**BÀI VIẾT ĐĂNG TẢI TRÊN WEBSITE VÀ BẢN TIN CÔNG THƯƠNG**

**TỔNG HỢP THÔNG TIN THỊ TRƯỜNG NƯỚC NGOÀI**

Nhằm tháo gỡ khó khăn, tìm hướng đi cho doanh nghiệp ngành dệt may, da giày, đồ gỗ, ngày 31/07/2023, Bộ Công Thương tổ chức **“Hội nghị giao ban xúc tiến thương mại với hệ thống Thương vụ Việt Nam ở nước ngoài tháng 7/2023”** với chủ đề chủ đề: Chuyển hướng kết nối, khai thác thị trường đầu ra cho ngành đồ gỗ, dệt may và da giày. Thông qua báo cáo của các Thương vụ Việt Nam tại nước ngoài, Sở Công Thương tổng hợp và gửi tới các doanh nghiệp xuất khẩu trong tỉnh thông tin, chính sách nhập khẩu và các lưu ý khi xuất khẩu vào một số thị trường, cụ thể như sau:

**I. THỊ TRƯỜNG NHẬT BẢN**

**1. Tình hình thương mại**

Theo số liệu thống kê của Tổng cục Hải quan Việt Nam, tổng kim ngạch xuất nhập khẩu giữa Việt Nam với Nhật Bản 6 tháng năm 2023 đạt 21,26 tỷ USD, giảm 9,3% so với cùng kỳ năm 2022. Trong đó, xuất khẩu hàng hóa từ Việt Nam sang Nhật Bản đạt 11,06 tỷ USD, giảm 2,9% so với cùng kỳ năm 2022; nhập khẩu của Việt Nam từ Nhật Bản đạt 10,20 tỷ USD, giảm 15,4% so với cùng kỳ năm 2022. Việt Nam xuất siêu sang Nhật Bản 864,8 triệu USD.

Tình hình xuất khẩu sang Nhật Bản cụ thể theo nhóm hàng 6 tháng năm 2023

- Nhóm hàng chế biến, chế tạo: các mặt hàng có kim ngạch xuất khẩu lớn là: hàng dệt may (đạt 1,75 tỷ USD, tăng 4,9%); phương tiện vận tải và phụ tùng (1,37 tỷ USD, tăng 14,4%); máy móc, thiết bị, dụng cụ, phụ tùng khác (1,33 tỷ USD, giảm 2,8%); gỗ và sản phẩm gỗ (812,8 triệu USD, giảm 3,8%); giày dép các loại (540,7 triệu USD, tăng 9,1%); máy vi tính, sản phẩm điện tử và linh kiện (503,5 triệu USD, giảm 16,7%); sản phẩm từ chất dẻo (339,1 triệu USD, giảm 12,2%); điện thoại các loại và linh kiện (649,7 USD, tăng 20,1%); hóa chất (203,1 triệu USD, giảm 32,8%); túi xách, ví, vali, mũ và ô dù (183,0 triệu USD, tăng 7,5%)…

- Nhóm hàng nông, thủy sản: hàng thủy sản (712,5 triệu USD, giảm 10,9%); cà phê (161,2 triệu USD, tăng 5,1%); hàng rau quả (87,3 triệu USD, tăng 4,9%); hạt điều (30,4 triệu USD, tăng 22,5%); hạt tiêu (6,5 triệu USD, giảm 30,7%); cao su (6,5 triệu USD, giảm 29,6%)...

- Nhóm hàng nhiên liệu, khoáng sản: với hầu như toàn bộ kim ngạch xuất khẩu đến từ mặt hàng dầu thô (22,9 triệu USD, trong tháng 6/2023 không XK), còn lại là quặng và khoáng sản khác (10,6 triệu USD, tăng 73,0%), than đá (33,7 triệu USD, giảm 71,8%).

- Nhóm hàng vật liệu xây dựng: các mặt hàng xuất khẩu chủ yếu là: sản phẩm từ sắt thép (296,0 triệu USD, giảm 3,9%); dây diện và dây cáp điện (205,3 triệu USD, giảm 4,4%); sắt thép các loại (47,1 triệu USD, giảm 37,6%).

**2. Những điều cần chú ý khi xuất khẩu**

- Đảm bảo chất lượng sản phẩm; đảm bảo sự ổn định về giá bán và sản lượng cung ứng vì thị trường Nhật có tiêu chuẩn cao, khó vào nhưng nếu đã vào được thì sẽ ổn định và lâu dài.

- Hợp tác với đối tác Nhật Bản để cải tiến thiết kế, mẫu mã cho phù hợp thị hiếu người Nhật, chú trọng công tác tuyên truyền quảng bá sản phẩm, thương hiệu, xây dựng website, làm catalogue có cả tiếng Anh, tiếng Nhật.

- Tìm hiểu, tận dụng tốt các ưu đãi thuế, xuất xứ trong các FTA; tranh thủ sự hỗ trợ của các Bộ ngành, cơ quan, tổ chức liên quan (Bộ Công Thương, Cục XTTM, Vụ Thị trường nước ngoài, Thương vụ tại nước ngoài...); tích cực tham gia các chương trình hội thảo kết nối giao thương trực tiếp và trực tuyến; tham gia các đoàn xúc tiến thương mại tại các hội chợ, triển lãm quốc tế lớn tại nước ngoài trong nhiều lĩnh vực như thực phẩm, hàng gia dụng, vật liệu xây dựng, sản phẩm công nghiệp hỗ trợ...

