

BỘ CÔNG THƯƠNG

BÁO CÁO
XUẤT NHẬP KHẨU
VIỆT NAM 2016



HÀ NỘI 2017

BỘ CÔNG THƯƠNG

BÁO CÁO
XUẤT NHẬP KHẨU
VIỆT NAM 2016

ĐƠN VỊ THỰC HIỆN

CỤC XUẤT NHẬP KHẨU

BÁO CÔNG THƯƠNG

LỜI TỰA

“Báo cáo Xuất nhập khẩu Việt Nam 2016” đánh giá tổng quan có hệ thống về những vấn đề cơ bản của hoạt động xuất nhập khẩu Việt Nam trong năm 2016.

Báo cáo cung cấp thông tin trung thực, chính xác, phản ánh những kết quả đạt được, chưa đạt được cũng như những cơ hội, thách thức và bước tiến mới của hoạt động xuất nhập khẩu trong năm 2016.

Nội dung cung cấp trong Báo cáo đa dạng, toàn diện, từ tình hình xuất khẩu, nhập khẩu theo từng nhóm hàng, từng thị trường đến đàm phán, tổ chức thực hiện các cam kết theo các Hiệp định thương mại tự do (FTA) và tình hình tận dụng các cơ hội do các FTA mang lại. Báo cáo cũng đề cập các vấn đề liên quan đến quản lý ngoại thương của Bộ Công Thương như: xây dựng cơ chế, chính sách xuất nhập khẩu; các chương trình xúc tiến thương mại; các giải pháp thúc đẩy xuất khẩu; thuận lợi hóa thương mại; phòng vệ thương mại.

Hy vọng đây sẽ là ấn phẩm hữu ích giúp cho các cơ quan hữu quan, các tổ chức kinh tế và các doanh nghiệp có đầy đủ thông tin tham khảo phục vụ trong quá trình hoạch định chính sách và kế hoạch sản xuất kinh doanh của mình, qua đó giúp cho các doanh nghiệp phát triển ổn định và giảm thiểu những rủi ro, tận dụng các cơ hội để đẩy mạnh hoạt động xuất nhập khẩu.

Chủ tịch Hội đồng biên tập

Thứ trưởng Bộ Công Thương



Trần Quốc Khánh

“Báo cáo Xuất nhập khẩu Việt Nam 2016” tổng hợp khá toàn diện hoạt động xuất nhập khẩu của Việt Nam năm qua. Số liệu phong phú, chi tiết, chính xác và mang tính tổng quan đối với từng lĩnh vực, ngành hàng nói chung, đồng thời cũng gợi mở nhiều vấn đề thực tiễn trong công tác hoạch định chính sách, quản lý điều hành và định hướng cho doanh nghiệp xuất nhập khẩu.

Thay mặt Ban Tuyên giáo Trung ương, tôi đánh giá cao nỗ lực của Hội đồng Biên tập đã thực hiện nghiêm túc chỉ đạo của Lãnh đạo Bộ Công Thương, tập trung trí tuệ, công sức để hoàn thành tốt Báo cáo. Hy vọng đây cũng sẽ là cẩm nang hàng năm của các nhà quản lý, doanh nghiệp, doanh nghiệp khởi nghiệp trong hoạt động xuất nhập khẩu.

Mong rằng, Báo cáo Xuất nhập khẩu Việt Nam trong những năm xuất bản tiếp theo ngày càng hoàn thiện hơn, đáp ứng được yêu cầu đa dạng của độc giả, doanh nghiệp trong tiến trình hội nhập ngày càng sâu rộng của đất nước.

*Phó Giáo sư, Tiến sĩ **PHẠM VĂN LINH**
Phó Trưởng Ban Tuyên giáo Trung ương,
Phó Chủ tịch Hội đồng lý luận Trung ương*

LỜI CẢM ƠN

“Báo cáo Xuất nhập khẩu Việt Nam 2016” được hoàn thành với sự tham gia đóng góp nhiệt tình, có hiệu quả của nhiều cá nhân, tổ chức có liên quan. Hội đồng biên tập Báo cáo xin được gửi lời cảm ơn sâu sắc đến:

- Tổng cục Hải quan (Bộ Tài chính) đã phối hợp chặt chẽ với Bộ Công Thương trong việc cung cấp số liệu để xây dựng Báo cáo;
- Cục Xuất nhập khẩu và Báo Công Thương (Bộ Công Thương) đã chịu trách nhiệm xây dựng, biên tập, hoàn chỉnh và phát hành Báo cáo đến tay độc giả;
- Các đơn vị khác thuộc Bộ Công Thương đã nghiêm túc phối hợp thực hiện nội dung Báo cáo cũng như đưa ra các ý kiến, đề xuất để hoàn thiện Báo cáo;
- Các thành viên Hội đồng biên tập và Ban Thư ký biên tập với tinh thần trách nhiệm cao đã hoàn thành Báo cáo với đầy đủ nội dung cần thiết, nhanh nhạy trong tiếp thu các ý kiến đóng góp và sửa đổi để xây dựng Báo cáo chất lượng và đáp ứng được các mục tiêu đề ra.

“Báo cáo Xuất nhập khẩu Việt Nam 2016” là Báo cáo Xuất nhập khẩu được Bộ Công Thương phát hành lần đầu tiên nên không tránh khỏi những thiếu sót nhất định. Hội đồng biên tập Báo cáo rất mong nhận được những phản hồi và ý kiến đóng góp thiết thực để có thể xây dựng Báo cáo Xuất nhập khẩu trong những năm tới hoàn chỉnh hơn và đáp ứng được nhu cầu sử dụng của độc giả.

Xin trân trọng cảm ơn!

**Hội đồng biên tập
Báo cáo Xuất nhập khẩu 2016**

A. TỔNG QUAN VỀ XUẤT NHẬP KHẨU NĂM 2016

I. TỔNG QUAN VỀ KINH TẾ VIỆT NAM VÀ THẾ GIỚI NĂM 2016

1. Kinh tế Việt Nam năm 2016

Năm 2016 là năm đầu cả nước thực hiện Kế hoạch phát triển kinh tế - xã hội 5 năm 2016-2020. Đây cũng là năm kinh tế thế giới phục hồi chậm hơn dự báo, tăng trưởng thương mại toàn cầu giảm mạnh, thị trường hàng hóa kém sôi động, giá cả hàng hóa thế giới ở mức thấp. Bối cảnh toàn cầu đã ảnh hưởng đến kinh tế nước ta, nhất là hoạt động xuất nhập khẩu và thu ngân sách Nhà nước. Trong nước, bên cạnh những thuận lợi từ đà khởi sắc của năm 2015, kinh tế nước ta đối mặt với nhiều khó khăn, thách thức bởi diễn biến phức tạp của thời tiết, biến đổi khí hậu. Rét đậm, rét hại ở các tỉnh phía Bắc, hạn hán tại Tây Nguyên, Nam Trung Bộ và xâm nhập mặn nghiêm trọng ở Đồng bằng sông Cửu Long, bão lũ và sự cố môi trường biển tại các tỉnh miền Trung đã ảnh hưởng nặng nề đến sản xuất và đời sống nhân dân.

Tổng sản phẩm trong nước (GDP): GDP năm 2016 ước tính tăng 6,21% so với năm 2015, trong đó quý I tăng 5,48%; quý II tăng 5,78%; quý III tăng 6,56%; quý IV tăng 6,68%. Mức tăng trưởng năm nay tuy thấp hơn mức tăng 6,68% của năm 2015 và không đạt mục tiêu tăng trưởng 6,7% đề ra, nhưng trong bối cảnh kinh tế thế giới không thuận, giá cả và thương mại toàn cầu giảm, trong nước gặp nhiều khó khăn do thời tiết, môi trường biến đổi biến phức tạp thì đạt được mức tăng trưởng trên là một thành công, khẳng định tính đúng đắn, kịp thời, hiệu quả của các biện pháp, giải pháp được Chính phủ ban hành, chỉ đạo quyết liệt các cấp, các ngành, các địa phương cùng thực hiện.

Sản xuất công nghiệp: Chỉ số sản xuất công nghiệp tiếp tục duy trì được đà tăng trưởng khá tốt (tăng khoảng 7,5% so với năm 2015) trong bối cảnh nhóm khai khoáng giảm mạnh; nhóm công nghiệp chế biến, chế tạo đã có mức tăng trưởng cao hơn so với mức tăng của cùng kỳ năm 2015 là động lực để kéo mức tăng trưởng chung của toàn ngành công nghiệp, thể hiện được sự hồi phục và sự định hướng tốt cho sản xuất trong những năm vừa qua.

Thị trường trong nước: Trật tự thị trường tiếp tục được quan tâm. Công tác quản lý thị trường được triển khai quyết liệt ngay từ đầu năm, nhất là trong một số lĩnh vực hoặc mặt hàng quan trọng như phân bón, thuốc bảo vệ thực vật, thức ăn chăn nuôi, xăng dầu, khí hóa lỏng, an toàn thực phẩm..., đã góp phần tạo điều kiện cho hàng Việt Nam phát triển. Tổng mức lưu chuyển hàng hóa và doanh thu dịch vụ tăng gần 10%, cao hơn mức tăng của năm 2015.

Công tác bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng, xử lý các hành vi cạnh tranh không lành mạnh, quản lý hoạt động bán hàng đa cấp... được đặc biệt quan tâm đẩy mạnh và đổi mới phương thức quản lý, góp phần bảo vệ và hỗ trợ thị trường trong nước phát triển lành mạnh.

Hội nhập quốc tế về kinh tế: Công tác hội nhập kinh tế quốc tế năm 2016 đạt nhiều kết quả tích cực. Quan hệ thương mại với các nước láng giềng, các nước thành viên ASEAN, các đối tác thương mại quan trọng tiếp tục được duy trì và phát triển. Năm 2016 có thêm 2 Hiệp định thương mại tự do (FTA) có hiệu lực thực hiện. Việc tham gia các FTA đặc biệt có ý nghĩa quan trọng khi mà những lợi thế cạnh tranh như giá nhân công rẻ, lợi thế tài nguyên hiện đã dần bị thu hẹp.

2. Kinh tế thế giới và các đối tác thương mại lớn của Việt Nam

2.1. Kinh tế thế giới

Kinh tế thế giới năm 2016 tiếp tục tăng trưởng thấp năm thứ 6 liên tiếp, do nhiều nguyên nhân: (i) Sự điều chỉnh cơ cấu ở nhiều thị trường làm tổng cầu duy trì ở mức thấp, lạm phát thấp; (ii) Tình hình chính trị diễn biến phức tạp; (iii) Thiên tai thường xuyên và nghiêm trọng; (iv) Thị trường tài chính biến động mạnh.

Các nền kinh tế mới nổi trải qua năm 2016 đầy khó khăn: (i) Dòng vốn chảy ra ngoài do tăng lãi suất của Hoa Kỳ; (ii) Giá dầu ở mức thấp trong gần suốt cả năm; (iii) Tăng trưởng kinh tế Trung Quốc chậm lại làm giảm hoạt động thương mại và sản xuất công nghiệp toàn cầu, từ đó gây áp lực lên giá hàng hóa, ảnh hưởng dây chuyền tới các nước phụ thuộc vào xuất khẩu - chủ yếu là các nền kinh tế mới nổi.

Tại hầu hết các nền kinh tế lớn, lạm phát vẫn thấp hơn mục tiêu, một số nơi có nguy cơ giảm phát. Trong bối cảnh lạm phát thấp và kinh tế thế giới còn nhiều bất ổn, nhiều Ngân hàng Trung ương tiếp tục sử dụng các biện pháp kích thích kinh tế như nới lỏng định lượng, giữ nguyên lãi suất thấp, bơm tiền vào hệ thống ngân hàng, đầu tư cho cơ sở hạ tầng.

Năm 2016, tăng trưởng thương mại toàn cầu thấp nhất kể từ sau khủng hoảng tài chính toàn cầu 2008-2009.

Tổng cầu thấp dẫn đến giá nhiều mặt hàng giảm mạnh do tình trạng dư cung, đặc biệt là các mặt hàng nông sản (giá lúa mì giảm trên 13% do sản lượng toàn cầu tăng kỷ lục, ca cao giảm gần 33% do triển vọng nguồn cung dư thừa trên toàn cầu; giá ngô và gạo cũng giảm mạnh). Một số mặt hàng tăng giá là cao su, kim loại màu; tuy nhiên, tính chung giá hàng hóa nguyên liệu trên thế giới vẫn thấp.

2.2. Kinh tế các đối tác thương mại lớn của Việt Nam

2.2.1. Trung Quốc

Kinh tế Trung Quốc tiếp tục tăng trưởng chậm lại nhưng đã có được những dấu hiệu khả quan hơn so với tình trạng suy thoái của năm trước. Đầu tư tư nhân vẫn yếu, nền kinh tế phụ thuộc nhiều vào các biện pháp hỗ trợ của Chính phủ.

Trong năm 2016, Trung Quốc đã đưa ra nhiều biện pháp để ổn định tăng trưởng, như nới lỏng tỉ lệ bội chi ngân sách, cải cách giảm thuế và phí cho doanh nghiệp, tung các gói đầu tư hạ tầng quy mô lớn.

GDP: Kinh tế Trung Quốc năm 2016 ước tăng trưởng khoảng 6,5-6,7% với sản lượng nông nghiệp bội thu và tăng trưởng của ngành dịch vụ chiếm hơn 50% tăng trưởng của cả nền kinh tế, cao hơn so với ngành công nghiệp.

Sản xuất công nghiệp: Sản xuất công nghiệp tiếp tục tăng chậm do đầu tư không cao với lo ngại kinh tế sẽ còn tăng trưởng yếu. Việc giảm lợi thế về giá nhân công rẻ cũng cản trở tăng trưởng sản xuất của Trung Quốc. Năm 2016, nước này tiếp tục cải cách cơ cấu nguồn cung, giải quyết tình trạng dư thừa năng lực sản xuất và giảm tồn kho, tiêu biểu là mặt hàng thép.

Xuất nhập khẩu: Xuất khẩu giảm 7,2% so với năm 2015, là năm thứ 2 liên tiếp giảm và giảm mạnh nhất kể từ cuộc khủng hoảng tài chính toàn cầu. Nhập khẩu năm 2016 cũng giảm 5,5% so với năm 2015 do giá giảm và lo ngại triển vọng tăng trưởng kinh tế Trung Quốc tiếp tục chậm trong những năm tới.

2.2.2. Nhật Bản

Với những nỗ lực chính sách của Thủ tướng Shinzo Abe, kinh tế Nhật Bản năm 2016 đã đạt được tốc độ tăng trưởng khả quan, nhưng vẫn tiềm ẩn nhiều rủi ro. Trước những bất ổn của nền kinh tế, Chính phủ Nhật Bản đã thông qua gói kích thích mới trị giá 28.000 tỷ JPY (265 tỷ USD) ngày 2/8/2016 nhằm thúc đẩy nhu cầu nội địa và đảm bảo tăng trưởng, số tiền này được phân bổ trong nhiều năm.

GDP: Theo số liệu của Văn phòng Nội các Nhật Bản, GDP năm 2016 ước tăng 0,9% do những tác động tiêu cực của kinh tế thế giới và việc hoãn tăng thuế tiêu dùng, kết quả này khả quan hơn so với tốc độ tăng trưởng 0,4% của năm 2015.

Sản xuất công nghiệp: Chỉ số nhà quản trị mua hàng (PMI) của Nhật Bản có xu hướng giảm từ đầu năm đến hết quý II/2016. Sang quý III và quý IV, PMI tăng trở lại, đạt 51,9 điểm trong tháng 12/2016, thể hiện sự phục hồi trong sản xuất 6 tháng cuối năm. Tính chung cả năm 2016, PMI đạt 49,9 điểm.

Xuất nhập khẩu: Thặng dư thương mại đã tăng lên 3.600 tỷ JPY. Đồng Yên suy yếu đã hỗ trợ nhiều cho xuất khẩu, riêng trong quý IV/2016, đồng Yên đã giảm giá 15% so với đồng đô la Mỹ. Theo số liệu WTO công bố ngày 08/02/2017, xuất khẩu năm 2016 của Nhật Bản khoảng 645 tỷ USD, tăng 3,2% so với năm 2015. Nhập khẩu khoảng 607 tỷ USD, giảm 6,3% so với năm 2016.

2.2.3. Hoa Kỳ

Kinh tế Hoa Kỳ tiếp tục tăng trưởng với những số liệu kinh tế tích cực. Thu nhập cá nhân và chi tiêu gia đình duy trì ở mức cao trong suốt năm 2016. Nền kinh tế tăng trưởng ổn định là cơ sở để Cục Dự trữ Liên bang Mỹ (FED) tiếp tục tăng lãi suất. Ngày 14/12/2016, FED đã quyết định tăng lãi suất cơ bản thêm 0,25% lên mức 0,75%, lần tăng lãi suất thứ hai trong vòng một thập kỷ qua.

GDP: Kinh tế Hoa Kỳ tăng trưởng chậm trong hai quý đầu năm 2016, sau đó tăng tốc trong quý III năm 2016, đạt 3,5% trong quý này, mức tăng nhanh nhất trong vòng 2 năm qua nhờ tiêu dùng tăng, thất nghiệp giảm. Tuy nhiên, đồng đô la Mỹ mạnh lên và giá dầu tăng đã làm giảm đà tăng trưởng.

Sản xuất công nghiệp: Sản xuất liên tiếp tăng trong năm 2016, PMI luôn trên 50 điểm. Hoạt động của các nhà máy khởi sắc giúp tỷ lệ thất nghiệp tiếp tục xu hướng giảm trong năm 2016, từ mức 4,9% trong tháng 01 xuống 4,7% trong tháng 12/2016.

Xuất nhập khẩu: Nhu cầu trong nước mạnh đẩy nhập khẩu tăng, trong khi đồng đô la mạnh gây trở ngại cho hoạt động xuất khẩu. Brexit cũng ảnh hưởng tới xuất khẩu của Hoa Kỳ bởi Anh là đối tác thương mại lớn thứ 7 của Hoa Kỳ. Xuất khẩu năm 2016 của Hoa Kỳ khoảng 1.455 tỷ USD, giảm 3,2% so với năm 2015.

2.2.4. Khu vực đồng tiền chung châu Âu

Kinh tế của khu vực đồng tiền chung châu Âu (Eurozone) tiếp tục phục hồi, trong đó đạt được những kết quả tích cực về lạm phát, việc làm. Chính sách tài chính tiền tệ mà Ngân hàng Trung ương châu Âu áp dụng để kích thích kinh tế đã phát huy tác dụng: vừa tung tiền mua trái phiếu, vừa duy trì lãi suất thấp. Do lãi suất của Eurozone thấp kỷ lục trong khi Hoa Kỳ đang nâng dần lãi suất, kết hợp với sự ảnh hưởng từ yếu tố chính trị, đồng Euro liên tiếp giảm giá trong 6 tháng cuối năm 2016 xuống mức thấp nhất trong vòng 13 năm so với USD. Một số yếu tố ảnh hưởng tới khu vực là việc Anh rời Liên minh châu Âu (EU), cuộc khủng hoảng di cư, các biện pháp trừng phạt kinh tế với Liên bang Nga.

GDP: Tốc độ tăng trưởng giảm từ 0,5% trong quý I xuống còn 0,3% trong quý II và quý III và tăng trở lại mức 0,5% trong quý IV. Tính chung cả năm tăng khoảng 1,9% so với năm 2015. Sản xuất công nghiệp, tiêu dùng tư nhân thúc đẩy nhờ đồng Euro yếu, thu nhập của người lao động tăng, giúp duy trì đà tăng trưởng kinh tế, bất chấp những biến động lớn về chính trị.

Sản xuất công nghiệp: Sản lượng sản xuất và dịch vụ của khu vực châu Âu tăng trưởng khả quan trong năm 2016. PMI duy trì trên ngưỡng 50 điểm, đạt 54,4 điểm vào tháng 12/2016. Các nhà chế tạo trong khu vực được hưởng lợi từ đồng Euro xuống giá, giúp sản phẩm cạnh tranh hơn trên thị trường quốc tế.

II. TỔNG QUAN VỀ XUẤT KHẨU, NHẬP KHẨU HÀNG HÓA NĂM 2016

Những khó khăn của thị trường xuất khẩu, sự sụt giảm của giá xuất khẩu một số mặt hàng, sự gia tăng của các rào cản đối với hàng hoá xuất khẩu Việt Nam đã có tác động nhất định đến hoạt động xuất nhập khẩu của doanh nghiệp năm 2016.

Tuy nhiên, với sự quyết liệt trong điều hành của các cơ quan quản lý nhà nước, đặc biệt là trong việc triển khai các biện pháp tháo gỡ khó khăn cho sản xuất kinh doanh và phát triển thị trường đầu ra cho sản phẩm, cùng với nỗ lực của các doanh nghiệp, hoạt động xuất nhập khẩu trong năm 2016 đã đạt được những kết quả đáng khích lệ.

- Kim ngạch xuất khẩu duy trì tốc độ tăng trưởng cao

Xuất khẩu tiếp tục tăng trưởng tốt, thể hiện trên cả hai phương diện quy mô và tốc độ tăng so với năm trước. Kim ngạch xuất khẩu năm 2016 đạt 176,6 tỷ USD, tăng 9% so với năm 2015. Trong bối cảnh kinh tế thế giới có nhiều biến động, đây là một kết quả khả quan trong tương quan so sánh với năm trước cũng như so sánh với các nước trong khu vực. Theo số liệu của Tổ chức Thương mại Thế giới (WTO) công bố ngày 14/03/2017, kim ngạch xuất khẩu toàn cầu năm 2016 đạt khoảng 14.806 tỷ USD, giảm 2,6% so với năm 2015. Kim ngạch xuất khẩu năm 2016 của một số nước trong khu vực giảm so với năm trước như Trung Quốc đạt 2.098 tỷ USD, giảm 7,7%, Ấn Độ đạt 264 tỷ USD, giảm 1,3%, Indonesia đạt 144 tỷ USD, giảm 3,9%, Malaysia đạt 189 tỷ USD, giảm 4,9%, Singapore đạt 330 tỷ USD, giảm 4,9%. Xuất khẩu của Thái Lan năm 2016 đạt khoảng 215 tỷ USD, tăng nhẹ 0,5% so với năm 2015.

Tăng trưởng xuất khẩu đã góp phần quan trọng vào việc cải thiện cán cân thanh toán, góp phần vào tăng trưởng GDP, tạo công ăn việc làm, tiêu thụ hàng hóa cho nông dân. Đồng thời, tăng trưởng xuất khẩu cũng thể hiện sự phục hồi của sản xuất trong nước, góp phần tạo nguồn hàng cho xuất khẩu.

- Cơ cấu hàng hóa xuất khẩu có sự chuyển dịch tích cực

Cơ cấu các nhóm hàng xuất khẩu tiếp tục chuyển dịch phù hợp với lộ trình thực hiện mục tiêu của Chiến lược Xuất nhập khẩu hàng hóa thời kỳ 2011-2020, định hướng đến 2030. Nhóm hàng công nghiệp chế biến chiếm tỷ trọng cao nhất (khoảng 80,3%), tiếp đó là nhóm hàng nông sản, thủy sản (khoảng 12,6%) và nhóm hàng nhiên liệu, khoáng sản (khoảng 2%).

Xuất khẩu nhóm hàng nông sản, thủy sản đạt tăng trưởng cao, cùng với đó là sự phục hồi của khu vực kinh tế trong nước. Kim ngạch xuất khẩu nhóm nông sản, thủy sản năm 2016 đạt hơn 22 tỷ USD, tăng 7,7% so với năm 2015 (năm 2015, xuất khẩu nhóm này giảm 7%). Kim ngạch xuất khẩu khối doanh nghiệp trong nước đạt 50,4 tỷ USD, tăng 5,5% (năm 2015, xuất khẩu của khu vực này giảm 2,6%).

Nhiều mặt hàng nông, thủy sản có mức tăng trưởng dương, trong đó, tăng trưởng cao nhất là mặt hàng rau quả đạt 2,46 tỷ USD, tăng 33,6% so với năm 2015. Đáng chú ý là đây cũng là mặt hàng đã mở rộng, đa dạng hóa được thị trường thời gian qua. Trong hai năm gần đây, trái cây Việt Nam liên tục thâm nhập được vào các thị trường mới, có yêu cầu chất lượng cao như vải, xoài vào thị trường Australia; vải, nhãn, thanh long (ruột trắng và ruột đỏ), chôm chôm vào thị trường Hoa Kỳ, xoài và thanh long ruột trắng vào thị trường Nhật Bản; thanh long (ruột trắng và ruột đỏ) và xoài vào thị trường Hàn Quốc và New Zealand,...

- Công tác phát triển, đa dạng hóa thị trường xuất khẩu đạt được những kết quả tích cực.

Hàng hóa Việt Nam đã tiếp tục khai thác các thị trường truyền thống và

mở rộng tìm kiếm, phát triển thêm nhiều thị trường mới. Việt Nam đã có quan hệ thương mại với trên 200 quốc gia, trong đó có khoảng 70 thị trường mà Việt Nam có kim ngạch xuất khẩu trên 100 triệu USD.

Các doanh nghiệp tận dụng tốt lợi thế có được từ cam kết cắt giảm thuế quan của các nước đối tác FTA đối với hàng xuất khẩu có xuất xứ Việt Nam. Xuất khẩu của Việt Nam sang thị trường các nước này có tăng trưởng cao trong năm 2016. Xuất khẩu sang Trung Quốc đạt 22 tỷ USD, tăng 28,4%; sang Hàn Quốc đạt 11,4 tỷ USD, tăng 28%; sang Nhật Bản đạt 14,7 tỷ USD, tăng 3,9%; sang Ấn Độ đạt 2,7 tỷ USD, tăng 8,7%.

- Tăng trưởng xuất khẩu góp phần cải thiện cán cân thương mại

Năm 2016, xuất siêu khoảng 2,52 tỷ USD. Xuất siêu năm 2016 đạt được do tốc độ tăng trưởng xuất khẩu tăng cao hơn nhiều so với tốc độ tăng trưởng nhập khẩu, đã đảo ngược cán cân thương mại từ thâm hụt năm 2015 sang thặng dư năm 2016.

Thặng dư cán cân thương mại đã góp phần nâng cao dự trữ ngoại hối, ổn định tỷ giá, ổn định kinh tế vĩ mô. Kim ngạch nhập khẩu nhóm hàng nguyên, nhiên, vật liệu và máy móc thiết bị phục vụ chủ yếu cho sản xuất trong nước và gia công, xuất khẩu chiếm tỷ trọng cao (88%) tổng kim ngạch.

Những kết quả trên đây của hoạt động xuất nhập khẩu năm 2016 là tín hiệu tích cực, tạo tiền đề cho sự phát triển của xuất nhập khẩu nói riêng và cả nền kinh tế nói chung trong những năm tới. Tuy nhiên, đằng sau những con số này vẫn còn ẩn chứa một số tồn tại cần nhanh chóng khắc phục để hướng tới sự phát triển bền vững và hiệu quả của xuất nhập khẩu, cụ thể là:

Mặc dù tỷ trọng xuất khẩu sản phẩm đã qua chế biến bắt đầu gia tăng, nhưng vẫn còn tình trạng xuất khẩu sản phẩm thô ở nhóm hàng khoáng sản và một số mặt hàng nông sản, hoặc xuất khẩu theo hình thức gia công và phụ thuộc nhiều vào nguồn nguyên liệu nhập khẩu (như đối với dệt may).

Chất lượng sản phẩm xuất khẩu của một số mặt hàng nông sản còn chưa đồng đều, chủng loại còn đơn điệu. Năng lực cạnh tranh vẫn chưa được cải thiện nhiều, giá trị gia tăng của sản phẩm chưa cao... dẫn đến sự phát triển xuất khẩu chưa bền vững.

Một trong những nguyên nhân dẫn đến tình trạng này là do nhiều mặt hàng nông sản, thủy sản xuất khẩu được sản xuất bởi các hộ gia đình phân tán, quy mô nhỏ lẻ; do đó khó kiểm soát chất lượng đầu vào và đầu ra của hoạt động sản xuất. Công nghiệp chế biến các mặt hàng nông sản, thủy sản, khoáng sản chưa được tập trung đầu tư, phát triển theo kịp với yêu cầu của thị trường thế giới, mới tập trung phát triển theo chiều rộng, mà chưa phát triển theo chiều sâu.

Mặt khác, công nghiệp hỗ trợ còn chậm phát triển nên chưa sản xuất được các sản phẩm đủ về chất lượng, quy mô để có thể tham gia được vào chuỗi cung ứng sản phẩm, linh kiện cho các doanh nghiệp xuất khẩu.

B. TÌNH HÌNH XUẤT KHẨU CÁC MẶT HÀNG

I. XUẤT KHẨU CÁC MẶT HÀNG NÔNG SẢN, THỦY SẢN

1. Tình hình xuất khẩu chung

1.1. Về kim ngạch

Mặc dù năm 2016 với bối cảnh kinh tế thế giới hồi phục chậm, mặt bằng giá cả hàng hóa ở mức thấp, sản xuất nông nghiệp gặp nhiều khó khăn do tình hình khô hạn, xâm nhập mặn nặng nề... nhưng hầu hết các loại nông sản, thủy sản đều được tiêu thụ kịp thời, không xảy ra tình trạng ứ đọng, dư thừa. Năm 2016, kim ngạch xuất khẩu nhóm hàng nông sản, thủy sản đạt hơn 22 tỷ USD, tăng 7,7% so với năm 2015, chiếm 12,6% tỷ trọng xuất khẩu cả nước. Đây là kết quả tích cực của xuất khẩu nông sản, thủy sản sau năm 2015 tăng trưởng âm (giảm 7% so với năm 2014). Xét về giá trị tuyệt đối, kim ngạch xuất khẩu của nhóm hàng đã tăng 1,58 tỷ USD so với năm 2015. Mức tăng này có ý nghĩa trong việc đóng góp vào tăng trưởng kim ngạch xuất khẩu chung và cho thấy năng lực khai thác thị trường của doanh nghiệp vẫn đang rất tích cực trong bối cảnh sụt giảm về cầu trên thế giới.

1.2. Về mặt hàng

Năm 2016 phần lớn các mặt hàng xuất khẩu chủ lực của nhóm nông sản, thủy sản đều đạt mức tăng trưởng dương so với năm 2015, cụ thể thủy sản đạt 7,05 tỷ USD, tăng 7,4%; cà phê đạt 3,34 tỷ USD, tăng 24,9%; hạt điều đạt 2,84 tỷ USD, tăng 18,5%; rau quả đạt 2,5 tỷ USD, tăng 33,6%; hạt tiêu đạt 1,43 tỷ USD, tăng 13,5%; cao su đạt 1,67 tỷ USD, tăng 9,2%; chè đạt 217 triệu USD, tăng 2,1%;...; một số mặt hàng sụt giảm là gạo đạt 2,17 tỷ USD, giảm 22,4%; sắn và các sản phẩm từ sắn đạt 999 triệu USD, giảm 24,2%.

Lượng xuất khẩu (trừ thủy sản, rau quả) tăng giúp tăng kim ngạch xuất khẩu của nhóm hàng này là 750 triệu USD. Trong khi đó, giá xuất khẩu của hầu hết các mặt hàng có thống kê lượng đều giảm so với cùng kỳ (trừ gạo và nhân điều) do nhu cầu thị trường thế giới giảm trong khi nguồn cung dồi dào dẫn đến cạnh tranh tăng mạnh. Tác động do giá giảm làm giảm kim ngạch xuất khẩu năm 2016 của nhóm hàng này khoảng 271 triệu USD.

1.3. Về thị trường

Các thị trường xuất khẩu chủ lực của nhóm nông sản, thủy sản vẫn giữ được tốc độ tăng trưởng dương với kết quả xuất khẩu cụ thể như sau:

1.3.1. Thị trường Trung Quốc

Đây là thị trường xuất khẩu lớn nhất của nông sản, thủy sản Việt Nam (chiếm 25,4%), là thị trường đứng thứ 1 trong xuất khẩu của Việt Nam về cao su, rau quả và sắn các loại, đứng thứ 4 về chè, đứng thứ 5 về thủy sản, đứng thứ 9 về cà phê và là thị trường tiềm năng đối với một số mặt hàng nông sản khác...

Xuất khẩu nông sản, thủy sản năm 2016 sang Trung Quốc đạt 5,62 tỷ USD, tăng 15,5% so với năm 2015. Các mặt hàng đạt tăng trưởng dương gồm rau quả đạt 1,74 tỷ USD, tăng 45,5%; thủy sản đạt 685 triệu USD, tăng 52%; hạt điều đạt 422,6 triệu USD, tăng 20,4%; cà phê đạt 106,7 triệu USD, tăng 45%; chè đạt 25,9 triệu USD, tăng 122,6%; cao su đạt 994 triệu USD, tăng 30,2%; riêng gạo và sắn là 2 mặt hàng có sự sụt giảm lần lượt là 8,6% (đạt 782,3 triệu USD) và 25,7% (đạt 868,4 triệu USD).

1.3.2. Thị trường EU

EU là thị trường xuất khẩu nông sản, thủy sản lớn thứ hai của Việt Nam (chiếm 16,7%). Xuất khẩu nông sản, thủy sản sang EU năm 2016 đạt 3,71 tỷ USD, tăng 12% chủ yếu do một số mặt hàng tăng trưởng dương như cà phê tăng 20%, đạt 1,04 tỷ USD; rau quả tăng mạnh 22,1%, đạt 93,2 triệu USD; thủy sản tăng 3,6%, đạt 1,17 tỷ USD; hạt điều tăng 24,5%, đạt 705,6 triệu USD;... Một số mặt hàng có kim ngạch giảm là chè giảm mạnh 44,6%, đạt 3,76 triệu USD, hạt tiêu giảm 9,3%, đạt 240 triệu USD.

1.3.3. Thị trường Hoa Kỳ

Đây là thị trường xuất khẩu nông sản, thủy sản lớn thứ ba của Việt Nam (chiếm khoảng 15%), trong đó là thị trường đứng thứ 1 trong xuất khẩu của Việt Nam về hạt tiêu, đứng thứ 2 về cà phê.

Xuất khẩu nông sản, thủy sản sang Hoa Kỳ năm 2016 đạt 3,35 tỷ USD, tăng 17,5%, trong đó những mặt hàng đạt tăng trưởng dương là thủy sản đạt 1,44 tỷ USD, tăng 9,7%, hạt điều đạt 970 triệu USD, tăng 17,6% (do tăng sản phẩm chế biến làm giá tăng), cà phê và hạt tiêu đạt lần lượt 450 triệu USD và 342,4 triệu USD, tăng 43,6% và 30,5%,... Một số mặt hàng sụt giảm như chè đạt 7,5 triệu USD, giảm 19,7%; cao su đạt 45,4 triệu USD, giảm 6,8%; gạo đạt 18,4 triệu USD, giảm 34,0% chủ yếu do giá và lượng giảm vì nhu cầu thấp.

1.3.4. Thị trường ASEAN

Xuất khẩu nông sản, thủy sản sang ASEAN năm 2016 đạt 1,78 tỷ USD, giảm 23,8% trong đó các mặt hàng có tăng trưởng dương là thủy sản đạt 515 triệu USD, tăng 6,1%; cà phê đạt 281,5 triệu USD, tăng 36,5%; rau quả đạt 133,7 triệu USD, tăng 14,3%; chè đạt 19 triệu USD, tăng 46%,... Một số mặt hàng có kim ngạch giảm như hạt tiêu giảm 24%, đạt 111,3 triệu USD, sắn giảm 19,8%, đạt 29,1 triệu USD, gạo giảm 53,9%, đạt 469 triệu USD,...

Cơ cấu xuất khẩu hàng nông sản của Việt Nam sang thị trường này đang chuyển dịch theo hướng vừa tăng chủng loại mặt hàng, vừa tăng khối lượng và chú trọng vào việc nâng cao giá trị gia tăng của hàng hóa khi đưa vào tiêu thụ.

1.3.5. Thị trường Nhật Bản

Nhật Bản là thị trường xuất khẩu nông sản, thủy sản đứng thứ 5 của Việt Nam (chiếm 6,6%), trong đó là thị trường thứ 2 về rau quả, đứng thứ 3 về thủy sản. Đây cũng là thị trường tiềm năng cho một số mặt hàng nông sản khác như điều, chè, thủ công mỹ nghệ... nếu hàng hóa xuất khẩu đảm bảo các tiêu chuẩn về vệ sinh an toàn thực phẩm và kiểm dịch động thực vật.

Xuất khẩu nông sản, thủy sản sang Nhật Bản năm 2016 đạt 1,46 tỷ USD, tăng 6,6%. Trong đó, thủy sản tăng 6,2%, đạt 1,1 tỷ USD; rau quả tăng 1,5%, đạt 75,1 triệu USD; cà phê tăng 19,7%, đạt 202,9 triệu USD... các mặt hàng có tăng trưởng âm là: hạt tiêu giảm 13,8%, đạt 28,3 triệu USD; sắn và các sản phẩm từ sắn giảm 16,7%, đạt 15,6 triệu USD, cao su giảm 0,7%, đạt 17,1 triệu USD. Nguyên nhân sụt giảm là do nhu cầu của thị trường vẫn chưa hồi phục, đồng thời đồng Yên Nhật tiếp tục giảm so với đồng đô la Mỹ làm giá xuất khẩu bằng đô la Mỹ của hàng Việt Nam gặp bất lợi tại thị trường này.

Việc thực hiện Hiệp định đối tác kinh tế Việt Nam - Nhật Bản (VJEPA) đang bước vào giai đoạn mới, mở ra cơ hội lớn cho hàng hóa xuất khẩu của Việt Nam thâm nhập vào thị trường Nhật Bản, theo đó các sản phẩm của Việt Nam được hưởng ưu đãi thuế quan nhiều nhất của Nhật Bản là các sản phẩm nông sản, thủy sản. Trong lĩnh vực thủy sản, Nhật Bản giảm thuế từ mức bình quân 5,4% năm 2008 xuống còn 1,31% năm 2019. Tuy nhiên, Nhật Bản là thị trường yêu cầu cao về vấn đề vệ sinh an toàn thực phẩm và đặt nhiều biện pháp và rào cản kỹ thuật đối với nông sản nhập khẩu, do vậy việc thâm nhập mặt hàng hàng nông sản, thủy sản của Việt Nam vào Nhật Bản thường gặp nhiều khó khăn.

2. Tình hình xuất khẩu một số mặt hàng nông sản, thủy sản

2.1. Thủy sản

Tình hình xuất khẩu:

Năm 2016, xuất khẩu thủy sản đạt 7,05 tỷ USD, tăng 7,4% so với năm 2015; cơ cấu sản phẩm xuất khẩu không thay đổi so với năm trước về tỷ trọng với tôm (44%), cá tra (24%), cá ngừ (7%). Cụ thể xuất khẩu tôm đạt 3,15 tỷ USD, tăng 7% (nguồn nguyên liệu giảm ở các nước sản xuất trong khi nhu cầu tăng đã giúp xuất khẩu tôm của Việt Nam sang thị trường EU, Hoa Kỳ, Trung Quốc tăng); xuất khẩu cá tra đạt 1,66 tỷ USD, tăng 7% (trong đó xuất khẩu sang thị trường Trung Quốc có tăng trưởng mạnh); xuất khẩu cá ngừ đã phục hồi sau 3 năm có sụt giảm, đạt 485 triệu USD, tăng 7%.

Các thị trường xuất khẩu chủ lực đã hồi phục dần và tăng trưởng dương so với năm 2015, cụ thể là Hoa Kỳ đạt 1,44 tỷ USD, tăng 9,7%; EU tăng 3,6%, đạt 1,17 tỷ USD; Nhật Bản đạt 1,1 tỷ USD, tăng 6,1%; Hàn Quốc đạt 608 triệu USD, tăng 6,3%; Trung Quốc đạt 685 triệu USD, tăng mạnh 52%; ASEAN đạt 515 triệu USD, tăng 6,1%...

Tuy vậy, xuất khẩu thủy sản năm 2016 vẫn còn gặp một số khó khăn về thị trường như: (i) nhu cầu thấp, cạnh tranh gay gắt từ các nước xuất khẩu khác và rào cản kỹ thuật, thương mại tại các thị trường nhập khẩu như Hoa Kỳ, EU, Nhật Bản, Đài Loan, Trung Quốc; (ii) sản phẩm thủy sản Việt Nam nói chung và các sản phẩm thế mạnh như tôm và cá tra nói riêng chưa xây dựng được thương hiệu tại các thị trường xuất khẩu, chưa có chiến lược tuyên truyền quảng bá dài hạn nên dễ bị yếu thế bởi hoạt động tuyên truyền thiếu thiện chí của đối thủ cạnh tranh.

Sản xuất, nguyên liệu:

Việt Nam hiện đứng thứ 3 thế giới về sản lượng nuôi trồng thủy sản sau Trung Quốc, Ấn Độ và giữ vai trò quan trọng trong cung cấp nguồn thủy sản nuôi toàn cầu.

Trong năm 2016, hạn hán và xâm nhập mặn tại các tỉnh Nam Trung Bộ và Đồng bằng sông Cửu Long, sự cố ô nhiễm môi trường biển tại 4 tỉnh miền Trung đã làm cho hoạt động nuôi trồng và khai thác thủy sản bị ảnh hưởng. Tuy nhiên, nhờ các chính sách hỗ trợ được thực hiện kịp thời, nghiêm túc nên sản xuất thủy sản cả khai thác và nuôi được duy trì, sản lượng đạt 6,7 triệu tấn, tăng 2,5% so với năm 2015, riêng tôm nước lợ đạt 650 nghìn tấn, tăng 9,1%. Giá trị sản xuất thủy sản cả năm tăng 2,91% so với năm 2015.

Nguồn nguyên liệu đang chưa đáp ứng đủ nhu cầu sản xuất phục vụ xuất khẩu (hiện chỉ đủ 40 - 45% công suất chế biến) nên phải nhập khẩu nguyên liệu để duy trì đơn hàng, đặc biệt là sau hiện tượng xâm nhập mặn từ đầu năm, dẫn đến giá nguyên liệu bấp bênh, tác động không thuận đến giá xuất khẩu.

2.2. Gạo

Tình hình xuất khẩu:

Năm 2016, thị trường gạo thế giới và khu vực tiếp tục cạnh tranh gay gắt, có nhiều diễn biến bất lợi cho xuất khẩu gạo của Việt Nam. Đầu năm 2016, xuất khẩu gạo của Việt Nam có tác động tương đối thuận lợi của hợp đồng tập trung với Philippines nhưng sau đó, áp lực dư cung, nhu cầu thị trường yếu đã làm cho kết quả xuất khẩu gạo của Việt Nam năm 2016 bị sụt giảm, chỉ đạt mức gần 4,9 triệu tấn, trị giá đạt gần 2,2 tỷ USD, giảm tới gần 26,5% về số lượng và giảm 22,4% về trị giá so với năm 2015.

Trong cơ cấu gạo xuất khẩu, gạo cao cấp chiếm 21,6%; gạo cấp trung bình chiếm 13,4%; gạo cấp thấp chiếm 7,2%; gạo thơm các loại chiếm 28,5%; gạo Japonica chiếm 3,2%; gạo nếp chiếm 20,8%; gạo tấm chiếm 3,58%; gạo đồ chiếm 0,8%.

Năm 2016, giá gạo xuất khẩu của Việt Nam có nhiều biến động. Giá chào xuất khẩu gạo 5% đạt mức cao nhất khoảng 385 USD/tấn, mức thấp nhất khoảng 345 USD/tấn. So với giá gạo các nước trong khu vực, giá gạo xuất khẩu Việt Nam thấp hơn của Thái Lan khoảng 5-10 USD/tấn nhưng cao hơn giá gạo của Ấn Độ, Pakistan khoảng 5 USD/tấn (cùng chủng loại gạo).

Thị trường xuất khẩu:

Thị trường khu vực châu Á (trừ Trung Đông) chiếm 65,3% tổng lượng gạo xuất khẩu, kim ngạch giảm 34,7% so với năm 2015; châu Phi chiếm 16,8%, kim ngạch giảm 9%, châu Mỹ chiếm 9,66%, kim ngạch tăng 7,1%, châu Đại Dương chiếm 4,5%, kim ngạch tăng 50%, châu Âu chiếm 1,7%, kim ngạch giảm 25,6%, thị trường Trung Đông chiếm gần 2% (tăng 36%) so với năm 2015.

Xuất khẩu gạo sụt giảm đáng kể tại các thị trường truyền thống trọng điểm (thị trường Trung Quốc giảm 8,6%, Philippines giảm 64,1%, Malaysia giảm 45,5%, Indonesia giảm 51,8%, Bờ biển Ngà giảm 21,1%). Tuy nhiên, sụt giảm là bức tranh chung của thương mại gạo thế giới trong năm 2016, không riêng Việt Nam. Năm 2016, các nước xuất khẩu gạo hàng đầu thế giới đều bị sụt giảm kim ngạch xuất khẩu gạo như Thái Lan giảm 1,73% (đạt 9,63 triệu tấn), Ấn Độ giảm 6,76% (đạt 10,20 triệu tấn) so với năm 2015. Riêng Pakistan đạt 4,2 triệu tấn (tăng 6,06%), Campuchia đạt 0,54 triệu tấn, tăng 0,7% so với năm 2015, song cũng không đạt kế hoạch đề ra.

Sản xuất trong nước:

Do mùa mưa năm 2015 đến muộn và kết thúc sớm nên xâm nhập mặn đã xuất hiện sớm hơn so với mọi năm gần 2 tháng, gây ảnh hưởng đến sản xuất của vùng Đồng bằng sông Cửu Long nói chung và của cả nước nói riêng. Theo số liệu của Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn, diện tích xuống giống cả năm 2016 là 7,789 triệu ha (giảm 38.000 ha so với năm 2015), sản lượng ước đạt 43,727 triệu tấn lúa (giảm 1,480 triệu tấn lúa so với năm 2015). Cụ thể: Vụ Đông Xuân sản lượng đạt 19,409 triệu tấn lúa, giảm 1,588 triệu tấn so với năm 2015; Vụ Hè Thu, sản lượng đạt 11,590 triệu tấn lúa, giảm 0,67 triệu tấn so với năm 2015; Vụ Mùa sản lượng đạt 8,435 triệu tấn lúa, tăng 0,41 triệu tấn so với năm 2015; Vụ Thu Đông (chỉ sản xuất tại các tỉnh Đồng bằng sông Cửu Long), sản lượng đạt 4,294 triệu tấn lúa, giảm 0,166 triệu tấn so với năm 2015.

Xuất khẩu gạo trong năm 2016 sụt giảm do một số nguyên nhân:

(i) Nguồn cung gạo thế giới dư thừa, áp lực kế hoạch giải phóng lượng gạo tồn kho hàng chục triệu tấn của Thái Lan đã tạo tâm lý thị trường bất lợi lên thị trường thương mại gạo thế giới cả năm 2016.

(ii) Các thị trường trọng điểm truyền thống của Việt Nam tiếp tục tăng cường chính sách tự cung cấp lương thực, giảm nhập khẩu (Philippines), đẩy mạnh nhập khẩu theo kênh thương mại để đa dạng hóa nguồn cung, tận dụng cạnh tranh về giá.

(iii) Thị trường Trung Quốc tiếp tục diễn biến không thuận lợi do Trung Quốc tăng cường quan hệ thương mại gạo với các nước xuất khẩu khác (Campuchia, Thái Lan, Myanmar, Lào) để tìm cách đa dạng hóa nguồn cung cấp.

- Tác động ảnh hưởng của hạn hán, xâm nhập mặn đã ảnh hưởng đến nguồn gạo hàng hóa xuất khẩu.

Tuy vậy, xuất khẩu gạo năm 2016 cũng đã đạt được những kết quả quan trọng đã góp phần quan trọng tiêu thụ kịp thời thóc, gạo hàng hóa với giá tương đối ổn định, có lợi cho người nông dân, cụ thể là:

(i) Giá xuất khẩu gạo tăng

Theo số liệu thống kê của VFA, so với cùng kỳ năm 2015, giá FOB gạo xuất khẩu bình quân tăng 17,68 USD/tấn; giúp bảo đảm ổn định giá cả trong nước có lợi cho người nông dân.

(ii) Xuất khẩu tăng trưởng tại nhiều thị trường

Thị trường châu Mỹ đạt 351.645 tấn, tăng 2,36%; Trung Đông đạt 73.436 tấn, tăng 30,48% và châu Đại Dương đạt 133.951 tấn, tăng 40,36%. Thị trường Indonesia đạt 413.122 tấn, tăng 2.408%; Cuba đạt 314.517 tấn, tăng 9,44%; Ghana đạt 338.401 tấn, tăng 23,1% so với cùng kỳ năm trước.

(iii) Cơ cấu chủng loại gạo xuất khẩu tiếp tục chuyển biến theo hướng tích cực, tăng tỷ trọng gạo nếp, thơm, giảm tỷ trọng gạo cấp thấp: Gạo thơm các loại đạt 1,096 triệu tấn (chiếm 29,36%, tăng 1,12%); gạo nếp đạt 718.938 tấn (chiếm 19,27%, tăng 91,18%); gạo cấp thấp đạt 299.490 tấn (chiếm 8,03%, giảm 39,27%).

(iv) Các doanh nghiệp xuất khẩu gạo nỗ lực đầu tư hoàn thiện cơ sở vật chất

Các doanh nghiệp đầu tư hoàn thiện kho chứa, cơ sở xay xát, áp dụng công nghệ xay xát, bảo quản, chế biến thóc, gạo, vừa góp phần nâng cao chất lượng, bảo đảm an toàn thực phẩm cho sản phẩm gạo, từng bước xây dựng các sản phẩm thương hiệu gạo của doanh nghiệp tại thị trường nội địa và thị trường quốc tế, đồng thời đáp ứng yêu cầu, đòi hỏi của các nước nhập khẩu.

2.3. Cà phê

Tình hình xuất khẩu:

Năm 2016 xuất khẩu cà phê đạt 1,78 triệu tấn với kim ngạch 3,34 tỷ USD, tăng 32,8% về lượng và 24,9% về trị giá so với năm 2015. Giá cà phê xuất khẩu bình quân năm 2016 đạt 1.872 USD/tấn, giảm 6% so với năm 2015.

Xuất khẩu cà phê sang hầu hết các thị trường trong năm 2016 đều có mức tăng trưởng cao so với năm 2015. Đức và Hoa Kỳ tiếp tục là hai thị trường tiêu thụ cà phê lớn nhất của Việt Nam, cụ thể là thị trường Đức dẫn đầu với kim ngạch 493,8 triệu USD, tăng 37,6%; tiếp theo là Hoa Kỳ đạt 450 triệu USD, tăng 43,6%; Italia đạt 245,4 triệu USD, tăng 23,6%; Nhật Bản đạt 203 triệu USD, tăng 19,8%; Bỉ đạt 165,4 triệu USD, tăng 33,1%; Pháp đạt 70,6 triệu USD, tăng 15%; Nga đạt 118,5 triệu USD, tăng 14%. Như vậy, trong nhóm 10 thị trường nhập khẩu cà phê lớn nhất của Việt Nam thì Hoa Kỳ là thị trường nhập khẩu có tỷ lệ tăng trưởng cao nhất cả về kim ngạch và số lượng cho thấy tiềm năng mở rộng thị phần cà phê Việt Nam tại Hoa Kỳ vẫn còn nhiều.

Tuy nhiên, vẫn còn một số khó khăn do sự giảm giá đồng tiền nội tệ của các nước sản xuất và xuất khẩu cà phê lớn trên thế giới như Brazil, Indonesia và

Colombia đã làm giảm tính cạnh tranh của cà phê Việt Nam. Tỷ trọng cà phê chế biến sâu trong tổng lượng xuất khẩu cà phê còn thấp (khoảng 10% sản lượng cà phê hàng năm) dẫn đến giá trị cà phê xuất khẩu chưa cao.

Tình hình sản xuất:

Các nước sản xuất và xuất khẩu cà phê chính trên thế giới hiện nay gồm Brazil, Việt Nam, Colombia, Indonesia, Ethiopia, Ấn Độ, Bờ biển Ngà, Honduras, Peru, Uganda, Guatemala, Mexico... Tổng sản lượng của 5 quốc gia sản xuất cà phê lớn nhất thế giới (Brazil, Việt Nam, Indonesia, Colombia, Ethiopia) niên vụ 2015/2016 chiếm 70,3% tổng sản lượng cà phê toàn cầu và niên vụ 2016/2017 chiếm 71,1%. Các nước sản xuất cà phê lớn trên thế giới đều là những nước vừa sản xuất vừa xuất khẩu.

Diện tích cà phê năm 2016 của Việt Nam tăng nhẹ 0,3% so với năm 2015, đạt 645,4 nghìn ha; sản lượng đạt 1,47 triệu tấn, vẫn tăng 1% mặc dù năng suất cà phê giảm 0,4% do ảnh hưởng của hạn hán tại Tây Nguyên đầu năm 2016 nhưng diện tích cho sản phẩm tăng lên. Nhằm cải tạo diện tích cây cà phê già cỗi và vườn cà phê có năng suất thấp 1,5 tấn/ha, theo Đề án tái canh của Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn từ năm 2014 đến năm 2020 diện tích tái canh cây cà phê của 5 tỉnh Tây Nguyên là 120 ngàn ha, tuy nhiên cho đến nay công tác tái canh tại các địa phương trên diễn ra rất chậm chưa đáp ứng được kế hoạch đề ra tại Đề án. Nếu công tác tái canh vẫn tiếp tục diễn ra chậm sẽ ảnh hưởng đến nguồn cung và chất lượng cà phê của Việt Nam trong những năm tới.

2.4. Chè

Tình hình xuất khẩu:

Khối lượng xuất khẩu chè năm 2016 đạt 131 nghìn tấn, kim ngạch 217 triệu USD, tăng 5,1% về khối lượng và tăng 2,1% về trị giá so với năm 2015. Giá chè xuất khẩu bình quân năm 2016 đạt 1.659 USD/tấn, giảm 2,8% so với năm 2015.

Về thị trường xuất khẩu, trong năm 2016 chè xuất khẩu sang Pakistan (thị trường lớn nhất của Việt Nam, chiếm 36,2%), tăng 7% về khối lượng nhưng giảm 4% về kim ngạch so với năm 2015. Các thị trường có kim ngạch xuất khẩu chè tăng mạnh là Ấn Độ tăng gấp hơn 10 lần, Trung Quốc tăng 122,6%, Indonesia tăng 46,2%, Malaysia tăng 41,4% và Philippines tăng 51,5%.

Tình hình sản xuất:

Các nước Trung Quốc, Kenya, Ấn Độ và Sri Lanka hiện chiếm tới gần 70% nguồn cung chè trên thế giới, chỉ riêng Trung Quốc và Ấn Độ đã đóng góp hơn một nửa sản lượng chè toàn cầu; một số nước sản xuất chè lớn khác là Indonesia, Thổ Nhĩ Kỳ và Việt Nam. Việt Nam là nước xuất khẩu chè đứng thứ 5 trên thế giới, sau Trung Quốc, Ấn Độ, Kenya và Sri Lanka, tuy nhiên thị phần chè của Việt Nam tại các nước nhập khẩu chỉ mới chiếm tỷ lệ thấp so với các đối thủ cạnh tranh (chẳng hạn như tại Pakistan, Việt Nam mới chỉ chiếm 17,8% thị phần, trong khi Kenya chiếm đến 65% thị phần). Nguyên nhân chủ yếu là do sản phẩm chè của Việt Nam còn chưa cạnh tranh được về chủng loại, chất lượng, mẫu mã.

Hiện nay chè được trồng ở 34 tỉnh thành cả nước với diện tích khoảng 133.300 ha, thu hút khoảng 3 triệu lao động tham gia, trong đó diện tích chè đang cho thu hoạch là 113.000 ha, năng suất bình quân đạt 8 tấn búp tươi/ha. Trong năm 2016, tổng sản lượng chè lá đạt 875.000 tấn, tương đương 175.000 tấn nguyên liệu chè khô, trong đó chè xanh chiếm 40% tổng sản lượng, chè đen chiếm 50% và 10% còn lại là của các loại chè khác.

2.5. Cao su

Tình hình xuất khẩu:

Lượng cao su xuất khẩu đạt 1,25 triệu tấn với kim ngạch 1,67 tỷ USD, tăng 10,3% về lượng và 9,2% về trị giá so với năm 2015. Đây là kết quả tích cực đối với ngành cao su Việt Nam sau một thời gian dài sụt giảm cả về lượng và về giá.

Mức tăng trưởng về lượng và kim ngạch khá gần nhau do đà suy giảm của giá xuất khẩu cao su đã chững lại, đặc biệt trong quý III và quý IV. Giá cao su đã tăng trong những tháng cuối năm 2016 nhờ một số yếu tố: nhu cầu tiếp tục tăng, giá dầu tăng, nguồn cung thu hẹp do thời tiết không thuận lợi. Nhờ vậy, giá xuất khẩu cao su trung bình cả năm 2016 đạt 1.333 USD/tấn, giảm nhẹ 1,0% so với năm 2015, tuy vẫn sụt giảm nhưng đã hồi phục hơn so với sự sụt giảm của cùng kỳ các năm trước.

Ba thị trường lớn nhất của xuất khẩu cao su Việt Nam là Trung Quốc, Malaysia và Ấn Độ, chiếm gần 75% tổng kim ngạch xuất khẩu cao su Việt Nam trong năm 2016. Trong đó Trung Quốc là thị trường xuất khẩu lớn nhất của cao su Việt Nam với kim ngạch đạt 994 triệu USD, tăng 30,2%. Xuất khẩu sang thị trường Trung Quốc tăng mạnh, đặc biệt trong 4 tháng cuối năm do: (i) tình trạng lũ lụt ở Thái Lan khiến nguồn cung cao su của nước này năm 2017 dự đoán giảm 7,6% và giai đoạn từ tháng 2 đến tháng 5 hàng năm không phải là mùa cạo mủ nên các nhà đầu tư Trung Quốc tăng cường đầu cơ, dự trữ cao su trong giai đoạn 4 tháng cuối năm 2016 để phục vụ nền sản xuất ô tô của nước này; (ii) ngành ô tô Trung Quốc hồi phục do tác động của các chính sách mới của Trung Quốc nhằm kích thích ngành hàng này như chính sách hỗ trợ cho dòng ô tô cơ nhỏ thân thiện với môi trường (năm 2016, dự án này đã tung ra 560.000 xe loại này ra thị trường) và chính sách kiểm soát tải trọng xe lưu hành (làm tăng lượng xe tải cung ứng ra thị trường) cũng như cấm lưu hành những xe có mức khí thải cao (dự báo sẽ có khoảng 300.000 chiếc bị cấm lưu hành trong năm 2017)... Đây là những yếu tố tích cực làm ngành sản xuất ô tô Trung Quốc hồi phục kéo theo nhu cầu cao su gia tăng.

Kim ngạch xuất khẩu cao su năm 2016 sang Ấn Độ đạt 116,7 triệu USD, giảm 8,2%. Đối với Malaysia - thị trường lớn thứ 3, đặc thù nhập khẩu lại khác biệt so với Trung Quốc và Ấn Độ, chủ yếu nhập khẩu cao su để chế biến lại phục vụ sản xuất dòng lốp cao cấp hoặc xuất khẩu tiếp sang các thị trường khác như Nhật Bản, Trung Quốc... Trong bối cảnh cung vượt cầu diễn ra trong thời gian dài (2011-2016) và nhu cầu sản phẩm phẩm cấp cao chưa hồi phục, Malaysia giảm dần nhập khẩu cao su từ Việt Nam. Kim ngạch xuất khẩu cao su năm 2016 sang Malaysia giảm mạnh 42,5%, đạt 128,9 triệu USD.

Tình hình sản xuất:

Nguồn cung cao su tự nhiên hầu hết đến từ các nước Đông Nam Á với tỷ trọng hơn 92,0%, còn lại là các nước châu Phi (4-5%), châu Mỹ Latinh (khoảng 2,5-3%). Các nước Thái Lan, Indonesia, Malaysia, Việt Nam là những nước sản xuất cao su tự nhiên hàng đầu, chiếm hơn 80% nguồn cung cao su toàn cầu.

Tại Việt Nam, do ảnh hưởng bởi giá xuất khẩu giảm trong những năm gần đây nên mặc dù diện tích cao su đã đi vào khai thác tăng 3% (đây là diện tích cao su đã trồng trong thời kỳ cao su được giá từ 2008 - 2012) nhưng người trồng chỉ tiến hành khai thác cầm chừng, sản lượng cao su đạt 1,03 triệu tấn, tăng 1,9% so với năm 2015. Tổng diện tích trồng cao su năm 2016 tiếp tục giảm 0,8%, đạt 976,4 ngàn ha. Diện tích trồng mới chủ yếu là trồng thay thế diện tích già cỗi. Năng suất cao su cũng giảm nhẹ 1% so với những năm trước.

Sản xuất cao su hiện nay còn một số khó khăn cho xuất khẩu như: (i) hệ thống quản lý chất lượng chưa chặt chẽ và đồng bộ nên chất lượng cao su xuất khẩu chưa đồng đều, chưa đảm bảo với yêu cầu của thị trường; (ii) chủng loại sản phẩm chưa phù hợp với nhu cầu thị trường (phần lớn các nước có nhu cầu nhập khẩu các chủng loại cao su thiên nhiên là RSS 3, TSR 10, TSR 20 để phục vụ cho ngành sản xuất lốp xe và linh kiện cao su kỹ thuật, tuy nhiên, những loại cao su này chiếm tỷ lệ không lớn tại Việt Nam mà chủ lực là SVR 3L, SVR CV60, cao su ly tâm là những sản phẩm chất lượng cao nhưng thị trường không rộng).

2.6. Hạt tiêu

Tình hình xuất khẩu:

Lượng hạt tiêu xuất khẩu năm 2016 đạt 178 nghìn tấn với kim ngạch 1,43 tỷ USD, tăng 35,3% về lượng và 13,5% về giá trị.

Giá xuất khẩu năm 2016 có sụt giảm so với năm 2015 và thấp hơn giá các nước khác do: (i) Hạt tiêu Việt Nam xuất khẩu chủ yếu là tiêu đen trong khi các nước khác xuất khẩu nhiều tiêu trắng (giá tiêu trắng cao hơn), bên cạnh đó giá tiêu Việt Nam (được khử trùng bằng hơi nước) thường thấp hơn 200-300 USD/tấn so với giá tiêu các nước khác (được khử trùng theo tiêu chuẩn ASTA); (ii) một số thông tin chưa chính thống về việc tiêu Việt Nam có chứa chất bảo vệ thực vật vượt quá quy định tại nước nhập khẩu đã tác động nhất định làm giảm giá tiêu xuất khẩu của Việt Nam.

Các thị trường xuất khẩu chính tăng trưởng dương như Hoa Kỳ đạt 342,4 triệu USD, tăng 30,5%, Ấn Độ đạt 84,2 triệu USD, tăng 12,2%, Các Tiểu Vương quốc Ả-rập Thống Nhất đạt 92,6 triệu USD, giảm 4,8%... Thị trường xuất khẩu lớn là Singapore sụt giảm do một số nhà đầu cơ tại Singapore bị phá sản sau khi các doanh nghiệp nhập khẩu tại Các Tiểu Vương quốc Ả-rập Thống Nhất bị thắt chặt tín dụng, tuy nhiên việc sụt giảm xuất khẩu qua thị trường trung chuyển này lại mở rộng cơ hội xuất khẩu trực tiếp của Việt Nam tới các đối tác khác.

Tình hình sản xuất:

Các nước sản xuất, xuất khẩu hạt tiêu chính trên thế giới gồm có Việt Nam, Ấn Độ, Indonesia, Brazil... trong đó Việt Nam là nước cung cấp hạt tiêu lớn nhất trên thế giới, chiếm khoảng 30,4% tổng sản lượng hạt tiêu toàn cầu. Tiếp theo là Ấn Độ chiếm 17,7%, Indonesia chiếm 17,7%, Brazil chiếm 9,4%, Trung Quốc chiếm 7,6%, Sri Lanka chiếm 6,3%, Malaysia chiếm 5,7%...

Do ảnh hưởng của hạn hán đầu năm tại Tây Nguyên nên năng suất cây hạt tiêu vùng này giảm 6,4% so với năm 2015, nhưng do diện tích tăng mạnh (diện tích gieo trồng tăng 22,5%, diện tích cho sản phẩm tăng 30,7%) nên sản lượng hạt tiêu tăng 9,4% so cùng kỳ. Hạt tiêu đang có thị trường tiêu thụ tốt trong những năm gần đây và giá cả luôn giữ ở mức ổn định nên các nông, lâm trường và các hộ cá thể, tư nhân mở rộng trồng tiêu và đầu tư vào khâu chăm sóc, nuôi dưỡng.

Sản xuất, xuất khẩu hạt tiêu vẫn còn một số yếu tố khó khăn: (i) thời tiết có nhiều bất lợi (hạn hán, mất mùa) và do nhiều vườn tiêu khai thác trên 10 năm đã già cỗi và cho năng suất thấp ảnh hưởng đến chất lượng, làm giảm sức cạnh tranh so với các nước khác; (ii) xuất khẩu thô chiếm tỷ trọng cao nên giá trị gia tăng thấp; (iii) vấn đề thương hiệu chưa được chú trọng nên mặc dù chiếm tỷ trọng 50% lượng tiêu xuất khẩu toàn cầu nhưng tiêu Việt Nam vẫn phải qua khâu trung gian nên chưa được nhiều người tiêu dùng trên thế giới biết đến.

2.7. Hạt điều

Tình hình xuất khẩu:

Lượng hạt điều xuất khẩu năm 2016 đạt 347 nghìn tấn với kim ngạch 2,84 tỷ USD, tăng 5,7% về lượng và 18,5% về giá trị. Nếu tính cả các sản phẩm chế biến sâu và sản phẩm phụ (dầu vỏ hạt điều, cardanol...), kim ngạch xuất khẩu toàn ngành đạt trên 3,1 tỷ USD, cao nhất từ trước đến nay. Kể từ năm 2006, Việt Nam là nước chế biến xuất khẩu điều lớn nhất thế giới, chiếm 28% lượng điều thô chế biến và 42% lượng điều nhân xuất khẩu toàn cầu năm 2016.

Khác với các mặt hàng khác trong nhóm nông sản phần lớn đều sụt giảm giá, giá xuất khẩu bình quân của điều năm 2016 ở mức cao và liên tục tăng, giá bình quân năm 2016 đạt 8.196 USD/tấn, tăng 12,2% so với năm 2015. Hạt điều Việt Nam được xuất khẩu đến 90 thị trường, trong đó Hoa Kỳ chiếm thị phần cao nhất (35%), EU (25%) và Trung Quốc (18%). Các thị trường xuất khẩu chủ lực đều đạt tăng trưởng dương như Hoa Kỳ, Trung Quốc, Hà Lan với mức tăng trưởng lần lượt là 17,6%, 20,4% và 24,1%. Giá xuất khẩu tại tất cả các thị trường đều có sự tăng trưởng so với cùng kỳ, trung bình khoảng 7,5 - 8,5%.

Tình hình sản xuất:

Ấn Độ hiện là quốc gia có sản lượng điều lớn nhất thế giới (chiếm 27%), tiếp theo là Bồ Đào Nha (chiếm 17%), thứ 3 là Việt Nam (chiếm 14%), còn lại là các quốc gia khác (Guinea Bissau, Brazil, Tanzania, Benin, Nigeria, Indonesia, Campuchia...).

Từ năm 2006 đến nay, Việt Nam đã trở thành nước đứng đầu thế giới về xuất khẩu nhân điều, Ấn Độ tuy là nước cung cấp điều lớn nhất thế giới nhưng chỉ đứng thứ 2 về xuất khẩu do phần lớn sản phẩm được tiêu thụ ở thị trường nội địa.

Diện tích trồng điều năm 2016 đạt 293 nghìn ha, tăng nhẹ 0,9% so cùng kỳ, nhưng do ảnh hưởng thời tiết khô hạn kéo dài, một số ít khu vực có sương mù nên đợt ra bông điều đầu tiên năm nay bị mất trắng. Sản lượng điều đạt 303,9 nghìn tấn, giảm 13,7% so năm 2015 và tiếp tục xu hướng giảm cả về diện tích và năng suất. Do vậy, nguồn nguyên liệu đang chưa đáp ứng đủ nhu cầu sản xuất phục vụ xuất khẩu, phải nhập khẩu khoảng 50% chủ yếu là từ các nước châu Phi. Chất lượng nguyên liệu điều nhập khẩu không đồng đều, chưa ổn định làm ảnh hưởng đến chất lượng sản phẩm điều xuất khẩu.

2.8. Rau quả

Tình hình xuất khẩu:

Rau quả là mặt hàng nông sản có kim ngạch xuất khẩu tăng mạnh trong năm 2016 và cũng là mặt hàng mà ta đã gặt hái được nhiều thành công trong công tác mở rộng thị trường.

Kim ngạch xuất khẩu rau quả năm 2016 đạt 2,46 tỷ USD, tăng mạnh 33,6% so với năm 2015. Đây là ngành hàng có tăng trưởng nổi bật nhất trong nhóm, trong khi các ngành hàng khác gặp khó khăn do sụt giảm lượng và giá xuất khẩu thì ngành hàng này liên tục tăng trưởng mạnh trong 3 năm gần đây (cụ thể, năm 2014 tăng 28,4%, năm 2015 tăng 23,7%).

Trung Quốc là thị trường nhập khẩu lớn nhất các loại rau quả của Việt Nam với mức tăng trưởng cao 45,8% đạt kim ngạch 1,74 tỷ USD; tiếp theo là Hoa Kỳ tăng 44,2% đạt 84,5 triệu USD, EU tăng 22,1% đạt 93,2 triệu USD; Hàn Quốc tăng 23,4% đạt 82,6 triệu USD; ASEAN tăng 14,3% đạt 133,7 triệu USD... Trong thời gian qua, nhiều loại trái cây Việt Nam đã được thâm nhập và mở rộng xuất khẩu vào các thị trường “có yêu cầu cao về tiêu chuẩn, chất lượng” như nhãn, vải thiều, thanh long vào thị trường Hoa Kỳ; vải thiều vào thị trường Australia, Malaysia, EU (Pháp, Đức, Anh, Hà Lan); thanh long, xoài vào thị trường Nhật Bản, Hàn Quốc; cam, quýt, thanh long vào thị trường Singapore...

Tổ chức Lương thực và Nông nghiệp của Liên hợp quốc (FAO) đánh giá nhu cầu tiêu thụ rau quả các loại trên thị trường thế giới trong giai đoạn 2011-2015 bình quân tăng khoảng 3,6%/năm trong khi khả năng tăng trưởng sản xuất toàn cầu chỉ ở mức 2,6%/năm. Dân số thế giới gia tăng, mức thu nhập của người dân trên toàn cầu ngày càng được cải thiện nên nhu cầu rau quả tươi và giá rau quả ngày càng cao. Việt Nam tuy chỉ đứng thứ 12 trong các nước xuất khẩu rau quả lớn nhưng đã tăng từ 1-3 bậc so với vài năm trước (thị phần toàn cầu tăng từ 2,1% lên 2,4%), đứng trên nhiều nước khác như Pháp, Đức, Philippines, Ấn Độ,... Đối thủ cạnh tranh về rau quả của Việt Nam chủ yếu hiện nay tập trung vẫn là Trung Quốc, Ấn Độ và một số quốc gia ASEAN như Thái Lan, Malaysia, Indonesia.

Tuy vậy, xuất khẩu rau quả vẫn đối mặt với một số khó khăn, thách thức, cụ thể như: (i) Biến động thời tiết bất thường ngày càng nhiều tác động mạnh đến sản xuất rau quả của Việt Nam; (ii) sức ép cạnh tranh ngày càng cao từ các nước đối thủ như Thái Lan, Indonesia, Myanmar,... kể cả về chủng loại, mẫu mã, chất lượng; (iii) tình trạng sản xuất manh mún, các công nghệ chế biến sau bảo quản còn hạn chế gây ảnh hưởng đến chất lượng sản phẩm xuất khẩu, nhất là các loại rau quả có đặc tính thời vụ cao; (iv) thường xuyên gặp các rào cản kỹ thuật tại thị trường xuất khẩu và gặp khó khăn trong việc mở cửa thị trường,...

Tình hình sản xuất:

Với điều kiện khí hậu và thổ nhưỡng thuận lợi, trên 70% dân số làm nghề nông và diện tích canh tác rau quả trên 1,5 triệu ha, Việt Nam có nhiều tiềm năng để phát triển ổn định, lâu dài trong sản xuất rau quả. Mặt khác, xuất khẩu rau quả của Việt Nam đến nay mới đạt trên 2,4 tỷ USD, chiếm tỷ phần rất nhỏ trong tổng thương mại rau quả toàn cầu là gần 1.000 tỷ USD, chưa kể đến thị trường nội địa hơn 90 triệu dân có nhu cầu ngày càng gia tăng. Hơn nữa, xu hướng đầu tư công nghệ cao trong lĩnh vực nông nghiệp ngày càng phát triển mạnh.

Diện tích trồng rau cả nước năm 2016 đạt 908 nghìn ha, sản lượng đạt 16 triệu tấn, tăng 4,8%, năng suất khoảng 172,2 tạ/ha. Cơ cấu rau của nước ta đa dạng, phong phú. Các loại rau có sản lượng lớn hiện nay là cải ngọt, cải bắp, dưa chuột, ngô, rau muống và một số loại rau gia vị như hành, tỏi,... Về quả, diện tích trồng quả của cả nước năm 2016 đạt 863,2 nghìn ha, tăng 4,4% so với năm 2015, chủ yếu tăng ở nhóm cây ăn quả như cam, bưởi, thanh long, đu đủ... Những năm gần đây, diện tích cây ăn quả có tốc độ phát triển chậm (chỉ hơn 1% năm) nhưng nhờ tác động của tiến bộ khoa học kỹ thuật, chuyển đổi giống cây trồng, sản xuất chuyên canh và trình độ canh tác của các nhà vườn được nâng cao nên năng suất và sản lượng cây ăn quả tăng trưởng mạnh (khoảng 3-4%/năm). Cơ cấu quả của nước ta gồm 3 nhóm chính: (i) nhiệt đới như chuối, dưa, xoài, thanh long, chôm chôm,... (ii) cận nhiệt đới như cam, quýt, vải, nhãn,... (iii) ôn đới như mận, đào, lê, nho,...

Nhiều năm qua, nhiều mô hình sản xuất nông nghiệp trên cơ sở liên kết giữa doanh nghiệp tư nhân và các hộ nông dân (doanh nghiệp bỏ vốn và xây dựng quy trình, người nông dân tập trung đất đai và lao động hình thành nên những hình thức hợp tác xã kiểu mới). Những mô hình này đã tạo điều kiện cho sản xuất tập trung, áp dụng công nghệ cao, xây dựng thương hiệu và thực tế đã mang lại hiệu quả cao.

2.9. Sắn và sản phẩm từ sắn

Tình hình xuất khẩu:

Lượng xuất khẩu sắn và sản phẩm từ sắn đạt 3,7 triệu tấn với kim ngạch 999 triệu USD, giảm 10,3% về lượng và 24,2% về kim ngạch do giá giảm 15,5%.

Trung Quốc vẫn là thị trường nhập khẩu chính trong năm 2016 chiếm tới 87% thị phần, giảm 12% về khối lượng và giảm 25,7% về giá trị so với cùng kỳ năm 2015. Trong năm 2016, các thị trường có giá trị nhập khẩu sắn và các sản

phẩm từ sản của Việt Nam giảm mạnh là Philippines (giảm 36%); Đài Loan (giảm 25,4%) và Trung Quốc (giảm 25,7%).

Thái Lan hiện là nước đứng đầu thế giới về xuất khẩu sắn và là đối thủ cạnh tranh lớn của Việt Nam. Trung Quốc là thị trường tiêu thụ sắn lát khô và tinh bột sắn lớn nhất của Việt Nam (chiếm 87%), tuy nhiên thị phần sắn và sản phẩm từ sắn tại thị trường này chưa cao. Thị phần của Việt Nam về sắn lát tươi tại Trung Quốc đạt 98,5%, sắn lát khô đạt 17,8% (đứng thứ 2, sau Thái Lan 80,8%), tinh bột sắn đạt 23,4% (đứng thứ 2, sau Thái Lan 67,3%).

Tình hình sản xuất:

Từ năm 2011-2015, diện tích và sản lượng sắn tăng dần và ổn định xung quanh mức 550 nghìn ha, sản lượng 9,7-10 triệu tấn củ tươi/năm. Năng suất sắn trung bình của Việt Nam tương đương 50% năng suất sắn của Ấn Độ, thấp hơn Indonesia 15% và thấp hơn Thái Lan 9%. Như vậy, Việt Nam có khả năng tăng mạnh về sản lượng trong thời gian tới nếu đầu tư giống tốt và kỹ thuật canh tác tiên tiến mà không cần tăng diện tích trồng sắn. Do thị trường tiêu thụ bắt đầu khởi sắc và do đây là cây trồng cạn dễ trồng, dễ chăm sóc nên diện tích cây sắn năm nay tiếp tục tăng, đạt 570 nghìn ha, tăng 0,4%; năng suất đạt 191,8 tạ/ha, tăng 1,4% do các địa phương đã lựa chọn được các giống sắn có năng suất cao, tăng đầu tư thâm canh, canh tác sắn trên đất dốc được chú trọng; sản lượng đạt 10,9 triệu tấn, tăng 1,8% so với năm 2015.

II. XUẤT KHẨU CÁC MẶT HÀNG CÔNG NGHIỆP CHẾ BIẾN

1. Tình hình xuất khẩu chung

1.1. Về kim ngạch

Kim ngạch xuất khẩu nhóm hàng công nghiệp tiếp tục đóng góp cao vào tổng kim ngạch xuất khẩu trong năm 2016, đạt 141,8 tỷ USD, tăng 11% so với năm 2015. Xét về giá trị tuyệt đối, kim ngạch xuất khẩu cả nhóm đã tăng khoảng 14,1 tỷ USD so với năm 2015.

Tốc độ tăng kim ngạch xuất khẩu nhóm hàng công nghiệp tiếp tục cao hơn tốc độ tăng xuất khẩu chung của cả nước, là đầu tàu kéo xuất khẩu chung của cả nước tăng trưởng cao. Đây là năm thứ năm liên tiếp kể từ năm 2012, tăng trưởng xuất khẩu nhóm hàng này cao hơn tăng trưởng xuất khẩu chung.

Xuất khẩu nhóm hàng công nghiệp chiếm tỷ trọng ngày càng tăng trong tổng kim ngạch xuất khẩu. Năm 2016, xuất khẩu nhóm này chiếm 80,3% tổng kim ngạch xuất khẩu, tăng thêm 1,4% về tỷ trọng so với năm 2015 (chiếm 78,9%). Sự chuyển dịch cơ cấu hàng xuất khẩu này theo đúng mục tiêu tại Chiến lược Xuất nhập khẩu hàng hóa thời kỳ 2011-2020, định hướng đến năm 2030 là tăng tỷ trọng hàng công nghiệp chế biến và giảm dần nhóm hàng nông sản, thủy sản và nhiên liệu, khoáng sản.

Xuất khẩu các mặt hàng công nghiệp chế biến đạt kim ngạch cao, có mức tăng trưởng cao và ổn định, đặc biệt là các mặt hàng công nghệ cao như điện thoại di động, máy vi tính, điện tử và linh kiện thể hiện thành công trong chính sách thu hút đầu tư vào lĩnh vực công nghệ cao.

1.2. Về mặt hàng

Năm 2016, hầu hết các mặt hàng trong nhóm công nghiệp chế biến đều đạt mức tăng trưởng dương so với năm 2015.

Những mặt hàng có kim ngạch xuất khẩu cao nhất là: điện thoại các loại và linh kiện đạt 34,3 tỷ USD, tăng 13,8%; dệt may đạt 23,8 tỷ USD, tăng 4,6%; máy vi tính, sản phẩm điện tử và linh kiện đạt 19 tỷ USD, tăng 21,5%; giày dép đạt 13 tỷ USD, tăng 8,3%; máy móc, thiết bị, dụng cụ, phụ tùng đạt 10,14 tỷ USD, tăng 24,3%; túi xách, vali, mũ, ô, dù đạt 3,17 tỷ USD, tăng 10,2%; sắt thép đạt 2 tỷ USD, tăng 20,6%; sản phẩm từ sắt thép đạt khoảng 2 tỷ USD, tăng 12%; sản phẩm từ chất dẻo đạt 2,2 tỷ USD, tăng 6,7%.

Trong đó, điện thoại di động là mặt hàng có đóng góp lớn nhất vào tăng trưởng kim ngạch xuất khẩu của cả nước (34,3 tỷ USD). Xuất khẩu điện thoại sang hầu hết các thị trường đều tăng, trong đó có tới 10 thị trường có kim ngạch xuất khẩu đạt trên 1 tỷ USD.

Các mặt hàng có kim ngạch tăng nhẹ so với năm 2015 là: hóa chất đạt 944 triệu USD (tăng 2,7%); sản phẩm hóa chất đạt 769 triệu USD (tăng 1%); gỗ và sản phẩm từ gỗ đạt 7 tỷ USD (tăng 1,1%); phương tiện vận tải và phụ tùng đạt 6,06 tỷ USD (tăng 3,7%).

Các mặt hàng có kim ngạch giảm so với năm 2015 là: phân bón đạt 210 triệu USD (giảm 24,9%); clanhke và xi măng đạt 561 triệu USD (giảm 16%); chất dẻo nguyên liệu đạt 357 triệu USD (giảm 10,7%); vải màn, vải kỹ thuật khác đạt 415 triệu USD (giảm 4,6%); thủy tinh và các sản phẩm đạt 839 triệu USD (giảm 7,6%).

1.3. Về thị trường

Các thị trường xuất khẩu chính của nhóm hàng công nghiệp chế biến vẫn giữ được tốc độ tăng trưởng cao. Các thị trường xuất khẩu chính lần lượt là Hoa Kỳ, EU, Trung Quốc, Nhật Bản, Hàn Quốc.

- Thị trường Hoa Kỳ: Kim ngạch xuất khẩu hàng công nghiệp chế biến của Việt Nam đạt khoảng 33,1 tỷ USD, tăng 13,7% so với năm 2015. Mười mặt hàng công nghiệp chế biến có kim ngạch xuất khẩu lớn nhất của Việt Nam sang thị trường này đều có tăng trưởng mạnh. Trong đó, tăng mạnh nhất là mặt hàng điện thoại, đạt 4,3 tỷ USD, tăng 55,5% so với năm 2015.

- Thị trường EU: Kim ngạch xuất khẩu đạt 27,1 tỷ USD, tăng 10,1% so với năm 2015. Trong đó tăng mạnh nhất là mặt hàng máy móc, thiết bị, dụng cụ, phụ tùng đạt 1,16 tỷ USD, tăng 29,3%.

