

BỘ CÔNG THƯƠNG

BÁO CÁO XUẤT NHẬP KHẨU VIỆT NAM 2017



NHÀ XUẤT BẢN CÔNG THƯƠNG

BỘ CÔNG THƯƠNG

**BÁO CÁO
XUẤT NHẬP KHẨU
VIỆT NAM
2017**

NHÀ XUẤT BẢN CÔNG THƯƠNG
HÀ NỘI 2018

De trang

Lời nói đầu

“Báo cáo Xuất nhập khẩu Việt Nam 2017” được hoàn thành với sự tham gia nhiệt tình và đóng góp 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 nội dung, biên tập, hoàn chỉnh và phát hành Báo cáo đến tay độc giả;*
- Các đơn vị chức năng thuộc Bộ Công Thương đã nghiêm túc phối hợp thực hiện nội dung Báo cáo cũng như đưa ra các ý kiến, đề xuất tích cực 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 nhẹn 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” là ấn phẩm thường niên được Bộ Công Thương phát hành với mong muốn đáp ứng được kỳ vọng của bạn đọc. Hội đồng Biên tập Báo cáo hy vọng nhận được những phản hồi và ý kiến đóng góp thiết thực để có thể xây dựng Báo cáo Xuất nhập khẩu hoàn chỉnh hơn những năm tới.

Xin trân trọng cảm ơn!

HỘI ĐỒNG BIÊN TẬP

De trang

CHƯƠNG I: **TỔNG QUAN**



I. KINH TẾ VIỆT NAM VÀ THẾ GIỚI NĂM 2017

1. Kinh tế Việt Nam năm 2017

Bước vào năm 2017, bối cảnh và điều kiện để thực hiện kế hoạch phát triển kinh tế xã hội nói chung cũng như hoạt động xuất nhập khẩu nói riêng có nhiều yếu tố thuận lợi nhưng đồng thời phải đối diện với không ít khó khăn, phức tạp mới nảy sinh.

Về thuận lợi, kinh tế thế giới tiếp tục đà phục hồi, các nền kinh tế lớn như Hoa Kỳ, Trung Quốc, Nhật Bản, Liên minh Châu Âu (EU) đạt mức tăng trưởng khả quan. Hoạt động đầu tư, thương mại toàn cầu có xu hướng cải thiện rõ rệt cùng với niềm tin của người tiêu dùng tăng lên là các yếu tố tác động tích cực đến sản xuất trong nước. Tinh thần đổi mới, sáng tạo, niềm tin trong cộng đồng doanh nghiệp và toàn xã hội đã được nâng lên và lan tỏa rộng rãi trước những kết quả đổi mới mạnh mẽ của Đảng và sự quyết liệt, sát sao trong chỉ đạo điều hành của Chính phủ nhằm tháo gỡ khó khăn, khơi dậy nguồn lực phát triển trong toàn xã hội trên tinh thần của một Chính phủ liêm chính, kiến tạo và hành động. Nhờ đó, năm 2017, kinh tế cả nước tăng trưởng vững vàng, các chỉ số vĩ mô tiếp tục được bảo đảm ổn định. Bên cạnh đó, chúng ta có được thuận lợi kép từ triển khai có hiệu quả các FTA song phương và đa phương đã ký kết trong bối cảnh phục hồi tăng trưởng ở hầu hết các nền kinh tế lớn đã góp phần mở rộng phạm vi thị trường và gia tăng đầu tư mở rộng sản xuất và đặc biệt là thúc đẩy tăng trưởng xuất khẩu của Việt Nam sang các thị trường này.

Mặc dù, tình hình chung thế giới năm 2017 có nhiều khởi sắc hơn năm 2016 nhưng bối cảnh chung vẫn còn nhiều thách thức lớn cho hoạt động xuất nhập khẩu của Việt Nam trong năm 2017 và những năm tiếp theo. Đó là tình hình kinh tế, chính trị thế giới tiếp tục chưa đựng nhiều rủi ro, đặc biệt xu hướng chủ nghĩa dân túy, chủ nghĩa bảo hộ đang ngày càng gia tăng. Các thị trường phát triển dần bão hòa và tăng bảo hộ, có xu hướng giảm nhập khẩu một số loại hàng hóa thế mạnh của Việt Nam. Các tiêu chuẩn, yêu cầu kỹ thuật của các thị trường nhập khẩu ngày một khắt khe hơn, bên cạnh đó là nguy cơ bị áp thuế chống bán phá giá, chống trợ cấp đối với một số mặt hàng có kim ngạch xuất khẩu tăng cao.

Ở trong nước, tình hình thời tiết, thiên tai, ô nhiễm môi trường, dịch bệnh diễn biến phức tạp, nhất là hậu quả của các trận bão lớn ở miền Trung và các đợt mưa lũ lớn ở một số tỉnh miền núi phía Bắc... đã gây thiệt hại lớn đến sản xuất và tiêu thụ hàng hóa trong nước.

Mặc dù vậy, trong bối cảnh có nhiều thách thức, năm 2017 vẫn khép lại với thắng lợi của nền kinh tế Việt Nam trên phương diện tăng trưởng. Kinh tế Việt Nam đã có sự bứt phá mạnh mẽ, tăng trưởng ấn tượng và toàn diện với 13 chỉ tiêu vượt mức kế hoạch đề ra. Tốc độ tăng tổng sản phẩm

trong nước (GDP) đạt 6,81%, cao hơn mục tiêu đề ra là 6,7%. Con số 6,81% cũng là mức tăng trưởng GDP cao nhất trong vòng một thập kỷ trở lại đây, khẳng định tính kịp thời và hiệu quả của các giải pháp được Chính phủ ban hành, chỉ đạo quyết liệt các cấp, các ngành, các địa phương cùng nỗ lực thực hiện. Trong mức tăng 6,81% của toàn nền kinh tế, khu vực nông, lâm nghiệp và thủy sản đã có sự phục hồi đáng kể với mức tăng 2,9% (cao hơn mức tăng 1,36% của năm 2016), đóng góp 0,44 điểm phần trăm vào mức tăng chung; khu vực công nghiệp và xây dựng tăng 8,00%, đóng góp 2,77 điểm phần trăm; khu vực dịch vụ tăng 7,44%, đóng góp 2,87 điểm phần trăm. Như vậy, cả 3 khu vực kinh tế đều tăng trưởng tốt với vị trí dẫn đầu tiếp tục là sản xuất công nghiệp.

Tính chung cả năm 2017, chỉ số sản xuất toàn ngành công nghiệp tăng 9,4% so với năm 2016, cao hơn nhiều so với mức tăng 7,4% của năm 2016. Mặc dù ngành khai khoáng có mức giảm khá sâu theo định hướng tái cơ cấu chung của ngành (năm 2017, chỉ số sản xuất công nghiệp IIP toàn ngành khai khoáng giảm 7,1% so với năm 2016), nhưng trong đó đã ghi nhận sự nỗ lực và linh hoạt trong điều tiết sản lượng khai thác bảo đảm phù hợp với diễn biến của thị trường dầu thô thế giới, qua đó bảo đảm lợi ích cho nền kinh tế Việt Nam. Năm 2017, ngành dầu khí đã khai thác 13,5 triệu tấn dầu thô trong nước, đem lại 2,9 tỷ USD xuất khẩu, tăng hơn 23% so với kim ngạch dự kiến theo kế hoạch đề ra đầu năm.

Đặc biệt, trong các ngành công nghiệp, ngành công nghiệp chế biến chế tạo đã vượt khó, khẳng định được vai trò là trụ đỡ và là động lực quan trọng nhất cho tăng trưởng chung của toàn ngành công nghiệp. Cả năm 2017, chỉ số IIP nhóm ngành công nghiệp chế biến, chế tạo tăng 14,5%, đã góp phần bảo đảm cho tốc độ tăng chỉ số IIP toàn ngành công nghiệp cả năm 2017 đạt 9,4%, vượt mức chỉ tiêu đề ra đầu năm là 7-8,1%. Điều này không chỉ trực tiếp góp phần vào bảo đảm hoàn thành mục tiêu chung của toàn ngành công nghiệp năm 2017 mà quan trọng hơn đã và đang cho thấy quá trình tái cơ cấu trong lĩnh vực công nghiệp đang đi đúng hướng và có những chuyển biến tích cực. Nhiều ngành công nghiệp có mức tăng trưởng cao và vững chắc qua các quý trong bối cảnh thị trường có nhiều khó khăn như: ngành sản xuất sản phẩm điện tử, máy vi tính tăng 32,7%, ngành sản xuất kim loại tăng 17,6%, ngành dệt tăng 10,2%, ...

Về xuất nhập khẩu, năm 2017 là một năm có nhiều thành công. Lần đầu tiên, xuất khẩu của Việt Nam vượt mốc 200 tỷ USD, đạt 214,02 tỷ USD, tăng 21,2% so với năm 2016, vượt xa chỉ tiêu được Quốc hội và Chính phủ giao cho ngành Công Thương. Công tác khai thác cơ hội từ cam kết hội nhập đã được thực hiện có hiệu quả hơn nhiều năm trước. Ở tất cả các thị trường mà Việt Nam có ký kết FTA đều ghi nhận tăng trưởng vượt trội như: xuất khẩu sang thị trường Hàn Quốc tăng 30%, sang thị trường ASEAN tăng 24,2%, sang thị trường Nhật Bản tăng 14,8%... Ngoài ra, các

thị trường lớn như Hoa Kỳ, EU,... đều được giữ vững, hoặc thậm chí có mức tăng ấn tượng như xuất khẩu sang Trung Quốc tăng 61,5%.

Bên cạnh đó, năm 2017, nhập khẩu được quản lý, kiểm soát tốt, thặng dư thương mại đạt mức 2,92 tỷ USD, góp phần bảo đảm cán cân thanh toán và ổn định các chỉ tiêu kinh tế vĩ mô trong nước. Cơ cấu nhập khẩu tiếp tục được bảo đảm và dịch chuyển tích cực theo hướng trọng tâm vào phục vụ sản xuất trong nước.

Năm 2017, thương mại nội địa giữ vững đà tăng trưởng với tốc độ tăng tổng mức lưu chuyển hàng hóa bán lẻ và dịch vụ xã hội ở mức 2 con số (cả năm đạt 10,9%), qua đó đã cùng với xuất khẩu và đầu tư là trụ đỡ quan trọng để góp phần vào bảo đảm thực hiện mục tiêu tăng trưởng kinh tế chung của cả nước. Cung cầu, giá cả hàng hóa, dịch vụ trong nước được bảo đảm ổn định, không xảy ra tình trạng khan hàng, sôt giá, kể cả trong các dịp lễ, Tết hoặc ở các địa bàn và ở những thời điểm xảy ra mưa lũ. Lạm phát bình quân năm 2017 tăng 3,53% so với bình quân năm 2016, đạt tốt hơn mục tiêu Quốc hội đề ra.

Tổng vốn đầu tư toàn xã hội đạt mức tăng khá so với năm 2016, cả năm 2017 tăng khoảng 13% so với năm 2016, bằng 33,5% GDP, cao hơn mức 33% GDP của năm 2016. Đầu tư ngoài nhà nước (tư nhân và nước ngoài) tăng cao, cùng với việc xuất khẩu gia tăng khi kinh tế thế giới phục hồi tốt, đã thúc đẩy ngành công nghiệp chế biến, chế tạo tăng trưởng mạnh. Giải ngân vốn đầu tư trực tiếp nước ngoài tăng 10,8%, đạt 17,5 tỷ USD. Chất lượng tăng trưởng đã được cải thiện, thể hiện ở năng suất lao động tăng khoảng 5,87%; chỉ số năng suất các yếu tố tổng hợp TFP đạt khoảng 30,5%; ICOR khoảng 5% (năm 2016 là 5,31%).

Các chính sách vĩ mô được điều hành chủ động và có sự phối hợp chặt chẽ, nhịp nhàng, đồng bộ, đặc biệt là chính sách tiền tệ và chính sách tài khóa. Trong đó, chính sách tiền tệ đã được điều hành chủ động, linh hoạt và đồng bộ, góp phần duy trì lạm phát cơ bản khoảng 1,4%, tạo dư địa để điều chỉnh các mặt hàng nhà nước quản lý, góp phần kiểm soát lạm phát. Mặt bằng lãi suất cho vay giảm từ 0,5-1% đã hỗ trợ người dân, doanh nghiệp phát triển sản xuất kinh doanh, hỗ trợ tăng trưởng kinh tế. Nhờ thực hiện đồng bộ nhiều giải pháp, nguồn vốn tín dụng đã được khơi thông và tăng trưởng tốt ngay từ đầu năm (đến ngày 31/12/2017, tín dụng tăng khoảng 19%), đi đôi với an toàn, chất lượng tín dụng. Tỷ giá và thị trường ngoại hối ổn định, hỗ trợ xuất khẩu tăng trưởng tốt, giúp các doanh nghiệp chủ động trong xây dựng và triển khai kế hoạch kinh doanh, phòng ngừa rủi ro tỷ giá. Chính sách tài khóa được điều hành chặt chẽ. Tổng thu ngân sách ước vượt 2,3% so với dự toán, bội chi ngân sách nhà nước nằm trong phạm vi dự toán Quốc hội phê chuẩn (3,5% GDP). Kỷ luật tài chính, ngân sách được tăng cường, nợ công trong giới hạn cho phép và có xu hướng giảm. Tỷ lệ nợ công/GDP năm 2017 ước ở mức 62,6%, thấp hơn so với mức

63,6% cuối năm 2016 do tăng trưởng kinh tế khả quan cùng với các giải pháp đồng bộ về cơ cấu lại ngân sách, nợ công của Chính phủ. Theo đó, dư nợ và áp lực trả lãi của Chính phủ có xu hướng giảm. Dư nợ Chính phủ so với GDP giảm xuống mức 51,8% (năm 2016 là 52,6%). Công tác quản lý giá được điều hành phù hợp, đúng hướng, góp phần bình ổn giá cả thị trường, tạo thuận lợi cho tăng trưởng kinh tế, ổn định vĩ mô.

Tình hình chính trị, xã hội ổn định. Công tác đối ngoại và hội nhập quốc tế được đẩy mạnh và đạt nhiều kết quả tích cực, đặc biệt là vị thế và uy tín của Việt Nam được nâng lên sau khi tổ chức thành công Năm APEC 2017. Tại Diễn đàn này, Bộ trưởng 11 nước thành viên TPP đã ra Tuyên bố chung thống nhất đổi tên Hiệp định Đối tác xuyên Thái Bình Dương (TPP) thành Hiệp định Đối tác Toàn diện và Tiến bộ xuyên Thái Bình Dương (CPTPP). CPTPP dự kiến sẽ tiếp tục toàn bộ các kết quả đàm phán của TPP, trong đó thực thi ngay phần lớn các cam kết, tạm hoãn một số cam kết... Việc Hiệp định CPTPP tiếp tục được thực hiện đã mở ra những cơ hội thương mại và đầu tư mới cho Việt Nam.

Với việc đạt kết quả toàn diện trên tất cả các lĩnh vực, môi trường kinh doanh, năng lực cạnh tranh quốc gia của Việt Nam có bước tiến vượt bậc so với năm 2016. Trong đó, môi trường đầu tư kinh doanh của Việt Nam đã được cải thiện đáng kể, tăng 14 bậc. Diễn đàn Kinh tế thế giới xếp hạng năng lực cạnh tranh của Việt Nam tăng 5 bậc trong năm 2017, lên thứ 55/137 nước. Ngân hàng Thế giới xếp hạng về môi trường kinh doanh của Việt Nam tăng 14 bậc, lên thứ 68/190 quốc gia, vùng lãnh thổ và tăng 30 bậc so với 2012. Trước đó, theo Báo cáo Chỉ số đổi mới sáng tạo toàn cầu năm 2017 của Tổ chức Sở hữu Trí tuệ Thế giới, Việt Nam đã từ vị trí 59/128 năm ngoái lên vị trí 47/127 nền kinh tế, tăng 12 bậc. Đây là thứ hạng cao nhất Việt Nam từng đạt được từ trước đến nay. Việt Nam còn đứng vị trí số 1 về chỉ số này trong số các nước có thu nhập trung bình thấp. Trong tháng 11 năm 2017, Tổ chức xếp hạng tín nhiệm Moody's cũng nâng mức đánh giá triển vọng của hệ thống ngân hàng Việt Nam từ "ổn định" lên "tích cực".

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

Kinh tế thế giới năm 2017 phục hồi tích cực, khả quan so với nhiều năm trở lại đây. Theo Quỹ Tiền tệ quốc tế (IMF), sự phục hồi của kinh tế toàn cầu đang diễn ra trên diện rộng, trong đó tất cả các nền kinh tế chủ chốt ở các nhóm nước phát triển và các nền kinh tế đang nổi đều tăng trưởng tích cực. Với việc các nền kinh tế lớn đều phát đi tín hiệu khả quan, IMF đã nâng mức dự báo tăng trưởng kinh tế toàn cầu lên 3,7% trong năm 2017 và 3,9% năm 2018 (so với mức 3,2% năm 2016).

Hợp tác và liên kết kinh tế trong khu vực Châu Á - Thái Bình Dương có nhiều dấu hiệu tích cực với việc toàn cầu hóa, tự do hóa thương mại vẫn

là xu thế chủ đạo khách quan. Các nước tiếp tục tăng cường đàm phán, ký kết các FTA thế hệ mới nhằm thúc đẩy xuất khẩu.

Thương mại điện tử xuyên biên giới tăng trưởng ấn tượng. Tổng doanh số thương mại điện tử toàn cầu năm 2017 ước đạt 2.290 tỷ USD (tăng 23,2% và chiếm 10,1% tổng doanh số bán lẻ toàn cầu), dự báo đến năm 2021 sẽ đạt 4.479 tỷ USD, chiếm 15,5% tổng doanh số bán lẻ toàn cầu. Tại Hội nghị cấp cao APEC, các nước thành viên đã nhất trí thông qua các cam kết thúc đẩy thương mại điện tử xuyên biên giới, tác động tích cực tới sự phát triển toàn diện của hệ thống thương mại toàn cầu.

Hoạt động sản xuất của các nền kinh tế lớn phục hồi. Chỉ số Nhà quản trị mua hàng (PMI) toàn cầu đạt 54 điểm, tăng 21 tháng liên tục; sản lượng sản xuất công nghiệp toàn cầu cũng tăng mạnh đạt 54,9 điểm, cao nhất kể từ tháng 01/2011. Sản xuất công nghiệp, tiêu dùng, thương mại và đầu tư cũng có sự phục hồi mạnh mẽ. Tài chính quốc tế tương đối ổn định, tỷ giá các đồng tiền chủ chốt không biến động.

Kinh tế Hoa Kỳ tăng trưởng mạnh, vượt dự báo với tốc độ 3,2% trong quý IV năm 2017. Nỗ lực tái thiết của chính quyền Tổng thống Donald Trump sau trận siêu bão Irma tàn phá bang Florida và nhiều nơi khác trên đất Mỹ và chương trình cải cách thuế khóa là hai trong những sắc thái tích cực của nền kinh tế Hoa Kỳ vào những tháng cuối năm, góp phần đưa tỷ lệ tăng trưởng của nước này vượt dự báo. Sức tiêu thụ của người dân Hoa Kỳ tăng mạnh trong lúc nhiều việc làm mới được tạo ra và tỷ lệ người thất nghiệp hạ xuống mức thấp nhất trong 17 năm qua (4,1% vào tháng 10/2017). Ngày 20/12/2017, dự luật cải tổ thuế khóa trị giá 1.500 tỷ USD đã được Quốc hội Hoa Kỳ thông qua, giảm thuế thu nhập doanh nghiệp, tạo điều kiện thúc đẩy nền kinh tế nhanh hơn trong năm 2018.

Đối với EU, tăng trưởng kinh tế của EU trong năm 2017 ước khoảng 2,6%. Diễn biến của nền kinh tế EU là hệ quả của một chính sách tiền tệ hài hòa, những biện pháp kích thích cả nhu cầu nội địa lẫn khu vực ngoại thương. EU đang ở vào giai đoạn phát triển mạnh mẽ. Trong tháng 12/2017, chỉ số PMI lĩnh vực chế tạo của Eurozone đạt 60,6 điểm, mức cao nhất kể từ tháng 6/1997 (khi chỉ số này bắt đầu được theo dõi), do sản lượng sản xuất, đơn đặt hàng mới và việc làm tăng cao.

Đối với Nhật Bản, tăng trưởng kinh tế toàn cầu giúp kinh tế nước này phát triển đến quý thứ bảy liên tiếp, đánh dấu thời kỳ tăng trưởng kéo dài nhất từ hơn 15 năm qua. Với cuộc cải cách thuế vừa ban hành tại Nhật, thuế doanh nghiệp sẽ ở khoảng 25% nếu các công ty tăng lương công nhân hơn 3% (1,5% đối với doanh nghiệp vừa và nhỏ) và đẩy mạnh việc đầu tư tài sản cố định. Trong tháng 12/2017, PMI lĩnh vực chế tạo của Nhật Bản đạt 54 điểm, cao hơn so với 53,6 điểm của tháng 11/2017 và là mức tăng trưởng cao nhất kể từ tháng 2/2014, do đơn đặt hàng mới tăng

mạnh (mức tăng cao nhất kể từ tháng 1/2014), sản lượng tăng tháng thứ 5 liên tiếp và các đơn hàng xuất khẩu mới tăng nhanh.

Trung Quốc ghi nhận tốc độ tăng trưởng GDP năm 2017 ở mức 6,9%. Trong tháng 12/2017, PMI của Trung Quốc đạt 53 điểm, cao hơn so với 51,6 điểm của tháng 11/2017 và là mức cao nhất kể từ tháng 12/2016. Trong đó, PMI lĩnh vực dịch vụ đạt 53,9 điểm, cao hơn so với 51,9 điểm của tháng 11/2017 và là mức cao nhất kể từ tháng 8/2014; PMI lĩnh vực chế tạo đạt 51,5 điểm, cao hơn so với 50,8 điểm của tháng 11/2017 và là mức cao nhất trong 3 tháng. Số liệu trên củng cố đà tăng trưởng vững chắc của nền kinh tế Trung Quốc trong bối cảnh chính sách kiểm soát ô nhiễm không khí và thị trường bất động sản chững lại đã gây sức ép lên nền kinh tế nước này.

Khu vực Đông Nam Á (ASEAN) tăng trưởng GDP vượt mức dự kiến, đầu tư, xuất khẩu tăng cao. Mức tăng trưởng chung của các nước ASEAN năm 2017 ước đạt 5,5%, nhanh nhất kể từ quý IV/2012. Hai nước đóng góp nhiều nhất vào kết quả trên là Malaysia và Thái Lan. Malaysia ghi nhận đầu tư và xuất khẩu tăng vọt, còn Thái Lan được hưởng lợi từ phát triển xuất khẩu, tạo ảnh hưởng tích cực lên đầu tư trong nước.

Có thể nói, thương mại thế giới đang trên đà phục hồi khả quan. Kinh tế thế giới tiếp tục thuận lợi nhờ các điều kiện tài chính cải thiện và các chính sách thuế khóa dễ chịu hơn. Sự củng cố mạnh mẽ diễn ra ở cả các nước phát triển lẫn các nền kinh tế đang phát triển góp phần tích cực vào tỷ lệ tăng trưởng toàn cầu. Bên cạnh những yếu tố thuận lợi khi kinh tế thế giới tăng trưởng cả về GDP và trao đổi thương mại, vẫn còn tồn tại nhiều thách thức phải đổi mới trong hoạt động xuất nhập khẩu. Đó là tình hình phức tạp của địa chính trị, đặc biệt là vấn đề biển Đông, khủng hoảng ở Trung Đông, Triều Tiên. Chính sách tài khóa và tiền tệ thắt chặt của nhiều nước trong khu vực và thế giới. Bảo hộ thương mại tiếp tục gia tăng. Đáng chú ý là việc Hoa Kỳ ra hai sắc lệnh thương mại, điều chỉnh thuế biên giới, xem xét hoạt động thương mại với các nước có thặng dư lớn với Hoa Kỳ. Hoạt động trốn thuế, rửa tiền và gian lận thương mại gia tăng, diễn biến ngày càng tinh vi, phức tạp và khó kiểm soát, ảnh hưởng tiêu cực đến môi trường kinh doanh các nước; việc “trả đũa” thương mại được sử dụng để giải quyết các vấn đề chính trị...

II. TỔNG QUAN VỀ XUẤT KHẨU, NHẬP KHẨU HÀNG HÓA NĂM 2017

Năm 2017, trong bức tranh tổng quan nền kinh tế Việt Nam, xuất khẩu là một điểm sáng bởi tốc độ tăng trưởng vượt bậc so với những năm trước. Sự tăng trưởng của xuất khẩu đã đóng góp rất lớn vào việc đạt được mục tiêu tăng trưởng GDP cả năm 2017, cải thiện cán cân thanh toán, ổn định kinh tế vĩ mô, ổn định tỷ giá, kiểm soát lạm phát, tạo hiệu ứng “lan tỏa” thúc đẩy sản xuất, tạo việc làm và thu nhập cho hàng triệu lao động.

Xuất khẩu của Việt Nam năm 2017 có thể tóm lược qua các nét chính sau:

Xuất khẩu tăng trưởng tích cực và toàn diện

Xuất khẩu năm 2017 đạt 214,1 tỷ USD, tăng 21,2% so với năm 2016, vượt xa chỉ tiêu được Quốc hội và Chính phủ giao cho ngành Công Thương. Xuất nhập khẩu tăng trưởng cao là kết quả của công tác điều hành quyết liệt của Chính phủ trong cải cách thủ tục hành chính, kiến tạo môi trường kinh doanh, đầu tư thuận lợi, thông thoáng, minh bạch đặc biệt là cho các doanh nghiệp sản xuất, xuất khẩu hàng hóa. Chính sách thu hút đầu tư trong nước và nước ngoài cũng đã góp phần tạo ra năng lực sản xuất mới phục vụ cho nhu cầu trong nước và xuất khẩu. Trong đó, các doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài ngày càng có vai trò quan trọng, đặc biệt trong lĩnh vực công nghiệp chế biến xuất khẩu, trong đó đóng góp vào tăng trưởng kim ngạch xuất khẩu của nhiều mặt hàng mũi nhọn như: điện thoại và các loại linh kiện; máy vi tính, sản phẩm điện tử và linh kiện; máy móc, thiết bị, dụng cụ, phụ tùng...

Ngoài ra, các Hiệp định thương mại tự do (FTA) mà Việt Nam là thành viên tiếp tục mang lại lợi ích thiết thực cho xuất khẩu của Việt Nam. Đây là sân chơi lớn cho hàng hóa xuất khẩu của Việt Nam và là tiền đề quan trọng để Việt Nam tham gia sâu hơn vào chuỗi giá trị, mạng lưới sản xuất toàn cầu, qua đó nâng cao giá trị xuất khẩu.

Cơ cấu hàng hóa tiếp tục chuyển biến theo hướng tích cực

Trong năm 2017, cơ cấu hàng hóa xuất khẩu tiếp tục đảm bảo định hướng được đề ra tại Chiến lược Xuất nhập khẩu hàng hóa thời kỳ 2011-2020, định hướng đến năm 2030. Chiếm tỷ trọng cao nhất trong cơ cấu hàng hóa xuất nhập khẩu vẫn là nhóm hàng công nghiệp với tỷ trọng 81,3%, tăng 1% so với năm 2016, tiếp đến là nhóm hàng nông sản, thủy sản chiếm 12,1%, giảm 0,5% so với năm 2016 và nhóm hàng nhiên liệu, khoáng sản với kim ngạch xuất khẩu tương đương 2% tổng kim ngạch xuất khẩu.

Tăng trưởng xuất khẩu cao cùng với sự chuyển dịch cơ cấu hàng hóa xuất khẩu theo hướng công nghiệp hóa, hiện đại hóa cho thấy bước tiến của nền sản xuất trong nước, sau quá trình phục hồi năm 2016 đã có sự phát triển mạnh mẽ, tạo nguồn cung dồi dào cho hàng hóa xuất khẩu.

Bên cạnh đó, tăng trưởng xuất khẩu đạt được trên nhiều mặt hàng của cả 3 nhóm hàng công nghiệp, nông sản, thủy sản và nhiên liệu, khoáng sản. Cả năm 2017, có 29 mặt hàng đạt kim ngạch xuất khẩu trên 1 tỷ USD (tăng 4 mặt hàng so với năm 2016), trong đó có 8 mặt hàng đạt kim ngạch trên 6 tỷ USD. Dẫn đầu về kim ngạch xuất khẩu tiếp tục là các nhóm hàng điện thoại và linh kiện; dệt may; giày dép; máy móc, thiết bị, dụng cụ, phụ tùng... Sản xuất một số mặt hàng như dệt may, da giày

không những đã phần nào chủ động được về nguyên liệu mà còn xuất khẩu nguyên phụ liệu (năm 2017, xơ, sợi dệt có kim ngạch xuất khẩu tăng 22,7%).

Đặc biệt, nhóm hàng nông sản, thủy sản đạt kim ngạch 25,82 tỷ USD, tăng 16,5% so với năm 2016. Trong đó, xuất khẩu rau quả lần đầu tiên có kim ngạch vượt dầu thô, cho thấy tiềm năng phát triển xuất khẩu rất lớn của các mặt hàng nông sản Việt Nam khi thâm nhập được vào các thị trường khó tính như Hoa Kỳ, EU, Nhật Bản, Hàn Quốc...

Xuất khẩu tiếp tục được đẩy mạnh ở các thị trường truyền thống, phát triển quy mô tại các thị trường tiềm năng

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. Cả năm 2017, trong hơn 200 quốc gia và vùng lãnh thổ có quan hệ thương mại với Việt Nam, có 28 thị trường xuất khẩu đạt kim ngạch trên 1 tỷ USD, trong đó 7 thị trường xuất khẩu đạt kim ngạch trên 5 tỷ USD, 4 thị trường trên 10 tỷ USD.

Xuất khẩu sang nhiều thị trường đạt mức tăng trưởng cao, đặc biệt là các thị trường mà Việt Nam đã ký kết FTA. Cụ thể, xuất khẩu sang ASEAN tăng 24,2%, đạt 21,68 tỷ USD; xuất khẩu sang Trung Quốc tăng 61,5%, đạt 35,46 tỷ USD; xuất khẩu sang Nhật Bản tăng 14,8%, đạt 16,8 tỷ USD; xuất khẩu sang Hàn Quốc tăng 30%, đạt 14,8 tỷ USD; xuất khẩu sang Australia và New Zealand tăng 16,5%, đạt 3,58 tỷ USD; xuất khẩu sang Chile tăng 24,1%, đạt 999 triệu USD.

Cán cân thương mại thặng dư, nhập khẩu được kiểm soát hợp lý

Tốc độ tăng của nhập khẩu năm 2017 thấp hơn tốc độ tăng của xuất khẩu. Cán cân thương mại đạt thặng dư 2,92 tỷ USD, là mức cao nhất từ trước đến nay. Trong đó, Việt Nam xuất siêu chủ yếu với các nước phát triển, có yêu cầu cao đối với hàng hóa nhập khẩu như Hoa Kỳ (xuất siêu 32,4 tỷ USD), EU (xuất siêu 26,1 tỷ USD), Australia và New Zealand (xuất siêu 142 triệu USD).

Nhập khẩu tập trung chủ yếu ở nhóm hàng cần nhập khẩu, gồm máy móc thiết bị, nguyên, nhiên vật liệu phục vụ sản xuất, xuất khẩu và phục vụ các dự án đầu tư trong lĩnh vực năng lượng, điện tử. Nhập siêu chủ yếu đến từ khu vực thị trường Châu Á, đặc biệt là từ các nước thuộc khối ASEAN và đã có cải thiện về cán cân thương mại với một số thị trường, đặc biệt là thị trường Trung Quốc đã cải thiện tình trạng nhập siêu nhờ sự tăng trưởng mạnh xuất khẩu.

Bên cạnh những dấu hiệu khả quan, xuất nhập khẩu năm 2017 cũng cho thấy một số hạn chế như:

Một là, các mặt hàng nông, thủy sản xuất khẩu còn gặp khó khăn trong

tiếp cận những thị trường có yêu cầu cao về chất lượng và an toàn thực phẩm. Phần lớn các mặt hàng xuất khẩu đều chưa xây dựng được thương hiệu riêng.

Hai là, năng lực cạnh tranh của các doanh nghiệp Việt Nam nói riêng và nền kinh tế Việt Nam nói chung còn thấp, chịu sức cạnh tranh lớn từ doanh nghiệp nước ngoài, dẫn đến một số ngành trong nước bị ảnh hưởng do tác động của việc mở cửa thị trường, nhập khẩu tăng mạnh.

Ba là, xuất khẩu vẫn tăng trưởng chủ yếu ở nhóm hàng do khối doanh nghiệp FDI sản xuất, khi nhóm này có sự biến động, ít nhiều sẽ ảnh hưởng đến việc gia tăng kim ngạch xuất khẩu. Mặt khác, xuất khẩu của khối doanh nghiệp FDI chiếm tỷ trọng cao trong tổng kim ngạch xuất khẩu, tuy nhiên chưa tạo được hiệu ứng lan tỏa, chưa kéo được nhiều doanh nghiệp trong nước tham gia vào chuỗi giá trị toàn cầu.