- Các doanh nghiệp xuất khẩu của Việt Nam khi kinh doanh với đối tác Nhật Bản không nên chỉ dừng ở việc mua đứt – bán đoạn, mà còn nên tiếp tục theo dõi, kiểm soát xem sản phẩm của mình được thị trường đón nhận như thế nào, khách hàng phản hồi ra sao, nhằm tránh những rủi ro không đáng có.

**II. THỊ TRƯỜNG TRUNG QUỐC**

**1. Tình hình thương mại**

Theo số liệu thống kê của Hải quan Trung Quốc, tổng kim ngạch xuất nhập khẩu giữa hai nước trong 6 tháng đầu năm đạt 105,7 tỷ USD, giảm 3,7% so với cùng kỳ. Trong đó, Việt Nam xuất khẩu sang Trung Quốc đạt 39,5 tỷ USD, tăng 0,2% và nhập khẩu từ Trung Quốc đạt 66,2 tỷ USD, giảm 5,9%. Việt Nam vẫn giữ vị trí đối tác thương mại lớn nhất của Trung Quốc trong ASEAN, tuy nhiên nếu tính tất cả các quốc gia và vùng lãnh thổ có quan hệ thương mại với Trung Quốc, Việt Nam xếp thứ 9 (sau Úc, Nga và Đức...).

Hoạt động xuất khẩu của Việt Nam sang Trung Quốc trong quý II/2023 ghi nhận tín hiệu phục hồi tích cực trong bối cảnh nhiều đối tác lớn xuất khẩu sang Trung Quốc cũng vẫn ghi nhận mức giảm cao như Nhật Bản (giảm 17%), Hàn Quốc (giảm 24,9%) hay Đài Loan (giảm 24,3%). Và trong khối ASEAN, các đối tác thương mại chính của Trung Quốc cũng ghi nhận mức giảm trong xuất khẩu như Malaysia (giảm 9,6%), Thái Lan (giảm 12,5%), Singapore (giảm 12,6%) hay Philippines (giảm 21%).

Như vậy, cùng với những nỗ lực của Bộ ngành Trung ương hai Bên trong việc tạo thuận lợi hóa thương mại song phương cũng như thành công từ những chuyến thăm cấp cao của Lãnh đạo Đảng, Nhà nước trong suốt thời gian qua đã góp phần không nhỏ vào quan hệ thương mại giữa hai Bên. Nhiều đoàn doanh nghiệp giữa hai Bên đã tiến hành khảo sát, giao thương, tạo điều kiện cho việc thúc đẩy gia tăng hợp tác thương mại thực chất, đóng góp cho thành công trong việc đẩy mạnh xuất khẩu trong bối cảnh quốc tế còn nhiều biến động và khó khăn như hiện nay.

**2. Một số chính sách, quy định, xu hướng thị trường nước sở tại** (có thể tác động đến hoạt động xuất nhập khẩu hàng hóa của Việt Nam)

Trong thời gian qua, căng thẳng về vụ việc xả thải từ nhà máy điện hạt nhân của Nhật Bản đã khiến Trung Quốc cam kết sẽ áp ụng mọi biện pháp cần thiết để đảm bảo an toàn cho người tiêu dùng Trung Quốc trong đó có việc sẵn sàng áp dụng lệnh cấm nhập khẩu thực phẩm từ một số tỉnh của Nhật Bản. Như vậy, với cơ cấu xuất khẩu một số sản phẩm tương ứng sang thị trường Trung Quốc giữa Việt Nam và Nhật Bản như một số loại cá biển, thực phẩm chế biến…, ta có thể tận dụng cơ hội để thúc đẩy xuất khẩu các sản phẩm như trên vào thị trường.

 Ngoài ra, Trung Quốc vẫn tiếp tục mạnh tay trong việc xử lý và hạn chế các đợt dịch lưu hành xâm nhập vào Trung Quốc, tính riêng trong tháng 7, Trung Quốc đã ban hành lệnh cấm nhập khẩu toàn bộ thịt lợn có nguồn gốc từ Bosnia và Croatia khi WHO phát hiện có dịch tả lợn châu Phi tại hai quốc gia này. Như vậy, từ đầu năm đến nay, Trung Quốc liên tục ban hành các lệnh cấm nhập khẩu thực phẩm từ nhiều quốc gia và vùng lãnh thổ ghi nhận các dịch bệnh lưu hành.