- Thị trường Trung Quốc: Kim ngạch xuất khẩu đạt 13,9 tỷ USD, tăng 34,5% so với năm 2015. Trong đó tăng mạnh nhất là máy vi tính, sản phẩm điện tử và linh kiện đạt 4,1 tỷ USD, tăng 53,3%.

- Thị trường Nhật Bản: Kim ngạch xuất khẩu hàng công nghiệp chế biến của Việt Nam đạt khoảng 12 tỷ USD, tăng 8,9% so với năm 2015. Trong đó, mặt hàng có kim ngạch lớn nhất là hàng dệt may đạt khoảng 2,9 tỷ USD, tăng 4,2%.

- Thị trường Hàn Quốc: Kim ngạch xuất khẩu đạt 9,7 tỷ USD, tăng 35,1% so với năm 2015. Trong đó tăng mạnh nhất là điện thoại các loại và linh kiện đạt 2,7 tỷ USD, tăng 86,7%.

2. Tình hình xuất khẩu một số mặt hàng công nghiệp

2.1. Dệt may

Tình hình xuất khẩu:

Năm 2016 kim ngạch xuất khẩu đạt 28,1 tỷ USD tăng 3,3% so với năm 2015, chiếm 16% kim ngạch xuất khẩu cả nước. Trong đó, xuất khẩu hàng may mặc đạt 23,8 tỷ USD, tăng 4,6% so với năm 2015, xuất khẩu xơ sợi đạt 2,9 tỷ USD, tăng khoảng 15,3%. Xuất khẩu xơ sợi tăng trưởng khá nhờ có sự bứt phá mạnh (ở mức hai con số) sang các thị trường Hàn Quốc, Trung Quốc, Hồng Kông, Ấn Độ, Thái Lan, Bangladesh.

Trong số các sản phẩm may mặc xuất khẩu, áo jacket, áo thun là dòng sản phẩm chiếm tỷ trọng cao nhất. Tổng kim ngạch xuất khẩu của 2 nhóm sản phẩm này chiếm khoảng trên 40% tổng kim ngạch xuất khẩu hàng may mặc (mỗi loại trên 20%).

Từ năm 2010 đến nay, tỷ trọng kim ngạch xuất khẩu của khối doanh nghiệp FDI luôn duy trì ở mức cao. Năm 2016, khối doanh nghiệp FDI xuất khẩu đạt 16,6 tỷ USD, chiếm 57,7% kim ngạch xuất khẩu cả nước.

Thị trường xuất khẩu:

Xuất khẩu dệt may vẫn chủ yếu dựa vào 5 thị trường lớn là Hoa Kỳ, EU, Nhật Bản, Hàn Quốc và Trung Quốc. Kim ngạch xuất khẩu sang cả 5 thị trường này đều ghi nhận tăng trưởng dương trong năm 2016. Trong đó, Hoa Kỳ đạt 11,7 tỷ USD tăng 4,1% so với năm 2015, chiếm khoảng 41% kim ngạch xuất khẩu hàng dệt may của Việt Nam; xuất khẩu sang EU đạt 3,8 tỷ USD tăng 3,2%; sang Nhật Bản đạt 3,1 tỷ USD tăng 6,9%; sang Trung Quốc đạt gần 2,8 tỷ USD tăng 19,3% và sang Hàn Quốc đạt 2,7 tỷ USD tăng 14,3%.

Năm 2016 được đánh giá là năm khó khăn nhất kể từ năm 2008 đến nay trong việc xuất khẩu của ngành dệt may Việt Nam. Những khó khăn có thể kể đến:

- Do các thị trường xuất khẩu chủ chốt của Việt Nam là Hoa Kỳ, EU, Nhật Bản, Nga... đang gặp khó khăn, đặc biệt là EU với những bất ổn về chính trị, khủng bố tại Pháp, Bỉ, vấn đề Brexit ở Anh... nên nhu cầu tiêu dùng của người dân giảm xuống, khách hàng đặt hàng với số lượng nhỏ, không đặt dư hàng như giai đoạn trước. Thị trường châu Á duy trì ổn định hơn nhưng lượng đơn hàng lại nhỏ lẻ.

- Một số sản phẩm may mặc đang trong thời kỳ chuyển đổi hàng từ nguyên liệu thông thường sang nguyên liệu mới thân thiện môi trường (chất liệu spandex, bamboo, chất liệu vải nhân tạo nhưng giống cotton,...) nên lượng hàng đặt đang

trong giai đoạn thăm dò thị trường, không đặt hàng với số lượng lớn.

- Việc Trung Quốc thay đổi chính sách từ trợ giá cho người sản xuất bông để dự trữ bông quốc gia chuyển sang bán bông dự trữ quốc gia với giá thấp sát giá thị trường khiến doanh nghiệp Trung Quốc giảm nhập khẩu sợi của Việt Nam để mua bông nội địa sản xuất sợi.

- Các nước sản xuất hàng dệt may khác đang đưa ra các chính sách tích cực để giảm chi phí đầu vào cho doanh nghiệp, từ đó nâng cao khả năng cạnh tranh và thu hút đơn hàng từ Việt Nam.

- Các nước tăng cường sử dụng biện pháp phòng vệ thương mại với Việt Nam. Từ năm 2007 đến nay hàng xơ sợi xuất khẩu của Việt Nam bị kiện đến 7 vụ, trong đó có 5 vụ kiện chống bán phá giá, 1 vụ kiện chống trợ cấp và 1 vụ kiện áp dụng biện pháp tự vệ từ Thổ Nhĩ Kỳ, EU, Ấn Độ và Brazil. Hiện tại Việt Nam đang bị Thổ Nhĩ Kỳ áp thuế chống bán phá giá đối với mặt hàng sợi dùn polyester và sợi nhân tạo tổng hợp; bị Ấn Độ điều tra chống bán phá giá đối với sợi spandex từ tháng 1/2016.

- Phí, phụ phí của các hãng vận tải nước ngoài áp dụng cao, nhiều loại phí khác nhau (15-20 loại phí) như phí CIC, CIS (phí mất cân bằng container), phí vệ sinh container, phụ phí xăng dầu, phí niêm chì (100-150.000 đồng/cont), phí tắc nghẽn tại cảng PCS (50 USD/cont 20' và 100 USD/cont 40'),...

2.2. Giày dép

Tình hình xuất khẩu:

Kim ngạch xuất khẩu giày dép của Việt Nam năm 2016 đạt 13 tỷ USD tăng 8,3% so với năm 2015.

Bảng 1: Kim ngạch xuất khẩu giày dép năm 2016

Mặt hàng	Năm 2016 (triệu USD)	Thay đổi so 2015 (%)	Tỷ trọng 2016 (%)
Tổng xuất khẩu	13.000,0	8,3	100,0
Giày thể thao mũ nguyên liệu dệt	4.950,1	13,9	38,1
Giày thể thao mũ da thuộc hoặc da tổng hợp	2.367,0	-16,2	18,2
Giày mũ da thuộc hoặc da tổng hợp	1.993,8	-3,5	15,3
Giày thể thao mũ cao su hoặc plastic	1.398,6	-17,6	10,8
Giày mũ nguyên liệu dệt	943,2	17,0	7,3
Xăng đan và dép	545,3	1,4	4,2
Giày mũ cao su hoặc plastic	375,3	21,6	2,9
Giày dép trẻ em	318,6	7,5	2,5
Giày không thấm nước	36,0	-54,9	0,3

Nguồn: Tổng hợp từ số liệu của Tổng cục Hải quan

TÌNH HÌNH XUẤT KHẨU CÁC MẶT HÀNG

Trong năm 2016, các chủng loại giày dép xuất khẩu chủ lực của Việt Nam vẫn là giày thể thao mũ nguyên liệu dệt đạt 4,95 tỷ USD, tăng 13,9% so với năm 2015, chiếm tỷ trọng 38,1% trong tổng kim ngạch xuất khẩu giày dép. Tiếp đến là giày thể thao mũ da thuộc hoặc da tổng hợp đạt 2,37 tỷ USD, giảm 16,2% so với năm 2015, chiếm tỷ trọng 18,2%. Giày mũ da thuộc hoặc da tổng hợp tăng 1,99 tỷ USD, giảm 3,5% so với năm 2015, chiếm tỷ trọng 15,3%.

Giày thể thao mũ cao su hoặc plastics đạt 1,39 tỷ USD, giảm 17,6% so với năm 2015, chiếm tỷ trọng 10,8%.

Thị trường xuất khẩu:

Xuất khẩu của Việt Nam chủ yếu sang các thị trường lớn như Hoa Kỳ, EU, Trung Quốc, Nhật Bản và ASEAN. Hoa Kỳ là thị trường xuất khẩu lớn nhất, đạt 4,5 tỷ USD, tăng khoảng 10% so với năm 2015 chiếm 34,6% kim ngạch xuất khẩu giày dép; xuất khẩu sang EU đạt 4,2 tỷ USD, tăng 3,6% so với năm 2015 chiếm 32,3%. Tại EU, các thị trường trọng điểm là Bỉ, Đức, Hà Lan, Anh, Pháp và Italia.

Đối với năm 2017, các chuyên gia quốc tế dự báo kinh tế thế giới có xu hướng khởi sắc hơn năm 2016 và Trung Quốc tiếp tục chủ trương cắt giảm ưu đãi đầu tư trong lĩnh vực dệt may và da giày để tập trung cho các ngành có công nghệ cao hơn, nên có khả năng một số đơn hàng gia công giày dép, túi xách sẽ dịch chuyển từ Trung Quốc sang Việt Nam, tận dụng cơ hội từ Hiệp định Thương mại tự do Việt Nam - EU (EVFTA) dự kiến có hiệu lực trong năm 2018.

Căn cứ xu hướng thị trường thế giới và tại Việt Nam như nêu trên, dự kiến sản xuất và xuất khẩu ngành da giày năm 2017 sẽ có tốc độ tăng trưởng cao hơn so với năm 2016, cụ thể chỉ số sản xuất công nghiệp ngành công nghiệp da giày có thể đạt khoảng 5% và kim ngạch xuất khẩu của ngành giày dép tăng 10%, túi xách các loại tăng 12% so với năm 2016, tổng kim ngạch xuất khẩu toàn ngành đạt gần 18 tỷ USD, tăng 10% so với năm 2016.

2.3. Túi xách, vali, mũ, ô, dù

Tình hình xuất khẩu:

Năm 2016, kim ngạch xuất khẩu nhóm hàng túi xách, vali, mũ, ô, dù đạt 3,2 tỷ USD, tăng 10,2% so với năm 2015.

Bảng 2: Thị trường xuất khẩu túi xách, vali, mũ, ô, dù năm 2016

Thị trường	Năm 2016 (triệu USD)	Tỷ trọng (%)	Tăng/giảm so với năm 2015 (%)
Tổng	3.168,6	100,0	10,2
Hoa Kỳ	1.320,2	41,7	11,5
EU	792,1	25,0	8,8
Nhật Bản	356,5	11,3	12
Trung Quốc	152,8	4,8	14,2
Hàn Quốc	118,6	3,7	5,1

Nguồn: Tổng hợp từ số liệu của Tổng cục Hải quan

Thị trường xuất khẩu:

Tương tự như sản phẩm giày dép, các sản phẩm túi xách, vali, ô dù cũng được xuất khẩu chủ yếu sang một số thị trường lớn như Hoa Kỳ, EU và Nhật Bản.

Từ 01/01/2016 thuế nhập khẩu về 0% đối với sản phẩm da giày, túi xách lưu thông nội khối ASEAN, đi kèm với các hàng rào phòng vệ thương mại đang có xu hướng gia tăng; một số chính sách tạo thuận lợi thương mại và loại bỏ các rào cản phi thuế quan và hỗ trợ thông tin cho các doanh nghiệp tư nhân về các rào cản phi thuế quan được triển khai.

Đối với thị trường các nước Liên minh Kinh tế Á - Âu, mặc dù FTA đã có hiệu lực, nhưng còn nhiều khó khăn và lộ trình cắt giảm thuế dài. Các thị trường Tây Nam Á, Trung Đông, Nam Mỹ, châu Phi có nhiều tiềm năng phát triển, nhưng xa về địa lý, khó khăn về tiếp cận thị trường và phương thức thanh toán... các thị trường mới này chưa có nhiều tác động tới tăng trưởng xuất khẩu của Việt Nam trong năm 2017.

2.4. Điện thoại và linh kiện

Tình hình xuất khẩu:

Kim ngạch xuất khẩu điện thoại và linh kiện năm 2016 đạt 34,3 tỷ USD, tăng 13,8% so với năm 2015, trong đó, khối doanh nghiệp FDI đạt 34,2 tỷ USD, chiếm đến 99,8% tổng kim ngạch xuất khẩu điện thoại và linh kiện của cả nước.

Việc xuất khẩu mặt hàng điện thoại và linh kiện liên tục gia tăng về kim ngạch và chiếm tỷ trọng cao trong xuất khẩu hàng hóa đã và đang có đóng góp quan trọng vào cân bằng cán cân thương mại của Việt Nam, góp phần hạn chế việc nhập siêu.

+ *Điện thoại di động nguyên chiếc:* năm 2016 Việt Nam đã xuất khẩu điện thoại di động đạt 27,42 tỷ USD, so với năm ngoái tăng 8,4%, chiếm đến 80% kim ngạch xuất khẩu của nhóm hàng này.

+ *Linh kiện, phụ kiện điện thoại:* kim ngạch xuất khẩu linh kiện, phụ kiện điện thoại đạt 6,87 tỷ USD, so với năm 2015 tăng 53,2%.

Thị trường xuất khẩu:

Bảng 3: Thị trường xuất khẩu điện thoại và linh kiện năm 2016

Thị trường	Năm 2016 (Nghìn USD)	Tăng/giảm so với năm 2015 (%)	Tỷ trọng (%)
Tổng kim ngạch	34.317.372	13,8	100,0
Khu vực EU	10.999.408	12,7	32,1
Hoa Kỳ	4.303.354	55,5	12,6
Các Tiểu vương quốc Á-rập Thống Nhất	3.831.540	-14,5	11,2
Hàn Quốc	2.729.898	86,7	8,0
Khu vực ASEAN	2.264.636	6,1	6,6
Hồng Kông	1.561.596	7,9	4,6
Trung Quốc	800.378	51	2,3

Nguồn: Tổng hợp từ số liệu của Tổng cục Hải quan

TÌNH HÌNH XUẤT KHẨU CÁC MẶT HÀNG



Ấn Độ đang và sẽ là đối thủ cạnh tranh lớn nhất của Việt Nam trong thu hút đầu tư nước ngoài vì Ấn Độ là quốc gia áp dụng cơ chế 2 cấp ưu đãi Trung ương và tiểu bang, có lợi thế về lao động có mức lương nhân công thấp - chỉ bằng khoảng 50% so với lương lao động của Việt Nam và những ngành công nghệ cao, Ấn Độ được mệnh danh là “thung lũng Silicon” của khu vực châu Á.

2.5. Máy vi tính, linh kiện điện tử

Tình hình xuất khẩu:

Tổng kim ngạch xuất khẩu máy vi tính, sản phẩm điện tử và linh kiện đạt 18,9 tỷ USD, so với năm 2015 tăng 21,5%. Trong đó tổng kim ngạch xuất khẩu máy vi tính, sản phẩm điện tử và linh kiện của khối doanh nghiệp FDI đạt 18,4 tỷ USD, so với năm 2015 tăng 20,6% và chiếm 97,4% tổng kim ngạch xuất năm 2016.

- Thị trường xuất khẩu:

Bảng 4: Thị trường xuất khẩu máy vi tính, linh kiện điện tử năm 2016

Thị trường	Năm 2016 (Triệu USD)	Tăng/giảm so với năm 2015 (%)	Tỷ trọng 2016 (%)
Tổng	18.959,1	21,5	100,0
Trung Quốc	4.058,5	53,3	21,4
EU	3.377,3	21,3	17,8
ASEAN	2.034,3	46,9	10,7
Hoa Kỳ	2.896,1	2,2	15,3
Hồng Kông	1.568,7	-8,3	8,3
Hàn Quốc	1.253,4	61,5	6,6
Nhật Bản	654,2	25,1	3,5

Nguồn: Tổng hợp từ số liệu của Tổng cục Hải quan

2.6. Thép

Tình hình xuất khẩu:

Năm 2016, ngành thép gặp khó khăn trước các vụ kiện phòng vệ thương mại tại các thị trường nhập khẩu chính nhưng sản lượng xuất khẩu thép vẫn tăng 36% so với năm 2015, đạt 3,48 triệu tấn, trị giá 2,03 tỷ USD.

Tính trung bình cả năm 2016, giá thép xuất khẩu của Việt Nam đạt trung bình 580 USD/tấn, giảm 12% so với năm 2015.

Thị trường xuất khẩu:

Trong vài năm gần đây, xuất khẩu thép của Việt Nam chủ yếu sang các quốc gia khu vực ASEAN do nhu cầu lớn về số lượng cũng như không quá khắt khe về chất lượng. Tuy nhiên, trong bối cảnh các quốc gia ASEAN đang áp dụng nhiều biện pháp phòng vệ thương mại, xuất khẩu sang khu vực có xu hướng giảm.

Năm 2016, xuất khẩu thép sang khu vực này chỉ đạt 1,81 triệu tấn, giảm 7,3% về lượng và 18% về trị giá so với năm 2015. Tỷ trọng xuất khẩu sang ASEAN năm 2016 là 52%, giảm so với mức 76% của năm 2015.

Ngược lại với thị trường ASEAN, xuất khẩu thép sang nhiều nước khác lại tăng rất mạnh so với năm 2015: sang Hoa Kỳ đạt 568,5 triệu USD (tăng 328%); sang Hàn Quốc đạt 121,4 triệu USD (tăng 147,7%); sang Đài Loan đạt 33,3 triệu USD (tăng 269,7%), sang Pakistan đạt 37,5 triệu USD (tăng 221,5%). Tăng trưởng xuất khẩu sang các thị trường này đã góp phần bù đắp sự sụt giảm xuất khẩu sang ASEAN.

Bảng 5: Xuất khẩu các loại thép năm 2016

	Chủng loại	Năm 2015 (tấn)	Năm 2016 (tấn)	So sánh 2016 với 2015 (%)
A	Phôi thép	46.195	26.743	57,9%
B	Thép các loại	2.668.642	3.677.202	137,8%
1	Thép tấm lá đen	504.878	727.149	144,0%
2	Tôn mạ và sơn phủ màu	1.060.727	1.412.121	133,1%
3	Thép không gỉ	82.221	86.006	104,6%
4	Thép hợp kim	173.130	221.803	128,1%
5	Các loại thép khác	1.091.661	1.479.089	135,5%
C	Thép phế	51.256	78.695	153,5%
D	Hợp kim Ferro	409.419	166.126	40,6%
E	Gang	71.210	87.668	123,1%
	Tổng	3.490.696	4.285.399	122,7%

Triển vọng cho xuất khẩu thép của Việt Nam trong năm 2017 là khả quan, khi dự báo xuất khẩu thép của Trung Quốc trong năm 2017 có thể giảm do nhu cầu nội địa đang tăng mạnh để phục vụ các dự án xây dựng cầu đường, thủy điện và giao thông....

Tuy vậy, xuất khẩu thép vẫn còn đối mặt với nhiều khó khăn, cụ thể:

- Thép Việt Nam xuất khẩu bị cạnh tranh gay gắt với sản phẩm thép giá rẻ từ một số quốc gia, đặc biệt từ Trung Quốc. Sản lượng thép của Trung Quốc tăng hơn 12 lần trong 25 năm, đạt 803,83 triệu tấn trong năm 2015 (giảm 23% so với năm 2014) nhưng nhu cầu thép của nước này chỉ khoảng 672 triệu tấn. Do đó, với lượng dư cung thép lớn, Trung Quốc đã buộc nhiều nước sản xuất thép vào thế phải cạnh tranh.

- Ngành thép là ngành phải đối mặt nhiều nhất với các vụ kiện chống bán phá giá, chống trợ cấp từ các nước nhập khẩu và hiện bị áp thuế chống bán phá giá từ nhiều quốc gia như Hoa Kỳ, Canada, Thổ Nhĩ Kỳ, Malaysia, Thái Lan, Indonesia. Từ năm 2007 đến nay thép Việt Nam xuất khẩu phải đối mặt với 29 vụ kiện, trong đó, có 18 vụ kiện chống bán phá giá, 4 vụ kiện chống trợ cấp và 4 vụ kiện áp dụng biện pháp tự vệ từ rất nhiều nước ở khác các châu lục: Hoa Kỳ, Canada, EU, Australia, Thái Lan, Malaysia, Indonesia, Thổ Nhĩ Kỳ, Ấn Độ.

2.7. Nhựa

Tình hình xuất khẩu:

Năm 2016, kim ngạch xuất khẩu nhựa của nước ta đạt 2,214 tỷ USD, tăng 6,7% so với năm 2015, chiếm tỷ trọng 1,3% tổng kim ngạch xuất khẩu của cả nước.

Sản phẩm xuất khẩu chủ yếu là túi nhựa; tấm, phiến, màng nhựa; vải bạt; các sản phẩm dùng trong vận chuyển, đóng gói; sản phẩm nhựa gia dụng và sản phẩm nhựa công nghiệp.

Trong đó, sản phẩm có kim ngạch xuất khẩu lớn nhất là túi nhựa, chủ yếu xuất sang Nhật Bản, Anh, Đức với mức tăng trưởng dương liên tục. Sản phẩm xuất khẩu tiềm năng và tăng đột biến trong năm 2016 là vải bạt, xuất chủ yếu sang Hoa Kỳ, Nhật Bản, Hàn Quốc, Hà Lan.

Giá hàng hóa xuất khẩu bình quân giảm khoảng 1,8% so với giá xuất khẩu trung bình năm 2015.

Biến động về tỷ giá, cụ thể là giảm giá sâu của đồng Euro khiến hàng hóa xuất khẩu của Việt Nam giảm sức cạnh tranh về giá so với hàng hóa sản xuất nội khối.

Thị trường xuất khẩu:

Nhìn chung trong năm 2016, thị trường xuất khẩu sản phẩm nhựa của Việt Nam không có nhiều thay đổi so với năm 2015, thị trường xuất khẩu lớn nhất vẫn là Nhật Bản (kim ngạch đạt 515 triệu USD, tăng 10,6% so với cùng kỳ năm 2015, chiếm tỷ trọng 23,3%), thứ hai là thị trường ASEAN (đạt 379 triệu USD, tăng 8,2%, chiếm tỷ trọng 17%), sau đó là thị trường EU (đạt 416 triệu USD, giảm nhẹ

TÌNH HÌNH XUẤT KHẨU CÁC MẶT HÀNG

0,2%, chiếm tỷ trọng 18,8%), thị trường Hoa Kỳ (đạt 332,6 triệu USD, tăng 9,7%, chiếm tỷ trọng 15%).

So với cùng kỳ năm trước, xuất khẩu sản phẩm nhựa tăng mạnh nhất ở các thị trường Hàn Quốc 48%, Ấn Độ 38,6%, Indonesia 32,6%, Myanmar 30,4%, ngược lại nhiều thị trường xuất khẩu giảm mạnh như: Thổ Nhĩ Kỳ giảm 25%, Lào 22,3%, Mexico giảm 18,7%, Trung Quốc giảm 5,1%.

Tăng trưởng xuất khẩu nhựa thấp hơn so với mức tăng của năm 2015 do những nguyên nhân sau:

- Sự sụt giảm nhu cầu nhập khẩu trên thế giới, đặc biệt là sự sụt giảm của thị trường EU - một trong những thị trường xuất khẩu chính của ngành nhựa nước ta.

- Sự cạnh tranh gay gắt từ các đối thủ như Thái Lan, Trung Quốc, Hàn Quốc, Nhật Bản.

- Chính sách về hạn chế sử dụng túi nhựa chuyển sang sử dụng sản phẩm bao bì tự phân hủy của Chính phủ nhiều nước EU cũng là một nguyên nhân làm giảm đơn hàng xuất khẩu mặt hàng túi nhựa.

Về chủ thể xuất khẩu, số lượng doanh nghiệp FDI chiếm tỷ trọng nhỏ trong cơ cấu ngành nhựa nhưng kim ngạch xuất khẩu của khối doanh nghiệp này luôn chiếm tỷ trọng cao đến trên 60% tổng kim ngạch xuất khẩu của toàn ngành. Trong năm 2016, kim ngạch xuất khẩu sản phẩm nhựa của khối này đạt 1,472 tỷ USD, chiếm tỷ trọng 66,5% giá trị xuất khẩu của cả ngành nhựa và tăng 7,8% so với năm 2015.

Bảng 6: Thị trường xuất khẩu sản phẩm nhựa năm 2016

Thị trường xuất khẩu	Năm 2015 (triệu USD)	Năm 2016 (triệu USD)	Tăng/giảm so với năm 2015 (%)	Tỷ trọng năm 2016 (%)
Tổng cộng	2.075	2.214	5,2	
Nhật Bản	465,8	515	10,6	23,3%
EU	511,7	416	-0,2	18,8%
ASEAN	350	379	8,2	17,0%
Hoa Kỳ	303,3	332,6	9,7	15,0%
Hàn Quốc	83,1	123	48,0	6,0%
Anh	96,2	91	-5,4	4,1%
Trung Quốc	48,1	45,6	-5,1	1,9%
Australia	43,1	42,6	-3,2	1,9%
Đài Loan	38,7	38,2	-1,3	2,0%
Canada	25,3	27	6,7	1,2%
Hồng Kông	24	26	6,4	1,2%

Nguồn: Tổng hợp từ số liệu của Tổng cục Hải quan

Ngành nhựa là một trong những ngành năng động, có mức tăng trưởng cao, nhưng đang phải chịu áp lực khá lớn trước các sản phẩm của các nước đối thủ cạnh tranh như Hàn Quốc, Nhật Bản, Thái Lan, Trung Quốc được đánh giá là mạnh hơn cả về công nghệ, mẫu mã, giá cả. Đồng thời ngành nhựa phải đối mặt với nhiều khó khăn trong nâng cao năng lực cạnh tranh như giải quyết vấn đề phụ thuộc chủ yếu vào nguyên liệu nhập khẩu, thiếu lao động tay nghề cao, rào cản tiếp cận nguồn vốn đầu tư nâng cao trình độ công nghệ sản xuất.

2.8. Máy móc, thiết bị

Năm 2016, xuất khẩu máy móc, thiết bị, dụng cụ, phụ tùng của Việt Nam đạt 10,14 tỷ USD, tăng 24,3% so với năm 2015. Trong đó kim ngạch xuất khẩu của khối doanh nghiệp FDI đạt 9,11 tỷ USD tăng 24,6% so với cùng kỳ năm trước và chiếm gần 90% tổng kim ngạch xuất khẩu nhóm hàng này trong năm 2016.

Năm 2016, xuất khẩu máy móc, thiết bị, dụng cụ, phụ tùng sang Hoa Kỳ đạt trên 2,12 tỷ USD, tăng 27,2% so với năm 2015 và chiếm gần 21% tổng kim ngạch xuất khẩu mặt hàng này của Việt Nam.

Kim ngạch xuất khẩu sang thị trường Nhật Bản đạt trên 1,56 tỷ USD, tăng 10,9% so với năm 2015 và chiếm 15,4% tổng kim ngạch xuất khẩu mặt hàng này của Việt Nam.

Xuất khẩu sang khu vực ASEAN đạt 1,44 tỷ USD, tăng 18% so với cùng kỳ năm trước và chiếm trên 14%. Xuất khẩu sang khu vực EU đạt 1,16 tỷ USD, tăng 28,8% so với năm 2015 và chiếm gần 11,5% tổng kim ngạch.

2.9. Gỗ và sản phẩm từ gỗ

Tình hình xuất khẩu:

Kim ngạch xuất khẩu gỗ và sản phẩm từ gỗ năm 2016 đạt gần 7 tỷ USD, tăng 1,1% so với năm 2015.

Các thị trường xuất khẩu lớn nhất mặt hàng gỗ của Việt Nam trong năm 2016 vẫn là Hoa Kỳ, Nhật Bản, Trung Quốc, EU. Các thị trường này chiếm tới hơn 80% tổng kim ngạch xuất khẩu cả nước; trong đó Hoa Kỳ chiếm 40%, EU, Nhật Bản và Trung Quốc đều chiếm tỷ trọng trung bình khoảng từ 10-15%, tiếp đến là các thị trường như Hàn Quốc, Australia, Canada,...

Tăng trưởng xuất khẩu của các thị trường chính chững lại so với năm 2015. Thị trường Hoa Kỳ đạt hơn 2,8 tỷ USD, tăng 7% so với năm 2015; Trung Quốc đạt 1 tỷ USD, tăng 4,7%; thị trường EU đang chuyển hướng về nhu cầu từ đồ gỗ ngoài trời sang đồ nội thất trong khi doanh nghiệp Việt Nam chưa kịp đầu tư dây chuyền công nghệ để đáp ứng đơn hàng đối với nhóm hàng này, do vậy kim ngạch chỉ đạt khoảng 720 triệu USD, tăng 1,6% (trong đó riêng Anh đạt 307 triệu USD, tăng 7,1%). Một số thị trường khác như: Nhật Bản đạt 980 triệu USD, giảm 5,9% (chủ yếu do giảm sút xuất khẩu mặt hàng viên nén làm chất đốt bị ảnh hưởng bởi thị trường dầu mỏ sút giảm); riêng thị

trường Hàn Quốc tiếp tục có tăng trưởng khả quan, đạt kim ngạch 575 triệu USD, tăng 15,4%.

Xuất khẩu gỗ và sản phẩm từ gỗ thời gian qua gặp phải cạnh tranh của các nước ASEAN trong việc tăng đầu tư công nghệ tiên tiến để chế biến gỗ cũng như cả về giá cả, mẫu mã, chất lượng,... Bên cạnh đó, các nước nhập khẩu có xu hướng gia tăng bảo hộ sản xuất trong nước thông qua các rào cản phi thuế quan, đặc biệt là vấn đề đảm bảo nguồn gốc gỗ hợp pháp đối với nguồn nguyên liệu gỗ nhập khẩu.

Tình hình sản xuất:

(i) Về nguyên liệu: Nguồn nguyên liệu sản xuất bao gồm nguồn gỗ rừng trồng trong nước (bình quân khoảng 13-14 triệu m³/năm) và nguồn gỗ nhập khẩu (đang có xu hướng giảm dần từ năm 2015 đến nay).

(ii) Về quy mô, loại hình doanh nghiệp: Hiện có khoảng 4.000 cơ sở sản xuất, chế biến gỗ tập trung ở các tỉnh phía Nam (không phải vùng có rừng trồng tập trung), trong đó các doanh nghiệp FDI chiếm 15% (chủ yếu là Đài Loan, Hàn Quốc, Anh, Nhật Bản, Trung Quốc), còn lại các doanh nghiệp trong nước chiếm 85% (có quy mô nhỏ, năng lực tài chính yếu, phụ thuộc nhiều vào nguồn vốn vay);

(iii) Về lao động: Hiện có 250.000-300.000 lao động, trong đó lao động trực tiếp được đào tạo chiếm 45-50%, lao động giản đơn theo mùa vụ chiếm 35-40%.

(iv) Về công nghệ: 50% cơ sở chế biến có thiết bị đơn giản phục vụ sơ chế và sản xuất sản phẩm hoàn chỉnh, phục vụ tiêu thụ nội địa hoặc gia công (sơ chế) nguyên liệu cho các doanh nghiệp lớn; 50% còn lại có công nghệ, thiết bị ở mức trung bình khá của thế giới (nhập khẩu đồng bộ từ Nhật Bản, Đức, Italia, Hoa Kỳ...), dần chuyển hướng sử dụng từ 100% nguyên liệu gỗ sang nguyên liệu chế biến khác như ván ép, ván dăm, ván lạng, ván MDF... có thể sản xuất sản phẩm chất lượng đáp ứng tiêu chuẩn quốc tế.

(v) Về công nghiệp hỗ trợ: chủ yếu phải nhập khẩu các loại phụ kiện phục vụ chế biến thành phẩm (khoảng 300 triệu USD/năm) như keo gắn gỗ, dao cắt, giấy nhám, bản lè, ốc vít, đinh ke..., chiếm 80% về số lượng và chiếm hơn 30% giá trị của sản phẩm; còn lại phụ kiện trong nước chiếm 20%.



C. TÌNH HÌNH NHẬP KHẨU CÁC MẶT HÀNG

I. Nhập khẩu nhóm hàng nông sản, thủy sản

Tổng kim ngạch nhập khẩu nhóm hàng nông sản, thủy sản chiếm khoảng 6,5% tổng kim ngạch nhập khẩu của Việt Nam. Năm 2016, kim ngạch nhập khẩu các mặt hàng thuộc nhóm này đạt khoảng 11,3 tỷ USD (gồm các mặt hàng thức ăn gia súc và nguyên liệu, ngô, đậu tương, lúa mì, thủy sản, rau quả, hạt điều, sữa và sản phẩm từ sữa, dầu mỡ động thực vật, cao su, thuốc trừ sâu và nguyên liệu).

Trong năm 2016, hầu hết các mặt hàng như lúa mì, ngô, đậu tương đều có giá nhập khẩu giảm, lần lượt là 17,3%, 8,6% và 4,6% do xu hướng giá thế giới. Riêng hạt điều có giá nhập khẩu tăng 20,8%. Mặc dù vậy, kim ngạch nhập khẩu của hầu hết các mặt hàng trong nhóm đều tăng (ngoại trừ sữa và sản phẩm từ sữa, đậu tương và thuốc trừ sâu và nguyên liệu), cho thấy sự gia tăng lượng nhập khẩu của nhóm hàng này trong năm 2016.

Bảng 7: Nhập khẩu một số mặt hàng nông sản, thủy sản năm 2016

(Đơn vị tính: Lượng: nghìn tấn; Trị giá: triệu USD)

TT	Mặt hàng	Năm 2015		Năm 2016		Tăng/giảm 2016/2015 (%)	
		Lượng	Kim ngạch	Lượng	Kim ngạch	Lượng	Kim ngạch
1	Thức ăn gia súc và nguyên liệu		3.391		3.461		2,1
2	Ngô	7.622	1.651	8.445	1.671	10,8	1,2
3	Hạt điều	856	1.130	1.039	1.658	21,4	46,8
4	Thủy sản		1.068		1.106		3,6
5	Lúa mì	2.343	601	4.807	1.019	105,2	69,6
6	Rau quả		622		925		48,7
7	Sữa và sản phẩm từ sữa		900		849		-5,6
8	Thuốc trừ sâu và nguyên liệu		733		730		-0,4
9	Dầu, mỡ, động thực vật		682		701		2,8
10	Cao su các loại	390	648	435	690	11,5	6,4
11	Đậu tương	1.707	765	1.546	661	-9,4	-13,6

Nguồn: Tổng hợp từ số liệu của Tổng cục Hải quan

1. Thủy sản

Kim ngạch nhập khẩu thủy sản năm 2016 đạt 1,106 tỷ USD, tăng 3,6% so với năm 2015. Các chủng loại thủy sản nhập khẩu nhiều nhất là tôm, cá ngừ, mực... chủ yếu là nguyên liệu phục vụ chế biến xuất khẩu.

Thời gian qua, quy mô công suất các nhà máy chế biến thủy sản lớn tăng nhanh, trong khi do ảnh hưởng của thời tiết và dịch bệnh, diện tích và sản lượng tôm của Việt Nam chỉ tăng trung bình khoảng 5-6% năm, do đó để đảm bảo công suất chế biến và tận dụng cơ hội phát triển thị trường, hàng năm các doanh nghiệp chế biến tôm Việt Nam phải nhập khẩu một lượng lớn tôm nguyên liệu (chiếm 50 - 70% tổng lượng thủy sản nhập khẩu của Việt Nam) để chế biến xuất khẩu.

Các thị trường cung cấp thủy sản lớn cho Việt Nam là Ấn Độ với kim ngạch khoảng 276 triệu USD, giảm 14,2% so với năm 2015; Na Uy khoảng 104,2 triệu USD, tăng 32%. Ngoài ra, thủy sản Việt Nam còn được nhập khẩu từ một số thị trường khu vực châu Á như Đài Loan (97 triệu USD), Nhật Bản (71,8 triệu USD), Trung Quốc (71 triệu USD),...

2. Thức ăn chăn nuôi

Hàng năm, Việt Nam phải nhập khẩu một lượng lớn thức ăn chăn nuôi do sản xuất trong nước chưa đáp ứng đủ nhu cầu. Trong nhóm này, thức ăn gia súc và nguyên liệu có kim ngạch lớn nhất, khoảng 3,46 tỷ USD trong năm 2016, tăng 2,1% so với cùng kỳ. Nhập khẩu ngô đạt khoảng 1,67 tỷ USD, tăng 1,2%, đậu tương khoảng 661 triệu USD, giảm 13,6%.

Thị trường nhập khẩu các mặt hàng thuộc nhóm này chủ yếu là thị trường châu Mỹ. Trong đó, lớn nhất là Argentina với kim ngạch nhập khẩu thức ăn gia súc và nguyên liệu đạt 1,56 tỷ USD, tăng 8%, ngô đạt 845 triệu USD, tăng 63,3% và đậu tương 4,2 triệu USD, giảm 62,7%.

Đứng thứ hai sau Argentina là thị trường Hoa Kỳ, với kim ngạch nhập khẩu thức ăn gia súc và nguyên liệu năm 2016 là khoảng 420 triệu USD (giảm 2,1%), kim ngạch nhập khẩu đậu tương đạt khoảng 422 triệu USD (tăng 13,6%).

Việt Nam cũng nhập khẩu từ thị trường Brazil khoảng 626,6 triệu USD ngô, 134 triệu USD đậu tương và khoảng 133 triệu USD thức ăn gia súc và nguyên liệu trong năm 2016. Tuy nhiên, kim ngạch nhập khẩu các mặt hàng này từ thị trường Brazil có sự sụt giảm mạnh, với mức giảm lần lượt là 41,1%, 54,8% và 56,6% so với cùng kỳ năm 2015.

Bên cạnh các nước châu Mỹ, Việt Nam cũng nhập khẩu thức ăn gia súc và nguyên liệu từ một số nước lân cận như Trung Quốc (kim ngạch nhập khẩu năm 2016 đạt 262,9 triệu USD, tăng 34,4%), Thái Lan (98,3 triệu USD, giảm 5,6%), Indonesia (92,3 triệu USD, tăng 14,3%),...

3. Hạt điều

Năm 2016, Việt Nam nhập khẩu khoảng 1,04 triệu tấn hạt điều, kim ngạch

đạt khoảng 1,66 tỷ USD, tăng 21,4% về lượng và tăng 46,8% về trị giá so với năm 2015. Giá nhập khẩu bình quân cả năm 2016 tăng khoảng 20,8% so với mức giá bình quân năm 2015.

Nhu cầu điều thô phục vụ chế biến xuất khẩu của các nhà máy chế biến điều Việt Nam từ 1,3-1,5 triệu tấn, trong khi sản lượng điều thô trong nước trong giai đoạn 2014-2016 ổn định ở mức khoảng 500 nghìn tấn, do vậy hàng năm, ngành điều Việt Nam cần nhập khẩu từ 800 nghìn đến khoảng 1 triệu tấn để phục vụ sản xuất xuất khẩu và nhu cầu nhập khẩu tăng theo sự gia tăng của xuất khẩu điều nhân.

Năm 2016, Bờ biển Ngà tiếp tục là thị trường nhập khẩu lớn nhất đối với mặt hàng điều thô, kim ngạch đạt khoảng 654,5 triệu USD, chiếm 39,5% tổng nhập khẩu mặt hàng này của Việt Nam, tăng 70% so với năm 2015. Ngoài ra, các thị trường cung ứng điều thô khác là Campuchia (114,6 triệu USD, chiếm 6,9%, giảm 14,4%) và Indonesia (113,5 triệu USD, chiếm 6,8%, giảm 0,1%),...

4. Rau quả

Kim ngạch nhập khẩu rau quả năm 2016 đạt khoảng 925 triệu USD, tăng khoảng 48,7% so với cùng kỳ.

Rau quả Việt Nam nhập khẩu từ khá nhiều thị trường trên thế giới nhưng tập trung kim ngạch lớn nhất ở khu vực thị trường châu Á. Thị trường nhập khẩu lớn nhất là Thái Lan, với kim ngạch nhập khẩu năm 2016 đạt khoảng 410 triệu USD, tăng 98,6% so với cùng kỳ. Thị trường nhập khẩu lớn thứ hai của Việt Nam là Trung Quốc, kim ngạch đạt 219,4 triệu USD, tăng 17,4%, tiếp theo là Hoa Kỳ, khoảng 85 triệu USD, tăng 16%.

Ngoài ra, Việt Nam còn nhập khẩu rau quả từ một số nước như Australia, Myanmar, New Zealand, Ấn Độ, Nam Phi, Hàn Quốc,...

5. Lúa mì

Lúa mì là sản phẩm Việt Nam không sản xuất được, tuy nhiên là nguyên liệu không thể thay thế trong nhiều ngành chế biến thực phẩm phục vụ đời sống như bánh kẹo, mì ăn liền, bánh mì cũng như là nguyên liệu phục vụ chế biến thức ăn gia súc. Ngành chăn nuôi và thủy sản Việt Nam trong những năm qua phát triển ổn định với tốc độ cao, kéo theo nhu cầu nhập khẩu nguyên liệu phục vụ chế biến thức ăn gia súc và thủy sản trong đó có lúa mì ngày càng tăng. Bên cạnh đó, ngành chế biến thực phẩm cũng phát triển mạnh để phục vụ nhu cầu nội địa cũng như xuất khẩu làm gia tăng nhu cầu nhập khẩu lúa mì. Đây là những nguyên nhân chính khiến lượng và kim ngạch nhập khẩu lúa mì tăng trong những năm qua.

Năm 2016 nhập khẩu lúa mì đạt 4,81 triệu tấn với kim ngạch 1,02 tỷ USD, tăng 105,2% về lượng và 69,6% về kim ngạch.

Các thị trường nhập khẩu lúa mì chính của Việt Nam là thị trường Australia (384,2 triệu USD, chiếm 38% tổng nhập khẩu mặt hàng này của cả nước, tăng 23,3% so với năm 2015); Brazil (63,8 triệu USD, chiếm 6,3%, giảm 24,6%); Hoa

Kỳ (78,3 triệu USD, chiếm 7,7%, tăng 12,5%); Canada (16,1 triệu USD, chiếm 1,6%, giảm 79,0%)...

II. Nhập khẩu nhóm hàng nhiên liệu, khoáng sản

1. Than

1.1. Tình hình nhập khẩu

Theo số liệu thống kê sơ bộ của Tổng cục Hải quan, trong năm 2016 nhập khẩu than của cả nước đạt 13,3 triệu tấn, trị giá đạt 927 triệu USD, so với năm 2015 tăng 92,4% về lượng và 69,4% về trị giá. Từ năm 2013 đến nay, nhập khẩu than luôn duy trì mức tăng trưởng cao hàng năm. Cụ thể, năm 2013 Việt Nam nhập 2,27 triệu tấn; năm 2014, sản lượng than nhập khẩu đạt gần 3,1 triệu tấn, tăng 36,3% so với năm 2013. Đến năm 2015, lượng than nhập khẩu đã lên đến gần 7 triệu tấn, tăng 124,8% so với năm 2014.

Về chủng loại than nhập khẩu: chủ yếu nhập khẩu than Antraxit và than Bitum.

Lượng nhập khẩu than năm 2016 có sự tăng mạnh do một số nguyên nhân:

- Nhu cầu về than của một số nhà máy nhiệt điện tăng.
- Giá than thế giới giảm sâu.
- Điều kiện khai thác trong nước ngày càng xuống sâu và xa hơn làm tăng giá thành sản xuất khiến than trong nước có giá thành cao hơn than nhập khẩu.
- Than hầm lò phải nộp 12%, than lộ thiên phải nộp 14% thuế tài nguyên để có quyền khai thác. Đây là mức thuế tài nguyên gần như cao nhất so với các nước trong khu vực trong khi than của Indonesia thuế tài nguyên 3-7%, than của Trung Quốc có thuế tài nguyên 0-4%. Như vậy, chỉ tính riêng thuế tài nguyên của Việt

Bảng 8: Thị trường nhập khẩu than năm 2016

Số lượng: nghìn tấn. Trị giá: triệu USD

STT	Thị trường	Năm 2015		Năm 2016		Tỷ lệ so sánh (%)	
		Số lượng	Trị giá	Số lượng	Trị giá	Số lượng	Trị giá
1	Indonesia	1.914	110,8	2.945	141,7	53,8	27,9
2	Malaysia	198	10,9	163	7,4	-18	-32,1
3	Australia	1.441	127,3	4.002	310,5	177,8	143,8
4	Trung Quốc	1.743	178,5	1.655	164,5	-5	-7,9
5	Nga	1.400	101,3	3.687	247,1	163,3	143,8

Nguồn: Tổng hợp từ số liệu của Tổng cục Hải quan

Nam đã cao hơn 7-10% so với các nước trong khu vực, trong khi thuế xuất khẩu than của nhiều nước ở mức 0%, thuế nhập khẩu than vào Việt Nam hiện là 0%.

1.2. Thị trường nhập khẩu

Năm 2016, Australia là thị trường xuất khẩu than lớn nhất sang Việt Nam với số lượng 4 triệu tấn, trị giá đạt 310 triệu USD, so với năm 2015 tăng 177% về lượng và 143,8% về trị giá. Đứng thứ 2 là thị trường Nga với số lượng 3,6 triệu tấn, trị giá đạt 247 triệu USD, so với năm 2015 tăng 163% về lượng và 143,8% về trị giá. Tiếp theo là thị trường Trung Quốc với số lượng 1,6 triệu tấn, trị giá 164 triệu USD, so với năm 2015 giảm 5% về lượng và 7,9% về trị giá.

2. Xăng dầu

2.1. Tình hình nhập khẩu

Xăng dầu là mặt hàng cần thiết nhập khẩu để đảm bảo an ninh năng lượng. Trước đây, Việt Nam phụ thuộc hoàn toàn vào nguồn xăng dầu nhập khẩu, lượng xăng dầu nhập khẩu thường ở mức 12-13 triệu tấn/năm. Tuy nhiên, kể từ sau khi Nhà máy lọc dầu Dung Quất chính thức được đưa vào vận hành, đáp ứng khoảng 30-40% nhu cầu tiêu thụ của thị trường nội địa thì lượng xăng dầu nhập khẩu đã giảm đáng kể.

Năm 2016, tổng lượng xăng dầu nhập khẩu và tạm nhập để tái xuất là khoảng 11,8 triệu tấn, trị giá khoảng 4,94 tỷ USD, tăng 18% về lượng và giảm 7,3% về kim ngạch so với cùng kỳ.

Nhập khẩu xăng dầu năm 2016 tiếp tục có mức tăng trưởng khá về lượng do tình hình thị trường, giá cả xăng dầu thuận lợi, trong đó có việc thuế nhập khẩu xăng dầu ưu đãi đặc biệt theo một số Hiệp định thương mại tự do mà Việt Nam tham gia tiếp tục được cắt giảm theo lộ trình. Mặc dù vậy, do giá xăng dầu có mức giảm mạnh trong năm 2016 (bình quân giá xăng dầu cả năm 2016 đã giảm khoảng 22% so với năm 2015 và giảm khoảng 49% so với giá bình quân năm 2014) nên kim ngạch nhập khẩu xăng dầu năm 2016 vẫn giảm so với cùng kỳ.

Về cơ cấu mặt hàng nhập khẩu, trong năm 2016, cả nước nhập khẩu gần 2,6 triệu tấn xăng, trị giá 1,23 tỷ USD, nhập khẩu dầu diesel đạt 6,8 triệu tấn, trị giá 2,76 tỷ USD, dầu ma-dút đạt 884 nghìn tấn, trị giá 197 triệu USD, nhiên liệu bay 1,54 triệu tấn, trị giá 688 ngàn USD.

Theo quy định hiện hành, xăng dầu chỉ được nhập khẩu bởi các doanh nghiệp có Giấy phép kinh doanh xuất khẩu, nhập khẩu xăng dầu. Tính đến nay, có 30 doanh nghiệp kinh doanh xuất khẩu, nhập khẩu xăng dầu (trong đó 3 doanh nghiệp chỉ kinh doanh mặt hàng nhiên liệu hàng không).

Nhìn chung trong năm 2016, thị trường đã có nhiều yếu tố thuận lợi đối với hoạt động nhập khẩu xăng dầu. Do vậy, song song với việc tiêu thụ sản phẩm sản xuất trong nước, các doanh nghiệp kinh doanh xuất khẩu, nhập khẩu xăng dầu đã đẩy nhanh lượng nhập khẩu xăng dầu.

Xét về tổng kim ngạch, do yếu tố giá giảm nên tổng kim ngạch nhập khẩu xăng dầu vẫn giảm so với cùng kỳ. Tuy nhiên, xét về tổng lượng, hoạt động nhập khẩu xăng dầu năm 2016 đã đáp ứng đủ nhu cầu xăng dầu phục vụ sản xuất và tiêu thụ của thị trường nội địa.

2.2. Thị trường nhập khẩu

Xăng dầu chủ yếu được nhập khẩu từ thị trường ASEAN (Singapore, Malaysia, Thái Lan), Hàn Quốc, Trung Quốc, Đài Loan, Nga,...

Cơ cấu thị trường nhập khẩu xăng dầu trong năm 2016 có sự biến động so với thời gian trước do tác động của việc giảm thuế suất thuế nhập khẩu ưu đãi đặc biệt theo các Hiệp định thương mại tự do. Cụ thể, nhập khẩu từ khu vực ASEAN chiếm tới 70% tổng kim ngạch nhập khẩu xăng dầu. Singapore tiếp tục giữ vị trí thứ nhất trong số các thị trường mà Việt Nam nhập khẩu xăng dầu (kim ngạch đạt 1,58 tỷ USD), tuy nhiên mức kim ngạch này giảm 22,6% so với năm 2015, cao hơn nhiều so với mức giảm kim ngạch chung của mặt hàng này (giảm 7,3%). Trong khi đó, Malaysia là thị trường có kim ngạch nhập khẩu tăng đáng kể, đạt 1,18 tỷ USD, tăng 211% so với năm trước và vươn lên là thị trường nhập khẩu xăng dầu lớn thứ hai của Việt Nam.

Tương tự như vậy, với việc Hiệp định thương mại tự do giữa Việt Nam và Hàn Quốc được ký kết, nhập khẩu xăng dầu từ thị trường Hàn Quốc tăng đáng kể do doanh nghiệp được hưởng thuế suất thuế nhập khẩu xăng dầu ưu đãi đặc biệt theo Hiệp định này (đặc biệt là đối với mặt hàng xăng có mức thuế nhập khẩu ưu đãi đặc biệt theo Hiệp định là 10%, thấp hơn mức thuế MFN và mức thuế nhập khẩu ưu đãi đặc biệt theo các Hiệp định khác như ATIGA, ACFTA). Kim ngạch nhập khẩu từ thị trường Hàn Quốc trong năm 2016 đạt 940 triệu USD, tăng tới 426% so với năm 2015 và vươn lên là thị trường nhập khẩu lớn thứ ba của Việt Nam.

Trong khi đó, nhập khẩu từ các thị trường Trung Quốc, Đài Loan,... đều ghi nhận kim ngạch giảm mạnh so với năm trước. Cụ thể, nhập khẩu từ Trung Quốc đạt 451 triệu USD, giảm 51% so với năm 2015. Nhập khẩu từ Đài Loan đạt 51,8 triệu USD, giảm 88,6%. Nhập khẩu từ Nga đạt 47,6 triệu USD, giảm 22,9%.

III. Nhập khẩu nhóm hàng công nghiệp

1. Phân bón

1.1. Tình hình nhập khẩu

Năm 2016, nhập khẩu phân bón đạt 4,2 triệu tấn, trị giá hơn 1,125 tỷ USD giảm 7% về lượng và giảm 21% về trị giá so với năm 2015.

Về chủng loại phân bón nhập khẩu, Việt Nam nhập khẩu chủ yếu 5 loại sau:

+ Phân Ure: nhập khẩu đạt 610,3 nghìn tấn với giá trị đạt 138,7 triệu USD, tăng 1,5% về khối lượng nhưng lại giảm 21,7% về giá trị so với cùng kỳ năm 2015.

+ Phân NPK: nhập khẩu đạt 317,8 nghìn tấn, trị giá 128,95 triệu USD, giảm

16% về lượng và giảm 20,7% so với cùng kỳ năm 2015.

+ Phân SA đạt 1,037 triệu tấn với giá trị nhập khẩu đạt 121,56 triệu USD, giảm 0,7% về khối lượng và giảm 17,3% về giá trị so với năm 2015.

+ Phân DAP: đạt 805,6 nghìn tấn với giá trị nhập khẩu đạt 295,9 triệu USD, giảm 17,3% về khối lượng và giảm 37,7% về giá trị so với năm 2015.

+ Phân Kali: đạt 1,009 triệu tấn với giá trị nhập khẩu đạt 288,05 triệu USD, tăng 2,9% về khối lượng nhưng giảm 12,5% về giá trị so với năm 2015.

Nhập khẩu phân Ure tăng để đáp ứng nhu cầu trong nước và giá nhập khẩu cạnh tranh hơn. Từ tháng 3/2016 Nhà máy Đạm Ninh Bình với sản lượng cung cấp ra thị trường 560 nghìn tấn phân đạm đã dừng hoạt động khiến nguồn cung trong nước bị giảm và thiếu hụt. Hơn nữa, chính sách thuế xuất khẩu là 0% mà Trung Quốc áp dụng đã đẩy mạnh xuất khẩu phân bón ra thị trường thế giới, trong đó có Việt Nam. Ngoài ra, giá phân bón thế giới xuống đến mức thấp nhất từ trước đến nay, khoảng 200 USD/tấn cũng là nguyên nhân gia tăng nhập khẩu phân Ure vào Việt Nam.

1.2. Thị trường nhập khẩu

Việt Nam chủ yếu nhập khẩu phân bón từ Trung Quốc, Nga, Indonesia. Nhập khẩu phân bón từ thị trường Trung Quốc năm 2016 giảm 29,2% về giá trị so với năm 2015, tuy nhiên Trung Quốc là thị trường chủ lực cung cấp phân bón cho Việt Nam, với số lượng là 1,919 triệu tấn, trị giá 467,7 nghìn USD, chiếm tỷ trọng 45,72% tổng lượng phân bón nhập khẩu. Đứng thứ hai là Nga với số lượng 359,5 nghìn tấn, trị giá 118,65 USD chiếm tỷ trọng 6,56%, tiếp theo là Indonesia, Canada, Nhật Bản và một số nước khác.

Bảng 9: Nhập khẩu phân bón năm 2016

STT	Các loại phân bón	Nhập khẩu năm 2015		Nhập khẩu năm 2016		Tăng trưởng (%)	
		Số lượng (tấn)	Trị giá (nghìn USD)	Số lượng (tấn)	Trị giá (nghìn USD)	Số lượng	Trị giá
1	Urea	601.284	177.105	610.229	138.722	1,5	-21,7
2	SA	1.043.741	146.904	1.037.027	121.564	-0,7	-17,3
3	Kali	981.284	329.061	1.009.707	288.055	2,9	-12,5
4	DAP	978.836	452.998	805.603	295.923	-17,3	-34,7
5	NPK	377.932	162.532	317.799	128.950	-16,0	-20,7
	Khác				
	Tổng cộng	4.505.383	1.420.436	4.196.588	1.125.257		

Nguồn: Tổng hợp từ số liệu của Tổng cục Hải quan

TÌNH HÌNH NHẬP KHẨU CÁC MẶT HÀNG



Bảng 10: Thị trường chính nhập khẩu phân bón năm 2016

Thị trường	Lượng (tấn)	Tăng, giảm so với năm 2015 (%)	Trị giá (USD)	Tăng, giảm so với năm 2015 (%)	Tỷ trọng (%)
Tổng	4.196.588	-6,85	1.125.257.041	-20,78	100,00
Trung Quốc	1.919.010	-16,40	467.705.846	-29,8	41,56
Nga	359.517	-12,17	118.658.403	-24,34	10,55
Indonesia	304.107	39,47	69.405.961	4,70	6,17
Belarus	231.229	-14,60	69.019.414	-25,51	6,13
Hàn Quốc	140.861	-17,12	58.676.566	-22,2	5,21
Canada	177.246	10,78	52.689.521	-4,52	4,68
Israel	146.238	103,90	46.055.842	72,9	4,09
Lào	168.904	2,24	38.827.596	-6,1	3,45

Nguồn: Tổng hợp từ số liệu của Tổng cục Hải quan

2. Nguyên phụ liệu ngành dệt may, da giày

2.1. Tình hình nhập khẩu

- Bông: Việt Nam phụ thuộc 99% nguồn nhập khẩu bông. Năm 2016 nhập khẩu bông đạt 1,03 triệu tấn trị giá khoảng 1,7 tỷ USD, tăng 2,0% về lượng và tăng 2,5% về giá trị so với năm 2015.

Giá nhập khẩu trung bình mặt hàng bông các loại năm 2016 đạt mức 1.608 USD/tấn, tăng không đáng kể so với năm 2015.

- Xơ sợi: Nhập khẩu đạt 861 nghìn tấn, trị giá 1,6 tỷ USD, tăng 8,8% về lượng và tăng 5,9% về trị giá so với năm 2015. Giá xơ sợi nhập khẩu trung bình năm 2016 khoảng 1.867 USD/tấn, giảm 2,7% so với năm 2015.

- Vải: Nhập khẩu năm 2016 đạt 10,5 tỷ USD, tăng 3,2% so với năm 2015 và chiếm khoảng gần 40% giá trị xuất khẩu hàng may mặc của Việt Nam.

- Nguyên phụ liệu dệt may, da giày: nhập khẩu năm 2016 đạt 5,1 tỷ USD tăng 1,3% so với năm 2015.

Chuỗi cung ứng ngành dệt may Việt Nam còn tồn tại một số bất cập. Sự yếu kém trong khâu sản xuất nguyên, phụ liệu đầu vào đã ảnh hưởng đến sự phát triển của ngành dệt may Việt Nam, đặc biệt là trước những cơ hội từ các Hiệp định thương mại tự do. Hiện nay, Việt Nam mới chỉ cung cấp được 0,3% nhu cầu về bông, 40% nhu cầu xơ, còn lại là phải nhập khẩu từ Hoa Kỳ, Trung Quốc và Đài Loan,.... Sản lượng sợi đạt 1,4 triệu tấn một năm nhưng hơn 70% trong đó là xuất khẩu; mặt khác lại phải nhập khẩu gần 0,1 triệu tấn sợi chỉ số cao từ Trung Quốc, Hàn Quốc, Đài Loan,... Khâu dệt vải tạo ra khoảng 2,8 tỉ mét vải/năm (chiếm 30% nhu cầu), vẫn phải nhập khẩu 6,1 tỷ mét vải từ các nước như Trung Quốc, Hàn Quốc, Đài Loan là những nước không tham gia các Hiệp định thương mại tự do lớn như TPP, EVFTA, VJEPA (chiếm hơn 70%).

Về phụ liệu may, trong nước hiện đã có các cơ sở sản xuất một số chủng loại phụ liệu chính như chỉ may, bông tằm, mex dímh, cúc nhựa, khóa kéo, băng chun, nhãn mác, bao bì... nhưng cũng chỉ đáp ứng được một phần nhu cầu của thị trường trong nước, phần còn lại vẫn phải nhập khẩu.

Như vậy, dệt may xuất khẩu lệ thuộc lớn vào nguồn nguyên, phụ liệu nhập khẩu, mà chủ yếu không phải từ các nước ký các FTA với các thị trường xuất khẩu chủ lực của ngành dệt may Việt Nam. Việc không chủ động được nguyên, phụ liệu trong nước, phải phụ thuộc vào các nhà cung cấp nước ngoài đã làm hạn chế khả năng cạnh tranh của các doanh nghiệp dệt may Việt Nam, khiến giá trị gia tăng trong sản phẩm dệt may còn thấp.

Trong năm 2015 và năm 2016 nhiều dự án đầu tư vào lĩnh vực xơ sợi và dệt vải đã được cấp phép và triển khai thực hiện đón đầu các FTA đã góp phần giảm bớt áp lực nhập khẩu nguyên phụ liệu cho ngành.

2.2. Thị trường nhập khẩu

- **Bông:** Nhập khẩu bông từ 11 thị trường, 4 thị trường chủ yếu là Hoa Kỳ, Australia, Brazil và Ấn Độ chiếm đến 83,8% kim ngạch nhập khẩu bông của cả nước. Nhập khẩu năm 2016 tăng từ các thị trường Hoa Kỳ, Brazil và Australia.

- **Xơ sợi:** Xơ sợi nhập khẩu từ 11 thị trường, chủ yếu từ Trung Quốc, Đài Loan và Hàn Quốc. 3 thị trường này chiếm 72,6% kim ngạch nhập khẩu của mặt hàng xơ sợi.

Trong đó nhập khẩu xơ sợi từ Trung Quốc đạt 698 triệu USD, từ Đài Loan là 302 triệu USD và Hàn Quốc là 164 triệu USD.

- **Vải:** Nhập khẩu từ hơn 20 thị trường, chủ yếu từ Trung Quốc, Đài Loan và Hàn Quốc. Ba thị trường này chiếm đến 85% kim ngạch nhập khẩu vải cả nước, trong đó vải nhập khẩu từ Trung Quốc đạt 5,45 tỷ USD tăng 4,3% so với năm 2015, chiếm đến 52% kim ngạch nhập khẩu vải của cả nước, nhập khẩu vải từ Hàn Quốc đạt 1,96 tỷ USD, tăng 5,5%, vải nhập khẩu từ Đài Loan đạt 1,5 tỷ USD, giảm khoảng 2,2% so với năm 2015.

Bảng 11: Nhập khẩu bông từ một số thị trường năm 2016

Thị trường	Năm 2016		Tăng, giảm so với năm 2015 (%)	
	Lượng (tấn)	Trị giá (nghìn USD)	Lượng	Trị giá
Tổng	1.034.046	1.662.655	2,0	2,5
Hoa Kỳ	499.031	810.153	12,9	10,0
Brazil	132.283	214.909	10,5	12,6
Ấn Độ	107.099	155.791	-21,6	-23,3
Australia	100.620	179.403	110,7	106,0
Pakistan	5.133	8.091	-69,4	-63,1
Indonesia	4.595	4.569	43,6	52,8
Argentina	3.355	5.019	35,0	50,8
Trung Quốc	2.045	3.017	-40,7	-51,4

Nguồn: Tổng hợp từ số liệu của Tổng cục Hải quan

TÌNH HÌNH NHẬP KHẨU CÁC MẶT HÀNG



Bảng 12: Một số thị trường cung cấp xơ, sợi năm 2016

Thị trường	Năm 2016		Tăng, giảm so với năm 2015 (%)	
	Lượng (tấn)	Trị giá (triệu USD)	Lượng (tấn)	Trị giá (triệu USD)
Tổng	861.380	1.608	8,8	5,9
Trung Quốc	358.754	697,5	19,1	14,0
Đài Loan	195.446	302,1	1,4	-6,0
Hàn Quốc	77.776	163,7	-2,2	-7,2
Thái Lan	78.550	102,5	-5,1	-4,3
Indonesia	60.052	104,4	12,4	18,7
Ấn Độ	30.814	76,5	-4,8	-2,7
Malaysia	23.250	23,8	8,4	7,6
Nhật Bản	11.456	60,9	16,8	26,1
Pakistan	3.438	9,7	-36,5	-34,7

Nguồn: Tổng hợp từ số liệu của Tổng cục Hải quan

3. Thép

3.1. Tình hình nhập khẩu

Do ngành thép Việt Nam chưa sản xuất được thép cuộn cán nóng và các loại thép hợp kim nên hàng năm vẫn phải nhập khẩu một số lượng rất lớn nguyên liệu và bán thành phẩm phục vụ cho sản xuất.

Năm 2016, tổng lượng thép nhập khẩu đạt 18,37 triệu tấn, tăng 18,4% so với năm 2015. Nhập khẩu phôi thép đạt 1,08 triệu tấn, giảm 41,5%. Nhập khẩu thép phế liệu đạt 3,72 triệu tấn, tăng 18,8%. Nhập khẩu thép tăng mạnh, tập trung chủ yếu vào nửa đầu năm 2016, đặc biệt từ thị trường Trung Quốc. Từ giữa năm, tốc độ tăng nhập khẩu thép đã giảm do Chính phủ áp dụng các biện pháp phòng vệ thương mại.

Giá thép nhập khẩu năm 2016 đạt trung bình 436,5 USD/ tấn, giảm 9,4% so với cùng kỳ năm 2015. Tuy nhiên, dự kiến, giá nhập khẩu sẽ tăng do giá thế giới đã tăng mạnh trong thời gian gần đây.

3.2. Thị trường nhập khẩu

Năm 2016, Việt Nam nhập khẩu thép chủ yếu từ một số thị trường lớn như Trung Quốc (10,85 triệu tấn với trị giá 4,45 tỷ USD), Nhật Bản (2,64 triệu tấn với trị giá 1,19 tỷ USD), Hàn Quốc (1,8 triệu tấn với trị giá 1 tỷ USD), Đài Loan (1,74 triệu tấn với trị giá 723,9 triệu USD), Nga (0,514 triệu tấn với trị giá 161,25 triệu

Bảng 13: Nhập khẩu thép năm 2016

	Chủng loại	Năm 2015 (tấn)	Năm 2016 (tấn)	2016 so với 2015 (%)
A	Phôi thép	1.879.044	1.204.513	64,1%
B	Thép các loại	14.006.132	17.527.389	125,1%
1	Thép tấm lá đen	4.265.565	5.597.265	31,2%
2	Tôn mạ và sơn phủ màu	1.423.673	1.842.589	29,4%
3	Thép không gỉ	610.135	701.606	15,0%
4	Thép hợp kim	7.061.070	8.095.448	14,6%
5	Các loại thép khác	954.196	1.592.373	66,9%
C	Thép phế	3.229.976	3.989.939	23,5%
D	Hợp kim Ferro	356.412	110.491	31,0%
E	Gang	53.070	82.058	54,6%
	Tổng cộng	19.833.140	23.216.283	17,1%



USD) và một số nước ASEAN, như Thái Lan, Malaysia và Indonesia (0,29 triệu tấn với trị giá 180,8 triệu USD).

Với thị trường Trung Quốc, năm 2016, nhập khẩu thép đạt 10,85 triệu tấn với trị giá 4,45 tỷ USD, tăng 13% về lượng và 6,7% về trị giá so với năm 2015, chiếm tỷ trọng 59,1% tổng lượng và 55,5% về trị giá nhập khẩu thép của Việt Nam.

Lượng thép nhập khẩu từ Nga đạt tốc độ tăng mạnh nhất, tăng 14,96% so với năm 2015, đạt 514,5 nghìn tấn. Dự báo, nhập khẩu thép từ thị trường Nga sẽ còn tăng mạnh trong thời gian tới nhờ những ưu đãi về thuế. Theo cam kết mà Việt Nam đạt được trong Hiệp định thương mại tự do Việt Nam - Liên minh Kinh tế Á Âu, cam kết với mặt hàng sắt thép được xây dựng với 4 lộ trình khác nhau: Ngay khi hiệp định có hiệu lực lập tức xóa bỏ thuế nhập khẩu với nguyên liệu thô, thép cuộn cán nóng, ống thép hàn là các mặt hàng không sản xuất nhiều ở trong nước; các sản phẩm như phôi thép, phôi vuông, thép xây dựng cắt giảm thuế có lộ trình 10 năm; các sản phẩm thép cán nguội, thép mạ 7 năm.

4. Chất dẻo nguyên liệu và sản phẩm nhựa

4.1. Chất dẻo nguyên liệu

Tổng kim ngạch nhập khẩu chất dẻo nguyên liệu 2016 của Việt Nam đạt 6,3 tỷ USD, tăng 5% so với năm 2015.



Sở dĩ mức tăng trưởng về trị giá thấp hơn tăng trưởng về lượng là do giá nhập khẩu chất dẻo nguyên liệu giảm theo mức giảm chung của thế giới do giá dầu thô giảm. Cụ thể, trong năm 2016, giá nhập khẩu chất dẻo nguyên liệu đã giảm 9.2 % so với năm 2015, giá bình quân của chất dẻo nguyên liệu nhập khẩu ở mức 1.378 USD/tấn.

Trong đó, nhập khẩu của khối doanh nghiệp FDI đạt 3,09 tỷ USD, chiếm tỷ trọng 55,6% tổng kim ngạch nhập khẩu toàn ngành, tương ứng với tỷ trọng trong kim ngạch xuất khẩu sản phẩm nhựa của khối này.

Ngành nhựa chủ yếu vẫn chỉ được biết đến như một ngành kinh tế kỹ thuật về gia công chất dẻo, vì phải nhập khẩu đến 80% nguyên liệu, chủ yếu từ Nhật Bản, Hàn Quốc, Đài Loan và Trung Quốc. Hiện mỗi năm ngành nhựa cần 3,5 triệu tấn các loại nguyên liệu đầu vào chưa kể hàng trăm hóa chất phụ trợ khác trong khi khả năng trong nước chỉ đáp ứng gần 900.000 tấn nguyên liệu và hóa chất phụ gia cho nhu cầu.

Riêng tại Thành phố Hồ Chí Minh, Hiệp hội Nhựa Thành phố Hồ Chí Minh đã xây dựng hoàn thiện chuỗi cung ứng nguyên liệu và xuất khẩu sản phẩm nhựa. Chuỗi cung ứng là sự liên kết bốn bên gồm doanh nghiệp (doanh nghiệp sản xuất,

doanh nghiệp cung ứng nguyên liệu); ngân hàng cho vay nhập nguyên liệu; cảng ưu tiên cho doanh nghiệp nhựa xuất khẩu; và doanh nghiệp nhựa tham gia chuỗi cung ứng.

Thị trường nhập khẩu

Năm 2016, có 31 thị trường cung cấp chất dẻo nguyên liệu vào Việt Nam, trong đó Hàn Quốc là thị trường cung cấp nhiều nhất với kim ngạch 1,2 tỷ USD, tăng 4,3%, chiếm tỷ trọng 19,1%; Ả-rập Xê-út là thị trường cung cấp lớn thứ hai với kim ngạch 1,02 tỷ USD, tăng 5,3% so với cùng kỳ năm 2015, chiếm tỷ trọng 16,3%; Đài Loan ở vị trí thứ ba với kim ngạch 941,1 triệu USD, tăng 0,9% và chiếm tỷ trọng 15%.

4.2. Sản phẩm nhựa

Kim ngạch nhập khẩu:

Tổng kim ngạch nhập khẩu sản phẩm nhựa năm 2016 đạt 4,4 tỷ USD, tăng 17% so với cùng kỳ năm 2015.

Tăng trưởng kim ngạch nhập khẩu sản phẩm nhựa chủ yếu thuộc về khối doanh nghiệp FDI, cụ thể, các doanh nghiệp FDI đã nhập khẩu 3,45 tỷ USD sản phẩm nhựa, tăng trưởng 112%, chiếm tỷ trọng 78,6%. Các sản phẩm được nhập khẩu chủ yếu là linh kiện, khuôn mẫu, nguyên liệu phục vụ hoạt động sản xuất, đầu tư. Ngoài ra cũng có sản phẩm nhựa tiêu dùng nhập khẩu để phân phối trong thị trường tiêu dùng nội địa, cạnh tranh trực tiếp với sản phẩm sản xuất trong nước của Việt Nam.

Bảng 14: Thị trường nhập khẩu sản phẩm nhựa năm 2016

Thị trường nhập khẩu	Năm 2016 (USD)	Thay đổi so với năm 2015 (%)	Tỷ trọng năm 2016 (%)
Tổng	4.396.645.328	17	100
Trung Quốc	1.491.531.620	29,6	34
Hàn Quốc	1.299.908.735	21,8	29,6
Nhật Bản	660.279.117	4	15,0
ASEAN	386.826.876	8,3	8,8
Đài Loan	209.159.780	-7,5	4,8
Hoa Kỳ	83.746.926	17,8	1,9
Hồng Kông	35.205.347	1,1	0,8
EU	83.280.580	-11,4	1,9

Nguồn: Tổng hợp từ số liệu của Tổng cục Hải quan

Thị trường nhập khẩu:

Trong năm 2016, Trung Quốc, Hàn Quốc, Nhật Bản vẫn là các thị trường chính cung cấp sản phẩm nhựa cho Việt Nam, trong đó: Trung Quốc đạt kim ngạch cao nhất 1,491 tỷ USD, tăng 29,6% so với cùng kỳ, chiếm tỷ trọng cao nhất 34%; tiếp đến là Hàn Quốc với kim ngạch 1,29 tỷ USD tăng 21,8%, tỷ trọng 29,6%; Nhật Bản cung cấp 660 triệu USD, tăng 4% so với cùng kỳ, chiếm tỷ trọng 15%.



Riêng 3 thị trường Trung Quốc, Hàn Quốc, Nhật Bản đã chiếm 78% tổng kim ngạch nhập khẩu sản phẩm nhựa của Việt Nam.

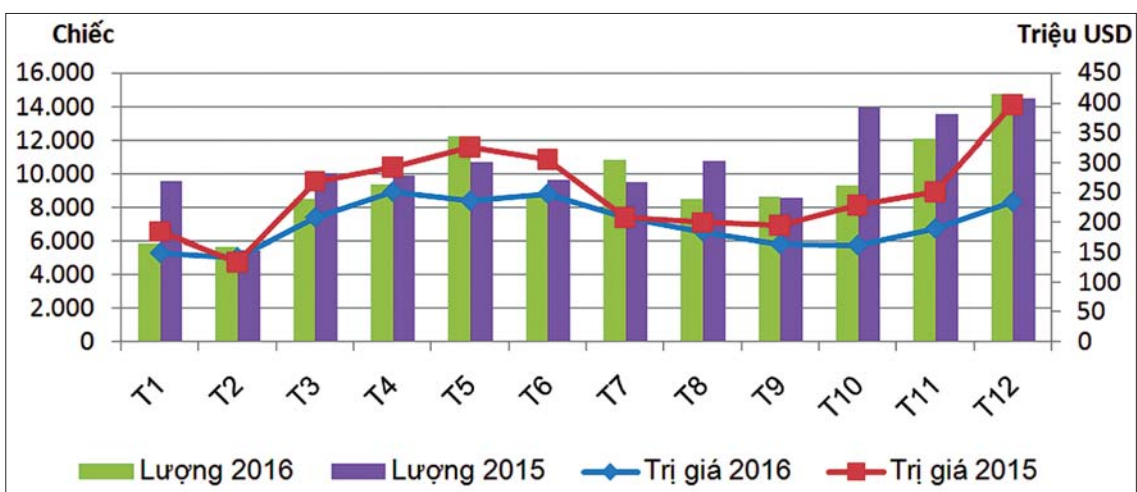
5. Ô tô và linh kiện

Năm 2016, có 113.567 chiếc ô tô nhập khẩu về Việt Nam với tổng giá trị xấp xỉ 2,3 tỷ USD, giảm 9,5% về lượng và giảm 21,7% về giá trị so với năm 2015.

Ô tô nhập khẩu tập trung chủ yếu là mặt hàng xe dưới 9 chỗ ngồi và xe tải, trong đó, nhập khẩu ô tô dưới 9 chỗ ngồi đạt 51.623 chiếc trị giá 685,67 triệu USD tăng 0,35% về lượng nhưng tăng 28,04% về giá trị so với năm 2015, chiếm 45,45% về lượng và 29,36% về giá trị trong tổng kim ngạch nhập khẩu ô tô.

Xe tải nhập khẩu đạt 47.515 chiếc trị giá 974 triệu USD, tăng 2,94% về lượng

Biểu đồ 1: Lượng và kim ngạch ô tô nguyên chiếc nhập khẩu



Nguồn: Tổng hợp từ số liệu của Tổng cục Hải quan

và giảm 25% về giá trị so với năm trước.

Thị trường nhập khẩu:

Trong năm 2016, có rất nhiều thị trường cung cấp ô tô cho Việt Nam, trong đó các thị trường cung cấp chính vẫn là Ấn Độ, Thái Lan, Hàn Quốc, Trung Quốc.

Thái Lan ở vị trí dẫn đầu về lượng cung cấp ô tô vào Việt Nam trong năm 2016 với 34.336 chiếc, trị giá 640,8 triệu USD, tăng 36,6% về lượng và tăng 45,5% về trị giá so với cùng kỳ năm 2015. Ở vị trí thứ hai là Ấn Độ với tổng lượng cung cấp vào nước ta là 22.000 chiếc, trị giá 119,6 triệu USD, giảm 12,5% về lượng và giảm 7% trị giá so với cùng kỳ. Hàn Quốc đứng ở vị trí thứ ba với 20.204 xe tương đương với trị giá 295,9 triệu USD, giảm 24% về lượng và giảm 51,5% về trị giá.

Sản xuất trong nước:

Đến năm 2015, ngành sản xuất ô tô có trên 400 doanh nghiệp, tập trung chủ yếu ở khu vực Đông Nam Bộ và vùng Đồng bằng Sông Hồng. Đa số doanh nghiệp có quy mô vừa và nhỏ. Tổng công suất lắp ráp thiết kế khoảng 460.000 xe/năm, trong đó khu vực có vốn đầu tư nước ngoài chiếm khoảng 47%, doanh nghiệp trong nước khoảng 53%. Giai đoạn 2001-2014, tốc độ tăng trưởng bình quân của sản xuất lắp ráp ô tô khoảng 17%/năm. Biến động của nền kinh tế và sự thay đổi của chính sách, đặc biệt các chính sách về thuế, phí là các nhân tố chủ yếu ảnh hưởng đến sản xuất cũng như tiêu thụ xe ô tô. Tổng số lượng xe tiêu thụ năm 2010 là 184.813 xe, năm 2011 là 181.545 xe, năm 2012 là 124.815 xe và năm 2013 là 153.199 xe, năm 2014 là 241.178 xe, năm 2015 là khoảng 380.000 xe.

Ngành công nghiệp hỗ trợ công nghiệp ô tô đã hình thành, nhưng mới chỉ sản xuất được một số ít chủng loại phụ tùng đơn giản, có hàm lượng công nghệ thấp

Bảng 15: Cơ cấu nhập khẩu ô tô năm 2016

Loại xe	Năm 2016		Tăng giảm năm 2016 so với năm 2015 (%)	
	Lượng (Chiếc)	Trị giá (Nghìn USD)	Lượng	Trị giá
Tổng	113.567	2.335.122.553	-9,53	-21,71
Xe 9 chỗ ngồi trở xuống	51.623	685.670.974	0,35	28,04
Xe trên 9 chỗ	867	24.556.590	-30,69	-31,27
Xe tải	47.515	973.992.113	2,94	-25,00
Loại khác	13.562	650.902.876	-43,22	-41,50

Nguồn: Tổng hợp từ số liệu của Tổng cục Hải quan

như gương, kính, ghế ngồi, bộ dây điện, ắc quy, săm-lốp, sản phẩm nhựa, v.v... Chỉ một số ít doanh nghiệp đầu tư dây chuyền dập thân, vỏ xe.

Các loại xe tải, xe khách từ 10 chỗ ngồi trở lên, xe chuyên dụng, tỷ lệ nội địa hóa đạt từ 45% đến 55%. Xe chở người dưới 9 chỗ ngồi (xe con) đạt tỷ lệ nội địa hóa khoảng 12% riêng dòng xe Innova của Toyota Việt Nam đạt 37%.

5.1. Ô tô

Nhập khẩu ô tô nguyên chiếc năm 2016 có thể chia thành 3 giai đoạn:

- Trước 1/7/2016: Các doanh nghiệp đẩy mạnh nhập khẩu ô tô, đặc biệt là dòng ô tô dung tích lớn, giá trị cao do đây là thời điểm áp dụng cách tính thuế tiêu thụ đặc biệt mới.

- Từ 1/7/2016: Lượng xe ô tô nhập khẩu về Việt Nam giảm.

- Giai đoạn cuối năm 2016: Nhập khẩu ô tô tăng trở lại để phục vụ nhu cầu mua sắm của người tiêu dùng dùng trước Tết.

Bước sang năm 2017, lượng xe ô tô nhập khẩu có thể tăng khi thuế nhập khẩu từ ASEAN giảm xuống còn 30% cũng như các quy định của Thông tư số 20/2011/TT-BCT ngày 12/5/2011 có khả năng bị bãi bỏ và được thay thế bằng các điều kiện đầu tư kinh doanh như Luật Đầu tư đã quy định.

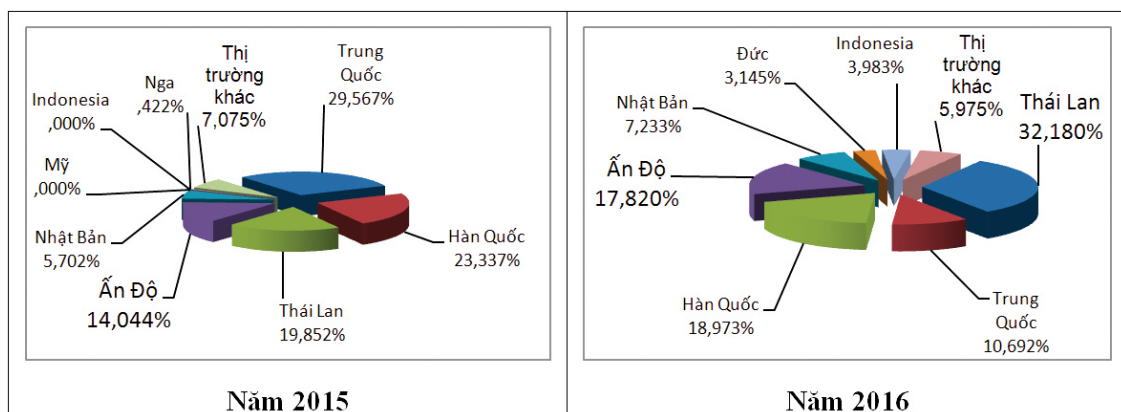
5.2. Linh kiện, phụ tùng ô tô

Trong năm 2016, Việt Nam nhập khẩu linh kiện và phụ tùng ô tô các loại đạt hơn 3,5 tỷ USD, tăng 17,2% so với cùng kỳ năm 2015.

Thị trường nhập khẩu linh kiện, phụ tùng ô tô:

Trong năm 2016, Hàn Quốc là nước dẫn đầu về cung cấp linh kiện, phụ tùng ô tô cho Việt Nam đạt 856,2 triệu USD, tăng 48% so với cùng kỳ năm 2015. Nhật Bản ở vị trí thứ hai với kim ngạch đạt 788,1 triệu USD, tăng 6,3% so với cùng kỳ năm ngoái. Trung Quốc ở vị trí thứ ba với kim ngạch đạt 674,6 triệu USD, tăng 0,9% so với cùng kỳ năm 2015.

