistan với nhóm mặt hàng sắt thép các loại (mặt hàng cột điện) được dự báo sẽ tiếp tục tăng mạnh do Chính phủ Pakistan đang triển khai nhiều chương trình phát triển kinh tế, đặc biệt là phát triển ngành điện và hạ tầng giao thông.

Về nhập khẩu, trong năm 2017, nhập khẩu của Việt Nam từ thị trường này đạt 130,6 triệu USD, tăng 1,37%. Một số mặt hàng nhập khẩu chính của Việt Nam từ thị trường này bao gồm bông (đạt 13,8 triệu USD, tăng 70,4%); nguyên phụ liệu dệt, may, da, giày (đạt 22,4 triệu USD, giảm 10,4%); vải (đạt 34,9 triệu USD, tăng 4,7%)...

2.4.4. Sri Lanka

Kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam sang thị trường Sri Lanka năm 2017 đạt 225,2 triệu USD, tăng 20,6%. Trong đó, xuất khẩu clanhke và xi măng đạt 15 triệu USD, giảm 0,62%; sản phẩm nội thất từ chất liệu khác gỗ đạt 75,7 nghìn USD. Bên cạnh đó còn có một số mặt hàng khác như điện thoại và linh kiện, cao su, sợi, máy vi tính, sản phẩm điện tử và linh kiện,...

Về nhập khẩu, kim ngạch nhập khẩu của Việt Nam từ thị trường này đạt 88,4 triệu USD. Một số mặt hàng nhập khẩu chủ yếu của Việt Nam bao gồm nguyên phụ liệu dệt may, da và giày, vải, thức ăn gia súc và nguyên liệu...

Hiện nay, Sri Lanka đang trong quá trình tái thiết đất nước, đầu tư cơ sở hạ tầng, giao thông trong khi lại thiếu nguồn đá nguyên liệu, do đó, nhu cầu đối với các mặt hàng này của Sri Lanka là rất lớn.

II. THỊ TRƯỜNG CHÂU ÂU

1. Tình hình xuất nhập khẩu chung

Năm 2017, kim ngạch xuất nhập khẩu Việt Nam và Châu Âu đạt 55,5 tỷ USD, trong đó xuất khẩu Việt Nam sang Châu Âu đạt 41 tỷ USD (tăng 12,6%) và nhập khẩu từ Châu Âu vào Việt Nam đạt 14,5 tỷ USD (tăng 10%).

Những mặt hàng Việt Nam xuất khẩu chính sang khu vực Châu Âu bao gồm: điện thoại và linh kiện, giày dép các loại, dệt may, thủy sản, cà phê, hạt điều, gỗ và các sản phẩm từ gỗ,...

Các mặt hàng Việt Nam nhập khẩu chủ yếu từ khu vực Châu Âu bao gồm: máy móc, thiết bị, dụng cụ, phụ tùng, dược phẩm, nguyên phụ liệu dệt may, da giày, linh kiện phụ tùng ô tô, chất dẻo nguyên liệu, hóa chất, máy vi tính, sản phẩm điện tử và linh kiện.

Các thị trường xuất khẩu chính của Việt Nam tại khu vực Châu Âu năm 2017 gồm: Hà Lan (7,1 tỷ USD), Đức (6,36 tỷ USD), Anh (5,4 tỷ USD), Áo (3,7 tỷ USD); Pháp (3,35 tỷ USD); Italia (2,7 tỷ USD); Tây Ban Nha (2,5 tỷ USD); Bỉ (2,25 tỷ USD); Liên bang Nga (2,2 tỷ USD).

2. Tình hình xuất nhập khẩu đối với từng khu vực thị trường

2.1. Khu vực EU

Liên minh Châu Âu (EU) là khu vực chiếm tỷ trọng lớn trong quan hệ thương mại giữa Việt Nam và Châu Âu, kim ngạch xuất nhập khẩu của Việt Nam - EU chiếm trên 90% kim ngạch xuất nhập khẩu của Việt Nam với Châu Âu. Quan hệ thương mại Việt Nam - EU đã phát triển rất nhanh chóng và hiệu quả, từ năm 2000 đến năm 2017, kim ngạch quan hệ thương mại Việt Nam - EU đã tăng trên 12 lần, từ mức 4,1 tỷ USD năm 2000 lên trên 50 tỷ USD năm 2017; trong đó xuất khẩu của Việt Nam vào EU tăng trên 13 lần (từ 2,8 tỷ USD lên trên 38 tỷ USD) và nhập khẩu vào Việt Nam từ EU tăng 9 lần (từ 1,3 tỷ USD lên 12 tỷ USD).

EU là một trong những đối tác thương mại hàng đầu của Việt Nam với kim ngạch thương mại hai chiều tăng trung bình 15-20% năm. EU là đối tác thương mại lớn thứ 4 và là thị trường xuất khẩu lớn thứ 2 của Việt Nam. EU là thị trường lớn cho một số mặt hàng xuất khẩu chủ lực của Việt Nam như: giày dép, may mặc, thủy sản, đồ gỗ, điện tử, hàng tiêu dùng. Việt Nam nhập từ EU chủ yếu là các loại máy móc thiết bị, tân dược, hóa chất, phương tiện vận tải.

Hoạt động xuất nhập khẩu hàng hóa của Việt Nam với EU tập trung nhiều với một số nước như: Đức, Pháp, Anh, Hà Lan, Italia. Đây cũng là 5 thị trường lớn nhất của Việt Nam trong khu vực Châu Âu, giá trị thương mại với các nước này chiếm khoảng gần 70% tổng thương mại với toàn khối. Hiệp định Đối tác và Hợp tác toàn diện giữa Việt Nam và EU (PCA) đã chính thức có hiệu lực từ ngày 01/10/2016 đóng vai trò cơ sở, khung pháp lý cho các thỏa thuận hợp tác giữa Việt Nam và EU trong đó có EVFTA trong thời gian tới.

Năm 2017, thương mại hai chiều Việt Nam - EU đạt 50,3 tỷ USD, trong đó, xuất khẩu của Việt Nam sang EU đạt 38,2 tỷ USD, tăng 12,8% so với năm 2016, nhập khẩu từ thị trường EU vào Việt Nam đạt 12,1 tỷ USD, tăng

8,6%. Việt Nam tiếp tục là nước xuất siêu sang thị trường EU với thặng dư thương mại ở mức 26,1 tỷ USD.

Bảng 17: Thống kê kim ngạch xuất nhập khẩu Việt Nam - EU

(đvt: triệu USD)

Năm	Xuất khẩu		Nhập khẩu		Thương mại hai chiều	
	Trị giá	Tăng/giảm (%)	Trị giá	Tăng/giảm (%)	Trị giá	Tăng/giảm (%)
2007	9.108	27,5	5.147	63,5	14.255	38,5
2008	10.914	19,8	5.612	9,0	16.526	15,9
2009	9.419	-13,7	5.791	3,2	15.210	-8,0
2010	11.402	21,0	6.370	10,0	17.772	16,8
2011	16.559	45,2	7.763	21,9	24.322	36,9
2012	20.318	22,7	8.796	13,3	29.114	19,7
2013	24.333	19,8	9.464	7,6	33.797	16,1
2014	27.906	14,7	8.877	-6,2	36.783	8,8
2015	30.937	10,9	10.426	17,5	41.363	17,5
2016	34.002	9,9	11.136	6,8	45.138	9,1
2017	38.186	12,3	12.098	8,6	50.284	11,4

Nguồn: Tổng cục Hải quan

Một số chính sách chính của EU

* *Hiệp định chống khai thác bất hợp pháp và thúc đẩy thương mại gỗ hợp pháp VPA/FLEGT* đã hoàn tất đàm phán vào tháng 5/2017 và đang được hai bên rà soát pháp lý để sớm ký chính thức.

* *Quy chế Ưu đãi phổ cập GSP*: GSP giai đoạn 2014-2016 của EU đã hết hiệu lực vào ngày 31/12/2016. Theo đề nghị của Việt Nam, EU đã chấp thuận tiếp tục trao GSP giai đoạn 2017-2019 cho Việt Nam.

* *Vấn đề về quản lý đánh bắt thủy sản bất hợp pháp (IUU)*

Ngày 23/10/2017, Ủy ban Châu Âu (EC) chính thức áp dụng thẻ vàng đối với hải sản khai thác của Việt Nam do vi phạm những quy định về chống đánh bắt hải sản bất hợp pháp, không báo cáo và không theo quy định.

Xuất khẩu thủy sản của Việt Nam vào EU và một số thị trường chủ lực khác như Hoa Kỳ, Nhật Bản, Hàn Quốc có thể bị tác động bất lợi, đặc biệt là mặt hàng cá ngừ, Cụ thể, đối với các nước bị áp dụng thẻ vàng: (i) Tên của nước bị cảnh báo sẽ được đăng tải công khai trên các phương tiện truyền thông và trang thông tin điện tử chính thức của EU, khi đó các đối tác nhập khẩu tại EU sẽ giảm hoặc ngừng mua hàng từ các nước đang

bị thẻ vàng; (ii) Trong thời gian bị thẻ vàng, 100% container hàng xuất khẩu sang EU sẽ bị giữ lại để kiểm tra nguồn gốc khai thác từ 3-4 tuần/container, điều này làm tăng phí lưu giữ tại cảng và các phí khác, gây bất lợi về uy tín của ngành thủy hải sản; (iii) Các thị trường khác có thể sẽ áp dụng các quy định kiểm soát nghiêm ngặt hơn dành cho nước bị EU ban hành thẻ vàng.

Nước bị thẻ vàng sẽ có 6 tháng để khắc phục các thiếu sót, nếu không có cải thiện theo đánh giá của EU, sẽ bị chuyển sang áp dụng thẻ đỏ, đồng nghĩa với việc bị cấm xuất khẩu các mặt hàng hải sản khai thác vào EU (trong khối ASEAN, hiện Thái Lan và Philippines cũng đang bị EC áp dụng thẻ vàng, Campuchia bị áp dụng thẻ đỏ).

Về vấn đề EU đưa ra cảnh báo thẻ vàng đối với hoạt động khai thác thủy sản của Việt Nam, Thủ tướng Chính phủ đã chỉ đạo sát sao các Bộ, ngành khẩn trương triển khai các nội dung, hoạt động để ứng phó với lệnh cảnh báo này và với những hành động cấp bách, khẩn trương của Việt Nam, hy vọng phía EU sẽ ghi nhận những nỗ lực của Việt Nam để sớm xóa bỏ cảnh báo thẻ vàng đối với hải sản khai thác của Việt Nam.

**EU thực hiện quy trình xem xét lại xếp loại độc tố chất propiconazole và khả năng cấm dùng chất này như chất bảo vệ thực vật đối với lúa gạo:*

Theo thông tin từ Liên đoàn các nhà xay xát gạo Châu Âu (FERM), EC đang xem xét nguy cơ ảnh hưởng đến sức khỏe người tiêu dùng của chất propiconazole có thể tồn dư trong lúa gạo từ các chế phẩm thuốc trừ sâu. Động thái này có thể dẫn đến quyết định cấm sử dụng chất propiconazole làm nguyên liệu sản xuất thuốc trừ sâu và thậm chí không cho thông quan các lô hàng lúa gạo nhập khẩu vào EU bị phát hiện có tồn dư chất propiconazole.

Propiconazole (PPZ) là một loại thuốc trừ nấm được sử dụng rộng rãi trong sản xuất lúa gạo ở nhiều nước như: Hungary, Italia, Ấn Độ, Pakistan, Thái Lan, Uruguay và Việt Nam. Việc loại bỏ PPZ như là một công cụ chống bệnh khô vằn lúa (Sheath Blight) sẽ là một thách thức lớn đối với nông dân trồng lúa ở Việt Nam. Điều đáng lo ngại là việc EU có thể loại bỏ PPZ mà không đánh giá về tác động tiềm ẩn của quyết định này đối với khả năng bảo vệ cây lúa khỏi bệnh khô vằn, do đó sẽ gián tiếp ảnh hưởng tiêu cực đến các mục tiêu thương mại và phát triển quan trọng của Việt Nam trong việc tăng cường khả năng tiếp cận thị trường EU.

EU đang xem xét việc phân loại nguy hiểm đối với Propiconazole như một bước trong quy trình cân nhắc lại việc cho phép sử dụng chất này ở EU như là thuốc diệt nấm và xử lý gỗ. Tháng 12/2016, Cơ quan Hóa chất Châu Âu đã đề xuất phân loại PPZ thuộc nhóm Reprotoxic 1b. Nếu được thông

qua, điều này có nghĩa là PPZ không còn được chấp nhận ở EU, và vì thế, mức tồn dư tối đa thuốc bảo vệ thực vật của chất PPZ (MRL) đối với gạo nhập khẩu từ Việt Nam sẽ giảm xuống còn 0,01mg/kg.

** Luật Phòng vệ thương mại mới của EU*

Quy trình thông qua Luật Phòng vệ thương mại mới đã hoàn tất. EC đã ra thông cáo báo chí chính thức về Luật Phòng vệ thương mại mới của EU, đồng thời phát hành báo cáo quốc gia (Country Report) đầu tiên về sự bóp méo nền kinh tế do có can thiệp của Nhà nước. Quy định mới về phòng vệ thương mại bắt đầu có hiệu lực từ ngày 20/12/2017.

Luật Phòng vệ thương mại mới sẽ thay đổi cách thức mà EU đối phó với hàng nhập khẩu bán phá giá và trợ cấp từ các quốc gia có sự biến dạng thị trường do nhà nước gây ra. Một số thay đổi căn bản của Luật mới như sau:

- EU chấm dứt việc phân biệt nền kinh tế thị trường với kinh tế phi thị trường trong Chính sách phòng vệ thương mại. EU sẽ áp dụng một chính sách phòng vệ thương mại nhất quán với các nền kinh tế thành viên WTO. Như vậy, EU đương nhiên không còn coi Việt Nam (và Trung Quốc) là nền kinh tế phi thị trường sau ngày 20/12/2017.

- EC sẽ xem xét thực thi các biện pháp phòng vệ thương mại đối với sản phẩm nhập khẩu từ các nền kinh tế có hiện tượng thương mại bóp méo dựa trên các khiếu nại có căn cứ của ngành công nghiệp Châu Âu bị ảnh hưởng. Chi phí sản xuất tại một nền kinh tế thứ ba có trình độ phát triển tương đương sẽ được tham chiếu trong việc tính toán chi phí sản xuất đầy đủ của sản phẩm bị điều tra tại nền kinh tế có thương mại bóp méo để xác định thuế chống bán phá giá hay thuế chống trợ cấp.

- EC có thể phát hành Báo cáo quốc gia (Country Report) và/hoặc Báo cáo ngành (Industry Report) đối với các nền kinh tế hay ngành công nghiệp có hiện tượng bóp méo thương mại. Các ngành công nghiệp Châu Âu bị ảnh hưởng bởi hàng nhập khẩu có thể viện dẫn các Báo cáo này hay sử dụng thông tin trong đó khi lập hồ sơ khiếu nại hiện tượng bán phá giá. Thời gian vừa qua, EC không nhận được khiếu nại bán phá giá mới nào đối với sản phẩm nhập khẩu từ Việt Nam nên trong thời gian tới sẽ không có Báo cáo quốc gia hay Báo cáo ngành về bóp méo thương mại tại Việt Nam trong khi một số nước khác đã bị đưa vào Danh sách phải lập các Báo cáo này.

Song song với việc công bố những thay đổi đối với Luật Chống bán phá giá của EU, EC đã công bố báo cáo quốc gia đầu tiên trong khuôn khổ Luật mới này. EC đã chọn Trung Quốc cho báo cáo đầu tiên vì phần lớn hoạt động chống bán phá giá của EU liên quan đến nhập khẩu từ Trung Quốc.

Ngành công nghiệp EU có thể dựa vào các báo cáo của quốc gia làm bằng chứng để yêu cầu sử dụng phương pháp mới trong điều tra chống bán phá giá. Trong quá trình điều tra, Ủy ban sẽ xem xét liệu có nên áp dụng phương pháp luận mới dựa trên tất cả bằng chứng trong hồ sơ hay không. Tất cả các bên liên quan tới cuộc điều tra, bao gồm chính phủ của nước liên quan cũng như các nhà sản xuất xuất khẩu, sẽ có cơ hội bình luận và bác bỏ bất kỳ phát hiện nào trong các báo cáo trong quá trình điều tra có liên quan.

Phương pháp mới cũng sẽ tăng cường pháp chế chống trợ cấp của EU để trong những trường hợp tương lai, bất kỳ khoản trợ cấp mới nào được biết đến trong quá trình điều tra có thể bị điều tra và đưa vào thuế áp dụng cuối cùng.

Dự luật Phòng vệ thương mại mới của EU đã có hiệu lực và thỏa hiệp trong hơn một năm qua giữa các thể chế của EU trước khi được Quốc hội Châu Âu chính thức thông qua. Mục tiêu của Luật Phòng vệ thương mại mới vẫn là bảo vệ các ngành công nghiệp Châu Âu dễ bị tổn hại bởi hàng nhập khẩu giá rẻ và cuối cùng là bảo vệ việc làm cho người lao động Châu Âu.

2.2. Khu vực Liên minh Kinh tế Á Âu (EAEU)

EAEU gồm 5 nước thành viên (Liên bang Nga, Belarus, Kazakhstan, Kyrgystan và Armenia) là khu vực có quan hệ chính trị - kinh tế đặc biệt đối với Việt Nam. EAEU có diện tích gần 20,3 triệu km² với khoảng 183,4 triệu dân. Theo IMF, GDP theo giá trị thực tế năm 2017 của EAEU ước tính đạt 1.700 tỷ USD (tương đương 4.700 tỷ USD theo giá trị sức mua tương đương); GDP bình quân đầu người theo sức mua tương đương ước đạt 25.630 USD.

Những đối tác xuất khẩu chính của EAEU là EU (chiếm khoảng 50%), Trung Quốc (11%), Thổ Nhĩ Kỳ (5%), Hàn Quốc (3%), Nhật Bản (3%), Hoa Kỳ (3%),... Những đối tác nhập khẩu chính của EAEU là EU (hơn 40%), Trung Quốc (24%), Hoa Kỳ (6%), Nhật Bản (3%), Hàn Quốc (3%),... Tính tổng thể cả kim ngạch thương mại hai chiều với EAEU, Trung Quốc là đối tác lớn nhất (thương mại song phương chiếm 16% trong tổng kim ngạch xuất nhập khẩu của EAEU), sau đó là Đức (9%), Hà Lan (8%), Italia (6%), Hoa Kỳ (4%), Thổ Nhĩ Kỳ (4%)...

Cùng với quan hệ chính trị tốt đẹp, hợp tác kinh tế - thương mại, công nghiệp, đầu tư giữa Việt Nam và khối Cộng đồng các Quốc gia Độc lập (SNG) đặc biệt là EAEU tiếp tục phát triển tích cực, đặc biệt trong bối cảnh quan hệ giữa Nga và Hoa Kỳ, phương Tây vẫn còn căng thẳng và Nga và các nước EAEU đặt trọng tâm thúc đẩy hợp tác với các nước trong khu vực Châu Á - Thái Bình Dương, trong đó có Việt Nam.

Năm 2017, giá dầu đang tăng trở lại và thị trường nội địa của các nước Liên minh Kinh tế Á Âu đã có các dấu hiệu hồi phục đáng kể và nền kinh tế các nước EAEU tiếp tục từng bước ổn định hơn.

Trong năm 2017, thương mại hai chiều đạt khoảng 3,88 tỷ USD, tăng 27% so với cùng kỳ năm 2016, trong đó xuất khẩu của Việt Nam sang EAEU đạt 2,35 tỷ USD, tăng 33% và nhập khẩu từ EAEU đạt khoảng gần 1,53 tỷ USD, tăng 20%.

Trong EAEU, Việt Nam có quan hệ thương mại song phương chủ yếu với Liên bang Nga, còn lại với 4 nước Kazakhstan, Armenia, Belarus và Kyrgyzstan vẫn khiêm tốn (về tổng thể, Liên bang Nga chiếm khoảng 90% tổng kim ngạch thương mại giữa Việt Nam và EAEU). Như vậy, dư địa tăng trưởng xuất khẩu hàng hóa đối với khu vực thị trường này trong thời gian tới là đáng kể và việc Hiệp định thương mại tự do giữa Việt Nam và Liên minh Kinh tế Á Âu (VN - EAEU FTA) có hiệu lực, đi vào triển khai thực thi được kỳ vọng sẽ đưa kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam sang EAEU tăng đáng kể so với hiện nay.

Các mặt hàng xuất khẩu chủ yếu của Việt Nam sang EAEU bao gồm thiết bị điện, điện thoại và linh kiện, điện tử, dệt may, giày dép, cà phê, chè, trái cây, thực phẩm chế biến, hạt điều,... Các mặt hàng xuất khẩu chủ yếu của EAEU sang Việt Nam bao gồm nhiên liệu khoáng sản, dầu mỏ, phân bón, máy móc thiết bị điện, sắt thép, muối, lưu huỳnh, xi măng, ô tô, khí ga tự nhiên,... Trong bối cảnh Việt Nam gia tăng nhu cầu về các nguồn nhiên liệu phục vụ các nhà máy sản xuất điện, cơ cấu mặt hàng nhập khẩu từ EAEU dự kiến sẽ không thay đổi đáng kể trong thời gian tới.

Các chính sách quản lý nhập khẩu

** Hiệp định thương mại tự do giữa Việt Nam và EAEU (VN - EAEU FTA)*

VN - EAEU FTA được các nước thành viên Liên minh ký kết chính thức ở cấp Nhà nước vào ngày 29/5/2015 tại Cộng hòa Kazakhstan và đã có hiệu lực từ ngày 5/10/2016.

Theo các cam kết tại Hiệp định, hai Bên sẽ cắt, giảm thuế cho gần 90% dòng thuế và mở cửa thị trường đối với một số lĩnh vực thương mại dịch vụ và đầu tư. Đồng thời, hai Bên cam kết gia tăng hợp tác trong nhiều lĩnh vực như phòng vệ thương mại, quy tắc xuất xứ, quản lý hải quan, các rào cản kỹ thuật (TBT), các biện pháp vệ sinh an toàn thực phẩm và kiểm dịch động thực vật (SPS), mua sắm Chính phủ, sở hữu trí tuệ, phát triển bền vững,... nhằm thuận lợi hóa tối đa thương mại giữa hai Bên.

Các cam kết cụ thể trong lĩnh vực mở cửa thị trường mà EAEU dành cho Việt Nam như sau:

- *Gạo*: Khó khăn lớn nhất đối với thị trường này thời gian trước là thuế nhập khẩu gạo Việt Nam ở mức cao (15%) làm hạn chế khả năng cạnh tranh của gạo Việt Nam. Sau khi Hiệp định có hiệu lực, mức thuế suất

thuế nhập khẩu gạo từ Việt Nam là 0% cho 10.000 tấn trong hạn ngạch và mức MFN ngoài hạn ngạch.

- *Chè*: Ngay khi Hiệp định có hiệu lực, mức thuế suất thuế nhập khẩu chè nguyên liệu từ Việt Nam giảm từ 20% xuống 0%, không cam kết giảm thuế đối với chè xanh đóng gói dưới 3kg (mã HS 0902.10, 0902.30).

- *Cà phê*: Ngay khi Hiệp định có hiệu lực, mức thuế suất thuế nhập khẩu cà phê nguyên liệu chưa rang từ Việt Nam giảm từ 10% xuống 0%, không cam kết giảm thuế với cà phê rang (mã HS 0901.21).

- *Thủy sản*: Phía Liên minh cam kết mở cửa có lộ trình đối với 95% tổng số dòng thuế, tối đa trong 10 năm, tương đương 100% kim ngạch xuất khẩu trung bình 3 năm từ 2010-2012 của Việt Nam sang EAEU; 5% dòng còn lại là các mặt hàng Việt Nam không có thế mạnh xuất khẩu. Ngay khi Hiệp định có hiệu lực, mức thuế suất thuế nhập khẩu thủy sản từ Việt Nam giảm từ 10% xuống 0%, trong đó có nhóm hàng thủy sản chế biến của Việt Nam. Về xuất xứ hàng hóa, ta đã đạt được quy tắc xuất xứ linh hoạt đối với một số sản phẩm thủy sản chế biến, đóng hộp như cá ngừ, tôm,... Ngoài ra, Hiệp định cho phép nhập khẩu nguyên liệu để phục vụ chế biến cá ngừ, tôm và một số loại thủy sản đóng hộp khác nhưng phải đáp ứng hàm lượng nội địa 40%. Điều này sẽ giải quyết một số khó khăn cho ngành chế biến thủy sản xuất khẩu.

- *Rau quả*: mức thuế suất thuế nhập khẩu hàng hóa thuộc nhóm mã HS 0810 là 0% ngay khi Hiệp định có hiệu lực, tuy nhiên Liên minh quy định và thống nhất áp dụng tiêu chuẩn vệ sinh an toàn thực phẩm khá cao để bảo hộ sản xuất trong nước.

- *Cao su*: 100% dòng thuế sản phẩm nhựa được cắt giảm thuế nhập khẩu, trong đó, 97% dòng thuế giảm về 0% ngay khi Hiệp định có hiệu lực.

- *Sản phẩm gỗ*: Theo VN - EAEU FTA, mức thuế suất thuế nhập khẩu đồ gỗ giảm từ 15% xuống 0% đồng thời áp dụng cơ chế “phòng vệ ngưỡng” và một số sản phẩm không cam kết. Liên minh áp dụng cơ chế phòng vệ đặc biệt với các nhóm đồ gỗ Việt Nam đang có thế mạnh như đồ gỗ trong nhà bếp, phòng ngủ, phòng khách, văn phòng (xuất khẩu sang Liên minh dưới hạn mức trong danh mục sẽ được hưởng thuế suất 0%; nếu trên hạn mức sẽ bị điều tra tác động thị trường nội địa và có thể áp dụng mức thuế MFN hiện hành).

- *Dệt may*: Theo VN - EAEU FTA, mức thuế suất thuế nhập khẩu dệt may giảm từ 10% xuống 0% đồng thời áp dụng cơ chế “phòng vệ ngưỡng” và một số sản phẩm không cam kết. 82% tổng số dòng thuế cam kết cắt, giảm; 42% xóa bỏ hoàn toàn, lộ trình tối đa trong 10 năm; 36% xóa bỏ hoàn toàn khi Hiệp định có hiệu lực. Trong cơ chế phòng vệ đặc biệt, mức khởi đầu để áp dụng thuế suất 0% được tính bằng 1,5 lần của khối lượng xuất khẩu trung bình trong 3 năm gần đây, nếu Việt Nam xuất khẩu quá lượng



này EAEU sẽ tiến hành điều tra và quyết định xem có áp dụng thuế MFN hay không, nếu có thì thời gian áp dụng có thể kéo dài từ 6 tháng và gia hạn thêm 3 tháng.

- *Giày dép*: Theo VN - EAEU FTA, mức thuế suất thuế nhập khẩu giày dép giảm từ 10% xuống 0% áp dụng cơ chế “phòng vệ ngưỡng” và một số sản phẩm không cam kết. 77% tổng số dòng thuế được cam kết cắt, giảm thuế nhập khẩu, trong đó 73% xoá bỏ hoàn toàn theo lộ trình, tối đa 5 năm, tương đương hơn 99% tổng kim ngạch xuất khẩu trung bình trong 3 năm từ 2010 đến 2012 của Việt Nam vào thị trường EAEU. Mặt hàng giày thể thao (sport shoe), giày thể dục (athletic shoe) là các mặt hàng có kim ngạch xuất khẩu lớn trong lĩnh vực giày dép đã hưởng thuế suất 0% khi Hiệp định có hiệu lực nếu đáp ứng việc mô tả hàng hóa trên giấy chứng nhận xuất xứ, mở ra cơ hội lớn cho ngành giày dép Việt Nam. Tuy nhiên, với yêu cầu của Liên minh là không được phép chia nhỏ lô hàng thì việc vận dụng lợi thế về thuế sẽ khó khăn vì các hãng giày lớn thường đưa hàng đến các điểm trung chuyển lớn ở Châu Âu, từ đó mới phân phối sang EAEU.

- *Sản phẩm nhựa*: 100% dòng thuế sản phẩm nhựa được cắt giảm thuế nhập khẩu, trong đó, 97% sản phẩm đồ gia dụng bằng nhựa giảm về 0% khi Hiệp định có hiệu lực. Đây là cơ hội cho sản phẩm nhựa xuất khẩu của Việt Nam cạnh tranh bình đẳng về giá và chất lượng cũng như chiếm lĩnh thị phần lớn hơn trên thị trường Nga.

** Các chính sách khác*

Từ ngày 1/1/2018, Bộ luật Hải quan mới của EAEU sẽ có hiệu lực. Văn bản này sẽ tăng cường áp dụng các công nghệ thông tin - điện tử trong lĩnh vực hải quan, đơn giản hóa và minh bạch hóa các thủ tục hải quan và quá trình thông quan hải quan, tổng hợp các cam kết quốc tế của EAEU, loại bỏ các bất cập trong thực tiễn của bộ luật cũ,...

** Nghị định thư giữa Chính phủ CHXHCN Việt Nam và Chính phủ Liên bang Nga về hợp tác sản xuất phương tiện vận tải có động cơ trên lãnh thổ CHXHCN Việt Nam*

Trong khuôn khổ thực hiện Điều khoản 1.6 (Dự án đầu tư ưu tiên) của VN-EAEU FTA, ngày 21/3/2016, Bộ trưởng Bộ Công Thương Việt Nam và Bộ trưởng Bộ Công Thương Liên bang Nga đã ký Nghị định thư giữa Chính phủ CHXHCN Việt Nam và Chính phủ Liên bang Nga về hợp tác sản xuất phương tiện vận tải có động cơ trên lãnh thổ CHXHCN Việt Nam (Nghị định thư). Nghị định thư đã có hiệu lực từ ngày 05/10/2016. Để thực thi Nghị định thư nêu trên, Việt Nam đã ban hành Quyết định số 08/2017/QĐ-TTg ngày 31/3/2017 hướng dẫn thực hiện Nghị định thư. Ngày 27/12/2017, hai Bên đã ký Nghị định thư sửa đổi Nghị định thư (Nghị định thư sửa đổi) nhằm lùi thời gian sử dụng hạn ngạch thuế quan để miễn thuế nhập khẩu các phương tiện vận tải nguyên chiếc và bộ linh kiện bắt đầu từ đầu năm 2018.

Các doanh nghiệp sản xuất ô tô của Nga (KamAZ, GAZ, UAZ,...) sẽ cùng các đối tác Việt Nam thành lập một số liên doanh để sản xuất, lắp ráp ô tô tải, xe từ 10 chỗ trở lên, xe địa hình và một số loại xe chuyên dụng tại Việt Nam. Ô tô do liên doanh sản xuất phải phù hợp với Nghị định số 116/2017/NĐ-CP ngày 16/10/2017 của Chính phủ quy định điều kiện sản xuất, lắp ráp, nhập khẩu và kinh doanh dịch vụ bảo hành, bảo dưỡng ô tô và các văn bản có liên quan khác; phù hợp Quyết định số 08/2017/QĐ-TTg của Thủ tướng Chính phủ Việt Nam ngày 31/3/2017 để được hưởng các ưu đãi theo Nghị định thư. Như vậy, theo Nghị định thư, Việt Nam sẽ cho phép các liên doanh được nhập khẩu miễn thuế 2.550 xe nguyên chiếc và 13.500 bộ phụ tùng lắp ráp ô tô trong giai đoạn từ năm 2018 đến năm 2022 để bán thăm dò dung lượng và thị hiếu của thị trường.

** Nghị định thư giữa Chính phủ CHXHCN Việt Nam và Chính phủ Cộng hòa Belarus về hợp tác sản xuất phương tiện vận tải có động cơ trên lãnh thổ CHXHCN Việt Nam*

Nghị định thư giữa Chính phủ CHXHCN Việt Nam và Chính phủ Cộng hòa Belarus về hợp tác sản xuất phương tiện vận tải có động cơ trên lãnh thổ CHXHCN Việt Nam (Nghị định thư về ô tô) được ký ngày 23/3/2016 tại Minsk và có hiệu lực cùng thời điểm với hiệu lực của VN - EAEU FTA, tức là vào ngày 05/10/2016. Ngày 3/3/2017, Thủ tướng Chính phủ đã ban hành Quyết định số 09/2017/QĐ-TTg hướng dẫn thực hiện Nghị định thư về ô tô. Ngày 27/6/2017, hai Bên đã ký Nghị định thư sửa đổi Nghị định thư về ô tô nhân chuyến thăm Belarus của Chủ tịch nước Trần Đại Quang; văn kiện này đã chính thức có hiệu lực từ ngày 23/10/2017. Theo Nghị định thư sửa đổi, hạn ngạch đối với ô tô nguyên chiếc và bộ linh kiện, phụ tùng như sau:

Bảng 18: Hạn ngạch đối với ô tô nguyên chiếc và bộ linh kiện, phụ tùng

Năm	2017	2018	2019	2020	2021
Ô tô nguyên chiếc	200	250	300		
Bộ linh kiện, phụ tùng để lắp ráp tại Việt Nam	200	700	1.000	1.050	1.050

Hiện tại, liên doanh MAZ Asia đang hoàn thành các thủ tục cuối cùng để được hưởng hạn ngạch đối với ô tô nguyên chiếc và bộ linh kiện, phụ tùng cho năm 2018.

2.3. Khu vực EFTA

2.3.1. Xuất nhập khẩu Việt Nam - Thụy Sĩ

Năm 2017, tổng kim ngạch xuất nhập khẩu giữa Việt Nam và Thụy Sĩ đạt 840,954 triệu USD, giảm 23,5% so với năm 2016. Trong đó, xuất khẩu của Việt Nam sang Thụy Sĩ năm 2017 đạt 241,03 triệu USD, giảm 59,37% so năm 2016 (chủ yếu là do giảm xuất khẩu mặt hàng vàng, đá quý và kim loại quý); nhập khẩu của Việt Nam từ Thụy Sĩ đạt 599,92 triệu USD, tăng 18,6% so với năm 2016 (chủ yếu là do tăng nhập khẩu mặt hàng dược phẩm từ Thụy Sĩ).

Về xuất khẩu, các mặt hàng Việt Nam xuất khẩu chủ yếu sang Thụy Sĩ bao gồm: đá quý, kim loại quý, hàng thủy sản, giày dép các loại, dệt may, máy vi tính, sản phẩm điện tử và linh kiện.

Bảng 19: Một số mặt hàng xuất khẩu lớn của Việt Nam sang Thụy Sĩ

(đvt: triệu USD)

Mặt hàng	Năm 2013	Năm 2014	Năm 2015	Năm 2016	Năm 2017
Đá quý, kim loại quý và sản phẩm	75,852	55,410	21,139	329,138	33,378
Cà phê	1,536	3,514	4,502	6,852	1,001
Thủy sản	70,104	66,404	35,767	38,694	40,739
Giày dép	24,388	19,856	18,454	18,419	20,831
Máy vi tính, sản phẩm điện tử, linh kiện	10,057	9,183	8,988	14,613	17,544
Dệt may	13,568	13,433	10,796	12,028	10,533

Nguồn: Tổng cục Hải quan

Về nhập khẩu, các mặt hàng nhập khẩu chủ yếu của Việt Nam từ Thụy Sĩ bao gồm: máy móc, thiết bị, dụng cụ, phụ tùng khác, dược phẩm, máy vi tính, sản phẩm điện tử và linh kiện, thuốc trừ sâu và nhiên liệu.

Thụy Sĩ là nước có thế mạnh về dịch vụ, xuất khẩu công nghệ cao, lĩnh vực cơ khí chính xác, công nghiệp hóa chất, dược phẩm. Đây là cơ sở cho Việt Nam xuất khẩu các mặt hàng dưới dạng thô, nguyên liệu. Hiện nay nhu cầu nhập khẩu chung của Thụy Sĩ đối với loại mặt hàng này rất lớn (trung bình khoảng hơn 3 tỷ franc/tháng), trong đó thị trường các nước ASEAN đáp ứng được 20% (2015) và 25% (2016) tổng nhu cầu. Trong các đối tác nhập khẩu của Thụy Sĩ từ các nước ASEAN, Việt Nam đứng thứ 5 sau Singapore, Thái Lan, Indonesia và Malaysia về mặt hàng này.

Nhóm sản phẩm tiềm năng tiếp theo trong thương mại giữa Việt Nam và Thụy Sĩ là giày dép. Thị trường Việt Nam hiện nay đang chiếm đến khoảng 12-14% tổng nhu cầu nhập khẩu của thị trường Thụy Sĩ. Nếu Việt Nam vẫn duy trì được chất lượng hàng xuất khẩu và giữ uy tín với các nhà nhập khẩu Thụy Sĩ, nhóm hàng này sẽ còn tăng trưởng tốt trong tương lai khi nền kinh tế và du lịch của Thụy Sĩ phục hồi kéo theo nhu cầu tiêu dùng tăng cao.

Nhóm sản phẩm thuộc ngành nông sản, Thụy Sĩ có nhu cầu rất lớn do du lịch phát triển, tuy nhiên cả thị trường ASEAN chỉ đáp ứng được 3% nhu cầu nhập khẩu của Thụy Sĩ (trong đó Việt Nam đứng đầu về xuất khẩu sang Thụy Sĩ).

Bảng 20: Một số mặt hàng nhập khẩu lớn của Việt Nam từ Thụy Sĩ

(đvt: triệu USD)

Mặt hàng	Năm 2013	Năm 2014	Năm 2015	Năm 2016	Năm 2017
Đá quý, kim loại quý và sản phẩm	4,214	3,767	2,790	3,642	6,930
Máy móc, thiết bị, dụng cụ, phụ tùng khác	144,416	130,641	163,082	179,309	210,805
Dược phẩm	115,325	95,083	122,029	117,446	139,143
Thuốc trừ sâu và nhiên liệu	5,219	5,372	3,412	3,494	6,861
Máy vi tính, sản phẩm điện tử và linh kiện	28,719	26,937	26,100	42,539	39,744
Nguyên phụ liệu dược phẩm	4,272	2,717	1,596	5,982	6,951

Nguồn: Tổng cục Hải quan

Chính sách quản lý nhập khẩu

(i) Các rào cản kỹ thuật

Tiêu chuẩn hàng xuất nhập khẩu của Thụy Sĩ có hệ thống riêng, phần lớn hài hoà với tiêu chuẩn EU. Tuy nhiên, theo từng ngành hàng và các chuỗi cung ứng, họ có thể bổ sung các tiêu chuẩn phụ để nâng cao chất lượng/ hạn chế hàng của các đối tác (ví dụ các chuỗi cung ứng lớn như: Migros, Denner, C&A có hệ thống các tiêu chuẩn phụ về chất lượng, bảo quản, bao bì nhãn mác...).

Các hệ thống tiêu chuẩn kỹ thuật: Hàng hoá nhập khẩu vào Thụy Sĩ đều phải tuân thủ các tiêu chuẩn Quốc gia (Schweizerische Normen Vereinigung - SNV). Các công ty, tập đoàn tư nhân thuộc các tổ chức kinh doanh nghề nghiệp hoạt động theo Luật Doanh nghiệp của Thụy Sĩ có thể xây dựng ra các bộ tiêu chuẩn và quy chuẩn cho ngành hàng của mình, nhưng tuân thủ theo quy định về các ISO của Thụy Sĩ, chẳng hạn như cho các ngành hàng cung ứng, bán lẻ, chế tạo máy móc thiết bị, bảo vệ sức khoẻ người tiêu dùng...

Một số bộ tiêu chuẩn của Thụy Sĩ có khác với EU, do vậy một số nhà xuất khẩu Thụy Sĩ đã phải làm 2 quy trình chứng nhận, kiểm tra chất lượng sản phẩm để hài hoà hoặc phù hợp với việc xuất khẩu hàng hoá sang EU và đến các thị trường khác (do khác biệt về hệ thống tiêu chuẩn). Ví dụ trong sản xuất thiết bị, các doanh nghiệp Thụy Sĩ cần đáp ứng cả 2 loại ISO 9000 và EN 29000. Trong dịch vụ ngân hàng là ISO series 9001 và 9003 cho hơn 1000 tổ chức ngân hàng tài chính các cấp.

(ii) Các hỗ trợ cho sản phẩm nông nghiệp

Thụy Sĩ có chính sách hỗ trợ rất cao cho nông dân trong sản xuất các sản phẩm nông nghiệp và hạn chế nhập khẩu nông sản thông qua các biện pháp cấp giấy phép, hạn mức nhập khẩu, phí nhập khẩu bổ sung, các quy định, tiêu chuẩn rất cao cho hàng nông sản nước ngoài nhập vào nội địa. Do vậy, hàng nông sản của nhiều quốc gia (bao gồm cả Hoa Kỳ) rất khó nhập vào Thụy Sĩ. Nhiều tổ chức và chính phủ đã khiếu nại về việc Thụy Sĩ hỗ trợ cho nông nghiệp này. Luật Nông nghiệp gần đây (2016) đã có một số điều chỉnh nhưng Thụy Sĩ vẫn giữ quan điểm hỗ trợ nông nghiệp dưới các hình thức khác nhau.

(iii) An toàn thực phẩm

Đầu tháng 5/2017, Văn phòng Liên bang về An toàn thực phẩm và thú y (BLV) có công văn đến toàn bộ các bộ phận kiểm soát chất lượng an toàn thực phẩm của các bang thông báo về tình hình vi phạm các quy định về tồn dư các chất cấm trong thuốc trừ sâu đối với các sản phẩm rau quả nhập khẩu.

Theo đó, từ đầu năm 2017, các sản phẩm rau quả có nguồn gốc từ thị

trường Châu Á đã ghi nhận nhiều trường hợp vi phạm tại lãnh thổ Thụy Sĩ. BLV đã yêu cầu các nhà nhập khẩu nâng cao quy trình tự kiểm soát và tự chịu trách nhiệm đối với các vi phạm, đặc biệt đối với các vi phạm có tính chất lặp lại sẽ có hình thức xử phạt thích đáng.

(iv) Thực hiện chính sách tỷ giá giữ giá đồng CHF cao

Trong nhiều năm, Thụy Sĩ thực hiện chính sách giữ giá đồng CHF cao so với USD và Euro nhằm khuyến khích doanh nghiệp Thụy Sĩ đầu tư ra nước ngoài (hạn chế sản xuất trong nước).

2.3.2. Xuất nhập khẩu Việt Nam - Na Uy

Năm 2017, tổng kim ngạch thương mại hai chiều Việt Nam - Na Uy đạt 354,8 triệu USD, giảm 7% so với năm 2016; trong đó xuất khẩu từ Việt Nam sang Na Uy đạt 116 triệu USD, giảm 1% so với năm 2016 và nhập khẩu của Việt Nam từ Na Uy đạt 238.380 triệu USD, giảm 9,6% so với năm 2016.

Hiện nay, các mặt hàng nhập khẩu chủ yếu từ Na Uy gồm: thủy sản, máy móc thiết bị, phụ tùng khác. Trong đó, nhóm hàng máy móc, thiết bị, dụng cụ và phụ tùng cần nhập khẩu phục vụ cho các dự án đầu tư đang gia tăng. Mặc dù vậy, nhóm hàng thủy sản nhập khẩu từ Na Uy vẫn chiếm tỷ trọng lớn nhất, chiếm khoảng 51% tổng kim ngạch nhập khẩu do nhu cầu tiêu thụ thực phẩm thủy sản, đặc biệt là cá hồi với người tiêu dùng Việt Nam là khá lớn.

Các mặt hàng xuất khẩu chủ lực của Việt Nam sang Na Uy bao gồm: dệt may, giày dép, hạt điều, gỗ và sản phẩm gỗ. Đối thủ cạnh tranh ở Châu Á đối với các mặt hàng xuất khẩu của Việt Nam vào Na Uy là Trung Quốc và Thái Lan.

