

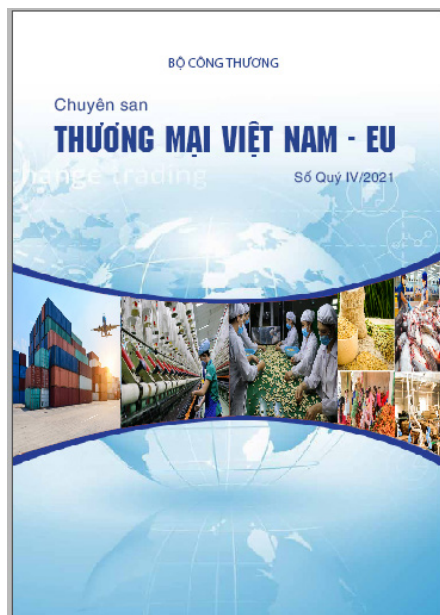
BỘ CÔNG THƯƠNG

Chuyên san

THƯƠNG MẠI VIỆT NAM - EU

Số Quý IV/2021





Đơn vị thực hiện:

Vụ Thị trường châu Âu-châu Mỹ
Trung tâm Thông tin Công nghiệp và Thương mại

Địa chỉ liên hệ:

655 Phạm Văn Đồng, Bắc Từ Liêm, Hà Nội
Tel: (024) 37152585
Fax: (024) 37152574

03 TỔNG QUAN

04 - 05 THÔNG TIN HOẠT ĐỘNG DOANH NGHIỆP

- EVFTA – “bệ đỡ” cho doanh nghiệp Việt Nam trong giai đoạn dịch bệnh

06 - 30 THƯƠNG MẠI VIỆT NAM - EU

- Xuất khẩu hàng hóa sang thị trường EU quý 4/2021 phục hồi mạnh
- Thương mại giữa Việt Nam – Đức đã tăng tốc trở lại
- Hiệu quả của việc thực hiện EVFTA trong thương mại Việt Nam – Tây Ban Nha
- Thương mại hai chiều giữa Việt Nam – Italia tăng mạnh trong đại dịch
- Năm 2021, xuất khẩu gỗ và sản phẩm gỗ tới thị trường EU tăng trưởng ấn tượng
- Xuất khẩu máy móc, thiết bị, dụng cụ, phụ tùng sang thị trường EU tăng mạnh

31 THÔNG TIN CHÍNH SÁCH

- Quy định về tiếp thị rau quả tại thị trường EU
- EU thông báo tần suất kiểm tra thực tế với một số mặt hàng rau quả được nhập khẩu vào EU

32 - 39 THÔNG TIN THỊ TRƯỜNG EU

- Biến đổi trong xu hướng tiêu dùng tại EU
- Một vài nét đáng chú ý về tình hình kinh tế EU trong quý IV/2021
- Thương mại hàng hóa của EU với thị trường ngoại khối diễn ra sôi động



Trong quý IV/2021, tình hình dịch Covid-19 trên toàn cầu tiếp tục diễn biến phức tạp với sự xuất hiện biến thể Omicron của virus SARS-CoV-2 tại hàng loạt quốc gia, đặc biệt là tại nhiều quốc gia Liên minh châu Âu. Diễn biến này buộc chính phủ các nước phải áp dụng trở lại các biện pháp kiểm soát nhằm kiềm chế đà lây lan của dịch bệnh, đồng thời “phủ bóng đen” lên các nỗ lực phục hồi của kinh tế toàn cầu nói chung và kinh tế toàn khối EU nói riêng sau gần 2 năm đại dịch.

Trong khi đó, lạm phát toàn khối EU tiếp tục tăng lên mức cao kỷ lục 5,2% trong tháng 11/2021. Trong báo cáo cập nhật về triển vọng tăng trưởng kinh tế toàn cầu được công bố đầu tháng 12/2021, Tổ chức Hợp tác và phát triển kinh tế (OECD) đã hạ dự báo tăng trưởng kinh tế của Eurozone trong năm 2021 xuống 5,2%, thấp hơn so với mức dự báo 5,3% trước đó.

Trước diễn biến của kinh tế EU, ngân hàng Trung ương châu Âu (ECB) vẫn giữ quan điểm duy trì chính sách tiền tệ lỏng nhằm hỗ trợ đà tăng trưởng của nền kinh tế. Trong cuộc họp chính sách tháng 12/2021, ECB đã thông báo vẫn sẽ giữ nguyên lãi suất ở mức thấp kỷ lục hiện nay nhằm hỗ trợ đà tăng trưởng của kinh tế khu vực.

Trong khi đó, hoạt động thương mại hai chiều của Việt Nam với thị trường EU trong quý IV/2021 đã phục hồi trở lại sau khi giảm mạnh trong quý trước, góp phần quan trọng đưa kim ngạch thương mại hai chiều giữa Việt Nam và EU trong cả năm 2021 ước đạt 56,78 tỷ USD, tăng 13,9% so với năm 2020, chiếm khoảng 8,5% tỷ trọng trên tổng kim ngạch xuất nhập khẩu hàng hóa của Việt Nam với thế giới. Trong đó,

kim ngạch xuất khẩu hàng hóa sang thị trường EU năm 2021 ước đạt 39,8 tỷ USD, tăng 13,2% so với năm 2020; kim ngạch nhập khẩu ước đạt 16,78 tỷ USD, tăng 15,7%.

Dự báo, kim ngạch thương mại hai chiều giữa Việt Nam với thị trường EU trong năm 2022 sẽ tiếp tục tăng trưởng khả quan do các doanh nghiệp ngày càng nắm bắt và tận dụng tốt hơn những lợi thế từ Hiệp định EVFTA. Tuy nhiên, hoạt động thương mại với thị trường này cũng vẫn còn có những khó khăn khi kinh tế nhiều quốc gia trong Liên minh có khả năng tăng trưởng chậm lại trước diễn biến khó lường của dịch Covid-19, lạm phát toàn khối đang ở mức cao và vấn đề tắc nghẽn tại các cảng ở châu Âu khó được tháo gỡ cho đến nửa cuối năm 2022.



Một số thông tin đáng chú ý:

- ▶ Theo Cơ quan Thống kê châu Âu (Eurostat), kim ngạch xuất khẩu hàng hóa của EU sang thị trường ngoại khối trong 10 tháng năm 2021 tăng 12,7% so với cùng kỳ năm 2020 ; kim ngạch nhập khẩu của EU từ thị trường ngoại khối tăng 19,4%. Với kết quả này, thặng dư thương mại của EU với thị trường ngoại khối đạt 87,5 tỷ EUR, thấp hơn so với 162,2 tỷ EUR cùng kỳ năm trước.
- ▶ Ủy ban châu Âu đã công bố Quy định số 2021/1900 sửa đổi Quy định (EU) 2019/1793 về việc áp dụng tạm thời các biện pháp kiểm soát chính thức và khẩn cấp một số thực phẩm được nhập khẩu vào EU. Quy định này được áp dụng từ ngày 23/11/2021.

EVFTA

“BÊ ĐỒ” CHO DOANH NGHIỆP VIỆT NAM TRONG GIAI ĐOẠN DỊCH BỆNH



Trong hơn một năm qua, hoạt động xuất khẩu của Việt Nam tới các thị trường toàn cầu nói chung và xuất khẩu sang thị trường EU nói riêng gặp rất nhiều trở ngại trước những ảnh hưởng nghiêm trọng của đại dịch Covid-19, cộng với tình trạng tắc nghẽn tại các cảng biển làm gián đoạn chuỗi cung ứng và khiến cước phí vận tải liên tục tăng lên mức cao kỷ lục. Bên cạnh đó, nhiều thị trường đã đẩy mạnh siết

chặt hàng rào phi thuế quan, gia tăng bảo hộ trong nước, trong đó đáng chú ý nhất là hàng loạt các quy định, tiêu chuẩn nghiêm ngặt được Trung Quốc ban hành để kiểm soát hàng nhập khẩu. Trong bối cảnh này, Hiệp định Thương mại tự do Việt Nam – EU (EVFTA) được đánh giá là một trong những điểm tựa vững chắc, góp phần quan trọng hỗ trợ kim ngạch xuất nhập khẩu hàng hóa của Việt Nam trong năm 2021 tăng lên mức cao

kỷ lục, vượt xa so với kế hoạch đã đặt ra.

Về thương mại với EU, với những lợi thế từ EVFTA, kim ngạch thương mại hai chiều giữa Việt Nam - EU đã và đang tăng trưởng theo hướng bền vững hơn, cả về chất và lượng, góp phần khiến năng lực cạnh tranh và thị phần của hàng hóa Việt Nam tại thị trường EU ngày càng được cải thiện. Việt Nam hiện đã vươn lên

trở thành đối tác thương mại đứng thứ 15 của EU trên thế giới và là đối tác thương mại lớn nhất của EU trong khu vực ASEAN, xếp trong nhóm những quốc gia cung ứng hàng hóa lớn nhất vào thị trường EU.

Các mặt hàng xuất khẩu của Việt Nam được đánh giá là có cơ hội lớn nhất từ EVFTA bao gồm: Giày dép, quần áo, thủy sản, các sản phẩm nhựa, hoa quả và các loại hạt và một số sản phẩm nông sản khác như gạo, ngô ngọt, tỏi, nấm... Tỷ lệ sử dụng chứng nhận C/O mẫu EUR.1 trong hơn 1 năm qua đã có sự tăng dần theo thời gian, cho thấy EVFTA ngày càng phát huy ảnh hưởng, góp phần thúc đẩy xuất khẩu. Ở chiều ngược lại, doanh nghiệp cũng có lợi thế khi nhập khẩu các sản phẩm thế mạnh của EU nhờ EVFTA, đặc biệt là xe cộ, máy móc, thiết bị điện, dược phẩm, các sản phẩm nhựa, sắt thép, nhiên liệu dầu khoáng, thịt động vật và gia cầm, sữa và các sản phẩm từ sữa, rượu bia và đồ uống... Các ưu đãi thuế quan trong nhập khẩu máy móc thiết bị, công nghệ, nguyên phụ liệu cho sản xuất từ EU theo EVFTA sẽ giúp doanh nghiệp tiết kiệm được chi phí, đồng thời tăng năng suất lao động, cải thiện hiệu quả cạnh tranh.

Bên cạnh việc mang đến cơ hội thị trường đa dạng hơn cho doanh nghiệp, EVFTA cũng đem lại cho Việt Nam cơ hội để cải cách thể chế, minh bạch hoá, cải thiện môi trường đầu tư - kinh doanh và chuyển đổi cơ cấu hàng hoá hướng tới xuất khẩu các mặt hàng có giá trị gia tăng cao.

Trong năm 2022, hoạt động thương mại và đầu tư giữa Việt Nam - EU được kỳ vọng sẽ tiếp tục khả quan do các doanh nghiệp hai bên nắm bắt và tận dụng hiệu

quả hơn những ưu đãi từ EVFTA. Tuy nhiên, sau 17 tháng EVFTA có hiệu lực, doanh nghiệp vẫn đối mặt với một số vướng mắc trong quá trình thực thi Hiệp định, tiêu biểu như sau:

+ Doanh nghiệp còn gặp nhiều khó khăn trong việc chứng nhận quy tắc xuất xứ để có thể tận dụng tối đa các ưu đãi trong EVFTA, thể hiện rõ nét qua việc các doanh nghiệp vẫn đang gặp rất nhiều trở ngại trong khai báo quy trình sản xuất, nguồn gốc xuất xứ và kiểm định chất lượng sản phẩm xuất khẩu. Thực tế, quy tắc xuất xứ được đưa ra trong EVFTA tuy không mới nhưng khá phức tạp. So với các FTA khác mà Việt Nam đang tham gia, quy định về quy tắc xuất xứ trong EVFTA có nhiều điểm mới hơn, cả về cách diễn đạt tiêu chí và các quy định kèm theo. Ví dụ như một số mặt hàng như dệt may, mực và bạch tuộc chế biến được phép cộng gộp xuất xứ với nguyên liệu từ nước không phải thành viên Hiệp định hoặc quy định cho hưởng ưu đãi đối với một số lãnh thổ đặc thù hay chia nhỏ hàng hóa ở nước thứ ba ngoài Hiệp định... Hiện EU vẫn dành chế độ ưu đãi thuế quan phổ cập (GSP) cho Việt Nam, tuy nhiên đây là ưu đãi đơn phương phụ thuộc vào EU, còn EVFTA là ưu đãi song phương giữa Việt Nam và EU.

Do đó, nhằm tận dụng tốt các ưu đãi về thuế quan trong EVFTA, trước khi xuất khẩu hàng hoá sang thị trường EU, các doanh nghiệp cần trao đổi thật kỹ với khách hàng tại EU để xác định sản phẩm áp dụng quy tắc xuất xứ theo mẫu nào, để làm hồ sơ chứng minh xuất xứ cho phù hợp, tránh tình trạng doanh nghiệp phải làm hồ sơ cấp giấy chứng nhận xuất xứ nhiều lần. Theo thông tin của Cục Xuất nhập khẩu (Bộ Công

Thương), hiện một số mặt hàng xuất khẩu chủ lực của Việt Nam nhưng có tỷ lệ sử dụng C/O mẫu EUR.1 chưa đạt mức kỳ vọng, có thể kể đến như mặt hàng gỗ và dệt may. Nguyên nhân do các doanh nghiệp gỗ vẫn đang sử dụng ưu đãi thuế quan phổ cập (GSP) tại thị trường EU, còn với dệt may, nhiều doanh nghiệp vẫn chưa đáp ứng được quy tắc xuất xứ.

+ Những quy định về bảo hộ sở hữu trí tuệ, đặc biệt là vấn đề bảo hộ quyền sở hữu trí tuệ đối với chỉ dẫn địa lý nói chung cũng như giải quyết vấn đề liên quan đến bảo hộ chỉ dẫn địa lý đồng âm trong EVFTA.

Hiện chỉ dẫn địa lý - với mục đích nâng cao giá trị nông sản lẫn giá trị pháp lý trong xuất khẩu vẫn chưa được nhiều doanh nghiệp Việt Nam quan tâm và đăng ký bảo hộ ở các thị trường nước ngoài, gây ra những thiệt hại nhất định và nguy cơ rủi ro cao, thậm chí gặp những vấn đề về pháp lý khi ra thị trường quốc tế. Trong khi đó, chỉ dẫn địa lý lại là yếu tố về sở hữu trí tuệ mà thị trường EU đặc biệt quan tâm. Vì vậy, những quy định khắt khe về bảo hộ sở hữu trí tuệ trong EVFTA đã và đang đặt ra cho các doanh nghiệp Việt Nam yêu cầu phải tìm hiểu rõ, có những phương án chuẩn bị tốt nhất để có thể tận dụng các lợi thế và hạn chế các tác động tiêu cực mà các quy định đó mang lại.

Như vậy, hơn một năm thực thi EVFTA, kinh tế Việt Nam nói chung và các doanh nghiệp nói riêng về cơ bản đã đạt được một số kết quả tích cực bước đầu. Tuy nhiên, để quá trình xuất khẩu thực sự thông thoáng, bền vững và bứt phá, đòi hỏi các doanh nghiệp Việt Nam phải nỗ lực hơn nữa trong việc nắm bắt, tuân thủ và đáp ứng những quy định và tiêu chuẩn của Hiệp định.



Xuất khẩu hàng hóa

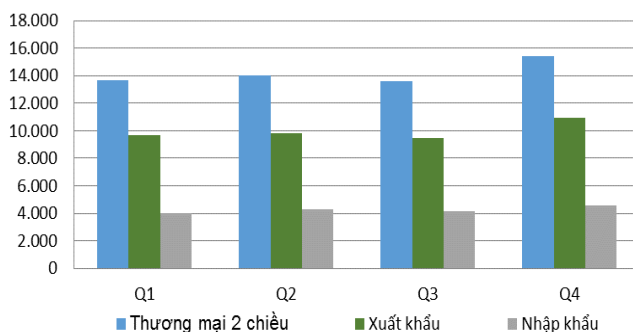
SANG THỊ TRƯỜNG EU quý 4/2021 phục hồi mạnh

Năm 2021, thương mại 2 chiều giữa Việt Nam và EU tiếp tục tăng trưởng, bất chấp dịch Covid-19 diễn biến phức tạp. Kim ngạch thương mại 2 chiều giữa Việt Nam và EU sau khi giảm mạnh trong quý III/2021 do đợt dịch lần thứ 4, đã phục hồi trở lại trong quý IV/2021. Trong đó, kim ngạch thương mại tháng 11/2021 tăng tới 27,3% so với cùng kỳ năm 2020, sau khi tăng 4,7% trong tháng 10/2021. Ước tính, quý 4/2021, kim ngạch thương mại 2 chiều giữa Việt Nam và EU đạt 15,45 tỷ USD, tăng 15,4% so với cùng kỳ năm 2020, sau khi chỉ tăng 4,4% trong quý 3/2021. Năm 2021, kim ngạch thương mại 2 chiều giữa Việt Nam và EU ước đạt 56,78 tỷ USD, tăng 13,9% so với năm 2020.

Theo thống kê của Tổng cục Hải quan, 11 tháng năm 2021, kim ngạch thương mại 2 chiều giữa Việt Nam và EU đạt 51,3 tỷ USD, tăng 13,8% so với cùng kỳ năm 2020. 11 tháng năm 2021, Việt Nam xuất siêu sang EU 20,6 tỷ USD, tăng 9,8% so với mức xuất siêu của 11 tháng năm 2020.

Ước tính năm 2021, kim ngạch thương mại 2 chiều giữa Việt Nam và EU đạt 56,78 tỷ USD, tăng 13,9% so với năm 2020; Việt Nam xuất siêu sang EU 22,84 tỷ USD, tăng so với mức xuất siêu 20,48 tỷ USD trong năm 2020.

Kim ngạch thương mại 2 chiều Việt Nam - EU theo quý năm 2020 - 2021 (ĐVT: Triệu USD)



Nguồn: Tính toán từ số liệu thống kê của Tổng cục Hải quan; ước tính quý 4/2021

Kim ngạch thương mại 2 chiều Việt Nam – EU

	11 tháng năm 2021 (Triệu USD)	So với 11 tháng năm 2020 (%)	Ước tính năm 2021 (triệu USD)	So với năm 2020 (%)
Thương mại hai chiều	51.299	13,8	56.782	13,9
Xuất khẩu	35.960	12,6	39.804	13,2
Nhập khẩu	15.340	16,6	16.978	15,7
Cán cân thương mại	20.620		22.836	

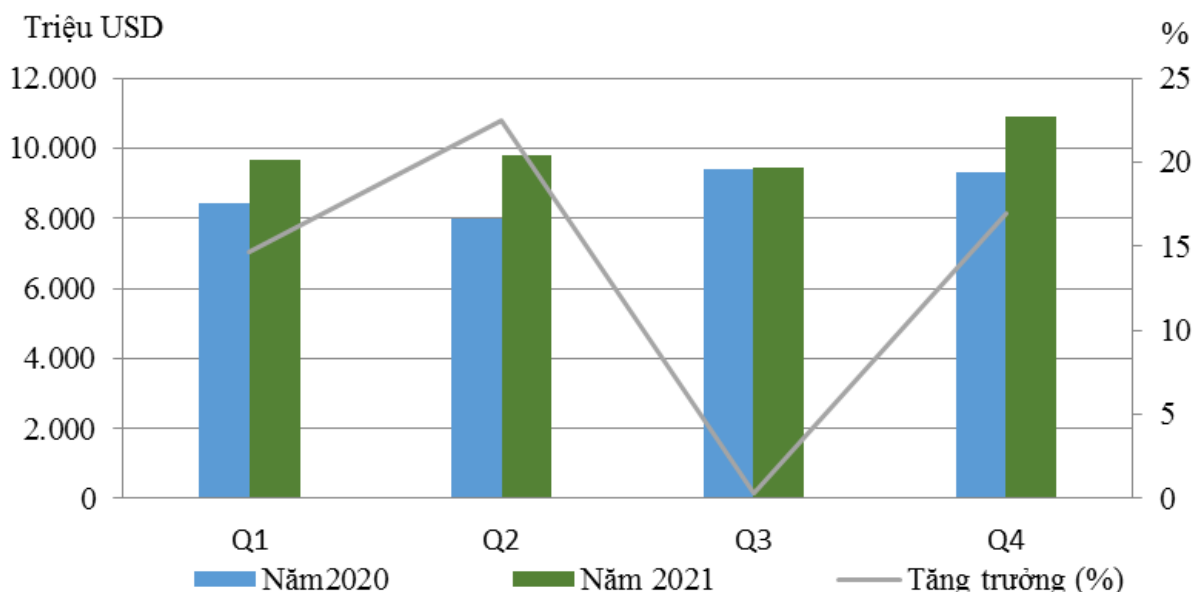
Nguồn: Tính toán từ số liệu thống kê của Tổng cục Hải quan

Về xuất khẩu

Tháng 11/2021, kim ngạch xuất khẩu hàng hóa sang thị trường EU đạt 3,76 tỷ USD, tăng 12,2% so với tháng 10/2021 và tăng 31,8% so với tháng 11/2020. Như vậy, kim ngạch xuất khẩu hàng hóa của Việt Nam sang thị trường EU tiếp tục phục hồi mạnh sau khi giảm trong tháng 8 và tháng 9/2021. Tính chung 11 tháng năm 2021, kim ngạch xuất khẩu hàng hóa sang thị trường EU tăng 12,6% so với 11 tháng năm 2020, đạt 35,96 tỷ USD.