**3. Khuyến nghị đối với Hiệp hội, doanh nghiệp**

- Trong bối cảnh Trung Quốc tiếp tục có những động thái siết chặt quản lý kiểm soát các đợt dịch (dịch cúm gia cầm, dịch tả lợn châu phi, dịch đậu mùa khỉ...) và Việt Nam cũng đã ghi nhận có ca nhiễm đậu mùa khỉ. Do đó, các Hiệp hội cần tích cực nắm bắt thông tin, diễn biến dịch trên thế giới và nguy cơ lây lan trong nước để kịp thời cảnh báo doanh nghiệp sản xuất có các biện pháp tránh lây nhiễm và đẩy mạnh làm tốt công tác vệ sinh an toàn thực phẩm;

- Giai đoạn hiện nay, nhiều loại trái cây có thế mạnh của ta vào vụ như nhãn, xoài, sầu riêng..., khuyến nghị các doanh nghiệp và Hiệp hội rau quả Việt Nam phối hợp các địa phương sản xuất nhiều loại trái cây nghiên cứu tổ chức Tuần lễ trái cây Việt Nam tại Trung Quốc (có thể tổ chức tại các khu vực còn nhiều dư địa cho trái cây Việt Nam và nhu cầu của người dân Trung Quốc luôn ở mức cao như Bắc Kinh, Thiên Tân, Hà Bắc hay Thượng Hải...);

- Tiếp tục chú trọng và nâng cao chất lượng hàng hóa, thực hiện nghiêm các biện pháp về kiểm dịch an toàn thực phẩm, quy cách đóng gói đối với hàng thực phẩm, nông, thủy sản theo quy định của thị trường. Nâng cao năng lực cạnh tranh của sản phẩm, nâng cao chất lượng mẫu mã sản phẩm bằng cách thay đổi bao bì phù hợp và thu hút hơn người tiêu dùng Trung Quốc;

- Các đơn vị chức năng (nhất là Bộ Nông nghiệp & PTNT) cùng các địa phương và doanh nghiệp xuất khẩu trái cây và nông sản nói chung cần giám sát chặt chẽ tiêu chuẩn vệ sinh an toàn thực phẩm, công tác quản lý vùng trồng, cơ sở đóng gói, đặc biệt là kiểm soát vi sinh vật gây hại trên sản phẩm khi thời gian qua, Hải quan Trung Quốc vẫn tiếp tục phát hiện và cảnh báo các sinh vật gây hại trên các lô hàng trái cây của ta xuất khẩu sang Trung Quốc.

**III. THỊ TRƯỜNG HÀN QUỐC**

**1. Tình hình thương mại và đầu tư với Việt Nam**

**(i) Về thương mại,** trong 6T/2023, Tổng kim ngạch xuất nhập khẩu của Việt Nam với Hàn Quốc đạt 35,3 tỷ USD, giảm 21,2% so với cùng kỳ năm 2022. Trong đó:

- Kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam đến Hàn Quốc đạt 11,1 tỷ USD, giảm 9,1% so với cùng kỳ năm 2022. Xuất khẩu của Việt Nam đến Hàn Quốc chiếm 6,7% trong tổng xuất khẩu của Việt Nam đến Thế giới.

- Kim ngạch nhập khẩu của Việt Nam từ Hàn Quốc đạt 24,2 tỷ USD, giảm 25,7% so với cùng kỳ năm 2022. Nhập khẩu của Việt Nam từ Hàn Quốc chiếm 16% trong tổng nhập khẩu của Việt Nam từ Thế giới.

- Nhập siêu của Việt Nam từ Hàn Quốc có giá trị 13,2 tỷ USD, giảm 35,5% so với cùng kỳ năm 2022.

Các nhóm hàng xuất khẩu chính bao gồm:

Máy vi tính, sản phẩm điện tử và linh kiện (đạt 2.2 tỷ USD, tăng 23.7%); Điện thoại các loại và linh kiện (đạt 1.6 tỷ USD, giảm 43.3%); Hàng dệt, may (đạt 1.3 tỷ USD, giảm 2.2%); Máy móc, thiết bị, dụng cụ, phụ tùng khác (đạt 1.3 tỷ USD, giảm 3.3%); Phương tiện vận tải và phụ tùng (đạt 612.4 triệu USD, tăng 65.7%); Gỗ và sản phẩm gỗ (đạt 394.4 triệu USD, giảm 25.7%); Hàng thủy sản (đạt 356.4 triệu USD, giảm 21.1%); Giày dép các loại (đạt 310.6 triệu USD, giảm 1%); Máy ảnh, máy quay phim và linh kiện (đạt 244.1 triệu USD, tăng 44.1%); Sắt thép các loại (đạt 210.6 triệu USD, giảm 32.2%); Dây điện và dây cáp điện (đạt 193.7 triệu USD, tăng 25.8%); Xơ, sợi dệt các loại (đạt 193.3 triệu USD, giảm 30.1%); Kim loại thường khác và sản phẩm (đạt 160.8 triệu USD, giảm 25.4%); Sản phẩm từ chất dẻo (đạt 145.9 triệu USD, giảm 3.6%); Hàng rau quả (đạt 106.2 triệu USD, tăng 12.3%); Xăng dầu các loại (đạt 90 triệu USD, tăng 63%); Sản phẩm từ sắt thép (đạt 87.8 triệu USD, giảm 11.1%); Hóa chất (đạt 83.9 triệu USD, giảm 15.4%); Túi xách, ví, vali, mũ và ô dù (đạt 68.1 triệu USD, tăng 2.2%); Cà phê (đạt 54.4 triệu USD, tăng 10.7%); Nguyên phụ liệu dệt, may, da, giày (đạt 49.1 triệu USD, giảm 15.3%)…