Bảng 21: Một số mặt hàng xuất khẩu lớn của Việt Nam sang Na Uy

(đvt: triệu USD)

Mặt hàng	Năm 2013	Năm 2014	Năm 2015	Năm 2016	Năm 2017
Giày dép các loại	18,945	12,42	12,96	15,845	18,440
Hàng dệt, may	21,825	21,38	23,07	25,866	21,282
Sản phẩm từ chất dẻo	3,744	4,24	3,48	3,445	2,989
Gỗ và sản phẩm gỗ	8,938	9,31	7,57	4,566	5,426
Hạt điều	5,283	4,91	7,03	8,234	10,833

Nguồn: Tổng cục Hải quan

III. THỊ TRƯỜNG CHÂU MỸ

1. Tình hình xuất nhập khẩu chung

Châu Mỹ có 35 quốc gia với diện tích rộng 42,5 triệu km², dân số hơn 1 tỷ người (2016). Điều kiện tự nhiên thuận lợi, tài nguyên phong phú cho phát triển kinh tế. Với thu nhập GDP bình quân đầu người đạt hơn 22.209 USD, Châu Mỹ là thị trường rộng lớn. Một số nước có quy mô kim ngạch xuất khẩu lớn đạt hàng trăm tỷ USD mỗi năm và cũng có dung lượng nhập khẩu cao như Hoa Kỳ, Canada, Mexico, Brazil, Argentina, Chile. Khu vực Mỹ Latinh có nguồn tài nguyên khoáng sản trữ lượng lớn như bạc, đồng, than đá, dầu lửa, niken, bô xít, thiếc, sắt, khí đốt; uran, tiềm năng thủy điện. Các nước Mỹ Latinh đang phục hồi mạnh mẽ và là khu vực phát triển năng động nhất thế giới.

Châu Mỹ là thị trường xuất khẩu đặc biệt quan trọng của Việt Nam và cũng là thị trường nhập khẩu quan trọng về nguyên vật liệu phục vụ sản xuất trong nước, đóng vai trò quan trọng đối với sự nghiệp phát triển kinh tế của Việt Nam. Mặt khác, phát triển mở rộng thị trường xuất khẩu sang Châu Mỹ còn góp phần giảm tải cho các thị trường truyền thống như EU và Nhật Bản vốn đã nóng lên từng ngày do hàng hóa xuất khẩu của Việt Nam phải cạnh tranh gay gắt, đối mặt với sự bảo hộ gia tăng, hệ thống rào cản ngày càng nhiều hơn và tinh vi hơn.

Xuất nhập khẩu Việt Nam với Châu Mỹ năm 2017 đạt 66,6 tỷ USD, tăng 9,9% so với năm 2016 (60,6 tỷ USD). Trong đó, xuất khẩu của Việt Nam sang thị trường này đạt 51,3 tỷ USD, tăng 10,7% so với năm 2016. Nhập khẩu từ thị trường Châu Mỹ đạt 15,33 tỷ USD, tăng 7,3% so với năm 2016.

Những mặt hàng xuất khẩu chính của Việt Nam sang khu vực này cũng là những mặt hàng chủ lực của Việt Nam như: máy vi tính, điện thoại, sản phẩm điện tử và linh kiện, dệt may, giày dép...

2. Xuất nhập khẩu đối với từng khu vực thị trường

2.1. Khu vực Bắc Mỹ

2.1.1. Hoa Kỳ

Kể từ khi Hiệp định Thương mại song phương Việt Nam - Hoa Kỳ (BTA) có hiệu lực, thương mại hai chiều giữa Việt Nam và Hoa Kỳ liên tục tăng trưởng cao, tăng tới 47 lần, từ 220 triệu USD năm 1994 (năm Hoa Kỳ bỏ cấm vận kinh tế đối với Việt Nam) lên 1,4 tỷ USD năm 2001 (năm trước khi BTA có hiệu lực) và đạt khoảng 50,8 tỷ USD vào cuối năm 2017. Việt Nam hiện là đối tác xếp thứ 12 về xuất khẩu hàng hóa sang Hoa Kỳ, xếp thứ 27 về nhập khẩu hàng hóa và là đối tác thương mại lớn thứ 16 của Hoa Kỳ. Việt Nam hiện có mức thặng dư cao trong trao đổi thương mại với Hoa Kỳ, đạt trên 32,4 tỷ USD trong năm 2017.

Tốc độ tăng xuất khẩu trong giai đoạn từ năm 2000 đến 2017 bình quân đạt 28,1%/năm, từ 732 triệu USD năm 2000 đến 41,61 tỷ USD năm 2017. Tốc độ tăng của hàng hóa nhập khẩu từ Hoa Kỳ cũng đạt mức bình quân 22,2%, từ 352 triệu USD năm 2000 lên đến 9,2 tỷ USD năm 2017.

Bước sang năm 2017, Hoa Kỳ vẫn chứng tỏ là thị trường xuất khẩu chủ lực và tăng trưởng tích cực của Việt Nam, mặc dù việc Tổng thống Donald Trump lên nhậm chức đã khiến xuất hiện những e ngại rằng việc xuất khẩu hàng hóa sang Hoa Kỳ của Việt Nam sẽ chững lại trong năm 2017 do các chính sách mới của Hoa Kỳ, đặc biệt là việc Hoa Kỳ rút khỏi TPP.

Năm 2017, kim ngạch xuất nhập khẩu Việt Nam và Hoa Kỳ đạt hơn 50,81 tỷ USD, tăng 8,2% so với năm 2016 (đạt 47,2 tỷ USD vào năm 2016). Kim ngạch xuất khẩu năm 2017 vào riêng thị trường Hoa Kỳ chiếm tới 19,44% tổng kim ngạch xuất khẩu của cả nước. Kim ngạch nhập khẩu hàng hóa từ Hoa Kỳ trong cả năm 2017 đạt 9,2 tỷ USD, tăng 5,8% so với năm 2016, chiếm 4,36% trong tổng kim ngạch nhập khẩu của cả nước.

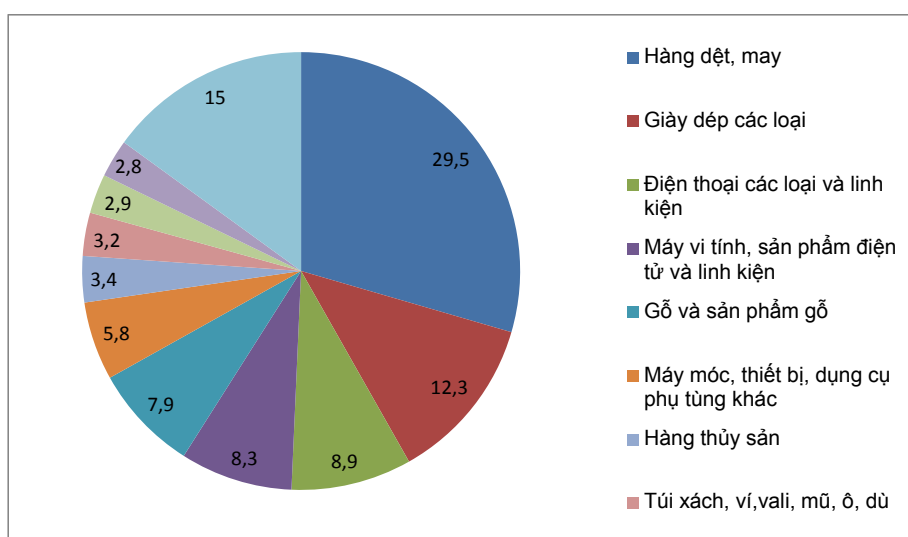
Năm 2017, tổng kim ngạch xuất nhập khẩu Việt Nam - Hoa Kỳ chiếm 11,95% tổng kim ngạch xuất nhập khẩu của Việt Nam.

** Cơ cấu trao đổi thương mại giữa Việt Nam - Hoa Kỳ*

Xuất khẩu

Kim ngạch xuất khẩu của 10 nhóm hàng lớn nhất sang Hoa Kỳ trong cả năm 2017 đạt xấp xỉ 34 tỷ USD, chiếm trên 80% trong tổng kim ngạch xuất khẩu sang Hoa Kỳ. Trong đó, dẫn đầu tiếp tục là hàng dệt may, tiếp theo là giày dép, điện thoại và linh kiện, máy vi tính, sản phẩm điện tử và linh kiện, sản phẩm điện tử và linh kiện, gỗ và sản phẩm gỗ...

Biểu đồ 7: Cơ cấu xuất khẩu hàng hóa sang Hoa Kỳ năm 2017



Nguồn: Tổng cục Hải quan

- Dệt may chiếm tỷ trọng 29,51% tổng xuất khẩu vào thị trường Hoa Kỳ. Đây là nhóm hàng có kim ngạch xuất khẩu sang Hoa Kỳ lớn nhất với kim ngạch cả năm 2017 đạt 12,28 tỷ USD, tăng 7,3% so với năm 2016.

- Giày dép chiếm tỷ trọng 12,3% tổng xuất khẩu vào thị trường Hoa Kỳ. Năm 2017, xuất khẩu giày dép của Việt Nam vào Hoa Kỳ đạt 5,11 tỷ USD, tăng 14,1% so với năm 2016.

- Điện thoại và linh kiện chiếm tỷ trọng 8,9% tổng xuất khẩu vào thị trường Hoa Kỳ. Xuất khẩu sản phẩm này năm 2017 đạt 3,7 tỷ USD, giảm 13,9% so với năm 2016.

- Máy vi tính, sản phẩm điện tử và linh kiện chiếm tỷ trọng 8,26% tổng xuất khẩu vào thị trường Hoa Kỳ. Năm 2017, xuất khẩu mặt hàng này của Việt Nam vào Hoa Kỳ đạt 3,44 tỷ USD, tăng 18,7% so với năm 2016.

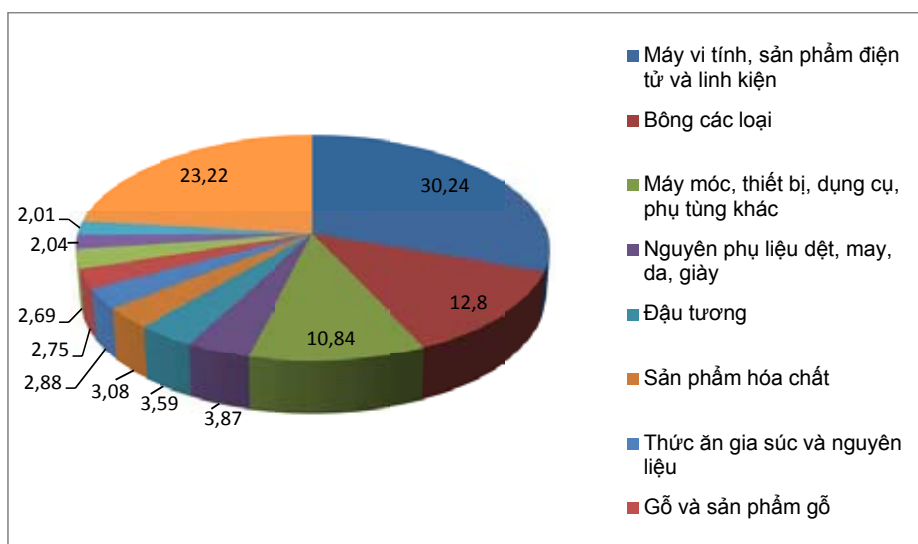
- Gỗ và sản phẩm gỗ chiếm tỷ trọng 7,85% tổng xuất khẩu vào thị trường Hoa Kỳ. Năm 2017, xuất khẩu mặt hàng này của Việt Nam vào Hoa Kỳ đạt 3,267 tỷ USD, tăng 15,7% so với năm 2016.

Nhập khẩu

Kim ngạch nhập khẩu 10 nhóm hàng lớn nhất từ Hoa Kỳ trong cả năm 2017 đạt hơn 6,88 tỷ USD, chiếm 74,77% trong tổng kim ngạch nhập khẩu hàng hóa từ Hoa Kỳ. Trong đó, lớn nhất là nhóm hàng máy vi tính, sản phẩm điện tử và linh kiện; đứng thứ hai là bông; tiếp theo là máy móc, thiết bị, dụng cụ và phụ tùng khác; nguyên phụ liệu dệt, may, da, giày; thức ăn gia súc và nguyên liệu,...

Các mặt hàng nhập khẩu từ Hoa Kỳ chủ yếu dùng để phục vụ sản xuất và tiêu dùng trong nước, một phần sẽ chuyển hóa thành các thành phẩm khác để tái xuất khẩu.

Biểu đồ 8: Cơ cấu hàng hóa nhập khẩu từ Hoa Kỳ năm 2017



Nguồn: Tổng cục Hải quan

- Máy vi tính, sản phẩm điện tử và linh kiện chiếm tỷ trọng 30,24% tổng nhập khẩu từ Hoa Kỳ. Năm 2017, kim ngạch nhập khẩu đạt 2,783 tỷ USD, tăng 24,2% so với năm 2016 (cả năm 2016 đạt 2,24 tỷ USD).

- Bông chiếm tỷ trọng 12,8% tổng nhập khẩu từ Hoa Kỳ. Năm 2017, nhập khẩu bông từ Hoa Kỳ đạt 1,178 tỷ USD, tăng 45,4% so với năm 2016.

- Máy móc, thiết bị, dụng cụ, phụ tùng khác chiếm tỷ trọng 10,84% tổng nhập khẩu từ Hoa Kỳ. Năm 2017, nhập khẩu đạt 997,2 triệu USD, giảm 4,57% so với năm 2016.

** Nhận xét, đánh giá*

(i) Các doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài (FDI) đóng góp rất lớn vào kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam vào thị trường Hoa Kỳ

Đối với thị trường Hoa Kỳ, kim ngạch xuất khẩu của các doanh nghiệp FDI tập trung nhiều vào một số mặt hàng có hàm lượng công nghệ cao như điện thoại và linh kiện; máy vi tính, sản phẩm điện tử và linh kiện; máy móc, thiết bị và phụ tùng khác,... Đây cũng là nhóm các mặt hàng đã đạt kim ngạch xuất khẩu trên 2 tỷ USD trong năm 2017 của khối doanh nghiệp FDI. Tính chung 3 mặt hàng này, tổng trị giá xuất khẩu đã lên tới trên 9,5 tỷ USD, chiếm khoảng gần 23% tổng kim ngạch xuất khẩu vào thị trường này.

(ii) Các mặt hàng xuất khẩu của các doanh nghiệp nội địa của Việt Nam phải đối mặt với các rào cản thương mại và phòng vệ thương mại của Hoa Kỳ

Các mặt hàng xuất khẩu chủ lực của các doanh nghiệp trong nước của Việt Nam như dệt may, giày dép, cá tra, tôm, hạt điều, hồ tiêu, cà phê... chủ yếu là hàng đặt gia công, xuất khẩu, hoặc hàng hóa chưa chế biến sâu. Xuất khẩu các mặt hàng này vẫn giữ được tốc độ tăng trưởng tốt trong những năm qua nhưng thường xuyên phải đối mặt với nguy cơ bị khởi kiện chống bán phá giá, chống trợ cấp và các rào cản thương mại như chương trình thanh tra cá da trơn, các quy định mới của đạo luật hiện đại hóa an toàn thực phẩm,...

** Một số quan điểm, chính sách thương mại mới của Hoa Kỳ*

- Hoa Kỳ rút khỏi TPP

Ngay ngày thứ hai trên cương vị Tổng thống, ông Donald J. Trump đã thực hiện cam kết tranh cử bằng việc ký sắc lệnh rút Hoa Kỳ khỏi TPP. Ông phê phán và mô tả đây là một thỏa thuận bất lợi, chỉ mang lại lợi ích cho Trung Quốc và gây hại cho người lao động Hoa Kỳ (dù Trung Quốc không phải là một bên trong TPP). Theo Tổng thống Trump, Hiệp định TPP có

khả năng lập ra một thiết chế thương mại mới giúp các đối tác thương mại của Hoa Kỳ dễ dàng hơn trong việc đưa những hàng hóa được trợ cấp vào thị trường Hoa Kỳ, trong khi lại cho phép các nước đó tiếp tục đặt ra những rào cản đối với hàng xuất khẩu của Hoa Kỳ.

- Thực thi các chính sách kinh tế thương mại

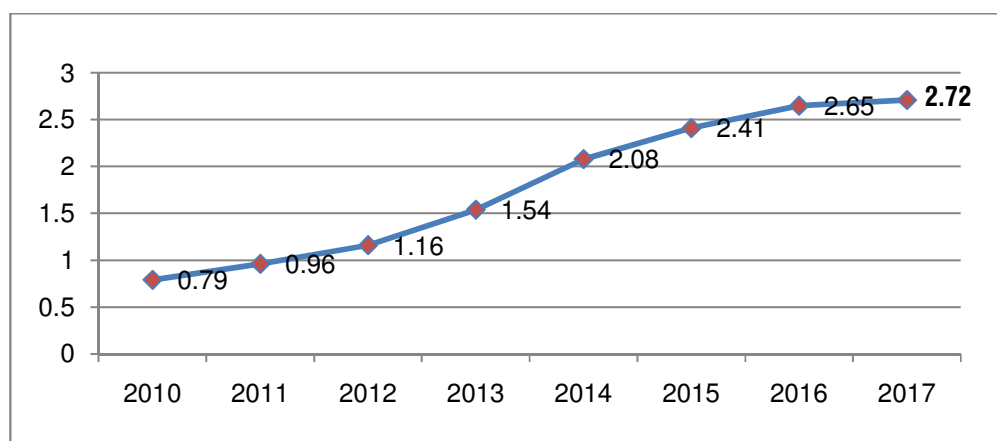
Với quan điểm Hoa Kỳ đang bị lợi dụng do sự bất bình đẳng trong quan hệ thương mại với các nước khác, sau khi đắc cử, Tổng thống Trump đã thực hiện cam kết tranh cử của mình bằng việc ký Sắc lệnh hành pháp yêu cầu Bộ Thương mại Hoa Kỳ và Văn phòng Đại diện Thương mại Hoa Kỳ phải tiến hành điều tra báo cáo về tình trạng thâm hụt thương mại, trong danh sách điều tra có cả Việt Nam. Hoa Kỳ hướng tới việc định hình lại cách thức trao đổi thương mại giữa Hoa Kỳ và các nước khi từ bỏ kênh đa phương và đẩy mạnh thông qua kênh song phương với nhiều điều kiện khắt khe hơn. Trong thời gian tới, các doanh nghiệp và hàng hóa xuất khẩu của Việt Nam có thể sẽ phải đối mặt với sự bảo hộ ở mức độ cao hơn, cũng như nguy cơ bị kiện chống bán phá giá và chống trợ cấp nhiều hơn.

2.1.2. Canada

Kim ngạch xuất nhập khẩu Việt Nam - Canada năm 2017 đạt 3,49 tỷ USD, tăng 14,5% so với năm 2016. Trong đó, kim ngạch xuất khẩu sang Canada đạt 2,72 tỷ USD, tăng 2,4% và kim ngạch nhập khẩu từ Canada đạt 774 triệu USD, tăng 95,8% so với năm 2016. Trong thương mại song phương, Việt Nam luôn xuất siêu sang Canada. Xuất siêu năm 2017 đạt 1,94 tỷ USD.

Biểu đồ 9: Kim ngạch xuất khẩu Việt Nam - Canada giai đoạn 2010-2017

(đvt: Tỷ USD)



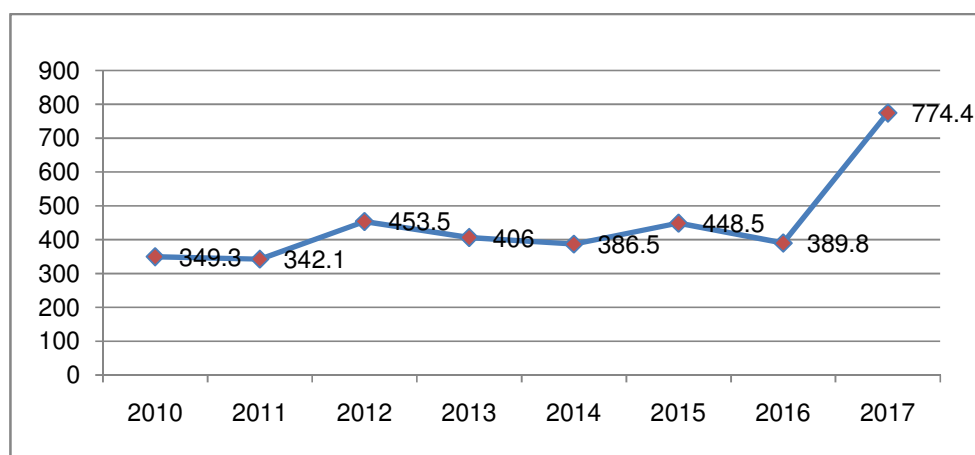
Nguồn: Tổng cục Hải quan

Các mặt hàng xuất khẩu chính của Việt Nam sang Canada gồm các mặt hàng truyền thống có lợi thế như: dệt may, giày dép, thủy sản, hạt điều, đồ gỗ và sản phẩm gỗ... Hàng hoá có xuất xứ từ Việt Nam nhập khẩu vào Canada đang được hưởng GSP của Canada.

Kim ngạch nhập khẩu của Việt Nam từ Canada trong năm 2017 có mức tăng cao so với mức tăng của các năm trước do kim ngạch nhập khẩu hai mặt hàng sản phẩm lúa mì và đậu tương tăng mạnh (lúa mì tăng 1.130% và đậu tương tăng 114,5%). Các mặt hàng nhập khẩu khác vẫn giữ kim ngạch khá ổn định, tập trung chủ yếu là các mặt hàng phục vụ cho sản xuất hoặc các sản phẩm mà Việt Nam chưa sản xuất được như: phân bón; linh kiện, phụ tùng máy bay...

**Biểu đồ 10: Kim ngạch nhập khẩu Việt Nam - Canada
giai đoạn 2010-2017**

(đvt: triệu USD)



Nguồn: Tổng cục Hải quan

** Một số chính sách của Canada:*

Hàng hóa có xuất xứ từ Việt Nam nhập khẩu vào Canada được hưởng GSP của Canada, do vậy vị thế thương mại của Việt Nam ở thị trường Canada trong những năm gần đây liên tục được cải thiện.

Canada tập trung buôn bán với một số đối tác lớn như: Hoa Kỳ, Trung Quốc, Nhật Bản... Ở Châu Á, ngoài Nhật Bản, Trung Quốc, Ấn Độ, Hàn Quốc, các doanh nghiệp Canada quan tâm đến thị trường Thái Lan, Philippines và Singapore nhiều hơn so với thị trường Việt Nam.

Hệ thống luật thương mại của Canada tương đối phức tạp. Hàng nhập khẩu vào Canada phải chịu sự điều tiết của Luật liên bang và Luật nội bang. Trong khi đó sự am hiểu về luật thương mại Canada của các doanh nghiệp Việt Nam nói chung còn nhiều hạn chế.

Canada là một trong số những nước có hệ thống kiểm soát chất lượng vào loại chặt chẽ nhất trên thế giới, đặc biệt là đối với hàng thực phẩm nhằm bảo đảm an toàn vệ sinh và bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng. Ngoài yêu cầu về chất lượng nói chung, yêu cầu về bao bì đóng gói, ký mã hiệu, ngôn ngữ ghi trên bao bì... cũng hết sức nghiêm ngặt và phức tạp.

Ngày 8/5/2013, Chính phủ Canada công bố sửa đổi tiểu mục 17.1 và 17.2 thuộc Đạo luật về các Biện pháp nhập khẩu đặc biệt (tên tiếng Anh là Special Import Measures Act, gọi tắt là SIMA), mà Việt Nam và Trung Quốc là hai quốc gia duy nhất bị điều chỉnh bởi những quy định này. Việc sửa đổi các tiểu mục này gây bất lợi cho Việt Nam và Trung Quốc - hai nền kinh tế duy nhất bị coi là phi thị trường, đặc biệt trong các vụ kiện về phá giá và trợ cấp xuất khẩu. Theo các tiểu mục này thì thời hạn áp dụng các biện pháp nhập khẩu đặc biệt với Trung Quốc và Việt Nam sẽ tự động hết hạn vào ngày 11/12/2016 và ngày 31/12/2018. Nhưng việc dỡ bỏ này chỉ áp dụng khi nào Trung Quốc và Việt Nam được công nhận là kinh tế thị trường.

- Đạo luật An toàn Thực phẩm cho người dân Canada (Safe Food for Canadian Act Regulation - SFCA) đã được quốc hội Canada thông qua và được Nữ hoàng Anh phê chuẩn vào tháng 11/2012. Đạo luật SFCA được coi như hàng rào phi thuế quan đối với nông sản, thực phẩm của các nước vào Canada. Theo Đạo luật này, các đối tượng chịu sự điều chỉnh bởi các quy định này sẽ phải :

+ Có giấy phép: Việc cấp phép này tạo điều kiện giúp CFIA (Cơ quan giám sát thực phẩm) xác định được ai là người chế biến hoặc nhập khẩu thực phẩm tại Canada để thiết lập quan hệ; cho phép hoạt động và quy định điều kiện hoạt động cụ thể; xác định được địa chỉ của các doanh nghiệp thực phẩm và tình hình hoạt động của họ.

+ Đáp ứng được các yêu cầu chung về an toàn thực phẩm: Các yêu cầu này được áp dụng cho tất cả các cơ sở được cấp phép cho dù là nhà máy chế biến thịt lớn hay xưởng bánh nhỏ; các cơ sở này phải hội đủ các tiêu chuẩn của CODEX như vệ sinh, dịch tễ, khống chế côn trùng gây hại...; có dữ liệu lưu trữ để truy xuất nguồn gốc (trước và sau khi sản phẩm được lưu hành).

+ Xây dựng và duy trì kế hoạch phòng ngừa và xử lý sự cố về an toàn thực phẩm (PCP): Văn bản hóa các nguy cơ và các mối hiểm họa tiềm ẩn có liên quan tới từng loại thực phẩm cụ thể hoặc quy trình chế biến; nêu rõ phương thức khống chế, xử lý nguy cơ và sự cố phát sinh phù hợp với các tiêu chuẩn HACCP (doanh nghiệp nhỏ có vốn dưới 30.000 đô la Canada vẫn phải xin cấp phép, đáp ứng các yêu cầu quy định về PCP nhưng không phải xây dựng PCP dưới hình thức văn bản).

+ Đảm bảo các yêu cầu cụ thể đối với mỗi loại sản phẩm: Mỗi

loại sản phẩm cụ thể phải tuân thủ đầy đủ các tiêu chuẩn về an toàn, phân loại, đặc tính của sản phẩm, kích cỡ container, nước xuất xứ và quy định nhãn mác.

2.2. Khu vực Mỹ Latinh

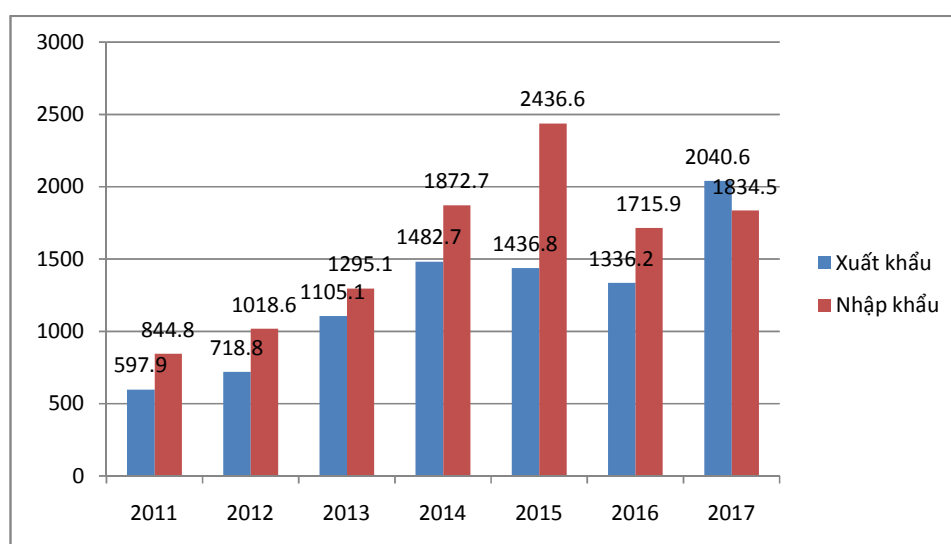
Kim ngạch thương mại song phương của Việt Nam với khu vực Mỹ Latinh năm 2017 đạt 11,87 tỷ USD, tăng 17,3% so với năm 2016. Trong đó xuất khẩu đạt 6,52 tỷ USD, tăng 32,2% và nhập khẩu đạt 5,35 tỷ USD, tăng 3,1% so với năm 2016. Trong bối cảnh khu vực Mỹ Latinh vẫn còn bị tác động bởi suy thoái kinh tế trong 2 năm liên tiếp thì mức tăng trưởng này là một con số đáng khích lệ. Các thị trường thương mại trọng điểm của Việt Nam lần lượt là Brazil, Argentina, Mexico và Chile.

2.2.1. Brazil

Kinh tế Brazil năm 2017 vẫn tiếp tục cho thấy dấu hiệu khởi sắc, thoát ra khỏi khủng hoảng nhưng tốc độ vẫn còn khá chậm, GDP của Brazil tăng trưởng ở mức 0,5% đến 0,7% trong năm 2017. Các chỉ số về kinh doanh và tiêu dùng đều tăng trưởng tích cực, tuy nhiên lạm phát vẫn ở mức thấp hơn kỳ vọng do sức mua của nền kinh tế chưa thực sự mạnh, thất nghiệp còn ở mức cao. Chỉ số lạm phát giảm còn 3,0% trong năm 2017. Nguyên nhân xuất phát từ việc giảm mức tăng giá lương thực do thu hoạch hạt cao hơn; Tác động trễ của việc tăng tỷ giá lên giá hàng công nghiệp và sự hồi phục của sản xuất công nghiệp.

Kim ngạch xuất nhập khẩu giữa Việt Nam và Brazil năm 2017 đạt 3,875 tỷ USD, tăng 27% so với cùng kỳ năm 2016, trong đó kim ngạch xuất khẩu đạt 2,04 tỷ tăng 52,6%, kim ngạch nhập khẩu đạt 1,83 tỷ USD tăng 6,5% so với năm 2016. Thặng dư thương mại đạt 206 triệu USD.

Biểu đồ 11: Xuất nhập khẩu Việt Nam - Brazil giai đoạn 2011-2017



Số liệu cho thấy xuất khẩu các sản phẩm chính của Việt Nam sang Brazil trong năm 2017 đều tăng trưởng mạnh trở lại, cụ thể như: điện thoại và linh kiện tăng trên 65,6%; máy vi tính, linh kiện điện tử tăng 168%; thủy sản tăng 55,7%; sản phẩm dệt may, sản phẩm sắt thép, nhựa, và thực phẩm đều có tăng trưởng kim ngạch xuất khẩu đạt mức cao.

Bảng 22: Một số mặt hàng xuất khẩu của Việt Nam sang Brazil năm 2017

STT	Mặt hàng	Kim ngạch xuất khẩu (USD)	Tăng/giảm so với năm 2016 (%)
1	Điện thoại, máy vi tính, thiết bị điện tử	1.133.895.823	84,5
2	Giấy dép	171.275.094	8,2
3	Thủy sản	105.897.336	55,7
4	Phương tiện vận tải và phụ tùng	90.771.814	7,4
5	Máy móc, thiết bị, dụng cụ	120.032.753	103,6

Nguồn: Tổng cục Hải quan

Nhập khẩu của Việt Nam từ Brazil tăng trưởng nhẹ trong năm 2017, do một số nông sản chủ lực của nước này xuất khẩu sang Việt Nam dùng làm thức ăn gia súc không được mùa và có giá cả thuận lợi (trừ mặt hàng đậu tương, năm nay Brazil có mùa vụ thuận lợi, giá thấp hơn so với các nước sản xuất khác). Tuy nhiên, các mặt hàng công nghiệp như sản phẩm sắt thép, quặng, hóa chất lại có xu hướng tăng mạnh về lượng và trị giá nhập khẩu của Việt Nam từ Brazil trong thời gian qua.

Bảng 23: Một số mặt hàng nhập khẩu lớn của Việt Nam từ Brazil năm 2017

STT	Mặt hàng	Kim ngạch nhập khẩu	Tăng/giảm so với năm 2016 (%)
1	Đậu tương	253.859.655	89%
2	Ngô	464.446.132	-26%
3	Nguyên phụ liệu dệt may, da giấy	126.826.896	-20,6%
4	Thức ăn gia súc và nguyên liệu	140.949.879	+
5	Sắt thép các loại	168.285.048	2300%

Nguồn: Tổng cục Hải quan

** Một số chính sách kinh tế, xuất nhập khẩu của Brazil:*

Chính phủ Brazil đang chuyển hướng chính sách ưu đãi sang khu vực nông nghiệp, nông thôn, ưu đãi cho các doanh nghiệp nhỏ và siêu nhỏ bằng nhiều biện pháp cụ thể:

- Cùng với chính sách thắt lưng buộc bụng, tăng cường thu thuế, Chính phủ Brazil tập trung nguồn lực nhằm đẩy mạnh phát triển nông nghiệp nông thôn, coi đây là một cứu cánh cho nền kinh tế.

- Mới đây Chính phủ Brazil công bố chương trình hỗ trợ tài chính cho nông nghiệp và chăn nuôi với tên gọi “Chương trình thu hoạch”. Theo đó, Chính phủ sẽ dành một khoản ngân sách tương đương với gần 60 tỷ USD nhằm hỗ trợ trang trại quy mô vừa và lớn với lãi suất ưu đãi khoảng trên dưới 8%/ năm, tập trung vào các hoạt động như: hỗ trợ chi phí sản xuất, hiện đại hóa phương tiện cơ giới trong nông nghiệp, mở rộng diện tích canh tác và chuồng trại, tu chỉnh lại các tuyến đường quốc lộ tại một số khu vực trọng điểm nông nghiệp, hiện đại hóa một số cảng biển phục vụ xuất khẩu.

- Miễn giảm, giãn hoặc cho nợ thuế nhập khẩu đối với các sản phẩm đầu vào phục vụ chế biến xuất khẩu. Các loại thuế được miễn giảm trong chương trình này như: thuế nhập khẩu, thuế đánh lên các sản phẩm công nghiệp, phí đóng góp an sinh xã hội... và kể cả thuế lưu thông hàng hóa liên bang.

Trong thương mại quốc tế, Brazil thường xuyên thặng dư thương mại với hầu hết các đối tác thương mại chính. Thời gian gần đây, do suy thoái kinh tế nên nước này càng tăng cường các biện pháp phòng vệ thương mại nhằm bảo hộ sản xuất trong nước.

Một số mặt hàng của Việt Nam đang trong diện điều tra hoặc có nhiều khả năng bị điều tra do các hiệp hội ngành hàng nước sở tại rất tích cực đề nghị Chính phủ áp dụng các biện pháp bảo hộ. Thông tư số 54 của Cục Ngoại thương, Bộ Phát triển, Công nghiệp và Ngoại thương Brazil (SE-CEX) ngày 17/10/2017 thông báo quyết định điều tra chống bán phá giá sản phẩm ống thép được phân loại có mã số HS 7306.40.00 và 7306.90.20 có nguồn gốc từ Malaysia, Thái Lan và Việt Nam. Cụ thể, đối với Việt Nam, phía Brazil sẽ điều tra 2 công ty: Inox Hòa Bình và công ty thép Vinh Long (lượng ống thép do hai công ty này xuất khẩu sang Brazil chiếm 93,8% lượng ống thép nhập khẩu của Brazil từ Việt Nam).

Đối với mặt hàng thủy sản, Brazil đang tăng cường kiểm tra, kiểm soát các loại thủy sản nhập khẩu vào nước này, đặc biệt là tiêu chuẩn an toàn thực phẩm các mặt hàng thủy sản bị giám sát chặt chẽ, một số doanh nghiệp Việt Nam đã bị cảnh báo đưa vào diện kiểm tra 100% dư lượng kháng sinh, hóa chất trong sản phẩm.

2.2.2. Chile

Quan hệ kinh tế, thương mại Việt Nam - Chile đang trên đà phát triển và đạt những kết quả tích cực. Trước khi hai nước ký kết Hiệp định Thương mại tự do Việt Nam - Chile (VCFFTA), trao đổi thương mại giữa hai bên được duy trì ổn định và có tăng trưởng khá. Năm 2013, một năm

trước khi VCFTA có hiệu lực, kim ngạch trao đổi hai chiều đã đạt gần 500 triệu USD, ở mức cao so với quan hệ thương mại của Việt Nam với các nước Mỹ Latinh khác.

Kể từ sau khi VCFTA chính thức có hiệu lực vào năm 2014, quan hệ thương mại giữa Việt Nam và Chile có bước tiến nhảy vọt, xuất nhập khẩu hai chiều tăng nhanh từ 30-50%/năm. Năm 2017, tổng kim ngạch hai chiều đạt 1,282 tỷ USD, trong đó kim ngạch xuất khẩu sang Chile đạt 999,4 triệu USD, tăng 24,1% so với năm 2016, nhập khẩu đạt 282,7 triệu USD, tăng 22,01%. Hiện Chile là thị trường xuất khẩu lớn thứ 3 của Việt Nam ở khu vực Mỹ Latinh sau Mexico và Brazil.

Các sản phẩm xuất khẩu hiện nay của Việt Nam sang Chile chủ yếu là hàng tiêu dùng như: giày dép; nguyên phụ liệu dệt, may, da, giấy; máy vi tính, sản phẩm điện tử và linh kiện; sản phẩm dệt may; hàng thủy sản; sản phẩm từ sắt thép; máy móc, thiết bị dụng cụ và phụ tùng; xi măng; dây điện và dây cáp điện; sản phẩm từ sắn; gạo; túi xách, ví, vali, mũ, ô dù; sản phẩm từ chất dẻo; sản phẩm từ gỗ; linh kiện ô tô từ 9 chỗ trở xuống...

Việt Nam nhập khẩu từ Chile chủ yếu là nguyên liệu phục vụ sản xuất hàng xuất khẩu như đồng để làm dây và cáp điện, gỗ rừng trồng để sản xuất đồ gỗ, bột cá để chế biến thức ăn gia súc, gia cầm và nuôi tôm cá, bột giấy. Ngoài ra, Việt Nam cũng nhập khẩu một số sản phẩm khác như rượu vang, hoa quả tươi, thịt gia cầm. Các mặt hàng xuất khẩu của Chile vào thị trường Việt Nam tăng trung bình 37%/năm trong vòng 5 năm qua.

Về cơ cấu kinh tế, xuất nhập khẩu của Việt Nam và Chile có ít mặt hàng cạnh tranh nhau, chủ yếu có tính bổ sung cho nhau. VCFTA đã mang lại những cơ hội to lớn cho tăng trưởng thương mại giữa hai nước. Các mặt hàng như giày dép, quần áo, đồ gỗ, cà phê của Việt Nam cũng như cá hồi, nho, sê-ri, gỗ thông và bột giấy của Chile sẽ tiếp tục tăng kim ngạch do được giảm thuế nhập khẩu. Ngoài ra, Việt Nam còn được kỳ vọng là cửa ngõ cho hàng hóa Chile thâm nhập thị trường ASEAN và Chile là cửa ngõ cho hàng Việt Nam vào Mỹ Latinh.

VCFTA và các yếu tố tác động đến xuất khẩu của Việt Nam

Năm 2014, kể từ khi thực thi VCFTA, các Tổ chức cấp C/O được Bộ Công Thương ủy quyền đã cấp 6129 bộ C/O mẫu VC sang Chile, đạt 186 triệu USD, chiếm 35,6% kim ngạch xuất khẩu sang Chile. Do công tác tuyên truyền tốt tới các doanh nghiệp Việt Nam, năm 2017 số lượng C/O mẫu VC cấp đã tăng lên 14.455 bộ, đạt 684,7 triệu USD. Hiện tỷ lệ tận dụng C/O mẫu VC là cao nhất so với các mẫu C/O ưu đãi khác (69%).

Theo cam kết VCFTA, việc xây dựng trang thông tin điện tử đăng tải một số thông tin cơ bản của C/O mẫu VC do nước xuất khẩu cấp (số tham

chiếu, mã HS, mô tả hàng hóa, ngày cấp, số lượng và tên người xuất khẩu) để kiểm tra tính xác thực C/O và việc chỉ thông báo mẫu con dấu của Tổ chức cấp C/O (thay vì thông báo cả mẫu con dấu và chữ ký đang áp dụng đối với một số mẫu C/O ưu đãi) đã giúp giảm tải thủ tục thông báo mẫu con dấu, chữ ký và công tác hậu kiểm về xuất xứ hàng hóa, tạo thuận lợi cho các bên tham gia hoạt động xuất nhập khẩu.

Để thực thi hiệu quả VCFTA, Việt Nam đã đề nghị Cơ quan chức năng Chile cập nhật đầu mối cụ thể về lĩnh vực thực thi xuất xứ hàng hóa liên quan đến hợp tác trao đổi số liệu kim ngạch thương mại hai chiều, tỷ lệ tận dụng C/O mẫu VC hai chiều, giải quyết vấn đề con dấu của Tổ chức cấp C/O và xác minh xuất xứ hàng hóa.

2.2.3. Argentina

Từ năm 1998 về trước, Việt Nam luôn xuất siêu sang Argentina, nhưng từ 1999 đến nay luôn nhập siêu, nguyên nhân chủ yếu do cuộc suy thoái và khủng hoảng kinh tế mà Argentina hứng chịu từ 2000 đến 2002, và gần đây nhất là giai đoạn 2012-2014 làm giảm khả năng thanh toán và giảm nhu cầu tiêu thụ trong nước. Mặc dù vậy, tình hình này đang được cải thiện dần và trao đổi thương mại song phương liên tục gia tăng trong những năm gần đây. Argentina luôn là thị trường cung cấp nguồn hàng nhập khẩu cho các doanh nghiệp Việt Nam lớn thứ hai ở khu vực Châu Mỹ, chỉ sau Hoa Kỳ.

Năm 2017, tổng kim ngạch thương mại hai chiều giữa Việt Nam với Argentina đạt 3,03 tỷ USD, giảm 0,35% so với năm 2016. Trong đó, xuất khẩu đạt 481,7 triệu USD (tăng 30,69%); nhập khẩu đạt 2,55 tỷ USD (giảm 4,63%). Việt Nam tiếp tục nhập siêu từ Argentina với mức nhập siêu đạt 2,07 tỷ USD, giảm 10% so với mức nhập siêu của năm 2016.

Các mặt hàng xuất khẩu chủ yếu của Việt Nam sang Argentina trong năm 2017 lần lượt là: giày dép; nguyên phụ liệu dệt, may, da, giày; dệt may; vải màn, vải kỹ thuật khác; cao su; sản phẩm gốm, sứ.

Các mặt hàng nhập khẩu chủ yếu của Việt Nam từ Argentina gồm có: thức ăn gia súc và nguyên liệu; ngô; nguyên phụ liệu dệt, may, da, giày; dầu, mỡ động thực vật; dược phẩm; bông; gỗ và sản phẩm gỗ; đậu tương.

IV. THỊ TRƯỜNG CHÂU PHI

1. Tình hình xuất nhập khẩu chung

Châu Phi gồm có 55 quốc gia, là thị trường có nhiều tiềm năng để phát triển quan hệ kinh tế thương mại và hợp tác công nghiệp với Việt Nam. Mặc dù còn nghèo, có sự chênh lệch lớn giữa các nước kinh tế phát triển và các nước nghèo nhưng nhờ có nguồn thu từ xuất khẩu nhiều loại tài nguyên quý và dân số đông nên Châu Phi hiện là thị trường có sức mua khá mạnh.

Năm 2017, kim ngạch xuất khẩu hàng hóa của Việt Nam tới Châu Phi đạt 2,1 tỷ USD, giảm 3,4% so với năm 2016 và nhập khẩu đạt 1,35 tỷ USD, tăng 29%. Trong đó đáng chú ý nhất là xuất khẩu sang Togo đạt kim ngạch tăng trưởng rất mạnh, tăng 91,4% so với năm 2016. Ngoài ra còn có Ai Cập, Algeria, Bờ Biển Ngà, Tanzania và Senegal là các thị trường mà Việt Nam xuất khẩu hàng hóa tới thị trường này đạt kết quả tăng trưởng tốt. Còn lại hầu hết các thị trường xuất khẩu khác của Việt Nam thuộc khu vực này đều giảm so với năm trước.