Ước tính, quý 4/2021, kim ngạch xuất khẩu hàng hóa sang thị trường EU đạt 10,91 tỷ USD, tăng 17% so với cùng kỳ năm 2020, sau khi chỉ tăng 0,3% trong quý trước đó. Năm 2021, kim ngạch xuất khẩu hàng hóa sang thị trường EU ước đạt 39,8 tỷ USD, tăng 13,2% so với năm 2020.

Xuất khẩu hàng hóa của Việt Nam sang thị trường EU theo quý năm 2020 – 2021 (ĐVT: Triệu USD)



Nguồn: Tính toán từ số liệu thống kê của Tổng cục Hải quan; ước tính quý 4/2021

Về thị trường, 11 tháng năm 2021, kim ngạch xuất khẩu hàng hóa sang hầu hết thị trường lớn trong khối EU tăng so với cùng kỳ năm 2020, trừ xuất khẩu sang Pháp, Hungary, Rumani giảm.

Cơ cấu thị trường xuất khẩu hàng hóa trong khối EU có sự biến động khi tỷ trọng xuất khẩu sang Đức, Hà Lan, Áo, Pháp, Thụy Điển... giảm; trong khi tỷ trọng xuất khẩu sang Bỉ, Italia, Bồ Đào Nha, Ai Len... tăng.

**Kim ngạch xuất khẩu hàng hóa của Việt Nam tới các thị trường
trong khối EU 11 tháng năm 2021**

Thị trường	11 tháng năm 2021 (Nghìn USD)	So với cùng kỳ năm 2020 (%)	Tỷ trọng 11 tháng năm 2021 (%)	Tỷ trọng 11 tháng năm 2020 (%)
Đức	6.517.744	7,7	18,1	18,9
Hà Lan	6.862.246	9,5	19,1	19,6
Bỉ	3.262.365	58,2	9,1	6,5
Italia	3.475.853	22,6	9,7	8,9
Áo	2.758.165	1,9	7,7	8,5
Pháp	2.829.625	-7,4	7,9	9,6
Tây Ban Nha	2.285.014	18	6,4	6,1
Ba Lan	1.880.115	15,7	5,2	5,1
Thụy Điển	1.050.564	0,9	2,9	3,3
Slovakia	1.126.988	9	3,1	3,2
Bồ Đào Nha	517.179	49,1	1,4	1,1
Ai Len	275.184	86,3	0,8	0,5
Cộng Hoà Séc	523.747	38,4	1,5	1,2
Slovenia	395.531	59,8	1,1	0,8
Đan Mạch	315.344	20,9	0,9	0,8
Hy Lạp	314.352	29,6	0,9	0,8
Hungary	495.116	-39,2	1,4	2,5
Rumani	188.735	-7,8	0,5	0,6
Látvia	207.478	4,6	0,6	0,6
Phần Lan	246.980	92,9	0,7	0,4
Bungari	100.238	91,3	0,3	0,2
Luxembua	117.574	92,8	0,3	0,2
Litva	96.112	-0,3	0,3	0,3
Croatia	46.111	0,5	0,1	0,1
Síp	33.323	-3,3	0,1	0,1
Estonia	29.256	-36,8	0,1	0,1
Manta	8.940	22	0,0	0,0
Tổng	35.959.877	12,6	100,0	100,0

Nguồn: Tính toán từ số liệu của Tổng cục Hải quan

Về mặt hàng: Trong 11 tháng năm 2021, kim ngạch xuất khẩu hầu hết các mặt hàng sang thị trường EU tăng so với cùng kỳ năm 2020. Các mặt hàng tăng mạnh nhất gồm: sắt thép các loại; máy móc, thiết bị, dụng cụ, phụ tùng khác; phương tiện vận tải và phụ tùng; sản phẩm từ sắt thép; sản phẩm từ chất dẻo; gỗ và sản phẩm gỗ... đạt mức tăng trưởng 2 con số.

Xuất khẩu sắt thép các loại của Việt Nam sang EU tăng mạnh khi nhu cầu nhập khẩu của EU tăng và các doanh nghiệp đã tận dụng tốt Hiệp định EVFTA. Theo thống kê của Eurostat, trong 9 tháng đầu năm 2021, kim ngạch nhập khẩu sắt thép các loại của EU tăng 67,8% so với cùng kỳ năm 2020. Trong khi đó, 11 tháng năm 2021, xuất khẩu sắt thép của Việt Nam sang thị trường EU đạt 1,53 triệu tấn, kim ngạch đạt 1,76 tỷ USD, tăng 646,1% về lượng và tăng 973,5% về kim ngạch so với cùng kỳ năm 2020. Mức tăng vượt bậc này cho thấy các doanh nghiệp ngành thép đã tận dụng tốt những ưu đãi mà Hiệp định EVFTA mang lại. Theo cam kết trong Hiệp định EVFTA, thuế suất nhập khẩu sắt thép các loại của EU từ Việt Nam hầu hết đã về 0%, trừ 3 mã hàng 72024910; 72024950 và 72024990 có lộ trình giảm thuế B7.

Với lợi thế thuế suất giảm về 0% ngay khi Hiệp định

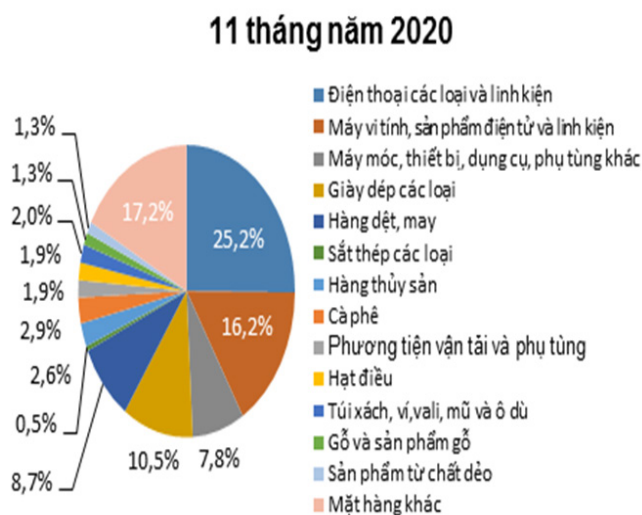
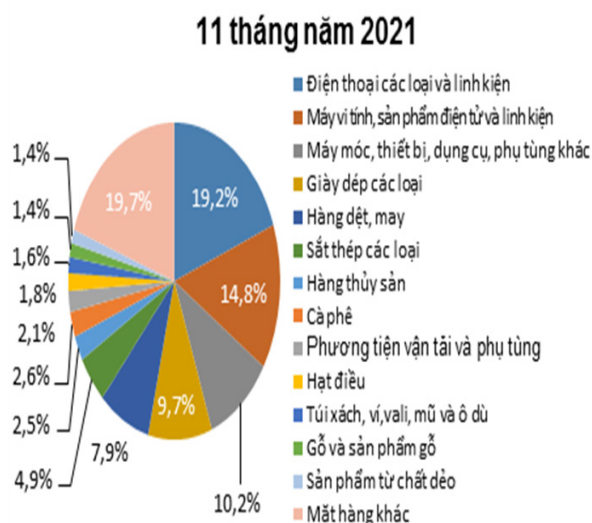
EVFTA, xuất khẩu sản phẩm từ chất dẻo của Việt Nam sang thị trường EU tăng 21,4% so với cùng kỳ năm 2020 trong 11 tháng năm 2021, đạt 501,4 triệu USD. Sản phẩm từ chất dẻo xuất khẩu sang thị trường EU còn nhiều tiềm năng tăng trưởng khi không bị làm khó bởi quy tắc xuất xứ. Theo đó, Hiệp định cho phép sử dụng tối đa 50% nguyên liệu không có xuất xứ trong quá trình sản xuất hoặc tiêu chí xuất xứ là chuyển đổi mã số hàng hóa ở cấp độ 4 số, trong đó cho phép được sử dụng tối đa 20% nguyên liệu không xuất xứ cùng nhóm (4 số) với sản phẩm.

Trong khi đó, xuất khẩu các mặt hàng sử dụng nhiều lao động và chủ yếu tập trung sản xuất ở khu vực miền Nam như giày dép, dệt may... trong 11 tháng năm 2021 sang thị trường EU tăng trưởng thấp do tác động của đợt dịch Covid-19 bùng phát vào quý 3/2021 tại các tỉnh thành phía Nam.

Cơ cấu mặt hàng xuất khẩu sang thị trường EU của Việt Nam có nhiều thay đổi khi tỷ trọng các mặt hàng: máy móc, thiết bị, dụng cụ, phụ tùng; sắt thép các loại, phương tiện vận tải và phụ tùng... trong tổng kim ngạch xuất khẩu tăng; trong khi tỷ trọng xuất khẩu các mặt hàng: điện thoại các loại; máy vi tính, sản phẩm điện tử và linh kiện; giày dép các loại; hàng dệt, may; sản phẩm từ chất dẻo... giảm.

Cơ cấu mặt hàng xuất khẩu sang thị trường EU

(Tỷ trọng tính theo kim ngạch)



Nguồn: Tính toán từ số liệu của Tổng cục Hải quan

Dự báo, xuất khẩu hàng hóa của Việt Nam sang thị trường EU trong năm 2022 sẽ tiếp tục tăng trưởng khả quan do các doanh nghiệp Việt Nam ngày càng tận dụng tốt những ưu đãi từ Hiệp định EVFTA. Để đáp ứng quy tắc xuất xứ, các doanh nghiệp Việt Nam bắt đầu nhập khẩu nguyên liệu từ thị trường EU. Điều này thấy rõ khi kim ngạch nhập khẩu vải từ EU tăng đáng kể từ khi Hiệp định EVFTA có hiệu lực. Các doanh nghiệp Việt Nam đang tận dụng thuế suất ưu đãi từ EVFTA, nhập khẩu nguyên liệu vải – đáp ứng quy tắc xuất xứ của EVFTA và xuất khẩu trở lại thị trường EU.

Trong khi đó, sau 2 năm dịch Covid-19 bùng phát, cả Việt Nam và EU đang thích ứng ngày càng tốt hơn với dịch bệnh, hoạt động sản xuất và xuất khẩu dần trở về

trạng thái bình thường mới. Kinh tế EU được dự báo tiếp tục tăng trưởng, nhu cầu nhập khẩu hàng hóa sẽ tiếp tục tăng là yếu tố hỗ trợ xuất khẩu hàng hóa của Việt Nam. Eurostat dự báo, mặc dù gặp nhiều khó khăn, nhưng kinh tế EU sẽ tiếp tục tăng trong thời gian tới, đạt tốc độ tăng trưởng lần lượt là 5%, 4,3% và 2,5% vào các năm 2021, 2022 và 2023.

Tuy nhiên, xuất khẩu tới thị trường này cũng vẫn còn có những khó khăn khi kinh tế khu vực tăng trưởng chậm lại, lạm phát ở mức cao và vấn đề tắc nghẽn tại các cảng ở châu Âu khó được tháo gỡ cho đến nửa cuối năm 2022. Bên cạnh đó, những biến động chính trị tại khu vực cũng là rủi ro lớn tác động đến kinh tế EU. Bên cạnh đó, diễn biến phức tạp của dịch Covid-19 cũng sẽ tác động đến kinh tế khu vực.

Một số mặt hàng Việt Nam xuất khẩu sang thị trường EU 11 tháng năm 2021

Mặt hàng	11 tháng năm 2021		So với 11 tháng năm 2020 (%)	
	Lượng (tấn)	Trị giá (Nghìn USD)	Lượng	Trị giá
Điện thoại các loại và linh kiện		6.921.678		-13,8
Máy vi tính, sản phẩm điện tử và linh kiện		5.330.796		3,4
Máy móc, thiết bị, dụng cụ, phụ tùng khác		3.653.785		47,1
Giày dép các loại		3.501.073		4,2
Hàng dệt, may		2.844.491		2,5
Sắt thép các loại	1.532.245	1.759.549	646,1	973,5
Hàng thủy sản		914.124		9,9
Cà phê	501.137	921.763	-11,0	1,2
Phương tiện vận tải và phụ tùng		769.761		25,9
Hạt điều	110.878	641.989	14,6	4,0
Túi xách, ví, vali, mũ và ô dù		590.992		-8,7
Gỗ và sản phẩm gỗ		511.726		19,9
Sản phẩm từ chất dẻo		501.378		21,4
Sản phẩm từ sắt thép		603.482		34,9
Đồ chơi, dụng cụ thể thao và bộ phận		340.373		3,1
Sản phẩm mây, tre, cói và thảm		183.453		42,6
Hạt tiêu	32.467	135.274	16,5	76,4
Nguyên phụ liệu dệt, may, da, giày		162.352		4,4
Hàng rau quả		134.061		4,3
Cao su	87.407	153.137	52,3	96,6
Bánh kẹo và các sản phẩm từ ngũ cốc		98.937		4,9

Nguồn: Tính toán từ số liệu của Tổng cục Hải quan

Về nhập khẩu

Trong 11 tháng năm 2021, nhập khẩu hàng hóa từ thị trường EU đạt 15,34 tỷ USD, tăng 16,6% so với cùng kỳ năm 2020. Ước tính năm 2021, kim ngạch nhập khẩu đạt 16,78 tỷ USD, tăng 15,7% so với năm 2020.

11 tháng năm 2021 kim ngạch nhập khẩu hàng hóa của Việt Nam từ hầu hết các thị trường lớn trong khối EU tăng so với cùng kỳ năm 2020, trong khi nhập khẩu từ Thụy Điển, Slovenia, Síp, Latvia... giảm.

Thị trường cung cấp hàng hóa cho Việt Nam trong khối EU 11 tháng năm 2021

Thị trường	11 tháng năm 2021 (Nghìn USD)	So với cùng kỳ năm 2020 (%)
Ai Len	4.055.861	11,4
Đức	3.497.494	16,0
Italia	1.607.850	19,4
Pháp	1.493.751	10,9
Bỉ	553.841	27,0
Hà Lan	639.190	9,8
Hungary	488.683	47,3
Ba Lan	475.318	52,9
Tây Ban Nha	534.168	10,9
Áo	303.410	15,2
Thụy Điển	297.422	-6,8
Đan Mạch	215.512	18,8
Cộng Hoà Séc	133.259	14,9
Phần Lan	231.464	26,3
Rumani	139.587	124,1
Slovenia	56.659	-18,5
Bungari	127.480	132,7
Luxembua	50.911	17,9
Hy Lạp	82.151	16,9
Bồ Đào Nha	119.024	37,0
Slovakia	59.332	47,9
Manta	33.235	-6,4
Síp	41.190	-27,5
Lítva	33.719	119,5
Látvia	19.492	-21,7
Croatia	34.955	59,0
Estonia	14.553	-2,5
Tổng	15.339.512	16,6

Nguồn: Tính toán từ số liệu của Tổng cục Hải quan

11 tháng năm 2021, kim ngạch nhập khẩu hầu hết các mặt hàng chủ yếu từ thị trường EU đều tăng so với cùng kỳ năm 2020. Trong đó, nhập khẩu các mặt hàng nguyên liệu cho sản xuất như: nguyên phụ liệu dệt, may, da, giày; vải các loại, thức ăn gia súc và nguyên liệu... tăng

Nhập khẩu các mặt hàng tiêu dùng như: Chế phẩm thực phẩm khác; Chất thơm, mỹ phẩm và chế phẩm vệ sinh; Bánh kẹo và các sản phẩm từ ngũ cốc; Hàng điện gia dụng và linh kiện cũng tăng mạnh so với cùng kỳ năm 2020. Tuy nhiên, kim ngạch nhập khẩu các mặt hàng này vẫn ở mức thấp do giá các sản phẩm này thường ở mức cao, chủ yếu phục vụ nhu cầu phân khúc thị trường cao cấp.

Một số mặt hàng nhập khẩu từ thị trường EU 11 tháng năm 2021

Mặt hàng	11 tháng năm 2021		So với 11 tháng năm 2020 (%)	
	Lượng (tấn)	Trị giá (Nghìn USD)	Lượng	Trị giá
Tổng		15.339.512		16,7
Máy vi tính, sản phẩm điện tử và linh kiện		4.147.411		13,9
Máy móc, thiết bị, dụng cụ, phụ tùng khác		3.156.658		14,1
Dược phẩm		1.472.604		-7,0
Sản phẩm hóa chất		657.303		44,4
Thức ăn gia súc và nguyên liệu		370.282		45,2
Linh kiện, phụ tùng ô tô		188.223		88,3
Nguyên phụ liệu dệt, may, da, giày		308.493		28,1
Sữa và sản phẩm sữa		185.910		4,0
Kim loại thường khác	15.204	115.768	86,8	168,4
Vải các loại		155.848		29,6
Chất dẻo nguyên liệu	63.073	216.676	13,7	14,4
Hóa chất		169.164		4,1
Sản phẩm từ chất dẻo		148.406		27,1
Sản phẩm từ sắt thép		168.958		-5,4
Phương tiện vận tải khác và phụ tùng		177.410		42,2
Ô tô nguyên chiếc các loại	971	76.009	4,3	47,7
Đá quý, kim loại quý và sản phẩm		43.597		0,0
Sắt thép các loại	24.055	72.679	-47,0	-11,3
Gỗ và sản phẩm gỗ		170.511		16,9
Chất thơm, mỹ phẩm và chế phẩm vệ sinh		83.566		32,1
Thuốc trừ sâu và nguyên liệu		77.624		23,5
Chế phẩm thực phẩm khác		87.051		27,8
Giấy các loại	67.665	73.947	-4,2	6,7

Nguồn: Tính toán từ số liệu của Tổng cục Hải quan

THƯƠNG MẠI GIỮA VIỆT NAM – ĐỨC

ĐÃ TĂNG TỐC TRỞ LẠI

Trong những năm gần đây, Đức luôn là thị trường xuất nhập khẩu hàng đầu của Việt Nam với thị trường EU và ở chiều ngược lại, Việt Nam là đối tác thương mại lớn thứ 5 của Đức tại châu Á (chỉ sau Trung Quốc, Nhật Bản, Hàn Quốc và thị trường Đài Loan). Tuy nhiên, tốc độ tăng trưởng của kim ngạch thương mại hai chiều giữa Việt Nam và Đức giai đoạn 2015-2021 luôn ở mức thấp hơn mức tăng trưởng trong thương mại giữa Việt Nam với EU (bình quân tăng 3,8%/năm đối với Đức và bình quân tăng 8%/năm với Liên minh EU). Nguyên nhân chính do Đức là một trong những thị trường có mức độ cạnh tranh cao cộng với các quy định và yêu cầu nhập khẩu khắt khe nhất tại EU, trong khi đó nguồn vốn FDI của Đức rót vào Việt Nam những năm qua còn khá hạn chế. Vì vậy, rất khó để các doanh nghiệp Việt Nam có thể bứt phá trong hoạt động thương mại với thị trường này. Trong bối cảnh này, Hiệp định Thương mại Tự do Việt Nam - EU (EVFTA) đi vào

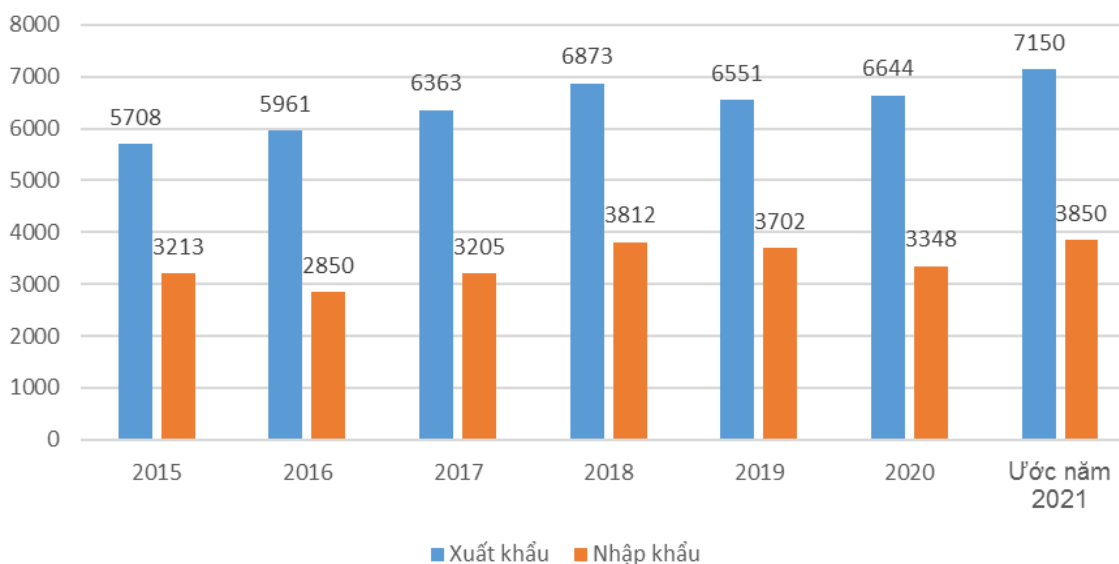


thực thi là động lực rất quan trọng để đẩy mạnh thương mại giữa Việt Nam với Đức.

