

**BẢN TIN  
XUẤT NHẬP KHẨU**

**THỊ TRƯỜNG**

**HOA KỲ**

BẢN QUYỀN THUỘC:  
**ecomviet**



# MỤC LỤC

## A. DIỄN BIẾN THỊ TRƯỜNG TRONG NƯỚC

- I. Gạo
- II. Cà phê
- III. Gỗ và đồ gỗ
- IV. Thủy hải sản

## A. CHUYÊN ĐỀ THỊ TRƯỜNG HOA KỲ

- I. Tổng quan tình hình xuất nhập khẩu của Hoa Kỳ
  - Tình hình xuất nhập khẩu của Hoa Kỳ
  - Đối tác xuất nhập khẩu của Hoa Kỳ
  - Các mặt hàng nhập khẩu chính của Hoa Kỳ
- II. Trao đổi thương mại với Việt Nam
  - 1. Tình hình xuất nhập khẩu giữa Việt Nam và Hoa Kỳ
  - 2. Một số mặt hàng xuất khẩu sang Hoa Kỳ
  - 3. Tình hình xuất khẩu một số mặt hàng sang Hoa Kỳ và dự báo trong thời gian tới
- III. Một số quy định và lưu ý khi nhập khẩu hàng hóa vào Hoa Kỳ
  - 1. Một số quy định doanh nghiệp cần lưu ý khi xuất khẩu hàng hóa sang Hoa Kỳ
  - 2. Những lưu ý khi xuất khẩu hàng hóa sang Hoa Kỳ





# **A. DIỄN BIẾN THỊ TRƯỜNG NÔNG, LÂM, THỦY SẢN TRONG NƯỚC VÀ QUỐC TẾ**



## **THỊ TRƯỜNG GẠO THẾ GIỚI**

### **I. GẠO**

#### **1. THỊ TRƯỜNG GẠO THẾ GIỚI**

##### *- Sản xuất và tiêu thụ*

Báo cáo tháng 5/2021, Bộ Nông nghiệp Mỹ (USDA) dự báo sản lượng gạo toàn cầu trong niên vụ 2021-2022 đạt mức kỷ lục 505,4 triệu tấn (gạo xay xát), tăng 1,9 triệu tấn so với niên vụ 2020-2021 – trong đó, Trung Quốc, Hàn Quốc, Đài Loan và Bangladesh sẽ chiếm phần lớn sự gia tăng sản lượng gạo toàn cầu. Sản lượng gạo năm 2021 ước tính tăng 1% do mức tăng trưởng quan trọng nằm ở châu Á. Ở mức độ thấp hơn, Tây Phi và Australia cũng góp phần làm lu mờ sự cắt giảm hoặc đình trệ ở những nơi khác. Các quốc gia Đông Nam Á như Việt Nam, Thái Lan, Indonesia cũng đang bước vào vụ thu hoạch trong điều kiện thuận lợi, tương tự tại Mỹ và Ấn Độ.

Tiêu thụ gạo toàn cầu trong niên vụ 2021-2022 cũng được ước tính sẽ tăng 7,9 triệu tấn so với niên vụ 2020-2021, đạt mức kỷ lục 513,3 triệu tấn. Tiêu thụ gạo toàn cầu tăng 2% trong đó Trung Quốc và các quốc gia Đông Á chiếm phần lớn sự gia tăng trong tiêu thụ gạo toàn cầu.



**- Giá gạo tại một số thị trường**

Trên thị trường thế giới, trong tháng 5/2021, giá gạo 5% của Ấn Độ đạt 374 USD/tấn vào đầu tháng nhưng đã tăng nhẹ vào gần cuối tháng với mức khoảng 382 USD/tấn. Dịch COVID-19 đang khiến cho Ấn Độ rơi vào khủng hoảng lớn, hoạt động logistics bị đình trệ góp phần khiến cho giá gạo trở nên bất ổn, bất chấp việc chính phủ nước này đang cố gắng mở kho dự trữ để cung ứng lương thực tốt hơn cho người dân bị ảnh hưởng.

Giá gạo Thái Lan đạt mức 480 USD/tấn vào đầu tháng và giảm xuống 465 USD/tấn vào gần cuối tháng. Nguyên nhân chính là do nhu cầu của thương nhân nước ngoài đối với gạo Thái Lan đang rất thấp, trong khi nguồn cung nội địa khá dồi dào.



**- Xuất nhập khẩu**

Trong tháng 5, thị trường xuất khẩu gạo Thái Lan chủ yếu ghi nhận một lượng nhỏ đơn hàng mới, đặc biệt giảm từ thị trường Hoa Kỳ và châu Âu, chủ yếu do ảnh hưởng của sự thiếu hụt container vận chuyển và chi phí cao. Sang tuần cuối tháng 5, xuất khẩu Thái Lan chỉ ghi nhận một số yêu cầu chủ yếu từ thị trường châu Phi cho gạo trắng và gạo đỏ. Tính chung 5 tháng đầu năm 2021, xuất khẩu gạo Thái Lan đạt 1.290.529 tấn, giảm 27% so với cùng kỳ năm ngoái. Do đó, Chính phủ Thái Lan đang tích cực nghiên cứu các giống mới để giúp đáp ứng nhu cầu, giảm giá xuất khẩu và tăng chất lượng gạo.

Về phía Ấn Độ, nước này hiện đang đối mặt với cuộc cạnh tranh gay gắt từ Pakistan khi sản lượng xuất khẩu gạo Basmati sang châu Âu của Pakistan tăng gấp 2 lần trong 3 năm, trong khi sản lượng xuất khẩu của Ấn Độ liên tục giảm do tiêu chuẩn sử dụng thuốc trừ sâu chặt chẽ của thị trường này. Tuy nhiên, Hiệp định thương mại tự do được đề xuất giữa Ấn Độ và Liên minh châu Âu sẽ mang lại lợi ích cho các nhà xuất khẩu Ấn Độ vì EU vẫn luôn là một trong những thị trường truyền thống lớn nhất của nước này.



Dự báo trong năm 2022 xuất nhập khẩu gạo thế giới được kỳ vọng gia tăng 0,1 triệu tấn, đạt mức 46,4 triệu tấn. Trong đó, Thái Lan đóng vai trò quan trọng trong việc mở rộng xuất khẩu. Bộ Nông nghiệp Mỹ dự báo Ấn Độ tiếp tục là nhà xuất khẩu gạo lớn nhất thế giới với sản lượng dự kiến là 15,5 triệu tấn; Việt Nam duy trì giữ vị trí thứ hai với 6,4 triệu tấn, tăng 233.000 tấn, đứng thứ ba là Thái Lan, dự kiến đạt 6,1 triệu tấn, tăng gần 400.000 tấn.