CHƯƠNG II:

TÌNH HÌNH XUẤT KHẨU CÁC MẶT HÀNG



I. XUẤT KHẨU NHÓM HÀNG NÔNG SẢN, THỦY SẢN

1. Tình hình xuất khẩu chung

1.1. Về kim ngạch

Mặc dù năm 2017 sản xuất nông nghiệp gặp nhiều khó khăn do biến đổi khí hậu diễn biến phức tạp, tổ chức sản xuất vẫn dựa trên quy mô hộ nhỏ lẻ và phân tán... nhưng phần lớn các mặt hàng nông sản, thủy sản đều được tiêu thụ kịp thời, đảm bảo nguồn cung dồi dào phục vụ tốt nhu cầu tiêu thụ trong nước và xuất khẩu. Giá trị sản xuất toàn ngành nông nghiệp tăng 3,16% so với năm 2016, trong đó nông sản tăng 2,2% và thủy sản tăng 5,2%.

Xuất khẩu nông sản, thủy sản là điểm sáng trong bức tranh xuất khẩu của cả nước với kết quả tăng trưởng tích cực, kim ngạch toàn nhóm đạt mức cao nhất từ trước đến nay là 25,82 tỷ USD, tăng 16,5% so với năm 2016, chiếm 12,1% tổng xuất khẩu cả nước và đóng góp 8 mặt hàng vào nhóm kim ngạch xuất khẩu trên 1 tỷ USD.

Xét về giá trị tuyệt đối, kim ngạch xuất khẩu của nhóm hàng đã tăng 3,66 tỷ USD so với năm 2016, đây là mức tăng trưởng đáng kể đóng góp vào tăng trưởng kim ngạch xuất khẩu chung, đồng thời khẳng định năng lực khai thác, mở rộng và đa dạng hóa thị trường của các doanh nghiệp trong bối cảnh các nước có xu hướng gia tăng chính sách bảo hộ sản xuất trong nước.

Lượng xuất khẩu tăng giúp tăng kim ngạch xuất khẩu của cả nhóm 954 triệu USD (trừ thủy sản, rau quả không thống kê lượng). Giá xuất khẩu trung bình của các mặt hàng mặc dù có biến động tăng giảm đan xen nhưng đã phục hồi hơn so với năm 2016, làm tăng kim ngạch cả nhóm khoảng 216 triệu USD.

1.2. Về mặt hàng

Năm 2017, các mặt hàng xuất khẩu chủ lực của nhóm nông sản, thủy sản đều đạt mức tăng trưởng dương so với năm 2016, cụ thể: thủy sản đạt kim ngạch 8,32 tỷ USD, tăng 18%; hạt điều đạt 3,52 tỷ USD, tăng 23,8%; rau quả đạt 3,5 tỷ USD, tăng 42,5%; gạo đạt 2,62 tỷ USD, tăng 21,2%; cao su đạt 2,25 tỷ USD, tăng 34,7%; sắn và các sản phẩm từ sắn đạt 1,03 tỷ USD, tăng 3%; chè đạt 228 triệu USD, tăng 4,9%,.... Một số mặt hàng có kim ngạch giảm là cà phê đạt 3,24 tỷ USD, giảm nhẹ 2,7%; hạt tiêu đạt 1,12 tỷ USD, giảm 21,8% chủ yếu do giá giảm mạnh trong khi lượng vẫn tăng 20,9%.

Các mặt hàng có tăng trưởng mạnh 2 con số so với năm 2016 là rau quả, cao su, điều, gạo và thủy sản (lần lượt là 42,5%, 34,7%, 23,8%, 21,2% và 18,0%). Riêng 5 mặt hàng này đã đóng góp 4,02 tỷ USD vào mức tăng kim ngạch xuất khẩu năm 2017.

Giá xuất khẩu nhiều mặt hàng đã phục hồi mạnh so với cùng kỳ giúp

kim ngạch tăng trưởng cao, trong đó tăng mạnh nhất là giá cao su (22,3%), hạt điều (21,5%) và cà phê (20,1%).

1.3. Về thị trường

Các thị trường xuất khẩu lớn nhất của nông sản, thủy sản Việt Nam lần lượt là Trung Quốc, EU, Hoa Kỳ, ASEAN, Nhật Bản và Hàn Quốc.

Tổng kim ngạch xuất khẩu nông sản, thủy sản của Việt Nam sang 6 thị trường này trong năm 2017 đạt 19,95 tỷ USD, tăng 18,8% so với năm 2016. Xuất khẩu nông sản, thủy sản sang 6 thị trường này đã chiếm 77,3% tổng kim ngạch xuất khẩu nông sản, thủy sản của cả nước. Trong đó:

- *Thị trường Trung Quốc*: Xuất khẩu nông sản, thủy sản năm 2017 sang Trung Quốc đạt 7,69 tỷ USD, tăng 36,9% so với năm 2016 với hầu hết các mặt hàng đều đạt kim ngạch xuất khẩu cao và tăng trưởng dương 2 con số. Đây là thị trường lớn nhất của xuất khẩu cao su, rau quả và sắn, đứng thứ 3 về hạt điều và thủy sản (tăng từ vị trí thứ 5 năm 2016), đồng thời vẫn đang là thị trường tiềm năng đối với một số mặt hàng nông sản khác.

- *Thị trường EU*: EU là thị trường xuất khẩu nông sản, thủy sản lớn thứ hai của Việt Nam với kim ngạch xuất khẩu năm 2017 đạt 4,17 tỷ USD, tăng 12,5% so với năm 2016. Những mặt hàng ghi nhận xuất khẩu tăng mạnh là thủy sản, điều, cao su, rau quả.

- *Thị trường Hoa Kỳ*: Xuất khẩu nông sản, thủy sản sang Hoa Kỳ năm 2017 đạt 3,43 tỷ USD, tăng nhẹ 2,4% so với năm 2016. Đây là thị trường đứng đầu của Việt Nam về xuất khẩu hồ tiêu, đứng thứ 2 về cà phê, thủy sản, đứng thứ 3 về rau quả (hiện Việt Nam đã được phép xuất khẩu 5 loại trái cây tươi là vải, nhãn, chôm chôm, thanh long và vú sữa vào Hoa Kỳ).

- *Thị trường ASEAN*: Xuất khẩu nông sản, thủy sản sang ASEAN năm 2017 đạt 1,85 tỷ USD, tăng 3,8%, trong đó các mặt hàng có tăng trưởng xuất khẩu là thủy sản, gạo, sắn và sản phẩm từ sắn.

Một số mặt hàng có dư địa tiếp tục tăng trưởng thời gian tới gồm thanh long, vải thiều, mít sấy, mực và bạch tuộc đông lạnh/tươi/ướp lạnh sang Thái Lan; cao su, cà phê nguyên liệu, mực và bạch tuộc đông lạnh/tươi/ướp lạnh sang Malaysia; hạt điều, cà phê chế biến, tiêu hạt nguyên liệu, sắn lát, tôm đông lạnh sang Philippines; cà phê, chè, tiêu chế biến, ngũ cốc, chả cá, surimi đông lạnh, trái cây tươi (thanh long, bưởi, hồng xiêm, xoài, dưa hoàng kim) sang Singapore; hạt điều, cà phê, chè chế biến, tôm, mực chế biến sang Indonesia.

- *Nhật Bản*: Nhật Bản là thị trường xuất khẩu lớn thứ 2 về rau quả của Việt Nam, đứng thứ 3 về thủy sản và cũng là thị trường tiềm năng cho một số mặt hàng nông sản khác như hạt điều, chè, thủ công mỹ nghệ...

Xuất khẩu nông sản, thủy sản sang Nhật Bản năm 2017 đạt 1,73 tỷ



USD, tăng 18,0% so với năm 2016, trong đó rau quả tăng mạnh 69,3%, đạt 127,2 triệu USD. 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 nông sản, thủy sản của Việt Nam vào Nhật Bản thường gặp nhiều khó khăn.

- *Thị trường Hàn Quốc:* Xuất khẩu nông sản, thủy sản sang thị trường Hàn Quốc năm 2017 đạt 1,08 tỷ USD, tăng mạnh 24% so với năm 2016. Thời gian tới, các mặt hàng nông sản, thủy sản có dư địa thúc đẩy xuất khẩu gồm tôm, mực và bạch tuộc, chả cá, surimi, rau quả chế biến, cà phê, cao su, hạt điều.

2. Xuất khẩu một số mặt hàng nông sản, thủy sản

2.1. Gạo

Xuất khẩu gạo những tháng đầu năm 2017 gặp nhiều khó khăn do cạnh tranh gay gắt trên thị trường cả về giá cả và yêu cầu chất lượng trong khi các thị trường nhập khẩu lớn tiếp tục tăng cường thực hiện chính sách tự cung lương thực, đa dạng hóa nguồn cung. Tuy nhiên, bắt đầu từ thời điểm giữa tháng 5/2017, xuất khẩu gạo đã duy trì xu hướng tích cực do tín hiệu nhập khẩu trở lại từ nhiều thị trường, theo cả hợp đồng tập trung và hợp đồng thương mại. Thời tiết khắc nghiệt, biến đổi khí hậu đã làm sản lượng lúa gạo giảm mạnh tại một số nước, kéo theo nhu cầu nhập khẩu gạo tăng mạnh.

- Kim ngạch xuất khẩu:

Xuất khẩu gạo năm 2017 đạt 5,79 triệu tấn, tăng 20,4% so với năm 2016, trị giá đạt khoảng 2,62 tỷ USD, tăng 21,2%. Giá FOB bình quân xuất

khẩu ở mức 451,9 USD/tấn, tăng 0,7%, tương đương mức tăng 3 USD/tấn so với giá xuất khẩu năm 2016. Như vậy, xuất khẩu gạo năm 2017 đã tăng cả về lượng xuất khẩu và giá xuất khẩu so với năm 2016.

- Cơ cấu chủng loại gạo xuất khẩu:

Theo Hiệp hội Lương thực Việt Nam (VFA), gạo thơm đã vượt lên chiếm tỷ trọng cao nhất (29,2%) trong tổng lượng gạo xuất khẩu của Việt Nam với lượng xuất khẩu đạt 1,69 triệu tấn, tăng 21,2% so với năm 2016. Gạo trắng cao cấp đứng thứ hai (24,3%) với lượng xuất khẩu đạt 1,4 triệu tấn, tăng 32,6% so với năm 2016 và gạo nếp xếp thứ ba (23,5%) với lượng xuất khẩu đạt 1,36 triệu tấn, tăng 33% so với năm 2016.

Ngoại trừ gạo trắng trung bình, gạo trắng phẩm cấp thấp và gạo đồ có lượng xuất khẩu giảm, xuất khẩu các chủng loại gạo khác trong năm 2017 đều tăng so với năm trước.

Bảng 1: Cơ cấu xuất khẩu gạo theo chủng loại năm 2017

Chủng loại gạo	Năm 2016		Năm 2017		So sánh tăng/giảm (+/-)
	Lượng (Tấn)	Tỷ trọng (%)	Lượng (Tấn)	Tỷ trọng (%)	
Gạo cao cấp	1.058.750	21,7	1.404.138	24,3	32,6%
Gạo cấp trung bình	655.572	13,4	475.486	8,2	-27,5%
Gạo cấp thấp	355.316	7,3	223.960	3,9	-37,0%
Gạo thơm các loại	1.392.097	28,5	1.686.478	29,2	21,2%
Gạo Japonica	158.473	3,2	255.753	4,4	61,4%
Gạo lứt	30.650	0,6	80.332	1,4	162,1%
Gạo nếp	1.021.139	20,9	1.358.268	23,5	33,0%
Gạo tấm	174.945	3,6	247.764	4,3	41,6%
Gạo đồ	42.356	0,9	39.469	0,7	-6,8%

Nguồn: Hiệp hội Lương thực Việt Nam

- Giá gạo xuất khẩu:

Năm 2017, giá gạo xuất khẩu của Việt Nam có nhiều biến động. Thời điểm đầu năm, giá gạo xuất khẩu ở mức thấp và trung bình. Tuy nhiên, nửa cuối năm giá gạo xuất khẩu của Việt Nam ở mức cao so với gạo Thái Lan và Pakistan. Nhiều thời điểm trong năm, giá gạo xuất khẩu của Việt Nam cao hơn gạo Thái Lan khoảng 10 USD/tấn.

Giá gạo xuất khẩu duy trì ở mức cao góp phần tiêu thụ lúa gạo hàng hóa với mức giá cao, có lợi cho người nông dân sản xuất lúa. Giá lúa thường khô tại kho trong tuần cuối tháng 12 ở mức 5.700-5.800 đồng/kg và tăng lên 6.000-6.100 đồng/kg trong tuần đầu tháng 01 năm 2018.

- Thị trường xuất khẩu:

Năm 2017, gạo Việt Nam đã xuất khẩu đến khoảng 150 quốc gia và vùng lãnh thổ trên thế giới, trong đó thị trường Châu Á chiếm 68,41% tổng lượng gạo xuất khẩu, tiếp đến là thị trường Châu Phi chiếm 14,93% và thị trường Châu Mỹ chiếm 6,54%, Châu Đại Dương chiếm 5%.

Năm 2017, Trung Quốc vẫn tiếp tục đứng đầu về thị trường xuất khẩu gạo của Việt Nam với 39,5% tổng lượng xuất khẩu, đạt 2,29 triệu tấn. Các thị trường truyền thống có sụt giảm xuất khẩu mạnh trong năm 2016 là Philippines và Malaysia đã có tăng trưởng xuất khẩu đáng kể trong năm 2017, lần lượt là thị trường xuất khẩu gạo lớn thứ 2 và thứ 3 của Việt Nam. Xuất khẩu gạo sang Philippines đạt 552,9 nghìn tấn, tăng 40% so với năm 2016; sang Malaysia đạt 532,2 nghìn tấn, tăng 97,3%.

Năm 2017, xuất khẩu gạo đã thành công trong tăng trưởng trở lại ở các thị trường Nam Á là Bangladesh và Iraq. Tính chung 2 thị trường này, xuất khẩu năm 2016 chỉ đạt khoảng 16,1 nghìn tấn thì năm 2017 đã đạt 373,5 nghìn tấn.

Riêng thị trường Philippines, trong đợt thầu nhập khẩu 250.000 tấn gạo 25% tấm theo hình thức đấu thầu mở quốc tế vào tháng 7/2017 của Cơ quan Lương thực Quốc gia Philippines, các thương nhân Việt Nam trúng thầu với tổng khối lượng 175.000 tấn trong tổng số 250.000 tấn mở thầu (chiếm 70%) thể hiện Việt Nam vẫn là nhà cung cấp lớn, với giá cạnh tranh tại thị trường truyền thống, trọng điểm này; đồng thời góp phần tích cực cho việc tiêu thụ thóc, gạo hàng hóa cho người nông dân.

Bảng 2: Top 10 thị trường xuất khẩu gạo lớn nhất của Việt Nam năm 2017

Thị trường xuất khẩu	Năm 2016		Năm 2017		So sánh tăng/giảm (%) (+/-)
	Lượng (Tấn)	Tỷ trọng (%)	Lượng (Tấn)	Tỷ trọng (%)	
Trung Quốc	1.736.832	36,1	2.288.587	39,5	31,8
Philippines	394.827	8,2	552.854	9,5	40,0
Malaysia	269.721	5,6	532.226	9,2	97,3
Ghana	480.515	10,0	374.313	6,5	-22,1
Cuba	400.067	8,3	321.474	5,6	-19,6
Bangladesh	22	0,0	245.480	4,2	1.115.718,2
Bờ biển Ngà	190.961	4,0	224.482	3,9	17,6
Iraq	16.069	0,3	128.035	2,2	696,8
Singapore	85.963	1,8	105.293	1,8	22,5
Hồng Kông	98.578	2,0	58.478	1,0	-40,7

Nguồn: Tổng cục Hải quan và Hiệp hội Lương thực Việt Nam

2.2. Thủy sản

2.2.1. Sản xuất, nguyên liệu

Năm 2017, tình hình thời tiết trên biển không thuận lợi đối với hoạt động khai thác hải sản, khu vực biển Đông xuất hiện nhiều cơn bão và áp thấp nhiệt đới 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 7,28 triệu tấn, tăng 5,6% so với năm 2016; trong đó sản lượng khai thác đạt 3,42 triệu tấn, tăng 5,7%; sản lượng nuôi trồng thủy sản đạt 3,86 triệu tấn, tăng 5,5% (cá tra đạt 1,25 triệu tấn, tăng 5,3%; tôm các loại 723,8 nghìn tấn: tôm nước lợ 683,4 nghìn tấn, tăng 4,0% gồm tôm sú 256,4 nghìn tấn, giảm 2,8% và tôm chân trắng 427,0 nghìn tấn, tăng 8,5%). Hiện cả nước có 2.422 cơ sở sản xuất giống tôm nước lợ, 104 cơ sở sản xuất giống cá tra và 236 cơ sở sản xuất giống cá rô phi.

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. Việt Nam hiện nằm trong 5 nước xuất khẩu tôm hàng đầu thế giới (cùng với Ecuador, Ấn Độ, Trung Quốc, Indonesia), đồng thời dẫn đầu các nước về số lượng doanh nghiệp được cấp chứng nhận BAP 4 sao do Liên minh Nuôi trồng thủy sản toàn cầu xây dựng và áp dụng chú trọng tới các tiêu chuẩn về chất lượng sản phẩm, môi trường và nước thải (Việt Nam có 12 doanh nghiệp được cấp BAP 4 sao, trong khi Thái Lan có 7 doanh nghiệp, Ấn Độ có 2 doanh nghiệp và Trung Quốc có 2 doanh nghiệp).

2.2.2. Xuất khẩu

Xuất khẩu thủy sản năm 2017 đạt 8,32 tỷ USD, tăng 18% so với năm 2016 (năm 2016 chỉ tăng trưởng 7,3%; năm 2015 giảm 16,1%).

(i) Về cơ cấu mặt hàng, tất cả các sản phẩm chủ lực đều tăng trưởng xuất khẩu khả quan, có sự chuyển dịch cơ cấu xuất khẩu so với năm 2016, theo đó tôm, cá ngừ, mực và bạch tuộc tăng trưởng mạnh, cá tra tăng nhẹ (tôm tăng 22,3%; cá tra tăng 4,3%; cá ngừ tăng 16,3%; mực và bạch tuộc tăng 41,4%. Cụ thể:

- *Tôm*: Xuất khẩu tôm năm 2017 đạt trên 3,85 tỷ USD, chiếm 46%, tăng 22,3% so với năm 2016 do: (i) diện tích và sản lượng tôm nuôi trong nước tăng đảm bảo nguồn cung nguyên liệu cho các nhà máy chế biến; (ii) tỷ giá đồng Yên, EUR, NDT tăng so với USD cũng hỗ trợ tốt cho xuất khẩu; (iii) nhu cầu nhập khẩu từ các thị trường tiêu thụ chính như EU, Trung Quốc, Nhật Bản, Hàn Quốc,... tăng cao; (iv) một số nước xuất khẩu cạnh tranh gặp khó khăn về sản xuất và thị trường (sản lượng Thái Lan, Ấn Độ không tăng do dịch bệnh và thời tiết bất lợi, Thái Lan ngừng nhập khẩu tôm Ấn Độ làm Thái Lan bị giảm nguồn cung nguyên liệu cho chế biến, Ấn Độ hiện

đang chịu tần suất kiểm tra 50% khi xuất khẩu sang EU và có nguy cơ bị EU cấm nhập khẩu do lo ngại kháng sinh).

Các thị trường xuất khẩu tôm chính đều tăng trưởng tốt như EU, Nhật Bản, Trung Quốc, Hàn Quốc, trừ Hoa Kỳ (EU vươn lên vị trí số 1, trong khi Hoa Kỳ tụt xuống vị trí thứ 4). Cụ thể: (i) Thị trường EU vươn lên vị trí dẫn đầu, đạt trên 862,8 triệu USD, tăng 43,7% do tôm nước lạnh giá cao và nguồn cung giảm, nhu cầu cao cho các lễ hội cuối năm nên EU tăng cường nhập khẩu tôm từ Việt Nam. Việt Nam có lợi thế hơn so với 2 nước đối thủ là Thái Lan và Trung Quốc vì 2 nước này không được hưởng Quy chế ưu đãi thuế quan phổ cập (GSP) của EU nhưng phải cạnh tranh chủ yếu với Ấn Độ và Ecuador; (ii) Nhật Bản đạt 704,1 triệu USD, tăng 17,4% do gặp nhiều thuận lợi vì đồng Yên tăng giá kích thích nhu cầu tiêu thụ tăng; (iii) Trung Quốc đạt 683,2 triệu USD, tăng trưởng mạnh nhất 56,8%, đứng thứ 3 sau EU, Nhật Bản và có khả năng vượt qua Nhật Bản trở thành thị trường lớn thứ 2 của tôm Việt Nam trong quý I/2018 do sản lượng sản xuất tôm nội địa Trung Quốc sụt giảm vì dịch bệnh và mưa lụt, trong khi nhu cầu trong nước ngày càng tăng do tầng lớp trung lưu và lượng khách du lịch tăng cùng vị trí địa lý thuận lợi và đồng NDT ổn định đã kích thích nhu cầu nhà nhập khẩu Trung Quốc; bên cạnh đó, từ 01/12/2017, Trung Quốc quyết định giảm thuế nhập khẩu từ 5% xuống 2% đối với sản phẩm tôm đông lạnh; (iv) Hoa Kỳ đạt 659,2 triệu USD, giảm 8% do USD sụt giá đồng thời gặp cạnh tranh từ Ấn Độ; (v) Hàn Quốc đạt 382 triệu USD, tăng 34% do được hưởng lợi thế từ Hiệp định Thương mại tự do Việt Nam - Hàn Quốc (VKFTA).

- *Cá tra:* Xuất khẩu cá tra năm 2017 đạt 1,79 tỷ USD, tăng 4,3% so với năm 2016; trong đó xuất khẩu sang Hoa Kỳ và EU vẫn duy trì tăng trưởng âm nhưng các thị trường mới như Trung Quốc, Brazil, Mexico, A-rập Xê-út lại tăng trưởng mạnh 2 con số, góp phần đưa xuất khẩu cá tra duy trì được ổn định. Cụ thể: (i) Trung Quốc đã trở thành thị trường xuất khẩu lớn nhất, đạt 410,9 triệu USD, chiếm 23%, tăng 34,8%; (ii) Hoa Kỳ đạt 344,4 triệu USD, giảm 11% do thuế chống bán phá giá của các đợt xem xét hành chính đều ở mức cao (POR13 cao gấp 3 lần kết quả thuế của POR12 khiến số lượng doanh nghiệp tham gia xuất khẩu giảm, thực tế có khoảng 10/62 doanh nghiệp hoạt động), việc đổi mặt với Chương trình thanh tra cá da trơn Farm Bill từ 02/8/2017 đã làm kim ngạch sụt giảm trên 30% trong 3 tháng cuối năm; (iii) EU đạt 203 triệu USD, giảm 22,2% do bị ảnh hưởng từ truyền thông bất lợi đầu năm 2017.

- *Cá ngừ:* Xuất khẩu cá ngừ năm 2017 đạt 593 triệu USD, tăng 16,3% so với năm 2016. Các thị trường xuất khẩu đều tăng mạnh và khá ổn định, trừ Trung Quốc giảm 16,4% (đạt 17,5 triệu USD), cụ thể: (i) Hoa Kỳ tiếp tục là thị trường lớn nhất, đạt 225,7 triệu USD, tăng 12,7% trong đó cá ngừ chế biến chiếm 58%; đối thủ cạnh tranh của Việt Nam tại Hoa Kỳ chủ yếu

là Thái Lan, Ecuador, Trung Quốc và Fiji; (ii) EU đạt 141,9 triệu USD, tăng 23,1% (iii) Các thị trường khác (Israel, Nhật Bản, Mexico, Canada) cũng tăng mạnh, lần lượt tăng 70,2%, 26%, 61% và 16,6% so với năm 2016.

- *Mực và bạch tuộc*: Xuất khẩu mực và bạch tuộc năm 2017 đạt 620,8 triệu USD, tăng 41,4% so với năm 2016. Các thị trường đều tăng trưởng mạnh, trong đó 2 thị trường chủ lực là Hàn Quốc và Nhật Bản đạt mức tăng trưởng lần lượt 31,6% và 35,6% với kim ngạch 218 triệu USD và 148,7 triệu USD; EU đạt 106 triệu USD, tăng 51,6%; Trung Quốc đạt 39,8 triệu USD, tăng mạnh 141%.

(ii) *Về cơ cấu thị trường*: Năm 2017 đã có sự chuyển dịch đáng kể về cơ cấu thị trường so với năm 2016, theo đó xuất khẩu sang Trung Quốc, Nhật Bản, Hàn Quốc tăng mạnh, bù đắp cho các khó khăn về thị trường tại Hoa Kỳ và EU. Cụ thể:

- *EU*: Năm 2017, xuất khẩu thủy sản sang EU đạt 1,48 tỷ USD, tăng 21,5% so với năm 2016 (cao hơn mức tăng chung thủy sản cả nước). Với kết quả này, EU đã vượt Hoa Kỳ để trở thành thị trường xuất khẩu thủy sản lớn nhất của Việt Nam, trong đó xuất khẩu tôm và cá ngừ đều tăng trưởng tốt trên 20% nhưng xuất khẩu cá tra có hướng sụt giảm.

- *Hoa Kỳ*: Xuất khẩu đạt 1,4 tỷ USD, giảm 2,5% so với năm 2016, trong đó xuất khẩu tôm và cá tra đều giảm nhưng cá ngừ tăng mạnh.

- *Nhật Bản*: Xuất khẩu đạt 1,3 tỷ USD, tăng 18,5% trong đó tôm và cá ngừ là mặt hàng tăng trưởng tốt nhất.

- *Trung Quốc*: Hiện là thị trường xuất khẩu tôm sú lớn nhất và đã vượt EU trở thành thị trường xuất khẩu cá tra lớn thứ 2 của Việt Nam, tổng xuất khẩu thủy sản năm 2017 đạt 1,28 tỷ USD, tăng 48,4% so với năm 2016, trong đó các mặt hàng chủ lực như tôm, cá tra, mực và bạch tuộc đều tăng trưởng cao ở mức trên 40%.

Xuất khẩu thủy sản năm 2017 mặc dù tăng trưởng tốt nhưng vẫn đang phải đối mặt nhiều khó khăn như: (i) cạnh tranh gay gắt từ các nước xuất khẩu khác và rào cản kỹ thuật, thương mại tại các thị trường nhập khẩu (xu hướng bảo hộ tại Hoa Kỳ thông qua các biện pháp phòng vệ thương mại, hiện tượng truyền thông bôi nhọ tại EU, ...); (ii) giá nguyên liệu cá tra và tôm trong nước tăng làm giá thành sản xuất cao, kém cạnh tranh so với các đối thủ khác; (iii) 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 tổn thương bởi hoạt động tuyên truyền thiếu thiện chí của đối thủ cạnh tranh.

2.2.3. Cơ chế, chính sách và các hoạt động hỗ trợ xuất khẩu liên quan

Năm 2017, Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn đã phối hợp với Bộ

Công Thương và các Bộ, ngành liên quan, Hiệp hội ngành hàng thủy sản ban hành và trình Thủ tướng Chính phủ ban hành một số cơ chế, chính sách cũng như các văn bản khác liên quan để quản lý khai thác, nuôi trồng và phát triển ngành thủy sản, cụ thể:

(i) Về quản lý khai thác, nuôi trồng thủy sản

- Ban hành Luật Thủy sản số 18/2017/QH14 ngày 21/11/2017, có hiệu lực từ ngày 01/01/2019.

- Ban hành Nghị định 55/2017/NĐ-CP ngày 9/5/2017 của Chính phủ về quản lý nuôi, chế biến và xuất khẩu sản phẩm cá tra (thay thế Nghị định số 36/2014/NĐ-CP).

- Ban hành Quy chuẩn Việt Nam QCVN 02-27:2017/BNNPTNT “Sản phẩm thủy sản, cá tra phi lê đông lạnh” có hiệu lực từ ngày 5/5/2017, tăng cường cơ sở pháp lý quản lý ngành hàng cá tra và triển khai thực hiện Nghị định số 55/2017/NĐ-CP về quản lý nuôi, chế biến, xuất khẩu sản phẩm cá tra.

- Ban hành Chỉ thị số 3727/CT-BNN-TCTS của Tổng cục Thủy sản ngày 5/5/2017 về việc tăng cường công tác quản lý khai thác thủy sản, đảm bảo an toàn cho người, tàu cá hoạt động trên biển.

- Trình Chính phủ Dự thảo Nghị định sửa đổi, bổ sung Nghị định số 67/2014/NĐ-CP của Chính phủ về một số chính sách phát triển thủy sản, phù hợp với tình hình thực tế; Dự thảo Nghị định sửa đổi Nghị định 53/2012/NĐ-CP ngày 20/6/2012 của Chính phủ sửa đổi, bổ sung một số điều của các Nghị định về lĩnh vực thủy sản.

(ii) Về tháo gỡ rào cản thị trường

- Xây dựng, phát triển Quỹ Xúc tiến thương mại cá tra (Hiệp hội Chế biến và Xuất khẩu Thủy sản Việt Nam được giao nghiên cứu, đề xuất về phương án xây dựng Quỹ trinh Thủ tướng Chính phủ xem xét).

- Xây dựng phương án truyền thông chủ động (băng hình, tin bài quảng bá hình ảnh cá tra Việt Nam tại Hội chợ Thủy sản quốc tế tại Bỉ, Tây Ban Nha, Na Uy...) để ứng phó hiện tượng truyền thông bôi nhọ xuất phát tại Tây Ban Nha vào tháng 02/2017.

- Ban hành Kế hoạch tổng thể ứng phó với Đạo luật Nông trại Hoa Kỳ (Farm Bill 2014) và Chương trình kiểm soát An toàn thực phẩm cá và sản phẩm cá bộ Siluriform xuất khẩu sang thị trường Hoa Kỳ.

- Ban hành Chỉ thị 45/CT-TTg ngày 13/12/2017 của Thủ tướng Chính phủ về một số nhiệm vụ, giải pháp cấp bách để khắc phục cảnh báo của Ủy ban Châu Âu về chống khai thác hải sản bất hợp pháp, không báo cáo và không theo quy định.

(iii) Về phát triển ngành thủy sản

- Ban hành Đề án Nâng cao năng lực cạnh tranh cho ngành thủy sản

trong bối cảnh hội nhập kinh tế quốc tế (theo Quyết định số 1371/QĐ-BNN-TCTS ngày 12/4/2017).

- Ban hành Kế hoạch cơ cấu lại ngành nông nghiệp giai đoạn 2017-2020 (theo Quyết định số 1819/QĐ-TTg ngày 16/11/2017), theo đó phấn đấu đạt tốc độ tăng giá trị sản xuất thủy sản khoảng 4,5-5%, sản lượng thủy sản đạt 7 triệu tấn; nuôi trồng thủy sản có chứng nhận với các sản phẩm chủ lực (tôm, cá tra, nhuyễn thể, ...), phát triển một số sản phẩm nuôi có tiềm năng (cá quả, rô phi, thác lác, ...), phát triển nuôi biển (tôm hùm, cá biển, rong biển, ...).

(iv) Về hoạt động xúc tiến thương mại

Trong khuôn khổ Chương trình Xúc tiến thương mại quốc gia do Bộ Công Thương chủ trì, năm 2017 đã tổ chức 4 chương trình xúc tiến thương mại đối với ngành hàng thủy sản với kinh phí chiếm 24% tổng kinh phí cho nhóm nông, lâm, thủy sản, cụ thể: Triển lãm Thủy sản Bắc Mỹ tại Boston, Hoa Kỳ từ 19-21/3/2017; Triển lãm Thủy sản toàn cầu tại Brussels, Bỉ từ 25-27/4/2017; Hội chợ thủy sản và nghề cá Trung Quốc tại Thanh Đảo, Trung Quốc trong quý IV/2017; Hội chợ Thủy sản Trung Đông và Châu Phi - Seafex Dubai tại Dubai, UAE trong quý IV/2017.

2.3. Cà phê

2.3.1. Sản xuất, chế biến

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) bình quân chiếm 70% tổng sản lượng cà phê toàn cầu. Trong niên vụ 2016/2017, nguồn cung tăng từ Colombia, Ethiopia, Honduras và Mexico đã giúp bù đắp phần nào sự thiếu hụt cà phê từ Brazil - nước sản xuất cà phê lớn nhất thế giới.

Diện tích cà phê năm 2017 của Việt Nam đạt 664,6 nghìn ha, tăng 14,1 nghìn ha so với năm 2016 (tương đương 2,2%); sản lượng đạt 1,53 triệu tấn, tăng 51,9 nghìn tấn (tương đương 4,7%). 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 nghìn ha, tuy nhiên cho đến nay, công tác tái canh tại các địa phương trên diễn ra chậm, chưa đáp ứng được kế hoạch đề ra tại Đề án.

Hiện nay, tổng công suất các nhà máy chế biến cà phê hòa tan và cà phê 3 trong 1 đạt khoảng 175-180 nghìn tấn/năm. Trong những năm gần đây, các công ty của Việt Nam, đi đầu là Vinacafe và Trung Nguyên, đã có đủ năng lực và bắt đầu quan tâm hơn tới các hoạt động chế biến sâu. Cà phê bột của Trung Nguyên, cà phê hòa tan của Vinacafe, Trung Nguyên không những đã chiếm lĩnh được thị trường trong nước mà còn xuất hiện và được



hoan nghênh ở nhiều thị trường trong khu vực. Hiện các nhà đầu tư nước ngoài đang tiếp tục khảo sát và chuẩn bị đầu tư vào lĩnh vực rang xay, cà phê hòa tan để tận dụng nguồn nguyên liệu sẵn có, nguồn lao động cạnh tranh và ưu đãi tại các FTA mở cửa thị trường mà Việt Nam đã ký kết.