Trong năm 2021, mặc dù chịu ảnh hưởng bởi đại dịch Covid-19 nhưng hoạt động xuất nhập khẩu giữa Việt Nam với thị trường Đức đã tăng tốc trở lại sau hai năm liên tục sụt giảm. Ước tính, tổng kim ngạch thương mại hai chiều giữa hai nước trong năm 2021 đạt 11 tỷ USD, tăng 10,1% so với năm trước, chiếm gần 22% tỷ trọng trên tổng kim ngạch thương mại hai chiều giữa Việt Nam với toàn khối EU. Trong đó, Việt Nam xuất siêu sang Đức đạt 3,3 tỷ USD, không thay đổi so với con số xuất siêu của năm 2020.

Kim ngạch xuất nhập khẩu giữa Việt Nam với thị trường Đức giai đoạn 2015-2021

(ĐVT: Triệu USD)



Nguồn: Tổng cục Hải quan

Số liệu thống kê từ Tổng cục Hải quan, thương mại hai chiều giữa Việt Nam và Đức trong 11 tháng năm 2021 đạt hơn 10 tỷ USD, tăng 10,5% so với cùng kỳ năm trước. Về cán cân thương mại, Việt Nam xuất siêu 3,02 tỷ USD sang thị trường Đức, giảm nhẹ 0,6% so với mức xuất siêu 3,04 tỷ USD trong 11 tháng năm 2020.

Quan hệ thương mại giữa Việt Nam và Đức trong 11 tháng và ước cả năm 2021

	11 tháng/2021	So với 11 tháng/2020	Ước tính năm 2021	So với năm 2020
	(nghìn USD)	(%)	(nghìn USD)	(%)
Thương mại 2 chiều	10.015.237	10,46	11.000.000	10,09
Xuất khẩu sang Đức	6.517.744	7,69	7.150.000	7,62
Nhập khẩu từ Đức	3.497.494	16,00	3.850.000	15,01
Cán cân thương mại	3.020.250	-0,56	3.300.000	0,10

Nguồn: Tổng cục Hải quan

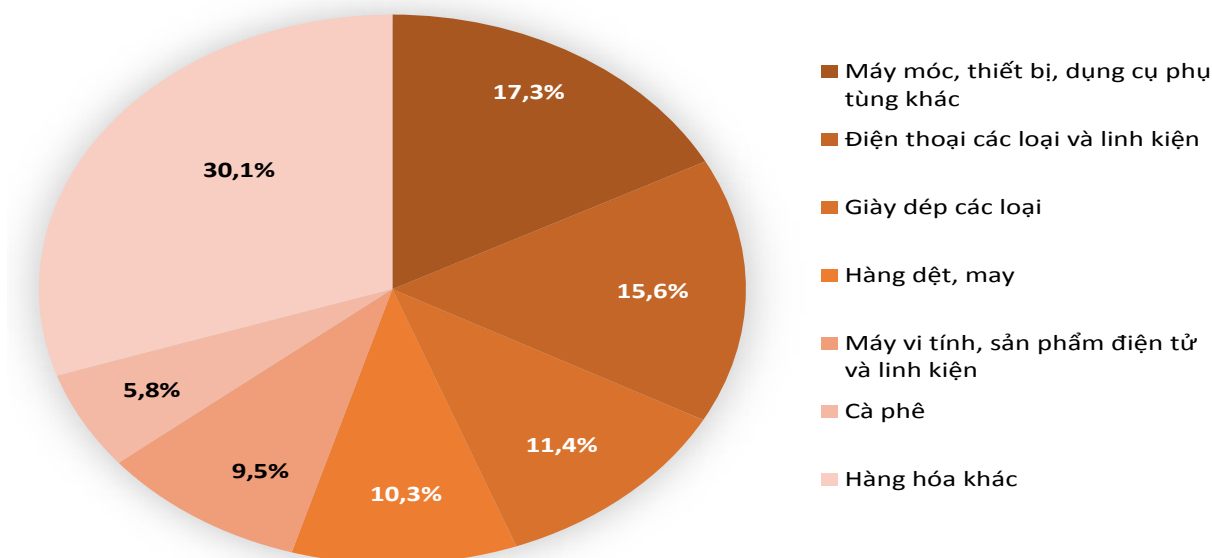
VỀ XUẤT KHẨU:

Trong 11 tháng năm 2021, kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam sang thị trường Đức đạt 6,52 tỷ USD, tăng 7,7% so với cùng kỳ năm trước, chiếm 12,7% tỷ trọng trên tổng kim ngạch xuất khẩu sang thị trường EU, giảm so với tỷ trọng chiếm 18,4% cùng kỳ năm trước. Ước tính trong năm 2021, tổng kim ngạch xuất khẩu hàng hóa sang thị trường này đạt 7,2 tỷ USD, tăng 8,4% so với năm 2020 và đánh dấu mức kim ngạch xuất khẩu sang Đức cao kỷ lục. Với kết quả này, hiện Đức đang là thị trường xuất khẩu lớn thứ hai của Việt Nam tại Liên minh EU (sau thị trường Hà Lan).

Trong khi đó, số liệu từ Eurostat cho thấy, kim ngạch

nhập khẩu của Đức từ thị trường Việt Nam trong 10 tháng năm 2021 đạt 6,39 tỷ EUR (tương đương 7,2 tỷ USD), giảm 0,8% so với cùng kỳ năm trước, chiếm gần 1,8% tỷ trọng trên tổng kim ngạch nhập khẩu của Đức, giảm so với mức tỷ trọng chiếm 2,1% cùng kỳ năm trước. Với kết quả này, Việt Nam đã từ vị trí thứ 4 (tại thời điểm cuối năm 2020) xuống vị trí thứ 6 trong danh sách thị trường nhập khẩu của Đức tại khu vực châu Á (sau Trung Quốc, Nhật Bản, Hàn Quốc, Đài Loan và Ấn Độ). Trong 10 tháng qua, kim ngạch nhập khẩu của Đức từ các thị trường ngoại khối vẫn tăng khoảng 12%, riêng nhập khẩu từ 5 thị trường châu Á là Trung Quốc, Nhật Bản, Hàn Quốc, Đài Loan và Ấn Độ ghi nhận mức tăng từ 11 - 27%.

Cơ cấu hàng hóa xuất khẩu của Việt Nam sang thị trường Đức trong 11 tháng năm 2021



Nguồn: Tổng cục Hải quan

Như vậy, mặc dù theo số liệu của Tổng cục Hải quan Việt Nam, xuất khẩu hàng hóa sang Đức năm 2021 ghi nhận tốc độ tăng trưởng khá, nhưng nếu xét theo số liệu của Eurostat, hàng Việt Nam đang giảm dần thị phần tại thị trường Đức.

Một số mặt hàng xuất khẩu sang thị trường Đức trong 11 tháng năm 2021

Mặt hàng	11 tháng năm 2021 (nghìn USD)	11T/21 so với 11T/20 (%)	Tỷ trọng (%)	
			11 tháng/2020	11 tháng/2021
Máy móc, thiết bị, dụng cụ phụ tùng khác	1.127.298	90,3	9,8	17,3
Điện thoại các loại và linh kiện	1.019.719	-27,8	23,3	15,6
Giày dép các loại	743.880	-4,9	12,9	11,4
Hàng dệt, may	668.724	-2,2	11,3	10,3
Máy vi tính, sản phẩm điện tử và linh kiện	617.175	28,1	8,0	9,5
Cà phê	377.154	18,2	5,3	5,8
Hàng thủy sản	179.388	9,3	2,7	2,8
Sản phẩm từ sắt thép	166.643	47,8	1,9	2,6
Phương tiện vận tải và phụ tùng	147.304	26,0	1,9	2,3
Sản phẩm từ chất dẻo	138.144	11,0	2,1	2,1
Túi xách, ví, vali, mũ, ô, dù	131.054	-14,0	2,5	2,0
Hạt điều	122.638	6,2	1,9	1,9
Gỗ và sản phẩm gỗ	113.138	8,9	1,7	1,7
Đồ chơi, dụng cụ thể thao và bộ phận	84.876	-22,8	1,8	1,3
Cao su	61.756	115,3	0,5	0,9
Nguyên phụ liệu dệt, may, da, giày	59.642	168,7	0,4	0,9
Hạt tiêu	49.438	73,4	0,5	0,8
Sản phẩm từ cao su	36.769	15,0	0,5	0,6
Sản phẩm mây, tre, cói và thảm	36.293	11,3	0,5	0,6
Kim loại thường khác và sản phẩm	36.067	138,8	0,2	0,6

Nguồn: Tổng cục Hải quan

Nguyên nhân chính kéo giảm tốc độ tăng trưởng xuất khẩu sang thị trường Đức là do xuất khẩu 3 mặt hàng chủ lực gồm điện thoại các loại, dệt may và giày dép sụt giảm và đều ở mức thấp hơn so với tốc độ tăng trưởng xuất khẩu sang thị trường EU. Trong đó, kim ngạch xuất khẩu điện thoại các loại và linh kiện giảm tới 27,8% (xuất khẩu sang EU trong cùng thời gian giảm 13,8%); dệt may giảm 2,2% (xuất khẩu sang EU tăng 2,5%) và giày dép giảm 4,9% (xuất khẩu sang EU tăng 4,2%).

Ở chiều ngược lại, nhiều mặt hàng xuất khẩu sang thị trường Đức đã tận dụng khá tốt các ưu đãi thuế

quan trong EVFTA, đặc biệt là đối với những dòng sản phẩm được hưởng thuế suất về 0% ngay từ năm đầu tiên Hiệp định có hiệu lực. Nhờ đó, kim ngạch xuất khẩu các mặt hàng đã đạt tốc độ tăng trưởng rất tích cực. Tiêu biểu như: Máy móc, thiết bị, dụng cụ phụ tùng khác tăng 90,3%; máy vi tính, sản phẩm điện tử tăng 28,1%; thủy sản tăng 9,3%; sản phẩm từ sắt thép tăng 47,8%; phương tiện vận tải và phụ tùng tăng 26%... Ngoài ra, xuất khẩu các mặt hàng nông sản sang thị trường Đức như hạt điều, cà phê, hạt tiêu, cao su, rau quả đều đạt tốc độ tăng trưởng khả quan.

So với năm 2020, tác động của EVFTA tới một số mặt hàng xuất khẩu sang Đức nhìn chung rõ nét hơn trong bối cảnh kinh tế nước này có xu hướng phục hồi, hoạt động sản xuất và nhu cầu tiêu dùng đều tăng tốc trở lại. Tuy nhiên, nếu so với nhiều thị trường khác trong Liên minh EU thì mức độ tác động còn khá hạn chế bởi đà hồi phục kinh tế của Đức trong năm 2021 đứng ở mức thấp nhất trong toàn khối. Trong quý III/2021, tăng trưởng GDP đã được điều chỉnh của Đức chỉ đứng ở mức 1,8% và ước tính GDP của Đức trong quý IV/2021 sẽ giảm khoảng 0,5%.

Dự báo, trong những tháng đầu năm 2022 xuất khẩu hàng hóa của Việt Nam sang thị trường Đức sẽ gặp nhiều khó khăn và có thể giảm nhẹ so với giai đoạn quý IV/2021, trong bối cảnh nước này đang đối mặt với sự bùng phát mạnh mẽ của biến chủng Omicron cộng với tình trạng lạm phát tăng mạnh trong khi chuỗi cung ứng vẫn tắc nghẽn, có thể khiến nền kinh tế hàng đầu châu Âu tiếp tục suy yếu. Tuy nhiên, kinh tế Đức được dự báo sẽ hồi phục trở lại trong nửa cuối năm 2022. Cùng với sự hỗ trợ của EVFTA, kỳ vọng xuất khẩu sang thị trường này sẽ sớm cải thiện và tăng tốc kể từ quý II/2022. Trong đó, các

mặt hàng có tiềm năng đẩy mạnh tăng trưởng sang thị trường Đức trong thời gian tới là nông sản, thủy sản, dệt may, giày dép, máy móc phụ tùng.

Về nhập khẩu:

Trong 11 tháng năm 2021, kim ngạch nhập khẩu của Việt Nam từ thị trường Đức đạt 3,5 tỷ USD, tăng 16% so với cùng kỳ năm trước, chiếm 22,8% tỷ trọng trên tổng kim ngạch nhập khẩu từ thị trường EU. Ước tính trong năm 2021, tổng kim ngạch nhập khẩu hàng hóa từ thị trường này đạt 3,85 tỷ USD, tăng 15% so với năm 2020. Với kết quả này, hiện Đức đang là thị trường nhập khẩu hàng hóa lớn thứ hai của Việt Nam tại Liên minh EU (sau thị trường Ai Len).

Trong đó, nhập khẩu nhiều mặt hàng từ thị trường Đức ghi nhận tốc độ tăng trưởng cao như: Máy vi tính, sản phẩm điện tử và linh kiện tăng 151,8%; Linh kiện, phụ tùng ô tô tăng 122,1%; Ô tô nguyên chiếc các loại tăng 49,7%; Sản phẩm từ chất dẻo tăng 24,4%; Máy móc, thiết bị tăng 13,9%... Ở chiều ngược lại, vẫn xuất hiện một số mặt hàng có kim ngạch nhập khẩu giảm như: Dược phẩm giảm 11,9%; chất dẻo nguyên liệu giảm 6,2%; Phương tiện vận tải khác và phụ tùng giảm 40,6%...

Một số mặt hàng nhập khẩu từ thị trường Đức trong 11 tháng năm 2021 (ĐVT: nghìn USD)

Mặt hàng	11 tháng năm 2021	11T/21 so với 11T/20 (%)	Tỷ trọng (%)	
			11 tháng/2020	11 tháng/2021
Máy móc, thiết bị, dụng cụ, phụ tùng khác	1.559.761	13,9	45,4	44,6
Dược phẩm	314.617	-11,9	11,8	9,0
Sản phẩm hóa chất	221.827	23,7	5,9	6,3
Máy vi tính, sản phẩm điện tử và linh kiện	174.125	151,8	2,3	5,0
Linh kiện, phụ tùng ô tô	107.703	122,1	1,6	3,1
Chất dẻo nguyên liệu	102.949	-6,2	3,6	2,9
Hóa chất	77.763	5,4	2,4	2,2
Sản phẩm từ chất dẻo	76.871	24,4	2,0	2,2
Ô tô nguyên chiếc các loại	75.582	49,7	1,7	2,2
Sản phẩm từ sắt thép	65.050	4,9	2,1	1,9
Gỗ và sản phẩm gỗ	51.526	12,8	1,5	1,5
Thuốc trừ sâu và nguyên liệu	48.751	4,9	1,5	1,4
Sữa và sản phẩm sữa	46.318	20,9	1,3	1,3
Vải các loại	36.080	30,9	0,9	1,0

Nguồn: Tổng cục Hải quan

Hiệu quả của việc thực hiện EVFTA trong THƯƠNG MẠI VIỆT NAM – TÂY BAN NHA

Tây Ban Nha là đối tác thương mại lớn thứ 6 của Việt Nam trong khối EU. Ở chiều ngược lại, Việt Nam là đối tác thương mại lớn nhất của Tây Ban Nha trong khối ASEAN, tuy nhiên giá trị trao đổi thương mại giữa Việt Nam và Tây Ban Nha mới chỉ chiếm khoảng 0,4% trong tổng kim ngạch thương mại của quốc gia này. Qua đó cho thấy dư địa để Việt Nam và Tây Ban Nha mở rộng hợp tác thương mại còn rất lớn, nhất là khi hai bên đang thực thi hiệu quả Hiệp định Thương mại tự do Việt Nam - EU (EVFTA).

Trong năm 2021, tình hình đại dịch Covid-19 đã tác động trực tiếp đến quan hệ kinh tế thương mại Việt Nam – Tây Ban Nha. Tuy nhiên, với việc hai bên đang thực thi hiệu quả EVFTA và đang hướng tới phê chuẩn thực thi EVIPA, dự báo triển vọng quan hệ kinh tế thương mại và đầu tư giữa Việt Nam và Tây Ban Nha trong các năm tới được kỳ vọng sẽ có đột phá tích cực. Theo ước tính, năm 2021, kim ngạch thương mại hai chiều giữa Việt Nam và Tây Ban Nha ước đạt 3,09 tỷ USD, tăng 16,4% so với năm 2020. Trong đó, xuất khẩu ước đạt 2,51 tỷ USD, tăng 18,1%; Nhập khẩu ước đạt 576,17 triệu USD, tăng 9,4% so với năm 2020. Trong năm 2021, Việt Nam xuất siêu sang thị trường Tây Ban Nha khoảng 1,9 tỷ USD, tăng 20,9% so với năm 2020.

Mặc dù dịch Covid-19 vẫn diễn biến phức tạp, nhất là với sự xuất hiện của biến chủng Omicron, tuy nhiên, kinh tế Tây Ban Nha đang dần phục hồi nhờ chiến dịch tiêm chủng vắc-xin và mở cửa kinh tế, nhu cầu tiêu dùng gia tăng, đây chính là cơ hội tốt



để các doanh nghiệp Việt Nam tận dụng các ưu thế từ EVFTA để đẩy mạnh xuất khẩu hàng hóa sang thị trường này.

Theo số liệu của Tổng cục Hải quan Việt Nam, 11 tháng năm 2021, kim ngạch thương mại hai chiều giữa Việt Nam và Tây Ban Nha đạt 2,82 tỷ USD, tăng 16,6% so với cùng kỳ năm 2020. Trong đó, Việt Nam xuất khẩu sang Tây Ban Nha đạt 2,28 tỷ USD, tăng 18%; Việt Nam nhập khẩu từ Tây Ban Nha đạt 534,17 triệu USD, tăng 10,9% so với cùng kỳ năm 2020.

