

Doanh nghiệp Trung Quốc vẫn thận trọng dù đạt thỏa thuận với Mỹ

Khi nghe tin Mỹ giảm mạnh thuế nhập khẩu với hàng hóa Trung Quốc trong 90 ngày, Deng Jinling - Giám đốc một công ty Trung Quốc chuyên xuất khẩu bình giữ nhiệt sang Mỹ - đã mở rượu champagne ăn mừng cùng chồng. Dù vậy, bà vẫn lo lắng điều bất ngờ có thể xảy ra sau khi thời gian tạm giảm thuế kết thúc. Deng đã cử con gái sang Mỹ tìm mặt bằng làm kho chứa, nhằm giảm rủi ro và để phòng tác động tiềm tàng từ thuế nhập khẩu. "Điều tôi lo nhất là Tổng thống Mỹ Donald Trump sẽ quên những gì ông ấy nói hôm trước", Deng cho biết. Công ty của bà có tên Lucky Bird Trade, đặt tại Nghĩa Ô - trung tâm bán buôn hàng hóa nhỏ lớn nhất thế giới. Nhân viên một quầy hàng trang trí Giáng sinh tại Nghĩa Ô (Trung Quốc). Ảnh: Reuters Các nhà máy Trung Quốc phụ thuộc lớn vào thị trường Mỹ. Vài năm qua, các doanh nghiệp sản xuất tại đây đã phải tìm cách thích nghi trong bối cảnh căng thẳng thương mại ngày càng khó lường, đe dọa đảo lộn chuỗi cung ứng toàn cầu. Sự bất ổn vẫn bao trùm khắp nơi, dù hai bên đã đạt thỏa thuận tạm thời giảm thuế. Sau vòng đàm phán cấp cao đầu tiên tại Geneva (Thụy Sĩ) cuối tuần trước, trong 90 ngày tới, thuế nhập khẩu Mỹ áp lên hàng Trung Quốc sẽ giảm từ 145% xuống 30%. Tương tự, hàng Mỹ vào Trung Quốc được giảm thuế từ 125% về 10%. Các rào cản phi thuế quan cũng sẽ được gỡ bỏ. Dù thông tin này giúp thị trường toàn cầu khởi sắc, nhiều nhà sản xuất Trung Quốc vẫn thận trọng. Một số tiếp tục nỗ lực mở rộng thị trường để phân tán rủi ro. Christian Gassner là CEO Limoss - công ty Đức sản xuất bảng điều khiển và thiết bị điều khiển từ xa, có nhà máy tại Đông Quân (Trung Quốc). Ông đang ở Malaysia để tìm đối tác mở rộng hoạt động phục vụ thị trường Mỹ. Kế hoạch này vẫn được thực hiện bất chấp việc Mỹ tạm giảm thuế cho Trung Quốc. "Thỏa thuận tuần trước chỉ như ai đó bấm nút hoãn báo cháy thôi. Tình hình thuế, chính trị và sự thay đổi liên tục về chính sách không thể tạo ra môi trường kinh doanh ổn định được", ông nói. Gassner hiểu rõ sự rủi ro nếu chỉ tập trung vào một thị trường. "Với Limoss, Mỹ là một trong ba thị trường lớn nhất. Vì vậy, chúng tôi không thể chỉ chờ vào

may mắn. Chúng tôi cần giải pháp thực sự, càng nhanh càng tốt, trước khi tình hình lại thay đổi", ông cho biết. Candice Li - Giám đốc marketing một công ty thiết bị y tế tại Quảng Đông - cho biết phản ứng đầu tiên của cô khi nghe tin là nghi ngờ. Cô tự hỏi liệu mức thuế 30% có sớm bị nâng lên thành 60% hay không. "Dù là Tổng thống một nước, ông ấy lại hay thay đổi quyết định, khiến độ tin cậy giảm sút", cô giải thích. Công ty của Li đã ngừng giao dịch với khách hàng Mỹ hơn một tháng. Li kỳ vọng sắp tới, các khách hàng sẽ quay lại và chấp nhận mức thuế hiện tại. Khoảng 60% đơn hàng của công ty đến từ Mỹ. Doanh nghiệp này đã phải giảm giờ làm và số ca làm việc sau khi thuế nhập khẩu tăng lên 145%. "Nhân viên các bộ phận hỗ trợ chỉ làm việc nửa tháng, đồng nghĩa với việc bị giảm lương", Li nói. Dù vậy, 90 ngày tạm giảm thuế vẫn có tầm quan trọng đặc biệt với một số nhà sản xuất Trung Quốc. Tháng 5 là thời điểm các hãng bán lẻ Mỹ đặt hàng cho mùa lễ hội cuối năm như Halloween, Lễ Tạ ơn và Giáng sinh. Jessica Guo - Giám đốc một nhà máy sản xuất cây thông Noel ở Kim Hoa (Trung Quốc) cho biết cô đang gấp rút giao hàng cho khách. "Khách Mỹ rất sốt ruột muốn được giao hàng. Nhưng chúng tôi không thể làm kịp. Chúng tôi chỉ có thể xếp lịch sản xuất đến cuối tháng 8. Mà từ giờ đến lúc đó, quan hệ Mỹ - Trung vẫn chưa có gì chắc chắn", cô nói. Các nhà phân tích dự báo khách mua sẽ tận dụng giai đoạn 90 ngày này để nhập càng nhiều hàng vào Mỹ càng tốt. Ngày 13/5, các doanh nghiệp ngành vận tải biển đã hoan nghênh thỏa thuận giữa Washington và Bắc Kinh. Họ kỳ vọng điều này sẽ thúc đẩy lượng đơn hàng vận chuyển. Một số nhà xuất khẩu nhỏ, hoạt động tại các nước đang phát triển cũng hưởng lợi từ thỏa thuận này. Eileen Xiong - Giám đốc kinh doanh hãng máy lọc không khí Dongguan Vdette Information Tech Co - cho biết nhiều nhà xuất khẩu Trung Quốc tập trung vào thị trường Mỹ đã tạm ngưng giao dịch trong tháng qua vì cuộc chiến thương mại. Điều này khiến cạnh tranh tại các thị trường mới nổi như Ấn Độ - nơi công ty cô hoạt động - ngày càng khốc liệt. Việc này buộc Xiong giảm giá sản phẩm. "Các thương hiệu lớn sẽ không từ bỏ thị trường Mỹ. Họ chỉ tạm chuyển hướng sang các thị trường mới nổi. Ngay khi tình hình cải thiện, họ có thể quay lại Mỹ. Áp lực với chúng tôi

sẽ giảm bớt", Xiong kết luận. Hà Thu (theo Reuters)