## **2. Thị trường gạo Việt Nam**

### **- Giá cả**

Tại thị trường trong nước, giá lúa Đông Xuân tại các tỉnh Đồng bằng sông Cửu Long có xu thế tăng, giảm không đồng nhất giữa các địa phương, nguồn cung cuối vụ ở mức thấp. Cụ thể, tại An Giang, lúa IR50404 từ mức 5.900 đ/kg vào cuối tháng 4, tăng lên 6.200 đồng/kg vào khoảng giữa tháng 5, sau đó giảm xuống còn 6.000 đồng/kg; lúa OM 2514 giảm 100 đồng/kg xuống còn 6.100 đồng/kg; gạo thường có giá 11.000 đồng/kg; gạo thơm đặc sản jasmine ở mức 15.000 đồng/kg. Tại Kiên Giang, lúa IR50404 ổn định ở mức 6.800 – 6.900 đồng/kg; lúa OM 6976 tăng 100 đồng/kg lên 6.900 – 7.000 đồng/kg; lúa OM 5451 tăng 300 đồng/kg lên 7.100 – 7.200 đồng/kg,...

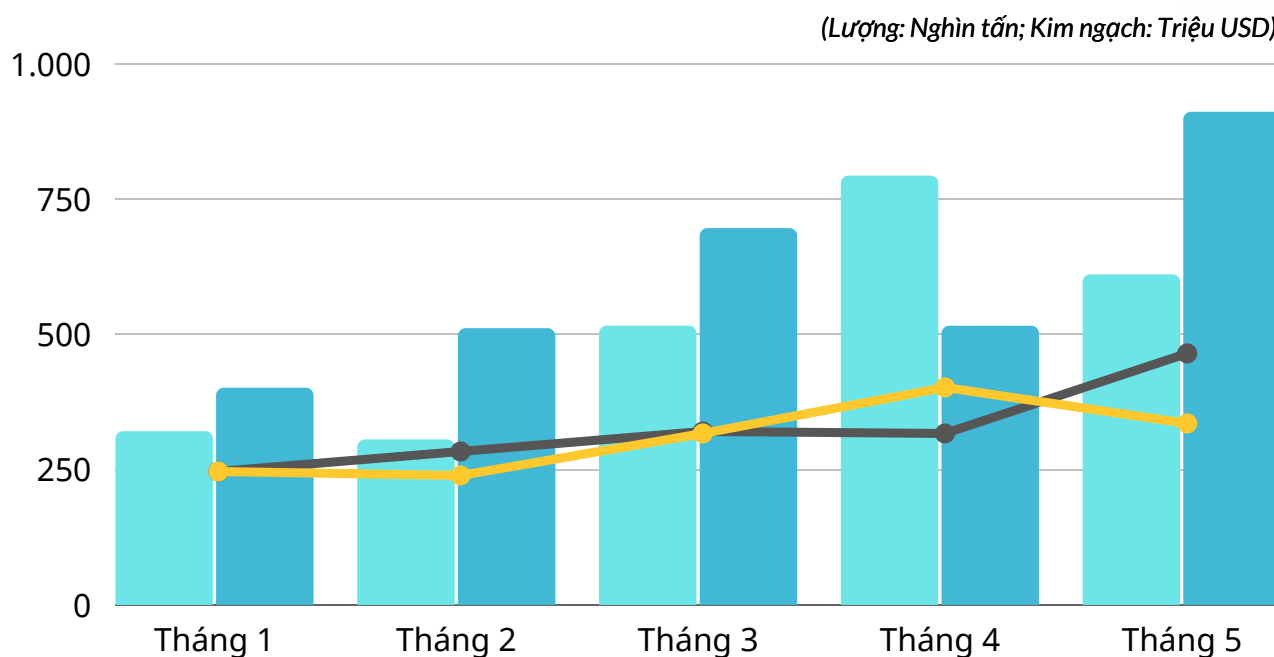
Trên thị trường thế giới, trong tháng 5/2021, giá gạo Việt Nam đạt 493 USD/tấn vào đầu tháng và giữ nguyên mức này. Hiện nay nhu cầu mua của các thương nhân nước ngoài không lớn và đang chờ đợi vụ thu hoạch Hè Thu.





**- Xuất nhập khẩu**

Về sản lượng xuất khẩu và kim ngạch, sau tháng 4 ghi nhận sự phát triển đột biến về sản lượng xuất khẩu và kim ngạch, thống kê xuất khẩu gạo tháng 5 đạt tổng 627 nghìn tấn, so với tháng 4 giảm 163 tấn, giảm 20%. Trong 5 tháng đầu năm 2021, xuất khẩu gạo đạt gần 2,6 triệu tấn, kim ngạch hơn 1,4 tỷ USD, giảm hơn 16% khối lượng và giảm 6,4% kim ngạch so với cùng kỳ 2020.



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

Cơ cấu gạo xuất khẩu của Việt Nam đang tiếp tục chuyển dịch sang các loại gạo thơm, gạo chất lượng cao với giá bán và giá trị gia tăng cao hơn. Cùng với đó, người nông dân và các thương nhân xuất khẩu gạo cũng ngày càng quan tâm hơn tới việc nâng cao chất lượng, truy xuất nguồn gốc và hướng tới đáp ứng các tiêu chuẩn khắt khe của các thị trường khó tính như EU, Hàn Quốc, Hoa Kỳ.





**Top 10 thị trường xuất khẩu lớn của Việt Nam theo loại gạo**

Đơn vị: Nghìn tấn

THỊ TRƯỜNG	ĐÀI THƠM	NẾP	5%TẤM	THƠM KHÁC	OM5451	KHÁC	TỔNG
PHILIPPINES	108,1	7,9	22,2	4,0	41,8	22,5	206,4
TRUNG QUỐC		80,9	4,8	4,9		0,1	108,5
GHANA	13,0		8,5	18,8		18,1	58,3
BỜ BIỂN NGÀ	4,2			4,8		41,1	50,1
CUBA			30,5				30,5
MALAYSIA	1,3	4,1	8,3	2,8		3,7	20,1
SINGAPORE	4,8	0,9	0,1	1,8	0,7	3,8	12,0
HÀN QUỐC			0,0	0,0		10,1	10,2
BANGLADESH			9,7			0,1	9,8
HONGKONG	0,2	0,3	0,1	4,6		2,0	7,1

Nguồn: Lúa gạo Việt

Dự báo xuất khẩu gạo của Việt Nam sẽ nhận được nhiều thuận lợi kép và nhận được nhiều đơn đặt hàng hơn. Tình hình dịch Covid-19 đang diễn biến phức tạp, lây lan nhanh trên thế giới, làm nhu cầu lương thực, thực phẩm tại nhiều quốc gia tăng cao.

Nhu cầu dự trữ gạo tại các nước sẽ tăng lên, nhất là nhu cầu mua lúa gạo của các thị trường lớn như Philippines, Malaysia, Trung Quốc, Ghana, Papua New Guinea... Kể cả Bangladesh là nước sản xuất gạo lớn thứ 3 thế giới, song đang nổi lên trở thành nước nhập khẩu gạo lớn sau khi những đợt mưa lũ lớn liên tiếp gây tổn thất mùa màng, đồng thời đang chịu làn sóng lây nhiễm mới, phải kéo dài thời gian phong tỏa.

Trung Quốc, nước có dân số đông và tiêu thụ gạo lớn nhất thế giới, hiện đã và đang khống chế được dịch Covid-19, hoạt động giao thương đưa gạo sang Trung Quốc hiện vẫn sôi động.