Cơ cấu mặt hàng xuất khẩu sang Châu Phi còn hẹp và đơn điệu, nếu không tính các nhóm hàng xuất khẩu của khối doanh nghiệp FDI thì chỉ tập trung vào một số mặt hàng như nông sản, thủy sản, giày dép, dệt may,... Gạo chiếm trên 16% tổng kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam sang Châu Phi (Algeria, Bờ Biển Ngà, Ghana, Mozambique, Senegal,...) Đứng thứ hai cà phê, chiếm 6,5% với các thị trường chủ yếu gồm Algeria, Ai Cập, Nam Phi, Ma-rốc, Tunisia... Đứng thứ ba là mặt hàng thủy sản, chiếm 3,5% với các thị trường Algeria, Ai Cập, Nam Phi... Hiện nay, cơ cấu hàng thủy sản xuất khẩu của Việt Nam sang Châu Phi ngày càng đa dạng do nhu cầu thị trường ngày càng lớn, yêu cầu về chất lượng và đòi hỏi về mẫu mã không quá khắt khe. Cá tra đang là mặt hàng thủy sản được ưa chuộng tại lục địa này, trong đó các thị trường tiêu thụ lớn nhất là Ai Cập, Algeria, Tunisia... Tiếp đến là giày dép tại các thị trường Bờ Biển Ngà, Ma-rốc, Nam Phi...

Bên cạnh các mặt hàng nông sản xuất khẩu thô và qua trung gian như gạo, chè, cà phê, hạt tiêu, cơm dừa, thủy sản..., đã có nhiều mặt hàng công nghiệp có giá trị cao được xuất sang Châu Phi như điện thoại di động, máy vi tính, sản phẩm điện tử và linh kiện, dệt may, giày dép, máy móc thiết bị, vật liệu xây dựng (sắt thép, xi măng), phân bón, hóa chất, linh kiện ô tô, xe máy... Một số mặt hàng tiêu dùng khác có kim ngạch nhỏ nhưng có nhiều triển vọng đẩy mạnh xuất khẩu sang Châu Phi trong thời gian tới như: kem đánh răng, nước uống đóng chai, túi xách, sữa và sản phẩm sữa, bia uống, dao cạo và lưỡi dao cạo...

Trong thời gian tới, một số mặt hàng có khả năng đẩy mạnh xuất khẩu sang thị trường các nước Châu Phi gồm có gạo, thủy sản, cà phê, hạt tiêu, dệt may, giày dép, sản phẩm cơ khí, phân bón, hóa chất.

Một số khó khăn khi kinh doanh tại thị trường Châu Phi

i) Tình hình chính trị xã hội của các nước Châu Phi mặc dù có nhiều tiến bộ với xu thế chung là đi dần vào ổn định nhưng tại từng quốc gia vẫn tồn tại nhiều mâu thuẫn, xung đột nội bộ tiềm ẩn có nguy cơ bùng phát bất cứ lúc nào.

ii) Nền kinh tế của nhiều quốc gia Châu Phi bị suy thoái, giá dầu giảm dẫn đến thu ngoại tệ giảm; Chính phủ một số nước đưa ra một số biện pháp kỹ thuật nhằm hạn chế nhập khẩu (như tại Ai Cập, Algeria, Sudan, Nam Phi, Angola...).

iii) Thủ tục hành chính rườm rà, cơ sở hạ tầng kém phát triển, chi phí thương mại, đầu tư cao dẫn đến sự kém hiệu quả trong các hoạt động kinh doanh thương mại.

iv) Mặc dù có dân số đông và diện tích lớn nhưng thị trường Châu Phi có sức mua thấp, khoảng cách phân hoá giàu nghèo rất lớn và trình độ phát triển rất khác nhau giữa các thị trường.

v) Sự cạnh tranh quyết liệt từ Trung Quốc và Ấn Độ tại thị trường Châu Phi thời gian gần đây. Các doanh nghiệp Trung Quốc chấp nhận bán hàng trả chậm, trong khi đó các doanh nghiệp Việt Nam thường yêu cầu thanh toán ngay, khiến nhiều đối tác chuyển hướng sang lựa chọn nhập khẩu từ Trung Quốc.

vi) Mức độ bảo hộ sản xuất trong nước đối với những ngành nghề sử dụng nhiều lao động tại các nước Châu Phi khá cao (bao gồm các biện pháp thuế quan và phi thuế quan), ảnh hưởng đến quan hệ thương mại và đầu tư, đặc biệt là chính sách thay thế nhập khẩu, bảo hộ các ngành sản xuất kém hiệu quả trong nước bằng mức thuế nhập khẩu cao...

2. Xuất nhập khẩu với một số thị trường

2.1. Nam Phi

Hiện nay, Nam Phi là thị trường xuất khẩu lớn nhất của Việt Nam tại Châu Phi. Kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam sang Nam Phi năm 2017 đạt gần 751,6 triệu USD, giảm 13,5%; kim ngạch nhập khẩu của Việt Nam từ quốc gia này đạt 242,3 triệu USD, tăng 62% so với năm 2016.

Các mặt hàng xuất khẩu chủ yếu của Việt Nam tới thị trường Nam Phi bao gồm: điện thoại di động, máy vi tính, sản phẩm điện tử và linh kiện, giấy dếp, máy móc, thiết bị, dụng cụ và phụ tùng, ...

Các mặt hàng Việt Nam nhập khẩu có kim ngạch lớn từ Nam Phi gồm chất dẻo nguyên liệu, kim loại thường; hàng rau quả; nguyên phụ liệu dệt, may, da, giày; sản phẩm hóa chất...

Những khó khăn trong hoạt động thương mại giữa Việt Nam và Nam Phi

- Tình trạng bất ổn chính trị trước thêm bầu cử 2018 khiến tỷ giá ngoại tệ tại Nam Phi có nhiều biến động, ảnh hưởng đến hoạt động giao thương của nước này.

- Một số mặt hàng xuất khẩu chủ đạo của Việt Nam sang Nam Phi giảm như cà phê, gạo, hạt tiêu, giấy dếp, điện thoại di động và linh kiện, hạt điều... do chính sách hạn chế nhập khẩu của Nam Phi.

2.2. Ai Cập

Năm 2017, kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam sang Ai Cập đạt 321 triệu USD, tăng 9,6% so với năm trước.

Trong cơ cấu mặt hàng xuất khẩu, các mặt hàng có giá trị kim ngạch xuất khẩu tăng trong năm 2017 gồm các mặt hàng truyền thống như cà phê; hạt tiêu; máy móc, thiết bị, dụng cụ, phụ tùng; xơ, sợi dệt các loại, dệt may... Một số mặt hàng suy giảm về kim ngạch là thủy sản, phương tiện vận tải và phụ tùng, sắt thép các loại.

Kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam sang Ai Cập hiện đang chịu những tác động tiêu cực từ một số yếu tố cơ bản: (i) sự khan hiếm ngoại tệ trầm trọng ảnh hưởng tới vấn đề thanh toán hàng hóa nhập khẩu; (ii) lạm phát ở mức cao khiến giá cả hàng hóa nhập khẩu đắt đỏ, nhu cầu sụt giảm; (iii) sự cạnh tranh gay gắt từ phía các doanh nghiệp Trung Quốc có tiềm lực tài chính mạnh sẵn sàng bán hàng trả chậm cho các nhà nhập khẩu Ai Cập.

Trong thời gian vừa qua, một số lô hàng xuất khẩu của Việt Nam phải tái xuất trở lại Việt Nam hoặc buộc phải giảm giá thì nhà nhập khẩu mới nhận hàng do sự chênh lệch tỷ giá quá cao (trước và sau thả nổi tỷ giá khiến nhà nhập khẩu thua lỗ lớn), giá hàng trên thị trường thế giới giảm mạnh (đặc biệt là mặt hàng hạt tiêu). Một số lô hàng thủy sản (cá basa) bị tái xuất trả về do nhiễm khuẩn cũng gây ra quan ngại đối với uy tín hàng thủy sản Việt Nam tại Ai Cập.

Nhập khẩu từ Ai Cập trong năm 2017, đạt 20,8 triệu USD, giảm 2,3% so với năm 2016. Các mặt hàng nhập khẩu tập trung vào các nhóm hàng chính nguyên phụ liệu dệt may, da giày, chất dẻo nguyên liệu, dược phẩm.

- Chính sách quản lý xuất nhập khẩu:

+ Chính sách thả nổi tỷ giá đồng bảng Ai Cập, lạm phát ở mức cao khiến giá cả hàng hóa nhập khẩu đắt đỏ, nhu cầu sụt giảm mạnh và sự khó khăn về ngoại tệ thanh toán của Ai Cập tiếp tục ảnh hưởng tới xuất khẩu của Việt Nam sang thị trường Ai Cập.

+ Ai Cập bắt đầu triển khai mạnh mẽ chiến lược xuất khẩu, phấn đấu đạt kim ngạch 34 tỷ USD vào năm 2020 với trọng tâm hỗ trợ xuất khẩu các mặt hàng xi-măng, rau quả, quần áo, vật liệu xây dựng, hóa chất và các sản phẩm cơ khí và điện tử. Thị trường Châu Phi được xác định là trọng tâm trong giai đoạn này của Ai Cập. Các biện pháp thực hiện chiến lược này tập trung vào các công tác xúc tiến thương mại, tín dụng xuất khẩu và tín dụng cho các doanh nghiệp vừa và nhỏ.

+ Chính phủ Ai Cập đã thực hiện chính sách miễn thuế nhập khẩu đường thô từ ngày 1/1/2017 đến ngày 31/12/2017 nhằm gia tăng nguồn cung, hạ giá bán.

+ Ai Cập đã áp thuế chống bán phá giá tạm thời đối với thép nhập khẩu từ Trung Quốc, Thổ Nhĩ Kỳ và Ukraina trong thời hạn 4 tháng bắt đầu từ tháng 6/2017 nhằm bảo vệ ngành sản xuất thép nội địa. Mức thuế mới cho sản phẩm thép cường lực nhập từ Trung Quốc là 17%, Thổ Nhĩ Kỳ từ 10%-19% và Ukraina là 15%-27%. Sản lượng thép cường lực sản xuất của Ai Cập hiện đạt khoảng 7 triệu tấn/năm.

2.3. Nigeria

Năm 2017, kim ngạch song phương đạt 517,2 triệu USD. Các mặt hàng xuất khẩu chủ yếu của Việt Nam sang Nigeria gồm điện thoại di động và linh kiện, dệt may, linh kiện, phụ tùng xe máy..., các mặt hàng nhập khẩu chủ yếu là hạt điều (chiếm 84,8%), gỗ và sản phẩm gỗ, hàng rau quả, hạt vừng...

Nigeria có dân số đông trên 186 triệu người, là thị trường lớn thứ 2 tại Châu Phi nhưng sản xuất hàng tiêu dùng chưa đáp ứng được nhu cầu trong nước trong đó có nhiều mặt hàng là thế mạnh của Việt Nam. Những mặt hàng Việt Nam có thể đẩy mạnh xuất khẩu vào thị trường này là các mặt hàng tiêu dùng, lương thực thực phẩm, đặc biệt là gạo, hàng dệt may, các sản phẩm thủ công mỹ nghệ, cà phê, chè, máy móc, thiết bị...

Ngược lại, Việt Nam có thể nhập khẩu một số mặt hàng mà Nigeria có thế mạnh trên cơ sở giá cả và chất lượng hợp lý như nhựa, nguyên liệu, hạt điều thô, gỗ, bông...

Mặc dù nhu cầu nhập khẩu gạo của Nigeria rất lớn nhưng gạo của Việt Nam chưa xâm nhập được thị trường này do mức thuế nhập khẩu của Nigeria đối với mặt hàng gạo rất cao, cộng tổng các loại thuế và phí có thể lên tới 80%. Mặt khác, tình trạng buôn lậu gạo qua đường tiểu ngạch từ các nước lân cận sang Nigeria diễn ra khá phổ biến, đặc biệt là từ Ghana và Benin do có sự chênh lệch lớn về thuế nhập khẩu nên gạo xuất khẩu qua đường chính thống của Việt Nam không thể cạnh tranh về giá.

Tình trạng giá dầu đứng ở mức thấp khiến nguồn thu ngoại tệ giảm mạnh buộc nước này phải siết chặt chính sách ngoại tệ đã gây rất nhiều khó khăn cho các nhà nhập khẩu Nigeria. Doanh nghiệp Nigeria không có cơ hội tiếp cận nguồn ngoại tệ chính thức từ ngân hàng, trong khi tỷ giá tại thị trường tự do lại quá cao và nguồn cung lại không phải lúc nào cũng sẵn có.

2.4. Ghana

Ghana chỉ có 25 triệu dân nhưng lại là nước có vị trí địa lý thuận lợi về giao thông đường biển, đường bộ, cũng như có nhiều chính sách ưu đãi trong nhập khẩu hàng hóa, hợp tác đầu tư. Ghana được đánh giá là cửa ngõ trung chuyển các mặt hàng tới các nước của khu vực Tây Phi như: Togo, Burkina Faso, Bờ Biển Ngà, Guinea thậm chí cả Nigeria. Ghana là một nước có an ninh chính trị ổn định, đầu tư FDI vào Ghana ngày một tăng, cơ sở hạ tầng được xây dựng nhiều nơi, đời sống kinh tế người dân ngày càng được cải thiện. Chính phủ Ghana đang có nhiều chính sách hỗ trợ để tăng cường phát triển nông nghiệp.

Tổng kim ngạch hai chiều Việt Nam - Ghana năm 2017 đạt mức 654,9 triệu USD (tăng 29,8%), trong đó xuất khẩu của Việt Nam đạt 266,9 triệu USD, giảm 11,7% và nhập khẩu đạt 388 triệu USD. Hiện nay, Ghana là thị trường xuất khẩu gạo trọng điểm lớn thứ 3 của Việt Nam sau Trung Quốc và Indonesia.



Kim ngạch xuất khẩu gạo của Việt Nam sang Ghana bắt đầu có xu hướng sụt giảm; nguyên nhân là do chính phủ Ghana đã tiến hành tăng mức thuế nhập khẩu gạo lên thành 40%. Bên cạnh đó, tỷ lệ gạo buôn lậu vào Ghana từ các nước láng giềng, đặc biệt là Bờ Biển Ngà đang ở mức cao và diễn ra thường xuyên. Hiện tại, gạo Việt Nam được bán với số lượng rất lớn tại Ghana, tuy nhiên hầu hết gạo của Việt Nam không xuất khẩu trực tiếp tới nhà nhập khẩu của Ghana mà phải thông qua các công ty trung gian quốc tế có đặt chi nhánh tại Việt Nam.

Ngoài mặt hàng gạo, Việt Nam xuất khẩu sang Ghana các nhóm hàng chính khác như: sắt thép các loại, hàng dệt may, phân bón, sản phẩm hóa chất, bánh kẹo và sản phẩm ngũ cốc, ... Việt Nam nhập khẩu từ Ghana chủ yếu là nguyên liệu thô gồm hạt điều và gỗ tự nhiên.

2.5. Tanzania

Về quan hệ thương mại song phương, trao đổi thương mại giữa hai nước có sự tăng trưởng trong những năm gần đây. Năm 2017, kim ngạch xuất nhập khẩu sang Tanzania đạt 334 triệu USD. Kim ngạch xuất khẩu đạt 29,1 triệu USD, tăng 1,8% so với năm 2016 với các mặt hàng chủ yếu là sản phẩm dệt may, gạo, dây điện và dây cáp điện, máy móc, thiết bị, dụng cụ và phụ tùng,... Việt Nam nhập khẩu từ Tanzania đạt 304,9 triệu USD, sản phẩm chủ yếu là hạt điều, gỗ và sản phẩm gỗ.

Tanzania có nhu cầu nhập khẩu lớn đối với các mặt hàng thế mạnh của Việt Nam như sản phẩm dệt may, gạo, sợi và cáp điện, clanhke, phân bón các loại, máy móc thiết bị, dụng cụ, phụ tùng, linh kiện, máy vi tính, công nghệ chế biến hạt điều. Ngược lại, đây cũng là thị trường mà Việt Nam có thể tăng cường nhập khẩu một số nguyên liệu đầu vào với giá cả hợp lý như bông, gỗ tẻch, hạt điều phục vụ hoạt động chế biến, xuất khẩu.

Những năm gần đây, Tanzania được IMF, WB và các nước tài trợ giúp về tài chính để cải thiện cơ sở hạ tầng, phát triển kinh tế. Các cuộc cải cách trong hệ thống ngân hàng giúp Tanzania thu hút đầu tư và thúc đẩy tăng trưởng trong lĩnh vực tư nhân. Với sự giúp đỡ của các nhà tài trợ và các chính sách kinh tế vĩ mô chắc chắn, nền kinh tế Tanzania có những bước tiến đáng kể, tỷ lệ tăng trưởng thuộc nhóm nước cao nhất thế giới, đời sống nhân dân được cải thiện, nhu cầu nhập khẩu hàng hoá ngày một gia tăng.

Mặt khác, Tanzania là thị trường chưa đặt ra nhiều yêu cầu khắt khe về chất lượng sản phẩm hay về mẫu mã, vệ sinh, hàng rào kỹ thuật như tại các quốc gia khu vực thị trường khác.

2.6. Algeria

Algeria là thị trường xuất khẩu lớn thứ 3 của Việt Nam tại Châu Phi sau Nam Phi, Ai Cập. Kim ngạch thương mại hai chiều đạt 284,6 triệu USD, tăng 3,9% so với năm 2016. Trong đó, Việt Nam xuất khẩu sang Algeria khoảng 280,9 triệu USD, tăng 3,5% so với năm trước. Các mặt hàng xuất khẩu chính gồm: cà phê, điện thoại và linh kiện, gạo, sản phẩm sắt thép, hạt tiêu, máy móc, thiết bị, dụng cụ và phụ tùng, thủy sản...

Kim ngạch nhập khẩu của Việt Nam từ Algeria chỉ đạt 3,7 triệu USD với các mặt hàng giấy phế liệu, dược phẩm, thức ăn gia súc và nguyên liệu và một số hàng hóa khác. Việt Nam tiếp tục xuất siêu gần như tuyệt đối sang Algeria.

- Chính sách quản lý xuất nhập khẩu:

Algeria áp dụng việc cấp giấy phép và hạn ngạch xuất nhập khẩu đối với hàng hóa; nhằm mục đích quản lý chặt chẽ xuất nhập khẩu, nguồn tài nguyên, cân bằng cán cân thanh toán, quản lý nguyên liệu sản xuất, tiêu dùng, ... Đây cũng là biện pháp quản lý hành chính đối với hoạt động xuất nhập khẩu.

Để quản lý thanh toán hàng nhập khẩu, Algeria quy định bắt buộc các doanh nghiệp phải kê khai qua mạng (theo trang web của ngân hàng) và phải được ngân hàng xét duyệt trước khi thanh toán. Đối với các lô hàng thanh toán bằng phương thức nhờ thu (D/P hoặc CAD), Algeria quy định nhà nhập khẩu phải trình giấy báo hàng đến cảng mới được thanh toán.

2.7. Bờ Biển Ngà

Bờ Biển Ngà là một trong những đối tác thương mại lớn của Việt Nam ở Châu Phi. Trong giai đoạn 2012-2017, tổng kim ngạch trao đổi thương mại giữa hai nước có sự tăng trưởng mạnh, từ 310 triệu USD năm 2012 lên hơn 1 tỷ USD năm 2016. Trong đó, Việt Nam xuất khẩu sang Bờ Biển Ngà đạt 126,2 triệu USD và nhập khẩu từ thị trường này đạt 892 triệu USD.

Về cơ cấu hàng hóa, các mặt hàng xuất khẩu chính của Việt Nam sang Bồ Biển Nga bao gồm gạo (chiếm 70,9% tổng kim ngạch xuất khẩu), giày dép, máy móc, thiết bị, dụng cụ và phụ tùng, thủy sản. Bồ Biển Nga là nước cung cấp các nguyên liệu đầu vào quan trọng cho Việt Nam, chủ yếu là hạt điều thô (chiếm tới 93% tổng giá trị nhập khẩu) và bông.

V. THỊ TRƯỜNG CHÂU ĐẠI DƯƠNG

1. Tình hình xuất nhập khẩu chung

Trong năm 2017, kim ngạch xuất nhập khẩu của Việt Nam với các thị trường khu vực Châu Đại Dương đạt 7,4 tỷ USD tăng 22,7% so với năm 2016. Trong đó, xuất khẩu của Việt Nam sang khu vực này đạt 3,8 tỷ USD, tăng 16,5% so với năm 2016 và nhập khẩu từ khu vực này đạt 3,6 tỷ USD, tăng 29,9%.

2. Xuất nhập khẩu với một số thị trường quan trọng

2.1. Australia

Trong năm 2017, kim ngạch xuất nhập khẩu của Việt Nam với Australia đạt 6,46 tỷ USD, tăng 22,2% so với năm 2016. Trong đó, xuất khẩu của Việt Nam sang Australia đạt xấp xỉ 3,3 tỷ USD, tăng 15,1%. Nhập khẩu của Việt Nam từ Australia đạt 3,17 tỷ USD, tăng 30,5%.

Về xuất khẩu, các mặt hàng xuất khẩu quan trọng sang thị trường Australia đều có mức tăng trưởng khá tích cực, gồm: điện thoại và linh kiện (618,5 triệu USD, tăng 7,8%), máy vi tính, sản phẩm điện tử và linh kiện (397 triệu USD, tăng 14,3%), giày dép (225 triệu USD, tăng 7,8%), dệt may, hạt điều, cà phê, hạt tiêu. Các mặt hàng vẫn còn tiềm năng xuất khẩu sang Australia mặc dù hiện nay kim ngạch chưa cao gồm: nông sản (hoa quả tươi), thủy sản, giày dép, hàng dệt may, máy vi tính và linh kiện, máy móc, thiết bị và phụ tùng,...

Về nhập khẩu, các mặt hàng Việt Nam nhập khẩu từ Australia chủ yếu là các mặt hàng phục vụ sản xuất công nghiệp và ngành năng lượng trong nước. Năm 2017 các mặt hàng này có sự tăng trưởng mạnh như kim loại thường khác (628 triệu USD tăng 30,6%), than đá (469,7 triệu USD, tăng 45%), ngoài ra có lúa mì (424 triệu USD, tăng 10,3%) và bông (296 triệu USD, tăng 64,3%).

2.2. New Zealand

Năm 2017, tổng kim ngạch xuất nhập khẩu Việt Nam - New Zealand đạt 907,6 triệu USD, tăng 26,6% so với năm 2016.

Trong đó, xuất khẩu sang New Zealand đạt 458,6 triệu USD, tăng 27,4%. Động lực tăng trưởng nằm ở các mặt hàng như: cà phê (đạt 2,36

triệu USD, tăng 61,1%), điện thoại và linh kiện (đạt 168,4 triệu USD, tăng 41,2%), hạt điều (đạt 28,7 triệu USD, tăng 36,3%), dệt may (đạt 19,4 triệu USD, tăng 18,8%), máy vi tính, sản phẩm điện tử và linh kiện (đạt 56,2 triệu USD, tăng 38,9%), sản phẩm chất dẻo (đạt 11,2 triệu USD, tăng 21,7%), máy móc, thiết bị, dụng cụ, phụ tùng khác (đạt 29,6 triệu USD, tăng 180,5%).

Nhập khẩu từ New Zealand đạt 449 triệu USD, tăng 25,8% so với năm 2016. Nguyên nhân là do một số mặt hàng có sự tăng trưởng mạnh như: phế liệu sắt thép (đạt 26,5 triệu USD, tăng 145,5%); gỗ và sản phẩm gỗ (đạt 60,8 triệu USD, tăng 8,4%); sắt thép (đạt 6,25 triệu USD, tăng 82,1%); sữa và sản phẩm sữa (đạt 232,8 triệu USD, tăng 26,2%); rau quả (đạt 31 triệu USD, tăng 41,6%).

Các mặt hàng có nhiều tiềm năng xuất khẩu sang New Zealand là: cà phê (cà phê hạt, cà phê chế biến); hạt điều; dệt may; giày dép; tôm đông lạnh, cá tra fillet đông lạnh. Hiện Việt Nam là nhà cung cấp tôm đông lạnh lớn nhất cho New Zealand, xếp trên Trung Quốc và Thái Lan.

Hàng hóa xuất khẩu sang New Zealand phải chịu chi phí vận chuyển cao do có khoảng cách địa lý xa, vận chuyển hàng hoá đường biển phải trung chuyển qua nước thứ ba, do vậy khó cạnh tranh về giá so với các sản phẩm rẻ hơn của Trung Quốc, Ấn Độ.

Điều kiện trao đổi đoàn doanh nghiệp, các cơ hội tiếp xúc trực tiếp để mở rộng hiểu biết về thị trường, khách hàng còn hạn chế. Cùng với quy định chặt chẽ về chất lượng hàng hóa của thị trường, doanh nghiệp Việt Nam vẫn còn có tâm lý e ngại trong việc sang khảo sát, thâm nhập thị trường New Zealand.

2.3. Chính sách quản lý nhập khẩu của Australia và New Zealand

Australia và New Zealand là hai quốc gia đặt ra nhiều quy định kiểm dịch hết sức khắt khe và chặt chẽ đối với các mặt hàng nông thủy sản của Việt Nam.

Đối với mặt hàng tôm tươi và tôm đông lạnh, là thế mạnh của tôm Việt Nam hiện nay gặp nhiều khó khăn về hàng rào kỹ thuật của Australia như hàng rào kỹ thuật kiểm dịch virus đốm trắng (white spot) và đầu vàng (yellow head), hoặc dự luật dán nhãn xuất xứ trong thực đơn nhà hàng, dự luật cảnh báo thực phẩm nhập khẩu.

Đối với mặt hàng nông sản, đặc biệt là rau quả, trái cây như quả vải, các yêu cầu về nhập khẩu do các thị trường Australia và New Zealand đặt ra vẫn rất cao và chặt chẽ, do đó năng lực của các doanh nghiệp xuất khẩu trong nước còn nhiều hạn chế về kỹ thuật nên khó thực hiện được các khâu xử lý (như chiếu xạ), chế biến theo chuẩn của Australia và New Zealand đặt ra, vì vậy chưa đáp ứng được các điều kiện nhập khẩu cao của hai thị trường này.



Các mặt hàng nông, lâm, thủy sản nhập khẩu vào thị trường New Zealand đều phải qua giám định chất lượng rất chặt chẽ. Cho đến nay, New Zealand mới cấp phép nhập khẩu cho quả xoài (2011) và thanh long (2013). Các mặt hàng thanh long, cá tra không có đối thủ cạnh tranh tại thị trường New Zealand tuy nhiên đây là những mặt hàng chưa phổ biến đối với người tiêu dùng nên còn hạn chế về tiêu thụ.

Ngoài ra, dung lượng thị trường New Zealand nhỏ, đặc biệt là các hàng nông sản qua chế biến như sản phẩm từ gạo, rau quả khô, đông lạnh, đồ hộp... còn Australia là nước nông nghiệp phát triển, ưa chuộng các sản phẩm organic nên việc mở rộng thị phần xuất khẩu hàng nông sản sang Australia ít có tiềm năng. Bên cạnh đó, Việt Nam gặp nhiều khó khăn và sự cạnh tranh lớn từ các đối thủ nước ngoài tại về mẫu mã, chất lượng và độ phong phú về chủng loại.

Một số thông tin cụ thể:

(i) Australia tạm ngừng nhập khẩu tôm chưa nấu chín

Bộ Nông nghiệp và Tài nguyên nước Australia đã áp dụng lệnh tạm ngừng nhập khẩu đối với mặt hàng tôm chưa nấu chín (do dịch bệnh đốm trắng bùng phát tại Australia) trong thời gian từ ngày 9/1/2017 đến ngày 7/7/2017.

Trong năm 2017, Bộ Công Thương đã tích cực phối hợp với Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn tổ chức làm việc với các cơ quan hữu quan của phía Australia để phản đối và đề nghị phía Australia dỡ bỏ lệnh tạm ngừng nhập khẩu tôm chưa nấu chín. Trước phản ứng mạnh mẽ của phía Việt Nam, Australia đã chính thức chấm dứt lệnh tạm ngừng nhập khẩu nói trên từ ngày 7/7/2017 và thông báo điều kiện nhập khẩu mới chặt chẽ hơn trước. Hai Bên đã tích cực phối hợp về kỹ

thuật để nối lại hoạt động thương mại an toàn đối với tôm và các sản phẩm tôm chưa nấu chín.

(ii) Xuất khẩu trái cây tươi sang Australia

Rau quả được nhập khẩu vào Australia phải trải qua Quy trình Phân tích rủi ro nhập khẩu do Cơ quan An toàn sinh học Australia tiến hành. Tính tới nay, Việt Nam có 3 mặt hàng trái cây tươi được phép nhập khẩu vào thị trường Australia: quả vải (tháng 5/2015), quả xoài (tháng 9/2016), quả thanh long (ngày 24/8/2017).

(iii) Xuất khẩu trái cây tươi sang New Zealand

Đối với mặt hàng trái cây xuất khẩu sang New Zealand, thì đây không phải là thị trường mà Việt Nam kỳ vọng xuất khẩu được nhiều, vì New Zealand là nước mạnh về nông nghiệp và là một thị trường khó tính bậc nhất thế giới, nhưng nếu được New Zealand chấp nhận, trái cây Việt Nam sẽ dễ dàng xuất khẩu sang nhiều thị trường tiềm năng khác.

Mặt hàng trái cây tươi muốn nhập khẩu vào New Zealand phải thông qua Tiêu chuẩn về An toàn cho Sức khỏe trong hoạt động nhập khẩu (Import Health Standard - IHS). Cho đến nay, New Zealand mới cấp phép nhập khẩu cho quả xoài (2011) và thanh long (2013) của Việt Nam.

Năm 2016, Việt Nam đã tiến hành các thủ tục đề xuất mặt hàng chôm chôm Việt Nam được thông qua bởi IHS nhằm xuất khẩu mặt hàng này sang New Zealand. Hiện nay, chôm chôm Việt Nam đã kết thúc phần đánh giá an toàn hàng nhập khẩu và đang trong thời gian đàm phán kế hoạch nhập khẩu giữa Bộ Nông nghiệp hai nước, hy vọng Việt Nam sẽ sớm bắt đầu xuất khẩu được mặt hàng này sang New Zealand từ năm 2018. Sau mặt hàng chôm chôm, phía Việt Nam sẽ nộp hồ sơ tiếp cho các mặt hàng nhãn, vú sữa, bưởi để xuất khẩu sang New Zealand trong thời gian tới.

CHƯƠNG V:
**CHÍNH SÁCH,
CƠ CHẾ
XUẤT NHẬP KHẨU**



I. VĂN BẢN QUY PHẠM PHÁP LUẬT VỀ XUẤT NHẬP KHẨU

1. Một số văn bản quy phạm pháp luật liên quan đến xuất nhập khẩu năm 2017

Trong năm 2017, nhiều văn bản quy phạm pháp luật (VBQPPL) liên quan đến lĩnh vực xuất nhập khẩu đã được ban hành mới hoặc sửa đổi, bổ sung để phù hợp với thực tiễn cũng như yêu cầu quản lý của nhà nước, cụ thể:

1.1. Luật

- Luật Chuyển giao công nghệ số 07/2017/QH14 ngày 19/6/2017.
- Luật Quản lý ngoại thương số 05/2017/QH14 ngày 12/6/2017.
- Luật Quản lý, sử dụng vũ khí, vật liệu nổ và công cụ hỗ trợ số 14/2017/QH14 ngày 20/6/2017.

1.2. Nghị định

- Nghị định số 39/2017/NĐ-CP ngày 4/4/2017 của Chính phủ về quản lý thức ăn chăn nuôi, thủy sản.

- Nghị định số 40/2017/NĐ-CP ngày 5/4/2017 của Chính phủ về quản lý sản xuất, kinh doanh muối.

- Nghị định số 54/2017/NĐ-CP ngày 8/5/2017 của Chính phủ quy định chi tiết một số điều và biện pháp thi hành Luật dược.

- Nghị định số 55/2017/NĐ-CP ngày 9/5/2017 của Chính phủ về quản lý nuôi, chế biến và xuất khẩu sản phẩm cá tra.

- Nghị định số 66/2017/NĐ-CP ngày 19/5/2017 của Chính phủ quy định điều kiện kinh doanh thiết bị, phần mềm ngụy trang dùng để ghi âm, ghi hình, định vị.

- Nghị định số 105/2017/NĐ-CP ngày 14/9/2017 của Chính phủ về kinh doanh rượu.

- Nghị định số 106/2017/NĐ-CP ngày 14/9/2017 của Chính phủ sửa đổi, bổ sung một số điều của Nghị định số 67/2013/NĐ-CP ngày 27 tháng 9 năm 2013 của Chính phủ quy định chi tiết một số điều và biện pháp thi hành Luật phòng, chống tác hại của thuốc lá về kinh doanh thuốc lá.

- Nghị định số 108/2017/NĐ-CP ngày 20/9/2017 của Chính phủ về quản lý phân bón.

- Nghị định số 116/2017/NĐ-CP ngày 17/10/2017 của Chính phủ quy định điều kiện sản xuất, lắp ráp, nhập khẩu và kinh doanh dịch vụ bảo hành, bảo dưỡng ô tô.

- Nghị định số 163/2017/NĐ-CP ngày 30/12/2017 của Chính phủ quy định về kinh doanh dịch vụ logistics.

1.3. Thông tư

- Thông tư số 01/2017/TT-BCT ngày 24/1/2017 của Bộ trưởng Bộ Công Thương quy định việc áp dụng hạn ngạch thuế quan nhập khẩu thuốc lá nguyên liệu và trứng gia cầm có xuất xứ từ các nước thành viên của Liên minh Kinh tế Á Âu năm 2017, 2018 và 2019.

- Thông tư số 03/2017/TT-BCT ngày 3/3/2017 của Bộ trưởng Bộ Công Thương quy định về nguyên tắc điều hành hạn ngạch thuế quan nhập khẩu đối với mặt hàng muối, trứng gia cầm năm 2017.

- Thông tư số 04/2017/TT-BCT ngày 9/3/2017 của Bộ trưởng Bộ Công Thương sửa đổi, bổ sung Thông tư số 20/2011/TT-BCT ngày 12 tháng 5 năm 2011 của Bộ trưởng Bộ Công Thương quy định bổ sung thủ tục nhập khẩu xe ô tô chở người loại từ 09 chỗ ngồi trở xuống.

- Thông tư số 05/2017/TT-BCT ngày 21/4/2017 của Bộ trưởng Bộ Công Thương quy định về đấu giá hạn ngạch thuế quan nhập khẩu đường năm 2017.

- Thông tư số 06/2017/TT-BCT ngày 25/5/2017 sửa đổi, bổ sung Thông tư số 22/2009/TT-BCT ngày 04 tháng 8 năm 2009 của Bộ Công Thương quy định về quá cảnh hàng hóa của nước Cộng hòa Dân chủ Nhân dân Lào qua lãnh thổ nước Cộng hòa xã hội chủ nghĩa Việt Nam.

- Thông tư số 07/2017/TT-BCT ngày 29/5/2017 của Bộ trưởng Bộ Công Thương quy định cửa khẩu nhập khẩu một số mặt hàng phân bón.

- Thông tư số 11/2017/TT-BCT ngày 28/7/2017 của Bộ trưởng Bộ Công Thương quy định về hoạt động tạm nhập, tái xuất; tạm xuất, tái nhập và chuyển khẩu hàng hóa.

- Thông tư số 14/2017/TT-BCT ngày 28/8/2017 bãi bỏ Thông tư số 12/2015/TT-BCT ngày 12 tháng 6 năm 2015 của Bộ trưởng Bộ Công Thương quy định việc áp dụng chế độ cấp Giấy phép nhập khẩu tự động đối với một số sản phẩm thép.

- Thông tư số 25/2017/TT-BCT ngày 29/11/2017 của Bộ trưởng Bộ Công Thương quy định việc nhập khẩu thuốc lá nguyên liệu theo hạn ngạch thuế quan năm 2018.

- Thông tư số 21/2017/TT-BCT ngày 23/10/2017 của Bộ trưởng Bộ Công Thương ban hành Quy chuẩn kỹ thuật quốc gia về mức giới hạn hàm lượng formaldehyt và các amin thơm chuyển hóa từ thuốc nhuộm azo trong sản phẩm dệt may.

- Thông tư số 27/2017/TT-BCT ngày 6/12/2017 của Bộ trưởng Bộ Công Thương sửa đổi, bổ sung một số điều của Thông tư số 28/2015/TT-BCT ngày 20 tháng 8 năm 2015 của Bộ Công Thương quy định việc thực hiện thí điểm tự chứng nhận xuất xứ hàng hóa trong Hiệp định Thương mại hàng hóa ASEAN.

- Thông tư số 28/2017/TT-BCT ngày 8/12/2017 của Bộ trưởng Bộ Công Thương sửa đổi, bổ sung, bãi bỏ một số Thông tư trong lĩnh vực kinh doanh xăng dầu, kinh doanh dịch vụ đánh giá sự phù hợp và xuất nhập khẩu thuộc phạm vi quản lý nhà nước của Bộ Công Thương.

- Thông tư số 15/2017/TT-NHNN ngày 5/10/2017 của Thống đốc Ngân hàng nhà nước Việt Nam sửa đổi, bổ sung một số điều của Thông tư số 18/2014/TT-NHNN ngày 01 tháng 8 năm 2014 của Thống đốc Ngân hàng Việt Nam hướng dẫn hoạt động nhập khẩu hàng hóa thuộc diện quản lý chuyên ngành của Ngân hàng Nhà nước Việt Nam.

- Thông tư số 65/2017/TT-BTC ngày 27/6/2017 của Bộ trưởng Bộ Tài chính ban hành Danh mục hàng hóa xuất khẩu, nhập khẩu Việt Nam.

- Thông tư số 09/2017/TT-BXD ngày 5/6/2017 của Bộ trưởng Bộ Xây dựng hướng dẫn xuất khẩu vôi, đolômit nung.

- Thông tư số 40/2017/TT-BQP ngày 23/2/2017 của Bộ trưởng Bộ Quốc phòng công bố danh mục cụ thể hàng hóa cấm xuất khẩu, cấm nhập khẩu thuộc diện quản lý chuyên ngành của Bộ Quốc phòng theo quy định tại Nghị định số 187/2013/NĐ-CP ngày 20 tháng 11 năm 2013 của Chính phủ.

- Thông tư số 01/2017/TT-BNNPTNT ngày 16/1/2017 của Bộ trưởng Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn bổ sung Danh mục hóa chất, kháng sinh cấm nhập khẩu, sản xuất, kinh doanh và sử dụng trong thức ăn chăn nuôi gia súc, gia cầm tại Việt Nam.

2. Một số điểm mới của Luật Quản lý ngoại thương

Ngày 12/6/2017, Quốc hội khóa XIV thông qua Luật Quản lý ngoại thương, có hiệu lực từ ngày 1/1/2018.

Luật Quản lý ngoại thương điều chỉnh bao quát các công cụ quản lý ngoại thương, hướng tới mục tiêu ổn định, minh bạch, thống nhất, đáp ứng yêu cầu hội nhập kinh tế quốc tế, đồng thời đảm bảo hoạt động quản lý nhà nước về ngoại thương thuận lợi, hiệu quả, đáp ứng yêu cầu hội nhập quốc tế.

Luật Quản lý ngoại thương được xây dựng trên nguyên tắc đẩy mạnh cải cách thủ tục hành chính, khuyến khích, tạo điều kiện cho sự phát triển hoạt động ngoại thương của thương nhân và tính cạnh tranh của nền kinh tế; hoàn thiện, nâng cao hiệu lực pháp lý về các biện pháp phòng vệ thương mại, hỗ trợ ngoại thương để nâng cao sức cạnh tranh của hàng hóa Việt Nam, doanh nghiệp Việt Nam trong thời kỳ hội nhập.

Luật điều chỉnh chủ yếu công tác quản lý nhà nước về ngoại thương bao gồm: các biện pháp quản lý, điều hành hoạt động ngoại thương có liên quan đến mua bán hàng hóa quốc tế; không điều chỉnh, can thiệp vào các hoạt động cụ thể của thương nhân, giữa các thương nhân với nhau; chỉ điều chỉnh đối tượng là hàng hóa, không điều chỉnh đối tượng dịch vụ.

Luật Quản lý ngoại thương quy định một số nội dung cơ bản như sau:

(i) Về quyền tự do kinh doanh xuất khẩu, nhập khẩu và trách nhiệm quản lý nhà nước về ngoại thương

Luật khẳng định quyền tự do kinh doanh xuất khẩu, nhập khẩu của thương nhân chỉ bị hạn chế nếu thuộc các trường hợp mà Luật quy định biện pháp cấm, tạm ngừng hoặc hạn chế xuất khẩu, nhập khẩu. Đối với thương nhân là tổ chức kinh tế có vốn đầu tư nước ngoài, thương nhân nước ngoài không có hiện diện tại Việt Nam, Luật quy định quyền, nghĩa vụ của các đối tượng này theo đúng các cam kết trong các điều ước quốc tế mà Việt Nam là thành viên. Việc quy định quyền tự do kinh doanh xuất khẩu, nhập khẩu tại Luật là phù hợp với tinh thần Hiến pháp, phù hợp với tinh thần tiến bộ của Luật Đầu tư và Điều 7 Luật Doanh nghiệp.

Về trách nhiệm quản lý nhà nước trong lĩnh vực ngoại thương, Luật quy định các nội dung quản lý nhà nước trong lĩnh vực ngoại thương theo đó giao nhiệm vụ, quyền hạn cụ thể cho Bộ Công Thương, các bộ, chính quyền địa phương phù hợp với các biện pháp quản lý quy định trong Luật này và theo nguyên tắc “một biện pháp do một cơ quan đầu mối phụ trách.”

(ii) Các biện pháp hành chính

Theo quy định tại Luật Quản lý ngoại thương, các biện pháp mang tính hạn chế quyền tự do kinh doanh xuất khẩu, nhập khẩu được quy định nhằm đảm bảo lợi ích công cộng, an ninh quốc phòng hoặc phù hợp cam kết quốc tế... phải thực hiện theo những nguyên tắc xác định trong Luật và chỉ được áp dụng đối với danh mục hàng hóa cụ thể. Những hàng hóa ngoài các danh mục này được tự do xuất khẩu, nhập khẩu. Cụ thể các biện pháp bao gồm: các biện pháp cấm xuất khẩu, tạm ngừng xuất khẩu, cấm nhập khẩu, tạm ngừng nhập khẩu; các biện pháp hạn chế xuất khẩu, nhập khẩu (gồm hạn ngạch, hạn ngạch thuế quan, chỉ định cửa khẩu, chỉ định thương nhân xuất khẩu, nhập khẩu); các biện pháp quản lý theo giấy phép, điều kiện.

Quản lý hàng hóa đối với khu vực hải quan riêng: Luật phân định rõ quan hệ xuất khẩu, nhập khẩu giữa nội địa với các khu vực hải quan riêng, giữa các khu vực hải quan riêng với nhau cũng như giữa khu vực hải quan riêng với bên ngoài lãnh thổ Việt Nam, đặc biệt là trong cải cách thủ tục hành chính đối với hàng hóa xuất khẩu, nhập khẩu để thúc đẩy giao lưu thương mại, đầu tư.

Điểm mới của Luật là quy định chỉ áp dụng một lần các biện pháp quản lý ngoại thương đối với khu vực hải quan riêng. Quy định như trên giúp giảm thiểu thủ tục hành chính cho cộng đồng doanh nghiệp hoạt động trong các khu vực hải quan riêng, đồng thời tận dụng được lợi thế của các khu vực này nhất là các khu kinh tế cửa khẩu hoặc khu kinh tế biển nơi có cửa khẩu, cảng biển thuận lợi cho hoạt động xuất nhập khẩu hàng hóa là nguồn nguyên liệu cần thiết phục vụ sản xuất.