2.3.2. Xuất khẩu

Năm 2017 xuất khẩu cà phê đạt 1,44 triệu tấn với kim ngạch 3,24 tỷ USD, giảm 19% về lượng và 2,7% về kim ngạch so với năm 2016. Giá cà phê thế giới cũng như giá cà phê tại thị trường trong nước biến động đảo chiều liên tục với biên độ hẹp nhưng nhìn chung vẫn giữ xu hướng tăng, giá cà phê xuất khẩu bình quân năm 2017 đạt 2.250 USD/tấn, tăng mạnh 20,1% so với năm 2016.

Đức và Hoa Kỳ tiếp tục là hai thị trường tiêu thụ cà phê lớn nhất của Việt Nam với thị phần lần lượt là 14,7% và 12,7%. Một số thị trường tiêu thụ cà phê lớn của Việt Nam như sau:

- Xuất khẩu sang Đức đạt 222,7 nghìn tấn, kim ngạch 476,5 triệu USD, giảm 19,2% về lượng và giảm 3,5% về kim ngạch.
- Hoa Kỳ đạt 182,7 nghìn tấn, kim ngạch 406,5 triệu USD, giảm 22,9% về lượng và giảm 9,5% về kim ngạch.
- Italia đạt 125,4 nghìn tấn, kim ngạch 271,5 triệu USD, giảm 7,9% về lượng và tăng 10,6% về kim ngạch.
- Nhật Bản đạt 89,7 nghìn tấn, kim ngạch 209,8 triệu USD, giảm 14,1% về lượng và tăng 3,4% về kim ngạch.

- Bỉ đạt 64,7 nghìn tấn, kim ngạch 137,1 triệu USD, giảm 25,4% về lượng và giảm 17,1% về kim ngạch.
- Liên bang Nga đạt 45,8 nghìn tấn, kim ngạch 116,7 triệu USD, giảm 23,4% về lượng và giảm 1,5% về kim ngạch.
- Pháp đạt 33,2 nghìn tấn, kim ngạch 68,9 triệu USD, giảm 17% về lượng và giảm 2,5% về kim ngạch.

Như vậy, do lượng xuất khẩu tại hầu hết tất cả các thị trường xuất khẩu chủ lực đều giảm 2 con số nên mặc dù giá bình quân tăng cao nhưng kim ngạch vẫn giảm nhẹ so với năm 2016.

2.4. Chè

2.4.1. 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 dẫn đến giá thấp, làm giảm sức cạnh tranh.

Trong những năm qua, nhiều tỉnh đã chú trọng phát triển nhiều giống chè cành cho năng suất cao đã được đưa vào trồng đại trà. Với việc chuyển đổi từ trồng chè hạt sang trồng chè cành, đưa nhiều giống chè ngoại vào canh tác và áp dụng các tiến bộ khoa học kỹ thuật vào thâm canh chè trên diện tích lớn, năng suất và chất lượng chè búp tươi đã không ngừng tăng. Tuy vậy, năm 2017, thời tiết khô hạn đã ảnh hưởng không nhỏ đến năng suất chè, các vùng không chuyên canh chè đang có xu hướng chuyển đổi sang cây trồng khác. Diện tích chè năm 2017 đạt 129,3 nghìn ha, giảm 4,1 nghìn ha so với năm 2016 (hiện vùng chè Yên Bái và một số tỉnh miền núi phía Bắc đang có xu hướng chặt bỏ chè già cỗi chuyển sang nhóm cây có múi); sản lượng đạt 1,04 triệu tấn, tăng 7,2 nghìn tấn (tương đương 0,7%); năng suất bình quân đạt 8 tấn búp tươi/ha; thu hút khoảng 3 triệu lao động tham gia.

Việc quy hoạch sản xuất còn chưa hiệu quả ảnh hưởng đến chất lượng sản phẩm xuất khẩu; đồng thời chất lượng chè bị ảnh hưởng do việc sử dụng các hoạt chất quá dư lượng nên còn gặp khó khăn tại các thị trường xuất khẩu. Đến hết năm 2017, có 1.488,8 ha trồng chè được cấp Giấy chứng nhận VietGAP, chiếm khoảng 7,7% tổng diện tích cây trồng được cấp Giấy chứng nhận VietGAP.

2.4.2. Xuất khẩu

Khối lượng xuất khẩu chè năm 2017 đạt 140 nghìn tấn, kim ngạch 228 triệu USD, tăng 6,8% về khối lượng và tăng 4,9% về kim ngạch so với năm 2016. Giá chè xuất khẩu của Việt Nam vẫn đang ở mức thấp nhất trong 10 nước xuất khẩu chè của thế giới do công tác kiểm soát quản lý chất lượng chưa chặt chẽ làm ảnh hưởng đến chất lượng, thương hiệu và giá chè xuất khẩu. Giá chè xuất khẩu bình quân năm 2017 đạt 1.631 USD/tấn, giảm 1,7% so với năm 2016.

Về thị trường xuất khẩu, trong năm 2017, chè xuất khẩu sang Pakistan (thị trường lớn nhất của Việt Nam, chiếm 30,1%) giảm cả lượng và kim ngạch, lần lượt là 17,6% và 12,5%, đạt 32 nghìn tấn với kim ngạch 68,7 triệu USD. Các thị trường có kim ngạch xuất khẩu chè tăng mạnh là UAE (tăng 103,7%), Đài Loan tăng 53,9% và A-rập Xê-út tăng 21%.

2.5. Cao su

2.5.1. 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, hiện các tỉnh Tây Nguyên và Đông Nam Bộ đang có xu hướng phá bỏ vườn cao su già cỗi chuyển sang trồng tiêu và sắn nên diện tích năm 2017 đạt 971,6 nghìn ha, giảm 1,9 nghìn ha. Tuy nhiên, diện tích thu hoạch mủ tăng từ diện tích trồng thời kỳ giá cao (2010-2012) và đầu tư tại Lào, Campuchia, do đó sản lượng cao su mủ khô năm 2017 đạt 1,09 triệu tấn, tăng 51,4 nghìn tấn (tương đương 5,0%).

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 (phân 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).

2.5.2. Xuất khẩu:

Lượng cao su xuất khẩu năm 2017 đạt 1,38 triệu tấn với kim ngạch 2,25 tỷ USD, tăng 10,2% về lượng và tăng mạnh 34,7% về kim ngạch so với năm 2016. Đây là kết quả rất tích cực đối với ngành cao su Việt Nam sau một thời gian dài sụt giảm cả về lượng và giá.

Chủng loại cao su thiên nhiên xuất khẩu nhiều nhất vẫn là cao su hỗn hợp, chiếm 56,7%; tiếp theo là cao su khô SRV 3L, chiếm 12,2% và cao su khô SRV 10, chiếm 9%. Giá xuất khẩu cao su trung bình cả năm 2017 đạt 1.629 USD/tấn, tăng 22,3% so với năm 2016 nhờ một số yếu tố thuận lợi như giá dầu tăng, nhu cầu tiếp tục tăng từ các thị trường chủ lực như Trung Quốc, Malaysia...

Ba thị trường xuất khẩu cao su lớn nhất là Trung Quốc, Malaysia và Ấn Độ, chiếm 73,5% tổng kim ngạch xuất khẩu cao su Việt Nam trong năm 2017. Trong đó Trung Quốc là thị trường xuất khẩu lớn nhất với lượng đạt 896,2 nghìn tấn, kim ngạch đạt 1,45 tỷ USD, tăng 20,7% về lượng và 45,6% về kim ngạch so với năm 2016. Xuất khẩu sang thị trường Trung Quốc tăng mạnh, đặc biệt trong quý IV, ngành sản xuất 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 cỡ nhỏ thân thiện với môi trường, chính sách kiểm soát tải trọng xe lưu hành, cấm lưu hành những xe có mức khí thải cao... kéo theo nhu cầu cao su gia tăng. Đối với Malaysia - thị trường lớn thứ 2, đặc thù nhập khẩu lại khác biệt so với Trung Quốc, 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,... Do nhu cầu sản phẩm cấp cao chưa hồi phục, Malaysia giảm dần nhập khẩu cao su từ Việt Nam, kim ngạch xuất khẩu cao su năm 2017 sang Malaysia giảm 7,7%, đạt 118,98 triệu USD. Tương tự, xuất khẩu sang Ấn Độ cũng sụt giảm 22,3%, đạt 90,6 triệu USD.

Trong bối cảnh cung vượt cầu trên thị trường cao su thế giới còn kéo dài nhiều năm, ba nước Thái Lan, Indonesia, Malaysia đã, đang và sẽ là những đối thủ cạnh tranh với Việt Nam về thị phần do sản lượng xuất khẩu nhiều, chủng loại phù hợp và chất lượng luôn được kiểm soát chặt chẽ. Bên cạnh đó, các nước này còn là đối thủ cạnh tranh của cao su Việt Nam ngay trên thị trường nội địa cả về giá, chất lượng và chủng loại. Trong những năm gần đây, một số doanh nghiệp trong nước sản xuất sản phẩm cao su như lốp xe, găng tay..., đặc biệt là các doanh nghiệp nước ngoài đầu tư nhà máy sản xuất tại Việt Nam đã tăng lượng cao su thiên nhiên nhập khẩu từ các nước lân cận trong khu vực do cao su thiên nhiên Việt Nam chưa đáp ứng đầy đủ nhu cầu về chất lượng và chủng loại.

2.6. Hồ tiêu

2.6.1. Sản xuất

Việt Nam hiện là nước có diện tích trồng hồ tiêu lớn nhất thế giới (trên Malaysia, Sri Lanka, Brazil, Ấn Độ, Indonesia...) và là nước sản xuất lớn nhất trên thế giới (chiếm 32% tổng sản lượng hồ tiêu toàn cầu với tốc độ tăng sản lượng cũng lớn nhất so với các nước sản xuất khác trên thế giới (tiếp theo là Ấn Độ 18%, Indonesia 17,5%, Brazil 9%, Trung Quốc 7%, Sri Lanka 6,5%, Malaysia 5,7%, Campuchia 3%,...).

Sản lượng hồ tiêu của Việt Nam bình quân đạt 140.000 tấn/năm, tốc độ tăng trưởng bình quân đạt 6,5%/năm trong giai đoạn 2011-2016. Năm 2017, diện tích trồng đạt 152,0 nghìn ha, tăng 22,7 nghìn ha (tương đương 17,6%) so năm 2016; sản lượng đạt 241,5 nghìn tấn, tăng 25,1 nghìn tấn (tương đương 11,6%). Giá cả thị trường xuất khẩu những năm gần đây tăng và giữ ổn định, người trồng hồ tiêu có lãi cao nên đã kích thích sự chuyển dịch diện tích các cây trồng khác sang trồng tiêu từ những năm trước. Năm 2017, giá tiêu trên thị trường thế giới sụt giảm đã ảnh hưởng đến giá thị trường trong nước, giá tiêu trong nước đã giảm từ 200.000 đồng/kg vào năm 2016 xuống còn khoảng 70.000đ/kg và vẫn còn tiếp tục xu hướng giảm.

Hiện Việt Nam xuất khẩu chủ yếu là tiêu hạt, chiếm 90% tổng lượng xuất khẩu, trong đó tiêu đen chiếm 90% và tiêu trắng chiếm 10% (tất cả các nước xuất khẩu tiêu chính trên thế giới đều dưới dạng hạt, giá bán sẽ phụ thuộc vào chủng loại và chất lượng hạt nếu cùng chủng loại); một số doanh nghiệp lớn có nhà máy chế biến công nghệ cao theo tiêu chuẩn ASTA, ESA, JSSA... đã xuất khẩu được các sản phẩm tiêu chế biến như tiêu bột, tiêu ngâm muối, tiêu khử nước/đông khô, dầu nhựa tiêu (oleoresin), dầu thơm tiêu, trà tiêu... tuy nhiên tỷ trọng chỉ chiếm 10%.

2.6.2. Xuất khẩu

Việt Nam hiện là nước xuất khẩu lớn nhất thế giới, bình quân chiếm 55-60% tổng lượng hồ tiêu xuất khẩu toàn cầu.

Năm 2017, lượng hồ tiêu xuất khẩu đạt 215 nghìn tấn với kim ngạch 1,12 tỷ USD, tuy tăng mạnh 20,9% về lượng nhưng lại giảm 21,8% về kim ngạch so với năm 2016. Nguyên nhân chủ yếu vì giá xuất khẩu bình quân sụt giảm mạnh 35,3% so với cùng kỳ, đạt 5.202 USD/tấn (thấp nhất trong vòng 5 năm trở lại đây) và thấp hơn giá các nước khác do: (i) Nhiều vườn tiêu khai thác trên 10 năm đã già cỗi và cho năng suất thấp dẫn đến việc hạt tiêu Việt Nam kém chất lượng, làm giảm sức cạnh tranh so với các nước khác; (ii) Việc mở rộng sản xuất vượt quy hoạch làm tăng nguồn cung dẫn đến giá mua trong nước và giá xuất khẩu giảm mạnh; (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.

Về thị trường, mặc dù lượng có tăng so với năm 2016 nhưng hầu hết các thị trường xuất khẩu đều sụt giảm kim ngạch do giá giảm chung vì nguồn cung đã vượt nhu cầu (trong đó Việt Nam tăng nguồn cung nhiều nhất trong tất cả các nước sản xuất chính). Cụ thể, xuất khẩu sang Hoa Kỳ đạt 38,9 nghìn tấn, kim ngạch 221,2 triệu USD, giảm nhẹ 1,9% về lượng và giảm 35,4% về kim ngạch so với năm 2016; tiếp theo là Ấn Độ đạt 16,3 nghìn tấn, kim ngạch 78,9 triệu USD, giảm 6,4% về kim ngạch

mặc dù tăng mạnh 46,3% về lượng sau khi sụt giảm trong quý I do vướng lệnh tạm ngừng nhập khẩu của Ấn Độ xảy ra trong tháng 3/2017; UAE đạt 12,7 nghìn tấn, kim ngạch 60,5 triệu USD, tăng nhẹ 0,6% về lượng nhưng giảm mạnh 34,7% về kim ngạch; Singapore đạt 838 tấn, kim ngạch 4,7 triệu USD, giảm mạnh cả về lượng và kim ngạch, lần lượt là 27,7% và 52,2% - đây là thị trường lớn thứ 3 của Việt Nam từ giai đoạn năm 2015 trở về trước, tuy nhiên đến nay đã sụt giảm mạnh do một số nhà đầu cơ tại Singapore bị phá sản sau khi các doanh nghiệp nhập khẩu tại UAE 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.

2.7. Hạt điều

2.7.1. Sản xuất

Việt Nam hiện là quốc gia có sản lượng điều lớn thứ ba thế giới, chiếm 14% tổng sản lượng, sau Ấn Độ (chiếm 27%) và Bờ Biển Ngà (chiếm 17%).

Một số vùng trồng điều trọng điểm đã được tái canh nên diện tích tăng so với năm 2016, đạt 297,5 nghìn ha, tăng 4,4 nghìn ha (tương đương 1,5%). Tuy vậy, do ảnh hưởng thời tiết khô hạn kéo dài, có sương mù, sương muối khi điều ra hoa nên năng suất năm 2017 sụt giảm nghiêm trọng (đạt 7,4 tạ/ha, giảm 3,4 tạ/ha). Tổng sản lượng điều đạt 210,9 nghìn tấn giảm 94,4 nghìn tấn (tương đương 30,9%), do vậy, nguồn nguyên liệu đang chưa đáp ứng đủ nhu cầu sản xuất phục vụ xuất khẩu, phải nhập khẩu khoảng trên 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.

Cả nước hiện có 1.000 cơ sở chế biến hạt điều, công suất chế biến 1 triệu tấn sản phẩm/năm và gần 400 doanh nghiệp tham gia xuất khẩu điều, trong đó lượng doanh nghiệp có kim ngạch dưới 5 triệu USD/năm chiếm 73%.

2.7.2. Xuất khẩu:

Từ năm 2006 đến nay, Việt Nam đã trở thành nước đứng đầu thế giới về xuất khẩu hạt điều (chiếm 28% lượng điều thô chế biến và trên 50% lượng hạt điều xuất khẩu toàn cầu), 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.

Lượng hạt điều xuất khẩu năm 2017 đạt 353 nghìn tấn với kim ngạch 3,52 tỷ USD, tăng 1,9% về lượng và tăng 23,8% về kim ngạch. 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 gần 4 tỷ USD, cao nhất từ trước đến nay.

Giá xuất khẩu điều năm 2017 ở mức cao và liên tục tăng, giá bình quân

năm 2017 đạt 9.955 USD/tấn, tăng 21,5% so với năm 2016. 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, Hà Lan, Trung Quốc với mức tăng trưởng lần lượt là 25,7% (đạt 1,22 tỷ USD), 41,6% (đạt 541,8 triệu USD) và 11,2% (đạt 469,4 triệu USD). Giá xuất khẩu tại tất cả các thị trường đều có sự tăng trưởng so với cùng kỳ, trung bình khoảng 10-20%.

Nhu cầu hạt điều toàn cầu được dự báo tiếp tục tăng sẽ là điều kiện thuận lợi cho xuất khẩu điều Việt Nam trong những năm tới. Hạt điều đang chiếm thị phần lớn nhất trên thị trường hạt khô toàn cầu có kim ngạch khoảng 30 tỷ USD/năm.

2.8. Rau quả

2.8.1. Sản xuất

Với điều kiện khí hậu và thổ nhưỡng thuận lợi 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 3,5 tỷ USD, chiếm tỷ phần rất nhỏ trong tổng thương mại rau quả toàn cầu, chưa kể đến thị trường nội địa hơn 90 triệu dân có nhu cầu ngày càng tăng.

Do người dân chuyển một số cây trồng có giá bán thấp, chi phí đầu tư cao sang trồng rau cho thu hoạch nhanh, không mất nhiều công chăm sóc nên diện tích rau trong những năm gần đây tiếp tục tăng. Năm 2017, diện tích rau các loại đạt 937,3 nghìn ha, tăng 29,5 nghìn ha, sản lượng ước đạt 16,5 triệu tấn, tăng 562,8 nghìn tấn (tương đương 3,5%). Cơ cấu rau của Việt Nam 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,... Diện tích cây ăn quả đạt 923,9 nghìn ha, tăng 52,5 nghìn ha; sản lượng ước đạt 9,48 triệu tấn, tăng 555,9 nghìn tấn (tương đương 6,2%), trong đó: chuối tăng 107,7 nghìn tấn (5,5%); dứa tăng 6,7 nghìn tấn (1,2%), xoài tăng 60,2 nghìn tấn (8,3%), cam quýt tăng 148,6 nghìn tấn (18,6%)... so với năm 2016.

Xu hướng phát triển sản xuất quy mô lớn, hợp tác liên kết theo chuỗi giá trị tiếp tục được nhân rộng. Đến nay, hầu hết các địa phương đã quy hoạch vùng sản xuất hàng hóa tập trung quy mô từ vài chục ha đến vài trăm ha với nhiều loại cây trồng (rau, đậu, trái cây các loại). Các quy trình sản xuất tiên tiến, thân thiện với môi trường (như VietGAP, Global GAP...) được phổ biến nhân rộng. Đến nay, đã có 1.495 cơ sở được cấp Giấy chứng nhận VietGAP với diện tích 19.213,5 ha, trong đó cây ăn quả là 13.119,3 ha, rau là 3.463,8 ha. Ở nhiều địa phương, nhiều doanh nghiệp đã đầu tư phát triển sản xuất nông nghiệp hữu cơ, nông nghiệp sạch để nâng cao chất lượng, giá trị sản phẩm và đảm bảo an toàn thực phẩm... Nhờ đẩy

mạnh chuyển đổi cơ cấu cây trồng, áp dụng các quy trình sản xuất tiên tiến và làm tốt công tác phòng trừ sâu bệnh nên, sản lượng và chất lượng nhiều loại cây trồng có giá trị kinh tế cao tăng nên năm 2017, giá trị sản xuất trồng trọt đã tăng 2,23%, vượt mục tiêu kế hoạch đề ra (2%).

2.8.2. Xuất khẩu

Rau quả là mặt hàng nông sản có kim ngạch xuất khẩu tăng trưởng mạnh trong năm 2017, vượt kim ngạch xuất khẩu của một số mặt hàng nông sản chủ lực khác như gạo, hồ tiêu và mở ra hướng đi mới cho ngành nông nghiệp. Kim ngạch xuất khẩu rau quả năm 2017 đạt 3,5 tỷ USD, tăng mạnh 42,5% so với năm 2016. Trong thời gian qua, nhiều loại trái cây Việt Nam đã được thâm nhập và mở rộng xuất khẩu vào các thị trường “khó tính” như vải, nhãn, chôm chôm, thanh long và mới đây là vú sữa 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...

Theo thống kê của FAO, thị trường rau quả toàn cầu sẽ tăng trưởng 8%/năm trong giai đoạn 2017-2020 và đạt 320 tỷ USD vào năm 2020. Nhu cầu tiêu thụ sản phẩm rau quả nhiệt đới, trái mùa và hữu cơ sẽ tăng tại các nước phát triển. 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 đến 3 bậc so với vài năm trước (thị phần toàn cầu tăng từ 2,1% lên 2,9%), 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 là Trung Quốc, Ấn Độ và một số quốc gia ASEAN như Thái Lan, Malaysia, Indonesia.

Trung Quốc, Hoa Kỳ, EU, Nhật Bản, Hàn Quốc là các thị trường xuất khẩu chủ lực của Việt Nam. Trung Quốc hiện là thị trường lớn nhất với kim ngạch xuất khẩu đạt 2,65 tỷ USD, tăng 52,4% so với năm 2016, chiếm 75,7% tổng xuất khẩu cả nước. Việt Nam có 8 loại trái cây tươi được phép xuất khẩu vào Trung Quốc (gồm thanh long, dưa hấu, vải, nhãn, chuối, xoài, mít, chôm chôm), trong đó có 4 loại chiếm thị phần gần như tuyệt đối (từ 85-98%) tại thị trường này. Một số loại trái cây có khả năng sản xuất nhưng lại chưa được phép xuất khẩu vào thị trường này gồm măng cụt, bưởi da xanh, chanh leo... và vẫn đang trong quá trình đàm phán mở cửa thị trường.

Thị trường lớn thứ 2 là Nhật Bản với kim ngạch xuất khẩu năm 2017 đạt 127,2 triệu USD, tăng 69,3% so với năm 2016; tuy nhiên chỉ chiếm thị phần 0,8% tại thị trường này. Nhật Bản có nhu cầu ngày càng gia tăng với trái cây tươi nhiệt đới như chuối, thanh long, xoài, vải, măng cụt,... Hiện Việt Nam đã được phép xuất khẩu thanh long (ruột đỏ, ruột trắng), xoài, chuối, dừa sang Nhật Bản. Trừ thanh long có khả năng tăng trưởng tốt do đáp ứng tốt về thị hiếu và chất lượng, các loại trái cây tươi khác đều kém cạnh tranh so với các nước về giá do cước phí vận chuyển hàng không và chi phí bảo quản lạnh của Việt Nam cao hơn (giá chuối cao hơn Philippines 8%, Costa Rica 52%; giá xoài cao hơn Mexico, Thái Lan 50%). Ngoài ra, các sản phẩm rau quả chế biến từ xoài, vải, dứa, đậu lông, súp lơ, khoai lang... của Việt Nam vẫn có tiềm năng tăng trưởng xuất khẩu tại thị trường Nhật Bản.

EU là thị trường lớn thứ 3, xuất khẩu năm 2017 đạt 106,4 triệu USD, tăng 14,2% so với năm 2016. Mặc dù liên tục tăng trưởng trong những năm gần đây, Việt Nam vẫn chỉ chiếm thị phần 0,4%. Trái cây tươi Việt Nam đã xuất khẩu sang EU nhưng lượng không đáng kể do: (i) kém cạnh tranh với các đối thủ khác có vị trí địa lý gần hơn (Brazil, Peru, Ecuador, Panama) và các đối thủ trong khu vực (Thái Lan, Philippines, Malaysia) về giá, chất lượng và thời gian giao hàng; (ii) EU thường xuyên rà soát, điều chỉnh chặt chẽ quy định về an toàn thực phẩm và gia tăng tần suất kiểm tra đối với rau quả của Việt Nam do phát hiện nhiều lô hàng không phù hợp với quy định của EU, gây bất lợi đến tiến độ xuất khẩu vào thị trường này (hiện tần suất kiểm tra thanh long tăng lên 20% và các loại rau gia vị tăng lên 50%).

Hoa Kỳ hiện đang là thị trường lớn thứ 4, xuất khẩu năm 2017 đạt 102,1 triệu USD, tăng 20,9%. Việt Nam đã được phép xuất khẩu 5 loại trái cây tươi vào Hoa Kỳ (gồm vải, nhãn, chôm chôm, thanh long và mới đây là vú sữa), lượng xuất chưa đáng kể, chiếm thị phần nhỏ 3% (sau Mexico

88%, đứng trước Chile 2%, Trung Quốc 1,2%, Thái Lan 1,1%) do các chi phí như vận chuyển, bảo quản, kiểm dịch, xử lý chiếu xạ liên quan đến xuất khẩu trái cây tươi của Việt Nam cao, kém cạnh tranh so với các nước có địa lý gần hơn. Với sự gia tăng nhu cầu tiêu thụ rau quả chế biến tại Hoa Kỳ, Việt Nam có thể tiếp tục tăng trưởng xuất khẩu các sản phẩm rau quả nhiệt đới chế biến có giá trị gia tăng (đóng hộp, sấy, muối, nước ép, sơ chế/cắt gọt đóng gói sẵn...), đặc biệt là sản phẩm hữu cơ.

Mặc dù tăng trưởng tốt nhưng ngành rau quả vẫn đang phải đối mặt với một số vấn đề: (i) sản xuất phân tán, tỷ lệ hao hụt lớn, giá thành sản phẩm cao, công nghệ chế biến bảo quản còn hạn chế nên chất lượng không đồng đều, khó kiểm soát, dễ bị cảnh báo; (ii) gặp cạnh tranh cao từ Thái Lan, Indonesia, Myanmar,... thậm chí ngay tại thị trường trong nước; (iii) công tác mở cửa thị trường phức tạp, mất nhiều thời gian (thường mất từ 5-8 năm và phải đánh đổi tương đương).

2.9. Sắn và sản phẩm từ sắn

2.9.1. Sản xuất

Từ năm 2011-2016, 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. Diện tích sắn cả nước năm 2017 đạt 534,6 nghìn ha, giảm 34,4 nghìn ha; năng suất đạt 193,4 tạ/ha, tăng 1,7 tạ/ha; sản lượng đạt 10,3 triệu tấn, giảm 569,1 nghìn tấn. Diện tích sắn giảm do lo ngại sâu bệnh lây lan từ vụ trước, đồng thời khó tiêu thụ, giá thấp nên người dân đã chủ động thu hẹp diện tích canh tác và chuyển sang trồng các loại khác cho hiệu quả kinh tế cao hơn. Các tỉnh có diện tích sắn giảm nhiều là Tây Ninh giảm 5,7 nghìn ha; Nghệ An giảm 3,6 nghìn ha; Thanh Hóa giảm 2,9 nghìn ha...

Năng suất sắn trung bình của Việt Nam chỉ 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.

2.9.2. Xuất khẩu

Lượng xuất khẩu sắn và sản phẩm từ sắn năm 2017 đạt 3,9 triệu tấn với kim ngạch 1,03 tỷ USD, tăng 5,5% về lượng và tăng 3% về kim ngạch do giá giảm nhẹ 2,4%, đạt 264 USD/tấn. Xuất khẩu mặt hàng này đang có xu hướng giảm do: (i) nhu cầu từ thị trường chủ lực Trung Quốc đã giảm mạnh; (ii) sản lượng của Thái Lan, Indonesia, Campuchia tăng, gây áp lực giảm giá xuất khẩu.

Trung Quốc là thị trường tiêu thụ sắn lát khô và tinh bột sắn lớn nhất của Việt Nam (chiếm 88,5%), tuy nhiên thị phần sắn và sản phẩm từ sắn tại thị trường này chưa cao. Trong khi thị phần của Việt Nam về sắn lát

tươi tại Trung Quốc đạt 98,5% thì thị phần sắn lát khô chỉ 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%).

Trung Quốc vẫn là thị trường nhập khẩu chính trong năm 2017, tăng 6,8% về lượng và 4,8% về kim ngạch so với năm 2016, đạt 3,48 triệu tấn, kim ngạch 911,1 triệu USD. Các thị trường xuất khẩu chủ lực tiếp theo gồm Hàn Quốc đạt 21,4 triệu USD, giảm 10,5%; Malaysia đạt 16,6 triệu USD, tăng 16,0%; Nhật Bản đạt 15,6 triệu USD, tăng 0,1%; Philippines đạt 15,3 triệu USD, tăng 3,6%; Đài Loan đạt 11,9 triệu USD, giảm 10,3%.

II. XUẤT KHẨU NHÓM HÀNG CÔNG NGHIỆP

1. Tình hình xuất khẩu chung

1.1. Về kim ngạch

Xuất khẩu nhóm hàng công nghiệp tiếp tục giữ vị trí quan trọng trong xuất khẩu hàng hóa nói chung của Việt Nam, với tỷ trọng ngày càng tăng trong tổng kim ngạch xuất khẩu của cả nước. Năm 2017, xuất khẩu nhóm này chiếm 81,3% tỷ trọng xuất khẩu cả nước, tăng thêm 1,1% về tỷ trọng so với cùng kỳ năm 2016 (năm 2016 chiếm 80,2%).

Kim ngạch xuất khẩu của nhóm hàng công nghiệp năm 2017 đạt 174 tỷ USD, tăng 22,7% so với năm 2016, cao hơn mức tăng trưởng năm 2016 (11%) và mức tăng trưởng chung của cả nước (21,1%). Đây là năm thứ 6 liên tiếp kể từ năm 2012, tốc độ tăng trưởng xuất khẩu của nhóm hàng công nghiệp tiếp tục giữ mức ổn định và cao hơn tốc độ tăng trưởng xuất khẩu chung của cả nước, góp phần chủ đạo thúc đẩy tăng trưởng xuất khẩu chung của cả nước.

1.2. Về mặt hàng

Hầu hết các mặt hàng công nghiệp đều có kim ngạch xuất khẩu tăng so với năm 2016, với mức cao nhất đạt 55,1% (sắt thép) và mức thấp nhất đạt 2,4% (sản phẩm mây, tre, cói thảm). Trong số 32 mặt hàng công nghiệp được thống kê có đến 28 mặt hàng có tốc độ tăng ở mức 2 con số, chiếm đến 90,3% số mặt hàng có tăng trưởng trong năm 2017. Duy nhất có mặt hàng đá quý và kim loại quý giảm mạnh (giảm 36%).

Có 19 mặt hàng có giá trị xuất khẩu cao trên 1 tỷ USD, so với năm 2016, bổ sung thêm 3 mặt hàng là hóa chất, thủy tinh và sản phẩm thủy tinh, đồ chơi và dụng cụ thể thao.

Có 17 mặt hàng tăng trưởng mạnh trên 20%. Các mặt hàng tăng cao nhất như: sắt thép, giấy và sản phẩm từ giấy, chất dẻo nguyên liệu, kim loại thường và sản phẩm, điện thoại và linh kiện, hóa chất, dây điện và cáp điện tăng trên 30%.

Bảng 3: Các mặt hàng công nghiệp có giá trị xuất khẩu trên 1 tỷ USD

Mặt hàng	Trị giá (tỷ USD)	Tăng trưởng (%)
Điện thoại và linh kiện	45,3	31,9
Hàng dệt, may	26,0	9,3
Máy vi tính, sản phẩm điện tử và linh kiện	25,9	36,8
Giầy, dép các loại	14,6	12,7
Máy móc, thiết bị, dụng cụ và phụ tùng khác	12,8	26,3
Gỗ và sản phẩm gỗ	7,7	10,0
Phương tiện vận tải và phụ tùng	7,0	15,4
Máy ảnh, máy quay phim và linh kiện	3,8	28,5
Xơ sợi	3,6	22,7
Sắt thép các loại	3,1	55,1
Túi xách, vali, mõ, ô dù	3,3	3,6
Sản phẩm chất dẻo	2,5	14,0
Sản phẩm từ sắt thép	2,3	16,1
Kim loại thường khác và sản phẩm	1,8	43,8
Nguyên liệu dệt, may, da, giày	1,7	14,3
Dây điện và cáp điện	1,4	31,3
Hóa chất	1,3	34,5
Đồ chơi, dụng cụ thể thao và bộ phận	1,2	29,7
Thủy tinh và các SP thủy tinh	1,0	22,6

Nguồn: Tổng cục Hải quan

Đáng chú ý là 3 mặt hàng có tăng trưởng âm trong năm 2016 đã có sự bứt phá mạnh và tăng cao trong năm 2017 là clanhke và xi măng, phân bón, chất dẻo nguyên liệu, cụ thể:

- Clanhke và xi măng: tăng 35,6% về lượng (19,9 triệu tấn) và 25,9% về trị giá (705 triệu USD) (năm 2016 giảm 7,3% về lượng và giảm 16% về trị giá).
- Phân bón: tăng 24,7% về lượng (930 nghìn tấn) tăng 25,8% về trị giá (264 triệu USD) (năm 2016 giảm 5,8% về lượng và 25% về trị giá).
- Chất dẻo nguyên liệu: tăng 44,0%, đạt 514 triệu USD (năm 2016 giảm 10,7%)

1.3. Về thị trường

Các thị trường xuất khẩu chính của nhóm hàng công nghiệp 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, cụ thể:

- Thị trường Hoa Kỳ: Kim ngạch xuất khẩu hàng công nghiệp của Việt Nam đạt khoảng 35,8 tỷ USD, tăng 8,2% so với năm 2016. Hầu hết các mặt

hàng công nghiệp có kim ngạch xuất khẩu lớn nhất của Việt Nam sang thị trường này đều có tăng trưởng dương. Trong đó, dệt may là mặt hàng có mức kim ngạch xuất khẩu cao nhất, đạt 12,3 tỷ USD (tăng 7,3%). Mặt hàng có mức tăng trưởng xuất khẩu mạnh nhất là máy ảnh, máy quay phim và linh kiện, tăng 329% so với năm 2016, đạt kim ngạch 63,9 triệu USD.