Trong khi đó, các đối thủ cạnh tranh xuất khẩu gạo với Việt Nam hiện đang lâm vào tình thế khó. Ấn Độ - nước xuất khẩu gạo lớn nhất thế giới đang gặp phải khó khăn về xuất khẩu gạo do đồng Rupee yếu đi và làn sóng dịch Covid-19 đang bùng phát mạnh trở lại và gây ra khủng hoảng rộng trong xã hội, tác động lên logistics, từ xay xát tới vận chuyển gạo ra cảng.

Ngoài ra, Các hiệp định được ký kết gần đây như CPTPP, EVFTA và RCEP cũng giúp gạo Việt Nam được biết đến rộng rãi hơn.



# I. CAFE

## 1. THỊ TRƯỜNG THẾ GIỚI

### - Sản xuất và tiêu thụ

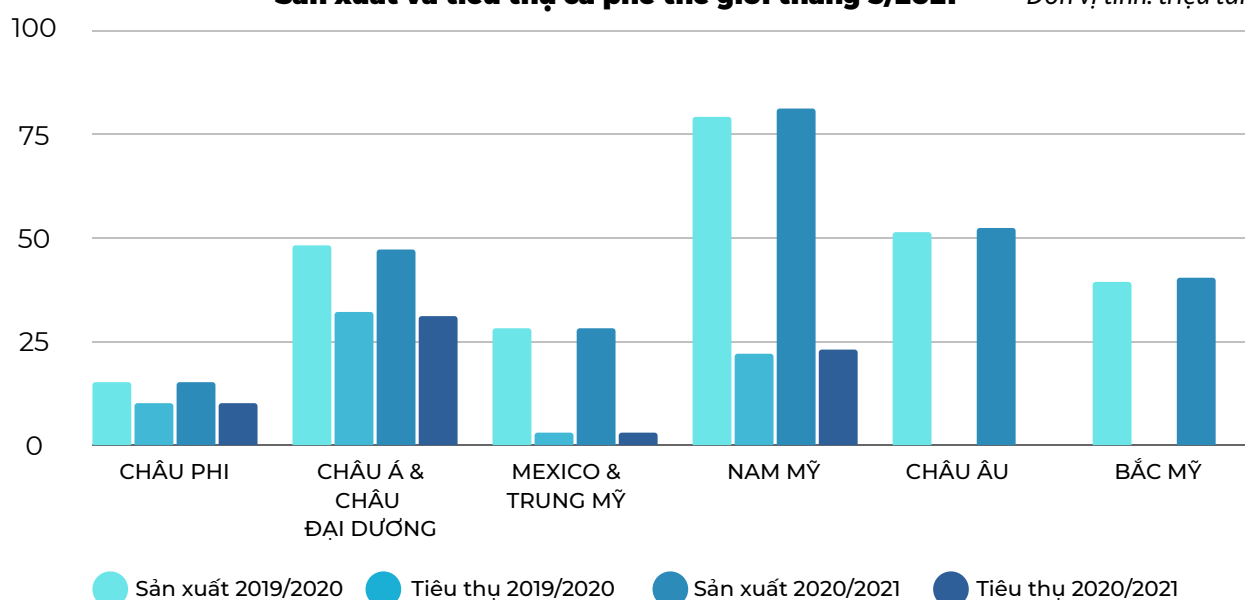
Theo báo cáo của Tổ chức Cà phê Quốc tế, tổng lượng sản xuất cà phê niên vụ 2020-2021 được ước tính tăng 0.4%, đạt gần 170 triệu bao, với tỷ lệ gia tăng sản xuất hạt Arabica lên hơn 99 triệu bao. Lượng sản xuất hạt Robusta dự kiến giảm 2,1% còn 70 triệu bao.



Lượng tiêu thụ cà phê thế giới dự kiến tăng 1,9% lên 167,58 triệu bao giai đoạn 2020/21 so với 164,43 triệu bao cho năm cà phê 2019/20. Với việc nới lỏng các biện pháp hạn chế liên quan đến đại dịch covid-19 và triển vọng phục hồi kinh tế, xu hướng tiêu dùng cà phê thế giới đang trên đà tích cực. Tiêu thụ ở các nước nhập khẩu và tiêu thụ nội địa ở các nước xuất khẩu dự kiến sẽ tăng lần lượt là 2,3% và 1,0%.

**Sản xuất và tiêu thụ cà phê thế giới tháng 5/2021**

Đơn vị tính: triệu tấn





Đáng chú ý, sản lượng của Brazil cho niên vụ tiếp theo 2021/22, vốn đã bắt đầu, dự kiến sẽ giảm đáng kể do đây là chu kỳ sản xuất cà phê arabica ngoài năm và về cơ bản bị ảnh hưởng bởi lượng mưa dưới mức trung bình.

Do đó, thặng dư của tổng sản lượng so với tiêu dùng thế giới dự kiến sẽ giảm xuống còn 2,02 triệu bao, so với 4,50 triệu bao của năm trước đó. Với sự phát triển của thị trường và sự giảm năng suất dự kiến ở nhiều nước xuất khẩu cũng như giảm đầu tư vào các trang trại cà phê do hạn chế tiếp cận tín dụng, ICO dự kiến cân bằng cung/cầu sẽ eo hẹp hơn trong niên vụ cà phê 2021/22.

Bộ Nông nghiệp Hoa Kỳ (USDA) cũng đưa ra dự báo rằng lượng tồn kho chuyển sang niên vụ mới 2021/22 ước tính khoảng 7,23 triệu bao Robusta, do cà phê Việt Nam xuất khẩu chậm, thiếu container rỗng khiến cước vận tải biển tăng trong mùa dịch bệnh.



#### - Giá cả

Tổ chức Cà phê quốc tế (ICO) đã đưa ra nhận định về xu hướng tăng trưởng vững chắc đối với giá cà phê qua 8 tháng đầu của niên vụ 2020/2021. Tổ chức thương mại này cho biết, mức tăng 10,4% lên 134,78 USD/lb vào tháng 5 năm 2021 cho thấy sự phục hồi rõ ràng từ mức giá thấp bắt đầu vào năm 2017/2018.

ICO cho biết diễn biến tăng giá được thúc đẩy bởi dự đoán giảm sản lượng ở các quốc gia xuất khẩu chính, chẳng hạn như nhà sản xuất lớn nhất thế giới – Brazil, cho mùa vụ 2021/22. Sản lượng của Mexico và Trung Mỹ cũng dự kiến sẽ giảm, cùng với sản lượng của châu Phi được dự báo vẫn ổn định. Tổ chức cũng nhận định về "triển vọng sáng sủa hơn cho nhu cầu" khi các biện pháp giãn cách Covid-19 được nới lỏng trên các thị trường tiêu thụ lớn và các chương trình vắc xin tạo ra niềm tin lớn hơn cho người tiêu dùng.



**- Xuất khẩu**

Xuất khẩu cà phê thế giới trong tháng 4 đạt tổng 11,4 triệu bao, tăng 1% so với con số 11,29 triệu bao vào cùng kỳ năm ngoái. Sự tăng trưởng liên tiếp qua các tháng 3, 4 được cho là kết quả của việc giá cà phê tăng cao và các chính sách ra điều kiện dễ thở hơn cho việc di chuyển trong đại dịch Covid-19.