Bảng 2: Thị trường Việt Nam nhập khẩu ô tô năm 2015-2016 (số lượng)



Nguồn: Tổng hợp từ số liệu của Tổng cục Hải quan

6. Máy móc, thiết bị

Tình hình nhập khẩu

Năm 2016 kim ngạch nhập khẩu mặt hàng máy móc, thiết bị của cả nước đạt trên 28,37 tỷ USD, tăng 2,9% so với cùng kỳ năm 2015. Trong đó nhập khẩu máy móc, thiết bị, dụng cụ, phụ tùng của khối doanh nghiệp FDI đạt 15,49 tỷ USD, giảm 9,1% so với năm 2015, chiếm trên 54,6% tổng kim ngạch.

Thị trường nhập khẩu

Trung Quốc là thị trường cung cấp máy móc thiết bị, dụng cụ, phụ tùng lớn nhất của Việt Nam, năm 2016 kim ngạch nhập khẩu mặt hàng này từ quốc gia này đạt 9,27 tỷ USD, tăng 2,8% so với năm 2015 và chiếm 32,7% tổng kim ngạch. Ngoài Trung Quốc, máy móc thiết bị, dụng cụ, phụ tùng còn được nhập khẩu từ Hàn Quốc với trị giá nhập khẩu đạt 5,84 tỷ USD, tăng 14,1% so với năm 2015, chiếm trên 20,5% kim ngạch nhập khẩu; từ Nhật Bản với trị giá nhập khẩu đạt trên 4,16 tỷ USD, giảm 7,5% so với cùng kỳ năm 2015, và chiếm gần 15% tổng kim ngạch. Trị giá nhập khẩu từ thị trường EU đạt 3,24 tỷ USD, giảm 3,3% so với năm 2015 và chiếm 11,4% tổng kim ngạch.

Sản xuất trong nước

Về năng lực, hiện công nghiệp cơ khí chế tạo đạt trình độ trung bình. Do nhanh chóng nâng cao được năng lực tư vấn thiết kế, nên một số doanh nghiệp cơ khí đủ năng lực thiết kế, chế tạo, tích hợp một số dây chuyền thiết bị đồng bộ (kể cả phần tự động hóa), làm chủ thiết kế, chế tạo một số phương tiện giao thông bộ, phương tiện vận tải thủy, một số máy công cụ, máy động lực, máy canh tác và máy chế biến nông sản cỡ nhỏ. Năng lực đúc và nhiệt luyện đã có những tiến bộ đáng kể, cơ bản đúc được các mác hợp kim gang, thép. Nhiệt luyện đáp ứng cơ bản yêu cầu chế tạo cơ khí thông dụng. Một số doanh nghiệp đã đầu tư và tiếp cận các công nghệ nhiệt luyện hiện đại. Tuy nhiên, đầu tư sản xuất cơ khí vẫn ở mức thấp, chủ yếu là đầu tư bổ sung năng lực chế tạo một số khâu đòi hỏi độ chính xác cao. Thu hút FDI vào sản xuất cơ khí thấp hơn các lĩnh vực khác.

- Sản xuất - lắp ráp ô tô: Tổng năng lực sản xuất - lắp ráp ô tô đạt khoảng 460 ngàn xe/năm, gồm hầu hết các chủng loại xe con (công suất khoảng 200 ngàn xe/năm), xe tải và xe khách (công suất khoảng 215 ngàn xe/năm). Bước đầu đã hình thành nên một ngành công nghiệp hỗ trợ, cung cấp một số phụ tùng cho sản xuất, lắp ráp ô tô trong nước.

- Sản xuất xe gắn máy: Không những thỏa mãn nhu cầu trong nước mà còn xuất khẩu khoảng 150.000 xe/năm (chủ yếu là các doanh nghiệp FDI). Tỷ lệ nội địa hoá các loại xe gắn máy do trong nước sản xuất đạt khoảng 85 - 95%.

- Thiết bị cơ khí thủy công: Đối với các nhà máy thủy điện, trước đây Việt Nam vẫn phải nhập khẩu các thiết bị cơ khí thủy công thì đến nay toàn bộ phần này có thể do các doanh nghiệp cơ khí trong nước đảm nhận, kể cả đối với các

nhà máy thủy điện lớn như Thủy điện Sơn La có công suất đến 2.400MW.

- Xi măng: Cơ khí trong nước đã thiết chế tạo toàn bộ dây chuyền thiết bị đồng bộ cho nhà máy xi măng có công suất đến 1.500.000 tấn/năm.

- Vật liệu xây dựng: Cơ khí trong nước đã thiết kế, chế tạo dây chuyền thiết bị cán thép xây dựng công suất đến 30.000 tấn/năm, sản xuất các loại vật liệu xây dựng không nung với 8 dòng sản phẩm gạch, ngói mang thương hiệu Secoin không chỉ chiếm lĩnh thị trường trong nước còn được tiêu thụ trên 37 quốc gia.

- Thiết bị điện: Việt Nam trở thành quốc gia đầu tiên trong các quốc gia ở Đông Nam Á chế tạo được máy biến áp 500 kV. Việc chế tạo thành công đã khẳng định sự trưởng thành vượt bậc của ngành cơ khí điện, làm các hãng nước ngoài bán sản phẩm vào Việt Nam phải giảm giá từ 20 - 30% khi đấu thầu tại Việt Nam, góp phần làm giảm nhập siêu.

- Cơ khí tàu thủy: Đã đóng mới các loại tàu chở hàng rời đến 53.000 tấn; tàu chở container; tàu chở dầu đến 104.000 tấn, kho nổi chứa xuất dầu FS05 trọng tải 150.000 tấn, các loại tàu chuyên dụng như: tàu kéo đẩy; tàu hút xén; tàu đánh cá, tàu tuần tra ven biển công suất từ 500 HP đến 4.500 HP, tàu cao tốc cung cấp cho hải quân.

- Máy nông nghiệp: Cơ khí trong nước đã thiết kế, chế tạo thành công nhiều loại thiết bị bao gồm máy canh tác, máy chế biến và thiết bị bảo quản các sản phẩm nông nghiệp, đáp ứng nhu cầu trong nước và từng bước xuất khẩu.

7. Hàng tiêu dùng

Tổng kim ngạch nhập khẩu hàng tiêu dùng năm 2016 đạt khoảng 6,9 tỷ USD, tăng 4,5% so với năm 2015. Đây là mức tăng thấp hơn so với mức tăng chung của tổng kim ngạch nhập khẩu cả nước năm 2016 (5,2%) và giảm mạnh so với tốc độ tăng kim ngạch nhập khẩu nhóm hàng này năm 2015 (11,1%).

Tốc độ tăng giảm trong năm 2016 do một số mặt hàng có kim ngạch nhập khẩu lớn trong nhóm đã giảm nhập khẩu như: điện thoại di động đạt 930,4 triệu USD, giảm 25% so với năm 2015; máy móc, thiết bị điện sử dụng trong gia đình đạt 658 triệu USD, giảm 12,5%. Nhập khẩu những mặt hàng này giảm do sản xuất trong nước đã được nâng cao về chất lượng, dần thay thế nhu cầu nhập khẩu.

Ngoài ra, một số mặt hàng tiêu dùng khác có kim ngạch nhập khẩu giảm là đồ uống, rượu và giấm; gia cầm, động vật sống; sản phẩm bằng cao su; cảnh hoa rời và các loại cảnh lá trang trí; nhạc cụ và bộ phận, phụ tùng...

Các mặt hàng tiêu dùng có kim ngạch nhập khẩu tăng trong năm 2016 là quần áo và các sản phẩm may mặc khác; đồ chơi, dụng cụ thể thao, đồ nội thất. Với việc thuế nhập khẩu được giảm dần theo cam kết tại các FTA, các sản phẩm nông nghiệp như rau quả, thủy sản, các sản phẩm từ thịt, dầu mỡ động thực vật, bánh kẹo đều có kim ngạch nhập khẩu trong năm 2016 tăng so với năm 2015.

D. THỊ TRƯỜNG XUẤT KHẨU, NHẬP KHẨU

I. Thị trường châu Á - Thái Bình Dương

1. Tình hình xuất nhập khẩu chung

Năm 2016, tổng kim ngạch xuất nhập khẩu của Việt Nam với các nước thuộc khu vực châu Á - Thái Bình Dương (CATBD) đạt 213,5 tỷ USD, tăng 6,4% so với năm 2015, chiếm 60,9% tổng kim ngạch xuất nhập khẩu của Việt Nam với thế giới. Trong đó, xuất khẩu của Việt Nam sang CATBD đạt 77,2 tỷ USD, tăng 9,1%, chiếm tỷ trọng 43,7% so với xuất khẩu của Việt Nam với thế giới; nhập khẩu đạt 136,3 tỷ USD, tăng 4,9%, chiếm tỷ trọng 78,3% so với nhập khẩu của Việt Nam từ thế giới.

Xét về cơ cấu thị trường xuất khẩu

- Xuất khẩu sang các khu vực thị trường tiếng Trung và Đông Bắc Á có kim ngạch tăng so với năm trước, lần lượt là 16% và 13,2%, chiếm tỷ trọng lần lượt là 17,2% và 14,8% so với tổng xuất khẩu của Việt Nam ra thế giới, và chiếm tỷ trọng lần lượt là 39,3% và 33,8% xuất khẩu của Việt Nam sang khu vực CATBD.

- Kim ngạch xuất khẩu sang khu vực Đông Nam Á giảm 4,2% so với 2015, chiếm tỷ trọng 9,9% so với xuất khẩu của Việt Nam ra thế giới và chiếm 22,7% xuất khẩu của Việt Nam sang khu vực CATBD. Trong đó, xuất khẩu sang các thị trường sau giảm mạnh: Singapore (giảm 25,3%), Lào (giảm 10,6%), Malaysia (giảm 6,7%), Indonesia (giảm 8,2%), Campuchia (giảm 8,8%).

- Xuất khẩu sang khu vực châu Đại Dương giảm 0,5% so với năm 2015, chiếm tỷ trọng 1,8% xuất khẩu của Việt Nam ra thế giới, chiếm 4,2% xuất khẩu của Việt Nam sang khu vực CATBD. Sự sụt giảm chủ yếu là do sự sụt giảm của thị trường Australia, giảm 1,7% so với năm 2015.

Xét về cơ cấu mặt hàng xuất khẩu

Trong cơ cấu xuất khẩu của Việt Nam sang CATBD, nhóm hàng chế biến, chế tạo là nhóm mặt hàng chiếm tỷ trọng lớn nhất, với kim ngạch xuất khẩu trong năm 2016 đạt xấp xỉ 54,5 tỷ USD, chiếm 71% tổng trị giá xuất khẩu của Việt Nam sang CATBD. Tiếp theo đó là nhóm hàng nông, thủy sản với kim ngạch xuất khẩu đạt khoảng 10,6 tỷ USD, chiếm 13,8%. Nhóm hàng vật liệu xây dựng có kim ngạch xuất khẩu đạt 3,3 tỷ USD, chiếm khoảng 4,3%. Nhóm hàng nhiên liệu, khoáng sản đạt khoảng 3,1 tỷ USD, chiếm khoảng 4,1%.

Xét về cơ cấu thị trường nhập khẩu

- Nhập khẩu của Việt Nam từ khu vực thị trường tiếng Trung tăng nhẹ so với năm 2015, đạt 62,6 tỷ USD, tăng 1,4%.

- Nhập khẩu từ khu vực thị trường Đông Bắc Á tăng so với năm 2015, đạt 47,1 tỷ USD, tăng 12,1%.

- Nhập khẩu từ khu vực Đông Nam Á tăng nhẹ 0,3% so với 2015, đạt 23,8 tỷ USD.

- Nhập khẩu của Việt Nam từ khu vực châu Đại Dương tăng 14,5% so với năm 2015, đạt 2,7 tỷ USD.

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

2.1. Khu vực nói tiếng Trung

2.1.1. Trung Quốc

Tình hình xuất khẩu

Kim ngạch xuất khẩu năm 2016 đạt 21,9 tỷ USD, tăng 28,4% so với năm 2015. Trong đó, một số mặt hàng có kim ngạch lớn và tăng trưởng khá cao trong năm 2016 như: máy vi tính, sản phẩm điện tử và linh kiện (đạt trên 4 tỷ USD, tăng 53,3%); máy móc thiết bị, dụng cụ phụ tùng (đạt 1,1 tỷ USD, tăng 55,9%); mặt hàng dầu thô (đạt 1,3 tỷ USD, tăng 61,4%) điện thoại các loại và linh kiện (đạt 800 triệu USD, tăng 51%). Ngoài ra, mặt hàng rau quả và thủy sản cũng có sự tăng trưởng mạnh lần lượt đạt trên 1,7 tỷ USD (tăng 45,5%) và 685 triệu USD (tăng 51,9%).

Với dân số trên 1,3 tỷ người, Trung Quốc có nhu cầu đa dạng với thị hiếu và ẩm thực khác nhau giữa các vùng miền: dân cư các tỉnh Đông Bắc và miền Trung có nhu cầu thường xuyên về rau quả nhiệt đới, Tây Nam có nhu cầu về thủy sản, miền Đông và các trung tâm kinh tế như Thẩm Quyển, Chu Hải, có nhu cầu lớn về các loại nông lâm sản cao cấp (đồ gỗ, thủy sản tươi sống, hoa quả), phía Nam có nhu cầu nhiều về gạo và hoa quả nhiệt đới... Do đó, nông sản của Việt Nam có nhiều cơ hội thâm nhập thị trường Trung Quốc.

- Mặt hàng gạo: Trung Quốc hiện là nước nhập khẩu gạo lớn nhất thế giới và cũng là thị trường nhập khẩu gạo nhiều nhất của Việt Nam. Trung Quốc hiện nhập khẩu gạo chính từ Việt Nam, Thái Lan, Campuchia, Pakistan,... Gạo Việt Nam chủ yếu được biết trong giới doanh nghiệp nhập khẩu gạo, chưa có thương hiệu trên thị trường bán lẻ. Năm 2016, Việt Nam xuất khẩu 1,7 triệu tấn gạo sang thị trường Trung Quốc, kim ngạch đạt 782 triệu USD giảm 8,6% so với năm 2015, chiếm 48,5% lượng gạo nhập khẩu của Trung Quốc.

- Thủy sản: Mặc dù Trung Quốc là nước có sản lượng thủy sản lớn nhất thế giới và cũng là nước xuất khẩu thủy sản lớn nhất thế giới, tuy nhiên thủy sản nhập khẩu cũng rất được ưa chuộng. 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 Trung Quốc. Năm 2016, kim ngạch xuất khẩu mặt hàng thủy sản của Việt Nam sang Trung Quốc đạt 685 triệu USD tăng 51,9%.



- 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. Năm 2016, Trung Quốc có nhiều đợt lạnh lịch sử khiến lượng cung nội địa đối với một số loại trái cây bị ảnh hưởng, trái cây của năm mới chưa vào mùa nên lượng trái cây nhập khẩu vẫn giữ xu thế tích cực.

- Sắn lát: Trung Quốc có nhu cầu lớn về lượng tinh bột sắn, nhu cầu khoảng 1,5-2 triệu tấn, hàng năm đều nhập từ Việt Nam, Thái Lan khoảng 800 nghìn tấn. Trung Quốc cũng có nhu cầu nhập khẩu sắn lát khô để sản xuất cồn. Năm 2016, Trung Quốc nhập khẩu khoảng 3,2 triệu tấn sắn và sản phẩm từ sắn của Việt Nam, đạt kim ngạch khoảng 868 triệu USD, giảm 25,7% so với năm 2015.

Tình hình nhập khẩu

Năm 2016, kim ngạch nhập khẩu của Việt Nam từ Trung Quốc đạt 49,9 tỷ USD, tăng 0,9% so với năm 2015.

Một số mặt hàng có kim ngạch nhập khẩu tăng cao trong các năm trước đã có sự sụt giảm nhập khẩu đáng kể trong năm 2016 như ô tô nguyên chiếc các loại đạt 422,4 triệu USD, giảm 60%; phân bón các loại đạt 467,7 triệu USD, giảm khoảng 30%, xăng dầu đạt 451 triệu USD, giảm 51%.

Có thể thấy tốc độ tăng trưởng nhập khẩu của Việt Nam từ Trung Quốc trong năm 2016 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 khá, điều này góp phần làm giảm đáng kể nhập siêu của Việt Nam từ Trung Quốc. Năm 2016, kim ngạch nhập siêu của Việt Nam từ thị trường Trung Quốc đạt 27,9 tỷ USD, giảm 13,7% so với mức nhập siêu từ thị trường này năm 2015.

2.1.2. Đài Loan

Năm 2016, kim ngạch xuất khẩu sang thị trường Đài Loan đạt 2,3 tỷ USD, tăng 9,1% so với năm 2015.

Một số mặt hàng xuất khẩu chính sang Đài Loan năm 2016 gồm: Điện thoại các loại và linh kiện; hàng dệt may; máy vi tính, sản phẩm điện tử và linh kiện;

máy móc, thiết bị, dụng cụ phụ tùng; giày dép các loại; thủy sản...

- Thủy sản: Đài Loan có nhu cầu nhập khoảng 60-70 triệu USD hàng thủy sản mỗi năm, nhiều nhất là nhóm cá đông lạnh, động vật giáp xác và động vật nhuyễn thể. Đây là thị trường tiềm năng có thể khai thác, song đòi hỏi chất lượng và vệ sinh an toàn thực phẩm cao. Sản phẩm thủy sản của Việt Nam cần đảm bảo chất lượng và vệ sinh an toàn thực phẩm để khai thác thị trường này.

So với các nước ASEAN khác, Việt Nam là nước đang có lợi thế xuất khẩu thủy sản sang Đài Loan, chiếm 7,36% tổng giá trị nhập khẩu, trong khi 10 nước ASEAN chỉ chiếm 23,34% tổng giá trị nhập khẩu.

- Gạo: Hàng năm Đài Loan có nhu cầu hơn 100.000 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. Đài Loan nhập khẩu gạo từ khoảng 10 thị trường chủ yếu. Trong đó, các thị trường lớn có Hoa Kỳ, Việt Nam, Thái Lan, Australia, Myanmar, Nhật Bản, Pakistan và Campuchia. Lớn nhất là thị trường Hoa Kỳ, chiếm thị phần khoảng 46% tổng lượng Đài Loan nhập khẩu. Việt Nam chiếm 27%, Thái Lan chiếm 15%, Australia chiếm 8,3%, Myanmar chiếm 2,25%.

Năm 2016, kim ngạch xuất khẩu gạo của Việt Nam sang Đài Loan đạt 15,6 triệu USD, giảm 11,3% so với năm 2015.

- Hạt điều: Đài Loan nhập khẩu chủ yếu là hạt điều bóc vỏ. Hạt điều Việt Nam chiếm trung bình khoảng trên 87% tổng lượng nhập khẩu hạt điều của Đài Loan, còn lại chủ yếu là nhập từ Indonesia.

Năm 2016, kim ngạch xuất khẩu hạt điều của Việt Nam sang Đài Loan đạt 20,2 triệu USD, giảm 12,2% so với năm 2015.

- Cao su thiên nhiên: Đài Loan nhập khẩu cao su thiên nhiên khoảng 110-120 nghìn tấn/năm. Kim ngạch đạt khoảng 170- 230 triệu USD/năm. Trong đó nhập khẩu từ Việt Nam chiếm tỷ trọng khoảng 20-22% tổng quy mô nhập khẩu cao su thiên nhiên của Đài Loan.

Năm 2016, kim ngạch xuất khẩu cao su của Việt Nam sang Đài Loan đạt 40,1 triệu USD, tăng 1,8% so với năm 2015.

2.1.3. Hồng Kông

Kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam sang Hồng Kông năm 2016 đạt 6,09 tỷ USD, giảm 12,5% so với năm 2015, nguyên nhân chính là do ảnh hưởng của việc giảm nhập khẩu của các thị trường trên thế giới (Hồng Kông là thị trường trung chuyển), cùng với sự sụt giảm kim ngạch của các mặt hàng như máy vi tính, sản phẩm điện tử và linh kiện (đạt 1,6 tỷ USD, giảm 8,3%); máy ảnh, máy quay phim và linh kiện (đạt 793 triệu USD, giảm 49,1%).

Hồng Kông là một thị trường phải nhập khẩu tất cả các sản phẩm nông sản, thực phẩm để phục vụ nhu cầu tiêu dùng hàng ngày. Đây cũng 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.

- Thủy sản: Xuất khẩu thủy sản của Việt Nam vào thị trường Hồng Kông thời gian qua tăng trưởng khá tốt, tuy nhiên mặt hàng này cũng gặp phải nhiều áp lực cạnh tranh bởi giá cả và sự đa dạng của sản phẩm Trung Quốc cũng như khó khăn do các tiêu chuẩn cao về vệ sinh an toàn thực phẩm của Hồng Kông. Năm 2016, xuất khẩu thủy sản sang Hồng Kông đạt 151,2 triệu USD, tăng 0,6% so với năm 2015.

- Rau quả: Các doanh nghiệp kinh doanh sản phẩm rau quả và nông sản Việt Nam đã nhiều năm liên tục tham gia Hội chợ Quốc tế về Trái cây tại Hồng Kông và đã dần có được mối quan hệ với các nhà nhập khẩu. Tuy nhiên theo Hiệp hội Rau quả Kowloon, Hiệp hội lớn nhất về rau quả tại Hồng Kông, Việt Nam cần chọn ra một số sản phẩm có thể mạnh, có chiến lược thị trường rõ ràng và đúng hướng để đi được vào thị trường Hồng Kông một cách ổn định. Hiện nay, trên thị trường Hồng Kông, mới có quả thanh long Việt Nam chiếm lĩnh được thị phần lớn do đã có chiến lược đúng đắn và lâu dài từ 20 năm trước. Năm 2016, xuất khẩu rau quả của Việt Nam sang thị trường Hồng Kông đạt 13 triệu USD, giảm 24,4% so với năm 2015.

- Nông sản, thực phẩm khác: Kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam vào thị trường Hồng Kông nhìn chung có xu hướng giảm. Đặc biệt mặt hàng gạo, sau khi có những tăng trưởng tốt trong những năm 2011, 2012 thì năm 2014, 2015 và 2016 là những năm giảm mạnh của mặt hàng gạo tại thị trường Hồng Kông. Năm 2015, kim ngạch gạo xuất khẩu vào Hồng Kông giảm 35,4%, năm 2016 tiếp tục giảm 20,4% so với năm trước và đạt kim ngạch 49,1 triệu USD. Chỉ có mặt hàng bánh kẹo và các sản phẩm ngũ cốc là tăng mạnh, năm 2016, kim ngạch xuất khẩu mặt hàng này tăng 179% và đạt giá trị gần 7,8 triệu USD.

2.2. Khu vực Đông Bắc Á

Nhật Bản và Hàn Quốc là những thị trường nhập khẩu nông lâm thủy sản, và thực phẩm chế biến lớn trong khu vực CATBD và thế giới. Tuy nhiên, Nhật Bản và Hàn Quốc cũng áp dụng các biện pháp pháp kỹ thuật phức tạp đối với hàng hóa nhập khẩu, đặc biệt là đối với hàng nông sản và thực phẩm chế biến.

Hiện nay, sản xuất nông nghiệp và thủy sản của Nhật Bản và Hàn Quốc giảm dần nên nhu cầu nhập khẩu hàng nông sản, thủy sản là khá cao so với khả năng sản xuất trong nước. Tuy nhiên, hàng nông sản, thủy sản của Việt Nam do chưa đáp ứng được quy định về điều kiện chất lượng của Nhật Bản và Hàn Quốc nên vẫn chưa có được thị phần tương xứng so với các đối thủ cạnh tranh khác (theo số liệu năm 2015, thị phần tại thị trường Nhật Bản chỉ chiếm 2%, Hàn Quốc chỉ chiếm 2,3 - 2,5% tổng nhu cầu) và cũng chưa tương xứng với tiềm năng xuất khẩu nông thủy sản của Việt Nam.

Hàng nông, thủy sản Việt Nam cũng gặp phải sự cạnh tranh gay gắt tại Nhật

Bản và Hàn Quốc. Trong bối cảnh Hàn Quốc đang hội nhập kinh tế quốc tế sâu rộng (hiện đã có 15 FTA với 15 nước và khu vực), cạnh tranh xuất khẩu hàng hóa tại Hàn Quốc ngày càng gay gắt với nguồn cung từ các nước cạnh tranh trực tiếp của Việt Nam như Ấn Độ, Trung Quốc, ASEAN,...

2.2.1. Hàn Quốc:

Kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam sang Hàn Quốc năm 2016 đạt 11,4 tỷ USD, tăng 28% so với năm 2015. Tăng trưởng mạnh xuất khẩu đến từ một số mặt hàng thuộc nhóm chế biến chế tạo như điện thoại các loại và linh kiện (2,7 tỷ USD, tăng 86,7%); hàng dệt may (2,3 tỷ USD, tăng 7,3%); máy vi tính, sản phẩm điện tử và linh kiện (1,3 triệu USD, tăng 61,5%); máy móc thiết bị, dụng cụ phụ tùng (764 triệu USD, tăng 60,2%); hàng thủy sản (608 triệu USD, tăng 6,4%); gỗ và sản phẩm từ gỗ (575 triệu USD tăng 15,4%).

Hàn Quốc là thị trường mà Việt Nam có mức nhập siêu tương đối lớn. Năm 2016, nhập siêu từ thị trường này là khoảng 20,6 tỷ USD. Tuy nhiên, việc nhập khẩu từ Hàn Quốc chủ yếu để phục vụ sản xuất, gia công, xuất khẩu. Năm 2016, nhập khẩu của Việt Nam từ Hàn Quốc đạt 32 tỷ USD, tăng 15,9% so với năm 2015. Trong đó, các mặt hàng tăng mạnh gồm: Máy vi tính, sản phẩm điện tử và linh kiện (8,7 tỷ USD, tăng 28,8%); máy móc thiết bị, dụng cụ, phụ tùng (5,8 tỷ USD, tăng 14,1%); điện thoại các loại và linh kiện (3,6 tỷ USD, tăng 18,4%); vải các loại (2 tỷ USD, tăng 5,5%).

2.2.2. Nhật Bản:

Kim ngạch xuất khẩu năm 2016 đạt 14,7 tỷ USD, tăng 3,9% so với năm 2015. Kim ngạch các mặt hàng xuất khẩu chính của Việt Nam sang Nhật Bản đều tăng. Cụ thể, hàng dệt may đạt 2,9 tỷ USD, tăng 4,2%; máy móc thiết bị, dụng cụ phụ tùng đạt 1,6 tỷ USD, tăng 10,9%; hàng thủy sản đạt 1,1 tỷ USD, tăng 6,2%; giày dép các loại đạt 675 triệu USD, tăng 12,9%; máy vi tính, sản phẩm điện tử và linh kiện đạt 654 triệu USD, tăng 25,1%,...

Nhập khẩu của Việt Nam từ Nhật Bản năm 2016 đạt 15 tỷ USD, tăng 4,7% so với năm 2015. Các mặt hàng nhập khẩu chính bao gồm máy móc thiết bị, dụng cụ phụ tùng (đạt 4,2 tỷ USD, giảm 7,5%), máy vi tính, sản phẩm điện tử và linh kiện (đạt 2,8 tỷ USD, tăng 23,7%); linh kiện, phụ tùng ô tô (788 triệu USD, tăng 6,3%); sắt thép (1,2 tỷ USD, giảm 6,4%)...

2.3. Khu vực Đông Nam Á (ASEAN)

Năm 2016, kim ngạch thương mại hai chiều giữa Việt Nam và khu vực ASEAN đạt 41,4 tỷ USD, giảm 1,7% so với năm 2015. Trong đó, xuất khẩu của Việt Nam sang ASEAN đạt 17,5 tỷ USD, giảm 4,3% so với năm 2015, nhập khẩu của Việt Nam từ ASEAN đạt khoảng 23,9 tỷ USD, tăng 0,3% so với năm 2015. Việt Nam nhập siêu từ ASEAN khoảng 6,4 tỷ USD.

Xuất khẩu của Việt Nam sang ASEAN chủ yếu là nông sản, thủy sản và khoáng sản thô. 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 do có giá trị thấp, giá cả phụ thuộc vào biến động trên thế giới, nên kim ngạch xuất khẩu không ổn định. Trừ linh kiện điện tử và vi tính, hàng công nghiệp tiêu dùng 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 mới sang ASEAN như dây điện và dây cáp điện, đồ chơi trẻ em, xe đạp và phụ tùng xe đạp,... Những mặt hàng này có nhiều triển vọng dù kim ngạch hiện tại vẫn còn khá khiêm tốn.

2.3.1. Thái Lan

Năm 2016, kim ngạch thương mại hai chiều Việt Nam - Thái Lan đạt 12,5 tỷ USD, tăng 8,9% so với năm 2015. Trong đó, xuất khẩu của Việt Nam sang Thái Lan đạt 3,7 tỷ USD, tăng 16% so với năm 2015, nhập khẩu của Việt Nam từ Thái Lan đạt 8,8 tỷ USD, tăng 6,2% so với năm 2015. Việt Nam nhập siêu từ Thái Lan khoảng 5,1 tỷ USD, tương đương mức nhập siêu năm 2015.

Các mặt hàng xuất khẩu chính của Việt Nam sang Thái Lan trong năm 2016 gồm: điện thoại các loại và linh kiện (715 triệu USD); máy vi tính, sản phẩm điện tử và linh kiện (414 triệu USD); phương tiện vận tải và phụ tùng (320 triệu USD); máy móc thiết bị, dụng cụ phụ tùng (299 triệu USD); thủy sản; dầu thô.

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. Các sản phẩm thực phẩm cần được cấp chứng nhận của cơ quan quản lý thực phẩm và dược phẩm Thái Lan khi nhập khẩu vào nước này.

Các mặt hàng nhập khẩu chính của Việt Nam từ Thái Lan trong năm 2016 gồm: sản phẩm điện gia dụng và linh kiện (939 triệu USD); máy móc thiết bị, dụng cụ phụ tùng (811 triệu USD); linh kiện, phụ tùng ô tô (668 triệu USD); ô tô nguyên chiếc (641 triệu USD); xăng dầu (638 triệu USD); chất dẻo nguyên liệu (538 triệu USD); rau quả (410 triệu USD).

2.3.2. Malaysia

Về xuất khẩu, kim ngạch xuất khẩu năm 2016 đạt 3,3 tỷ USD, giảm 6,7% so với năm 2015, trong đó, nhiều mặt hàng chủ lực có sự sụt giảm kim ngạch như dầu thô (đạt 190,4 triệu USD, giảm 68%), gạo (đạt 117,1 triệu USD, giảm 45,5%), cao su (đạt 128,9 triệu USD, giảm 42,5%), phương tiện vận tải và phụ tùng (đạt 163,8 triệu USD, giảm 25,8%).

Về nhập khẩu, nhập khẩu từ Malaysia trong năm 2016 đạt 5,1 tỷ USD, tăng 21,8% so với năm 2015. Nguyên nhân chính dẫn đến nhập khẩu tăng là do nhu cầu nhập khẩu mặt hàng xăng dầu các loại tăng mạnh với kim ngạch nhập khẩu đạt gần 1,2 tỷ USD, tăng 211,1% về giá trị so với năm 2015. Lượng nhập khẩu đạt gần 3,1 triệu tấn, tăng 321,1% so với năm 2015.

Năm 2016, Việt Nam nhập siêu 1,8 tỷ USD từ Malaysia, tăng gấp 3 lần con

số nhập siêu 0,6 tỷ USD trong năm 2015.

2.3.3. Singapore

Kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam sang Singapore năm 2016 đạt hơn 2,4 tỷ USD, giảm 25,3% so với năm 2015, nguyên nhân do nền kinh tế của Singapore suy giảm, nhu cầu nhập khẩu giảm mạnh, trao đổi thương mại với các đối tác thương mại chủ yếu đều giảm. Các mặt hàng có sự sụt giảm mạnh: gạo (43,1 triệu USD, giảm 30,8%); dầu thô (76,4 triệu USD, giảm 88,9% so với năm 2015); phương tiện vận tải và phụ tùng (đạt 127,8 triệu USD, giảm 57,9%).

Nhóm hàng nông sản, thủy sản chiếm tỷ trọng gần 9% trong tổng kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam sang Singapore. Trong khi đó, nhóm hàng công nghiệp chế biến, chế tạo chiếm tỷ trọng 72,6%.

Kim ngạch nhập khẩu của Việt Nam từ Singapore năm 2016 đạt 4,7 tỷ USD, giảm 22% so với năm 2015. Các mặt hàng nhập khẩu chủ yếu của Việt Nam từ Singapore gồm: xăng dầu các loại (1,6 tỷ USD, giảm 22,6%); máy vi tính, sản phẩm điện tử và linh kiện (1 tỷ USD, giảm 41,6%); máy móc thiết bị, dụng cụ phụ tùng khác (388,2 triệu USD, tăng 26,9%).

2.3.4. Indonesia

Kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam sang Indonesia năm 2016 đạt 2,62 tỷ USD, giảm 8,2% so với năm 2015.

Các mặt hàng có kim ngạch xuất khẩu lớn nhất của Việt Nam sang Indonesia: Điện thoại các loại và linh kiện (628,9 triệu USD, giảm 10,2%), Sắt thép các loại (328,8 triệu USD, giảm 1,5%), máy móc thiết bị, dụng cụ phụ tùng khác (215 triệu USD, tăng 14,1%), Nguyên phụ liệu dệt may, da giày (163,8 triệu USD, tăng 6,2%), Gạo (128,6 triệu USD, giảm 51,8%).

Nguyên nhân khiến kim ngạch xuất khẩu giảm là do một số mặt hàng chủ lực của Việt Nam bị ảnh hưởng bởi các chính sách, quy định của Indonesia, gồm:

- Đối với mặt hàng điện thoại các loại và linh kiện, việc thắt chặt nhập khẩu và phân phối điện thoại di động của Indonesia đã ảnh hưởng đến xuất khẩu của Việt Nam.

- Đối với mặt hàng clanhke và xi măng, trong năm 2016, Chính phủ Indonesia đã đưa ra nhiều chính sách thúc đẩy phát triển ngành sản xuất xi măng trong nước. Nhờ đó, từ một thị trường xuất khẩu chủ đạo của Việt Nam, Indonesia đã dần chủ động được nguồn cung xi măng phục vụ tiêu thụ trong nước và xuất khẩu, làm thu hẹp thị trường xuất khẩu của Việt Nam. Kim ngạch xuất khẩu mặt hàng này giảm 59 triệu USD tương đương 87,3%.

- Ngoài ra, kim ngạch xuất khẩu một số mặt hàng của Việt Nam cũng giảm như gạo (giảm 138,1 triệu USD tương đương 51,8% do từ Quý II/2016, Indonesia không ký thêm hợp đồng gạo tập trung với Việt Nam).

Về nhập khẩu, kim ngạch nhập khẩu từ Indonesia năm 2016 là khoảng 2,97

USD, tăng 8,4%. Các mặt hàng nhập khẩu lớn nhất của Việt Nam từ Indonesia là kim loại thường khác (211 triệu USD, tăng 81,7%); máy móc thiết bị, dụng cụ phụ tùng khác (198 triệu USD, giảm 0,9%); giấy các loại (182 triệu USD, giảm 13,7%); linh kiện, phụ tùng ô tô (151,3 triệu USD, tăng 29,7%).

2.3.5. Philippines

Tổng giá trị thương mại hai chiều giữa Việt Nam và Philippines năm 2016 đạt gần 3,3 tỷ USD, tăng 12,1% so với năm 2015.

Xuất khẩu của Việt Nam sang Philippines đạt 2,22 tỷ USD, tăng 9,9% so với năm 2015. Một số mặt hàng của Việt Nam xuất khẩu sang Philippines có tăng trưởng cao là: điện thoại và các loại linh kiện đạt 214 triệu USD (tăng 55,9%), máy vi tính, sản phẩm điện tử và linh kiện đạt 204 triệu USD (tăng 41,6%). Một số mặt hàng có kim ngạch tăng rất cao như clanke và xi măng đạt 185 triệu USD (tăng 100%), hạt tiêu đạt 58,6 triệu USD (tăng 188%). Do đặc thù là đảo quốc chịu nhiều ảnh hưởng từ thiên tai nhất là mưa bão, Philippines luôn có nhu cầu lớn đối với các mặt hàng phục vụ xây dựng cơ sở hạ tầng cũng như thực phẩm chế biến.

Nhập khẩu của Việt Nam từ Philippines 2016 đạt 1,06 tỷ USD, tăng 16,9% so với năm 2015. Các mặt hàng nhập khẩu chính là máy vi tính, sản phẩm điện tử linh kiện máy móc thiết bị, dụng cụ phụ tùng, phế liệu sắt thép; linh kiện, phụ tùng ô tô; sản phẩm từ chất dẻo.

2.3.6. Campuchia

Kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam sang Campuchia năm 2016 đạt 2,2 tỷ USD, giảm 8,8%. Kim ngạch nhập khẩu đạt khoảng 725,8 triệu USD, giảm 24%.

Campuchia không phải thị trường xuất khẩu nông sản lớn của Việt Nam khi hầu hết các mặt hàng nông sản, Campuchia đều có khả năng tự cung tự cấp. Mặt khác, Campuchia cũng là một đối thủ cạnh tranh tiềm năng của Việt Nam trên thị trường xuất khẩu gạo thế giới.

Bên cạnh đó, Campuchia đóng vai trò là thị trường cung cấp nông sản thô cho Việt Nam để chế biến, tái xuất sang thị trường nước ngoài. Hạt điều là mặt hàng Campuchia có nguồn cung ổn định cho Việt Nam với giá thành phải chăng, chi phí vận chuyển thấp và chất lượng khá. Việc nhập khẩu hạt điều từ Campuchia sẽ giảm sự phụ thuộc vào việc nhập khẩu hạt điều từ châu Phi. Năm 2016, Campuchia đã xuất khẩu gần 115 triệu USD hạt điều thô sang Việt Nam, giảm 14,4% so với năm 2015.

2.3.7. Myanmar

Phát triển nông nghiệp để đáp ứng nhu cầu trong nước và xuất khẩu là ưu tiên hàng đầu trong phát triển kinh tế đất nước của chính quyền cũ và vẫn là ưu tiên hàng đầu đối với chính phủ mới của Myanmar, đặc biệt chú trọng đầu tư trong lĩnh vực nông nghiệp.

Hiện nay, trong lĩnh vực nông nghiệp Myanmar ưu tiên thu hút các nhà đầu tư hợp tác cùng các doanh nghiệp trong nước chuyển giao công nghệ, giống để sản

xuất nông sản chất lượng cao phục vụ cho nhu cầu trong nước và thúc đẩy xuất khẩu. Đối với ngành thủy sản, Myanmar chú trọng thu hút các nhà đầu tư xây dựng nhà máy chế biến thủy sản xuất khẩu.

Gạo Myanmar chủ yếu xuất khẩu sang Trung Quốc với sản lượng hơn 1 triệu tấn/năm. Myanmar cũng nổi tiếng với các loại đậu xanh, đen, đỏ xuất khẩu chủ yếu sang Ấn Độ.

Đối với nhóm hàng nông lâm thủy sản, Việt Nam chủ yếu nhập từ Myanmar chứ không xuất khẩu. Việt Nam nhập khẩu gần 42 triệu USD mặt hàng rau quả, gần 2 triệu USD hàng thủy sản, khoảng 1,5 triệu USD mặt hàng cao su từ Myanmar trong năm 2016. Kim ngạch mặt hàng gỗ và sản phẩm gỗ nước này xuất sang Việt Nam năm 2016 chỉ còn khoảng 235 ngàn USD, giảm tới 85% so với năm 2015.

2.4. Khu vực châu Đại Dương

2.4.1. Australia

Năm 2016, tổng kim ngạch xuất nhập khẩu của Việt Nam sang thị trường Australia đạt 5,2 tỷ USD, tăng 6% so với năm 2015.

Xuất khẩu Việt Nam sang Australia đạt 2,87 tỷ USD, giảm 1,7% so với năm 2015. Nguyên nhân sụt giảm này chủ yếu là do xuất khẩu mặt hàng dầu thô giảm (đạt 165 triệu USD giảm 71% so với năm trước). Nếu không tính mặt hàng dầu thô, kim ngạch xuất khẩu Việt Nam sang Australia tăng tới 15%. Một số mặt hàng có kim ngạch xuất khẩu tăng là: rau quả (đạt 26 triệu USD, tăng 33%); giày dép các loại (đạt 209,4 triệu USD, tăng 18%), sản phẩm từ sắt thép (đạt 62,1 triệu USD, tăng 127%).

Một số mặt hàng xuất khẩu tiềm năng sang Australia là thủy sản, máy vi tính, sản phẩm điện tử và linh kiện, trái cây tươi. Australia có nhu cầu tiêu thụ thủy sản khoảng 1 triệu tấn/năm, trong khi sản lượng thủy sản (bao gồm cả nuôi và khai thác) của nước này chỉ đạt khoảng 220.000-280.000 tấn/năm nên Australia ngày càng gia tăng nhập khẩu thủy sản để đáp ứng nhu cầu trong nước. Về trái cây, dự kiến quy trình đánh giá rủi ro cho quả thanh long tươi của Việt Nam sẽ được Chính phủ Australia hoàn thành vào Quý I/2017. Nếu được cấp phép, Việt Nam sẽ là nước đầu tiên và duy nhất cho tới thời điểm hiện nay được cấp phép nhập khẩu thanh long vào thị trường Australia. Cùng với việc cơ sở chiếu xạ Hà Nội đã được Australia công nhận, việc xuất khẩu trái cây tươi sang Australia trong thời gian tới có nhiều triển vọng được tăng cường, thúc đẩy.

Năm 2016, nhập khẩu của Việt Nam từ Australia đạt xấp xỉ 2,4 tỷ USD, tăng 18,3 % so với năm 2015. Các mặt hàng gia tăng nhập khẩu phần lớn là những mặt hàng nguyên liệu đầu vào phục vụ sản xuất như bông các loại (đạt 179 triệu USD, tăng 106%), kim loại thường khác (480 triệu USD, tăng 24%), than đá (310 triệu USD, tăng 144%).

Australia trong các năm qua liên tục là thị trường xuất siêu của Việt Nam, giá trị xuất siêu năm 2015 đạt hơn 884 triệu USD. Giá trị xuất siêu năm 2016 đạt 473 triệu USD.

2.4.2. New Zealand

Tổng kim ngạch xuất nhập khẩu Việt Nam - New Zealand năm 2016 đạt 717 triệu USD, tăng 1,8% so với năm 2015, trong đó kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam đạt 360 triệu USD, tăng 10,4% và kim ngạch nhập khẩu từ New Zealand đạt 357 triệu USD, giảm 5,5%.

Hiện nay Việt Nam là đối tác thương mại lớn thứ 14 của New Zealand, chiếm 1,3% tổng kim ngạch xuất nhập khẩu của New Zealand. Trong đó, Việt Nam là nhà xuất khẩu đứng thứ 16 vào thị trường New Zealand, tăng 3 bậc so với năm 2015 và là nhà nhập khẩu đứng thứ 19 của New Zealand.



Các mặt hàng xuất khẩu quan trọng sang New Zealand trong năm 2016: điện thoại các loại và linh kiện, hạt điều, giày dép các loại, cà phê, máy vi tính, sản phẩm điện tử và linh kiện...

Các mặt hàng nhập khẩu chủ yếu từ New Zealand trong năm 2016: sữa và sản phẩm sữa; nguyên phụ liệu dệt, may, da giày; máy móc, thiết bị, dụng cụ, phụ tùng; phế liệu sắt thép; sắt thép các loại...

3. Chính sách quản lý nhập khẩu của một số nước

3.1. Trung Quốc

- Về các quy định liên quan đến an toàn thực phẩm: Luật An toàn thực phẩm của Trung Quốc bắt đầu có hiệu lực từ ngày 01/6/2009 với các quy định chặt chẽ hơn về các tiêu chuẩn vệ sinh an toàn thực phẩm, quy trình giám sát an toàn thực phẩm và các chế tài. Phạm vi của Luật cũng mở rộng để bao quát các khâu của dây chuyền sản xuất, từ người nông dân trực tiếp sản xuất đến nhà máy chế biến, tiếp thị và phân phối thực phẩm. Luật này cũng mở rộng các quy định về thẩm quyền kiểm soát việc sử dụng thuốc trừ sâu, phân bón, thuốc thú y, phụ gia thực phẩm và các vấn đề liên quan đến nhãn mác thực phẩm.

Luật này do Tổng cục Giám sát chất lượng và kiểm nghiệm, kiểm dịch quốc gia Trung Quốc (AQSIQ) triển khai thực hiện. Các mặt hàng nông sản, thủy sản xuất khẩu của Việt Nam sang Trung Quốc đều phải đáp ứng các quy định, tiêu chuẩn nêu tại Luật này.

- Về danh mục các mặt hàng nhập khẩu quản lý bằng giấy phép

Ngày 30/12/2016, Bộ Thương mại và Tổng cục Hải quan Trung Quốc đã ban

hành Thông tư liên tịch số 85/2016 về Danh mục các mặt hàng nhập khẩu quản lý bằng giấy phép. Theo đó, Trung Quốc tiếp tục tiến hành quản lý nhập khẩu bằng giấy phép đối với hai nhóm hàng lớn là:

+ Nhóm hàng sản phẩm cơ điện đã qua sử dụng, gồm 12 loại chính là thiết bị hóa chất, thiết bị luyện kim, máy móc công trình, thiết bị vận tải, thiết bị làm giấy, thiết bị điện, điện khí, thiết bị đóng gói gia công thực phẩm, máy móc nông cụ, thiết bị in ấn, thiết bị dệt may, thiết bị đóng tàu và hộp mực máy in.

+ Nhóm hàng gây tổn hại tầng ô-zôn gồm 46 dòng thuế đa phần là các hóa chất tẩy rửa, hóa chất dùng trong sản xuất công nghiệp, hóa chất dùng trong sinh học.

Quy định này sẽ chính thức có hiệu lực từ ngày 01/01/2017.

- Về phương án điều chỉnh thuế năm 2017

Phương án điều chỉnh thuế 2017 được Ủy ban Thuế quan Quốc vụ viện Trung Quốc thông qua tại kỳ họp lần thứ 7 và có hiệu lực từ ngày 01/01/2017, với các điểm mới sau:

+ Tiếp tục tiến hành quản lý bằng hạn ngạch thuế quan nhập khẩu đối với một số mặt hàng gồm lúa mì, gạo, ngô, dầu đậu nành, dầu hạt cải, dầu olive, đường, bông và lông cừu. Tiếp tục áp dụng thuế suất thuế nhập khẩu trong hạn ngạch tạm thời 1% đối với 3 loại phân bón gồm: phân Ure, phân tổng hợp và phân bón diammonium phosphate.

+ Tiếp tục cắt giảm thuế suất dựa theo các cam kết Hiệp định đã ký kết.

+ Giữ nguyên thuế suất và phạm vi mặt hàng ưu đãi cho nhóm các nước kém phát triển nhất thế giới.

3.2. Nhật Bản

Nhật Bản là một trong những nước đang áp dụng hệ thống tiêu chuẩn chất lượng, vệ sinh an toàn thực phẩm có yêu cầu rất cao. Các tiêu chuẩn của Nhật Bản hầu như tương đương, thậm chí cao hơn cả những tiêu chuẩn quốc tế thông thường. Điều quan trọng là các tiêu chuẩn chất lượng này được áp dụng phù hợp với nguyên tắc của WTO, tức là không mang tính phân biệt đối xử giữa hàng hóa trong nước hay nhập khẩu.

Việc đáp ứng hệ thống tiêu chuẩn chất lượng của Nhật Bản là yêu cầu bắt buộc đối với mọi nhà nhập khẩu. Hàng xuất khẩu của Việt Nam cũng phải đáp ứng được nếu muốn thâm nhập thị trường này. Để khuyến khích thương mại, Chính phủ Nhật Bản thường hợp tác với các nước đối tác, trong đó có Việt Nam, nhằm nâng cao năng lực đáp ứng tiêu chuẩn chất lượng của hàng hóa xuất khẩu với các yêu cầu của Nhật Bản.

Các mặt hàng rau quả của Việt Nam xuất khẩu sang Nhật Bản chỉ chịu sự điều chỉnh về thuế nhập khẩu và các biện pháp vệ sinh kiểm dịch. Đối với các mặt hàng rau quả đông lạnh, việc nhập khẩu chỉ cần có chứng nhận vệ sinh kiểm dịch

của cơ quan có thẩm quyền phía Việt Nam và chịu sự kiểm tra lấy mẫu ngẫu nhiên của cơ quan kiểm dịch và vệ sinh an toàn thực phẩm của Nhật Bản nên việc nhập khẩu không gặp khó khăn. Trong khi đó, những mặt hàng hoa quả tươi hầu như chưa thể thâm nhập được vào thị trường Nhật Bản do nước này có những quy định rất chặt chẽ đối với nhập khẩu rau quả tươi với lý do lo ngại sự lây lan dịch bệnh và sâu hại từ nước xuất khẩu.

Hiện nay, Nhật Bản chỉ cho phép nhập khẩu một số loại quả tươi, chỉ có một số loại quả tươi có hạt của Việt Nam như là chuối, xoài và thanh long (ruột trắng và đỏ) được nhập khẩu vào Nhật Bản do đã đáp ứng được các yêu cầu trong Luật Kiểm dịch Thực vật của Nhật Bản và đây chính là kết quả của quá trình nỗ lực và phối hợp giữa Bộ Công Thương và Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn trong việc thúc đẩy tháo gỡ rào cản kỹ thuật về kiểm dịch đối với hai loại trái cây này. Việc cho phép nhập khẩu các loại quả tươi khác vào Nhật Bản chỉ được Bộ Nông Lâm Ngư nghiệp Nhật Bản xem xét đối với từng trường hợp một trên cơ sở đề nghị của phía nước ngoài thông qua một quy trình thủ tục gồm nhiều bước, trong đó có cả việc sang kiểm tra, đánh giá tại nước xuất khẩu.

3.3. Thái Lan

Bộ Nông nghiệp và Hợp tác xã Thái Lan (Cục tiêu chuẩn thực phẩm và hàng nông sản - ACFS) chịu trách nhiệm quản lý chất lượng các mặt hàng nông sản, gia vị, thịt gia cầm... và đã ban hành Bộ tiêu chuẩn nông nghiệp Thái Lan (Thai Agricultural Standard - TAS) gồm các tiêu chuẩn về an toàn và vệ sinh dịch tễ đối với sức khỏe của con người, động thực vật (tham khảo tại địa chỉ www.acfs.go.th).

- Đối với các loại hạt, thực vật và động vật cần phải có Giấy chứng nhận kiểm dịch được cấp bởi cơ quan chức năng của nước xuất xứ nhằm đảm bảo chất lượng của sản phẩm. Sản phẩm thịt cần phải có Giấy chứng nhận an toàn thú y được ký bởi nhà chức trách địa phương tại nước xuất xứ. Nguyên liệu (động vật) phải được chứng nhận đáp ứng đủ những tiêu chuẩn kiểm dịch thú y. Sản phẩm phải phù hợp với nhu cầu tiêu dùng và không chứa những chất bảo quản, chất phụ gia hoặc dư lượng kháng sinh, chất bảo vệ thực vật, chất tăng trọng, tăng trưởng... vượt quá số lượng/mức độ cho phép gây nguy hiểm đến sức khỏe con người. Dược phẩm phải được cấp Giấy chứng nhận lưu thông tại nước xuất khẩu trước khi đưa sản phẩm vào Thái Lan và chịu sự kiểm soát chặt chẽ.

- Chính phủ Thái Lan không áp dụng riêng các rào cản kỹ thuật, thương mại đối với mặt hàng nông, lâm, thủy sản của Việt Nam. Tuy nhiên, một số loại quả như thanh long, nhãn, vải, xoài khi xuất khẩu vào Thái Lan cần phải có Giấy chứng nhận về quy trình sản xuất đảm bảo tiêu chuẩn an toàn dịch bệnh (Pets Risk Analysis PRA). Giấy chứng nhận này do Cục Nông nghiệp (Bộ Nông nghiệp và Hợp tác xã Thái Lan) cấp sau khi đã thực hiện việc đánh giá nguy cơ dịch hại theo một quy trình nghiêm ngặt với các tiêu chí về nơi sản xuất, chế biến, hóa chất sử dụng, quá trình xử lý dịch bệnh...

- Đối với mặt hàng thủy sản tươi sống nhập khẩu vào Thái Lan, doanh nghiệp nhập khẩu 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, tôm sú và tôm càng xanh cần đăng ký với cơ quan chức năng thông tin về địa điểm bảo quản hàng, Giấy chứng nhận y tế (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.

- Tất cả các sản phẩm thực phẩm nhập khẩu vào Thái Lan, nhãn mác phải được ghi bằng tiếng Thái cung cấp đầy đủ các thông tin về sản phẩm như tên và nhãn hiệu sản phẩm (tên sản phẩm và tên thương mại); số giấy phép đăng ký; tên và địa chỉ nhà sản xuất; tên và địa chỉ nhà nhập khẩu; ngày sản xuất và ngày hết hạn sử dụng sản phẩm; số lượng và trọng lượng tịnh; hướng dẫn sử dụng.

- Chính phủ Thái Lan có các quy định rất chặt chẽ về nhãn mác đối với các sản phẩm bơ sữa, đồ ăn cho trẻ em, đồ ăn đóng hộp, dấm, các loại nước giải khát, dầu ăn... Cụ thể, bao gói của các sản phẩm phải được làm bằng chất liệu đảm bảo và có khả năng chịu nhiệt và chịu ẩm, sử dụng chất liệu không thấm nước, tránh sử dụng cỏ khô và rơm để làm bao gói. Đặc biệt, nhãn mác của sản phẩm thực phẩm trước khi đưa vào sử dụng phải được cấp phép bởi Cơ quan quản lý về Thực phẩm và Dược phẩm.

- Đối với đồ uống, trên nhãn mác phải ghi rõ tỷ lệ phần trăm của lượng cồn có trong sản phẩm đó, những cảnh báo về tác hại đến sức khỏe khi sử dụng sản phẩm (nếu có).

3.4. Indonesia

Một số quy định hiện hành cần lưu ý gồm:

- Quy định số 83/2012, số 16/2013 và số 47/2013 của Bộ Thương mại Indonesia về quản lý nhập khẩu nông sản: quy định về cảng nhập khẩu nông sản (sân bay quốc tế Jakarta, cảng Belawan ở Medan, cảng Tanjung Perak ở Surabaya và cảng Makassar); quy định mức giá trần đối với một số mặt hàng nông sản, được nhập khẩu khi giá bán trên thị trường vượt quá mức giá trần.

- Quy định số 67/M-DAG/PER/11/2013 và Quy định số 10/M-DAG/PER/1/2014 về yêu cầu dán mác hàng hóa nhập khẩu bằng tiếng Indonesia để phân phối, tiêu thụ trong Indonesia.

- Quy định số 55/2016 thay thế Quy định số 04/2015 của Bộ Nông nghiệp Indonesia về an toàn thực phẩm đối với xuất nhập khẩu thực phẩm tươi có nguồn gốc thực vật (FFPO) nhằm bảo vệ sức khỏe người tiêu dùng Indonesia. Hiện quy định này đang ảnh hưởng tới hoạt động xuất khẩu hàng nông sản của các doanh nghiệp Việt Nam vào Indonesia.

- Quy định số 19/M-DAG/PER/3/2014 của Bộ Thương mại Indonesia và

Quy định số 51/Permentan/HK.310/4/2014 của Bộ Nông nghiệp Indonesia về quy định nhập khẩu gạo phục vụ sản xuất, trong đó có ghi rõ tên một số loại gạo được phép nhập khẩu như Thai Hom Mali.

3.5. Australia

Các sản phẩm có nguồn động vật và thực vật được nhập khẩu vào Australia phải trải qua Quy trình Phân tích rủi ro nhập khẩu do Cơ quan An toàn sinh học tiến hành.

Đối với mặt hàng nông sản, đặc biệt là rau quả, trái cây, các yêu cầu về nhập khẩu do các thị trường Australia đặt ra rất cao và chặt chẽ. Các doanh nghiệp xuất khẩu trong nước khó thực hiện được các khâu xử lý (như chiếu xạ), chế biến theo chuẩn của Australia đặt ra.

Tính đến nay, mới chỉ có 2 mặt hàng trái cây tươi của Việt Nam được phép nhập khẩu vào thị trường Australia là quả vải (năm 2015) và quả xoài (năm 2016).

Ngày 12/01/2017, Bộ Nông nghiệp và Thủy lợi Australia đưa ra báo cáo chính thức về việc đánh giá khả năng nhập khẩu quả thanh long tươi của Việt Nam vào Australia với các điều kiện về cấp giấy phép và phương pháp xử lý rủi ro sinh học. Sau khi Bộ Nông nghiệp và Tài nguyên nước Australia xác minh Việt Nam có khả năng đáp ứng việc xử lý rủi ro sinh học, các doanh nghiệp có nhu cầu nhập khẩu có thể xin giấy phép để được nhập khẩu loại quả này vào Australia.

Đối với mặt hàng tôm, hiện nay, Việt Nam mới chỉ xuất khẩu được tôm đã qua sơ chế hoặc đã chế biến vào thị trường Australia, chưa xuất khẩu được tôm tươi nguyên con đông lạnh do Australia quy định tôm và sản phẩm tôm nhập khẩu vào Australia phải nằm trong vùng sạch bệnh đốm trắng, đầu vàng, bệnh hoại tử gan tụy hoặc đã qua chế biến sâu (tẩm bột, bao bột, ướp bằng nước xốt ướp hoặc khô.v.v).

Ngày 07/01/2017, Bộ Nông nghiệp và Tài nguyên nước Australia đã ra thông báo về việc thực thi khẩn cấp lệnh tạm ngừng nhập khẩu tôm và thịt tôm chưa nấu chín từ các nước châu Á (trong đó có Việt Nam) do lo ngại bùng phát bệnh dịch đốm trắng tại Australia. Lệnh cấm trên có hiệu lực từ ngày 09/01/2017 và kéo dài trong vòng 6 tháng.

Hiện nay, Bộ Công Thương đang phối hợp chặt chẽ với Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn đề nghị phía Australia sớm gỡ bỏ lệnh cấm này đồng thời tạo điều kiện, hỗ trợ để tôm tươi nguyên con của Việt Nam sớm được xuất khẩu sang thị trường Australia.

II. Thị trường châu Âu

1. Tình hình xuất nhập khẩu chung

Châu Âu năm 2016 trải qua nhiều sự kiện bất ổn đã ảnh hưởng trực tiếp lên quá trình phục hồi kinh tế của cả khu vực. Khủng bố liên tiếp xảy ra tại Pháp, Đức, Bỉ; khủng hoảng người di cư lớn nhất từ sau Thế chiến thứ II khiến cho tình hình an ninh ở EU vốn được đánh giá là an toàn nhất trên thế giới trở nên xáo trộn. Brexit,

trung cầu dân ý tại Italia, chiến tranh Syria, căng thẳng Nga - Ukraine đều tác động tiêu cực đến tăng trưởng kinh tế, tự do thương mại khu vực châu Âu.

Trong bối cảnh đó, bức tranh kinh tế châu Âu chia thành hai mảng: khu vực EU đạt mức tăng trưởng dương đối lập với khu vực Nga và các nước SNG tăng trưởng âm tuy mức tăng trưởng có khá hơn năm trước. Theo số liệu của EC, tốc độ tăng trưởng GDP của khối EU năm 2016 ở mức 1,9%, lạm phát ở mức 0,3%, tỷ lệ thất nghiệp ở mức 8,5%. Tăng trưởng GDP một số nước đầu tàu EU được EC dự báo như sau: Anh 2,0%; Pháp 1,2%, Đức 1,9%, Tây Ban Nha 3,2%, Italia 0,9%, Hà Lan 2,1%. Trong khi đó, tại Nga và các nước Đông Âu, tình hình kinh tế ảm đạm hơn so với khu vực EU khi IMF dự báo tăng trưởng GDP của khu vực này là -0,3%, trong đó tăng trưởng GDP một số nước như: Nga -0,6%; Armenia 3,2%; Belarus -2,6%; Kazakhstan -0,8%; Ukraine tăng 1,5%.

Năm 2016 việc người dân Anh biểu quyết Anh sẽ rời khỏi EU (ngày 24/6/2016) đã gây ảnh hưởng ngắn hạn đến thị trường tài chính toàn cầu, đồng bảng Anh và đồng Euro giảm giá mạnh so với USD. Do những tác động từ Brexit, tăng trưởng GDP Anh đạt 2,0% trong năm 2016, giảm 0,3% so với năm ngoái. Quan trọng hơn, Brexit gây ra hệ lụy chia rẽ trong khối EU vốn được coi là liên minh vững chắc và tiên tiến nhất hiện nay.

Tuy trong năm 2016 tình hình kinh tế và chính trị của châu Âu có nhiều bất ổn, tuy nhiên hoạt động xuất nhập khẩu giữa Việt Nam và 51 nước châu Âu vẫn thu được những kết quả đáng ghi nhận.

Trong năm 2016 kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam sang EU chiếm 92,7% tổng kim ngạch xuất nhập khẩu của Việt Nam sang châu Âu. Kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam sang khối SNG và Nga chiếm 5,4% và sang các nước EFTA 1,9%.

Kim ngạch nhập khẩu của Việt Nam từ EU cũng chiếm phần lớn kim ngạch nhập khẩu của Việt Nam từ châu Âu, đạt 82%. Kim ngạch nhập khẩu của Việt Nam từ khối SNG và Nga chiếm 11,8% và từ các nước EFTA chiếm 5,8%.

Các thị trường xuất khẩu chính của Việt Nam tại khu vực châu Âu năm 2016 bao gồm: Đức (6 tỷ USD), Anh (4,9 tỷ USD), Hà Lan (6 tỷ USD), Tây Ban Nha (2,3 tỷ USD), Áo (2,6 tỷ USD), Pháp (3 tỷ USD), Nga (1,6 tỷ USD), Bỉ (2 tỷ USD), Italia (3,3 tỷ USD).

Về mặt hàng xuất khẩu, các nhóm hàng xuất khẩu chính của Việt Nam vào khu vực là: thủy sản; cao su; sản phẩm từ chất dẻo; túi xách, vali, mũ, ô, dù; sản phẩm mây, tre, cói, thảm; gỗ và sản phẩm gỗ; hàng dệt may; giày dép; sản phẩm gốm sứ; sản phẩm sắt thép, kim loại thường khác; máy vi tính, sản phẩm điện tử, linh kiện. Riêng xuất khẩu nhóm hàng điện thoại các loại, linh kiện là nhóm hàng liên tục đạt được tăng trưởng trong nhiều năm, đạt trên 11 tỷ USD, giữ vững vị trí mặt hàng xuất khẩu lớn nhất sang châu Âu.

Về nhập khẩu, các nhóm hàng chủ yếu là: máy móc, thiết bị, phụ tùng; dược phẩm; sản phẩm hóa chất, sản phẩm từ dầu mỏ; sắt thép, sản phẩm từ sắt thép; chất

đeo nguyên liệu, sản phẩm từ chất dẻo; giấy các loại; máy vi tính, sản phẩm điện tử, linh kiện;...

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

2.1. Khu vực EU

2.1.1. Tình hình kinh tế khu vực EU

Nền kinh tế EU trong nửa đầu năm 2016 phục hồi chậm. Các chỉ số kinh tế vĩ mô thể hiện một số tín hiệu khả quan nhưng không rõ ràng và không đủ để có thể vực dậy nền kinh tế đang chìm sâu trong trì trệ. Nhìn từ bức tranh tổng thể đầu tư trên toàn EU, tỷ lệ đầu tư năm 2016 là 2,8% thấp hơn so với năm 2015 là 3,5%. Mức độ chênh lệch này còn khác nhau ở các nước thành viên EU. Tỷ lệ lãi suất trong ngắn hạn và dài hạn ở mức dưới 0% kể từ tháng 3 năm 2016.

IMF đã giảm mức dự báo tăng trưởng kinh tế khu vực đồng tiền chung Eurozone trong vòng 2 năm tới do những bất ổn xuất phát từ Brexit. Mức dự báo tăng trưởng tổng sản phẩm quốc nội (GDP) của khối Eurozone sẽ chỉ đạt 1,6% trong năm nay so với mức 1,7% đưa ra trong lần dự báo trước. Mức dự báo cho năm 2017 giảm còn 1,4% từ mức 1,7%.

IMF cũng nhận định, việc kinh tế toàn cầu tiếp tục giảm tốc có thể làm chệch hướng sự phục hồi tăng trưởng dựa trên nhu cầu nội địa của Eurozone. Ngoài ra, ảnh hưởng lan tỏa của Brexit, làn sóng di cư, những mối lo an ninh gia tăng và sự suy yếu của hệ thống ngân hàng ảnh hưởng xấu tới nền kinh tế của khu vực EU.

2.1.2. Quan hệ thương mại Việt Nam - EU

Chiếm 92,7 % tổng kim ngạch xuất nhập khẩu của Việt Nam với khu vực thị trường châu Âu trong năm 2016, EU là khu vực quan trọng nhất trong quan hệ thương mại Việt Nam - châu Âu. Trong những năm qua quan hệ thương mại Việt Nam - EU đã phát triển rất nhanh chóng và hiệu quả.

Từ năm 2000 đến năm 2016, kim ngạch quan hệ thương mại Việt Nam - EU đã tăng hơn 11 lần, từ mức 4,1 tỷ USD năm 2000 lên 45,1 tỷ USD năm 2016; trong đó xuất khẩu của Việt Nam vào EU tăng hơn 11 lần (từ 2,8 tỷ USD lên 34 tỷ USD) và nhập khẩu vào Việt Nam từ EU tăng gần 8 lần (1,3 tỷ USD lên 11,1 tỷ USD). Trong năm 2016, tổng kim ngạch xuất, nhập khẩu Việt Nam sang EU (45,1 tỷ USD) tăng 8,93%, xuất khẩu từ Việt Nam (34 tỷ USD) tăng 9,8%; nhập khẩu vào Việt Nam (11,1 tỷ USD) tăng 6,1% so với năm 2015.

Việt Nam luôn duy trì xuất siêu sang thị trường EU, trong năm 2016 giá trị xuất siêu của Việt Nam sang thị trường EU đạt 23 tỷ USD, hơn gấp đôi giá trị nhập khẩu vào Việt Nam từ thị trường EU.

Các thị trường xuất khẩu lớn nhất của Việt Nam trong EU vẫn là một số các thị trường truyền thống như: Đức (6 tỷ USD), Hà Lan (6 tỷ USD), Anh (4,9 tỷ USD), Pháp (3 tỷ USD), Italia (3,3 tỷ USD), Tây Ban Nha (2,3 tỷ USD), Áo (2,6 tỷ USD), Bỉ (1,9 tỷ USD). Tổng kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam vào các thị

trường này trong năm 2016 chiếm gần 88% tổng kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam vào EU, trong đó, Hà Lan, Italia và Áo là các thị trường mà xuất khẩu của Việt Nam có tốc độ tăng mạnh ở mức 2 con số lần lượt là 26%, 14,5%, 20%.

Việt Nam đang chiếm dần thị phần thương mại với Liên minh châu Âu từ các quốc gia Đông Nam Á khác, một xu hướng có thể tiếp tục được duy trì sau khi Hiệp định tự do thương mại giữa Việt Nam và EU có hiệu lực. Năm 2015, Việt Nam chiếm 19,1 % trong tổng giá trị thương mại (201,4 tỷ euro) giữa EU và các nước thành viên của ASEAN. Con số này tăng từ 15,8 % trong năm 2014 (số liệu từ phái đoàn EU tại Singapore).

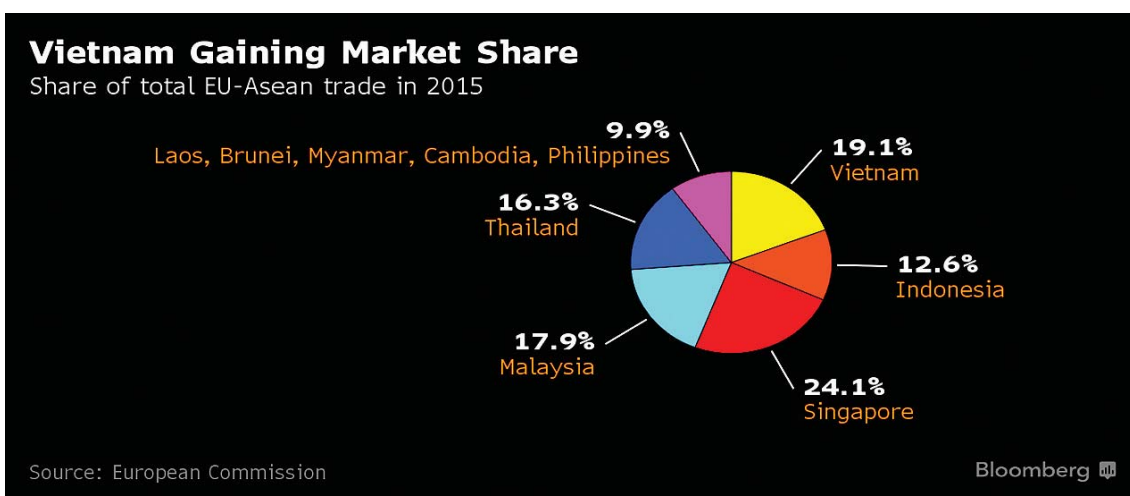
Các mặt hàng xuất khẩu chủ yếu của Việt Nam sang thị trường EU trong năm 2016 vẫn là các sản phẩm truyền thống có thể mạnh như hàng dệt may, giày dép các loại, cà phê, hải sản, máy vi tính. Đặc biệt, mặt hàng điện thoại các loại và linh kiện mới bắt đầu được xuất khẩu từ năm 2011, tuy nhiên đã đạt kim ngạch xuất khẩu trên 9,7 tỷ USD (năm 2015) và 11 tỷ USD (năm 2016). Các nhóm mặt hàng này chiếm khoảng 75% tổng kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam sang thị trường EU. Một số mặt hàng khác có kim ngạch không lớn nhưng vẫn duy trì được mức tăng trưởng đều (khoảng từ 5-10%/năm) gồm: sản phẩm từ chất dẻo, gỗ và sản phẩm gỗ, túi xách, vali, ô, dù, hạt tiêu, hạt điều....

Việt Nam nhập khẩu từ hầu hết các nước thành viên EU. Trong năm 2016, kim ngạch nhập khẩu từ các nước EU vào Việt Nam ở mức 11,1 tỷ USD, chiếm 84% kim ngạch nhập khẩu từ các nước châu Âu vào Việt Nam (13,2 tỉ USD). Những mặt hàng nhập khẩu vào Việt Nam từ EU chủ yếu là những sản phẩm trong nước chưa sản xuất được hoặc còn thiếu như: máy móc, thiết bị, dụng cụ, dược phẩm, sữa và sản phẩm từ sữa.

2.1.3. Đánh giá tác động Brexit đối với Việt Nam

Ngày 24/6/2016, người dân Anh đã quyết định tách Anh khỏi EU thông qua

Biểu đồ 3: Xuất khẩu của Việt Nam sang EU so với các nước Đông Nam Á



Nguồn: Ủy ban châu Âu

việc trưng cầu dân ý. Hiện tại Anh chưa chính thức khởi động đàm phán rời EU trong khi quá trình đàm phán dự kiến mất ít nhất là 2 năm, do vậy mọi chính sách hiện nay của EU vẫn còn giá trị với Anh trong vòng 2 năm tới.

Trước mắt, việc đồng Bảng mất giá không có lợi cho hàng xuất khẩu của Việt Nam. Mặt khác, kịch bản nước Anh tăng thuế nhập khẩu khi chính thức rời EU hoàn toàn có thể xảy ra làm giá cả hàng hóa nhập khẩu, trong đó có hàng nhập khẩu từ Việt Nam đắt đỏ hơn. Do đó các doanh nghiệp Việt Nam cần tăng cường khả năng cạnh tranh của sản phẩm hàng hóa chuẩn bị cho các tác động bất lợi.

Đối với EVFTA, EU khẳng định trước khi hoàn tất mọi thủ tục rút khỏi EU thì Anh vẫn là thành viên của EU và phải thực hiện đầy đủ nghĩa vụ của tất cả các Hiệp định FTA mà EU tham gia, trong đó có EVFTA. Dù Anh có là thành viên EU hay không thì EU vẫn sẽ tiếp tục thực hiện các thủ tục để Hiệp định EVFTA có hiệu lực. Do đó, EU và Việt Nam thống nhất tiếp tục nỗ lực để EVFTA có hiệu lực vào năm 2018 như dự kiến.

2.2. Liên minh kinh tế Á Âu

2.2.1. Tình hình kinh tế của Liên minh kinh tế Á Âu

Với những nỗ lực để vượt qua các khó khăn trong thời gian qua, Nga vẫn là nền kinh tế lớn thứ 6 trên thế giới với giá trị GDP theo sức mua ở mức 3,5 nghìn tỷ USD.

Trong năm 2016, kinh tế Nga cũng không hồi phục đáng kể và tiếp tục suy giảm với mức tăng trưởng GDP là -0,6%. Tương tự như Nga, trong năm 2016, kinh tế Belarus cũng suy giảm và đạt mức tăng trưởng GDP -2,6%. Trong năm 2016, do ảnh hưởng xuất của dầu mỏ thế giới, GDP của Kazakhstan chỉ đạt mức 1%.

2.2.2. Tình hình xuất nhập khẩu của Việt Nam - EAEU

EAEU là khu vực có quan hệ chính trị - kinh tế đặc biệt đối với Việt Nam. Kim ngạch xuất nhập khẩu cả năm 2016 của khối EAEU với nước ngoài đạt 499 tỷ USD, trong đó xuất khẩu sang các nước khác đạt 300 tỷ USD và nhập khẩu đạt 199 tỷ USD. EAEU chủ yếu xuất khẩu dầu khí, khoáng sản và kim loại (chiếm khoảng 75% tổng kim ngạch xuất khẩu). Trong khi đó, EAEU chủ yếu nhập khẩu máy móc, thiết bị (chiếm hơn 40% tổng kim ngạch nhập khẩu), hóa chất (18%), thực phẩm (14%).

Những đối tác nhập khẩu chính của EAEU là EU (chiếm khoảng 50%), Trung Quốc, Nhật Bản, Hàn Quốc,... Việt Nam đứng khoảng thứ 24 trong số các nước nhập khẩu từ EAEU. Những đối tác xuất khẩu chính của EAEU là EU (hơn 40%), Trung Quốc, Nhật Bản, Hàn Quốc,... Việt Nam đứng khoảng thứ 11 trong số các nước xuất khẩu sang EAEU. Theo số liệu của Tổng cục Hải quan Việt Nam, thương mại hai chiều năm 2016 giữa hai bên đạt trên 3 tỷ USD, tăng 23% so với năm 2015, trong đó xuất khẩu của Việt Nam sang Liên minh đạt 1,76 tỷ USD, tăng 10% và nhập khẩu từ EAEU đạt khoảng gần 1,27 tỷ USD, tăng 45%. Tính về tỷ trọng

chung, kim ngạch hàng hóa xuất khẩu của Việt Nam sang EAEU chỉ chiếm khoảng 1,1% tổng nhập khẩu của EAEU và kim ngạch hàng hóa Việt Nam nhập khẩu từ EAEU chỉ chiếm khoảng 0,5% tổng kim ngạch xuất khẩu của EAEU.

Các mặt hàng chủ yếu Việt Nam xuất khẩu sang EAEU bao gồm thiết bị điện, điện thoại và linh kiện, điện tử, hàng dệt may, giày dép, cà phê, chè, trái cây, thực phẩm chế biến, hạt điều,... Các mặt hàng EAEU xuất khẩu chính sang Việt Nam bao gồm nhiên liệu khoáng sản, dầu mỏ, phân bón, máy móc thiết bị điện, nồi hơi, thiết bị chụp ảnh, quang học, sắt thép, muối, lưu huỳnh, xi măng, ô tô, khí ga tự nhiên,...



Trong EAEU, Việt Nam có quan hệ thương mại song phương chủ yếu là với Nga, còn lại với 4 nước Kazakhstan, Armenia, Belarus và Kyrgyzstan vẫn còn khiêm tốn. 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 FTA VN - EAEU có hiệu lực từ ngày 05/10/2016, 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.

2.2.3. Phân tích những mặt hàng xuất nhập khẩu quan trọng

Thủy sản

Nga là một trong những thị trường xuất khẩu thủy sản lớn nhất của Việt Nam và là thị trường có dung lượng tiêu thụ lớn nhất trong khối SNG. Mức tiêu thụ thủy sản bình quân đầu người của Nga là 20-23 kg/năm, cao hơn mức trung bình 17 kg/năm của thế giới. Mặc dù có sản lượng đánh bắt và nuôi trồng thủy sản lớn, nhưng Nga vẫn nhập một số lượng thủy sản không nhỏ, chủ yếu là cá đông lạnh nguyên con (khoảng 80% tổng kim ngạch nhập khẩu), cá phi lê, tôm, nhuyễn thể,... Từ cuối năm 2014 cho đến nay, Nga đã ban hành và duy trì lệnh cấm nhập khẩu thủy sản từ các nước phương Tây, gồm EU, Hoa Kỳ, Na Uy, Canada. Riêng Na Uy chiếm 40% kim ngạch thủy sản xuất khẩu vào Nga. Lệnh cấm vận này đã tạo cơ hội gia tăng sản xuất thủy sản nội địa của Nga cũng như gia tăng nhập khẩu từ các nước lân cận trong khối SNG và các đối tác khác.

Tuy nhiên, Việt Nam chưa tận dụng tốt được cơ hội này do phía Nga áp dụng biện pháp hạn chế nhập khẩu cá tra và các sản phẩm từ cá tra từ năm 2014. Cá tra là mặt hàng thủy sản chủ lực của Việt Nam xuất khẩu sang Nga và chiếm khoảng 70% kim ngạch xuất khẩu thủy sản của Việt Nam sang thị trường này.

Ngoài ra, hiện tại Cơ quan Kiểm dịch động thực vật Nga (FSVPS) mới chỉ công nhận 25 doanh nghiệp (trong tổng số 136 doanh nghiệp chế biến thủy sản Việt Nam đăng ký xuất khẩu sang Nga) được phép xuất khẩu thủy sản vào Nga, gồm: 6 doanh nghiệp chế biến cá tra, basa đông lạnh, 15 doanh nghiệp chế biến thủy sản đông lạnh, 3 doanh nghiệp chế biến thủy sản khô và 1 doanh nghiệp chế biến đồ hộp. Trong khi đó, EU đã cho phép hơn 470 doanh nghiệp xuất khẩu thủy sản vào thị trường này.

Chè

Nga là thị trường tiêu thụ chè lớn trên thế giới với nhu cầu ở mức khoảng 160 nghìn tấn chè/năm và tổng giá trị trên 4 tỷ USD. Do năng lực sản xuất trong nước hạn chế (chỉ đáp ứng khoảng 1% nhu cầu của thị trường) và mức thuế suất nhập khẩu cao đối với mặt hàng chè túi lọc, vì vậy hơn 95% chè trên thị trường Nga là chè thô nhập khẩu rồi đóng gói trên lãnh thổ Nga. Hiện nay, các đối tác nhập khẩu chè lớn nhất của Nga vẫn là Sri Lanka, Ấn Độ, sau đó đến Kenya, Việt Nam, Indonesia, Trung Quốc,... Xu hướng gần đây cho thấy thị trường chè của Nga tăng trưởng rất chậm và gia tăng nhập khẩu từ châu Phi. Lâu nay Nga vẫn nằm trong danh sách các thị trường xuất khẩu chè lớn nhất của Việt Nam, chủ yếu Nga nhập khẩu chè đen OPA. Năm 2016, Việt Nam đã xuất khẩu sang Nga 22,8 triệu USD, chiếm hơn 10% tổng kim ngạch xuất khẩu chè.

Cà phê

Brazil và Việt Nam là hai đối tác lớn nhất của Nga đối với mặt hàng cà phê, chiếm tương ứng 20% và 18% của tổng kim ngạch nhập khẩu. Ngoài ra, Nga nhập khẩu cà phê từ Ấn Độ (chiếm 13% tổng kim ngạch nhập khẩu), Đức (8%), Indonesia (7%),...

Dệt may

Thị trường dệt may của EAEU mỗi năm nhập khẩu khoảng 17 tỷ USD, tuy nhiên kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam sang khối này chưa đạt 100 triệu USD, tương đương với tỷ trọng không quá 1% trong tổng nhập khẩu dệt may của EAEU. Các đối tác nhập khẩu hàng hóa dệt may chính của Nga là Trung Quốc, EU, Thổ Nhĩ Kỳ. Theo xu hướng gần đây của thị trường nhập khẩu hàng dệt may của EAEU, các mặt hàng nhập khẩu từ Trung Quốc, EU và Thổ Nhĩ Kỳ đang giảm dần. Trong khi đó, hàng hóa với giá sản phẩm rẻ và mức thuế suất ưu đãi hơn từ các nước như Việt Nam, Bangladesh hoặc Ấn Độ đang được ưu chuộng nhiều hơn.

Giày dép

Gần 80% nhu cầu của thị trường giày dép của EAEU được đáp ứng bởi các sản phẩm nhập khẩu, chủ yếu từ Trung Quốc (chiếm trên 75% thị phần tổng nhập khẩu), Thổ Nhĩ Kỳ, Italia. Thị trường bán lẻ giày dép của EAEU đang có xu hướng tăng mạnh, tuy nhiên kim ngạch nhập khẩu sản phẩm này từ Việt Nam còn chiếm tỷ trọng rất nhỏ.

Điện thoại di động, hàng điện tử

Trong nhiều năm qua, điện thoại di động và linh kiện, hàng điện tử vẫn là mặt hàng có kim ngạch xuất khẩu lớn nhất của Việt Nam sang khối EAEU và các nước khu SNG ngoài Liên minh Kinh tế Á Âu.

Mặt hàng nhập khẩu

Đối với EAEU, Việt Nam chủ yếu nhập khẩu các mặt hàng như nhiên liệu và khoáng sản, dầu mỏ, phân bón, máy móc thiết bị, sắt thép và sản phẩm sắt thép, muối, lưu huỳnh, xi măng, phương tiện vận tải, khí ga tự nhiên,... Đặc biệt trong bối cảnh FTA Việt Nam-EAEU đã có hiệu lực và 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 thay đổi đáng kể trong thời gian tới.

2.3. Khu vực EFTA

2.3.1. Tình hình thị trường

Hiệp hội thương mại tự do châu Âu (European Free Trade Association, viết tắt là EFTA) hiện tại gồm 4 thành viên: Thụy Sĩ, Na Uy, Iceland và Liechtenstein. Tổng dân số của Hiệp hội là 13,667 triệu dân (2015), trong đó, Thụy Sĩ: 8,1 triệu, Na Uy: 5,2 triệu, Iceland: 331 nghìn và Liechtenstein: 36,7 nghìn. Các nước thành viên EFTA đều nằm trong nhóm đứng đầu thế giới về thu nhập GDP tính theo đầu người. Năm 2015, tổng GDP của Hiệp hội đạt 1.095,7 tỷ USD và thu nhập bình quân đầu người đạt 65.025 USD. Trong đó Thụy Sĩ: 59.400 USD, Na Uy: 67.700 USD, Iceland: 43.600 USD, Liechtenstein: 89.400 USD.