Về cán cân thương mại giữa hai nước, trong 11 tháng năm 2021, Việt Nam xuất siêu sang Tây Ban Nha 1,75 tỷ USD, tăng 20,4% so với 11 tháng năm 2020. Trong những năm qua Việt Nam luôn xuất siêu sang Tây Ban Nha. Việt Nam và Tây Ban Nha đã ký kết nhiều thỏa thuận riêng và chung quan trọng, tạo thuận lợi cho doanh nghiệp hai nước hợp tác thương mại và đầu tư.

Cán cân thương mại của Việt Nam – Tây Ban Nha trong 11 tháng năm 2021

	11 tháng năm 2021 (nghìn USD)	So với 11 tháng năm 2020 (%)	Ước năm 2021 (nghìn USD)	So với năm 2020 (%)
Việt Nam xuất khẩu sang Tây Ban Nha	2.285.014	18	2.515.014	18,1
Việt Nam nhập khẩu từ Tây Ban Nha	534.168	10,9	576.168	9,4
Thương mại hai chiều	2.819.182	16,6	3.091.182	16,4
Cán cân thương mại	1.750.845	20,4	1.938.845	20,9

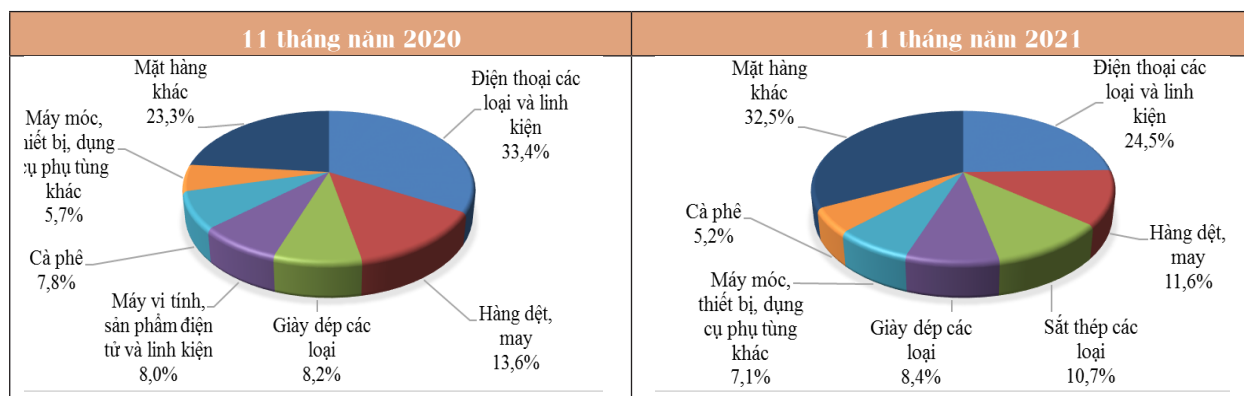
Nguồn: Tính toán từ số liệu của Tổng cục Hải quan

Về xuất khẩu: Nhìn chung từ đầu năm 2021 đến nay, mặc dù bị ảnh hưởng của dịch Covid-19, giá nguyên liệu đầu vào và cước vận chuyển tăng cao, tuy nhiên, xuất khẩu của Việt Nam sang thị trường Tây Ban Nha vẫn tăng trưởng khá so với cùng kỳ năm 2020, điều này cho thấy các doanh nghiệp Việt Nam đã tận dụng tốt các ưu đãi từ Hiệp định EVFTA khi xuất khẩu hàng hóa sang thị trường Tây Ban Nha.

Trong 11 tháng năm 2021, nhiều sản phẩm xuất khẩu chủ lực của Việt Nam đã tận dụng được các cơ hội từ EVFTA trong một năm qua để tăng mạnh

xuất khẩu sang thị trường Tây Ban Nha, trong đó đáng chú ý như: Sắt thép các loại tăng 551,1%; Phương tiện vận tải và phụ tùng tăng 129,8%; Máy móc, thiết bị, dụng cụ phụ tùng khác tăng 47,2%; Giày dép các loại tăng 20,9%; Gỗ và sản phẩm gỗ tăng 29,6%; Sản phẩm từ chất dẻo tăng 92,6%; Sản phẩm mây, tre, cói và thảm tăng 70,8% so với cùng kỳ năm 2020... Các mặt hàng trên đều là một trong những mặt hàng được ưu đãi thuế quan từ Hiệp định EVFTA khi thuế suất đối với tất cả các dòng sản phẩm đều về 0% ngay khi Hiệp định có hiệu lực.

Cơ cấu mặt hàng xuất khẩu sang Tây Ban Nha (Đơn vị tính: % tính theo trị giá)



Nguồn: Tính toán từ số liệu của Tổng cục Hải quan

Kinh tế Tây Ban Nha đang dần hồi phục nhờ chiến dịch tiêm chủng vắc-xin và mở cửa kinh tế, mặc dù với tốc độ chậm hơn dự kiến. Nhu cầu bên ngoài cải thiện đáng kể trong bối cảnh lượng khách du lịch gia tăng cũng hỗ trợ đà tăng trưởng. Tuy nhiên, do dịch Covid-19 bùng phát trở lại ở Tây Ban Nha trong thời gian gần đây và lo ngại về biến thể Omicron, nên chỉ tiêu hộ gia đình giảm, lạm phát gia tăng, trong khi giá năng lượng tăng cao đã ảnh hưởng đến nền kinh tế. Tháng 11/2021, chỉ số niềm tin tiêu dùng Tây Ban Nha giảm 12,7 điểm so với tháng 10/2021, xuống còn 84,6 điểm, mức thấp nhất kể từ tháng 4/2021. Doanh số bán lẻ cũng giảm do lo ngại về đại dịch và tác động của nó đối với tăng trưởng, tỷ lệ thất nghiệp cao tiếp tục đè nặng lên tiêu dùng.

Mặc dù bị ảnh hưởng của dịch bệnh, nhưng nhu cầu hàng hóa của Tây Ban Nha vẫn tăng so với cùng kỳ năm 2020. Theo số liệu thống kê của ITC, trong 10 tháng năm 2021, nhập khẩu hàng hóa của Tây Ban Nha đạt 337,92 tỷ USD, tăng 28,3% so với cùng kỳ năm 2020. Trong đó, nhập khẩu hàng hóa của Tây Ban Nha từ Việt Nam đạt 2,14 tỷ USD, tăng 9,5%. Thị phần hàng hóa của Việt Nam trong tổng kim ngạch nhập khẩu của Tây Ban Nha chiếm 0,64% trong 10

tháng năm 2021, thấp hơn so với thị phần 0,74% trong 10 tháng năm 2020.

Một số mặt hàng nhập khẩu chủ chốt của Tây Ban Nha từ Việt Nam tiếp tục tăng trưởng khá về kim ngạch so với cùng kỳ năm 2020 như: Giày, dép, ghê và các sản phẩm tương tự, các bộ phận của các sản phẩm (mã HS 64) tăng 25,2%; Sắt và thép (mã HS 72) tăng 257,5%; Cao su và các sản phẩm bằng cao su (mã HS 40) tăng 73,8%... Tuy nhiên, thị phần hàng hóa của Việt Nam mới chỉ chiếm tỷ trọng nhỏ trong tổng nhập khẩu của Tây Ban Nha. Vì vậy, cơ hội để hàng hóa của Việt Nam gia tăng thị phần tại Tây Ban Nha còn rất lớn.

Thời gian tới, các mặt hàng xuất khẩu của Việt Nam sang Tây Ban Nha có triển vọng tăng trưởng có thể kể đến như điện thoại các loại và linh kiện, hàng dệt may, giày dép các loại, máy móc, thiết bị, dụng cụ, phụ tùng khác, túi xách, ví, va li, mũ và ô dù, hàng rau quả, thủy sản, hạt tiêu, hạt điều, phương tiện vận tải và phụ tùng, sản phẩm từ chất dẻo, đồ chơi, dụng cụ thể thao và bộ phận, sản phẩm mây, tre, cói và thảm, sắt thép... nhờ nhu cầu của Tây Ban Nha đối với các mặt hàng này cao, trong khi thị phần hàng hóa của Việt Nam vẫn ở mức thấp.

Một số mặt hàng xuất khẩu của Việt Nam sang Tây Ban Nha trong 11 tháng năm 2021

Mặt hàng	11 tháng năm 2021 (nghìn USD)	So với cùng kỳ năm 2020 (%)	Tỷ trọng (%)	
			11 tháng năm 2020	11 tháng năm 2021
Điện thoại các loại và linh kiện	560.244	-13,4	33,4	24,5
Hàng dệt, may	265.493	1	13,6	11,6
Sắt thép các loại	243.356	551,1	1,9	10,7
Giày dép các loại	192.000	20,9	8,2	8,4
Máy móc, thiết bị, dụng cụ phụ tùng khác	163.100	47,2	5,7	7,1
Cà phê	118.523	-21,5	7,8	5,2
Máy vi tính, sản phẩm điện tử và linh kiện	99.747	-35,3	8	4,4
Hàng thủy sản	66.169	11,6	3,1	2,9
Phương tiện vận tải và phụ tùng	45.186	129,8	1	2
Đồ chơi, dụng cụ thể thao và bộ phận	43.340	-28	3,1	1,9
Hạt điều	41.098	60,7	1,3	1,8
Gỗ và sản phẩm gỗ	32.248	29,6	1,3	1,4
Sản phẩm từ chất dẻo	31.241	92,6	0,8	1,4
Sản phẩm mây, tre, cói và thảm	27.480	70,8	0,8	1,2
Cao su	21.989	98,7	0,6	1

Nguồn: Tính toán từ số liệu của Tổng cục Hải quan

Về nhập khẩu: Trong 11 tháng năm 2021, Việt Nam nhập khẩu từ Tây Ban Nha các sản phẩm: Máy móc, thiết bị, dụng cụ, phụ tùng khác; dược phẩm; sản phẩm hóa chất; chế phẩm thực phẩm khác; chất dẻo nguyên liệu... Trong tổng số các mặt hàng Việt Nam nhập khẩu từ Tây Ban Nha, chiếm phần lớn trong đó là các mặt hàng thuộc nhóm hàng hóa cần nhập khẩu, chỉ 3/17 mặt hàng thuộc nhóm cần kiểm soát nhập khẩu. Trong đó, Việt Nam nhập khẩu nhiều nhất mặt hàng máy móc, thiết bị, dụng cụ, phụ tùng khác với kim ngạch nhập khẩu đạt 89,95 triệu USD, giảm 1,4% so với cùng kỳ năm 2020.

Thời gian tới, nhập khẩu các mặt hàng nguyên liệu từ thị trường Tây Ban Nha sẽ tiếp tục tăng và với những ưu đãi về thuế quan, cũng như sự tin tưởng của người tiêu dùng, nhập khẩu các mặt hàng như: chế phẩm thực phẩm, hàng điện gia dụng và linh kiện từ thị trường Tây Ban Nha cũng sẽ tăng để phục vụ các dịp Lễ và đón năm mới. Tuy nhiên, do cước vận chuyển và giá thành cao nên kim ngạch nhập

khẩu nhóm hàng tiêu dùng này từ thị trường Tây Ban Nha vẫn chỉ chiếm tỷ trọng thấp trong tổng nhập khẩu hàng hóa của Việt Nam.



Một số mặt hàng nhập khẩu của Việt Nam từ Tây Ban Nha trong 11 tháng năm 2021

Mặt hàng	11 tháng năm 2021 (nghìn USD)	So với 11 tháng năm 2020 (%)	Tỷ trọng (%)	
			11 tháng năm 2020	11 tháng năm 2021
Tổng nhập khẩu từ Tây Ban Nha	534.168	10,9	100	100
Máy móc, thiết bị, dụng cụ, phụ tùng khác	89.950	-1,4	18,9	16,8
Dược phẩm	71.107	3,4	14,3	13,3
Sản phẩm hóa chất	66.706	19,8	11,6	12,5
Chế phẩm thực phẩm khác	28.060	56,8	3,7	5,3
Chất dẻo nguyên liệu	20.978	77,4	2,5	3,9
Nguyên phụ liệu dược phẩm	15.192	34,4	2,3	2,8
Sữa và sản phẩm sữa	10.377	5,6	2	1,9
Sản phẩm từ sắt thép	9.647	-32,6	3	1,8
Hàng điện gia dụng và linh kiện	9.383	47,4	1,3	1,8
Thức ăn gia súc và nguyên liệu	9.130	9,2	1,7	1,7
Sản phẩm từ chất dẻo	8.056	-2,4	1,7	1,5

Nguồn: Tính toán từ số liệu của Tổng cục Hải quan

Dự báo, trong bối cảnh dịch Covid-19 vẫn còn phức tạp và khó dự đoán, nhiều nước đã thay đổi định hướng, chiến lược phát triển kinh tế hướng tới nâng cao nội lực, thị trường trong nước, phát triển bền vững và thúc đẩy kinh tế số. Do đó doanh nghiệp và ngành hàng xuất khẩu Việt Nam cần đẩy mạnh tham gia các hoạt động xúc tiến thương mại trực tuyến, tham gia các hội chợ, triển lãm trên không gian ảo và sẵn sàng các điều kiện để cung ứng hàng hóa qua các nền tảng thương mại điện tử. Các doanh nghiệp Việt Nam cần nắm bắt xu hướng, thị hiếu tiêu dùng của Tây Ban Nha trong bối cảnh đại dịch vẫn diễn biến phức tạp để có định hướng xuất khẩu phù hợp. Đồng thời, tăng cường theo dõi và kịp thời cập nhật khuyến cáo liên quan về các yêu cầu kỹ thuật và các trường hợp có thông báo vi phạm các yêu cầu kỹ thuật, kiểm dịch, an toàn môi trường và vệ sinh an toàn thực phẩm của các lô hàng xuất khẩu của Việt Nam đến Tây Ban Nha.

Bên cạnh đó, vấn đề bảo đảm an toàn vệ sinh thực phẩm được thị trường Tây Ban Nha quan tâm hàng đầu. Các doanh nghiệp xuất khẩu sang Tây Ban Nha cần lưu ý nước này đang triển khai cơ chế cảnh báo

các lô hàng chứa chất cấm, chất gây bệnh quá mức an toàn, họ sẽ tăng cường kiểm soát chặt chẽ hơn khi hàng đến cảng nhập khẩu. Để tránh rủi ro thiệt hại, doanh nghiệp Việt Nam cần phải tuân thủ đầy đủ các yêu cầu đảm bảo chất lượng, tiêu chuẩn, quy định về hàng nhập khẩu của Tây Ban Nha từ khâu nuôi trồng, chế biến, vận chuyển... đến lưu thông, qua đó mới có thể giữ chân được bạn hàng và thị trường Tây Ban Nha.





Thương mại hai chiều giữa VIỆT NAM – ITALIA tăng mạnh trong đại dịch

Trái qua gần hai năm thương mại quốc tế chịu ảnh hưởng vì đại dịch Covid-19, các quốc gia trên toàn thế giới đang nỗ lực hồi phục giao thương với các quốc gia khác. Hiệp định Thương mại tự do Việt Nam - EU (EVFTA) có hiệu lực từ tháng 8/2020 được coi là đòn bẩy thương mại giữa Việt Nam và các quốc gia thuộc Liên minh này, trong đó triển vọng thương mại song phương giữa Việt Nam và Italia được đánh giá tích cực trong năm 2021 và các năm tiếp theo.

Theo số liệu ước tính, kim ngạch xuất khẩu hàng hóa của Việt Nam sang Italia trong tháng 12/2021 đạt 393 triệu USD, tăng 5,1% so với tháng 11/2021 và tăng 38,8% so với tháng 12/2020, đưa tổng kim ngạch xuất khẩu sang Italia trong năm 2021 đạt 3,86 tỷ USD, tăng 24,1% so với năm 2020. Ở chiều ngược lại, kim ngạch nhập khẩu tháng 12/2021 ước đạt 150 triệu USD, tăng 13,8% so với tháng 11/2021, nhưng giảm 8,6% so với tháng 12/2020, đưa tổng kim ngạch nhập khẩu của Việt Nam từ Italia trong năm 2021 đạt 1,75 tỷ USD, tăng 16,3% so với năm 2020. Với kết quả này, tổng kim ngạch xuất nhập khẩu Việt Nam – Italia trong năm 2021 sẽ lập kỷ lục mới với khoảng 5,62 tỷ USD, tăng 21,6% so với năm 2020. Trong đó, cán cân thương mại duy trì mức thặng dư 2,11 tỷ USD, tăng so với 1,6 tỷ USD của năm 2020.

Kim ngạch thương mại 2 chiều Việt Nam – Italia trong 11 tháng năm 2021

	11 tháng/2021 (nghìn USD)	So với 11T/2020 (%)	Ước năm 2021 (nghìn USD)	So với năm 2020 (%)
Thương mại 2 chiều	5.083.702	21,6	5.626.702	21,6
Xuất khẩu	3.475.853	22,6	3.868.853	24,1
Nhập khẩu	1.607.850	19,4	1.757.850	16,3
Cán cân thương mại	1.868.003	25,6	2.111.003	31,4

Nguồn: Tính toán từ số liệu của Tổng cục Hải quan

Theo số liệu thống kê của Tổng cục Hải quan, 11 tháng năm 2021, kim ngạch thương mại 2 chiều giữa Việt Nam và Italia đạt 5,08 tỷ USD, tăng 21,6% so với cùng kỳ năm 2020. Việt Nam xuất siêu 1,86 tỷ USD sang thị trường Italia trong 11 tháng năm 2021, tăng so với 1,48 tỷ USD của cùng kỳ năm 2020.

Về xuất khẩu

Trong 11 tháng năm 2021, kim ngạch xuất khẩu nhiều mặt hàng của Việt Nam sang Italia tăng so với cùng kỳ năm 2020, trong đó tăng mạnh nhất là sắt thép các loại với mức tăng lên tới 835,5%, tiếp theo là chất dẻo nguyên liệu tăng 133,6%, xơ sợi dệt các

loại tăng 128,8%, đồ chơi, dụng cụ thể thao và bộ phận tăng 113,1%... Hầu hết các mặt hàng này đều được hưởng ưu đãi thuế quan từ EVFTA với thuế suất về 0% với tất cả dòng sản phẩm ngay khi Hiệp định có hiệu lực.

Trong 11 tháng qua, có tới 21/26 mặt hàng chính của Việt Nam có kim ngạch xuất khẩu sang Italia tăng so với cùng kỳ năm 2020. Kết quả này phần nào cho thấy, làn sóng dịch Covid-19 lần thứ 4 đã không ảnh hưởng nhiều đến hoạt động xuất khẩu hàng hóa của Việt Nam sang thị trường Italia bởi nhu cầu hàng hóa của nước này ở mức cao.

Theo số liệu thống kê của Eurostat, trong 9 tháng năm 2021, nhập khẩu hàng hóa của Italia đạt 335,27 tỷ Eur (378,86 tỷ USD), tăng 23,6% so với cùng kỳ năm 2020. Trong đó, Việt Nam đứng vị trí thứ 29 trong các nguồn cung hàng hóa vào Italia, chiếm 0,77% thị phần, giảm so với mức 0,82% của cùng kỳ năm 2020. Tuy nhiên thị phần của Việt Nam vẫn cao hơn so với các thị trường Đài Loan, Thái Lan, Malaysia, Canada...

Số liệu thống kê của ITC cũng cho thấy, có 50/100 số mặt hàng Italia nhập khẩu từ Việt Nam tăng thị phần trong 9 tháng đầu năm 2021. Trong đó, nhiều mặt hàng của Việt Nam đã tận dụng tốt những ưu đãi từ EVFTA để tăng thị phần trong tổng nhập khẩu của thị trường Italia. Đáng chú ý, nhập khẩu nhóm hàng máy móc, thiết bị, dụng cụ, phụ tùng khác (mã HS 84, 85) của Italia từ Việt Nam lại giảm thị phần trong 9 tháng đầu năm 2021.