Sự gia tăng xuất khẩu chủ yếu được thúc đẩy bởi mức giá tương đối cao và hạn chế di chuyển do đại dịch Covid-19. Tuy nhiên, lo ngại về sự sẵn có của các container cho các chuyến hàng vẫn là mối quan tâm lớn đối với thương mại.

Xuất khẩu tất cả các loại cà phê từ châu Phi ghi nhận giảm hơn 4%, châu Á và châu Đại Dương giảm 6,5% trong giai đoạn 7 tháng của niên vụ cà phê. Sự tăng trưởng xuất khẩu được ghi nhận tại các thị trường lớn nhất khu vực như Uganda – tăng 16,2%, Ấn Độ tăng 6,43%.

Về loại cà phê, xuất khẩu nhân cà phê tăng 4,8% lên 70,42 triệu bao trong 7 tháng đầu niên vụ 2020/21 so với 67,2 triệu bao của cùng kỳ năm trước. Xuất khẩu cà phê rang xay ước tính giảm 6,3% xuống 403.767 bao, trong khi cà phê hòa tan giảm 2,4% xuống 6,68 triệu bao từ 6,86 triệu bao trong 7 tháng của niên vụ 2019/20.

**2. Thị trường cà phê Việt Nam**

**- Giá cả**

Theo thống kê của Bộ Công thương, trong tháng 5 năm 2021, trung bình giá xuất khẩu cà phê Việt Nam ước tính đạt 1.837 USD/tấn, giảm 1,5% so với tháng 4, tuy nhiên tăng 8,5% so với cùng kỳ năm 2020. Từ tháng 1 đến tháng 5 năm 2021, giá xuất khẩu trung bình cà phê ước đạt 1.810 USD/tấn, tăng 7,3% so với cùng kỳ năm 2020.

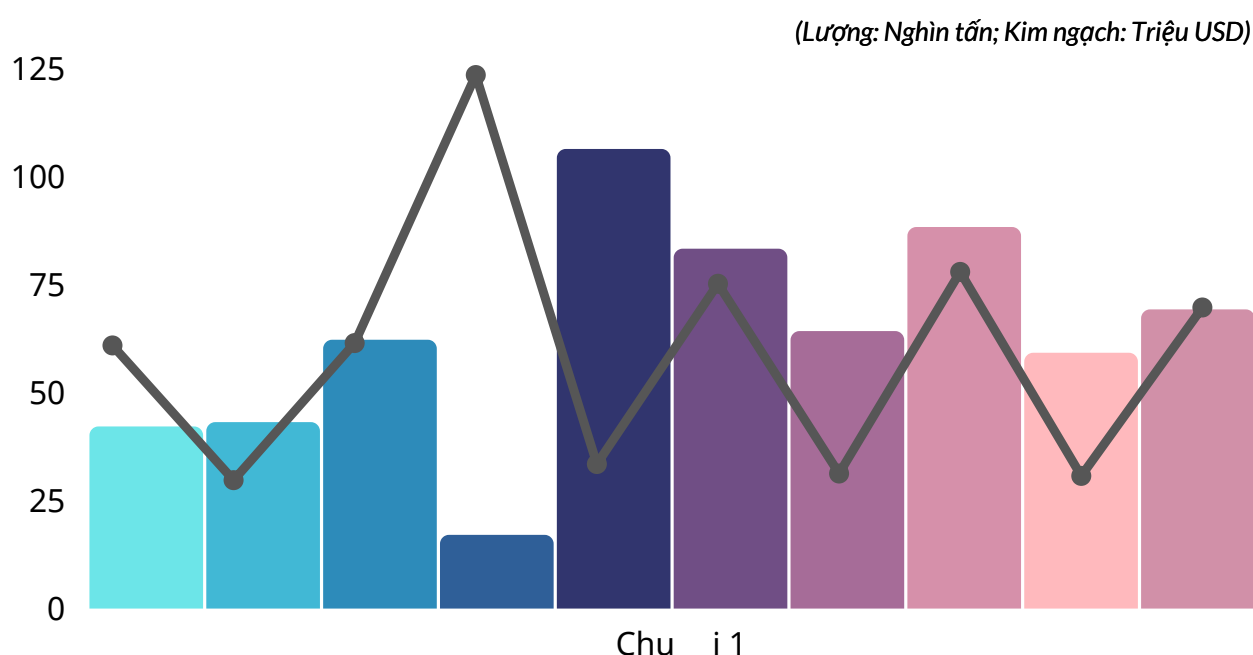




Giá cà phê Robusta trong nước tăng theo giá thế giới, phổ biến ở mức 32.800 – 34.000 đồng/ kg. Mức tăng cao nhất ghi nhận trong ngày 28/5/2021 với giá cà phê Robusta tăng từ 1,2 – 2,1% so với ngày 30/4/2021, ghi nhận mức tăng cao nhất là Buôn Hồ, Đắk Lắk và mức tăng thấp nhất tại huyện Đắk Hà, Kon Tum.

**- Xuất khẩu**

Số liệu thống kê xuất nhập khẩu tháng 5 cho biết, Việt Nam trong tháng 5/2021 đã xuất khẩu được 130 nghìn tấn, với kim ngạch xuất khẩu trị giá 244 triệu USD, giảm 1,4% về lượng và giảm nhẹ về trị giá so với tháng trước đó. Lũy kế 5 tháng đầu năm, xuất khẩu cà phê giảm lần lượt 12% về lượng và 5,3% về giá so với cùng kỳ năm trước.



*Nguồn: Tính toán theo số liệu của Tổng cục Hải quan*

Theo đó, Đức (hơn 30 triệu USD), Hoa Kỳ (21,5 triệu USD) và Nhật Bản (gần 18 triệu USD) là các thị trường nhập khẩu cà phê Việt Nam hiệu quả nhất với sản lượng lớn và giá trị xuất khẩu cao.

Cục Xuất nhập khẩu cũng nhận định, hiện EU hiện là thị trường tiêu thụ cà phê nhiều nhất của Việt Nam, chiếm khoảng 40% trong tổng lượng và 38% về tổng trị giá xuất khẩu cả nước (trung bình đạt 1,2-1,4 tỷ USD/năm trong 5 năm qua). Tuy nhiên về ngắn hạn, xuất khẩu cà phê của Việt Nam sang EU có thể sẽ gặp khó khăn do diễn biến phức tạp của đại dịch COVID-19.

Theo đại diện Hiệp hội Cà phê - Ca cao Việt Nam, để hạn chế rủi ro do giá cước tăng, các doanh nghiệp xuất khẩu nên cân nhắc chuyển sang hình thức xuất khẩu FOB (giá giao hàng tại cảng xuất) thay vì lựa chọn hình thức xuất khẩu CIF. Các cơ quan chức năng cũng cần làm việc với các hãng tàu để thúc đẩy giá cước phù hợp, giảm hoặc cắt giảm phí tại các cảng lớn ở TP.HCM và Hải Phòng.