(iii) Quản lý hoạt động ngoại thương với các nước có chung biên giới

Luật quy định khung khổ pháp lý chung về đối tượng, hoạt động, địa điểm, phương thức và chính sách ưu đãi, đặc thù của hoạt động thương mại biên giới và nguyên tắc phát huy quyền tự chủ, tự chịu trách nhiệm của chính quyền địa phương cấp tỉnh trong hoạt động thương mại biên giới, đồng thời quy định về điều hành, phối hợp quản lý hoạt động thương mại biên giới tại cửa khẩu biên giới đất liền; chính sách phát triển các hoạt động hỗ trợ thương mại tại cửa khẩu để tạo điều kiện thuận lợi, thúc đẩy các hoạt động xuất nhập khẩu hàng hóa, xuất nhập cảnh người, phương tiện vận tải qua các cửa khẩu biên giới đất liền và phát triển du lịch.

(iv) Các biện pháp kỹ thuật, kiểm dịch

Luật Quản lý ngoại thương quy định mục tiêu áp dụng và kiểm tra hàng hóa đáp ứng yêu cầu của các biện pháp kỹ thuật, kiểm dịch nhằm thực hiện mục tiêu hệ thống hóa, pháp điển hóa, minh bạch hóa các quy định của pháp luật, tạo thuận lợi tối đa cho doanh nghiệp trong hoạt động sản xuất, kinh doanh.

Điểm mới là Luật đã quy định nguyên tắc tạo thuận lợi cho hàng hóa xuất khẩu, quản lý rủi ro trong thực hiện các biện pháp và kiểm tra chuyên ngành; phân định rõ các nhóm hàng hóa với việc áp dụng các biện pháp kỹ thuật, kiểm dịch cụ thể, đảm bảo mức độ phù hợp, hài hòa giữa quản lý nhập khẩu, bảo vệ sản xuất trong nước và thúc đẩy xuất khẩu.

Bên cạnh đó, Luật đã quy định hoạt động kiểm tra chuyên ngành, trong đó quy định cụ thể đối tượng kiểm tra, cơ quan tiến hành kiểm tra và trách nhiệm của các cơ quan kiểm tra để thống nhất về cơ sở pháp lý, đối tượng, nguyên tắc, trách nhiệm của các Bộ, ngành trong thực hiện kiểm tra đối với hoạt động kiểm tra chuyên ngành đang được quy định rải rác tại nhiều văn bản quy phạm pháp luật khác nhau.

(v) Các biện pháp phòng vệ thương mại

Luật Quản lý ngoại thương pháp điển hóa, sửa đổi, bổ sung các nội dung cơ bản của 3 Pháp lệnh về phòng vệ thương mại đồng thời bổ sung nội dung mới về chống lẩn tránh các biện pháp phòng vệ thương mại, ứng phó với vụ việc do nước ngoài khởi xướng nhằm phù hợp với thông lệ quốc tế và đáp ứng yêu cầu quản lý trên thực tiễn, đảm bảo hiệu quả thực thi của các biện pháp này.

(vi) Kiểm soát khẩn cấp trong hoạt động ngoại thương

Luật Quản lý ngoại thương quy định cụ thể một số trường hợp chính cần có sự can thiệp khẩn cấp đến hoạt động xuất khẩu, nhập khẩu hàng hóa từ một hoặc một số đối tác thương mại xuất phát từ yếu tố khách quan hoặc chủ quan.

(vii) Các biện pháp phát triển hoạt động ngoại thương

Luật Quản lý ngoại thương quy định về chính sách phát triển hoạt động ngoại thương như một trong những công cụ quản lý nhà nước quan trọng nhằm hỗ trợ, thúc đẩy hoạt động ngoại thương theo cả hai chiều xuất khẩu và nhập khẩu. Theo đó, Nhà nước thúc đẩy phát triển hoạt động ngoại thương thông qua các biện pháp như: các biện pháp tín dụng, xúc tiến thương mại và các hoạt động hỗ trợ phát triển khác, với trọng điểm là xúc tiến thương mại.

Luật cũng quy định một số chính sách đặc thù trong phát triển ngoại thương đối với sản phẩm có lợi thế cạnh tranh mà trong nước sản xuất được cũng như các sản phẩm công nghệ và nguyên liệu đầu vào cần thiết phục vụ sản xuất trong nước, các doanh nghiệp vừa và nhỏ, các vùng miền núi, vùng sâu, vùng xa, vùng đồng bào dân tộc, biên giới, hải đảo, các vùng có điều kiện địa lý - kinh tế khó khăn tham gia hoạt động ngoại thương.

(viii) Giải quyết tranh chấp

Luật Quản lý ngoại thương quy định nguyên tắc giải quyết tranh chấp trong lĩnh vực ngoại thương có liên quan đến cơ quan của Chính phủ. Theo đó, nguyên tắc chung là các vụ việc có tranh chấp giữa doanh nghiệp (kể cả doanh nghiệp Nhà nước) phải được giải quyết theo thỏa thuận của các bên cũng như theo quy định trong tố tụng dân sự. Chính phủ chỉ tham gia giải quyết tranh chấp trong trường hợp liên quan đến lợi ích quốc gia, trong quan hệ giữa Chính phủ với Chính phủ theo các quy định của pháp luật quốc tế.

Luật đã có những quy định hoàn toàn mới nêu rõ trình tự, thủ tục cũng như trách nhiệm của các Bộ, ngành trong việc xây dựng phương án giải quyết tranh chấp quốc tế trong cả hai trường hợp, bao gồm việc Việt Nam bảo vệ lợi ích của mình khi bị các nước khởi kiện và việc Việt Nam chủ động khởi kiện các nước khi họ vi phạm những nghĩa vụ, cam kết gây xâm hại đến lợi ích của Việt Nam.

Căn cứ các điều, khoản mà Luật Quản lý ngoại thương giao Chính phủ quy định chi tiết, Thủ tướng Chính phủ giao Bộ Công Thương chủ trì xây dựng và trình Chính phủ ban hành 5 Nghị định quy định chi tiết Luật Quản lý ngoại thương, gồm:

- Nghị định quy định chi tiết một số điều của Luật Quản lý ngoại thương (Nghị định thay thế Nghị định số 187/2013/NĐ-CP).
- Nghị định quy định chi tiết một số điều của Luật Quản lý ngoại thương về xuất xứ hàng hóa.
- Nghị định quy định chi tiết một số điều của Luật Quản lý ngoại thương về hỗ trợ hoạt động ngoại thương.

- Nghị định quy định chi tiết một số điều của Luật Quản lý ngoại thương về các biện pháp phòng vệ thương mại.

- Nghị định quy định chi tiết về hoạt động thương mại biên giới.

Bộ Công Thương đã trình Chính phủ dự thảo các Nghị định trong năm 2017 để ban hành trong đầu năm 2018.

II. THUẬN LỢI HÓA THƯƠNG MẠI

1. Cải cách thủ tục hành chính, cải thiện môi trường đầu tư kinh doanh

Năm 2017, các Bộ, cơ quan ngang Bộ đã tích cực triển khai thực hiện các nhiệm vụ, giải pháp nêu tại Nghị quyết số 19/NQ-CP của Chính phủ cải cách thủ tục hành chính, cải thiện môi trường đầu tư kinh doanh, nâng cao hiệu lực, hiệu quả công tác kiểm tra chuyên ngành.

Riêng trong các lĩnh vực của ngành Công Thương, trong năm 2017 đã có nhiều biện pháp được triển khai đồng bộ, theo đó, rà soát, sửa đổi các văn bản quy phạm pháp luật về quản lý chuyên ngành, thực hiện đơn giản hóa thủ tục hành chính, hoàn thiện, chỉnh sửa các văn bản liên quan đến kiểm tra chuyên ngành thuộc lĩnh vực phụ trách, cụ thể:

1.1. Đơn giản hóa thủ tục hành chính, cắt giảm điều kiện đầu tư kinh doanh

Bộ Công Thương đã tiến hành rà soát, sửa đổi các văn bản quy phạm pháp luật về quản lý chuyên ngành, thực hiện đơn giản hóa thủ tục hành chính, hoàn thiện, chỉnh sửa các văn bản liên quan đến kiểm tra chuyên ngành thuộc lĩnh vực của mình theo hướng giảm các loại giấy tờ hoặc chuyển sang thủ tục mang tính tự động hơn nhằm tạo điều kiện thuận lợi tối đa cho doanh nghiệp và triển khai thực hiện đúng thời hạn các nhiệm vụ được giao tại Nghị quyết số 19/NQ-CP.

Triển khai Phương án tổng thể đơn giản hóa thủ tục hành chính trong lĩnh vực quản lý nhà nước của Bộ Công Thương năm 2017, đến nay, Bộ đã thực hiện rà soát, đơn giản hóa đối với 183 thủ tục hành chính, gồm: bãi bỏ 49 thủ tục hành chính và đơn giản hóa 134 thủ tục hành chính.

Ngày 20/9/2017, Bộ Công Thương đã ban hành Quyết định số 3610a/QĐ-BCT ban hành phương án cắt giảm, đơn giản hóa điều kiện đầu tư, kinh doanh thuộc lĩnh vực quản lý nhà nước của Bộ Công Thương giai đoạn 2017-2018. Theo đó, 675 điều kiện đầu tư, kinh doanh được cắt giảm, chiếm tới 55,5% tổng các điều kiện đầu tư kinh doanh hiện trong 16 ngành, nghề thuộc Phụ lục IV Luật Đầu tư thuộc phạm vi quản lý nhà nước của Bộ Công Thương.

1.2. Nâng cao năng lực dịch vụ công trực tuyến

Thực hiện chỉ đạo của Chính phủ tại Nghị quyết 36a về Chính phủ điện

tử, Nghị quyết 19/NQ-CP về cải thiện môi trường đầu tư kinh doanh, nâng cao năng lực cạnh tranh quốc gia, Nghị quyết 35/NQ-CP về hỗ trợ phát triển doanh nghiệp đến năm 2020, Bộ Công Thương đã chủ động, quyết liệt, ban hành nhiều chính sách nhằm cải cách hành chính, đẩy mạnh ứng dụng công nghệ thông tin trong hoạt động cung cấp dịch vụ công trực tuyến ở mức độ 3 và mức độ 4, đặc biệt là đối với các thủ tục hành chính thuộc lĩnh vực xuất nhập khẩu.

Cụ thể, Bộ Công Thương đã liên tục cải tiến quy trình cấp phép, nâng cấp hệ thống điện tử, với mục tiêu tạo thuận lợi cho doanh nghiệp trong việc khai báo, giảm thiểu thời gian xử lý và cấp phép hồ sơ, giúp giảm thiểu được thời gian, chi phí, giấy tờ, hồ sơ trong quá trình làm thủ tục.

Đến hết năm 2017, Bộ Công Thương đã triển khai 47 dịch vụ công trực tuyến trong lĩnh vực xuất nhập khẩu ở cấp độ 3 và 4 trên Cổng dịch vụ công trực tuyến Bộ Công Thương tại địa chỉ <http://online.moit.gov.vn>. Đây đều là những thủ tục hành chính có số lượng hồ sơ nhiều, ảnh hưởng lớn đến hoạt động xuất nhập khẩu, kinh doanh của doanh nghiệp.

Trong năm 2017, số lượng hồ sơ xuất nhập khẩu được xử lý trực tuyến là 852.597 bộ hồ sơ, đạt tỷ lệ 97% tổng số hồ sơ. Trong đó, một số dịch vụ công trực tuyến xuất nhập khẩu tiêu biểu của Bộ như:

- Cấp giấy chứng nhận xuất xứ hàng hóa: 806.137 bộ hồ sơ.
- Cấp Giấy phép nhập khẩu tự động đối với một số sản phẩm thép: 9.000 bộ hồ sơ.
- Khai báo hóa chất nhập khẩu: 36.688 hồ sơ.

Việc triển khai các dịch vụ công trực tuyến xuất nhập khẩu bên cạnh việc xuất phát từ nhu cầu nội tại về phát triển kinh tế, tạo thuận lợi cho môi trường đầu tư và kinh doanh trong nước, còn cho thấy cố gắng của Bộ Công Thương đối với các cam kết hội nhập khu vực, nâng cao vị thế của quốc gia, tạo thuận lợi cho thương mại quốc tế.

1.3. Cơ chế Một cửa Quốc gia, Cơ chế Một cửa ASEAN

Thời gian qua, Bộ Công Thương và Tổng cục Hải quan đã phối hợp triển khai việc đưa các thủ tục hành chính của Bộ Công Thương áp dụng Cơ chế Một cửa Quốc gia theo Thông tư liên tịch số 89/2016/TTLT-BTC-BCT ngày 23/6/2016 của liên Bộ Tài chính - Công Thương, cụ thể là từ năm 2016 đã xây dựng và đưa vào hoạt động 05 thủ tục hành chính với hiệu quả tốt, gồm:

- (i) Thủ tục cấp giấy phép xuất nhập khẩu vật liệu nổ công nghiệp;
- (ii) Thủ tục cấp giấy phép nhập khẩu các chất làm suy giảm tầng ô-zôn;
- (iii) Thủ tục cấp giấy chứng nhận quy trình Kimberley đối với kim cương thô;

(iv) Thủ tục cấp chứng nhận xuất xứ mẫu D;

(v) Thủ tục cấp giấy phép nhập khẩu tự động mô-tô phân khối lớn.

Điển hình là đối với thủ tục Cấp giấy phép chứng nhận xuất xứ mẫu D (C/O mẫu D), Bộ Công Thương đã tích cực phối hợp với Tổng cục Hải quan theo chỉ đạo của Chính phủ, nâng cấp hạ tầng và hệ thống, đã kết nối kỹ thuật thành công với Cơ chế một cửa ASEAN (ASW) với các nước: Indonesia, Singapore, Malaysia, Thái Lan đúng với kế hoạch, tạo điều kiện thuận lợi cho việc xuất khẩu của hàng hóa của Việt Nam vào thị trường ASEAN, đồng thời tạo thuận lợi cho quá trình trao đổi thông tin và dữ liệu liên quan đến việc cấp và kiểm tra xuất xứ giữa Bộ Công Thương với các Bộ ngành liên quan.

Sau giai đoạn kết nối kỹ thuật, Việt Nam sẽ chính thức trao đổi C/O mẫu D điện tử với các nước Indonesia, Malaysia và Thái Lan. C/O mẫu D do Bộ Công Thương cấp phép là chứng từ thương mại đầu tiên của Việt Nam được trao đổi dưới dạng điện tử đến Cơ chế một cửa ASEAN, tạo tiền đề, đòn bẩy để Việt Nam tiếp tục trao đổi, xử lý trực tuyến các chứng từ thương mại khác dưới dạng điện tử khác với các nước, khối - cộng đồng kinh tế theo các thỏa thuận và cam kết quốc tế mà Việt Nam là thành viên.

Tiếp nối những kết quả đã đạt được, trong năm 2017, thực hiện Quyết định số 2185/QĐ-TTg ngày 14/11/2016 của Thủ tướng Chính phủ về việc phê duyệt Kế hoạch tổng thể triển khai Cơ chế Một cửa Quốc gia (VNSW) và Cơ chế Một cửa ASEAN giai đoạn 2016-2020; Quyết định số 1989/QĐ-BCT ngày 05/6/2017 của Bộ trưởng Bộ Công Thương về việc phê duyệt Kế hoạch triển khai VNSW và Cơ chế Một cửa ASEAN của Bộ Công Thương giai đoạn 2017-2020, Bộ Công Thương đã và đang triển khai kết nối 6 thủ tục hành chính mới với VNSW bao gồm:

(i) Thủ tục cấp giấy phép xuất nhập khẩu tiên chất vật liệu nổ công nghiệp;

(ii) Thủ tục cấp giấy phép xuất nhập khẩu tiên chất sử dụng trong lĩnh vực công nghiệp;

(iii) Thủ tục khai báo hóa chất nhập khẩu;

(iv) Thủ tục nhập khẩu thuốc lá nhằm mục đích phi thương mại;

(v) Thủ tục đề nghị cấp văn bản chấp thuận tham gia thí điểm tự chứng nhận xuất xứ trong ASEAN;

(vi) Thủ tục thông báo chỉ tiêu nhập khẩu nguyên liệu thuốc lá, giấy cuốn điếu thuốc lá.

1.4. Nâng cao hiệu lực, hiệu quả công tác kiểm tra chuyên ngành

1.4.1. Giảm lượng hàng hóa thuộc diện kiểm tra trước thông quan

Ngày 08/9/2016, Bộ trưởng Bộ Công Thương đã ban hành Quyết định số 3648/QĐ-BCT công bố Danh mục sản phẩm hàng hóa nhập khẩu phải kiểm tra việc bảo đảm chất lượng, quy chuẩn kỹ thuật và an toàn thực phẩm trước khi thông quan thuộc trách nhiệm quản lý của Bộ Công Thương, thay thế cho Quyết định số 11039/QĐ-BCT ngày 3/12/2014.

Riêng với mặt hàng thép (đối tượng kiểm tra trước thông quan theo Quyết định số 11039), Bộ Công Thương đã đề nghị và ngày 16/6/2017, Bộ Khoa học và Công nghệ đã ban hành Thông tư số 07/2017/TT-BKHHCN chuyển toàn bộ việc kiểm tra chất lượng các mặt hàng này sang hậu kiểm kể từ ngày 1/10/2017 (doanh nghiệp chỉ còn phải đăng ký công bố chất lượng tối cơ quan kiểm tra, trong 1 ngày sẽ được cấp giấy xác nhận để làm thủ tục giải phóng lô hàng sau đó mới tiến hành việc kiểm tra theo công bố của doanh nghiệp). Đồng thời, Bộ Công Thương đã ban hành Thông tư 18/2017/TT-BCT ngày 21/9/2017 bãi bỏ một số điều của Thông tư liên tịch 58/2015/TTLT-BCT-BKHHCN quy định quản lý chất lượng sản phẩm thép. Theo đó, việc quản lý chất lượng thép sẽ chỉ thực hiện theo Thông tư số 07/2017/TT-BKHHCN.

Như vậy, Quyết định số 3648/QĐ-BCT và Thông tư 18/2017/TT-BCT đã xóa bỏ rất nhiều mặt hàng phải kiểm tra trước thông quan thuộc trách nhiệm quản lý của Bộ Công Thương (xóa bỏ khoảng 420 mã, còn khoảng 300 mã, đạt tỷ lệ xóa bỏ lên tới 58,3%). Hiện nay, trong phạm vi quản lý của Bộ Công Thương, chỉ còn 2 loại sản phẩm phải kiểm tra trước thông quan là tiền chất thuốc nổ và thực phẩm (bao gồm rượu, bia; sữa; dầu thực vật và tinh bột). Đây là các sản phẩm bắt buộc phải kiểm tra trước thông quan theo quy định của Luật An toàn thực phẩm).

Bộ Công Thương cũng đã ban hành Quyết định số 4755/QĐ-BCT ngày 21/12/2017, thay thế các Quyết định 3648/QĐ-BCT và Quyết định 5156/QĐ-BCT ban hành danh mục sản phẩm hàng hóa phải thực hiện kiểm tra chuyên ngành trước khi thông quan với mã HS cập nhật theo quy định tại Thông tư 65/2017/TT-BTC ngày 27/6/2017 ban hành danh mục hàng hóa xuất khẩu nhập khẩu Việt Nam.

1.4.2. Xã hội hóa công tác kiểm tra chuyên ngành

Bộ Công Thương đã thực hiện chủ trương xã hội hóa công tác kiểm tra chuyên ngành một cách triệt để. Cho đến nay, Bộ đã chỉ định 11 đơn vị đủ điều kiện thực hiện kiểm tra nhà nước về an toàn thực phẩm nhập khẩu theo hình thức xã hội hóa. Thủ tục để được chỉ định là đơn vị đủ điều kiện thực hiện kiểm tra nhà nước về an toàn thực phẩm nhập khẩu cũng đã được đơn giản hóa đến mức tối đa. Với vật liệu nổ công nghiệp, Bộ đã chỉ định 2 tổ chức thử nghiệm có đầy đủ trang thiết bị và trình độ để đảm nhiệm công việc kiểm tra nhà nước.

Đối với thủ tục dán nhãn tiết kiệm năng lượng, dù là thủ tục sau thông

quan, Bộ cũng đã cho phép các tổ chức thử nghiệm trong nước và nước ngoài (bao gồm cả tổ chức thử nghiệm độc lập và phòng thử nghiệm của nhà sản xuất), nếu đáp ứng các điều kiện luật định, đều được tham gia kiểm tra, đánh giá.

1.4.3. Áp dụng nguyên tắc quản lý rủi ro để giảm tần suất kiểm tra

Bộ Công Thương đã áp dụng nguyên tắc quản lý rủi ro để giảm tần suất kiểm tra an toàn thực phẩm đối với thực phẩm nhập khẩu thuộc trách nhiệm quản lý của Bộ. Cụ thể là, với các sản phẩm (i) đã có dấu hợp quy; hoặc (ii) có chất lượng đạt yêu cầu qua 2 lần kiểm tra liên tiếp; hoặc (iii) cùng loại, cùng xuất xứ với mẫu chào hàng đã được xác nhận là đạt yêu cầu nhập khẩu; hoặc (iv) đã được kiểm tra hoặc xác nhận chất lượng trước khi nhập khẩu bởi 1 cơ quan nước ngoài được Việt Nam thừa nhận thì đều được áp dụng phương thức kiểm tra giảm. Các lô hàng cùng loại, cùng xuất xứ, nếu đạt yêu cầu về an toàn thực phẩm qua 5 lần kiểm tra liên tiếp sẽ được áp dụng phương thức chỉ kiểm tra hồ sơ, không lấy mẫu sản phẩm. Với mặt hàng thép, khi còn thực hiện thủ tục kiểm tra trước thông quan, Bộ cũng đã áp dụng các hình thức kiểm tra giảm và chỉ kiểm tra hồ sơ để giảm thời gian thông quan và chi phí cho doanh nghiệp.

Để tiếp tục đơn giản hóa thủ tục hành chính và giảm thời gian kiểm tra chuyên ngành, Bộ Công Thương đang xây dựng Thông tư sửa đổi một số quy định về kiểm tra an toàn thực phẩm thuộc phạm vi quản lý nhà nước của Bộ Công Thương. Theo đó, dự kiến sẽ sửa đổi theo hướng chỉ kiểm tra hồ sơ đối với các lô hàng cùng loại, cùng xuất xứ đã đạt yêu cầu về an toàn thực phẩm qua 3 lần kiểm tra liên tiếp (trước đây là 5 lần). Trên tinh thần chỉ kiểm tra các nhóm sản phẩm có nguy cơ cao không bảo đảm an toàn thực phẩm, trong thời gian tới, Bộ Công Thương sẽ cùng Bộ Y tế, Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn xây dựng danh mục hàng hóa được miễn kiểm tra hoặc áp dụng ngay hình thức kiểm tra hồ sơ.

2. Nâng cao năng lực logistics

2.1. Tình hình phát triển dịch vụ logistics tại Việt Nam

Theo Hiệp hội Doanh nghiệp dịch vụ logistics Việt Nam, cùng với tốc độ tăng trưởng của GDP, giá trị sản xuất công nghiệp, kim ngạch xuất nhập khẩu, trị giá bán lẻ hàng hóa và dịch vụ, trong thời gian vừa qua dịch vụ logistics có tốc độ tăng trưởng tương đối cao, đạt 15-16%. Tỷ lệ doanh nghiệp thuê ngoài dịch vụ logistics đạt khoảng 30-35%.

Theo Chỉ số hoạt động logistics (LPI) của Ngân hàng Thế giới năm 2016, Việt Nam xếp hạng 64/160 nước, đứng thứ 4 trong các nước ASEAN, sau Singapore, Malaysia và Thái Lan. Tổng chi phí logistics của Việt Nam năm 2016 là 41,26 tỷ USD, tương đương 20,8% GDP.

Hiện nay, cả nước có khoảng 3.000 doanh nghiệp dịch vụ logistics, hoạt

động trong các lĩnh vực từ vận tải đường bộ, đường sắt, đường biển, đường thủy nội địa, đường hàng không cho đến giao nhận, kho bãi, đại lý hải quan, giám định, kiểm nghiệm hàng hóa, bốc dỡ hàng hóa... và đảm nhận một phần dịch vụ logistics quốc tế qua việc làm đại lý cho các doanh nghiệp nước ngoài là các chủ hàng, chủ tàu, các nhà cung cấp dịch vụ logistics quốc tế thuê lại.

Các doanh nghiệp chia thành 3 nhóm chính: doanh nghiệp có vốn nước ngoài, doanh nghiệp tư nhân và doanh nghiệp nhà nước (kể cả doanh nghiệp cổ phần do nhà nước chi phối). Không kể nhóm doanh nghiệp có vốn nước ngoài, các doanh nghiệp Việt Nam chủ yếu hiện nay hoạt động ở thị trường trong nước, có một số ít vươn ra đến thị trường khu vực. Doanh nghiệp Việt Nam hiện đang nắm giữ nhiều cơ sở hạ tầng, tài sản phục vụ hoạt động logistics (trung tâm logistics, kho bãi, cảng biển, cảng cạn, sân bay, đường sắt, toa xe, xe tải...) nhưng hoạt động còn đơn lẻ, chỉ phục vụ ở từng phân khúc nhất định, thiếu sự kết nối xuyên suốt để cung cấp dịch vụ logistics tích hợp.

2.2. Về thể chế chính sách

Cùng với sự phát triển mạnh mẽ của khoa học công nghệ và xu hướng toàn cầu hóa, các hoạt động logistics xuyên suốt từ sản xuất tới tiêu dùng ngày càng giữ vai trò đặc biệt quan trọng đối với năng lực cạnh tranh của các ngành sản xuất, dịch vụ và của toàn nền kinh tế nói chung.

Trên phương diện quốc tế, Việt Nam đã tham gia Hiệp định Tạo thuận lợi thương mại (TFA) của WTO và Hiệp định chính thức có hiệu lực từ ngày 22/2/2017. Theo dự báo của các nhà kinh tế của WTO, việc triển khai đầy đủ TFA sẽ cắt giảm trung bình 14,3% chi phí thương mại của các quốc gia thành viên, trong đó các nước đang phát triển sẽ được lợi nhiều nhất.

Trong phạm vi quốc gia, năm 2017 đánh dấu một bước tiến mạnh mẽ trong việc hoàn thiện khung pháp lý và chính sách liên quan đến lĩnh vực logistics của Việt Nam, trong đó, đặc biệt phải kể đến việc ban hành Quyết định số 200/QĐ-TTg của Thủ tướng Chính phủ và Nghị định số 163/2017/NĐ-CP của Chính phủ.

2.2.1. Quyết định số 200/QĐ-TTg của Thủ tướng Chính phủ

Để tận dụng các lợi thế, cơ hội và đưa logistics trở thành một ngành kinh tế mũi nhọn của Việt Nam, đóng góp tích cực vào cải thiện năng lực cạnh tranh chung của toàn nền kinh tế, ngày 14/2/2017, Thủ tướng Chính phủ ban hành Quyết định số 200/QĐ-TTg về việc phê duyệt Kế hoạch hành động nâng cao năng lực cạnh tranh và phát triển dịch vụ logistics Việt Nam đến năm 2025. Theo đó, Kế hoạch đề ra 60 nhiệm vụ cụ thể thuộc 6 nhóm nội dung với mục tiêu đến năm 2025, tỷ trọng đóng góp của ngành dịch vụ logistics vào GDP đạt 8%-10%, tốc độ tăng trưởng dịch vụ đạt 15%-20%, tỷ lệ thuê ngoài dịch vụ logistics đạt 50%-60%, chi phí logistics giảm xuống

tương đương 16%-20% GDP, xếp hạng theo LPI trên thế giới đạt từ 50 trở lên. Sau khi Quyết định 200/QĐ-TTg được ban hành, một số Bộ ngành, địa phương, hiệp hội đã ban hành kế hoạch của riêng ngành, địa phương mình để cụ thể hóa các nhiệm vụ nhằm phát triển dịch vụ logistics trong ngành hoặc tại địa phương, phù hợp với điều kiện và đặc điểm phát triển kinh tế - xã hội của ngành hoặc địa phương đó.

Với trách nhiệm đầu mối, trong thời gian qua, Bộ Công Thương đã hướng dẫn và đôn đốc các Bộ, ngành, địa phương triển khai Quyết định của Thủ tướng Chính phủ.

Trong khuôn khổ Diễn đàn Logistics Việt Nam lần thứ 5 tổ chức tại Hà Nội ngày 15/12/2017, Bộ Công Thương đã công bố “Báo cáo Logistics Việt Nam 2017” và khai trương trang thông tin điện tử www.logistics.gov.vn. Đồng thời, đại diện lãnh đạo các Bộ, ngành, địa phương cũng chứng kiến lễ ký kết các Biên bản ghi nhớ về hợp tác phát triển trong lĩnh vực logistics giữa các đối tác là các doanh nghiệp, ngân hàng, hiệp hội, trường đại học.

2.2.2. Nghị định số 163/2017/NĐ-CP của Chính phủ

Trong năm 2017, Chính phủ ban hành Nghị định số 163/2017/NĐ-CP ngày 30/12/2017 quy định về kinh doanh dịch vụ logistics thay thế Nghị định số 140/2007/NĐ-CP ngày 5/9/2007. Nghị định có hiệu lực từ ngày 20/2/2018.

Việc ban hành Nghị định này sẽ tạo thuận lợi cho việc kinh doanh dịch vụ logistics và đầu tư của nước ngoài vào ngành dịch vụ logistics, phù hợp với tiến trình hội nhập của Việt Nam. So với Nghị định số 140/2007/NĐ-CP, Nghị định số 163/2017/NĐ-CP đã lược bỏ nhiều điều kiện kinh doanh và thủ tục hành chính của các Bộ ngành, đồng thời, đơn giản hóa và ứng dụng công nghệ thông tin để tạo thuận lợi cho doanh nghiệp.

Về điều kiện kinh doanh dịch vụ logistics, thương nhân kinh doanh các dịch vụ cụ thể thuộc dịch vụ logistics phải đáp ứng các điều kiện đầu tư, kinh doanh theo quy định của pháp luật đối với dịch vụ đó. Đối với thương nhân tiến hành một phần hoặc toàn bộ hoạt động kinh doanh logistics bằng phương tiện điện tử có kết nối mạng Internet, mạng viễn thông di động hoặc các mạng mở khác, ngoài việc đáp ứng theo quy định của pháp luật đối với các dịch vụ cụ thể, còn phải tuân thủ các quy định về thương mại điện tử.

Về giới hạn trách nhiệm đối với thương nhân kinh doanh dịch vụ logistics, Nghị định giới hạn trách nhiệm là hạn mức tối đa mà thương nhân kinh doanh dịch vụ logistics chịu trách nhiệm bồi thường thiệt hại cho khách hàng đối với những tổn thất phát sinh trong quá trình tổ chức thực hiện dịch vụ logistics theo quy định.

2.3. Về cơ sở hạ tầng

Kết cấu hạ tầng logistics đang được đầu tư phát triển mạnh mẽ. Quốc

hội đã thông qua kế hoạch phát triển đường cao tốc Bắc - Nam theo từng giai đoạn, phát triển sân bay quốc tế Long Thành. Việt Nam và Lào đã nhất trí phát triển đường cao tốc Viên Chăn - Hà Nội, Việt Nam và Campuchia đã thông qua kế hoạch xây dựng đường cao tốc Phnôm Pênh - Thành phố Hồ Chí Minh, các tuyến đường này khi đi vào hoạt động sẽ tạo thuận lợi cho vận tải xuyên biên giới trong khu vực. Năm 2018, cảng nước sâu Lạch Huyện sẽ đi vào hoạt động, tạo nên một bước phát triển cho hàng hóa xuất nhập khẩu khu vực phía Bắc.

Cùng với phát triển kết cấu hạ tầng, ngành Giao thông vận tải đang thực hiện tái cơ cấu, đẩy mạnh vận tải biển, đường thủy nội địa và đường sắt, giảm tải cho vận tải đường bộ, thúc đẩy mạnh mẽ vận tải đa phương thức. Thị trường vận tải hàng hóa bằng đường không sẽ phát triển mạnh mẽ trong thời gian tới.

Ngành công nghệ thông tin đang phát triển mạnh mẽ tạo điều kiện thuận lợi cho việc áp dụng vào hoạt động logistics, thúc đẩy e-logistics, đặc biệt là các dịch vụ giao hàng trong thương mại điện tử, vận chuyển hàng xuất khẩu hoa quả và hàng đông lạnh.

Hệ thống thông tin hàng hóa xuất nhập khẩu được Tổng cục Hải quan duy trì ổn định và tiến đến ứng dụng Hải quan điện tử, cơ chế Một cửa quốc gia. Tuy vậy, nhu cầu kết nối với nhiều bên liên quan hơn, hệ thống Cổng thông tin Một cửa quốc gia giữa cơ quan hải quan, thuế, cơ quan quản lý chuyên ngành và người khai hải quan vẫn đang là một vấn đề cấp thiết.

2.4. Phát triển thị trường dịch vụ logistics

Thời gian qua, các doanh nghiệp dịch vụ logistics đẩy mạnh các hoạt động hoạt động hợp tác quốc tế nhằm phát triển thị trường cho dịch vụ logistics. Hiệp hội Doanh nghiệp dịch vụ logistics Việt Nam đã tổ chức 3 hội thảo về vận tải xuyên biên giới giữa Việt Nam với Trung Quốc, Lào, Campuchia và với các nước trong khu vực ASEAN. Nhằm mục đích phát triển thương mại và vận tải hàng hóa quá cảnh, liên kết Việt Nam với Trung Quốc và các nước trong khu vực GMS và ASEAN, hai nước đã khai trương tuyến vận tải đường sắt liên vận bằng container, đồng thời các Hiệp hội Logistics của hai bên đã ký kết văn bản hợp tác nhằm phát triển tuyến hành lang kết nối khu vực. Việt Nam và Hồng Kông cũng ký văn bản cam kết thúc đẩy hợp tác trong các lĩnh vực logistics hiện đại như thương mại điện tử B2B, đón đầu việc ASEAN và Hồng Kông ký Hiệp định thương mại tự do.

Để mở rộng quy mô, một số doanh nghiệp Việt Nam đã tăng cường liên doanh, liên kết giữa các doanh nghiệp trong nước và hợp tác với các công ty logistics quốc tế. Bên cạnh việc đầu tư phát triển các trung tâm logistics, hệ thống kho tổng hợp, kho lạnh và kho mát, một số doanh nghiệp tiến hành các hoạt động sáp nhập và mua lại (M&A) để tăng vốn hoặc thu hút nguồn vốn nước ngoài, cùng với đó là kinh nghiệm quản trị và nguồn khách

hàng quốc tế để vươn ra các thị trường bên ngoài Việt Nam. Một số doanh nghiệp bước đầu tìm cách đầu tư ra nước ngoài thông qua việc mở văn phòng đại diện ở các nước Lào, Campuchia và Myanmar, thành lập liên doanh kinh doanh ICD tại Bỉ (Vinalines Logisitcs). Tuy nhiên việc đầu tư này còn hạn chế.

2.5. Đào tạo nguồn nhân lực cho logistics

Đào tạo nguồn nhân lực logistics chất lượng cao là yêu cầu cấp bách hiện nay. Ngay sau khi có Quyết định 200, Bộ Lao động, Thương binh Xã hội có Thông tư số 04/2017/TT-BLĐTBXH ngày 2/3/2017 cấp mã ngành đào tạo logistics cho trung cấp nghề và cao đẳng nghề; Bộ Giáo dục và Đào tạo có Thông tư số 24/2017/TT-BGDĐT ngày 10/10/2017 ban hành Danh mục giáo dục, đào tạo cấp IV trình độ đại học, trong đó có mã ngành đào tạo logistics và Thông tư số 25/2017/TT-BGDĐT ngày 10/10/2017 ban hành Danh mục giáo dục, đào tạo cấp IV, trong đó có mã ngành logistics và quản lý chuỗi cung ứng trình độ Thạc sĩ và Tiến sĩ.

Hoạt động đào tạo nhân lực cho ngành logistics hiện nay thực hiện ở 3 cấp độ: (i) đại học và trên đại học; (ii) cao đẳng và trung cấp nghề; (iii) đào tạo nghề ngắn hạn. Ở cả 3 cấp độ trên, lực lượng giảng viên hiện còn đang rất thiếu, đa số chuyển từ các ngành đào tạo khác sang giảng dạy về logistics, thiếu giảng viên được đào tạo chuyên sâu về logistics. Giáo trình về logistics hiện còn rải rác, nhiều nơi sử dụng nguyên giáo trình nước ngoài, chưa có bộ giáo trình đầy đủ của Việt Nam trong lĩnh vực này. Cả giảng viên và sinh viên, học viên đều thiếu cơ hội tiếp cận thực tế, đi thực hành tại các cơ sở, doanh nghiệp dịch vụ logistics.

Một số trường đại học và cao đẳng, trung cấp nghề đã bước đầu thực hiện liên kết trong việc đào tạo dài hạn và ngắn hạn nguồn nhân lực logistics chất lượng cao, cùng xây dựng chương trình đào tạo cấp đại học và trên đại học theo chương trình đào tạo quốc tế của Hiệp hội giao nhận vận tải quốc tế (FIATA) và Hiệp hội giao nhận vận tải ASEAN (AFFA). Việc thống nhất chuẩn đầu ra và tiến tới công nhận các học phần, tín chỉ của nhau cũng sẽ giúp các cơ sở đào tạo nhanh chóng mở rộng và nâng cao chất lượng đào tạo. Sự hình thành của Mạng lưới Đào tạo logistics Việt Nam sẽ góp phần đẩy nhanh tiến trình này.

III. PHÁT TRIỂN XUẤT KHẨU

1. Sơ kết 5 năm thực hiện Chiến lược Xuất nhập khẩu hàng hóa thời kỳ 2011-2020, định hướng đến 2030

Sau hơn 5 năm triển khai thực hiện Chiến lược Xuất nhập khẩu hàng hóa thời kỳ 2011-2020, định hướng đến 2030, Bộ Công Thương đã phối hợp với các Bộ, ngành, địa phương đánh giá sơ kết tình hình thực hiện Chiến lược và có báo cáo Thủ tướng Chính phủ vào tháng 6/2017.

Qua sơ kết việc thực hiện, có thể đánh giá những kết quả đạt được nổi bật trong công tác triển khai các nhiệm vụ, giải pháp của các Bộ, ngành, địa phương trong giai đoạn 2011-2016 như sau:

(i) Về cơ bản, các nhiệm vụ, giải pháp nêu tại Chiến lược và Chương trình hành động được triển khai thực hiện nghiêm túc, phù hợp với định hướng đề ra. Các Đề án thuộc Chương trình hành động được xây dựng, thực hiện đúng tiến độ và bám sát mục tiêu, yêu cầu. Đối với những đề án giao thoa, có nội dung lĩnh vực tương tự đã được điều chỉnh kịp thời. Các giải pháp thực hiện Chiến lược đã và đang được Bộ, ngành, địa phương triển khai tích cực. Hầu hết các tỉnh, thành phố trực thuộc Trung ương đã ban hành và triển khai Kế hoạch hành động của địa phương, trong đó đề ra các mục tiêu tăng trưởng xuất khẩu cụ thể và phương hướng, nhiệm vụ theo 7 nhóm giải pháp được nêu trong Chiến lược phù hợp với tiềm năng phát triển kinh tế xã hội của địa phương.

(ii) Công tác xây dựng văn bản quy phạm pháp luật, hoàn thiện cơ chế, chính sách thương mại, tài chính, tín dụng nhằm tạo môi trường thuận lợi cho hoạt động sản xuất, kinh doanh của doanh nghiệp được chú trọng thực hiện.

Luật Hải quan sửa đổi được thông qua vào năm 2014 tạo bước phát triển mới về cơ sở pháp lý để ngành Hải quan thực hiện tốt nhiệm vụ trong bối cảnh hội nhập quốc tế ngày càng sâu rộng, theo hướng đẩy mạnh cải cách thủ tục hải quan, hiện đại hóa quản lý hải quan.

Luật Thuế xuất nhập khẩu sửa đổi năm 2016 với nhiều điểm mới bảo hộ hợp lý hơn cho sản xuất, kinh doanh; Luật Quản lý ngoại thương được Quốc hội thông qua (có hiệu lực từ ngày 01/01/2018) sẽ góp phần cân bằng lợi ích giữa hoạt động quản lý nhà nước về ngoại thương của cơ quan nhà nước có thẩm quyền và khuyến khích, tạo điều kiện cho sự phát triển hoạt động ngoại thương của thương nhân cũng như bảo đảm tính cạnh tranh của nền kinh tế.

Công tác cải cách thủ tục hành chính trong lĩnh vực kiểm tra chuyên ngành được các Bộ, ngành tích cực triển khai thực hiện đã góp phần tạo thuận lợi cho doanh nghiệp, rút ngắn thời gian thông quan hàng hóa, giảm chi phí xã hội. Trong lĩnh vực thuế, hải quan, việc áp dụng hệ thống VNACCS/VCIS trong thông quan hải quan điện tử; ứng dụng khai thuế điện tử và nộp thuế điện tử..., góp phần cải thiện mức độ thuận lợi hóa thương mại của Việt Nam so với khu vực. Thời gian làm thủ tục hải quan và thủ tục xuất nhập khẩu, thông quan hàng hóa qua biên giới đã được rút ngắn đáng kể, đứng trong top 4 khu vực Đông Nam Á (gồm Singapore, Thái Lan, Malaysia, Việt Nam).

Trong lĩnh vực tín dụng, nhiều chính sách đặc thù liên quan đến lĩnh vực nông nghiệp, công nghiệp hỗ trợ, xuất nhập khẩu được triển khai như

cho vay thí điểm phục vụ phát triển nông nghiệp, cho vay thu mua lúa gạo, cho vay đối với nuôi trồng, thu mua, chế biến, xuất khẩu thủy sản, cho vay hỗ trợ ngư dân đánh bắt xa bờ, cho vay phát triển công nghiệp hỗ trợ,...

(iii) Nhiều biện pháp nhằm điều chỉnh cơ cấu sản xuất một số mặt hàng nông, thủy sản xuất khẩu như thủy sản, gạo, trái cây, điều, cà phê,... phù hợp với định hướng tái cơ cấu và thích ứng với biến đổi khí hậu đã được triển khai thực hiện và bước đầu mang lại kết quả tích cực.

Các hình thức tổ chức sản xuất được đổi mới và nâng cao hiệu quả. Xu hướng phát triển sản xuất quy mô lớn, hợp tác liên kết theo chuỗi giá trị được nhân rộng (năm 2016 đã có 18 liên hiệp hợp tác xã và 10.854 hợp tác xã, trên 100.000 tổ hợp tác nông nghiệp và khoảng 556.000 ha cánh đồng lớn được xây dựng), hầu hết các địa phương đã có quy hoạch vùng cho khu vực sản xuất hàng hóa tập trung.

Công tác phát triển công nghiệp chế biến và cơ giới hóa nông nghiệp được tích cực thực hiện thông qua đẩy mạnh triển khai các chính sách khuyến khích phát triển công nghiệp bảo quản, chế biến nông, thủy sản, đặc biệt là đối với các mặt hàng có đặc tính thời vụ cao; rà soát, điều chỉnh Quy chuẩn kỹ thuật quốc gia về điều kiện đảm bảo an toàn thực phẩm đối với cơ sở chế biến cà phê, chè, hạt điều, rau quả và thực hiện chính sách hỗ trợ giảm tổn thất sau thu hoạch đối với nông thủy sản theo Quyết định số 68/2013/QĐ-TTg ngày 14/11/2013 của Thủ tướng Chính phủ.

(iv) Nhiều nhóm giải pháp phát triển thị trường, xúc tiến thương mại, tăng cường hội nhập kinh tế quốc tế được triển khai đồng bộ, phù hợp với định hướng, nhiệm vụ nêu tại Chiến lược và Chương trình hành động và đem lại hiệu quả rõ nét. Các khó khăn vướng mắc về thị trường được xử lý kịp thời và có kết quả tốt, phía thị trường nhập khẩu đã ghi nhận những nỗ lực của Việt Nam trong việc kiểm soát an toàn thực phẩm sản phẩm xuất khẩu, đáp ứng các quy định của nước nhập khẩu, tạo điều kiện cho các doanh nghiệp tiếp cận và duy trì thị trường xuất khẩu.