Dự báo, trong năm 2022, xuất khẩu nhóm máy móc thiết bị sang Italia khó có thể tăng trưởng cao bởi tình trạng thiếu hụt nguồn cung nguyên liệu vẫn tiếp diễn. Tuy nhiên, triển vọng tích cực của nhiều mặt hàng công nghiệp khác và các mặt hàng nông, thủy sản sẽ là cơ hội cho Việt Nam tăng thị phần tại thị trường Italia trong năm 2022. Trong đó, các mặt hàng có thể tăng mạnh là giấy và bìa giấy, các sản

phẩm làm bằng bột giấy, bằng giấy hoặc bằng bìa giấy (HS 48); sắt và thép (HS 72); quần áo và hàng may mặc sẵn, không thuộc loại hàng dệt kim, đan hoặc móc (HS 62), cà phê, chè, chè Paragoay và các loại gia vị (HS 09), cao su, các sản phẩm bằng cao su (HS 40)...

Hiện kinh tế Italia vẫn đang trên đà hồi phục cho dù dịch Covid-19 vẫn đang diễn biến phức tạp. Chỉ số sản xuất PMI đã tăng lên mức cao nhất từ trước tới nay là 62,8 điểm vào tháng 11/2021 - tháng thứ 17 liên tiếp có sự cải thiện trong sản xuất. Sản lượng của nhà máy đã tăng trong tháng thứ 18 và hoạt động ở tốc độ cao nhất kể từ tháng 6/2021. Theo ISTAT, GDP của Italia năm 2021 dự kiến sẽ tăng 6,3%, và tăng 4,7% vào năm 2022. Xuất khẩu và nhập khẩu sẽ tăng trưởng trong cả hai năm cùng với sự phục hồi của thương mại quốc tế (tăng 13,2% trong năm 2021 và 7,1% trong năm 2022 đối với xuất khẩu; tăng 13,6% trong năm 2021 và 6,9% trong năm 2022 đối với nhập khẩu). Chỉ tiêu cho tiêu dùng của các hộ gia đình dân cư dự kiến sẽ tăng 5,1% vào năm 2021 và tăng 4,8% vào năm 2022.

Với triển vọng tích cực của kinh tế Italia, dự báo xuất khẩu hàng hóa của Việt Nam vào Italia trong năm 2022 sẽ tiếp tục duy trì tốc độ tăng trưởng khả quan.

Một số mặt hàng xuất khẩu của Việt Nam sang thị trường Italia trong 11 tháng năm 2021

Mặt hàng	11T/2021 (nghìn USD)	So với 11T/2020 (%)	Tỷ trọng (%)	
			11T/2021	11T/2020
Điện thoại các loại và linh kiện	743.313	-20,8	21,39	33,13
Sắt thép các loại	519.386	835,5	14,94	1,96
Máy móc, thiết bị, dụng cụ phụ tùng khác	274.055	31,5	7,88	7,35
Giày dép các loại	245.007	15,3	7,05	7,50
Hàng dệt, may	234.010	9,7	6,73	7,53
Phương tiện vận tải và phụ tùng	219.925	28,1	6,33	6,06
Cà phê	204.727	-1,7	5,89	7,35
Máy vi tính, sản phẩm điện tử và linh kiện	189.271	-21,5	5,45	8,51
Hàng thủy sản	103.974	28,0	2,99	2,87
Túi xách, ví, vali, mũ, ô, dù	68.840	15,1	1,98	2,11
Chất dẻo nguyên liệu	61.596	133,6	1,77	0,93
Đồ chơi, dụng cụ thể thao và bộ phận	37.711	113,1	1,08	0,62

Mặt hàng	11T/2021 (nghìn USD)	So với 11T/2020 (%)	Tỷ trọng (%)	
			11T/2021	11T/2020
Hạt điều	37.491	-2,2	1,08	1,35
Sản phẩm từ sắt thép	35.235	24,1	1,01	1,00
Nguyên phụ liệu dệt, may, da, giày	32.555	4,5	0,94	1,10
Gỗ và sản phẩm gỗ	28.488	51,3	0,82	0,66
Xơ, sợi dệt các loại	26.087	128,8	0,75	0,40
Cao su	25.185	114,9	0,72	0,41
Hóa chất	21.600	24,1	0,62	0,61
Sản phẩm từ cao su	20.612	11,3	0,59	0,65

Nguồn: Tính toán từ số liệu của Tổng cục Hải quan

Về nhập khẩu

Trong 11 tháng năm 2021, nhập khẩu hàng hóa của Việt Nam từ Italia đạt 1,6 tỷ USD, tăng 19,4% so với cùng kỳ năm 2020. Hiện, thị trường Việt Nam đang mở ra rất nhiều cơ hội cho các sản phẩm của Italia. Các mặt hàng chủ lực của Italia tại thị trường Việt

Nam gồm có trang thiết bị công nghiệp và máy móc, đồ nội thất, các sản phẩm nông sản, da giày... Đối với các mặt hàng này, EVFTA giúp thuế suất trở về 0% và nhập khẩu hàng hóa của Italia vào Việt Nam có nhiều thuận lợi trong năm 2021 và trong các năm tiếp theo.

Một số mặt hàng nhập khẩu của Việt Nam từ thị trường Italia trong 11 tháng năm 2021

Mặt hàng	11T/2021 (nghìn USD)	So với 11T/2020 (%)	Tỷ trọng (%)	
			11T/2021	11T/2020
Máy móc, thiết bị, dụng cụ, phụ tùng khác	492.370	20,4	30,62	30,36
Nguyên phụ liệu dệt, may, da, giày	251.266	33,8	15,63	13,95
Dược phẩm	168.935	-0,6	10,51	12,62
Vải các loại	103.826	31,8	6,46	5,85
Sản phẩm hóa chất	69.599	22,8	4,33	4,21
Sản phẩm từ sắt thép	36.858	-8,7	2,29	3,00
Sản phẩm từ chất dẻo	24.974	39,6	1,55	1,33
Hóa chất	24.570	29,7	1,53	1,41
Gỗ và sản phẩm gỗ	18.814	33,3	1,17	1,05
Chất dẻo nguyên liệu	15.227	-13,5	0,95	1,31
Chất thơm, mỹ phẩm và chế phẩm vệ sinh	13.254	14,5	0,82	0,86
Máy vi tính, sản phẩm điện tử và linh kiện	12.359	-16,2	0,77	1,10
Sản phẩm từ cao su	11.531	23,4	0,72	0,69
Giấy các loại	11.129	18,5	0,69	0,70
Thức ăn gia súc và nguyên liệu	10.494	-43,8	0,65	1,39

Nguồn: Tính toán từ số liệu của Tổng cục Hải quan

Năm 2021, xuất khẩu gỗ và sản phẩm gỗ

TỚI THỊ TRƯỜNG EU

tăng trưởng ấn tượng



Theo ước tính, tháng 12/2021 kim ngạch xuất khẩu gỗ và sản phẩm gỗ của Việt Nam tới thị trường EU đạt 67 triệu USD, tăng 9,2% so với tháng 12/2020, đưa kim ngạch xuất khẩu gỗ và sản phẩm gỗ tới thị trường EU năm 2021 ước đạt 610,2 triệu USD, tăng 17,4% so với năm 2020.

Theo tính toán từ số liệu thống kê của Tổng cục Hải quan, xuất khẩu gỗ và sản phẩm gỗ của Việt Nam tới thị trường EU trong 11 tháng năm 2021 đạt 542,8 triệu USD, tăng 18,5% so với cùng kỳ năm 2020.

Về mặt hàng: Đồ nội thất bằng gỗ là nhóm hàng xuất khẩu chính trong cơ cấu mặt hàng gỗ và sản phẩm gỗ xuất khẩu tới thị trường EU trong 11 tháng năm 2021, đạt 449,8 triệu USD, tăng 19,7% so với cùng kỳ năm 2020. Tỷ trọng xuất khẩu nhóm hàng này

chiếm 82,9% tổng kim ngạch xuất khẩu gỗ và sản phẩm gỗ tới thị trường EU, tăng 0,9 điểm phần trăm so với cùng kỳ năm 2020. Trong đó, dẫn đầu về kim ngạch là mặt hàng đồ nội thất phòng khách và phòng ăn đạt 213,5 triệu USD, tăng 16,2%; tiếp theo là mặt hàng ghế khung gỗ đạt 167,2 triệu USD, tăng 25,6%; đồ nội thất phòng ngủ đạt 34,5 triệu USD, tăng 0,8%...

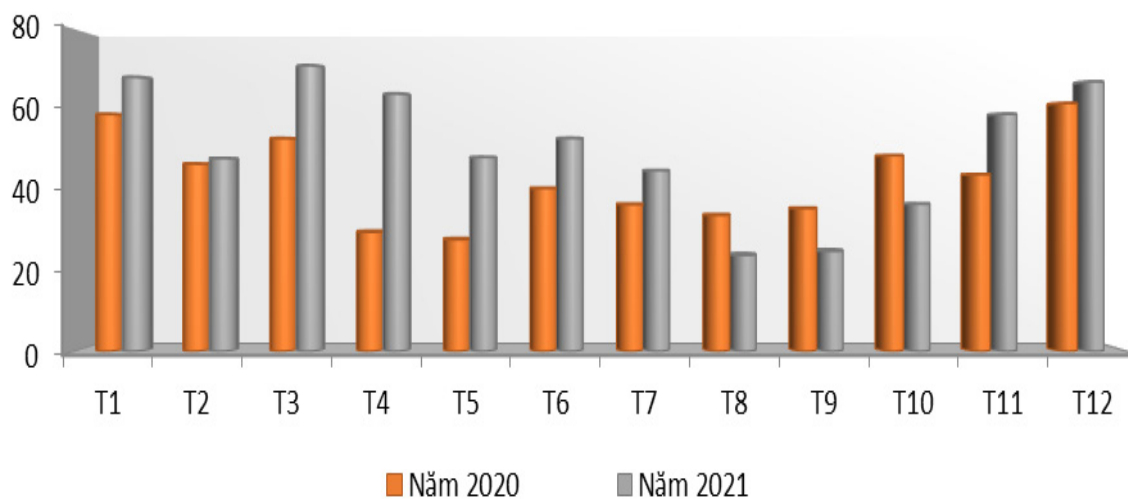
Đáng chú ý trong 11 tháng năm 2021, kim ngạch xuất khẩu đồ nội thất văn phòng có tốc độ tăng trưởng rất cao, đạt 15,7 triệu USD, tăng 51,7% so với cùng kỳ năm 2020. Đồ nội thất văn phòng không phải là thế mạnh của các doanh nghiệp Việt Nam so với các nước trong khu vực, nhưng đây là mặt hàng xuất khẩu có nhiều tiềm năng, do nhu cầu cao từ các thị trường xuất khẩu lớn. Nhu cầu đồ nội thất văn

phòng tại EU liên tục tăng ngay cả trong bối cảnh giãn cách bởi dịch Covid-19. Xu hướng phục hồi kinh tế khiến nhiều doanh nghiệp mới được thành lập cũng thúc đẩy nhu cầu nội thất văn phòng tại EU tăng nhanh. Do đó, cơ hội để đẩy mạnh xuất khẩu mặt hàng đồ nội thất văn phòng tới thị trường EU là rất khả quan trong thời gian tới.

Ngoài nhóm hàng đồ nội thất bằng gỗ còn một số mặt hàng gỗ và sản phẩm khác xuất khẩu tới thị trường EU trong 11 tháng năm 2021 như: Gỗ, ván và ván sàn đạt 62,7 triệu USD, tăng 19,2% so với cùng kỳ năm 2020; đồ gỗ mỹ nghệ đạt 5,5 triệu USD, tăng 70,4%; cửa gỗ đạt 1,2 triệu USD, giảm 44,8%...

Tình hình xuất khẩu gỗ và sản phẩm gỗ của Việt Nam sang thị trường EU qua các tháng năm 2020 - 2021

(ĐVT: Triệu USD)



Nguồn: Tính toán từ số liệu của Tổng cục Hải quan- ước tính tháng 12/2021

Mặt hàng đồ nội thất bằng gỗ xuất khẩu tới thị trường EU trong 11 tháng năm 2021

Mặt hàng	11 tháng năm 2021 (nghìn USD)	So với 11 tháng năm 2020 (%)	Tỷ trọng 11 tháng (%)	
			Năm 2021	Năm 2020
Tổng	542.820	18,5	100,0	100,0
Đồ nội thất bằng gỗ	449.783	19,7	82,9	82,0
Đồ nội thất phòng khách và phòng ăn	213.545	16,2	39,3	40,1
Ghế khung gỗ	167.249	25,6	30,8	29,1
Đồ nội thất phòng ngủ	34.509	0,8	6,4	7,5
Đồ nội thất nhà bếp	18.752	29,7	3,5	3,2
Đồ nội thất văn phòng	15.729	51,7	2,9	2,3
Gỗ, ván và ván sàn	62.677	19,2	11,5	11,5
Đồ gỗ mỹ nghệ	5.513	70,4	1,0	0,7
Cửa gỗ	1.238	-44,8	0,2	0,5
Khung gương	248	-0,7	0,0	0,1

Nguồn: Tính toán từ số liệu thống kê của Tổng cục Hải quan

Về thị trường: Trong 11 tháng năm 2021, kim ngạch xuất khẩu tới 10 thị trường chính trong khối EU chiếm 96% tổng kim ngạch xuất khẩu gỗ và sản phẩm gỗ tới EU. Trong đó, kim ngạch xuất khẩu gỗ và sản phẩm gỗ tới thị trường Đức lớn nhất đạt 113,1 triệu USD, tăng 8,9% so với cùng kỳ năm 2020. Tiếp theo là thị trường Pháp đạt 101,7 triệu USD, tăng 7%.

Đáng chú ý, kim ngạch xuất khẩu gỗ và sản phẩm gỗ tới một số thị trường đạt tốc độ tăng trưởng cao trong 11 tháng năm 2021 như: Hà Lan đạt 82,9 triệu USD, tăng 29,4% so với cùng kỳ năm 2020. Tiếp theo là thị trường Bỉ đạt 56,9 triệu USD, tăng 38,5%; Đan Mạch đạt 40,5 triệu USD, tăng 46%;

Tây Ban Nha đạt 32,2 triệu USD, tăng 29,6%; Italia đạt 28,5 triệu USD, tăng 51,3%...

Trong số những thị trường xuất khẩu gỗ và sản phẩm gỗ đạt kim ngạch cao trong 11 tháng năm 2021 thì Hà Lan luôn là một trong những đối tác thương mại hàng đầu của Việt Nam tại EU bởi đây là thị trường cửa ngõ và là một trong những trung tâm trung chuyển hàng hóa lớn nhất vào châu Âu, giúp kết nối các cảng và khu công nghiệp với châu Âu.

Do đó, tiềm năng xuất khẩu gỗ và sản phẩm gỗ, đặc biệt là hàng đồ nội thất bằng gỗ sang thị trường Hà Lan rất khả quan.

Xuất khẩu gỗ và sản phẩm gỗ tới 10 thị trường chính trong khối EU 11 tháng năm 2021

Thị trường	11 tháng năm 2021 (nghìn USD)	So với 11 tháng năm 2020 (%)	Tỷ trọng 11 tháng (%)	
			Năm 2021	Năm 2020
Tổng	542.820	18,5	100,0	100,0
Đức	113.138	8,9	20,8	22,7
Pháp	101.735	7,0	18,7	20,8
Hà Lan	82.943	29,4	15,3	14,0
Bỉ	56.915	38,5	10,5	9,0
Đan Mạch	40.477	46,0	7,5	6,1
Tây Ban Nha	32.248	29,6	5,9	5,4
Italia	28.488	51,3	5,2	4,1
Thụy Điển	26.080	15,0	4,8	4,9
Ba Lan	20.546	-2,4	3,8	4,6
Ai Len	18.586	-11,9	3,4	4,6

Nguồn: Tính toán từ số liệu thống kê của Tổng cục Hải quan

Nhận định: Làn sóng dịch Covid-19 lần thứ 4 bùng phát trong quý III/2021 đã khiến nhiều doanh nghiệp phải đóng cửa do thiếu nhân công và nguyên vật liệu đầu vào để sản xuất hoặc chỉ sản xuất với năng suất thấp, là nguyên nhân chính khiến kim ngạch xuất khẩu gỗ và sản phẩm gỗ giảm liên tiếp trong 4 tháng, kể từ tháng 8 đến tháng 10/2021. Tình hình sản xuất đã trở lại bình thường kể từ cuối tháng 10/2021, nên kim ngạch xuất khẩu gỗ và sản phẩm gỗ tới thị trường EU tăng trưởng nhanh trong 2 tháng cuối năm, góp phần thúc đẩy kim ngạch xuất khẩu gỗ và sản phẩm gỗ sang thị trường EU tăng trưởng ấn tượng, với tốc độ tăng trưởng là 18,5% so với năm 2020.

Như vậy, sau hơn một năm EVFTA có hiệu lực, kim ngạch xuất khẩu gỗ và sản phẩm gỗ của Việt Nam sang thị trường EU đã đạt kết quả tích cực. Trong bối cảnh nền kinh tế chịu nhiều ảnh hưởng bởi dịch Covid-19, kết quả này thể hiện sự nỗ lực và linh hoạt của doanh nghiệp nhằm ổn định sản xuất, duy trì nguồn cung và thể hiện hiệu quả bước đầu trong việc tận dụng cơ hội do EVFTA mang lại.

Tiếp nối thành công trong năm 2021, dự báo kim ngạch xuất khẩu gỗ và sản phẩm gỗ sang thị trường EU trong năm 2022 đạt 700 triệu USD, tăng 15% so với năm 2021. Trong đó, bên cạnh triển vọng

hồi phục của kinh tế EU, những yếu tố chính thúc đẩy kim ngạch xuất khẩu gỗ và sản phẩm gỗ tới thị trường EU trong năm 2022 là:

- Xu hướng tăng thị phần nhập khẩu đối với đồ nội thất bằng gỗ của EU từ các thị trường ngoài khối. Theo số liệu của Eurostat, trong 9 tháng đầu năm 2021, trị giá nhập khẩu đồ nội thất bằng gỗ của EU đạt 16,47 tỷ Eur (tương đương 18,6 tỷ USD), tăng 21,7% so với cùng kỳ năm 2020. Trong đó, tỷ trọng nhập khẩu từ các thị trường ngoài khối đạt mức 27%, cao hơn so với mức 24,5% cùng kỳ năm trước. Hiện Việt Nam là thị trường cung cấp đồ nội thất bằng gỗ lớn thứ 2 cho EU, chiếm 9,3% tổng trị giá nhập khẩu từ các thị trường ngoài khối.

- Nhiều đối tác cung ứng cho EU đang chịu ảnh hưởng bởi dịch Covid-19, cộng với áp lực về giá cước vận tải biển tăng cao làm hạn chế nguồn cung gỗ và sản phẩm gỗ vào EU. Vì vậy, đây là cơ hội để các doanh nghiệp xuất khẩu gỗ và sản phẩm gỗ của Việt Nam khai thác tối đa những ưu đãi, lợi thế mà EVFTA

mang lại để nâng cao thị phần xuất khẩu gỗ và sản phẩm gỗ sang thị trường này.

- Thị trường cung cấp đồ nội thất bằng gỗ ngoài khối lớn nhất cho EU là Trung Quốc đang có xu hướng giảm sản xuất do tình trạng thiếu điện và các quy định nghiêm ngặt về môi trường ngày càng tăng.

Tuy nhiên, xuất khẩu gỗ và sản phẩm gỗ sang EU trong năm tới cũng sẽ đối mặt với nhiều trở ngại. Trong đó, đại dịch Covid-19 vẫn còn diễn biến phức tạp, kéo dài, ảnh hưởng đến phát triển kinh tế, đến sản xuất tiêu dùng sẽ tiếp tục là những thách thức tác động tới ngành công nghiệp chế biến gỗ trong thời gian tới làm cản trở đà tăng trưởng của ngành gỗ sang thị trường EU.