Nền kinh tế các nước EFTA chủ yếu là dựa trên thế mạnh dịch vụ. Hoạt động thương mại hàng hóa của Hiệp hội tập trung chủ yếu ở Thụy Sĩ và Na Uy. Việt Nam cũng chủ yếu có trao đổi thương mại với 2 nước này.

Thụy Sĩ là quốc gia nhỏ với dân số hơn 8 triệu dân nhưng có nền kinh tế phát triển, xếp hạng 12 trong các quốc gia có môi trường kinh doanh tốt nhất (theo Forbes 2015). Trong lĩnh vực thương mại quốc tế, Thụy Sĩ luôn đứng trong nhóm 20 nền kinh tế xuất nhập khẩu lớn nhất thế giới (xếp thứ 19 năm 2015).

Trong năm 2016, nền kinh tế Na Uy tiếp tục phải đối mặt với sự sụt giảm mạnh giá dầu lửa thế giới, sự giảm giá đồng Krone (NOK), thất nghiệp gia tăng do sự cắt giảm lao động của ngành công nghiệp dầu khí, vấn đề gia tăng nhập cư, sự tăng giá cao của thị trường nhà đất và các thách thức về môi trường, biến đổi khí hậu. Trước bối cảnh đó, thuế thu nhập doanh nghiệp đã được cắt giảm từ 28% năm 2013 xuống 25% năm 2016 và dự kiến năm 2017 sẽ giảm xuống 24%. Chính phủ thực hiện chính sách tài chính mở rộng trong khi duy trì lãi suất thấp để kích cầu trong nước, góp phần đối phó với chu kỳ suy giảm kinh tế.

2.3.2. Quan hệ kinh tế thương mại Việt Nam - EFTA

Thụy Sĩ

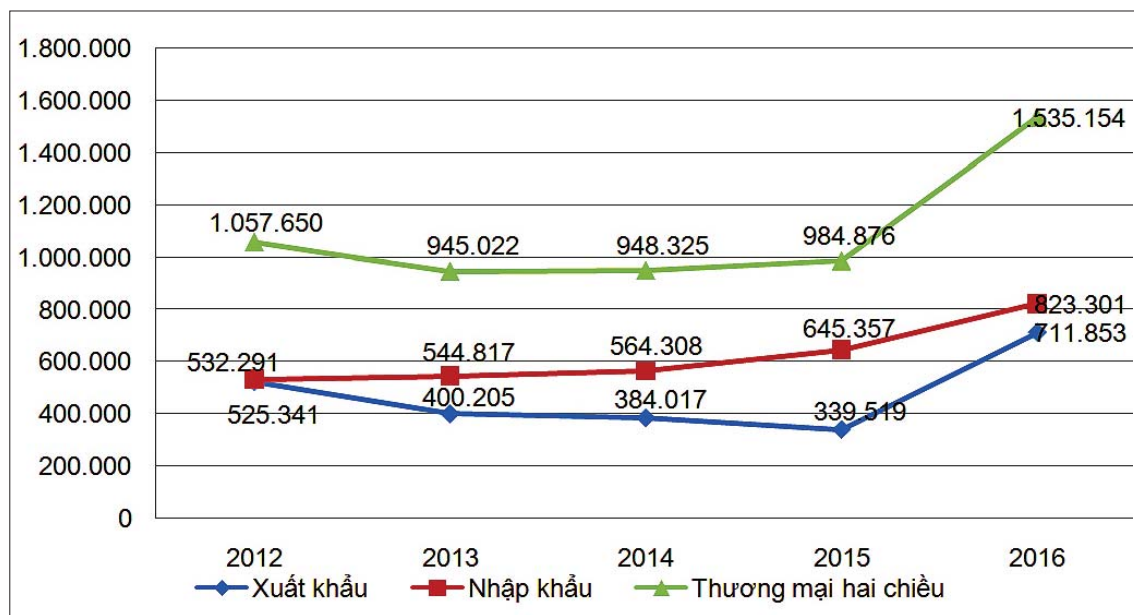
Năm 2016, tổng kim ngạch xuất nhập khẩu giữa Việt Nam và Thụy Sĩ đạt khoảng 1,1 tỷ USD, tăng 64,2% so với năm 2015. Trong đó, xuất khẩu của Việt Nam sang Thụy Sĩ năm 2016 đạt 593,2 triệu USD, tăng 158% (chủ yếu là do tăng xuất khẩu mặt hàng vàng); nhập khẩu của Việt Nam từ Thụy Sĩ đạt 502,7 triệu USD, tăng 14,94 % so với năm 2015 (chủ yếu là do tăng nhập khẩu mặt hàng dược phẩm).

Các mặt hàng Việt Nam xuất khẩu chủ yếu sang Thụy Sĩ bao gồm: hàng thủy sản (38,7 triệu USD), giày dép các loại (18,4 triệu USD), dệt may (12 triệu USD), máy vi tính, sản phẩm điện tử và linh kiện (14,6 triệu USD). 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 (176,3 triệu USD), dược phẩm (117,3 triệu USD), máy vi tính, sản phẩm điện tử và linh kiện (42,5 triệu USD), thuốc trừ sâu và nhiên liệu (3,3 triệu USD). Đây cũng là các mặt hàng xuất khẩu thế mạnh của Việt Nam. Theo Cục Kinh tế Liên bang Thụy Sĩ (SECO), thống kê các mặt hàng nhập khẩu của Thụy Sĩ cho thấy Việt Nam chiếm tỷ trọng còn thấp trong nhập khẩu của Thụy Sĩ. Các mặt hàng nông lâm thủy sản của Việt Nam xuất khẩu chiếm khoảng 8% tổng nhu cầu của Thụy Sĩ. Mặt hàng dệt may của Việt Nam xuất khẩu chỉ chiếm 2% tổng nhu cầu thị trường của Thụy Sĩ. Giày dép, ô dù,... cũng là mặt hàng chiếm khoảng 9% tổng kim ngạch nhập khẩu của Thụy Sĩ.

Về nông sản, đối thủ cạnh tranh chính của Việt Nam tại thị trường này là Thái Lan. Kim ngạch nhập khẩu mặt hàng này của Thụy Sĩ từ Việt Nam và Thái Lan

Biểu đồ 4: Kim ngạch xuất nhập khẩu Việt Nam - EFTA

(Đơn vị: nghìn USD)



Nguồn: Tổng hợp từ số liệu của Tổng cục Hải quan

tương đối ngang nhau. Ngoài ra trên thị trường Thụy Sĩ, nông sản có xuất xứ từ các nước như Sri Lanka và Ấn Độ cũng tương đối lớn.

Về mặt hàng dệt may quần áo, giày dép, các đối thủ cạnh tranh là các nước ASEAN, Trung Quốc và Ấn Độ. Kim ngạch xuất khẩu mặt hàng giày dép và dệt may của Việt Nam mới chỉ chiếm khoảng 4% tổng thị phần nhập khẩu mặt hàng này của Thụy Sĩ.

Na Uy

Năm 2016, tổng kim ngạch xuất nhập khẩu đạt 380,2 triệu USD, tăng 24,3% so năm 2015; trong đó xuất khẩu từ Việt Nam sang Na Uy đạt 117,7 triệu USD, tăng 13,6% và nhập khẩu của Việt Nam đạt 262,4 triệu USD, tăng 29,36%.

Các mặt hàng xuất khẩu chính của Việt Nam sang Na Uy bao gồm: hàng dệt may (25,9 triệu USD, chiếm 22% kim ngạch), giày dép (15,8 triệu USD, chiếm 13,5%), sản phẩm từ sắt thép (12,4 triệu USD), hạt điều (8,2 triệu USD), Các mặt hàng xuất khẩu khác là túi xách, vali, mũ, ô dù, gỗ và sản phẩm từ gỗ, sản phẩm từ chất dẻo.

Các mặt hàng nhập khẩu chủ yếu từ Na Uy gồm: hàng thủy sản 104,1 triệu USD, chiếm 39,7%), máy móc thiết bị, phụ tùng khác (66,6 triệu USD).

Nhìn chung các ngành hàng Việt Nam có lợi thế xuất khẩu sang thị trường Na Uy và Iceland cũng tương tự như những ngành hàng mà hai nước này nhập khẩu từ một số nước châu Âu, châu Mỹ Latinh, châu Phi, châu Á và ASEAN, trong đó Trung Quốc, Thái Lan, và một số nước ASEAN lâu nay vẫn là những đối thủ cạnh tranh của Việt Nam trong hầu hết các ngành hàng xuất khẩu, cụ thể:

- Nông sản: Trung Quốc, Thái Lan, Ấn Độ, Pakistan, Campuchia, Myanmar và Thổ Nhĩ Kỳ là gạo và hạt thực phẩm các loại, cụ thể như: các sản phẩm từ gạo (như bột, bún, miến, bánh tráng,...) từ Thái Lan và Trung Quốc; các loại hạt (như lạc, vừng, đỗ các loại,...) từ Trung Quốc, Pakistan, Thổ Nhĩ Kỳ và Philippines; hạt điều thô và chế biến từ Ấn Độ; hạt tiêu từ Ấn Độ, Pakistan; cà phê từ Brazil, Colombia; chè từ Sri Lanka, Brazil, Peru và châu Phi;

- Thủy sản: chủ yếu là Trung Quốc, Thái Lan, Philippines, Indonesia, Bangladesh và Hoa Kỳ;

- Rau củ quả: bao gồm Trung Quốc, Thái Lan, Philippines, Malaysia, châu Mỹ Latinh (Brazil, Costa Rica, Panama, Peru, Colombia,...), Nam Phi và Madagascar.

- Gỗ và các sản phẩm từ gỗ: Trung Quốc, Philippines, Indonesia, Malaysia, Myanmar và Bắc Phi.

Iceland

Cho đến nay, quan hệ thương mại giữa hai nước chưa có gì đáng kể, kim ngạch buôn bán giữa hai nước còn quá khiêm tốn. Việt Nam xuất khẩu tất cả các

mặt hàng chủ lực của Việt Nam sang Iceland, trong khi Iceland xuất chủ yếu là nguyên liệu hải sản và số lượng nhỏ máy móc sang Việt Nam.

Năm 2016, kim ngạch xuất nhập khẩu Việt Nam - Iceland đạt 10,47 triệu USD, tăng gần 9%, mặc dù xuất khẩu giảm đáng kể từ 5,2 triệu USD xuống còn 872 nghìn USD, tuy nhiên nhập khẩu lại tăng từ 4,3 triệu lên 9,6 triệu (tăng 118,6%). Các mặt hàng xuất khẩu chủ yếu của Việt Nam sang Iceland gồm: Gạo (274 nghìn USD), dệt may (148 nghìn USD), rau quả (130 nghìn USD).

Liechtenstein

Năm 2016, kim ngạch nhập khẩu hàng hóa Việt Nam từ Liechtenstein đạt hơn 48 triệu USD, trong đó nhập chủ yếu là mặt hàng máy móc, thiết bị, dụng cụ và phụ tùng, kim ngạch 26,1 triệu USD.

3. Chính sách quản lý nhập khẩu của một số nước

3.1. Một số quy định chung mới của Liên minh châu Âu

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.

EVFTA đang được hai Bên tiến hành rà soát pháp lý, Hai bên dự kiến sẽ ký kết chính thức EVFTA đầu năm 2017 và hy vọng Hiệp định bắt đầu có hiệu lực thi hành trong năm 2018.

Trong năm 2016, EU đã tăng cường kiểm tra, kiểm soát chất lượng sản phẩm và nguồn gốc xuất xứ đối với các mặt hàng nhập khẩu vào EU; đặc biệt là với các mặt hàng nông sản, thép nhập khẩu từ châu Á. Do vậy, các doanh nghiệp cần chú ý đảm bảo đáp ứng đầy đủ quy định về an toàn vệ sinh thực phẩm, về chất lượng cũng như nguồn gốc xuất xứ từ Việt Nam để tránh bị điều tra hoặc bị áp dụng những hình thức phòng vệ thương mại khi xuất hàng vào EU.

Quy chế ưu đãi thuế quan phổ cập (GSP)

Chính sách thương mại của EU hướng tới xoá bỏ các hạn chế thương mại, hạ thấp rào cản thuế quan, tạo thuận lợi cho thương mại toàn cầu bằng cách kết hợp chính sách đa phương, khu vực và song phương.

Ngoài việc tiếp tục áp dụng Hệ thống ưu đãi thuế quan phổ cập (GSP) cho các nước và vùng lãnh thổ đang phát triển, trong đó dành ưu đãi đặc biệt “được xuất khẩu mọi thứ trừ vũ khí” cho những nước nghèo, EU áp dụng nhiều biện pháp ảnh hưởng trực tiếp đến nhập khẩu như thủ tục hải quan, quy tắc xuất xứ, thuế quan, thuế gián tiếp, giấy phép, biện pháp tự vệ, quy tắc về tiêu chuẩn hàng hóa, chống bán phá giá.

Quy chế GSP giai đoạn 2014-2016 của EU hết hiệu lực vào ngày 31/12/2016. Phía Việt Nam đề nghị và đã được EU chấp thuận tiếp tục trao GSP giai đoạn 2017-2019 cho Việt Nam.

3.2. Một số quy định mới đối với hàng hóa Việt Nam xuất khẩu vào châu Âu

a) Thủy sản:

Ngày 28/4/2016, Cơ quan thẩm quyền EU đã ban hành quy định số 2016/759 liên quan tới việc nhập khẩu một số sản phẩm trong đó có đùi ếch, ốc, gelatine, collagen, glucosamine, nội dung chủ yếu thay thế các chứng thư tương ứng đã được ban hành kèm theo quy định số 2074/2005 ngày 05/12/2005 và các văn bản sửa đổi, có thời gian chuyển tiếp đến hết ngày 02/12/2016.

b) Lâm sản:

Việt Nam đã đạt được thỏa thuận trên nguyên tắc đối với Hiệp định Đối tác tự nguyện (VPA) về thực thi lâm luật, quản trị và thương mại lâm sản (FLEGT VPA) vào ngày 18/11/2016. VPA là một hiệp định thương mại có sự ràng buộc về mặt pháp lý giữa EU và một nước sản xuất gỗ bên ngoài EU. Cơ chế này giúp cải thiện việc quản trị rừng, xử lý nạn khai thác gỗ trái phép và thúc đẩy thương mại các sản phẩm gỗ hợp pháp đã được chứng nhận giữa Việt Nam và EU.

c) Nông nghiệp:

Nông nghiệp luôn là lĩnh vực rất nhạy cảm và được bảo hộ như là truyền thống của EU. Chính sách nông nghiệp chung châu Âu (CAP) được sử dụng cho sản xuất trong khu vực và nâng sức cạnh tranh của nông sản EU trên toàn cầu. CAP giữ giá nông sản EU ở mức thấp, khiến nông dân các nước đang phát triển không thể cạnh tranh, ngăn cản các nước ngày tham gia vào thị trường xuất khẩu sản phẩm nông nghiệp.

Ngân sách dành cho CAP hiện còn khoảng 50 tỷ Euro được sử dụng để bảo trợ ngành sản xuất trong nước vô điều kiện. Các công cụ của CAP áp dụng bao gồm các khoản trợ cấp xuất khẩu, các khoản thanh toán trực tiếp và thuế nhập khẩu cao. Đối với một số nông dân châu Âu, thậm chí 50% thu nhập của họ đến từ khoản trợ cấp của CAP.

Chính sách này đang được cải tổ theo hướng chú trọng đến lợi ích của người tiêu dùng và người đóng thuế, trong khi nông dân tiếp tục được hỗ trợ, đảm bảo phát triển kinh tế nông thôn và bảo vệ môi trường, hỗ trợ đàm phán Hiệp định nông nghiệp của WTO, đáp ứng nhu cầu xã hội.

III. Thị trường châu Mỹ

1. Tình hình xuất nhập khẩu chung

Kim ngạch xuất nhập khẩu giữa Việt Nam và các nước thuộc châu Mỹ trong năm 2016 đạt 60,7 tỷ USD, chiếm 17,3% tổng kim ngạch xuất nhập khẩu của Việt Nam với thế giới và tăng trên 11,5% so với năm 2015 (đạt 54,4 tỷ USD).

Việt Nam tiếp tục là nước xuất siêu sang thị trường này với kim ngạch xuất khẩu đạt trên 46,4 tỷ USD, chiếm 26,3% tổng kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam, trong khi kim ngạch nhập khẩu đạt khoảng 14,3 tỷ USD chiếm xấp xỉ 8,2% tổng kim ngạch nhập khẩu của cả nước.

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

2.1. Khu vực Bắc Mỹ

2.1.1. Hoa Kỳ

Sau hơn 20 năm bình thường hóa quan hệ, hiện Việt Nam là đối tác thương mại xếp thứ 12 về xuất khẩu hàng hóa và xếp thứ 36 về nhập khẩu hàng hóa của Hoa Kỳ. Tăng trưởng thương mại giữa hai nước đạt trung bình trên 25% mỗi năm. Cán cân thương mại hàng hóa của Việt Nam trong trao đổi thương mại với Hoa Kỳ luôn duy trì mức thặng dư lớn. Năm 2016, xuất siêu của Việt Nam sang Hoa Kỳ đạt hơn 29,7 tỷ USD. Mặc dù vậy, kết quả này vẫn còn thấp so với tiềm năng của hai nước.

a) Xuất khẩu

Xuất khẩu của Việt Nam sang Hoa Kỳ đã tăng mạnh từ khoảng 1 tỷ USD năm 2001 lên trên 38,46 tỷ USD năm 2016 và có thể đạt trên 40 tỷ USD vào năm 2017. Nếu tính riêng về xuất khẩu hàng hóa, Việt Nam là nước xuất khẩu lớn thứ 13 vào thị trường Hoa Kỳ năm 2016.

Năm 2016, Hoa Kỳ tiếp tục duy trì là thị trường xuất khẩu lớn nhất của Việt Nam với mức tăng trưởng 14,9% so với năm 2015. Tuy nhiên, con số này mới chỉ tương đương 1,96% tổng kim ngạch nhập khẩu của Hoa Kỳ.

Dệt may vẫn là ngành hàng dẫn đầu về xuất khẩu của Việt Nam vào thị trường Hoa Kỳ với trị giá xuất khẩu trong năm 2016 là 11,45 tỷ USD, chiếm hơn 48% tổng kim ngạch xuất khẩu hàng dệt may của cả nước (cả nước đạt 23,8 tỷ USD trị giá xuất khẩu hàng dệt may). Kim ngạch xuất khẩu mặt hàng điện thoại và linh kiện trong năm 2016 đã tăng trưởng mạnh, chiếm tới 12,8% tổng trị giá hàng xuất khẩu vào thị trường Hoa Kỳ. Ngoài ra, sản phẩm máy vi tính, điện tử và linh kiện chiếm 7,2%, giày dép các loại chiếm 11,6%, gỗ và sản phẩm gỗ chiếm 7,2%...

Các mặt hàng xuất khẩu chính của Việt Nam sang Hoa Kỳ năm 2016 được thể hiện ở biểu đồ như bảng dưới đây, bao gồm: dệt may; giày dép; đồ gỗ; điện tử; thủy sản kể cả thủy sản chế biến; máy móc, thiết bị, dụng cụ, phụ tùng; túi xách, vali, mũ, ô, dù; điện thoại và linh kiện; hạt điều; các mặt hàng khác...

Dệt may

Hoa Kỳ là thị trường tiêu dùng và nhập khẩu lớn nhất thế giới về hàng dệt may. Theo thống kê của Ủy ban Thương mại quốc tế Hoa Kỳ, năm 2016 tổng trị giá sản phẩm dệt may tiêu thụ ở Hoa Kỳ (bao gồm xơ, sợi, vải, thảm, hàng dệt trang trí và dùng trong nhà, quần áo...) xấp xỉ 225 tỷ USD, trong đó khoảng 140 tỷ là hàng sản xuất nội địa, còn lại là nhập khẩu, trong đó đối tác nhập khẩu dệt may lớn nhất là Trung Quốc, tiếp đó tới Việt Nam và Ấn Độ.

Năm 2016, Hoa Kỳ nhập của Việt Nam 11,45 tỷ USD hàng dệt may, tăng 4,5% so với năm 2015. Năm 2016 cũng chứng kiến tốc độ tăng trưởng xuất khẩu chững lại của hàng dệt may Việt Nam vào thị trường Hoa Kỳ.

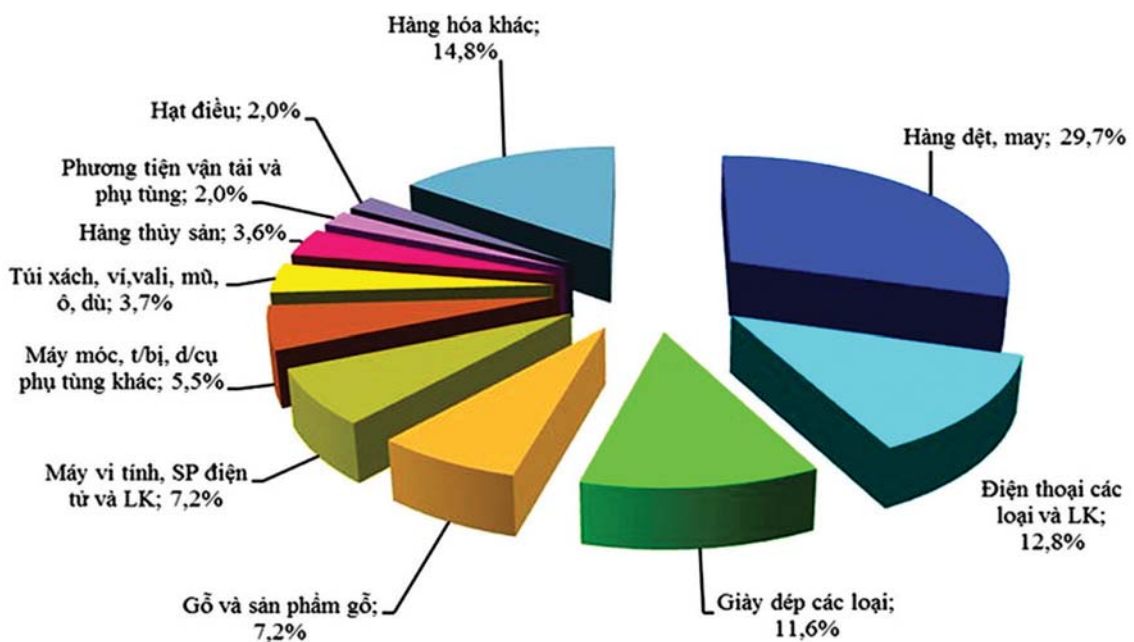
Giày dép

Hoa Kỳ là thị trường lớn nhất thế giới về giày dép. Năm 2016, tổng giá trị giày dép tiêu thụ tại Hoa Kỳ khoảng 29,8 tỷ USD với 28.360 cửa hàng bán lẻ trên toàn quốc. Khoảng 90% lượng giày dép tiêu thụ ở Hoa Kỳ là hàng nhập khẩu. Năm 2016 Hoa Kỳ nhập khẩu trên 25 tỷ USD, giảm 6,6% so với năm 2015. Giá bình quân giày dép nhập khẩu tiếp tục giảm do giày dép thương giá thấp chiếm tỷ lệ tiêu thụ ngày càng tăng.



Trung Quốc là nước xuất khẩu giày dép lớn nhất vào Hoa Kỳ. Năm 2016, Trung Quốc xuất khẩu vào Hoa Kỳ trên 14,5 tỷ USD giày dép, chiếm 58% tổng trị giá nhập khẩu giày dép của Hoa Kỳ. Năm 2016, Việt Nam đã vượt Italia và Indonesia trở thành nước xuất khẩu lớn thứ 2 về giày dép vào Hoa Kỳ với giá trị xuất khẩu mặt hàng này đạt 4,48 tỷ USD, tăng 12,1% so với cùng kỳ.

Biểu đồ 5: Các mặt hàng Việt Nam xuất khẩu sang Hoa Kỳ năm 2016



Nguồn: Tổng hợp từ số liệu của Tổng cục Hải quan và USITC

Do thâm hụt thương mại nói chung của Hoa Kỳ với Trung Quốc ngày càng lớn, thị phần giày dép của Trung Quốc tại Hoa Kỳ quá lớn và ngày càng tăng, để tránh phụ thuộc quá nhiều vào nhập khẩu từ Trung Quốc, đồng thời để chủ động đối phó với khả năng tăng giá đồng Nhân dân tệ và tình trạng tăng giá, thiếu lao động đang xuất hiện và gia tăng trong ngành giày dép Trung Quốc, một số công ty Hoa Kỳ đang có xu hướng tìm thêm nguồn hàng từ các nước khác, trong đó có Việt Nam. Ngoài ra, một số nhà cung cấp nước ngoài (đặc biệt là các công ty Đài Loan) cũng đang có xu hướng di chuyển bớt một số cơ sở sản xuất ở Trung Quốc sang một số nước khác, trong đó có Việt Nam.

Tại khu vực Đông Nam Á, Việt Nam đã thay thế Indonesia trở thành nguồn cung cấp chính về giày dép cho thị trường Hoa Kỳ.

Nông sản, thủy sản

Việt Nam đang xuất khẩu nhiều mặt hàng nông sản, thủy sản sang Hoa Kỳ như: tôm đông lạnh, fillet cá tra, basa, cá ngừ chế biến, thịt cua (ghẹ) chế biến, cà phê, hạt điều, hạt tiêu... Năm 2016, kim ngạch xuất khẩu nông sản, thủy sản (kể cả hàng đã chế biến) của Việt Nam sang Hoa Kỳ đạt khoảng trên 3 tỷ USD, trong đó 1,44 tỷ USD là hàng thủy sản.

Mặc dù kim ngạch nhập khẩu nông sản, thủy sản của Hoa Kỳ lớn và có xu hướng tăng cao, nhất là thủy sản và rau quả nhiệt đới đóng hộp; song tốc độ tăng trưởng kim ngạch xuất khẩu nhóm hàng này của Việt Nam sang Hoa Kỳ trong vài ba năm tới có thể sẽ không cao. Nguyên nhân chính do hai mặt hàng xuất khẩu chủ lực là tôm và cá tra, basa đều đang phải chịu thuế chống bán phá giá và chống trợ cấp, bị hạn chế tiêu thụ ở một số bang. Cà phê, điều và tiêu khó có khả năng tăng đột biến về số lượng, chưa kể giá có thể giảm.

Với vị trí đối tác xuất khẩu thứ 23, Việt Nam đã trở thành cái tên quan trọng trong bản đồ thương mại quốc tế của Hoa Kỳ. Cùng với đó, hàng hóa xuất khẩu của Việt Nam đã trở thành đối tượng của các biện pháp tự vệ, mà cụ thể là các biện pháp chống bán phá giá và chống trợ cấp. Mặc dù phải chịu nhiều khó khăn và bất lợi, thông qua các vụ kiện trên, các doanh nghiệp Việt Nam đã dần trưởng thành, tiếp nhận được nhiều kinh nghiệm, từ đó tạo lập bản lĩnh vững vàng hơn trong cuộc chơi thâm nhập thị trường đầy hứa hẹn nhất và cũng đầy thách thức nhất này.

b) Nhập khẩu

Năm 2016, tổng kim ngạch nhập khẩu từ Hoa Kỳ đạt 8,7 tỷ USD, chiếm 4,2% tổng kim ngạch nhập khẩu của cả nước.

Cơ cấu các mặt hàng nhập khẩu chính từ Hoa Kỳ gồm máy vi tính, sản phẩm linh kiện điện tử (chiếm 25,3%), máy móc, thiết bị, dụng cụ, phụ tùng (chiếm 11,8%); phương tiện vận tải và phụ tùng (chiếm 9,2%); thức ăn gia súc và nguyên liệu (chiếm 4,1%),...

2.1.2. Canada

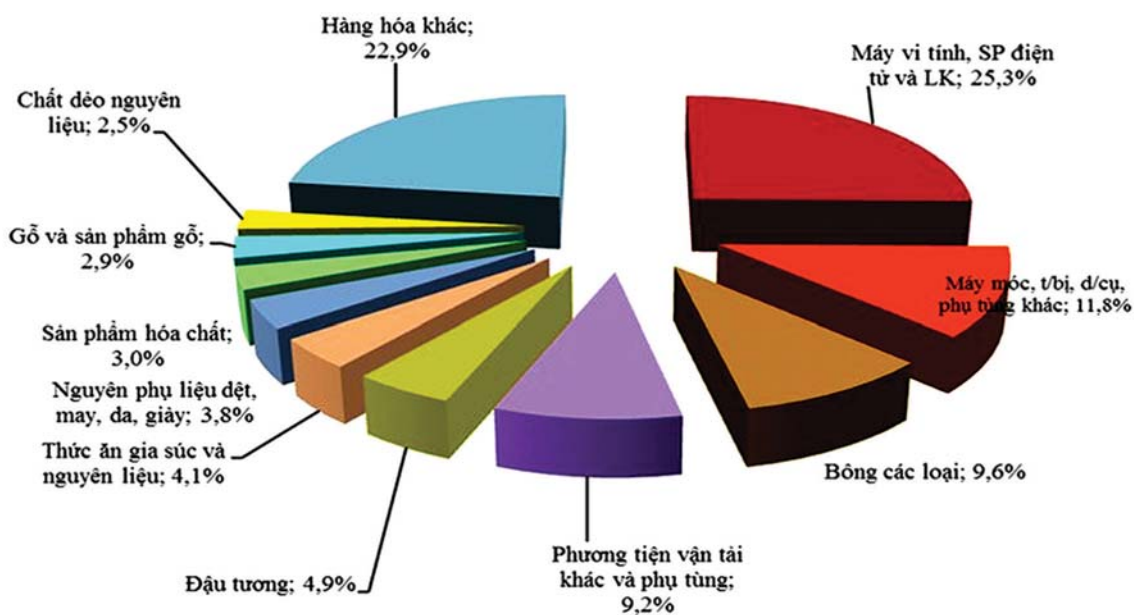
a) Xuất khẩu

Mặc dù quan hệ thương mại giữa Việt Nam và Canada tăng trưởng tương đối ổn định trong nhiều năm qua, trong đó Việt Nam luôn xuất siêu sang thị trường này nhưng phải đến gần đây, quan hệ kinh tế giữa hai quốc gia mới bắt đầu có những chuyển biến đáng kể. Kể từ năm 2015, Việt Nam đã trở thành nước xuất khẩu hàng hóa lớn thứ 5 trong khu vực châu Á vào Canada (sau Trung Quốc, Nhật Bản, Hàn Quốc, Đài Loan) và đứng đầu các nước ASEAN cả về kim ngạch xuất khẩu lẫn kim ngạch trao đổi thương mại hai chiều với nước này.

Hội nhập kinh tế quốc tế cũng như tác động của việc gia nhập WTO của Việt Nam đã góp phần không nhỏ trong việc dỡ bỏ các rào cản thương mại và thúc đẩy hoạt động xuất nhập khẩu của hai nước. Canada đã áp dụng mức thuế quan tối huệ quốc MFN và mức thuế quan ưu đãi phổ cập chung (GSP) dành cho các mặt hàng xuất khẩu của Việt Nam với mức thuế suất 0% (trừ các mặt hàng thuộc nhóm phải quản lý nguồn cung và một số nhóm hàng như: đường tinh chế, phần lớn các mặt hàng thuộc nhóm may mặc, giày dép).

Mặc dù là thị trường lớn và hết sức tiềm năng, song Canada vẫn là thị trường mới mẻ và chưa được các nhà xuất khẩu và tổ chức xúc tiến quan tâm đúng mức. Các mặt hàng chủ lực, chiếm tỉ trọng cao về giá trị trong cơ cấu hàng hóa xuất khẩu sang Canada vẫn là các mặt hàng truyền thống từ lâu đã là lợi thế của Việt Nam như dệt may, thủy sản, giày dép, v.v... Trong hai năm gần đây, mặt hàng điện thoại của Việt Nam xuất khẩu sang Canada tăng với mức kỷ lục. Theo Statistics Canada, xuất khẩu điện thoại của Việt Nam vào thị trường này năm 2015 đạt 524,8 triệu USD (tăng 1.048% so với năm 2014) và năm 2016 đạt 871,28 triệu USD (tăng 66% so với 2015).

Biểu đồ 6: Các mặt hàng Việt Nam nhập khẩu từ Hoa Kỳ năm 2016



Nguồn: Tổng hợp từ số liệu của Tổng cục Hải quan và USITC

Chi tiết một số mặt hàng xuất khẩu chính của Việt Nam sang Canada:

Dệt may:

Dệt may chiếm tỷ trọng cao nhất trong cơ cấu hàng xuất khẩu của Việt Nam sang Canada. Năm 2016, kim ngạch nhóm hàng này đạt khoảng 516,6 triệu USD, giảm 4% so với năm trước, chiếm tỉ trọng 19,5%.

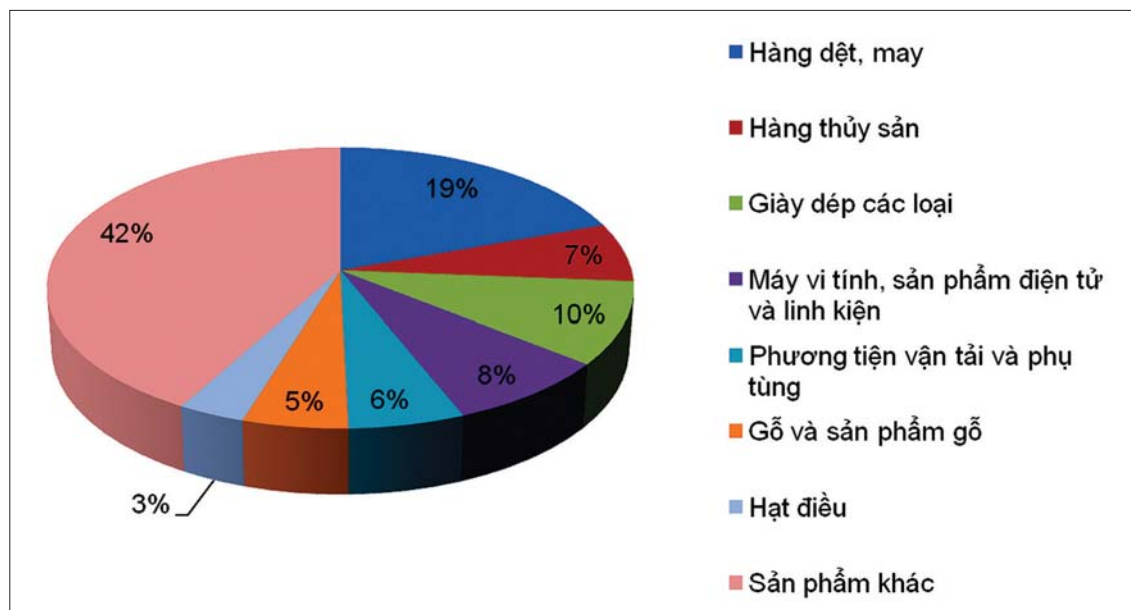
Những năm gần đây, do tác động của khủng hoảng kinh tế, người tiêu dùng Canada khá dè dặt trong chi tiêu mua sắm hàng may mặc. Tuy nhiên, kim ngạch xuất khẩu hàng dệt may Việt Nam sang thị trường này vẫn tiếp tục tăng trưởng ở mức khá. Theo Hiệp hội Dệt may Việt Nam, dù thị phần của Việt Nam sang thị trường Canada còn khiêm tốn nhưng xuất khẩu dệt may của Việt Nam sang thị trường này đang tăng nhanh hơn nhiều so với các nước cạnh tranh khác.

Đặc điểm chung của thị trường dệt may Canada là quy mô thị trường Canada chỉ bằng 10% thị trường Hoa Kỳ. Do đó, Canada cần các nhà xuất khẩu sẵn sàng đáp ứng những đơn hàng nhỏ. Nhiều doanh nghiệp Canada chưa hiểu Việt Nam có thế mạnh về những ngành nào và có lợi thế gì. Một điểm nữa mà doanh nghiệp dệt may Việt Nam cần nắm rõ là thị trường Canada cạnh tranh khốc liệt, bởi các nhà xuất khẩu trên thế giới đều có mặt tại đây. Do vậy, Việt Nam phải đưa ra sản phẩm mới hoặc đảm bảo nguồn cung chắc chắn và chào hàng hấp dẫn về chất lượng, dịch vụ, giá cả, bao bì, nhãn mác...

Thủy sản:

Nhóm hàng thủy sản luôn là mặt hàng đứng đầu về giá trị trong số những hàng hóa chính của Việt Nam xuất khẩu sang Canada. Theo thống kê của Hải quan

Biểu đồ 7: Cơ cấu mặt hàng Việt Nam xuất khẩu sang Canada năm 2016



Nguồn: Tổng hợp từ số liệu của Tổng cục Hải quan

Việt Nam, năm 2016 xuất khẩu thủy sản của Việt Nam sang Canada đạt gần 184 triệu USD, giảm 3% so với năm 2015.

Mặt hàng gỗ và sản phẩm từ gỗ:

Kim ngạch xuất khẩu đồ gỗ của Việt Nam năm 2016 sang Canada đạt khoảng 138 triệu USD, giảm 9% so với năm 2015. Những mặt hàng đồ gỗ xuất sang Canada chủ yếu là đồ nội thất. Tuy nhiên, tiềm năng xuất khẩu sang Canada còn rất lớn vì Canada là nước nhập khẩu lớn thứ 5 thế giới về đồ nội thất bằng gỗ, đặc biệt là những mặt hàng đòi hỏi chất lượng cao. Kim ngạch nhập khẩu mặt hàng này của Canada ước tính tăng trưởng 2% mỗi năm.

Hiện nay, ngày càng có nhiều doanh nghiệp Canada tìm nguồn cung hàng đồ gỗ từ Việt Nam thay cho nguồn cung từ Trung Quốc. Canada có nhu cầu cao đối với đồ nội thất làm bằng gỗ cứng như gỗ sồi trắng và đỏ và gỗ mềm như gỗ thông. Chính vì vậy, các doanh nghiệp sản xuất đồ gỗ nên xem xét khả năng nhập khẩu gỗ nguyên liệu của Canada để sản xuất hàng xuất khẩu trở lại nước này.

Máy vi tính, sản phẩm điện tử và linh kiện:

Xuất khẩu máy vi tính và sản phẩm điện tử của Việt Nam sang Canada năm 2016 đạt kim ngạch gần 217 triệu USD, tăng 2,8% so với năm 2015 và chiếm tỷ trọng 8% trong tổng giá trị hàng xuất khẩu sang Canada. Đây là một trong những mặt hàng xuất khẩu có nhiều tiềm năng phát triển. Tuy nhiên, thị trường Canada vẫn là thị trường có nhiều rào cản kỹ thuật, cạnh tranh cao, hàng Việt Nam vẫn khó thâm nhập.

Hạt điều

Xuất khẩu hạt điều của Việt Nam sang Canada năm 2016 đạt kim ngạch 89 triệu USD, tăng xấp xỉ 8,5 % so với năm 2015, trở thành một trong những mặt hàng xuất khẩu chính của Việt Nam sang Canada; chiếm tỷ trọng 3,3% trong tổng kim ngạch hàng xuất của Việt Nam sang Canada. Thời gian gần đây, Canada là một trong những nhà nhập khẩu lớn của Việt Nam về mặt hàng này, chỉ sau Hoa Kỳ, Trung Quốc, Hà Lan và Australia.

Các mặt hàng nông sản khác

Sau một thời gian dài liên tục suy giảm, kim ngạch xuất khẩu nhóm hàng này sang Canada đã có dấu hiệu phục hồi, nhưng mức độ tăng trưởng của từng mặt hàng còn rất khiêm tốn. Nguyên nhân suy giảm nhóm hàng này nói chung trong thời gian qua chủ yếu là do cước vận tải và tình hình biến động chung của thị trường thế giới.

b) Nhập khẩu

Theo thống kê của Trade Map, kim ngạch nhập khẩu của Việt Nam từ Canada sang Việt Nam còn rất nhỏ bé so với mức nhập khẩu của các quốc gia châu Á khác như Trung Quốc (lớn gấp hơn 50 lần), Nhật Bản (gấp 28 lần) hay các quốc gia

trong khu vực Đông Nam Á (Indonesia lớn gấp 4 lần, Singapore lớn gấp 2 lần).

Năm 2016, kim ngạch nhập khẩu từ Canada của Việt Nam đạt khoảng 390 triệu USD, giảm 13,1% so với năm 2015.

Nhìn chung, Việt Nam là thị trường nhập khẩu tương đối nhỏ từ Canada. Điều này được biểu hiện ở giá trị kim ngạch nhập khẩu còn nhỏ, cả về giá trị tuyệt đối lẫn tỉ trọng trong tổng giá trị xuất khẩu của Canada. Tuy nhiên, tỉ trọng giá trị xuất khẩu của Canada sang Việt Nam so với phần còn lại của thế giới đã có phần tăng lên. Giai đoạn 2007-2008, Việt Nam đứng thứ 48 trong số các nước nhập khẩu từ Canada nhưng đến giai đoạn 2011-2012 Việt Nam đã đứng ở vị trí thứ 33. Trong những năm gần đây, CATBD trở thành đích đến cho rất nhiều hàng hóa xuất khẩu của Canada nhờ những ưu đãi trong chính sách thuế quan.

Các mặt hàng Việt Nam nhập khẩu chính từ Canada là: phân bón, nguyên phụ liệu dệt may và giày dép, sắt thép, lúa mì, máy móc, thiết bị, dụng cụ, phụ tùng. Đây cũng chính là những mặt hàng chủ lực của Canada xuất khẩu ra thế giới.

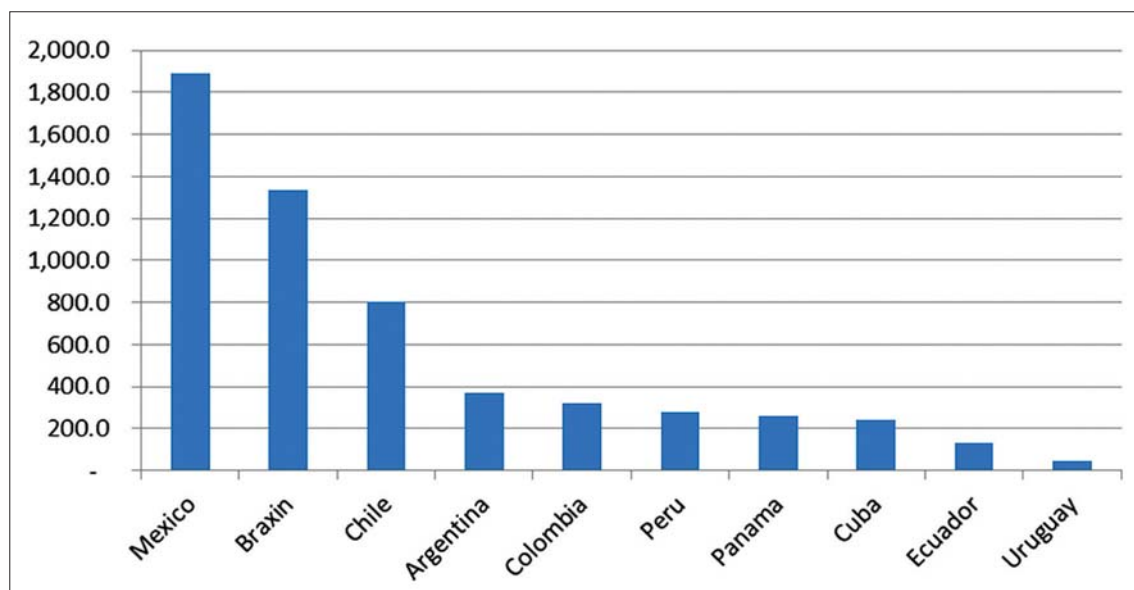
2.2. Khu vực Mỹ Latinh

Việt Nam đã có quan hệ buôn bán với tất cả 33 quốc gia và vùng lãnh thổ trong khu vực Mỹ Latinh. Từ xuất phát điểm vài chục triệu USD vào năm 1990, kim ngạch thương mại hai chiều giữa Việt Nam và Mỹ Latinh đã đạt 245 triệu USD vào năm 2000. Năm 2016, xuất khẩu của Việt Nam sang thị trường Mỹ Latinh đạt 6,27 tỷ USD, tăng 10,98% so với năm 2015; nhập khẩu của Việt Nam từ thị trường Mỹ Latinh đạt 5,37 tỷ USD, giảm 4,5% so với năm 2015.

Mặc dù còn rất khiêm tốn song kim ngạch trên là kết quả của một quá trình

Biểu đồ 8: Thị trường xuất khẩu của Việt Nam ở Mỹ Latinh (năm 2016)

Đơn vị: triệu USD



Nguồn: Tổng hợp từ số liệu của Tổng cục Hải quan

lâu dài và kiên trì trong việc đẩy mạnh các hoạt động xúc tiến thương mại của Chính phủ và cộng đồng doanh nghiệp Việt Nam đối với thị trường Mỹ Latinh và ngược lại của các nước Mỹ Latinh đối với Việt Nam.

Từ tình trạng nhập siêu kéo dài, đặc biệt đối với một số nước Nam Mỹ, nhờ chính sách thương mại đổi mới, công tác xúc tiến thương mại (XTTM) được tăng cường, kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam đã tăng nhanh, cán cân thương mại đến nay tương đối cân bằng và năm 2013, Việt Nam lần đầu tiên vươn lên xuất siêu sang Mỹ Latinh. Đến năm 2016, thặng dư thương mại đạt mức kỉ lục là 900 triệu USD.

Điều đặc biệt đáng quan tâm là dòng trao đổi thương mại hai chiều giữa Việt Nam và Mỹ Latinh đã vượt qua thời điểm khó khăn của năm 2009 để có những bước phục hồi sau đó. Dự báo xu thế tăng trưởng thương mại vẫn tiếp tục được duy trì và cải thiện đáng kể trong những năm tới nhờ việc đẩy mạnh các hoạt động xúc tiến thương mại song phương.

a) Xuất khẩu

Thị trường xuất khẩu:

Việt Nam có quan hệ buôn bán với tất cả 33 quốc gia và vùng lãnh thổ trong khu vực Mỹ Latinh. Mười thị trường trọng điểm của Việt Nam tại Mỹ Latinh bao gồm Mexico, Chile, Brazil, Argentina, Colombia, Panama, Peru, Cuba, Ecuador và Venezuela. Từ năm 2010 đến năm 2016, mười thị trường trọng điểm trên về căn

Bảng 16: Xuất khẩu sang khu vực Mỹ Latinh

(Đơn vị: triệu USD)

Thị trường	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Argentina	148,8	168,0	195,1	174,5	383,2	368,9
Brazil	597,9	718,3	1.105,0	1.482,8	1.441,3	1332,4
Chile	137,5	168,7	220,5	522,3	655,7	805,3
Colombia	106,3	106,1	173,2	278,9	348,4	323,9
Cuba	270,0	169,4	144,9	206,2	214,6	244,8
Ecuador	59,8	114,0	80,1	101,8	95,2	131,9
Mexico	589,7	683,1	897,7	1.036,9	1.404,5	1.888,6
Panama	227,4	236,2	238,3	232,3	270,6	259,5
Peru	75,5	100,6	110,4	186,9	241,9	275,9
Venezuela	26,9	26,3	26,6	57,8	15,4	19,0
Uruguay	27,3	22,7	26,3	46,2	42,4	49,6
Nước khác	177,1	173,5	228,1	386,0	536,8	570,7
TỔNG CỘNG	2.444,2	2.686,9	3.446,2	4.712,6	5.650,0	6.270,5

Nguồn: Tổng hợp từ số liệu của Tổng cục Hải quan

bản vẫn tiếp tục duy trì vị trí dẫn đầu trong kim ngạch xuất khẩu. Tuy nhiên, từ năm 2016, Mexico thay thế Brazil để trở thành thị trường đứng đầu về kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam sang Mỹ Latinh.

Bên cạnh 10 thị trường xuất khẩu chính nói trên, xuất khẩu sang 23 thị trường khác thuộc Mỹ Latinh tăng dần nhưng quy mô còn nhỏ, kim ngạch chỉ chiếm tỷ trọng không đáng kể trong tổng kim ngạch xuất khẩu của ta sang khu vực (trên dưới 6%). Vì vậy, công tác xúc tiến thương mại sang 23 thị trường còn lại cần có sự nỗ lực vượt bậc để tạo bước đột phá, phát triển thị trường đồng đều hơn trong những năm tới.

Cơ cấu mặt hàng xuất khẩu:

Nhu cầu tiêu dùng hàng hóa của thị trường Mỹ Latinh tăng cao do dân số đông, các nền kinh tế đang phát triển năng động. Một số nền kinh tế mới nổi ở Mỹ Latinh có nhu cầu lớn về hàng hóa, vật liệu, máy móc phục vụ tiêu dùng và sản xuất để công nghiệp hóa đất nước. Yêu cầu chất lượng và mẫu mã không đòi hỏi khắt khe như ở các thị trường đã phát triển ở trình độ cao.

Trong bối cảnh xuất khẩu sang các thị trường gặp nhiều khó khăn, tăng trưởng kim ngạch thương mại song phương với khu vực Mỹ Latinh là một điểm sáng, đặc biệt là việc tiếp tục duy trì thặng dư thương mại sau nhiều năm chủ yếu nhập siêu từ khu vực này. Các mặt hàng xuất khẩu chủ lực của Việt Nam sang khu vực Mỹ Latinh gồm: các sản phẩm giày dép; thủy sản; gạo; sản phẩm dệt may; cà phê; cao su; sản phẩm nhựa; thiết bị và linh kiện điện tử, tin học; máy móc thiết bị, phụ tùng cơ khí; sắt thép và sản phẩm từ sắt thép; đồ gỗ nội thất; gốm sứ;...

Trong nhiều năm qua và cho đến nay, cơ cấu mặt hàng xuất khẩu chính của Việt Nam sang khu vực này vẫn tương đối ổn định và không có biến động. Nhu cầu nhập khẩu lớn từ khu vực này đối với các mặt hàng kể trên là khá lớn, cho thấy tiềm năng xuất khẩu rất lớn của Việt Nam sang Mỹ Latinh.

b) Nhập khẩu

Mỹ Latinh là nguồn cung lớn về sản phẩm nông nghiệp và tài nguyên khoáng sản như dầu mỏ, khí đốt, nguyên vật liệu chiến lược quý hiếm như quặng sắt thép, uran, thiếc, đồng. Mới đây trong chính sách đối ngoại nhằm đa dạng thị trường, các nước Mỹ Latinh đã hướng mạnh về khu vực châu Á, trong đó có Việt Nam.

Năm 2016, nhập khẩu của Việt Nam từ khu vực Mỹ Latinh đạt 5,32 tỷ USD, giảm 5% và chỉ bằng gần 3,1% tổng kim ngạch nhập khẩu của Việt Nam.

Các mặt hàng nhập khẩu chủ yếu là nguyên vật liệu phục vụ sản xuất và xuất khẩu. Một số mặt hàng có kim ngạch cao bao gồm nguyên phụ liệu dệt may, da giày, phế liệu sắt thép, chất dẻo nguyên liệu, thức ăn gia súc và nguyên liệu, đậu tương, bông các loại. Một số sản phẩm nhập khẩu khác có thể kể đến như sữa và các sản phẩm từ sữa, gỗ và sản phẩm gỗ, dược phẩm, máy móc, thiết bị, dụng cụ phụ tùng. Giống như cơ cấu xuất khẩu, cơ cấu các mặt hàng nhập khẩu chính từ

Mỹ Latinh trong các năm qua căn bản không có thay đổi.

Tựu chung, các thị trường trọng điểm của Việt Nam tại khu vực Mỹ Latinh đều có tốc độ tăng trưởng kim ngạch thương mại khá cao, trong đó có bốn thị trường có quy mô trao đổi thương mại năm 2016 đạt trên 1 tỷ USD là Brazil, Argentina, Mexico và Chile. Trong các thị trường trên, Brazil là một trong những thị trường quan trọng nhất của Việt Nam tại khu vực Mỹ Latinh, với quy mô lớn và còn rất nhiều tiềm năng. Tuy nhiên, do tình hình chính trị trong nước của Brazil hiện nay bất ổn, dẫn tới nhu cầu nhập khẩu giảm mạnh và ảnh hưởng tới hoạt động xuất nhập khẩu nên trao đổi thương mại song phương với Brazil giảm. Riêng đối với Chile, dễ nhận thấy là sau khi Hiệp định thương mại tự do giữa 2 nước có hiệu lực từ năm 2013, kim ngạch thương mại hai chiều tăng trưởng nhảy vọt.

3. Chính sách quản lý nhập khẩu của một số nước

3.1. Khu vực Bắc Mỹ

3.1.1. Hoa Kỳ

(1) Luật Hiện đại hóa an toàn vệ sinh thực phẩm (FSMA)

Theo quy định của Luật Hiện đại hóa an toàn vệ sinh thực phẩm (FSMA), cứ hai năm một lần - vào các năm chẵn như năm 2016 - doanh nghiệp nước ngoài đang xuất hàng thực phẩm, đồ uống cho người và động vật vào thị trường Hoa Kỳ phải đăng ký lại cơ sở sản xuất và người đại diện tại Mỹ với Cục Quản lý thực phẩm và dược phẩm Hoa Kỳ (FDA) để được cấp mã số kinh doanh hợp lệ mới. Thời gian tiến hành đăng ký lại cho năm 2016 diễn ra từ ngày 1/10 đến hết 31/12/2016.

Trong khoảng thời gian nêu trên, nếu doanh nghiệp Việt Nam không tiến hành đăng ký lại với FDA hoặc không xuất trình được mã số kinh doanh hợp lệ, khi hàng đến Hoa Kỳ, có thể bị từ chối không cho vào cảng và không cho nhận hàng, thậm chí hàng hóa có thể bị thu giữ hoặc tiêu hủy. Hơn thế, doanh nghiệp xuất khẩu có thể phải chịu một khoản tiền phạt hoặc thậm chí bị khởi tố hình sự vì phía Hoa Kỳ coi đây là hành động “bị cấm nhưng vẫn làm”.

Ngoài ra, kể từ ngày 17/9/2016, các doanh nghiệp đang xuất khẩu mặt hàng thực phẩm, đồ uống cho người và động vật vào thị trường Hoa Kỳ bắt buộc phải xây dựng, triển khai Chương trình hành động về an toàn vệ sinh thực phẩm ngay tại cơ sở sản xuất của mình. Đây là quy định bắt buộc mới của FDA.

(2) Quy định mới về nhãn hàng hóa thực phẩm và đồ uống vào thị trường Hoa Kỳ

FDA công bố những quy định mới về nhãn hàng hóa thực phẩm và đồ uống vào thị trường Mỹ. Quy định này nhằm làm cho người tiêu dùng có thể nhận biết được rõ hơn mối liên quan giữa thành phần dinh dưỡng và sức khỏe người tiêu dùng, trong đó có mối liên hệ giữa chế độ ăn uống và các bệnh mãn tính như bệnh béo phì và bệnh tim mạch để hướng dẫn tiêu dùng những sản phẩm thực phẩm và đồ uống đóng gói được bán tại Hoa Kỳ. Những quy định này sẽ được chính thức

áp dụng từ ngày 26/7/2018.

(3) Chương trình Giám sát thủy sản nhập khẩu (SIMP)

Ngày 8/12/2016, Cơ quan Khí quyển và Đại dương quốc gia Hoa Kỳ (NOAA) và Cục quản lý Nghề cá biển quốc gia Hoa Kỳ (NMFS) đã công bố các quy định thiết lập Chương trình Giám sát thủy sản nhập khẩu (SIMP) với mục đích chính là ngăn chặn nạn khai thác bất hợp pháp và gian lận thủy sản để bảo vệ kinh tế quốc gia, an ninh lương thực và phát triển bền vững các nguồn tài nguyên biển.

NMFS dự tính quy định này sẽ có ảnh hưởng tới khoảng 2.000 nhà nhập khẩu, 600 nhà môi giới hải quan, và trên 200 ngàn chuyến hàng thủy sản nhập khẩu vào Hoa Kỳ mỗi năm. Đồng thời, đối tượng áp dụng của Chương trình giám sát này không chỉ bó hẹp ở các sản phẩm thủy sản đánh bắt, khai thác, hay thu hoạch từ thiên nhiên mà cả các sản phẩm được nuôi trồng tại các trang trại, cơ sở nuôi trồng; hay các sản phẩm được sản xuất, chế biến tại các cơ sở sản xuất, chế biến. Đối với Việt Nam, việc Chương trình được áp dụng là một khó khăn lớn cho thủy sản Việt Nam, xuất khẩu có thể sẽ bị gián đoạn khi các doanh nghiệp sẽ phải bổ sung, sửa đổi, điều chỉnh nhiều công đoạn (kể cả trong quá trình sản xuất lẫn khi trong giai đoạn xuất hàng) để phù hợp với các yêu cầu của Hoa Kỳ.

3.1.2. Canada

Mặc dù những thay đổi về chính sách đề cập dưới đây xảy ra trước năm 2016 nhưng vẫn có tác động và ảnh hưởng cả tích cực lẫn tiêu cực đối với xuất khẩu của Việt Nam vào thị trường Canada. Cụ thể :

(1) Quy định về biện pháp nhập khẩu đặc biệt

Ngày 8/5/2013, Chính phủ Canada công bố sửa đổi tiêu mục 17.1 và 17.2 đối với những quy định về biện pháp nhập khẩu đặc biệt mà Việt Nam và Trung Quốc là hai quốc gia duy nhất bị điều chỉnh bởi những quy định này (những quốc gia bị coi là các nền kinh tế phi thị trường). Nội dung của sửa đổi này là dỡ bỏ thời hạn áp dụng các biện pháp nhập khẩu đặc biệt đối với Trung Quốc và Việt Nam thay vì những quy định này tự động hết hạn vào 11/12/2016 đối với Trung Quốc và 31/12/2018 đối với Việt Nam được đưa ra trước đây.

Theo những quy định về các biện pháp nhập khẩu đặc biệt, mức thuế chống bán phá giá đối với hàng hóa của các nước bị điều tiết bởi quy định này có thể sẽ được tính toán dựa trên giá cả thị trường và chi phí của nước thay thế (nước thứ ba) mà không căn cứ vào giá cả thị trường và chi phí của nước xuất khẩu.

(2) Giảm diện hưởng ưu đãi thuế quan phổ cập

Từ ngày 01/01/2015, Canada quyết định rút tên 72 nước và vùng lãnh thổ ra khỏi danh sách gồm 175 nước và vùng lãnh thổ được hưởng ưu đãi thuế quan phổ cập (General Preferential Tariff - GPT) do các nước này đã có thu nhập và khả năng cạnh tranh thương mại cao hơn và không còn đáp ứng được các chuẩn mực kinh tế dành cho các nước đang phát triển. Trong danh sách 72 nước và vùng

lãnh thổ bị rút khỏi danh sách GPT đợt này có một số đối thủ cạnh tranh của Việt Nam như : Argentina, Brazil, Chile, Trung Quốc, Hồng Kông, Ấn Độ, Indonesia, Macao, Malaysia, Mexico, Nam Phi, Hàn Quốc, Singapore, Thái Lan.

(3) Cải tổ hoạt động của Cơ quan Kiểm soát Thực phẩm của Canada

Trong bối cảnh toàn cầu hóa và yêu cầu phải củng cố ngành thực phẩm cũng như sự chuyển dịch trong tập quán tiêu dùng, sự già hóa về dân số, những thay đổi trong sản xuất và công nghệ chế biến, Chính phủ Canada tiến hành cải tổ Cơ quan Kiểm soát Thực phẩm của Canada (CFIA). Đây là chương trình cải tổ toàn diện nhằm tăng cường cơ sở pháp lý cũng như các chương trình quản lý và hoạt động thanh tra. Chương trình cải tổ này tập trung vào 4 trụ cột có quan hệ mật thiết với nhau thuộc Kế hoạch Hành động An toàn Thực phẩm cho người dân Canada nhằm siết chặt các quy định về an toàn thực phẩm, nâng cao hiệu quả của hoạt động thanh tra và giám sát, tăng cường trách nhiệm và cung cấp thêm thông tin cho người tiêu dùng. Chương trình cải cách này được bắt đầu từ lĩnh vực thực phẩm và sau đó sẽ là động vật và thực vật.

3.2. Khu vực Mỹ Latinh

3.2.1. Brazil

Brazil là nước xuất khẩu nông sản, chăn nuôi đứng thứ 2 sau Hoa Kỳ. Brazil đã xuất khẩu nhiều mặt hàng rau quả, nông sản như đậu tương, ngô, lúa mì, gạo, gỗ, nguyên liệu bông, cà phê, hạt tiêu, hạt điều, thuốc lá, rau, củ, quả và các sản phẩm có nguồn gốc từ động vật, chăn nuôi sang Việt Nam vì vậy khả năng thâm nhập mặt hàng nông sản xuất khẩu chủ lực của Việt Nam sang Brazil là không cao. Ngược lại Brazil là thị trường tiềm năng cung ứng nông, lâm sản và nguyên liệu phục vụ chăn nuôi với dung lượng mỗi năm kim ngạch nhập khẩu ngành hàng này đạt xấp xỉ 1 tỷ USD, chiếm khoảng 56% kim ngạch nhập khẩu từ Brazil.

Hàng nông sản thực phẩm là một trong những thế mạnh rõ nét nhất trong quan hệ thương mại song phương giữa hai nước. Tuy nhiên, trong thời gian gần đây, phía Brazil gặp một số khó khăn trong sản lượng, mùa vụ các sản phẩm chính nên làm tăng chi phí sản xuất các mặt hàng liên quan khác, gây tác động bất lợi đến kim ngạch thương mại song phương. Một số mặt hàng nông sản Việt Nam nhập khẩu chính từ Brazil có thể kể đến như: ngô 626,6 triệu USD; đậu tương 134 triệu USD; thức ăn gia súc và nguyên liệu 133 triệu USD; lúa mì 63,7 triệu USD.

Về hàng thủy sản: Brazil là một trong số những nước cứng rắn trong bảo hộ thị trường, có nhiều loại rào cản thuế quan và phi thuế quan cùng các quy định an toàn vệ sinh và kỹ thuật, thương mại để hạn chế hàng hóa nhập khẩu và bảo vệ nền sản xuất hàng hóa trong nước. Những năm trước nhiều đối thủ cạnh tranh đã kích động, ảnh hưởng uy tín cá tra Việt Nam, đặc biệt là Hiệp hội nghề cá Brazil nhiều lần đề xuất Chính phủ cấm nhập khẩu cá tra Việt Nam. Chính phủ cũng đã ban hành biện pháp theo dõi chất lượng cá tra của ta trong thời gian hơn 1 năm.

Tháng 9/2014, Bộ Nông nghiệp Brazil đã ra lệnh tạm ngừng nhập khẩu

thủy sản của Việt Nam với lý do phía Việt Nam trả lời chậm trễ đối với việc khắc phục lỗi trong quy trình sản xuất chế biến thủy sản mà Đoàn chuyên gia thanh tra Brazil nêu ra trong Báo cáo thanh tra tại Việt Nam năm 2013. Ngày 27/3/2015, Bộ Nông nghiệp, Chăn nuôi và Cung ứng Brazil đã có công văn số 266/2015/CGPE/DIPOA thông báo cho các Cơ quan hữu quan Brazil gỡ bỏ lệnh tạm dừng nhập khẩu thủy sản của Việt Nam trên cơ sở kiến nghị của Bộ Thủy sản và nuôi trồng Brazil. Tuy nhiên, lệnh tạm ngừng nhập khẩu trên đã khiến kim ngạch xuất khẩu cá tra của Việt Nam sang Brazil bị sụt giảm mạnh, năm 2015 chỉ đạt 78 triệu USD, giảm 37% so với năm 2014; năm 2016 đạt 60 triệu USD, giảm 23% so với năm 2015. Cho đến nay việc xuất khẩu thủy sản vào Brazil chưa có dấu hiệu phục hồi do 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.

Kinh tế Brazil vẫn đang tiếp tục suy thoái, triển vọng tài chính cũng theo đà tiêu cực. Đầu năm 2016, đồng Real so với USD đã giảm 70% trong vòng hơn 1 năm. Trước đó, năm 2015, đồng tiền này cũng đã giảm 33% và trở thành đồng tiền mất giá nhất trong 16 đồng tiền lớn trên thế giới. Chính phủ Brazil tăng cường các biện pháp thu thuế và phí đặc biệt là nhằm vào các hoạt động xuất nhập khẩu hàng hóa làm cho tính cạnh tranh của các sản phẩm xuất khẩu Việt Nam ngày càng giảm. Thâm hụt thương mại của Việt Nam với Brazil có thể ngày càng lớn hơn.

3.2.2. Chile

Trong năm 2016, Chile có một số thay đổi trong chính sách quản lý nhập khẩu sau:

(1) Giảm thuế nhập khẩu theo các Hiệp định

Chính thức bỏ thuế nhập khẩu hàng hóa từ các nước kém phát triển theo khuyến nghị của Liên Hợp quốc và WTO; trong đó phần lớn là các nước châu Phi và có các nước như Lào, Campuchia và Myanmar.

Hiệp định thương mại tự do giữa các nước thuộc Liên minh Thái Bình Dương đi vào hiệu lực tháng 5/2016, theo đó 92% hàng hóa xuất nhập khẩu trong nội khối (Chile, Peru, Colombia và Mexico) sẽ được miễn hoàn toàn thuế quan, 8% còn lại có lộ trình giảm thuế trong vòng 5 năm.

(2) Quy định mới về bao bì đóng gói

Để phù hợp với khuyến nghị của Tổ chức lao động quốc tế trong việc đảm bảo sức khỏe cho người lao động, tháng 6/2016 Chile đã ban hành quy định: tất cả các loại hàng hóa nhập khẩu cũng như xuất khẩu và lưu hành trong nước trước đây được phép có trọng lượng tối đa là 50kg/bao nay giảm xuống 25 kg/bao.

Quy định này sẽ ảnh hưởng đến xuất khẩu gạo, các loại hàng hóa khác đóng trong bao 50 kg của Việt Nam và các nước khác vì phải tăng gấp đôi lượng bao bì, đồng thời cũng ảnh hưởng đến các công ty xuất khẩu loại bao PP dung tích 50 kg

sang thị trường Chile.

Luật 20606: quy định ghi rõ về giá trị dinh dưỡng và tỷ lệ các thành phần cấu thành thức ăn đã chế biến sẵn và các cảnh báo về hàm lượng các chất như muối, đường chất béo đã bão hòa.

Quy định bắt buộc về ghi các thành phần và hàm lượng các chất có nguy cơ đối với sức khỏe người tiêu dùng như tỷ lệ đường, muối, chất béo bão hòa đối với thức ăn và đồ uống và lộ trình cắt giảm hàm lượng các chất này (Luật 20606 thay cho Luật 28405, có hiệu lực vào tháng 6/1016).



Cảnh báo về thức ăn có hàm lượng đường cao, hàm lượng chất béo đã bão hòa; hàm lượng muối cao, hàm lượng dinh dưỡng cao (bắt buộc phải ghi trên bao bì nơi dễ nhận biết nhất)

(3) Quy định tạm thời cấm sử dụng CO làm chất bảo quản thủy sản đông lạnh

Từ đầu năm 2016, cơ quan bảo vệ sức khỏe người tiêu dùng trực thuộc Bộ Y tế Chile đã ra quyết định tạm thời cấm lưu hành và không cho thông quan các lô hàng thủy sản đông lạnh nhập khẩu có sử dụng CO làm chất bảo quản. Quyết định này ngay lập tức đã ảnh hưởng đến xuất khẩu cá, đặc biệt là cá ngừ của Việt Nam.

3.2.3. Mexico

Trong những năm trở lại đây, Mexico không có nhiều thay đổi về chính sách thương mại. Mục đích chính của chính sách thương mại của Mexico vẫn là tiếp tục củng cố, tăng cường hiện diện trên trường quốc tế thông qua hệ thống thương mại đa phương và các hiệp định thương mại tự do.

Mexico là một trong các nước tại khu vực Mỹ Latinh có nhiều Hiệp định thương mại tự do nhất, ký kết 12 Hiệp định thương mại tự do với 45 quốc gia. Trong đó phải kể tới Hiệp định thương mại tự do Bắc Mỹ. Nhưng trong thời gian gần đây, kể từ khi ông Donald Trump lên làm Tổng thống Hoa Kỳ và đưa ra những thay đổi trong chính sách thương mại với Mexico, phía Mexico cũng có những thay đổi trong chính sách của mình đó là tập trung vào các thị trường mới tại Mỹ Latinh và CATBD.

Về đầu tư nước ngoài, chính phủ Mexico cho phép người nước ngoài giữ 100% vốn đầu tư vào các công ty Mexico, ngoại trừ một số hoạt động được

Chính phủ quy định. Đầu tư trực tiếp nước ngoài ước đạt 25 tỷ USD trong năm 2016.

Với mục đích tăng tính cạnh tranh và giảm chi phí thương mại, Mexico đã áp dụng nhiều biện pháp như đơn giản hóa thủ tục hải quan; hiện đại hóa hải quan, xóa bỏ một số điều kiện nhập khẩu và áp dụng quy trình một cửa duy nhất cho các hoạt động ngoại thương. Liên quan đến thuế nhập khẩu, Mexico cũng đã đơn giản hóa cấu trúc thuế và giảm thuế cho nhiều dòng sản phẩm: thuế đánh vào các mặt hàng chế biến giảm trung bình từ 9,9% xuống 4,6%, đối với mặt hàng nông nghiệp từ 23% xuống 20,9%. Ngoài ra Mexico tiếp tục áp dụng các biện pháp phòng vệ thương mại, tuy nhiên số lượng đã giảm nhiều so với giai đoạn trước.

Đối với các biện pháp vệ sinh an toàn động thực vật, để thuận tiện Mexico đã xây dựng cơ sở dữ liệu điện tử để người liên quan có thể tiếp cận các yêu cầu về vệ sinh an toàn động thực vật.

IV. Với thị trường châu Phi, Tây Á, Nam Á

1. Tình hình xuất nhập khẩu chung

Năm 2016, tổng kim ngạch trao đổi thương mại hai chiều giữa Việt Nam và các thị trường thuộc khu vực châu Phi, Tây Á, Nam Á đạt khoảng 23,3 tỷ USD, giảm 2,7% so với năm 2015, trong đó kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam sang các nước trong khu vực đạt khoảng 14,9 tỷ USD, giảm 5,3% và nhập khẩu khoảng 8,4 tỷ USD, tăng 2,4% so với năm 2015.

1.1. Khu vực châu Phi

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 với dân số đông nên châu Phi hiện là thị trường có sức mua khá mạnh. Thị trường châu Phi tương đối dễ tính và không đòi hỏi quá khắt khe về chất lượng hàng hoá nhập khẩu. Cơ cấu nhập khẩu hàng hoá của châu Phi nhìn chung rất phong phú với nhiều chủng loại hàng hoá và các mức độ chất lượng đa dạng từ máy móc thiết bị phục vụ sản xuất, các sản phẩm điện, điện tử, cơ khí, các sản phẩm công nghệ cao đến các mặt hàng thiết yếu phục vụ đời sống nhân dân như hàng dệt may, thực phẩm, dược phẩm, hàng tiêu dùng.

Trong quan hệ thương mại với các nước châu Phi, Việt Nam thường xuất siêu, giá trị xuất khẩu sang châu Phi thường cao hơn giá trị nhập khẩu từ châu lục này, tuy nhiên khoảng cách đang dần thu hẹp. Mặt hàng xuất khẩu kim ngạch lớn nhất sang châu Phi là gạo, ngoài ra còn là các mặt hàng khác như cà phê, tiêu, hàng hải sản, thực phẩm chế biến, hàng tiêu dùng...

Trong cơ cấu sản phẩm xuất khẩu của Việt Nam, các mặt hàng công nghiệp mới chỉ chiếm tỉ trọng khiêm tốn trong kim ngạch xuất khẩu hàng hoá sang thị

trường châu Phi hàng năm.

Tổng kim ngạch trao đổi thương mại hai chiều giữa Việt Nam và các nước châu Phi trong năm 2016 đạt khoảng 5,4 tỷ USD, tăng nhẹ 4% so với năm trước. Trong đó, kim ngạch xuất khẩu hàng hóa của Việt Nam tới châu Phi đạt 2,8 tỷ USD, giảm 13% so với năm 2015 và nhập khẩu đạt 2,6 tỷ USD, tăng 32%. Xuất khẩu sang Tô-gô đạt kim ngạch tăng trưởng rất mạnh (187%) so với năm 2015. Ngoài ra còn có Kenya, Ghana và Algeria là các thị trường mà Việt Nam xuất khẩu hàng hóa 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.

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).

iii) Tình trạng tham nhũng và thủ tục hành chính rườm rà tại nhiều nước châu Phi. 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...

vii) Tác phong làm việc của nhiều doanh nghiệp châu Phi còn lè mè, chậm giờ hẹn. Tình trạng lừa đảo tại một số nước đặc biệt khu vực Tây Phi gia tăng trong thời gian gần đây gây tâm lý e ngại cho các doanh nghiệp Việt Nam

viii) Hoạt động xúc tiến thương mại còn ít do điều kiện kinh phí eo hẹp.

1.2. Khu vực Tây Á (Trung Đông)

Tây Á gồm 15 quốc gia, đa số các nước có sự tương đồng về văn hóa và tôn giáo (trừ Israel). Khu vực Tây Á có nhiều dầu mỏ và các tài nguyên khoáng sản khác, có hoạt động thương mại phát triển, sức mua lớn và khả năng thanh

toán cao. Do điều kiện lịch sử, tự nhiên (đất canh tác ít, địa hình sa mạc, ít đồng bằng, thiếu nước), khí hậu (nóng, khô, ít mưa), nhiều nước Tây Á có ngành nông nghiệp, thủy sản chưa phát triển, các ngành công nghiệp sản xuất hàng tiêu dùng còn hạn chế, nên phụ thuộc rất lớn vào nhập khẩu để phục vụ tiêu dùng trong nước.

Khu vực Tây Á có dân số khoảng hơn 300 triệu người, có thu nhập bình quân đầu người ở mức cao, có nước có thu nhập bình quân đầu người lên tới trên 100.000 USD/năm như Qatar, cao hơn cả những nước phát triển ở châu Âu. Kuwait và Các Tiểu vương quốc Ả-rập Thống nhất có thu nhập bình quân đầu người lên tới 60.000 USD/năm. Đây là thị trường có sức mua và khả năng thanh toán cao.

Nền kinh tế của nhiều nước ở Tây Á, nhất là các nước ở Vùng Vịnh, chủ yếu phụ thuộc vào ngành công nghiệp dầu khí. Các nước như Thổ Nhĩ Kỳ và Israel, mặc dù không có tài nguyên về dầu khí nhưng đã phát triển nền kinh tế tương đối đa dạng. Hiện tại, các nước ở Tây Á đang tích cực cơ cấu lại nền kinh tế theo hướng đa dạng hóa, phát triển khu vực kinh tế tư nhân, giảm sự phụ thuộc vào dầu mỏ, đầu tư mạnh mẽ vào hiện đại hóa cơ sở hạ tầng, xây dựng các trung tâm kinh tế - thương mại, khu tự do “free zone”, tiếp tục mở cửa thị trường, tăng cường tự do hóa thương mại và hội nhập mạnh mẽ với các nước trên thế giới.

Tổng kim ngạch thương mại hai chiều giữa Việt Nam và Tây Á đạt 10,9 tỷ USD trong năm 2016, giảm 10,6% so với năm 2015. Trong đó, kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam sang khu vực này đạt 8,1 tỷ USD, giảm 9% và nhập khẩu đạt 2,8 tỷ USD, giảm trên 15%.

Nhìn chung, các thị trường chính tại khu vực Trung Đông đều có kim ngạch xuất khẩu giảm trong năm 2016 như: Các Tiểu vương quốc Ả-rập Thống nhất đạt xấp xỉ 5 tỷ USD, giảm hơn 12%; Thổ Nhĩ Kỳ đạt 1,3 tỷ USD, giảm 2%; Ả-rập Xê-út đạt 395 triệu USD, giảm 26%; chỉ riêng Israel có mức tăng trưởng dương với kim ngạch đạt 554 triệu USD (tăng gần 4%). Nguyên nhân giảm sút đối với các thị trường trọng điểm là do ảnh hưởng của những biến động về địa chính trị nhanh chóng trong khu vực trong thời gian qua, và việc giá dầu tiếp tục duy trì ở mức thấp gây ảnh hưởng lớn tới nền kinh tế các nước Trung Đông vốn phụ thuộc nhiều vào dầu mỏ, khiến nhu cầu nhập khẩu nói chung sụt giảm. Dự báo xu hướng này tiếp tục trong năm 2017, nhiều mặt hàng xuất khẩu của Việt Nam sẽ gặp nhiều khó khăn hơn năm 2016.

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

i) Tình hình an ninh, chính trị bất ổn, mâu thuẫn sắc tộc, xung đột tôn giáo tại các quốc gia, chiến tranh trong khu vực. Nội chiến kéo dài tại I-rắc và Syria, xung đột giữa Palestine và Israel, mâu thuẫn giữa Israel và các nước Ả-rập, bất ổn tại Thổ Nhĩ Kỳ, Yemen...

ii) Phần lớn các nước ở Tây Á đều là thị trường mở và là thị trường truyền

thông của các nước 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 và yêu cầu về tiêu chuẩn Halal còn hạn chế.

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

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

1.3. Khu vực Nam Á

Tổng kim ngạch trao đổi thương mại giữa Việt Nam và các nước trong khu vực năm 2016 đạt khoảng 7,1 tỷ USD, tăng 7,5% so với năm 2015. Trong đó, kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam đạt 4,1 tỷ USD, tăng 10,8% và nhập khẩu đạt gần 3 tỷ USD, tăng 3,4% so với năm 2015.

Cơ cấu mặt hàng xuất nhập khẩu giữa Việt Nam và các nước khu vực Nam Á ngày càng đa dạng. Nhu cầu nhập khẩu hàng hóa của các nước trong khu vực này là khá lớn. Bên cạnh các mặt hàng xuất khẩu truyền thống như nông sản, khoáng sản,... một số mặt hàng xuất khẩu có thế mạnh của Việt Nam như sản phẩm dệt may, giày dép, sản phẩm điện tử và linh kiện, vật liệu xây dựng,... đã có chỗ đứng vững chắc trên thị trường Nam Á. Về mặt hàng nhập khẩu, các loại nguyên nhiên vật liệu, máy móc thiết bị được nhập khẩu từ các nước Nam Á cũng ngày càng phong phú để phục vụ cho việc sản xuất và tiêu dùng trong nước.

Bên cạnh đó, phương thức trao đổi thương mại giữa Việt Nam và các nước Nam Á cũng ngày càng đa dạng hơn, các hoạt động xúc tiến thương mại, đầu tư ngày càng được chú trọng. Tần suất và quy mô của các hoạt động xúc tiến thương mại do các cơ quan quản lý, các hiệp hội, các doanh nghiệp hai bên tổ chức đã dần được tăng cường. Trước đây, các doanh nghiệp Việt Nam thường tiến hành xuất khẩu, nhập khẩu với các nước Nam Á qua trung gian thì đến nay doanh nghiệp của hai bên đã chủ động tiếp cận trao đổi, giao dịch trực tiếp. Đã có nhiều doanh nghiệp của các nước Nam Á thành lập văn phòng đại diện, chi nhánh, liên doanh tại Việt Nam và các doanh nghiệp của Việt Nam cũng đã bước đầu thiết lập sự hiện diện trực tiếp của mình tại đây.

Một số hạn chế trong thương mại giữa Việt Nam và Nam Á:

i) Thực trạng quan hệ kinh tế, thương mại phát triển chậm hơn quan hệ chính trị, ngoại giao giữa Việt Nam và các nước Nam Á. Quy mô và tốc độ phát triển quan hệ chưa tương xứng với tiềm năng và mong muốn của hai bên.

ii) Cơ cấu hàng hóa xuất nhập khẩu mặc dù đã từng bước được đa dạng hoá nhưng vẫn còn khá đơn điệu, tập trung vào các mặt hàng có giá trị gia tăng thấp như nông sản chưa chế biến, khoáng sản thô, nguyên vật liệu phục vụ cho sản xuất.

iii) Kim ngạch trao đổi thương mại giữa Việt Nam và các nước Nam Á mới chỉ chiếm tỷ trọng rất nhỏ trong tổng kim ngạch xuất nhập khẩu của Việt Nam cũng như của các nước Nam Á.

iv) Doanh nghiệp Việt Nam chưa thật sự coi trọng việc phát triển quan hệ với các thị trường này do chưa am hiểu rõ về thị trường và lo ngại về cơ sở hạ tầng phục vụ cho kinh doanh còn yếu cũng như các bất ổn về chính trị của các nước Nam Á.

v) Vị trí địa lý giữa Việt Nam và các nước Nam Á là khá xa, khiến chi phí vận chuyển hàng hóa tăng, ảnh hưởng tới tính cạnh tranh của hàng hóa hai bên.

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

2.1. Khu vực châu Phi

2.1.1. Nam Phi

Nam Phi hiện là thị trường xuất khẩu lớn nhất của Việt Nam tại châu Phi. Tổng kim ngạch xuất nhập khẩu giữa Việt Nam và Nam Phi trong năm 2016 đạt trên 1 tỷ USD, giảm 12% so với năm 2015. Trong đó, kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam sang Nam Phi đạt gần 869 triệu USD, giảm trên 16%; kim ngạch nhập khẩu của Việt Nam từ quốc gia này đạt gần 148 triệu USD, tăng gần 29%.

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, giày dép, máy móc, thiết bị, dụng cụ, 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,...

2.1.2. Nigeria

Hàng năm Nigeria có nhu cầu nhập khẩu rất nhiều loại hàng hóa, trong đó có nhiều mặt hàng là thế mạnh của Việt Nam. Những mặt hàng mà Việt Nam có khả năng xuất khẩu vào thị trường này: sắn lát các loại, gạo, hàng dệt may, các sản phẩm cao su, thủ công mỹ nghệ, cà phê, chè, vật liệu xây dựng, các sản phẩm nhựa và điện tử.

Kim ngạch xuất nhập khẩu giữa Việt Nam và Nigeria không ngừng tăng với tốc độ tăng trưởng bình quân đạt 32% giai đoạn 2010-2014. Năm 2015, kim ngạch thương mại song phương lại sụt giảm do ảnh hưởng của giá dầu thế giới giảm mạnh, chính phủ Nigeria thi hành các chính sách thắt chặt nhập khẩu từ bên ngoài.

Năm 2016, kim ngạch song phương đạt khoảng 324 triệu USD, trong đó xuất khẩu đạt 71,4 triệu USD (giảm 37% so với năm 2015) và nhập khẩu đạt khoảng 253 triệu USD (tăng 94%). Các mặt hàng xuất khẩu chủ yếu là: điện thoại di động và linh kiện, máy vi tính, sản phẩm điện tử và linh kiện, hàng hải

sản, máy móc thiết bị, dụng cụ phụ tùng, sản phẩm nội thất...