(v) Việc sử dụng các biện pháp phòng vệ thương mại như một công cụ để quản lý nhập khẩu bước đầu có những bước tiến. Việt Nam đã và đang áp dụng biện pháp chống bán phá giá đối với một số sản phẩm thép nhập khẩu từ Trung Quốc, Indonesia, Malaysia,...

Trên cơ sở sơ kết, đánh giá tình hình xuất nhập khẩu giai đoạn 2011-2016, tình hình triển khai thực hiện các nhiệm vụ, giải pháp nêu tại Chiến lược và Chương trình hành động đồng thời đánh giá khả năng thực hiện mục tiêu, định hướng của Chiến lược trong bối cảnh, tình hình mới, Bộ Công Thương đã kiến nghị Thủ tướng Chính phủ tiếp tục kiên trì các định hướng của Chiến lược trong thời gian tới, tích cực triển khai các nhiệm vụ, giải pháp nêu tại Chiến lược.

Đồng thời, kiến nghị Thủ tướng Chính phủ giao các Bộ, ngành tăng

cường triển khai đồng bộ, có hiệu quả một số giải pháp chính nhằm nỗ lực thúc đẩy tăng trưởng xuất khẩu, góp phần cải thiện cán cân thương mại, phấn đấu hoàn thành ở mức cao nhất có thể các mục tiêu đề ra, tập trung vào 5 nhóm nhiệm vụ chính gồm phát triển sản xuất; phát triển thị trường; cải thiện môi trường đầu tư kinh doanh, nâng cao năng lực cạnh tranh sản phẩm xuất khẩu; các vấn đề liên quan đến tín dụng và thanh toán quốc tế và các biện pháp tăng cường quản lý nhập khẩu.

Hiện nay, Bộ Công Thương đang tiếp tục phối hợp với các Bộ, ngành, địa phương triển khai các nhóm nhiệm vụ, giải pháp cụ thể nêu trên.

2. Chiến lược phát triển thị trường xuất khẩu gạo của Việt Nam giai đoạn 2017-2020, định hướng đến năm 2030

Những năm gần đây, ngành lúa gạo của Việt Nam đã đạt được nhiều kết quả tích cực về năng suất, chất lượng nhờ những tiến bộ về giống, sản xuất, chế biến. Trong lĩnh vực xuất khẩu, gạo đã trở thành một mặt hàng xuất khẩu chủ lực, với kim ngạch xuất khẩu trên 2 tỷ USD mỗi năm và đã có mặt tại trên 150 quốc gia và vùng lãnh thổ trên thế giới; chủng loại sản phẩm xuất khẩu ngày càng đa dạng, từng bước thâm nhập được vào các thị trường khó tính như Hàn Quốc, Singapore, Hồng Kông, Hoa Kỳ, EU... Tuy nhiên, sản xuất, chế biến lúa gạo còn một số hạn chế như: Sản xuất nhỏ lẻ, kỹ thuật canh tác, thu hoạch, chế biến, bảo quản còn bất cập, chất lượng sản phẩm chưa đáp ứng yêu cầu thị trường, nhất là các thị trường đòi hỏi yêu cầu cao về chất lượng, an toàn thực phẩm, truy xuất nguồn gốc; mức độ tham gia chuỗi giá trị toàn cầu, xây dựng thương hiệu còn hạn chế.

Mặt khác, thị trường gạo quốc tế những năm gần đây diễn biến ngày càng phức tạp, khó đoán định, đặt ra nhiều thử thách đối với ngành lúa gạo Việt Nam. Việc điều chỉnh chính sách của các nước xuất khẩu gạo, tình trạng dư cung kéo dài, tồn kho lớn đã tác động bất lợi tới nhu cầu và tâm lý thị trường, làm cho tình hình cạnh tranh trên thị trường ngày càng gay gắt. Về phía các nước nhập khẩu, nhiều quốc gia, trong đó có các thị trường trọng điểm của Việt Nam cũng tăng cường năng lực sản xuất trong nước, hướng đến tự chủ về lương thực, đa dạng hóa nguồn cung, xây dựng hàng rào kỹ thuật, thay đổi chính sách và phương thức nhập khẩu.

Tiến trình hội nhập quốc tế về kinh tế, tham gia vào các Hiệp định thương mại tự do của Việt Nam đã mang lại nhiều cơ hội lớn, tạo điều kiện mở rộng thị trường tiêu thụ cho nhiều mặt hàng xuất khẩu, song cũng đặt ra nhiều thách thức đối với ngành lúa gạo. Do vậy, đòi hỏi cần tăng cường công tác nghiên cứu, phát triển thị trường xuất khẩu để xuất khẩu gạo của Việt Nam ngày càng có chỗ đứng vững chắc trên thị trường khu vực và thế giới.

Ngày 3/7/2017, Thủ tướng Chính phủ đã ký ban hành Quyết định số 942/QĐ-TTg phê duyệt Chiến lược phát triển thị trường xuất khẩu gạo

của Việt Nam giai đoạn 2017-2020, định hướng đến năm 2030. Quan điểm Chiến lược xác định:

(i) Phát triển thị trường xuất khẩu gạo để nâng cao hiệu quả và thúc đẩy xuất khẩu gạo, góp phần tiêu thụ hết thóc, gạo hàng hóa với giá có lợi cho người nông dân, nâng cao thu nhập của người nông dân, đảm bảo an sinh xã hội, an ninh lương thực trong nước, bảo vệ môi trường sinh thái;

(ii) Phát triển thị trường xuất khẩu gạo để định hướng cho công tác quy hoạch và tổ chức sản xuất lúa gạo hàng hóa trong nước theo hướng đảm bảo chất lượng, an toàn thực phẩm, phù hợp với nhu cầu, thị hiếu tiêu thụ, đáp ứng yêu cầu, quy định của thị trường.

(iii) Phát triển thị trường xuất khẩu gạo gắn với nâng cao năng lực cạnh tranh, xây dựng thương hiệu của sản phẩm gạo xuất khẩu và thương nhân kinh doanh xuất khẩu gạo Việt Nam trên thị trường và tăng cường liên kết theo chuỗi giá trị từ khâu sản xuất đến tiêu thụ, xuất khẩu.

(iv) Phát triển thị trường xuất khẩu gạo theo hướng đa dạng hóa thị trường, giảm phụ thuộc vào một số thị trường nhất định phù hợp với xu thế hội nhập quốc tế về kinh tế và hợp tác quốc tế về đầu tư sản xuất, chế biến, xuất khẩu gạo; khai thác cơ hội, tiềm năng, lợi thế từ các FTA, các cam kết quốc tế mà Việt Nam là thành viên.

(v) Phát triển thị trường xuất khẩu gạo nhằm cụ thể hóa và gắn với việc thực hiện Chiến lược xuất nhập khẩu hàng hóa thời kỳ 2011-2020, định hướng đến năm 2030; Chiến lược Hội nhập kinh tế quốc tế ngành nông nghiệp và phát triển nông thôn đến năm 2030; Đề án phát triển các thị trường khu vực thời kỳ 2015-2020, định hướng đến năm 2030; Đề án Tái cơ cấu ngành nông nghiệp theo hướng nâng cao giá trị gia tăng và phát triển bền vững; Đề án Tái cơ cấu ngành lúa gạo Việt Nam đến năm 2020 và tầm nhìn đến năm 2030; Đề án phát triển thương hiệu gạo Việt Nam đến năm 2020, tầm nhìn đến năm 2030.

Mục tiêu hướng tới là củng cố các thị trường xuất khẩu truyền thống, trọng điểm và phát triển các thị trường xuất khẩu mới, tiềm năng; tăng cường liên kết gắn sản xuất với thị trường theo chuỗi giá trị, bảo đảm chất lượng gạo xuất khẩu; tăng cường đưa sản phẩm gạo Việt Nam vào các kênh phân phối trực tiếp tại các thị trường; nâng cao giá trị, đảm bảo hiệu quả xuất khẩu; khẳng định uy tín và thương hiệu gạo Việt Nam trên thị trường. 7 nhóm giải pháp được hoạch định bao gồm:

(i) Giải pháp về tổ chức sản xuất, công nghệ sau thu hoạch, chế biến, bảo quản, xây dựng thương hiệu gạo Việt Nam trên thị trường.

(ii) Giải pháp về tăng cường quan hệ hợp tác về ngoại giao, kinh tế, thương mại và đầu tư với các quốc gia và vùng lãnh thổ để phát triển thị trường.

- (iii) Giải pháp về công tác phát triển thị trường.
- (iv) Giải pháp về hoàn thiện thể chế.
- (v) Giải pháp về nâng cao năng lực của thương nhân xuất khẩu gạo.
- (vi) Giải pháp về cơ sở hạ tầng, logistics, thanh toán.

Tại Quyết định trên, Thủ tướng Chính phủ giao các Bộ, ngành liên quan có trách nhiệm tổ chức xây dựng và thực hiện các nhiệm vụ cụ thể được phân công tại Phụ lục kèm theo Quyết định; xây dựng Kế hoạch hành động thực hiện Chiến lược, xác định nội dung nhiệm vụ, giải pháp cụ thể, thời hạn hoàn thành và nguồn lực thực hiện. Ngày 5/9/2017, Bộ Công Thương đã có Quyết định số 3434/QĐ-BCT ban hành Kế hoạch của Bộ Công Thương triển khai thực hiện Chiến lược. Bộ Khoa học và Công nghệ và Ngân hàng Nhà nước Việt Nam cũng đã ban hành Kế hoạch hành động thực hiện Chiến lược.

3. Chương trình Thương hiệu Quốc gia

Chương trình Thương hiệu Quốc gia Việt Nam được Thủ tướng Chính phủ phê duyệt tại Quyết định số 253/2003/QĐ-TTg ngày 25/11/2003. Đây là Chương trình duy nhất của Chính phủ Việt Nam tiến hành với mục đích quảng bá hình ảnh quốc gia, thương hiệu quốc gia thông qua thương hiệu sản phẩm (hàng hóa và dịch vụ).

Tiếp nối các chương trình, sự kiện đã được tổ chức trong các năm qua, Chương trình Thương hiệu quốc gia năm 2017 tiếp tục đồng hành và hỗ trợ các doanh nghiệp đạt Thương hiệu Quốc gia thông qua nhiều hoạt động:

- Tổ chức thành công Tuần lễ tự hào Thương hiệu Quốc gia từ ngày 19 đến ngày 26/6/2017 với nhiều hoạt động như Hội thảo chuyên sâu, Diễu hành tự hào thương hiệu quốc gia, triển lãm ảnh sản phẩm, giới thiệu ấn phẩm với mục đích tuyên truyền rộng rãi trong đại chúng về Chương trình Thương hiệu Quốc gia, nâng cao niềm tự hào của các doanh nghiệp đạt Thương hiệu Quốc gia.

- Tổ chức các hoạt động tuyên truyền nhân “Ngày Thương hiệu Việt Nam 20/4” năm 2017. Đây là hoạt động nhằm khích lệ, động viên và hỗ trợ cộng đồng doanh nghiệp Việt Nam nỗ lực xây dựng và phát triển và quảng bá thương hiệu hàng hóa, dịch vụ Việt Nam ở trong và ngoài nước, qua đó góp phần quảng bá, xây dựng hình ảnh đất nước Việt Nam trong cộng đồng doanh nghiệp và bạn bè quốc tế. Các hoạt động truyền thông đang được triển khai trên các phương tiện truyền thông như: Báo chí, truyền hình, truyền thanh, băng rôn, website...

- Triển khai hoạt động truyền thông bên lề Hội nghị các Bộ trưởng Phụ trách thương mại APEC lần thứ 23-MRT 23. Từ ngày 20 đến 21/5/2017, khu trưng bày sản phẩm thương hiệu Việt Nam bên lề MRT 23 đã tích cực

quảng bá hình ảnh doanh nghiệp, sản phẩm Việt Nam tới bạn bè quốc tế. Khu gian hàng được thiết kế thống nhất, nổi bật hình ảnh Vietnam Value, tạo điểm nhấn trong tổng thể trang trí khu hội nghị.

- Phối hợp với các cơ quan thông tấn, báo chí lớn thực hiện các chương trình truyền thông cho Chương trình và doanh nghiệp đạt Thương hiệu Quốc gia như: Thời báo Kinh tế Việt Nam, Báo Công Thương, Báo điện tử VnExpress, Truyền hình Thông tấn, Truyền hình Công Thương.

- Hỗ trợ doanh nghiệp Thương hiệu Quốc gia tham gia gian hàng tại các Hội chợ, Triển lãm thường niên như: Vietnam Expo, Foodexpo cũng như quảng bá về các doanh nghiệp Thương hiệu quốc gia và Chương trình Thương hiệu Quốc gia tại các Hội chợ này.

- Hỗ trợ nâng cao nhận thức, năng lực quản trị, xây dựng và bảo vệ thương hiệu cho các doanh nghiệp Thương hiệu quốc gia thông qua các chương trình Hội thảo, Diễn đàn, Đào tạo phổ biến thông tin cho doanh nghiệp nhằm nâng cao nhận thức trong xây dựng và phát triển thương hiệu cho doanh nghiệp góp phần nâng cao chất lượng sản phẩm và tăng sức cạnh tranh cho doanh nghiệp. Các hoạt động đã thực hiện bao gồm: Hội thảo phát triển thương hiệu gắn với yếu tố xanh (ngày 19/4), Chương trình đào tạo nâng cao năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp thông qua phát triển thương hiệu (ngày 30/8), Hội thảo Đẩy mạnh phát triển thương hiệu Việt sang thị trường Hàn Quốc (ngày 12/10), Hội thảo Định giá tài sản thương hiệu trong bối cảnh hội nhập quốc tế (ngày 4/12).

- Xuất bản các ấn phẩm xúc tiến thương mại như: Vietbiz Chè, Vietbiz Da giày, VietBrand Đồ gỗ bằng tiếng Anh để giới thiệu, quảng bá về ngành hàng xuất khẩu và thương hiệu sản phẩm tiêu biểu của Việt Nam; cuốn Thương mại và Đầu tư Việt Nam - Trade & Investment bằng tiếng Anh nhằm giới thiệu tiềm năng, quảng bá về kinh tế, thương mại và đầu tư của Việt Nam.

4. Chương trình Xúc tiến thương mại quốc gia

Trong năm 2017, các hoạt động thuộc Chương trình Xúc tiến thương mại quốc gia đã hỗ trợ khoảng gần 4.000 lượt doanh nghiệp, giá trị các hợp đồng xuất khẩu đạt khoảng 17,5 triệu đô la và doanh số bán hàng đạt khoảng 185 tỷ đồng. Trong đó, các kết quả cụ thể như sau:

4.1. Về phát triển thị trường

Với sự hỗ trợ từ Chương trình xúc tiến thương mại quốc gia, sự hiện diện của sản phẩm xuất khẩu Việt Nam tại các thị trường truyền thống như Hoa Kỳ, EU, Trung Quốc, Nhật Bản, Hàn Quốc ngày càng mở rộng.

Đồng thời, Chương trình đã hỗ trợ doanh nghiệp tiếp tục quay trở lại thị trường Liên bang Nga, các nước Đông Âu, tăng cường hoạt động tại thị trường Myanmar, Lào, một số nước Trung Đông, Châu Phi và Mỹ La

tin; tận dụng các lợi thế do các FTA mang lại, giúp các doanh nghiệp Việt Nam đẩy mạnh xuất khẩu sản phẩm, dịch vụ vào các thị trường; xúc tiến đẩy mạnh hoạt động thương mại, đầu tư; nâng cao vị thế và hình ảnh của Việt Nam.

4.2. Về phát triển ngành hàng

Thông qua Chương trình Xúc tiến thương mại quốc gia, các tổ chức xúc tiến thương mại đã hỗ trợ doanh nghiệp xuất khẩu tiếp cận, mở rộng thị trường tại các thị trường trọng điểm, thị trường mới, nhiều tiềm năng.

Đối với nhóm hàng nông, thủy sản, thông qua các đơn vị chủ trì, Chương trình Xúc tiến thương mại quốc gia đã hỗ trợ các doanh nghiệp tham gia các hội chợ triển lãm hàng đầu thế giới về nông sản, thực phẩm tại các thị trường trọng điểm như: Hội chợ Rau quả Asia Fruit Logistica (Hong Kông), Triển lãm Thực phẩm Quốc tế Seoul - Seoul Food, Hội chợ Quốc tế về Thực phẩm và Đồ uống Nhật Bản - Foodex Japan, Hội chợ Quốc tế về thực phẩm và đồ uống Hoa Kỳ - Fancy Food Show, Triển lãm thủy sản Bắc Mỹ tại Boston, Đoàn giao dịch thương mại tại thị trường Ba Lan kết hợp tham dự Hội chợ Tea & Coffee World Cup, Triển lãm thủy sản toàn cầu tại Bỉ, Hội chợ Thực phẩm đồ uống Anuga, Hội chợ World Food Moscow, Hội chợ thủy sản Trung Đông và Châu Phi - Seafex Dubai, Hội chợ Thực phẩm và Đồ uống SIAL Paris. Mỗi chương trình thu hút trung bình 10-15 doanh nghiệp tham gia, giá trị hợp đồng ký kết đạt trung bình khoảng 5 triệu USD. Hoạt động xúc tiến thương mại đã chú trọng hỗ trợ doanh nghiệp xây dựng, phát triển sản phẩm, thương hiệu, nâng cao giá trị gia tăng và tạo chỗ đứng cho nông sản Việt Nam trên thị trường thế giới.

Đối với nhóm hàng công nghiệp, Chương trình tập trung hỗ trợ các hoạt động tổ chức tham gia các hội chợ chuyên ngành có uy tín trên thế giới, tổ chức hội nghị quốc tế ngành hàng, đón nhà nhập khẩu vào Việt Nam mua hàng.

Đối với ngành da giày, Chương trình Xúc tiến thương mại quốc gia đã hỗ trợ Hiệp hội Da giày và Túi xách Việt Nam tổ chức các đoàn doanh nghiệp tham gia các hội chợ triển lãm quốc tế chuyên ngành tại Hoa Kỳ, tổ chức hoạt động giao thương tại thị trường tiềm năng, mời các nhà nhập khẩu vào Việt Nam giao dịch với các doanh nghiệp ngành da giày... tạo điều kiện cho các doanh nghiệp trong ngành có cơ hội quảng bá sản phẩm với khách hàng quốc tế nắm bắt nhu cầu, thị hiếu của khách hàng.

Đối với ngành dệt may, Chương trình Xúc tiến thương mại quốc gia đã hỗ trợ một phần kinh phí cho Hiệp hội Dệt may Việt Nam tổ chức được những chương trình xúc tiến thương mại trong và ngoài nước thành công và có uy tín như Hội chợ Magic Show Hoa Kỳ, Hội chợ Apparel Sourcing tại Paris, Pháp,...

Các hoạt động xúc tiến thương mại này đã góp phần quảng bá năng lực

sản xuất và phát triển ngành dệt may, da giày, tạo điều kiện cho doanh nghiệp tham gia tiếp cận xu hướng thị trường thế giới, góp phần hỗ trợ cho các doanh nghiệp phát triển sản phẩm, phát triển sản xuất.

Đối với công nghiệp hỗ trợ, Chương trình đã hỗ trợ các đơn vị chủ trì thực hiện các hoạt động như tổ chức đoàn doanh nghiệp công nghiệp hỗ trợ đi giao thương, xúc tiến thương mại tại Nhật Bản, Hàn Quốc, EU tạo điều kiện cho các doanh nghiệp từng bước tham gia vào các khâu trong chuỗi giá trị toàn cầu.

Đối với ngành công nghiệp sáng tạo, Chương trình đã tổ chức các hoạt động nâng cao năng lực thiết kế, phát triển sản phẩm xuất khẩu, hội nghị quốc tế công nghiệp sáng tạo, tham gia Triển lãm phân mềm Sodec Nhật Bản, Hội nghị quốc tế ngành công nghiệp phần mềm Việt Nam... nhằm hỗ trợ doanh nghiệp nâng cao năng lực cạnh tranh, phát triển giá trị gia tăng cho sản phẩm xuất khẩu.

4.3. Về nâng cao năng lực cho các tổ chức xúc tiến thương mại và doanh nghiệp

Chương trình Xúc tiến thương mại quốc gia thời gian qua cũng đã chú trọng thực hiện các khóa đào tạo, tập huấn nâng cao năng lực tổ chức hoạt động xúc tiến thương mại cho các đơn vị chủ trì, nâng cao năng lực cho các doanh nghiệp trong hoạt động xúc tiến thương mại, kỹ năng phát triển thị trường, phát triển sản phẩm phục vụ xuất khẩu.

Thông qua hỗ trợ các hoạt động cụ thể, Chương trình đã tạo điều kiện cho các hiệp hội ngành hàng, cơ quan xúc tiến thương mại thực hiện triển khai các hoạt động xúc tiến thương mại, doanh nghiệp tham gia hoạt động xúc tiến thương mại trong và ngoài nước. Qua đó năng lực của các tổ chức xúc tiến thương mại, hiệp hội ngành hàng, trung tâm xúc tiến thương mại địa phương đã có những tiến bộ rõ nét. Các hoạt động xúc tiến thương mại đã được triển khai bài bản hơn, chuyên nghiệp hơn. Năng lực tham gia hoạt động xúc tiến thương mại của doanh nghiệp cũng được nâng cao đáng kể, doanh nghiệp đã từng bước quen thuộc và chủ động hơn trong việc tham gia hoạt động xúc tiến thương mại trong và ngoài nước.

Chương trình Xúc tiến thương mại quốc gia tiếp tục hỗ trợ nguồn kinh phí quan trọng cho các Hiệp hội ngành hàng, các địa phương thực hiện các hoạt động xúc tiến thương mại, hỗ trợ doanh nghiệp củng cố, mở rộng thị trường xuất khẩu.

Các doanh nghiệp Việt Nam - những người hưởng lợi trực tiếp từ Chương trình - có cơ hội tham gia vào các hoạt động xúc tiến thương mại hiệu quả, nhằm tìm kiếm khách hàng mới, đồng thời duy trì, củng cố quan hệ với những bạn hàng sẵn có. Các doanh nghiệp có cơ hội để học hỏi kinh nghiệm, tiếp cận được với công nghệ mới, các tiến bộ kỹ thuật để giúp việc sản xuất sản phẩm và cải tiến mẫu mã phù hợp hơn với thị trường. Đồng

thời, nhận định xu hướng thị trường, nhu cầu, thị hiếu của người tiêu dùng để có căn cứ xây dựng định hướng chiến lược phát triển sản xuất kinh doanh và phát triển các nguồn lực.

Các hoạt động xúc tiến thương mại mang tính liên kết vùng đi vào nề nếp đã nâng cao hiệu quả tổ chức cũng như hiệu quả tham gia hội chợ triển lãm của các doanh nghiệp đồng thời nâng cao năng lực cho các trung tâm xúc tiến thương mại địa phương trong việc tổ chức hội chợ triển lãm nói riêng và tổ chức các sự kiện xúc tiến thương mại nói chung.

Thông qua Chương trình xúc tiến thương mại quốc gia, các tổ chức xúc tiến thương mại, hiệp hội ngành hàng, trung tâm xúc tiến thương mại địa phương phát huy vai trò hỗ trợ doanh nghiệp thành viên, doanh nghiệp địa phương trong hoạt động xúc tiến thương mại, tìm kiếm, mở rộng thị trường, quảng bá ngành hàng, địa phương đối với người tiêu dùng trong nước và quốc tế. Năng lực triển khai các hoạt động xúc tiến thương mại của các đơn vị chủ trì cũng đã có những tiến bộ rõ nét. Các hoạt động xúc tiến thương mại đã được triển khai bài bản và chuyên nghiệp hơn, thu hút nhiều doanh nghiệp tham gia hơn các năm trước.

IV. XUẤT XỨ HÀNG HÓA

1. Các biện pháp tạo thuận lợi trong hoạt động cấp Giấy chứng nhận xuất xứ hàng hóa.

1.1. Hình thức chứng nhận xuất xứ qua Internet

Hiện nay 100% thủ tục hành chính xin cấp C/O của Bộ Công Thương được thương nhân sử dụng chữ ký số và khai báo trực tuyến trên hệ thống xuất xứ điện tử (eCoSys).

Hệ thống eCoSys của Bộ Công Thương cho phép triển khai 2 hình thức, bao gồm:

- Khai báo nội dung C/O và lưu trữ dữ liệu trên Hệ thống eCoSys;
- Cấp C/O qua Internet: Theo hình thức này, thương nhân có thể khai báo nội dung C/O và gửi (đính kèm) các chứng từ cần thiết qua Internet thay vì nộp chứng từ giấy. Nhờ vậy, công chức tại các đơn vị được ủy quyền có thể xem xét, kiểm tra hồ sơ đề nghị cấp C/O và thông báo kết quả xử lý cho thương nhân qua mạng.

Thời gian qua, Bộ Công Thương đã nỗ lực đơn giản hóa thủ tục hành chính trong lĩnh vực cấp C/O, bước đầu tạo chuyển biến tích cực với hình thức cấp C/O qua mạng Internet. Theo quy trình cấp C/O qua mạng Internet, thương nhân khai báo và nộp chứng từ điện tử, không phải đến trụ sở cơ quan, tổ chức cấp C/O để nộp hồ sơ giấy. Thời gian trả hồ sơ 2 giờ làm việc tính từ thời điểm nhận hồ sơ đã duyệt trên mạng, ngắn hơn trường hợp thương nhân nộp hồ sơ trực tiếp là 8 giờ làm việc và gửi qua bưu điện là 1 ngày làm việc.

Trong năm 2017, Bộ trưởng Bộ Công Thương đã ký ban hành Quyết định số 1313/QĐ-BCT sửa đổi, bổ sung Quyết định số 2412/QĐ-BCT ngày 15/6/2016 về Quy trình cấp Giấy chứng nhận xuất xứ hàng hóa ưu đãi qua Internet. Theo đó, chính thức áp dụng việc cấp C/O mẫu D, mẫu EAV và mẫu VC điện tử và khuyến khích các thương nhân khai báo C/O qua Internet. Năm 2017, lượng C/O khai báo kèm chứng từ được cấp qua Internet là 224.307 bộ, riêng mẫu D là 126.751 bộ.

Việc triển khai cấp C/O qua Internet sẽ giúp giảm thời gian đi lại và cắt giảm được chi phí giấy tờ cho thương nhân do đã có thể gửi chứng từ qua Internet. Đối với các Tổ chức cấp C/O, việc cấp C/O qua Internet giúp giảm không gian lưu trữ hồ sơ do các chứng từ đã được lưu trữ dưới dạng điện tử trên Hệ thống eCoSys theo quy định tại Nghị định số 01/2013/NĐ-CP ngày 03/01/2013 của Chính phủ quy định chi tiết thi hành một số điều của Luật Lưu trữ. Việc truy xuất báo cáo, thống kê, tra cứu, xác minh tính xác thực của C/O đã cấp cũng dễ dàng, thuận tiện hơn. Ngoài ra, khi VNNSW được kết nối với Cơ chế một cửa ASEAN (ASW) và cơ quan Hải quan của các nước đối tác, C/O điện tử sẽ được gửi tới cơ quan Hải quan của các nước đối tác, sẽ giúp giảm chi phí gửi chứng từ, rút ngắn thời gian xác minh tính xác thực của C/O, từ đó giảm chi phí lưu kho cho hàng hóa của Việt Nam xuất khẩu sang các nước.

1.2. Cơ chế doanh nghiệp tự chứng nhận xuất xứ

1.2.1. Cơ sở pháp lý

Một trong những vấn đề mới xuất hiện trong quá trình đàm phán các FTA là cơ chế tự chứng nhận xuất xứ hàng hóa (TCNXX). Cơ chế này đang trở thành xu hướng mới trong các FTA như CPTPP, Hiệp định FTA giữa Việt Nam và Liên minh Châu Âu và Hiệp định Thương mại hàng hóa ASEAN (ATIGA).

Mục tiêu của ASEAN là thực hiện áp dụng cơ chế TCNXX rộng rãi với sự tham gia của tất cả các nước thành viên vào năm 2018. Do hiện tại 4 nước tham gia thí điểm tự chứng nhận theo Dự án số 1 và các nước còn lại chưa tham gia có quan điểm khác biệt chủ yếu về phạm vi đối tượng được tự chứng nhận nên Dự án thí điểm tự chứng nhận số 2 được xây dựng và thực thi song song với Dự án số 1. Vào tháng 12/2011, tại cuộc họp Nhóm công tác quy tắc xuất xứ ASEAN (SCAROO), Philippines đã lần đầu tiên trình bày về dự án thí điểm tự chứng nhận số 2 và dự thảo nội dung Quy trình thủ tục chứng nhận xuất xứ (OCP) cho dự án thí điểm số 2 này trên cơ sở tham khảo ý kiến của Indonesia và Việt Nam. Các nước Philippines, Indonesia, Lào đã ký Biên bản ghi nhớ (MOU) của dự án thí điểm số 2 vào tháng 8/2012 và đã bắt đầu triển khai thực hiện vào quý 4/2012.

1.2.2. Thực tế triển khai TCNXX tại Việt Nam

Cơ chế TCNXX được coi là bước đột phá trong việc cải cách thủ tục hành

chính. Theo cơ chế này, thương nhân được tự khai báo và cam kết về xuất xứ hàng hóa thay cho việc đề nghị cấp C/O tại các Tổ chức cấp C/O. Cơ chế TCNXX giúp thương nhân xuất khẩu tiết kiệm chi phí, thời gian, chủ động trong hoạt động sản xuất, kinh doanh xuất khẩu.

Qua thực tế triển khai thực hiện thí điểm tự chứng nhận xuất xứ hàng hóa trong ASEAN theo quy định nội luật tại Thông tư số 28/2015/TT-BCT ngày 20/8/2015, để mở rộng số lượng thương nhân được phép TCNXX, Bộ Công Thương đã ban hành Thông tư số 27/2017/TT-BCT ngày 6/12/2017 sửa đổi, bổ sung Thông tư số 28/2015/TT-BCT, theo đó:

- Bãi bỏ tiêu chí “Kim ngạch xuất khẩu đi ASEAN được cấp C/O mẫu D năm trước liền kề đạt tối thiểu 10 (mười) triệu đô la Mỹ” và thay bằng tiêu chí “Là doanh nghiệp nhỏ và vừa trở lên”.

- Bổ sung quy định: “Thương nhân được lựa chọn không được tự chứng nhận xuất xứ hàng hóa đối với những lô hàng do cơ quan hải quan phân loại vào luồng vàng hoặc luồng đỏ” nhằm phòng ngừa rủi ro vi phạm xuất xứ khi thực hiện thí điểm TCNXX.

1.3. Công tác tuyên truyền phổ biến FTA

Trong năm 2017, Bộ Công Thương đã chủ trì hoặc phối hợp cùng các Bộ ngành hữu quan, Sở Công Thương các địa phương, Hiệp hội ngành hàng và Dự án EU-MUTRAP tổ chức và thực hiện nhiều Hội nghị, Hội thảo, Khóa tập huấn về Quy tắc xuất xứ, Tự chứng nhận xuất xứ. Nội dung tập huấn chuyên sâu về quy tắc xuất xứ trong các FTA, các thỏa thuận thương mại quốc tế mà Việt Nam tham gia; tập trung vào các ngành hàng xuất khẩu chủ đạo của Việt Nam; cập nhật các văn bản quy phạm pháp luật trong lĩnh vực xuất xứ hàng hóa và hướng dẫn thực hiện có hiệu quả các văn bản này.

Thông qua các Hội nghị, Hội thảo, các lớp đào tạo, các khóa tập huấn, các doanh nghiệp, Hiệp hội ngành hàng và các cán bộ từ các cơ quan hữu quan được cập nhật thông tin về quá trình Hội nhập kinh tế quốc tế, quá trình tham gia và thực hiện các FTA của Việt Nam; nắm vững các kiến thức cơ bản về quy tắc xuất xứ ưu đãi và không ưu đãi để từ đó vận dụng phù hợp vào quá trình xuất nhập khẩu hàng hóa hiệu quả, nâng cao tỷ lệ tận dụng ưu đãi thuế quan trong các FTA Việt Nam là thành viên.

2. Tỷ lệ sử dụng C/O ưu đãi

2.1. Tình hình cấp C/O ưu đãi của Bộ Công Thương

Tổng kim ngạch xuất khẩu sử dụng các loại C/O ưu đãi năm 2017 đạt 33,4 tỷ USD, chiếm 34% tổng kim ngạch xuất khẩu sang các thị trường ký FTA và tăng 26% so với năm 2016.

Năm 2017, các tổ chức được ủy quyền đã cấp 764.052 bộ C/O ưu đãi cho

hàng hóa Việt Nam xuất khẩu sang các thị trường với trị giá 37,8 tỷ USD, tăng 26% về trị giá và tăng 25% về số lượng hồ sơ so với năm 2016.

2.2. Tỷ lệ sử dụng C/O ưu đãi đối với các mặt hàng xuất khẩu của Việt Nam năm 2017

2.2.1. Về kim ngạch sử dụng C/O ưu đãi

- Đứng đầu là C/O mẫu E, đạt 9,2 tỷ USD cho hàng hóa Việt Nam xuất khẩu sang Trung Quốc, tăng 35% so với năm 2016.

- Tiếp đó là C/O mẫu AK và VK, đạt 7,6 tỷ USD cho hàng hóa Việt Nam xuất khẩu sang Hàn Quốc, tăng 20% so với năm 2016.

- Đứng thứ ba là C/O mẫu D, đạt 6,5 tỷ USD cho hàng hóa của Việt Nam xuất khẩu sang các nước ASEAN, tăng 23% so với năm 2016.

- Kim ngạch xuất khẩu sử dụng C/O mẫu AI cho hàng hóa của Việt Nam xuất khẩu sang Ấn Độ tuy không cao, chỉ đạt hơn 1,8 tỷ USD nhưng có mức tăng trưởng cao nhất là 55% so với 1,2 tỷ USD năm 2016.

2.2.2. Về tỷ lệ tận dụng ưu đãi FTA

- Thị trường Chile vẫn đứng đầu với tỷ lệ sử dụng C/O mẫu VC cao nhất là 69%.

- Đứng thứ hai là thị trường Hàn Quốc với tỷ lệ sử dụng C/O ưu đãi mẫu AK/VK là 51%.

- Thị trường Ấn Độ vươn lên vị trí thứ ba với tỷ lệ tận dụng ưu đãi C/O mẫu AI là 48%, đẩy thị trường Nhật Bản xuống vị trí thứ tư với tỷ lệ tận dụng C/O mẫu AJ/VJ là 35%.

Tuy nhiên, tính chung tỷ lệ tận dụng ưu đãi FTA của Việt Nam năm 2017 chỉ đạt 34%, thấp hơn 2% so với tỷ lệ này của năm 2016 (36%).

Bảng 24: Tỷ lệ tận dụng C/O ưu đãi của Việt Nam năm 2017

MẪU C/O	Năm 2017 (đơn vị: Triệu USD)		
	Trị giá cấp C/O	Kim ngạch XK	Tỷ lệ tận dụng
Mẫu AANZ	1.230,43	3.757,03	33%
Mẫu AI	1.807,44	3.755,68	48%
Mẫu AJ+VJ	5.833,84	16.841,46	35%
Mẫu AK+VK	7.621,28	14.822,85	51%
Mẫu D	6.535,89	21.680,27	30%
Mẫu E	9.170,69	35.462,69	26%
Mẫu EAV	484,41	2.167,38	22%
Mẫu S	50,82	524,51	10%

Mẫu VC	684,72	999,39	69%
Mẫu X	0,26	2.776,14	0%
Tổng các mẫu C/O	33.419,77	99.486,76	34%

Nguồn: Bộ Công Thương và Tổng cục Hải quan

Các mặt hàng nông sản của Việt Nam (Chương 01-24) có tỷ lệ tận dụng ưu đãi FTA tốt do hầu hết đều đáp ứng quy tắc xuất xứ thuần túy (WO) đối với nông sản thô hoặc chưa chế biến sâu và quy tắc Hàm lượng Giá trị Khu vực (RVC) hoặc Chuyển đổi mã số HS (CTC) đối với nông sản chế biến.

2.2.3. Tỷ lệ tận dụng C/O ưu đãi đối với một số thị trường cụ thể

Thị trường Australia và New Zealand (C/O mẫu AANZ)

Những năm gần đây, tỷ lệ tận dụng ưu đãi FTA này tương đối ổn định ở mức trên 30%. Năm 2017, tỷ lệ này là 33%. Các mặt hàng có tỷ lệ tận dụng ưu đãi AANZFTA trên 80% có thể kể đến như gỗ và sản phẩm gỗ (85%); giày dép (97%); dây điện và cáp điện (92%); sản phẩm dệt may (84%); nhựa và sản phẩm nhựa (90%). Nhóm hàng nông nghiệp chưa xuất khẩu được nhiều do 2 thị trường này rất khắt khe với các yêu cầu cao về kiểm dịch động thực vật. Trong nhóm sản phẩm nông nghiệp, ghi nhận nhóm hàng rau quả có tỷ lệ tận dụng ưu đãi FTA tốt nhất, ở mức 56%.

Thị trường Ấn Độ (C/O mẫu AI)

Tỷ lệ tận dụng ưu đãi AIFTA của Việt Nam năm 2017 là 48%. Một số mặt hàng có tỷ lệ tận dụng ưu đãi cao như giày dép (88%); gỗ và sản phẩm gỗ (74%). Tỷ lệ sử dụng C/O mẫu AI đối với sản phẩm thép từ Việt Nam xuất khẩu sang Ấn Độ ở mức rất cao (90%), tuy nhiên Ấn Độ đã đặt vấn đề nghi ngờ có sự gian lận xuất xứ hoặc chuyển tải từ Trung Quốc tới Việt Nam rồi xuất khẩu sang Ấn Độ; hoặc công đoạn gia công tại Việt Nam chưa đủ để xét xuất xứ.

Thị trường Hàn Quốc (C/O mẫu AK và C/O mẫu VK)

Những năm gần đây, thị trường Hàn Quốc liên tục dẫn đầu nhóm các thị trường nhập khẩu hàng hóa từ Việt Nam có tỷ lệ tận dụng ưu đãi FTA cao nhất. Xuất khẩu sang Hàn Quốc năm 2017 đạt tỷ lệ tận dụng ưu đãi chỉ đứng sau Chile (51% so với 69%). Tuy nhiên xét về kim ngạch xuất khẩu sử dụng C/O ưu đãi thì từ Việt Nam xuất khẩu sang Hàn Quốc trên 7,6 tỷ USD trong khi từ Việt Nam xuất khẩu sang Chile chỉ có 685 triệu USD.

Những nhóm hàng tận dụng ưu đãi FTA tốt nhất có thể kể đến như thủy sản (92%), hạt tiêu (gần 95%), cà phê (93%), rau quả (82%); gỗ và sản phẩm gỗ (82%); giày dép (gần 100%); hàng dệt may (88%).

Việc tận dụng tốt ưu đãi từ 2 FTA này (AKFTA và VKFTA) trước hết là do quy tắc xuất xứ của 2 FTA này tương đối linh hoạt; người sản xuất,

xuất khẩu có thể dễ dàng đáp ứng tiêu chí xuất xứ, từ đó xin được C/O mẫu AK và VK cho hàng xuất khẩu. Ngoài ra, các doanh nghiệp FDI của Hàn Quốc tại Việt Nam nhập khẩu nguyên liệu từ Hàn Quốc để được cộng gộp cho công đoạn sản xuất tiếp theo tại Việt Nam, từ đó dễ dàng xin C/O cho thành phẩm xuất khẩu trở lại Hàn Quốc.

Cơ hội từ thị trường Hàn Quốc còn khá cao vì trong Hiệp định VKFTA, Hàn Quốc xóa bỏ thêm cho Việt Nam 506 dòng thuế, trong đó có một số mặt hàng có thế mạnh xuất khẩu của Việt Nam như tôm, dệt may, sản phẩm gỗ, hoa quả nhiệt đới (tươi, đóng hộp), thủy sản đông lạnh...

Thị trường ASEAN (C/O mẫu D)

Tỷ lệ tận dụng ưu đãi của FTA này dao động ổn định từ 30-35% qua các năm. Năm 2017, tỷ lệ tận dụng ưu đãi C/O mẫu D chỉ đạt 30%. Một số nhóm hàng xuất khẩu chủ lực của Việt Nam đều đạt tỷ lệ tận dụng cao, như hạt điều, chè và cà phê (gần 100%); giày dép đạt tỷ lệ 86%.

Tỷ lệ sử dụng C/O mẫu D chưa cao do một số mặt hàng (như dầu thô, gạo,...) xuất khẩu sang các nước ASEAN không phải sử dụng C/O mẫu D chiếm tỉ trọng lớn, gần 50% kim ngạch xuất khẩu sang ASEAN. Mức thuế suất thuế nhập khẩu MFN đối với các mặt hàng này của một số nước như Singapore, Malaysia, Indonesia, Philippines đều bằng 0%.

Thị trường Trung Quốc (C/O mẫu E)

Tỷ lệ tận dụng ưu đãi C/O mẫu E hầu như không thay đổi qua các năm, thường xuyên ở ngưỡng xấp xỉ 30%. Một số nhóm hàng có tỷ lệ tận dụng ưu đãi C/O mẫu E rất tốt như giày dép (gần 100%); cao su và các sản phẩm từ cao su (82%).

Việt Nam chủ yếu xuất khẩu sang Trung Quốc những sản phẩm sơ cấp như nông lâm thủy sản, than đá, dầu thô, đá, thạch cao... Những mặt hàng nguyên nhiên liệu này có thuế suất MFN bằng 0% nên không cần sử dụng C/O mẫu E khi xuất khẩu. Ngoài ra, tương tự AIFTA, FTA giữa ASEAN và Trung Quốc cũng được đánh giá ở mức độ kém linh hoạt do chỉ có duy nhất tiêu chí Hàm lượng ACFTA là tiêu chí chung nên việc tận dụng ưu đãi không thuận lợi như các FTA có tiêu chí lựa chọn RVC hoặc CTH.

Thị trường Lào (C/O mẫu S) và thị trường Campuchia (C/O mẫu X)

Kim ngạch xuất khẩu sử dụng C/O mẫu S và mẫu X sang 2 thị trường này không cao. Tỷ lệ tận dụng ưu đãi C/O mẫu S và mẫu X cũng không đáng kể do phần lớn doanh nghiệp sử dụng C/O mẫu D khi xuất khẩu hàng hóa sang 2 thị trường này.

Thị trường Chile (C/O mẫu VC)

Hiệp định Thương mại tự do giữa Việt Nam - Chile có nhiều mặt hàng

có thể mạnh xuất khẩu của Việt Nam tiếp tục được cắt giảm thuế quan trong thời gian tới theo cam kết của Chile trong Hiệp định như gạo, sản phẩm cao su, sản phẩm dệt may, giày dép, sản phẩm nội thất...

Năm 2017, kim ngạch xuất khẩu sang Chile có sử dụng C/O ưu đãi đạt 685 triệu USD, tỷ lệ tận dụng ưu đãi FTA đạt 69%, đây là tỷ lệ cao nhất trong số các FTA Việt Nam tham gia. Các mặt hàng thế mạnh xuất khẩu của Việt Nam, có tỷ lệ tận dụng ưu đãi cao là giày dép (96%); gạo (83%) và hàng dệt may (35%). Dung lượng thị trường không lớn nhưng tỷ lệ tận dụng ưu đãi cao là tín hiệu tích cực cho thấy doanh nghiệp đã biết vận dụng tốt các ưu đãi thông qua quy tắc xuất xứ khi xuất khẩu tới thị trường Châu Mỹ này.

Thị trường Nhật Bản (C/O mẫu AJ và VJ)

Trong số gần 17 tỷ USD kim ngạch xuất khẩu sang Nhật Bản năm 2017, Việt Nam đã cấp C/O ưu đãi cho lượng hàng hóa trị giá trên 5,8 tỷ USD, tỷ lệ tận dụng ưu đãi của AJCEP và VJEPA là 35%. Một trong những nguyên nhân chính khiến tỷ lệ này chưa cao, là do quy tắc xuất xứ của 2 FTA này được coi là chặt nhất trong số các FTA Việt Nam đã ký với các đối tác. Đây cũng là FTA đã thực hiện duy nhất tính đến thời điểm này áp dụng quy tắc từ vải trở đi đối với ngành dệt may Việt Nam. Việc Indonesia không thông qua Hiệp định AJCEP khiến cho nguyên liệu nhập khẩu từ Indonesia không được cộng gộp trong việc tính xuất xứ cho hàng Việt Nam xuất khẩu sang Nhật Bản sử dụng C/O mẫu AJ.