Bên cạnh đó, EU là thị trường có rất nhiều quy định, tiêu chuẩn kỹ thuật và chất lượng hàng hóa, các quy định này không cố định mà thường xuyên thay đổi hoặc nâng cao hơn. Đây cũng là khu vực đề cao các yếu tố cạnh tranh lành mạnh, quyền sở hữu trí tuệ.

Một số thị trường cung cấp đồ nội thất bằng gỗ cho EU trong 9 tháng năm 2021

(Tỷ giá 1 Eur = 1,13 USD)

Thị trường	9 tháng năm 2021		So với 9 tháng năm 2020	Tỷ trọng theo theo tổng EU, 9 tháng (%)		Tỷ trọng theo tổng nhập khẩu trong và ngoài EU, 9 tháng (%)	
	Nghìn Eur	Nghìn USD	(%)	Năm 2021	Năm 2020	Năm 2021	Năm 2020
Tổng	16.472.281	18.613.678	21,7	100,0	100,0		
Nội khối	12.017.727	13.580.032	17,7	73,0	75,4	100,0	100,0
Ba Lan	3.398.259	3.840.033	14,5	20,6	21,9	28,3	29,1
Đức	2.359.952	2.666.746	19,9	14,3	14,5	19,6	19,3
Italia	1.225.056	1.384.313	22,9	7,4	7,4	10,2	9,8
Lítva	643.345	726.980	25,1	3,9	3,8	5,4	5,0
Rumani	544.974	615.820	28,9	3,3	3,1	4,5	4,1
Ngoại khối	4.454.554	5.033.646	33,8	27,0	24,6	100,0	100,0
Trung Quốc	2.047.409	2.313.572	40,8	12,4	10,7	46,0	43,7
Việt Nam	416.016	470.098	20,5	2,5	2,6	9,3	10,4
Indonesia	278.084	314.235	27,8	1,7	1,6	6,2	6,5
Thổ Nhĩ Kỳ	263.179	297.392	48,5	1,6	1,3	5,9	5,3
Ấn Độ	224.460	253.640	60,5	1,4	1,0	5,0	4,2

Nguồn: Eurostat

Xuất khẩu máy móc, thiết bị, dụng cụ, phụ tùng **SANG THỊ TRƯỜNG EU TĂNG MẠNH**

Trong những năm qua, máy móc, thiết bị, dụng cụ, phụ tùng là một trong những mặt hàng xuất khẩu chủ lực của Việt Nam, và nằm trong nhóm 5 mặt hàng đạt kim ngạch xuất khẩu lớn nhất. Với tốc độ tăng trưởng cao, xuất khẩu máy móc, thiết bị, dụng cụ, phụ tùng ngày càng đóng góp nhiều hơn vào tổng kim ngạch xuất khẩu chung cả nước.

Năm 2016, kim ngạch xuất khẩu máy móc, thiết bị, dụng cụ, phụ tùng chiếm 5,7% tổng kim ngạch xuất khẩu hàng hóa của cả nước, đến năm 2020 chiếm 9,6% và năm 2021, con số này ước tính đã tăng lên 11,3%. Năm 2021, xuất khẩu máy móc, thiết bị, dụng cụ, phụ tùng ước đạt 38,05 tỷ USD, tăng 39,9% so với năm 2020, là mặt hàng có đóng góp lớn nhất vào mức tăng trưởng xuất khẩu chung của cả nước với 20,6%.

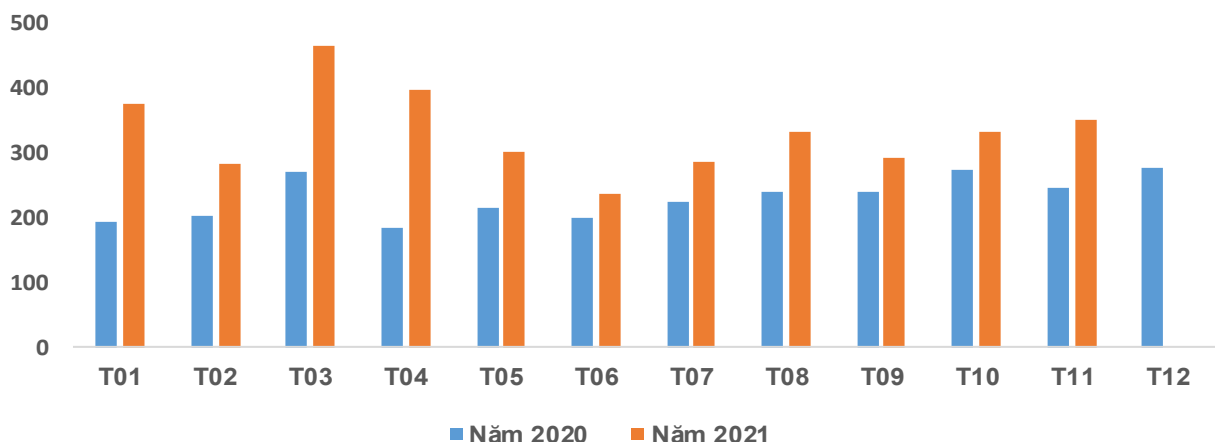
Trong đó, Liên minh EU đứng thứ 2 trong số các thị trường xuất khẩu mặt hàng máy móc, thiết bị, dụng cụ, phụ tùng của Việt Nam. Xuất khẩu máy móc, thiết bị, dụng cụ, phụ tùng sang thị trường EU liên tục tăng trong những năm qua, với tốc độ tăng trưởng bình quân giai đoạn 2016 – 2020 đạt 26,2%/năm.

Bước sang năm 2021, xuất khẩu máy móc, thiết bị, dụng cụ, phụ tùng của Việt Nam sang EU vẫn duy trì



được tốc độ tăng trưởng. Đáng chú ý, ảnh hưởng của làn sóng dịch Covid-19 lần thứ 4 cộng với việc thực hiện giãn cách xã hội kéo dài tại nhiều tỉnh, thành phố trên cả nước đã khiến cho hoạt động sản xuất, ngoại thương của Việt Nam bị ảnh hưởng. Xuất khẩu hàng hóa của cả nước giảm liên tiếp trong tháng 8 và 9/2021; nhưng xuất khẩu mặt hàng máy móc, thiết bị, dụng cụ, phụ tùng nói chung và xuất khẩu sang EU nói riêng vẫn duy trì được tăng trưởng. Theo tính toán từ số liệu thống kê của Tổng cục Hải quan, xuất khẩu máy móc, thiết bị, dụng cụ, phụ tùng của Việt Nam sang EU trong 11 tháng năm 2021 đạt 3,65 tỷ USD, tăng 47,0% so với cùng kỳ năm 2020.

**Kim ngạch xuất khẩu máy móc, thiết bị, dụng cụ, phụ tùng sang EU
qua các tháng năm 2020 – 2021 (Đvt: triệu USD)**



Nguồn: Tính toán từ số liệu thống kê của Tổng cục Hải quan

Thị trường xuất khẩu

11 tháng năm 2021, Đức, Hà Lan, Italia, Áo, Ba Lan, Cộng hòa Séc...là những thị trường thuộc EU nhập khẩu nhiều nhất mặt hàng máy móc, thiết bị, dụng cụ, phụ tùng của Việt Nam. Trong đó, có 2 thị trường đạt kim ngạch trên 1 tỷ USD là Đức và Hà Lan. Xuất khẩu máy móc, thiết bị, dụng cụ, phụ tùng của Việt Nam sang Đức và Hà Lan chiếm 61% tổng kim ngạch xuất khẩu mặt hàng này sang EU.

Trong 11 tháng qua, xuất khẩu máy móc, thiết bị, dụng cụ, phụ tùng sang thị trường Đức tăng mạnh, đạt 1,13 tỷ USD, tăng 90,3% so với cùng kỳ năm

2020. Đáng chú ý, với tốc độ tăng trưởng cao, máy móc, thiết bị, dụng cụ, phụ tùng đã vượt điện thoại và linh kiện trở thành mặt hàng xuất khẩu lớn nhất sang thị trường Đức (xuất khẩu điện thoại và linh kiện sang Đức trong 11 tháng năm 2021 đạt 1,02 tỷ USD), chiếm 13,7% tổng kim ngạch hàng hóa xuất khẩu sang Đức.

Xuất khẩu máy móc, thiết bị, dụng cụ, phụ tùng sang thị trường Hà Lan trong 11 tháng năm 2021 đạt 1,09 tỷ USD, tăng 56,0% so với cùng kỳ năm 2020, chiếm 29,87% tổng kim ngạch xuất khẩu mặt hàng này của cả nước.

Xuất khẩu máy móc, thiết bị, dụng cụ, phụ tùng sang các thị trường EU trong 11 tháng năm 2021

Thị trường	11 tháng năm 2021 (nghìn USD)	So với 11 tháng năm 2020 (%)	Tỷ trọng 11 tháng (%)	
			Năm 2021	Năm 2020
Tổng	3.653.785	47,0	100,00	100,00
Đức	1.127.298	90,3	30,85	23,83
Hà Lan	1.091.472	56,0	29,87	28,15
Italia	274.055	31,5	7,50	8,38
Áo	204.812	23,4	5,61	6,68
Ba Lan	181.375	-13,9	4,96	8,47
Cộng Hoà Séc	167.900	34,7	4,60	5,01
Tây Ban Nha	163.100	47,2	4,46	4,46
Pháp	123.861	44,3	3,39	3,45
Bỉ	109.113	33,3	2,99	3,29
Rumani	65.382	-13,6	1,79	3,05
Thụy Điển	65.080	34,0	1,78	1,95
Hunggary	47.077	-14,9	1,29	2,23
Đan Mạch	21.385	-3,0	0,59	0,89
Phần Lan	11.876	222,3	0,33	0,15

Nguồn: Tính toán từ số liệu thống kê của Tổng cục Hải quan

EU được đánh giá là thị trường tiềm năng cho xuất khẩu các sản phẩm cơ khí do nhu cầu của thị trường này đang ngày càng tăng. Lĩnh vực sản xuất sản phẩm cơ khí cũng đang được chuyển dịch từ các nước phát triển sang các nước đang phát triển, trong đó có Việt Nam.

Theo thống kê từ Eurostat, nhập khẩu nhóm hàng máy móc phụ tùng (gồm lò phản ứng hạt nhân, nồi hơi, máy và thiết bị cơ khí; các bộ phận của chúng

theo mã HS 84) vào EU tăng trưởng liên tục trong giai đoạn 2015-2019, với tốc độ tăng trưởng nhập khẩu bình quân đạt 4,9%/năm. Năm 2020, do ảnh hưởng của dịch Covid-19, nên nhập khẩu nhóm hàng mã HS 84 vào EU giảm 6,9% so với năm 2019; nhưng nhập khẩu nhóm hàng này đã tăng trở lại trong 9 tháng đầu năm 2021 (tăng 15,1% so với cùng kỳ năm 2020). EU chủ yếu nhập khẩu nhóm hàng có mã HS 84 từ thị trường nội khối - chiếm hơn 62% tổng

trị giá nhập khẩu, và nhập khẩu từ thị trường ngoại khối chiếm gần 38%. Tuy vậy, nhập khẩu nhóm hàng có mã HS 84 của EU từ thị trường ngoại khối có tốc độ tăng trưởng bình quân tăng mạnh hơn trong giai đoạn 2015 - 2019, tăng 5,4% (cao hơn so với mức 4,7% từ các thị trường nội khối).

Việt Nam hiện đứng thứ 10 trong tổng số các thị trường ngoại khối cấp nhóm hàng có mã HS 84 vào EU, với thị phần chỉ chiếm dưới 1,5% tổng trị giá nhập khẩu mặt hàng này của EU.

Dự báo: Trong thời gian tới, EVFTA sẽ tiếp tục hỗ trợ và đem lại những cơ hội lớn cho các doanh nghiệp xuất khẩu máy móc thiết bị của Việt Nam gia tăng thị phần tại thị trường EU. Trước nhiều cơ hội



mà EVFTA mang lại, để có thể tận dụng và đẩy mạnh xuất khẩu các sản phẩm máy móc, thiết bị của Việt Nam sang EU, các doanh nghiệp ngành cơ khí cần phải có sự chủ động trong việc tìm hiểu, nghiên cứu kỹ những nội dung, các quy tắc nội khối để có thể đáp ứng tốt nhất, đồng thời tránh được các rủi ro không đáng có.

Tỷ trọng nguồn cung ngoại khối nhóm hàng có mã HS 84 vào EU trong giai đoạn 2016 – 2020 và 9 tháng đầu năm 2021

Thị trường	Năm 2016 (%)	Năm 2017 (%)	Năm 2018 (%)	Năm 2019 (%)	Năm 2020 (%)	9T/2021 (%)
Tổng	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00
Trung Quốc	33,48	34,23	33,93	33,55	38,16	40,94
Mỹ	18,30	18,01	18,63	19,01	16,30	15,06
Anh	11,19	11,30	10,75	10,66	9,74	7,07
Nhật Bản	7,34	7,22	6,88	6,54	5,77	6,35
Thụy Sĩ	5,77	5,31	5,08	4,67	4,36	4,16
Hàn Quốc	2,81	3,22	3,71	3,81	4,00	4,06
Thổ Nhĩ Kỳ	3,46	3,38	3,44	3,53	3,49	3,73
Đài Loan	1,99	2,03	2,06	2,27	2,48	2,82
Thái Lan	2,42	2,30	2,24	2,23	2,32	2,45
Việt Nam	1,21	1,22	1,16	1,15	1,48	1,23
Malaysia	1,21	1,32	1,36	1,31	1,40	1,29
Ấn Độ	1,21	1,29	1,38	1,40	1,28	1,54
Mexico	1,12	0,92	0,94	1,05	1,17	1,10
Canada	1,19	1,14	1,27	1,15	0,92	0,78
Singapore	1,05	0,88	0,96	1,11	0,78	0,92
Philippin	0,47	0,57	0,58	0,67	0,62	0,67
Nam Phi	0,57	0,52	0,49	0,52	0,57	0,69
Israel	0,69	0,65	0,64	0,61	0,55	0,52
Hồng Kông	0,42	0,36	0,45	0,44	0,53	0,46
Na Uy	0,62	0,49	0,47	0,55	0,48	0,44

Nguồn: Eurostat

Quy định về tiếp thị rau quả tại thị trường EU

Ngày 29/10/2021, Ủy ban châu Âu (EC) đã đăng công báo quy định số 2021/1890 của Ủy ban về tiêu chuẩn tiếp thị, mẫu mã mặt hàng rau quả tại thị trường EU. Quy định có hiệu lực kể từ ngày 08/11/2021.

Đây là quy định sửa đổi Quy định 543/2011 của Ủy ban.

Quy định tiếp cận thị trường đưa ra các tiêu chí về yêu cầu chung, độ chín, nhãn mác, phân loại sản phẩm.

Quy định cũng đưa ra các yêu cầu cụ thể với các loại hoa quả như táo, kiwi, chanh cam quýt, các loại đào, lê, dâu tây, ớt ngọt (ớt chuông), bưởi, cà chua, các loại rau salad như rau diếp xoăn, rau dướng.

EU thông báo tần suất kiểm tra thực tế với một số mặt hàng rau quả được nhập khẩu vào EU

Ngày 03/11/2021, Ủy ban châu Âu đã đăng công báo Quy định số 2021/1900, ban hành ngày 27/10/2021, sửa đổi Quy định (EU) 2019/1793 về việc áp dụng tạm thời các biện pháp kiểm soát chính thức và khẩn cấp một số thực phẩm được nhập khẩu vào EU.

Theo đó, đối với Việt Nam, tần suất kiểm tra thuốc bảo vệ thực vật với các loại rau thơm và hoa quả gồm rau mùi là 50%, húng quế 50%, bạc hà 50%, rau mùi tây 50%, đậu bắp từ 50%, hạt tiêu 50% và thanh long 10%.

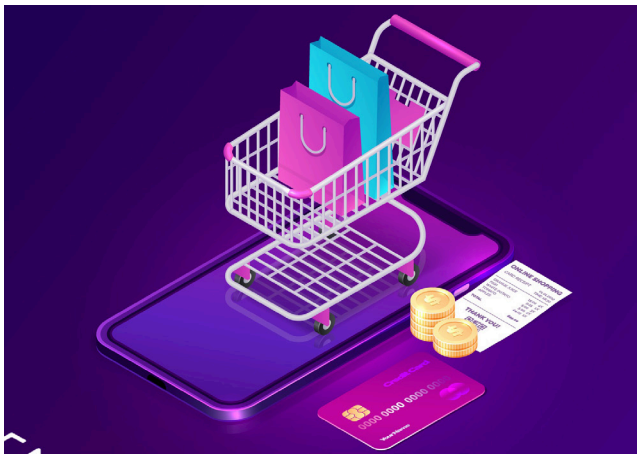
Theo định kỳ, cứ 6 tháng một lần, Ủy ban sẽ xem xét các danh sách thực phẩm và thức ăn chăn nuôi không có nguồn gốc động vật từ một số nước thứ ba chịu sự tăng cường tạm thời của biện pháp kiểm soát chính thức tại các chốt kiểm soát biên giới để đảm bảo an toàn thực phẩm.

Quy định này được áp dụng từ ngày 23/11/2021.



Biến đổi trong xu hướng tiêu dùng tại EU

Thế giới đang trải qua những biến động nhanh chóng và sâu sắc chưa từng có dưới tác động của đại dịch Covid-19. Đại dịch không chỉ tác động đáng kể đến cung cầu hàng hóa mà còn dẫn đến nhiều thay đổi về thị hiếu, tập quán, thói quen của người tiêu dùng toàn cầu; từ đó kéo theo sự định hình và phát triển của những xu hướng tiêu dùng, cơ cấu sản phẩm và phương thức thương mại mới, điển hình như tiêu dùng bền vững và mua sắm trực tuyến.



Tại EU, người dân vốn coi trọng lối sống lành mạnh, sau đại dịch càng đặc biệt quan tâm đến vấn đề sức khỏe. Các sản phẩm có lợi cho sức khỏe, thực phẩm hữu cơ ngày càng được người tiêu dùng châu Âu ưa chuộng. Theo USDA, dự báo đến năm 2030, tiêu thụ thực phẩm hữu cơ tại khu vực châu Âu sẽ tăng gấp 3 lần hiện tại. Trên thực tế, EU là thị trường tiêu thụ thực phẩm hữu cơ lớn thứ hai thế giới với tổng bán lẻ ước tính khoảng 51,8 tỷ USD vào năm 2020, tăng 14% so với năm 2019 và gấp 2 lần so với 10 năm trước đó. Thị trường tiêu thụ thực phẩm hữu cơ lớn nhất trong EU là Đức và Pháp với ước tính khoảng hơn 14 tỷ USD/nước; tiếp đến là Italia với khoảng gần 4 tỷ USD và Thụy Điển với hơn 3 tỷ USD.

Người tiêu dùng châu Âu cũng ngày càng chú trọng đến yếu tố môi trường, phát triển bền vững khi có xu hướng ưu tiên lựa chọn các sản phẩm có quy trình sản xuất đảm bảo tiêu chuẩn về bảo vệ môi trường, sử dụng các nguyên vật liệu tái chế... Hiện nay, các nước EU bắt đầu cấm sử dụng một số loại sản phẩm sử dụng một lần như thìa nhựa, cốc nhựa..., hạn chế các sản phẩm sử dụng bao bì nhựa, thay thế

bằng bao bì thân thiện với môi trường. Việc phát triển các giải pháp đóng gói kháng khuẩn cho thực phẩm dễ hỏng dựa trên vật liệu nano tự nhiên, kết hợp việc sử dụng bao bì bền vững và giảm chất thải thực phẩm sẽ thu hút được sự quan tâm của người tiêu dùng. Nói chung, xu hướng sản phẩm xanh sạch là xu hướng chung không chỉ ở các nước châu Âu mà còn cả các nước phát triển khác trên thế giới.