- *Thị trường EU:* Kim ngạch xuất khẩu các mặt hàng công nghiệp sang thị trường này năm 2017 đạt 30,6 tỷ USD, tăng 12,9% so với năm 2016, chiếm tỷ trọng 80,1% kim ngạch xuất khẩu các mặt hàng sang EU.

- *Thị trường Trung Quốc:* Kim ngạch xuất khẩu nhóm mặt hàng công nghiệp đạt 25,6 tỷ USD, tăng 83,9% so với năm 2016. Trong đó mặt hàng có mức kim ngạch xuất khẩu cao và tăng trưởng mạnh nhất là điện thoại và linh kiện đạt 7,2 tỷ USD, tăng 794%.

- *Thị trường Nhật Bản:* Kim ngạch xuất khẩu đạt khoảng 13,6 tỷ USD, tăng 13,4% so với năm 2016. Trong đó, dệt may là mặt hàng có kim ngạch lớn nhất, đạt 3,1 tỷ USD, tăng 7,3%. Mặt hàng có mức tăng trưởng xuất khẩu lớn nhất là sắt thép, tăng 277,8% so với năm 2016.

- *Thị trường Hàn Quốc:* Kim ngạch xuất khẩu đạt 12,66 tỷ USD, tăng 30,4% so với năm 2016. Trong đó tăng mạnh nhất là thủy tinh và sản phẩm từ thủy tinh, tăng 631%.

2. Xuất khẩu một số mặt hàng công nghiệp

2.1. Dệt may

2.1.1. Sản xuất

- Bông: do diện tích đất đai hạn chế, thổ nhưỡng không hợp nên hiện việc sản xuất bông ngày càng thu hẹp, phần lớn bông dùng cho sản xuất đều từ nguồn nhập khẩu.

- Sợi: Sau khi được đầu tư mạnh mẽ trong giai đoạn 2014-2016, hiện Việt Nam có 6,5 triệu cọc sợi với năng suất 1,2 triệu tấn sợi bông nhân tạo. Quy mô sản xuất sợi tăng nhanh nhờ thu hút được các dự án FDI và các nhà máy đã được đầu tư trong giai đoạn trước đi vào vận hành. Trong đó, có thể kể đến những doanh nghiệp lớn như Tập đoàn Texhong với quy mô khoảng 450.000 tấn sợi/năm tại khu công nghiệp (KCN) Hải Yên, tỉnh Quảng Ninh và nhà máy mới của Công ty cổ phần sợi Thế Kỷ công suất 30.000 tấn sợi/năm tại KCN Trảng Bàng 3, tỉnh Tây Ninh.

- Vải: do công nghệ dệt nhuộm, hoàn tất chưa phát triển, nên mặc dù sản xuất sợi rất tốt nhưng phải xuất khẩu đến 2/3 lượng sản xuất được. Hàng năm chỉ sản xuất được 1,7 tỷ mét vải và phải nhập khẩu đến 7 tỷ mét vải.

2.1.2. Xuất khẩu

Trong năm 2017, tổng kim ngạch xuất khẩu các sản phẩm của ngành

dệt may đạt xấp xỉ 31,8 tỷ USD, tăng 10,9% so với năm 2016 (cao hơn mức tăng trưởng cả năm 2016 là 5,4%), chiếm 14,9% kim ngạch xuất khẩu cả nước. Trong đó, xuất khẩu hàng dệt, may đạt 26 tỷ USD, tăng 9,3% so với năm 2016, xuất khẩu xơ, sợi dệt đạt 3,59 tỷ USD, tăng 22,7%. Như vậy, mặc dù hàng dệt, may xuất khẩu tăng trưởng cao hơn so với mức tăng năm 2016 (năm 2016 tăng 4,5%) nhưng tỷ trọng trong xuất khẩu toàn bộ ngành dệt may đã giảm đi so với năm 2016 (năm 2016 là 83,1%).

Bảng 4: Kim ngạch xuất khẩu các sản phẩm của ngành dệt may năm 2017

Sản phẩm	Năm 2017 (triệu USD)	Tăng so với năm 2016 (%)	Tỷ trọng trong tổng xuất khẩu ngành (%)	Tỷ trọng trong tổng xuất khẩu cả nước (%)
Tổng ngành dệt may	31.797,9	10,93	100,00	14,86
Hàng dệt, may	26.038,4	9,29	81,89	12,17
Xơ, sợi dệt	3.593,3	22,66	11,30	1,68
Nguyên phụ liệu dệt, may, da, giày	1.709,4	14,32	5,38	0,80
Vải mành, vải kỹ thuật khác	456,9	10,01	1,44	0,21

Nguồn: Tổng cục Hải quan

Xuất khẩu các sản phẩm của ngành dệt may sang 180 quốc gia nhưng chủ yếu vẫn tập trung vào 5 thị trường chủ lực là Hoa Kỳ, EU, Nhật Bản, Hàn Quốc và Trung Quốc. Trong đó:

- **Thị trường Hoa Kỳ:** Xuất khẩu các sản phẩm của ngành dệt may đạt 12,5 tỷ USD, tăng 7,1% so với năm 2016, chiếm tỷ trọng 39,3% tổng xuất khẩu sản phẩm này của cả nước.
- **Thị trường EU:** Xuất khẩu các sản phẩm của ngành dệt may đạt 3,99 tỷ USD tăng 6,5% so với năm 2016, chiếm tỷ trọng 12,6%.
- **Thị trường Trung Quốc:** Vượt Nhật Bản và Hàn Quốc thành thị trường lớn thứ 3 của Việt Nam về xuất khẩu các sản phẩm của ngành dệt may với kim ngạch đạt 3,45 tỷ USD, tăng 25,6% so với năm 2016, chiếm tỷ trọng 11,2%.
- **Thị trường Nhật Bản:** Kim ngạch xuất khẩu các sản phẩm của ngành dệt may đạt 3,3 tỷ USD tăng 8,6% so với năm 2016, chiếm tỷ trọng 10,9%.
- **Thị trường Hàn Quốc:** Kim ngạch xuất khẩu dệt may đạt 3,1 tỷ USD, tăng 15,6% so với năm 2016, chiếm tỷ trọng 8,2%.

**Bảng 5: Top 10 thị trường xuất khẩu lớn nhất
của sản phẩm ngành dệt may năm 2017**

Thị trường	Năm 2017 (triệu USD)	Tăng/giảm so năm 2016 (%)	Tỷ trọng năm 2017 (%)
Hoa Kỳ	12.502,21	7,14	39,32
EU	3.993,12	6,46	12,56
Trung Quốc	3.447,23	25,57	10,84
Nhật Bản	3.318,66	8,56	10,44
Hàn Quốc	3.102,73	15,57	9,76
Campuchia	553,66	33,6	1,74
Canada	574,87	7,02	1,81
Hồng Kông	492,95	3,67	1,55
Đài Loan	333,79	-1,18	1,05
Indonesia	416,28	20,7	1,31

Nguồn: VITIC - Bộ Công Thương

Tỷ trọng kim ngạch nhập khẩu các sản phẩm của ngành dệt may của Hàn Quốc và Nhật Bản từ Việt Nam tăng đáng kể. Hiện Việt Nam chỉ xếp sau Trung Quốc về thị trường cung cấp các sản phẩm của ngành dệt may cho các thị trường lớn Hoa Kỳ, Nhật Bản, Hàn Quốc...

Xuất khẩu dệt may hiện còn phụ thuộc nhiều vào các doanh nghiệp FDI. Mặc dù tỷ trọng về số lượng doanh nghiệp của khối FDI trong tổng số doanh nghiệp ngành dệt may giảm dần nhưng tỷ trọng kim ngạch xuất khẩu của khối này hầu như không có sự thay đổi từ năm 2010 đến nay, chiếm 57,8% kim ngạch xuất khẩu cả nước năm 2017 (đạt 18,4 tỷ USD).

Tình hình các nước cạnh tranh:

- **Ấn Độ:** Xuất khẩu dệt may Ấn Độ dự kiến đạt 30 tỷ USD trong 3 năm tới nhờ vào phát triển, đổi mới và nâng cao chất lượng sản phẩm. Chính phủ Ấn Độ đang rất nỗ lực trong việc tạo ra nhiều việc làm cũng như cải thiện môi trường kinh doanh để đưa ngành công nghiệp dệt may nước này phát triển lên tầm cao mới. Chính phủ nước này đã đầu tư 880 triệu USD cho phát triển và nâng cấp ngành dệt may, thành lập Đề án quỹ nâng cấp sửa đổi để hỗ trợ, trợ cấp cho các doanh nghiệp trong việc nâng cấp sản xuất, xây dựng thêm 3 nhà máy mới có công nghệ xử lý xả thải hiện đại, xây dựng 8 trung tâm may mặc.

- *Pakistan*: Đã công bố chương trình ưu đãi để hỗ trợ hoạt động xuất khẩu, trong đó tỷ lệ hoàn thuế cho hàng may mặc là 7%, sản phẩm dệt là 6%, các loại vải chế biến là 5%, cho sợi và vải màu xám 4%, đối với sản phẩm dành cho hoạt động thể thao da giày là 7%, cho thảm và lều là 5%.

Thuế nhập khẩu đối với vải không dệt được giảm từ 16 xuống 5%, đồng thời áp dụng thuế nhập khẩu 4% và thuế doanh thu 5% đối với nhập khẩu bông, nhằm hỗ trợ nông dân trồng bông. Ngoài ra, nước này cũng thực hiện hàng loạt các biện pháp nhằm bình ổn giá bông trên thị trường nội địa, xây dựng quỹ phát triển thương hiệu, hàng ngàn máy khâu được đầu tư mới, xây dựng cổng thương mại trực tuyến về dệt may... giúp cho ngành tham gia sâu vào chuỗi giá trị dệt may toàn cầu.

- *Myanmar*: Sau khi EU khởi động lại chương trình GSP cho Myanmar thì đơn hàng từ EU đã và đang tăng lên và EU trở thành thị trường hàng đầu cho ngành may mặc Myanmar. Đầu tư vào ngành dệt may tại nước ngoài ngày càng gia tăng và Myanmar đang dần trở thành nước cạnh tranh lớn của Việt Nam trong xuất khẩu hàng may mặc. Các dòng đầu tư đến từ cả Hàn Quốc, Nhật Bản, Trung Quốc. Hiện Myanmar có 400 công ty may mặc sử dụng trên 400.000 lao động, xuất khẩu 2,2 tỷ USD năm 2016, dự kiến năm 2017 đạt 3 tỷ USD.

Những khó khăn với xuất khẩu dệt may trong năm 2017 chủ yếu là đối với xuất khẩu nhóm hàng xơ sợi:

- Việt Nam chủ yếu xuất khẩu xơ sợi sang Trung Quốc và Thổ Nhĩ Kỳ, trong khi Thổ Nhĩ Kỳ đang áp dụng các biện pháp phòng vệ thương mại đối với Việt Nam. Xuất khẩu xơ, sợi sang Thổ Nhĩ Kỳ giảm xuống dần theo từng năm từ mức 138 nghìn tấn, trị giá 321 triệu USD năm 2013 xuống 70,8 nghìn tấn, trị giá khoảng 161,9 triệu USD năm 2017, giảm khoảng một nửa so với năm 2013.

- 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 nên doanh nghiệp Trung Quốc giảm nhập khẩu sợi của Việt Nam để mua bông nội địa sản xuất sợi. Hiện nay, tồn kho bông của Trung Quốc còn 11 triệu tấn, Trung Quốc đang nỗ lực giải phóng kho bông đó bằng cách kêu gọi đầu tư 20 triệu cọc sợi ở đặc khu kinh tế Tân Cương. Đặc khu Tân Cương tạo điều kiện cho doanh nghiệp đầu tư sản xuất sợi bằng việc hỗ trợ điện, lương cho công nhân, thuế. Hiện nay 9 triệu cọc sợi đã được lắp đặt ở Tân Cương.

- Các nước tăng cường sử dụng biện pháp phòng vệ thương mại với Việt Nam. Đây là mặt hàng bị kiện nhiều thứ 2 sau mặt hàng thép. Từ năm 2007 đến nay, hàng xơ sợi xuất khẩu của Việt Nam bị kiện đến 11 vụ trong đó có 7 vụ kiện chống bán phá giá, 1 vụ kiện chống trợ cấp, 2 vụ

kiện áp dụng biện pháp tự vệ, 1 vụ kiện chống lẩn tránh thuế từ Thổ Nhĩ Kỳ, EU, Ấn Độ, Hoa Kỳ và Brazil. Năm 2017, Việt Nam chịu 3 vụ kiện: Ấn Độ điều tra chống bán phá giá sợi nylon filament, Hoa Kỳ điều tra chống bán phá giá sợi polyester, Thổ Nhĩ Kỳ điều tra chống bán phá giá sợi bán thành phẩm.

2.2. Giày dép

Xuất khẩu giày dép của Việt Nam năm 2017 đạt 14,65 tỷ USD, tăng 12,7% so với năm 2016 (cao hơn mức tăng 8,3% năm 2016).

Việt Nam đang là nước sản xuất giày dép đứng thứ 3 Châu Á (sau Trung Quốc và Ấn Độ), đứng thứ 4 thế giới và là nước đứng thứ 2 về xuất khẩu giày sau Trung Quốc.

Năm 2017, có 5 loại giày dép đạt kim ngạch xuất khẩu trên 1 tỷ USD là giày thể thao mủ nguyên liệu dệt, giày mủ da thuộc hoặc da tổng hợp, giày thể thao mủ da thuộc hoặc da tổng hợp, giày mủ nguyên liệu dệt, giày thể thao mủ cao su hoặc plastic. Trong đó, giày thể thao mủ nguyên liệu dệt là mặt hàng có giá trị cao nhất đạt khoảng 5,7 tỷ USD chiếm 39,4% và có sự tăng trưởng khoảng 23% so với năm 2016. Giày thể thao mủ da thuộc hoặc da tổng hợp chiếm tỷ trọng 15,5%; giày mủ da thuộc hoặc da tổng hợp chiếm 14,7%; giày mủ nguyên liệu dệt chiếm 9,9%; giày thể thao mủ cao su hoặc plastic chiếm 4,6%...

Thị trường xuất khẩu sản phẩm giày dép của Việt Nam đã vượt trên 100 nước, trong đó 72 nước có kim ngạch xuất khẩu trên 1 triệu USD.

- *Thị trường Hoa Kỳ:* Kim ngạch xuất khẩu năm 2017 đạt 5,1 tỷ USD, tăng 14,1% so với năm 2016, chiếm tỷ trọng 34,9% tổng xuất khẩu giày, dép của cả nước.

- *Thị trường EU:* Xuất khẩu sang các nước khu vực EU đạt 4,6 tỷ USD, tăng 10,1% so với năm 2016, chiếm tỷ trọng 31,5%.

- *Thị trường Trung Quốc:* Xuất khẩu năm 2017 đạt 1,1 tỷ USD, tăng 26,1% so với năm 2016, chiếm tỷ trọng 7,5%.

- *Thị trường Nhật Bản:* Xuất khẩu đạt 751 triệu USD, tăng 11,3% so với năm 2016 và chiếm tỷ trọng 4,8%.

Hiện nay, 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 công nghệ cao hơn, nên một số đơn hàng gia công giày, dép, túi xách sẽ dịch chuyển từ Trung Quốc sang Việt Nam, nhằm tận dụng cơ hội từ EVFTA, dự kiến có hiệu lực trong năm 2018.

Cách mạng công nghệ 4.0 dự kiến có tác động đa chiều. Các nhà máy của Trung Quốc đang trang bị robot nên những công việc không cần robot sẽ dần dịch chuyển sang các nước có chi phí sản xuất vẫn thấp như Việt

Nam. Tuy nhiên, Hoa Kỳ với chính sách bảo hộ việc làm cho người lao động và với năng suất lao động được cải thiện từ robot tự động thì dù lương trả cho công nhân tại Hoa Kỳ cao nhưng chi phí thực tế sản xuất sản phẩm da giày theo tiêu chuẩn hiện đại vẫn cạnh tranh, kéo theo giày dép Việt Nam có nguy cơ mất đơn hàng trong tương lai.

Một số nước gần đây tập trung hỗ trợ cho ngành da giày như Indonesia, Bangladesh, Brazil. Tại Indonesia, xuất khẩu da giày của nước này đứng thứ năm và chiếm tỷ trọng 4,4% trên thế giới. Bangladesh thành lập thêm 2 khu công nghiệp chuyên về da giày thân thiện với môi trường nhằm thu hút đầu tư vào ngành này với mục tiêu thu về 5 tỷ USD vào năm 2021.

2.3. Túi xách, vali, mũ, ô, dù

Xuất khẩu các mặt hàng này năm 2017 đạt 3,3 tỷ USD tăng 3,6% so với năm 2016 (thấp hơn nhiều so với mức tăng 10,3% năm 2016).

Xuất khẩu túi xách, va li, mũ, ô, dù sang các thị trường lớn trong năm 2017 chỉ tăng nhẹ hoặc giảm so với năm 2016. Cụ thể, Hoa Kỳ tiếp tục là thị trường xuất khẩu lớn nhất với kim ngạch đạt 1,3 tỷ USD, tăng 1,3% so với năm 2016; chiếm 39,4% tổng kim ngạch xuất khẩu. Thị trường lớn thứ hai là EU có kim ngạch đạt 879 triệu USD, tăng không đáng kể so với năm 2016 (năm 2016 đạt 878 triệu USD) chiếm tỷ trọng 27,2%.

Xuất khẩu sang Nhật Bản và Trung Quốc đều ghi nhận mức giảm nhẹ so với năm 2016. Trong đó, xuất khẩu sang Nhật Bản đạt 354 triệu USD giảm khoảng 0,5%, chiếm tỷ trọng 9,1% kim ngạch xuất khẩu của nhóm hàng; xuất khẩu sang Trung Quốc đạt 147,6 triệu USD giảm 3,4% so với năm 2016.

2.4. Gỗ và sản phẩm gỗ

2.4.1. Sản xuất, chế biến

Nguồn nguyên liệu sản xuất từ nguồn gỗ rừng trồng trong nước (bình quân khoảng 25 triệu m³/năm) và nguồn gỗ nhập khẩu (khoảng 13-15 triệu m³/năm) để đáp ứng nguyên liệu cho ngành chế biến phục vụ thị trường nội địa và xuất khẩu, với tổng nhu cầu khoảng 40 triệu m³/năm.

Ngoài ra, Việt Nam 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 lề, 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%.

Hiện cả nước 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).

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 tự nhiên 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.

2.4.2. Xuất khẩu

Kim ngạch xuất khẩu gỗ và sản phẩm gỗ trong năm 2017 đạt 7,66 tỷ USD, tăng 10,0% so với cùng kỳ năm 2016.

Các thị trường xuất khẩu lớn nhất mặt hàng gỗ của Việt Nam trong năm 2017 vẫn là Hoa Kỳ, Nhật Bản, Trung Quốc, EU chiếm tới 80% tổng kim ngạch xuất khẩu cả nước; trong đó, Hoa Kỳ chiếm 42,7%, EU, Nhật Bản và Trung Quốc đều chiếm tỷ trọng trung bình từ 10-15%, tiếp đến là các thị trường như Hàn Quốc, Australia, Canada,...

Tăng trưởng xuất khẩu của các thị trường chính đều tăng cao hơn so với năm 2016. Thị trường Hoa Kỳ đạt 3,27 tỷ USD, tăng 15,7% so với năm 2016; Trung Quốc đạt 1,07 tỷ USD, tăng 5%; Nhật Bản đã tăng trưởng trở lại với kim ngạch đạt 1 tỷ USD, tăng 4,4%; 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 751,5 triệu USD, tăng 2,9% (trong đó riêng Anh đạt 290,6 triệu USD, giảm 5,4%); một số thị trường khác tiếp tục có tăng trưởng khả quan như Hàn Quốc đạt kim ngạch 665,2 triệu USD, tăng 15,9%; Canada đạt 158,9 triệu USD, tăng 15,2%.

Xuất khẩu gỗ và sản phẩm từ gỗ thời gian qua tiếp tục phải đối mặt với sự cạnh tranh của các nước ASEAN trong việc tăng cường 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.

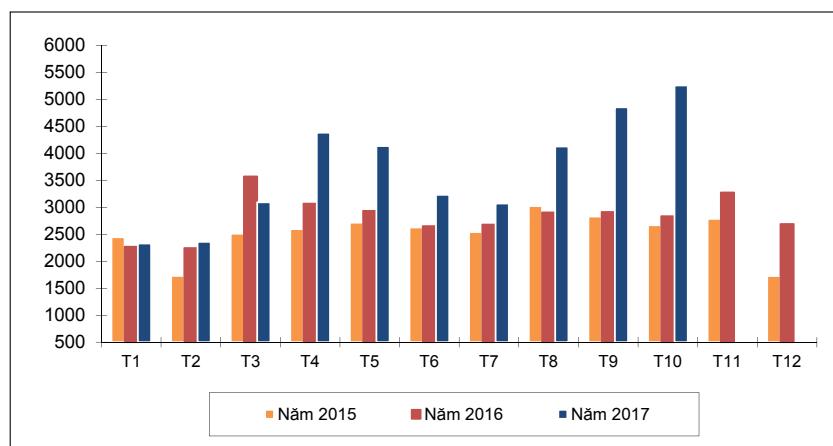
2.5. Điện thoại và linh kiện

Năm 2017, kim ngạch xuất khẩu điện thoại và linh kiện đạt 45,27 tỷ USD, tăng 31,9% so với cùng kỳ năm 2016, chiếm tỷ trọng 21,15% tổng kim ngạch xuất khẩu hàng hóa năm 2017.

Trong đó, khối doanh nghiệp FDI đạt 45,12 tỷ USD, tăng 31,8% so với cùng kỳ năm 2016, chiếm tỷ trọng 99,67% kim ngạch xuất khẩu mặt hàng điện thoại và linh kiện của cả nước và chiếm tỷ trọng 29,65% kim ngạch xuất khẩu hàng hóa khối FDI năm 2017.

Biểu đồ 1: Kim ngạch xuất khẩu điện thoại và linh kiện

(đvt: triệu USD)



Nguồn: Tổng cục Hải quan

Trong năm 2017, có 12 thị trường đạt kim ngạch xuất khẩu điện thoại và linh kiện hơn 1 tỷ USD. Trong đó, dẫn đầu là Trung Quốc: 7,15 tỷ USD; Hàn Quốc: 3,97 tỷ USD; UAE: 3,89 tỷ USD; Hoa Kỳ: 3,7 tỷ USD; Áo: 3,15 tỷ USD; Hồng Kông: 2,18 tỷ USD; Anh: 2,02 tỷ USD; Đức: 1,67 tỷ USD; Thái Lan: 1,23 tỷ USD; Hà Lan: 1,22 tỷ USD; Pháp: 1,13 tỷ USD và Nga: 1,09 tỷ USD.

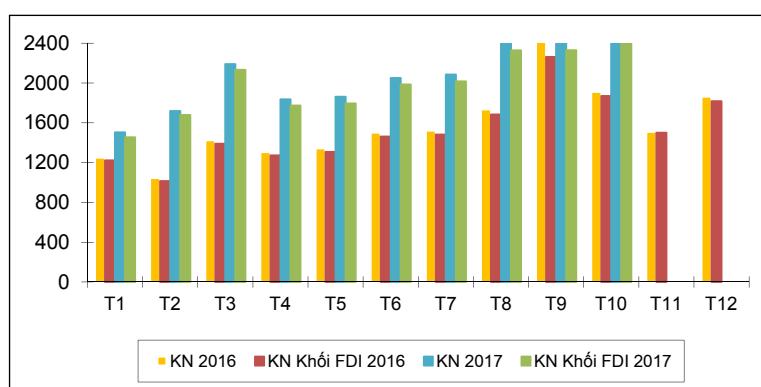
Đáng chú ý là kim ngạch xuất khẩu năm 2017 vào thị trường Trung Quốc tăng 793,6%; Áo tăng 46,33%; Hàn Quốc tăng 45,46%; Hồng Kông tăng 39,8% so với cùng kỳ năm 2016.

2.6. Máy vi tính, sản phẩm điện tử và linh kiện

Năm 2017, kim ngạch xuất khẩu máy vi tính, sản phẩm điện tử và linh kiện đạt 25,94 tỷ USD, tăng mạnh 36,8% so với năm 2016. Khối doanh nghiệp FDI xuất khẩu mặt hàng này đạt kim ngạch 25,01 tỷ USD, tăng 35,36% so với cùng kỳ năm 2016

Biểu đồ 2: Kim ngạch xuất khẩu máy vi tính, sản phẩm điện tử và linh kiện

(đvt: triệu USD)



Nguồn: Tổng cục Hải quan

Một số thị trường xuất khẩu chính của mặt hàng máy vi tính, sản phẩm điện tử và linh kiện trong năm 2017 là: Trung Quốc: 6,86 tỷ USD (tăng 69% so với năm 2016); EU: 4,1 tỷ USD (tăng 21,3%); Hoa Kỳ: 3,44 tỷ USD (tăng 18,7%). Nhìn chung, xuất khẩu mặt hàng này vẫn tiếp tục giữ đà tăng trưởng khả quan, mặc dù có một số khó khăn từ thị trường Hoa Kỳ khi nước này có thể áp dụng thuế chống bán phá giá hoặc hạn ngạch đối với máy giặt Samsung và LG.

Bảng 6: Top 10 thị trường xuất khẩu lớn nhất của mặt hàng máy vi tính, sản phẩm điện tử và linh kiện năm 2017

(đvt: Triệu USD)

Thị trường	Kim ngạch (Triệu USD)	So sánh với năm 2016 (%)
Trung Quốc	6.860,57	69,04
EU	4.097,56	21,33
Hoa Kỳ	3438,66	18,74
Hàn Quốc	1829,99	46,02
Hồng Kông	1849,60	18,01
Malaysia	1117,258	23,79
Mexico	737,97	171,9
Nhật Bản	713,36	9,05
Singapore	525,99	29,9
Thổ Nhĩ Kỳ	518,51	358,09

Nguồn: Tổng cục Hải quan

2.7. Thép

Năm 2017, ngành thép tiếp tục gặp khó khăn trước sự gia tăng các vụ kiện phòng vệ thương mại tại các thị trường nhập khẩu chính. Tuy nhiên từ tháng 4/2017, sản lượng thép xuất khẩu của Việt Nam liên tục tăng theo từng tháng. Cả năm 2017, tổng lượng thép các loại xuất khẩu của Việt Nam đạt 4,71 triệu tấn với trị giá đạt 3,15 tỷ USD, tăng 35,58% về lượng và 55,14% về trị giá so với năm 2016. Xuất khẩu sản phẩm từ sắt thép đạt 2,3 tỷ USD, tăng 16,1% so với cùng kỳ năm 2016.

Bảng 7. Cơ cấu mặt hàng thép xuất khẩu năm 2017

Mặt hàng	Lượng xuất khẩu	Tăng trưởng (%)
Thép xây dựng	1,02 triệu tấn	tăng 62,4
Ống thép hàn	272,13 nghìn tấn	tăng 200
Tôn mạ	1,63 triệu tấn	tăng 26,6
Thép cán nguội	675,9 nghìn tấn	giảm 10

Nguồn: Tổng cục Hải quan

Giá xuất khẩu thép trung bình trong từng tháng của năm 2017 đều tăng so với cùng kỳ năm ngoái. Tính trung bình năm 2017, giá thép xuất khẩu đạt 669 USD/tấn, tăng 14,4% so với năm 2016. Trong đó, giá xuất khẩu thép trong tháng 5/2017 đạt mức cao nhất là 722 USD/tấn.

Nhìn chung cơ cấu thị trường xuất khẩu thép của Việt Nam trong năm 2017 không có sự thay đổi lớn so với cùng kỳ năm 2016.

ASEAN vẫn tiếp tục là thị trường xuất khẩu lớn nhất của ngành thép Việt Nam do nhu cầu cao về số lượng cũng như yêu cầu về chất lượng không quá khắt khe như các thị trường EU, Hoa Kỳ... Năm 2017, tổng lượng thép xuất khẩu sang khu vực này đạt 2,8 triệu tấn, tăng 54,4% so với năm 2016, chiếm tỷ trọng 59% tổng xuất khẩu thép của cả nước.

Tiếp theo là thị trường Hoa Kỳ với lượng xuất khẩu đạt 523,5 nghìn tấn, kim ngạch 425,4 triệu USD, giảm 43,77% về lượng và 25,17% về trị giá so với năm 2016, chiếm tỷ trọng 11,1%; thị trường EU chiếm tỷ trọng 8,9%, Hàn Quốc chiếm 6%; Ấn Độ chiếm 3,6%; Đài Loan chiếm 2,3%...

Lượng xuất khẩu sang một số thị trường trong năm 2017 tăng cao so với cùng kỳ năm trước gồm: EU tăng 1.703%; Ấn Độ tăng 950,64%; Nhật Bản tăng 424,52%; Ai Cập tăng 198,92%,... Trong khi đó, lượng xuất khẩu sang các thị trường Pakistan, Bangladesh, Thổ Nhĩ Kỳ, Nga, Hồng Kông lại giảm mạnh.

Thép Việt Nam xuất khẩu bị cạnh tranh gay gắt bởi sản phẩm thép từ một số quốc gia, đặc biệt là 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 quá lớn, Trung Quốc đã đặt nhiều nước sản xuất thép vào thế phải cạnh tranh rất lớn.

Ngoài ra, thép cũng 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.

2.8. Chất dẻo nguyên liệu và sản phẩm nhựa

Năm 2017, ngành nhựa vẫn là một trong những ngành công nghiệp mũi nhọn của Việt Nam, với tốc độ tăng trưởng luôn đạt ở mức cao từ 15-20%.

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 vẫn là túi nhựa, chủ yếu xuất sang Nhật Bản, Anh, Đức với mức tăng trưởng dương liên tục, tiếp đến là sản phẩm vải bạt xuất chủ yếu sang Hoa Kỳ, Nhật Bản, Hàn Quốc, Hà Lan.

Chất dẻo nguyên liệu xuất khẩu trong năm 2017 đạt 477 nghìn tấn với trị giá 514 triệu USD, tăng 52,6% về lượng và tăng 44% về trị giá so với năm 2016. Trong năm 2017, kim ngạch xuất khẩu chất dẻo nguyên liệu của Việt Nam tăng ở phần lớn các thị trường. Trong đó tăng mạnh nhất ở thị trường Đài Loan tăng 168,7% về lượng và 271,1% về trị giá so với năm 2016; tiếp đến là xuất khẩu sang Nhật Bản tăng 129,9% về lượng và 85% về trị giá; xuất khẩu sang Trung Quốc tăng 99,9% về lượng và 76,1% về trị giá,...

Sản phẩm nhựa xuất khẩu trong năm 2017 đạt 2,5 tỷ USD, tăng 14% so với năm 2016. Sản phẩm nhựa của Việt Nam được xuất khẩu tới rất nhiều thị trường trên thế giới với kim ngạch ngày càng tăng trưởng, đặc biệt, có 7 thị trường đạt kim ngạch trên 100 triệu USD là thị trường Nhật Bản, Hoa Kỳ, Hàn Quốc, Hà Lan, Đức, Campuchia, Anh.

Trong đó, xuất khẩu sang Nhật Bản đạt kim ngạch cao nhất với 565,4 triệu USD, tăng 9,8% so với năm 2016, chiếm 22,4% tổng xuất khẩu sản phẩm nhựa. Chủng loại xuất khẩu nhiều nhất thị trường này là sản phẩm túi nhựa, sản phẩm nhựa gia dụng, đồ dùng trong văn phòng, trường học và vải bạt.

Tiếp đến là xuất khẩu sang thị trường Hoa Kỳ đạt 376,57 triệu USD, tăng 13,2% so với năm 2016. Một số chủng loại xuất khẩu chủ yếu tới thị trường này là các sản phẩm nhựa dùng trong vận chuyển, đóng gói và sản phẩm nhựa gia dụng, túi nhựa và vải bạt.

Ở vị trí thứ ba là Hàn Quốc với kim ngạch 139,9 triệu USD, tăng 13,7% so với năm 2016. Đây là thị trường tiềm năng trong khu vực Châu Á của ngành nhựa Việt Nam trong thời gian tới. Xuất khẩu chủ yếu tới thị trường này sản phẩm tấm, phiến, màng nhựa; tượng nhỏ, chậu hoa và các đồ trang trí khác; vải bạt; các sản phẩm nhựa dùng trong vận chuyển, đóng gói.