Các nhóm hàng nhập khẩu chính bao gồm: Máy vi tính, sản phẩm điện tử và linh kiện (đạt 12.3 tỷ USD, giảm 0.3%); Máy móc, thiết bị, dụng cụ, phụ tùng khác (đạt 2.8 tỷ USD, giảm 17.6%); Xăng dầu các loại (đạt 1.6 tỷ USD, giảm 20%); Chất dẻo nguyên liệu (đạt 929.9 triệu USD, giảm 39.1%); Vải các loại (đạt 783.9 triệu USD, giảm 16%); Sản phẩm từ chất dẻo (đạt 668.8 triệu USD, giảm 13.5%)…

**(ii) Về đầu tư, tỉnh luỹ kế đến T6/2023**, Hàn Quốc vẫn duy trì vị trí là nhà đầu tư nước ngoài lớn nhất tại Việt Nam với 9.713 dự án và tổng vốn đầu tư lũy kế đạt 81,9 tỷ USD, chiếm gần 18% tổng vốn đầu tư nước ngoài vào Việt Nam.

**2. Một số vấn đề tác động tới hoạt động xuất nhập khẩu và đầu tư với Việt Nam (các quy định, tiêu chuẩn, điều kiện thị trường mới nếu có)**

Xu hướng bảo hộ thương mại gia tăng tại nhiều quốc gia khi nguồn cung hàng hoá đứt gãy, các nước phải có biện pháp để ổn định hàng hoá trong nước.

Lạm phát tăng cao ở hầu hết các quốc gia, là các thị trường lớn của Việt Nam sẽ ảnh hưởng đến tiêu dùng các mặt hàng không thiết yếu, gây sụt giảm nhu cầu hàng hoá nhập khẩu từ các nước. Nhiều nền kinh tế lớn, trong đó có Hoa Kỳ thực hiện điều chỉnh tăng lãi suất để kiềm chế lạm phát gia tăng, dẫn tới đồng tiền bản địa mất giá so với đồng USD.

Xuất khẩu đối mặt với thách thức bị thu hẹp thị trường do bất ổn liên quan đến căng thẳng địa chính trị khu vực và toàn cầu, giá đầu vào nhập khẩu cao hơn và triển vọng tăng trưởng không chắc chắn ở các đối tác thương mại chính của Việt Nam cũng sẽ hạn chế khả năng duy trì thặng dư cán cân thương mại do Việt Nam là nền kinh tế có độ mở lớn (trên 200%).

Xuất hiện gia tăng căng thẳng chính trị làm gián đoạn khả năng tiếp cận các tư liệu đầu vào quan trọng cho sản xuất kinh doanh của Việt Nam, hoặc làm giảm xuất khẩu và khả năng cạnh tranh thu hút vốn đầu tư trực tiếp nước ngoài.

**IV. THỊ TRƯỜNG ĐÀI LOAN**

**1. Tình hình hợp tác kinh tế thương mại với Việt Nam**

Theo thống kê của Cơ quan quản lý Ngoại thương mại Đài Loan (BOFT), tổng kim ngạch xuất nhập khẩu giữa Việt Nam với Đài Loan trong tháng 6 năm 2023 đạt 1,29 tỷ USD, giảm 29,38% so với cùng kỳ năm 2022. Trong đó, kim ngạch xuất khẩu của Đài Loan sang Việt Nam đạt 806,97 triệu USD, giảm 35,48%; kim ngạch nhập khẩu của Đài Loan từ Việt Nam đạt 488,95 triệu USD, giảm 16,35% so với cùng kỳ năm 2022. Đài Loan xuất siêu 318,02 triệu USD sang Việt Nam trong tháng 6, giảm 52,26% so với cùng kỳ. Lũy kế 6 tháng đầu năm 2023, tổng kim ngạch xuất nhập khẩu đạt 8,3 tỷ USD, giảm 27,33% so với cùng kỳ năm trước, trong đó kim ngạch Đài Loan xuất khẩu sang Việt Nam đạt 5,38 tỷ USD, giảm 31,56 %, kim ngạch nhập khẩu của Đài Loan từ Việt nam đạt 2,917 tỷ USD, giảm 17,96% so với cùng năm 2022. Việt Nam nhập siêu 2.46 tỷ USD từ Đài Loan trong 6 tháng đầu năm, giảm 42,77% so với cùng kỳ năm 2022.

Cũng theo thống kê của BOFT, Việt Nam tiếp tục giữ vị trí đối tác ngoại thương lớn thứ 11 của Đài Loan trong 6 tháng đầu tiên của năm nay, tiếp tục xếp thứ 3 trong ASEAN sau Singapo, Malaysia và ngay trên Thái Lan, Indonesia, Philippines. Việt Nam cũng là thị trường xuất khẩu lớn thứ 8 và là thị trường cung ứng hàng hóa lớn thứ 13 của Đài Loan.