Ngoài ra, nhu cầu sử dụng các sản phẩm thông minh, đơn giản, tiện lợi... tại EU cũng ngày càng gia tăng, điển hình như thực phẩm đã rửa và đóng gói sẵn, đồ hộp... trở nên thông dụng. Một xu hướng nữa của người tiêu dùng châu Âu vốn có thu nhập cao nhất thế giới là các sản phẩm đặc sản, mới lạ, được quảng bá là có lợi cho sức khỏe. Các sản phẩm này thường được gắn với các câu chuyện về vùng, miền.

Đáng chú ý, tiêu dùng trực tuyến cũng phát triển mạnh mẽ với sự nở rộ của thương mại điện tử trong bối cảnh các phương thức thương mại truyền thống bị hạn chế bởi đại dịch. Thương mại điện tử rất thịnh hành tại châu Âu. Gần đây, hoạt động giao dịch mua bán hàng hóa trên thương mại điện tử tăng vọt tại EU. Người dân EU không chỉ mua sắm hàng hóa trực tuyến trong nước mà còn mua hàng từ nước thành viên EU khác; cũng như từ các quốc gia ngoài EU. Theo số liệu của Hiệp hội Thương mại điện tử châu Âu, tổng lượng tiêu dùng trực tuyến ở châu Âu năm 2020 đạt 269 tỷ Euro với tổng cộng 293 triệu người châu Âu mua sắm trực tuyến, trong đó có hơn 220 triệu người tham gia trong mua sắm xuyên biên giới, giúp tăng trị giá thương mại điện tử xuyên biên giới của châu Âu lên 146 tỷ Euro, tăng 35% so với năm 2019, chiếm 25,5% tổng doanh số bán hàng trực tuyến ở châu Âu. Rõ ràng, thương mại điện tử xuyên biên giới đang là cơ hội ngày càng lớn tại châu Âu; đồng thời mở ra triển vọng một kênh giao thương xuyên biên giới tiềm năng trong thời gian tới.

Trước những thay đổi đáng kể trong thị hiếu, thói quen tiêu dùng tại thị trường EU thời gian qua, các doanh nghiệp Việt Nam cần nhanh chóng nắm bắt các xu hướng mới để kịp thời điều chỉnh xuất khẩu những sản phẩm phù hợp với xu hướng thị trường và đón đầu các cơ hội mở ra hậu đại dịch.

Một vài nét đáng chú ý về tình hình kinh tế EU trong quý IV/2021

Trong quý IV/2021, tình hình dịch Covid-19 trên toàn cầu tiếp tục diễn biến phức tạp với sự xuất hiện biến thể Omicron của virus SARS-CoV-2 tại hàng loạt quốc gia, số ca nhiễm mới và tử vong có xu hướng tăng nhanh trở lại, đặc biệt là tại Mỹ và châu Âu. Diễn biến này buộc nhiều quốc gia phải đóng cửa biên giới và áp dụng trở lại các biện pháp kiểm soát nhằm kiềm chế đà lây lan của dịch bệnh, đồng thời “phủ bóng đen” lên các nỗ lực phục hồi của kinh tế toàn cầu sau 2 năm đại dịch.

Riêng tại châu Âu, các nhà hoạch định chính sách khu vực nhận định ảnh hưởng từ biến thể mới của virus Sars-Cov-2 có thể khiến khu vực Eurozone và Anh chứng kiến nền kinh tế sụt giảm 1% trong quý I/2022. Trong khi đó, Trung Quốc - động lực tăng trưởng của kinh tế toàn cầu đang trải qua đợt suy thoái kinh tế trong bối cảnh chính quyền nước này siết chặt kiểm soát đối với các tập đoàn tư nhân cộng với ảnh hưởng bởi cuộc khủng hoảng trong lĩnh vực bất động sản, tình trạng thiếu điện và gián đoạn chuỗi cung ứng. Ngoài ra, ảnh hưởng kép từ Covid-19 và thời tiết xấu đã đẩy giá thực phẩm thế giới gần đỉnh lịch sử và có thể tăng tiếp trong năm 2022. Đầu năm 2021, Mỹ và Eurozone đều dự báo kết thúc năm với lạm phát 2%. Song, trên thực tế, đến cuối tháng 11/2021 lạm phát tại nền kinh tế Mỹ đã tiến sát mức 7% trong khi tại Eurozone cũng tăng lên mức cao kỷ lục 4,9%. Những khó khăn mới của các nền kinh tế chủ chốt đang ảnh hưởng lớn đến đà tăng trưởng của kinh tế toàn cầu nói chung và kinh tế Liên minh EU nói riêng trong giai đoạn cuối năm, nhất là trong bối cảnh đây là thời điểm quan trọng nhất trong năm của ngành sản xuất, dịch vụ, du lịch và bán lẻ.

Trong báo cáo cập nhật về triển vọng tăng trưởng kinh tế toàn cầu được công bố đầu tháng 12/2021, Tổ chức Hợp tác và phát triển kinh tế (OECD) đã hạ dự báo kinh tế toàn cầu trong năm 2021 xuống mức 5,6%, thấp hơn so với mức dự báo 5,7% được đưa ra trước đó. Trong đó, OECD dự báo kinh tế Mỹ sẽ tăng trưởng ở mức 5,6%, Trung Quốc là 8,1%, trong khi tăng trưởng kinh tế của Eurozone là 5,2%. Theo tổ chức này, kinh tế toàn cầu vẫn đang trong quá trình phục hồi, nhưng đã bị mất đà và ngày càng trở nên mất cân bằng. OECD cảnh báo rằng vấn đề y tế, lạm phát cao, tắc nghẽn chuỗi cung ứng và sai lầm

chính sách đều là những mối quan ngại lớn. Đồng thời, OECD nhấn mạnh ưu tiên chính sách hiện nay là phải đảm bảo vaccine được sản xuất và triển khai nhanh nhất có thể trên khắp thế giới, bao gồm cả việc tiêm mũi tăng cường. Xu hướng phục hồi hiện nay mới chỉ tạm thời và còn tiềm ẩn nhiều rủi ro nếu như các nước không đảm bảo được chính sách này.

Trong khi đó, những số liệu được công bố trong tháng 12/2021 cho thấy kinh tế EU vẫn đang trên đà hồi phục khá nhanh với những tín hiệu tích cực trên thị trường lao động, hoạt động sản xuất và tiêu thụ cho dù tỷ lệ lạm phát vẫn tăng lên mức cao kỷ lục cộng với diễn biến phức tạp của dịch bệnh.

Tỷ lệ lạm phát:

Trong tháng 11/2021, tỷ lệ lạm phát tại các nước châu Âu tiếp tục tăng mạnh và là một trong những rủi ro lớn nhất tác động đến đà hồi phục của kinh tế châu lục. Theo số liệu của Cơ quan Thống kê châu Âu (Eurostat), lạm phát của Liên minh EU trong tháng 11/2021 tăng tới 5,2% so với cùng kỳ năm trước và tăng 0,5% so với tháng 11/2020. Trong khi đó, tỷ lệ lạm phát của Khu vực Eurozone tháng 11/2021 tăng 0,4% so với tháng trước và tăng 4,9% so với cùng kỳ năm 2020 do giá năng lượng tăng mạnh trong khi chuỗi cung ứng vẫn bị gián đoạn. Đây là mức tăng cao nhất kể từ khi cơ quan thống kê này bắt đầu thu thập dữ liệu trong hơn 20 năm qua, đồng thời cũng cao gấp hơn 2 lần so với mục tiêu 2% Ngân hàng Trung ương châu Âu (ECB) đã đặt ra. Diễn biến này tiếp tục tạo sức ép lớn đến chính sách điều hành của ECB trong việc thắt chặt chính sách tiền tệ, đặc biệt là thu hẹp các chương trình kích thích kinh tế có quy mô lớn.

Trong đó, các nền kinh tế có tỷ lệ lạm phát cao so với cùng kỳ tại Eurozone là Estonia (tăng 8,6%); Bỉ (tăng 7,1%); Đức (tăng 6%); Latvia (tăng 7,4%), Hà Lan (tăng 5,9%) và Tây Ban Nha (tăng 5,5%).

Nhìn vào các chỉ tiêu chính của lạm phát tại Eurozone trong tháng 11/2021 nhận thấy, tăng cao nhất so với cùng kỳ năm trước là chỉ số giá mặt hàng năng lượng với 27,5%; tiếp theo là dịch vụ (tăng 2,7%); hàng công nghiệp phi năng lượng (tăng 2,4%) và thực phẩm, rượu và thuốc lá (tăng 2,2%).

Tỷ lệ lạm phát của một số thành viên trong Liên minh EU

Thị trường	Tháng 10/2021 so với T10/2020 (%)	Tháng 11/2021	
		So với T11/2020 (%)	So với T10/2021 (%)
Khu vực Eurozone	4,1	4,9	0,4
Liên minh EU	4,4	5,2	0,5
Bỉ	5,4	7,1	1,4
Đức	4,6	6,0	0,3
Estonia	6,8	8,6	1,8
Tây Ban Nha	5,4	5,5	0,2
Pháp	3,2	3,4	0,4
Italia	3,2	3,9	0,7
Latvia	4,4	7,4	1,1
Hà Lan	3,7	5,9	0,8
Áo	3,7	4,1	0,5
Bồ Đào Nha	1,8	2,6	0,3
Phần Lan	2,8	3,5	0,5
Thụy Điển	3,3	3,9	0,6

Nguồn: Eurostat

Chỉ số PMI

Theo số liệu của IHS Markit, chỉ số nhà quản trị mua hàng (PMI) lĩnh vực sản xuất trong tháng 11/2021 của khu vực Eurozone đạt 58,4 điểm, cao hơn so với mức 58,3 điểm trong tháng trước. Chỉ số PMI lĩnh vực dịch vụ trong tháng 11/2021 cũng tăng từ 54,6 điểm lên 56,6 điểm. Cả 2 chỉ số này đều vượt xa so với dự báo đạt lần lượt 57,3 điểm và 53,5 điểm trước đó.

Tuy nhiên, xu hướng hồi phục trong hoạt động sản xuất của Eurozone đã “chững lại” trong tháng 12/2021 trong bối cảnh số ca nhiễm Covid-19 tăng nhanh làm gián đoạn hoạt động kinh tế của toàn khu vực. Theo tính toán sơ bộ của Markit, chỉ số PMI lĩnh vực sản xuất của Eurozone tháng 12/2021 đạt 58 điểm, thấp hơn so với 58,4 điểm trong tháng 11/2021 nhưng vẫn cao hơn so với mức kỳ vọng đạt 57,8 điểm. Mặc dù tăng trưởng đơn đặt hàng suy yếu, nhưng hoạt động sản xuất của khu vực trong tháng 12/2021 chứng kiến sự mở rộng sản xuất nhanh nhất kể từ tháng 9/2021 nhờ nguồn cung không bị gián đoạn. Ngoài ra, tốc độ tạo việc làm cũng tăng lên mức cao nhất trong 4 tháng. Về mặt giá cả, chi phí đầu vào và giá bán bình quân tăng ít

hơn so với tháng 11/2021, nhưng vẫn cho thấy tốc độ tăng nhanh thứ hai được ghi nhận trong lịch sử của cuộc khảo sát.

Sản lượng công nghiệp

Theo số liệu của Eurostat, sản lượng công nghiệp của EU trong tháng 10/2021 tăng 1,2% so với tháng 9/2021 và tăng 3,6% so với tháng 10/2020, đánh dấu tháng tăng trở lại của chỉ số này sau 2 tháng liên tục giảm.

Tháng 10/2021 so với tháng 9/2021, sản xuất hàng tiêu dùng không lâu bền tăng 7,9%; hàng hóa tư bản tăng 3,5%; năng lượng tăng 3,1%; hàng hóa trung gian và hàng hóa tiêu dùng lâu bền cùng tăng 2,6%. Trong đó, mức tăng hàng năm lớn nhất được ghi nhận ở Litva (tăng 22,7%); Hy Lạp (tăng 17,2); Đan Mạch (tăng 14%). Mức giảm cao nhất được ghi nhận ở Rumani (giảm 6,6%); Bồ Đào Nha (giảm 6,5%) và Séc (giảm 4,9%).

Tuy nhiên, cùng với sự lan rộng của biến chủng Omicron, tình trạng thiếu hụt nguồn cung ngày càng nghiêm trọng cộng với lạm phát vẫn ở mức cao kỷ lục sẽ là rào cản đến hoạt động sản xuất trong những tháng tiếp theo.

Các ngành sản xuất công nghiệp của EU qua các tháng

(% thay đổi so với cùng kỳ năm 2020. Năm 2015 là năm cơ sở)

EU	Tháng 5/2021	Tháng 6/2021	Tháng 7/2021	Tháng 8/2021	Tháng 9/2021	Tháng 10/2021
Tổng ngành	21,2	11,1	8,2	5,2	4,8	3,6
Hàng hóa trung gian	23,9	16,1	11,7	7,0	5,3	2,6
Năng lượng	6,1	4,4	2,7	1,6	2,7	3,1
Tu liệu sản xuất	29,1	8,3	6,5	2,4	4,3	3,5
Hàng tiêu dùng lâu bền	39,2	16,3	8,7	-0,4	2,0	2,6
Hàng tiêu dùng không lâu bền	11,7	11,2	8,9	8,7	7,4	7,9

Nguồn : Eurostat

Tỷ lệ thất nghiệp

Theo Eurostat, tỷ lệ thất nghiệp của Liên minh EU trong tháng 10/2021 đứng ở mức 6,7%, ổn định so với tháng 9/2021 và thấp hơn nhiều so với mức 7,5% trong tháng 10/2020.

Trong số các nền kinh tế của EU, số lượng người thất nghiệp cao nhất được ghi nhận ở Tây Ban Nha (3,38 triệu người); Italia (2,37 triệu người), Pháp (2,29 triệu người).

Doanh thu bán lẻ:

Theo số liệu của Eurostat, doanh thu bán lẻ của EU trong tháng 10/2021 tăng 0,3% so với tháng 9/2021 và tăng 2,3% so với tháng 8/2020.

So với tháng 10/2020, doanh thu bán lẻ của EU tăng 9,0% đối với nhiên liệu ô tô và tăng 3,8% đối với các sản phẩm phi thực phẩm, trong khi đó giảm 0,8% đối với thực phẩm, đồ uống và thuốc lá. Thương mại bán lẻ đối với các sản phẩm phi thực phẩm tăng cao do nhu cầu tiêu dùng cho dịp Lễ cuối năm được đẩy mạnh và dự kiến sẽ tiếp tục ở mức cao trong 2 tháng cuối năm 2021.

Trong đó, mức tăng cao nhất trong tổng khối lượng thương mại bán lẻ trong tháng 10/2021 được ghi nhận ở Slovenia (tăng 34,3%), Ba Lan (tăng 12,4%) và Estonia (tăng 11,0%). Mức giảm lớn nhất là ở Đức (giảm 2,8%), Latvia (giảm 2,3%) và Ireland (giảm 1,9%).

Mặc dù các chỉ số vĩ mô của nền kinh tế vẫn cho thấy kinh tế các nước châu Âu đang trong xu hướng hồi phục, tuy nhiên trong bối cảnh lạm phát đang ở mức cao kỷ lục cùng với sự bùng phát của biến thể

mới, kéo theo hàng loạt biện pháp hạn chế trở lại của Chính phủ các nước, chỉ số niềm tin tiêu dùng của người dân tiếp tục giảm. Theo số liệu của Ủy ban châu Âu (EC), chỉ số niềm tin của người tiêu dùng khu vực Eurozone đã giảm xuống -8,3 điểm trong tháng 11/2021, thấp hơn so với mức -6,8 điểm trong tháng trước và mức dự báo -8 điểm trước đó.

Trước diễn biến của kinh tế EU, trái ngược với những tín hiệu sớm thắt chặt chính sách tiền tệ của Cục Dự trữ Liên bang Mỹ (FED), ngân hàng Trung ương châu Âu (ECB) vẫn giữ quan điểm duy trì chính sách tiền tệ lỏng nhằm hỗ trợ đà tăng trưởng của nền kinh tế.

Tuy nhiên, trong cuộc họp chính sách tháng 12/2021, ECB đã thực hiện một điều chỉnh nhỏ trong việc đẩy lùi các biện pháp kích thích thời kỳ khủng hoảng.

Theo đó, ngân hàng này sẽ giảm dần tốc độ thu mua trái phiếu theo chương trình Khẩn cấp thu mua trái phiếu giai đoạn đại dịch (PEPP) trị giá 1.850 tỷ Euro (tương đương 2.100 tỷ USD) trong quý 1/2022 và sẽ ngừng mua tài sản ròng theo PEPP vào cuối tháng 3/2022.

Mặc dù vậy, ECB thông báo vẫn sẽ giữ nguyên lãi suất ở mức thấp kỷ lục hiện nay và chương trình mua tài sản trước đại dịch sẽ vẫn được duy trì và quy mô sẽ tăng từ 20 tỷ Euro/tháng lên 40 tỷ Euro trong quý II/2022, sau đó sẽ giảm xuống còn 30 tỷ Euro trong quý III/2021 nhằm giảm thiểu tác động và thúc đẩy tăng trưởng của kinh tế khu vực. Hiện ECB vẫn cho rằng, các áp lực dẫn đến lạm phát chỉ mang tính tạm thời. Trong năm 2022, ECB dự kiến lạm phát sẽ giảm từ từ và dần ổn định trở lại.

Thương mại hàng hóa của EU với thị trường ngoại khối diễn ra sôi động

Theo Cơ quan Thống kê châu Âu (Eurostat), nền kinh tế Liên minh EU đang phục hồi sau đại dịch nhanh hơn dự kiến. Hoạt động thương mại hàng hóa của EU với các thị trường ngoại khối đã có xu hướng phục hồi trong các tháng 9, 10/2021, bất chấp diễn biến phức tạp của đại dịch Covid-19.

Theo ước tính của Eurostat, tháng 10/2021, xuất khẩu hàng hóa của EU sang thị trường ngoại khối đạt 190,7 tỷ EUR, tăng 6,4% so với tháng 10/2020 (179,2 tỷ EUR). Nhập khẩu hàng hóa của EU từ thị trường ngoại khối trong tháng 10/2021 đạt 194,4 tỷ EUR, tăng 29,1% so với tháng 10/2020 (151 tỷ

EUR). Thâm hụt thương mại của EU với thị trường ngoại khối trong tháng 10/2021 là 4,2 tỷ EUR, cùng kỳ năm 2020 thặng dư 28,2 tỷ USD.

Trong 10 tháng năm 2021, xuất khẩu hàng hóa của EU sang thị trường ngoại khối ước đạt 1.780,4 tỷ EUR, tăng 12,7% so với cùng kỳ năm 2020. Nhập khẩu hàng hóa của EU từ thị trường ngoại khối ước đạt 1.692,9 tỷ EUR, tăng 19,4% so với cùng kỳ năm 2020. Với kết quả này, EU ghi nhận thặng dư thương mại hàng hóa với thị trường ngoại khối đạt 87,5 tỷ EUR, thấp hơn so với 162,2 tỷ EUR trong 10 tháng năm 2020.

Thương mại hàng hóa của EU với thị trường ngoại khối tháng 10 và 10 tháng năm 2021 (ĐVT: Tỷ EUR)

Hoạt động	Tháng 10/2020	Tháng 10/2021	So sánh (%)	10 tháng 2020	10 tháng 2021	So sánh (%)
Xuất khẩu ngoài EU	179,2	190,7	6,4	1.580,0	1.780,4	12,7
Nhập khẩu ngoài EU	151,0	194,9	29,1	1.417,9	1.692,9	19,4
Cán cân thương mại ngoài EU	28,2	-4,2		162,2	87,5	

Nguồn: Ước tính từ Eurostat

10 tháng năm 2021, EU tăng xuất khẩu sang tất cả các đối tác thương mại chính. Trong đó, xuất khẩu sang thị trường Ấn Độ tăng 33,1%; Na Uy tăng 15,1%; Hàn Quốc tăng 14,3%; Trung Quốc tăng 12,9%; Mỹ tăng 12,2%.