Hà Lan đứng ở vị trí thứ 4 trong số các thị trường xuất khẩu sản phẩm nhựa của Việt Nam và là thị trường dẫn đầu khối EU về nhập khẩu sản phẩm nhựa của Việt Nam trong năm 2017, với kim ngạch xuất khẩu đạt 134,24 triệu USD, tăng 4,5% so với năm 2016. Xuất khẩu sản phẩm nhựa sang thị trường này chủ yếu là túi nhựa, tượng nhỏ, chậu hoa và các đồ trang trí khác.

Có 2 thị trường trong khối ASEAN là Campuchia và Indonesia nhập khẩu khá lớn sản phẩm nhựa của Việt Nam trong năm 2017, với kim ngạch xuất khẩu đạt tương ứng là 107,63 triệu USD và 97,28 triệu USD. So với năm 2016, thị trường Campuchia có kim ngạch xuất khẩu tăng 11,3%, còn thị trường Indonesia có kim ngạch tăng 14,8%. Đây là những thị trường tiềm năng của ngành nhựa trong năm 2017, xuất khẩu chủ yếu tới 2 thị trường này là sản phẩm tấm, phiến, màng nhựa.

Dù có sự phát triển mạnh trong những năm gần đây nhưng ngành

nhựa Việt Nam chủ yếu vẫn chỉ được biết đến như là một ngành kinh tế - kỹ thuật về gia công chất dẻo, trong khi đó lại không chủ động được hoàn toàn nguồn nguyên liệu đầu vào cho hoạt động sản xuất. Ngành nhựa hiện nay mới chỉ chủ động được khoảng 20-25% nguyên liệu cũng như hóa chất phụ gia đầu vào, còn lại phải nhập khẩu khiến cho hoạt động sản xuất của ngành bị phụ thuộc rất nhiều vào nguồn nguyên liệu và các bán sản phẩm từ nước ngoài.

Với kỳ vọng các nhà máy lọc hóa dầu mở rộng sản xuất đạt công suất thiết kế thì nguồn nguyên liệu nhựa phục vụ sản xuất hàng xuất khẩu và tiêu thụ nội địa sẽ được chủ động hơn, nâng cao năng lực cạnh tranh sản phẩm nhựa của Việt Nam.

Hiện nay, nhu cầu nhập khẩu các sản phẩm nhựa tại thị trường Nhật Bản hàng năm vào khoảng trên 10 tỷ USD, do đó, Nhật Bản vẫn sẽ là thị trường xuất khẩu sản phẩm nhựa tiềm năng nhất của Việt Nam. Xuất khẩu sang EU sẽ gặp khó khăn do các chính sách hạn chế sử dụng túi nhựa - sản phẩm xuất khẩu chính của Việt Nam sang các nước EU.

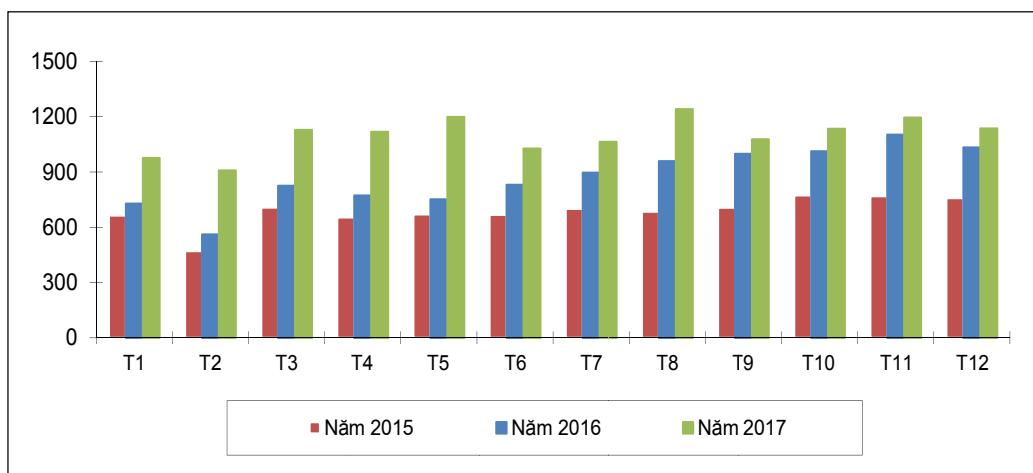
Cạnh tranh với các sản phẩm nhựa trong khu vực đặc biệt là sản phẩm của Thái Lan, Hàn Quốc, Trung Quốc, Indonesia cùng với việc gia tăng sử dụng các biện pháp phòng vệ thương mại của EU là những khó khăn cho xuất khẩu sản phẩm nhựa năm 2018.

2.9. Máy móc, thiết bị, dụng cụ và phụ tùng khác

Năm 2017, kim ngạch xuất khẩu máy móc, thiết bị, dụng cụ và phụ tùng đạt 12,77 tỷ USD, tăng 26,3% so với cùng kỳ năm 2016. Trong đó, kim ngạch xuất khẩu mặt hàng này của khối doanh nghiệp FDI đạt 11,50 tỷ USD, tăng 26,23% so với cùng kỳ năm 2016.

Biểu đồ 3: Kim ngạch xuất khẩu máy móc, thiết bị năm 2015-2017

(đvt: triệu USD)



Nguồn: Tổng cục Hải quan

Máy móc, thiết bị, dụng cụ và phụ tùng năm 2017 chủ yếu được xuất khẩu qua các thị trường: Hoa Kỳ: 2,43 tỷ USD (tăng 14,1% so với năm 2016); Nhật Bản: 1,72 tỷ USD (tăng 9,9% so với năm 2016); EU 1,69 tỷ USD (tăng 45,7% so với năm 2016).

III. XUẤT KHẨU NHÓM HÀNG NHIÊN LIỆU, KHOÁNG SẢN

1. Tình hình xuất khẩu chung

Kim ngạch xuất khẩu nhóm hàng nhiên liệu, khoáng sản năm 2017 đạt 4,38 tỷ USD, tăng 25,9% so với năm 2016. So với năm 2016, quặng và khoáng sản khác và than đá là hai mặt hàng có lượng xuất khẩu tăng mạnh. Cụ thể:

Lượng than xuất khẩu của Việt Nam đạt 2,2 triệu tấn, trị giá đạt 287 triệu USD, tăng mạnh 79% về lượng và 107% về trị giá so với năm 2016. Lượng xuất khẩu quặng và khoáng sản khác đạt 4,8 triệu tấn, trị giá đạt 183 triệu USD, tăng 133% về lượng và 24% về trị giá so với năm 2016. Dầu thô xuất khẩu đạt số lượng 6,8 triệu tấn, trị giá 2,88 tỷ USD, giảm 0,6% về số lượng và tăng 21,8% về trị giá so với năm 2016. Cuối cùng là mặt hàng xăng dầu đạt số lượng 2 triệu tấn, trị giá 1 tỷ USD, giảm 1% về số lượng và tăng 24% về trị giá so với năm 2016.

Giá xuất khẩu của các mặt hàng than đá, dầu thô và xăng dầu đều tăng so với năm 2016, tăng tương ứng 15%, 22,5% và 25,7%. Tuy nhiên, giá xuất khẩu trung bình của quặng và khoáng sản khác giảm mạnh 46,7% so với năm 2016.

2. Xuất khẩu một số mặt hàng nhiên liệu, khoáng sản

2.1. Dầu thô

Kế hoạch khai thác dầu thô năm 2017 được Chính phủ phê duyệt và giao cho ngành Dầu khí 13,28 triệu tấn. Trong đó, xuất khẩu khoảng 6-7 triệu tấn.

Xuất khẩu dầu thô cả năm 2017 đạt 6,8 triệu tấn, giảm nhẹ 0,6% so với năm 2016. Kim ngạch xuất khẩu năm 2017 đạt 2,88 tỷ USD, tăng 21,8%.

Giá xuất khẩu dầu thô năm 2017 đạt khoảng 422 USD/tấn, tăng 22,5% so với mức giá bình quân năm 2016 (345 USD/tấn).

Giá xuất khẩu dầu thô tăng nhờ vào sự tăng mạnh của giá dầu thế giới. Năm 2017, sau khi giảm mạnh trong nửa đầu năm (WTI giảm khoảng 18%, Brent giảm 16%) thì giá dầu thế giới bắt đầu bật tăng mạnh nửa cuối năm (WTI tăng khoảng 32%, Brent tăng khoảng 40%).

Tính chung cả năm 2017, giá dầu thế giới biến động mạnh theo chiều hướng tăng nhờ việc thực hiện thỏa thuận cắt giảm sản lượng khoảng 1,8 triệu thùng/ngày của OPEC và 11 nhà sản xuất dầu mỏ ngoài tổ chức này

gồm cả Nga nhằm giảm tồn kho toàn cầu xuống mức trung bình 5 năm và hỗ trợ giá, có hiệu lực từ 01/01/2017. Thỏa thuận này hiện nay đã được gia hạn đến hết năm 2018. Hơn nữa mức tuân thủ của OPEC và các nhà sản xuất tham gia thỏa thuận là khá cao, thường là hơn 80%.

Dầu thô Việt Nam chủ yếu xuất khẩu sang thị trường các nước Châu Á. Trong năm 2017, Trung Quốc tiếp tục là thị trường xuất khẩu dầu thô lớn nhất của Việt Nam với kim ngạch khoảng 1,05 tỷ USD. Tuy nhiên, đây cũng là thị trường duy nhất ghi nhận mức giảm kim ngạch xuất khẩu (giảm khoảng 19,7%) so với năm 2016. Trong khi đó, xuất khẩu sang các thị trường khác có mức tăng trưởng cao trong năm 2017. Cụ thể, xuất khẩu sang Thái Lan đạt 445,2 triệu USD, tăng 182%, xuất khẩu sang Nhật Bản đạt 337,3 triệu USD, tăng 96,9%, sang Australia đạt 278,6 triệu USD, tăng 69%, sang Singapore đạt 216,2 triệu USD, tăng 173,2%... Ngoài các thị trường khu vực Châu Á, dầu thô Việt Nam còn xuất khẩu sang Hoa Kỳ với kim ngạch đạt khoảng 90,8 triệu USD, tăng 16,5% so với năm 2016.

2.2. Than đá

Than đá của Việt Nam xuất khẩu chủ yếu sang các nước Châu Á, trong đó Nhật Bản là thị trường chủ lực - đây cũng là thị trường có lượng than xuất khẩu tăng mạnh trong năm nay, chiếm 42,8% lượng than xuất khẩu, đạt 954 nghìn tấn, trị giá 118 triệu USD, tăng 48% về lượng và 87% về trị giá so với năm 2016. Thị trường xuất khẩu lớn đứng thứ hai là Malaysia, đạt 183,7 nghìn tấn, trị giá 39,85 triệu USD, tăng 78% về lượng và tăng 140% về trị giá so với năm 2016. Kế đến là Thái Lan, tăng 149% về lượng và tăng 106,9% về trị giá so với năm 2016, đạt 150 nghìn tấn, trị giá 14,86 triệu USD. Xuất khẩu sang Trung Quốc đạt thấp ở mức 16 nghìn tấn với trị giá 1 triệu USD do Trung Quốc yêu cầu các loại than nhập khẩu từ Việt Nam trước khi pha trộn sử dụng phải được giám định lại chất lượng theo hàng rào tiêu chuẩn các nguyên tố vi lượng như: thủy ngân, arsen, phốt pho, clo, flo...

Nhìn chung, lượng than xuất khẩu sang các thị trường đều tăng, chỉ có lượng xuất khẩu sang Philippines giảm 22% so với năm 2016. Về trị giá thì xuất khẩu sang hầu hết các nước đều tăng, trong khi xuất khẩu sang Đài Loan và Trung Quốc giảm, tương ứng giảm 2% và 33% so với năm 2016.

Bảng 8: Thị trường xuất khẩu than

Thị trường	Năm 2017			Thay đổi so với năm 2016 (%)		
	Lượng (Nghìn tấn)	Trị giá (Triệu USD)	Giá XKTB (USD/tấn)	Lượng	Trị giá	Giá XKTB
Tổng KN	2.229,01	287,09	128,8	79,3	106,9	15,4
Nhật Bản	954,37	118,31	124,0	48,7	87,4	26,0
Malaysia	183,78	39,85	216,8	78,5	140,4	34,7

BÁO CÁO XUẤT NHẬP KHẨU VIỆT NAM 2017

Thái Lan	149,98	14,86	99,1	149,2	106,9	-17,0
Indonesia	122,81	14,32	116,6	49,9	41,7	-5,5
Philippines	82,53	8,31	100,7	-22,6	17,9	52,3
Lào	60,97	5,31	87,0	342,8	349,5	1,5
Hàn Quốc	210,74	21,67	102,8	213,8	182,8	-9,9
Ấn Độ	169,56	21,49	126,7	306,4	325,9	4,8
Đài Loan	62,64	10,97	175,2	9,9	-2,1	-10,9
Trung Quốc	16,25	1,15	70,7	8,3	-33,5	-38,6

Nguồn: VITIC - Bộ Công Thương

2.3. Quặng và khoáng sản khác

Năm 2017, thị trường xuất khẩu chủ yếu là Trung Quốc với các mặt hàng quặng sắt, bôxít, kẽm, apatit.., chiếm 80% trong tổng lượng quặng khoáng sản xuất khẩu của cả nước, chiếm 49% trong tổng kim ngạch xuất khẩu (3,9 triệu tấn, trị giá 90,6 triệu USD, so với năm 2016 tăng 181% về lượng và 40% về trị giá). Giá xuất khẩu trung bình sang Trung Quốc chỉ đạt 23,3 USD/tấn, giảm 50% so với năm 2016.

Đứng thứ 2 là thị trường Đài Loan với lượng đạt 133 nghìn tấn, trị giá 5,3 triệu USD, so với năm 2016 tăng 21,6% về lượng và giảm 23,4% về trị giá. Tiếp theo là Hàn Quốc với lượng đạt 39,7 nghìn tấn, trị giá 7,35 triệu USD, so với năm 2016 giảm 36% về lượng và tăng 80,6% về trị giá. Xuất khẩu sang Indonesia đạt 39,7 nghìn tấn, trị giá 4,18 triệu USD, tăng 882% về lượng và 491% về trị giá so với năm 2016.

Năm 2017, lượng quặng và khoáng sản xuất sang Trung Quốc, Indonesia, Malaysia, Đài Loan và Thái Lan tăng so với năm 2016. Xuất khẩu sang Hàn Quốc và Nhật Bản giảm so với năm 2016.

Bảng 9: Thị trường xuất khẩu quặng và khoáng sản khác

Thị trường	Năm 2017		Tăng/giảm so với năm 2016 (%)		Cơ cấu xuất khẩu năm 2017 (%)	
	Lượng (Tấn)	Trị giá (Nghìn USD)	Về lượng	Về trị giá	Về lượng	Về trị giá
Tổng xuất khẩu	4.834.776	183.250,9	133,3	24,4	100,00	100,00
Trung Quốc	3.895.480	90.642,1	181,5			49,46
Nhật Bản	28.765	10.572,3	-4,0	0,3	0,59	5,77
Indonesia	39.728	4.184,5	882,2	490,6	0,82	2,28
Malaysia	14.673	3.313,1	32,3	-13,9	0,30	1,81
Thái Lan	160	137,6	50,9	11,3	0,00	0,08
Hàn Quốc	39.787	7.351,7	-35,9	80,6	0,82	4,01
Đài Loan	133.222	5.301,2	21,6	-23,4	2,76	2,89

Nguồn: VITIC - Bộ Công Thương

CHƯƠNG III:

TÌNH HÌNH NHẬP KHẨU CÁC MẶT HÀNG



I. NHẬP KHẨU NHÓM HÀNG NÔNG SẢN, THỦY SẢN

1. Thủ sản

Kim ngạch nhập khẩu thủy sản năm 2017 đạt 1,44 tỷ USD, tăng 29,5% so với năm 2016, lượng nhập khẩu bình quân tháng khoảng trên 100 triệu USD. Cơ cấu chủng loại thủy sản nhập khẩu nhiều nhất là tôm (37,8%), cá các loại (34,3%), cá ngừ (17,7%), mực và bạch tuộc (4,7%), cua ghẹ và giáp xác (2,2%)..., ngoài một phần dành cho tiêu dùng (các dòng sản phẩm cao cấp) thì chủ yếu là nguyên liệu phục vụ chế biến xuất khẩu (khoảng 80 - 85%) do nguồn cung trong nước không đáp ứng đủ cho thực hiện các đơn hàng xuất khẩu.

Việt Nam hiện nhập khẩu thủy sản từ 92 nước và vùng lãnh thổ trên thế giới. Các thị trường cung cấp thủy sản lớn cho Việt Nam là Ấn Độ với kim ngạch 357,4 triệu USD, tăng 29,6% so với năm 2016; Nauy đạt 122,2 triệu USD, tăng 17,3%; Trung Quốc đạt 112,3 triệu USD, tăng 58,0%; Đài Loan đạt 103,1 triệu USD, tăng 3,4%;...

Thời gian qua, quy mô công suất các nhà máy chế biến thủy sản lớn tăng nhanh, trong khi do tài nguyên hải sản dần cạn kiệt, diện tích nuôi trồng thâm canh ngày càng thu hẹp, nên số lượng và chất lượng nguyên liệu thủy sản đủ tiêu chuẩn để cung cấp cho chế biến xuất khẩu ngày càng giảm sút. 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 Việt Nam (khoảng hơn 300 doanh nghiệp) phải nhập khẩu một lượng lớn thủy sản nguyên liệu (khoảng 30-40%) để chế biến xuất khẩu.

Theo Chiến lược phát triển thủy sản Việt Nam đến năm 2020 được Thủ tướng Chính phủ phê duyệt tại Quyết định số 1690/QĐ-TTg ngày 16/9/2010 và Quyết định số 2310/QĐ-BNN-CB ngày 04/10/2011 của Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn phê duyệt Quy hoạch phát triển chế biến thủy sản toàn quốc đến năm 2020, để đạt được mục tiêu xuất khẩu thủy sản 10 tỷ USD vào năm 2020, cần phải nhập khẩu tương ứng 600 nghìn tấn thủy sản nguyên liệu (tương đương 1,2-1,5 tỷ USD) vào năm 2015 và 1 triệu tấn (tương đương 2,0-2,2 tỷ USD) vào năm 2020 mới đủ cho hoạt động chế biến, xuất khẩu.

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. Cơ cấu chủng loại nhập khẩu gồm thức ăn gia súc và nguyên liệu, ngô, đậu tương. Trong giai đoạn 2011-2016, tốc độ tăng trưởng nhập khẩu thức ăn gia súc và nguyên liệu đạt 6,5%/năm, ngô đạt 31,2%/năm, đậu tương đạt 5,5%/năm. Trong nhóm này, thức ăn gia súc và nguyên liệu có kim ngạch lớn nhất,

khoảng 3,21 tỷ USD trong năm 2017, giảm 7% so với năm 2016; ngô đạt 7,7 triệu tấn, kim ngạch 1,5 tỷ USD, giảm 8,5% và giảm 10,1% về kim ngạch; đậu tương đạt 1,65 triệu tấn, kim ngạch 708 triệu USD, tăng 6,5% và tăng 7,1% về kim ngạch.

Về thị trường, nhập khẩu thức ăn gia súc và nguyên liệu chủ yếu từ Argentina, chiếm 46%, đạt 1,49 tỷ USD, giảm 4,4% so với năm 2016; Hoa Kỳ chiếm 11%, đạt 264,8 triệu USD, giảm 35,2%; Trung Quốc chiếm 8%, đạt 163,1 triệu USD, giảm 37,9%; Ấn Độ chiếm 6%, đạt 144,6 triệu USD, tăng mạnh 75,6%; Brazil chiếm 5%, đạt 140,9 triệu USD, tăng 6,0%...

Các thị trường xuất khẩu ngô lớn nhất sang Việt Nam phần lớn thuộc Châu Mỹ, cụ thể từ Argentina chiếm 51%, đạt 764,2 triệu USD, giảm 9,6%; Brazil chiếm 31%, đạt 464,4 triệu USD, giảm 25,9%; Thái Lan chiếm 3,6%, đạt 54,1 triệu USD, tăng mạnh 159,5%... Đối với đậu tương, thị trường nhập khẩu lớn nhất là Hoa Kỳ, chiếm 46,8% lượng nhập khẩu của Việt Nam, đạt 330,8 triệu USD, giảm 21,7%; trong khi đó 2 thị trường còn lại đều tăng trưởng mạnh gồm Brazil, chiếm 35,9%, đạt 253,9 triệu USD, tăng 89,4% và Canada chiếm 12,9%, đạt 91,4 triệu USD, tăng 114,5%.

Ngành chăn nuôi tập trung theo quy mô công nghiệp trong nước đang phát triển mạnh mẽ, kéo theo sự gia tăng nhu cầu sử dụng và nhập khẩu nguyên liệu phục vụ ngành sản xuất thức ăn chăn nuôi. Theo Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn, ngành chăn nuôi Việt Nam đang phát triển mạnh mẽ với mức sản lượng tăng trưởng khoảng 3-4%/năm trong giai đoạn 2011-2017, đặc biệt là lợn, gà và bò (tốc độ tăng trưởng sản lượng lợn đạt 5,7%/năm, gà đạt 7,6%/năm, bò đạt 6,1%/năm). Theo đánh giá của Hiệp hội Thức ăn chăn nuôi Việt Nam, sản lượng ngô, đậu tương trong



nước hiện nay chỉ đáp ứng được 50-55% nhu cầu sản xuất chế biến thức ăn chăn nuôi trong nước (diện tích giảm, năng suất tăng chậm), do đó hàng năm, Việt Nam vẫn phải nhập khẩu một lượng lớn các loại thức ăn gia súc để phục vụ ngành chăn nuôi trong nước.

Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn đã và đang phối hợp với các địa phương chuyển dịch một số diện tích trồng lúa kém hiệu quả sang trồng ngô, đậu tương để gia tăng nguồn nguyên liệu phục vụ ngành chăn nuôi trong nước; khuyến khích chế biến bột cá và nghiên cứu tạo nguyên liệu mới như thức ăn bổ sung, thức ăn phụ gia... Kế hoạch cơ cấu lại ngành nông nghiệp giai đoạn 2017-2020 ban hành kèm theo Quyết định số 1819/QĐ-TTg ngày 16/11/2017 cũng đã đưa ra định hướng đổi mới lĩnh vực trồng trọt, theo đó tiếp tục mở rộng diện tích gieo trồng ngô, đậu tương để chủ động nguyên liệu chế biến thức ăn chăn nuôi, tăng cường ứng dụng khoa học công nghệ, sử dụng giống năng suất và chất lượng cao.

3. Hạt điều

Năm 2017, Việt Nam nhập khẩu khoảng 1,28 triệu tấn hạt điều, kim ngạch đạt khoảng 2,53 tỷ USD, tăng 22,8% về lượng và tăng 52,8% về trị giá so với năm 2016. Giá nhập khẩu bình quân cả năm 2017 tăng khoảng 24,4% so với mức giá bình quân năm 2016.

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 ngàn tấn, do vậy hàng năm, ngành điều Việt Nam cần nhập khẩu từ 800 ngàn đến khoảng 1 triệu tấn để phục vụ sản xuất xuất khẩu.

Năm 2017, Bờ Biển Ngà tiếp tục là thị trường nhập khẩu lớn nhất đối với mặt hàng điều thô, kim ngạch đạt khoảng 849,5 triệu USD, chiếm 33,5% tổng nhập khẩu mặt hàng này của Việt Nam, tăng 29,8% so với năm 2016. Ngoài ra, các thị trường cung ứng điều thô khác là Campuchia (168,5 triệu USD, tăng 47,1%) và Indonesia (87,9 triệu USD, giảm 22,3%), ...

4. Rau quả

Kim ngạch nhập khẩu rau quả năm 2017 đạt khoảng 1,55 tỷ USD, tăng 67,2% so với cùng kỳ. Các chủng loại rau quả được nhập khẩu về Việt Nam trong năm 2017 chủ yếu là nhãn, măng cụt, sầu riêng, bòn bon, mít, me, phong lan từ Thái Lan; táo, cam, lê, kiwi, cherry từ New Zealand, Australia, Hoa Kỳ; cam, quýt, nho, lê, táo từ Trung Quốc, ...

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 2017 đạt khoảng 857,1 triệu USD, tăng 109,0% so với năm 2016. Thị trường nhập khẩu lớn thứ hai của Việt Nam là Trung Quốc, kim ngạch đạt 294,6 triệu USD, tăng

34,3%. Bên cạnh đó, Việt Nam nhập khẩu rau quả từ một số nước như Hoa Kỳ, khoảng 105,96 triệu USD, tăng 24,4%; Australia đạt 68,2 triệu USD, tăng 61,4%; Myanmar đạt 33,5 triệu USD, giảm 19,9%; New Zealand đạt 31,0 triệu USD, tăng 41,6%; Ấn Độ đạt 20,9 triệu USD, tăng 82,2%; Hàn Quốc đạt 15,5 triệu USD, tăng 63,2%; Nam Phi đạt 13 triệu USD, tăng 24,5%, ...

Hiện có 14 nước được phép xuất khẩu trái cây tươi vào Việt Nam gồm: Ấn Độ (1 loại), Argentina (4 loại), Canada (2 loại), Chile (4 loại), Hàn Quốc (3 loại), Hoa Kỳ (4 loại), Mexico (1 loại), Nam Phi (3 loại), New Zealand (8 loại), Peru (4 loại), Philippines (1 loại), Thái Lan (24 loại), Trung Quốc (4 loại), Australia (38 loại). Rau, củ, trái cây tươi nhập khẩu từ các thị trường nước ngoài vào Việt Nam chủ yếu để phục vụ nhu cầu tiêu thụ nội địa, ngoài ra còn để tái xuất khẩu sang các nước khác.

5. Lúa mỳ

Năm 2017, nhập khẩu lúa mỳ đạt 4,66 triệu tấn với kim ngạch 994 triệu USD, giảm 1,8% về lượng và giảm 1,1% về kim ngạch so với năm 2016. Giá nhập khẩu bình quân năm 2017 tăng 0,7%, đạt 213 USD/tấn.

Các thị trường nhập khẩu lúa mỳ chính của Việt Nam gồm Australia (424,3 triệu USD, chiếm 43% tổng nhập khẩu mặt hàng này của cả nước, tăng 10,3% so với năm 2016); Canada (197,5 triệu USD, chiếm 19,8%, tăng 1.130,4%) và Liên bang Nga (140,9 triệu USD, chiếm 14,2%, tăng 495,4%). Năm 2017 có sự tăng trưởng mạnh nhập khẩu lúa mỳ từ 2 thị trường này là do nguồn cung dồi dào, giá nhập khẩu thấp hơn khoảng 20% so với năm 2016, đồng thời lúa mỳ nhập khẩu từ Liên bang Nga bắt đầu được hưởng ưu đãi thuế quan từ Hiệp định Việt Nam - EAEU.

II. NHẬP KHẨU NHÓM HÀNG NHIÊN LIỆU, KHOÁNG SẢN

1. Xăng dầu

1.1. Sản xuất trong nước

Trong những năm gần đây, sản xuất xăng dầu trong nước khá ổn định và tăng về quy mô, số lượng, góp phần tạo nguồn xăng dầu phục vụ tiêu thụ nội địa, bên cạnh nguồn nhập khẩu.

Trong năm 2017, sản lượng của Nhà máy lọc dầu Dung Quất đạt khoảng 5,54 triệu tấn xăng dầu các loại, giảm khoảng 10% so với năm 2016. Trong đó, xăng đạt 2,56 triệu tấn, giảm 8%; dầu diesel 2,49 triệu tấn, giảm 14%; dầu ma-dút 139,6 ngàn tấn, tăng 16% và nhiên liệu hàng không 351,9 ngàn tấn, giảm 7%.

Về cơ bản, hoạt động của Nhà máy lọc dầu Dung Quất trong những năm gần đây rất ổn định, luôn vận hành đảm bảo 100% công suất, đóng góp quan trọng vào việc tạo nguồn xăng dầu, giảm nhu cầu nhập khẩu. Sản

lượng của Nhà máy lọc dầu Dung Quất giảm trong năm 2017 là do Nhà máy tạm nghỉ trong hơn một tháng để bảo dưỡng định kỳ theo kế hoạch.

Ngoài Nhà máy lọc dầu Dung Quất, hiện có 3 thương nhân thực hiện hoạt động sản xuất xăng dầu khác với tổng sản lượng đạt khoảng 420 ngàn tấn năm 2017.

Theo ước tính, nhu cầu tiêu thụ nội địa về xăng dầu của cả nước khoảng 14,65 triệu tấn xăng dầu các loại. Như vậy, sản xuất trong nước năm 2017 đáp ứng khoảng trên 40% tổng nhu cầu tiêu thụ nội địa.

1.2. Tình hình nhập khẩu

Năm 2017, tổng lượng xăng dầu nhập khẩu và tạm nhập để tái xuất là khoảng 12,86 triệu tấn, trị giá khoảng 7,04 tỷ USD, tăng 9,4% về lượng và tăng 38,3% về kim ngạch so với cùng kỳ.

Lượng nhập khẩu xăng dầu kể từ tháng 3/2017 có xu hướng ổn định, dao động trong khoảng 1 triệu tấn/tháng. Giữa năm 2017, Nhà máy lọc dầu Dung Quất tạm nghỉ để bảo dưỡng, do vậy, lượng xăng dầu nhập khẩu trong các tháng giữa năm cao hơn mức trung bình, trong đó, tháng 6 đạt mức cao nhất trong năm (1,37 triệu tấn).

Về cơ cấu mặt hàng nhập khẩu, trong năm 2017, diesel tiếp tục là mặt hàng có lượng nhập khẩu nhiều nhất, đạt 7,23 triệu tấn, trị giá 3,67 tỷ USD, tăng 7,6% về lượng và 31,5% về trị giá so với năm 2016. Trong khi đó, xăng là mặt hàng có lượng nhập khẩu tăng mạnh nhất, đạt 3,2 triệu tấn xăng, trị giá 2,02 tỷ USD, tăng 29,4% về lượng và 53,9% về trị giá. Nhập khẩu nhiên liệu hàng không đạt khoảng 1,77 triệu tấn, trị giá 938 triệu USD; tăng 14,8% về lượng và 34,7% về trị giá. Dầu ma-dút là mặt hàng duy nhất có lượng nhập khẩu giảm, đạt 596,8 ngàn tấn, giảm 32,6% so với năm 2016.

1.3. Giá nhập khẩu và giá bán trong nước

Trong năm 2017 giá dầu thế giới biến động mạnh theo chiều hướng tăng. Giá dầu WTI tăng khoảng 8%, còn dầu Brent tăng mạnh 16%, phản ánh những nỗ lực hạn chế sản lượng của OPEC và một số nhà sản xuất ngoài OPEC, gồm cả Nga bắt đầu từ tháng 1/2017.

Tuy nhiên, có một số yếu tố đã hạn chế đà tăng của giá dầu gồm sản lượng của Mỹ ngày càng tăng và sản lượng của Libya và Nigeria - hai nước được miễn trừ tham gia cắt giảm sản lượng trong thỏa thuận của OPEC - cũng tăng.

Giá nhập khẩu xăng dầu sau khi đã giảm mạnh trong năm 2016 bắt đầu phục hồi trong năm 2017. Giá nhập khẩu bình quân cả năm ở mức 547 USD/tấn, tăng 27% so với mức giá nhập khẩu bình quân năm 2016 (433 USD/tấn).

Tại Việt Nam, năm 2017 có tất cả 24 lần điều chỉnh giá xăng dầu theo chu kỳ 15 ngày, trong đó 10 kỳ tăng giá, 3 kỳ giữ nguyên giá xăng và 11 kỳ giảm giá. Trong kỳ điều chỉnh cuối cùng của năm 2017 vào ngày 20/12, liên Bộ Tài chính - Công Thương đã có quyết định giá xăng RON 92 vẫn giữ ở mức 18.580 đồng/lít, xăng E5 là 18.243 đồng/lít.

1.4. 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, Nhật Bản,...

Cơ cấu thị trường nhập khẩu xăng dầu kể từ năm 2016 có sự biến động so với thời gian trước do tác động của việc giảm thuế suất thuế nhập khẩu ưu đãi theo các FTA. Tương tự như năm 2016, nhập khẩu xăng dầu năm 2017 tập trung chủ yếu ở khu vực ASEAN và thị trường Hàn Quốc, chiếm gần 90% tổng kim ngạch nhập khẩu xăng dầu của cả nước.

Singapore tiếp tục giữ vị trí thứ nhất trong số các thị trường mà Việt Nam nhập khẩu xăng dầu, đạt 2,16 tỷ USD và có mức tăng trưởng cao 34,3%, sau khi đã sụt giảm khoảng 22,6% năm 2016. Với những thuận lợi về thuế nhập khẩu theo FTA Việt Nam - Hàn Quốc, kim ngạch nhập khẩu từ Hàn Quốc tiếp tục tăng cao, đạt 1,9 tỷ USD, tăng 93% so với năm 2016, vươn lên đứng thứ hai trong số các thị trường nhập khẩu xăng dầu hàng đầu của Việt Nam.

Hai thị trường khác trong khối ASEAN là Maylaysia và Thái Lan cũng thuộc nhóm những thị trường cung cấp xăng dầu hàng đầu, với kim ngạch nhập khẩu lần lượt là 1,25 tỷ USD và 940,8 triệu USD. Trong đó, nhập khẩu từ Thái Lan đạt mức tăng mạnh 44,7% so với năm 2016. Nhập khẩu từ Malaysia do đã tăng rất cao trong năm 2016 nên chỉ tăng nhẹ 1,8% khi so sánh với cùng kỳ.