Riêng về gạo, Nigeria là thị trường tiêu thụ lớn với mức nhập khẩu chính thức hàng năm lên tới 5-6 triệu tấn. Dự báo năm 2020, Nigeria sẽ cần khoảng 6,7-7 triệu tấn gạo. Ngược lại, Việt Nam có thể nhập khẩu một số mặt hàng mà Nigeria có thể mạnh trên cơ sở giá cả và chất lượng hợp lý như nhựa, nguyên liệu, phân bón. Nigeria cũng là thị trường cung cấp hạt điều thô quan trọng của Việt Nam.

2.1.3. Ai Cập

Tổng kim ngạch xuất nhập khẩu của Việt Nam và Ai Cập năm 2016 đạt khoảng 315 triệu USD, giảm 17% so với năm 2015. Trong đó, kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam sang Ai Cập chỉ đạt 294 triệu USD, giảm tới 19% so với năm trước.

Các mặt hàng có giá trị kim ngạch xuất khẩu tăng gồm: cà phê; hạt tiêu; máy móc, thiết bị, dụng cụ phụ tùng; xơ, sợi dệt các loại, hàng dệt may,... Một số mặt hàng suy giảm về kim ngạch gồm 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.

Nhập khẩu từ Ai Cập trong năm 2016, đạt khoảng 21 triệu USD, tăng 16% so với năm 2015. 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.

2.1.4. 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.

Tổng kim ngạch hai chiều Việt Nam - Ghana năm 2016 đạt 518 triệu USD, tăng 37% so với 2015, trong đó xuất khẩu của Việt Nam đạt 302 triệu USD, tăng 25,6% và nhập khẩu đạt 216 triệu USD, tăng 57%.

Hiện nay, Ghana là thị trường xuất khẩu gạo trọng điểm lớn thứ 3 của Việt Nam sau Trung Quốc và Indonesia. Chỉ tính riêng mặt hàng gạo, năm 2016 Việt Nam xuất khẩu sang Ghana đạt 245 triệu USD, tăng 32% so với năm 2015, chiếm 82% tổng kim ngạch xuất khẩu sang Ghana.

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

2.1.5. Algeria

Algeria là thị trường xuất khẩu lớn thứ 4 của Việt Nam tại châu Phi sau Nam Phi, Ai Cập và Ghana. Trong năm 2016, kim ngạch thương mại hai chiều đạt khoảng 275 triệu USD, tăng 17% so với năm 2015. Trong đó, Việt Nam xuất khẩu sang Algeria khoảng 272 triệu USD, tăng 17%. 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...

Về nhập khẩu của Việt Nam từ Algeria, kim ngạch chỉ đạt 2,6 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.

2.1.6. Ma-rốc

Kim ngạch thương mại song phương năm 2016 đạt khoảng 190 triệu USD, tăng 26% so với năm 2015. Trong đó, kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam sang Ma-rốc đạt khoảng 176 triệu USD, tăng hơn 20%; kim ngạch nhập khẩu từ Ma-rốc đạt 14 triệu USD, tăng 180%. Sở dĩ kim ngạch nhập khẩu từ Ma-rốc tăng đột biến là do tăng nhập khẩu nhóm hàng thức ăn gia súc và nguyên liệu, phân DAP.

Tình hình biến động tỷ giá giữa đồng USD với đồng DH của Ma-rốc không có lợi cho các mặt hàng nhập khẩu vào Ma-rốc khi dùng đồng tiền thanh toán bằng USD. Từ đầu năm 2016, Ma-rốc cũng đã thực thi nhiều quy định mới trong việc thông quan cũng như việc kiểm soát đối với hàng xuất nhập khẩu.

2.2. Khu vực Tây Á (Trung Đông)

2.2.1. Các Tiểu vương quốc Ả-rập Thống nhất

Trong năm 2016, Việt Nam xuất khẩu sang Các Tiểu vương quốc Ả-rập Thống nhất 5 tỷ USD, giảm 12% so với năm 2015 và nhập khẩu 450 triệu USD, giảm gần 14%. Xuất siêu đạt mức cao, trên 4,5 tỷ USD. Kim ngạch thương mại hai chiều trong năm 2016 đạt 5,45 tỷ USD, giảm 12% so với năm 2015.

Đây là lần đầu tiên tổng kim ngạch xuất nhập khẩu của Việt Nam sang Các Tiểu vương quốc Ả-rập Thống nhất sụt giảm trong hơn một thập kỷ trở lại đây. Nguyên nhân chủ yếu là do 2 nhóm hàng có kim ngạch lớn nhất là điện thoại di động (đạt 3,8 tỷ USD) và máy vi tính, sản phẩm điện tử (đạt 269 triệu USD) giảm mạnh tương ứng -14% và -33%. Trong thời gian gần đây, mặc dù Các Tiểu vương quốc Ả-rập Thống nhất nhập khẩu nhiều điện thoại và linh kiện từ Việt Nam, nhưng tốc độ tăng đã chậm lại. Mặt khác, nhu cầu nhập khẩu của Các Tiểu vương quốc Ả-rập Thống nhất đối với mặt hàng máy vi tính, sản phẩm điện tử và

linh kiện giảm sút ở mức 30%.

Các mặt hàng xuất khẩu truyền thống sang thị trường Các Tiểu vương quốc Ả-rập Thống nhất vẫn duy trì được tốc độ tăng trưởng khá như giày dép (đạt 125 triệu USD, tăng 6%), máy móc thiết bị (đạt 71 triệu USD, tăng 18%), bánh kẹo, sản phẩm ngũ cốc (đạt 15 triệu USD, tăng 12%), v.v... Các mặt hàng nông sản như hạt tiêu, chè, hồi, quế, thủy sản,.. xuất khẩu giảm 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 hoa quả trái cây tươi, với sự chấp nhận của thị trường đối với hàng Việt Nam về chất lượng, hương vị và giá cả, mặt hàng này có mức tăng tốt 36%, đạt gần 23 triệu USD.

Nhập khẩu từ Các Tiểu vương quốc Ả-rập Thống nhất giảm gần 14% và đạt 450 triệu USD. Các mặt hàng nhập khẩu chính gồm chất dẻo nguyên liệu, khí đốt hóa lỏng, thức ăn gia súc và nguyên liệu kim loại thường khác, đá quý, kim loại quý và sản phẩm.

2.2.2. Ả-rập Xê-út

Tổng kim ngạch xuất nhập khẩu giữa Việt Nam và Ả-rập Xê-út trong năm 2016 đạt 1,56 tỷ USD, giảm 5% so với năm 2015. Trong đó, kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam sang Ả-rập Xê-út đạt 394 triệu USD, giảm 26% và nhập khẩu đạt 1,16 tỷ triệu USD, tăng 5,3%.

Năm 2016, kim ngạch xuất khẩu điện thoại di động và linh kiện (mặt hàng xuất khẩu lớn nhất của Việt Nam sang thị trường này) chỉ đạt gần 109 triệu USD, giảm 43% so với năm 2015. Nguyên nhân là do Chính phủ Ả-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 Ả-rập Xê-út. Bên cạnh đó, Ả-rập Xê-út đang tăng cường kiểm tra chất lượng vệ sinh an toàn thực phẩm đối với hàng nông sản, thủy sản nhập khẩu từ Việt Nam. Một số mặt hàng xuất khẩu chính khác có kim ngạch giảm bao gồm: hàng dệt may, vải, v.v... Một số mặt hàng có kim ngạch tăng là: hạt tiêu, sản phẩm gỗ, v.v...

Hàng nhập khẩu chủ yếu của Việt Nam từ Ả-rập Xê-út là chất dẻo nguyên liệu, khí đốt hóa lỏng, sản phẩm hóa chất, kim loại thường, thức ăn gia súc và nguyên liệu. Cơ cấu mặt hàng nhập khẩu của Việt Nam từ Ả-rập Xê-út trong năm 2016 không có nhiều thay đổi so với năm 2015.

2.2.3. Thổ Nhĩ Kỳ

Kim ngạch thương mại hai chiều trong năm 2016 đạt gần 1,5 tỷ USD, giảm gần 1% so với năm 2015, trong đó xuất khẩu đạt 1,33 tỷ USD, giảm 2%, nhập khẩu đạt 170 triệu USD, tăng 13%.

Thời gian gần đây, tình hình chính trị tại Thổ Nhĩ Kỳ đang diễn biến phức

tạp với các vụ đánh bom khủng bố và gần nhất là cuộc đảo chính bất thành của một nhóm quan chức quân sự gây ảnh hưởng lớn tới kinh tế của quốc gia này cũng như kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam sang Thổ Nhĩ Kỳ. Ngoài ra, Thổ Nhĩ Kỳ có xu hướng tăng cường áp dụng hoặc gia hạn áp dụng các biện pháp phòng vệ thương mại với các nhóm mặt hàng như giày dép, điều hòa nhiệt độ, sắm lốp xe đạp, xe máy; dây cu-roa; bột lửa ga; vải bạt, vải sợi, ống thép inox không gỉ, đá granite, gỗ dán nhằm bảo hộ thị trường trong nước nên kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam sang Thổ Nhĩ Kỳ giảm đáng kể trong hai năm qua.

Sản phẩm chính của Việt Nam xuất khẩu sang Thổ Nhĩ Kỳ là điện thoại di động, xơ sợi dệt và máy vi tính, sản phẩm điện tử và linh kiện. Trong năm 2016, hầu hết các sản phẩm chính đều giảm ngoại trừ xơ sợi dệt, hạt tiêu, gạo và gỗ và sản phẩm gỗ. Mặt hàng sợi bông có mức tăng trưởng khá trong khi các loại sợi polyester giảm do bị đánh thuế chống bán phá giá và vấp phải sự cạnh tranh của sợi Malaysia với việc Malaysia đã có FTA với Thổ Nhĩ Kỳ. Sản phẩm đồ gỗ có mức tăng trưởng đáng chú ý 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 tránh thuế chống bán phá giá.

Về nhập khẩu, hầu hết các mặt hàng nhập khẩu chính từ Thổ Nhĩ Kỳ đều tăng ngoại trừ mặt hàng vải các loại giảm 10%. Các mặt hàng tăng khá mạnh là sản phẩm hóa chất, dược phẩm.

2.2.4. Israel

Trong năm 2016, kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam sang Israel đạt 554 triệu USD, tăng khoảng 4% so với năm 2015 và nhập khẩu đạt 657 triệu USD, giảm 43% so với 2015. Kim ngạch thương mại hai chiều trong năm 2016 đạt 1,21 tỷ USD, giảm 28% so với năm 2015.

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 di động các loại và linh kiện (278 triệu USD tăng 3% so với 2015), thủy sản (48,3 triệu USD tăng 23%), cà phê (21,8 triệu USD tăng 5,8%). Đặc biệt, mặt hàng hạt điều có mức tăng trưởng mạnh mẽ đạt 40,3 triệu USD, tăng gần 50%.

Về nhập khẩu, các mặt hàng nhập khẩu chính của Việt Nam từ Israel gồm máy vi tính, sản phẩm điện tử và linh kiện (475 triệu USD); máy móc, thiết bị, dụng cụ, phụ tùng khác (85 triệu USD), phân bón các loại (46 triệu USD).

2.3. Khu vực Nam Á

2.3.1. Ấn Độ

Tổng kim ngạch xuất nhập khẩu giữa Việt Nam và Ấn Độ trong năm 2016 đạt 5,4 tỷ USD, tăng trên 5% so với năm trước. Trong đó, kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam đạt 2,7 tỷ USD, tăng 8,7% và nhập khẩu đạt 2,7 tỷ USD, tăng 2% so với năm 2015.

Bên cạnh đó, cơ cấu sản phẩm xuất khẩu của Việt Nam sang Ấn Độ có

bước chuyển dịch tích cực, từ hàng nông sản, nguyên liệu phục vụ sản xuất sang phẩm hàng công nghiệp, hàng tiêu dùng có giá trị gia tăng và hàm lượng chất xám cao.

Điện thoại di động và linh kiện vẫn là mặt hàng có kim ngạch xuất khẩu lớn nhất của Việt Nam sang Ấn Độ, mặc dù kim ngạch giảm mạnh. Trong năm 2016, kim ngạch xuất khẩu của mặt hàng này chỉ đạt 379 triệu USD, giảm tới 40% so với năm 2015. Chính phủ Ấn Độ gần đây liên tục tăng thuế nhập khẩu và thuế giá trị gia tăng (2% và 2,5%) đối với các mặt hàng nhập khẩu của Ấn Độ, trong đó có mặt hàng điện thoại di động và linh kiện.

Các mặt hàng xuất khẩu chính đều có tốc độ tăng trưởng ấn tượng: máy vi tính, sản phẩm điện tử và linh kiện đạt 324 triệu USD, tăng 47%; máy móc thiết bị dụng cụ phụ tùng đạt 264 triệu USD, tăng 42%; hóa chất đạt 199 triệu USD, tăng 25%...

Hàng nhập khẩu chủ yếu của Việt Nam từ Ấn Độ là máy móc thiết bị, nguyên liệu phục vụ sản xuất và chăn nuôi trong nước với các mặt hàng chính là hàng hải sản, máy móc thiết bị, dược phẩm, bông, sắt thép, thức ăn gia súc, nguyên phụ liệu dệt may, da, giày, chất dẻo, xăng dầu, hóa chất, sợi, vải, ô tô, đá quý...

Trong năm 2016, nhập khẩu ngô và thức ăn gia súc từ Ấn Độ, là những mặt hàng có tỷ trọng lớn trong cơ cấu nhập khẩu của Việt Nam từ Ấn Độ, giảm mạnh. Trong đó, kim ngạch nhập khẩu ngô chỉ đạt 2,1 triệu USD, giảm mạnh so với mức 24 triệu USD năm 2015; mặt hàng thức ăn gia súc đạt 82 triệu USD, giảm 23%. Nguyên nhân là sản lượng các sản phẩm này tại Ấn Độ giảm do ảnh hưởng của thời tiết, giá tăng, không cạnh tranh so với các nước xuất khẩu khác.

2.3.2. Bangladesh

Với thị trường Bangladesh, kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam sang thị trường này trong năm 2016 chỉ đạt 555 triệu USD, tăng nhẹ 1,3% so với năm 2015. Nguyên nhân là do mặt hàng xuất khẩu chủ lực là clanhke giảm mạnh, tới 31,4%, chỉ đạt 142 triệu USD, do chịu cạnh tranh mạnh từ hàng hóa Trung Quốc. Ngoài ra, trong nước, các doanh nghiệp không thống nhất được về giá cũng như chất lượng tiêu chuẩn xuất khẩu. Một số đơn hàng xuất khẩu của Việt Nam sang thị trường này bị trả lại do không đúng tiêu chuẩn và chất lượng; ảnh hưởng tới uy tín và kim ngạch xuất khẩu của clanhke Việt Nam.

Một số mặt hàng xuất khẩu chủ lực khác của Việt Nam sang Bangladesh đều tăng trưởng tốt, chẳng hạn như sợi các loại đạt 65 triệu USD, tăng 27%; nguyên phụ liệu dệt may da giày đạt 34,5 triệu USD, tăng 30%...

Về nhập khẩu, kim ngạch nhập khẩu năm 2016 của Việt Nam từ Bangladesh đạt 52 triệu USD, tăng 24%. Các mặt hàng nhập khẩu chính của Việt Nam bao gồm dược phẩm, nguyên phụ liệu dệt may da giày, sợi các loại, thủy sản...

2.3.3. Pakistan

Kim ngạch xuất nhập khẩu giữa hai nước trong năm 2016 đạt 645 triệu

USD, tăng 11% so với năm 2015, trong đó Việt Nam xuất khẩu 540 triệu USD, tăng 28%, nhập khẩu 105 triệu USD, giảm 34% so với năm trước.

Về xuất khẩu, điện thoại di động và linh kiện là mặt hàng có kim ngạch xuất khẩu lớn nhất của Việt Nam sang Pakistan, đạt 128 triệu USD, tăng 56%. Tiếp theo là mặt hàng chè, đạt xấp xỉ 87 triệu USD, tăng 6%. Đáng chú ý, mặt hàng hạt tiêu có sự tăng trưởng vượt bậc, đạt 82 triệu USD, tăng gấp 4 lần so với năm 2015. Pakistan vẫn chủ yếu ưa chuộng tiêu Việt Nam, nhưng năm 2015, do hàng tồn kho nhiều nên sức mua chững lại. Sang năm 2016 các nhà nhập khẩu tiếp tục tăng nhập khẩu hạt tiêu Việt Nam để phục vụ tiêu dùng trong nước.

Mặt hàng sắt thép cũng có tăng trưởng tốt do một số nhà sản xuất cột thép cho ngành điện đã tham gia trúng thầu cung cấp cột thép cho Pakistan và sự tăng trưởng mặt hàng sắt thép các loại khác. Các nhóm mặt hàng xơ sợi, vải... phục vụ sản xuất tại Pakistan cũng không có biến động lớn do sản xuất của Pakistan có chững lại.

Về nhập khẩu, sự sụt giảm diễn ra ở hầu hết các nhóm hàng như vải, nguyên phụ liệu dệt may da giày, dược phẩm, sợi, bông... Nguyên nhân là do yếu tố thời tiết bất lợi dẫn đến sự tăng trưởng âm trong lĩnh vực nông nghiệp của Pakistan trong năm tài chính 2015-2016. Về công nghiệp, tình trạng thiếu điện đã dẫn đến sự đình trệ trong sản xuất, gây ảnh hưởng đến việc sản xuất, xuất khẩu hàng hóa của Pakistan.

3. Chính sách quản lý nhập khẩu của một số nước

- Thổ Nhĩ Kỳ: Trong năm 2016, Thổ Nhĩ Kỳ đã công bố kết quả điều tra tự vệ và chống bán phá giá đối với mặt hàng điện thoại di động, sợi dún polyester, đá hoa cương và ống thép inox, theo đó mặt hàng điện thoại di động sẽ không bị áp thuế tự vệ, các doanh nghiệp sợi polyester của Việt Nam bị có biên độ bán phá giá từ 30% đến 70%, cao hơn rất nhiều so với các doanh nghiệp Thái Lan cũng bị điều tra, hai mặt hàng còn lại sẽ bị áp thuế chống bán phá giá như bằng mức áp dụng với Trung Quốc (ngoại trừ một số công ty Việt Nam đã gửi thông tin phục vụ quá trình điều tra). Thổ Nhĩ Kỳ vẫn đang tiến hành điều tra chống lẩn thuế chống bán phá giá với gỗ dán (mã HS 4412) và đánh giá giữa kỳ với một số mặt hàng như xăm, lốp xe đạp.

- Ai Cập: (i) Ai Cập đã ban hành Quyết định số 43 năm 2016 điều chỉnh, sửa đổi Quyết định 992 ban hành ngày 30/12/2015 về đăng ký nhà máy sản xuất; (ii) tăng thuế nhập khẩu lên mức 20-40% thay vì 10-30% đối với 60 nhóm hàng hóa tiêu dùng không thiết yếu. Động thái này cho thấy, nước này đang muốn thắt chặt hơn việc nhập khẩu hàng hóa nhằm bảo vệ sản xuất trong nước, điều tiết tiêu dùng, tiết kiệm ngoại tệ nhập khẩu; (iii) Bãi bỏ quy định buộc phải ký quỹ 100% khi mở L/C thanh toán mua nguyên liệu đầu vào phục vụ sản xuất, linh kiện và máy tính; (iv) hủy bỏ quy định giới hạn trần tiền gửi USD hàng tháng đối với các cá nhân, nâng trần tiền gửi USD hàng tháng lên 1 triệu USD cho các doanh nghiệp có nguồn thu từ các hoạt động xuất khẩu. Tuy nhiên, các doanh

nghiệp chuyên về nhập khẩu các mặt hàng không thiết yếu tiếp tục phải chịu các quy định chặt chẽ về kiểm soát ngoại tệ trước đó; (v) Ai Cập đã tái áp dụng lệnh cấm xuất khẩu gạo kể từ ngày 4/4/2016 nhằm đáp ứng nhu cầu đang tăng của thị trường trong nước.

- Algeria: Nhằm giảm thâm hụt thương mại, Chính phủ Algeria đưa ra mục tiêu năm 2017 là tổng kim ngạch nhập khẩu sẽ chỉ ở mức 25 tỷ USD thay vì hơn 50 tỷ USD vào năm 2015 và đang nghiên cứu các biện pháp cụ thể hạn chế nhập khẩu để đạt mục tiêu này. Algeria bắt đầu áp dụng việc cấp giấy phép và hạn ngạch xuất nhập khẩu đối với hàng hóa nhằm quản lý chặt chẽ xuất nhập khẩu, nguồn tài nguyên, cân bằng cán cân thanh toán, quản lý nguyên liệu sản xuất, tiêu dùng... 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.

- Ma-rốc: Từ ngày 01/01/2016, Ma-rốc siết chặt việc kiểm tra, thông quan đối với các lô hàng thực phẩm. Theo quy định mới, những công ty kinh doanh hàng thực phẩm (cả sản xuất, nhập khẩu và tiêu thụ) đều phải có kho đạt tiêu chuẩn vệ sinh an toàn thực phẩm do Cục An toàn thực phẩm cấp thì mới được kinh doanh hàng thực phẩm. Bên cạnh đó, kể từ thời điểm trên, Hải quan Ma-rốc áp dụng quy chế “Quyết định trước”. Điều này giúp cho các nhà xuất nhập khẩu Ma-rốc tính được đầy đủ các khoản thuế và phí mà họ phải trả cho lô hàng, giảm thiểu các trường hợp bỏ không nhận hàng khi hàng đến cảng. Ma-rốc đồng thời cũng sẽ cân tất cả các container hàng xuất khẩu đi từ các cảng của quốc gia này nhằm tránh trường hợp các chủ doanh nghiệp xếp hàng quá tải trọng so với khai báo. Ngoài ra, để đảm bảo giữ gìn vệ sinh môi trường, từ ngày 01/7/2016, Ma-rốc đã cấm sản xuất và sử dụng túi nhựa. Điều này khiến một số doanh nghiệp Việt Nam từ trước đến nay vẫn xuất khẩu hạt nhựa vào Ma-rốc để sản xuất các sản phẩm này sẽ gần như mất thị trường.

- Ả-rập Xê-út: Tháng 3/2016, Tổng cục Thuốc và Thực phẩm Ả-rập Xê-út căn cứ vào các báo cáo của Tổ chức Thú y thế giới (OIE) đã thông báo cho các đơn vị kiểm tra thực phẩm nhập khẩu của Ả-rập Xê-út không được thông quan các lô hàng tôm tươi, tôm đông lạnh có nguồn gốc từ Việt Nam cho tới khi các điều kiện y tế đã được đảm bảo, ngoại trừ các trường hợp: (1) Các loại hàng đã được bỏ đầu và vỏ (trừ phần cuối có đuôi tôm) và phải kiểm tra toàn bộ lô hàng bằng quan sát trực tiếp và xét nghiệm; (2) Các sản phẩm đã được chế biến cho người tiêu dùng trực tiếp (như đã được tẩm ướp và chế biến để nướng, rán hoặc theo cách nấu khác); (3) Các sản phẩm đã được xử lý nhiệt để đảm bảo không còn vi-rút theo cách thức được quy định tại điều 9, 6, 3 của Bộ Quy tắc về sức khỏe động vật thủy sản do OIE ban hành.

E. CHÍNH SÁCH, CƠ CHẾ XUẤT NHẬP KHẨU

I. CHƯƠNG TRÌNH HÀNH ĐỘNG THỰC HIỆN CHIẾN LƯỢC XUẤT NHẬP KHẨU HÀNG HÓA THỜI KỲ 2011-2020, ĐỊNH HƯỚNG ĐẾN NĂM 2030

1. Triển khai Chiến lược Xuất nhập khẩu hàng hóa thời kỳ 2011-2020

Ngày 28/12/2011, Thủ tướng Chính phủ đã ký Quyết định số 2471/QĐ-TTg về việc ban hành Chiến lược xuất nhập khẩu hàng hóa thời kỳ 2011-2020, định hướng đến năm 2030 (sau đây gọi tắt là Chiến lược). Trên cơ sở này, Bộ Công Thương đã trình Thủ tướng Chính phủ ký Quyết định số 950/QĐ-TTg ngày 25/7/2012 ban hành Chương trình hành động thực hiện Chiến lược xuất nhập khẩu hàng hóa thời kỳ 2011-2020, định hướng đến năm 2030 (sau đây gọi tắt là Chương trình).

Triển khai Quyết định số 950/QĐ-TTg, Bộ Công Thương đã ban hành Quyết định số 5047/QĐ-BCT ngày 30/8/2012 về việc ban hành Kế hoạch của ngành Công Thương triển khai Chương trình hành động thực hiện Chiến lược xuất nhập khẩu hàng hóa thời kỳ 2011-2020, định hướng đến năm 2030 (sau đây gọi tắt là Kế hoạch).

1.1. Những kết quả đạt được sau 5 năm 2011-2016

Qua 5 năm triển khai thực hiện Chiến lược, các mục tiêu và yêu cầu đề ra của Chiến lược đều đã được nghiêm túc triển khai thực hiện và đã đạt được một số kết quả tích cực, cụ thể là:

1.1.1. Tăng trưởng xuất khẩu giai đoạn 2011-2016 vượt mức kế hoạch đề ra

Trong giai đoạn 2011-2016, kim ngạch xuất khẩu có sự tăng trưởng tốt, đạt bình quân 12,8%/năm, cao hơn chỉ tiêu kế hoạch đã đề ra (mục tiêu đề ra tại Đại hội đại biểu toàn quốc lần thứ XI Đảng Cộng sản Việt Nam và mục tiêu tại Chiến lược Xuất nhập khẩu hàng hóa thời kỳ 2011-2020, định hướng đến năm 2030 là 12%/năm).

Về quy mô, sau 5 năm, kim ngạch xuất khẩu đã tăng gần 80 tỷ USD. Nếu như năm 2011, kim ngạch xuất khẩu mới đạt 96,9 tỷ USD thì năm 2016 kim ngạch xuất khẩu đã đạt 176,6 tỷ USD. Tính chung tổng kim ngạch xuất nhập khẩu, năm 2011 mới vượt qua mốc 200 tỷ USD, đến năm 2016 đã vượt mốc 350 tỷ USD.

Tăng trưởng xuất khẩu thể hiện sự phục hồi của sản xuất trong nước, góp phần vào tăng trưởng GDP, tạo công ăn việc làm, tiêu thụ hàng hóa cho nông dân; đồng thời tăng trưởng xuất khẩu cũng đóng góp quan trọng vào việc cải thiện cán

cân thương mại, giúp nước ta xuất siêu trong nhiều năm, cụ thể là các năm 2012, 2013, 2014 và 2016.

1.1.2. Chuyển dịch cơ cấu xuất khẩu, đa dạng hóa diện mặt hàng xuất khẩu

Trong giai đoạn 2011-2016, quy mô các mặt hàng xuất khẩu được mở rộng. Số mặt hàng đạt kim ngạch xuất khẩu từ 1 tỷ USD trở lên đã tăng qua các năm, chiếm tỷ trọng lớn trong tổng kim ngạch xuất khẩu của cả nước. Tính đến năm 2016 đã có tới 24 mặt hàng với tỷ trọng chiếm khoảng 88% tổng kim ngạch xuất khẩu, trong đó dẫn đầu là xuất khẩu điện thoại di động (34,3 tỷ USD năm 2016).

Cơ cấu mặt hàng xuất khẩu có chuyển dịch theo chiều hướng tỷ trọng hàng công nghiệp chế biến tăng nhanh, phù hợp với lộ trình thực hiện mục tiêu của Chiến lược xuất nhập khẩu hàng hóa thời kỳ 2011-2020, định hướng đến năm 2030, cụ thể năm 2016 nhóm hàng công nghiệp chế biến chiếm tỷ trọng cao nhất 80,3% (tăng 19% so với năm 2011), tỷ trọng xuất khẩu nông sản, thủy sản giảm còn 12,6% (giảm 7,8% so với năm 2011) và nhiên liệu khoáng sản giảm mạnh chỉ còn chiếm tỷ trọng khoảng 2% (giảm 9,6% so với năm 2011).

Hoạt động sản xuất cũng đang chuyển dịch mạnh mẽ theo hướng công nghiệp hóa, hiện đại hóa. Các mặt hàng chủ lực có quy mô xuất khẩu lớn như dệt may, giày dép, sản phẩm gỗ, máy móc thiết bị phụ tùng tiếp tục duy trì được mức tăng trưởng ổn định, đồng thời đã phát triển thêm nhiều mặt hàng xuất khẩu mới thuộc nhóm công nghệ như điện thoại di động, máy vi tính, thiết bị điện tử. Những mặt hàng này có kim ngạch xuất khẩu cao và duy trì mức tăng trưởng cao, đóng góp quan trọng vào tăng trưởng kim ngạch xuất khẩu.

1.1.3. Phát triển thị trường xuất khẩu

Trong giai đoạn 2011-2016, thị trường xuất khẩu được mở rộng, phát triển mạnh theo hướng đa dạng hóa, đa phương hóa. Việt Nam đã có quan hệ thương mại với hơn 200 nước và vùng lãnh thổ.

Năm 2011 có 24 thị trường đạt trên 1 tỷ USD, đến năm 2016 tăng lên 28 thị trường. Xuất khẩu sang Hoa Kỳ tăng trưởng bình quân 17,8%/năm, xuất khẩu sang EU tăng bình quân 15,5%, xuất khẩu sang Nhật Bản tăng bình quân 6,4%, xuất khẩu sang Trung Quốc tăng bình quân 14,6%, xuất khẩu sang thị trường ASEAN tăng bình quân 5,2%.

1.1.4. Kim ngạch nhập khẩu tăng trưởng khá và vẫn thấp hơn tốc độ tăng trưởng xuất khẩu

Bình quân tăng trưởng nhập khẩu giai đoạn 2011-2016 là 10,3%, thấp hơn 2,5% so với tốc độ tăng trưởng xuất khẩu bình quân. Cơ cấu mặt hàng nhập khẩu cũng chuyển dịch theo chiều hướng tích cực, tăng nhập khẩu các mặt hàng nguyên nhiên vật liệu phục vụ sản xuất, xuất khẩu, giảm nhập khẩu các mặt hàng không thiết yếu, trong nước sản xuất được. Tỷ trọng nhóm hàng cần nhập khẩu tăng từ 85,3% năm 2011 lên 88% năm 2016. Tỷ trọng nhóm hàng cần kiểm soát nhập

khẩu giảm từ 6,2% năm 2011 xuống còn 4,5% năm 2016. Tỷ trọng nhóm hàng tiêu dùng giảm từ 5,5% năm 2011 xuống còn 3,9% năm 2016.

Nhập siêu được kiểm soát theo hướng giảm dần, nhiều năm cán cân thương mại đạt thặng dư: năm 2012, xuất siêu 749 triệu USD và năm 2013 xuất siêu khoảng 300 ngàn USD, năm 2014 xuất siêu trên 2,1 tỷ USD và năm 2015 nhập siêu khoảng 3,17 tỷ USD, bằng 2% kim ngạch xuất khẩu. Năm 2016, cán cân thương mại thặng dư 2,52 tỷ USD. Như vậy, tính chung cả giai đoạn 5 năm, cán cân thương mại thặng dư khoảng 2,1 tỷ USD.



1.2. Một số tồn tại

Bên cạnh những thành tựu đạt được, hoạt động xuất nhập khẩu giai đoạn 2011-2015 vẫn còn một số tồn tại cần được giải quyết một cách đồng bộ và có hiệu quả để thúc đẩy xuất khẩu, kiểm chế nhập siêu một cách bền vững.

Một là, mặc dù tỷ lệ hàng đã qua chế biến đã bước đầu được cải thiện, tuy nhiên, đa số các mặt hàng nông sản, khoáng sản xuất khẩu chủ lực của Việt Nam được xuất khẩu dưới dạng thô hoặc sơ chế, cho giá trị gia tăng thấp. Nhiều ngành hàng xuất khẩu chủ lực vẫn còn mang tính gia công và còn phụ thuộc vào nguyên liệu nhập khẩu.

Hai là, xuất khẩu tăng trưởng nhanh nhưng dễ bị tổn thương trước biến động từ bên ngoài như giá cả thị trường thế giới, sự xuất hiện rào cản thương mại mới, việc áp dụng các biện pháp phòng vệ thương mại của các nước nhập khẩu. Trong khi đó, năng lực dự báo, nhận biết các chính sách, những thay đổi trên thị trường thế giới còn hạn chế, khả năng thích ứng với bối cảnh mới và ứng phó với các rào cản thương mại của doanh nghiệp còn yếu.

Ba là, công nghiệp hỗ trợ chậm phát triển, tỷ lệ nhập khẩu nguyên phụ liệu còn lớn nên thường gặp bất lợi mỗi khi giá cả thế giới biến động tăng, làm tăng chi phí sản xuất trong nước, giảm khả năng cạnh tranh của hàng hóa.

2. Triển khai các nhiệm vụ, đề án của Chương trình

Thực hiện Quyết định số 950/QĐ-TTg ngày 25/7/2012 của Thủ tướng Chính phủ ban hành Chương trình hành động thực hiện Chiến lược xuất nhập khẩu hàng hóa thời kỳ 2011-2020, định hướng đến năm 2030, Bộ Công Thương có công văn số 7978/BCT-XNK và công văn số 7979/BCT-XNK ngày 27/8/2012 hướng dẫn các Bộ, ngành và địa phương xây dựng Kế hoạch hành động thực hiện Chiến lược.

Đến nay, hầu hết các tỉnh, thành phố trực thuộc Trung ương, các Bộ, ngành liên quan đều đã ban hành và triển khai Kế hoạch hành động của địa phương.

Thực hiện Chương trình hành động, Bộ Công Thương đã xây dựng, trình Thủ tướng Chính phủ phê duyệt và đang tiến hành triển khai thực hiện các Đề án:

- Đề án quản lý nhập khẩu đến năm 2020 phù hợp với các cam kết quốc tế (Thủ tướng Chính phủ phê duyệt tại Quyết định số 1233/QĐ-TTg ngày 03/8/2015).

- Đề án phát triển các thị trường khu vực thời kỳ 2015-2020, tầm nhìn đến năm 2030 (Thủ tướng Chính phủ phê duyệt tại Quyết định số 1467/QĐ-TTg ngày 24/8/2015).

- Đề án thúc đẩy doanh nghiệp Việt Nam tham gia trực tiếp các mạng phân phối nước ngoài giai đoạn đến năm 2020 (Thủ tướng Chính phủ phê duyệt tại Quyết định số 1513/QĐ-TTg ngày 03/9/2015).

- Chương trình hành động quốc gia về sản xuất và tiêu dùng bền vững đến năm 2020, tầm nhìn đến năm 2030 (Thủ tướng Chính phủ phê duyệt tại Quyết định số 76/QĐ-TTg ngày 11/01/2016).

- Đề án phát triển cụm liên kết xuất khẩu các ngành công nghiệp cơ khí, dệt may, da giày và đồ gỗ (Bộ trưởng Bộ Công Thương phê duyệt tại Quyết định số 4842/QĐ-BCT ngày 09/12/2016).

II. XÂY DỰNG VĂN BẢN PHÁP LÝ ĐIỀU HÀNH XUẤT NHẬP KHẨU

1. Hệ thống văn bản quy phạm pháp luật về xuất nhập khẩu hàng hóa

Thời gian qua, hệ thống pháp luật liên quan đến hoạt động xuất nhập khẩu đã có nhiều thay đổi, hoàn thiện với sự ban hành và có hiệu lực của một loạt văn bản cấp Luật như: Luật Bảo vệ và kiểm dịch thực vật năm 2013, Luật Thú y năm 2015, Luật Hải quan năm 2014, Luật sửa đổi, bổ sung một số điều của các Luật về thuế năm 2014, Luật sửa đổi, bổ sung một số điều của Luật Thuế tiêu thụ đặc biệt năm 2014, Luật Bảo vệ môi trường năm 2014, Luật Thuế xuất khẩu, thuế nhập khẩu năm 2016, Luật sửa đổi, bổ sung một số điều của Luật Thuế giá trị gia tăng, Luật Thuế tiêu thụ đặc biệt và Luật Quản lý thuế năm 2016, Luật Dược năm 2016, Luật Đầu tư năm 2014, Luật sửa đổi, bổ sung Điều 6 và Phụ lục 4 về Danh mục ngành, nghề đầu tư kinh doanh có điều kiện của Luật đầu tư số 67/2014/QH13 năm 2016 và hệ thống văn bản hướng dẫn thi hành ở cấp Nghị định, Thông tư... Tuy nhiên, về cơ bản, hoạt động xuất nhập khẩu hàng hóa vẫn được duy trì một cách ổn định theo các nguyên tắc chung được quy định tại Luật Thương mại 2005.

Thực hiện Luật Đầu tư năm 2014, nhằm minh bạch hóa các ngành nghề, điều kiện đầu tư kinh doanh, Chính phủ đã ban hành các quy định quy định điều kiện kinh doanh, trong đó, một số Nghị định liên quan đến lĩnh vực xuất nhập

khẩu gồm: Nghị định 66/2016/NĐ-CP ngày 01/7/2016 của Chính phủ quy định điều kiện đầu tư kinh doanh về bảo vệ và kiểm dịch thực vật; giống cây trồng; nuôi động vật rừng thông thường; chăn nuôi; thủy sản; thực phẩm; Nghị định số 77/2016/NĐ-CP ngày 01/7/2016 của Chính phủ sửa đổi, bổ sung một số quy định về điều kiện đầu tư kinh doanh trong lĩnh vực mua bán hàng hóa quốc tế, hóa chất, vật liệu nổ công nghiệp, phân bón, kinh doanh khí, kinh doanh thực phẩm thuộc phạm vi quản lý nhà nước của Bộ Công Thương.



Đề hướng dẫn các Luật về thuế được Quốc hội ban hành trong năm 2016, Chính phủ đã ban hành Nghị định số 100/2016/NĐ-CP ngày 01/7/2016 của Chính phủ quy định chi tiết và hướng dẫn thi hành một số điều của Luật sửa đổi, bổ sung một số điều của Luật thuế giá trị gia tăng, Luật thuế tiêu thụ đặc biệt và Luật quản lý thuế; Bộ Tài chính ban hành Thông tư số 130/2016/TT-BTC ngày 12/08/2016 hướng dẫn thực hiện Nghị định số 100/2016/NĐ-CP ngày 01/7/2016 của Chính phủ quy định chi tiết thi hành Luật sửa đổi, bổ sung một số điều của Luật Thuế giá trị gia tăng, Luật Thuế tiêu thụ đặc biệt và Luật Quản lý thuế và sửa đổi một số điều tại các Thông tư về thuế.

Trong lĩnh vực nông nghiệp, Chính phủ đã ban hành Nghị định số 31/2016/NĐ-CP ngày 06/5/2016 quy định xử phạt vi phạm hành chính trong lĩnh vực giống cây trồng, bảo vệ và kiểm dịch thực vật, Nghị định số 35/2016/NĐ-CP ngày 15/5/2016 quy định chi tiết một số Điều của Luật thú y. Trong năm 2016, Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn ban hành các Thông tư, bao gồm:

- Các Thông tư quy định về hoạt động kiểm dịch: Thông tư số 25/2016/TT-BNNPTNT ngày 30/6/2016 quy định về kiểm dịch động vật, sản phẩm động vật trên cạn; Thông tư số 26/2016/TT-BNNPTNT ngày 30/6/2016 quy định về kiểm dịch động vật, sản phẩm động vật thủy sản.

- Các Thông tư ban hành danh mục có mã HS cụ thể đối với hàng hóa thuộc diện quản lý của Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn: Thông tư số 24/2016/TT-BNNPTNT ngày 30/6/2016 ban hành danh mục và công bố mã HS đối với hàng hóa cấm xuất khẩu là gỗ tròn, gỗ xẻ các loại từ gỗ rừng tự nhiên trong nước và hàng hóa xuất khẩu theo giấy phép là củi, than làm từ gỗ hoặc củi có nguồn gốc từ gỗ rừng tự nhiên trong nước; Thông tư số 28/2016/TT-BNNPTNT ngày 27/7/2016 ban hành Danh mục bổ sung giống cây trồng được phép sản xuất, kinh doanh ở Việt Nam; Thông tư số 03/2016/TT-BNNPTNT ngày 21/4/2016 ban hành Danh mục thuốc bảo vệ thực vật được phép sử dụng, cấm sử dụng tại Việt Nam; công bố mã HS đối với thuốc bảo vệ thực vật được phép sử dụng, cấm sử dụng tại Việt Nam.

Đối với mặt hàng khí, Chính phủ ban hành Nghị định số 19/2016/NĐ-CP ngày 22/3/2016 về kinh doanh khí; Bộ Công Thương ban hành Thông tư số 03/2016/TT-BCT ngày 10/5/2016 quy định chi tiết một số điều của Nghị định số 19/2016/NĐ-CP ngày 22/3/2016 của Chính phủ về kinh doanh khí. Hiện nay, Bộ Công Thương đang tiếp tục chỉnh sửa các quy định tại Nghị định để trình Chính phủ ban hành Nghị định thay thế theo hướng tạo thuận lợi hơn nữa cho hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp.

Trong năm 2016, để hoàn thiện hệ thống pháp luật quản lý chuyên ngành có liên quan đến hoạt động xuất nhập khẩu, ngoài các văn bản nêu trên, Chính phủ cũng đã ban hành một số văn bản quy phạm pháp luật khác như: Nghị định số 24a/2016/NĐ-CP ngày 05/4/2016 về quản lý vật liệu xây dựng; Nghị định số 158/2016/NĐ-CP ngày 29/11/2016 quy định chi tiết thi hành một số điều của Luật khoáng sản.

Từ năm 2014 tới nay, Chính phủ đã ban hành các Nghị quyết với mục tiêu cải thiện môi trường đầu tư, kinh doanh, nâng cao năng lực cạnh tranh quốc gia, bao gồm: Nghị quyết số 19/NQ-CP ngày 18/3/2014, Nghị quyết số 19/NQ-CP ngày 12/3/2015 về những nhiệm vụ, giải pháp chủ yếu cải thiện môi trường kinh doanh, nâng cao năng lực cạnh tranh quốc gia và Nghị quyết số 19-2016/NQ-CP ngày 28/4/2016 về những nhiệm vụ, giải pháp chủ yếu cải thiện môi trường kinh doanh, nâng cao năng lực cạnh tranh quốc gia hai năm 2016-2017, định hướng đến năm 2020. Theo tinh thần Nghị quyết của Chính phủ, các Bộ, ngành đã tiến hành rà soát, điều chỉnh các văn bản quy phạm pháp luật trong các lĩnh vực, mặt hàng cụ thể theo hướng minh bạch hóa và cải cách thủ tục hành chính. Nhiều văn bản đã được sửa đổi, bổ sung hoặc thay thế để góp phần tạo điều kiện thuận lợi hơn nữa cho hoạt động xuất khẩu, nhập khẩu hàng hóa của doanh nghiệp, cụ thể:

- Về thủ tục hành chính và công tác kiểm tra chuyên ngành, Bộ Công Thương đã ban hành Thông tư số 05/2016/TT-BCT ngày 06/6/2016 quy định về việc cung cấp dịch vụ công trực tuyến của Bộ Công Thương; Thông tư số 23/2016/TT-BCT ngày 12/10/2016 bãi bỏ Thông tư số 37/2015/TT-BCT ngày 30/10/2015 của Bộ trưởng Bộ Công Thương quy định về mức giới hạn và việc kiểm tra hàm lượng formaldehyt và amin thơm chuyển hóa từ thuốc nhuộm azo trong sản phẩm dệt may; Quyết định số 3648/QĐ-BCT ngày 08/9/2016 công bố Danh mục sản phẩm hàng hóa nhập khẩu phải kiểm tra việc bảo đảm chất lượng, quy chuẩn kỹ thuật, an toàn thực phẩm trước khi thông quan thuộc trách nhiệm quản lý của Bộ Công Thương thay thế Quyết định số 11039/QĐ-BCT; Thông tư số 27/2016/TT-BCT ngày 05/12/2016 sửa đổi, bổ sung, bãi bỏ một số văn bản quy phạm pháp luật quy định về điều kiện đầu tư kinh doanh trong một số lĩnh vực thuộc phạm vi quản lý nhà nước của Bộ Công Thương,...

- Đối với hoạt động thương mại biên giới, để khắc phục một số tồn tại, vướng mắc tại Thông tư số 52/2015/TT-BCT, Bộ Công Thương đã ban hành Thông tư số 34/2016/TT-BCT quy định chi tiết hoạt động mua bán hàng hóa qua biên giới

của thương nhân tại Quyết định số 52/2015/QĐ-TTg ngày 20/10/2015 của Thủ tướng Chính phủ về việc quản lý hoạt động thương mại biên giới với các nước có chung đường biên giới, có hiệu lực từ ngày 15/02/2017, thay thế cho Thông tư số 52/2015/TT-BCT.

- Đối với lĩnh vực tiêu chuẩn quy chuẩn, chất lượng sản phẩm hàng hóa, để góp phần tăng cường kiểm soát chất lượng hàng hóa nhập khẩu, xây dựng hệ thống tiêu chuẩn, quy chuẩn, góp phần bảo vệ người

tiêu dùng trong nước, Bộ Công Thương đã ban hành các Thông tư: Thông tư số 33/2016/TT-BCT ngày 23/12/2016 sửa đổi, bổ sung một số điều của Thông tư số 36/2015/TT-BCT ngày 28/10/2015 ban hành Quy chuẩn kỹ thuật quốc gia đối với sản phẩm khăn giấy và giấy vệ sinh; Thông tư số 36/2016/TT-BCT ngày 28/12/2016 quy định dán nhãn năng lượng cho các phương tiện, thiết bị sử dụng năng lượng thuộc phạm vi quản lý của Bộ Công Thương,...

Bên cạnh hệ thống pháp luật quản lý chuyên ngành, cơ chế quản lý với từng lĩnh vực, mặt hàng cụ thể, hệ thống pháp luật về hải quan thời gian qua cũng có rất nhiều thay đổi, cải tiến với sự ban hành và có hiệu lực của Luật Hải quan năm 2014 và Nghị định số 08/2015/NĐ-CP ngày 21/01/2015 của Chính phủ quy định chi tiết và biện pháp thi hành Luật Hải quan về thủ tục hải quan, kiểm tra, giám sát, kiểm soát hải quan. Căn cứ các quy định tại Luật Hải quan năm 2014 và Nghị định số 08/2015/NĐ-CP nêu trên, Bộ Tài chính đã chủ trì xây dựng và ban hành nhiều văn bản pháp luật quan trọng hướng dẫn thi hành, góp phần tiếp tục hoàn thiện cơ chế, minh bạch hóa thủ tục hải quan, tạo điều kiện thuận lợi cho doanh nghiệp khi tham gia vào hoạt động xuất nhập khẩu.

Thời gian qua, Luật Thương mại 2005 với vai trò là trụ cột trong hệ thống pháp luật về xuất nhập khẩu hàng hóa, đã tạo ra hành lang khuôn khổ pháp lý, góp phần tạo điều kiện thuận lợi cho hoạt động xuất nhập khẩu được đẩy mạnh và phát triển. Tuy nhiên, trong bối cảnh phát triển không ngừng của nền kinh tế thế giới, những thay đổi trong thực tiễn và tư duy quản lý của nhà nước, Luật Thương mại 2005 và hệ thống văn bản hướng dẫn thi hành đã phát sinh một số vấn đề cần phải được khắc phục.

Bộ Công Thương, với vai trò là cơ quan chủ trì đã phối hợp với các Bộ, ngành để tiến hành tổng kết việc thực hiện Luật Thương mại năm 2005, chuẩn bị cho việc sửa đổi, bổ sung Luật Thương mại trong thời gian tới. Đồng thời, trình Quốc hội ban hành Luật Quản lý ngoại thương với mục tiêu: Thể chế hóa chủ trương, chính sách của Đảng và Nhà nước về quản lý, phát triển hoạt



động ngoại thương thông qua việc ban hành các công cụ quản lý ngoại thương để đảm bảo tính linh hoạt trong việc xây dựng chiến lược ngoại thương và ban hành văn bản quy phạm pháp luật trong lĩnh vực này. Luật Quản lý ngoại thương 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.

2. Cơ chế quản lý, điều hành trong một số lĩnh vực

2.1. Điều hành hạn ngạch thuế quan

Việc điều hành hạn ngạch thuế quan (HNTQ) nhập khẩu năm 2016 thực hiện sau khi Bộ Công Thương thống nhất với Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn và Bộ Tài chính theo đúng quy định hiện hành, bảo đảm không ảnh hưởng đến tiêu thụ sản xuất trong nước và phù hợp với cam kết của Việt Nam trong WTO. Ngoài mặt hàng trứng gia cầm (từ năm 2007 đến nay không có doanh nghiệp nào đăng ký nhập khẩu), việc điều hành HNTQ năm 2016 của 3 mặt hàng còn lại như sau:

a) Đường

Năm 2016 Bộ Công Thương đã phối hợp với Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn, Bộ Tài chính, Bộ Tư pháp xây dựng, ban hành các văn bản hướng dẫn thực hiện cơ chế đấu giá quyền sử dụng HNTQ nhập khẩu đường và tổ chức Phiên đấu giá quyền sử dụng HNTQ nhập khẩu 85.000 tấn đường, kết quả đã đấu giá được toàn bộ 85.000 tấn đường (45.000 tấn đường tinh luyện, 40.000 tấn đường thô), số tiền thu được từ việc bán đấu giá khoảng 138 tỷ đồng, các doanh nghiệp trúng đấu giá đã thực hiện nhập khẩu hết số lượng đường trúng đấu giá nêu trên.

Trong năm 2016, thị trường đường có nhiều diễn biến phức tạp, có dấu hiệu thiếu nguồn cung và sốt giá đường, trước tình hình đó, Bộ Công Thương đã phối hợp với Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn bám sát tình hình sản xuất, cung cầu đường, báo cáo Thủ tướng Chính phủ cho phép bổ sung HNTQ nhập khẩu 100.000 tấn đường theo phương thức phân giao để kịp thời bổ sung nguồn cung đường cho thị trường góp phần ổn định giá đường, đảm bảo nguồn nguyên liệu cho doanh nghiệp sản xuất, đáp ứng nhu cầu tiêu dùng cho nhân dân.

b) Muối

Kể từ năm 2011 đến 2016, lượng HNTQ muối công bố mỗi năm là 102.000 tấn. Theo đó, mỗi năm phân giao 51.000 tấn cho thương nhân trực tiếp sử dụng làm nguyên liệu sản xuất hóa chất, 2.000 tấn cho thương nhân sản xuất sản phẩm y tế. Riêng năm 2015 và năm 2016, đối với muối công nghiệp phục vụ sản xuất hoá chất, phân giao 40.000 tấn muối.

Việc phối hợp điều hành HNTQ nhập khẩu muối năm 2016 được thực hiện sau khi Bộ Công Thương thống nhất với Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn và Bộ Tài chính đảm bảo phù hợp với tình hình sản xuất và tiêu thụ muối trong

nước hiện nay đồng thời góp phần hỗ trợ nguồn nguyên liệu muối chất lượng cao nhập khẩu phục vụ sản xuất các ngành hóa chất và thuốc y tế.

c) Nguyên liệu thuốc lá

Để thực hiện cam kết WTO, đồng thời đảm bảo nguồn nguyên liệu để các doanh nghiệp sản xuất thuốc lá nhập khẩu phối trộn với nguyên liệu thuốc lá trong nước sản xuất, Bộ Công Thương đã ban hành Thông tư số 01/2016/TT-BCT ngày 05/01/2016



quy định việc nhập khẩu thuốc lá nguyên liệu theo HNTQ năm 2016 để phân giao cho 7 doanh nghiệp đầu mối sản xuất thuốc lá nhập khẩu phục vụ việc sản xuất của doanh nghiệp. Lượng thuốc lá nguyên liệu công bố là 48.620 tấn bằng mức tối thiểu theo cam kết WTO, số lượng phân giao thực tế đáp ứng nhu cầu sản xuất của doanh nghiệp để đảm bảo mục tiêu phối trộn của các doanh nghiệp và bảo vệ vùng trồng cây thuốc lá trong nước.

2.2. Thương mại biên giới

Ngày 28/12/2016, Bộ Công Thương đã ban hành Thông tư số 34/2016/TT-BCT quy định chi tiết hoạt động mua bán hàng hoá qua biên giới của thương nhân tại Quyết định số 52/2015/QĐ-TTg ngày 20/10/2015 của Thủ tướng Chính phủ về việc quản lý hoạt động thương mại biên giới với các nước có chung biên giới (thay thế Thông tư số 52/2015/TT-BCT ngày 30/12/2015) bảo đảm phù hợp thực tế và quy định của pháp luật, đơn giản hoá thủ tục hành chính, khuyến khích xuất khẩu và kiểm soát nhập khẩu.

Ngoài ra, Bộ Công Thương có văn bản báo cáo Thủ tướng Chính phủ rà soát kiểm tra công tác điều hành, quản lý hoạt động thương mại qua các cửa khẩu phụ, lối mở biên giới. Theo đó, có báo cáo nội dung liên quan đến công tác điều hành tạm nhập tái xuất của các địa phương và kiến nghị yêu cầu Ủy ban nhân dân các tỉnh biên giới thực hiện rà soát, chỉnh sửa các quy định bảo đảm quyền bình đẳng, môi trường kinh doanh thuận lợi cho tất cả các thương nhân.

2.3. Tạm nhập tái xuất, chuyển khẩu, quá cảnh

a) Hoạt động kinh doanh tạm nhập tái xuất

Thời gian qua, hoạt động kinh doanh tạm nhập tái xuất đã thu được một số kết quả tích cực, đã dần đi vào nề nếp, khắc phục được những hạn chế, tồn tại phát sinh như hạn chế tình trạng tồn đọng, ách tắc hàng hóa, góp phần giảm bớt gian lận thương mại. Nhiều biện pháp quản lý, giám sát hoạt động kinh doanh tạm nhập, tái xuất do Bộ Công Thương và các Bộ ngành đề xuất được tăng cường đã góp phần tạo hành lang pháp lý cho các lực lượng chức năng thực hiện quản lý chặt chẽ.

Việc phân cấp quản lý đã tạo sự chủ động cho các địa phương trong công tác điều hành, kịp thời xử lý những vấn đề phát sinh trên địa bàn. Vai trò trách nhiệm quản lý nhà nước tại địa phương được nâng cao hiệu quả, việc phối hợp điều hành của các ngành, chức năng trên địa bàn được thực hiện kịp thời.

Ngoài ra, Bộ Công Thương đã chủ trì, phối hợp với các cơ quan liên quan rà soát quy định hiện hành về tạm nhập tái xuất để trình Chính phủ ban hành Nghị định số 77/2016/NĐ-CP ngày 01/7/2016. Theo đó, loại bỏ các quy định chưa phù hợp, kế thừa một số quy định về điều kiện kinh doanh tạm nhập tái xuất đã thực hiện ổn định, phù hợp với thực tế và yêu cầu quản lý nhà nước tại Thông tư số 05/2014/TT-BCT ngày 27/01/2014 của Bộ Công Thương để đưa vào Nghị định số 77/2016/NĐ-CP bảo đảm cơ chế chính sách được thực hiện công khai, minh bạch và ổn định.

Bộ Công Thương đã rà soát, tổng hợp ý kiến của các Bộ ngành địa phương để hoàn thiện các quy định pháp luật hiện hành về kinh doanh tạm nhập tái xuất nhằm khắc phục những tồn tại, bất cập và những vấn đề liên quan do các Bộ, ngành địa phương đề xuất phù hợp với tình hình thực tế hiện nay, đồng thời đảm bảo quản lý nhà nước được tăng cường, góp phần hạn chế, ngăn chặn gian lận thương mại trong kinh doanh tạm nhập tái xuất.

b) Chuyển khẩu, quá cảnh hàng hoá

Hàng hóa được quá cảnh qua lãnh thổ Việt Nam sang nước thứ ba hoặc được kinh doanh theo phương thức chuyển khẩu tuân thủ theo Luật Thương mại 2005, Luật Hải quan năm 2014 và các văn bản hướng dẫn thi hành gồm Nghị định 187/2013/NĐ-CP ngày 20/11/2013 và Nghị định 08/2015/NĐ-CP ngày 21/01/2015 của Chính phủ. Việc quản lý kiểm tra giám sát của các Bộ ngành để hạn chế gian lận thương mại, thâm lậu vào nội địa phát sinh từ các hoạt động này đã được triển khai nhưng cần phải tăng cường hơn nữa trong thời gian tới nhằm tránh việc lợi dụng để vận chuyển, lưu thông các mặt hàng cấm.

III. MỘT SỐ CHƯƠNG TRÌNH, BIỆN PHÁP THỨC ĐẨY XUẤT KHẨU

1. Tháo gỡ khó khăn, vướng mắc cho sản xuất, xuất khẩu

(i) Theo dõi sát tình hình xuất khẩu, kịp thời có giải pháp tháo gỡ khó khăn cho doanh nghiệp

- Bộ Công Thương đã phối hợp với các Bộ, ngành tổ chức nhiều Hội nghị, nhiều cuộc họp, làm việc với các Hiệp hội ngành hàng xuất khẩu, các doanh nghiệp tham gia hoạt động xuất nhập khẩu nhằm xác định những khó khăn, vướng mắc trong sản xuất và xuất khẩu; kịp thời ghi nhận, xử lý các kiến nghị của các Hiệp hội, doanh nghiệp.

Trên cơ sở báo cáo của Bộ Công Thương về kết quả Hội nghị chuyên đề về Giải pháp thúc đẩy xuất khẩu các tháng cuối năm 2016, ngày 17/8/2016, Văn

phòng Chính phủ đã có công văn số 6817/VPCP-KTTH thông báo ý kiến chỉ đạo của Phó Thủ tướng Trịnh Đình Dũng, theo đó, giao các Bộ, ngành liên quan khẩn trương xem xét, xử lý theo thẩm quyền đối với các kiến nghị đã được Bộ Công Thương tổng hợp, báo cáo.



- Xác định nhiệm vụ cần tiêu thụ hết các mặt hàng gạo, nông sản, rau quả cho người nông dân, Bộ Công Thương đã phối hợp với Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn theo dõi sát diễn biến thị trường nhập khẩu, đặc biệt là các mặt hàng như: lúa gạo, nông sản, thủy sản, tình hình sản xuất lúa gạo, nông sản, thủy sản trong nước và diễn biến cung cầu, giá cả thị trường nội địa; thực hiện các giải pháp điều hành xuất khẩu gạo, nông sản, thủy sản. Kết quả trong năm 2016, kim ngạch xuất khẩu nhóm hàng nông sản, thủy sản đã đạt khoảng 22,2 tỷ USD, tăng 7,7% so với năm 2015.

- Nhằm kịp thời giải quyết và tháo gỡ khó khăn cho các cá nhân, tổ chức, doanh nghiệp liên quan đến thủ tục hành chính trong lĩnh vực xuất khẩu, trong năm 2016, Bộ Công Thương triển khai xây dựng và duy trì hoạt động hiệu quả Đường dây nóng về xuất nhập khẩu hàng hóa của Bộ Công Thương, thông qua đó, tiếp nhận và giải quyết các ý kiến phản ánh, kiến nghị về khó khăn, vướng mắc trong thủ tục hành chính của Bộ Công Thương và các Bộ ngành khác liên quan đến hoạt động xuất nhập khẩu hàng hóa.

- Tháng 11/2016, Bộ Công Thương và Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn đã ký kết Bản thỏa thuận về hợp tác trong công tác phát triển thị trường, đẩy mạnh xuất khẩu các mặt hàng nông sản. Trong đó, nhiệm vụ trọng tâm là rà soát các mặt hàng cụ thể cần ưu tiên tháo gỡ khó khăn, trong đó, đặc biệt chú trọng việc đẩy nhanh các thủ tục pháp lý của nước nhập khẩu để các sản phẩm nông, thủy sản Việt Nam chính thức được xuất khẩu sang các nước.

(ii) Tăng cường công tác thông tin thị trường

Nhằm giúp các doanh nghiệp có thể dự báo trước nguy cơ xảy ra các vụ kiện chống bán phá giá, chủ động ứng phó với các vụ kiện, giảm thiểu thiệt hại do các vụ kiện chống bán phá giá gây ra, Bộ Công Thương đã tích cực rà soát, nắm bắt thông tin về các biện pháp phòng vệ thương mại, chống bán phá giá, điều tra tự vệ và các rào cản thương mại của các nước trong khu vực đối với hàng hóa xuất khẩu của Việt Nam; chủ động đưa các cảnh báo kịp thời trên hệ thống cảnh báo sớm các vụ kiện chống bán phá giá đối với hàng xuất khẩu của Việt Nam (tại địa chỉ website canhbaosom.vn hoặc earlywarning.vn)

Các cơ quan Thương vụ của Việt Nam kịp thời, chủ động làm việc với các cơ quan chức năng của nước sở tại để giải quyết, khắc phục, tháo gỡ các rào cản thương mại và kịp thời thông tin về chính sách, các rào cản mới của thị trường nhập khẩu tới các Hiệp hội, doanh nghiệp. Một số thị trường phát sinh rào cản, vụ việc mới như: Thái Lan với tôn lạnh và tôn màu, Trung Quốc với gạo và bã sắn, Australia với thủy sản, Indonesia với thực phẩm tươi sống, Đài Loan với nấm, Ả-rập Xê-út với tôm, Argentina với gạch ốp lát, v.v.

(iii) Tháo gỡ rào cản đối với nông sản, thủy sản xuất khẩu tại các thị trường nhập khẩu

Bộ Công Thương phối hợp Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn trao đổi, vận động đẩy nhanh tốc độ xem xét các báo cáo phân tích nguy cơ dịch hại và quy định kiểm dịch thực vật (PRA) đối với nông sản, thủy sản xuất khẩu của Việt Nam, góp phần thúc đẩy xuất khẩu vào nhiều thị trường như Australia, Hoa Kỳ, Nhật Bản; theo dõi sát diễn biến tình hình và tổ chức các đoàn công tác để vận động Hạ viện Hoa Kỳ thông qua Nghị quyết hủy bỏ Chương trình giám sát cá da trơn.

Trong năm 2016 Bộ Công Thương Việt Nam đã làm việc với Tổng cục Giám sát chất lượng, kiểm nghiệm, kiểm dịch quốc gia Trung Quốc (AQSIQ) để đẩy nhanh hoàn tất các thủ tục pháp lý, mở cửa thị trường Trung Quốc đối với nông sản, thủy sản như sản phẩm sữa, trái cây (mãng cụt, bưởi da xanh...), bã sắn, nghêu, cá rô, cá đồng của Việt Nam. Bộ Công Thương đã có báo cáo Thủ tướng Chính phủ những kết quả đạt được và kiến nghị Thủ tướng giao các nhiệm vụ cụ thể đối với các Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn, Ngoại giao và Công Thương để tiếp tục triển khai.

2. Chương trình Xúc tiến thương mại Quốc gia năm 2016

2.1. Kết quả thực hiện

Năm 2016, Bộ Công Thương đã phê duyệt và thực hiện được 182 đề án với tổng kinh phí là 90 tỷ đồng, sử dụng hết 100% kinh phí được bố trí.

Năm 2016, với sự hỗ trợ từ Chương trình Xúc tiến thương mại (XTTM) 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.

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 và châu Phi, tận dụng các lợi thế từ các hiệp định thương mại tự do mang lại, giúp các doanh nghiệp Việt Nam đẩy mạnh xuất khẩu sản phẩm, dịch vụ vào thị trường các nước nói trên; xúc tiến đẩy mạnh hoạt động thương mại, đầu tư; nâng cao vị thế và hình ảnh của Việt Nam. Các hoạt động xúc tiến thương mại trong nước, miền núi, biên giới và hải đảo cũng đã góp phần tích cực trong việc phát triển, mở rộng thị trường trong nước.

Thông qua Chương trình XTTM quốc gia năm 2016, các Hiệp hội ngành hàng,

các tổ chức XTTM 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 ngành nông, thủy sản, Bộ Công Thương phê duyệt 23 đề án với tổng kinh phí là 32 tỷ đồng. Bộ đã chỉ đạo các đơn vị chủ trì tổ chức 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 Logistics



(Hồng 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.

Năm 2016, Bộ Công Thương đã tổ chức Triển lãm Công nghiệp thực phẩm quốc tế Việt Nam (Vietnam Foodexpo) với quy mô trên 550 gian hàng trưng bày của 400 doanh nghiệp trong và ngoài nước, trong đó hỗ trợ các hiệp hội ngành nông sản, thực phẩm, các địa phương có thế mạnh về nông sản tổ chức các khu gian hàng riêng quảng bá sản phẩm của địa phương, hỗ trợ công tác truyền thông, mời các nhà nhập khẩu quốc tế tới thăm quan, mua hàng; tổ chức các hội nghị hội thảo chuyên ngành thực phẩm và ký kết các hợp đồng hợp tác kinh doanh.

Nhóm hàng công nghiệp gồm 16 đề án với kinh phí hỗ trợ là 12,7 tỷ đồng tập trung các hoạt động tổ chức tham gia các 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 XTTM quốc gia cũng đã hỗ trợ Hiệp hội Da giày - 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 Canada, 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. Nhờ có những hoạt động XTTM được duy trì thực hiện thường xuyên và hiệu quả nên mặc dù năm 2016, tình hình kinh tế trong nước và thế giới có nhiều khó khăn, nhưng ngành da giày vẫn tăng trưởng 9%, đạt kim ngạch trên 16,5 tỷ USD, tiếp tục là ngành hàng chủ lực, đóng góp quan trọng vào tăng trưởng xuất khẩu của cả nước.

Đối với ngành dệt may, Chương trình XTTM quốc gia cũng đã hỗ trợ một phần kinh phí cho Hiệp hội Dệt may Việt Nam tổ chức được những chương trình XTTM 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 XTTM đã góp phần giúp ngành dệt may tăng trưởng trước những thách thức lớn của cạnh tranh quốc tế cũng như biến động khủng hoảng kinh tế toàn cầu. Xuất khẩu ngành dệt may Việt Nam năm 2016 đạt 28,5 tỷ USD, trong đó các thị trường trọng yếu của ngành dệt may Việt Nam như EU, Hoa Kỳ, Trung Quốc, Nhật Bản, Ấn Độ,... vẫn được thường xuyên củng cố và duy trì thông qua các hoạt động XTTM.

Đối với ngành công nghiệp sáng tạo, Chương trình đã triển khai 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,... nhằm hỗ trợ doanh nghiệp nâng cao năng lực cạnh tranh, phát triển giá trị gia tăng cho sản phẩm xuất khẩu.

2.2. Đánh giá

2.2.1. Ưu điểm

- Năm 2016 áp dụng mô hình triển khai đề án XTTM quốc gia mới, trong đó tăng tính chủ động của đơn vị chủ trì trong triển khai đề án, dù gặp những khó khăn ban đầu, nhưng đa số các đơn vị chủ trì đã triển khai tốt các đề án, huy động các nguồn lực của ngành, của địa phương triển khai đề án, quản lý tốt hơn chất lượng doanh nghiệp và hàng hóa tham gia Chương trình, đặc biệt là các hoạt động XTTM tại nông thôn, miền núi, biên giới.

- 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 XTTM địa phương trong việc tổ chức hội chợ triển lãm nói riêng và tổ chức các sự kiện XTTM nói chung.

- Đối với các doanh nghiệp - những người hưởng lợi trực tiếp từ Chương trình có cơ hội tham gia vào các hoạt động XTTM 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.

- Về đào tạo nâng cao năng lực tổ chức hoạt động XTTM quốc gia cho các đơn vị chủ trì, doanh nghiệp tham gia Chương trình:

+ Chương trình XTTM quốc gia đã phê duyệt 7 đề án đào tạo, nâng cao năng lực cho doanh nghiệp trong hoạt động XTTM, phát triển thị trường, phát triển sản phẩm. Ngay sau khi phê duyệt Chương trình XTTM quốc gia năm 2016, Ban Quản lý Chương trình đã tổ chức 3 khóa tập huấn tại khu vực phía Bắc, miền Trung, miền

Nam nhằm hướng dẫn cho các đơn vị chủ trì xây dựng kế hoạch triển khai, cách thức triển khai thực hiện chương trình đảm bảo đúng quy định, đạt mục tiêu của Chương trình.

+ Thông qua dự án “Nâng cao năng lực cạnh tranh xuất khẩu cho các doanh nghiệp nhỏ và vừa Việt Nam thông qua hệ thống xúc tiến thương mại địa phương” đã tổ chức gần 30 khóa đào tạo, tập huấn nâng cao năng lực cho các cơ quan XTTM cũng như



doanh nghiệp, trong đó hơn 15 khóa đào tạo tập trung vào kỹ năng xúc tiến thương mại, kỹ năng tham gia hội chợ triển lãm, kỹ năng thu thập thông tin thị trường, khách hàng, xúc tiến bán hàng cho các đơn vị, doanh nghiệp, đặc biệt cho các trung tâm XTTM địa phương, hiệp hội là đơn vị chủ trì và doanh nghiệp tham gia Chương trình trước khi triển khai đề án.

+ Chương trình, thông qua hỗ trợ các hoạt động cụ thể đã tạo điều kiện cho đơn vị chủ trì thực hiện triển khai các hoạt động XTTM, doanh nghiệp tham gia hoạt động XTTM trong và ngoài nước. Qua đó vai trò và năng lực của các tổ chức XTTM, hiệp hội ngành hàng, trung tâm XTTM địa phương đã có những tiến bộ rõ nét. Các hoạt động XTTM đã được triển khai bài bản hơn, chuyên nghiệp hơn, thu hút nhiều doanh nghiệp tham gia hơn các năm trước. Năng lực tham gia hoạt động XTTM của doanh nghiệp được nâng cao đáng kể, doanh nghiệp đã từng bước quen thuộc và chủ động hơn trong việc tham gia hoạt động XTTM trong và ngoài nước.

- Về xây dựng cơ chế chính sách hỗ trợ hoạt động XTTM: Ban Quản lý Chương trình đã đôn đốc, hỗ trợ các địa phương, căn cứ vào Quyết định số 72/2010/QĐ-TTg của Thủ tướng Chính phủ, xây dựng cơ chế hỗ trợ hoạt động XTTM tại địa phương. Đến nay, có gần 50 địa phương đã ban hành Quyết định về cơ chế hỗ trợ hoạt động XTTM địa phương hoặc ban hành kế hoạch XTTM trong trung và dài hạn tạo điều kiện cho các cơ quan XTTM cũng như doanh nghiệp địa phương chủ động trong việc xây dựng kế hoạch và triển khai hoạt động XTTM.

2.2.2. Hạn chế

- Một số đơn vị do năng lực triển khai còn hạn chế nên không thực hiện được hoặc thực hiện không đúng tiến độ được phê duyệt.

- Một số đơn vị chưa triển khai thực hiện đề án theo đúng mục tiêu, nội dung, tiến độ được Bộ Công Thương phê duyệt dẫn đến việc phải trình Bộ thay đổi thời gian, địa điểm.

- Nhiều đơn vị chưa tuân thủ yêu cầu nộp báo cáo kết quả thực hiện Chương trình.

- Công tác nghiệm thu, thanh lý, quyết toán mặc dù đã có cải thiện hơn so với các năm trước nhưng vẫn còn một số đơn vị chưa thực hiện đúng quy định về thời gian, hồ sơ nghiệm thu và quyết toán kinh phí hỗ trợ.

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). Thủ tướng Chính phủ giao Bộ Công Thương là cơ quan thường trực, chịu trách nhiệm phối hợp với các Bộ/ngành triển khai.

Theo phê duyệt của Thủ tướng Chính phủ tại Công văn số 9224/VPCP-KTTH ngày 28/12/2011, Bộ trưởng Bộ Công Thương đã ký Quyết định số 984/QĐ-BCT ngày 06/3/2012 về việc ban hành Quy chế xây dựng và thực hiện Chương trình Thương hiệu Quốc gia (THQG) từ năm 2012 trở đi.

Chương trình gồm ba nội dung chính: (1) Giúp các doanh nghiệp nâng cao nhận thức về tầm quan trọng và tăng cường năng lực trong việc xây dựng, quảng bá, bảo vệ thương hiệu sản phẩm; (2) Tuyên truyền, quảng bá cho Chương trình THQG và các thương hiệu sản phẩm Việt Nam ở trong và ngoài nước; (3) Lựa chọn các thương hiệu sản phẩm đạt THQG để hỗ trợ phát triển theo các giá trị mục tiêu của Chương trình là Chất lượng - Đổi mới, sáng tạo - Năng lực tiên phong.

Trong giai đoạn năm 2012-2016, với sự nỗ lực không ngừng của các Bộ



ngành, địa phương, Hiệp hội ngành hàng và sự tham gia hưởng ứng tích cực của cộng đồng doanh nghiệp Việt Nam, đặc biệt là các doanh nghiệp có thương hiệu sản phẩm đạt Thương hiệu Quốc gia, trong điều kiện nguồn lực còn nhiều hạn chế so với yêu cầu thực tiễn, Chương trình đã được triển khai hiệu quả, tập trung vào các hoạt động trọng tâm sau:

3.1. Tăng cường các hoạt động tuyên truyền quảng bá cho Chương trình và các doanh nghiệp có thương hiệu sản phẩm (THSP) đạt THQG

- Thực hiện tuyên truyền quảng bá thông qua hệ thống báo chí, công thông tin điện tử, ấn phẩm thông tin thương mại bằng nhiều ngôn ngữ như Bản tin xuất khẩu; Vietbiz giới thiệu các ngành hàng chủ lực như thủy sản, nhựa, hạt điều, cà phê, cao su, dệt may, da giày nhằm xúc tiến xuất khẩu, giới thiệu các doanh nghiệp và sản phẩm uy tín của Việt Nam đến các tổ chức xúc tiến thương mại, nhà nhập khẩu nước ngoài và người tiêu dùng trong nước cũng như các thị trường mục tiêu; xây dựng các ấn phẩm mới như VietBrand để đẩy mạnh quảng bá Chương trình THQG và các giá trị của thương hiệu quốc gia cũng như sản phẩm/dịch vụ Việt Nam ra thị trường quốc tế.

- Tăng cường truyền thông cũng như đẩy mạnh sự tham gia của các doanh nghiệp THQG tại các Hội chợ lớn như Vietnam Expo, Foodexpo.

- Tổ chức các Tuần lễ Tự hào Thương hiệu Quốc gia với nhiều hoạt động phong phú nhằm tăng cường nhận diện logo Thương hiệu Quốc gia (Vietnam Value) trong cộng đồng doanh nghiệp và tạo niềm tin trong người tiêu dùng đối với hàng Việt Nam.

- Phối hợp với các cơ quan truyền thông hàng đầu như Đài truyền hình Việt Nam, Đài tiếng nói Việt Nam, Thông tấn xã Việt Nam thực hiện tin bài và phóng sự quảng bá thông tin về Chương trình THQG trên hệ thống các kênh phát thanh - truyền hình Trung ương, truyền hình thông tấn và các đài truyền hình địa phương.

3.2. Nâng cao nhận thức về thương hiệu và tăng cường năng lực kinh doanh và phát triển thương hiệu cho doanh nghiệp

- Thông qua các hoạt động tư vấn và đào tạo, Chương trình THQG đã hỗ trợ năng lực xây dựng và phát triển thương hiệu cho các ngành hàng/lĩnh vực và doanh nghiệp theo định hướng xuất khẩu và các giá trị của Chương trình là “Chất lượng - Đổi mới, sáng tạo - Năng lực tiên phong”.

- Phối hợp với các cơ quan liên quan tổ chức nhiều kỳ Diễn đàn Thương hiệu Việt Nam trong lĩnh vực thương hiệu, tập trung vào các chủ đề xây dựng, phát triển và bảo vệ thương hiệu cho sản phẩm/dịch vụ, ngành hàng và chỉ dẫn địa lý, nhằm chia sẻ kiến thức, kinh nghiệm, các mô hình xây dựng và quản trị thương hiệu ở các cấp độ: quốc gia, vùng miền/địa phương, ngành hàng, doanh nghiệp và sản phẩm.

- Lòng ghép hiệu quả một số hoạt động cụ thể của Chương trình Xúc tiến

thương mại quốc gia (XTTM quốc gia) và Chương trình THQG để tăng hiệu quả sử dụng nguồn lực. Các đề án của Chương trình XTTM quốc gia ưu tiên hỗ trợ các ngành hàng, doanh nghiệp do Chương trình THQG đề xuất. Các doanh nghiệp đạt THQG luôn được ưu tiên lựa chọn và tham gia tích cực các hoạt động này với tư cách là các thương hiệu đại diện cho ngành hàng và THQG Việt Nam.

- Chương trình THQG thường xuyên phối hợp chặt chẽ với Đại sứ quán, cơ quan đại diện thương mại Việt Nam tại các nước và vùng lãnh thổ, ưu tiên hỗ trợ các doanh nghiệp đạt THQG khi tiến hành các hoạt động kinh doanh, phát triển thị trường, bảo hộ thương hiệu tại nước ngoài.

- Chương trình THQG thông tin tới các Ủy ban nhân dân các tỉnh/thành phố, Sở Công Thương, Trung tâm XTTM địa phương tạo điều kiện cho các doanh nghiệp trong sản xuất kinh doanh cũng như tham gia các hoạt động được hỗ trợ bởi ngân sách Nhà nước.

3.3. Hỗ trợ các Hiệp hội ngành hàng có năng lực cạnh tranh xuất khẩu xây dựng và thực hiện chiến lược phát triển thương hiệu sản phẩm cho ngành

- Chương trình THQG tăng cường phối hợp với các Bộ, ngành thành viên Hội đồng THQG tập trung nguồn lực cho các hoạt động tuyên truyền quảng bá hình ảnh quốc gia và ngành hàng xuất khẩu của Việt Nam theo các giá trị của Chương trình;

- Hỗ trợ Hiệp hội Thủ công Hoa Kỳ nghệ triển khai thương hiệu quốc gia ngành thủ công Hoa Kỳ nghệ Vietcraft Excellence bắt đầu từ năm 2015.

3.4. Lựa chọn các Doanh nghiệp có sản phẩm đạt Thương hiệu Quốc gia và tham gia Chương trình THQG

Việc lựa chọn các doanh nghiệp có thương hiệu sản phẩm đạt THQG được tiến hành 2 năm một lần, bắt đầu tiến hành từ năm 2008 nhằm mục đích khuyến khích các doanh nghiệp tiếp tục chia sẻ và theo đuổi các giá trị của Chương trình THQG Việt Nam là Chất lượng - Đổi mới, sáng tạo - Năng lực tiên phong. Trên cơ sở phát huy các giá trị này, doanh nghiệp sẽ trở thành doanh nghiệp dẫn đầu trong



ngành, lĩnh vực mình kinh doanh, sản xuất dựa trên việc không ngừng đổi mới, sáng tạo và nâng cao chất lượng sản phẩm.

Số lượng các doanh nghiệp đạt THQG qua các thời kỳ cụ thể như sau: Năm 2008: 30 doanh nghiệp; Năm 2010: 43 doanh nghiệp; Năm 2012: 54 doanh nghiệp; Năm 2014: 63 doanh nghiệp.

Thành tựu của các doanh nghiệp THQG: Trong bối cảnh nền kinh tế toàn cầu cũng như Việt Nam gặp nhiều khó khăn thách thức, các doanh nghiệp trên vẫn tăng trưởng và phát triển vững mạnh. Hầu hết các doanh nghiệp đều duy trì tốc độ tăng trưởng cao cả về lợi nhuận và doanh thu, giữ vững thị trường nội địa và phát triển thị trường xuất khẩu, đặc biệt có doanh nghiệp tăng trưởng 100%. Những đóng góp của các doanh nghiệp đạt THQG vào nền kinh tế Việt Nam là vô cùng to lớn. Tổng doanh thu năm 2015 của các doanh nghiệp này đạt hơn 529 nghìn tỷ đồng, tăng gần 5 lần so với năm 2012. Giá trị xuất khẩu đạt gần 2 tỷ USD và đóng góp cho ngân sách Nhà nước gần 46 nghìn tỷ đồng, tăng gần 50% so với năm 2012 với hàng trăm ngàn lao động đã được tạo công ăn việc làm tại các doanh nghiệp trên. Công tác xã hội và từ thiện cũng đã được các doanh nghiệp này tích cực thực hiện khi đã đóng góp hơn 220 tỷ đồng trong năm 2015.

4. Chương trình Doanh nghiệp xuất khẩu uy tín

Bên cạnh chương trình XTTM quốc gia và chương trình THQG, một trong các hoạt động XTTM của Bộ Công Thương nhằm hỗ trợ các doanh nghiệp xuất khẩu tìm kiếm đầu ra cho sản phẩm, hàng hóa chính là chương trình Doanh nghiệp xuất khẩu uy tín.

Năm 2004, bắt nguồn từ ý tưởng muốn ghi nhận đóng góp tích cực của cộng đồng doanh nghiệp xuất khẩu Việt Nam trong tăng trưởng xuất khẩu chung của cả nước, Bộ Thương mại (nay là Bộ Công Thương) đã khởi động và tổ chức thực hiện chương trình Doanh nghiệp xuất khẩu uy tín. Từ đó cho đến nay, cùng với sự phối hợp chặt chẽ của các Bộ ngành, Phòng Thương mại và Công nghiệp Việt Nam, các Hiệp hội ngành hàng, các Sở Công Thương tỉnh, thành phố, hàng năm Bộ Công Thương đã tổ chức thành công và hiệu quả Chương trình xét chọn và công bố danh sách Doanh nghiệp xuất khẩu uy tín.

Danh sách Doanh nghiệp xuất khẩu uy tín được tổng hợp và công bố trên cơ sở xét chọn và đề xuất của các cơ quan hữu quan, được xét chọn trên cơ sở các tiêu chí do Bộ Công Thương quy định về mức kim ngạch xuất khẩu tối thiểu, về uy tín trong kinh doanh đối với bạn hàng nước ngoài, về việc chấp hành nghĩa vụ đối với Nhà nước trong lĩnh vực hải quan, lĩnh vực thuế... trong đó đối tượng ưu tiên xét chọn tập trung vào những ngành hàng đang khuyến khích xuất khẩu và những ngành hàng gặp khó khăn về mặt thị trường xuất khẩu. Đây là một hoạt động hết sức cần thiết nhằm hỗ trợ các doanh nghiệp Việt Nam đẩy mạnh xuất khẩu và mở rộng thị trường, đặc biệt là khi Việt Nam đã là thành viên của WTO cũng như đã tham gia vào một loạt các Hiệp định thương mại tự do song phương và đa phương.