# **III. GỖ VÀ CÁC SẢN PHẨM TỪ GỖ**

## **1. DIỄN BIẾN THỊ TRƯỜNG GỖ THẾ GIỚI**

Thị trường gỗ ván xẻ Mỹ tuần đầu tháng 5/2021 ghi nhận tăng giá mất kiểm soát với mức giao dịch liên tục – tăng gần gấp đôi trong hơn 1 tháng và gấp 4 trong vòng 1 năm. Từ trung tuần tháng 5, giá gỗ xẻ Mỹ có xu hướng giảm nhẹ, tuy nhiên giá gỗ vẫn ở mức rất cao – gấp gần 300 lần trước khi dịch bùng phát. Tháng 4 kết thúc cũng là mùa xây dựng tại Mỹ và Canada bắt đầu, khiến nhu cầu tăng mạnh nhưng nguồn cung cạn kiệt. Tình trạng thiếu gỗ trên toàn cầu ngày càng trầm trọng do nhiều yếu tố khác nhau như gia tăng nhu cầu nhà ở, thiếu container, thiếu công nhân sản xuất, tài xế xe tải, ...



Các thị trường gỗ xẻ ở châu Á được dự đoán tăng về cầu, đặc biệt là ở Nhật Bản.

Thị trường châu Âu, nhu cầu gỗ xẻ dự báo tiếp tục tăng trưởng trong quý II/2021, vượt xa quý I. Châu Âu vẫn nhập khẩu đồ gỗ với giá trị khoảng 80 tỷ EURO mỗi năm, trong đó nhập khẩu từ Việt Nam chiếm 10%.

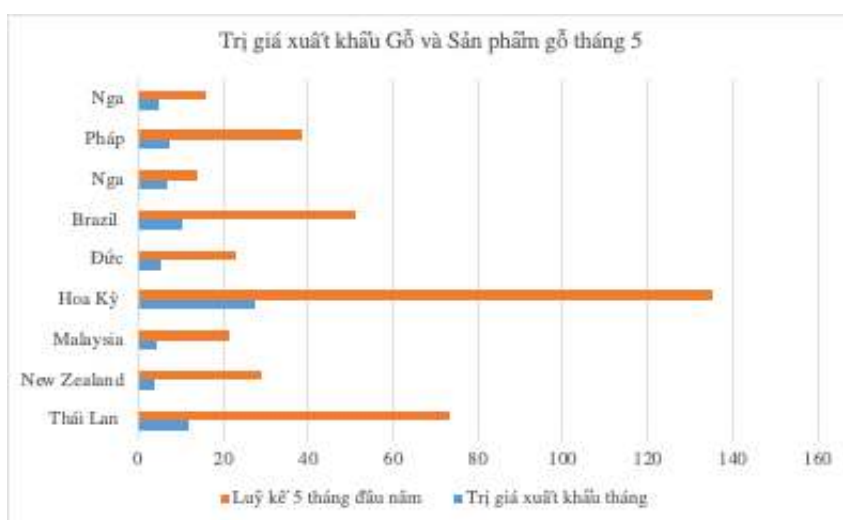
Thị trường Trung Quốc – là quốc gia nhập khẩu khoảng 60% lượng dăm của Việt Nam làm nguyên liệu giấy, do đó biến động giá bột giấy tại nước này ít nhiều gây ảnh hưởng đến xuất khẩu Việt Nam. Tuần đầu tháng 5 giá bột giấy tiếp tục xu hướng giảm, ngày 7/5 ghi nhận mức – 780 USD/tấn. Việc thu gom ồ ạt với số lượng lớn trước đó khiến lượng tồn kho nhiều, nhu cầu thị trường suy yếu. Các phân tích cho rằng giá bột giấy có thể biến động tăng sau tháng 5, bù đắp cho sự sụt giảm giá suốt một thời gian dài.

Giá giấy thu hồi sụt giảm mạnh tại Ấn Độ. Các hoạt động Công nghiệp, vận chuyển bị ách tắc và gián đoạn do diễn biến Covid 19. Thị trường bao bì hộp tái chế tại nước này đang suy thoái, các công ty Trung Quốc cũng ngừng đặt hàng bột giấy tái chế từ Ấn Độ. Tuần 2 tháng 5, Ấn Độ giảm và hủy đơn hàng tháng 5, cắt giảm nhu cầu khiến giá xuất khẩu giảm.



## 2. Thị trường Việt Nam

Gỗ Việt Nam ghi nhận sự phát triển vượt bậc trong năm 2021, là một trong 6 mặt hàng xuất khẩu trên 6 tỷ USD chỉ trong 5 tháng đầu năm nay với giá trị lên đến 6,6 tỷ USD. Theo số liệu thống kê của Tổng cục Hải quan, kim ngạch xuất khẩu gỗ và sản phẩm gỗ của Việt Nam trong tháng 5 đạt 1,414 tỷ USD, tăng 1,2% so với tháng trước đó. Trong khi đó, kim ngạch xuất khẩu sản phẩm gỗ đạt 1,093 tỷ USD, gia tăng 3% về giá trị và ghi nhận mức tăng trưởng hơn 80% trong 5 tháng đầu năm. Thị trường Trung Quốc đóng vai trò là thị trường xuất khẩu gỗ mạnh nhất của Việt Nam với trị giá xuất khẩu riêng tháng 5 lên đến 123,2 triệu USD, cộng dồn 5 tháng đầu năm đạt hơn 455 triệu USD.



Số liệu thống kê của Tổng cục Hải quan cho thấy, kim ngạch nhập khẩu gỗ và sản phẩm gỗ về Việt Nam tháng 5/2021 đạt 282 triệu USD, lũy kế 5 tháng đầu năm 2021 đạt 1,27 tỷ USD, ghi nhận mức tăng tăng 38,6% so với cùng kỳ năm ngoái. Như vậy, qua 5 tháng đầu năm 2021, gỗ và sản phẩm Việt Nam đã xuất siêu. Như vậy, kim ngạch xuất khẩu G&SPG tăng cao hơn so với mức tăng của kim ngạch nhập khẩu. Trong 4 tháng đầu năm, Việt Nam đã xuất siêu 5,33 tỷ USD trong hoạt động xuất nhập khẩu G&SPG.

Việt Nam đã vượt qua Trung Quốc để trở thành nhà xuất khẩu đồ gỗ lớn nhất vào Mỹ. Bất chấp những gián đoạn thương mại, vận chuyển đồ nội thất của Việt Nam vào Mỹ đã đạt trị giá hơn 7,4 tỷ USD vào năm 2020, tăng 31% so với năm 2019. Trong khi đó, giá trị xuất khẩu của Trung Quốc là 7,33 tỷ USD, giảm 25%. Điều này xảy ra kể từ khi Chính phủ Mỹ áp thuế đối với đồ nội thất Trung Quốc, tạo cơ hội cho các nhà cung cấp Việt Nam. Doanh số bán đồ gỗ của Việt Nam đã tăng trưởng mạnh mẽ trong những năm gần đây và Mỹ sẽ nhập khẩu nhiều đồ gỗ Việt Nam hơn nếu không có COVID-19.