**2. Đối với sản phẩm gỗ và lâm sản Đài Loan**

***a. Về tình hình nhập khẩu***

*Đối với nhóm sản phẩm thuộc chương 44 gỗ và sản phẩm từ gỗ:* Theo số liệu của Cục Thương mại quốc tế Đài Loan (BOFT), tổng kim ngạch nhập khẩu nhóm sản phẩm gỗ và sản phẩm gỗ chương 44 của Đài Loan 6 tháng đầu năm 2023 đạt 56,64 triệu USD, giảm -19,91% so với cùng kỳ năm 2021. Trong đó Hoa Kỳ là đối tác cung ứng sản phẩm này lớn nhất vào Đài Loan với kim ngạch xuất khẩu đạt 19,09 triệu USD giảm 7,09% so với cùng kỳ năm 2021 và chiếm 33,71% thị phần. Kế đến là Nhật Bản, Trung Quốc, Hà Lan vv... Cũng theo thống kê của BOFT Việt Nam là đối tác cung ứng lớn thứ 11 của Đài Loan nhóm sản phẩm này vào Đài Loan (giảm 4 bậc so với năm 2022) với kim ngạch xuất khẩu đạt ~649 nghìn USD, giảm mạnh tới - 813,22% so với năm 2022, chiếm 1,14% thị phần nhập khẩu của Đài Loan.

*Đối với nhóm sản phẩm đồ nội thất thuộc chương 94:* Theo số liệu thống kê của BOFT, tổng kim ngạch nhập khẩu nhóm sản phẩm đồ nội thất chương 94 của Đài Loan 6 tháng đầu năm 2023 đạt 939,67 triệu USD, giảm 27,04% so với cùng kỳ năm 2022. Trong đó Hoa Kỳ là đối tác cung ứng chính sản phẩm này lớn nhất vào Đài Loan với kim ngạch xuất khẩu đạt 533 triệu USD giảm 203,61% so với cùng kỳ năm 2022 và chiếm tới 56,72% thị phần nhập khẩu của Đài Loan. Kế đến là Nhật Bản, Đức, Trung Quốc vv... Việt Nam là đối tác cung ứng lớn thứ 19 của Đài Loan nhóm sản phẩm HS94 này với kim ngạch xuất khẩu đạt 4,02 triệu USD, giảm 3722,42% so với cùng kỳ năm 2022, chiếm 0,43% thị phần nhập khẩu của Đài Loan.

***b. Về chính sách nhập khẩu***

**-** *Đối với các sản phẩm thuộc chương 44:*

***(i)*** Về chính sách thuế quan: Tuyệt đại đa số sản phẩm HS44 có mức thuế quan nhập khẩu ở cột MFN bằng 0%. Một vài sản phẩm có mức thuế quan nhập khẩu ở cột MFN là 8,5% như HS4408.10.22.00.2; HS4408.31.22.00.7; HS4408.39.22.00.9; HS4408.90.22.00.5; hay mức thuế quan nhập khẩu 12,5% như HS4412.10.12.00.8; HS4412.10.92.00.1 vv...

***(ii)*** Biện pháp phi thuế quan: Về cơ bản, nhóm sản phẩm HS4401 – 4408 khi nhập khẩu phải làm thủ tục kiểm dịch thực vật theo quy định (B01). Một số sản phẩm xuất xứ Trung Quốc bị cấm nhập khẩu (MWO), ví dụ: HS4403.20.90.18.2 (gỗ tròn loài cây sam). Trong khi nhóm sản phẩm HS4409 – 4421 phải kiểm nghiệm nhập khẩu theo quy định của Cục kiểm nghiệm tiêu chuẩn Bộ Kinh tế (C02), ví dụ: HS4409.29.00.00.6 (gỗ xẻ từ cây không phải loại lá nhọn khác). Một số sản phẩm nhập khẩu còn phải theo quy định riêng áp dụng đối với hàng hóa xuất xứ từ Trung Quốc (MP1), ví dụ: HS4418.20.00.00.4 (cửa và khung cửa bằng gỗ).

- *Đối với các sản phẩm thuộc chương 94:*

***(i)*** Về chính sách thu ế quan: Hầu hết các sản phẩm HS94 có mức thuế quan nhập khẩu 0% ở cột MFN. Một số sản phẩm có mức thuế quan nhập khẩu từ 5% - 10% tùy loại. Các nhóm sản phẩm HS9403, HS940330 – 40 – 50 – 60 đều có mức thuế quan nhập khẩu ở cột MFN là 0%.

***(ii)*** Biện pháp phi thuế quan: Các nhóm sản phẩm HS9403, HS940330 – 40 – 50 – 60 về cơ bản không có hạn chế gì về biện pháp phi thuế quan. Một số sản phẩm phải kiểm nghiệm nhập khẩu theo quy định của Cục kiểm nghiệm tiêu chuẩn Bộ Kinh tế (C02). (Ví dụ: Sản phẩm ghế ngồi bằng tre trúc, song mây, chưa qua sơn nhuộm, HS9401.51.10.00.3). Thiết bị y tế dùng cho người khi nhập khẩu phải được Bộ Y tế Đài Loan đồng ý (504). Thiết bị không dùng cho người thì không chịu sự hạn chế này. (Ví d ụ: Ghế điều trị nha khoa, HS9402.10.11.00.1).