2. Than đá

Lượng than đá nhập khẩu trong năm 2017 đạt 14,5 triệu tấn, tăng 9,8% so với năm 2016. Trị giá nhập khẩu đạt khoảng 1,5 tỷ USD, tăng 58,4%. Giá nhập khẩu bình quân năm 2017 là 105 USD/tấn, tăng 44,2% so với năm 2016.

Indonesia, Australia và Nga là ba thị trường cung cấp than lớn nhất cho Việt Nam. Tổng lượng than nhập khẩu từ 3 thị trường này lên tới 12 triệu tấn, chiếm 83% tổng lượng nhập khẩu than của cả nước trong năm 2017. Trong đó:

- Nhập khẩu từ Indonesia là 6 triệu tấn, trị giá đạt 404,7 triệu USD, so với năm 2016 tăng 106,7% về lượng và tăng 171% về trị giá.
- Nhập khẩu từ thị trường Australia đạt 3,6 triệu tấn, trị giá đạt

469,7 triệu USD, so với năm 2016 giảm 7% về lượng nhưng lại tăng 45% về trị giá.

- Nhập khẩu từ Nga đạt 2,4 triệu tấn, trị giá đạt 244 triệu USD, so với cùng kỳ năm 2016 giảm 35% về lượng và 3,3% về trị giá.

Trong 3 thị trường trên, giá bình quân nhập khẩu từ Indonesia là thấp nhất, khoảng 66 USD/tấn, trong khi từ Australia là 128 USD/tấn.

Bảng 10: Thị trường nhập khẩu than

Thị trường	Năm 2017			Thay đổi so năm 2016 (%)		
	Lượng (Nghìn tấn)	Trị giá (Triệu USD)	Giá nhập khẩu bình quân (USD/tấn)	Lượng	Trị giá	Giá nhập khẩu bình quân
Australia	3.661,63	469,65	128,3	-7,6	45,3	57,2
Indonesia	6.089,69	404,73	66,5	106,7	170,9	31,0
Malaysia	229,62	11,50	50,1	40,9	37,4	-2,5
Nga	2.401,12	243,93	101,6	-34,9	-3,3	48,5
Trung Quốc	1.044,42	227,45	217,8	-36,3	37,3	115,5

Nguồn: VITIC - Bộ Công Thương

III. NHẬP KHẨU NHÓM HÀNG CÔNG NGHIỆP

1. Nguyên liệu ngành dệt may, da giày

1.1. Tình hình nhập khẩu

Trong năm 2017, nhập khẩu bông các loại tăng mạnh, tăng 41,74% so với năm 2016; tiếp đến là xơ, sợi dệt tăng 12,75%; vải các loại tăng 8,42%; nguyên phụ liệu dệt, may, da, giày tăng 7,13%.

Bảng 11: Nhập khẩu nguyên liệu ngành dệt may, da giày năm 2017

Tên nhóm hàng	Năm 2017		Thay đổi so năm 2016 (%)		Tỷ trọng nhập khẩu năm 2017 (%)
	Lượng (nghìn tấn)	Trị giá (triệu USD)	Lượng	Trị giá	
Tổng		20.956,93		11,39	100,00
Vải các loại		11.366,19		8,42	54,24
Nguyên phụ liệu dệt, may, da, giày		5.419,57		7,13	25,86
Bông các loại	1.291,59	2.356,00	24,96	41,74	11,24
Xơ, sợi dệt các loại	876,35	1.814,18	1,75	12,75	8,66

Nguồn: Tổng cục Hải quan

- *Bông*: Việt Nam phụ thuộc 99% nguồn bông nhập khẩu. Năm 2017 nhập khẩu bông đạt trên 1,29 triệu tấn với trị giá 2,36 tỷ USD, tăng 24,96% về lượng và tăng 41,74% về trị giá so với năm 2016.

Nhập khẩu bông tăng mạnh do việc xuất khẩu xơ, sợi dệt tăng mạnh, các doanh nghiệp nhập khẩu về để phục vụ sản xuất xơ, sợi dệt xuất khẩu

Giá nhập khẩu trung bình mặt hàng bông các loại năm 2017 đạt khoảng 1.824 USD/tấn, tăng 13,4% so với năm 2016.

Các thị trường có lượng bông cung cấp cho nước ta tăng mạnh trong năm 2017 là: Hàn Quốc tăng 78%; Pakistan tăng 69,0%; Ấn Độ tăng 58,6%; Australia tăng 51,4%;... Ngược lại, lượng bông nhập khẩu từ Trung Quốc giảm 64,1%; Đài Loan giảm 45,4%; Bờ Biển Ngà giảm 27,2%;...

- *Xơ, sợi*: Nhập khẩu xơ, sợi đạt 876,35 nghìn tấn với trị giá 1,81 tỷ USD, tăng 1,75% về lượng và tăng 12,75% về trị giá so với năm 2016. Giá xơ, sợi nhập khẩu trung bình năm 2017 khoảng 2.070 USD/tấn tăng 10,8% so với năm 2016.

Trung Quốc, Đài Loan và ASEAN là ba thị trường cung cấp xơ, sợi chủ yếu cho Việt Nam với hơn 100 nghìn tấn trong năm 2017. Nhập khẩu xơ, sợi từ ba thị trường Hồng Kông, Pakistan và Nhật Bản giảm mạnh.

- *Vải*: Kim ngạch nhập khẩu vải năm 2017 đạt gần 11,37 tỷ USD, tăng 8,42% so với năm 2016, bằng khoảng 43,7% kim ngạch xuất khẩu hàng may mặc của Việt Nam.

Trung Quốc vẫn là thị trường cung cấp vải lớn nhất cho Việt Nam, với tỷ trọng đến 53,46% tổng kim ngạch nhập khẩu vải của Việt Nam, đạt kim ngạch 6,08 tỷ USD, tăng 11,51% so với năm 2016.

Tiếp đến là nhập khẩu từ thị trường Hàn Quốc chiếm tỷ trọng 17,95% tương đương kim ngạch đạt 2,04 tỷ USD, tăng 4,22% so với năm 2016.

Nhìn chung trong năm 2017, nhập khẩu vải từ đa số các thị trường vẫn giữ được mức tăng trưởng ổn định. Chỉ riêng hai thị trường giảm so với năm 2016 là Bỉ giảm 38,86% và Ấn Độ giảm 5,14%.

- Nguyên liệu dệt, may, da, giày: nhập khẩu đạt 5,4 tỷ USD tăng 7,1% so với cùng kỳ năm 2016.

1.2. Thị trường nhập khẩu:

- *Bông*: Nhập khẩu bông từ 11 thị trường, chủ yếu từ 4 thị trường Hoa Kỳ, Australia, Brazil và Ấn Độ, tổng cộng chiếm đến 83,9% kim ngạch nhập khẩu bông của cả nước. Cả 4 thị trường trên đều có nhập khẩu tăng trong năm 2017.

Bảng 12: Thị trường cung cấp bông cho Việt Nam năm 2017

Thị trường	Năm 2017		Thay đổi so năm 2016 (%)		Tỷ trọng về kim ngạch năm 2017 (%)
	Lượng (nghìn tấn)	Trị giá (triệu USD)	Lượng	Trị giá	
Hoa Kỳ	634,18	1.178,05	27,11	45,41	50,00
Australia	153,05	296,35	51,35	64,31	12,58
Ấn Độ	169,74	278,00	58,55	78,47	11,80
Brazil	123,28	226,25	-6,81	5,28	9,60
Bờ Biển Ngà	23,06	40,66	-27,22	-14,51	1,73
Pakistan	8,68	13,79	69,04	70,44	0,59
Argentina	4,81	8,57	43,22	70,78	0,36
Indonesia	4,61	5,41	0,28	17,78	0,23
Hàn Quốc	2,71	3,61	78,00	34,28	0,15
Trung Quốc	0,73	1,78	-64,11	-41,13	0,08
Đài Loan	0,89	1,72	-45,40	-22,65	0,07

Nguồn: VITIC - Bộ Công Thương

- **Xơ sợi:** Xơ, sợi dệt nhập khẩu từ 9 thị trường, chủ yếu từ Trung Quốc, Đài Loan, ASEAN và Hàn Quốc. 3 thị trường này chiếm 87% kim ngạch nhập khẩu của mặt hàng này. Trong đó, nhập khẩu xơ, sợi dệt từ Trung Quốc đạt 857,7 triệu USD, từ Đài Loan là 306 triệu USD, ASEAN là 237,2 triệu USD và Hàn Quốc là 179 triệu USD.

Bảng 13: Thị trường cung cấp xơ, sợi dệt cho Việt Nam năm 2017

Thị trường	Năm 2017		Thay đổi so năm 2016 (%)		Tỷ trọng về trị giá (%)
	Lượng (1.000 tấn)	Trị giá (triệu USD)	Lượng	Trị giá	
Trung Quốc	383,19	857,77	6,83	22,85	47,28
Đài Loan	173,37	306,64	-11,29	1,52	16,90
ASEAN	160,54	237,27	-0,81	2,84	13,08
Hàn Quốc	82,03	179,18	5,48	9,41	9,88
Ấn Độ	39,95	89,59	29,73	17,06	4,94
Nhật Bản	8,39	50,34	-26,77	-17,41	2,77

Pakistan	2,47	7,74	-28,10	-20,22	0,43
Hồng Kông	1,23	4,67	-40,57	55,5	0,26
EU	0,11	2,12	7,55	110,87	0,12

Nguồn: Tổng cục Hải quan

- Vải: Nhập khẩu từ hơn 20 thị trường, chủ yếu từ Trung Quốc, Đài Loan và Hàn Quốc. 3 thị trường này chiếm đến hơn 85,3% kim ngạch nhập khẩu vải cả nước, trong đó vải nhập khẩu từ Trung Quốc đạt trên 6 tỷ USD, tăng 11,5% so với năm 2016, chiếm đến 53,46% kim ngạch nhập khẩu vải của cả nước. Nhập khẩu vải từ Hàn Quốc đạt 2 tỷ USD, tăng 4,2% so với năm 2016; nhập khẩu từ Đài Loan đạt 1,57 tỷ USD, tăng 4,2%.

Bảng 14: Top 10 thị trường cung cấp vải lớn nhất cho Việt Nam năm 2017

Thị trường	Năm 2017 (triệu USD)	Thay đổi so năm 2016 (%)	Tỷ trọng về trị giá năm 2017 (%)
Trung Quốc	6.076,60	11,51	53,46
Hàn Quốc	2.040,09	4,22	17,95
Đài Loan	1.566,42	4,25	13,78
Nhật Bản	658,94	3,34	5,80
Thái Lan	250,61	21,39	2,20
Hồng Kông	242,33	6,64	2,13
EU	135,91	20,04	1,20
Ấn Độ	61,49	-5,14	0,54
Indonesia	60,39	0,4	0,53
Malaysia	56,49	15,16	0,50

Nguồn: Tổng cục Hải quan

2. Chất dẻo nguyên liệu và sản phẩm nhựa

2.1. Chất dẻo nguyên liệu

Trong năm 2017, nhập khẩu chất dẻo nguyên liệu vào Việt Nam đạt 4,9 triệu tấn, trị giá 7,3 tỷ USD, tăng lần lượt 8,1% về lượng và 16,8% về trị giá so với năm 2016.

Năm 2017, có trên 30 thị trường cung cấp chất dẻo nguyên liệu vào Việt Nam, trong đó, các thị trường cung cấp chính là ASEAN, Hàn Quốc, A-rập Xê-út, Đài Loan.



Công nghệ thổi khuôn sản xuất các nhựa thành phẩm

Nhập khẩu từ khối ASEAN đạt 971,4 nghìn tấn với trị giá 1,35 tỷ USD, tăng 11,9% về lượng và 17,3% về trị giá so với năm 2016. Trong đó, nhập khẩu chủ yếu từ Thái Lan (489,65 nghìn tấn và 653,88 triệu USD); Singapore (205,79 nghìn tấn và 298,19 triệu USD); Malaysia (166,54 nghìn tấn và 254,21 triệu USD)...

Tiếp theo là thị trường Hàn Quốc đạt 892,27 nghìn tấn, trị giá 1,43 tỷ USD, tăng 9,9% về lượng và 19,3% về trị giá so với năm 2016 và chiếm 20% tổng nhập khẩu chất dẻo nguyên liệu cả nước. Thị trường A-rập Xê-út đạt 956,2 nghìn tấn, trị giá 1,1 tỷ USD, tăng 1,7% về lượng và 8,2% về trị giá.

Nhìn chung, năm 2017 lượng chất dẻo nguyên liệu nhập khẩu từ các thị trường đều có kim ngạch tăng trưởng. Đáng chú ý, nhập khẩu từ thị trường Nga tăng vượt trội cả về lượng và kim ngạch, tăng lần lượt gấp hơn 2 lần và 110% lần so với năm 2016, tuy chỉ đạt 15,48 nghìn tấn và 17,63 triệu USD.

2.2. Sản phẩm nhựa

Tổng kim ngạch nhập khẩu sản phẩm nhựa năm 2017 đạt 5,38 tỷ USD, tăng 22,1% so với năm 2016.

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 với mức kim ngạch chiếm 72,7% tổng kim ngạch nhập khẩu sản phẩm nhựa của cả nước. 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 từ Thái Lan, Hàn Quốc... để phân phối trong thị trường tiêu dùng nội địa, cạnh tranh trực tiếp với sản phẩm sản xuất trong nước của Việt Nam.

Trong năm 2017, các thị trường cung cấp chính là Trung Quốc, Hàn Quốc, Nhật Bản. Riêng 3 thị trường này đã chiếm 80% tổng kim ngạch nhập khẩu sản phẩm nhựa của Việt Nam. Trong đó, Trung Quốc là nước cung cấp lớn nhất với kim ngạch 1,89 tỷ USD, tăng 26,4% so với năm 2016 và chiếm tỷ trọng 35,1%. Tiếp đến, nhập khẩu từ Hàn Quốc đạt kim ngạch 1,62 tỷ USD, tăng 24,2% so với năm 2016. Xếp thứ ba là Nhật Bản đạt kim ngạch 795,2 triệu USD, tăng 20,5%.

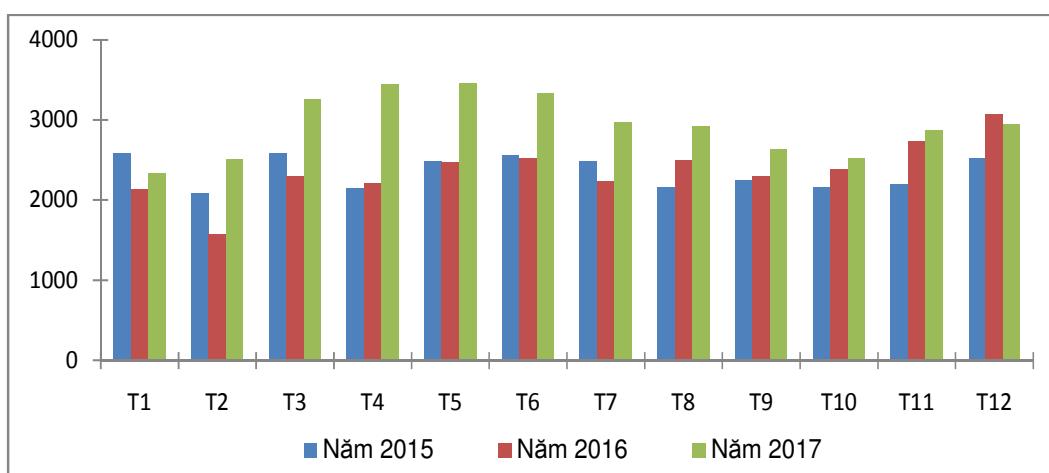
Nhìn chung năm 2017, nhập khẩu sản phẩm nhựa tăng ở phần lớn các thị trường trong đó tăng mạnh nhất từ thị trường Singapore tăng 118,8% so với năm 2016; tiếp đến là thị trường Philippines tăng 35%; Trung Quốc tăng 26,4%; Hàn Quốc tăng 24,2%; Nhật Bản tăng 20,5%.

3. Máy móc, thiết bị, dụng cụ và phụ tùng

Năm 2017, kim ngạch nhập khẩu máy móc, thiết bị, dụng cụ, phụ tùng đạt 33,67 tỷ USD, tăng 18% so với năm 2016, trong đó, khối doanh nghiệp FDI nhập khẩu mặt hàng trên đạt 19,38 tỷ USD, tăng 25,03 % so với năm 2016.

Biểu đồ 4: Kim ngạch nhập khẩu máy móc, thiết bị năm 2017

(đvt: triệu USD)



Nguồn: Tổng cục Hải quan

Năm 2017, mặt hàng máy móc, thiết bị, dụng cụ, phụ tùng nhập khẩu từ hơn 40 nước, trong đó, có 10 thị trường đạt kim ngạch hơn 500 triệu USD, gồm: Trung Quốc: 10,869 tỷ USD; Hàn Quốc: 8,628 tỷ USD; Nhật Bản: 4,263 tỷ USD; Đài Loan: 1,351 tỷ USD; Đức: 1,340 tỷ USD; Hoa Kỳ:

997 triệu USD; Thái Lan: 904 triệu USD; Malaysia: 661 triệu USD; Italia: 632 triệu USD và Ấn Độ: 512 triệu USD.

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 chuyên thiết bị đồng bộ cho ngành mía đường, xi măng, thiết bị phục vụ cho ngành xây dựng, giao thông (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. Về năng lực thiết bị, đa số các doanh nghiệp cơ khí sử dụng đồng thời cả thiết bị đầu tư vài chục năm trước đây và một số thiết bị tự động hóa cho những khâu đòi hỏi độ chính xác cao. 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.

- *Chế tạo thiết bị cơ khí thủy công:* Đối với các nhà máy thuỷ điện, trước đây vẫn phải nhập khẩu các thiết bị cơ khí thuỷ 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 thuỷ điện lớn như Thuỷ điện Sơn La có công suất đến 2.400MW.

- *Chế tạo thiết bị phụ cho các nhà máy nhiệt điện:* Đối với các nhà máy nhiệt điện chạy than có công suất tổ máy 600 MW, hiện nay các doanh nghiệp cơ khí đã có thể đảm nhận nhiều hạng mục như hệ thống làm mát nước tuần hoàn, hệ thống ống khói, hệ thống xử lý nước thải, hệ thống lọc bụi tĩnh điện, hệ thống cung cấp than,..

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

- *Ngành vật liệu xây dựng:* Cơ khí trong nước đã thiết kế, chế tạo dây chuyên 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 mà còn được tiêu thụ trên 37 quốc gia.

- *Ngành chế tạo 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, đồng thời làm đổi trọng để các hàng nước ngoài bán sản phẩm vào Việt Nam phải giảm giá từ 20-30% khi đầu thầu tại Việt Nam.

- *Ngành 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.

- *Ngành 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.

4. Ô tô và linh kiện, phụ tùng ô tô

4.1. Ô tô

Năm 2017, nhập khẩu ô tô đạt 97.213 chiếc, tương đương với trị giá 2,24 tỷ USD, giảm 13,6% về lượng và giảm 6,1% về trị giá so với năm 2016.

Đứng đầu thị trường cung cấp xe ô tô nhập khẩu vào Việt Nam là Thái Lan với 38.244 xe. Tính chung 2 thị trường Thái Lan và Indonesia chiếm hơn 60% số lượng xe nhập khẩu năm 2017. Một số quốc gia khác có lượng xe nhập nhiều khác là Trung Quốc (11.966 xe), Hàn Quốc (8.909 xe), Ấn Độ (5.570 xe) và Mỹ (3.316 xe).

Bảng 15: Thị trường cung cấp ô tô cho Việt Nam năm 2017

Thị trường	Năm 2017		So năm 2016 (%)	
	Lượng (chiếc)	Trị giá (triệu USD)	Lượng	Trị giá
Thái Lan	38.244	702,9	11,7	8,9
Indonesia	16.829	293,4	333,4	553,4
Trung Quốc	11.966	447,5	10,0	6,5
Hàn Quốc	8.909	225,0	-55,7	-27,2
Ấn Độ	5.570	34,1	-73,5	-72,0
Hoa Kỳ	3.316	95,8	-3,0	-12,5
Nhật Bản	3.284	120,6	-54,4	-56,8
EU	2.092	115,3	-48,8	-30,8

Nguồn: Tổng cục Hải quan

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 38.832 chiếc, trị giá 718 triệu USD, 32,09% về số lượng và giảm 0,6%% về giá trị, chiếm 39,94% về lượng và giảm 23,3% về giá trị trong tổng kim ngạch nhập khẩu ô tô. Xe

tải nhập khẩu đạt khoảng 38.700 chiếc, trị giá 1,21 tỷ USD, giảm 13% về lượng và tăng 30% về giá trị so với năm 2016.

Trong năm 2017, giá trung bình ô tô nhập khẩu từ Pháp có giá cao nhất là 207.053 USD/chiếc tương đương trị giá trên 4,72 tỷ đồng/chiếc. Ở vị trí thứ hai là xe nhập khẩu từ Canada có giá nhập khẩu trung bình là 66.970 USD/chiếc tương đương với 1,53 tỷ đồng/chiếc. Ở vị trí thứ ba là xe nhập khẩu từ Anh có giá nhập khẩu trung bình là 59.733 tương đương trên 1,36 tỷ đồng/chiếc.

Trong khi đó mức giá nhập khẩu ô tô trung bình từ Ấn Độ có mức giá rẻ nhất là 6.126 USD tương đương với 139,8 triệu đồng/chiếc; nhập khẩu từ Indonesia có giá nhập khẩu bình quân là 17.433 USD/chiếc tương đương với 397,8 triệu đồng/chiếc; giá nhập khẩu bình quân từ Thái Lan là 18.379 USD/chiếc tương đương 419,4 triệu đồng/chiếc...

Nhìn chung, nhập khẩu ô tô trong năm 2017 có nhiều biến động. Từ năm 2017, thuế nhập khẩu ô tô con khu vực ASEAN giảm từ 40% xuống 30% làm cho nhập khẩu ô tô từ khu vực này tăng vọt trong 2 tháng đầu năm, trong đó nhập khẩu ô tô con từ Indonesia tăng mạnh trong khi những năm trước hầu như không nhập khẩu ô tô con từ thị trường này. Từ giữa năm (tháng 7/2017) xe Hyundai của Công ty Hyundai Thành Công được bán ra thị trường đã làm giảm nhập khẩu các dòng xe này từ Hàn Quốc và Ấn Độ. Ngoài ra, cùng với tâm lý chờ đợi xe ô tô giảm giá trong năm 2018, do thuế nhập khẩu ô tô từ ASEAN giảm xuống 0% từ 1/1/2018 thì nhập khẩu những tháng cuối năm đã giảm, đặc biệt giảm mạnh ở phân khúc xe ô tô con. Tuy vậy, một số doanh nghiệp đã dừng sản



xuất một số dòng xe trong nước để nhập khẩu hoặc nghiên cứu nhập khẩu từ khu vực ASEAN.

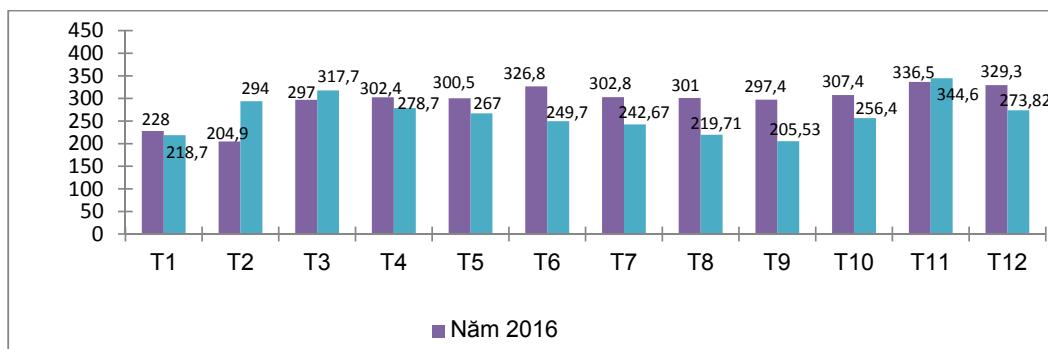
Ngày 17/10/2017, Chính phủ ban hành Nghị định số 116/2017/NĐ-CP quy định điều kiện sản xuất, lắp ráp, nhập khẩu và kinh doanh dịch vụ bảo hành, bảo dưỡng ô tô. Theo đó, để được nhập khẩu ô tô mới, cũ các loại, doanh nghiệp phải đáp ứng điều kiện như có cơ sở bảo hành, bảo dưỡng ô tô thuộc sở hữu của doanh nghiệp, hoặc do doanh nghiệp ký hợp đồng thuê, hoặc thuộc hệ thống đại lý ủy quyền của doanh nghiệp và có văn bản xác nhận hoặc tài liệu chứng minh doanh nghiệp được quyền thay mặt doanh nghiệp sản xuất, lắp ráp ô tô nước ngoài thực hiện lệnh triệu hồi ô tô. Ngoài ra, doanh nghiệp phải có Giấy chứng nhận chất lượng kiểu loại ô tô do cơ quan có thẩm quyền cấp khi làm thủ tục đăng kiểm và phải kiểm tra thử nghiệm ô tô từng lô hàng nhập khẩu.

4.2. Linh kiện, phụ tùng ô tô

Tổng kim ngạch nhập khẩu linh kiện phụ tùng ô tô năm 2017 đạt 3,17 tỷ USD, giảm 11,3% so với năm 2016.

Biểu đồ 5: Nhập khẩu linh kiện, phụ tùng ô tô năm 2016-2017

Năm 2017, Hàn Quốc ở vị trí dẫn đầu về cung cấp linh kiện, phụ tùng vào



Nguồn: VITIC - Bộ Công Thương

Việt Nam với kim ngạch 767,95 triệu USD, giảm 10,7% so với năm 2016.

Ở vị trí thứ hai là khu vực ASEAN với kim ngạch đạt 717,06 triệu USD, giảm 19,3% so với năm 2016. Trong đó, Thái Lan cung cấp 515,03 triệu USD; Indonesia cung cấp 160,19 triệu USD.

Bảng 16: Thị trường cung cấp linh kiện, phụ tùng ô tô năm 2017

Thị trường	Năm 2017 (triệu USD)	Tăng/giảm so với năm 2016 (%)	Tỷ trọng năm 2017 (%)
Hàn Quốc	767,95	-10,7	24,2

ASEAN	717,06	-19,3	22,6
Trung Quốc	650,25	-4,1	20,5
Nhật Bản	650,07	-18,0	20,5
EU	249,17	5,7	7,9
Ấn Độ	51,75	96,1	1,6
Hoa Kỳ	7,93	-12,1	0,3
Brazil	6,00	2,6	0,2
Nga	3,05	-66,5	0,1
Belarus	2,57	245,6	0,1

Nguồn: Tổng cục Hải quan

5. Thép

Chuỗi giá trị của ngành thép nội địa chưa được hoàn thiện, sản xuất trong nước mới chỉ đáp ứng đủ nhu cầu thép xây dựng, thép cán nguội, ống thép và tôn mạ kim loại và sơn phủ màu. Do vậy, tuy một số sản phẩm như tôn mạ màu, ống thép... đã được xuất khẩu sang các quốc gia khác nhưng mỗi năm ngành thép vẫn phải nhập lượng lớn thép cuộn cán nóng, thép hợp kim các loại để làm nguyên liệu, bán thành phẩm phục vụ sản xuất.

Tính chung năm 2017, tổng lượng thép nhập khẩu đạt gần 15 triệu tấn với trị giá hơn 9 tỷ USD, giảm 18,2% về lượng nhưng tăng 11,9% về trị giá so với năm 2016. Giá thép nhập khẩu bình quân năm 2017 đạt 601 USD/tấn, tăng 36,89% so với cùng kỳ 2016.

Trong nhóm thép thành phẩm, nhập khẩu tôn mạ kẽm, tôn mạ lạnh đã giảm khá nhiều so với năm 2016 nhờ tác động của các biện pháp phòng vệ thương mại. Tuy nhiên, nhập khẩu của một số mặt hàng thép như thép tôn mạ màu, thép thanh que cuộn không hợp kim, thép cán nguội, dây thép vẫn tăng cao.

5.1. Thị trường nhập khẩu

Trong năm 2017, lượng thép nhập khẩu từ các thị trường truyền thống đều giảm so với năm 2016. Tuy nhiên, lượng thép nhập khẩu từ các thị trường Ấn Độ, Brazil, New Zealand, Thổ Nhĩ Kỳ, Ukraina lại tăng cao.

Trung Quốc vẫn là thị trường cung cấp thép lớn nhất cho Việt Nam. Lượng thép nhập khẩu từ thị trường này trong năm 2017 chiếm 46,5% tổng nhập khẩu thép của cả nước, tương đương 6,97 triệu tấn, giảm 35,4% so với năm 2016. Giá thép nhập khẩu bình quân từ Trung Quốc trong năm 2017 tăng mạnh 41,8% so với năm 2016, đạt mức trung bình 588 USD/tấn.

Các thị trường nhập khẩu lớn tiếp theo trong năm 2017 là: Nhật Bản chiếm tỷ trọng 15,2%; Hàn Quốc chiếm 11,4%; Đài Loan chiếm 10,6%; Ấn Độ chiếm 10,2%, ...

Đáng chú ý, trong năm 2017 nhập khẩu thép từ Ấn Độ tăng rất mạnh so với năm 2016, tăng 499,7% về lượng, đạt 1,52 triệu tấn với trị giá 810,7 triệu USD. Nhập khẩu thép từ Ấn Độ tăng cao một phần là do giá thép nhập khẩu từ thị trường này ở mức gần như thấp nhất trong các thị trường nhập khẩu của Việt Nam. Giá thép nhập khẩu bình quân từ Ấn Độ trong năm 2017 ở mức 532 USD/tấn, giảm 0,74% so với năm 2016.

5.2. Chính sách liên quan đến nhập khẩu thép:

Trong năm 2017, thực hiện chủ trương chung về cải cách thủ tục hành chính, thuận lợi hóa thương mại của Chính phủ, Bộ Công Thương ban hành Thông tư số 14/2017/TT-BCT bãi bỏ Thông tư số 12/2015/TT-BCT quy định việc áp dụng chế độ cấp Giấy phép nhập khẩu tự động một số sản phẩm thép và Thông tư số 18/2017/TT-BCT bãi bỏ một số điều của Thông tư số 58/2015/TTLT-BCT-BKHCN quy định quản lý chất lượng thép sản xuất trong nước và thép nhập khẩu, trong đó các quy định liên quan đến nhập khẩu thép như xác nhận nhu cầu nhập khẩu thép, trách nhiệm công bố tiêu chuẩn áp dụng sản phẩm thép, kiểm tra thép nhập khẩu đều được bãi bỏ. Đồng thời, để bảo vệ sản xuất trong nước, Bộ Công Thương đã áp dụng 3 biện pháp tự vệ đối với nhập khẩu thép, góp phần ổn định thị trường thép trong nước:



- Biện pháp chống bán phá giá chính thức đối với sản phẩm thép mạ

Ngày 30/3/2017, Bộ Công Thương đã ban hành Quyết định số 1105/QĐ-BCT về việc áp dụng biện pháp chống bán phá giá chính thức đối với sản phẩm thép mạ (còn gọi là tôn mạ) nhập khẩu vào Việt Nam với 26 mã HS có xuất xứ từ Trung Quốc (bao gồm Hồng Kông) và Hàn Quốc với mức thuế chống bán phá giá từ 3,17% đến 38,37% có hiệu lực từ ngày 15/4/2017 và được áp dụng trong vòng 5 năm kể từ ngày quyết định có hiệu lực.

- Biện pháp chống bán phá giá tạm thời đối với một số mặt hàng thép hình chữ H

Ngày 21/3/2017, Bộ Công Thương ban hành Quyết định số 957/QĐ-BCT về việc áp dụng biện pháp chống bán phá giá tạm thời từ 21,38-36,33% đối với một số mặt hàng thép hình chữ H nhập khẩu vào Việt Nam, có xuất xứ Trung Quốc (bao gồm cả Hồng Kông), áp dụng từ 05/4/2017 đến hết ngày 02/8/2017.

- Biện pháp tự vệ đối với phôi thép và thép dài nhập khẩu

Ngày 18/7/2016, Bộ Công Thương đã ban hành Quyết định số 2968/QĐ-BCT áp dụng biện pháp tự vệ đối với phôi thép và thép dài nhập khẩu vào Việt Nam từ Trung Quốc, theo đó, tiếp tục bị áp thuế chống bán phá giá thêm 1 năm kể từ ngày 22/3/2017 với mức tương ứng 21,3% và 13,9%.