Mục tiêu của chương trình Doanh nghiệp xuất khẩu uy tín là ghi nhận đóng góp tích cực của các doanh nghiệp trong tăng trưởng xuất khẩu chung của cả nước; hỗ trợ giới thiệu, tuyên truyền và quảng bá các doanh nghiệp xuất khẩu Việt Nam với đối tác nước ngoài thông qua hệ thống Thương vụ của Việt Nam tại nước ngoài nhằm tăng khả năng tiếp cận và tìm kiếm thị trường tiêu thụ sản phẩm, hàng hóa cho các doanh nghiệp; đồng thời khuyến khích các doanh nghiệp xuất khẩu Việt Nam nâng cao hơn nữa uy tín cũng như hình ảnh của mình trong kinh doanh thương mại thời kỳ hội nhập kinh tế quốc tế. Ngoài ra, các doanh nghiệp được Bộ Công Thương xét chọn Doanh nghiệp xuất khẩu uy tín còn được hỗ trợ trong các hoạt động sau:

- Được quảng bá miễn phí hình ảnh và sản phẩm của Doanh nghiệp trên Cổng thông tin điện tử của Bộ Công Thương, các trang thông tin điện tử và các tạp chí của một số đơn vị thuộc Bộ Công Thương.

- Sử dụng miễn phí logo Doanh nghiệp xuất khẩu uy tín của Bộ Công Thương.

- Được ưu tiên tham gia các hoạt động thuộc Chương trình xúc tiến thương mại quốc gia, khảo sát thị trường, hội thảo, hội chợ, diễn đàn doanh nghiệp do Bộ Công Thương tổ chức.

- Nhận miễn phí các báo cáo thông tin hàng tháng về mặt hàng xuất khẩu, thị trường xuất khẩu từ Trung tâm Thông tin Công nghiệp và Thương mại.

- Tham gia miễn phí các khóa đào tạo về thương mại điện tử.

- Được giới thiệu trực tiếp đến các đối tác nước ngoài có nhu cầu nhập khẩu...

Trong năm 2016, trên cơ sở đề xuất của 70 cơ quan, tổ chức xét chọn (bao gồm các Bộ, ngành, Hiệp hội ngành hàng, Sở Công Thương tỉnh, thành phố), Bộ Công Thương đã xét chọn được 310 doanh nghiệp (trương đương với 324 lượt doanh nghiệp) theo 22 ngành hàng, cụ thể như sau:

- Thủy sản: 45 lượt doanh nghiệp

- Gạo: 32 lượt doanh nghiệp

- Cao su: 32 lượt doanh nghiệp

- Dệt may: 38 lượt doanh nghiệp

- Cà phê: 17 lượt doanh nghiệp

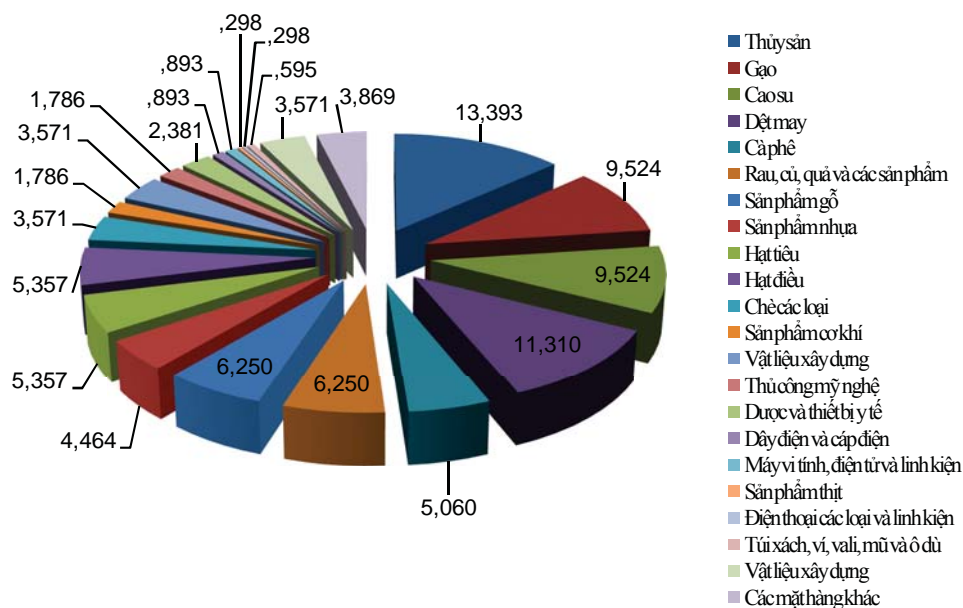
- Rau, củ, quả và các sản phẩm từ rau, củ, quả: 21 lượt doanh nghiệp

- Sản phẩm gỗ: 21 lượt doanh nghiệp

- Sản phẩm nhựa: 15 lượt doanh nghiệp

- Hạt tiêu: 18 lượt doanh nghiệp
- Hạt điều: 18 lượt doanh nghiệp
- Chè các loại: 12 lượt doanh nghiệp
- Sản phẩm cơ khí: 6 lượt doanh nghiệp
- Vật liệu xây dựng: 12 lượt doanh nghiệp
- Thủ công mỹ nghệ: 6 lượt doanh nghiệp
- Dược và thiết bị y tế: 8 lượt doanh nghiệp
- Dây điện và cáp điện: 3 lượt doanh nghiệp
- Máy vi tính, sản phẩm điện tử và linh kiện: 3 lượt doanh nghiệp
- Sản phẩm thịt: 1 lượt doanh nghiệp
- Điện thoại các loại và linh kiện: 1 lượt doanh nghiệp
- Túi xách, ví, vali, mũ và ô dù: 2 lượt doanh nghiệp
- Vật liệu xây dựng: 12 lượt doanh nghiệp
- Các mặt hàng khác: 13 lượt doanh nghiệp

Biểu đồ 9: Cơ cấu các ngành hàng được xét chọn trong chương trình “Doanh nghiệp xuất khẩu uy tín” năm 2015



Nguồn: Tổng hợp từ số liệu của Bộ Công Thương

Từ khi bắt đầu triển khai đến nay, chương trình Doanh nghiệp xuất khẩu uy tín của Bộ Công Thương đã nhận được hưởng ứng tích cực từ cộng đồng doanh nghiệp xuất khẩu trên cả nước cũng như các cơ quan hữu quan, đóng góp hiệu quả vào công tác giới thiệu, tuyên truyền và quảng bá hình ảnh các doanh nghiệp xuất khẩu Việt Nam mang tầm quốc gia. Sự quan tâm cũng như hưởng ứng chương trình của các tổ chức, cá nhân ngày càng tăng, cụ thể số lượng người truy cập để tìm hiểu về danh sách Doanh nghiệp xuất khẩu uy tín trên Cổng Thông tin điện tử của Bộ Công Thương tăng đều hàng năm (năm 2004 là 41.323 lượt, năm 2008 là 75.953 lượt và đến năm 2016 con số này đã là trên 195.000 lượt).

IV. THUẬN LỢI HÓA THƯƠNG MẠI

1. Kế hoạch phát triển logistics

Ngày 14/02/2017, Thủ tướng Chính phủ đã ký 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. Đây được coi là bước đột phá mới đối với lĩnh vực logistics của Việt Nam, một lĩnh vực đang nhận được sự quan tâm lớn của cơ quan quản lý Nhà nước và cộng đồng doanh nghiệp.

Theo cam kết WTO, từ năm 2014, hầu hết các dịch vụ logistics đều được dỡ bỏ rào cản cho các doanh nghiệp nước ngoài được gia nhập thị trường với mức vốn 100%. Tự do hóa trong lĩnh vực logistics theo yêu cầu của WTO vừa là cơ hội khi các doanh nghiệp Việt Nam có thể tiếp nhận những kinh nghiệm trong quản lý mạng lưới logistics toàn cầu nhưng cũng là thách thức khi doanh nghiệp trong nước cần nâng cao năng lực cạnh tranh thông qua cải thiện chất lượng dịch vụ, mở rộng mạng lưới hoạt động, phát triển nguồn lực theo chiều sâu để có thể đủ sức cạnh tranh một cách nước ngoài đầu tư vào Việt Nam.

Trong thời gian tới, nhu cầu về dịch vụ logistics trọn gói, chất lượng cao, phạm vi toàn cầu sẽ ngày càng tăng. Nhận thức được vai trò của dịch vụ logistics, các quốc gia trong khu vực, như Nhật Bản, Hàn Quốc, Malaysia, Indonesia và Thái Lan đã xây dựng Kế hoạch phát triển logistics và thành lập các cơ quan giúp Chính phủ phát triển ngành dịch vụ logistics. Thái Lan cũng đã xây dựng Chiến lược phát triển logistics 2007-2011 và sau đó đã xây dựng tiếp Chiến lược phát triển logistics tới 2020 với mục tiêu là phát triển Thái Lan thành trung tâm dịch vụ logistics của các nước Đông Dương.

Do đó, việc ban hành Quyết định phê duyệt Kế hoạch hành động về nâng cao năng lực cạnh tranh và phát triển dịch vụ logistics của Chính phủ tại thời điểm này là hết sức cần thiết và kịp thời. Một chương trình hành động thực tế, có mục tiêu cụ thể và được triển khai nghiêm túc sẽ không chỉ giúp cải thiện năng lực cạnh tranh của dịch vụ logistics Việt Nam trong thời gian tới, mà còn giúp cho ngành logistics phát triển bền vững, giảm thiểu ảnh hưởng tiêu cực từ những sự cố không mong muốn và phản ứng nhanh với các sự cố trong chuỗi cung ứng, đưa Việt Nam trở thành một điểm đến không chỉ hấp dẫn với chi phí lao động cạnh tranh hay thị

trường rộng lớn mà còn là nơi có hoạt động thương mại thuận lợi. Đây là bước đi quan trọng cho việc đẩy mạnh phát triển dịch vụ logistics của nước ta trong thời gian tới, phù hợp với mục tiêu, nhiệm vụ tổng quát phát triển đất nước mà Đại hội Đảng toàn quốc lần thứ XII đã đề ra.

Các mục tiêu cụ thể được nêu ra tại Kế hoạch hành động về nâng cao năng lực cạnh tranh và phát triển dịch vụ logistics Việt Nam đến năm 2025 là:



- Đến năm 2025, tỷ trọng đóng góp 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 chỉ số LPI trên thế giới đạt thứ 50 trở lên.

- Tập trung thu hút đầu tư vào phát triển hạ tầng logistics, xây dựng các trung tâm logistics cấp khu vực và quốc tế, nâng cao hiệu quả kết nối giữa Việt Nam với các nước. Đưa Việt Nam trở thành một đầu mối logistics của khu vực.

- Hình thành các doanh nghiệp dịch vụ logistics đầu tàu, có đủ sức cạnh tranh trên thị trường trong nước và quốc tế, đồng thời hỗ trợ phát triển các doanh nghiệp dịch vụ logistics theo phương châm hiện đại, chuyên nghiệp.

- Doanh nghiệp sản xuất, thương mại quản lý tốt chuỗi cung ứng, tiết kiệm nguyên vật liệu và chi phí sản xuất, rút ngắn thời gian lưu chuyển hàng hóa.

- Ứng dụng các công nghệ mới trong logistics, đào tạo nhân lực chuyên nghiệp, trình độ cao về logistics, góp phần thúc đẩy thuận lợi hóa thương mại, tái cấu trúc hoạt động sản xuất, thương mại của doanh nghiệp.

- Hoàn thiện cơ chế quản lý Nhà nước, bao gồm các chính sách hỗ trợ phát triển dịch vụ logistics, pháp luật điều chỉnh ngành, bộ máy quản lý tương xứng với trình độ phát triển của dịch vụ logistics của Việt Nam trong tiến trình hội nhập kinh tế quốc tế.

Để đạt được các mục tiêu cơ bản này, Kế hoạch hành động đã đề ra 6 nhóm nhiệm vụ chính như sau:

- Hoàn thiện chính sách, pháp luật về dịch vụ logistics
- Hoàn thiện kết cấu hạ tầng logistics
- Nâng cao năng lực doanh nghiệp và chất lượng dịch vụ
- Phát triển thị trường dịch vụ logistics
- Đào tạo, nâng cao nhận thức và chất lượng nguồn nhân lực

- Các nhiệm vụ khác

Các nhiệm vụ nêu trong Kế hoạch hành động bao gồm cả hoạt động mang tính vĩ mô lẫn hoạt động cụ thể. Mỗi hoạt động đều có chỉ ra các đơn vị đầu mối, đơn vị chịu trách nhiệm phối hợp, thời gian phải hoàn thành.

Việc ban hành Quyết định phê duyệt Kế hoạch hành động nâng cao năng lực cạnh tranh và phát triển dịch vụ logistics Việt Nam đến năm 2025 của Chính phủ chắc chắn sẽ tạo nền tảng để Nhà nước và doanh nghiệp cùng triển khai những công việc lớn, tạo đà cho ngành logistics phát triển trong thời gian tới.

2. Cơ chế Một cửa quốc gia và Cơ chế Một cửa ASEAN

Cải cách thủ tục hành chính, tạo thuận lợi cho doanh nghiệp và thúc đẩy xuất khẩu luôn là nhiệm vụ hàng đầu của Bộ Công Thương. Với vai trò là một thành viên tích cực của Ban chỉ đạo quốc gia về Cơ chế một cửa quốc gia và Cơ chế một cửa ASEAN, Bộ Công Thương là một trong hai cơ quan Chính phủ chủ động tham gia đầu tiên vào Cơ chế một cửa quốc gia. Bộ Công Thương đã phối hợp với Bộ Tài chính (Tổng cục Hải quan) để nghiên cứu, xây dựng và nâng cấp hệ thống hạ tầng công nghệ thông tin phục vụ cho việc kết nối vào Hệ thống một cửa quốc gia được thuận lợi. Bên cạnh đó, Bộ Công Thương cũng tích cực tham gia các phiên họp của Nhóm làm việc về Pháp lý và Kỹ thuật trong ASEAN để kịp thời nắm bắt và thực hiện các cam kết của Việt Nam.

Hiện nay, Bộ Công Thương đã chính thức thực hiện Cơ chế một cửa quốc gia đối với 04 thủ tục hành chính bao gồm:

- (i) Cấp Giấy chứng nhận xuất xứ ưu đãi Mẫu D;
- (ii) Cấp phép nhập khẩu tự động xe mô tô phân khối lớn;
- (iii) Cấp phép nhập khẩu các chất làm suy giảm tầng ozon;
- (iv) Cấp Giấy phép xuất khẩu, nhập khẩu vật liệu nổ công nghiệp.

Bên cạnh đó, Bộ Công Thương và Tổng cục Hải quan đang cố gắng hoàn tất việc kết nối thủ tục Cấp giấy chứng nhận quy trình Kimberley đối với kim cương thô và thủ tục Khai báo hóa chất trong năm 2016.

Bộ Công Thương đã nâng cấp hệ thống quản lý và cấp chứng nhận xuất xứ điện tử (eCoSys) theo đúng tiêu chuẩn của Cơ chế một cửa ASEAN, phục vụ kết nối, trao đổi thông tin C/O với Cơ chế một cửa quốc gia và Cơ chế một cửa ASEAN.

Cho đến thời điểm này, Bộ Công Thương đã phối hợp cùng Tổng cục Hải quan kết nối kỹ thuật thành công trao đổi Giấy chứng nhận xuất xứ Mẫu D điện tử qua Cơ chế một cửa ASEAN với 4 nước: Indonesia, Malaysia, Thái Lan và Singapore.

Bộ Công Thương cũng đã hoàn thiện, nâng cấp hệ thống kỹ thuật của các thủ tục khác của Bộ, đảm bảo việc 100% hồ sơ được thực hiện trên môi trường điện tử.

Trong thời gian tới, Bộ Công Thương hướng tới thực hiện tốt các mục tiêu:

- Triển khai mở rộng Cơ chế một cửa quốc gia đến các đơn vị, cơ quan trong

Bộ và các doanh nghiệp đang thực hiện các thủ tục hành chính liên quan đến xuất nhập khẩu tại Bộ Công Thương.

- Toàn bộ các thủ tục hành chính của Bộ Công Thương trên Cơ chế một cửa quốc gia được triển khai thấp nhất ở mức độ 3, hướng tới hoàn tất thực hiện mức độ 4.

- Triển khai kết nối Hệ thống của Bộ Công Thương với Cổng thông tin một cửa quốc gia để thực hiện cấp Giấy chứng nhận xuất xứ ưu đãi mẫu D theo mô hình kết nối hệ thống trực tiếp thay cho phương án nhúng giao diện như hiện nay.

- Kết nối đầy đủ với Cơ chế một cửa quốc gia và sẵn sàng kết nối trao đổi thông tin với các đối tác thương mại ngoài ASEAN của Việt Nam để tạo thuận lợi cho hàng hóa xuất khẩu của Việt Nam và tăng cường kiểm soát đối với hàng nhập khẩu.



3. Cải cách thủ tục hành chính

Thực hiện Nghị định số 63/2010/NĐ-CP ngày 08/6/2010 của Chính phủ về kiểm soát thủ tục hành chính, Nghị quyết số 30c/NQ-CP ngày 08/11/2011 của Chính phủ về việc ban hành Chương trình tổng thể cải cách hành chính nhà nước giai đoạn 2011-2020 và các Nghị quyết, văn bản chỉ đạo của Chính phủ, Thủ tướng Chính phủ về cải cách thủ tục hành chính, ngày 31/12/2015, Bộ Công Thương đã ban hành Quyết định số 14679/QĐ-BCT phê duyệt phương án tổng thể đơn giản hóa TTHC trong lĩnh vực quản lý nhà nước của Bộ Công Thương năm 2016 (Quyết định số 14679).

Theo Quyết định số 14679, có 10 thủ tục hành chính sẽ được bãi bỏ, 56 thủ tục hành chính được đơn giản hóa và thực thi đơn giản hóa theo Chỉ thị 17/CT-TTg ngày 20/6/2014 của Thủ tướng Chính phủ về một số biện pháp chấn chỉnh tình trạng lạm dụng yêu cầu nộp bản sao có chứng thực đối với giấy tờ, văn bản khi thực hiện thủ tục hành chính, tương đương với việc đơn giản hóa 19% tổng số lượng thủ tục hành chính của Bộ.

Các thông tin mới cập nhật về hoạt động kiểm soát thủ tục hành chính được Bộ Công Thương duy trì đăng tải đều đặn trên Cổng thông tin điện tử về kiểm soát thủ tục hành chính của Bộ (ksthc.gov.vn) và trên trang thông tin chính thức của Bộ (www.moit.gov.vn).

Cùng với sự quan tâm của Chính phủ, Bộ Công Thương thường xuyên cập nhật và có chỉ đạo ngay lập tức đối với những phản ánh, kiến nghị của doanh nghiệp và người dân trên các phương tiện thông tin đại chúng.

Bên cạnh đó, với mục tiêu muốn lắng nghe để tìm giải đáp và tháo gỡ khó khăn, vướng mắc của doanh nghiệp trong ngành, cuối tháng 9/2016, Bộ Công Thương đã tổ

chức 2 Hội nghị “Lấy ý kiến tổ chức, cá nhân về quy định, thủ tục hành chính ngành Công Thương” tại Thành phố Hà Nội và Thành phố Hồ Chí Minh với sự tham gia của hàng trăm đại diện doanh nghiệp, sự quan tâm của nhiều cơ quan truyền thông.

Tình hình triển khai thực hiện Nghị quyết số 36a/NQ-CP ngày 14/10/2015 của Chính phủ về Chính phủ điện tử

Bộ Công Thương là một trong những Bộ tiên phong trong việc triển khai cung cấp trực tuyến các dịch vụ, có tất cả 166 dịch vụ công trực tuyến (tất cả dịch vụ công trực tuyến của Bộ ở mức độ 3 và 4).

Ngày 30/12/2015, Bộ trưởng Bộ Công Thương đã ban hành Quyết định số 14580/QĐ-BCT ban hành Kế hoạch hành động của Bộ Công Thương thực hiện Nghị quyết số 36a/NQ-CP. Theo đó, Bộ Công Thương phấn đấu đến hết năm 2016 sẽ hoàn thành việc cung cấp dịch vụ công trực tuyến cấp độ 3 đối với 100% thủ tục hành chính thực hiện ở cấp Trung ương thuộc phạm vi, chức năng quản lý của Bộ; Hoàn thành việc cung cấp dịch vụ công trực tuyến cấp độ 4 đối với 30% thủ tục hành chính liên quan nhiều tới người dân và doanh nghiệp thực hiện ở cấp Trung ương thuộc phạm vi, chức năng quản lý của Bộ.

Để thực hiện nhiệm vụ đặt ra tại Nghị quyết 36a/NQ-CP, Bộ trưởng Bộ Công Thương đã ký ban hành Thông tư số 05/2016/TT-BCT ngày 6/6/2016 quy định về việc cung cấp dịch vụ công trực tuyến của Bộ Công Thương. Thông tư là cơ sở pháp lý quan trọng cho việc hiện đại hóa hệ thống thủ tục hành chính ngành Công Thương theo đúng mục tiêu và yêu cầu đặt ra tại Nghị quyết số 36a/NQ-CP.

Bên cạnh việc tích cực triển khai thực hiện Nghị quyết 36a/NQ-CP, Bộ Công Thương cũng đã tích cực phối hợp với Bộ Tư pháp trong việc triển khai ứng dụng chế độ báo cáo điện tử liên quan đến kiểm soát thủ tục hành chính, và thực hiện nhập liệu toàn bộ nội dung các thủ tục hành chính ngành Công Thương vào Cơ sở dữ liệu quốc gia về thủ tục hành chính.

Để giảm thiểu gánh nặng hành chính giữa nội bộ các cơ quan hành chính nhà nước, Bộ Công Thương cũng đã phê duyệt hình thức công bố thủ tục hành chính thông qua việc đăng tải công khai bản điện tử các Quyết định công bố TTHC của Bộ trên trang web về kiểm soát TTHC của Bộ (www.kstthc.gov.vn). Căn cứ vào nội dung được đăng tải, các địa phương có thể tự xây dựng Quyết định công bố tại địa phương của mình.

F. THÔNG TIN VỀ CÁC HIỆP ĐỊNH THƯƠNG MẠI TỰ DO

I. TỔNG QUAN CAM KẾT VỀ THƯƠNG MẠI HÀNG HÓA TRONG CÁC FTA VIỆT NAM ĐÃ KÝ KẾT VÀ ĐANG ĐÀM PHÁN

1. Hiệp định Thương mại hàng hóa ASEAN (ATIGA)

Ngày 15/12/1995, Việt Nam chính thức tham gia Hiệp định về Chương trình ưu đãi Thuế quan có Hiệu lực chung (CEPT) để thành lập Khu vực Mậu dịch Tự do ASEAN (AFTA). Vào năm 2010, các nước ASEAN thực hiện Hiệp định thương mại hàng hóa ASEAN (ATIGA) thay thế Hiệp định CEPT.

Cam kết cắt giảm, xóa bỏ thuế quan trong ATIGA theo các danh mục sau:

Danh mục A: Danh mục xóa bỏ thuế quan. Các nước ASEAN-6 (Brunei, Indonesia, Malaysia, Philippines, Thái Lan, Singapore) phải xóa bỏ thuế quan vào năm 2010. Các nước Campuchia, Lào, Myanmar, Việt Nam (CLMV) phải xóa bỏ thuế quan vào năm 2015 và được gia hạn xóa bỏ tới năm 2018 với 7% số dòng thuế.

Danh mục B: Các sản phẩm công nghệ thông tin của các nước CLVM, phải xóa bỏ trong 3 năm 2008, 2009, 2010.

Danh mục C: Các sản phẩm ưu tiên hội nhập của các nước CLMV, phải xóa bỏ vào năm 2012.



Danh mục D: Các sản phẩm nông nghiệp chưa chế biến, phải cắt giảm hoặc xóa bỏ xuống 0-5% vào năm 2010 với các nước ASEAN-6; năm 2013 với Việt Nam (riêng đường vào năm 2010); năm 2015 với Lào, Myanmar và năm 2017 với Campuchia.

Danh mục E: Các sản phẩm nông nghiệp chưa chế biến, phải cắt giảm thuế MFN theo thống nhất giữa các bên.

Danh mục F: Thái Lan và Việt Nam phải cắt giảm hoặc xóa bỏ thuế ngoài hạn ngạch theo cam kết đối với từng danh mục (2010 với Thái Lan; 2013, 2014, 2015 linh hoạt đến 2018 với Việt Nam). Việt Nam đã xóa bỏ hạn ngạch thuế quan đối với mặt hàng lá thuốc lá. 3 mặt hàng còn lại sẽ phải xóa bỏ hạn ngạch thuế quan chậm nhất năm 2018 là trứng gia cầm, đường, muối.

Danh mục G: Campuchia và Việt Nam phải xóa bỏ thuế xăng dầu theo lộ trình riêng (2024 với Việt Nam, 2025 với Campuchia).

Danh mục H (GE): Danh mục loại trừ cam kết thuế quan. Các nước ASEAN đang yêu cầu Việt Nam đưa thuốc lá ra khỏi danh mục H (GE). Indonesia và Malaysia cũng phải đưa rượu, bia ra khỏi danh mục này do các mặt hàng này không thuộc diện được loại trừ theo cam kết trong Hiệp định.

Tỉ lệ xóa bỏ thuế quan cụ thể của từng nước ASEAN theo ATIGA tới nay và vào cuối lộ trình như sau:

Bảng 17: Tỉ lệ xóa bỏ thuế quan của các nước ASEAN theo ATIGA

Nước	2010	2016	2018	2024	2025
Brunei	99,3%				
Campuchia		91,5%	98,5%		98,6%
Lào		89,3%	96,3%		
Indonesia	98,9%				
Malaysia	98,7%				
Myanmar		92%	99,3%		
Philippines	98,6%				
Singapore	100%				
Thái Lan	99,9%				
Việt Nam		91%	98%	98,2%	

Nguồn: Bộ Công Thương



Tình hình thực hiện cam kết về thuế nhập khẩu của Việt Nam theo Hiệp định này như sau:

- Tính đến 01/01/2016: Việt Nam đã xóa bỏ thuế nhập khẩu đối với 91% số dòng thuế của biểu thuế (8.618 dòng thuế trong tổng số 9471 dòng);

- Thời điểm cuối lộ trình (2024): sẽ xóa bỏ 98,2% số dòng thuế, trong đó:

+ Sẽ tiếp tục xóa bỏ thuế nhập khẩu đối với 669 dòng thuế (7%) từ nay đến năm 2018 với các mặt hàng nhạy cảm: ô tô, xe máy, phụ tùng linh kiện ô tô xe máy, dầu thực vật, hoa quả nhiệt đới, tủ lạnh, máy điều hòa, sữa và các sản phẩm sữa;

+ Đưa ra khỏi Danh mục loại trừ 31 dòng thuế gồm thuốc lá và nguyên liệu thuốc lá;

+ Xóa bỏ thuế nhập khẩu đối với 16 dòng thuế còn lại gồm các sản phẩm xăng dầu vào năm 2024;

- Đối với 1,8% số dòng thuế còn lại của biểu thuế:

+ 111 dòng vẫn duy trì thuế suất MFN (các mặt hàng thuốc nổ, súng đạn, pháo hoa, rác thải y tế, lốp cũ...);

+ 55 dòng mặt hàng nông nghiệp nhạy cảm sẽ duy trì thuế suất 5% (chế phẩm từ thịt, động vật sống, đường thô, ngũ cốc, rau quả, thịt và phụ phẩm gia cầm, trứng).

2. Hiệp định Thương mại hàng hóa ASEAN - Trung Quốc (ACFTA)

Hiệp định ACFTA được ký kết ngày 29/11/2004 tại Viêng Chăn, Lào. Theo thỏa thuận, Hiệp định có hiệu lực từ ngày 1/1/2005 và các nước bắt đầu thực hiện cắt giảm thuế từ 1/7/2005.

ACFTA đưa ra Lộ trình cắt giảm thuế quan gồm 4 nhóm khác nhau: (i) Chương trình “Thu hoạch sớm” (EHP); (ii) Danh mục giảm thuế thông thường (NT); (iii) Danh mục nhạy cảm (SL) và nhạy cảm cao (HSL).

Do sự khác biệt về trình độ phát triển, các lộ trình giảm thuế của Việt Nam chậm và linh hoạt hơn lộ trình giảm thuế của Trung Quốc và các nước ASEAN 6. Việt Nam cam kết đưa khoảng 90% số lượng dòng thuế về 0% và 10% số dòng thuế còn lại có lộ trình cam kết giảm thuế dài, thậm chí không có cam kết giảm thuế xuống 0% đối với những nhóm mặt hàng nhạy cảm (SL) và nhạy cảm cao (HSL).

Lộ trình cắt giảm thuế cụ thể như sau:

Chương trình Thu hoạch sớm (EHP): EHP là một cơ chế ưu đãi thuế quan hẹp gồm các mặt hàng nông sản chưa chế biến (các chương từ 1-8 trong biểu thuế nhập khẩu). Đến năm 2008, các dòng thuế thuộc danh mục này đã về 0%.

Danh mục giảm thuế thông thường: Bao gồm 90% tổng số dòng thuế với lộ

trình giảm thuế xuống 0% tính đến cuối năm 2015; đối với ASEAN-6 và Trung Quốc là 2010; Việt Nam có lộ trình dài hơn 5 năm đến năm 2015.

Danh mục nhạy cảm: Danh mục nhạy cảm gồm những mặt hàng có lộ trình bảo hộ dài hơn, mức thuế suất bảo hộ cao hơn (so với Danh mục thông thường), gồm 2 nhóm: Nhóm nhạy cảm thường (SL) và Nhóm nhạy cảm cao (HSL). Những mặt hàng thuộc Danh mục SL không có lịch trình giảm thuế cụ thể theo từng năm nhưng bị giới hạn mức thuế suất cuối cùng và năm cuối cùng thực hiện, cụ thể:

Đối với ASEAN 6 và Trung Quốc, thuế suất trong Danh mục SL giảm xuống 20% vào năm 2012 và sẽ xuống mức 0-5% vào năm 2018. Các mặt hàng thuộc Danh mục HSL giảm xuống bằng 50% hoặc thấp hơn vào năm 2015.

Đối với Việt Nam, thuế suất trong Danh mục SL giảm xuống 20% vào năm 2015 và phải tiếp tục giảm xuống mức 0-5% vào năm 2020. Các mặt hàng thuộc Danh mục HSL phải giảm xuống bằng 50% hoặc thấp hơn vào năm 2018.

Các mặt hàng thuộc Danh mục này của Việt Nam là trứng gia cầm, lá thuốc lá, thuốc lá, xăng dầu, lốp ô tô, sắt thép xây dựng, các loại ô tô, xe máy nguyên chiếc và phụ tùng. Những nhóm mặt hàng có lộ trình dài hơn bao gồm thực phẩm chế biến, đồ uống có cồn, một số chế phẩm dầu khí, xi măng, nhựa, sản phẩm dệt, nhựa, phụ tùng ô tô, xe máy, máy móc thiết bị.

Tình hình thực hiện cam kết

Tính đến cuối năm 2016, Việt Nam xóa bỏ thuế nhập khẩu đối với 7.893 dòng thuế, tương đương với 84%, trên tổng số 9.491 dòng thuế của biểu thuế. Thời điểm cuối lộ trình năm 2018, tổng số dòng thuế nhập khẩu Việt Nam sẽ xóa bỏ lên đến 8.571 dòng thuế, tương đương 90% tổng số dòng thuế của biểu thuế.

Về phía Trung Quốc, tính đến thời điểm cuối năm 2016, 7.845 dòng thuế nhập khẩu được xóa bỏ, trên tổng số 8.277 dòng thuế trong biểu thuế, tương đương với 95%. Tỷ lệ này sẽ được phía Trung Quốc giữ nguyên cho đến cuối lộ trình vào năm 2018.

3. Hiệp định Thương mại tự do ASEAN - Hàn Quốc (AKFTA)

Hiệp định về Thương mại hàng hóa ASEAN - Hàn Quốc được ký vào tháng 8/2006 và chính thức có hiệu lực từ tháng 6/2007.

Hiệp định đề ra lộ trình cắt giảm, xóa bỏ thuế quan như sau:

- *Lộ trình giảm thuế thông thường (NT):* bao gồm 90% số dòng thuế và 90% kim ngạch thương mại - riêng Việt Nam là 75% kim ngạch thương mại. Trong đó, Hàn Quốc sẽ hoàn thành lộ trình cắt giảm vào đầu tháng 01/2010; ASEAN-6 hoàn thành vào đầu tháng 01/2012; Việt Nam hoàn thành vào đầu tháng 01/2018; Campuchia, Lào, và Myanmar hoàn thành vào đầu tháng 01/2020.

- *Lộ trình cắt giảm thuế đối với danh mục nhạy cảm (SL):*

+ ASEAN-6 và Hàn Quốc: giảm xuống 0-5% vào đầu tháng 01/2016;

- + Việt Nam: giảm xuống 0-5% vào đầu tháng 01/2021;
- + Campuchia, Lào, Myanmar: giảm xuống 0-5% vào đầu tháng 01/2024.
- Lộ trình cắt giảm thuế đối với danh mục nhạy cảm cao (HSL):
- + ASEAN-6 và Hàn Quốc: bao gồm 200 dòng thuế ở cấp 6 số hoặc 3% tổng số dòng thuế do từng quốc gia lựa chọn và 3% kim ngạch thương mại.
- + CLMV: 200 dòng thuế ở cấp 6 số hoặc 3% tổng số dòng thuế do từng quốc gia lựa chọn.

Lộ trình HSL được chia thành 5 nhóm, cụ thể:

Nhóm A:

- + ASEAN-6 và Hàn Quốc: giảm xuống 50% vào đầu tháng 01/2016;
- + Việt Nam: giảm xuống 50% vào đầu tháng 01/2021;
- + Campuchia, Lào, Myanmar: giảm xuống 50% vào đầu tháng 01/2024.

Nhóm B:

- + ASEAN-6 và Hàn Quốc: cắt giảm 20% mức thuế suất (thuế suất MFN tại thời điểm 01/01/2005) vào đầu tháng 01/2016;
- + Việt Nam: cắt giảm 20% mức thuế suất vào đầu tháng 01/2021;
- + Campuchia, Lào, Myanmar: cắt giảm 20% mức thuế suất vào đầu tháng 01/2024.

Nhóm C:

- + ASEAN-6 và Hàn Quốc: cắt giảm 50% mức thuế suất (thuế suất MFN tại thời điểm 01/01/2005) vào đầu tháng 01/2016;
- + Việt Nam: cắt giảm 50% mức thuế suất vào đầu tháng 01/2021;
- + Campuchia Lào, Myanmar: cắt giảm 50% mức thuế suất vào đầu tháng 01/2024.

Nhóm D: hạn ngạch thuế quan được thoả thuận song phương.

Nhóm E: loại trừ 40 dòng thuế HS 6 số không thực hiện cắt giảm và loại bỏ thuế quan.

Để thực hiện cam kết trong Hiệp định AKFTA, Việt Nam đã ban hành Nghị định số 130/2016/NĐ-CP ban hành Biểu thuế ưu đãi đặc biệt thực hiện Hiệp định Thương mại tự do ASEAN - Hàn Quốc giai đoạn 2016-2018.

Tỉ lệ xóa bỏ thuế quan cụ thể của Việt Nam và Hàn Quốc theo AKFTA tới nay và đến 2021 như sau:

Nước	2016	2018	2021
Việt Nam	81.2%	86.3%	86.3%
Hàn Quốc	92%		

Biểu thuế AKFTA gồm 9.487 dòng thuế (theo AHTN 2012) trong đó gồm 9.455 dòng thuế theo cấp độ 8 số và 32 dòng thuế được chi tiết theo cấp độ 10 số. Lộ trình cắt giảm thuế quan trong Biểu thuế ban hành được áp dụng cho 3 giai đoạn từ 01/9/2016 đến 31/12/2016; từ 01/01/2017 đến 31/12/2017; từ 01/01/2018 đến 31/12/2018. Thuế suất AKFTA được xây dựng trên nguyên tắc tuân thủ cam kết cắt/ giảm thuế quan của Việt Nam tại Phụ lục của Hiệp định AKFTA và hướng dẫn chuyển đổi biểu cam kết từ HS 2007 sang HS 2012 trong Hiệp định AKFTA.

4. Hiệp định Đối tác kinh tế toàn diện ASEAN - Nhật Bản (AJCEP)

Hiệp định Đối tác kinh tế toàn diện ASEAN - Nhật Bản (AJCEP) được ký kết, có hiệu lực năm 2008 và có hiệu lực đầy đủ tại tất cả các nước thành viên vào tháng 10/2010.

Về phía Việt Nam, Chính phủ đã ban hành Nghị định số 133/2016/NĐ-CP ngày 01/9/2016 về Biểu thuế nhập khẩu ưu đãi đặc biệt của Việt Nam để thực hiện Hiệp định Đối tác kinh tế toàn diện ASEAN - Nhật Bản giai đoạn 2016-2019. Về tổng thể, Biểu thuế gồm 9.487 dòng thuế trong đó gồm 9.459 dòng thuế theo cấp độ 8 số và 28 dòng thuế được chi tiết theo cấp độ 10 số. Lộ trình cắt giảm thuế quan như sau:

- Năm 2016, có 2.880 số dòng thuế có thuế suất 0% (tương đương với 30% tổng biểu thuế).

- Năm 2018, Việt Nam cam kết xóa bỏ thuế quan đối với 62,2% số dòng thuế, tập trung vào các nhóm mặt hàng như chất dẻo nguyên liệu, hóa chất, máy móc thiết bị, dụng cụ, phụ tùng, máy vi tính, sản phẩm điện tử, linh kiện, sợi các loại, nguyên phụ liệu dệt may, da giày, sản phẩm tân dược.

- Đến cuối lộ trình vào năm 2025, Việt Nam cam kết xóa bỏ thêm 26,4% số dòng thuế, nâng tổng số dòng thuế về 0% lên 88,6% tổng biểu. Những mặt hàng không cam kết cắt giảm (thuế suất áp dụng sẽ theo mức thuế MFN tại thời điểm hiện hành) gồm các mặt hàng ô tô nguyên chiếc, phụ tùng linh kiện, đồ điện gia dụng, sắt thép, máy móc thiết bị...

Về phía Nhật Bản, tính tới năm 2016, Nhật Bản đã xóa bỏ thuế quan đối với 7.503 dòng thuế (tương đương 80%) trong đó có 817 dòng thuế sản phẩm nông nghiệp từ Việt Nam. Đến năm 2023, sẽ có tổng số 1.100 dòng thuế nông nghiệp được xóa bỏ thuế. Đối với các mặt hàng công nghiệp của Việt Nam, phần lớn được hưởng thuế suất 0% ngay khi Hiệp định có hiệu lực như linh kiện điện tử, máy móc, thiết bị, điện thoại, máy vi tính, đồ điện gia dụng, sản phẩm nhựa, giấy...

Đến cuối lộ trình vào năm 2023, Nhật Bản cam kết xóa bỏ thuế quan đối với 96,45% tổng số các dòng thuế đối với các sản phẩm có xuất xứ từ Việt Nam, tập trung chủ yếu ở các nhóm nông sản, thủy sản, hàng dệt may, giày dép, đồ gỗ, linh kiện điện tử...

5. Hiệp định thành lập Khu vực thương mại tự do ASEAN - Australia - New Zealand (AANZFTA)

Hiệp định thành lập Khu vực thương mại tự do ASEAN - Australia - New Zealand (AANZFTA) được ký kết vào tháng 02/2009, có hiệu lực vào năm 2010. Ba nước thực hiện Hiệp định sau là Campuchia, Lào (năm 2011) và Indonesia (năm 2012).

Đối với tự do hóa thuế quan theo Hiệp định này, Australia và New Zealand cam kết xóa bỏ thuế nhập khẩu đối với trên 90% biểu thuế vào năm 2015 và 100% số dòng thuế sẽ về 0% vào năm 2020. Về phía ASEAN, khoảng 95-100% số dòng thuế (của các nước ASEAN-6) và khoảng 90% số dòng thuế (của các nước CLMV) sẽ về 0% vào cuối lộ trình thực hiện. Cụ thể như sau:

- Về phía Việt Nam: vào cuối lộ trình (năm 2022), trên 90% thuế quan được xóa bỏ theo lộ trình thông thường; trên 7% tổng số dòng thuế được xóa bỏ theo lộ trình nhạy cảm, trong đó thuế suất dành cho Danh mục nhạy cảm giảm xuống 3-5% (bao gồm các mặt hàng như thủy sản, phương tiện vận tải, sắt thép,...), và thuế suất dành cho danh mục nhạy cảm cao giảm xuống 7-50% (bao gồm các mặt hàng như ô tô, xi-gà, thuốc lá điếu, bia, rượu, một số loại thịt và nội tạng gia cầm ...). Danh mục loại trừ chiếm xấp xỉ 2% tổng số dòng thuế, bao gồm các mặt hàng như xăng dầu, chất nổ, phế liệu, sản phẩm thép,...

Tính đến năm 2016, Việt Nam đã xóa bỏ 54% thuế quan theo lộ trình thông thường và tỷ lệ này sẽ tăng lên 85% vào năm 2018-2020.

- Về phía các nước ASEAN-6: Singapore đã xóa bỏ 100% thuế quan vào thời điểm Hiệp định này có hiệu lực. Các nước còn lại có tỷ lệ xóa bỏ thuế quan là: Brunei gần 100%, Indonesia 94%, Malaysia 96%, Philippines trên 95% và Thái



Lan trên 98% vào cuối lộ trình năm 2020, riêng đối với Indonesia là năm 2025.

- Về phía các nước Campuchia, Lào và Myanmar, tỷ lệ xóa bỏ thuế quan lần lượt là trên 88%, 90% và 86% vào cuối lộ trình năm 2024.

- Về phía Australia: xấp xỉ 97% thuế quan đã được xóa bỏ trong giai đoạn 2016-2018, khoảng 3% số dòng thuế còn lại có thuế suất từ 5-10%, chủ yếu áp dụng đối với hàng dệt may, sản phẩm bông, vải sợi. 100% thuế quan của Australia sẽ về 0% vào năm 2020.

- Về phía New Zealand: tính đến năm 2016, New Zealand đã xóa bỏ trên 90% thuế quan, khoảng trên 9% số dòng thuế còn lại có thuế suất từ 3-10%, chủ yếu áp dụng đối với các mặt hàng như may mặc, sản phẩm bông vải sợi, đồ gỗ, dầu thô,... Tỷ lệ xóa bỏ thuế quan sẽ tăng lên 97% vào năm 2018 và 100% vào cuối lộ trình năm 2020.

6. Hiệp định Thương mại hàng hóa ASEAN - Ấn Độ (AITIG)

Hiệp định về thương mại hàng hóa giữa ASEAN và Ấn Độ (AITIG) được ký kết vào 8/2009 và có hiệu lực từ ngày 01/01/2010.

Do chính sách bảo hộ cao của Ấn Độ, mức độ cắt giảm thuế trong Hiệp định AITIG có khác với mức cắt giảm thuế trong các Hiệp định ASEAN+ khác. Theo Hiệp định, lộ trình cắt giảm thuế được phân theo 5 danh mục có tiến độ và mức độ giảm thuế khác nhau bao gồm Danh mục thông thường (NT), Danh mục nhạy cảm (SL), Danh mục nhạy cảm cao (HSL), Danh mục các sản phẩm đặc biệt và Danh mục loại trừ không cam kết (GEL). Với tư cách là nước thành viên mới của ASEAN, Việt Nam được cắt giảm thuế theo lộ trình dài hơn 5 năm so với các nước ASEAN-6 và Ấn Độ. Tuy có lộ trình dài hơn nhưng Việt Nam vẫn được hưởng đầy đủ ưu đãi từ cam kết giảm thuế của Ấn Độ và các nước ASEAN khác. Các cam kết giảm thuế cụ thể của Việt Nam như sau:

Danh mục NT của Việt Nam gồm 69,3% số dòng thuế sẽ cắt giảm xuống 0%



đến hết ngày 31/12/2018. Trong đó, khoảng 9% tổng số dòng thuế sẽ được linh hoạt giảm xuống 0% đến hết ngày 31/12/2021 (NT2).

Danh mục SL chiếm 7% tổng số dòng thuế với cam kết chung là giảm thuế xuống 5% đến hết ngày 31/12/2021 (ASEAN-5 (trừ Philippines) và Ấn Độ là đến hết ngày 31/12/2016). 4% số dòng thuế thuộc Danh mục SL sẽ được bãi bỏ thuế đến hết ngày 31/12/2024. 50 dòng thuế có thuế suất MFN 5% sẽ giữ nguyên mức thuế. Những dòng thuế còn lại có thuế suất MFN 5% sẽ giảm xuống 4,5% kể từ ngày Hiệp định có hiệu lực và 4% đến hết ngày 31/12/ 2016 đối với Ấn Độ và các nước ASEAN-5 (riêng Philippines là đến hết ngày 31/12/2019); các nước CLMV sẽ thực hiện chậm hơn 5 năm kể từ ngày Hiệp định có hiệu lực với thời hạn hoàn thành là đến hết ngày 31/12/2021.

Danh mục các sản phẩm đặc biệt gồm một số sản phẩm được cho là rất nhạy cảm với Ấn Độ nhưng lại có lợi ích xuất khẩu đặc biệt đối với Việt Nam. Theo yêu cầu của Việt Nam, Ấn Độ nhất trí giảm thuế xuống còn 37,5% đối với dầu thô, 45% đối với cà phê, chè đen, dầu cọ và 50% đối với hạt tiêu đến hết ngày 31/12/2019.

Danh mục HSL gồm 607 dòng thuế, được phân làm 3 nhóm: (i) giảm thuế xuống còn 50%; (ii) giảm 50% mức thuế suất; và (iii) giảm 25% mức thuế suất. Thời hạn hoàn thành là đến hết ngày 31/12/2024.

Danh mục GEL gồm 1.549 dòng thuế là những sản phẩm không thuộc đối tượng cắt giảm thuế. Về phía Ấn Độ, nước này duy trì 489 dòng thuế trong danh mục GEL, chiếm 5% trị giá kim ngạch thương mại.

Tỉ lệ xóa bỏ thuế quan cụ thể của từng nước ASEAN và Ấn Độ theo AITIG tới nay và vào cuối lộ trình như sau:

Bảng 18: Tỉ lệ xóa bỏ thuế quan của các nước trong AITIG

Nước	2016	2018	2021	2024
Brunei	80,1%		80,3%	
Campuchia	7%	80%	84%	
Lào	0%	68,8%	77,4%	
Indonesia	46,7%		50%	
Malaysia	70,2%	70,2%	70,2%	
Myanmar	3%	66,6%	73,3%	73,3%
Philippines	3%	58,9%	75,6%	
Singapore	99,9%		99,9%	
Thái Lan	74,3%	74,3%	74,3%	
Việt Nam	12%	61,3%	69,7%	
Ấn Độ	74%		74%	

Nguồn: Bộ Công Thương

Tương tự như trong các Hiệp định FTA khác, mức độ cắt giảm thuế của Việt Nam trong giai đoạn đầu (mới thực hiện Hiệp định) là không cao. Mức độ cắt giảm thuế sẽ tăng lên trong các năm cuối của lộ trình cắt giảm.

Đến năm 2016, các nước ASEAN-6 đã xóa bỏ trung bình 62,3% số dòng thuế trong khi các nước CLMV mới xóa bỏ khoảng 5,5% số dòng thuế và Ấn Độ xóa bỏ 74% số dòng thuế. Tới năm 2021, tỉ lệ xóa bỏ thuế quan toàn ASEAN sẽ là 75%, với các nước CLMV là 76,1%.

7. Hiệp định Đối tác Kinh tế Việt Nam - Nhật Bản (VJEPA)

Hiệp định Đối tác Kinh tế Việt Nam - Nhật Bản (VJEPA) được ký kết ngày 25/12/2008 và có hiệu lực từ ngày 01/10/2009.

Việt Nam cam kết xóa bỏ thuế quan đối với 75,2% số dòng thuế trong vòng 10 năm, trong đó xóa bỏ thuế quan ngay khi Hiệp định có hiệu lực đối với 27,5% dòng thuế và xóa bỏ thuế quan sau 10 năm thực hiện Hiệp định (năm 2019) đối với 40,3% dòng thuế. Tính đến cuối năm 2016, tổng số dòng thuế về 0% trong Hiệp định VJEPA của Việt Nam là 3.234 dòng trên tổng số 9.487 dòng thuế chiếm 34%. Tỷ lệ này tương ứng lần lượt là 37%, 38% và 43% cho 03 năm tiếp theo.

Danh mục nhóm mặt hàng nhạy cảm (SL) chiếm 0,6% số dòng thuế, được duy trì ở mức thuế suất cơ sở và giảm xuống 5% vào năm 2025. Danh mục nhóm mặt hàng nhạy cảm cao (HSL) chiếm 0,8% số dòng thuế, được duy trì mức thuế suất cao (giảm xuống 50% vào năm 2025). Danh mục không xóa bỏ thuế quan, thuế suất duy trì ở mức thuế suất MFN trong cả lộ trình chiếm 2% số dòng thuế, hoặc duy trì ở mức thuế suất MFN và được đàm phán sau 5 năm thực hiện Hiệp định chiếm 0,02%. Danh mục loại trừ chiếm 4,6% số dòng thuế.

8. Hiệp định Thương mại tự do Việt Nam - Hàn Quốc (VKFTA)

Hiệp định VKFTA được ký ngày 05/5/2015 tại Việt Nam và được Chính phủ phê duyệt tại Nghị quyết số 60/NQ-CP ngày 20/8/2015 và có hiệu lực kể từ ngày 20/12/2015.

Hiệp định VKFTA là một hiệp định toàn diện, gồm 17 Chương, 208 Điều, 15 Phụ lục và 01 Thỏa thuận thực thi các cam kết về hợp tác kinh tế.

- Mức độ tự do hóa

	AKFTA	VKFTA
Mức độ cam kết của Hàn Quốc	- Giá trị nhập khẩu: 91,7% - Số dòng thuế: 91,3%	- Giá trị nhập khẩu: 97,2 % - Số dòng thuế: 95,4%
Mức độ cam kết của Việt Nam	- Giá trị nhập khẩu: 86,3% - Số dòng thuế: 87%	- Giá trị nhập khẩu: 92,7% - Số dòng thuế: 89,2%

Hàn Quốc dành cho Việt Nam ưu đãi cắt, giảm thuế quan, tạo cơ hội xuất khẩu mới quan trọng đối với các nhóm hàng nông, thủy sản chủ lực như thủy sản (tôm, cua, cá), hoa quả nhiệt đới, và hàng công nghiệp như dệt may, đồ gỗ, sản phẩm cơ khí v.v.... Việt Nam là đối tác FTA đầu tiên được Hàn Quốc mở cửa thị trường đối với những sản phẩm hết sức nhạy cảm như tỏi, gừng, mật ong, khoai lang... (thuế suất những mặt hàng này rất cao từ 241-420% do đặc biệt nhạy cảm với Hàn Quốc). Nhờ vậy, tạo cơ hội cạnh tranh đáng kể cho hàng xuất khẩu của Việt Nam so với các đối thủ cạnh tranh khác trong khu vực như Trung Quốc, Indonesia, Malaysia và Thái Lan (ví dụ với mặt hàng tôm, Hàn Quốc miễn thuế cho Việt Nam với lượng hạn ngạch 10 nghìn tấn/năm và tăng dần trong 5 năm đến mức 15 nghìn tấn/năm miễn thuế, trong khi hiện nay Việt Nam chỉ tận dụng được 2.500 tấn/năm miễn thuế trong tổng số 5.000 tấn/năm dành cho 10 nước ASEAN).



Với hàng rào bảo hộ thuế quan đối với các sản phẩm nông thủy sản của Hàn Quốc rất cao, việc Việt Nam đạt được thỏa thuận với Hàn Quốc đối với các mặt hàng nông, thủy sản sẽ tạo thuận lợi cho hàng hóa Việt Nam tiếp cận thị trường Hàn Quốc.

Về xuất xứ hàng hóa, bên cạnh việc có thể gia tăng xuất khẩu vào thị trường Hàn Quốc bằng quy tắc xuất xứ linh hoạt thì thủ tục cấp và kiểm tra xuất xứ (OCP) cũng ghi nhận sự linh hoạt hơn so với Hiệp định AKFTA hiện nay, góp phần tạo thuận lợi hơn cho doanh nghiệp sản xuất và xuất khẩu sang thị trường Hàn Quốc, đồng thời cũng góp phần vào việc quản lý hiệu quả hoạt động liên quan đến C/O của các cơ quan quản lý Nhà nước.

Trong khi Việt Nam dành ưu đãi cho Hàn Quốc với các nhóm hàng công nghiệp như nguyên phụ liệu dệt, may, nguyên liệu nhựa, linh kiện điện tử, xe tải và xe con từ 3.000 cc trở lên, phụ tùng ô tô, điện gia dụng, một số sản phẩm sắt thép, dây cáp điện, v.v... Phần lớn trong số này là các nguyên, phụ liệu cần nhập khẩu phục vụ sản xuất trong nước và xuất khẩu.

9. Hiệp định Thương mại tự do Việt Nam - Liên minh Kinh tế Á Âu (VN-EAEU FTA)

Hiệp định thương mại tự do giữa Việt Nam và Liên minh Kinh tế Á Âu, các nước thành viên Liên minh được ký kết chính thức ở cấp Nhà nước vào ngày 29/5/2015 tại Cộng hòa Kazakhstan và đã có hiệu lực từ ngày 05/10/2016.

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, 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 Liên minh Kinh tế Á Âu dành cho Việt Nam như sau:

- *Gạo*: EAEU dành cho Việt Nam mức hạn ngạch nhập khẩu là 10.000 tấn/năm. Khó khăn 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 sẽ 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 sẽ 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 sẽ giảm từ 10% xuống 0%, không cam kết giảm thuế với cà phê rang (mã HS 0901.21).

- *Thủy sản*: EAEU cam kết mở có lộ trình đối với 95% tổng số dòng thuế, tối đa trong 10 năm; 5% dòng còn lại là các mặt hàng Việt Nam không có thể mạnh xuất khẩu. Ngay khi Hiệp định có hiệu lực, mức thuế suất thuế nhập khẩu thủy sản từ Việt Nam sẽ giảm từ 10% xuống 0%, trong đó có nhóm hàng thủy sản chế



biên của Việt Nam. Về xuất xứ hàng hóa, Việt Nam đạt được quy tắc xuất xứ linh hoạt đối với một số sản phẩm thủy sản chế biến, đóng hộp như cá ngừ, tôm,... Đây là nhóm mặt hàng hiện ta còn thiếu nguyên liệu và phụ thuộc và nguyên liệu nhập khẩu từ các nước khác (chiếm khoảng 50%). 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%.

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

- *Sản phẩm gỗ*: Mức thuế suất thuế nhập khẩu đồ gỗ sẽ giảm từ 15% xuống 0% đồng thời áp dụng cơ chế “phòng vệ ngưỡng” và một số sản phẩm không cam kết. EAEU áp dụng cơ chế phòng vệ đặc biệt với các nhóm đồ gỗ Việt Nam đang có thể mạnh như đồ gỗ trong nhà bếp, phòng ngủ, phòng khách, văn phòng (xuất khẩu sang EAEU 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*: Mức thuế suất thuế nhập khẩu dệt may sẽ 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 thì Liên minh Kinh tế Á Âu 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*: Mức thuế suất thuế nhập khẩu giày dép sẽ 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% xóa bỏ hoàn toàn theo lộ trình, tối đa 5 năm. Mặt hàng giày thể thao (sport shoe), giày thể dục (athletic shoe) là các mặt hàng có kim ngạch xuất khẩu lớn của 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 EAEU 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 sẽ giảm về 0% khi Hiệp định có hiệu lực. Đây là cơ hội cho sản phẩm nhựa xuất khẩu của Việt Nam để cạnh tranh bình đẳng về giá và chất lượng cũng như chiếm lĩnh thị phần lớn hơn trên thị trường Nga.

10. Hiệp định Thương mại tự do Việt Nam - Liên minh châu Âu (EVFTA)

Ngày 02/12/2015, dưới sự chứng kiến của Thủ tướng Chính phủ Việt Nam và Chủ tịch Ủy ban châu Âu, Bộ trưởng Bộ Công Thương Việt Nam và Cao ủy Thương mại EU đã ký Tuyên bố về việc chính thức kết thúc đàm phán Hiệp định EVFTA. Trong thời gian tới, hai bên sẽ khẩn trương rà soát pháp lý và tiến hành các thủ tục phê chuẩn Hiệp định.

Với lộ trình cắt giảm thuế quan nhanh và tương đối toàn diện, hai Bên sẽ xóa bỏ thuế nhập khẩu đối với gần 100% số dòng thuế và kim ngạch xuất khẩu cho hàng hóa của nhau với lộ trình tối đa là 7 năm từ phía EU và 10 từ phía Việt Nam. Tỷ lệ xóa bỏ thuế nhập khẩu của hai bên trong Hiệp định EVFTA như sau:

Bảng 19: Tỷ lệ xóa bỏ thuế quan của EU và Việt Nam trong EVFTA

	Cam kết của EU	Cam kết của Việt Nam
Xóa bỏ thuế quan ngay khi Hiệp định có hiệu lực	85,6% số dòng thuế, tương đương 70,3% kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam sang EU	48,5% số dòng thuế, tương đương 64,5% kim ngạch xuất khẩu của EU sang Việt Nam
Xóa bỏ thuế quan sau 7 năm	99,2% số dòng thuế, tương đương 99,7% kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam sang EU	91,8% số dòng thuế, tương đương 97,1% kim ngạch xuất khẩu của EU sang Việt Nam
Xóa bỏ thuế quan sau 10 năm		98,3% số dòng thuế, tương đương 99,8% kim ngạch xuất khẩu của EU sang Việt Nam
Tỷ lệ còn lại không xóa bỏ thuế quan	Đối với khoảng 0,8% số dòng thuế còn lại, EU dành cho Việt Nam hạn ngạch thuế quan với thuế nhập khẩu trong hạn ngạch là 0%	Khoảng 1,7% số dòng thuế còn lại của Việt Nam gồm các mặt hàng có hạn ngạch thuế quan theo cam kết WTO, một số mặt hàng có lộ trình xóa bỏ đặc biệt hơn (như thuốc lá, xăng dầu, bia, CKD)

Nguồn: Bộ Công Thương

Thuế xuất khẩu

Bên cạnh cam kết về thuế nhập khẩu, Việt Nam và EU cũng cam kết không đánh thuế với hàng hóa khi xuất khẩu từ bên này sang bên kia, trừ một số bảo lưu của Việt Nam, chủ yếu là khoáng sản. Lý do của việc đưa ra cam kết này là hầu hết các nước trên thế giới coi việc đánh thuế xuất khẩu là một loại trợ cấp xuất khẩu gián tiếp, vì sẽ làm tăng chi phí đầu vào cho nhà sản xuất ở nước nhập khẩu, dẫn đến giảm sức cạnh tranh so với nhà sản xuất ở những nước sẵn có nguồn nguyên liệu đầu vào này.

Cam kết cụ thể của Việt Nam về thuế xuất khẩu trong Hiệp định EVFTA như sau:

- Bảo lưu quyền áp dụng thuế xuất khẩu đối với 57 dòng thuế, gồm các sản phẩm: cát, đá phiến, đá granit, một số loại quặng và tinh quặng (sắt, mangan, đồng, niken, nhôm, chì, kẽm, urani, v.v.), dầu thô, than đá, than cốc, vàng, v.v...
- Trong số 57 dòng thuế trên, các dòng thuế có mức thuế xuất khẩu hiện hành cao sẽ được đưa về mức 20% trong thời gian tối đa là 5 năm; riêng quặng mangan sẽ được giảm về 10%; các sản phẩm còn lại duy trì mức thuế MFN hiện hành.
- Với toàn bộ các sản phẩm khác, Việt Nam sẽ xóa bỏ thuế xuất khẩu theo lộ trình tối đa là 15 năm.

11. Hiệp định Đối tác kinh tế toàn diện khu vực (RCEP)

Hiệp định Đối tác kinh tế toàn diện khu vực (RCEP) là Hiệp định giữa Hiệp hội các quốc gia Đông Nam Á (ASEAN) với 6 nước đối tác ở khu vực Đông Á: Ấn Độ, Hàn Quốc, Nhật Bản, New Zealand, Trung Quốc và Australia.

Tới cuối năm 2016, đàm phán RCEP đã diễn ra với 6 phiên đàm phán cấp Bộ trưởng, 16 phiên đàm phán chính thức và nhiều phiên giữa kỳ. Các lĩnh vực đàm phán bao gồm thương mại hàng hóa (gồm cả quy tắc xuất xứ, thủ tục hải quan và thuận lợi hóa thương mại, SPS, TBT), thương mại dịch vụ (gồm cả dịch vụ tài chính và dịch vụ viễn thông), đầu tư, sở hữu trí tuệ, cạnh tranh, thương mại điện tử, giải quyết tranh chấp và hợp tác kinh tế kỹ thuật, trong đó chủ yếu tập trung vào đàm phán hàng hóa.

12. Hiệp định Thương mại tự do ASEAN - Hồng Kông (AHKFTA)

Tại Hội nghị Cấp cao ASEAN lần thứ 22 tổ chức vào tháng 4/2013 tại Brunei, các Nhà Lãnh đạo ASEAN đã phê chuẩn khuyến nghị của các Bộ trưởng Kinh tế ASEAN về việc đàm phán Hiệp định Thương mại Tự do ASEAN và Hồng Kông (AHKFTA). Tại cuộc họp chung giữa các nước ASEAN và Hồng Kông bên lề Hội nghị Quan chức Kinh tế Cao cấp lần thứ hai năm 2014, hai bên đã thống nhất điều khoản tham chiếu, phạm vi và thủ tục của AHKFTA nhằm hướng đến việc đàm phán một Hiệp định có phạm vi và mức độ cam kết vừa phải, phù hợp với trình độ phát triển của tất cả các nước ASEAN. Ngoài ra, các nước ASEAN và Hồng Kông cũng thống nhất đàm phán đồng thời một Hiệp định về Đầu tư trong khuôn khổ AHKFTA.

13. Hiệp định Thương mại tự do giữa Việt Nam và EFTA

Đàm phán FTA giữa Việt Nam và Hiệp hội Thương mại tự do châu Âu (gọi tắt là khối EFTA với 4 thành viên là Thụy Sĩ, Na Uy, Iceland và Liechtenstein) bắt đầu từ tháng 5/2012 sau khi hai bên hoàn tất Báo cáo tổng hợp về quan hệ kinh tế, thương mại và đầu tư trong đó nhấn mạnh việc thúc đẩy trao đổi thương mại thông qua việc thiết lập FTA song phương. Kể từ đó đến nay, hai bên đã tiến hành đàm phán được 13 phiên.

14. Hiệp định Thương mại tự do Việt Nam - Israel

Căn cứ trên đề xuất của Bộ trưởng Bộ Công nghiệp, Thương mại và Lao động Israel vào tháng 9/2012 về việc tiến hành một nghiên cứu chung nhằm mục đích khởi động đàm phán FTA giữa Việt Nam và Israel để đẩy mạnh hơn nữa trao đổi thương mại song phương, Bộ Công Thương đã chủ động thực hiện nghiên cứu tiền khả thi từ tháng 7/2013.

Tháng 3/2014, Bộ Công Thương thành lập Nhóm nghiên cứu của phía Việt Nam và đã tổ chức 2 phiên tham vấn với Israel vào tháng 4/2014 và tháng 01/2015. Trên cơ sở kết quả tham vấn đó, hai Bên đã chính thức tuyên bố khởi động đàm phán FTA giữa Việt Nam và Israel trong chuyến thăm chính thức Nhà nước Israel của Phó Thủ tướng Hoàng Trung Hải vào tháng 12/2015.

II. THỰC HIỆN CÁC HIỆP ĐỊNH FTA

Hàng hóa của Việt Nam đã xuất khẩu tới tất cả các khu vực thị trường ký kết FTA như ASEAN, Trung Quốc, Hàn Quốc, Nhật Bản, Australia - New Zealand, Ấn Độ, EAEU và Chile. Kim ngạch xuất khẩu hàng Việt Nam tới các thị trường có FTA đều có mức tăng trưởng cao qua những năm gần đây. Kết quả này có được một phần nhờ vào việc doanh nghiệp đã từng bước tận dụng tốt hơn Giấy chứng nhận xuất xứ (C/O) ưu đãi và được hưởng thuế quan theo FTA nên gia tăng sức cạnh tranh của hàng hóa xuất khẩu.

1. Tình hình ban hành văn bản quy phạm pháp luật thực hiện các Hiệp định năm 2016

1.1. Cam kết thuế nhập khẩu ưu đãi đặc biệt của Việt Nam trong các Hiệp định

Để tiếp tục thực hiện các cam kết về thuế quan trong các Hiệp định Thương mại tự do, Chính phủ đã ban hành 12 Nghị định về biểu thuế nhập khẩu ưu đãi đặc biệt của Việt Nam trong giai đoạn mới, cụ thể:

- Nghị định số 124/2016/NĐ-CP ngày 01/9/2016 về Biểu thuế nhập khẩu ưu đãi đặc biệt để thực hiện Hiệp định Thương mại song phương giữa Chính phủ nước Cộng hòa xã hội chủ nghĩa Việt Nam và Chính phủ nước Cộng hòa dân chủ nhân dân Lào.

- Nghị định số 125/2016/NĐ-CP ngày 01/9/2016 về Biểu thuế nhập khẩu ưu đãi đặc biệt của Việt Nam để thực hiện Hiệp định giữa Cộng hòa xã hội chủ nghĩa Việt Nam và Nhật Bản về Đối tác kinh tế giai đoạn 2016-2019.

- Nghị định số 126/2016/NĐ-CP ngày 01/9/2016 về Biểu thuế nhập khẩu ưu đãi đặc biệt của Việt Nam để thực hiện Hiệp định Thương mại hàng hóa ASEAN - Ấn Độ giai đoạn 2016-2018.

- Nghị định số 127/2016/NĐ-CP ngày 01/9/2016 về Biểu thuế nhập khẩu ưu đãi đặc biệt của Việt Nam để thực hiện Hiệp định thành lập Khu vực Thương mại tự do ASEAN - Australia - New Zealand giai đoạn 2016-2018.

- Nghị định số 128/2016/NĐ-CP ngày 01/9/2016 về Biểu thuế nhập khẩu ưu đãi đặc biệt của Việt Nam để thực hiện Hiệp định Thương mại hàng hóa ASEAN - Trung Quốc giai đoạn 2016-2018.

- Nghị định số 129/2016/NĐ-CP ngày 01/9/2016 về Biểu thuế nhập khẩu ưu đãi đặc biệt của Việt Nam để thực hiện Hiệp định Thương mại hàng hóa ASEAN giai đoạn 2016-2018.

- Nghị định số 130/2016/NĐ-CP ngày 01/9/2016 về Biểu thuế nhập khẩu ưu đãi đặc biệt của Việt Nam để thực hiện Hiệp định Thương mại hàng hóa ASEAN - Hàn Quốc giai đoạn 2016-2018.

- Nghị định số 131/2016/NĐ-CP ngày 01/9/2016 về Biểu thuế nhập khẩu ưu đãi đặc biệt của Việt Nam để thực hiện Hiệp định Thương mại tự do Việt Nam - Hàn Quốc giai đoạn 2016-2018.

- Nghị định số 132/2016/NĐ-CP ngày 01/9/2016 về Biểu thuế nhập khẩu ưu đãi đặc biệt của Việt Nam để thực hiện Hiệp định Thương mại tự do Việt Nam - Chile giai đoạn 2016-2018.

- Nghị định số 133/2016/NĐ-CP ngày 01/9/2016 về Biểu thuế nhập khẩu ưu đãi đặc biệt của Việt Nam để thực hiện Hiệp định Đối tác kinh tế toàn diện ASEAN - Nhật Bản giai đoạn 2016-2019.

- Nghị định số 137/2016/NĐ-CP ngày 01/9/2016 về Biểu thuế nhập khẩu ưu đãi đặc biệt của Việt Nam để thực hiện Hiệp định Thương mại tự do giữa một bên là Nhà nước Cộng hòa xã hội chủ nghĩa Việt Nam và bên kia là Liên minh Kinh tế Á Âu và các nước thành viên giai đoạn 2016-2018.

Bộ Công Thương cũng ban hành 02 Thông tư về việc thực hiện cam kết về hạn ngạch thuế quan trong một số Hiệp định, cụ thể:

- Thông tư số 16/2016/TT-BCT ngày 19/8/2016 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 2016.

- Thông tư số 28/2016/TT-BCT ngày 05/12/2016 của Bộ Công Thương quy định việc nhập khẩu theo hạn ngạch thuế quan năm 2016 và năm 2017 với thuế suất nhập khẩu ưu đãi đặc biệt 0% đối với hàng hóa có xuất xứ từ Campuchia.

1.2. Cam kết về quy tắc xuất xứ

Quy định về quy tắc xuất xứ trong khuôn khổ các cam kết đa phương, song phương và đơn phương là cơ sở quan trọng để Việt Nam xây dựng hệ thống pháp luật về quy tắc xuất xứ phục vụ công tác quản lý, kiểm tra và xác minh xuất xứ hàng hóa. Để tiếp tục cập nhật và nội luật hóa các Hiệp định Thương mại tự do có hiệu lực trong năm 2016, Bộ Công Thương đã ban hành 02 Quyết định và 02 Thông tư hướng dẫn thực hiện quy tắc xuất xứ như sau:

- Quyết định số 1386/QĐ-BCT ngày 08/4/2016 về việc ban hành Quy chế thí điểm cấp Giấy chứng nhận xuất xứ hàng hóa Mẫu D giáp lưng cho mặt hàng xăng dầu của thương nhân nước ngoài gửi Kho xăng dầu ngoại quan Vân Phong sau đó xuất khẩu sang các nước ASEAN hoặc nhập khẩu vào Việt Nam;

- Quyết định số 2412/QĐ-BCT ngày 15/6/2016 về việc ban hành Quy trình cấp Giấy chứng nhận xuất xứ hàng hóa ưu đãi qua Internet;

- Thông tư số 21/2016/TT-BCT ngày 20/9/2016 hướng dẫn thực hiện quy tắc xuất xứ trong Hiệp định VN-EAEU;

- Thông tư số 22/2016/TT-BCT ngày 03/10/2016 hướng dẫn thực hiện quy tắc xuất xứ trong Hiệp định Thương mại hàng hóa ASEAN (ATIGA).

Như vậy, tính đến nay, Việt Nam đã ban hành 26 văn bản pháp lý về xuất xứ hàng hóa, trong đó bao gồm 01 Nghị định của Chính phủ, 23 Thông tư và 03 Quyết định của Bộ Công Thương. Về cơ bản, hệ thống văn bản quy phạm pháp luật của Việt Nam đã cụ thể hóa các quy định quốc tế về xuất xứ hàng hóa theo các cam kết Việt Nam là thành viên.

2. Tình hình tận dụng ưu đãi từ Hiệp định

2.1. Tình hình cấp C/O ưu đãi của Bộ Công Thương và tỷ lệ sử dụng C/O ưu đãi đối với các mặt hàng xuất khẩu của Việt Nam năm 2016

Tổng kim ngạch xuất khẩu sử dụng các loại C/O ưu đãi năm 2016 đạt 26,6 tỷ USD, chiếm 36,2% tổng kim ngạch xuất khẩu sang các thị trường ký FTA. Kim ngạch xuất khẩu sử dụng C/O ưu đãi khá ổn định, trừ C/O mẫu EAV đối với hàng xuất khẩu sang các nước thuộc Liên minh Kinh tế Á Âu từ khi FTA VN-EAEU mới có hiệu lực từ ngày 05/10/2016.

Năm 2016, các tổ chức được ủy quyền đã cấp 623.484 bộ C/O ưu đãi, tăng 21% về số lượng bộ so với năm 2015.

Về kim ngạch sử dụng C/O ưu đãi, C/O mẫu E cấp cho hàng hóa Việt Nam xuất khẩu sang Trung Quốc đứng đầu với trị giá 6,8 tỷ USD. Tiếp đó là C/O mẫu AK, VK và D đạt lần lượt 6,4 tỷ USD và 5,3 tỷ USD cấp cho hàng hóa Việt Nam xuất khẩu sang Hàn Quốc và ASEAN. C/O mẫu S và X có kim ngạch không đáng kể do phần lớn hàng hóa xuất khẩu sang thị trường Lào và Campuchia sử dụng C/O mẫu D. C/O EAV chính thức được cấp từ tháng 10/2016 và có kim ngạch ban đầu tương đối khá đạt 92,6 triệu USD.

Về tỷ lệ tận dụng ưu đãi FTA, thị trường Chile chiếm tỷ lệ sử dụng C/O mẫu VC cao nhất với 64%; đứng thứ hai là thị trường Hàn Quốc với tỷ lệ sử dụng C/O ưu đãi mẫu AK/VK là 56%. Tỷ lệ tận dụng ưu đãi C/O mẫu X (0,03%) và S (10%) không cao do Lào và Campuchia đều là thành viên ASEAN nên doanh nghiệp sử dụng C/O mẫu D thay cho mẫu X và S. Tính chung tỷ lệ tận dụng ưu đãi FTA của Việt Nam năm 2016 là 36%, cao hơn tỷ lệ này của năm 2015 (34%).

Về cơ cấu mặt hàng: mặt hàng nông sản của Việt Nam (Chương 01-24) có tỷ lệ tận dụng ưu đãi FTA rất tốt do hầu hết đều đáp ứng quy tắc xuất xứ thuần túy (WO) đối với nông sản thô và các quy tắc khác đối với nông sản chế biến. Mặt hàng công nghiệp (Chương 25-98) có tỷ lệ tận dụng ưu đãi chưa cao do quy tắc xuất xứ đối với nhóm hàng công nghiệp về cơ bản phức tạp và khó đáp ứng hơn so với nhóm hàng nông nghiệp.

Bảng 20: Tận dụng ưu đãi FTA của Việt Nam năm 2016

Thị trường (Mẫu C/O)	KIM NGẠCH XUẤT KHẨU NĂM 2016		
	Sử dụng C/O ưu đãi (Triệu USD)	Tổng kim ngạch xuất khẩu (Triệu USD)	Tỷ lệ tận dụng (%)
ASEAN (Mẫu D)	5.320,7	17.473,0	30%
Trung Quốc (Mẫu E)	6.799,2	21.970,5	31%
Ấn Độ (Mẫu AI)	1.165,6	2.687,9	43%
Australia và New Zealand (Mẫu AANZ)	1.085,5	3.225,4 + Australia: 2.865,5 + New Zealand: 359,9	34%
Nhật Bản (Mẫu AJ và Mẫu VJ)	5.162,4 + AJ: 4.097,1 + VJ: 1.065,3	14.676,7	35% + AJ: 28% + VJ: 7%
Hàn Quốc (Mẫu AK và Mẫu VK)	6.358,9 + AK: 4.562,2 + VK: 1.796,7	11.418,7	56% + AK: 40% + VK: 16%
Liên minh Kinh tế Á Âu (Mẫu EAV)	92,6 (Số liệu bắt đầu từ 05/10/2016)	1.616,4	6%
Chile (Mẫu VC)	514,5	805,4	64%
Lào (Mẫu S)	46,8	478,1	10%
Campuchia (Mẫu X)	0,5	2.200,6	0%
Tổng cộng	26.546,7	73.873,9	36%

Nguồn: Số liệu của Bộ Công Thương và Tổng cục Hải quan

Những năm gần đây, tỷ lệ tận dụng ưu đãi thuế quan từ các Hiệp định ASEAN+ hầu như không có tăng trưởng cao vì về cơ bản các đối tác đã thực hiện xong việc cắt giảm, xóa bỏ thuế quan trong Hiệp định. Các Hiệp định FTA mới của Việt Nam như Hiệp định FTA giữa Việt Nam - Chile, Hiệp định FTA giữa Việt Nam - Hàn Quốc đều có tỷ lệ tăng trưởng tốt vì các đối tác đang tiếp tục thực hiện việc cắt giảm, xóa bỏ thuế quan theo cam kết của Hiệp định.

Tình hình tận dụng ưu đãi tại các thị trường cụ thể như sau:

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

Những năm gần đây, tỷ lệ tận dụng ưu đãi AANZFTA tương đối ổn định ở mức trên 30%. Năm 2016, tỷ lệ này đạt 34%. Các mặt hàng có tỷ lệ tận dụng ưu đãi AANZFTA trên 80% bao gồm gỗ và sản phẩm gỗ (86%); giày dép (96%); dây điện và cáp điện (87,6%); sản phẩm dệt may (78,5%); nhựa và sản phẩm nhựa (84%). Nhóm hàng nông nghiệp chưa xuất khẩu được nhiều do hai thị trường này rất khắt khe với các yêu cầu cao về kiểm dịch động thực vật. Trong nhóm sản phẩm nông nghiệp, mặt hàng rau quả có tỷ lệ tận dụng ưu đãi FTA tốt nhất với tỷ lệ 57,3%.

2.1.2. Thị trường Ấn Độ (C/O mẫu AI)

Tỷ lệ tận dụng ưu đãi AIFTA của Việt Nam năm 2016 là 43%. Một số mặt hàng có tỷ lệ tận dụng ưu đãi cao gồm giày dép (93,6%); gỗ và sản phẩm gỗ (66,8%), nhựa và sản phẩm nhựa (61,5%). Việc chỉ có một tiêu chí xuất xứ duy nhất (RVC 35% + CTSH) khiến AIFTA được coi là FTA kém linh hoạt nhất trong số các FTA Việt Nam/ASEAN đã ký với các đối tác thương mại; do vậy tỷ lệ tận dụng ưu đãi từ FTA này chưa cao như mong muốn và chưa tương xứng với dung lượng thị trường Ấn Độ.

2.1.3. 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. Năm 2016, thị trường Hàn Quốc nhường vị trí số 1 cho thị trường Chilê về tỷ lệ tận dụng ưu đãi FTA (56% so với 64%). Tuy nhiên xét về kim ngạch xuất khẩu sử dụng C/O ưu đãi thì kim ngạch xuất khẩu sang Hàn Quốc là 6,2 tỷ USD trong khi kim ngạch xuất khẩu sang Chile chỉ có 805 triệu USD.

Nhóm hàng xuất khẩu đi Hàn Quốc có tỷ lệ tận dụng ưu đãi FTA tốt nhất gồm thủy sản (93%), hạt tiêu (99%), cà phê (87%), rau quả (84%); gỗ và sản phẩm gỗ (79%); giày dép (96%); hàng dệt may (73%). Việc tận dụng ưu đãi từ AKFTA và VKFTA có được là do (i) doanh nghiệp đã nắm vững quy tắc xuất xứ cho hàng hóa xuất khẩu đi thị trường Hàn Quốc; (ii) quy tắc xuất xứ của 2 FTA này tương đối linh hoạt; hàng hóa sản xuất xuất khẩu có thể dễ dàng đáp ứng tiêu chí để được cấp C/O mẫu AK và VK và (iii) các doanh nghiệp FDI của Hàn Quốc tại Việt Nam nhập khẩu nguyên liệu từ Hàn Quốc và áp dụng nguyên tắc cộng gộp xuất xứ đối với hàng hóa sản xuất xuất khẩu sang Hàn Quốc.

Cơ hội từ thị trường Hàn Quốc còn khá cao vì trong Hiệp định VKFTA, có hiệu lực từ ngày 20/10/2015, Hàn Quốc sẽ 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,...

2.1.4. Thị trường ASEAN (C/O mẫu D)

Tỷ lệ tận dụng ưu đãi của ATIGA dao động từ 30 - 35% qua các năm. Năm 2016, tỷ lệ tận dụng ưu đãi C/O mẫu D là 30%. Một số nhóm hàng xuất khẩu chủ lực của Việt Nam đều đạt tỷ lệ tận dụng cao, như chè (99%); gỗ và sản phẩm gỗ, giày dép đều đạt tỷ lệ trên dưới 80%. Sắt thép và sản phẩm từ sắt thép tuy có tỷ lệ tận dụng ưu đãi ở mức vừa phải (49%) nhưng thuộc diện bị một số nước thành viên ASEAN áp dụng biện pháp chống bán phá giá hoặc tự vệ.

Tỷ lệ sử dụng 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 lệ cao, 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%.

2.1.5. Thị trường Trung Quốc (C/O mẫu E)

Trung Quốc là thị trường có tỷ lệ tận dụng ưu đãi C/O mẫu E hầu như không thay đổi qua các năm, thường xuyên ở mức 31%-34%. Một số nhóm hàng có tỷ lệ tận dụng ưu đãi C/O mẫu E rất tốt như giày dép (100%); cao su và sản phẩm từ cao su (72%); dệt may (60%); gạo (66%).

Việt Nam chủ yếu xuất khẩu sang Trung Quốc những sản phẩm sơ cấp như nông lâm thủy sản, than đá, dầu thô, quặng sắt, quặng kim loại màu, đá, thạch cao,... Những mặt hàng nguyên nhiên liệu này có thuế MFN bằng 0% nên không cần sử dụng C/O mẫu E khi xuất khẩu. Nông sản thô và nông sản chưa chế biến chủ yếu được xuất khẩu sang Trung Quốc theo đường thương mại biên giới, không thường xuyên sử dụng C/O ưu đãi; do vậy số liệu cho nhóm hàng này chưa phản ánh chính xác kim ngạch xuất khẩu và tỷ lệ tận dụng ưu đãi từ Việt Nam.

Tương tự AIFTA, ACFTA cũng được đánh giá ở mức độ kém linh hoạt do chỉ có duy nhất tiêu chí RVC là tiêu chí chung nên việc tận dụng ưu đãi không thuận lợi như các FTA có tiêu chí lựa chọn RVC hoặc CTH.

2.1.6. 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 thị trường Lào và Campuchia không cao. Tỷ lệ tận dụng ưu đãi C/O mẫu S và mẫu X ở mức thấp do phần lớn doanh nghiệp sử dụng C/O mẫu D khi xuất khẩu hàng hóa sang hai thị trường này. Theo cam kết, Việt Nam đang trong giai đoạn giảm liên tục thuế ATIGA về 0%. Tại thời điểm hiện tại, thuế suất trung bình trong ATIGA chỉ còn 2%. Vì vậy, nguyên nhân này càng khuyến khích doanh nghiệp sử dụng C/O mẫu D thay vì mẫu X và S cho hàng hóa xuất khẩu sang Lào và Campuchia.

2.1.7. Thị trường Chile (C/O mẫu VC)

Hiệp định Thương mại tự do giữa Việt Nam - Chile được ký kết ngày

11/11/2011 trong đó, nhiều mặt hàng có thế mạnh xuất khẩu của Việt Nam sẽ tiếp tục được cắt giảm thuế quan trong thời gian tới theo cam kết của Chilê trong Hiệp định như gạo, sản phẩm cao su, sản phẩm dệt may, giày dép, sản phẩm nội thất...