Một số nhóm hàng có tỷ lệ tận dụng ưu đãi FTA tốt có thể kể đến như rau quả (52%), thủy sản (67%), nhựa và sản phẩm nhựa (86%), giày dép (85%).

Thị trường Liên minh Kinh tế Á - Âu

FTA giữa Việt Nam và EAEU gồm 5 nước Nga, Belarus, Kazakhstan, Armenia và Kyrgyzstan có hiệu lực từ ngày 5/10/2016. Nhiều mặt hàng có thể mạnh xuất khẩu của Việt Nam đã được cắt giảm thuế quan ngay khi Hiệp định có hiệu lực như dệt may, túi xách, thủy sản.

Năm 2017, Việt Nam xuất khẩu sang thị trường EAEU trên 484 triệu USD hàng hóa sử dụng C/O ưu đãi mẫu EAV, chiếm 22% tổng kim ngạch xuất khẩu sang thị trường này. Một số mặt hàng xuất khẩu có tỷ lệ tận dụng C/O mẫu EAV ở mức cao như: hàng dệt may gần 100%, giày dép 95%, nhựa và các sản phẩm nhựa 71%.

3. Một số quy định mới về xuất xứ hàng hóa trong các hiệp định

Trong lĩnh vực xuất xứ hàng hóa, năm 2017, Việt Nam đã hoàn tất đàm

phán FTA giữa ASEAN và Hồng Kông, Trung Quốc (AHKFTA). AHKFTA được ký ngày 12/11/2017 tại Philippines, theo đó Hiệp định cho phép các Bên tiếp tục đàm phán các dòng PSR trong thời hạn 1 năm (hoặc có thể hơn) kể từ khi FTA có hiệu lực.

Cũng trong năm 2017, Việt Nam hoàn tất đàm phán phiên thứ 20 Hiệp định Đối tác kinh tế toàn diện RCEP. Một số điểm mới được đề xuất trong RCEP (so với các FTA ASEAN đã thực hiện) đó là Tự chứng nhận xuất xứ/ Tự khai báo xuất xứ, Xuất xứ thuần túy trong phạm vi FTA, Cộng gộp toàn phần không có ngưỡng.

- Tự khai báo xuất xứ cho phép nhà sản xuất, nhà xuất khẩu, nhà nhập khẩu tự khai báo, tự chịu trách nhiệm về xuất xứ của hàng hóa. Cơ chế này linh hoạt hơn cơ chế Tự chứng nhận xuất xứ do nhà sản xuất, xuất khẩu muốn trở thành nhà xuất khẩu được ủy quyền TCNXX phải đáp ứng một số điều kiện nhất định.

- Xuất xứ thuần túy trong phạm vi FTA nghĩa là mỗi Bên thành viên FTA có thể được xem như 1 tỉnh/thành phố và toàn bộ khu vực FTA được xem như 1 quốc gia thống nhất. Trong hầu hết các FTA Việt Nam tham gia, xuất xứ thuần túy được định nghĩa "trong phạm vi lãnh thổ một Bên thành viên FTA". Quy định mới này cho phép mở rộng nguồn cung nguyên liệu và tối ưu hóa chuỗi cung ứng giá trị khu vực. Cách tiếp cận này đã có trong CPTPP và trong một số dòng của AKFTA.

- Cộng gộp toàn phần không có ngưỡng nghĩa là nguyên liệu không cần thiết phải đáp ứng ngưỡng 40%, chỉ cần tạo ra giá trị gia tăng dù vài phần trăm cũng được cộng gộp và sẽ cộng đúng số phần trăm thực tế được tạo ra đó. Trong hầu hết các FTA Việt Nam tham gia, cơ chế cộng gộp phổ biến là "cộng gộp có ngưỡng", theo đó để được cộng gộp vào quá trình sản xuất tiếp theo, nguyên liệu bắt buộc phải đáp ứng tối thiểu 40% (nếu FTA đó quy định ngưỡng RVC là 40%) và khi đó nguyên liệu sẽ được cộng gộp 100% trị giá vào quá trình sản xuất tiếp theo để tạo ra thành phẩm. Với cộng gộp toàn phần không có ngưỡng, nếu nguyên liệu đạt RVC 40% thì sẽ được cộng gộp 100%; nếu nguyên liệu đạt RVC nhỏ hơn 40% thì sẽ được cộng gộp đúng số phần trăm thực tế được tạo ra. Cộng gộp toàn phần không có ngưỡng đã có trong CPTPP và nay những nước vừa là thành viên CPTPP vừa là thành viên RCEP muốn giới thiệu cách tiếp cận này tại RCEP.

- Quy tắc sản xuất nhựa và quy tắc phản ứng hóa học (áp dụng với các Chương từ 28-40) cho phép thành phẩm không cần phải trải qua quá trình chuyển đổi mã số hàng hóa (CTC) cũng không cần phải tính toán RVC, chỉ cần chứng minh có phản ứng hóa học xảy ra thì thành phẩm được coi là có xuất xứ RCEP.

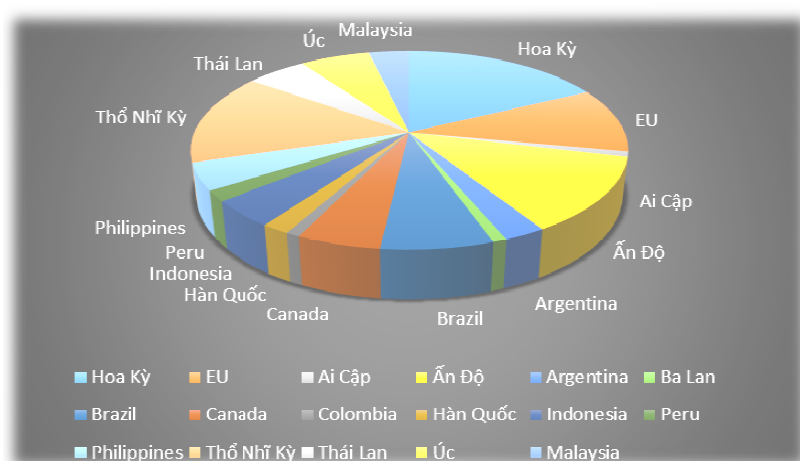
V. PHÒNG VỆ THƯƠNG MẠI

1. Các vụ việc phòng vệ thương mại đối với hàng hóa xuất khẩu của Việt Nam

1.1. Tình hình điều tra, áp dụng các biện pháp phòng vệ thương mại đối với hàng hóa xuất khẩu của Việt Nam

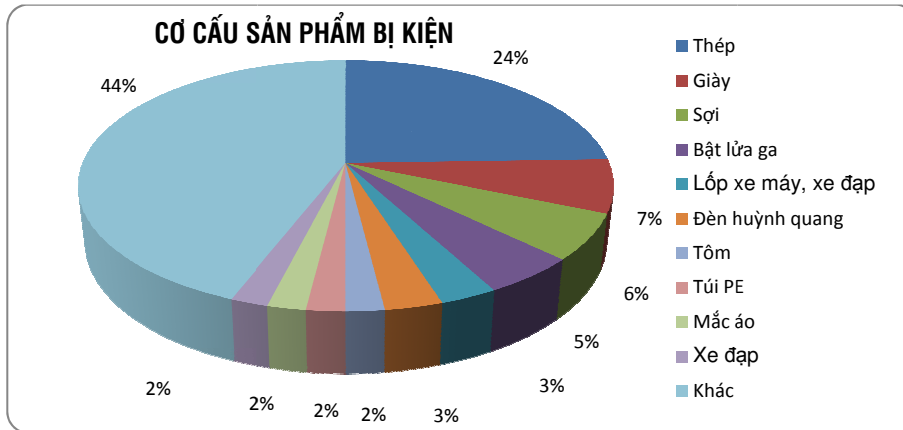
Tính đến hết năm 2017, đã có 124 vụ việc phòng vệ thương mại (PVTM) của nước ngoài tiến hành điều tra và áp dụng liên quan đến hàng hóa xuất khẩu của Việt Nam, trong đó: chống bán phá giá (AD) 75 vụ, chống trợ cấp (CVD) 10 vụ, chống lẩn tránh thuế (AC) 17 vụ và tự vệ (SG) 22 vụ. Hoa Kỳ là nước điều tra Việt Nam nhiều nhất (23 vụ), tiếp đến là Thổ Nhĩ Kỳ (18 vụ), Ấn Độ (15 vụ) và EU (13 vụ), còn các nước khác dưới 10 vụ. Các mặt hàng bị điều tra rất đa dạng, từ các mặt hàng có kim ngạch xuất khẩu lớn hàng tỷ USD như sắt, thép, thủy sản, máy giặt,... đến các mặt hàng có kim ngạch xuất khẩu rất nhỏ chỉ vài triệu USD như tủ dụng cụ, tháp gió,...

Biểu đồ 12: Các biện pháp PVTM theo thị trường xuất khẩu



Riêng trong năm 2017 đã có 13 vụ việc điều tra PVTM do nước ngoài tiến hành đối với hàng hóa xuất khẩu của Việt Nam, bao gồm 7 vụ việc chống bán phá giá, 2 vụ việc chống lẩn tránh thuế, 1 vụ việc chống trợ cấp và 3 vụ việc tự vệ. Một số vụ việc nổi bật trong giai đoạn gần đây như: Hoa Kỳ điều tra áp dụng biện pháp tự vệ với pin năng lượng mặt trời và máy giặt, điều tra áp dụng biện pháp hạn chế nhập khẩu theo quy định của Mục 232 vì lý do an ninh quốc gia với thép và nhôm, điều tra chống lẩn tránh thuế với thép cán nguội và thép các bon chống ăn mòn; Australia điều tra chống bán phá giá với dây thép (trong đó áp dụng điều kiện thị trường đặc biệt - một điều khoản tương đương với việc xác định nền kinh tế phi thị trường); Canada điều tra chống bán phá giá và chống trợ cấp với sản phẩm khốp nổi bằng đồng của Việt Nam,...

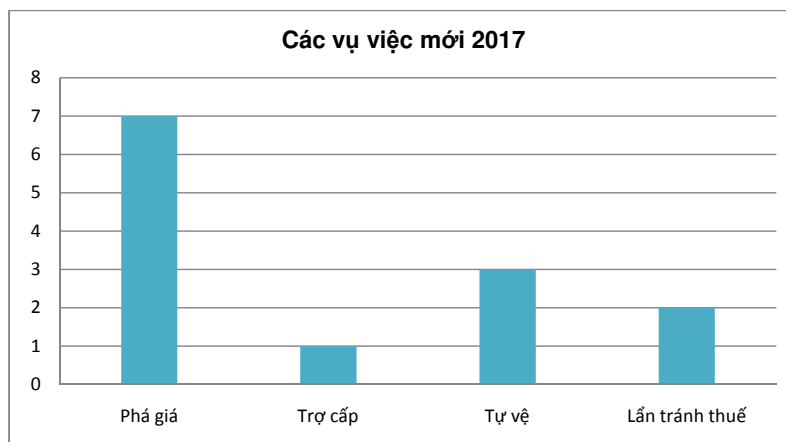
Biểu đồ 13: Các biện pháp PVTM theo mặt hàng



Bên cạnh đó, có một số thông tin báo chí trong và ngoài nước phản ánh về hiện tượng vận chuyển số lượng lớn nhôm có nguồn gốc Trung Quốc từ Mexico sang Việt Nam để xuất khẩu đi các nước khác, cũng như những thông tin liên quan đến việc thép Việt Nam nhập khẩu vào EU có dấu hiệu gian lận xuất xứ. Tất cả các vụ việc này đều liên quan đến nghi vấn hàng hóa gian lận xuất xứ của Việt Nam để nhập khẩu vào các nước khác nhằm lẩn tránh thuế phòng vệ thương mại đang có hiệu lực. Trên thực tế, để lẩn tránh các biện pháp phòng vệ thương mại, các doanh nghiệp thường thực hiện một trong hai hành vi sau:

(i) Gian lận xuất xứ: Được hiểu là hàng hóa được đưa từ nước ngoài vào Việt Nam để thực hiện một số công đoạn gia công rất đơn giản như đóng gói lại, thay đổi kích cỡ... với hàm lượng giá trị gia tăng không đáng kể hoặc thậm chí chỉ trung chuyển ở Việt Nam mà không có giá trị gia tăng nhưng vẫn được “xác định” là hàng hoá có xuất xứ từ Việt Nam nhằm lẩn tránh biện pháp phòng vệ thương mại. Các hành vi này bị coi là gian lận thương mại, bị cấm theo các cam kết quốc tế và pháp luật Việt Nam.

Biểu đồ 14: Số vụ việc PVTM mới trong năm 2017



(ii) Chuyển một hoặc một số công đoạn sản xuất nhằm tạo hàm lượng giá trị gia tăng đáng kể, đủ lớn sang Việt Nam để hàng hóa đáp ứng các tiêu chí xuất xứ của Việt Nam. Theo thông lệ quốc tế cũng như quy định của WTO, đây là các hành vi không bị cấm.

1.2. Các vụ việc giải quyết tranh chấp tại WTO

Tính đến tháng 12/2017, Việt Nam đã khởi kiện 3 vụ việc ra Cơ quan giải quyết tranh chấp của WTO (DSB), trong đó, 2 vụ việc DS404 và DS429 liên quan đến biện pháp chống bán phá giá tôm do Hoa Kỳ áp dụng đã kết thúc với kết quả tích cực cho Việt Nam, 1 vụ việc đang trong quá trình xét xử tại Cơ quan phúc thẩm của DSB liên quan đến biện pháp tự vệ đối với sản phẩm tôn lạnh do Indonesia áp dụng (trước đó Ban Hội thẩm trong vụ việc đã ban hành phán quyết có lợi cho Việt Nam).

1.3. Vấn đề kinh tế thị trường

Vấn đề kinh tế thị trường vẫn là một nội dung được Việt Nam quan tâm thảo luận với các đối tác. Tính đến nay, đã có 69 nước công nhận kinh tế thị trường của Việt Nam. Tuy nhiên, trong số đó lại không có các đối tác nhập khẩu lớn của Việt Nam cũng như các nước thường xuyên áp dụng biện pháp phòng vệ thương mại với Việt Nam như Hoa Kỳ, EU, Canada, Brazil, Thổ Nhĩ Kỳ... Điều này đã dẫn đến phương pháp tính biên độ bán phá giá gây thiệt hại lớn cho các doanh nghiệp Việt Nam. Theo Điều 255 của Báo cáo Ban công tác về việc gia nhập WTO của Việt Nam, sau ngày 31/12/2018 các nước sẽ không còn được mặc nhiên coi Việt Nam là nền kinh tế phi thị trường. Điều khoản tương tự cũng áp dụng đối với Trung Quốc nhưng với thời hạn sớm hơn (ngày 11/12/2016).

Do đó, trọng tâm năm 2017 về vấn đề kinh tế thị trường của Việt Nam là theo dõi và phân tích sự thay đổi chính sách của các nước trong vấn đề này. Trên cơ sở kết quả phân tích, Bộ Công Thương đã chủ động nghiên cứu và dự báo những tác động, hệ lụy đến tiến trình hội nhập, khả năng xuất khẩu của Việt Nam để tham mưu báo cáo Thủ tướng Chính phủ về chiến lược của Việt Nam phù hợp với hoàn cảnh thực tiễn. Ngoài ra, Bộ Công Thương cũng đang đẩy mạnh với phía Hoa Kỳ và EU về vấn đề xem xét chính sách kinh tế thị trường đối với Việt Nam trong thời gian tới.

1.4. Một số phân tích, đánh giá

1.4.1. Kết quả đạt được

Trong tất cả các vụ việc, Bộ Công Thương và bộ phận kinh tế, thương mại tại Đại sứ quán Việt Nam ở nước ngoài luôn chủ động thu thập thông tin từ các bên liên quan, tổ chức các buổi làm việc với doanh nghiệp và hiệp hội, trên cơ sở đó xây dựng phương án ứng phó để đảm bảo lợi ích cho các doanh nghiệp Việt Nam. Đồng thời Bộ Công Thương cũng tích cực phối hợp với các doanh nghiệp trong quá trình bị điều tra như tư vấn cho

các doanh nghiệp bị thẩm tra, gửi các bản lập luận và ý kiến thay mặt Chính phủ Việt Nam.

Nhờ những nỗ lực và sự phối hợp của các doanh nghiệp, hiệp hội và Bộ, một số vụ việc đã đạt được kết quả tích cực như: 2 vụ việc chống trợ cấp của Australia với nhôm ép và thép mạ kẽm đã chấm dứt do các doanh nghiệp Việt Nam chứng minh được việc không nhận được bất cứ khoản trợ cấp có thể đối kháng nào từ Chính phủ (nhôm) và do biên độ trợ cấp không đáng kể (thép). Vụ việc chống bán phá giá của Australia với thép mạ kẽm, có 2 doanh nghiệp Việt Nam cũng được chấm dứt điều tra do biên độ bán phá giá không đáng kể.

Vụ việc chống bán phá giá của Hoa Kỳ với sợi cũng đã được chấm dứt do nguyên đơn rút đơn kiện đối với Việt Nam. Vụ việc chống bán phá giá đối với tháp gió và dây thép do Australia điều tra cũng đạt được kết quả sơ bộ tích cực khi cơ quan điều tra xác định các doanh nghiệp Việt Nam không bán phá giá (vụ việc thép dây) và không gây thiệt hại đáng kể (vụ tháp gió).

Như vậy, tính đến hết năm 2017, đã có 37 vụ việc điều tra kết thúc bằng việc không áp dụng biện pháp phòng vệ thương mại đối với hàng hóa xuất khẩu của Việt Nam (chiếm 33 % tổng số vụ việc khởi xướng điều tra), trong đó chống bán phá giá: 19 vụ, chống trợ cấp: 7 vụ, tự vệ: 11 vụ. Để đạt được kết quả như vậy trước hết là nhờ sự tham gia nghiêm túc, đầy đủ của các bên liên quan (Chính phủ, doanh nghiệp) trong từng vụ việc cụ thể cũng như sự phối hợp chặt chẽ giữa Chính phủ và doanh nghiệp trong suốt quá trình xử lý vụ việc (hỗ trợ tư vấn cho doanh nghiệp, phối hợp chia sẻ thông tin, hỗ trợ tham vấn với chính phủ nước điều tra...).

1.4.2. Tồn tại, hạn chế

Thực tế hiện nay, một số doanh nghiệp xuất khẩu còn bị động, chưa thực sự nhận thức rõ ràng về nguy cơ nảy sinh các vụ việc điều tra phòng vệ thương mại cũng như hậu quả tiêu cực của những vụ việc này đối với hoạt động sản xuất, xuất khẩu của doanh nghiệp và thậm chí là của các ngành xuất khẩu Việt Nam. Nhiều doanh nghiệp còn có tâm lý né tránh, không tham gia hoặc tham gia không đầy đủ vào công tác kháng kiện, do đó hậu quả tiêu cực đối với các doanh nghiệp là điều khó tránh khỏi.

Các doanh nghiệp, chính phủ sẽ phải đầu tư đáng kể nguồn nhân lực, thời gian và kinh phí cho việc tham gia giải quyết toàn bộ vụ việc điều tra phòng vệ thương mại như chi phí thuê luật sư tư vấn, tham gia trả lời câu hỏi, thẩm tra tại chỗ, cung cấp thông tin, nghiên cứu và xây dựng hệ thống các tài liệu chứng minh, lập luận bảo vệ và các dữ liệu, số liệu về các giá trị thay thế...

Bên cạnh đó, ngay khi vụ việc phòng vệ thương mại được khởi xướng thì các doanh nghiệp xuất khẩu Việt Nam đã phải đối mặt với việc đảo

lộn và thay đổi kế hoạch kinh doanh, đầu tư sản xuất, chiến lược mặt hàng của doanh nghiệp mình để đáp ứng với những thay đổi mới của thị trường xuất khẩu.

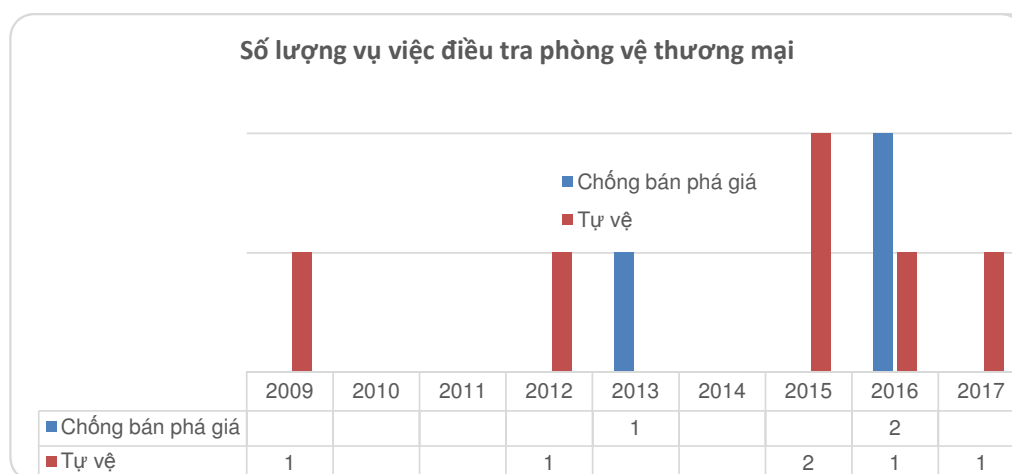
Việc một quốc gia/thị trường đã tiến hành điều tra và áp thuế phòng vệ thương mại với sản phẩm xuất khẩu của Việt Nam có thể dẫn tới nguy cơ các quốc gia/thị trường khác cũng tiến hành điều tra với sản phẩm tương tự nhập khẩu từ Việt Nam nếu chính phủ, các doanh nghiệp không phối hợp đầy đủ thì tác động sẽ lớn hơn rất nhiều.

Ngoài ra, quy định pháp lý của Việt Nam chưa có chế tài đối với việc doanh nghiệp không phối hợp đầy đủ trong quá trình điều tra, gây thiệt hại cho cả ngành sản xuất và xuất khẩu của Việt Nam.

2. Các vụ việc phòng vệ thương mại đối với hàng hóa nhập khẩu vào Việt Nam

2.1. Các vụ việc phòng vệ thương mại do Việt Nam khởi xướng điều tra áp dụng đối với hàng hóa nhập khẩu vào Việt Nam năm 2017

Biểu đồ 15: Số lượng vụ việc điều tra PVTM năm 2017



Trong năm 2017, Bộ Công Thương đã ban hành quyết định cuối cùng của 03 vụ việc phòng vệ thương mại khởi xướng từ năm 2016 (1 vụ việc điều tra áp dụng biện pháp tự vệ và 2 vụ việc điều tra áp dụng biện pháp chống bán phá giá), tiến hành rà soát 1 vụ việc chống bán phá giá và khởi xướng 1 vụ việc vụ việc điều tra áp dụng biện pháp tự vệ.

2.1.1. Kết thúc điều tra áp dụng biện pháp tự vệ đối với sản phẩm tôn màu (vụ việc SG05)

Ngày 6/7/2016, Bộ Công Thương ban hành Quyết định số 2847/QĐ-BCT về việc điều tra áp dụng biện pháp tự vệ đối với sản phẩm tôn màu nhập khẩu vào Việt Nam từ các nước/vùng lãnh thổ khác nhau.

Ngày 31/5/2017, Bộ Công Thương ban hành Quyết định số 1931/QĐ-BCT về việc áp dụng biện pháp tự vệ chính thức đối với mặt hàng tôn màu nhập khẩu, theo đó Việt Nam áp dụng biện pháp tự vệ chính thức bằng hạn ngạch thuế quan đối với tôn màu nhập khẩu trong thời gian 3 năm kể từ ngày 15/6/2017. Theo đó, trong thời gian từ ngày 15/6/2017 đến ngày 14/6/2017, lượng hạn ngạch không chịu thuế dành cho hàng hóa nhập khẩu từ Trung Quốc, Hàn Quốc, Đài Loan và các quốc gia/vùng lãnh thổ khác lần lượt là khoảng 323 nghìn tấn, 34 nghìn tấn, 14 nghìn tấn và 8 nghìn tấn. Mức hạn ngạch sẽ được điều chỉnh tăng 10% mỗi năm tiếp theo. Mức thuế tự vệ ngoài hạn ngạch theo Quyết định của Bộ Công Thương là 19%. Đến ngày 15/6/2020, nếu không gia hạn, biện pháp hạn ngạch sẽ được gỡ bỏ.

Để chuẩn bị cho việc triển khai áp dụng biện pháp tự vệ bằng hạn ngạch nhập khẩu, trước đó Bộ Công Thương đã làm việc với Bộ Tài chính (Tổng cục Hải quan), các đơn vị liên quan để cùng phối hợp triển khai. Nhờ sự chuẩn bị kỹ trước khi áp dụng, biện pháp hạn ngạch thuế quan đối với tôn màu cho đến nay đã được áp dụng hiệu quả, góp phần hạn chế tình trạng nhập khẩu ồ ạt đồng thời vẫn đảm bảo quyền lợi người tiêu dùng và sự cạnh tranh trên thị trường trong nước.

2.1.2. Kết thúc vụ việc điều tra áp dụng biện pháp chống bán phá giá đối với sản phẩm tôn mạ kẽm (vụ việc AD02)

Ngày 3/3/2016, Bộ Công Thương đã ban hành Quyết định số 818/QĐ-BCT về việc điều tra áp dụng biện pháp chống bán phá giá đối với mặt hàng thép mạ nhập khẩu vào Việt Nam có nguồn gốc xuất xứ từ Trung Quốc và Hàn Quốc.

Ngày 30/3/2017, Bộ Công Thương ban hành Quyết định số 1105/QĐ-BCT áp dụng biện pháp chống bán phá giá chính thức đối với sản phẩm thép mạ nhập khẩu. Theo đó, mức thuế chống bán phá giá chính thức đối với sản phẩm thép mạ có xuất xứ từ Trung Quốc ngoại trừ Công ty Yieh Phui (China) Technomaterial Co.,Ltd có mức thuế thấp ở mức 3,17%, hàng hóa nhập khẩu từ các công ty còn lại chịu mức thuế 26,36% đến 38,34%. Đối với hàng hóa nhập khẩu từ Hàn Quốc, hàng hóa do công ty Posco sản xuất chịu mức thuế trên 7%, hàng hóa từ các công ty khác chịu mức thuế 19%.

Tôn mạ là một trong những sản phẩm chủ lực của ngành công nghiệp thép Việt Nam với hơn 30 nhà máy có công suất gần 3 triệu tấn, đáp ứng được nhu cầu trong nước và phục vụ xuất khẩu. Ngành tôn mạ đang giải quyết công ăn việc làm cho gần 1600 lao động, đóng góp hơn 30 nghìn tỷ đồng vào tổng sản phẩm quốc dân. Tuy nhiên do hàng nhập khẩu bán phá giá, ngành sản xuất trong nước đã có lúc bị lỗ, phải giảm lượng lao động và tồn kho tăng nhanh. Vì vậy, việc áp dụng biện pháp bảo vệ hợp pháp của

WTO là một giải pháp giúp ngành tôn mạ đứng vững trước sức ép dư thừa công suất trên thế giới.

2.1.3. Kết thúc vụ việc điều tra áp dụng biện pháp chống bán phá giá đối với sản phẩm thép hình chữ H (vụ việc AD03)

Ngày 5/10/2016, Bộ Công Thương ban hành Quyết định số 9269/QĐ-BCT về việc tiến hành điều tra áp dụng biện pháp chống bán phá giá đối với sản phẩm thép hình chữ H, có mã thép hình chữ H, có mã HS 7216.33.00, 7228.70.10 và 7228.70.90 có xuất xứ từ Trung Quốc.

Ngày 2/8/2017, Bộ Công Thương ban hành Quyết định số 3283/QĐ-BCT về việc áp dụng biện pháp chống bán phá giá chính thức đối với một số mặt hàng thép hình chữ H nhập khẩu vào Việt Nam, có xuất xứ từ Trung Quốc. Biện pháp chống bán phá giá chính thức được áp dụng dưới hình thức thuế nhập khẩu bổ sung, mức thuế của hàng hóa nhập khẩu từ Trung Quốc giao động từ hơn 20% đến gần 30%.

2.1.4. Rà soát lần thứ hai biện pháp chống bán phá giá đối với mặt hàng thép không gỉ cán nguội nhập khẩu vào Việt Nam (vụ việc AR02.AD01)

Theo quy định của Pháp luật Chống bán phá giá của Việt Nam, sau một năm kể từ ngày ban hành quyết định áp dụng biện pháp thuế CBPG, các bên liên quan có quyền gửi yêu cầu rà soát đối với các nội dung trong quyết định áp dụng biện pháp CBPG nêu trên. Ngày 19/2/2017, Bộ Công Thương đã thông báo về việc tiếp nhận Hồ sơ yêu cầu rà soát lần thứ hai việc áp dụng thuế CBPG đối với một số sản phẩm thép không gỉ cán nguội nhập khẩu vào Việt Nam. (Mã vụ việc: AR02.AD01)

Ngày 23/5/2017, Bộ Công Thương đã ban hành Quyết định số 1849/QĐ-BCT tiến hành rà soát áp dụng biện pháp chống bán phá giá lần thứ hai đối với một số sản phẩm thép không gỉ cán nguội nhập khẩu. Hiện nay, Bộ Công Thương đã kết thúc điều tra vụ việc và đang trong quá trình hoàn tất Kết luận điều tra cuối cùng.

2.1.5. Vụ việc điều tra áp dụng biện pháp tự vệ đối với sản phẩm phân bón DAP (vụ việc SG06)

Ngày 12/5/2017, Bộ Công Thương đã ban hành Quyết định số 1682A/QĐ-BCT về việc điều tra áp dụng biện pháp tự vệ đối với một số sản phẩm phân bón nhập khẩu vào Việt Nam.

Trên cơ sở Kết luận điều tra sơ bộ của vụ việc, ngày 4/8/2017, Bộ Công Thương ban hành Quyết định số 3044/QĐ-BCT về việc áp dụng biện pháp tự vệ tạm thời đối với sản phẩm phân bón DAP và MAP. Căn cứ theo Quyết định này, mức thuế tự vệ tạm thời là 1,855,790 VND/tấn và bắt đầu có hiệu lực chính thức từ ngày 19/8/2017.

Hiện nay, Bộ Công Thương đã kết thúc điều tra vụ việc và đang trong quá trình hoàn tất Kết luận điều tra cuối cùng.

2.2. Một số đánh giá

Trong các vụ việc điều tra áp dụng các biện pháp phòng vệ thương mại đối với hàng hóa nhập khẩu vào Việt Nam, Cơ quan điều tra đã và đang thực hiện đầy đủ quy định pháp luật, quy định của WTO. Tuy nhiên, trong quá trình điều tra vẫn phát sinh một số khó khăn, cụ thể gồm có:

Thứ nhất, các doanh nghiệp và hiệp hội ngành hàng còn lúng túng, thiếu kỹ năng trong việc chuẩn bị số liệu, thông tin phục vụ vụ việc phòng vệ thương mại.

Thứ hai, việc thu thập số liệu, tìm hiểu về thực trạng hoạt động của ngành sản xuất trong nước gặp nhiều khó khăn do hạn chế về thông tin và sự phối hợp của nhiều bên liên quan trong vụ việc.

Thứ ba, việc cập nhật dữ liệu về ngành sản xuất sản phẩm thượng nguồn và hạ nguồn trong điều tra vụ kiện phòng vệ thương mại gặp nhiều khó khăn trong thu thập, tiếp cận thông tin.

Những khó khăn hiện nay xuất phát từ các nguyên nhân sau:

(i) Các doanh nghiệp chưa có đủ thông tin và kinh nghiệm tham gia các vụ việc phòng vệ thương mại.

(ii) Các cơ quan liên quan chưa có cơ chế phối hợp hiệu quả trong quá trình điều tra.

CHƯƠNG VI:

CÁC ĐIỀU ƯỚC QUỐC TẾ LIÊN QUAN ĐẾN THƯƠNG MẠI HÀNG HÓA



I. TÌNH HÌNH ĐÀM PHÁN, KÝ KẾT CÁC HIỆP ĐỊNH THƯƠNG MẠI TỰ DO

1. Hoạt động và quan hệ thương mại của Việt Nam trong WTO

Năm 2017, Việt Nam tiếp tục tuân thủ và thực hiện nghiêm túc các quy định chung và cam kết trong WTO, đóng góp tích cực và chủ động với tư cách thành viên có trách nhiệm của hệ thống thương mại đa phương. Bên cạnh đó, Việt Nam cũng luôn chủ động, tích cực tham dự các phiên họp thường kỳ của WTO trong các lĩnh vực như nông nghiệp, trợ cấp, chống bán phá giá, tự vệ, dịch vụ, sở hữu trí tuệ cũng như các phiên rà soát chính sách thương mại của các nước để nắm bắt tình hình thực thi của các nước, từ đó có biện pháp đối phó phù hợp nếu ảnh hưởng tới lợi ích chính đáng của doanh nghiệp trong nước.

Một trong những sự kiện quan trọng nhất của WTO trong năm 2017 là Hội nghị Bộ trưởng lần thứ 11 (MC11) diễn ra vào ngày 10 - 13/12/2017 tại Buenos Aires, Argentina. Hội nghị này được kỳ vọng sẽ đánh dấu mốc quan trọng trong việc quyết định tương lai của Vòng đàm phán Doha nói riêng và của cả WTO nói chung trong bối cảnh tình hình kinh tế-chính trị thế giới có nhiều thay đổi. Theo đó, Việt Nam đã tham gia tích cực vào quá trình thảo luận nội dung, xây dựng văn kiện để cùng các Thành viên tiến tới thống nhất những vấn đề chủ chốt, góp phần vào thành công chung của Hội nghị. Trước đó, tại Hội nghị Bộ trưởng phụ trách thương mại của các nền kinh tế APEC diễn ra vào tháng 5/2017 tại Hà Nội, với tư cách là nước chủ nhà, Việt Nam đã kêu gọi các nước thành viên APEC có các biện pháp để củng cố hệ thống thương mại đa phương nói chung và nỗ lực thúc đẩy đàm phán để có những kết quả cụ thể tại MC11 nói riêng.

2. Hiệp định TPP và CPTPP

Hiệp định Đối tác xuyên Thái Bình Dương (TPP) đã được 12 nước gồm Australia, Brunei, Canada, Chile, Nhật Bản, Malaysia, Mexico, New Zealand, Peru, Singapore, Hoa Kỳ và Việt Nam ký cam kết vào tháng 2/2016 tại New Zealand. Tháng 1/2017, Hoa Kỳ đã tuyên bố chính thức rút khỏi Hiệp định này.

Trong thời gian qua, Việt Nam cùng với các nước thành viên TPP đã nỗ lực tìm kiếm một giải pháp phù hợp cho Hiệp định này trong bối cảnh không có sự tham gia của Hoa Kỳ. Sau một loạt các phiên họp ở cấp Trưởng đoàn đàm phán, tại phiên họp cấp Bộ trưởng các nước TPP diễn ra bên lề Tuần lễ Cấp cao APEC 2017 tại Đà Nẵng vào tháng 11/2017, các Bộ trưởng của 11 nước TPP đã nhất trí đổi tên Hiệp định TPP thành Hiệp định Đối tác Toàn diện và Tiến bộ xuyên Thái Bình Dương (CPTPP), đồng thời ra Tuyên bố chung khẳng định các nước TPP đã thống nhất được những vấn đề cốt lõi của Hiệp định này theo hướng giữ nguyên nội dung của Hiệp định TPP nhưng cho phép các nước thành viên tạm hoãn một số ít các nghĩa vụ

để bảo đảm sự cân bằng trong bối cảnh mới. Các Bộ trưởng cũng nhất trí rằng Hiệp định CPTPP là một Hiệp định toàn diện, có tiêu chuẩn cao trên cơ sở cân bằng lợi ích của các thành viên, có tính đến trình độ phát triển của các nước. CPTPP dự kiến được ký kết vào đầu tháng 3/2018. .

Kết quả đạt được tại Đà Nẵng đã thể hiện nỗ lực rất lớn của 11 nước TPP nhằm thúc đẩy tăng trưởng kinh tế, tạo công ăn việc làm, nâng cao đời sống cho người dân, tạo thuận lợi cho phát triển thương mại và tăng cường hợp tác kinh tế giữa các nước trong khu vực. Việt Nam, với vai trò là nước chủ nhà và giúp Nhật Bản đồng chủ trì cuộc họp cấp Bộ trưởng, đã có những đóng góp thiết thực và xây dựng vào thành công chung của Hội nghị.

3. FTA giữa Việt Nam và Khối Thương mại tự do Châu Âu (EFTA)

Trên cơ sở tiềm năng hợp tác kinh tế giữa Khối EFTA và Việt Nam cũng như nhu cầu của các doanh nghiệp, nhà đầu tư, từ năm 2009, lãnh đạo cấp cao của Việt Nam và Khối EFTA đã nhất trí sẽ nâng tầm hợp tác kinh tế hai bên thông qua thảo luận một FTA giữa Việt Nam và khối EFTA (gồm 4 thành viên là Iceland, Na Uy, Thụy Sĩ và Liechtenstein). Đàm phán được chính thức khởi động vào ngày 03/07/2012.

Đến nay, hai Bên đã trải qua 15 phiên đàm phán chính thức và 2 phiên đàm phán cấp Trưởng đoàn. Hiện tại, hai bên đã xác định được các vấn đề còn tồn tại trong các lĩnh vực quan trọng của Hiệp định như Thương mại hàng hóa, Thương mại dịch vụ, Đầu tư, Mua sắm Chính phủ, Sở hữu trí tuệ, Quy tắc xuất xứ và Hải quan. Dự kiến các phiên đàm phán tiếp theo sẽ được tổ chức trong năm 2018 để hai Bên tiếp tục thúc đẩy trao đổi nhằm sớm đạt được sự thống nhất đối với những vấn đề còn tồn tại.

4. Hiệp định thương mại tự do giữa Việt Nam và Israel

Kể từ khi hai Bên tuyên bố khởi động đàm phán FTA vào tháng 12/2015, cho đến nay, đàm phán FTA giữa Việt Nam và Israel đã trải qua 3 phiên và đã đạt được một số tiến triển nhất định. Dự kiến trong năm 2018, hai Bên sẽ tiếp tục thúc đẩy tiến trình đàm phán để sớm đạt được một FTA với kết quả cân bằng, đem lại lợi ích cho người dân và doanh nghiệp của cả Bên.

5. Hiệp định Thương mại tự do Việt Nam - EU (EVFTA)

Từ giữa năm 2016, Việt Nam và EU đã tổ chức rà soát pháp lý Hiệp định và đã hoàn tất việc rà soát pháp lý ở cấp kỹ thuật vào cuối tháng 6/2017, chỉ còn một số nội dung phát sinh trong đó có vấn đề liên quan đến thẩm quyền phê chuẩn các FTA của phía EU.

Đối với thẩm quyền phê chuẩn các FTA của EU, ngày 16/5/2017, Tòa án Công lý Châu Âu đã có ý kiến chính thức. Theo đó, các nội dung về đầu tư gián tiếp của nước ngoài và cơ chế nhà đầu tư kiện Chính phủ (ISDS)

sẽ thuộc thẩm quyền quyết định của cả cấp EU và cấp quốc gia các nước thành viên (tức là nội dung này phải được cả EU và quốc gia thành viên đồng ý mới có hiệu lực). Điều này sẽ khiến cho việc đàm phán, ký kết và phê chuẩn các FTA của EU, trong đó có EVFTA sẽ trở nên phức tạp và mất thời gian nhiều hơn.

Do đó, để sớm ký kết và đưa EVFTA vào thực thi, vào cuối tháng 9/2017, EU đã chính thức đề xuất với Việt Nam việc tách riêng nội dung bảo hộ đầu tư và cơ chế ISDS khỏi EVFTA. Theo đề xuất này, EVFTA sẽ được tách thành hai Hiệp định riêng biệt, bao gồm:

- Hiệp định thương mại tự do (chính là toàn bộ nội dung EVFTA hiện nay nhưng riêng phần đầu tư chỉ bao gồm tự do hóa đầu tư trực tiếp nước ngoài): Hiệp định này sẽ thuộc thẩm quyền ký kết của Ủy ban Châu Âu (EC) và Nghị viện Châu Âu (EP).

- Hiệp định bảo hộ đầu tư được gọi tắt là IPA (bao gồm nội dung bảo hộ đầu tư và giải quyết tranh chấp đầu tư): Hiệp định này phải được sự phê chuẩn của cả EP và của Nghị viện các nước thành viên.

Tại phiên họp cấp kỹ thuật và cấp Trưởng đoàn về đề xuất tách nội dung đầu tư ra khỏi Hiệp định EVFTA diễn ra từ ngày 23 - 26/10/2017 tại Bruxelles - Vương quốc Bỉ, EU khẳng định cách tiếp cận mới chỉ liên quan đến vấn đề kỹ thuật, không thay đổi kết quả đàm phán mà hai bên đã đạt được. Qua rà soát sơ bộ, các nội dung điều chỉnh của EU đề xuất không thay đổi bản chất cam kết, không làm phát sinh thêm nghĩa vụ của Việt Nam.

Kế hoạch của EU là hoàn tất các vấn đề kỹ thuật cho cả Hiệp định FTA và Hiệp định IPA để trình cùng lúc cả hai Hiệp định ra Nghị viện Châu Âu vào thời gian sớm nhất có thể. Sau đó Hiệp định FTA sẽ được trình EP phê chuẩn để sớm đưa vào thực thi, còn Hiệp định IPA sẽ đi theo kênh riêng (được phê chuẩn tại cả EP và Nghị viện các nước thành viên).

6. Hiệp định ASEAN - Hồng Kông (Trung Quốc)

Trong khuôn khổ Hội nghị cấp cao ASEAN lần thứ 31, các Bộ trưởng Kinh tế ASEAN đã tiến hành ký kết hai Hiệp định Thương mại tự do ASEAN-Hồng Kông (AHKFTA) và Hiệp định Đầu tư ASEAN - Hồng Kông. Hiện nay, Việt Nam đang hoàn thành các thủ tục trong nước để ký Hiệp định này.

7. Hiệp định Đối tác Kinh tế toàn diện khu vực (RCEP)

Đàm phán Hiệp định RCEP giữa ASEAN và 6 nước đối tác (Ấn Độ, Hàn Quốc, Nhật Bản, New Zealand, Australia, Trung Quốc) đã diễn ra 20 phiên chính thức và nhiều phiên giữa kỳ kể từ phiên đầu tiên vào tháng 5/2013. Các Bộ trưởng RCEP cũng đã họp 8 phiên (5 phiên chính thức và 3 phiên giữa kỳ) để chỉ đạo đàm phán.

Mặc dù đã được các Nhà Lãnh đạo RCEP giao nhiệm vụ sớm kết thúc đàm phán, tuy nhiên, các bên vẫn chưa đạt được tiến bộ ở các nội dung chính như thương mại hàng hóa, thương mại dịch vụ và đầu tư. Phần lớn các vướng mắc trong đàm phán là do có sự chênh lệch lớn về trình độ phát triển, tham vọng trong đàm phán và khả năng thực thi cam kết giữa các thành viên.

Là nước chủ tịch ASEAN 2017, Philippines đã đề ra một trong những ưu tiên của năm 2017 là kết thúc cơ bản đàm phán Hiệp định RCEP. Tuy nhiên, cho đến nay mục tiêu này vẫn chưa đạt được.