CHƯƠNG IV:

THỊ TRƯỜNG XUẤT KHẨU, NHẬP KHẨU



I. THỊ TRƯỜNG CHÂU Á

1. Tình hình xuất nhập khẩu chung

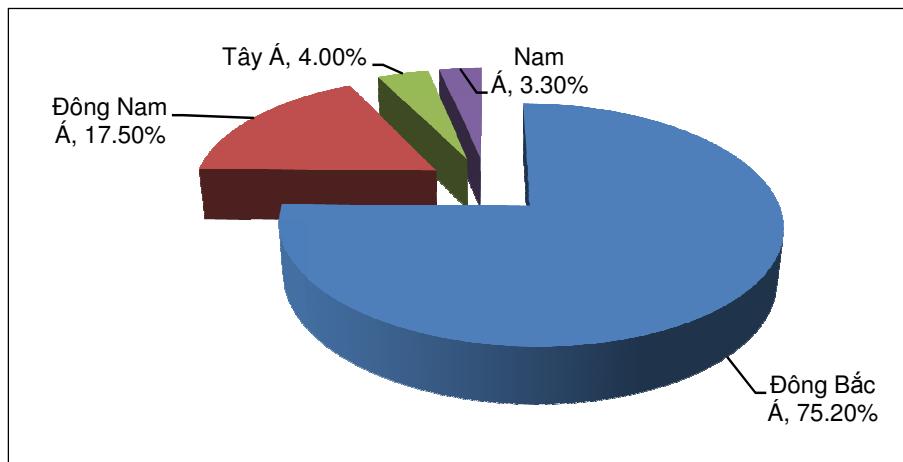
Năm 2017, tổng kim ngạch xuất nhập khẩu của Việt Nam với các nước thuộc khu vực Châu Á đạt 283,6 tỷ USD, tăng 25,97% so với năm 2016, chiếm 66,7% tổng kim ngạch xuất nhập khẩu của Việt Nam.

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

Năm 2017, xuất khẩu của Việt Nam sang các khu vực thị trường tại Châu Á đều tăng so với năm 2016, cụ thể: xuất khẩu sang khu vực Đông Bắc Á (Nhật Bản và Hàn Quốc, các thị trường tiếng Trung) tăng 28,1%, Đông Nam Á (10 nước ASEAN) tăng 19,7%, Tây Á tăng 8,5% và Nam Á tăng 37,9%.

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

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



2. Xuất nhập khẩu với một số thị trường

2.1. Khu vực Đông Bắc Á

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

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

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

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

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

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

2.1.1. Trung Quốc

Tình hình xuất khẩu

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

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

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



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

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

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

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

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

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

Tình hình nhập khẩu

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

2.1.2. Nhật Bản

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

Tình hình xuất khẩu

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

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

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

Tình hình nhập khẩu

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

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

Quy định mới về quản lý nhập khẩu:

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

- (1) Bổ sung việc ghi nhãn thành phần vải lót quần.
- (2) Bổ sung việc ghi và gắn nhãn thành phần và hướng dẫn giặt là (nhãn care) đối với sản phẩm mũ thuộc phân loại dệt may (không gắn thêm nhãn nếu sản phẩm dễ bị ảnh hưởng chất lượng bởi việc gắn mác).
- (3) Bổ sung việc ghi hướng dẫn giặt là vào nhãn của sản phẩm khăn quàng cổ (không gắn thêm nhãn nếu sản phẩm dễ bị ảnh hưởng chất lượng bởi việc gắn mác).
- (4) Bổ sung việc ghi nhãn thành phần cho lõi chăn.
- (5) Sửa đổi và thống nhất một số cách ghi tên thành phần xơ sợi trên nhãn.

2.1.3. Hàn Quốc

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

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

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

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

Tình hình xuất khẩu:

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

Tình hình nhập khẩu:

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

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

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

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

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

2.1.4. Hồng Kông (Trung Quốc)

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

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

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

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

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

2.1.5. Đài Loan (Trung Quốc)

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

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

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

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

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

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

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

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

2.2. Khu vực ASEAN

Trong năm 2017, tổng kim ngạch xuất nhập khẩu giữa Việt Nam và khu vực ASEAN đạt 49,7 tỷ USD, tăng 19,7% so với năm 2016. Trong đó, xuất khẩu của Việt Nam sang ASEAN đạt 21,7 tỷ USD, tăng gần 24,1% so với năm 2016 (xuất khẩu năm 2016 sang ASEAN là 17,5 tỷ USD) và kim ngạch nhập khẩu của Việt Nam từ ASEAN đạt khoảng 28 tỷ USD, tăng 16,5%. Như vậy, Việt Nam vẫn đang nhập siêu từ ASEAN với mức nhập siêu năm 2017 vào khoảng 6,3 tỷ USD.

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

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

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

2.2.1. Thái Lan

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

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

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

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

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

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

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

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

2.2.2. Malaysia

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

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

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

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

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

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

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

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

2.2.3. Singapore

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

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

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

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

2.2.4. Indonesia

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

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

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

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

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

2.2.5. Philippines

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



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

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

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

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

2.2.6. Campuchia

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

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

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

2.3. Khu vực Tây Á

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

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

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

- i) Tình hình an ninh, chính trị bất ổn, mâu thuẫn sắc tộc, xung đột tôn giáo tại một số quốc gia, chiến tranh trong khu vực.
- ii) Phần lớn các nước ở Tây Á đều là thị trường mở và là thị trường truyền thống của các nền kinh tế lớn như Hoa Kỳ, EU, Nhật, Nga, Trung Quốc, Ấn Độ,... nên có tính cạnh tranh rất cao.
- iii) Khoảng cách địa lý, rào cản ngôn ngữ, thiếu thông tin thị trường, khác biệt về đặc điểm văn hóa, tôn giáo, tập quán kinh doanh, yêu cầu về tiêu chuẩn Halal đối với một số loại hàng hóa là những khó khăn doanh nghiệp thường gặp phải khi tiếp cận thị trường khu vực này.
- iv) Một số nước trong khu vực thường xuyên áp dụng các biện pháp phòng vệ thương mại, rào cản kỹ thuật (Thổ Nhĩ Kỳ, Israel).
- v) Rủi ro trong thanh toán cao do nhiều nhà nhập khẩu không có thói quen mở L/C.

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

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

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

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

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

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

2.3.2. A-rập Xê-út

Tổng kim ngạch xuất nhập khẩu giữa Việt Nam và Ả-rập Xê-út trong năm 2017 đạt 1,72 tỷ USD. Trong đó, kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam sang A-rập Xê-út đạt 432 triệu USD, tăng 9,7% và nhập khẩu đạt 1,2 tỷ USD, tăng 10,1% so với năm 2016.

Điện thoại là mặt hàng xuất khẩu chủ lực của Việt Nam sang Ả-rập Xê-út. Trong năm 2017, kim ngạch xuất khẩu mặt hàng này đã tăng trở lại, đạt 113,2 triệu USD, tăng 4% so với năm 2016. (Trước đó năm 2016, xuất khẩu điện thoại đã giảm mạnh 43% do Chính phủ 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 A-rập Xê-út).

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

Chính sách quản lý xuất nhập khẩu:

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

2.3.3. Thổ Nhĩ Kỳ

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

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

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



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

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

2.3.4. Israel

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

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

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

2.4. Khu vực Nam Á

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

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

2.4.1. Ấn Độ

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

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

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

Chính sách quản lý xuất nhập khẩu:

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

2.4.2. Bangladesh

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

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

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

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

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

2.4.3. Pakistan

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

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

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

2.4.4. Sri Lanka

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

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

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

II. THỊ TRƯỜNG CHÂU ÂU

1. Tình hình xuất nhập khẩu chung

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

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

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

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

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

2.1. Khu vực EU

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

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

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

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

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

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

(đvt: triệu USD)

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

Nguồn: Tổng cục Hải quan

Một số chính sách chính của EU

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

* Luật Phòng vệ thương mại mới của EU

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

Các chính sách quản lý nhập khẩu

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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



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

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

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

* Các chính sách khác

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

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

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

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

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

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

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

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

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

2.3. Khu vực EFTA

2.3.1. Xuất nhập khẩu Việt Nam - Thụy Sỹ

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

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

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

(đvt: triệu USD)

Mặt hàng	Năm 2013	Năm 2014	Năm 2015	Năm 2016	Năm 2017
Đá quý, kim loại quý và sản phẩm	75,852	55,410	21,139	329,138	33,378
Cà phê	1,536	3,514	4,502	6,852	1,001
Thủy sản	70,104	66,404	35,767	38,694	40,739
Giày dép	24,388	19,856	18,45	18,419	20,831
Máy vi tính, sản phẩm điện tử, linh kiện	10,057	9,183	8,988	14,613	17,544
Dệt may	13,568	13,433	10,796	12,028	10,533

Nguồn: Tổng cục Hải quan

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

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

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

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

Bảng 20: Một số mặt hàng nhập khẩu lớn của Việt Nam từ Thụy Sỹ
(đvt: triệu USD)

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

Nguồn: Tổng cục Hải quan

2.3.2. Xuất nhập khẩu Việt Nam - Na uy

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

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

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

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

(đvt: triệu USD)

Mặt hàng	Năm 2013	Năm 2014	Năm 2015	Năm 2016	Năm 2017
Giày dép các loại	18,945	12,42	12,96	15,844	18,440
Hàng dệt, may	21,825	21,38	23,07	25,866	21,282
Sản phẩm từ chất dẻo	3,744	4,24	3,48	3,445	2,989
Gỗ và sản phẩm gỗ	8,938	9,31	7,57	4,566	5,426
Hạt điều	5,283	4,91	7,03	8,234	10,833

Nguồn: Tổng cục Hải quan

2.3.3. Chính sách quản lý nhập khẩu

(i) Các rào cản kỹ thuật

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

Các hệ thống tiêu chuẩn kỹ thuật: Hàng hoá nhập khẩu vào Thụy

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

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

(ii) Các hỗ trợ cho sản phẩm nông nghiệp

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

(iii) An toàn thực phẩm

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

Theo đó, từ đầu năm 2017, các sản phẩm rau quả có nguồn gốc từ thị trường Châu Á đã ghi nhận nhiều trường hợp vi phạm tại lãnh thổ Thụy Sỹ. BLV đã yêu cầu các nhà nhập khẩu nâng cao quy trình tự kiểm soát và tự chịu trách nhiệm đối với các vi phạm, đặc biệt đối với các vi phạm có tính chất lặp lại sẽ có hình thức xử phạt thích đáng.

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

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

III. THỊ TRƯỜNG CHÂU MỸ

1. Tình hình xuất nhập khẩu chung

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

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

Xuất nhập khẩu Việt Nam với Châu Mỹ năm 2017 đạt 65,84 tỷ USD, tăng 9,9% so với năm 2016 (60,6 tỷ USD). Trong đó, xuất khẩu của Việt Nam sang thị trường này đạt 51,3 tỷ USD, tăng 10,7% so với năm 2016 (47,54 tỷ USD). Nhập khẩu từ thị trường Châu Mỹ đạt 15,33 tỷ USD, tăng 7,3% so với năm 2016.

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

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

2.1. Khu vực Bắc Mỹ

2.1.1. Hoa Kỳ

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

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

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

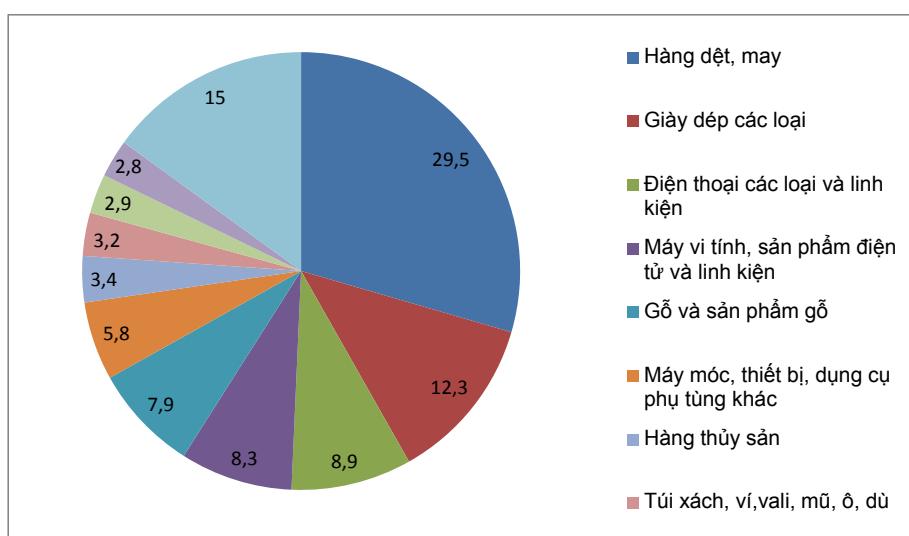
Năm 2017, kim ngạch xuất nhập khẩu Việt Nam vào thị trường Hoa Kỳ đạt hơn 50,81 tỷ USD, tăng 8,2% so với năm 2016 (đạt 47,2 tỷ USD vào năm 2016). Kim ngạch xuất khẩu năm 2017 vào riêng thị trường Hoa Kỳ chiếm tới 19,44% tổng kim ngạch xuất khẩu của cả nước. Kim ngạch nhập khẩu hàng hóa từ Hoa Kỳ trong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

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

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

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

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



Nguồn: Tổng cục Hải quan

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

- Giày dép chiếm tỷ trọng 13,3% tổng xuất khẩu vào thị trường Hoa Kỳ. Năm 2017, xuất khẩu giày dép của Việt Nam vào Hoa Kỳ đạt 5,11 tỷ USD, tăng 14,1% so với năm 2016.

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

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

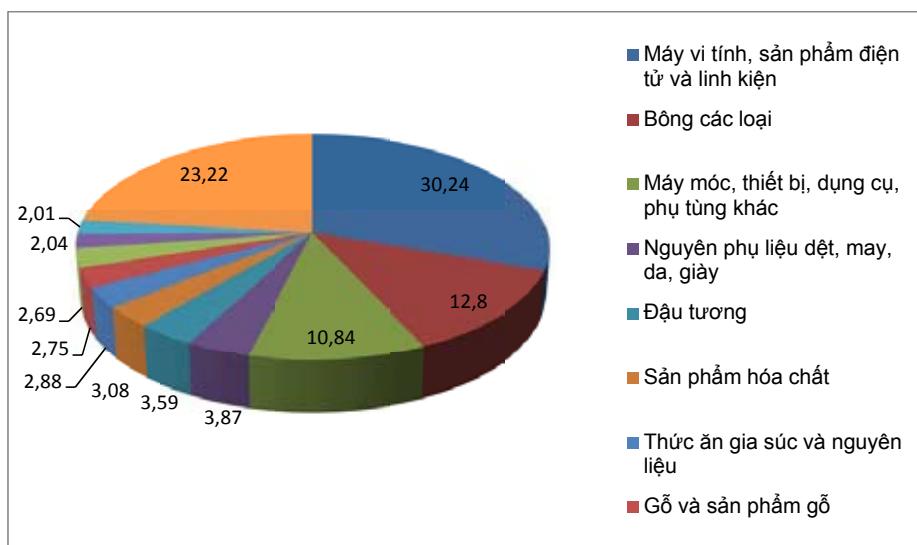
- Gỗ và sản phẩm gỗ chiếm tỷ trọng 7,85% tổng xuất khẩu vào thị trường Hoa Kỳ. Năm 2017, xuất khẩu mặt hàng này của Việt Nam vào Hoa Kỳ đạt 3,267 tỷ USD, tăng 15,7% so với năm 2016.

Nhập khẩu

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

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

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



Nguồn: Tổng cục Hải quan

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

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

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

* Nhận xét, đánh giá

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

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

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

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

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

- Hoa Kỳ rút khỏi TPP

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

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

- Thực thi các chính sách kinh tế thương mại

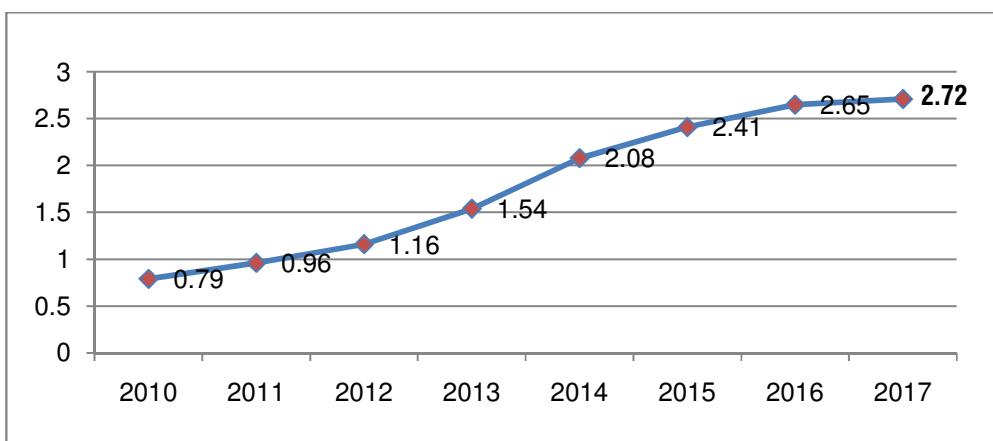
Với quan điểm Hoa Kỳ đang bị lợi dụng do sự bất bình đẳng trong quan hệ thương mại với các nước khác, sau khi đắc cử, Tổng thống Trump đã thực hiện cam kết tranh cử của mình bằng việc ký Sắc lệnh hành pháp yêu cầu Bộ Thương mại Hoa Kỳ và Văn phòng Đại diện Thương mại Hoa Kỳ phải tiến hành điều tra báo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

2.1.2. Canada

Kim ngạch xuất nhập khẩu Việt Nam - Canada năm 2017 đạt 3,49 tỷ USD, tăng 14,5% so với năm 2016. Trong đó, kim ngạch xuất khẩu sang Canada đạt 2,71 tỷ USD, tăng 2,4% và kim ngạch nhập khẩu từ Canada đạt 774 triệu USD, tăng 95,8% so với năm 2016. Trong thương mại song phương, Việt Nam luôn xuất siêu sang Canada. Xuất siêu năm 2017 đạt 1,94 tỷ USD.

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

Đơn vị: Tỷ USD



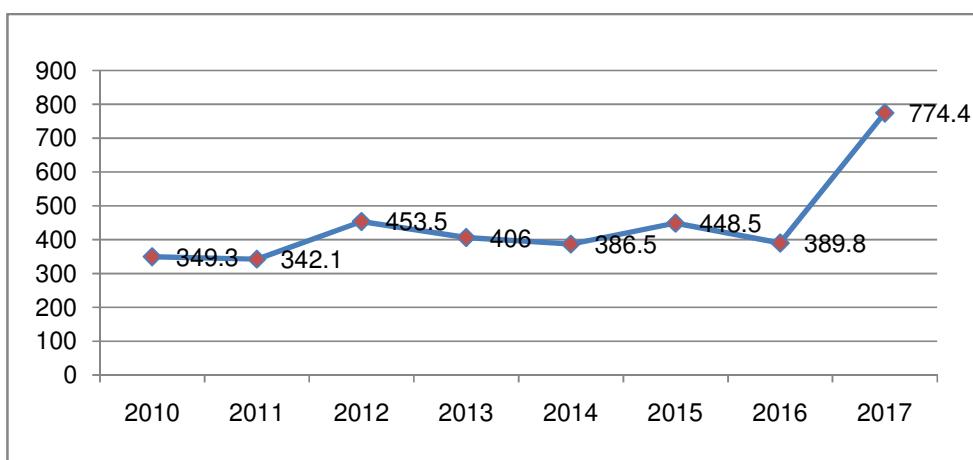
Nguồn: Tổng cục Hải quan

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

Kim ngạch nhập khẩu của Việt Nam từ Canada trong năm 2017 có mức tăng cao so với mức tăng của các năm khác do kim ngạch nhập khẩu hai mặt hàng là sản phẩm lúa mỳ và đậu tương tăng mạnh (lúa mỳ tăng 1.13% và đậu tương tăng 114,5%). Các mặt hàng nhập khẩu khác vẫn giữ kim ngạch khá ổn định, tập trung chủ yếu là các mặt hàng phục vụ cho sản xuất hoặc các sản phẩm mà Việt Nam chưa sản xuất được như: phân bón; linh kiện, phụ tùng máy bay...

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

Đơn vị: triệu USD



Nguồn: Tổng cục Hải quan

* Một số chính sách của Canada:

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

2.2. Khu vực Mỹ Latinh

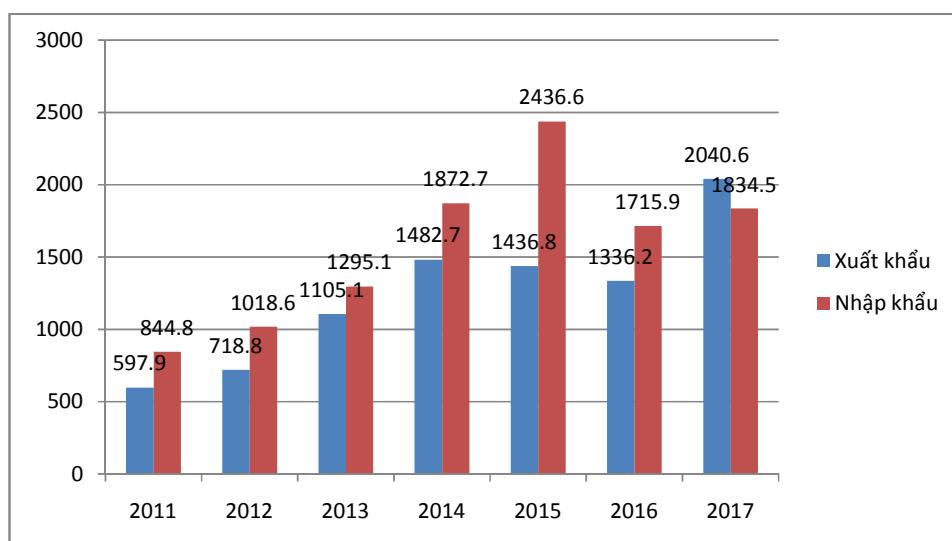
Kim ngạch thương mại song phương của Việt Nam với khu vực Mỹ Latinh năm 2017 đạt 11,87 tỷ USD, tăng 17,3% so với năm 2016. Trong đó xuất khẩu đạt 6,19 tỷ USD, tăng 32,54% và nhập khẩu đạt 5,35 tỷ USD, tăng 3,14% so với năm 2016. Trong bối cảnh khu vực Mỹ Latinh vẫn còn bị tác động bởi suy thoái kinh tế trong 2 năm liên tiếp thì mức tăng trưởng này là một con số đáng khích lệ. Các thị trường thương mại trọng điểm của Việt Nam lần lượt là Brazil, Argentina, Mexico và Chile.

2.2.1. Brazil

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

Kim ngạch xuất nhập khẩu giữa Việt Nam và Brazil năm 2017 đạt 3,87 tỷ USD tăng 27% so với cùng kỳ năm 2016, trong đó kim ngạch xuất khẩu đạt 2,04 tỷ tăng 52,6%, kim ngạch nhập khẩu đạt 1,83 tỷ USD tăng 6,5% so với năm 2016. Thặng dư thương mại đạt 206 triệu USD.

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



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

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

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

Nguồn: Tổng cục Hải quan

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

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

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

Nguồn: Tổng cục Hải quan

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

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

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

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

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

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

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

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

2.2.2. Chile

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

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

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

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

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

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

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

Năm 2014, kể từ khi thực thi VCFTA, các Tổ chức cấp C/O được Bộ Công Thương ủy quyền đã cấp 6129 bộ C/O mẫu VC sang Chile, đạt 186 triệu USD, chiếm 35,6% kim ngạch xuất khẩu sang Chile. Do công tác tuyên truyền tốt tới các doanh nghiệp Việt Nam, năm 2017 số lượng C/O mẫu VC cấp đã tăng lên 14.299 bộ, đạt 684,7 triệu USD. Hiện tỷ lệ tận dụng C/O mẫu VC là cao nhất so với các mẫu C/O ưu đãi khác (69%).

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

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

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

2.2.3. Argentina

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

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

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

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

IV. THỊ TRƯỜNG CHÂU PHI

1. Tình hình xuất nhập khẩu chung

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

2. Xuất nhập khẩu với một số thị trường

2.1. Nam Phi

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

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

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

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

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

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

2.2. Ai Cập

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

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

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

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

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

- *Chính sách quản lý xuất nhập khẩu:*

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

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

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

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

2.3. Nigeria

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

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

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

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

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

2.4. Ghana

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

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



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

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

2.5. Tanzania

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

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

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

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

2.6. Algeria

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

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

- Chính sách quản lý xuất nhập khẩu:

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

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

2.7. Bờ Biển Ngà

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

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

V. THỊ TRƯỜNG CHÂU ĐẠI DƯƠNG

1. Tình hình xuất nhập khẩu chung

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

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

2.1. Australia

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

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

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

2.2. New Zealand

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

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

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

Nhập khẩu từ New Zealand đạt 449 triệu USD, tăng 25,8% so với năm 2016. Nguyên nhân là do một số mặt hàng có sự tăng trưởng mạnh như: phế liệu sắt thép (đạt 26,5 triệu USD, tăng 145,5%); gỗ và sản phẩm gỗ (đạt 60,7 triệu USD, tăng 8,4%); sắt thép (đạt 6,25 triệu USD, tăng 82,1%); sữa và sản phẩm sữa (đạt 232,8 triệu USD, tăng 26,2%); rau quả (đạt 31 triệu USD, tăng 41,6%).

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

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

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

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

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

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

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



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

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

Một số thông tin cụ thể:

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

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

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

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

(ii) Xuất khẩu trái cây tươi sang Australia

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

(iii) Xuất khẩu trái cây tươi sang New Zealand

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

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

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

CHƯƠNG V:

**CHÍNH SÁCH,
CƠ CHẾ
XUẤT NHẬP KHẨU**



I. VĂN BẢN QUY PHẠM PHÁP LUẬT VỀ XUẤT NHẬP KHẨU**1. Một số văn bản quy phạm pháp luật liên quan đến xuất nhập khẩu năm 2017**

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

1.1. Luật

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

1.2. Nghị định

- Nghị định số 39/2017/NĐ-CP ngày 4/4/2017 của Chính phủ về quản lý thức ăn chăn nuôi, thủy sản.
- Nghị định số 40/2017/NĐ-CP ngày 5/4/2017 của Chính phủ về quản lý sản xuất, kinh doanh muối.
- Nghị định số 54/2017/NĐ-CP ngày 8/5/2017 của Chính phủ quy định chi tiết một số điều và biện pháp thi hành Luật dược.
- Nghị định số 55/2017/NĐ-CP ngày 9/5/2017 của Chính phủ về quản lý nuôi, chế biến và xuất khẩu sản phẩm cá tra.
- Nghị định số 66/2017/NĐ-CP ngày 19/5/2017 của Chính phủ quy định điều kiện kinh doanh thiết bị, phần mềm ngụy trang dùng để ghi âm, ghi hình, định vị.
- Nghị định số 105/2017/NĐ-CP ngày 14/9/2017 của Chính phủ về kinh doanh rượu.
- Nghị định số 106/2017/NĐ-CP ngày 14/9/2017 của Chính phủ sửa đổi, bổ sung một số điều của Nghị định số 67/2013/NĐ-CP ngày 27 tháng 9 năm 2013 của Chính phủ quy định chi tiết một số điều và biện pháp thi hành Luật phòng, chống tác hại của thuốc lá về kinh doanh thuốc lá.
- Nghị định số 108/2017/NĐ-CP ngày 20/9/2017 của Chính phủ về quản lý phân bón.
- Nghị định số 116/2017/NĐ-CP ngày 17/10/2017 của Chính phủ quy định điều kiện sản xuất, lắp ráp, nhập khẩu và kinh doanh dịch vụ bảo hành, bảo dưỡng ô tô.
- Nghị định số 163/2017/NĐ-CP ngày 30/12/2017 của Chính phủ quy định về kinh doanh dịch vụ logistics.

1.3. Thông tư

- Thông tư số 01/2017/TT-BCT ngày 24/1/2017 của Bộ trưởng Bộ Công Thương quy định việc áp dụng hạn ngạch thuế quan nhập khẩu thuốc lá nguyên liệu và trứng gia cầm có xuất xứ từ các nước thành viên của Liên minh Kinh tế Á Âu năm 2017, 2018 và 2019.
- Thông tư số 03/2017/TT-BCT ngày 3/3/2017 của Bộ trưởng Bộ Công Thương quy định về nguyên tắc điều hành hạn ngạch thuế quan nhập khẩu đối với mặt hàng muối, trứng gia cầm năm 2017.
- Thông tư số 04/2017/TT-BCT ngày 9/3/2017 của Bộ trưởng Bộ Công Thương sửa đổi, bổ sung Thông tư số 20/2011/TT-BCT ngày 12 tháng 5 năm 2011 của Bộ trưởng Bộ Công Thương quy định bổ sung thủ tục nhập khẩu xe ô tô chở người loại từ 09 chỗ ngồi trở xuống.
- Thông tư số 05/2017/TT-BCT ngày 21/4/2017 của Bộ trưởng Bộ Công Thương quy định về đấu giá hạn ngạch thuế quan nhập khẩu đường năm 2017.
- Thông tư số 06/2017/TT-BCT ngày 25/5/2017 sửa đổi, bổ sung Thông tư số 22/2009/TT-BCT ngày 04 tháng 8 năm 2009 của Bộ Công Thương quy định về quá cảnh hàng hóa của nước Cộng hòa Dân chủ Nhân dân Lào qua lãnh thổ nước Cộng hòa xã hội chủ nghĩa Việt Nam.
- Thông tư số 07/2017/TT-BCT ngày 29/5/2017 của Bộ trưởng Bộ Công Thương quy định cửa khẩu nhập khẩu một số mặt hàng phân bón.
- Thông tư số 11/2017/TT-BCT ngày 28/7/2017 của Bộ trưởng Bộ Công Thương quy định về hoạt động tạm nhập, tái xuất; tạm xuất, tái nhập và chuyển khẩu hàng hóa.
- Thông tư số 14/2017/TT-BCT ngày 28/8/2017 bãi bỏ Thông tư số 12/2015/TT-BCT ngày 12 tháng 6 năm 2015 của Bộ trưởng Bộ Công Thương quy định việc áp dụng chế độ cấp Giấy phép nhập khẩu tự động đối với một số sản phẩm thép.
- Thông tư số 25/2017/TT-BCT ngày 29/11/2017 của Bộ trưởng Bộ Công Thương quy định việc nhập khẩu thuốc lá nguyên liệu theo hạn ngạch thuế quan năm 2018.
- Thông tư số 21/2017/TT-BCT ngày 23/10/2017 của Bộ trưởng Bộ Công Thương ban hành Quy chuẩn kỹ thuật quốc gia về mức giới hạn hàm lượng formaldehyt và các amin thơm chuyển hóa từ thuốc nhuộm azo trong sản phẩm dệt may.
- Thông tư số 27/2017/TT-BCT ngày 6/12/2017 của Bộ trưởng Bộ Công Thương sửa đổi, bổ sung một số điều của Thông tư số 28/2015/TT-BCT ngày 20 tháng 8 năm 2015 của Bộ Công Thương quy định việc thực hiện thí điểm tự chứng nhận xuất xứ hàng hóa trong Hiệp định Thương mại hàng hóa ASEAN.

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

(ii) Các biện pháp hành chính

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

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

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

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

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

(iv) Các biện pháp kỹ thuật, kiểm dịch

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

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

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

(v) Các biện pháp phòng vệ thương mại

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

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

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

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

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

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

(viii) Giải quyết tranh chấp

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

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

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

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

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

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

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

II. THUẬN LỢI HÓA THƯƠNG MẠI

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

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

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

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

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

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

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

1.2. Nâng cao năng lực dịch vụ công trực tuyến

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

- (iv) Thủ tục cấp chứng nhận xuất xứ mẫu D;
- (v) Thủ tục cấp giấy phép nhập khẩu tự động mô-tô phân khối lớn.

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

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

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

- (i) Thủ tục cấp giấy phép xuất nhập khẩu tiền chất vật liệu nổ công nghiệp;
- (ii) Thủ tục cấp giấy phép xuất nhập khẩu tiền chất sử dụng trong lĩnh vực công nghiệp;
- (iii) Thủ tục khai báo hóa chất nhập khẩu;
- (iv) Thủ tục nhập khẩu thuốc lá nhằm mục đích phi thương mại;
- (v) Thủ tục đề nghị cấp văn bản chấp thuận tham gia thí điểm tự chứng nhận xuất xứ trong ASEAN;
- (vi) Thủ tục thông báo chỉ tiêu nhập khẩu nguyên liệu thuốc lá, giấy cuốn điếu thuốc lá.

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

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

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

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

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

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

1.4.2. Xã hội hóa công tác kiểm tra chuyên ngành

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

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

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

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

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

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

2. Nâng cao năng lực logistics

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

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

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

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

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

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

2.2. Về thể chế chính sách

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

2.3. Về cơ sở hạ tầng

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

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

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

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

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

2.4. Phát triển thị trường dịch vụ logistics

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

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

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

2.5. Đào tạo nguồn nhân lực cho logistics

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

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

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

III. PHÁT TRIỂN XUẤT KHẨU

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

3. Chương trình Thương hiệu Quốc gia

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

4. Chương trình Xúc tiến thương mại quốc gia

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

4.1. Về phát triển thị trường

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

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

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

4.2. Về phát triển ngành hàng

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

Đối với nhóm hàng nông, thủy sản, thông qua các đơn vị chủ trì, Chương trình Xúc tiến thương mại quốc gia đã hỗ trợ các doanh nghiệp tham gia các hội chợ triển lãm hàng đầu thế giới về nông sản, thực phẩm tại các thị trường trọng điểm như: Hội chợ Rau quả Asia Fruit Logistica (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. Mỗi chương trình thu hút trung bình 10-15 doanh nghiệp tham gia, giá trị hợp đồng ký kết đạt trung bình khoảng 5 triệu USD. Hoạt động xúc tiến thương mại đã chú trọng hỗ trợ doanh nghiệp xây dựng, phát triển sản phẩm, thương hiệu, nâng cao giá trị gia tăng và tạo chỗ đứng cho nông sản Việt Nam trên thị trường thế giới.