Năm 2016, Việt Nam xuất khẩu 805 triệu USD sang thị trường Chile với tỷ lệ sử dụng C/O VC là 64%. Đây là tỷ lệ cao nhất trong số các FTA Việt Nam tham gia. Các mặt hàng xuất khẩu chủ lực của Việt Nam có tỷ lệ tận dụng ưu đãi tương đối tốt như: giày dép (79,7%); gạo (94%) và hàng dệt may (39,6%). Tuy dung lượng thị trường Chile không lớn nhưng tỷ lệ tận dụng ưu đãi VCFTA khá cao. Tín hiệu tích cực này cho thấy doanh nghiệp Việt Nam đã biết vận dụng tốt các ưu đãi FTA thông qua quy tắc xuất xứ khi xuất khẩu tới thị trường Chile.

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

Trong số 29,3 tỷ USD kim ngạch xuất khẩu năm 2016 tới Nhật Bản, Việt Nam đã cấp C/O ưu đãi cho lượng hàng hóa trị giá 5,1 tỷ USD, tỷ lệ tận dụng ưu đãi của AJFTA và VJEPA là 35%. Một trong những nguyên nhân chính khiến tỷ lệ tận dụng ưu đãi này chưa cao là do quy tắc xuất xứ AJCEP và VJEPA được coi là chặt nhất trong số các FTA mà ASEAN đã ký với 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 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 (80,4%), thủy sản (66,7%), nhựa và sản phẩm nhựa (85%), giày dép (81,8%). Nhật Bản được coi là thị trường thuận lợi về mặt xác minh xuất xứ hàng hóa với thực tế gần 100% C/O mẫu AJ/VJ từ Việt Nam được chấp nhận cho hưởng ưu đãi thuế quan tại Nhật Bản.

2.2. Nhận định

Ngoài những nguyên nhân cụ thể đối với tỷ lệ tận dụng của từng FTA nêu trên, tỷ lệ tận dụng ưu đãi từ các Hiệp định xuất phát từ các nguyên nhân chung dưới đây:

Thứ nhất, thực hiện chủ trương phát triển xuất nhập khẩu và hội nhập quốc tế, Bộ Công Thương đã kịp thời cập nhật hệ thống văn bản quy phạm pháp luật trong lĩnh vực xuất xứ hàng hóa, phù hợp với quy định của các Hiệp định mà Việt Nam là thành viên.

Thứ hai, doanh nghiệp nhận thức được lợi ích từ việc giảm thuế nhập khẩu, tăng sức cạnh tranh của hàng hóa được sản xuất xuất khẩu vào các nước có FTA nên tích cực, chủ động sử dụng nguyên liệu sản xuất trong nước để sản xuất hàng xuất khẩu

Thứ ba, việc các doanh nghiệp đầu tư nước ngoài được thành lập tại Việt Nam và môi trường kinh doanh quốc tế thuận lợi hơn cho xuất nhập khẩu hàng hóa đã trực tiếp hoặc gián tiếp đóng góp cho tăng trưởng xuất nhập khẩu, cho phép sử

dụng chuỗi nguyên liệu nội khối FTA và áp dụng nguyên tắc cộng gộp xuất xứ đối với hàng hóa Việt Nam xuất khẩu đi các thị trường có FTA.

Thứ tư, công tác tuyên truyền phổ biến và giảng dạy về quy tắc xuất xứ được đặc biệt chú trọng với gần 50 lớp tập huấn/ hội thảo trong năm 2016 đã tích cực góp phần nâng cao hiểu biết và việc áp dụng của doanh nghiệp trong sản xuất kinh doanh nhằm để hưởng ưu đãi thuế quan, tận dụng cơ hội FTA mang lại.

3. Công tác tổ chức cấp C/O

Bộ Công Thương tổ chức thực hiện cấp Giấy chứng nhận xuất xứ hàng hóa xuất khẩu và trực tiếp cấp giấy chứng nhận xuất xứ hàng hóa đối với các loại C/O ưu đãi theo các Hiệp định FTA với các nước và khu vực đồng thời ủy quyền cho 37 Ban Quản lý KCN/KCX cấp C/O mẫu D, Ban Quản lý Khu kinh tế Hà Giang cấp C/O mẫu E và ủy quyền cho Phòng Thương mại và công nghiệp Việt Nam (VCCI) cấp C/O ưu đãi theo quy định GSP (trừ mặt hàng giày dép) và các loại C/O không ưu đãi.

3.1. Bộ Công Thương

Bộ Công Thương cấp các loại C/O ưu đãi sau: C/O mẫu D, C/O mẫu E, C/O mẫu AK, C/O mẫu AJ, C/O mẫu AANZ, C/O mẫu AI, C/O mẫu VJ, C/O mẫu VC, C/O mẫu VK, C/O mẫu EAV, C/O mẫu S, C/O mẫu X và C/O mẫu A giày dép.

Hệ thống cấp C/O của Bộ Công Thương bao gồm 20 Phòng Quản lý xuất nhập khẩu khu vực tại tất cả các địa phương, khu vực sản xuất, kinh doanh hàng xuất khẩu lớn hoặc có cảng xuất khẩu: Hà Nội, thành phố Hồ Chí Minh, Hải Phòng, Quảng Ninh, Thái Bình, Hải Dương, Lạng Sơn, Lào Cai, Thanh Hóa, Nghệ An, Thừa Thiên - Huế, Đà Nẵng, Nha Trang, Bà Rịa - Vũng Tàu, Bình Dương, Đồng Nai, Cần Thơ, Tiền Giang, Ninh Bình và Hà Tĩnh.

Theo Nghị định 29/2008/NĐ-CP ngày 14/3/2008 của Chính phủ quy định về khu công nghiệp, khu chế xuất và khu kinh tế, Ban Quản lý các KCN, KCX, KKT được ủy quyền cấp các loại C/O. Trước khi có Nghị định này, trong các Quyết định của Thủ tướng Chính phủ thành lập các khu đã có quy định về việc ủy quyền cấp C/O cho các KCN, KCX, KKT. Trên cơ sở các quy định này và theo đề nghị của Ban Quản lý KCN, KCX, KKT, Bộ Công Thương đã ủy quyền cho 37 Ban quản lý các KCN, KCX, KKT cấp C/O mẫu D và Ban Quản lý Khu kinh tế Hà Giang cấp C/O mẫu E.

Theo thống kê của Bộ Công Thương, hiện mới có hơn 20 trong số 38 Ban Quản lý KCN, KCX, KKT được ủy quyền thực hiện việc cấp C/O. Việc cấp C/O Mẫu D, E chủ yếu được thực hiện tại một số Ban Quản lý KCN, KCX, KKT đặt tại một số tỉnh, thành phố lớn, tập trung nhiều doanh nghiệp sản xuất, xuất khẩu như Thành phố Hồ Chí Minh, Đồng Nai, Bình Dương (KCN Việt Nam - Singapore), Vũng Tàu, Hải Phòng, Hà Nội. Một số Ban Quản lý KCN tại các thành phố khác tuy có cấp nhưng số lượng hạn chế như Cần Thơ, Đà Nẵng, Phú Thọ, Hải Dương, Hưng Yên, Quảng Ninh. Hiện nay còn một số Ban (như Đồng Tháp, Phú Yên, Long An...) từ khi được ủy quyền cho đến nay chưa cấp C/O nào do không có doanh nghiệp xuất khẩu hoặc không xuất khẩu sang thị trường các nước ASEAN.

Các Phòng Quản lý xuất nhập khẩu khu vực trực thuộc Bộ Công Thương thực hiện tốt chế độ báo cáo thống kê định kỳ và chế độ cập nhật số liệu cấp C/O qua hệ thống eCOSys hàng ngày. Tuy nhiên có một số Ban Quản lý KCN/KCX chưa thực hiện việc báo cáo kịp thời, thường xuyên nên phần nào ảnh hưởng đến việc cập nhật, theo dõi tình hình cấp C/O trong cả nước.

Bộ Công Thương thường xuyên phối hợp với VCCI và Tổng cục Hải quan trong việc điều tra xác minh xuất xứ và ngăn chặn gian lận thương mại qua C/O.

3.2. Phòng Thương mại và Công nghiệp Việt Nam

Phòng Thương mại và Công nghiệp Việt Nam được ủy quyền cấp: C/O mẫu A (trừ mặt hàng giày dép), C/O mẫu B, và các loại C/O khác theo yêu cầu của nước nhập khẩu.

VCCI có hệ thống cấp C/O tập trung ở các thành phố lớn, nơi tập trung nhiều KCN, KCX lớn để tạo điều kiện thuận lợi cho doanh nghiệp như: Hà Nội, TP. Hồ Chí Minh, Đồng Nai, Bình Dương, Vũng Tàu, Cần Thơ, Kiên Giang, Khánh Hòa, Đà Nẵng, Quy Nhơn, Nghệ An, Thanh Hóa, Hải Phòng.

VCCI đã phát hiện một số vụ vi phạm về xuất xứ và đã chuyển sang Bộ Công an, Bộ Công Thương để xử lý nhưng kết quả chưa cao vì không đưa ra khởi tố mà mới dừng ở điều tra.

4. Tuyên truyền, phổ biến việc tận dụng các FTA

- Văn phòng Ban Chỉ đạo liên ngành hội nhập quốc tế về kinh tế làm đầu mối cho Bộ Công Thương và các Bộ, ngành liên quan tham gia tuyên truyền sâu rộng về hội nhập kinh tế quốc tế và các cơ hội, thách thức từ các FTA tại từng địa phương, từng ngành hàng trong năm 2016.

- Các thông tin về việc tận dụng các Hiệp định FTA được công bố rộng rãi trên Cổng Thông tin điện tử của Bộ Công Thương, Cổng Thông tin điện tử về WTO và Tiếp cận thị trường, Trang tin điện tử của Ban Chỉ đạo liên ngành hội nhập quốc tế về kinh tế, trên Tạp chí Hội nhập được phát hành hàng tháng.

- Bộ Công Thương đẩy mạnh cải cách thủ tục hành chính thông qua việc triển khai cấp Giấy chứng nhận xuất xứ hàng hóa qua Internet, nhằm tạo thuận lợi, tiết kiệm thời gian cho doanh nghiệp xuất khẩu.

- Triển khai cơ chế thí điểm tự chứng nhận xuất xứ trong ASEAN (Thông tư số 28/2015/TT-BCT ngày 20/8/2015). Cơ chế tự chứng nhận xuất xứ là xu hướng chung trong các đàm phán FTA hiện nay, góp phần giúp doanh nghiệp xuất khẩu giảm thiểu thời gian xin cấp C/O, tạo thuận lợi trong hoạt động kinh doanh và xuất khẩu hàng hóa. Việc tham gia thí điểm tự chứng nhận xuất xứ trong ASEAN sẽ là bước đệm giúp doanh nghiệp làm quen với xu hướng mới trong FTA, có kinh nghiệm thực tế tiến hành tự chứng nhận xuất xứ, từ đó chủ động nắm bắt kiến thức hội nhập kinh tế quốc tế.

- Kết quả tỷ lệ tận dụng các C/O ưu đãi ở mức cao, đóng góp tích cực vào việc nâng cao sức cạnh tranh của hàng hóa xuất khẩu Việt Nam, góp phần quan trọng vào tăng trưởng xuất khẩu.

G. PHÒNG VỆ THƯƠNG MẠI

I. CÁC VỤ VIỆC PHÒNG VỆ THƯƠNG MẠI ĐỐI VỚI HÀNG HÓA XUẤT KHẨU CỦA VIỆT NAM

Tính đến hết năm 2016, đã có hơn 100 vụ việc phòng vệ thương mại của nước ngoài tiến hành điều tra và áp dụng liên quan đến hàng hóa xuất khẩu của Việt Nam, trong đó: 66 vụ chống bán phá giá, 9 vụ chống trợ cấp, 15 vụ chống lẩn tránh thuế và 15 vụ tự vệ. Hoa Kỳ là nước điều tra Việt Nam nhiều nhất với 19 vụ, tiếp đến là Thổ Nhĩ Kỳ (14 vụ), Ấn Độ (14 vụ) và EU (12 vụ). Các mặt hàng bị điều tra rất đa dạng, từ các mặt hàng có kim ngạch xuất khẩu lớn (hàng trăm triệu USD như sắt, thép, sợi,...) đến các mặt hàng có kim ngạch xuất khẩu nhỏ (pin khô, bộ đồ ăn bằng nhựa,...).

Riêng trong năm 2016 đã có 10 vụ việc điều tra phòng vệ thương mại do nước ngoài tiến hành đối với hàng hóa xuất khẩu của Việt Nam, bao gồm 5 vụ việc chống bán phá giá, 3 vụ việc lẩn tránh thuế và 2 vụ việc chống trợ cấp, trong đó có 2 vụ kiện kép chống bán phá giá và chống trợ cấp do Australia khởi xướng đối với mặt hàng nhôm ép và thép mạ kẽm.

1. Các vụ việc phòng vệ thương mại do nước ngoài khởi xướng điều tra áp dụng đối với hàng hóa xuất khẩu của Việt Nam

Thông tin cụ thể về các vụ việc khởi xướng mới trong năm 2016 và một số vụ việc trọng điểm đã khởi xướng trước đó nhưng vẫn đang tiếp diễn trong năm 2016 đối với hàng hóa xuất khẩu của Việt Nam chia theo thị trường như sau:

1.1. Thị trường Australia

(i) Biện pháp chống bán phá giá đối với sản phẩm vôi sống (quick lime)

Ngày 29/4/2016, Ủy ban Chống bán phá giá Australia đã khởi xướng điều tra chống bán phá giá đối với sản phẩm vôi sống nhập khẩu từ Malaysia, Thái Lan và Việt Nam. Theo thông tin sơ bộ trong đơn kiện thì trong năm 2015, tổng khối lượng nhập khẩu từ Việt Nam khoảng 28,3 nghìn tấn, trị giá 2,3 triệu USD, chiếm khoảng 41% thị phần nhập khẩu vào Australia.

Tháng 7/2016, Australia đã tiến hành thẩm tra tại chỗ một số doanh nghiệp Việt Nam. Phía doanh nghiệp đã tích cực tham gia kháng kiện, hợp tác với cơ quan điều tra trong suốt quá trình vụ việc. Ngày 24/11/2016, Australia đã thông báo chấm dứt điều tra vụ việc do thiệt hại đối với ngành sản xuất nội địa của Australia là không đáng kể.

(ii) *Vụ kiện kép chống bán phá giá và chống trợ cấp với mặt hàng nhôm ép (aluminium extrusions)*

Ngày 16/8/2016, Australia đã khởi xướng vụ việc điều tra chống bán phá giá và chống trợ cấp đối với mặt hàng nhôm ép nhập khẩu từ Malaysia và Việt Nam. Đây là vụ kiện chống trợ cấp đầu tiên của Australia đối với hàng xuất khẩu của Việt Nam, liên quan đến một số cáo buộc như: ưu đãi thuế nhập khẩu, thuế thu nhập doanh nghiệp, ưu đãi thuế sử dụng đất phi nông nghiệp.

Cuối tháng 10/2016, Australia đã tiến hành thăm tra tại chỗ một số doanh nghiệp Việt Nam và ngày 17/10/2016, Australia đã ban hành kết luận sơ bộ khẳng định các nhà sản xuất/xuất khẩu của Việt Nam bán phá giá với biên độ từ 8,5% đến 34,2%. Đối với điều tra chống trợ cấp, dự kiến, Australia sẽ ra kết luận điều tra vào tháng 5/2017.

(iii) *Vụ kiện kép chống bán phá giá và chống trợ cấp đối với mặt hàng thép mạ kẽm*

Ngày 07/10/2016, Australia đã ra quyết định khởi xướng điều tra chống bán phá giá và chống trợ cấp đối với mặt hàng thép mạ kẽm nhập khẩu từ Malaysia, Ấn Độ và Việt Nam. Đây là vụ kiện kép và cũng là vụ kiện chống trợ cấp thứ 2 của Australia đối với Việt Nam.

Trong vụ việc này Australia đã khởi xướng 19 chương trình, chính sách của Việt Nam liên quan đến một số nội dung bị cáo buộc như: ưu đãi thuế nhập khẩu, hỗ trợ dự án sản xuất sản phẩm công nghiệp; ưu đãi dựa trên thành tích xuất khẩu; ưu đãi cho doanh nghiệp trong nước; ưu đãi cho doanh nghiệp đầu tư nước ngoài; xúc tiến xuất khẩu; xúc tiến thương mại; ưu đãi tín dụng; hỗ trợ phát triển thương mại miền núi, hải đảo và dân tộc thiểu số; hỗ trợ doanh nghiệp khó khăn do lý do khách quan; ưu đãi đầu tư lĩnh vực khoa học công nghệ; ưu đãi thuế thu nhập doanh nghiệp, ưu đãi thuế sử dụng đất phi nông nghiệp. Ngoài ra, Australia điều tra cả vấn đề tình hình thị trường đặc biệt (giá cả bị kiểm soát bởi Chính phủ) đối với ngành thép mạ kẽm của Việt Nam.

Ngày 28/11/2016, Việt Nam đã gửi Australia Bản trả lời câu hỏi điều tra. Dự kiến, Australia sẽ ra kết luận điều tra vào tháng 6/2017.

1.2. Thị trường Hoa Kỳ

(i) *Hai vụ việc điều tra lần tránh thuế chống bán phá giá và chống trợ cấp với thép mạ (CORE) và thép cán nguội (CR)*

Ngày 07/11/2016, Bộ Thương mại Hoa Kỳ đã khởi xướng điều tra 02 vụ việc lần tránh thuế chống bán phá giá và chống trợ cấp đối với mặt hàng thép mạ và thép cán nguội nhập khẩu từ Việt Nam do nghi ngờ có sự chuyển tải hàng hóa từ Trung Quốc qua Việt Nam để lần tránh thuế. Trước đó, Hoa Kỳ đã ban hành lệnh áp thuế đối với mặt hàng thép mạ của Trung Quốc với mức thuế chống bán phá giá là 199,43% và thuế chống trợ cấp là 241,07%; đối với mặt hàng thép cán nguội với mức thuế chống bán phá giá là 265,79% và thuế chống trợ cấp là 256,44%.

(ii) Vụ việc chống bán phá giá đối với mặt hàng tôm

Ngày 09/9/2016, Hoa Kỳ đã ban hành kết luận sơ bộ rà soát hoàng hôn lần thứ 2 thuế chống bán phá giá tôm. Ngày 09/11/2016, Hoa Kỳ đã ban hành kết luận sơ bộ của đợt rà soát hành chính (POR) thuế chống bán phá giá tôm lần thứ 11 cho giai đoạn từ ngày 01/02/2015 đến ngày 31/01/2016.



Hoa Kỳ sơ bộ xác định: 02 doanh nghiệp bị đơn bắt buộc có mức xuất khẩu lớn nhất sang Hoa Kỳ trong giai đoạn rà soát (không kể Công ty cổ phần Tập đoàn Thủy sản Minh Phú đã được loại khỏi vụ việc) và 51 doanh nghiệp khác có yêu cầu rà soát nhưng không trả lời tất cả các câu hỏi sẽ bị áp mức thuế suất toàn quốc là 25,76%. Còn các thuế suất riêng rẽ cho 12 doanh nghiệp bị đơn tự nguyện hợp tác đầy đủ là mức thuế suất riêng rẽ được tính toán gần nhất, tức là mức 4,78% trong POR10.

(iii) Vụ việc chống bán phá giá đối với sản phẩm cá tra-basa

Ngày 29/3/2016, Hoa Kỳ đã ban hành kết luận cuối cùng đợt rà soát hành chính lần thứ 11 (từ 01/8/2013 đến 31/7/2014). Theo đó, mức thuế chống bán phá giá đối với các doanh nghiệp bị đơn của Việt Nam như sau: 02 doanh nghiệp bị đơn bắt buộc: 0,41 USD/kg và 0,97 USD/kg; doanh nghiệp bị đơn tự nguyện (14 doanh nghiệp): 0,69 USD/kg; mức thuế suất toàn quốc: 2,39 USD/kg.

1.3. Thị trường Argentina - vụ việc điều tra chống bán phá giá đối với gạch ốp lát

Ngày 18/8/2016, Argentina đã khởi xướng điều tra chống bán phá giá đối với mặt hàng gạch ốp lát nhập khẩu từ Việt Nam. Hiện nay, vụ việc đang trong giai đoạn điều tra.

1.4. Thị trường Thổ Nhĩ Kỳ - vụ việc điều tra chống bán phá giá sản phẩm sợi polyester

Ngày 15/5/2015, Thổ Nhĩ Kỳ đã đăng Công báo khởi xướng điều tra chống bán phá giá sản phẩm sợi polyester nhập khẩu từ Việt Nam và Thái Lan. Theo số liệu hải quan của Việt Nam, trị giá xuất khẩu mặt hàng bị điều tra từ Việt Nam sang Thổ Nhĩ Kỳ trong 3 năm trở lại đây tương đối lớn (170 đến 180 triệu USD, riêng trong năm 2014 - giai đoạn điều tra bán phá giá, con số này là 181 triệu USD), chiếm khoảng 20% tổng thị phần nhập khẩu sản phẩm bị điều tra vào Thổ Nhĩ Kỳ.

Ngày 8/9/2016, Thổ Nhĩ Kỳ đã tổ chức phiên điều trần công khai, đại diện Chính phủ Việt Nam và doanh nghiệp đã tham gia phát biểu ý kiến. Ngày 14/11/2016, Thổ Nhĩ Kỳ đã ban hành quyết định cuối cùng quyết định áp dụng

mức thuế chống bán phá giá đối với các doanh nghiệp Việt Nam là 34,81%-72,56 %; Thái Lan là 6,88%-37,69%.

1.5. Thị trường Ấn Độ - vụ việc điều tra chống bán phá giá với sản phẩm sợi spandex

Ngày 27/01/2016, Ấn Độ thông báo khởi xướng điều tra chống bán phá giá đối với sản phẩm sợi spandex. Trước đó, năm 2014, Ấn Độ đã khởi xướng điều tra tự vệ với cùng sản phẩm, tuy nhiên, vụ việc sau đó đã chấm dứt do không xác định được thiệt hại của ngành sản xuất nội địa.

Ngày 04/10/2016, Ấn Độ đã tổ chức phiên điều trần công khai, đại diện Chính phủ Việt Nam và doanh nghiệp đã tham gia phát biểu ý kiến. Dự kiến vụ việc sẽ ra kết luận cuối cùng trong đầu năm 2017.

1.6. Thị trường Brazil - vụ việc điều tra chống lẩn tránh thuế đối với sản phẩm sợi nilon

Ngày 11/7/2016, Brazil đã thông báo về việc tiến hành điều tra nguồn gốc xuất xứ đối với mặt hàng sợi nilon nhập khẩu từ Việt Nam. Cơ quan điều tra đã tiến hành thẩm tra tại chỗ doanh nghiệp và vụ việc đang trong giai đoạn chờ ra kết luận.

2. Các vụ việc giải quyết tranh chấp tại WTO

2.1. Vụ việc DS429 - Việt Nam kiện Hoa Kỳ liên quan đến các biện pháp chống bán phá giá áp dụng với tôm xuất khẩu của Việt Nam

Ngày 17/11/2014, Tổ chức Thương mại thế giới (WTO) chính thức công bố các phán quyết cuối cùng của Ban Hội thẩm (Panel) đối với các khiếu kiện của Việt Nam liên quan đến việc Hoa Kỳ áp thuế chống bán phá giá đối với mặt hàng tôm nước ấm đông lạnh của Việt Nam (vụ kiện tôm DS429). Ban hội thẩm đã ra phán quyết ủng hộ 2 trong 3 vấn đề chính mà Việt Nam đưa ra, đồng thời khuyến nghị Chính phủ Hoa Kỳ điều chỉnh các quy định phù hợp với Hiệp định chống bán phá giá của WTO cũng như Hiệp định chung về thuế quan và thương mại (GATT 1994). Theo Ban Hội thẩm, việc Hoa Kỳ sử dụng phương pháp zeroing trong vụ tôm xuất khẩu của Việt Nam là không phù hợp với quy định của WTO, do đó Hoa Kỳ không được tiếp tục áp dụng phương pháp này.

Ngày 18/7/2016, Bộ Công Thương Việt Nam đã ký thỏa thuận với Bộ Thương mại Hoa Kỳ và Đại diện Thương mại Hoa Kỳ (USTR). Theo đó, Hoa Kỳ đã ban hành kết luận sơ bộ điều chỉnh lại biên độ bán phá giá của Công ty cổ phần Tập đoàn Thủy sản Minh Phú (Minh Phú) là 0% và xem xét dỡ bỏ lệnh áp thuế chống bán phá giá cho Minh Phú. Với kết quả này, Minh Phú - nhà xuất khẩu tôm lớn nhất của Việt Nam, đã được đưa ra khỏi diện áp thuế chống bán phá giá khi xuất khẩu tôm vào thị trường Hoa Kỳ. Không những thế, một phần thuế chống bán phá giá mà Minh Phú đã tạm nộp (đặt cọc) trong những năm trước đây sẽ được hoàn lại cho Minh Phú, dự kiến lên tới nhiều triệu đô-la Mỹ.

2.2. DS496 - Việt Nam kiện Indonesia liên quan đến biện pháp tự vệ áp dụng với tôm lạnh

Ngày 17/9/2015, Việt Nam đã gửi yêu cầu thành lập Ban hội thẩm lên Cơ quan giải quyết tranh chấp WTO sau khi tham vấn không thành công với Indonesia. Các nội dung khiếu kiện của Việt Nam bao gồm: (i) Indonesia không chứng minh được có sự gia tăng đột biến về lượng hàng nhập khẩu do những diễn biến không lường trước được; (ii) Indonesia không tuân thủ về trình tự, thủ tục liên quan tới quyền được thông tin và tham vấn trong quá trình tiến hành điều tra vụ việc; thủ tục điều tra không đảm bảo đủ sự minh bạch và hợp lý; và (iii) Indonesia không tuân thủ đúng yêu cầu và điều kiện về việc chứng minh ngành sản xuất nội địa bị đe dọa gây ra thiệt hại nghiêm trọng cũng như không chứng minh được mối quan hệ nhân quả giữa việc nhập khẩu và đe dọa thiệt hại.



Ngày 28/10/2015, Ban Hội thẩm đã được thành lập. Phía Việt Nam đã tích cực phối hợp với Luật sư và các bên có liên quan nghiên cứu, soạn thảo Bản đề trình và tham gia phát biểu tại phiên tranh tụng lần thứ nhất và phiên thứ hai của Ban Hội thẩm diễn ra vào tháng 10/2016 và tháng 12/2016.

II. 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

1. Rà soát hành chính lần thứ nhất biện pháp chống bán phá giá thép không gỉ cán nguội (AR01.AD01)

Ngày 05/9/2014, Bộ trưởng Bộ Công Thương ban hành Quyết định số 7896/QĐ-BCT về việc áp dụng biện pháp chống bán phá giá đối với sản phẩm thép không gỉ cán nguội (thép inox) nhập khẩu từ Trung Quốc, Indonesia, Malaysia và Lãnh thổ Đài Loan. Sau một năm áp thuế, trên cơ sở đề nghị của các nhà sản xuất thép inox trong nước, ngày 21/10/2015, Bộ Công Thương ban hành Quyết định số 11353/QĐ-BCT về việc rà soát thuế chống bán phá giá.

Sau khi tổng hợp thông tin và tính toán, phân tích các chỉ số, ngày 29/4/2016, Bộ Công Thương ban hành Quyết định số 1656/QĐ-BCT về kết quả rà soát lần thứ nhất. Theo đó, mức thuế chống bán phá giá mới đã tăng lên đáng kể như sau: Trung Quốc, từ mức 4,64%-6,87% lên 25,35% (riêng công ty Tisco được hưởng mức thuế 17,47%), Indonesia tăng từ 3,07% lên 13,03%, riêng Malaysia giảm từ 10,71% xuống 9,55%.

2. Điều tra chống bán phá giá đối với mặt hàng tôn mạ kẽm (AD02)

Ngày 03/3/2016, 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 thép mạ nhập khẩu vào Việt Nam từ Trung Quốc (bao gồm Hồng Kông) và Hàn Quốc.

Ngày 01/9/2016, Bộ Công Thương ban hành Quyết định số 3584/QĐ-BCT về việc áp dụng biện pháp chống bán phá giá tạm thời sản phẩm thép mạ nhập khẩu vào Việt Nam. Theo đó, mức thuế chống bán phá giá tạm thời đối với sản phẩm thép mạ có xuất xứ từ Trung Quốc dao động từ 4,02%-38,34%, còn Hàn Quốc từ 12,40%-19,00%. Hiện nay vụ việc vẫn đang trong quá trình điều tra và dự kiến sẽ kết thúc vào tháng 3/2017.

3. Điều tra chống bán phá giá đối với mặt hàng thép hình chữ H (AD03)

Ngày 05/10/2016, Bộ Công Thương đã ban hành Quyết định số 3993/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 HS 7216.33.00, 7228.70.10 và 7228.70.90 có xuất xứ từ Trung Quốc (bao gồm Hồng Kông).

Hiện nay vụ việc vẫn đang được tiến hành điều tra và dự kiến Cơ quan điều tra sẽ thông báo kết luận sơ bộ vào tháng 3/2017.

4. Kết thúc điều tra tự vệ đối với bột ngọt (SG03)

Ngày 01/9/2015, Bộ Công Thương ban hành Quyết định số 9269/QĐ-BCT về việc điều tra áp dụng biện pháp tự vệ toàn cầu đối với mặt hàng bột ngọt nhập khẩu (còn gọi là mỳ chính).

Ngày 10/3/2016, Bộ trưởng Bộ Công Thương ban hành Quyết định số 920/QĐ-BCT áp dụng biện pháp tự vệ toàn cầu đối với sản phẩm bột ngọt. Theo đó, mức thuế tự vệ chính thức đối với bột ngọt cụ thể như sau:

Thời gian có hiệu lực	Mức thuế tự vệ
25/3/2016 - 24/3/2017	4.390.999 đồng/tấn
25/3/2017 - 24/3/2018	3.951.899 đồng/tấn
25/3/2018 - 24/3/2019	3.556.710 đồng/tấn
25/3/2019 - 24/3/2020	3.201.039 đồng/tấn
Từ ngày 25/3/2020 trở đi	0 đồng/tấn (nếu không gia hạn áp dụng biện pháp tự vệ)

Nguồn: Bộ Công Thương

5. Kết thúc điều tra tự vệ đối với phôi thép và thép dài (SG04)

Ngày 25/12/2015, Bộ Công Thương đã ban hành Quyết định số 14296/QĐ-BCT về việc điều tra áp dụng biện pháp tự vệ đối với mặt hàng phôi thép và thép dài. Sản phẩm bị điều tra để áp dụng biện pháp tự vệ bao gồm phôi thép (dùng để sản xuất thép) và thép dài (bao gồm thép thanh, thép que và thép dây) chủ yếu dùng trong lĩnh vực xây dựng.



Ngày 18/7/2016, Bộ Công Thương đã ban hành Quyết định số 2968/QĐ-BCT về việc áp dụng biện pháp tự vệ chính thức. Theo Quyết định này, mức thuế tự vệ chính thức đối với phôi thép được giữ nguyên ở mức 23,3%, đối với thép dài tăng nhẹ từ 14,2% lên 15,4% so với mức thuế tự vệ tạm thời theo Quyết định số 862/QĐ-BCT ngày 07/3/2016 về việc áp dụng biện pháp tự vệ tạm thời đối với sản phẩm phôi thép và thép dài nhập khẩu vào Việt Nam. Theo đó, mức thuế tự vệ chính thức đối với các mặt hàng trên như sau:

Thời gian có hiệu lực	Thuế phôi thép	Thuế thép dài
Từ ngày 22/3/2016 (ngày Quyết định áp dụng biện pháp tạm thời có hiệu lực) đến ngày 01/8/2016	23,3% (mức thuế tự vệ tạm thời)	14,2% (mức thuế tự vệ tạm thời)
Từ ngày 02/8/2016 (ngày Quyết định áp dụng biện pháp chính thức có hiệu lực) đến ngày 21/3/2017	23,3% (mức thuế tự vệ chính thức)	15,4% (mức thuế tự vệ chính thức)
Từ ngày 22/3/2017 đến ngày 21/3/2018	21,3%	13,9%
Từ ngày 22/3/2018 đến ngày 21/3/2019	19,3%	12,4%
Từ ngày 22/3/2019 đến ngày 21/3/2020	17,3%	10,9%
Từ ngày 22/3/2020 trở đi	0% (nếu không gia hạn)	0% (nếu không gia hạn)

Nguồn: Bộ Công Thương

6. Điều tra tự vệ đối với sản phẩm tôn màu (SG05)

Ngày 06/7/2016, 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.

Hiện nay, vụ việc vẫn đang được tiến hành điều tra và dự kiến sẽ kết thúc vào tháng 3/2017.



H. KẾT LUẬN

Năm 2016, tuy kinh tế thế giới và trong nước gặp nhiều khó khăn, thách thức nhưng hoạt động xuất khẩu vẫn đạt kết quả cao, tăng trưởng cả về quy mô xuất khẩu và tốc độ tăng so với năm trước. Tổng kim ngạch xuất nhập khẩu đã vượt mức 350 tỷ USD. Xuất siêu giúp nâng cao dự trữ ngoại hối, góp phần ổn định tỷ giá và ổn định kinh tế vĩ mô.

Tăng trưởng xuất khẩu đạt được ở hầu hết các mặt hàng xuất khẩu chủ lực. Năm 2016, cả nước có 24 nhóm hàng có kim ngạch xuất khẩu đạt trên 1 tỷ USD; có 25 tỉnh, thành phố có kim ngạch xuất khẩu trên địa bàn đạt trên 1 tỷ USD. Số thị trường đạt kim ngạch xuất khẩu trên 1 tỷ USD là 28 thị trường. Xuất khẩu của Việt Nam sang các thị trường chính như EU, Nhật Bản, Hoa Kỳ tiếp tục được giữ vững và tăng trưởng. Xuất khẩu sang Liên bang Nga, Trung Quốc tăng cao so với năm 2015, trong khi xuất khẩu sang ASEAN sụt giảm.

Cơ cấu các nhóm hàng xuất khẩu của Việt Nam có những chuyển dịch tích cực, phù hợp với lộ trình thực hiện mục tiêu của Chiến lược phát triển xuất nhập khẩu hàng hóa thời kỳ 2011-2020, định hướng đến năm 2030, với tỷ trọng nhóm hàng công nghiệp chế biến đạt cao nhất (80,3%), theo sau lần lượt là nhóm hàng nông sản, thủy sản và nhóm hàng nhiên liệu, khoáng sản.

Năm 2016 cũng là năm triển khai nhiều hoạt động tích cực trong công tác hội nhập kinh tế quốc tế, phát triển thị trường, xúc tiến thương mại nhằm mở rộng thị trường thúc đẩy xuất khẩu. Việt Nam tiếp tục đàm phán các Hiệp định FTA với nhiều đối tác quan trọng đồng thời chú trọng tăng cường hợp tác trong ASEAN, APEC và các tổ chức quốc tế khác.

Chỉ tiêu xuất nhập khẩu năm 2017 được Quốc hội Khóa XIV thông qua tại Nghị quyết về kế hoạch phát triển kinh tế - xã hội 2017 là tổng kim ngạch xuất khẩu tăng khoảng 6-7%; tỷ lệ nhập siêu so với tổng kim ngạch xuất khẩu khoảng 3,5%. Dự báo này là thách thức lớn, đòi hỏi nỗ lực, cố gắng của cộng đồng doanh nghiệp, các Hiệp hội ngành hàng, sự quan tâm, chỉ đạo sát sao, kịp thời của các cơ quan quản lý nhà nước đối với công tác xuất nhập khẩu.

**PHỤ LỤC 1:
DANH BẠ DOANH NGHIỆP XUẤT KHẨU
UY TÍN NĂM 2015**

STT	Tên Doanh nghiệp	Địa chỉ	Mặt hàng
1	Công ty TNHH Dakman Việt Nam	Km07, quốc lộ 26, TP. Buôn Ma Thuột, tỉnh Đắk Lắk Website: www.dakmancoffee.com	Cà phê
2	Công ty CP Intimex Đắk Nông	Lô CN1, KCN Tâm Thắng, Cư Jút, tỉnh Đắk Nông	Cà phê
3	Tổng công ty Tín Nghĩa	96 đường Hà Huy Giáp, phường Quyết Thắng, TP. Biên Hòa, tỉnh Đồng Nai Website: www.tinnghiacorp.com	Cà phê
4	Công ty TNHH Vĩnh Hiệp	404 Lê Duẩn, phường Thắng Lợi, TP. Pleiku, tỉnh Gia Lai Website: www.vinhhiepgl.com	Cà phê
5	Công ty TNHH Louis Dreyfus Commodities	Lô A11 KCN Trà Đa, TP. Pleiku, tỉnh Gia Lai Website: www.ldcommodities.com	Cà phê
6	Công ty TNHH Xuất nhập khẩu Hoa Trang Gia Lai	596 Trường Chinh, phường Chi Lăng, TP. Pleiku, tỉnh Gia Lai	Cà phê
7	Công ty TNHH Trung Hiếu	151 Phạm Văn Đồng, TP. Pleiku, tỉnh Gia Lai	Cà phê
8	Công ty CP Xuất nhập khẩu cà phê Intimex Nha Trang	38B Nguyễn Biểu, phường Vĩnh Hải, TP. Nha Trang, tỉnh Khánh Hòa Website: http://www.intimexnhatrang.com/	Cà phê
9	Công ty CP Intimex Mỹ Phước	Lô D-8E-CN, KCN Hoa Kỳ Phước 3, phường Thới Hòa, thị xã Bến Cát, Bình Dương Website: www.intimexmp.com	Cà phê
10	Công ty CP ĐTK	Số 11 ngõ 74 đường Trường Chinh, phường Phương Mai, Đống Đa, Hà Nội Website: http://dtk.com.vn/	Cà phê

PHỤ LỤC

11	Công ty CP Dịch vụ Phú Nhuận	78A Nguyễn Văn Trỗi, quận Phú Nhuận, TP. Hồ Chí Minh Website: www.maseco.com.vn	Cà phê
12	Công ty TNHH Thương phẩm Atlantic Việt Nam	KCN Lộc Sơn, TP. Bảo Lộc, Lâm Đồng Website: www.ecomtrading.com	Cà phê
13	Công ty TNHH MTV Cà phê Phước An	Km 26, quốc lộ 26, xã EaYông, huyện Krông Pắc, tỉnh Đắk Lắk Website: www.phuocancoffee.com.vn	Cà phê
14	Công ty TNHH Minh Huy	Quốc lộ 1, phường Xuân Bình, thị xã Long Khánh, tỉnh Đồng Nai	Cà phê, hạt điều
15	Công ty TNHH MTV Xuất nhập khẩu 2-9 Đắk Lắk	23 Ngô Quyền, TP. Buôn Ma Thuột, tỉnh Đắk Lắk Website: www.simexcodl.com.vn	Cà phê; Hạt tiêu
16	Công ty CP Phúc Sinh	Tầng lửng, cao ốc H3, 384 Hoàng Diệu, phường 6, quận 3, TP. Hồ Chí Minh Website: www.phucsinh.com	Cà phê; Hạt tiêu
17	Công ty CP Á Châu Tài Nguyên	37 Hoàng Văn Thụ, Phường 15, quận Phú Nhuận, TP. Hồ Chí Minh Website: http://www.asiacommodities.com.vn/	Cao su
18	Công ty TNHH MTV Cao su Bình Long	Quốc lộ 13, Phường Hưng Chiến, Thị xã Bình Long, tỉnh Bình Phước Website: www.binhlongrubber.vn	Cao su
19	Công ty CP Xuất nhập khẩu Tổng hợp Bình Phước	Đường Hùng Vương, Phường Tân Bình, Thị xã Đồng Xoài, Tỉnh Bình Phước	Cao su
20	Công ty TNHH MTV Cao su Chư Păh	01 Nguyễn Thị Minh Khai, thị trấn Phú Hòa, huyện Chư Păh, tỉnh Gia Lai Website: www.chupaco.com.vn	Cao su
21	Công ty TNHH MTV Cao su Dầu Tiếng	Khu phố 2, thị trấn Dầu Tiếng, huyện Dầu Tiếng, tỉnh Bình Dương Website: http://www.caosudautieng.com.vn	Cao su

PHỤ LỤC

22	Công ty TNHH MTV Tổng Công ty Cao su Đồng Nai	Xã Xuân Lập, thị xã Long Khánh, tỉnh Đồng Nai Website: www.donaruco.vn	Cao su
23	Công ty TNHH Cao su Đông Nam Á	135/24-135/26 Nguyễn Hữu Cảnh, phường 22, quận Bình Thạnh, TP. Hồ Chí Minh Website: http://aseanrubber.com.vn/?lang=vi	Cao su
24	Công ty CP Cao su Đồng Phú	Xã Thuận Phú, huyện Đồng Phú, tỉnh Bình Phước Website: http://doruco.com.vn/	Cao su
25	Công ty TNHH SX và TM Hoa Sen Vàng	174/13 Điện Biên Phủ, Phường 17, quận Bình Thạnh, TP. Hồ Chí Minh Website: www.lotus.com.vn	Cao su
26	Công ty TNHH Thương mại Hòa Thuận	266 Cô Bắc, phường Cô Giang, quận 1, TP. Hồ Chí Minh Website: www.hoathuanrubber.com	Cao su
27	Công ty TNHH Thương mại Hoàng Dũng	737 Lê Hồng Phong, phường 12, quận 10, TP. Hồ Chí Minh Website: www.hoangdung.com.vn	Cao su
28	Công ty TNHH MTV Huy và Anh em	258/1 Điện Biên Phủ, phường 7, quận 3, TP. Hồ Chí Minh Website: www.huybrothers.com	Cao su
29	Công ty TNHH Sản xuất Cao su Liên Anh	266 đường 30/4, phường 2, TP. Tây Ninh, tỉnh Tây Ninh Website: http://lienanhrubber.com/tv/lien-he.html	Cao su
30	Công ty TNHH Thương mại và Dịch vụ Lưu Gia	62/8 Ngô Tất Tố, phường 19, quận Bình Thành, TP. Hồ Chí Minh	Cao su
31	Công ty TNHH SX TM DV Nam Cường	219/2 khu phố 1B, phường An Phú, thị xã Thuận An, tỉnh Bình Dương Website: www.nacol.com.vn	Cao su
32	Công ty TNHH SX TM Nhật Nam	Thửa đất số 362, tờ bản đồ 42, ấp Bàu Bàng, xã Lai Uyên, huyện Bàu Bàng, tỉnh Bình Dương	Cao su
33	Công ty TNHH MTV Cao su Phú Riềng	Xã Phú Riềng, huyện Phú Riềng, tỉnh Bình Phước Website: www.phuriengrubber.vn	Cao su

PHỤ LỤC

34	Công ty CP Cao su Phước Hòa	xã Phước Hòa, huyện Phú Giáo, tỉnh Bình Dương Website: http://phr.vn/	Cao su
35	Công ty TNHH R1 International (VN)	Tầng 9, Zen Plaza, 54-56 Nguyễn Trãi, phường Bến Thành, quận 1, TP. Hồ Chí Minh Website: www.rlintertional.com	Cao su
36	Tập đoàn Công nghiệp Cao su Việt Nam	236 Nam Kỳ Khởi Nghĩa, quận 3, TP. Hồ Chí Minh Website: www.rubbergroup.vn	Cao su
37	Công ty TNHH MTV Cao su Thống Nhất	06 Nguyễn Trọng Quyền, phường Tân Thới Hòa, quận Tân Phú, TP. Hồ Chí Minh Website: www.ruthimex.com.vn	Cao su
38	Công ty TNHH Công nghiệp Vạn Xuân	171-175 Hàm Nghi, phường Nguyễn Thái Bình, quận 1, TP. Hồ Chí Minh Website: www.varuco.com.vn	Cao su
39	Công ty CP Cao su Việt Phú Thịnh	125/11 Nguyễn Cửu Vân, phường 17, quận Bình Thạnh, TP. Hồ Chí Minh Website: www.viruco.com	Cao su
40	Công ty TNHH Cao su Thuận Lợi	Thôn Thuận Hòa, xã Thuận Lợi, huyện Đồng Phú, tỉnh Bình Phước Website: http://thuanloirubber.com/vi/	Cao su
41	Công ty CP Cao su Đà Nẵng	Lô G, đường Tạ Quang Bửu, phường Hòa Hiệp Bắc, quận Liên Chiểu, TP. Đà Nẵng Website: http://drc.com.vn/	Cao su
42	Công ty TNHH MTV Cao su Bà Rịa	Quốc lộ 56, xã Bình Ba, huyện Châu Đức, tỉnh Bà Rịa - Vũng Tàu Website: http://baruco.com.vn/	Cao su
43	Công ty TNHH Vạn Lợi		Cao su
44	Công ty TNHH MTV Lợi Lợi	KCN Hòa Bình, TP. Kon Tum, tỉnh Kon Tum	Cao su
45	Công ty CP Công nghiệp cao su miền Nam	180 Nguyễn Thị Minh Khai, P.06, Q.3, TP.HCM Website: www.casumina.com.vn	Cao su

PHỤ LỤC

46	Công ty TNHH Phát triển PTN	19 Phan Kế Bính, P. Đa Kao, Q.1, TP. HCM	Cao su
47	Công ty TNHH Trục chà lúa Tân lúa Vàng	C22-C24 đường số 6 -KCN Lê Minh Xuân - X. Tân Nhựt, H. Bình Chánh, TP. HCM Website: www.luavang.com	Cao su
48	Công ty CP XNK Petrolimex	54-56 đường Bùi Hữu Nghĩa, phường 5, quận 5, TP. Hồ Chí Minh Website: www.pitco.com.vn	Cao su; Hạt tiêu
49	Công ty CP chè Chiềng Ve	Tiểu khu 5, xã Chiềng Sơn, huyện Mộc Châu, tỉnh Sơn La	Chè các loại
50	Công ty CP chè Cờ Đỏ Mộc Châu	Tiểu khu Cờ Đỏ, thị trấn nông trường Mộc Châu, huyện Mộc Châu, tỉnh Sơn La	Chè các loại
51	Công ty TNHH phát triển công nghệ và TM Tôn Vinh	Nhà số 6, ngách 575/10 đường Kim Mã, phường Ngọc Khánh, quận Ba Đình, Hà Nội Website: www.chetonvinh.com	Chè các loại
52	Công ty CP Tân Phong	Khu 15, TT Hùng Sơn, H. Lâm Thao, T. Phú Thọ Website: www.webmail.tanphongtea.com.vn	Chè các loại
53	Công ty TNHH TM Hùng Cường	Km17 xã Đạo Đức, huyện Vị Xuyên, tỉnh Hà Giang Website: www.hungcuongtea.com	Chè các loại
54	Công ty TNHH Phong Giang	Thôn 13 xã Lộc Thành, huyện Bảo Lâm, tỉnh Lâm Đồng	Chè các loại
55	Công ty CP chè Hà Tĩnh	166 Hà Huy Tập, TP. Hà Tĩnh, tỉnh Hà Tĩnh Website: www.hatinhtea.com.vn	Chè các loại
56	Công ty CP chè Tân Trào	Tổ nhân dân Tân Phú, thị trấn Sơn Dương, huyện Sơn Dương, tỉnh Tuyên Quang	Chè các loại
57	Tổng công ty chè Việt Nam - Công ty CP	92 Võ Thị Sáu, P. Thanh Nhàn, Q. Hai Bà Trưng, HN Website: http://vinatea.com.vn/	Chè các loại
58	Công ty CP Chè Lâm Đồng	1 Quang Trung, phường 2, TP. Bảo Lộc, tỉnh Lâm Đồng Website: http://ladotea.com.vn/	Chè các loại

PHỤ LỤC

59	Tổng Công ty Vật tư Nông nghiệp - Công ty TNHH Một thành viên	164 Trần Quang Khải, phường Lý Thái Tổ, quận Hoàn Kiếm, Hà Nội Website: http://vigecam.vn/	Chè các loại
60	Công ty TNHH Thế hệ mới Vĩnh Phúc	Thôn Hợp Thịnh, xã Hợp Thịnh, Tam Dương, Vĩnh Phúc	Chè các loại
61	Công ty CP Cấp điện và Hệ thống LS - Vina	Đường dẫn nam cầu Bính, phường Sở Dầu, quận Hồng Bàng, Hải Phòng Website: www.lsvinacns.vn	Dây điện và cáp điện
62	Công ty CP Dây cáp điện Việt Nam CADIVI	70-72 Nam Kỳ Khởi Nghĩa, phường Nguyễn Thái Bình, quận 1, TP. Hồ Chí Minh Website: www.cadivi.vn	Dây điện và cáp điện
63	Công ty CP Địa ốc và Cấp điện Thịnh Phát	144A Hồ Học Lãm, phường An Lạc, quận Bình Tân, TP. Hồ Chí Minh Website: www.thiphacable.com	Dây điện và cáp điện
64	Tổng Công ty CP Dệt may Hòa Thọ	36 Ông Ích Đường, phường Hòa Thuận Đông, quận Cẩm Lệ, TP. Đà Nẵng Website: www.hoatho.com.vn	Dệt may
65	Công ty CP Dệt may 29/3	60 Mẹ Nhu, phường Thanh Khê Tây, quận Thanh Khê, TP. Đà Nẵng Website: www.hachiba.com.vn	Dệt may
66	Công ty CP may Bình Thuận - Nhà Bè	204 Thống Nhất, phường Tân Thiện, thị xã Lagi, tỉnh Bình Thuận Website: www.binhthuannhabe.com	Dệt may
67	Công ty TNHH may Phú Long	Khu phố Phú Trường, thị trấn Phú Long, huyện Hàm Thuận Bắc, tỉnh Bình Thuận	Dệt may
68	Công ty CP - Tổng công ty May Bắc Giang	349 đường Giáp Hải, Đình Kế, TP. Bắc Giang, tỉnh Bắc Giang Website: www.bgg.vn	Dệt may
69	Công ty CP may xuất khẩu Hà Bắc	Đình Trám, Hồng Thái, Việt Yên, Bắc Giang Website: www.garcohabac.com	Dệt may

PHỤ LỤC

70	Công ty TNHH SX hàng may mặc Esquel Việt Nam - Hòa Bình	KCN Lương Sơn, xã Hòa Sơn, huyện Lương Sơn, tỉnh Hòa Bình	Dệt may
71	Công ty CP Tổng công ty May Đồng Nai	Đường số 2, KCN Biên Hòa I, Biên Hòa, Đồng Nai. Website: www.donagamex.com.vn	Dệt may
72	Công ty CP Sợi Phú Bài	KCN Phú Bài, phường Phú Bài, thị xã Hương Thủy, tỉnh Thừa Thiên Huế Website: www.phubaispinning.com	Dệt may
73	Công ty TNHH Hanesbrands Việt Nam Huế	Lô C2-6 và C2-7 KCN Phú Bài, thị xã Hương Thủy, tỉnh Thừa Thiên Huế	Dệt may
74	Công ty TNHH K+K Fashion	Cụm CN Ngọc Hòa, thôn Ngọc Giã, xã Ngọc Hòa, huyện Chương Hoa Kỳ, TP. Hà Nội	Dệt may
75	Công ty TNHH MTV Dệt kim Đông Xuân	524 Minh Khai, quận Hai Bà Trưng, Hà Nội Website: www.doximex.com.vn	Dệt may
76	Công ty CP may Sơn Hà	208 Lê Lợi, Sơn Tây, TP. Hà Nội Website: www.sonhagmt.com.vn	Dệt may
77	Công ty TNHH MTV Ngọc Việt	Thị trấn Vân Đình, huyện Ứng Hòa, TP. Hà Nội	Dệt may
78	Công ty TNHH Brotex	lô 34-6, đường D11, KCN Phước Đông, Huyện Gò Dầu, tỉnh Tây Ninh Website: www.bros.com.cn	Dệt may
79	Công ty CP Đầu tư và Thương mại TNG	Số 434/1, đường Bắc Cạn, P. Hoàng Văn Thụ, TP. Thái Nguyên, T. Thái Nguyên Website: www.tng.vn	Dệt may
80	Công ty TNHH May Tinh Lợi	KCN Nam Sách, P. Ái Quốc, TP. Hải Dương, Tỉnh Hải Dương	Dệt may
81	Công ty TNHH MTV Tổng Công ty 28	03 Nguyễn Oanh, phường 10, quận Gò Vấp, TP. Hồ Chí Minh Website: www.agtex.com.vn	Dệt may
82	Tổng công ty may Nhà Bè - Công ty CP	Số 4, Bến Nghé, P. Tân Thuận Đông, Q.7, TP. HCM Website: www.nhabe.com.vn	Dệt may

PHỤ LỤC

83	Công ty CP An Hưng	Số 231 Nguyễn Tất Thành, Phường 8, TP. Tuy Hòa, Phú Yên Website: http://anhuco.com/	Dệt may
84	Công ty TNHH TAV	KCN Nguyễn Đức Cảnh, TP. Thái Bình, tỉnh Thái Bình Website: http://talapparel.com/	Dệt may
85	Công ty CP Dệt sợi Đam San	Lô A4, đường Bùi Viện, KCN. Nguyễn Đức Cảnh, TP. Thái Bình Website: http://damsanjsc.vn/	Dệt may
86	Công ty CP May 2	số 216, Trần Thành Ngọ, Q. Kiến An, Hải Phòng Website: www.mayhai.com	Dệt may
87	Công ty TNHH TM Sao Mai	Khu dân cư Bình Minh, TT. Vĩnh Bảo, H. Vĩnh Bảo, TP. Hải Phòng Website: www.saomaitrading.com.vn	Dệt may
88	Công ty CP May mặc Bình Dương	Số 7/128 Khu phố Bình Đức 1, phường Bình Hòa, thị xã Thuận An, tỉnh Bình Dương Website: www.protradegarment.com	Dệt may
89	Công ty CP Đầu tư An Phát	Cụm CN Tam Quan, Thị trấn Tam Quan, huyện Hoài Nhơn, tỉnh Bình Định Website: www.apicvietnam.com	Dệt may
90	Công ty CP may Tiền Tiến	234 Khu phố 6, phường 9, TP. Hoa Kỳ Tho, tỉnh Tiền Giang Website: www.tientien.com.vn	Dệt may
91	Công ty CP Tex-Giang	Lô BII-8 đường 3, KCN Tân Hưng, huyện Châu Thành, tỉnh Tiền Giang	Dệt may
92	Công ty CP Tiên Hưng	Thị trấn Vương, huyện Tiên Lữ, tỉnh Hưng Yên	Dệt may
93	Công ty CP may và dịch vụ Hưng Long	Km 24, Quốc lộ 5A, Dị Sử, Hoa Kỳ Hào, Hưng Yên	Dệt may
94	Công ty CP May Bình Minh	440 Nơ Trang Long, phường 13, Q. Bình Thạnh, TP.HCM	Dệt may
95	Tổng Công ty May 10 - Công ty Cổ phần	765A đường Nguyễn Văn Linh, phường Sài Đồng, quận Long Biên, Hà Nội Website: www.garco10.vn	Dệt may

PHỤ LỤC

96	Công ty CP Đồng Tiến	Số 10 Phan Trung, Tân Tiến, Biên Hòa, Đồng Nai Website: www.dovitec.com.vn	Dệt may
97	Công ty CP May Hồ Gươm	201 đường Trương Định, quận Hoàng Mai, Hà Nội Website: http://mayhoguom.com. vn/	Dệt may
98	Công ty CP May Sông Hồng	Số 105 Nguyễn Đức Thuận, phường Thống Nhất, TP. Nam Định, tỉnh Nam Định Website: http://songhong.vn/	Dệt may
99	Tổng Công ty CP May Việt Tiến	07 Lê Minh Xuân, phường 7, quận Tân Bình, TP. Hồ Chí Minh Website: www.viettien.com.vn	Dệt may
100	Công ty CP Dệt may Đầu tư Thương mại Thành Công	36 Tây Thạnh, phường Tây Thạnh, quận Tân Phú, TP. Hồ Chí Minh Website: www.thanhcong.com.vn	Dệt may
101	Công ty CP Dệt 10/10	Số 9/253 Minh Khai, Hai Bà Trưng, Hà Nội Website: www.det10-10.vn	Dệt may
102	Công ty TNHH HNT VINA	KCN Lương Sơn, Km 36, quốc lộ 6, xã Hòa Sơn, huyện Lương Sơn, tỉnh Hòa Bình Website: www.hntelec.com	Điện thoại các loại và linh kiện
103	Công ty CP Dược Danapha	253 Dũng Sĩ Thanh Khê, quận Thanh Khê, TP. Đà Nẵng Website: www.danapha.com	Dược và thiết bị y tế
104	Công ty TNHH B.Braun Việt Nam	Cụm CN Thanh Oai, huyện Thanh Oai, TP. Hà Nội Website: www.bbraun.com	Dược và thiết bị y tế
105	Công ty CP Dược Hậu Giang	288 Bis Nguyễn Văn Cừ, phường An Hòa, quận Ninh Kiều, TP. Cần Thơ Website: www.dhgpharma.com	Dược và thiết bị y tế
106	Công ty CP Dược - TTBYT Bình Định	498 Nguyễn Thái Học, phường Quang Trung, TP. Quy Nhơn, tỉnh Bình Định Website: www.binhdinh.bidiphar. com.vn	Dược và thiết bị y tế

PHỤ LỤC

107	Công ty TNHH Liên doanh STADA - Việt Nam	K63/1 Nguyễn Thị Sóc, ấp Mỹ Hòa 2, xã Xuân Thới Đông, huyện Hóc Môn, thành phố Hồ Chí Minh Website: http://www.stada.com.vn/	Dược và thiết bị y tế
108	Công ty CP Dược phẩm Trung ương 1 - PHARBACO	số 160 Tôn Đức Thắng, Đống Đa, Hà Nội Website: http://pharbaco.com.vn/	Dược và thiết bị y tế
109	Công ty CP Fresenius Kabi Bidiphar	Khu vực 8, phường Nhơn Phú, TP. Quy Nhơn, tỉnh Bình Định Website: www.fresenius-kabi.com	Dược và thiết bị y tế
110	Công ty CP XNK Y tế Domesco	66 Quốc lộ 30, phường Mỹ Phú, TP. Cao Lãnh, tỉnh Đồng Tháp Website: www.domesco.com	Dược và thiết bị y tế
111	Công ty CP Tân Đồng Tiến	1056 Quốc lộ 1, khu phố Quyết Thắng 1, phường Khánh Hậu, TP. Tân An, tỉnh Long An	Gạo
112	Công ty Lương thực Long An	10 đường Cử Luyện, phường 5, TP. Tân An, tỉnh Long An	Gạo
113	Công ty TNHH MTV XNK Kiên Giang	67-68 Lạc Hồng, phường Vĩnh Lạc, TP. Rạch Giá, tỉnh Kiên Giang	Gạo
114	Công ty TNHH Lương thực - Thực phẩm Long An	237 Nguyễn An Ninh, phường 3, TP. Tân An, tỉnh Long An	Gạo
115	Công ty CP Xây lắp CK và LTTP (Mecofood)	29 đường Nguyễn Thị Bảy, phường 6, TP. Tân An, tỉnh Long An Website: www.mecofood.com.vn	Gạo
116	Công ty TNHH Đa Năng	Ấp 1 xã Nhựt Chánh, huyện Bến Lức, tỉnh Long An	Gạo
117	Công ty CP TM Hồng Trang	77A Hùng Vương, phường 1, TP. Vĩnh Long, tỉnh Vĩnh Long	Gạo
118	Công ty CP XNK Thuận Minh	76 Trần Minh Quyền, P.11, Q.10, TP. HCM Website: www.thuanminh.com.vn	
119	Công ty CP Đầu tư Vinh Phát	P.608, Cao Ốc 7/1 Thành Thái, P.14, Q.10, TP. Hồ Chí Minh Website: www.vinhphat.com	Gạo

PHỤ LỤC

120	Công ty CP Quốc tế Gia	177/24 Đường 3/2, P.11, Q.10, TP. HCM Website: http://giaic.com/vi	Gạo
121	Công ty TNHH Hưng Cúc	Số 02B, phố Lý Bôn, P.Tiên Phong, TP.Thái Bình, tỉnh Thái Bình Website: http://gaohungcuc.com/	Gạo
122	Công ty CP XNK nông sản thực phẩm An Giang	25/40 Trần Hưng Đạo, P. Mỹ Thới, TP.Long Xuyên, tỉnh An Giang Website: http://aflex.com.vn/vi/	Gạo
123	Công ty TNHH Lương thực Tấn Vương	Ấp Nhơn Hòa, xã Nhơn Mỹ, huyện Chợ Mới, tỉnh An Giang Website: http://tvfood.com.vn/	Gạo
124	Công ty TNHH Khiêm Thanh	Ấp Long Hòa 2, xã Long Hòa, Phú Tân, An Giang	Gạo
125	Công ty CP XNK Thịnh Phú An Giang	Khóm Long Thạnh, P. Long Châu, TX. Tân Châu, tỉnh An Giang Website: http://thinhphuangieng.com/	Gạo
126	Công ty CP XNK An Giang	Số 1 Ngô Gia Tự, phường Long Xuyên, tỉnh An Giang Website: www.angimex.com.vn	Gạo
127	Công ty BV TV An Giang		Gạo
128	Công ty CP Du lịch An Giang	80E Trần Hưng Đạo, phường Mỹ Xuyên, TP. Long Xuyên, tỉnh An Giang Website: www.angiangtourimex.vn	Gạo
129	Công ty CP Hiệp Lợi	116B Mậu Thân, phường An Nghiệp, quận Ninh Kiều, TP. Cần Thơ	Gạo
130	Công ty CP CB&KD lương thực Việt Thành	116B Mậu Thân, phường An Nghiệp, quận Ninh Kiều, TP. Cần Thơ	Gạo
131	Công ty CP Gentraco	121 Nguyễn Thái Học, phường Thốt Nốt, quận Thốt Nốt, TP. Cần Thơ Website: www.gentraco.com.vn	Gạo

PHỤ LỤC

132	Công ty Lương thực Sông Hậu	Lô 18 KCN Trà Nóc I, phường Trà Nóc, quận Bình Thủy, TP. Cần Thơ Website: www.songhaufood.com.vn	Gạo
133	Công ty TNHH Phát Tài	69 Quốc lộ 80 ấp Bình Phú Quới, thị trấn Lấp Vò, huyện Lấp Vò, tỉnh Đồng Tháp Website: www.phattairice.com.vn	Gạo
134	Công ty Lương thực Đồng Tháp	Số 531 quốc lộ 30, xã Mỹ Tân, TP. Cao Lãnh, tỉnh Đồng Tháp	Gạo
135	Công ty TNHH Lương thực Ngọc Đồng	Ấp An Hòa, xã Định An, huyện Lấp Vò, tỉnh Đồng Tháp	Gạo
136	Công ty TNHH 1TV KD&XX Lúa gạo Cẩm Nguyên	Cụm CNDVTM Trường Xuân, ấp 4, xã Trường Xuân, huyện Tháp Mười, tỉnh Đồng Tháp	Gạo
137	Công ty TNHH Việt Hưng	Khu phố Cầu Xéo, xã Hậu Thành, huyện Cái Bè, tỉnh Tiền Giang Website: www.viethungfood.com.vn	Gạo
138	Công ty Lương thực Tiền Giang	256 Khu phố 2, phường 10, TP. Mỹ Tho, tỉnh Tiền Giang Website: www.tigifood.com	Gạo
139	Tổng Công ty Lương thực miền Bắc	Số 6 Ngô Quyền, quận Hoàn Kiếm, Hà Nội Website: www.vinafood1.com.vn	Gạo
140	Công ty CP Tập đoàn Intimex	61 Nguyễn Văn Giai, P.Đa Kao, Q.1, TP. HCM Website: intimexhcm.com	Gạo; Cà phê; Hạt tiêu; Hạt điều
141	Công ty CP Lương thực Bình Định	557 Trần Hưng Đạo, TP. Quy Nhơn, tỉnh Bình Định Website: www.bidifood.vn	Gạo; Rau, củ, quả và các sản phẩm từ rau, củ, quả
142	Công ty Chang Shin Việt Nam TNHH	KCN Thạnh Phú, xã Thạnh Phú, huyện Vĩnh Cửu, tỉnh Đồng Nai	Giày dép
143	Công ty CP Tea Kwang Vina Industrial	KCN Biên Hòa 2, phường An Bình, TP. Biên Hòa, tỉnh Đồng Nai	Giày dép

PHỤ LỤC

144	Công ty CP giày Đông Anh	Tổ 37, thị trấn Đông Anh, huyện Đông Anh, TP. Hà Nội	Giày dép
145	Công ty TNHH Cao Phát	200-202 đường Bình Giã - Đá Bạc, ấp Vĩnh Bình, xã Bình Giã, huyện Châu Đức, tỉnh Bà Rịa - Vũng Tàu Website: www.caophat.com.vn	Hạt điều
146	Công ty TNHH Long Đức	C1 KCN Long Đức, xã Long Đức, TP. Trà Vinh, tỉnh Trà Vinh	Hạt điều
147	Công ty CP Long Sơn	Lô III 23A, đường 19/5A, KCN Tân Bình, P. Tây Thạnh, Q. Tân Phú, TP. HCM Website: www.longson.vn	Hạt điều
148	Công ty CP SX TM Huỳnh Minh	145/8 Ấp Tân Thới 2, xã Tân Hiệp, huyện Hóc Môn, Tp. HCM	Hạt điều
149	Công ty TNHH chế biến Điều xuất khẩu Lâm Đồng	Tổ dân phố số 2, thị trấn Ma Đa Guôi, huyện Đa Huoai, tỉnh Lâm Đồng Website: www.ladofoods.vn	Hạt điều
150	Công ty CP Sơn Long	Phường Sơn Giang, thị xã Phước Long, tỉnh Bình Phước	Hạt điều
151	Công ty CP SX DV XNK Hà Nội	V4 Lầu 5, Khánh Hội 2, 360A Bến Vân Đồn, phường 1, quận 4, TP. Hồ Chí Minh Website: www.haprosimexjsc.com	Hạt điều
152	Công ty CP Hoàng Sơn I	Thôn 2, Đức Liễu, Bù Đẳng. Bình Phước Website: http://hoangson1.com	Hạt điều
153	Công ty CP Chế biến hàng xuất khẩu Long An	Số 81B, QL 62, phường 2, TP. Tân An, Long An Website: www.lafooco.vn	Hạt điều
154	Công ty TNHH Nhật Huy	Khu phố Phú Nghị, phường Hòa Lợi, thị xã Bến Cát, tỉnh Bình Dương Website: www.nhathuy.com.vn	Hạt điều
155	Công ty TNHH Phú Thủy	Lô N1, Cụm CN Tháp Chàm, tỉnh Ninh Thuận Website: http://phuthuy.com.vn/	Hạt điều
156	Công ty TNHH Thảo Nguyên	Xã Mỹ Xuân, huyện Tân Thành, tỉnh Bà Rịa - Vũng Tàu Website: www.thaonguyen.com.vn	Hạt điều

PHỤ LỤC

157	Công ty TNHH Tân Hòa	Áp Tân Hòa, xã Tân Bình, TP. Tây Ninh, tỉnh Tây Ninh	Hạt điều
158	Công ty TNHH Chế biến nông sản thực phẩm xuất khẩu Tân An	Cụm CN Lợi Bình Nhơn, xã Lợi Bình Nhơn, TP. Tân An, tỉnh Long An Website: www.tanimexco.com	Hạt điều
159	Công ty CP Dịch vụ Phú Nhuận	78A Nguyễn Văn Trỗi, quận Phú Nhuận, TP. Hồ Chí Minh Website: http://www/maseco.com.vn	Hạt tiêu
160	Công ty CP SX DV XNK Hà Nội	V4 Lầu 5, Khánh Hội 2, 360A Bến Vân Đồn, phường 1, quận 4, TP. Hồ Chí Minh Website: www.haprosimexjsc.com	Hạt tiêu
161	Công ty TNHH 1TV TM XNK Phúc Lợi	382/32 Nguyễn Thị Minh Khai, phường 5, quận 3, TP. Hồ Chí Minh Website: www.phucloi.vn	Hạt tiêu
162	Công ty TNHH KSS Việt Nam	số 45, đường số 8, KCN Việt Nam - Singapore, thị xã Thuận An, tỉnh Bình Dương	Hạt tiêu
163	Công ty TNHH XNK Nông sản Đăng Nguyên	27/8 Khu phố Tây, phường Vĩnh Phú, thị xã Thuận An, tỉnh Bình Dương Website: http://dangnguyen-spice.vn	
164	Công ty TNHH CP TM DV XNK Trân Châu	147 quốc lộ 13, phường 26, quận Bình Thạnh, TP. Hồ Chí Minh	Hạt tiêu
165	Công ty TNHH Gia vị Liên Hiệp	Lô D, đường D2 và N2, KCN Nam Tân Uyên, thị xã Tân Uyên, tỉnh Bình Dương Website: www.unispicevn.com	Hạt tiêu
166	Công ty CP Cà phê Petec	03 Hoa Đào, phường 2, quận Phú Nhuận, TP. Hồ Chí Minh Website: www.petecof.vn	Hạt tiêu
167	Công ty TNHH TM XNK Nhật Quang	156/8-10 Đặng Văn Ngữ, phường 14, quận Phú Nhuận, TP. Hồ Chí Minh Website: http://nhatquangspice.com/en/	Hạt tiêu

PHỤ LỤC

168	Công ty TNHH OTTOGI Việt Nam	Lô G-3-CN, đường NA1, KCN Mỹ Phước 2, thị xã Bến Cát, tỉnh Bình Dương Website: http://ottogi.com.vn/	Hạt tiêu
169	Công ty TNHH 1TV Nông sản DK	228 ấp Phước Hưng 2, xã Phước Lâm, huyện Cần Giuộc, tỉnh Long An Website: www.dkltd.vn	Hạt tiêu
170	Công ty CP Hanfimec Việt Nam	Tầng 4, tòa nhà CC2A, Bắc Linh Đàm, phường Đại Kim, quận Hoàng Mai, Hà Nội Website: www.hanfimec.com	Hạt tiêu; Hạt điều
171	Công ty TNHH Hương gia vị Sơn Hà	Phố Quê, Cụm CN đa nghề Đình Bảng, phường Đình Bảng, huyện Từ Sơn, tỉnh Bắc Ninh Website: www.pbpspice.com	Hạt tiêu; Rau, củ, quả và các sản phẩm từ rau, củ, quả
172	Công ty CP XNK Sa Giang	Lô CII-3, KCN C, TP. Sa Đéc, tỉnh Đồng Tháp Website: http://www.sagiang.com.vn/	Mặt hàng khác (bánh phồng tôm)
173	Công ty TNHH SX CB nông thủy sản xuất khẩu Thuận Phong	KCN Mỹ Tho, xã Trung An, TP. Mỹ Tho, tỉnh Tiền Giang	Mặt hàng khác (Bánh tráng, bún, phở, bánh hời)
174	Công ty TNHH VICO	Số 94, đường 208, An Đông, An Dương, Hải Phòng Website: http://www.vicogroup.com.vn/	Mặt hàng khác (Bột giặt)
175	Công ty CP Bột giặt LIX	Số 3, đường số 2, KP.4, P. Linh Trung, Q. Thủ Đức, TP. HCM Website: www.lixco.com	Mặt hàng khác (Chất tẩy rửa)
176	Công ty CP thực phẩm An Long	Cụm Công nghiệp Long Định - Long Cang, xã Long Cang, huyện Cần Đước, tỉnh Long An Website: www.anlongfood.com.vn	Mặt hàng khác (Dầu ăn thực vật)
177	Công ty TNHH TM tổng hợp Nghĩa Anh	Số 312, đường Khánh yên, P. Phố Mới, TP. Lào Cai, tỉnh Lào Cai	Mặt hàng khác (Đường)

PHỤ LỤC

178	Công ty TNHH Gia công đồng Hải Lượng	Lô 67-68-69A-73-75-76A KCN Đông Giang, xã Tân Lập 1, huyện Tân Phước, tỉnh Tiền Giang	Mặt hàng khác (ống đồng)
179	Công ty CP XNK Quảng Bình	Số 23, Lô 01, Khu 97 Bạch Đằng, Hạ Lý, Hồng Bàng, Hải Phòng Website: www.quangbinhjsc.com.vn	Mặt hàng khác (Phân bón)
180	Công ty TNHH Phốt pho vàng Việt Nam	Lô 06, KCN Tăng Loỏng, H. Bảo Thắng, Tỉnh Lào Cai Website: http://vietphos.com.vn	Mặt hàng khác (phốt pho vàng)
181	Công ty TNHH Tuấn Linh Phúc Hải	số 21, phố Vườn Trầu, P. Trần Phú, TP. Móng Cái, tỉnh Quảng Ninh	Mặt hàng khác (Sữa)
182	Công ty CP Thực phẩm Bích Chi	45X1 Nguyễn Sinh Sắc, phường 2, TP. Sa Đéc, tỉnh Đồng Tháp Website: www.bichchi.com.vn	Mặt hàng khác (Thực phẩm chế biến)
183	Tổng công ty Khánh Việt	84 Hùng Vương, phường Lộc Thọ, TP. Nha Trang, tỉnh Khánh Hòa Website: www.khatoco.com	Mặt hàng khác (Thuốc lá bao)
184	Công ty TNHH Kefico Việt Nam	Lô XN 01, KCN Đại An, TP. Hải Dương, tỉnh Hải Dương Website: www.huynhdai-kefico.com	Mặt hàng khác (Phụ tùng và bộ phận cho xe có động cơ)
185	Công ty TNHH Canon Việt Nam	Lô A1, KCN Thăng Long, thị trấn Đông Anh, Hà Nội	Máy vi tính, điện tử và linh kiện điện tử
186	Công ty TNHH Công nghệ Namuga Phú Thọ	Lô B9, Khu CN Thụy Vân, TP. Việt Trì, T. Phú Thọ	Máy vi tính, điện tử và linh kiện điện tử
187	Công ty TNHH Funing Precision Componet	Lô C3, KCN Quế Võ, xã Vân Dương, TP. Bắc Ninh, tỉnh Bắc Ninh	Máy vi tính, điện tử và linh kiện điện tử
188	Doanh nghiệp TN rau quả Bình Thuận	Lô 2 Khu tái định cư Phong Nẫm, Đặng Văn Lãnh, phường Phú Tài, TP. Phan Thiết, tỉnh Bình Thuận Website: www.fruitsandgreens.com	Rau, củ, quả và các sản phẩm từ rau, củ, quả

PHỤ LỤC

189	Công ty CP Nông sản thực phẩm Quảng Ngãi	48 Phạm Xuân Hòa, TP. Quảng Ngãi, tỉnh Quảng Ngãi Website: www.apfco.com.vn	Rau, củ, quả và các sản phẩm từ rau, củ, quả
190	Công ty CP Lâm Nông sản Thực phẩm Yên Bái	Phường Nguyễn Phúc, TP. Yên Bái, tỉnh Yên Bái Website: www.yfatuf.com.vn	Rau, củ, quả và các sản phẩm từ rau, củ, quả
191	Công ty CP XNK Bến Tre	Số 75 Đường 30/4, phường 3, TP. Bến Tre, tỉnh Bến Tre Website: www.betrimex.com.vn	Rau, củ, quả và các sản phẩm từ rau, củ, quả
192	Công ty TNHH SXXD Tổng hợp Đông Á	379C Nguyễn Văn Tư, phường 7, TP. Bến Tre, tỉnh Bến Tre Website: www.keoduabentre.com.vn	Rau, củ, quả và các sản phẩm từ rau, củ, quả
193	Công ty TNHH XNK TM CN DV Hùng Duy	Số 250 lý Thường Kiệt, khu phố 4, TT. Hòa Thành, H. Hòa Thành, T. Tây Ninh Website: www.hungduy.com.vn	Rau, củ, quả và các sản phẩm từ rau, củ, quả
194	Công ty TNHH 1TV Định Khuê	tổ 5, Ấp 2, xã Suối Dây, H. Tân Châu, tỉnh Tây Ninh Website: www.dinhkhue.com	Rau, củ, quả và các sản phẩm từ rau, củ, quả
195	Công ty CP TM Bắc Hồng Lam	số 13, ngõ 77, đường Nguyễn Đức Cánh, P. Hưng Bình, TP. Vinh, tỉnh Nghệ An	Rau, củ, quả và các sản phẩm từ rau, củ, quả
196	Công ty TNHH Chế biến và XNK Nông sản Nghệ An	Số 05, đường Phan Bội Châu, P. Quán Bàu, TP. Vinh, tỉnh Nghệ An	Rau, củ, quả và các sản phẩm từ rau, củ, quả
197	Công ty CP rau quả thực phẩm An Giang	69-71-73 Nguyễn Huệ, TP. Long Xuyên, tỉnh An Giang Website: http://antesco.com/	Rau, củ, quả và các sản phẩm từ rau, củ, quả
198	Công ty CP Viên Sơn	Thôn An Tĩnh, xã Liên Hiệp, huyện Đức Trọng, tỉnh Lâm Đồng Website: www.gardenmountain.com.vn	Rau, củ, quả và các sản phẩm từ rau, củ, quả

PHỤ LỤC

199	Công ty TNHH 1TV Thực phẩm và Đầu tư Fococev	21 Bùi Thị Xuân, phường Bến Thành, quận 1, TP. Hồ Chí Minh Website: www.fococev.com	Rau, củ, quả và các sản phẩm từ rau, củ, quả
200	Công ty CP Đầu tư Sáng tạo Á Châu	32Đ7 Biệt thự Saigon Pearl, 92 Nguyễn Hữu Cảnh, phường 22, quận Bình Thạnh, TP. Hồ Chí Minh Website: www.acicreative.vn	Rau, củ, quả và các sản phẩm từ rau, củ, quả
201	Công ty CP Xây dựng và Chế biến lương thực Vĩnh Hà	9 A Vĩnh Tuy, phường Vĩnh Tuy, quận Hai Bà Trưng, Hà Nội Website: http://vinhha.com.vn/ index.php/vn/	
202	Công ty TNHH Chế biến dừa Lương Quới	Lô A 36 -37, KCN An Hiệp, xã An Hiệp, huyện Châu Thành, Bến Tre Website: luongquoi.vn	Rau, củ, quả và các sản phẩm từ rau, củ, quả
203	Công ty CP Nông sản thực phẩm Lâm Đồng	71 Phù Đổng Thiên Vương, phường 8, Đà Lạt Website: www.datatagrifoods.com	Rau, củ, quả và các sản phẩm từ rau, củ, quả
204	Công ty TNHH SX TM DV Rồng Đỏ	54/26/18 Đường số 21, phường 8, quận Gò Vấp, TP. Hồ Chí Minh Website: www.reddragon.vn	Rau, củ, quả và các sản phẩm từ rau, củ, quả
205	Công ty CP Xuất nhập khẩu Rau quả	24 Trương Định, phường 6, quận 3, TP. Hồ Chí Minh Website: vegetexcohcm.com.vn	Rau, củ, quả và các sản phẩm từ rau, củ, quả
206	Công ty TNHH Vard Vũng Tàu	Đường số 6, KCN Đông Xuyên, phường Rạch Dừa, TP. Vũng Tàu, tỉnh Bà Rịa - Vũng Tàu Website: www.vard.com	Sản phẩm cơ khí
207	Công ty TNHH 1TV Cơ khí Tây Ninh	285A- đường Trần Phú, Khu phố Ninh Thành, Phường Ninh Sơn, TP. Tây Ninh, tỉnh Tây Ninh Website: www.cokhitayninh. com.vn	Sản phẩm cơ khí

PHỤ LỤC

210	Công ty CP Meinfav	Tổ 10, P. Mỏ Chè, TP. Sông Công, Thái Nguyên Website: www.meinfavn.com	Sản phẩm cơ khí
211	Công ty CP đóng tàu Sông Cẩm	Số 8, đường Chi Lăng, P. Thượng Lý, Q. Hồng Bàng, TP. Hải Phòng Website: www.songcam.vn	Sản phẩm cơ khí
212	Công ty TNHH Tech Seal Đại Bình	KCN Đồng Xoài 1, xã Tân Thành, thị xã Đồng Xoài, tỉnh Bình Phước	Sản phẩm cơ khí
213	Công ty TNHH - Tổng Công ty Sông Thu	96 Yết Kiêu, phường Thọ Quang, quận Sơn Trà, thành phố Đà Nẵng Website: www.songthu.com.vn	Sản phẩm cơ khí
214	Công ty TNHH SX nguyên liệu giấy Việt Nhật	Đường vào mỏ đá Hòa Nhơn, xã Hòa Nhơn, huyện Hòa Vang, TP. Đà Nẵng	Sản phẩm gỗ
215	Công ty TNHH SXTM và ĐT Tam Minh	Lô 19-20 KCN Sài Gòn - Dung Quất, xã Bình Thạnh, huyện Bình Sơn, tỉnh Quảng Ngãi Website: www.tamminh.vn	Sản phẩm gỗ
216	Công ty TNHH Great Veca	Xã Bắc Sơn, huyện Trảng Bom, tỉnh Đồng Nai	Sản phẩm gỗ
217	Công ty TNHH Dũng Khanh	Cụm CN Thạnh Phú, Thiện Tân, Vĩnh Cửu, tỉnh Đồng Nai	Sản phẩm gỗ
218	Công ty CP chế biến Lâm sản XK PISICO Huế	Thôn Tam Vị, xã Lộc Tiến, huyện Phú Lộc, tỉnh Thừa Thiên Huế	Sản phẩm gỗ
219	Công ty TNHH Shaiyo AA Việt Nam	Thôn Tam Vị, xã Lộc Tiến, huyện Phú Lộc, tỉnh Thừa Thiên Huế Website: www.shaiyo-aa.com.vn	Sản phẩm gỗ
220	Công ty CP Chế biến Gỗ Đức Thành	21/6D Phan Huy Ích, P.14, Q.Gò Vấp, TP. Hồ Chí Minh Website: goducthanh.com	Sản phẩm gỗ
221	Công ty CP Lâm sản PISICO Quảng Nam	Cụm Công nghiệp, xã Tam Nghĩa, huyện Núi Thành, tỉnh Quảng Nam	Sản phẩm gỗ
222	Công ty CP Thông Quảng Ninh	Khu Bí Trung 1, P. Phương Đông, TP. Uông Bí, Quảng Ninh	Sản phẩm gỗ
223	Công ty TNHH Thanh Thành Đạt	Tòa nhà Thanh Thành Đạt, số 34, Nguyễn Sỹ Sách, Hưng Bình, TP. Vinh, Nghệ An Website: www.thanhthanhdat.com.vn	