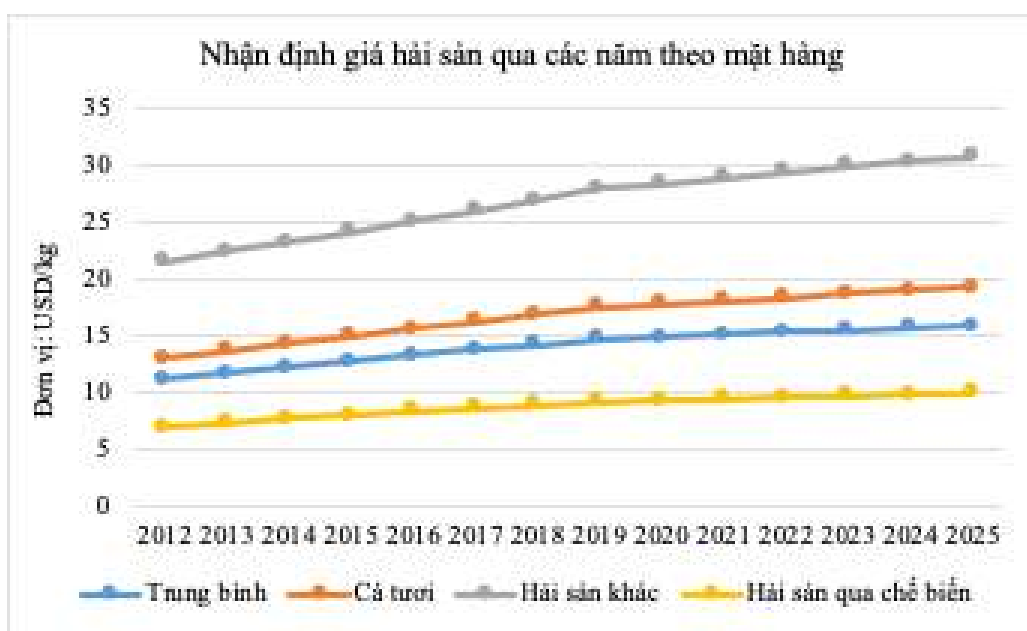
Việc trở thành nhà cung cấp đồ gỗ hàng đầu cho Mỹ là cơ hội lớn để Việt Nam thúc đẩy sản xuất đồ gỗ, nhưng các nhà sản xuất phải lưu ý đáp ứng các yêu cầu về phát triển bền vững và đảm bảo gỗ của họ có nguồn gốc hợp pháp.



## IV. THUỶ SẢN

### 1. THỊ TRƯỜNG THẾ GIỚI

Với việc nới lỏng các quy định về giãn cách do Covid-19, thị trường thủy sản thế giới nhận định xu hướng tăng trở lại. Sự phát triển liên tục trong nuôi trồng thủy sản và nguồn cung có sẵn dồi dào, lựa chọn sản phẩm rộng rãi sẽ thúc đẩy tăng trưởng. Trang Statista đã đưa ra nhận định về xu hướng tăng trưởng dài hạn về giá thủy hải sản thế giới đến năm 2025 với mức tăng trưởng ổn định và đều đặn.



#### - Sản xuất

Sản lượng sản xuất tại Ấn Độ - nước sản xuất và xuất khẩu thủy sản hàng đầu thế giới, ghi nhận giảm do số ngày đánh bắt ít hơn, công tác hậu cần chậm chạp và biến động của thị trường do ảnh hưởng của dịch Covid-19 tại nước này. Tiêu biểu là tôm đông lạnh - mặt hàng đóng góp 51,36% lượng xuất khẩu của nước này, đã ghi nhận giảm 9,47% về giá trị và 9,50% về số lượng. Điều này tạo cơ hội cho các đối thủ cạnh tranh (cụ thể là Ecuador, Indonesia, và Việt Nam) cải thiện thị phần trong các nước nhập khẩu.

Ecuador là nước hưởng lợi tức thì với mức tăng trưởng 37% so với cùng kỳ về sản lượng và 44% về giá trị trong quý I/2021. Ecuador có lợi thế cạnh tranh nhờ giá bán bình quân thấp nhất trong số nhóm 5 nước hàng đầu - cạnh tranh trực tiếp với Ấn Độ.



### **-Xuất nhập khẩu**

Giao dịch thương mại quốc tế bị trì trệ do lo ngại COVID gia tăng đã ảnh hưởng đến lĩnh vực xuất khẩu thủy sản của Ấn Độ. Xuất khẩu thủy sản của nước này giảm 10,88% trong giai đoạn 2020-21 do khối lượng giảm từ 12,9 triệu tấn trong năm 2019-20 xuống 11,5 triệu tấn trong năm tài chính này.. Việc khan hiếm lao động trong các nhà máy đánh bắt và chế biến, số lượng container tại các cảng biển ít, cước hàng không tăng và khả năng bay hạn chế đã ảnh hưởng đến sản xuất và xuất khẩu của nước này, đặc biệt là các sản phẩm đông lạnh và tươi sống có giá trị cao.



Tin mới nhận, Trung Quốc đã ban hành lệnh cấm nhập khẩu một số mặt hàng thủy hải sản từ New Zealand sau khi thực hiện một vài cuộc kiểm tra tại hai nhà máy thủy sản của nước này. Theo Bộ Công nghiệp New Zealand, các lô hàng đã bị đình chỉ do “các vấn đề xung quanh việc giải thích những hướng dẫn về Covid-19 của Tổ chức Y tế Thế giới – WHO và quản lý an toàn thực phẩm”. New Zealand đang khẩn trương tìm kiếm công bằng do hướng dẫn của (WHO) đã tuyên bố rằng rất ít khả năng vi rút lây lan qua thực phẩm hoặc bao bì.

Diễn biến này có thể gây tổn hại cho quan hệ thương mại giữa hai nước, đặc biệt khi Trung Quốc là đối tác thương mại lớn nhất của New Zealand. Trên thực tế, thương mại hai chiều hàng năm là hơn 21,58 tỷ đô la, trong khi gần 35% thủy sản của New Zealand được xuất khẩu sang Trung Quốc.

## **2. Thị trường Việt Nam**

### **- Sản xuất**

Theo Tổng cục Thủy sản, năm nay, diện tích nuôi trồng thủy sản giữ ổn định 1,3 triệu ha, nhưng sản lượng ước tính đạt 4,75 triệu tấn, tăng 4,2% so với năm 2020. Ước tính 5 tháng đầu năm 2021, sản lượng thủy sản đạt 3.267,7 nghìn tấn, tăng 2,6% so với cùng kỳ năm trước, trong đó sản lượng thủy sản nuôi trồng đạt 1.686,9 nghìn tấn, tăng 3,7%. Sản lượng thủy sản chế biến ước tính tháng 5/2021 đạt 260,2 nghìn tấn, tăng 7,2% so với tháng 5/2020; tính chung 5 tháng đầu năm 2021 đạt 1.177 nghìn tấn, tăng 4,9%.





Riêng tháng 5/2021, sản lượng tôm thẻ chân trắng đạt 60,7 nghìn tấn, tăng gần 70% so với tháng trước, chiếm 65,2% sản lượng tôm nuôi. Trong bối cảnh các cường quốc nuôi tôm đang bị tác động của dịch COVID-19 và có thể bị đứt gãy chuỗi cung ứng bất kỳ lúc nào, nguồn cung trên thế giới nhìn chung sẽ không tăng, tạo cơ hội lớn cho Việt Nam.