**3. Một số lưu ý**

Nhìn chung, chính sách qu ản lý nhập khẩu nhóm sản phẩm này tương đối thuận lợi, nhất là thuế quan nhập khẩu về cơ bản là 0% và về cơ bản không phải cạnh tranh với doanh nghiệp sản xuất tại nội địa. Các doanh nghiệp Đài Loan trong nhóm ngành gỗ và sản phẩm gỗ (nhất là sản phẩm đồ nội thất) đã dịch chuyển sang Việt Nam đầu tư từ khá sớm và hiện ngành gỗ Việt Nam xuất khẩu sang Đài Loan nói chung, xuất khẩu ra thế giới nói riêng có đóng góp không nhỏ từ các doanh nghiệp FDI Đài Loan. Tuy vậy, nhóm sản phẩm trong lĩnh vực này nhất là ván gỗ ép hay đồ nội thất hiện đang phải chịu cạnh tranh gay gắt với các sản phẩm có nguồn gốc xuất xứ từ Trung Quốc, (kiểu dáng, mẫu mã cũng như giá cả). Doanh nhân Đài Loan có nhu cầu lớn về nhiều nhóm gỗ thịt, tuy vậy nguồn cung mặt hàng này hiện xuất khẩu từ Việt Nam khá hạn chế và thủ tục yêu cầu phức tạp về nguồn gốc xuất xứ và bảo vệ rừng (Thời gian qua, Văn phòng nhận được các đề nghị của Tòa án tại Đài Loan đề nghị xác thực việc các sản phẩm gỗ được doanh nghiệp Đài Loan nhập khẩu từ Việt Nam song nghi ngờ là sản phẩm chặt phá rừng trộm tại Đài Loan, do lao động Việt Nam bỏ trốn tiến hành). Ngoài ra, riêng với nhóm sản phẩm gỗ dăm, viên gỗ vv... do thời tiết Đài Loan khá giống Việt Nam nên nhóm sản phẩm gỗ dăm, viên gỗ vv... không có nhu cầu lớn như địa bàn các đối tác Đông Á khác như Hàn Quốc, Nhật Bản (thời tiết không quá lạnh và trong khi quy mô các trang trại chăn nuôi không lớn).

Về tổng thể, các giải pháp mở rộng thị trường, tăng cường xuất khẩu là doanh nghiệp Việt Nam phải tích cực đầu tư nâng cao chất lượng, hạ giá thành sản phẩm và tích c ực làm công tác xúc tiến thương mại, tiếp thị sản phẩm tại thị trường Đài Loan. Để tìm kiếm đối tác tiềm năng đề nghị doanh nghiệp trong nước gửi lại cho Thương vụ các Thư ngỏ tìm kiếm đối tác hoặc Catalogue hoặc Tài liệu giới thiệu về doanh nghiệp trong đó nhấn mạnh đến năng lực cung ứng sản phẩm; Danh thiếp của cán bộ đầu mối bán hàng (Lưu ý ngôn ngữ sử dụng: Tiếng Anh hoặc tiếng Trung chữ Phồn thể). Thương vụ sẽ hỗ trợ đẩy lên website tìm kiếm hỗ trợ giao thương của Hiệp hội xuất nhập khẩu bản địa.

**IV. THỊ TRƯỜNG HOA KỲ**

**1. Tình hình thị trường**

Bộ Thương mại Hoa Kỳ đã công bố tăng trưởng GDP (số liệu điều chỉnh lần thứ 3) là 2%, tăng từ mức 1,3% công bố đợt tháng 5 và cao hơn 0,3% so với dự báo của các cơ quan phân tích, dữ liệu mới đã góp phần khiến bức tranh kinh tế của Mỹ giai đoạn đầu năm trở nên khả quan hơn, đi kèm theo đó là khả năng FED dự kiến sẽ tăng 1-2 đợt lãi suất trong 6 tháng cuối năm 2023 so với mức lãi suất hiện 5-5,25%.

Trong tuần qua USITC (Trung tâm Thương mại Quốc tế - Bộ Thương mại Hoa Kỳ) đã đưa ra số liệu thương mại tháng 5 và 5 tháng đầu năm 2023), theo đó, XK 838 tỷ USD và NK 1262 tỷ USD (giảm khoảng 6% so với cùng kỳ) đưa nhập siêu đạt 424 tỷ USD tăng 16% so với cùng kỳ 2022.

Sau lần đầu đạt mốc xuất khẩu trên 100 tỷ USD trong năm 2022, đặc biệt việc kết thúc điều tra 301, cũng như việc Việt Nam được đưa ra khỏi danh sách theo dõi về thao túng tiền tệ thể hiện vai trò chỉ đạo của các cơ quan hữu quan trong nước như Bộ Công Thương, Ngân hàng Nhà nước, Bộ Ngoại giao, Bộ Tài chính v.v. và sự phối hợp của Cơ quan Đại sứ quán Việt Nam tại Hoa Kỳ. Điều này đã giúp cải thiện, tăng cường trao đổi hợp tác trong xây dựng quan hệ kinh tế thương mại bền vững giữa hai nước.

Quan hệ kinh tế-thương mại với Mỹ 6 tháng đầu năm cũng gặp nhiều khó khăn. Việc nền kinh tế Mỹ đương đầu với thách thức và khó khăn ở cả bình diện quốc tế và trong nước, lạm phát và lãi suất tăng cao, ảnh hưởng của lượng hàng tồn kho đã ảnh hưởng mạnh đến nhu cầu tiêu dùng, là nguyên nhân chính khiến cho xuất khẩu của ta vào Mỹ giảm khoảng 16% so với cùng kỳ. Tỷ lệ giảm này cơ bản tương đương với tỉ lệ giảm của các nước có thế mạnh cạnh tranh hàng xuất khẩu với Việt Nam.