PHỤ LỤC

224	Công ty TNHH Liên doanh nguyên liệu giấy Nghệ An PP	xóm 11, xã Nghi hợp, H. Nghi Lộc, T. Nghệ An	Sản phẩm gỗ
225	Tổng công ty Hợp tác kinh tế	số 187, đường Lê Duẩn, P. Trung Đô, TP. Vinh, tỉnh Nghệ An Website: www.coecco.com.vn	Sản phẩm gỗ
226	Công ty TNHH Phát triển	123 Bùi Văn Bình, khu phố 8, phường Phú Lợi, TP. Thủ Dầu Một, tỉnh Bình Dương Website: www.phattrienco.com	Sản phẩm gỗ
227	Công ty TNHH Mori Shige	Đường DT744, xã An Tây, thị xã Bến Cát, tỉnh Bình Dương	Sản phẩm gỗ
228	Công ty TNHH RK Resources	Số 80 Tổ 14 ấp Đồng Sở, xã Lai Uyên, huyện Bàu Bàng, tỉnh Bình Dương Website: www.rkresources.com.vn	Sản phẩm gỗ
229	Công ty CP Kỹ nghệ gỗ Tiến Đạt	Quốc lộ 1A, khu vực 7, phường Bùi Thị Xuân, TP. Quy Nhơn, tỉnh Bình Định Website: www.tiendatquinhon.com.vn	Sản phẩm gỗ
230	Công ty CP Công nghệ gỗ Đại Thành	90 Tây Sơn, TP. Quy Nhơn, tỉnh Bình Định Website: www.daithanhfurniture.com	Sản phẩm gỗ
231	Công ty CP Năng lượng sinh học Phú Tài	29 Thi Sách, phường Nguyễn Văn Cừ, TP. Quy Nhơn, tỉnh Bình Định	Sản phẩm gỗ
232	Công ty TNHH Đức Hải	Lô A25, KCN Phú Tài, tỉnh Bình Định Website: www.duchai.vn	Sản phẩm gỗ
233	Công ty CP Phú Tài	278 Nguyễn Thị Định, TP. Quy Nhơn, tỉnh Bình Định Website: www.phutai.com.vn	Sản phẩm gỗ; Vật liệu xây dựng
234	Công ty CP bao bì Tín Thành	Lô C20 Cụm CN Nhựa Đức Hòa, huyện Đức Hòa, tỉnh Long An Website: http://www.batico.com/	Sản phẩm nhựa
235	Công ty TNHH Mainetti (Việt Nam)	KCN Long Thành, huyện Long Thành, tỉnh Đồng Nai	Sản phẩm nhựa
236	Công ty TNHH KAPS TEX Vina	Lô số 5, KCN Thụy Vân, Việt Trì, Phú Thọ	Sản phẩm nhựa

PHỤ LỤC

237	Công ty TNHH JM PLASTICS Việt Nam	Cụm CN Đồng Lạng, Phù Ninh, Phú Thọ Website: www.jmplastics.co.kr	Sản phẩm nhựa
238	Công ty TNHH Nhựa Sunway Mario	E9/58A, An Phú Tây-Hung Long, Hung Long, Bình Chánh, TP. HCM Website: www.sunwaymario.com	Sản phẩm nhựa
239	Công ty TNHH TM Kim Đức	Lô 15, đường số 4, KCN Tân Tạo, P. Tân Tạo A, Q. Bình Tân, TP. HCM Website: www.kimduc.com.vn	Sản phẩm nhựa
240	Công ty TNHH Kohsei Multipack Việt Nam	Lô C, khu CN Bình Xuyên, huyện Bình Xuyên, tỉnh Vĩnh Phúc Website: http://kmvfibc.com	Sản phẩm nhựa
24	Công ty CP nhựa Mekong	Lô B Cụm CN Trung An, TP. Mỹ Tho, tỉnh Tiền Giang	Sản phẩm nhựa
241	Công ty CP Nhựa Rạng Đông	190 Lạc Long Quân, phường 3, quận 11, thành phố Hồ Chí Minh Website: www.rdplastis.com.vn	Sản phẩm nhựa
243	Công ty CP Nhựa 04	1412 Đại lộ Võ Văn Kiệt, phường 1, quận 6, thành phố Hồ Chí Minh Website: www.plastic04.com	Sản phẩm nhựa
244	Công ty TNHH Dây sợi rồng Á Châu	Lô 9C, Đường số 8, KCN Tân Tạo, quận Bình Tân, thành phố Hồ Chí Minh Website: www.asiadragon.com.vn	Sản phẩm nhựa
245	Công ty CP SX Nhựa Duy Tân	Số 298 Hồ Học Lãm, phường An Lạc, quận Bình Tân, thành phố Hồ Chí Minh Website: www.duytan.com	Sản phẩm nhựa
246	Công ty CP Tập đoàn Thiên Long	Lô 6-8-10-12, Đường số 3, KCN Tân Tạo, phường Tân Tạo A, quận Bình Tân, thành phố Hồ Chí Minh Website: www.thienlonggroup.com	Sản phẩm nhựa
247	Công ty CP Nhựa và Môi trường Xanh An Phát	Lô CN11+CN12, cụm CN An Đông, Nam Sách, Hải Dương Website: http://anphatplastic.com/	Sản phẩm nhựa
248	Công ty TNHH MTV 76	Xã Kiêu Ky, huyện Gia Lâm, Hà Nội	Sản phẩm nhựa

PHỤ LỤC

249	Công ty CP XNK Thực phẩm Thái Bình	số 272, phố Bùi Sỹ Tiêm, P.Tiền Phong, TP. Thái Bình, tỉnh Thái Bình	Sản phẩm thịt
250	Công ty TNHH 1TV Hòa Thành Long An	233 Phan Văn Mảng, khu phố 9, thị trấn Bến Lức, huyện Bến Lức, tỉnh Long An Website: www.hoathanh.com	Thủ công mỹ nghệ
251	Công ty TNHH XK hàng thủ công mỹ nghệ Duy Thành	Lô A5.5 + A5.6 Khu Đảo Xanh, quận Hải Châu, TP. Đà Nẵng Website: www.artexdandt.com.vn	Thủ công mỹ nghệ
252	Công ty CP SXKD XNK Vĩnh Long	Lô A1, khu C, KCN Hòa Phú, ấp Phước Hòa, xã Hòa Phú, huyện Long Hồ, tỉnh Vĩnh Long Website: www.vinhlong.com.vn	Thủ công mỹ nghệ
253	Hợp tác xã Quang Minh	207C Nguyễn Thị Thập, phường 10, TP. Mỹ Tho, tỉnh Tiền Giang Website: www.quangminhcoop.com	Thủ công mỹ nghệ
254	Tổng công ty TM Hà Nội (Hapro)	38-40 Lê Thái Tổ, quận Hoàn Kiếm, Hà Nội Website: www.haprogroup.vn	Thủ công mỹ nghệ; Hạt điều; Hạt tiêu
255	Công ty TNHH 1TV Rapexco - Đại Nam	3 Phạm Phú Thứ, Vĩnh Nguyên, TP. Nha Trang, tỉnh Khánh Hòa	Sản phẩm gỗ
256	Công ty CP XNK Thủy sản Miền Trung	Số 1 Bùi Quốc Hưng, phường Thọ Quang, quận Sơn Trà, TP. Đà Nẵng Website: www.seadanang.com.vn	Thủy sản
257	Công ty CP Hải Việt	167/10 Đường 30/4 phường Thắng Nhất, TP. Vũng Tàu, Tỉnh Bà Rịa Vũng Tàu Website: www.havicovn.com	Thủy sản
258	Công ty CP Chế biến XNK Thủy sản tỉnh Bà Rịa - Vũng Tàu	460 Trương Công Định, phường 8, TP. Vũng Tàu, Tỉnh Bà Rịa - Vũng Tàu Website: www.baseafood.vn	Thủy sản
259	Công ty TNHH Mai Linh	Số 1774 đường 30/4, phường 12, TP. Vũng Tàu, tỉnh Bà Rịa - Vũng Tàu	Thủy sản
260	Công ty CP chế biến thủy sản XNK Minh Cường	254 ấp 3 xã Tắc Vân, TP. Cà Mau, tỉnh Cà Mau Website: www.minhcuong.vn	Thủy sản

PHỤ LỤC

261	Công ty CP chế biến và dịch vụ thủy sản Cà Mau (CASES)	4 Nguyễn Công Trứ, phường 8, TP. Cà Mau, tỉnh Cà Mau Website: www.cases.com.vn	Thủy sản
262	Công ty TNHH Hải Nam	27 Nguyễn Thông, phường Phú Hải, Phan Thiết Website: www.hainam.com.vn	Thủy sản
263	Công ty TNHH Thông Thuận	Thôn Vĩnh Hưng, xã Vĩnh Tân, huyện Tuy Phong, tỉnh Bình Thuận Website: www.thongthuanseafood.com	Thủy sản
264	Công ty CP thủy sản Minh Phú - Hậu Giang	KCN Sông Hậu, huyện Châu Thành, tỉnh Hậu Giang Website: www.minhphu.com	Thủy sản
265	Công ty CP thủy sản CAFATEX	Km 2081, quốc lộ 1A, huyện Châu Thành A, tỉnh Hậu Giang Website: www.cafatex.com.vn	Thủy sản
266	Công ty CP thủy sản Cửu Long	36 Bạch Đằng, phường 4, TP. Trà Vinh, tỉnh Trà Vinh Website: www.cuulongseapro.vn	Thủy sản
267	Công ty CP Thủy sản Sóc Trăng	220 Quốc lộ 1A, phường 7, TP. Sóc Trăng, tỉnh Sóc Trăng Website: www.stapimex.com.vn	Thủy sản
268	Công ty CP XNK Thủy sản Bến Tre	Ấp 9 xã Tân Thạch, huyện Châu Thành, tỉnh Bến Tre Website: www.aquatexbentre.com	Thủy sản
269	Công ty TNHH Huy Nam	Khu Cảng cá Tắc Cậu, xã Bình An, huyện Châu Thành, tỉnh Kiên Giang Website: www.huynam.net	Thủy sản
270	Công ty CP Kiên Hùng	14A ấp Tân Điền, xã Giục Tượng, huyện Châu Thành, tỉnh Kiên Giang Website: www.kihuseavn.com	Thủy sản
271	Công ty CP thực phẩm Trung Sơn	42 Phan Liêm, P. Đa Kao, Q.1, TP. HCM Website: trungson.com.vn	Thủy sản
272	Doanh nghiệp TN Hồng Ngọc	Thôn Phú Hội, xã An Ninh Đông, Tuy An, Phú Yên Website: hongngocseafood.com	Thủy sản

PHỤ LỤC

273	Công ty TNHH Chế biến phụ phẩm thủy sản Xuri Việt Trung	Số 56, đường Nguyễn Kiệm, khối 8, P. Trường Thi, TP. Vinh, T. Nghệ An Website: www.xuriviettrung.com.vn	Thủy sản
274	Công ty CP XNK thủy sản An Giang		Thủy sản
275	Công ty CP Nam Việt	19D Trần Hưng Đạo, P. Mỹ Quý, TP. Long Xuyên, tỉnh An Giang Website: navicorp.com.vn	Thủy sản
276	Công ty TNHH SX TM DV Thuận An	478, quốc lộ 91, TT. An Châu, Châu Thành, An Giang Website: tafishco.com.vn	Thủy sản
277	Công ty CP XNK thủy sản An Mỹ	Lô A2-A3, Cụm CN Phú Hòa, TT Phú Hòa, H. Thoại Sơn, An Giang Website: anmyfish.com.vn	Thủy sản
278	Công ty TNHH XNK Thủy sản Cửu Long	90 Hùng Vương, KCN Mỹ Quý, TP. Long Xuyên, tỉnh An Giang Website: www.clfish.com	Thủy sản
279	Công ty CP Thủy sản Mekong	Lô 24 KCN Trà Nóc, TP. Cần Thơ Website: www.mekongfish.com	Thủy sản
280	Công ty CP Thủy sản Bình Định	2D Trần Hưng Đạo, TP. Quy Nhơn, tỉnh Bình Định Website: www.bidifisco.com.vn	Thủy sản
281	Công ty CP Vĩnh Hoàn	Quốc lộ 30, phường 11, TP. Cao Lãnh, tỉnh Đồng Tháp Website: www.vinhhoan.com.vnc	Thủy sản
282	Công ty CP ĐT&PT Đa Quốc Gia	Quốc lộ 80 Cụm CN Vàm Cống, ấp An Thạnh, xã Bình Thành, huyện Lấp Vò, tỉnh Đồng Tháp Website: www.idiseafood.com	Thủy sản
283	Công ty TNHH Hùng Cá	Cụm CN Thanh Bình, ấp Bình Chánh, xã Bình Thành, huyện Thanh Bình, tỉnh Đồng Tháp Website: www.hungca.com	Thủy sản
284	Công ty TNHH Thủy sản Phát Tiến	Lô B3 đường số 2, KCN Mỹ Hiệp, xã Mỹ Hiệp, huyện Cao Lãnh, tỉnh Đồng Tháp Website: www.fatifish.com.vn	Thủy sản

PHỤ LỤC

285	Công ty CP Thủy sản Trường Giang	Lô IV-8 Khu A1, KCN Sa Đéc, phường An Hòa, TP. Sa Đéc, tỉnh Đồng Tháp Website: www.truonggiangfish.com.vn	Thủy sản
286	Công ty CP Thủy hải sản An Phú	Ấp An Phú, xã An Nhơn, huyện Châu Thành, tỉnh Đồng Tháp Website: www.aseafoods.com	Thủy sản
287	Công ty TNHH chế biến thực phẩm TM Ngọc Hà	Ấp Hội, Kim Sơn, huyện Châu Thành, tỉnh Tiền Giang Website:	Thủy sản
288	Công ty TNHH Đại Thành	Ấp Đông Hòa, xã Song Thuận, huyện Châu Thành, tỉnh Tiền Giang Website: www.daithanhseafoods.com	Thủy sản
289	Công ty CP Nha Trang Seafoods - F17	58B đường 2/4, Vĩnh Hải, TP. Nha Trang, tỉnh Khánh Hòa Website: www.nhatrangseafoods.com	Thủy sản
290	Công ty TNHH Hải Vương	Lô B13-B14 KCN Suối Dầu, Cam Lâm, tỉnh Khánh Hòa Website: www.haivuong.com	Thủy sản
291	Công ty TNHH Thủy sản Hải Long Nha Trang	Lô C, KCN Suối Dầu, Cam Lâm, tỉnh Khánh Hòa Website: www.dragonwaves.com	Thủy sản
292	Công ty TNHH Thịnh Hưng	Lô F9-F10 KCN Suối Dầu, Suối Tân, Cam Lâm, tỉnh Khánh Hòa Website: www.thinhhung.com	Thủy sản
293	Công ty CP Thủy sản Thông Thuận - Cam Ranh	Xã Cam Thịnh Đông, TP. Cam Ranh, tỉnh Khánh Hòa Website: www.thongthuanseafood.com	Thủy sản
294	Công ty CP Chế biến thủy sản xuất khẩu Âu Vũng I	99 Quốc lộ 1A, ấp Xóm Mới, xã Tân Thạnh, thị xã Giá Rai, tỉnh Bạc Liêu Website: www.auvungseafood.com	Thủy sản

PHỤ LỤC

295	Công ty CP Tập đoàn Minh Phú	KCN Phường 8, thành phố Cà Mau, tỉnh Cà Mau Website: www.minhphu.com	Thủy sản
296	Công ty CP Thủy sản và Thương mại Thuận Phước	KCN Dịch vụ thủy sản Thọ Quang, phường Thọ Quang, quận Sơn Trà, thành phố Đà Nẵng Website: www.thuanphuoc.vn	Thủy sản
297	Công ty TNHH Thủy sản thực phẩm Minh Bạch	Áp Khúc Tréo B, xã Tân Phong, thị xã Giá Rai, tỉnh Bạc Liêu Website: http://minhbachseafood.com.vn	Thủy sản
298	Công ty CP Nông nghiệp Hùng Hậu	1004 A Âu Cơ, phường Phú Trung, quận Tân Phú, thành phố Hồ Chí Minh Website: agri.hunghau.vn	Thủy sản
299	Công ty TNHH Highland Dragon	số 15, đường số 6, KCN Sóng thần 1, Dĩ An, Bình Dương Website: www.highlanddragon.com.vn	Thủy sản
300	Công ty CP Thực phẩm Sao Ta	KM2132, QL 1A, phường 2, thành phố Sóc Trăng, tỉnh Sóc Trăng Website: www.fimexvn.com	Thủy sản
301	Công ty TNHH Túi xách Simone Việt Nam TG	Lô AI, AI-1, AVI, KII-I, KCN Tân Hương, xã Tân Hương, huyện Châu Thành, tỉnh Tiền Giang Website: www.simone.co.kr	Túi xách, ví, va li, mũ và ô dù
302	Công ty TNHH Komega-X	Lô M1-M6 và M7, KCN Suối Dầu, Cam Lâm, tỉnh Khánh Hòa Website:	Túi xách, ví, va li, mũ và ô dù
303	Công ty TNHH NS Bluescope Việt Nam	KCN Phú Mỹ I, huyện Tân Thành, tỉnh Bà Rịa - Vũng Tàu	Vật liệu xây dựng
304	Công ty CP Vicostone	KCN cao Hòa Lạc, xã Thạch Hòa, huyện Thạch Thất, TP. Hà Nội Website: www.vicostone.com.vn	Vật liệu xây dựng
305	Công ty TNHH Lixil Inax Việt Nam	Xã Dương Xá, huyện Gia Lâm, Hà Nội Website: www.inax.com.vn	Vật liệu xây dựng

PHỤ LỤC

306	Công ty TNHH sản xuất kinh doanh sứ Hảo Cảnh	KCN. Tiền Hải, xã Đông Cơ, huyện Tiền Hải, tỉnh Thái Bình	Vật liệu xây dựng
307	Công ty CP Thép Nam Kim	Đường N1, Cụm sản xuất An Thạnh, phường An Thạnh, thị xã Thuận An, tỉnh Bình Dương Website: www.namkingroup.vn	Vật liệu xây dựng
308	Doanh nghiệp TN Gốm sứ mỹ nghệ Kim Phát	Số 22/1 đường DT743, khu phố Bình Quới A, phường Bình Chuẩn, thị xã Thuận An, tỉnh Bình Dương	Vật liệu xây dựng
309	Công ty TNHH Cường Phát	335 khu phố Hưng Lộc, phường Hưng Định, thị xã Thuận An, tỉnh Bình Dương Website: www.cuongphat.com	Vật liệu xây dựng
310	Công ty TNHH Minh Long I	333 khu phố Hưng Lộc, phường Hưng Định, thị xã Thuận An, tỉnh Bình Dương Website: www.minhlong.com	Vật liệu xây dựng
311	Công ty TNHH Gốm sứ Minh Phát	1/330 khu phố Hòa Lân 2, phường Thuận Giao, thị xã Thuận Giao, tỉnh Bình Dương Website: www.minhphatceramics.com	Vật liệu xây dựng
312	Công ty CP Tập đoàn Hoa Sen	Số 09 Đại Lộ Thống Nhất, Khu Công nghiệp Sóng Thần 2, Phường Dĩ An, TX. Dĩ An, tỉnh Bình Dương Website: hoasengroup.vn	Vật liệu xây dựng
313	Công ty CP Tôn Đông Á	Số 05, đường số 5, KCN Sóng Thần 1, Dĩ An, tỉnh Bình Dương Website: tondonga.com.vn	Vật liệu xây dựng

PHỤ LỤC 2:
BIỂU SỐ LIỆU XUẤT KHẨU, NHẬP KHẨU 2016

BIỂU I: XUẤT KHẨU HÀNG HÓA
THEO NHÓM HÀNG NĂM 2016

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

TT	Mặt hàng chủ yếu	NĂM 2015			NĂM 2016			2016 tăng/ giảm so với 2015 (%)	
		Số lượng	Kim ngạch	Tỷ trọng (%)	Số lượng	Kim ngạch	Tỷ trọng (%)	Số lượng	Kim ngạch
	Tổng kim ngạch xuất khẩu		162.017		176.632				9,0
1	DN 100% vốn trong nước		47.750	29,47		50.367	28,52		5,5
2	DN có vốn ĐTNN		114.267	70,53		126.265	71,48		10,5
A	Nhóm nông, thủy sản		20.596	12,71		22.178	12,56		7,7
1	Thủy sản		6.569	4,05		7.053	3,99		7,4
2	Rau quả		1.839	1,14		2.458	1,39		33,6
3	Hạt điều	328	2.398	1,48	347	2.843	1,61	5,7	18,5
4	Cà phê	1.341	2.671	1,65	1.782	3.336	1,89	32,8	24,9
5	Chè	125	213	0,13	131	217	0,12	5,1	2,1
6	Hạt tiêu	131	1.259	0,78	178	1.429	0,81	35,3	13,5
7	Gạo	6.575	2.799	1,73	4.836	2.172	1,23	-26,5	-22,4
8	Sắn và các sản phẩm từ sắn	4.117	1.317	0,81	3.693	999	0,57	-10,3	-24,2

PHỤ LỤC

	- Sắn	1.855	398	0,25	1.505	256	0,15	-18,8	-35,5
9	Cao su	1.137	1.531	0,95	1.254	1.672	0,95	10,3	9,2
B	Nhóm nhiên liệu và khoáng sản		4.899	3,02		3.478	1,97		-29,0
10	Than đá	1.748	185	0,11	1.277	141	0,08	-27,0	-23,8
11	Dầu thô	9.181	3.710	2,29	6.850	2.358	1,33	-25,4	-36,5
12	Xăng dầu các loại	1.513	797	0,49	2.031	832	0,47	34,3	4,3
13	Quặng và khoáng sản khác	1.045	207	0,13	2.074	147	0,08	98,4	-28,8
C	Nhóm công nghiệp chế biến		127.763	78,86		141.832	80,30		11,0
14	Thức ăn gia súc và nguyên liệu		507	0,31		587	0,33		15,7
15	Hóa chất		919	0,57		944	0,53		2,7
16	Sản phẩm hóa chất		761	0,47		769	0,44		1,0
17	Túi xách, vali, mũ, ô dù		2.875	1,77		3.169	1,79		10,2
18	Sản phẩm mây, tre, cói và thảm		260	0,16		263	0,15		1,2
19	Gỗ và sản phẩm gỗ		6.892	4,25		6.969	3,95		1,1
20	Giấy và sản phẩm từ giấy		469	0,29		505	0,29		7,9
21	Hàng dệt, may		22.802	14,07		23.841	13,50		4,6
22	Giày, dép các loại		12.007	7,41		13.001	7,36		8,3
23	Sắt thép các loại	2.556	1.684	1,04	3.476	2.031	1,15	36,0	20,6

PHỤ LỤC

24	Sản phẩm từ sắt thép		1.773	1,09		1.985	1,12		12,0
25	Kim loại thường khác và sản phẩm		993	0,61		1.254	0,71		26,3
26	Máy vi tính, sản phẩm điện tử và linh kiện		15.608	9,63		18.959	10,73		21,5
27	Điện thoại các loại và linh kiện		30.166	18,62		34.317	19,43		13,8
28	Máy ảnh, máy quay phim và linh kiện		3.025	1,87		2.958	1,67		-2,2
29	Máy móc, thiết bị, dụng cụ, phụ tùng khác		8.160	5,04		10.144	5,74		24,3
30	Phương tiện vận tải và phụ tùng		5.844	3,61		6.058	3,43		3,7
D	Hàng hóa khác		8.758	5,41		9.144	5,18		4,4

**BIỂU II:
THỊ TRƯỜNG XUẤT KHẨU MỘT SỐ MẶT HÀNG NĂM 2016**

Đơn vị: USD

Nước, lãnh thổ nhận hàng	Trị giá năm 2016	Tỷ trọng (%)	Trị giá năm 2015	Tỷ trọng (%)	2016 tăng/giảm so với 2015 (%)
I. Điện thoại các loại và linh kiện	34.317.371.965		30.166.349.105		13,8
Hoa Kỳ	4.303.354.193	12,5	2.767.201.392	9,2	55,5
Các tiểu vương quốc Ả rập thống nhất	3.831.539.543	11,2	4.479.118.536	14,8	-14,5
Hàn Quốc	2.729.898.127	8,0	1.461.809.522	4,8	86,7
Áo	2.152.177.939	6,3	1.720.221.650	5,7	25,1
Anh	1.886.423.776	5,5	1.686.629.385	5,6	11,8
Khác	19.413.978.387	56,6	18.051.368.620	59,8	7,5
II. Hàng dệt may	23.841.360.598		22.801.624.021		4,6
Hoa Kỳ	11.450.298.077	48,0	10.947.460.581	48,0	4,6
Nhật Bản	2.900.801.941	12,2	2.784.765.472	12,2	4,2
Hàn Quốc	2.284.242.441	9,6	2.128.047.176	9,3	7,3
Trung Quốc	825.150.947	3,5	670.392.377	2,9	23,1
Đức	726.200.421	3,0	698.207.869	3,1	4,0
Khác	5.654.666.771	23,7	5.572.750.546	24,4	1,5
III. Máy vi tính, sản phẩm điện tử và linh kiện	18.959.111.323		15.607.646.483		21,5
Trung Quốc	4.058.513.872	21,4	2.646.617.551	17,0	53,3
Hoa Kỳ	2.896.108.493	15,3	2.831.228.119	18,1	2,3
Hà Lan	1.754.610.957	9,3	1.142.924.312	7,3	53,5
Hồng Kông	1.568.739.518	8,3	1.709.940.282	11,0	-8,3
Hàn Quốc	1.253.434.849	6,6	776.266.783	5,0	61,5

PHỤ LỤC

Khác	7.427.703.634	39,2	6.500.669.436	41,7	14,3
IV. Giày, dép các loại	13.000.747.829		12.006.942.159		8,3
Hoa Kỳ	4.483.340.500	34,5	4.076.478.739	34,0	10,0
Trung Quốc	904.927.071	7,0	754.088.470	6,3	20,0
Bỉ	825.444.140	6,3	723.452.782	6,0	14,1
Đức	764.676.582	5,9	705.331.807	5,9	8,4
Nhật Bản	674.814.835	5,2	597.578.236	5,0	12,9
Khác	5.347.544.701	41,1	5.150.012.125	42,9	3,8
V. Máy móc, thiết bị, dụng cụ, phụ tùng khác	10.143.767.738		8.159.578.106		24,3
Hoa Kỳ	2.128.175.945	21,0	1.673.310.138	20,5	27,2
Nhật Bản	1.563.439.976	15,4	1.409.384.401	17,3	10,9
Trung Quốc	1.112.276.814	11,0	713.637.082	8,7	55,9
Hàn Quốc	764.232.818	7,5	476.984.904	5,8	60,2
Hồng Kông	701.584.493	6,9	588.258.974	7,2	19,3
Khác	3.874.057.692	38,2	3.298.002.607	40,4	17,5
VI. Thủy sản	7.053.125.559		6.568.766.034		7,4
Hoa Kỳ	1.435.696.982	20,4	1.308.200.412	19,9	9,7
Nhật Bản	1.098.506.308	15,6	1.034.389.229	15,7	6,2
Trung Quốc	685.094.998	9,7	450.984.391	6,9	51,9
Hàn Quốc	607.963.122	8,6	571.645.299	8,7	6,4
Thái Lan	242.921.185	3,4	216.117.978	3,3	12,4
Khác	2.982.942.964	42,3	2.987.428.725	45,5	-0,2
VII. Gỗ và sản phẩm gỗ	6.969.096.320		6.891.641.175		1,1
Hoa Kỳ	2.825.125.867	40,5	2.641.467.861	38,3	7,0
Trung Quốc	1.020.235.045	14,6	974.539.189	14,1	4,7
Nhật Bản	980.633.785	14,1	1.042.096.632	15,1	-5,9

PHỤ LỤC

Hàn Quốc	575.100.277	8,3	498.476.907	7,2	15,4
Anh	307.154.905	4,4	286.811.794	4,2	7,1
Khác	1.260.846.441	18,1	1.448.248.792	21,0	-12,9
VIII. Phương tiện vận tải và phụ tùng	6.058.416.813		5.843.826.173		3,7
Nhật Bản	1.910.158.531	31,5	1.942.321.033	33,2	-1,7
Hoa Kỳ	796.518.915	13,1	685.466.386	11,7	16,2
Thái Lan	320.362.726	5,3	338.021.953	5,8	-5,2
Hàn Quốc	253.147.127	4,2	263.522.235	4,5	-3,9
Trung Quốc	206.907.529	3,4	130.761.345	2,2	58,2
Khác	2.571.321.985	42,4	2.483.733.222	42,5	3,5
IX. Cà phê	3.335.507.673		2.671.334.044		24,9
Đức	493.812.127	14,8	358.910.145	13,4	37,6
Hoa Kỳ	449.914.633	13,5	313.400.461	11,7	43,6
Italia	245.436.895	7,4	198.562.436	7,4	23,6
Tây Ban Nha	211.420.634	6,3	230.597.074	8,6	-8,3
Nhật Bản	202.984.072	6,1	169.532.801	6,3	19,7
Khác	1.731.939.312	51,9	1.400.331.127	52,4	23,7
X. Túi xách, vali, mũ, ô dù	3.168.587.311		2.874.855.494		10,2
Hoa Kỳ	1.320.187.439	41,7	1.183.656.738	41,2	11,5
Nhật Bản	356.503.671	11,3	318.214.386	11,1	12,0
Hà Lan	284.509.738	9,0	213.770.971	7,4	33,1
Trung Quốc	152.795.002	4,8	133.793.920	4,7	14,2
Đức	136.892.233	4,3	151.024.063	5,3	-9,4
Khác	917.699.228	29,0	874.395.417	30,4	5,0

**BIỂU III:
XUẤT KHẨU THEO MỘT SỐ THỊ TRƯỜNG CHÍNH NĂM 2016**

Đơn vị: USD

STT	Thị trường	Năm 2016	Tỷ trọng (%)	Năm 2015	Tỷ trọng (%)	2016 tăng/giảm so với 2015 (%)
CHÂU Á						
	ASEAN	17.473.042.011	9,89	18.253.563.048	11,27	-4,3
1	Thái Lan	3.693.328.138	2,09	3.184.179.352	1,97	16,0
2	Indonesia	2.618.096.723	1,48	2.851.195.238	1,76	-8,2
3	Malaysia	3.343.090.002	1,89	3.583.773.265	2,21	-6,7
4	Philippines	2.220.950.366	1,26	2.019.975.059	1,25	9,9
5	Campuchia	2.200.585.313	1,25	2.412.720.005	1,49	-8,8
6	Singapore	2.436.922.619	1,38	3.263.293.955	2,01	-25,3
7	Lào	478.075.033	0,27	534.755.510	0,33	-10,6
8	Myanmar	461.941.520	0,26	378.074.394	0,23	22,2
9	Brunei	20.052.297	0,01	25.596.271	0,02	-21,7
NGOÀI ASEAN						
10	Trung Quốc	21.970.467.402	12,44	17.109.303.862	10,56	28,4
11	Nhật Bản	14.676.714.003	8,31	14.132.022.141	8,72	3,9
12	Hàn Quốc	11.418.670.163	6,46	8.921.149.625	5,51	28,0
13	Hồng Kông	6.091.181.458	3,45	6.961.681.339	4,30	-12,5
14	U.A.E	4.999.781.785	2,83	5.691.689.067	3,51	-12,2
15	Ấn Độ	2.687.894.224	1,52	2.472.422.817	1,53	8,7
16	Đài Loan	2.272.189.823	1,29	2.083.259.647	1,29	9,1
17	Israel	554.151.898	0,31	533.663.655	0,33	3,8
18	Bangladesh	555.025.520	0,31	570.017.286	0,35	-2,6
19	Ả-rập Xê-út	394.330.900	0,22	534.058.547	0,33	-26,2
20	Pakistan	436.077.701	0,25	419.918.554	0,26	3,8
21	I-rắc	327.687.986	0,19	260.593.860	0,16	25,7
22	Sri Lanka	186.808.939	0,11	192.441.633	0,12	-2,9

PHỤ LỤC

23	Cô-ôét	73.260.714	0,04	88.183.383	0,05	-16,9
24	Đông Ti-mo	47.296.199	0,03	31.084.087	0,02	52,2
CHÂU ÂU						
	KHỐI EU	33.975.208.480	19,24	30.937.311.902	19,10	9,8
25	Đức	5.959.381.160	3,37	5.708.482.337	3,52	4,4
26	Hà Lan	6.014.052.144	3,40	4.760.576.192	2,94	26,3
27	Anh	4.899.133.620	2,77	4.645.490.644	2,87	5,5
28	Italia	3.265.167.087	1,85	2.851.550.360	1,76	14,5
29	Pháp	2.999.122.031	1,70	2.949.579.798	1,82	1,7
30	Áo	2.631.290.669	1,49	2.188.817.250	1,35	20,2
31	Tây Ban Nha	2.293.765.805	1,30	2.299.057.174	1,42	-0,2
32	Bỉ	1.967.552.130	1,11	1.779.503.067	1,10	10,6
33	Thụy Điển	914.781.898	0,52	936.269.009	0,58	-2,3
34	Ba Lan	597.772.646	0,34	585.158.080	0,36	2,2
35	Slovakia	416.720.716	0,24	275.565.654	0,17	51,2
36	Bồ Đào Nha	292.071.785	0,17	287.903.762	0,18	1,4
37	Đan Mạch	283.253.014	0,16	289.437.988	0,18	-2,1
38	Slovenia	264.540.044	0,15	196.478.851	0,12	34,6
39	Hy Lạp	188.624.299	0,11	167.275.374	0,10	12,8
40	Séc	146.182.491	0,08	170.940.855	0,11	-14,5
41	Latvia	152.403.203	0,09	138.564.722	0,09	10,0
42	Phần Lan	106.566.525	0,06	117.610.505	0,07	-9,4
43	Rumani	97.211.189	0,06	102.173.644	0,06	-4,9
44	Ireland	112.340.487	0,06	115.042.768	0,07	-2,3
45	Hungary	93.331.659	0,05	65.735.141	0,04	42,0
46	Croatia	45.591.364	0,03	32.636.354	0,02	39,7
47	Bungaria	12.756.272	0,01	40.845.028	0,03	-68,8
48	Litva	48.345.055	0,03	37.816.183	0,02	27,8
49	Síp	38.122.909	0,02	33.428.805	0,02	14,0
50	Lúc-xăm-bua	31.625.023	0,02	40.184.309	0,02	-21,3
51	Estonia	30.777.527	0,02	25.501.211	0,02	20,7
52	Malta	72.725.728	0,04	95.686.837	0,06	-24,0

PHỤ LỤC

NGOÀI EU						
53	Nga	1.616.402.036	0,92	1.438.361.723	0,89	12,4
54	Thổ Nhĩ Kỳ	1.328.781.069	0,75	1.359.637.354	0,84	-2,3
55	Thụy Sỹ	593.224.612	0,34	230.031.760	0,14	157,9
56	Ukraine	188.759.480	0,11	159.962.799	0,10	18,0
57	Na Uy	117.756.174	0,07	103.537.977	0,06	13,7
CHÂU MỸ						
58	Hoa Kỳ	38.464.057.823	21,78	33.465.079.188	20,66	14,9
59	Canada	2.653.564.734	1,50	2.409.537.838	1,49	10,1
60	Mexico	1.888.607.789	1,07	1.545.548.003	0,95	22,2
61	Brazil	1.332.445.130	0,75	1.435.979.366	0,89	-7,2
62	Chilê	805.350.904	0,46	650.346.840	0,40	23,8
63	Argentina	368.949.126	0,21	378.696.311	0,23	-2,6
64	Colombia	325.102.128	0,18	346.002.782	0,21	-6,0
65	Peru	277.489.077	0,16	239.125.229	0,15	16,0
66	Panama	259.554.059	0,15	268.887.466	0,17	-3,5
CHÂU PHI						
67	Nam Phi	868.826.320	0,49	1.038.860.139	0,64	-16,4
68	Ai Cập	293.389.316	0,17	361.683.867	0,22	-18,9
69	Algeria	271.420.551	0,15	233.774.689	0,14	16,1
70	Ghana	302.196.429	0,17	240.517.882	0,15	25,6
71	Bờ biển Ngà	120.985.582	0,07	137.839.300	0,09	-12,2
72	Nigeria	71.387.486	0,04	113.132.839	0,07	-36,9
73	Mô-dăm-bích	72.339.454	0,04	59.599.634	0,04	21,4
74	Kenya	58.315.246	0,03	34.490.949	0,02	69,1
75	Senegal	26.868.976	0,02	39.592.368	0,02	-32,1
76	Tanzania	28.557.231	0,02	64.168.486	0,04	-55,5
77	Tô-gô	48.538.239	0,03	16.919.362	0,01	186,9
78	Angola	38.775.584	0,02	47.139.437	0,03	-17,7
CHÂU ĐẠI DƯƠNG						
79	Australia	2.865.447.566	1,62	2.914.818.291	1,80	-1,7
80	New Zealand	359.931.353	0,20	326.081.851	0,20	10,4

BIỂU IV:
NHẬP KHẨU HÀNG HÓA THEO NHÓM HÀNG NĂM 2016

Đơn vị: Số lượng 1.000 tấn; Kim ngạch: Triệu USD

TT	Mặt hàng chủ yếu	NĂM 2015			NĂM 2016			2016 tăng/ giảm so với 2015 (%)	
		Số lượng	Kim ngạch	Tỷ trọng (%)	Số lượng	Kim ngạch	Tỷ trọng (%)	Số lượng	Kim ngạch
I	Tổng kim ngạch nhập khẩu		165.570		174.111				5,2
1	DN 100% vốn trong nước		68.344	41,28		71.825	41,25		5,1
2	DN có vốn ĐTNN		97.226	58,72		102.286	58,75		5,2
A	Nhóm hàng cần nhập khẩu		145.811	88,07		153.230	88,01		5,1
1	Thủy sản		1.068	0,64		1.106	0,64		3,6
2	Hạt điều	856	1.130	0,68	1.039	1.658	0,95	21,4	46,8
3	Lúa mỳ	2.343	601	0,36	4.807	1.019	0,59	105,2	69,6
4	Ngô	7.622	1.651	1,00	8.445	1.671	0,96	10,8	1,2
5	Đậu tương	1.707	765	0,46	1.546	661	0,38	-9,4	-13,6
6	Sữa và sản phẩm từ sữa		900	0,54		849	0,49		-5,6
7	Dầu, mỡ, động thực vật		682	0,41		701	0,40		2,8
8	Thức ăn gia súc và nguyên liệu		3.391	2,05		3.461	1,99		2,1
9	Nguyên, phụ liệu thuốc lá		335	0,20		319	0,18		-4,7
10	Quặng và khoáng sản khác	4.512	440	0,27	6.240	519	0,30	38,3	17,9

PHỤ LỤC

11	Than đá	6.927	547	0,33	13.327	927	0,53	92,4	69,4
12	Dầu thô	182	83	0,05	435	158	0,09	139,1	89,2
13	Xăng dầu các loại	10.045	5.336	3,22	11.856	4.944	2,84	18,0	-7,3
14	Khí đốt hoá lỏng	1.083	538	0,33	1.232	494	0,28	13,7	-8,3
15	Sản phẩm khác từ dầu mỏ		1.016	0,61		665	0,38		-34,5
16	Hóa chất		3.143	1,90		3.211	1,84		2,2
17	Sản phẩm hoá chất		3.414	2,06		3.793	2,18		11,1
18	Nguyên liệu dược phẩm		338	0,20		380	0,22		12,3
19	Dược phẩm		2.320	1,40		2.563	1,47		10,5
20	Phân bón	4.512	1.424	0,86	4.197	1.125	0,65	-7,0	-21,0
	- Ure	621	183	0,11	626	144	0,08	0,8	-21,4
21	Thuốc trừ sâu và nguyên liệu		733	0,44		730	0,42		-0,4
22	Chất dẻo nguyên liệu	3.924	5.957	3,60	4.539	6.257	3,59	15,7	5,0
23	Sản phẩm từ chất dẻo		3.759	2,27		4.397	2,53		17,0
24	Cao su các loại	390	648	0,39	435	690	0,40	11,5	6,4
25	Sản phẩm từ cao su		646	0,39		741	0,43		14,7
26	Gỗ và sản phẩm		2.167	1,31		1.837	1,06		-15,2
27	Giấy các loại	1.723	1.408	0,85	1.924	1.514	0,87	11,7	7,5
28	Sản phẩm từ giấy		591	0,36		616	0,35		4,3
29	Bông các loại	1.014	1.623	0,98	1.034	1.663	0,95	2,0	2,5
30	Xơ, sợi dệt các loại	792	1.519	0,92	861	1.608	0,92	8,8	5,9
31	Vải các loại		10.154	6,13		10.482	6,02		3,2

PHỤ LỤC

32	Nguyên phụ liệu dệt, may, da giấy		5.003	3,02		5.067	2,91		1,3
33	Thủy tinh và các sản phẩm từ thủy tinh		547	0,33		808	0,46		47,6
34	Sắt thép các loại	15.514	7.478	4,52	18.366	8.016	4,60	18,4	7,2
	- Phôi thép	1.847	624	0,38	1.082	338	0,19	-41,5	-45,8
35	Sản phẩm từ thép		3.808	2,30		2.958	1,70		-22,3
36	Kim loại thường khác	1.473	4.234	2,56	1.866	4.807	2,76	26,7	13,5
37	Sản phẩm từ kim loại thường khác		718	0,43		847	0,49		18,0
38	Máy tính, sản phẩm điện tử và linh kiện		23.123	13,97		27.874	16,01		20,5
39	Máy móc, thiết bị, dụng cụ, phụ tùng		27.580	16,66		28.372	16,30		2,9
40	Dây điện và dây cáp điện		997	0,60		1.054	0,61		5,6
41	Ô tô nguyên chiếc các loại (trừ xe dưới 9 chỗ)	74.092	2.447	1,48	61.944	1.649	0,95	-16,4	-32,6
42	Phương tiện vận tải khác và phụ tùng		2.196	1,33		1.387	0,80		-36,8
43	Điện thoại các loại và linh kiện (trừ điện thoại di động)		9.353	5,65		9.630	5,53		3,0

PHỤ LỤC

B	Nhóm hàng NK cần phải kiểm soát		6.788	4,10		7.821	4,49		15,2
44	Rau quả		622	0,38		925	0,53		48,7
45	Bánh kẹo và SP từ ngũ cốc		224	0,14		279	0,16		24,7
46	Chế phẩm thực phẩm khác		564	0,34		607	0,35		7,7
47	Chất thơm, Hoa Kỳ phẩm và chế phẩm vệ sinh		609	0,37		609	0,35		-0,1
48	Phế liệu sắt thép	3.186	809	0,49	3.900	872	0,50	22,4	7,9
49	Đá quý, kim loại quý và sản phẩm		581	0,35		563	0,32		-3,2
50	Linh kiện phụ tùng ô tô		3.028	1,83		3.550	2,04		17,2
51	Xe máy và linh kiện, phụ tùng xe gắn máy		351	0,21		416	0,24		18,6
C	Nhóm hàng hạn chế NK		6.580	3,97		6.875	3,95		4,5
52	Gồm nhóm hàng tiêu dùng các loại trong đó:		6.580	3,97		6.875	3,95		4,5
	Điện thoại di động		1.241	0,75		930	0,53		-25,0
	Ô tô nguyên chiếc dưới 9 chỗ	51.442	536	0,32	51.623	686	0,39	0,4	28,0
D	Hàng hóa khác		6.391	3,86		6.186	3,55		-3,2

BIỂU V:
THỊ TRƯỜNG NHẬP KHẨU MỘT SỐ MẶT HÀNG NĂM 2016

Đơn vị: USD

Nước, lãnh thổ xuất hàng	Trị giá nhập khẩu 2016	Tỷ trọng (%)	Trị giá nhập khẩu 2015	Tỷ trọng (%)	2016 tăng/giảm so với 2015 (%)
I. Máy móc, thiết bị, dụng cụ, phụ tùng	28.371.938.719		27.580.217.089		2,9
Trung Quốc	9.275.761.901	32,7	9.019.327.928	32,7	2,8
Hàn Quốc	5.837.634.349	20,6	5.115.886.602	18,5	14,1
Nhật Bản	4.165.616.481	14,7	4.505.800.874	16,3	-7,5
Đức	1.337.832.396	4,7	1.206.866.429	4,4	10,9
Đài Loan	1.287.778.391	4,5	1.462.567.704	5,3	-12,0
Khác	6.467.315.201	22,8	6.269.767.552	22,7	3,2
II. Máy vi tính, sản phẩm điện tử và linh kiện	27.874.205.092		23.123.081.650		20,5
Hàn Quốc	8.672.593.236	31,1	6.732.321.074	29,1	28,8
Trung Quốc	5.916.958.728	21,2	5.205.352.762	22,5	13,7
Đài Loan	3.158.532.350	11,3	2.191.858.705	9,5	44,1
Nhật Bản	2.805.255.455	10,1	2.266.999.963	9,8	23,7
Hoa Kỳ	2.240.805.616	8,0	1.431.868.660	6,2	56,5
Khác	5.080.059.707	18,2	5.294.680.487	22,9	-4,1
III. Điện thoại các loại và linh kiện	10.559.966.981		10.593.806.893		-0,3
Trung Quốc	6.143.060.891	58,2	6.900.886.813	65,1	-11,0
Hàn Quốc	3.578.630.359	33,9	3.023.099.363	28,5	18,4
Hồng Kông	165.756.853	1,6	154.307.179	1,5	7,4
Hoa Kỳ	53.732.052	0,5	2.775.561	0,0	1,835,9

PHỤ LỤC

Nhật Bản	42.090.354	0,4	75.074.564	0,7	-43,9
Khác	576.696.472	5,5	437.663.412	4,1	31,8
IV. Vải các loại	10.482.389.571		10.154.373.559		3,2
Trung Quốc	5.447.910.767	52,0	5.223.210.460	51,4	4,3
Hàn Quốc	1.957.942.399	18,7	1.856.297.581	18,3	5,5
Đài Loan	1.502.620.285	14,3	1.536.103.000	15,1	-2,2
Nhật Bản	637.637.884	6,1	568.009.825	5,6	12,3
Hồng Kông	227.309.789	2,2	249.360.987	2,5	-8,8
Khác	708.968.447	6,8	721.391.706	7,1	-1,7
V. Sắt thép các loại	8.016.213.704		7.477.526.019		7,2
Trung Quốc	4.451.108.923	55,5	4.155.923.126	55,6	7,1
Nhật Bản	1.187.465.595	14,8	1.269.073.280	17,0	-6,4
Hàn Quốc	1.009.364.045	12,6	1.044.536.092	14,0	-3,4
Đài Loan	723.876.093	9,0	612.511.688	8,2	18,2
Nga	161.245.627	2,0	7.421.239	0,1	2,072,8
Khác	483.153.421	6,0	388.060.593	5,2	24,5
VI. Chất dẻo nguyên liệu	6.256.725.808		5.956.818.151		5,0
Hàn Quốc	1.197.432.341	19,1	1.147.548.318	19,3	4,3
A-rập-Xê-út	1.020.817.183	16,3	969.040.270	16,3	5,3
Đài Loan	941.062.589	15,0	932.327.261	15,7	0,9
Trung Quốc	661.272.822	10,6	536.494.412	9,0	23,3
Thái Lan	538.046.076	8,6	541.256.052	9,1	-0,6
Khác	1.898.094.797	30,3	1.830.151.838	30,7	3,7
VII. Nguyên phụ liệu dệt, may, da giày	5.066.699.762		5.002.831.291		1,3
Trung Quốc	1.873.210.891	37,0	1.777.854.191	35,5	5,4
Hàn Quốc	791.857.268	15,6	795.269.972	15,9	-0,4

PHỤ LỤC

Đài Loan	468.842.639	9,3	470.327.324	9,4	-0,3
Hoa Kỳ	288.473.150	5,7	299.214.024	6,0	-3,6
Nhật Bản	230.351.749	4,5	198.188.323	4,0	16,2
Khác	1.413.964.065	27,9	1.461.977.457	29,2	-3,3
VIII. Xăng đầu các loại	4.944.149.572		5.335.706.342		-7,3
Singapore	1.577.779.417	31,9	2.039.689.638	38,2	-22,6
Malaixia	1.178.536.661	23,8	378.855.777	7,1	211,1
Hàn Quốc	940.420.719	19,0	178.923.868	3,4	425,6
Thái Lan	638.403.948	12,9	1.157.605.334	21,7	-44,9
Trung Quốc	451.049.502	9,1	920.980.720	17,3	-51,0
Khác	157.959.325	3,2	659.651.006	12,4	-76,1
IX. Kim loại thường khác	4.806.995.532		4.234.425.607		13,5
Trung Quốc	1.518.194.916	31,6	1.280.285.090	30,2	18,6
Hàn Quốc	1.071.483.482	22,3	1.035.739.493	24,5	3,5
Australia	479.638.248	10,0	387.737.736	9,2	23,7
Nhật Bản	284.068.750	5,9	248.864.699	5,9	14,1
Đài Loan	227.102.802	4,7	221.352.137	5,2	2,6
Khác	1.226.507.334	25,5	1.060.446.452	25,0	15,7
X. Sản phẩm từ chất dẻo	4.396.645.328		3.759.108.043		17,0
Trung Quốc	1.491.531.620	33,9	1.151.067.587	30,6	29,6
Hàn Quốc	1.299.908.735	29,6	1.066.980.340	28,4	21,8
Nhật Bản	660.279.117	15,0	635.113.099	16,9	4,0
Thái Lan	218.764.008	5,0	186.289.219	5,0	17,4
Đài Loan	209.159.780	4,8	226.062.330	6,0	-7,5
Khác	517.002.068	11,8	493.595.468	13,1	4,7

**BIỂU VI:
NHẬP KHẨU THEO MỘT SỐ THỊ TRƯỜNG CHÍNH NĂM 2016**

Đơn vị: USD

TT	Thị trường	Năm 2016	Tỷ trọng (%)	Năm 2015	Tỷ trọng (%)	2016 tăng/giảm so với 2015 (%)
CHÂU Á						
	ASEAN	23.883.135.044	13,72	23.807.762.239	14,38	0,3
1	Thái Lan	8.795.618.702	5,05	8.279.313.667	5,00	6,2
2	Malaysia	5.113.564.169	2,94	4.198.966.248	2,54	21,8
3	Singapore	4.708.982.980	2,70	6.037.089.881	3,65	-22,0
4	Indonesia	2.970.839.906	1,71	2.739.736.438	1,65	8,4
5	Philippines	1.058.907.462	0,61	906.120.699	0,55	16,9
6	Campuchia	725.791.737	0,42	955.574.527	0,58	-24,0
7	Lào	345.360.346	0,20	586.672.025	0,35	-41,1
8	Myanmar	86.379.997	0,05	56.180.104	0,03	53,8
9	Brunei	77.689.745	0,04	48.108.650	0,03	61,5
NGOÀI ASEAN						
10	Trung Quốc	49.929.960.191	28,68	49.498.692.669	29,90	0,9
11	Hàn Quốc	32.033.946.967	18,40	27.631.061.621	16,69	15,9
12	Nhật Bản	15.033.857.600	8,63	14.360.367.925	8,67	4,7
13	Đài Loan	11.221.288.666	6,44	10.991.528.128	6,64	2,1
14	Ấn Độ	2.710.634.690	1,56	2.656.391.997	1,60	2,0
15	Hồng Kông	1.497.384.689	0,86	1.320.468.970	0,80	13,4
16	Ả-rập Xê-út	1.165.277.360	0,67	1.105.834.791	0,67	5,4
17	Israel	683.752.245	0,39	1.161.429.933	0,70	-41,1
18	U.A.E	450.294.709	0,26	522.026.875	0,32	-13,7
19	Qua-ta	181.071.782	0,10	187.568.064	0,11	-3,5

PHỤ LỤC

20	Pakistan	128.689.200	0,07	159.968.161	0,10	-19,6
21	Cô-ôét	110.359.431	0,06	130.605.751	0,08	-15,5
22	Kazakhstan	55.933.699	0,03	9.115.568	0,01	513,6
CHÂU ÂU						
	KHỐI EU	11.063.570.494	6,35	10.426.447.843	6,30	6,1
23	Đức	2.828.263.287	1,62	3.213.309.353	1,94	-12,0
24	Italia	1.416.304.538	0,81	1.453.057.924	0,88	-2,5
25	Pháp	1.137.169.795	0,65	1.260.418.068	0,76	-9,8
26	Ireland	1.026.313.802	0,59	286.265.355	0,17	258,5
27	Anh	717.460.738	0,41	729.608.328	0,44	-1,7
28	Hà Lan	673.150.580	0,39	691.583.660	0,42	-2,7
29	Bi	473.980.419	0,27	495.257.791	0,30	-4,3
30	Tây Ban Nha	448.039.776	0,26	403.933.478	0,24	10,9
31	Áo	358.293.281	0,21	412.471.428	0,25	-13,1
32	Đan Mạch	328.413.029	0,19	244.119.050	0,15	34,5
33	Thụy Điển	290.478.659	0,17	240.325.953	0,15	20,9
34	Phần Lan	221.535.970	0,13	204.506.449	0,12	8,3
35	Ba Lan	191.792.045	0,11	175.604.170	0,11	9,2
36	Hungary	172.797.905	0,10	129.584.682	0,08	33,3
37	Bungaria	170.256.334	0,10	61.648.809	0,04	176,2
38	Rumania	168.300.556	0,10	73.434.963	0,04	129,2
39	Séc	103.691.631	0,06	75.735.355	0,05	36,9
40	Bồ Đào Nha	50.502.170	0,03	68.161.913	0,04	-25,9
41	Hy Lạp	50.317.534	0,03	28.517.515	0,02	76,4
42	Malta	36.605.866	0,02	24.123.135	0,01	51,7
43	Síp	35.567.084	0,02	25.298.390	0,02	40,6
44	Slovenia	35.056.642	0,02	33.253.587	0,02	5,4
45	Croatia	31.952.724	0,02	23.413.732	0,01	36,5

PHỤ LỤC

46	Slovakia	31.834.671	0,02	18.115.921	0,01	75,7
47	Litva	28.008.466	0,02	18.207.906	0,01	53,8
48	Lúc-xăm-bua	22.707.561	0,01	10.211.983	0,01	122,4
49	Latvia	8.521.608	0,00	6.958.182	0,00	22,5
50	Estonia	6.253.823	0,00	19.320.763	0,01	-67,6
	Ngoài EU					
51	Nga	1.124.626.513	0,65	741.975.647	0,45	51,6
52	Thụy Sỹ	502.674.954	0,29	437.347.691	0,26	14,9
53	Na Uy	262.434.687	0,15	202.731.671	0,12	29,4
54	Thổ Nhĩ Kỳ	169.590.758	0,10	147.444.639	0,09	15,0
55	Belarus	91.980.785	0,05	120.125.254	0,07	-23,4
56	Ukraine	75.481.760	0,04	74.546.903	0,05	1,3
CHÂU MỸ						
57	Hoa Kỳ	8.708.084.692	5,00	7.792.646.752	4,71	11,7
58	Argentina	2.672.263.928	1,53	2.163.197.510	1,31	23,5
59	Braxin	1.717.520.934	0,99	2.437.069.524	1,47	-29,5
60	Mexico	480.499.639	0,28	477.233.333	0,29	0,7
61	Canada	389.857.020	0,22	448.564.115	0,27	-13,1
62	Chile	231.220.266	0,13	290.520.563	0,18	-20,4
63	Peru	76.188.068	0,04	59.994.676	0,04	27,0
CHÂU PHI						
64	Bờ biển Ngà	703.235.996	0,40	450.392.280	0,27	56,1
65	Cameroon	168.408.964	0,10	162.541.088	0,10	3,6
66	Nam Phi	147.712.577	0,08	115.148.681	0,07	28,3
67	Tuy-ni-di	8.689.818	0,00	5.780.244	0,00	50,3
CHÂU ĐẠI DƯƠNG						
68	Australia	2.392.187.196	1,37	2.022.281.694	1,22	18,3
69	New Zealand	356.880.290	0,20	377.822.341	0,23	-5,5

BIỂU VII:
XUẤT NHẬP KHẨU THEO ĐỊA PHƯƠNG NĂM 2016

Đơn vị: USD

XUẤT KHẨU							
Tên địa phương	NĂM 2015			NĂM 2016			2016 tăng/ giảm so với 2015 (%)
	Kim ngạch	Tỷ trọng (%)	Thứ hạng	Kim ngạch	Tỷ trọng (%)	Thứ hạng	
KNXK cả nước	162.016.742.480			176.631.783.759			9,0
TP. Hồ Chí Minh	30.239.024.367	18,66	1	31.681.975.288	17,94	1	4,8
Thái Nguyên	21.531.705.078	13,29	2	22.146.238.410	12,54	2	2,9
Bắc Ninh	15.956.508.512	9,85	4	19.637.941.490	11,12	3	23,1
Bình Dương	18.647.247.368	11,51	3	19.264.062.942	10,91	4	3,3
Đồng Nai	14.057.331.100	8,68	5	15.150.230.727	8,58	5	7,8
Hà Nội	10.462.119.866	6,46	6	10.683.333.824	6,05	6	2,1
Hải Phòng	4.514.632.258	2,79	7	6.044.722.804	3,42	7	33,9
Bắc Giang	4.365.832.941	2,69	8	4.560.877.893	2,58	8	4,5
Hải Dương	2.537.293.386	1,57	12	4.193.797.098	2,37	9	65,3
Long An	3.386.711.687	2,09	9	3.709.570.355	2,10	10	9,5
Tây Ninh	2.712.251.532	1,67	11	3.035.740.637	1,72	11	11,9
Bà Rịa - Vũng Tàu	2.837.822.661	1,75	10	2.870.859.928	1,63	12	1,2
Hưng Yên	2.186.562.460	1,35	13	2.512.928.168	1,42	13	14,9
Tiền Giang	1.938.655.106	1,20	14	2.220.505.635	1,26	14	14,5
Vĩnh Phúc	1.805.137.526	1,11	15	2.127.875.181	1,20	15	17,9
Bình Phước	1.290.347.797	0,80	18	1.543.696.110	0,87	16	19,6
Quảng Ninh	1.542.686.514	0,95	16	1.523.293.884	0,86	17	-1,3
Thanh Hóa	1.379.899.818	0,85	17	1.493.530.779	0,85	18	8,2
Khánh Hòa	1.224.193.238	0,76	19	1.301.955.622	0,74	19	6,4
Cà Mau	1.151.764.518	0,71	21	1.233.135.596	0,70	20	7,1

PHỤ LỤC

NHẬP KHẨU							
Tên địa phương	NĂM 2015			NĂM 2016			2016 tăng/giảm so với 2015 (%)
	Kim ngạch	Tỷ trọng (%)	Thứ hạng	Kim ngạch	Tỷ trọng (%)	Thứ hạng	
KNNK cả nước	165.570.421.946			174.110.916.180			5,2
TP. Hồ Chí Minh	33.694.477.855	20,35	1	38.027.103.614	21,84	1	12,9
Thái Nguyên	25.690.085.018	15,52	2	25.209.164.856	14,48	2	-1,9
Bắc Ninh	18.443.794.950	11,14	3	17.841.971.652	10,25	3	-3,3
Bình Dương	13.767.193.355	8,32	4	14.303.814.539	8,22	4	3,9
Đồng Nai	12.750.850.795	7,70	5	13.204.404.639	7,58	5	3,6
Hà Nội	11.440.103.993	6,91	6	11.797.958.993	6,78	6	3,1
Hải Phòng	5.350.525.788	3,23	7	6.448.310.218	3,70	7	20,5
Bắc Giang	4.852.614.303	2,93	8	5.484.529.836	3,15	8	13,0
Hải Dương	3.976.412.716	2,40	9	4.340.101.782	2,49	9	9,1
Long An	2.538.760.682	1,53	14	4.328.105.968	2,49	10	70,5
Tây Ninh	2.910.580.980	1,76	10	3.705.346.505	2,13	11	27,3
Bà Rịa - Vũng Tàu	2.769.550.669	1,67	11	3.081.693.500	1,77	12	11,3
Hưng Yên	2.747.502.773	1,66	12	3.045.101.096	1,75	13	10,8
Tiền Giang	1.825.562.933	1,10	17	1.848.018.885	1,06	14	1,2
Vĩnh Phúc	2.126.172.322	1,28	15	1.810.011.594	1,04	15	-14,9
Bình Phước	1.355.609.301	0,82	18	1.652.965.698	0,95	16	21,9
Quảng Ninh	1.112.380.188	0,67	21	1.275.845.457	0,73	17	14,7
Thanh Hóa	1.144.423.086	0,69	19	1.227.998.845	0,71	18	7,3
Khánh Hòa	1.116.009.896	0,67	20	1.175.080.808	0,67	19	5,3
Cà Mau	931.690.454	0,56	23	1.165.571.316	0,67	20	25,1

HỘI ĐỒNG BIÊN TẬP

CHỦ TỊCH

Ông Trần Quốc Khánh - *Thứ trưởng Bộ Công Thương*

PHÓ CHỦ TỊCH

Ông Nguyễn Hữu Quý - *Tổng Biên tập Báo Công Thương*

Ông Trần Thanh Hải - *Phó Cục trưởng Cục Xuất nhập khẩu*

THÀNH VIÊN

Ông Phan Sinh - *Phó Cục trưởng Cục Công nghệ thông tin & Thống kê hải quan - Tổng Cục Hải quan*

Bà Nguyễn Thúy Hiền - *Phó Vụ trưởng Vụ Kế hoạch*

Ông Nguyễn Phương Nam - *Phó Cục trưởng Cục Quản lý cạnh tranh*

Ông Đỗ Kim Lang - *Phó Cục trưởng Cục Xúc tiến thương mại*

Ông Lê Hải An - *Phó Vụ trưởng Vụ Thị trường châu Á - Thái Bình Dương*

Bà Nguyễn Thảo Hiền - *Phó Vụ trưởng Vụ Thị trường châu Âu*

Ông Trần Duy Đông - *Phó Vụ trưởng phụ trách Vụ Thị trường châu Mỹ*

Ông Lê Thái Hòa - *Phó Vụ trưởng Vụ Thị trường châu Phi, Tây Á, Nam Á*

Bà Nguyễn Thị Quỳnh Nga - *Phó Vụ trưởng Vụ Chính sách thương mại Đa biên*

Ông Phạm Anh Tuấn - *Phó Vụ trưởng Vụ Công nghiệp nặng*

Ông Bùi Trường Thắng - *Phó Vụ trưởng Vụ Công nghiệp nhẹ*

Ông Trần Hoàng - *Phó Tổng Biên tập Báo Công Thương*

TỔ THƯ KÝ BIÊN TẬP

TỔ TRƯỞNG

Ông Trần Thanh Hải - Phó Cục trưởng Cục Xuất nhập khẩu

TỔ PHÓ

Ông Trần Hoàng - Phó Tổng Biên tập Báo Công Thương

THÀNH VIÊN

Bà Nguyễn Cẩm Trang - Trưởng phòng, Cục Xuất nhập khẩu

Ông Vũ Minh Tâm - Chuyên viên Cục Xuất nhập khẩu

Ông Hoàng Nguyễn Đức Dũng - Chuyên viên Cục Xuất nhập khẩu

Ông Nguyễn Nam Hải - Trưởng Phòng XTTM- Báo Công Thương

Ông Nguyễn Hải - Trưởng Ban TKTS- Báo Công Thương

Bà Dương Thị Nga - Phó phòng XTTM- Báo Công Thương

Bà Nguyễn Kiều Nga - Phó phòng XTTM- Báo Công Thương

CHỊU TRÁCH NHIỆM XUẤT BẢN

Nguyễn Minh Huệ

Giám đốc Nhà xuất bản Công Thương

CHẾ BẢN

Quốc Việt

Hồng Thịnh

Trần Cường

Việt Cường

THIẾT KẾ BÌA

Quốc Việt - Trần Cường

MỤC LỤC

LỜI TỰA	3
LỜI CẢM ƠN	7
A. TỔNG QUAN VỀ XUẤT NHẬP KHẨU NĂM 2016	9
I. Tổng quan về kinh tế Việt Nam và thế giới năm 2016	9
1. Kinh tế Việt Nam năm 2016	9
2. Kinh tế thế giới và các đối tác thương mại lớn của Việt Nam	10
2.1. Kinh tế thế giới	10
2.2. Kinh tế các đối tác thương mại lớn của Việt Nam	10
II. Tổng quan về xuất khẩu, nhập khẩu hàng hóa năm 2016	12
B. TÌNH HÌNH XUẤT KHẨU CÁC MẶT HÀNG	15
I. Xuất khẩu các mặt hàng nông sản, thủy sản	15
1. Tình hình xuất khẩu chung	15
1.1. Về kim ngạch	15
1.2. Về mặt hàng	15
1.3. Về thị trường	15
2. Tình hình xuất khẩu một số mặt hàng nông sản, thủy sản	17
2.1. Thủy sản	17
2.2. Gạo	18
2.3. Cà phê	20
2.4. Chè	21
2.5. Cao su	22
2.6. Hạt tiêu	23
2.7. Hạt điều	24
2.8. Rau quả	25
2.9. Sắn và các sản phẩm từ sắn	26
II. Xuất khẩu các mặt hàng công nghiệp chế biến	27
1. Tình hình xuất khẩu chung	27
1.1. Về kim ngạch	27
1.2. Về mặt hàng	28
1.3. Về thị trường	28
2. Tình hình xuất khẩu một số mặt hàng công nghiệp	29
2.1. Dệt may	29
2.2. Giày dép	30
2.3. Túi xách, vali, mũ, ô, dù	31
2.4. Điện thoại và linh kiện	32
2.5. Máy vi tính, linh kiện điện tử	33
2.6. Thép	34
2.7. Nhựa	35
2.8. Máy móc, thiết bị	37
2.9. Gỗ và sản phẩm gỗ	37

C. TÌNH HÌNH NHẬP KHẨU CÁC MẶT HÀNG	39
I. Nhập khẩu nhóm hàng nông sản, thủy sản	39
1. Hàng thủy sản	40
2. Thức ăn chăn nuôi	40
3. Hạt điều	40
4. Hàng rau quả	41
5. Lúa mì	41
II. Nhập khẩu nhóm hàng nhiên liệu, khoáng sản	42
1. Than	42
2. Xăng dầu	43
III. Nhập khẩu nhóm hàng công nghiệp	44
1. Phân bón	44
2. Nguyên phụ liệu ngành dệt may, da giày	47
3. Thép	50
4. Chất dẻo nguyên liệu và sản phẩm nhựa	51
4.1. Chất dẻo nguyên liệu	51
4.2. Sản phẩm nhựa	53
5. Ô tô và linh kiện	54
5.1. Ô tô	56
5.2. Linh kiện, phụ tùng ô tô	56
6. Máy móc, thiết bị	57
7. Hàng tiêu dùng	58
D. THỊ TRƯỜNG XUẤT KHẨU, NHẬP KHẨU	59
I. Xuất nhập khẩu với thị trường châu Á - Thái Bình Dương	59
1. Tình hình xuất nhập khẩu chung	59
2. Tình hình xuất nhập khẩu đối với từng khu vực thị trường	60
2.1. Khu vực nói tiếng Trung	60
2.2. Khu vực Đông Bắc Á	63
2.3. Khu vực Đông Nam Á (ASEAN)	64
2.4. Khu vực châu Đại Dương	68
3. Chính sách quản lý nhập khẩu của một số nước	69
3.1. Trung Quốc	69
3.2. Nhật Bản	70
3.3. Thái Lan	71
3.4. Indonesia	72
3.5. Australia	73
II. Xuất nhập khẩu với thị trường châu Âu	73
1. Tình hình xuất nhập khẩu chung	73
2. Tình hình xuất nhập khẩu đối với từng khu vực thị trường	75
2.1. Khu vực EU	75
2.2. Liên minh kinh tế Á Âu	77
2.3. Khu vực EFTA	80

3. Chính sách quản lý nhập khẩu của một số nước	83
III. Thị trường châu Mỹ	84
1. Tình hình xuất nhập khẩu chung	84
2. Tình hình xuất nhập khẩu đối với từng khu vực thị trường	85
2.1. Khu vực Bắc Mỹ	85
2.2. Khu vực Mỹ Latinh	91
3. Chính sách quản lý nhập khẩu của một số nước	94
3.1. Khu vực Bắc Mỹ	94
3.2. Khu vực Mỹ Latinh	96
IV. Xuất nhập khẩu với thị trường châu Phi, Tây Á, Nam Á	99
1. Tình hình xuất nhập khẩu chung	99
1.1. Khu vực châu Phi	99
1.2. Khu vực Tây Á (Trung Đông)	100
1.3. Khu vực Nam Á	102
2. Tình hình xuất nhập khẩu đối với từng khu vực thị trường	103
2.1. Khu vực châu Phi	103
2.2. Khu vực Tây Á (Trung Đông)	105
2.3. Khu vực Nam Á	107
3. Chính sách quản lý nhập khẩu của một số nước	109
E. CHÍNH SÁCH, CƠ CHẾ XUẤT NHẬP KHẨU	111
I. Chương trình hành động thực hiện Chiến lược Xuất nhập khẩu hàng hóa thời kỳ 2011-2020, định hướng đến năm 2030	111
1. Triển khai Chiến lược Xuất nhập khẩu hàng hóa thời kỳ 2011-2020	111
2. Triển khai các nhiệm vụ, đề án của Chương trình	113
II. Xây dựng văn bản pháp lý điều hành xuất nhập khẩu	114
1. Hệ thống văn bản quy phạm pháp luật về xuất nhập khẩu hàng hóa	114
2. Cơ chế quản lý, điều hành trong một số lĩnh vực	118
2.1. Điều hành hạn ngạch thuế quan	118
2.2. Thương mại biên giới	119
2.3. Tạm nhập tái xuất, chuyển khẩu, quá cảnh	119
III. Một số chương trình, biện pháp thúc đẩy xuất khẩu	120
1. Tháo gỡ khó khăn, vướng mắc cho sản xuất, xuất khẩu	120
2. Chương trình Xúc tiến thương mại Quốc gia năm 2016	122
3. Chương trình Thương hiệu Quốc gia	126
4. Chương trình Doanh nghiệp xuất khẩu uy tín	129
IV. Thuận lợi hóa thương mại	132
1. Kế hoạch phát triển logistics	132
2. Cơ chế Một cửa quốc gia và Cơ chế Một cửa ASEAN	134
3. Cải cách thủ tục hành chính	135

F. THÔNG TIN VỀ CÁC HIỆP ĐỊNH THƯƠNG MẠI TỰ DO	137
I. Tổng quan cam kết về thương mại hàng hóa trong các FTA Việt Nam đã ký kết và đang đàm phán	137
1. Hiệp định Thương mại hàng hóa ASEAN (ATIGA)	137
2. Hiệp định Thương mại hàng hóa ASEAN - Trung Quốc (ACFTA)	139
3. Hiệp định Thương mại tự do ASEAN - Hàn Quốc (AKFTA)	140
4. Hiệp định Đối tác kinh tế toàn diện ASEAN - Nhật Bản (AJCEP)	142
5. Hiệp định Thành lập khu vực thương mại tự do ASEAN - Australia - New Zealand (AANZFTA)	143
6. Hiệp định Thương mại hàng hóa ASEAN - Ấn Độ (AITIG)	144
7. Hiệp định Đối tác Kinh tế Việt Nam - Nhật Bản (VJEP)	146
8. Hiệp định Thương mại tự do Việt Nam - Hàn Quốc (VKFTA)	146
9. Hiệp định Thương mại tự do Việt Nam - Liên minh Kinh tế Á Âu (VN-EAEU FTA)	147
10. Hiệp định Thương mại tự do Việt Nam - Liên minh châu Âu (EVFTA)	150
11. Hiệp định Đối tác kinh tế toàn diện khu vực (RCEP)	151
12. Hiệp định Thương mại tự do ASEAN - Hồng Kông (AHKFTA)	151
13. Hiệp định Thương mại tự do giữa Việt Nam và EFTA	152
14. Hiệp định Thương mại tự do Việt Nam - Israel	152
II. Thực hiện các Hiệp định FTA	152
1. Tình hình ban hành văn bản quy phạm pháp luật thực hiện các Hiệp định năm 2016	152
2. Tình hình tận dụng ưu đãi từ Hiệp định	154
3. Công tác tổ chức cấp C/O	159
4. Tuyên truyền, phổ biến việc tận dụng các FTA	160
G. PHÒNG VỆ THƯƠNG MẠI	161
I. Các vụ việc phòng vệ thương mại đối với hàng hóa xuất khẩu của Việt Nam	161
1. Các vụ việc phòng vệ thương mại do nước ngoài khởi xướng điều tra áp dụng đối với hàng hóa xuất khẩu của Việt Nam	161
2. Các vụ việc giải quyết tranh chấp tại WTO	164
II. 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	165
H. KẾT LUẬN	169
PHỤ LỤC 1: DANH BẠ DOANH NGHIỆP XUẤT KHẨU UY TÍN NĂM 2015	170
PHỤ LỤC 2: BIỂU SỐ LIỆU XUẤT KHẨU, NHẬP KHẨU 2016	197

DANH MỤC BẢNG

Bảng 1: Kim ngạch xuất khẩu giày dép năm 2016	30
Bảng 2: Thị trường xuất khẩu túi xách, vali, mũ, ô, dù năm 2016	31
Bảng 3: Thị trường xuất khẩu điện thoại và linh kiện năm 2016	32
Bảng 4: Thị trường xuất khẩu máy vi tính, linh kiện điện tử năm 2016	33
Bảng 5: Xuất khẩu các loại thép năm 2016	34
Bảng 6: Thị trường xuất khẩu sản phẩm nhựa năm 2016	36
Bảng 7: Tình hình nhập khẩu một số mặt hàng nông sản năm 2016	39
Bảng 8: Thị trường chính nhập khẩu than năm 2016	42
Bảng 9: Nhập khẩu phân bón năm 2016	45
Bảng 10: Thị trường chính nhập khẩu phân bón năm 2016	46
Bảng 11: Nhập khẩu bông từ một số thị trường năm 2016	48
Bảng 12: Một số thị trường cung cấp xơ, sợi năm 2016	49
Bảng 13: Nhập khẩu thép năm 2016	50
Bảng 14: Thị trường nhập khẩu sản phẩm nhựa năm 2016	53
Bảng 15: Cơ cấu nhập khẩu ô tô năm 2016	55
Bảng 16: Xuất khẩu sang khu vực Mỹ Latinh	92
Bảng 17: Tỷ lệ xóa bỏ thuế quan của các nước ASEAN theo ATIGA	138
Bảng 18: Tỷ lệ xóa bỏ thuế quan của các nước trong AITIG	145
Bảng 19: Tỷ lệ xóa bỏ thuế quan của EU và Việt Nam trong EVFTA	150
Bảng 20: Tận dụng ưu đãi FTA của Việt Nam năm 2016	155

DANH MỤC BIỂU ĐỒ

Biểu đồ 1: Lượng và kim ngạch ô tô nguyên chiếc nhập khẩu	54
Biểu đồ 2: Thị trường Việt Nam nhập khẩu ô tô năm 2015-2016 (số lượng)	56
Biểu đồ 3: Xuất khẩu của Việt Nam sang EU so với các nước Đông Nam Á	76
Biểu đồ 4: Kim ngạch xuất nhập khẩu Việt Nam - EFTA	81
Biểu đồ 5: Các mặt hàng Việt Nam xuất khẩu sang Hoa Kỳ năm 2016	86
Biểu đồ 6: Các mặt hàng Việt Nam nhập khẩu từ Hoa Kỳ năm 2016	88
Biểu đồ 7: Cơ cấu mặt hàng Việt Nam xuất khẩu sang Canada năm 2016	89
Biểu đồ 8: Thị trường xuất khẩu của Việt Nam ở Mỹ Latinh (năm 2016)	91
Biểu đồ 9: Cơ cấu các ngành hàng được xét chọn trong chương trình “Doanh nghiệp xuất khẩu uy tín” năm 2015	131

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 giữa ASEAN và 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
CATBD	Khu vực châu Á - Thái Bình Dương
CEPT	Hiệp định Chương trình ưu đãi Thuế quan có Hiệu lực chung
CLMV	Campuchia, Lào, Myanmar, Việt Nam
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
GPT	Ưu đãi thuế quan phổ cập
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
RCEP	Hiệp định Đối tác kinh tế toàn diện Khu vực
SL	Danh mục nhạy cảm thường
SNG	Cộng đồng các Quốc gia Độc lập
SPS	biện pháp vệ sinh an toàn thực phẩm và kiểm dịch động thực vật
THQG	Thương hiệu Quốc gia
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
VJEPA	Hiệp định Đối tác kinh tế Việt Nam - Nhật Bản
WTO	Tổ chức Thương mại Thế giới
XTTM	Xúc tiến thương mại



BẢO HIỂM HÀNG HÓA XUẤT NHẬP KHẨU

- ◊ Tư vấn tận tình, chu đáo
- ◊ Phương thức bán hàng hiện đại, chuyên nghiệp
- ◊ Bồi thường nhanh chóng, thỏa đáng

GIẢI PHÁP ƯU VIỆT BẢO VỆ HÀNG HÓA!



Beyond Insurance

Hotline 24/7 **1900 9456** | www.bic.vn
www.baohiemtructuyen.com.vn



TÔN HOA SEN
Mái ấm gia đình Việt

THƯƠNG HIỆU QUỐC GIA



CAM KẾT BÁN

- ĐÚNG GIÁ
- ĐÚNG TIÊU CHUẨN
- ĐÚNG CHẤT LƯỢNG
- ĐƯỢC BẢO HÀNH



www.hoasengroup.vn

TẬP ĐOÀN HOA SEN LÀ CÔNG TY TĂNG TRƯỞNG TOÀN CẦU CỦA DIỄN ĐÀN KINH TẾ THẾ GIỚI

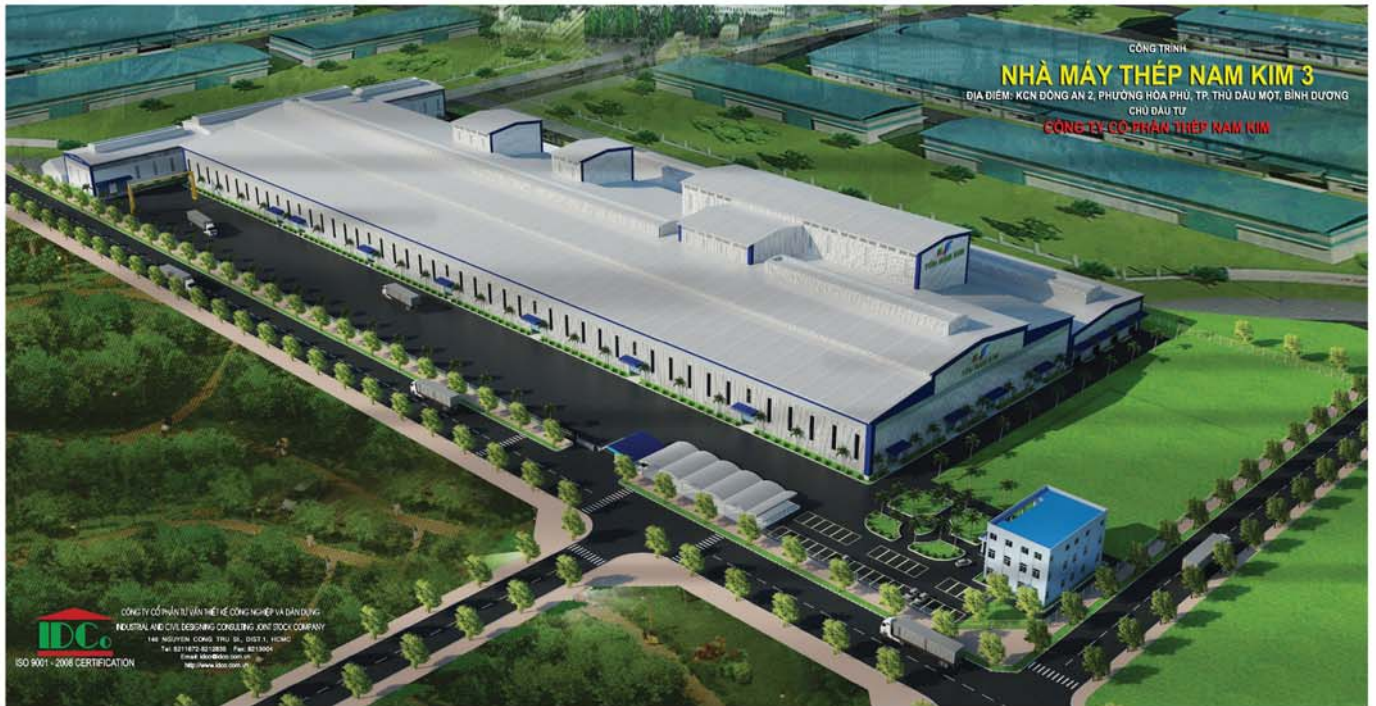
BẬT LỊCH LÃM SÁNG TỰ TIN





TÔN NAM KIM

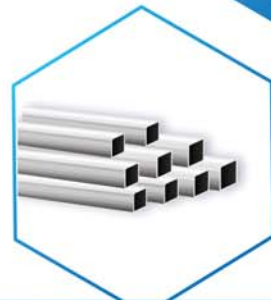
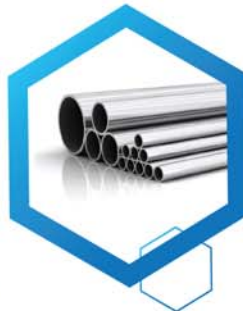
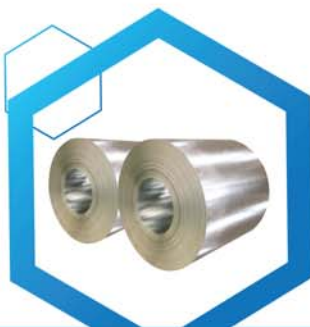
TIÊU CHUẨN NHẬT BẢN



Công ty Cổ phần Thép Nam Kim chuyên sản xuất kinh doanh, phân phối các loại tôn lạnh, tôn mạ kẽm, tôn mạ màu và các sản phẩm thép như thép dày mạ kẽm, xà gỗ, thép ống, thép hình, thép cán nóng, thép cán nguội.

Đến nay, Nam Kim đã từng bước khẳng định thương hiệu, duy trì tốc độ phát triển thị phần cao tại thị trường trong nước và thị trường xuất khẩu. Theo báo cáo của Hiệp hội Thép Việt Nam, Nam Kim là một trong 02 đơn vị đầu ngành về thị phần tôn thép mạ toàn quốc. Đây là một nỗ lực rất lớn và khẳng định sự không ngừng lớn mạnh của công ty Cổ phần Thép Nam Kim.

Sản phẩm của công ty được phân phối rộng rãi trên toàn lãnh thổ Việt Nam, xuất khẩu đến một số nước trong khu vực Đông Nam Á, Châu Âu, Châu Phi, Châu Úc, Trung Đông... Ngay từ những ngày đầu thành lập, Nam Kim đã không ngừng cải tiến, đa dạng hóa và nâng cao chất lượng sản phẩm, xem đó là nền tảng phát triển bền vững, từng bước mở rộng thị phần trong nước và thị trường xuất khẩu.



Đường N1, Cụm sản xuất An Thạnh, Phường An Thạnh, Thị xã Thuận An, Tỉnh Bình Dương.
Điện thoại: 0650 3748 848 - Fax: 0650 3748 868 - Website: namkimgroup.vn