- Tiêu thụ  
Kim ngạch xuất khẩu mặt hàng thủy sản tháng 5/2021 đạt 174 triệu USD, giảm 9,3% so với tháng 4. Tuy nhiên lũy kế 5 tháng đầu năm 2021, xuất khẩu thủy sản đạt 865 triệu USD, ghi nhận mức tăng 23,5% so với cùng kỳ năm trước. Nhu cầu đối với tôm chế biến trên thế giới đã tăng lên đáng kể, tạo lợi thế cạnh tranh của Việt Nam

trước Ecuador tại thị trường Mỹ và đối với tất cả các đối thủ cạnh tranh trên thị trường thế giới (EU và Nhật Bản ưa chuộng tôm chế biến).

Về thị trường, thủy sản của Việt Nam xuất khẩu nhiều nhất sang Mỹ. Dữ liệu của Tổng cục Hải quan ghi nhận các thị trường xuất khẩu lớn khác của nhóm hàng thủy sản đều có trị giá xuất khẩu cao.





Quý II/2021, VASEP dự kiến xuất khẩu tôm và cá tra sẽ tăng lần lượt 10% và 7% so với cùng kỳ. Đến cuối năm 2021, xuất khẩu thủy sản của Việt Nam có thể được hưởng lợi từ 2 cơ hội chính: (i) Giành thị phần từ đối thủ cạnh tranh có sản lượng sản xuất bị ảnh hưởng tiêu cực bởi dịch Covid-19; và (ii) Tiếp tục tăng trưởng từ mảng bán lẻ và bán hàng trực tuyến do nhu cầu từ kênh nhà hàng sẽ sớm phục hồi.





# **B. CHUYÊN ĐỀ THỊ TRƯỜNG HOA KỲ**



**THỊ TRƯỜNG HOA KỲ**



# I. XUẤT NHẬP KHẨU CỦA HOA KỲ

## TÌNH HÌNH XUẤT NHẬP KHẨU CỦA HOA KỲ NĂM 2020

Đơn vị: tỷ USD

	XUẤT KHẨU	NHẬP KHẨU	TỔNG KIM NGẠCH	THẶNG DƯ
THÁNG 1	129,12	202,12	331,24	-73,00
THÁNG 2	132,06	183,34	315,40	-51,28
THÁNG 3	134,51	199,66	334,17	-65,15
THÁNG 4	95,77	170,64	266,41	-74,87
THÁNG 5	90,65	169,17	259,83	-78,52
THÁNG 6	105,04	185,08	290,12	-80,03
THÁNG 7	112,66	206,70	319,36	-94,03
THÁNG 8	118,07	209,74	327,80	-91,67
THÁNG 9	121,48	212,73	334,21	-91,25
THÁNG 10	132,51	226,39	358,90	-93,88
THÁNG 11	126,97	219,57	346,53	-92,60
THÁNG 12	132,56	222,41	354,98	-89,85
CẢ NĂM	1431,41	2407,54	3838,95	-976,13

Nguồn: Tính toán theo số liệu của Trung tâm thương mại quốc tế



**XU HƯỚNG XUẤT NHẬP KHẨU CỦA HOA KỲ 5 NĂM QUA**

Đơn vị: tỷ USD

	2016	2017	2018	2019	2020
<b>XUẤT KHẨU</b>	1451,46	1546,46	1665,99	1645,17	1431,41
<b>NHẬP KHẨU</b>	2249,11	2406,36	2612,38	2586,40	2407,54
<b>TỔNG KIM NGẠCH</b>	3700,57	3952,82	4278,37	4213,57	3838,95
<b>THẶNG DƯ</b>	-797,65	-859,90	-946,39	-923,22	-976,14
<b>TĂNG TRƯỞNG XUẤT KHẨU (%)</b>		6,55	7,73	-1,25	-12,99
<b>TĂNG TRƯỞNG NHẬP KHẨU (%)</b>		6,99	8,56	-1,68	-6,26

Nguồn: Tính toán theo số liệu của Trung tâm thương mại quốc tế

**XU HƯỚNG XUẤT NHẬP KHẨU CỦA HOA KỲ 5 NĂM QUA**

<b>ĐỐI TÁC XUẤT KHẨU VÀO HOA KỲ</b>	<b>GIÁ TRỊ (TỶ USD)</b>	<b>THỊ PHẦN (%)</b>
<b>1 TRUNG QUỐC</b>	457.17	31.94
<b>2 MEXICO</b>	328.87	22.98
<b>3 CANADA</b>	277.35	19.38
<b>4 NHẬT BẢN</b>	122.48	8.56
<b>5 ĐỨC</b>	117.41	8.20
<b>6 VIỆT NAM</b>	83.21	5.81
<b>7 HÀN QUỐC</b>	78.32	5.47
<b>8 THỤY SỸ</b>	75.57	5.28
<b>9 AI LEN</b>	65.78	4.60
<b>10 ĐÀI LOAN</b>	62.46	4.36



## XU HƯỚNG XUẤT NHẬP KHẨU CỦA HOA KỲ 5 NĂM QUA

ĐỐI TÁC XUẤT KHẨU VÀO HOA KỲ	GIÁ TRỊ (TỶ USD)	THỊ PHẦN (%)
1 CANADA	255.15	17.83
2 MEXICO	212.67	14.86
3 TRUNG QUỐC	124.65	8.71
4 NHẬT BẢN	64.10	4.48
5 ANH	59.01	4.12
6 ĐỨC	57.80	4.04
7 HÀN QUỐC	51.22	3.58
8 HÀ LAN	45.52	3.18
9 BRAZIL	35.05	2.45
10 ĐÀI LOAN	30.50	2.13

Nguồn: Tính toán theo số liệu của Trung tâm thương mại quốc tế

## CÁC MẶT HÀNG NHẬP KHẨU CHỦ YẾU NĂM 2020

Đơn vị: tỷ USD

MÃ HS	MÔ TẢ HÀNG HÓA	KIM NGẠCH NĂM 2020 (TỶ USD)	TĂNG TRƯỞNG SO VỚI NĂM 2019 (%)
270900	Dầu mỏ và các loại dầu thu được từ các khoáng bitum, ở dạng thô	81,63	-38,33
870323	Xe ô tô và các phương tiện cơ giới khác được thiết kế chủ yếu để vận chuyển người gồm dòng xe chở người có khoang hành lý chung (station wagon), xe đưa có động cơ đốt trong kiểu piston đốt cháy bằng tia lửa điện với dung tích xi lanh trên 1500 cm <sup>3</sup> nhưng dưới 3000 cm <sup>3</sup> ...	81,6	-22,14
300490	Thuốc gồm các sản phẩm đã hoặc chưa pha trộn dùng cho phòng bệnh hoặc chữa bệnh đã được đóng gói theo liều lượng gồm các sản phẩm thuộc loại dùng để hấp thụ qua da hoặc làm thành dạng nhất định hoặc đóng gói để bán lẻ (không gồm thuốc có thành phần kháng sinh, thuốc chứa hóc môn hoặc thành phần kháng viêm sử dụng như hóc môn...)	64,3	5,01