Theo đó, tính đến hết tháng 05/2023, kim ngạch thương mại hai chiều của Việt Nam và Hoa Kỳ đạt trên 46,5 tỷ USD, trong đó tổng kim ngạch xuất khẩu 5 tháng đạt 43,5 tỷ USD (giảm 16% so với cùng kỳ 2022, so với Trung Quốc giảm 25%), xuất khẩu sang Hoa Kỳ chiếm khoảng 30% tổng kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam đi các nước trên thế giới, nhập khẩu từ Hoa Kỳ đạt 3,5 tỷ USD đưa thâm hụt thâm hụt thương mại ở mức 43 tỷ USD (chiếm khoảng khoảng 9% nhập siêu của Hoa Kỳ trong tổng số hơn 150 quốc gia và vùng lãnh thổ mà Hoa Kỳ có quan hệ kinh tế thương mại), với mức xuất siêu này thì Việt Nam đứng thứ ba chỉ sau Trung Quốc và Mexico (lần lượt 106 và 61 tỷ USD). Nguyên nhân xuất siêu xuất phát từ tính chất bổ trợ giữa hai nền kinh tế, là do cơ cấu xuất khẩu và ngoại thương của hai nước. Hàng hóa Việt Nam xuất sang Hoa Kỳ chủ yếu là cạnh tranh với các nước thứ ba, không cạnh tranh với doanh nghiệp Hoa Kỳ trên thị trường Hoa Kỳ. Ngược lại, còn tạo điều kiện để người tiêu dùng của Hoa Kỳ được sử dụng hàng hóa với mẫu mã đa dạng và giá cả cạnh tranh của của Việt Nam. Các mặt hàng xuất khẩu chủ lực của Việt Nam.

Xét về xuất khẩu, Hoa Kỳ tiếp tục là thị trường xuất khẩu lớn nhất của Việt Nam. Việt Nam là đối tác thương mại lớn thứ 7 của Hoa Kỳ. Trong danh sách các nhà nhập khẩu lớn của Hoa Kỳ, chiếm 3,4% tổng nhập khẩu của Hoa Kỳ từ các đối tác (tăng từ 3% so với cùng kỳ 2022).

*Nhóm 10 ngành hàng top đầu xuất khẩu của Việt Nam trong 5 tháng đầu năm 2023 của Việt Nam đạt 37,5 tỷ USD, giảm 16% so với cùng kỳ năm 2022.* Trong đó nhóm hàng giảm mạnh nhất, lần lượt, là đồ gỗ nội thất giảm 30% đạt 4,1 tỷ USD; giày dép giảm 29% đạt 3 tỷ USD; đồ may mặc (quần áo, phụ kiện) giảm khoảng 27% đạt 5,4 tỷ USD; đồ nhựa và sản phẩm nhựa giảm 16% đạt 968 triệu USD. Đặc biệt, nhóm sản phẩm thép (HS 72) giảm mạnh nhất tới 80% (chỉ còn xuất khẩu khoảng 133 triệu USD).

Trong khối các nước ASEAN, Việt Nam chiếm khoảng 35% tổng kim ngạch xuất khẩu của khối (xếp trên nước thứ 2 là Thái Lan với kim ngạch xuất khẩu là khoảng 20 tỷ USD).

Từ nay đến cuối năm, tình hình có thể có một số thuận lợi. Kinh tế Mỹ có dấu hiệu phục hồi về tăng trưởng và nhu cầu tiêu dùng. Chính phủ và các doanh nghiệp Mỹ tiếp tục tỏ quan tâm, và cam kết mạnh mẽ hợp tác kinh doanh với VN, trong đó Các chuỗi bán lẻ lớn đã bắt đầu nối lại đơn hàng với Việt Nam, tại Hội nghị do Thủ tướng Chính phủ chủ trì và Hội nghị do Bộ trưởng Bộ Công Thương chủ trì các Hiệp hội ngành hàng và doanh nghiệp cũng báo cáo cho thấy những tín hiệu khả quan trong bối cảnh và giai đoạn khó khăn hiện nay.

**II. Giải pháp thời gian tới**

Với dân số hơn 330 triệu dân, đa dạng về sắc tộc, với dân số người Mỹ gốc Việt là hơn 2,1 triệu người. Đây là cộng đồng người Việt sinh sống tại nước ngoài đông nhất trên thế giới, với tinh thần luôn hướng về quê hương đất nước và mong muốn được sử dụng những sản phẩm Việt Nam, đây là tiềm năng to lớn đối với hàng hoá xuất khẩu của ta cùng hệ thống hàng nghìn doanh nghiệp kiều bào đã trở thành đại diện, kênh phân phối đưa hàng Việt Nam tiến sâu vào thị trường Hoa Kỳ.

Hiện nay, Việt Nam đang chủ động, tích cực tham gia vào mạng lưới sản xuất và chuỗi giá trị toàn cầu, đặc biệt là việc đa dạng hóa chuỗi cung ứng. Nhằm triển khai hiệu quả Quyết định số 1415 của Thủ tướng Chính phủ phê duyệt Đề án “Thúc đẩy doanh nghiệp Việt Nam tham gia trực tiếp các mạng phân phối nước ngoài đến năm 2030”.

Trong thời gian tới Cơ quan Thương vụ (gồm Thương vụ tại DC, Chi nhánh Thương vụ tại San Fracisco, Houston, Văn phòng XTTM tại New York) sẽ tiếp tục ưu tiên thực hiện các giải pháp.