Nhập khẩu hàng hóa của EU từ hầu hết các đối tác thương mại chính tăng. Trong đó, nhập khẩu từ Nga

tăng 59,1%; Na Uy tăng 56,4%; Ấn Độ tăng 37,7%; Hàn Quốc tăng 25,6%; Trung Quốc tăng 18,5%.

Như vậy, trong 10 tháng năm 2021, EU thặng dư thương mại đối với các thị trường Mỹ, Anh, Nga, Nhật Bản. Ngược lại, EU thâm hụt thương mại đối với các đối tác chính Trung Quốc, Nga, Na Uy, Hàn Quốc, Ấn Độ.

Các đối tác thương mại chính của EU (ĐVT: Tỷ EUR)

Thị trường	EU xuất khẩu			EU nhập khẩu			Cán cân thương mại	
	10 tháng 2020	10 tháng 2021	So sánh (%)	10 tháng 2020	10 tháng 2021	So sánh (%)	10 tháng 2020	10 tháng 2021
Trung Quốc	163,6	184,7	12,9	315,4	373,8	18,5	-151,8	-189,2
Mỹ	291,3	326,8	12,2	170,3	187,5	10,1	121	139,3
Anh	224,9	232,2	3,2	136,7	116,9	-14,5	88,2	115,4
Thụy Sĩ	118,5	128,9	8,8	91	100,7	10,7	27,5	28,1
Nga	65,3	73,1	11,9	78,4	124,7	59,1	-13,1	-51,6
Thổ Nhĩ Kỳ	57	64,2	12,6	51,3	64	24,8	5,8	0,2
Nhật Bản	45,5	52,1	14,5	45,3	51,7	14,1	0,1	0,3

Nguồn: Ước tính từ Eurostat

Trong 10 tháng năm 2021 so với cùng kỳ năm 2020, hầu hết các quốc gia thành viên EU tăng xuất khẩu sang các thị trường ngoài EU. Trong đó, tốc độ xuất khẩu hàng hóa của Hy Lạp tăng 40%; Estonia tăng 27%; Rumani tăng 23%; Croatia tăng 22%.

Đối với hàng nhập khẩu ngoài EU, 10 tháng năm 2021 so với cùng kỳ năm 2020, hầu hết các quốc gia thành viên EU tăng nhập khẩu hàng hóa từ thị trường ngoại khối, ngoại trừ Síp giảm 12%.

Thương mại hàng hóa của các quốc gia thành viên với thị trường ngoài EU trong 10 tháng năm 2021

(ĐVT: Tỷ EUR)

Thị trường	Xuất khẩu				Nhập khẩu			
	Tổng		Ngoại khối EU		Tổng		Ngoại khối EU	
	10 tháng 2021	So với 10 tháng 2020 (%)	10 tháng 2021	So với 10 tháng 2020 (%)	10 tháng 2021	So với 10 tháng 2020 (%)	10 tháng 2021	So với 10 tháng 2020 (%)
Bỉ	374,1	22	126	18	348,3	22	133,8	19
Bungari	28,4	23	9,5	20	31,5	26	12,4	27
CH Séc	156,5	15	30,6	10	145,4	20	38,1	17
Đan Mạch	86,4	9	41	8	83,5	19	27,4	23
Đức	1.135,9	14	520,2	11	977	16	353,1	13
Estonia	14,8	28	4,9	27	16,2	32	4,6	53
Ái Len	132,7	1	81,6	4	79,5	15	48,9	13
Hy Lạp	32,4	29	14,8	40	51,3	27	24,5	41
Tây Ban Nha	265,4	20	99	17	284,2	21	127,5	24
Pháp	403,3	16	182,8	14	488,1	16	163,2	13
Croatia	15,2	25	4,9	22	23,7	22	6,2	41
Italia	422,5	19	200,3	17	377,4	23	161,4	25
Síp	2,5	6	1,8	16	6,8	9	2,3	-12
Latvia	14,3	23	5,2	18	17	29	4,7	56
Lítva	27,7	18	11,7	15	30,3	27	9,7	38
Luxembua	11,6	16	2,2	12	17,8	17	2	19
Hungary	98,5	14	21,4	15	98,4	18	28,6	19
Manta	2,1	14	1,1	18	4,7	20	1,9	9
Hà Lan	571,7	18	175,8	7	512,6	20	298,6	20
Áo	140,8	15	43,5	13	151,2	21	35,5	21
Ba Lan	232,7	19	58,9	16	231,6	24	77,4	29
Bồ Đào Nha	52,2	18	15,1	20	66,5	18	17,5	20
Rumani	60,4	19	16,1	23	80,2	22	21,9	25
Slovenia	39	20	12,9	20	38,9	30	16,9	40
Slovakia	71,6	16	13,9	10	71,1	19	15,3	30
Phần Lan	55,2	18	24,7	17	57,9	17	17,2	21
Thụy Điển	130,8	17	60,5	13	127,7	19	42,3	21

Nguồn: Ước tính từ Eurostat

EU nhập khẩu hàng hóa từ thị trường ngoại khối và thị phần của Việt Nam

Theo Eurostat, kim ngạch nhập khẩu hàng hóa của EU từ thị trường ngoại khối trong quý III/2021 đạt 531,36 tỷ EUR (600,44 tỷ USD), tăng 5,0% so với quý II/2021 và tăng 26,6% so với quý III/2020. Tính chung 9 tháng đầu năm 2021, kim ngạch nhập khẩu hàng hóa của EU từ thị trường ngoại khối đạt 1.498 tỷ EUR (1.692,76 tỷ USD), tăng 18,2% so với cùng kỳ năm 2020.

Việt Nam là nguồn cung hàng hóa ngoại khối lớn thứ 12 cho EU. Quý III/2021, EU nhập khẩu hàng hóa từ Việt Nam đạt xấp xỉ 9,93 tỷ EUR (11,22 tỷ USD), tăng 8,5% so với quý II/2021 và tăng 5,3% so với quý III/2020. Tính chung 9 tháng đầu năm 2021, EU nhập khẩu hàng hóa từ Việt Nam đạt 28,55 tỷ EUR (32,27 tỷ USD), tăng 9,5% so với cùng kỳ năm 2020.

Tuy nhiên, thị phần hàng hóa của Việt Nam trong tổng kim ngạch nhập khẩu từ thị trường ngoại khối của EU giảm từ 2,06% trong 9 tháng đầu năm 2020 xuống 1,91% trong 9 tháng đầu năm 2021.

Quý III/2021 là thời gian Việt Nam thực hiện nghiêm ngặt các biện pháp giãn cách xã hội, tuy nhiên, hoạt động giao thương hàng hóa giữa EU – Việt Nam vẫn ghi nhận mức tăng trưởng khả quan. Điều này cho thấy EVFTA đã phát huy tác dụng, giúp hàng hóa của EU và Việt Nam tạo được lợi thế cạnh tranh hơn so với các thị trường chưa có FTA. Mặc dù vậy, tốc độ nhập khẩu hàng hóa của EU từ Việt Nam thấp hơn nhiều so với tốc độ nhập khẩu hàng hóa từ các đối tác thương mại ngoại EU. Do đó, thị phần hàng hóa của Việt Nam tại EU bị thu hẹp lại so với các đối tác chính có tốc độ tăng trưởng cao như : Nga, Na Uy, Hàn Quốc, Ấn Độ, Đài Loan, Braxin.

Kim ngạch nhập khẩu hàng hóa của EU và thị phần của Việt Nam quý III và 9 tháng đầu năm 2021

Thị trường	Quý III/2021		So với quý II/2021 (%)	So với quý III/2020 (%)	9 tháng 2021		So với cùng kỳ năm 2020 (%)	Thị phần (%)	
	Triệu EUR	Triệu USD			Triệu EUR	Triệu USD		9 tháng 2021	9 tháng 2020
EU ngoại khối	531.361	600.438	5,0	26,6	1.498.019	1.692.761	18,2	100,00	100,00
Trung Quốc	120.976	136.702	14,7	21,1	331.314	374.384	17,6	22,12	22,24
Mỹ	57.400	64.862	-0,2	19,4	167.183	188.916	8,7	11,16	12,14
Nga	40.932	46.253	12,3	95,1	108.549	122.660	54,0	7,25	5,56
Anh	36.084	40.775	0,2	-10,4	102.452	115.771	-15,5	6,84	9,57
Thụy Sĩ	29.021	32.794	-8,1	11,8	89.328	100.940	10,0	5,96	6,41
Hungary	20.530	23.199	-6,7	3,4	64.299	72.658	15,2	4,29	4,41
Thổ Nhĩ Kỳ	19.162	21.653	1,4	19,1	56.169	63.471	25,1	3,75	3,54
Nhật Bản	15.306	17.295	-6,5	24,3	46.533	52.582	14,8	3,11	3,20
Na Uy	18.191	20.556	23,0	81,8	46.310	52.331	46,8	3,09	2,49
Hàn Quốc	13.500	15.255	-1,3	36,9	40.395	45.646	26,3	2,70	2,52
Ấn Độ	11.407	12.890	0,5	36,3	32.732	36.987	33,1	2,18	1,94
Việt Nam	9.927	11.217	8,5	5,3	28.556	32.268	9,5	1,91	2,06

Nguồn: Tính toán từ số liệu của Eurostat

Tỷ giá 1 EUR = 1,13 USD

9 tháng đầu năm 2021, EU tăng nhập khẩu nhiều mặt hàng công nghiệp, nông, thủy sản từ Việt Nam, ngoại trừ cà phê, hạt điều.

Đối với nhóm hàng dệt may (HS 61, 62), tốc độ nhập khẩu mặt hàng này của EU từ Việt Nam tăng trưởng

khả quan 10,3% so với cùng kỳ năm 2020, trong khi EU giảm nhập khẩu từ thị trường ngoại khối với mức giảm 4,2%. Thị phần mặt hàng dệt may của Việt Nam trong tổng kim ngạch nhập khẩu từ thị trường ngoại khối tăng từ 19,8% trong 9 tháng đầu năm 2020 lên 22,8% trong 9 tháng đầu năm 2021.

Đối với mặt hàng giày dép (HS 64), tốc độ nhập khẩu mặt hàng này của EU từ Việt Nam tăng 5,5% trong 9 tháng đầu năm 2021, cao hơn so với mức tăng 0,7% từ thị trường ngoại khối. Thị phần mặt hàng giày dép của Việt Nam trong tổng kim ngạch nhập khẩu từ thị trường ngoại khối tăng từ 3,9% trong 9 tháng đầu năm 2020 lên 4,1% trong 9 tháng đầu năm 2021.

Đối với nhóm hàng nông, thủy sản, EU tăng nhập khẩu từ Việt Nam các mặt hàng rau quả (HS 07, 08 (không gồm HS 080131, 080132), 20) tăng 17,6%); Thủy sản (tăng 2,3%); gạo (tăng 13,2%). Trong đó, EU giảm nhập khẩu rau quả và gạo từ thị trường ngoại khối, mức giảm lần lượt 2,7% và 13,2%. Thị phần mặt hàng rau quả và gạo của Việt Nam trong tổng nhập khẩu của EU trong 9 tháng đầu năm 2021 mặc dù tăng so với cùng kỳ năm 2020, nhưng ở mức thấp 0,53% và 3,29%. Trong khi đó, thị phần mặt hàng thủy sản của Việt Nam trong tổng nhập khẩu của EU chiếm 3,3% trong 9 tháng đầu năm 2021. Do đó, xuất khẩu các mặt hàng rau quả, gạo, thủy

sản của Việt Nam sang EU vẫn còn tiềm năng và còn nhiều dư địa để đẩy mạnh xuất khẩu trong thời gian tới, nhất là khi dịch bệnh được kiểm soát tốt, hoạt động thông quan hàng hóa diễn ra thuận lợi hơn.

Cà phê (HS 0901) và hạt điều (HS 080131, 080132) là hai mặt hàng trong nhóm nông sản EU giảm nhập khẩu từ Việt Nam trong 9 tháng đầu năm 2021, mức giảm lần lượt là 20,1% và 3,0%. Đối với mặt hàng cà phê, vấn đề logistics được cho là nguyên nhân chính khiến EU giảm nhập khẩu cà phê từ Việt Nam. Trong khi đó, đối với mặt hàng hạt điều, giá xuất khẩu ở mức thấp là nguyên nhân chính khiến kim ngạch nhập khẩu hạt điều của EU giảm, nhưng lượng tăng 6,6%. Thị phần hạt điều của Việt Nam chiếm tới 78,1% tổng kim ngạch nhập khẩu của EU. Điều này cho thấy, ngành điều Việt Nam chiếm lĩnh thị trường EU, khó có nguồn cung nào có thể thay thế vị trí này. Ngoài việc nguồn cung ổn định, chất lượng đảm bảo, EVFTA cũng giúp ngành điều Việt Nam củng cố vị trí nguồn cung số 1 tại EU.

EU nhập khẩu một số mặt hàng có thể mạnh từ Việt Nam trong 9 tháng đầu năm 2021 (ĐVT: Triệu EUR)

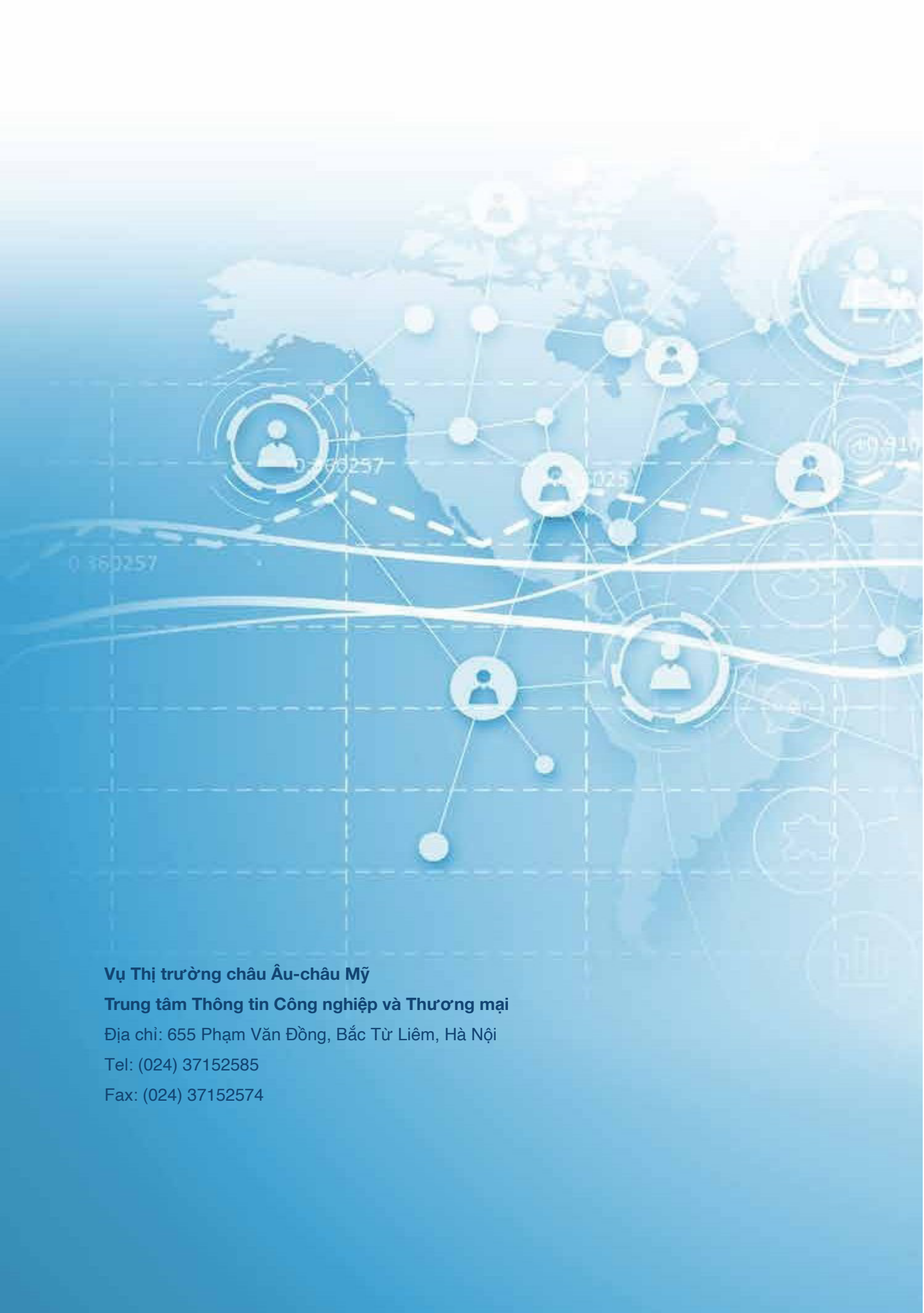
Mặt hàng	9 tháng 2021			So với cùng kỳ năm 2020 (%)		
	EU nhập khẩu nội khối	EU nhập khẩu ngoại khối	EU nhập khẩu từ Việt Nam	EU nhập khẩu nội khối	EU nhập khẩu ngoại khối	EU nhập khẩu từ Việt Nam
Giày dép	24.904	13.611	3.103	15,0	-4,2	10,3
Dệt may	57.765	51.930	2.135	15,3	0,7	5,5
Rau quả*	48.779	21.776	115	2,7	-2,7	17,6
Cà phê	4.585	5.794	616	7,6	2,1	-20,1
Thủy sản	16.851	17.603	587	11,9	2,8	2,3
Hạt điều	290	666	520	-0,1	-9,2	-3,0
Gạo	935	913	30	-5,1	-13,2	13,2

Nguồn: Tính toán từ số liệu của Eurostat

Đánh giá triển vọng xuất, nhập khẩu của EU đối với thị trường ngoại khối

Việt Nam là một trong những đối tác thương mại quan trọng của EU ở khu vực châu Á - Thái Bình Dương. Tháng 10 và 10 tháng năm 2021, hoạt động thương mại giữa EU và Việt Nam tăng trưởng khả quan so với tháng trước đó và tăng so với cùng kỳ năm 2020. EVFTA đã tạo điều kiện thuận lợi cho hoạt động thương mại hàng hóa cho cả EU và Việt Nam, đặc biệt là khi nền kinh tế đang gặp nhiều khó khăn trong bối cảnh thế giới tiếp tục đối mặt với làn sóng dịch Covid-19 lần thứ 5. Biến chủng Omicron của virus SARS-CoV-2 tiếp tục lan rộng, khiến thế giới đối mặt với làn sóng dịch lây lan giữa các quốc gia, khiến một số quốc gia thành viên EU tái áp đặt các hạn chế.

Với diễn biến phức tạp của làn sóng dịch Covid-19 lần thứ 5, nhiều khả năng hoạt động thương mại của EU sẽ chững lại. Tuy nhiên, EVFTA mang lại thêm cơ hội cho doanh nghiệp Việt Nam cải thiện xuất khẩu vào thị trường EU. Đặc biệt, Việt Nam là một trong hai nước ở khu vực Đông Nam Á đã thực hiện FTA với EU, nên có thêm lợi thế cạnh tranh xuất khẩu vào thị trường này. Về dài hạn, thương mại hàng hóa giữa EU – Việt Nam được dự báo sẽ diễn ra sôi động trong năm 2022, khi doanh nghiệp hai bên tận dụng tốt cơ hội về thuế quan mà EVFTA mang lại. Các mặt hàng có lợi thế cạnh tranh của Việt Nam sẽ có cơ hội gia tăng giá trị trong năm 2022, nhờ giá phục hồi, như dệt may, giày dép, cà phê, hạt điều. Trong khi đó, các mặt hàng rau quả, gạo, thủy sản của Việt Nam sang EU vẫn còn nhiều dư địa để đẩy mạnh xuất khẩu trong thời gian tới.



Vụ Thị trường châu Âu-châu Mỹ

Trung tâm Thông tin Công nghiệp và Thương mại

Địa chỉ: 655 Phạm Văn Đồng, Bắc Từ Liêm, Hà Nội

Tel: (024) 37152585

Fax: (024) 37152574