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

IV. XUẤT XỨ HÀNG HÓA

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

1.1. Hình thức chứng nhận xuất xứ qua Internet

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

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

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

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

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

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

1.2. Cơ chế doanh nghiệp tự chứng nhận xuất xứ

1.2.1. Cơ sở pháp lý

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

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

1.2.2. Thực tế triển khai TCNXX tại Việt Nam

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

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

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

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

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

1.3. Công tác tuyên truyền phổ biến FTA

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

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

2. Tỷ lệ sử dụng C/O ưu đãi

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

2.2.2. Về tỷ lệ tận dụng ưu đãi FTA

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

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

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

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

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

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

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

Nguồn: Bộ Công Thương và Tổng cục Hải quan

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

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

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

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

Thị trường Ấn Độ (C/O mẫu AI)

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

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

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

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

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

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

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

Thị trường ASEAN (C/O mẫu D)

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

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

Thị trường Trung Quốc (C/O mẫu E)

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

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

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

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

Thị trường Chile (C/O mẫu VC)

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

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

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

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

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

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

Thị trường Liên minh Kinh tế Á - Âu

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

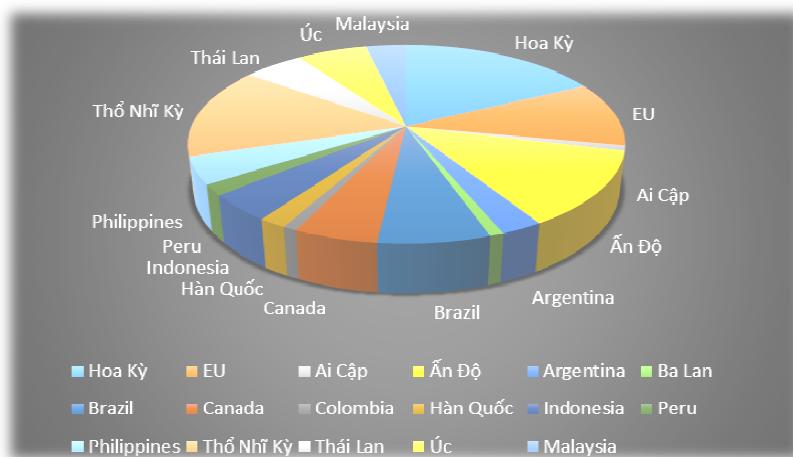
V. PHÒNG VỆ THƯƠNG MẠI

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

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

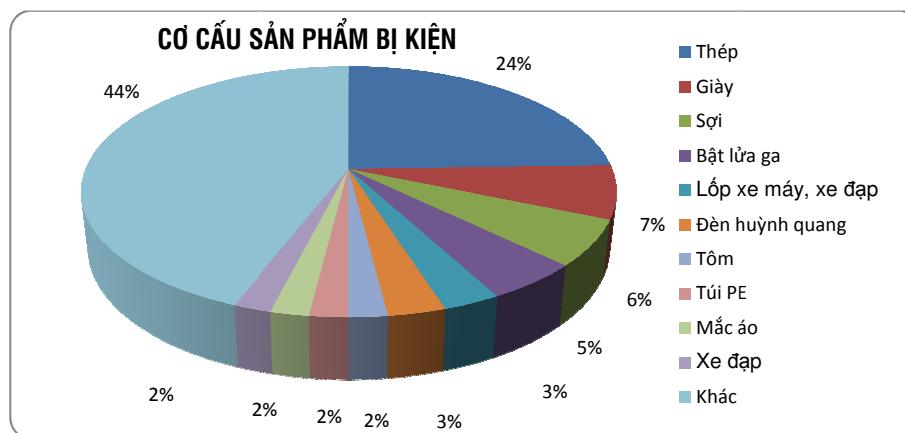
Tính đến hết năm 2017, đã có 124 vụ việc phòng vệ thương mại (PVTM) của nước ngoài tiến hành điều tra và áp dụng liên quan đến hàng hóa xuất khẩu của Việt Nam, trong đó: chống bán phá giá (AD) 75 vụ, chống trợ cấp (CVD) 10 vụ, chống lẩn tránh thuế (AC) 17 vụ và tự vệ (SG) 22 vụ. Hoa Kỳ là nước điều tra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

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



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

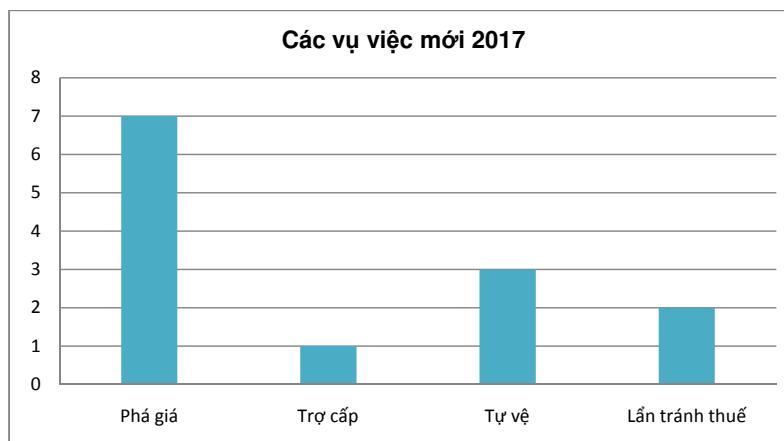
Biểu đồ 13: Các biện pháp PVTM theo mặt hàng



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

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

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



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

1.2. Các vụ việc giải quyết tranh chấp tại WTO

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

1.3. Vấn đề kinh tế thị trường

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

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

1.4. Một số phân tích, đánh giá

1.4.1. Kết quả đạt được

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

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

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

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

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

1.4.2. Tồn tại, hạn chế

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

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

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

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

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

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

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

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

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



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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

2.2. Một số đánh giá

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

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

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

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

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

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

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

CHƯƠNG VI:

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



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

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

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

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

2. Hiệp định TPP và CPTPP

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

8. Công tác APEC

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

- Hội nghị các Quan chức Cao cấp APEC lần thứ nhất năm 2017 (SOM 1) và các sự kiện liên quan tại thành phố Nha Trang, tỉnh Khánh Hòa, từ ngày 18/02/2017 đến ngày 03/3/2017.
- Hội nghị các Quan chức Cao cấp APEC lần thứ hai năm 2017 (SOM 2) và các sự kiện liên quan tại Hà Nội từ ngày 08/5/2017 đến ngày 18/5/2017.
- Hội nghị các Bộ trưởng Phụ trách Thương mại APEC lần thứ 23 (MRT 23) tại Hà Nội từ ngày 20 đến ngày 21 tháng 5 năm 2017.
- Hội nghị các Quan chức Cao cấp APEC lần thứ ba năm 2017 (SOM 3) và các sự kiện liên quan tại thành phố Hồ Chí Minh, từ ngày 18/8/2017 đến ngày 30/8/2017.
- Hội nghị các Quan chức Cao cấp APEC phiên tổng kết (CSOM), từ ngày 06 đến ngày 07 tháng 11 năm 2017 tại Đà Nẵng.
- Hội nghị liên Bộ trưởng Ngoại giao - Kinh tế APEC lần thứ 29 (AMM 29) ngày 08 tháng 11 năm 2017 tại Đà Nẵng.
- Hội nghị Cấp cao APEC lần thứ 25 (AELM 25) ngày 10 và 11/11/2017 tại Đà Nẵng cùng các sự kiện bên lề có liên quan.

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

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

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

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

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

9. Cộng đồng kinh tế ASEAN (AEC)

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

BÁO CÁO XUẤT NHẬP KHẨU VIỆT NAM 2017

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

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

Đơn vị: USD

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

BÁO CÁO XUẤT NHẬP KHẨU VIỆT NAM 2017

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

BÁO CÁO XUẤT NHẬP KHẨU VIỆT NAM 2017

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

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

Đơn vị: USD

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

BÁO CÁO XUẤT NHẬP KHẨU VIỆT NAM 2017

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

BÁO CÁO XUẤT NHẬP KHẨU VIỆT NAM 2017

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

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

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

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

BÁO CÁO XUẤT NHẬP KHẨU VIỆT NAM 2017

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

BÁO CÁO XUẤT NHẬP KHẨU VIỆT NAM 2017

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

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

Đơn vị: USD

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

BÁO CÁO XUẤT NHẬP KHẨU VIỆT NAM 2017

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

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

Đơn vị: USD

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

BÁO CÁO XUẤT NHẬP KHẨU VIỆT NAM 2017

Thụy Điển	341.279.804	0,16	311.064.861	0,18	9,7
Ai Len	1.380.524.591	0,65	1.026.830.841	0,59	34,4
Ba Lan	230.671.150	0,11	191.745.167	0,11	20,3
Đan Mạch	321.296.389	0,15	331.763.530	0,19	-3,2
Hungary	147.306.945	0,07	173.160.070	0,10	-14,9
Bồ Đào Nha	62.993.015	0,03	50.616.590	0,03	24,5
Séc	106.188.749	0,05	104.587.871	0,06	1,5
Bungari	70.803.473	0,03	171.026.538	0,10	-58,6
Slovenia	42.197.557	0,02	35.298.641	0,02	19,5
Slovakia	35.983.091	0,02	32.312.802	0,02	11,4
Cyprus	44.569.193	0,02	35.567.084	0,02	25,3
Hy Lạp	63.995.077	0,03	50.398.210	0,03	27,0
Croatia	28.951.938	0,01	32.069.435	0,02	-9,7
Malta	24.471.523	0,01	36.603.236	0,02	-33,1
Litva	25.766.886	0,01	28.040.369	0,02	-8,1
Latvia	8.085.590	0,00	8.529.346	0,00	-5,2
Luxembourg	28.322.609	0,01	22.736.648	0,01	24,6
Estonia	9.446.478	0,00	6.275.901	0,00	50,5
Rumania	86.131.070	0,04	168.391.260	0,10	-48,9
Ngoài EU					
Nga	1.385.397.210	0,66	1.130.999.244	0,65	22,5
Thụy Sỹ	599.922.732	0,28	505.873.079	0,29	18,6
Na Uy	238.379.870	0,11	263.697.734	0,15	-9,6
Thổ Nhĩ Kỳ	223.724.675	0,11	171.383.644	0,10	30,5
Belarus	94.041.655	0,04	92.017.324	0,05	2,2
Ukraina	109.256.850	0,05	75.944.916	0,04	43,9

CHÂU MỸ

Hoa Kỳ	9.203.377.998	4,36	8.701.597.928	4,98	5,8
Brazil	1.834.575.752	0,87	1.722.310.359	0,99	6,5
Argentina	2.548.488.506	1,21	2.672.225.009	1,53	-4,6
Chile	282.749.605	0,13	231.738.091	0,13	22,0
Canada	774.413.472	0,37	395.469.577	0,23	95,8
Mexico	566.768.201	0,27	483.937.123	0,28	17,1
Peru	117.145.033	0,06	76.490.396	0,04	53,1

CHÂU PHI

Nam Phi	242.323.373	0,11	149.497.970	0,09	62,1
Bờ biển Ngà	892.040.452	0,42	702.960.807	0,40	26,9
Cameroon	205.912.888	0,10	186.244.182	0,11	10,6
Tunisia	10.980.081	0,01	8.671.318	0,00	26,6

CHÂU ĐẠI DƯƠNG

Australia	3.165.625.195	1,50	2.424.906.688	1,39	30,5
New Zealand	448.981.730	0,21	356.851.767	0,20	25,8

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

Đơn vị: USD

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

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

Đơn vị: USD

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

BỘ CÔNG THƯƠNG

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

Số: 3913/QĐ-BCT

Hà Nội, ngày 12 tháng 10 năm 2017

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

BỘ TRƯỞNG BỘ CÔNG THƯƠNG

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

Theo đề nghị của Cục trưởng Cục Xuất nhập khẩu,

QUYẾT ĐỊNH

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

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

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

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

Nơi nhận:

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

BỘ TRƯỞNG



Trần Tuấn Anh

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

I. DANH SÁCH HỘI ĐỒNG BIÊN TẬP

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



II. DANH SÁCH TỔ THƯ KÝ BIÊN TẬP

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



MỤC LỤC

LỜI NÓI ĐẦU	3
-------------------	---

CHƯƠNG I. TỔNG QUAN.....	5
---------------------------------	----------

I. KINH TẾ VIỆT NAM VÀ THẾ GIỚI NĂM 2017	6
---	----------

1. Kinh tế Việt Nam năm 2017.....	6
-----------------------------------	---

2. Kinh tế thế giới và các đối tác thương mại lớn của Việt Nam	8
--	---

II. TỔNG QUAN VỀ XUẤT KHẨU, NHẬP KHẨU HÀNG HÓA NĂM 2017	11
--	-----------

CHƯƠNG II. TÌNH HÌNH XUẤT KHẨU CÁC MẶT HÀNG	15
--	-----------

I. XUẤT KHẨU NHÓM HÀNG NÔNG SẢN, THỦY SẢN	16
--	-----------

1. Tình hình xuất khẩu chung	16
------------------------------------	----

1.1. Về kim ngạch	16
-------------------------	----

1.2. Về mặt hàng	16
------------------------	----

1.3. Về thị trường	17
--------------------------	----

2. Xuất khẩu một số mặt hàng nông sản, thủy sản.....	18
--	----

2.1. Gạo	18
----------------	----

2.2. Thủy sản	21
---------------------	----

2.3. Cà phê	25
-------------------	----

2.4. Chè	27
----------------	----

2.5. Cao su	28
-------------------	----

2.6. Hồ tiêu	29
--------------------	----

2.7. Hạt điều.....	31
--------------------	----

2.8. Rau quả.....	32
-------------------	----

2.9. Sắn và sản phẩm từ sắn	35
-----------------------------------	----

II. XUẤT KHẨU NHÓM HÀNG CÔNG NGHIỆP	36
--	-----------

1. Tình hình xuất khẩu chung	36
------------------------------------	----

1.1. Về kim ngạch	36
-------------------------	----

1.2. Về mặt hàng	36
------------------------	----

1.3. Về thị trường	37
--------------------------	----

2. Xuất khẩu một số mặt hàng công nghiệp	38
--	----

2.1. Dệt may.....	38
-------------------	----

2.2. Giày dép.....	42
--------------------	----

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

CHƯƠNG IV. THỊ TRƯỜNG XUẤT KHẨU, NHẬP KHẨU	73
I. THỊ TRƯỜNG CHÂU Á	74
1. Tình hình xuất nhập khẩu chung	74
2. Xuất nhập khẩu với một số thị trường.....	74
2.1. Khu vực Đông Bắc Á	74
2.2. Khu vực ASEAN	81
2.3. Khu vực Tây Á	86
2.4. Khu vực Nam Á	89
II. THỊ TRƯỜNG CHÂU ÂU.....	91
1. Tình hình xuất nhập khẩu chung	91
2. Tình hình xuất nhập khẩu đối với từng khu vực thị trường	92
2.1. Khu vực EU	92
2.2. Khu vực Liên minh Kinh tế Á Âu (EAEU)	96
2.3. Khu vực EFTA	101
III. THỊ TRƯỜNG CHÂU MỸ	105
1. Tình hình xuất nhập khẩu chung	105
2. Xuất nhập khẩu đối với từng khu vực thị trường	105
2.1. Khu vực Bắc Mỹ	105
2.2. Khu vực Mỹ Latinh	112
IV. THỊ TRƯỜNG CHÂU PHI.....	116
1. Tình hình xuất nhập khẩu chung	116
2. Xuất nhập khẩu với một số thị trường	118
V. THỊ TRƯỜNG CHÂU ĐẠI DƯƠNG	123
1. Tình hình xuất nhập khẩu chung	123
2. Xuất nhập khẩu với một số thị trường quan trọng	123
2.1. Australia	123
2.2. New Zealand.....	123
CHƯƠNG V. CHÍNH SÁCH, CƠ CHẾ XUẤT NHẬP KHẨU	127
I. VĂN BẢN QUY PHẠM PHÁP LUẬT VỀ XUẤT NHẬP KHẨU.....	128
1. Một số văn bản quy phạm pháp luật liên quan đến xuất nhập khẩu năm 2017	128

1.1. Luật	128
1.2. Nghị định	128
1.3. Thông tư	129
2. Một số điểm mới của Luật Quản lý ngoại thương	130
II. THUẬN LỢI HÓA THƯƠNG MẠI	134
1. Cải cách thủ tục hành chính, cải thiện môi trường đầu tư kinh doanh	134
1.1. Đơn giản hóa thủ tục hành chính, cắt giảm điều kiện đầu tư kinh doanh	134
1.2. Nâng cao năng lực dịch vụ công trực tuyến	134
1.3. Cơ chế Một cửa Quốc gia, Cơ chế Một cửa ASEAN	135
1.4. Nâng cao hiệu lực, hiệu quả công tác kiểm tra chuyên ngành.....	136
2. Nâng cao năng lực logistics	138
2.1. Tình hình phát triển dịch vụ logistics tại Việt Nam	138
2.2. Về thể chế chính sách	139
2.3. Về cơ sở hạ tầng	140
2.4. Phát triển thị trường dịch vụ logistics	141
2.5. Đào tạo nguồn nhân lực cho logistics.....	142
III. PHÁT TRIỂN XUẤT KHẨU	142
1. Sơ kết 5 năm thực hiện Chiến lược Xuất nhập khẩu hàng hóa thời kỳ 2011-2020, định hướng đến 2030	142
2. Chiến lược phát triển thị trường xuất khẩu gạo của Việt Nam giai đoạn 2017-2020, định hướng đến năm 2030	145
3. Chương trình Thương hiệu Quốc gia	147
4. Chương trình Xúc tiến thương mại quốc gia.....	148
IV. XUẤT XỨ HÀNG HÓA	151
1. Các biện pháp tạo thuận lợi trong hoạt động cấp Giấy chứng nhận xuất xứ hàng hóa	151
1.1. Hình thức chứng nhận xuất xứ qua Internet	151
1.2. Cơ chế doanh nghiệp tự chứng nhận xuất xứ	152
1.3. Công tác tuyên truyền phổ biến FTA	153
2. Tỷ lệ sử dụng C/O ưu đãi	153
2.1. Tình hình cấp C/O ưu đãi của Bộ Công Thương	153
2.2. Tỷ lệ sử dụng C/O ưu đãi đối với các mặt hàng xuất khẩu của Việt Nam năm 2017	154
3. Một số quy định mới về xuất xứ hàng hóa trong các hiệp định	157

V. PHÒNG VỆ THƯƠNG MẠI	159
1. Các vụ việc phòng vệ thương mại đối với hàng hóa xuất khẩu của Việt Nam	159
1.1. Tình hình điều tra, áp dụng các biện pháp phòng vệ thương mại đối với hàng hóa xuất khẩu của Việt Nam	159
1.2. Các vụ việc giải quyết tranh chấp tại WTO	161
1.3. Vấn đề kinh tế thị trường	161
1.4. Một số phân tích, đánh giá	161
2. Các vụ việc phòng vệ thương mại đối với hàng hóa nhập khẩu vào Việt Nam	163
2.1. Các vụ việc phòng vệ thương mại do Việt Nam khởi xướng điều tra áp dụng đối với hàng hóa nhập khẩu vào Việt Nam năm 2017	163
2.2. Một số đánh giá	166
CHƯƠNG VI. CÁC ĐIỀU ƯỚC QUỐC TẾ LIÊN QUAN ĐẾN THƯƠNG MẠI HÀNG HÓA	167
I. TÌNH HÌNH ĐÀM PHÁN, KÝ KẾT CÁC HIỆP ĐỊNH THƯƠNG MẠI TỰ DO	168
1. Hoạt động và quan hệ thương mại của Việt Nam trong WTO	168
2. Hiệp định TPP và CPTPP	168
3. FTA giữa Việt Nam và Khối Thương mại tự do Châu Âu (EFTA)	169
4. Hiệp định thương mại tự do giữa Việt Nam và Israel	169
5. Hiệp định Thương mại tự do Việt Nam-EU (EVFTA)	169
6. Hiệp định ASEAN - Hồng Kông (Trung Quốc)	170
7. Hiệp định Đối tác Kinh tế toàn diện khu vực (RCEP)	170
8. Công tác APEC	171
9. Cộng đồng kinh tế ASEAN (AEC)	173
II. CÁC HIỆP ĐỊNH THƯƠNG MẠI SONG PHƯƠNG, CÁC MOU LIÊN QUAN ĐẾN THƯƠNG MẠI HÀNG HÓA	173
1. Bản Thỏa thuận thúc đẩy thương mại song phương Việt Nam - Campuchia	173
2. Các MOU về hợp tác kinh tế thương mại giữa Việt Nam với một số nước trong khu vực Đông Nam Á	174
PHỤ LỤC: BIỂU SỐ LIỆU XUẤT KHẨU, NHẬP KHẨU 2017	175
DANH MỤC BẢNG	200
DANH MỤC BIỂU ĐỒ	201
DANH MỤC VIẾT TẮT	202

DANH MỤC BẢNG

Bảng 1: Cơ cấu xuất khẩu gạo năm 2017 theo chủng loại	19
Bảng 2: Top 10 thị trường xuất khẩu gạo lớn nhất của Việt Nam năm 2017	20
Bảng 3: Các mặt hàng công nghiệp có giá trị xuất khẩu trên 1 tỷ USD	37
Bảng 4: Kim ngạch xuất khẩu các sản phẩm của ngành dệt may năm 2017	39
Bảng 5: Top 10 thị trường xuất khẩu lớn nhất của sản phẩm ngành dệt may năm 2017	40
Bảng 6: Top 10 thị trường xuất khẩu lớn nhất của mặt hàng máy vi tính, sản phẩm điện tử và linh kiện năm 2017	46
Bảng 7: Cơ cấu mặt hàng xuất khẩu năm 2017	46
Bảng 8: Thị trường xuất khẩu than.....	51
Bảng 9: Thị trường xuất khẩu quặng và khoáng sản khác	52
Bảng 10: Thị trường nhập khẩu than	60
Bảng 11: Nhập khẩu nguyên phụ liệu dệt may, da giày năm 2017	60
Bảng 12: Thị trường cung cấp bông cho Việt Nam năm 2017	62
Bảng 13: Thị trường cung cấp xơ, sợi dệt cho Việt Nam năm 2017	62
Bảng 14: Top 10 thị trường cung cấp vải lớn nhất cho Việt Nam năm 2017.....	63
Bảng 15: Thị trường cung cấp ô tô cho Việt Nam năm 2017.....	67
Bảng 16: Thị trường cung cấp linh kiện, phụ tùng ô tô năm 2017	69
Bảng 17: Thống kê kim ngạch xuất nhập khẩu Việt Nam - EU	93
Bảng 18: Hạn ngạch đối với ô tô nguyên chiếc và bộ linh kiện, phụ tùng	101
Bảng 19: Một số mặt hàng xuất khẩu lớn của Việt Nam sang Thụy Sỹ	101
Bảng 20: Một số mặt hàng nhập khẩu lớn của Việt Nam từ Thụy Sỹ	102
Bảng 21: Một số mặt hàng xuất khẩu lớn của Việt Nam sang Na Uy.....	103
Bảng 22: Một số mặt hàng xuất khẩu của Việt Nam sang Brazil năm 2017	113
Bảng 23: Một số mặt hàng nhập khẩu lớn của Việt Nam từ Brazil năm 2017.....	113
Bảng 24: Tỷ lệ tận dụng C/O ưu đãi của Việt Nam năm 2017	154

DANH MỤC BIỂU ĐỒ

Biểu đồ 1: Kim ngạch xuất khẩu điện thoại và linh kiện	45
Biểu đồ 2: Kim ngạch xuất khẩu máy vi tính, sản phẩm điện tử và linh kiện	45
Biểu đồ 3: Kim ngạch xuất khẩu máy móc, thiết bị năm 2015-2017	49
Biểu đồ 4: Kim ngạch nhập khẩu máy móc, thiết bị năm 2017	65
Biểu đồ 5: Nhập khẩu linh kiện, phụ tùng ô tô năm 2016-2017	69
Biểu đồ 6: Cơ cấu thị trường XNK của Việt Nam tại khu vực Châu Á	74
Biểu đồ 7: Cơ cấu xuất khẩu hàng hóa sang Hoa Kỳ năm 2017	106
Biểu đồ 8: Cơ cấu hàng hóa nhập khẩu xuất xứ Hoa Kỳ năm 2017	107
Biểu đồ 9: Kim ngạch xuất khẩu Việt Nam - Canada giai đoạn 2010-2017	109
Biểu đồ 10: Kim ngạch nhập khẩu Việt Nam - Canada giai đoạn 2010-2017	110
Biểu đồ 11: Xuất nhập khẩu Việt Nam - Brazil giai đoạn 2011-2017.....	112
Biểu đồ 12: Các biện pháp PVTM theo thị trường xuất khẩu	159
Biểu đồ 13: Các biện pháp PVTM theo mặt hàng	160
Biểu đồ 14: Số vụ việc PVTM mới trong năm 2017	160
Biểu đồ 15: Số lượng vụ việc điều tra phòng vệ thương mại năm 2017	163

DANH MỤC VIẾT TẮT

AANZFTA	Hiệp định thành lập Khu vực thương mại tự do ASEAN - Australia - New Zealand
ACFTA	Hiệp định Thương mại hàng hóa ASEAN - Trung Quốc
AHKFTA	Hiệp định Thương mại tự do ASEAN - Hồng Kông
AITIG	Hiệp định Thương mại hàng hóa ASEAN - Ấn Độ
AJCEP	Hiệp định Đối tác kinh tế toàn diện ASEAN - Nhật Bản
AKFTA	Hiệp định Thương mại tự do ASEAN - Hàn Quốc
ASEAN	Hiệp hội các quốc gia Đông Nam Á
ATIGA	Hiệp định Thương mại hàng hóa ASEAN
C/O	Giấy chứng nhận xuất xứ
CAP	Chính sách nông nghiệp chung Châu Âu
CEPT	Hiệp định Chương trình ưu đãi Thuế quan có Hiệu lực chung
CLMV	Campuchia, Lào, Myanmar, Việt Nam
CPTPP	Hiệp định Đối tác Toàn diện và Tiến bộ xuyên Thái Bình Dương
EAEU	Liên minh Kinh tế Á Âu
EFTA	Hiệp hội Thương mại tự do Châu Âu
EHP	Chương trình Thu hoạch sớm
EU	Liên minh Châu Âu
Eurozone	Khu vực đồng tiền chung Châu Âu
EVFTA	Hiệp định Thương mại tự do Việt Nam - EU
FDA	Cục Quản lý thực phẩm và dược phẩm Hoa Kỳ
FDI	Đầu tư trực tiếp nước ngoài
FED	Cục Dự trữ Liên bang Mỹ
FTA	hiệp định thương mại tự do
GDP	Tổng sản phẩm trong nước
GEL	Danh mục loại trừ không cam kết
GSP	Quy chế ưu đãi thuế quan phổ cập
HNTQ	hạn ngạch thuế quan
HSL	Danh mục nhạy cảm cao
IMF	Quỹ Tiền tệ quốc tế

KCN	khu công nghiệp
KCX	khu chế xuất
KKT	khu kinh tế
MFN	Nguyên tắc đối xử Tối huệ quốc
NMFS	Cục quản lý Nghề cá biển quốc gia Hoa Kỳ
OIE	Tổ chức Thú y Thế giới
PMI	Chỉ số nhà quản trị mua hàng
PVTM	phòng vệ thương mại
RCEP	Hiệp định Đối tác kinh tế toàn diện Khu vực
SL	Danh mục nhạy cảm
SNG	Cộng đồng các Quốc gia Độc lập
SPS	Các biện pháp vệ sinh an toàn thực phẩm và kiểm dịch động thực vật
THQG	Thương hiệu Quốc gia
TCNXX	tự chứng nhận xuất xứ
TPP	Hiệp định Đối tác xuyên Thái Bình Dương
TTHC	Thủ tục hành chính
VAT	Thuế giá trị gia tăng
VCCI	Phòng Thương mại và Công nghiệp Việt Nam
VITIC	Trung tâm Thông tin Công nghiệp và Thương mại
VJEPA	Hiệp định Đối tác kinh tế Việt Nam - Nhật Bản
VKFTA	Hiệp định Thương mại tự do Việt Nam - Hàn Quốc
WTO	Tổ chức Thương mại Thế giới
XTTM	Xúc tiến thương mại

ĐỂ TRẮNG

NHÀ XUẤT BẢN CÔNG THƯƠNG

Trụ sở: 655 Phạm Văn Đồng, Bắc Từ Liêm, Hà Nội

Điện thoại: 024.39341562 **Fax:** 024.39387164

Website: <http://nhaxuatbancongthuong.com>

Email: nxbct@moit.gov.vn

CHỊU TRÁCH NHIỆM XUẤT BẢN

*Giám đốc - Tổng Biên tập
Nguyễn Minh Huệ*

Biên tập: Tôn Nữ Thanh Bình

Chế bản: Hồng Thịnh - Trần Cường

Trình bày bìa: Trần Cường

In 2000 cuốn, khổ 21 x 29cm tại Nhà in Bộ Tổng Tham Mưu

Địa chỉ: Ngũ Hiệp - Thanh Trì - Hà Nội

Số xác nhận đăng ký xuất bản: 421-2018/CXBIPH/02-10/CT

Số Quyết định xuất bản: 15/QĐ-NXBCT

Mã số ISBN: 978-604-931-428-5

In xong và nộp lưu chiểu: Quý I/2018

Tân xuân tri ân,
Thành công tiếp nối.





THƯƠNG HIỆU QUỐC GIA



MUA HÀNG ONLINE
NHÂN NGÀY THẺ CÀO

www.hoasengroup.vn

(Áp dụng trên toàn quốc từ 25/02/2018 đến 31/5/2018)



TỔNG ĐÀI TƯ VẤN
1800 1515





TÔN NAM KIM

TIÊU CHUẨN NHẬT BẢN



NHÀ MÁY THÉP NAM KIM 3



CÔNG TY CỔ PHẦN THÉP NAM KIM
Đường N1, CSX An Thành, P. An Thành, TX. Thuận An, Bình Dương
TEL: +84 274 3748 848 - FAX: +84 274 3748 868 - www.namkimgroup.vn



Ngân hàng TMCP Đầu tư và Phát triển Việt Nam (BIDV)

- ☛ BIDV tiền thân là Ngân hàng Kiến thiết Việt Nam, thành lập ngày 26 tháng 4 năm 1957, là ngân hàng thương mại cổ phần có quy mô lớn nhất trong hệ thống ngân hàng Việt Nam. Tại thời điểm 31/12/2017, BIDV có tổng tài sản đạt 1.176.00 tỷ đồng.
- ☛ BIDV hoạt động đa dạng trong các lĩnh vực ngân hàng, bảo hiểm, chứng khoán, đầu tư... với mạng lưới hơn 1000 chi nhánh và phòng giao dịch, phục vụ trên 10 triệu khách hàng, cùng các hiện diện thương mại tại 7 quốc gia và vùng lãnh thổ. BIDV đã thiết lập quan hệ ngân hàng đại lý với hơn 1700 ngân hàng và chi nhánh ngân hàng tại 122 quốc gia và vùng lãnh thổ trên thế giới.
- ☛ BIDV là sự lựa chọn tin cậy của các tổ chức quốc tế lớn như World Bank, ADB, JBIC, NIB..., được các tổ chức uy tín quốc tế đánh giá cao thông qua hàng loạt các giải thưởng, danh hiệu như:
 - Top 2000 Doanh nghiệp lớn và quyền lực nhất thế giới (Forbes bình chọn);
 - Ngân hàng bán lẻ tốt nhất Việt Nam 4 năm liên tiếp 2015, 2016, 2017 & 2018 (The Asian Banker trao tặng);
 - Top 30 ngân hàng ASEAN và Top 500 ngân hàng toàn cầu (Brand Finance đánh giá).



Vietnam Value





CÔNG TY CỔ PHẦN BÌNH ĐIỀN - NINH BÌNH

ĐC: KCN Khánh Phú - xã Khánh Phú - Yên Khánh - Ninh Bình

ĐT: 02293 899903; Fax: 02293 899902

Email: phanbonbinhdiennb@gmail.com

PHÂN BÓN ĐẦU TRÂU

CÔNG NGHỆ MỚI - SẢN PHẨM MỚI

HIỆU QUẢ VƯỢT TRỘI



Bạn đồng hành của nhà nông



CÔNG TY CP THƯƠNG MẠI ĐẦU TƯ DẦU KHÍ NAM SÔNG HẬU



Địa chỉ: Ấp Phú Thạnh, thị trấn Mái Dầm, huyện Châu Thành, tỉnh Hậu Giang
VPDD: H311, 12 Võ Nguyên Giáp, KV Thạnh Thuận, P. Phú Thủ, Q. Cái Răng, TP. Cần Thơ
Điện thoại: 0292.6547.979 - Fax: 0292.3842.373 * Email: matimexpetro@gmail.com
Tổng Giám đốc: Mai Văn Huy

**BIA
SAIGON**



VEDAN



ACB



VEDAN
*Tự hào tạo nên
hương vị món ngon*



Sản phẩm Vedan hỗn hợp tăng vị ngọt ngọt, Vedan hạt nêm xương heo, thực phẩm bổ sung hạt nêm xương heo nay cũ, thực phẩm bổ sung hạt nêm nấm hương rau cỏ, bột chiên giòn đa dụng, phụ gia thực phẩm bột ngọt Vedan-Monosodium Glutamate.

Công ty Cổ phần Đầu tư Vedan Việt Nam
Địa chỉ: Quốc lộ 51, Ấp 1A, Xã Phước Thủ, Huyện Long Thành, Tỉnh Đồng Nai
Điện thoại: 0251.3829111