1. Triển khai kết quả đạt cũng như chỉ đạo của Lãnh đạo Bộ Công Thương tiếp tục hợp tác với Mỹ để giải quyết một cách toàn diện các quan tâm giữa các cơ quan liên quan, đặc biệt DOC và USTR, qua đó duy trì quan hệ thương mại ổn định, hướng tới cán cân thương mại hài hòa, bền vững, cùng có lợi.

2. Phối hợp các cơ quan liên quan thực hiện các nhiệm vụ tập trung quảng bá cơ hội kinh doanh, tiềm năng thị trường, hàng hóa của Việt Nam, giới thiệu năng lực sản xuất, hàng hóa, kênh phân phối, phương thức hợp đồng, thủ tục thanh quyết toán, quy định vận chuyển, đặt hàng... cho cộng đồng doanh nghiệp hai nước.

3. Tiếp tục thâm nhập và mở rộng thị trường, hỗ trợ doanh nghiệp Việt Nam khai thác nhóm thị trường theo khu vực,.nơi có đông dân cư người Mỹ hoặc người Việt gốc Á sinh sống, với mức độ tiêu thụ hàng hóa lớn, tạo hệ thống đầu mối phân phối đi các khu vực lân cận.

4. Nghiên cứu tham gia các hội chợ, triển lãm chính, theo từng mặt hàng; quan tâm tham gia các hội chợ, triển lãm chuyên ngành lớn như Hội chợ High Point Market (trong lĩnh vực đồ gỗ, nội thất), Hội chợ Las Vegas Private Label Show, Hội chợ New York Fancy Food, Hội chợ thủy sản Bắc Mỹ tại Boston (trong lĩnh vực nông sản, thực phẩm), Hội chợ Las Vegas Sourcing (trong lĩnh vực dệt, may).

5. Phối hợp với các cơ quan quản lý trong nước cũng cần xây dựng các chương trình, tổ chức triển lãm, hội chợ trong nước uy tín chất lượng như các hoạt động Vietnam International Sourcing Expo, FoodExpo (đều tổ chức tại HCM), VietnamExpo, ... để thu hút các Tập đoàn Hoa Kỳ đến khai thác, phát triển chuỗi cung ứng, đón đầu xu hướng dịch chuyển khỏi Trung Quốc.

6. Hỗ trợ đồng thời các doanh nghiệp tiếp tục chủ động nâng cao năng lực, có sự chuẩn bị chủ động để ứng phó hiệu quả khi xảy ra các vụ việc phòng vệ thương mại đối với hàng hóa xuất khẩu của Việt Nam vào thị trường Hoa Kỳ trong bối cảnh các vụ việc PVTM ngày càng tăng cả về diện mặt hàng và giá trị xuất khẩu.

7. Tăng cường ứng dụng thương mại điện tử, tổ chức các sự kiện xúc tiến thương mại, kết nối giao thương theo hình thức trực tuyến để khắc phục trở ngại xa cách về mặt địa lý của thị trường; Đẩy mạnh việc đưa hàng hóa Việt Nam vào các hệ thống phân phối tại Hoa Kỳ. Đặc biệt Hội chợ Vietnam Sourcing vào tháng 9/2023 sắp tới tại Tp. HCM là cơ hội tốt đối với doanh nghiệp Việt Nam doanh nghiệp Việt Nam có cơ hội giới thiệu năng lực, quảng bá mặt hàng, tìm kiếm cơ hội xuất khẩu trực tiếp - đầu mối là Vụ thị trường châu Âu-châu Mỹ, Bộ Công Thương chủ trì thực hiện, hiện đã có xác nhận tham gia của các Tập đoàn lớn của Hoa Kỳ như Walmart, Boeing, AES v.v.).

8. Cơ quan đại diện Việt Nam tại Hoa Kỳ, cơ quan Thương vụ và các cơ quan bên cạnh tại địa bàn Hoa Kỳ cũng sẽ tiếp tục đẩy mạnh công tác nghiên cứu chính sách thương mại, các quy định liên quan đến hoạt động xuất nhập khẩu hàng hóa, tập quán buôn bán, tình hình cạnh tranh và nguy cơ kiện chống bán phá giá, các biến động của thị trường Hoa Kỳ... xác minh tư cách pháp nhân của doanh nghiệp đối tác Hoa Kỳ để kịp thời cung cấp thông tin, hỗ trợ doanh nghiệp, hiệp hội ngành hàng Việt Nam.

9. Tiếp tục cải thiện cân bằng cán cân thương mại thông qua nhập khẩu hàng hoá của Hoa Kỳ với chủ trương coi Hoa Kỳ là nguồn nhập khẩu lâu dài và đáng tin cậy về năng lượng và thiết bị, công nghệ nền tảng, công nghiệp cơ bản.

|  |  |
| --- | --- |
| **XÁC NHẬN CỦA LÃNH ĐẠO TRUNG TÂM KC&XTTM****PHÓ GIÁM ĐỐC***(Đã ký)***Nguyễn Tiến Thịnh** | **XÁC NHẬN CỦA LÃNH ĐẠO SỞ****PHÓ GIÁM ĐỐC***(Đã ký)***Nguyễn Đình Chiến** |