Để thể hiện quyết tâm và sự nỗ lực của các nước ASEAN, Philippines và các nước ASEAN đã tổ chức Hội nghị Cấp cao RCEP bên lề Hội nghị Cấp cao ASEAN vào ngày 14/11/2017 để khẳng định mục tiêu kết thúc đàm phán Hiệp định trong năm 2018. Tại Hội nghị này, các Nhà Lãnh đạo RCEP đã thông qua Tuyên bố chung về đàm phán Hiệp định RCEP, trong đó tái khẳng định quyết tâm đạt được một Hiệp định đối tác kinh tế toàn diện, cùng có lợi, tiêu chuẩn cao, hiện đại, cam kết cả gói, giúp thiết lập môi trường đầu tư và thương mại thuận lợi trong khu vực, đồng thời giao nhiệm vụ cho các Bộ trưởng và các nhà đàm phán nỗ lực hơn nữa trong năm 2018 để kết thúc đàm phán Hiệp định RCEP.

8. Công tác APEC

Năm 2017, Việt Nam tái đăng cai APEC sau 11 năm với nhiều nhiệm vụ chính trị đặt ra trong cả năm nhằm triển khai hiệu quả chủ đề và các ưu tiên của năm APEC 2017. Cụ thể, các sự kiện chính của năm APEC Việt Nam 2017 bao gồm:

- Hội nghị các Quan chức Cao cấp APEC lần thứ nhất năm 2017 (SOM 1) và các sự kiện liên quan tại thành phố Nha Trang, tỉnh Khánh Hòa, từ ngày 18/02/2017 đến ngày 03/3/2017.

- Hội nghị các Quan chức Cao cấp APEC lần thứ hai năm 2017 (SOM 2) và các sự kiện liên quan tại Hà Nội từ ngày 08/5/2017 đến ngày 18/5/2017.

- Hội nghị các Bộ trưởng Phụ trách Thương mại APEC lần thứ 23 (MRT 23) tại Hà Nội từ ngày 20 đến ngày 21 tháng 5 năm 2017.

- Hội nghị các Quan chức Cao cấp APEC lần thứ ba năm 2017 (SOM 3) và các sự kiện liên quan tại thành phố Hồ Chí Minh, từ ngày 18/8/2017 đến ngày 30/8/2017.

- Hội nghị các Quan chức Cao cấp APEC phiên tổng kết (CSOM), từ ngày 06 đến ngày 07 tháng 11 năm 2017 tại Đà Nẵng.

- Hội nghị liên Bộ trưởng Ngoại giao - Kinh tế APEC lần thứ 29 (AMM 29) ngày 08 tháng 11 năm 2017 tại Đà Nẵng.

- Hội nghị Cấp cao APEC lần thứ 25 (AELM 25) ngày 10 và 11/11/2017 tại Đà Nẵng cùng các sự kiện bên lề có liên quan.

Với nỗ lực của các Bộ, ngành, dưới sự chỉ đạo của Ủy ban Quốc gia APEC 2017, Tuần lễ Cấp cao (TLCC) APEC 2017 diễn ra từ ngày 06 đến ngày 11/11/2017 tại thành phố Đà Nẵng đã thành công tốt đẹp, ghi đậm dấu ấn của nước chủ nhà, đưa Việt Nam lên một tầm cao mới trong bản đồ khu vực Châu Á - Thái Bình Dương, cũng như trên trường quốc tế. Các kết quả chính của TLCC APEC 2017, với sự đóng góp tích cực của Bộ Công Thương đã đạt được một số kết quả tích cực như sau:

- HNCC 25 đã thông qua **“Tuyên bố Đà Nẵng về tạo động lực mới cùng vun đắp tương lai chung”**, đồng thời, đạt đồng thuận cao đối với các nội dung hợp tác quan trọng của APEC trong năm 2017, cụ thể: (i) Thông qua **“Chương trình hành động APEC về thúc đẩy phát triển bao trùm về kinh tế, tài chính và xã hội”**, nhằm xây dựng cộng đồng APEC phát triển bao trùm và tự cường; (ii) Thông qua **“Khuôn khổ Phát triển nguồn nhân lực trong kỷ nguyên số”**, nhằm nâng cao chất lượng tăng trưởng, sức cạnh tranh và năng suất lao động của các nền kinh tế APEC;

- HNCC 25 dành nhiều thời gian thảo luận về các chính sách và biện pháp chiến lược, để thúc đẩy sự phát triển của các doanh nghiệp siêu nhỏ, nhỏ và vừa theo hướng xanh, bền vững và sáng tạo; ủng hộ khởi nghiệp sáng tạo; thúc đẩy công nghiệp hỗ trợ; phát triển nông nghiệp bền vững, thích ứng với biến đổi khí hậu; tăng cường an ninh lương thực, nước, năng lượng; phát triển nông thôn và đô thị; cải cách cơ cấu, nâng cao năng lực, giảm thiểu rủi ro, thiên tai, tăng quyền năng kinh tế cho nữ giới; phát triển du lịch bền vững v.v.

- Ngoài ra, HNCC 25 tái khẳng định cam kết hoàn tất thực hiện các mục tiêu Bogor về tự do hóa thương mại và đầu tư; thúc đẩy thuận lợi hóa môi trường kinh doanh và dịch vụ; tăng cường hợp tác kinh tế, kỹ thuật; tiếp tục thực hiện các nỗ lực chung hướng tới Khu vực Thương mại Tự do Châu Á - Thái Bình Dương (FTAAP) trong tương lai, sau khi mục tiêu Bô-go đã được hoàn thành; nhấn mạnh vai trò quan trọng của APEC trong việc ủng hộ một hệ thống thương mại đa phương dựa trên luật lệ, tự do, mở, công bằng, minh bạch và bao trùm v.v. Có thể nói, ngôn ngữ mạnh mẽ về hệ thống thương mại đa phương của HNCC 25 là một trong những điểm nhấn quan trọng, trong bối cảnh chủ nghĩa bảo hộ ngày càng gia tăng trong khu vực và trên thế giới. Bên cạnh đó, HNCC 25 cũng hoan nghênh việc thông qua **“Khuôn khổ APEC về tạo thuận lợi cho thương mại điện tử xuyên biên giới”** nhằm tạo môi trường thuận lợi cho cộng đồng doanh nghiệp nói chung, cũng như các doanh nghiệp nhỏ, vừa và siêu nhỏ từng bước tiếp cận thị trường khu vực và quốc tế trong thời đại công nghiệp 4.0.

- Hơn nữa, để phát huy vai trò của APEC - với tư cách là cơ chế khởi xướng cho hợp tác khu vực và liên khu vực, Việt Nam lần đầu tiên tổ chức đối thoại cấp cao không chính thức giữa APEC và ASEAN, nhằm gắn kết hợp tác khu vực và tiểu khu vực, hài hòa hóa các mối quan hệ liên khu vực, tiến tới xây dựng một khu vực Châu Á - Thái Bình Dương gắn kết, phồn vinh, hòa bình và thịnh vượng.

9. Cộng đồng kinh tế ASEAN (AEC)

Tính tới ngày 30/8/2017, ASEAN đã thực hiện được 21 biện pháp ưu tiên trong số 60 biện pháp ưu tiên được xác lập năm 2017 trong Lộ trình tổng thể xây dựng AEC 2025. Đáng chú ý là các biện pháp liên quan đến: Tài liệu tham chiếu của Ủy ban thuận lợi hóa thương mại, Nghị định thư sửa đổi Hiệp định đầu tư toàn diện ASEAN, Tài liệu về chính sách và luật cạnh tranh trong ASEAN, Kế hoạch làm việc ASEAN về quản lý tốt, Tài liệu tham chiếu về Thương mại điện tử, Kế hoạch làm việc ASEAN về mua sắm chính phủ và Quy định về bảo vệ người tiêu dùng.

Đối với các ưu tiên của nước chủ tịch ASEAN 2017 Philippines, các Bộ trưởng ASEAN đã cùng nhau ghi nhận kết quả triển khai các ưu tiên về: Chỉ số Thuận lợi hoá thương mại ASEAN, Kinh doanh với người thu nhập thấp, Chương trình làm việc về nữ doanh nhân, Chương trình làm việc về Thương mại điện tử, Tuyên bố ASEAN về đổi mới, Cơ chế rà soát AEC và Chương trình hành động chiến lược về đầu tư (FAST). Bên cạnh đó, các Bộ trưởng tiếp tục thảo luận, chỉ đạo cấp kỹ thuật nhanh chóng triển khai và hoàn thành các ưu tiên về: Chương trình tự chứng nhận xuất xứ cho các doanh nghiệp vừa, nhỏ và siêu nhỏ, Hiệp định thương mại dịch vụ ASEAN (ATISA), Kết thúc cơ bản đàm phán RCEP và Hệ thống vận tải RORO.

Tại Hội nghị Bộ trưởng Kinh tế ASEAN lần thứ 49 (AEM 49) diễn ra vào cuối tháng 9/2017 tại Manila, Philippines, các Bộ trưởng Kinh tế ASEAN đã ghi nhận kết quả của việc phát triển và cập nhật nguồn cơ sở dữ liệu nhằm hỗ trợ Ban Thư ký ASEAN giám sát thực hiện các kế hoạch hành động và theo dõi các chỉ số hoạt động chính trong Khuôn khổ giám sát và đánh giá AEC 2025, công bố công khai tài liệu AEC Blueprint 2025 trên trang thông tin điện tử của ASEAN, phát hành tài liệu Tóm lược Hội nhập Kinh tế ASEAN vào tháng 6/2017, lộ trình thực hiện các Kế hoạch hành động chiến lược về thương mại hàng hóa ASEAN, hợp tác về tiêu chuẩn và hợp chuẩn, đầu tư, cạnh tranh, phát triển doanh nghiệp vừa và nhỏ, sở hữu trí tuệ, thống kê, bảo vệ người tiêu dùng và phát triển chuỗi cung ứng trong ASEAN. Ngoài ra, các Bộ trưởng cũng ghi nhận kết quả việc thông qua Chương trình làm việc ASEAN về quản lý tốt giai đoạn 2016-2025 và Kế hoạch hành động chiến lược về hợp tác thuế quan giai đoạn 2016-2025.

II. CÁC HIỆP ĐỊNH THƯƠNG MẠI SONG PHƯƠNG, CÁC MOU LIÊN QUAN ĐẾN THƯƠNG MẠI HÀNG HÓA

1. Bản Thỏa thuận thúc đẩy thương mại song phương Việt Nam - Campuchia

Nhân dịp Hội nghị Cấp cao CLMV, ACMECS và WEF-Mê Công tại Hà Nội, ngày 26/10/2016, Bộ trưởng Bộ Công Thương Việt Nam và Bộ trưởng

Bộ Thương mại Campuchia đã ký Bản Thỏa thuận thúc đẩy thương mại song phương giữa Chính phủ nước Cộng hòa xã hội chủ nghĩa Việt Nam và Chính phủ Vương quốc Campuchia. Bản Thỏa thuận này có hiệu lực từ ngày ký, hết hạn vào ngày 31/12/2017.

Theo Bản Thỏa thuận này, Việt Nam được hưởng thuế suất thuế nhập khẩu 0% áp dụng đối với 29 mặt hàng khi nhập khẩu vào thị trường Campuchia gồm: sữa và kem, tinh bột sắn, sản phẩm thịt, chế phẩm từ gạo, bánh kẹo, sơn, sản phẩm nhựa, giấy, gốm sứ, sắt thép và sản phẩm sắt thép. Ngược lại, Việt Nam dành ưu đãi thuế suất thuế nhập khẩu 0% cho 39 mặt hàng của Campuchia, phần lớn là: nông sản nguyên liệu gồm thịt, phụ phẩm tươi sống, chanh, thóc gạo, bánh gato, lá thuốc lá nguyên liệu (theo hạn ngạch), sản phẩm nhựa, sách vở, vải dệt, xe đạp.

Bên cạnh đó, Việt Nam cũng dành cho Campuchia hạn ngạch thuế suất 0% đối với thóc gạo (300.000 tấn/năm) và lá thuốc lá khô (3.000 tấn/năm).

Bộ Công Thương Việt Nam phối hợp với Bộ Thương mại Campuchia đã tiến hành đàm phán để sửa đổi, bổ sung Bản Thỏa thuận đã có, áp dụng cho giai đoạn tiếp theo, tuy nhiên, hai Bên vẫn chưa thống nhất được một số nội dung quan trọng và hai Bên vẫn tiếp tục quá trình đàm phán.

2. Các MOU về hợp tác kinh tế thương mại giữa Việt Nam với một số nước trong khu vực Đông Nam Á

- MOU về hợp tác trong lĩnh vực kinh tế thương mại giữa Bộ Công Thương Việt Nam và Bộ Thương mại Thái Lan (hai Bộ trưởng ký ngày 17/8/2017)

MOU bao gồm các nội dung hợp tác trong lĩnh vực thuận lợi hóa thương mại, xúc tiến thương mại, các hợp tác trong khuôn khổ kinh tế - thương mại đa phương, thống nhất về tổ chức thực hiện, cơ chế tài chính... làm cơ sở cho sự hợp tác giữa hai Bộ trong lĩnh vực kinh tế, thương mại

- MOU về hợp tác trong lĩnh vực thương mại giữa Bộ Công Thương Việt Nam và Bộ Thương mại Myanmar (hai Bộ trưởng ký ngày 24/8/2017)

MOU bao gồm các nội dung hợp tác về xóa bỏ rào cản thương mại, xúc tiến thương mại, biện pháp phòng vệ thương mại, các hợp tác trong khuôn khổ kinh tế - thương mại đa phương, các lĩnh vực khác, thống nhất về cơ chế đối thoại, tổ chức thực hiện, cơ chế tài chính... làm cơ sở cho sự hợp tác giữa hai Bộ trong lĩnh vực thương mại.

PHỤ LỤC: BIỂU SỐ LIỆU XUẤT KHẨU, NHẬP KHẨU 2017

BIỂU I: XUẤT KHẨU HÀNG HÓA THEO NHÓM HÀNG NĂM 2017

Đơn vị tính: Số lượng 1.000 tấn; Kim ngạch: Tr.USD

TT	Mặt hàng chủ yếu	NĂM 2016			NĂM 2017			SO SÁNH 2017 VỚI 2016	
		Số lượng	Kim ngạch	Tỷ trọng	Số lượng	Kim ngạch	Tỷ trọng	Số lượng	Kim ngạch
	Tổng kim ngạch xuất khẩu	176.581			214.019			21,2	
1	DN 100% vốn trong nước		50.345	28,51		58.955	27,55		17,1
2	DN có vốn ĐTNN		126.236	71,49		155.064	72,45		22,8
A	Nhóm nông thủy sản		22.155	12,55		25.818	12,06		16,5
1	Thủy sản		7.048	3,99		8.316	3,89		18,0
2	Rau quả		2.457	1,39		3.502	1,64		42,5
3	Hạt điều	347	2.841	1,61	353	3.517	1,64	1,9	23,8
4	Cà phê	1.780	3.334	1,89	1.442	3.244	1,52	-19,0	-2,7
5	Chè	131	217	0,12	140	228	0,11	6,8	4,9
6	Hạt tiêu	178	1.429	0,81	215	1.118	0,52	20,9	-21,8
7	Gạo	4.809	2.159	1,22	5.789	2.616	1,22	20,4	21,2
8	Sắn và các sản phẩm từ sắn	3.697	1.000	0,57	3.900	1.029	0,48	5,5	3,0
9	Cao su	1.253	1.670	0,95	1.380	2.249	1,05	10,2	34,7
B	Nhóm nhiên liệu và khoáng sản		3.479	1,97		4.381	2,05		25,9
10	Than đá	1.243	139	0,08	2.229	287	0,13	79,3	106,9
11	Dầu thô	6.848	2.361	1,34	6.806	2.875	1,34	-0,6	21,8
12	Xăng dầu các loại	2.030	832	0,47	2.010	1.035	0,48	-1,0	24,5
13	Quặng và khoáng sản khác	2.072	147	0,08	4.835	183	0,09	133,3	24,4
C	Nhóm công nghiệp chế biến		141.768	80,29		174.018	81,31		22,7
14	Clanke và xi măng	14.701	560	0,32	19.928	705	0,33	35,6	25,9
15	Bánh kẹo và các SP từ ngũ cốc		533	0,30		596	0,28		11,7
16	Thức ăn gia súc và nguyên liệu		586	0,33		610	0,28		4,0
17	Hóa chất		944	0,53		1.269	0,59		34,5
18	Sản phẩm hóa chất		769	0,44		887	0,41		15,3

BÁO CÁO XUẤT NHẬP KHẨU VIỆT NAM 2017

19	Phân bón các loại	746	210	0,12	930	264	0,12	24,7	25,8
20	Chất dẻo nguyên liệu	312	357	0,20	477	514	0,24	52,6	44,0
21	Sản phẩm chất dẻo		2.212	1,25		2.522	1,18		14,0
22	Sản phẩm từ cao su		483	0,27		597	0,28		23,6
23	Túi xách, vali, mũ, ô dù		3.170	1,80		3.285	1,53		3,6
24	Sản phẩm mây, tre, cói và thảm		263	0,15		269	0,13		2,4
25	Gỗ và sản phẩm gỗ		6.965	3,94		7.659	3,58		10,0
26	Giấy và sản phẩm từ giấy		505	0,29		736	0,34		45,6
27	Xơ, sợi dệt các loại	1.167	2.929	1,66	1.349	3.593	1,68	15,6	22,7
28	Hàng dệt, may		23.825	13,49		26.038	12,17		9,3
29	Vải mảnh, vải kỹ thuật khác		415	0,24		457	0,21		10,0
30	Giấy, dép các loại		12.998	7,36		14.652	6,85		12,7
31	Nguyên phụ liệu dệt, may, da, giày		1.495	0,85		1.709	0,80		14,3
32	Sản phẩm gốm, sứ		431	0,24		466	0,22		8,2
33	Thủy tinh và các SP thủy tinh		839	0,48		1.028	0,48		22,6
34	Đá quý, kim loại quý và SP		868	0,49		556	0,26		-36,0
35	Sắt thép các loại	3.472	2.029	1,15	4.708	3.148	1,47	35,6	55,1
36	Sản phẩm từ sắt thép		1.984	1,12		2.303	1,08		16,1
37	Kim loại thường khác và sản phẩm		1.253	0,71		1.802	0,84		43,8
38	Máy vi tính, sản phẩm điện tử và linh kiện		18.957	10,74		25.942	12,12		36,8
39	Điện thoại các loại và linh kiện		34.316	19,43		45.272	21,15		31,9
40	Máy ảnh, máy quay phim và linh kiện		2.958	1,68		3.801	1,78		28,5
41	Máy móc, thiết bị, dụng cụ, phụ tùng khác		10.113	5,73		12.770	5,97		26,3
42	Dây điện và cáp điện		1.071	0,61		1.406	0,66		31,3
43	Phương tiện vận tải và phụ tùng		6.059	3,43		6.991	3,27		15,4
44	Sản phẩm nội thất từ chất liệu khác gỗ		715	0,40		931	0,43		30,2
45	Đồ chơi, dụng cụ thể thao và bộ phận		957	0,54		1.241	0,58		29,7
D	Hàng hóa khác		9.179	5,20		9.802	4,58		6,8

BIỂU II: THỊ TRƯỜNG XUẤT KHẨU MỘT SỐ MẶT HÀNG NĂM 2017

Đơn vị: USD

Thị trường	Kim ngạch năm 2016	Tỷ trọng (%)	Kim ngạch năm 2017	Tỷ trọng (%)	So sánh 2017 với 2016
A. Điện thoại và các loại linh kiện	34.315.568.365		45.272.412.359		31,9
Trung Quốc	800.194.834	2,33	7.152.498.510	15,80	793,8
Hàn Quốc	2.729.880.508	7,96	3.971.064.780	8,77	45,5
Các Tiểu vương quốc Ả Rập thống nhất	3.831.539.543	11,17	3.894.334.492	8,60	1,6
Hoa Kỳ	4.303.351.193	12,54	3.703.736.638	8,18	-13,9
Áo	2.152.177.939	6,27	3.149.137.712	6,96	46,3
<i>Khác</i>	<i>20.498.424.348</i>	<i>59,74</i>	<i>23.401.640.227</i>	<i>51,69</i>	<i>14,2</i>
B. Hàng dệt may	23.824.878.624		26.038.446.767		9,3
Hoa Kỳ	11.442.450.527	48,03	12.280.233.881	47,16	7,3
Nhật Bản	2.899.253.576	12,17	3.110.437.804	11,95	7,3
Hàn Quốc	2.282.874.801	9,58	2.643.748.809	10,15	15,8
Trung Quốc	823.624.310	3,46	1.104.143.985	4,24	34,1
Đức	725.884.709	3,05	737.337.301	2,83	1,6
<i>Khác</i>	<i>5.650.790.701</i>	<i>23,72</i>	<i>6.162.544.987</i>	<i>23,67</i>	<i>9,1</i>
C. Máy vi tính, sản phẩm điện tử và linh kiện	18.956.938.395		25.942.092.877		36,8
Trung Quốc	4.058.480.592	21,41	6.860.565.924	26,45	69,0
Hoa Kỳ	2.895.915.966	15,28	3.438.661.932	13,26	18,7
Hà Lan	1.754.493.409	9,26	2.062.575.980	7,95	17,6
Hồng Kông	1.567.349.597	8,27	1.849.604.193	7,13	18,0
Hàn Quốc	1.253.226.029	6,61	1.829.989.000	7,05	46,0
<i>Khác</i>	<i>7.427.472.802</i>	<i>39,18</i>	<i>9.900.695.848</i>	<i>38,16</i>	<i>33,3</i>
D. Giày, dép các loại	12.998.123.404		14.651.848.923		12,7
Hoa Kỳ	4.482.586.196	34,49	5.113.113.407	34,90	14,1
Trung Quốc	904.723.970	6,96	1.140.655.060	7,79	26,1
Bỉ	825.359.373	6,35	907.502.248	6,19	10,0
Đức	764.339.773	5,88	992.599.683	6,77	29,9

BÁO CÁO XUẤT NHẬP KHẨU VIỆT NAM 2017

Nhật Bản	674.794.474	5,19	751.033.319	5,13	11,3
<i>Khác</i>	<i>5.346.319.618</i>	<i>41,13</i>	<i>5.746.945.206</i>	<i>39,22</i>	<i>7,5</i>
E. Máy móc, thiết bị, dụng cụ, phụ tùng khác	10.112.693.022		12.770.360.660		26,3
Hoa Kỳ	2.127.088.339	21,03	2.426.743.831	19,00	14,1
Nhật Bản	1.563.413.079	15,46	1.718.336.525	13,46	9,9
Trung Quốc	1.112.055.758	11,00	1.574.069.087	12,33	41,5
Hồng Kông	701.314.585	6,93	1.039.258.917	8,14	48,2
Hàn Quốc	756.861.682	7,48	967.639.157	7,58	27,8
<i>Khác</i>	<i>3.851.959.579</i>	<i>38,09</i>	<i>5.044.313.143</i>	<i>39,50</i>	<i>31,0</i>
F. Thủy sản	7.047.675.040		8.315.734.668		18,0
Hoa Kỳ	1.434.629.752	20,36	1.406.999.612	16,92	-1,9
Nhật Bản	1.098.337.349	15,58	1.302.910.524	15,67	18,6
Trung Quốc	682.615.614	9,69	1.087.862.645	13,08	59,4
Hàn Quốc	607.678.780	8,62	778.544.498	9,36	28,1
Thái Lan	243.018.267	3,45	246.459.875	2,96	1,4
<i>Khác</i>	<i>2.981.395.278</i>	<i>42,30</i>	<i>3.492.957.514</i>	<i>42,00</i>	<i>17,2</i>
G. Gỗ và sản phẩm gỗ	6.964.526.660		7.658.728.982		10,0
Hoa Kỳ	2.824.498.271	40,56	3.267.168.078	42,66	15,7
Trung Quốc	1.019.024.309	14,63	1.070.353.502	13,98	5,0
Nhật Bản	979.924.426	14,07	1.022.702.330	13,35	4,4
Hàn Quốc	574.049.094	8,24	665.239.048	8,69	15,9
Anh	307.039.939	4,41	290.550.566	3,79	-5,4
<i>Khác</i>	<i>1.259.990.621</i>	<i>18,09</i>	<i>1.342.715.458</i>	<i>17,53</i>	<i>6,6</i>
H. Phương tiện vận tải và phụ tùng	6.058.950.178		6.990.538.614		15,4
Nhật Bản	1.910.780.931	31,54	2.176.977.669	31,14	13,9
Hoa Kỳ	796.502.628	13,15	1.182.211.441	16,91	48,4
Thái Lan	320.362.726	5,29	332.996.458	4,76	3,9
Hàn Quốc	253.146.937	4,18	256.286.815	3,67	1,2
Hà Lan	135.227.102	2,23	254.789.897	3,64	88,4
<i>Khác</i>	<i>2.642.929.854</i>	<i>43,62</i>	<i>2.787.276.334</i>	<i>39,87</i>	<i>5,5</i>
I. Máy ảnh, máy quay phim và linh kiện	2.958.102.314		3.800.575.419		28,5

BÁO CÁO XUẤT NHẬP KHẨU VIỆT NAM 2017

Trung Quốc	1.660.038.592	56,12	2.088.495.812	54,95	25,8
Hồng Kông	793.094.840	26,81	1.033.931.003	27,20	30,4
Hàn Quốc	160.639.671	5,43	134.223.027	3,53	-16,4
Nhật Bản	81.894.001	2,77	102.228.799	2,69	24,8
Hoa Kỳ	14.897.321	0,50	63.926.332	1,68	329,1
<i>Khác</i>	<i>247.537.889</i>	<i>8,37</i>	<i>377.770.446</i>	<i>9,94</i>	<i>52,6</i>
J. Xơ, sợi dệt các loại	2.929.486.687		3.593.266.353		22,7
Trung Quốc	1.650.789.647	56,35	2.042.467.137	56,84	23,7
Hàn Quốc	265.002.176	9,05	319.258.706	8,88	20,5
Thổ Nhĩ Kỳ	161.893.950	5,53	159.205.132	4,43	-1,7
Ấn Độ	92.206.881	3,15	121.725.814	3,39	32,0
Hồng Kông	86.303.525	2,95	96.123.622	2,68	11,4
<i>Khác</i>	<i>673.290.508</i>	<i>22,98</i>	<i>854.485.942</i>	<i>23,78</i>	<i>26,9</i>
K. Hạt điều	2.841.453.698		3.516.805.207		23,8
Hoa Kỳ	969.743.527	34,13	1.219.398.078	34,67	25,7
Hà Lan	382.571.767	13,46	541.811.946	15,41	41,6
Trung Quốc	422.155.809	14,86	469.380.047	13,35	11,2
Anh	118.826.750	4,18	149.471.660	4,25	25,8
Đức	120.830.691	4,25	133.239.121	3,79	10,3
<i>Khác</i>	<i>827.325.154</i>	<i>29,12</i>	<i>1.003.504.355</i>	<i>28,53</i>	<i>21,3</i>
L. Rau quả	2.457.246.432		3.501.590.896		42,5
Trung Quốc	1.738.787.413	61,19	2.650.556.673	75,37	52,4
Nhật	75.137.605	2,64	127.206.353	3,62	69,3
Hoa Kỳ	84.485.627	2,97	102.142.471	2,90	20,9
Hàn Quốc	82.615.852	2,91	85.619.591	2,43	3,6
Hà Lan	54.594.880	1,92	64.396.342	1,83	18,0
<i>Khác</i>	<i>421.625.055</i>	<i>14,84</i>	<i>471.669.466</i>	<i>13,41</i>	<i>11,9</i>

BIỂU III: XUẤT KHẨU THEO MỘT SỐ THỊ TRƯỜNG CHÍNH NĂM 2017

Đơn vị: USD

Thị trường	NĂM 2017	Tỷ trọng (%)	NĂM 2016	Tỷ trọng (%)	So sánh 2017 với 2016 (%)
CHÂU Á					
ASEAN	21,680,272,522	10.13	17,449,167,096	9.88	24.2
Indonesia	2,863,610,446	1.34	2,617,850,587	1.48	9.4
Thái Lan	4,786,069,745	2.24	3,690,731,566	2.09	29.7
Malaysia	4,208,977,389	1.97	3,341,986,324	1.89	25.9
Singapore	2,961,061,054	1.38	2,419,889,199	1.37	22.4
Campuchia	2,776,140,217	1.30	2,199,398,046	1.25	26.2
Philippines	2,835,374,888	1.32	2,219,874,629	1.26	27.7
Lào	524,514,696	0.25	477,757,435	0.27	9.8
Myanmar	702,957,275	0.33	461,627,013	0.26	52.3
Brunei	21,566,812	0.01	20,052,297	0.01	7.6
Ngoài ASEAN					
Trung Quốc	35,462,685,632	16.57	21,960,058,118	12.44	61.5
Nhật Bản	16,841,463,362	7.87	14,671,488,768	8.31	14.8
Hàn Quốc	14,822,854,924	6.93	11,406,058,034	6.46	30.0
Hồng Kông	7,582,703,211	3.54	6,088,076,566	3.45	24.6
U.A.E	5,030,242,690	2.35	4,999,552,550	2.83	0.6
Ấn Độ	3,755,684,777	1.75	2,687,193,236	1.52	39.8
Đài Loan	2,574,491,435	1.20	2,272,039,957	1.29	13.3
Bangladesh	868,540,733	0.41	554,678,742	0.31	56.6
Ả rập Xê út	432,138,070	0.20	394,082,587	0.22	9.7
Israel	712,059,692	0.33	554,091,167	0.31	28.5
Pakistan	501,281,459	0.23	435,625,446	0.25	15.1
Iraq	307,953,049	0.14	327,687,986	0.19	-6.0
Sri Lanka	225,221,406	0.11	186,731,887	0.11	20.6
Kuwait	62,538,449	0.03	73,260,714	0.04	-14.6
Đông timo	23,958,289	0.01	47,296,199	0.03	-49.3

CHÂU ÂU					
KHỐI EU	38,336,973,581	17.91	34,002,186,974	19.26	12.7
Đức	6,364,296,852	2.97	5,960,516,081	3.38	6.8
Hà Lan	7,106,148,870	3.32	6,011,626,551	3.40	18.2
Anh	5,423,514,647	2.53	4,898,076,612	2.77	10.7
Italia	2,738,780,954	1.28	3,264,814,561	1.85	-16.1
Pháp	3,351,273,647	1.57	2,998,030,686	1.70	11.8
Ailen	108,330,648	0.05	112,291,633	0.06	-3.5
Áo	3,705,957,120	1.73	2,631,290,421	1.49	40.8
Tây Ban Nha	2,517,688,105	1.18	2,293,647,298	1.30	9.8
Bỉ	2,254,773,065	1.05	1,967,240,011	1.11	14.6
Thụy Điển	971,436,751	0.45	914,702,530	0.52	6.2
Ba Lan	775,748,264	0.36	597,612,620	0.34	29.8
Bồ Đào Nha	330,795,464	0.15	292,071,785	0.17	13.3
Đan Mạch	343,487,794	0.16	283,030,070	0.16	21.4
Slovakia	703,954,227	0.33	416,720,716	0.24	68.9
Slovenia	286,350,336	0.13	264,509,642	0.15	8.3
Hy Lạp	270,940,595	0.13	188,620,565	0.11	43.6
Séc	151,403,143	0.07	146,173,879	0.08	3.6
Latvia	158,017,396	0.07	152,301,641	0.09	3.8
Litva	60,254,260	0.03	48,345,055	0.03	24.6
Luxembourg	35,794,859	0.02	31,624,137	0.02	13.2
Phần Lan	165,207,975	0.08	106,566,503	0.06	55.0
Malta	12,848,634	0.01	72,725,371	0.04	-82.3
Romania	119,680,106	0.06	97,208,589	0.06	23.1
Hungary	206,999,074	0.10	93,331,659	0.05	121.8
Bulgaria	38,361,614	0.02	44,629,944	0.03	-14.0
Cyprus	39,370,847	0.02	38,122,909	0.02	3.3
Croatia	60,779,421	0.03	45,577,978	0.03	33.4
Estonia	34,778,913	0.02	30,777,527	0.02	13.0
Ngoài EU					
Thổ Nhĩ Kỳ	1,900,462,499	0.89	1,328,764,249	0.75	43.0
Nga	2,167,375,731	1.01	1,616,085,664	0.92	34.1

Thụy Sĩ	241,030,507	0.11	593,038,100	0.34	-59.4
Ukraina	246,210,601	0.12	188,512,968	0.11	30.6
Na Uy	116,435,748	0.05	117,747,723	0.07	-1.1
CHÂU MỸ					
Hoa Kỳ	41,607,546,316	19.44	38,449,679,195	21.77	8.2
Canada	2,716,570,224	1.27	2,652,547,172	1.50	2.4
Brazil	2,040,610,549	0.95	1,332,352,709	0.75	53.2
Mexico	2,339,753,238	1.09	1,888,365,830	1.07	23.9
Chile	999,388,517	0.47	805,234,359	0.46	24.1
Argentina	481,735,679	0.23	368,616,900	0.21	30.7
Colombia	466,157,363	0.22	325,094,039	0.18	43.4
Panama	325,503,291	0.15	259,531,613	0.15	25.4
Peru	330,842,895	0.15	277,474,580	0.16	19.2
CHÂU PHI					
Nam Phi	751,572,370	0.35	868,783,019	0.49	-13.5
Ai Cập	321,105,216	0.15	292,881,951	0.17	9.6
Ghana	266,862,827	0.12	290,732,998	0.16	-8.2
Algeria	280,869,011	0.13	271,244,601	0.15	3.5
Bờ biển Ngà	126,218,131	0.06	120,941,799	0.07	4.4
Nigeria	63,805,410	0.03	71,353,128	0.04	-10.6
Tanzania	29,086,103	0.01	28,575,801	0.02	1.8
Mozambique	71,965,281	0.03	72,292,754	0.04	-0.5
Angola	37,638,796	0.02	38,735,684	0.02	-2.8
Senegal	38,655,581	0.02	26,868,976	0.02	43.9
Kenya	33,679,885	0.02	58,315,246	0.03	-42.2
Togo	92,881,884	0.04	48,538,239	0.03	91.4
CHÂU ĐẠI DƯƠNG					
Australia	3,298,399,052	1.54	2,864,858,060	1.62	15.1
New Zealand	458,633,500	0.21	359,910,905	0.20	27.4

BIỂU IV: NHẬP KHẨU HÀNG HÓA THEO NHÓM HÀNG NĂM 2017

Đơn vị tính: Số lượng 1.000 tấn; Kim ngạch: Tr.USD

TT	Mặt hàng chủ yếu	NĂM 2016			NĂM 2017			SO SÁNH 2017 VỚI 2016	
		Số lượng	Kim ngạch	Tỷ trọng	Số lượng	Kim ngạch	Tỷ trọng	Số lượng	Kim ngạch
TỔNG KIM NGẠCH		174.804	174.804		211.104	211.104			20,8
1	DN 100% vốn trong nước		72.368	41,40		84.731	40,14		17,1
2	DN có vốn ĐTNN		102.436	58,60		126.373	59,86		23,4
A	Nhóm cần nhập khẩu		154.675	88,49		188.410	89,25		21,8
1	Thủy sản		1.112	0,64		1.440	0,68		29,5
2	Hạt điều	1.039	1.658	0,95	1.275	2.533	1,20	22,8	52,8
3	Lúa mì	4.744	1.005	0,57	4.660	994	0,47	-1,8	-1,1
4	Ngô	8.445	1.673	0,96	7.727	1.504	0,71	-8,5	-10,1
5	Đậu tương	1.546	661	0,38	1.646	708	0,34	6,5	7,1
6	Sữa và sản phẩm từ sữa		852	0,49		865	0,41		1,6
7	Dầu. mỡ. động thực vật		701	0,40		761	0,36		8,5
8	Thức ăn gia súc và nguyên liệu		3.449	1,97		3.209	1,52		-7,0
9	Nguyên. phụ liệu thuốc lá		319	0,18		307	0,15		-3,9
10	Quặng và khoáng sản khác	6.393	546	0,31	8.754	692	0,33	36,9	26,7
11	Than đá	13.199	959	0,55	14.498	1.520	0,72	9,8	58,4
12	Dầu thô	435	159	0,09	1.181	477	0,23	171,2	199,3
13	Xăng dầu các loại	11.753	5.086	2,91	12.856	7.037	3,33	9,4	38,3
14	Khí đốt hoá lỏng	1.231	494	0,28	1.364	711	0,34	10,7	43,8

BÁO CÁO XUẤT NHẬP KHẨU VIỆT NAM 2017

15	Sản phẩm khác từ dầu mỏ		669	0,38		851	0,40		27,3
16	Hóa chất		3.210	1,84		4.088	1,94		27,4
17	Sản phẩm hoá chất		3.815	2,18		4.546	2,15		19,2
18	Nguyên liệu dược phẩm		381	0,22		375	0,18		-1,6
19	Dược phẩm		2.563	1,47		2.819	1,34		10,0
20	Phân bón	4.191	1.125	0,64	4.643	1.230	0,58	10,8	9,3
21	Thuốc trừ sâu và nguyên liệu		725	0,41		979	0,46		35,0
22	Chất dẻo nguyên liệu	4.538	6.262	3,58	4.907	7.315	3,47	8,1	16,8
23	Sản phẩm từ chất dẻo		4.406	2,52		5.379	2,55		22,1
24	Cao su các loại	435	690	0,39	555	1.090	0,52	27,7	58,0
25	Sản phẩm từ cao su		742	0,42		802	0,38		8,0
26	Gỗ và sản phẩm		1.876	1,07		2.176	1,03		16,0
27	Giấy các loại	1.921	1.515	0,87	1.963	1.668	0,79	2,2	10,1
28	Sản phẩm từ giấy		615	0,35		682	0,32		10,9
29	Bông các loại	1.034	1.662	0,95	1.292	2.356	1,12	25,0	41,7
30	Xơ, sợi dệt các loại	861	1.609	0,92	876	1.814	0,86	1,7	12,8
31	Vải các loại		10.483	6,00		11.366	5,38		8,4
32	Nguyên phụ liệu dệt may, da giấy		5.059	2,89		5.420	2,57		7,1
33	Thủy tinh và các sp từ thủy tinh		808	0,46		1.030	0,49		27,4
34	Sắt thép các loại	18.327	8.052	4,61	14.985	9.013	4,27	-18,2	11,9
35	Sản phẩm từ thép		2.965	1,70		3.079	1,46		3,8
36	Kim loại thường khác	1.867	4.814	2,75	1.505	5.428	2,57	-19,4	12,7
37	Sản phẩm từ kim loại thường khác		848	0,49		888	0,42		4,7
38	Máy tính, sp điện tử và linh kiện		27.892	15,96		37.706	17,86		35,2

39	Máy móc. thiết bị. dụng cụ. phụ tùng		28.543	16,33		33.673	15,95		18,0
40	Dây điện và dây cáp điện		1.054	0,60		1.205	0,57		14,4
41	Ô tô nguyên chiếc các loại (trừ xe dưới 9 chỗ)	61.896	1.668	0,95	58.381	1.519	0,72	-5,7	-8,9
42	Phương tiện vận tải khác và PT		1.388	0,79		830	0,39		-40,2
43	Điện thoại các loại và linh kiện		10.560	6,04		16.327	7,73		54,6
B	Nhóm cần kiểm soát nhập khẩu		11.428	6,54		13.387	6,34		17,1
44	Rau quả		925	0,53		1.547	0,73		67,2
45	Bánh kẹo và SP từ ngũ cốc		282	0,16		303	0,14		7,3
46	Chế phẩm thực phẩm khác		609	0,35		630	0,30		3,4
47	Chất thơm. mỹ phẩm và chế phẩm vệ sinh		613	0,35		680	0,32		11,0
48	Phế liệu sắt thép	3.894	871	0,50	4.735	1.399	0,66	21,6	60,7
49	Đá quý. kim loại quý và sản phẩm		563	0,32		609	0,29		8,2
50	Ô tô nguyên chiếc dưới 9 chỗ	50.601	714	0,41	38.832	718	0,34	-23,3	0,6
51	Linh kiện phụ tùng ô tô		3.571	2,04		3.167	1,50		-11,3
52	Xe máy và linh kiện. phụ tùng xe gắn máy		419	0,24		446	0,21		6,5
53	Hàng điện gia dụng và linh kiện		1.706	0,98		1.721	0,82		0,9
54	Máy ảnh. máy quay phim và linh kiện		1.156	0,66		2.167	1,03		87,4
C	Nhóm hàng hóa khác		8.701	4,98		9.306	4,41		7,0

BIỂU V: THỊ TRƯỜNG NHẬP KHẨU MỘT SỐ MẶT HÀNG NĂM 2017

Đơn vị: USD

Thị trường	Kim ngạch năm 2016	Tỷ trọng (%)	Kim ngạch năm 2017	Tỷ trọng (%)	So sánh 2017 với 2016
A. Máy vi tính, sản phẩm điện tử và linh kiện	27.892.396.847		37.706.113.370		35,2
Hàn Quốc	8.674.089.453	31,10	15.330.523.253	40,66	76,7
Trung Quốc	5.929.458.285	21,26	7.057.852.216	18,72	19,0
Đài Loan	3.158.404.307	11,32	3.935.848.233	10,44	24,6
Nhật Bản	2.805.727.297	10,06	3.181.532.567	8,44	13,4
Hoa Kỳ	2.241.577.465	8,04	2.783.341.443	7,38	24,2
Khác	5.083.140.040	18,22	5.417.015.658	14,37	6,6
B. Máy móc, thiết bị, dụng cụ, phụ tùng	28.542.507.038		33.673.226.515		18,0
Trung Quốc	9.306.738.617	32,61	10.869.009.010	32,28	16,8
Hàn Quốc	5.885.440.011	20,62	8.627.802.978	25,62	46,6
Nhật Bản	4.172.266.705	14,62	4.263.303.127	12,66	2,2
Đài Loan	1.293.367.141	4,53	1.351.136.105	4,01	4,5
Đức	1.348.406.818	4,72	1.339.999.112	3,98	-0,6
Khác	6.536.287.746	22,90	7.221.976.183	21,45	10,5
C. Điện thoại và các loại linh kiện	10.560.212.565		16.327.311.738		54,6
Trung Quốc	6.143.254.623	58,17	8.748.982.687	53,58	42,4
Hàn Quốc	3.578.619.513	33,89	6.175.004.383	37,82	72,6
Nhật Bản	42.096.161	0,40	206.990.602	1,27	391,7
Hồng Kông	165.756.853	1,57	193.218.732	1,18	16,6
Hoa Kỳ	53.751.680	0,51	41.711.831	0,26	-22,4
Khác	576.733.735	5,46	961.403.503	5,89	66,7
D. Vải các loại	10.483.274.320		11.366.186.938		8,4
Trung Quốc	5.449.327.711	51,98	6.076.602.074	53,46	11,5
Hàn Quốc	1.957.421.853	18,67	2.040.092.208	17,95	4,2
Đài Loan	1.502.618.666	14,33	1.566.416.390	13,78	4,2
Nhật Bản	637.657.009	6,08	658.938.109	5,80	3,3
Hồng Kông	227.248.724	2,17	242.333.726	2,13	6,6
Khác	709.000.357	6,76	781.804.431	6,88	10,3
E. Sắt thép các loại	8.051.788.283		9.012.526.372		11,9
Trung Quốc	4.474.787.488	55,58	4.095.273.290	45,44	-8,5
Nhật Bản	1.185.250.386	14,72	1.389.636.734	15,42	17,2

Hàn Quốc	1.009.888.889	12,54	1.217.046.824	13,50	20,5
Đài Loan	725.065.428	9,01	903.563.370	10,03	24,6
Ấn Độ	136.180.495	1,69	810.654.445	8,99	495,3
Khác	520.615.597	6,47	596.351.709	6,62	14,5
F. Chất dẻo nguyên liệu	6.261.617.045		7.315.301.890		16,8
Hàn Quốc	1.198.876.460	19,15	1.429.667.965	19,54	19,3
Ả rập Xê út	1.020.732.220	16,30	1.104.310.939	15,10	8,2
Đài Loan	942.351.965	15,05	1.056.146.624	14,44	12,1
Trung Quốc	662.173.361	10,58	892.398.178	12,20	34,8
Thái Lan	538.356.284	8,60	653.884.157	8,94	21,5
Khác	1.899.126.755	30,33	2.178.894.027	29,79	14,7
G. Xăng dầu các loại	5.086.337.516		7.036.660.121		38,3
Singapore	1.606.815.645	31,59	2.157.886.805	30,67	34,3
Hàn Quốc	988.453.549	19,43	1.907.716.671	27,11	93,0
Malaysia	1.225.556.590	24,10	1.247.196.320	17,72	1,8
Thái Lan	650.308.771	12,79	940.766.821	13,37	44,7
Trung Quốc	454.998.389	8,95	518.890.660	7,37	14,0
Khác	160.204.572	3,15	264.202.844	3,75	64,9
H. Kim loại thường khác	4.814.117.738		5.427.530.304		12,7
Hàn Quốc	1.071.912.127	22,27	1.445.157.325	26,63	34,8
Trung Quốc	1.522.069.081	31,62	896.530.927	16,52	-41,1
Australia	481.051.425	9,99	628.429.742	11,58	30,6
Nhật Bản	284.030.042	5,90	383.436.143	7,06	35,0
Đài Loan	227.207.848	4,72	262.639.504	4,84	15,6
Khác	1.227.847.215	25,51	1.811.336.663	33,37	47,5
I. Nguyên phụ liệu dệt, may, da giày	5.058.804.871		5.419.568.111		7,1
Trung Quốc	1.866.934.822	36,90	2.047.834.449	37,79	9,7
Hàn Quốc	790.436.747	15,62	753.267.275	13,90	-4,7
Đài Loan	468.763.193	9,27	482.810.483	8,91	3,0
Hoa Kỳ	288.509.062	5,70	356.022.198	6,57	23,4
Nhật Bản	230.034.036	4,55	250.299.413	4,62	8,8
Khác	1.414.127.011	27,95	1.529.334.293	28,22	8,1
K. Sản phẩm từ chất dẻo	4.406.045.864		5.379.372.763		22,1
Trung Quốc	1.492.379.310	33,87	1.886.197.996	35,06	26,4
Hàn Quốc	1.304.212.039	29,60	1.619.726.388	30,11	24,2
Nhật Bản	660.102.070	14,98	795.198.634	14,78	20,5
Thái Lan	218.926.679	4,97	239.126.660	4,45	9,2
Đài Loan	209.326.835	4,75	239.734.318	4,46	14,5
Khác	521.098.931	11,83	599.388.767	11,14	15,0

BIỂU VI: NHẬP KHẨU THEO MỘT SỐ THỊ TRƯỜNG CHÍNH NĂM 2017

Đơn vị: USD

Thị trường	NĂM 2017	Tỷ trọng (%)	NĂM 2016	Tỷ trọng (%)	So sánh 2017 với 2016 (%)
CHÂU Á					
ASEAN	28.021.437.565	13,27	24.063.156.548	13,77	16,4
Singapore	5.301.473.980	2,51	4.762.798.943	2,72	11,3
Thái Lan	10.495.152.893	4,97	8.849.419.951	5,06	18,6
Malaysia	5.860.216.162	2,78	5.171.337.890	2,96	13,3
Indonesia	3.639.836.054	1,72	2.990.631.353	1,71	21,7
Campuchia	1.020.605.582	0,48	725.598.322	0,42	40,7
Philippines	1.158.750.699	0,55	1.060.164.376	0,61	9,3
Lào	368.410.152	0,17	345.655.184	0,20	6,6
Myanmar	125.336.283	0,06	87.041.058	0,05	44,0
Brunei	51.655.760	0,02	70.509.471	0,04	-26,7
Ngoài ASEAN					
Trung Quốc	58.228.605.954	27,58	50.018.880.338	28,61	16,4
Hàn Quốc	46.734.424.969	22,14	32.162.945.929	18,40	45,3
Nhật Bản	16.592.324.990	7,86	15.064.044.870	8,62	10,1
Đài Loan	12.706.970.342	6,02	11.234.734.042	6,43	13,1
Ấn Độ	3.877.629.622	1,84	2.745.534.610	1,57	41,2
Hồng Kông	1.663.134.424	0,79	1.497.558.812	0,86	11,1
Israel	345.300.804	0,16	688.268.618	0,39	-49,8
Ả rập Xê út	1.283.085.739	0,61	1.165.277.421	0,67	10,1
U.A.E	561.570.493	0,27	450.368.927	0,26	24,7
Pakistan	130.606.067	0,06	128.842.006	0,07	1,4
Qua-ta	138.245.694	0,07	181.283.042	0,10	-23,7
Kuwait	287.635.449	0,14	110.359.431	0,06	160,6
Kazakhstan	48.868.591	0,02	55.873.928	0,03	-12,5
CHÂU ÂU					
KHỐI EU	12.097.575.605	5,73	11.142.995.929	6,37	8,6
Đức	3.170.175.060	1,50	2.850.215.353	1,63	11,2
Italia	1.654.950.143	0,78	1.427.002.190	0,82	16,0
Pháp	1.271.438.053	0,60	1.144.320.520	0,65	11,1
Anh	733.267.465	0,35	724.366.687	0,41	1,2
Áo	304.283.292	0,14	350.978.465	0,20	-13,3
Hà Lan	665.466.819	0,32	676.890.745	0,39	-1,7
Bỉ	442.339.639	0,21	475.977.031	0,27	-7,1
Tây Ban Nha	503.816.271	0,24	451.389.936	0,26	11,6
Phần Lan	292.853.735	0,14	224.836.602	0,13	30,3

BÁO CÁO XUẤT NHẬP KHẨU VIỆT NAM 2017

Thụy Điển	341.279.804	0,16	311.064.861	0,18	9,7
Ai Len	1.380.524.591	0,65	1.026.830.841	0,59	34,4
Ba Lan	230.671.150	0,11	191.745.167	0,11	20,3
Đan Mạch	321.296.389	0,15	331.763.530	0,19	-3,2
Hungary	147.306.945	0,07	173.160.070	0,10	-14,9
Bồ Đào Nha	62.993.015	0,03	50.616.590	0,03	24,5
Séc	106.188.749	0,05	104.587.871	0,06	1,5
Bungari	70.803.473	0,03	171.026.538	0,10	-58,6
Slovenia	42.197.557	0,02	35.298.641	0,02	19,5
Slovakia	35.983.091	0,02	32.312.802	0,02	11,4
Cyprus	44.569.193	0,02	35.567.084	0,02	25,3
Hy Lạp	63.995.077	0,03	50.398.210	0,03	27,0
Croatia	28.951.938	0,01	32.069.435	0,02	-9,7
Malta	24.471.523	0,01	36.603.236	0,02	-33,1
Litva	25.766.886	0,01	28.040.369	0,02	-8,1
Latvia	8.085.590	0,00	8.529.346	0,00	-5,2
Luxembourg	28.322.609	0,01	22.736.648	0,01	24,6
Estonia	9.446.478	0,00	6.275.901	0,00	50,5
Rumani	86.131.070	0,04	168.391.260	0,10	-48,9
Ngoài EU					
Nga	1.385.397.210	0,66	1.130.999.244	0,65	22,5
Thụy Sĩ	599.922.732	0,28	505.873.079	0,29	18,6
Na Uy	238.379.870	0,11	263.697.734	0,15	-9,6
Thổ Nhĩ Kỳ	223.724.675	0,11	171.383.644	0,10	30,5
Belarus	94.041.655	0,04	92.017.324	0,05	2,2
Ukraina	109.256.850	0,05	75.944.916	0,04	43,9
CHÂU MỸ					
Hoa Kỳ	9.203.377.998	4,36	8.701.597.928	4,98	5,8
Brazil	1.834.575.752	0,87	1.722.310.359	0,99	6,5
Argentina	2.548.488.506	1,21	2.672.225.009	1,53	-4,6
Chile	282.749.605	0,13	231.738.091	0,13	22,0
Canada	774.413.472	0,37	395.469.577	0,23	95,8
Mexico	566.768.201	0,27	483.937.123	0,28	17,1
Peru	117.145.033	0,06	76.490.396	0,04	53,1
CHÂU PHI					
Nam Phi	242.323.373	0,11	149.497.970	0,09	62,1
Bờ biển Ngà	892.040.452	0,42	702.960.807	0,40	26,9
Cameroon	205.912.888	0,10	186.244.182	0,11	10,6
Tunisia	10.980.081	0,01	8.671.318	0,00	26,6
CHÂU ĐẠI DƯƠNG					
Australia	3.165.625.195	1,50	2.424.906.688	1,39	30,5
New Zealand	448.981.730	0,21	356.851.767	0,20	25,8

BIỂU VII: XUẤT KHẨU THEO MỘT SỐ ĐỊA PHƯƠNG NĂM 2017

Đơn vị: USD

Tên địa phương	NĂM 2016			NĂM 2017			So sánh 2017 với 2016 (%)
	Kim ngạch	Tỷ trọng (%)	Thứ hạng	TH 12T	Tỷ trọng (%)	Thứ hạng	
KNXX cả nước	176.580.786.635			214.019.118.259			21,2
TP. Hồ Chí Minh	30.615.785.674	17,3	1	35.428.851.573	16,6	1	15,7
Bắc Ninh	22.144.365.793	12,5	2	31.347.373.697	14,6	2	41,6
Thái Nguyên	19.635.901.221	11,1	3	24.080.513.502	11,3	3	22,6
Bình Dương	19.258.659.762	10,9	4	21.862.036.763	10,2	4	13,5
Đồng Nai	15.140.397.906	8,6	5	16.512.733.280	7,7	5	9,1
Hà Nội	10.680.551.855	6,0	6	11.705.725.722	5,5	6	9,6
Hải Phòng	6.043.951.873	3,4	7	8.189.077.573	3,8	7	35,5
Bắc Giang	4.192.622.902	2,4	9	5.385.740.321	2,5	8	28,5
Hải Dương	4.559.221.056	2,6	8	5.367.676.613	2,5	9	17,7
Long An	3.708.624.967	2,1	10	4.433.918.473	2,1	10	19,6
Tây Ninh	3.035.097.314	1,7	11	3.703.216.888	1,7	11	22,0
Bà Rịa - Vũng Tàu	2.849.673.973	1,6	12	3.528.159.840	1,6	12	23,8
Vĩnh Phúc	2.128.144.283	1,2	15	3.022.042.139	1,4	13	42,0
Hưng Yên	2.511.694.174	1,4	13	2.965.283.770	1,4	14	18,1
Tiền Giang	2.219.494.216	1,3	14	2.632.796.982	1,2	15	18,6
Bình Phước	1.543.456.687	0,9	16	2.111.975.598	1,0	16	36,8
Quảng Ninh	1.520.659.796	0,9	17	1.868.448.971	0,9	17	22,9
Thanh Hóa	1.493.430.094	0,8	18	1.749.572.143	0,8	18	17,2
Hà Nam	1.225.357.140	0,7	21	1.718.413.179	0,8	19	40,2
Đà Nẵng	1.301.603.441	0,7	19	1.526.941.963	0,7	20	17,3
Cần Thơ	1.117.522.370	0,6	22	1.421.534.921	0,7	21	27,2
Nam Định	1.102.882.940	0,6	24	1.396.005.870	0,7	22	26,6
Phú Thọ	1.115.844.504	0,6	23	1.297.050.046	0,6	23	16,2
Đắk Lắk	1.013.272.714	0,6	25	1.217.242.751	0,6	24	20,1
Khánh Hòa	1.232.751.172	0,7	20	1.176.177.874	0,5	25	-4,6

BIỂU VIII: NHẬP KHẨU THEO MỘT SỐ ĐỊA PHƯƠNG NĂM 2017

Đơn vị: USD

Tên địa phương	NĂM 2016			NĂM 2017			So sánh 2017 với 2016 (%)
	Kim ngạch	Tỷ trọng (%)	Thứ hạng	Kim ngạch	Tỷ trọng (%)	Thứ hạng	
KNNK cả nước	174.803.799.524			211.103.668.206			20,8
TP Hồ Chí Minh	38.133.952.074	21,82	1	43.415.700.431	20,57	1	13,9
Bắc Ninh	17.869.896.611	10,22	3	29.792.205.111	14,11	2	66,7
Hà Nội	25.458.735.896	14,56	2	28.825.162.919	13,65	3	13,2
Bình Dương	14.323.250.564	8,19	4	17.281.683.721	8,19	4	20,7
Thái Nguyên	11.801.674.409	6,75	6	14.391.279.170	6,82	5	21,9
Đồng Nai	13.240.898.931	7,57	5	14.369.322.103	6,81	6	8,5
Hải Phòng	5.529.506.069	3,16	8	7.090.452.122	3,36	7	28,2
Vĩnh Phúc	3.709.872.235	2,12	11	5.392.666.332	2,55	8	45,4
Bắc Giang	4.329.169.022	2,48	10	5.142.578.903	2,44	9	18,8
Hải Dương	4.355.569.014	2,49	9	5.077.471.943	2,41	10	16,6
Bà Rịa - Vũng Tàu	6.486.146.802	3,71	7	5.075.744.059	2,40	11	-21,7
Long An	3.107.870.732	1,78	12	3.792.724.234	1,80	12	22,0
Hưng Yên	3.057.107.970	1,75	13	3.441.825.754	1,63	13	12,6
Tây Ninh	1.847.247.933	1,06	14	2.569.999.962	1,22	14	39,1
Quảng Ninh	1.812.060.167	1,04	15	1.842.370.077	0,87	15	1,7
Quảng Nam	1.667.951.312	0,95	16	1.570.605.529	0,74	16	-5,8
Hà Nam	1.281.211.777	0,73	17	1.557.726.131	0,74	17	21,6
Bình Phước	966.198.264	0,55	22	1.390.270.193	0,66	18	43,9
Thanh Hóa	948.536.829	0,54	23	1.338.405.141	0,63	19	41,1
Đà Nẵng	1.231.630.620	0,70	18	1.338.050.146	0,63	20	8,6
Phú Thọ	1.166.028.122	0,67	20	1.325.340.195	0,63	21	13,7
Ninh Bình	896.046.522	0,51	24	1.249.251.508	0,59	22	39,4
Tiền Giang	1.176.456.260	0,67	19	1.231.269.367	0,58	23	4,7
Thái Bình	1.094.438.886	0,63	21	1.164.018.805	0,55	24	6,4
Hà Tĩnh	734.570.806	0,42	26	1.062.401.935	0,50	25	44,6

BỘ CÔNG THƯƠNG

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

Số: **3913**/QĐ-BCT

Hà Nội, ngày **12** tháng **10** năm **2017**

QUYẾT ĐỊNH

Về việc thành lập Hội đồng biên tập và Tổ thư ký biên tập
Báo cáo Xuất nhập khẩu Việt Nam

BỘ TRƯỞNG BỘ CÔNG THƯƠNG

Căn cứ Nghị định số 98/2017/NĐ-CP ngày 18 tháng 8 năm 2017 của Chính phủ quy định chức năng, nhiệm vụ, quyền hạn và cơ cấu tổ chức của Bộ Công Thương;

Theo đề nghị của Cục trưởng Cục Xuất nhập khẩu,

QUYẾT ĐỊNH

Điều 1. Thành lập Hội đồng biên tập và Tổ thư ký biên tập Báo cáo Xuất nhập khẩu Việt Nam gồm các ông, bà có tên trong Danh sách kèm theo.

Điều 2. Các thành viên Hội đồng biên tập chịu trách nhiệm về nội dung Báo cáo theo phân công của Chủ tịch Hội đồng biên tập.

Điều 3. Các thành viên Tổ thư ký biên tập có trách nhiệm tổng hợp nội dung, bố cục, xây dựng Báo cáo và các nhiệm vụ khác theo phân công của Chủ tịch Hội đồng biên tập và Tổ trưởng Tổ thư ký biên tập.

Điều 4. Quyết định này có hiệu lực kể từ ngày ký. Chánh Văn phòng Bộ, Thủ trưởng các đơn vị liên quan và các thành viên có tên tại Điều 1 chịu trách nhiệm thi hành Quyết định này./.

Nơi nhận:

- Như Điều 4;
- Lãnh đạo Bộ;
- Lưu: VT, XNK (2).

BỘ TRƯỞNG



Trần Tuấn Anh

BỘ CÔNG THƯƠNG

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

DANH SÁCH THÀNH VIÊN
HỘI ĐỒNG BIÊN TẬP VÀ TỔ THƯ KÝ BIÊN TẬP
BÁO CÁO XUẤT NHẬP KHẨU VIỆT NAM
(Kèm theo Quyết định số **3913/QĐ-BCT** ngày 12 tháng 10 năm 2017
của Bộ trưởng Bộ Công Thương)

I. DANH SÁCH HỘI ĐỒNG BIÊN TẬP

STT	Họ và tên	Chức vụ, đơn vị công tác	Chức danh trong Hội đồng
1	Ông Trần Quốc Khánh	Thứ trưởng Bộ Công Thương	Chủ tịch
2	Ông Nguyễn Hữu Quý	Tổng biên tập Báo Công Thương	Phó Chủ tịch
3	Ông Trần Thanh Hải	Phó Cục trưởng Cục Xuất nhập khẩu	Phó Chủ tịch
4	Ông Phan Sinh	Phó Cục trưởng Cục Công nghệ thông tin & Thống kê hải quan - Tổng cục Hải quan	Thành viên
5	Ông Lê Triệu Dũng	Phó Cục trưởng, Phụ trách Cục Phòng vệ thương mại	Thành viên
6	Bà Lại Việt Anh	Phó Cục trưởng, Phụ trách Cục Thương mại điện tử và Kinh tế số	Thành viên
7	Ông Đỗ Kim Lang	Phó Cục trưởng Cục Xúc tiến thương mại	Thành viên
8	Bà Trương Thị Thu Hà	Phó Cục trưởng Cục Công nghiệp	Thành viên
9	Ông Lê An Hải	Phó Vụ trưởng Vụ Thị trường châu Á - châu Phi	Thành viên
10	Bà Nguyễn Khánh Ngọc	Phó Vụ trưởng Vụ Thị trường châu Âu - châu Mỹ	Thành viên
11	Bà Nguyễn Thúy Hiền	Phó Vụ trưởng Vụ Kế hoạch	Thành viên
12	Bà Phạm Thu Giang	Phó Vụ trưởng Vụ Khoa học và Công nghệ	Thành viên
13	Ông Ngô Chung Khanh	Phó Vụ trưởng Vụ Chính sách thương mại đa biên	Thành viên
14	Ông Trần Thanh Tùng	Vụ Dầu khí và Than	Thành viên



II. DANH SÁCH TỔ THƯ KÝ BIÊN TẬP

STT	Họ và tên	Chức vụ, đơn vị công tác	Chức danh trong Tổ
1	Ông Trần Thanh Hải	Phó Cục trưởng Cục Xuất nhập khẩu	Tổ trưởng
2	Ông Trần Hoàng	Phó Tổng Biên tập Báo Công Thương	Tổ phó
3	Bà Nguyễn Cẩm Trang	Trưởng phòng, Cục Xuất nhập khẩu	Thành viên
4	Bà Trịnh Thị Thu Hiền	Trưởng phòng, Cục Xuất nhập khẩu	Thành viên
5	Ông Phạm Như Phương	Phó trưởng phòng Cục Xuất nhập khẩu	Thành viên
6	Ông Trương Quang Tuấn	Chuyên viên Cục Xuất nhập khẩu	Thành viên
7	Ông Hoàng Nguyễn Đức Dũng	Chuyên viên Cục Xuất nhập khẩu	Thành viên
8	Ông Vũ Minh Tâm	Chuyên viên Cục Xuất nhập khẩu	Thành viên
9	Ông Nguyễn Nam Hải	Trưởng Ban Xúc tiến thương mại - Báo Công Thương	Thành viên
10	Ông Nguyễn Hải	Trưởng Ban Thư ký tòa soạn - Báo Công Thương	Thành viên
11	Bà Dương Nga	Phó Trưởng Ban Xúc tiến thương mại - Báo Công Thương	Thành viên
12	Bà Nguyễn Kiều Nga	Phó Trưởng Ban Xúc tiến thương mại - Báo Công Thương	Thành viên
13	Bà Nguyễn Thị Mỹ Hạnh	Phóng viên, Ban Xúc tiến thương mại - Báo Công Thương	Thành viên
14	Bà Chung Thị Thu Viên	Phóng viên, Ban Xúc tiến thương mại - Báo Công Thương	Thành viên



MỤC LỤC

LỜI NÓI ĐẦU	3
-------------------	---

CHƯƠNG I. TỔNG QUAN..... 5

I. KINH TẾ VIỆT NAM VÀ THẾ GIỚI NĂM 2017	6
1. Kinh tế Việt Nam năm 2017.....	6
2. Kinh tế thế giới và các đối tác thương mại lớn của Việt Nam	9
II. TỔNG QUAN VỀ XUẤT KHẨU, NHẬP KHẨU HÀNG HOÁ NĂM 2017	11

CHƯƠNG II. TÌNH HÌNH XUẤT KHẨU CÁC MẶT HÀNG 15

I. XUẤT KHẨU NHÓM HÀNG NÔNG SẢN, THỦY SẢN	16
1. Tình hình xuất khẩu chung	16
1.1. Về kim ngạch	16
1.2. Về mặt hàng	16
1.3. Về thị trường	17
2. Xuất khẩu một số mặt hàng nông sản, thủy sản.....	18
2.1. Gạo	18
2.2. Thủy sản	21
2.3. Cà phê	25
2.4. Chè	27
2.5. Cao su	28
2.6. Hồ tiêu	29
2.7. Hạt điều.....	31
2.8. Rau quả.....	32
2.9. Sắn và sản phẩm từ sắn	35
II. XUẤT KHẨU NHÓM HÀNG CÔNG NGHIỆP	36
1. Tình hình xuất khẩu chung	36
1.1. Về kim ngạch	36
1.2. Về mặt hàng	36
1.3. Về thị trường	37
2. Xuất khẩu một số mặt hàng công nghiệp	38
2.1. Dệt may.....	38
2.2. Giày dép.....	42

2.3. Túi xách, vali, mũ, ô, dù.....	43
2.4. Gỗ và sản phẩm gỗ	43
2.5. Điện thoại và linh kiện.....	44
2.6. Máy vi tính, sản phẩm linh kiện và điện tử	45
2.7. Thép	46
2.8. Chất dẻo nguyên liệu và sản phẩm nhựa	47
2.9. Máy móc, thiết bị	49
III. XUẤT KHẨU NHÓM HÀNG NHIÊN LIỆU, KHOÁNG SẢN.....	50
1. Tình hình xuất khẩu chung	50
2. Xuất khẩu một số mặt hàng nhiên liệu, khoáng sản	50
2.1. Dầu thô	50
2.2. Than đá.....	51
2.3. Quặng và khoáng sản khác	52
CHƯƠNG III. TÌNH HÌNH NHẬP KHẨU CÁC MẶT HÀNG	53
I. NHẬP KHẨU NHÓM HÀNG NÔNG SẢN, THỦY SẢN	54
1. Thủy sản	54
2. Thức ăn chăn nuôi	54
3. Hạt điều	56
4. Rau quả	56
5. Lúa mì	57
II. NHẬP KHẨU NHÓM HÀNG NHIÊN LIỆU, KHOÁNG SẢN	57
1. Xăng dầu	57
2. Than đá	59
III. NHẬP KHẨU NHÓM HÀNG CÔNG NGHIỆP	60
1. Nguyên liệu ngành dệt may, da giày	60
2. Chất dẻo nguyên liệu và sản phẩm nhựa	63
2.1. Chất dẻo nguyên liệu	63
2.2. Sản phẩm nhựa.....	64
3. Máy móc, thiết bị, dụng cụ, phụ tùng	65
4. Ô tô và linh kiện, phụ tùng ô tô	67
4.1. Ô tô	67
4.2. Linh kiện, phụ tùng ô tô	69
5. Thép	70

CHƯƠNG IV. THỊ TRƯỜNG XUẤT KHẨU, NHẬP KHẨU 73

I. THỊ TRƯỜNG CHÂU Á	74
1. Tình hình xuất nhập khẩu chung	74
2. Xuất nhập khẩu với một số thị trường	74
2.1. Khu vực Đông Bắc Á	74
2.2. Khu vực ASEAN	81
2.3. Khu vực Tây Á	86
2.4. Khu vực Nam Á	89
II. THỊ TRƯỜNG CHÂU ÂU	91
1. Tình hình xuất nhập khẩu chung	91
2. Tình hình xuất nhập khẩu đối với từng khu vực thị trường	92
2.1. Khu vực EU	92
2.2. Khu vực Liên minh Kinh tế Á Âu (EAEU)	96
2.3. Khu vực EFTA	101
III. THỊ TRƯỜNG CHÂU MỸ	105
1. Tình hình xuất nhập khẩu chung	105
2. Xuất nhập khẩu đối với từng khu vực thị trường	105
2.1. Khu vực Bắc Mỹ	105
2.2. Khu vực Mỹ Latinh	112
IV. THỊ TRƯỜNG CHÂU PHI	116
1. Tình hình xuất nhập khẩu chung	116
2. Xuất nhập khẩu với một số thị trường	118
V. THỊ TRƯỜNG CHÂU ĐẠI DƯƠNG	123
1. Tình hình xuất nhập khẩu chung	123
2. Xuất nhập khẩu với một số thị trường quan trọng	123
2.1. Australia	123
2.2. New Zealand.....	123
2.3. Chính sách quản lý nhập khẩu của Australia và New Zealand	124
CHƯƠNG V. CHÍNH SÁCH, CƠ CHẾ XUẤT NHẬP KHẨU	127
I. VĂN BẢN QUY PHẠM PHÁP LUẬT VỀ XUẤT NHẬP KHẨU	128
1. Một số văn bản quy phạm pháp luật liên quan đến xuất nhập khẩu năm 2017	128

1.1. Luật	128
1.2. Nghị định	128
1.3. Thông tư	129
2. Một số điểm mới của Luật Quản lý ngoại thương	130
II. THUẬN LỢI HÓA THƯƠNG MẠI	134
1. Cải cách thủ tục hành chính, cải thiện môi trường đầu tư kinh doanh	134
1.1. Đơn giản hóa thủ tục hành chính, cắt giảm điều kiện đầu tư kinh doanh	134
1.2. Nâng cao năng lực dịch vụ công trực tuyến	134
1.3. Cơ chế Một cửa Quốc gia, Cơ chế Một cửa ASEAN	135
1.4. Nâng cao hiệu lực, hiệu quả công tác kiểm tra chuyên ngành.....	136
2. Nâng cao năng lực logistics	138
2.1. Tình hình phát triển dịch vụ logistics tại Việt Nam	138
2.2. Về thể chế chính sách	139
2.3. Về cơ sở hạ tầng	140
2.4. Phát triển thị trường dịch vụ logistics	141
2.5. Đào tạo nguồn nhân lực cho logistics.....	142
III. PHÁT TRIỂN XUẤT KHẨU.....	142
1. Sơ kết 5 năm thực hiện Chiến lược Xuất nhập khẩu hàng hóa thời kỳ 2011-2020, định hướng đến 2030	142
2. Chiến lược phát triển thị trường xuất khẩu gạo của Việt Nam giai đoạn 2017-2020, định hướng đến năm 2030	145
3. Chương trình Thương hiệu Quốc gia	147
4. Chương trình Xúc tiến thương mại quốc gia.....	148
IV. XUẤT XỨ HÀNG HÓA	151
1. Các biện pháp tạo thuận lợi trong hoạt động cấp Giấy chứng nhận xuất xứ hàng hóa	151
1.1. Hình thức chứng nhận xuất xứ qua Internet	151
1.2. Cơ chế doanh nghiệp tự chứng nhận xuất xứ	152
1.3. Công tác tuyên truyền phổ biến FTA	153
2. Tỷ lệ sử dụng C/O ưu đãi	153
2.1. Tình hình cấp C/O ưu đãi của Bộ Công Thương	153
2.2. Tỷ lệ sử dụng C/O ưu đãi đối với các mặt hàng xuất khẩu của Việt Nam năm 2017	154
3. Một số quy định mới về xuất xứ hàng hóa trong các hiệp định	157

V. PHÒNG VỆ THƯƠNG MẠI	159
1. Các vụ việc phòng vệ thương mại đối với hàng hóa xuất khẩu của Việt Nam	159
1.1. <i>Tình hình điều tra, áp dụng các biện pháp phòng vệ thương mại đối với hàng hóa xuất khẩu của Việt Nam</i>	159
1.2. <i>Các vụ việc giải quyết tranh chấp tại WTO</i>	161
1.3. <i>Vấn đề kinh tế thị trường</i>	161
1.4. <i>Một số phân tích, đánh giá</i>	161
2. Các vụ việc phòng vệ thương mại đối với hàng hóa nhập khẩu vào Việt Nam	163
2.1. <i>Các vụ việc phòng vệ thương mại do Việt Nam khởi xướng điều tra áp dụng đối với hàng hóa nhập khẩu vào Việt Nam năm 2017</i>	163
2.2. <i>Một số đánh giá</i>	166
CHƯƠNG VI. CÁC ĐIỀU ƯỚC QUỐC TẾ LIÊN QUAN ĐẾN THƯƠNG MẠI HÀNG HÓA	
167	
I. TÌNH HÌNH ĐÀM PHÁN, KÝ KẾT CÁC HIỆP ĐỊNH THƯƠNG MẠI TỰ DO	168
1. Hoạt động và quan hệ thương mại của Việt Nam trong WTO	168
2. Hiệp định TPP và CPTPP	168
3. FTA giữa Việt Nam và Khối Thương mại tự do Châu Âu (EFTA)	169
4. Hiệp định thương mại tự do giữa Việt Nam và Israel	169
5. Hiệp định Thương mại tự do Việt Nam-EU (EVFTA)	169
6. Hiệp định ASEAN - Hồng Kông (Trung Quốc)	170
7. Hiệp định Đối tác Kinh tế toàn diện khu vực (RCEP)	170
8. Công tác APEC	171
9. Cộng đồng kinh tế ASEAN (AEC)	173
II. CÁC HIỆP ĐỊNH THƯƠNG MẠI SONG PHƯƠNG, CÁC MOU LIÊN QUAN ĐẾN THƯƠNG MẠI HÀNG HÓA	173
1. Bản Thỏa thuận thúc đẩy thương mại song phương Việt Nam - Campuchia	173
2. Các MOU về hợp tác kinh tế thương mại giữa Việt Nam với một số nước trong khu vực Đông Nam Á	174
PHỤ LỤC: BIỂU SỐ LIỆU XUẤT KHẨU, NHẬP KHẨU 2017	175
DANH MỤC BẢNG	200
DANH MỤC BIỂU ĐỒ	201
DANH MỤC VIẾT TẮT	202

DANH MỤC BẢNG

Bảng 1: Cơ cấu xuất khẩu gạo theo chủng loại năm 2017	19
Bảng 2: Top 10 thị trường xuất khẩu gạo lớn nhất của Việt Nam năm 2017	20
Bảng 3: Các mặt hàng công nghiệp có giá trị xuất khẩu trên 1 tỷ USD	37
Bảng 4: Kim ngạch xuất khẩu các sản phẩm của ngành dệt may năm 2017	39
Bảng 5: Top 10 thị trường xuất khẩu lớn nhất của sản phẩm ngành dệt may năm 2017	40
Bảng 6: Top 10 thị trường xuất khẩu lớn nhất của mặt hàng máy vi tính, sản phẩm điện tử và linh kiện năm 2017	46
Bảng 7: Cơ cấu mặt hàng thép xuất khẩu năm 2017	46
Bảng 8: Thị trường xuất khẩu than.....	51
Bảng 9: Thị trường xuất khẩu quặng và khoáng sản khác	52
Bảng 10: Thị trường nhập khẩu than	60
Bảng 11: Nhập khẩu nguyên liệu ngành dệt may, da giày năm 2017	60
Bảng 12: Thị trường cung cấp bông cho Việt Nam năm 2017	62
Bảng 13: Thị trường cung cấp xơ, sợi dệt cho Việt Nam năm 2017	62
Bảng 14: Top 10 thị trường cung cấp vải lớn nhất cho Việt Nam năm 2017.....	63
Bảng 15: Thị trường cung cấp ô tô cho Việt Nam năm 2017.....	67
Bảng 16: Thị trường cung cấp linh kiện, phụ tùng ô tô năm 2017	69
Bảng 17: Thống kê kim ngạch xuất nhập khẩu Việt Nam - EU	93
Bảng 18: Hạn ngạch đối với ô tô nguyên chiếc và bộ linh kiện, phụ tùng	101
Bảng 19: Một số mặt hàng xuất khẩu lớn của Việt Nam sang Thụy Sĩ	101
Bảng 20: Một số mặt hàng nhập khẩu lớn của Việt Nam từ Thụy Sĩ	102
Bảng 21: Một số mặt hàng xuất khẩu lớn của Việt Nam sang Na Uy.....	103
Bảng 22: Một số mặt hàng xuất khẩu của Việt Nam sang Brazil năm 2017	113
Bảng 23: Một số mặt hàng nhập khẩu lớn của Việt Nam từ Brazil năm 2017.....	113
Bảng 24: Tỷ lệ tận dụng C/O ưu đãi của Việt Nam năm 2017	154

DANH MỤC BIỂU ĐỒ

Biểu đồ 1: Kim ngạch xuất khẩu điện thoại và linh kiện	45
Biểu đồ 2: Kim ngạch xuất khẩu máy vi tính, sản phẩm điện tử và linh kiện	45
Biểu đồ 3: Kim ngạch xuất khẩu máy móc, thiết bị năm 2015-2017	49
Biểu đồ 4: Kim ngạch nhập khẩu máy móc, thiết bị năm 2017	65
Biểu đồ 5: Nhập khẩu linh kiện, phụ tùng ô tô năm 2016-2017	69
Biểu đồ 6: Cơ cấu thị trường XNK của Việt Nam tại khu vực Châu Á	74
Biểu đồ 7: Cơ cấu xuất khẩu hàng hóa sang Hoa Kỳ năm 2017	106
Biểu đồ 8: Cơ cấu hàng hóa nhập khẩu từ Hoa Kỳ năm 2017	107
Biểu đồ 9: Kim ngạch xuất khẩu Việt Nam - Canada giai đoạn 2010-2017	109
Biểu đồ 10: Kim ngạch nhập khẩu Việt Nam - Canada giai đoạn 2010-2017	110
Biểu đồ 11: Xuất nhập khẩu Việt Nam - Brazil giai đoạn 2011-2017.....	112
Biểu đồ 12: Các biện pháp PVTM theo thị trường xuất khẩu	159
Biểu đồ 13: Các biện pháp PVTM theo mặt hàng	160
Biểu đồ 14: Số vụ việc PVTM mới trong năm 2017	160
Biểu đồ 15: Số lượng vụ việc điều tra phòng vệ thương mại năm 2017	163

DANH MỤC VIẾT TẮT

AANZFTA	Hiệp định thành lập Khu vực thương mại tự do ASEAN - Australia - New Zealand
ACFTA	Hiệp định Thương mại hàng hóa ASEAN - Trung Quốc
AHKFTA	Hiệp định Thương mại tự do ASEAN - Hồng Kông
AITIG	Hiệp định Thương mại hàng hóa ASEAN - Ấn Độ
AJCEP	Hiệp định Đối tác kinh tế toàn diện ASEAN - Nhật Bản
AKFTA	Hiệp định Thương mại tự do ASEAN - Hàn Quốc
ASEAN	Hiệp hội các quốc gia Đông Nam Á
ATIGA	Hiệp định Thương mại hàng hóa ASEAN
C/O	Giấy chứng nhận xuất xứ
CAP	Chính sách nông nghiệp chung Châu Âu
CEPT	Hiệp định Chương trình ưu đãi Thuế quan có Hiệu lực chung
CLMV	Campuchia, Lào, Myanmar, Việt Nam
CPTPP	Hiệp định Đối tác Toàn diện và Tiến bộ xuyên Thái Bình Dương
EAEU	Liên minh Kinh tế Á Âu
EFTA	Hiệp hội Thương mại tự do Châu Âu
EHP	Chương trình Thu hoạch sớm
EU	Liên minh Châu Âu
Eurozone	Khu vực đồng tiền chung Châu Âu
EVFTA	Hiệp định Thương mại tự do Việt Nam - EU
FDA	Cục Quản lý thực phẩm và dược phẩm Hoa Kỳ
FDI	Đầu tư trực tiếp nước ngoài
FED	Cục Dự trữ Liên bang Mỹ
FTA	hiệp định thương mại tự do
GDP	Tổng sản phẩm trong nước
GEL	Danh mục loại trừ không cam kết
GSP	Quy chế ưu đãi thuế quan phổ cập
HNTQ	hạn ngạch thuế quan
HSL	Danh mục nhạy cảm cao
IMF	Quỹ Tiền tệ quốc tế

KCN	Khu công nghiệp
KCX	Khu chế xuất
KKT	Khu kinh tế
MFN	Nguyên tắc đối xử Tối huệ quốc
NMFS	Cục quản lý Nghề cá biển quốc gia Hoa Kỳ
OIE	Tổ chức Thú y Thế giới
PMI	Chỉ số nhà quản trị mua hàng
PVTM	Phòng vệ thương mại
RCEP	Hiệp định Đối tác kinh tế toàn diện Khu vực
SL	Danh mục nhạy cảm
SNG	Cộng đồng các Quốc gia Độc lập
SPS	Các biện pháp vệ sinh an toàn thực phẩm và kiểm dịch động thực vật
THQG	Thương hiệu Quốc gia
TCNXX	Tự chứng nhận xuất xứ
TPP	Hiệp định Đối tác xuyên Thái Bình Dương
TTHC	Thủ tục hành chính
VAT	Thuế giá trị gia tăng
VCCI	Phòng Thương mại và Công nghiệp Việt Nam
VCFTA	Hiệp định thương mại tự do Việt Nam - Chile
VITIC	Trung tâm Thông tin Công nghiệp và Thương mại
VJEPA	Hiệp định Đối tác kinh tế Việt Nam - Nhật Bản
VKFTA	Hiệp định Thương mại tự do Việt Nam - Hàn Quốc
WTO	Tổ chức Thương mại Thế giới
XTTM	Xúc tiến thương mại

ĐỀ TRẮNG

ĐƠN VỊ THỰC HIỆN

CỤC XUẤT NHẬP KHẨU

Trụ sở: 54 Hai Bà Trưng - Hoàn Kiếm - Hà Nội

Điện thoại: 024.22205434

Email: cucxnk@moit.gov.vn

BÁO CÔNG THƯƠNG

Trụ sở: 655 Phạm Văn Đồng, Bắc Từ Liêm, Hà Nội

Điện thoại 024.39366400; **Fax:** 024.39366402

Email: banbientap@baocongthuong.com.vn

CHỊU TRÁCH NHIỆM XUẤT BẢN

Giám đốc - Tổng Biên tập
Nguyễn Minh Huệ

Biên tập: **Tôn Nữ Thanh Bình**

Chế bản: **Hồng Thịnh - Trần Cường**

Trình bày bìa: **Trần Cường**

In 2000 cuốn, khổ 21 x 29cm tại Nhà in Bộ Tổng Tham Mưu

Địa chỉ: Ngũ Hiệp - Thanh Trì - Hà Nội

Số xác nhận đăng ký xuất bản: 421-2018/CXBIPH/02-10/CT

Số Quyết định xuất bản: 15/QĐ-NXBCT, cấp ngày 5/3/2018

Mã số ISBN: 978-604-931-428-5

In xong và nộp lưu chiểu: Quý I/2018

ĐỂ TRẮNG

Tân xuân tri ân,
Thành công tiếp nối.





TÔN HOA SEN

THƯƠNG HIỆU QUỐC GIA



MUA HÀNG ONLINE

**NHÂN
NGÀY**

THẺ CÀO



www.hoasengroup.vn

(Áp dụng trên toàn quốc từ 25/02/2018 đến 31/5/2018)



**TỔNG ĐÀI TƯ VẤN
1800 1515**





CÔNG TY CP THƯƠNG MẠI ĐẦU TƯ DẦU KHÍ NAM SÔNG HẬU



Địa chỉ: Ấp Phú Thanh, thị trấn Mái Dầm, huyện Châu Thành, tỉnh Hậu Giang
VPDD: H311, 12 Võ Nguyên Giáp, KV Thanh Thuận, P. Phú Thứ, Q. Cái Răng, TP. Cần Thơ
Điện thoại: 0292.6547.979 - Fax: 0292.3842.373 * Email: matimexpetro@gmail.com
Tổng Giám đốc: Mai Văn Huy

Ngân hàng TMCP Đầu tư và Phát triển Việt Nam (BIDV)

- 7 BIDV tiền thân là Ngân hàng Kiến thiết Việt Nam, thành lập ngày 26 tháng 4 năm 1957, là ngân hàng thương mại cổ phần có quy mô lớn nhất trong hệ thống ngân hàng Việt Nam. Tại thời điểm 31/12/2017, BIDV có tổng tài sản đạt 1.176.00 tỷ đồng.
- 7 BIDV hoạt động đa dạng trong các lĩnh vực ngân hàng, bảo hiểm, chứng khoán, đầu tư... với mạng lưới hơn 1000 chi nhánh và phòng giao dịch, phục vụ trên 10 triệu khách hàng, cùng các hiện diện thương mại tại 7 quốc gia và vùng lãnh thổ. BIDV đã thiết lập quan hệ ngân hàng đại lý với hơn 1700 ngân hàng và chi nhánh ngân hàng tại 122 quốc gia và vùng lãnh thổ trên thế giới.
- 7 BIDV là sự lựa chọn tin cậy của các tổ chức quốc tế lớn như World Bank, ADB, JBIC, NIB...; được các tổ chức uy tín quốc tế đánh giá cao thông qua hàng loạt các giải thưởng, danh hiệu như:
 - Top 2000 Doanh nghiệp lớn và quyền lực nhất thế giới (Forbes bình chọn);
 - Ngân hàng bán lẻ tốt nhất Việt Nam 4 năm liên tiếp 2015, 2016, 2017 & 2018 (The Asian Banker trao tặng);
 - Top 30 ngân hàng ASEAN và Top 500 ngân hàng toàn cầu (Brand Finance đánh giá).



CHIA SẺ CƠ HỘI, HỢP TÁC THÀNH CÔNG



CÔNG TY CỔ PHẦN BÌNH ĐIỀN - NINH BÌNH

ĐC: KCN Khánh Phú - xã Khánh Phú - Yên Khánh - Ninh Bình

ĐT: 02293 899903; Fax: 02293 899902

Email: phanbonbinhdiennb@gmail.com

PHÂN BÓN ĐÀU TRÂU

CÔNG NGHỆ MỚI - SẢN PHẨM MỚI

HIỆU QUẢ VƯỢT TRỘI



Bạn đồng hành của nhà nông

TÔN NAM KIM

TIÊU CHUẨN NHẬT BẢN



NHÀ MÁY THÉP NAM KIM 3



CÔNG TY CỔ PHẦN THÉP NAM KIM

Đường N1, CSX An Thanh, P. An Thanh, TX: Thuận An, Bình Dương
TEL: +84 274 3748 848 - FAX: +84 274 3748 868 - www.namkimgroup.vn



BIA SAIGON®



VEDAN



ACB



EVNSPC



TỔNG CÔNG TY TÂN CẢNG SÀI GÒN
SAIGON NEWPORT CORPORATION

VEDAN

*Tự hào tạo nên
hương vị món ngon*



Sản phẩm Vedan hỗn hợp tăng vị bột ngọt, Vedan hạt nêm xương hầm, thực phẩm bổ sung hạt nêm xương hầm rau củ, thực phẩm bổ sung hạt nêm nấm hương rau củ, bột chiên giòn đa dụng, phụ gia thực phẩm: bột ngọt Vedan Monosodium Glutamate.

Công ty: Công ty Cổ phần Sữa Việt Nam
Số 46 Quốc Lộ 5, Ấp 14, Xã Phước Thái, Huyện Long Thành, Tỉnh Đồng Nai
Điện thoại: 0251.362111

BỘ CÔNG THƯƠNG

**BÁO CÁO
XUẤT NHẬP KHẨU
VIỆT NAM
2016**



BỘ CÔNG THƯƠNG

**BÁO CÁO
XUẤT NHẬP KHẨU
VIỆT NAM
2017**



NHÀ XUẤT BẢN CÔNG THƯƠNG

ISBN: 978-604-931-428-5



9 786049 314285

SÁCH KHÔNG BÁN