Nguồn: Tính toán theo số liệu của Trung tâm thương mại quốc tế

**CÁC MẶT HÀNG NHẬP KHẨU CHỦ YẾU NĂM 2020**

Đơn vị: tỷ USD

MÃ HS	MÔ TẢ HÀNG HÓA	KIM NGẠCH NĂM 2020 (TỶ USD)	TĂNG TRƯỞNG SO VỚI NĂM 2019 (%)
847130	Máy xử lý dữ liệu tự động loại xách tay, có trọng lượng không quá 10 kg, gồm ít nhất một đơn vị xử lý dữ liệu trung tâm, một bàn phím và một màn hình (không gồm các thiết bị ngoại vi)	51,64	26,20
851712	Điện thoại dùng cho mạng di động tế bào hoặc mạng không dây khác	49,46	-9,5
851762	Máy thu, đổi và truyền hoặc tái tạo âm thanh, hình ảnh hoặc dạng dữ liệu khác, kể cả thiết bị chuyển mạch và thiết bị định tuyến (không gồm điện thoại bàn, điện thoại di động hoặc các thiết bị không dây)	39,48	-0,68
847150	Máy xử lý dữ liệu tự động có hoặc không chứa trong cùng vỏ của một hoặc hai thiết bị sau: bộ lưu trữ, bộ nhập, bộ xuất (trừ loại của phân nhóm 8471.41 hoặc 8471.49 và các thiết bị ngoại vi)	32,06	2,05
870324	Xe ô tô và các phương tiện cơ giới khác được thiết kế chủ yếu để vận chuyển người gồm dòng xe chở người có khoang hành lý chung station wagon), xe đưa có động cơ đốt trong kiểu piston đốt cháy bằng tia lửa điện với dung tích xi lanh trên 3000 m3 (không gồm các phương tiện chở người trên tuyết và các loại phương tiện thuộc nhóm 8703.10)	30,12	-20,54
710812	Vàng, bao gồm Vàng mạ bạch kim, dạng bán thành phẩm, dùng cho mục đích phi tiền tệ (không gồm Vàng dạng bột)	30	221,18
300215	Các sản phẩm miễn dịch, đóng gói theo liều lượng hoặc làm thành dạng nhất định hoặc đóng gói để bán lẻ	28,40	35,40
711590	Các loại sản phẩm bằng kim loại quý hoặc kim loại đất hiếm kim loại quý	26,31	1534
847330	Bộ phận và phụ kiện của máy phân tích dữ liệu tự động hoặc dùng với các máy thuộc nhóm 8471	23,32	23,13
271019	Dầu có nguồn gốc từ dầu mỏ và các loại dầu thu được từ các khoáng bi-tum (trừ dầu thô) và các chế phẩm chưa được chi tiết hoặc ghi ở nơi khác, có chứa hàm lượng từ 70% trở lên là dầu có nguồn gốc từ dầu mỏ hoặc các loại dầu thu được từ các khoáng bi-tum, những loại dầu này là thành phần cơ bản của các chế phẩm đó, trừ loại chứa dầu diesel sinh học và trừ dầu thải	23,21	-36,07

Nguồn: Tính toán theo số liệu của Trung tâm thương mại quốc tế

**CÁC MẶT HÀNG NHẬP KHẨU CHỦ YẾU NĂM 2020**

Đơn vị: tỷ USD

MÃ HS	MÔ TẢ HÀNG HÓA	KIM NGẠCH NĂM 2020 (TỶ USD)	TĂNG TRƯỞNG SO VỚI NĂM 2019 (%)
854231	Mạch điện tử tích hợp như bộ xử lý và bộ điều khiển có hoặc không kết hợp với bộ nhớ, bộ chuyển đổi, mạch logic, khuếch đại, đồng hồ thời gian và mạch định giờ hoặc các mạch khác	21,40	-1,96
630790	Các mặt hàng dệt đã hoàn thiện kể cả mẫu cắt may	19,64	320,93
851762	Máy thu, đổi và truyền hoặc tái tạo âm thanh, hình ảnh hoặc dạng dữ liệu khác, kể cả thiết bị chuyển mạch và thiết bị định tuyến (không gồm điện thoại bàn, điện thoại di động hoặc các thiết bị không dây)	39,48	-0,68

Nguồn: Tính toán theo số liệu của Trung tâm thương mại quốc tế

**CÁC MẶT HÀNG NHẬP KHẨU CHỦ YẾU TRONG QUÝ I/2021**

Đơn vị: tỷ USD

MÃ HS	MÔ TẢ HÀNG HÓA	KIM NGẠCH NĂM 2020 (TỶ USD)	TĂNG TRƯỞNG SO VỚI NĂM 2019 (%)
270900	Dầu mỏ và các loại dầu thu được từ các khoáng bitum, ở dạng thô	25,07	-11,87
870323	Xe ô tô và các phương tiện cơ giới khác được thiết kế chủ yếu để vận chuyển người gồm dòng xe chở người có khoang hành lý chung (station wagon), xe đua có động cơ đốt trong kiểu piston đốt cháy bằng tia lửa điện với dung tích xi lanh trên 1500 cm <sup>3</sup> nhưng dưới 3000 cm <sup>3</sup> ...	20,37	-12,16
300490	Thuốc gồm các sản phẩm đã hoặc chưa pha trộn dùng cho phòng bệnh hoặc chữa bệnh đã được đóng gói theo liều lượng gồm các sản phẩm thuộc loại dùng để hấp thụ qua da hoặc làm thành dạng nhất định hoặc đóng gói để bán lẻ (không gồm thuốc có thành phần kháng sinh, thuốc chứa hóc môn hoặc thành phần kháng viêm sử dụng như hóc môn...)	16,84	-0,03
847130	Máy xử lý dữ liệu tự động loại xách tay, có trọng lượng không quá 10 kg, gồm ít nhất một đơn vị xử lý dữ liệu trung tâm, một bàn phím và một màn hình (không gồm các thiết bị ngoại vi)	13,20	112,22

Nguồn: Tính toán theo số liệu của Trung tâm thương mại quốc tế

**CÁC MẶT HÀNG NHẬP KHẨU CHỦ YẾU TRONG QUÝ I/2021**

Đơn vị: tỷ USD

MÃ HS	MÔ TẢ HÀNG HÓA	KIM NGẠCH NĂM 2020 (TỶ USD)	TĂNG TRƯỞNG SO VỚI NĂM 2019 (%)
851712	Điện thoại dùng cho mạng di động tế bào hoặc mạng không dây khác	12,14	37,64
851762	Máy thu, đổi và truyền hoặc tái tạo âm thanh, hình ảnh hoặc dạng dữ liệu khác, kể cả thiết bị chuyển mạch và thiết bị định tuyến (không gồm điện thoại bàn, điện thoại di động hoặc các thiết bị không dây)	9,35	11,19
300215	Các sản phẩm miễn dịch, đóng gói theo liều lượng hoặc làm thành dạng nhất định hoặc đóng gói để bán lẻ	8,42	24,51
870324	Xe ô tô và các phương tiện cơ giới khác được thiết kế chủ yếu để vận chuyển người gồm dòng xe chở người có khoang hành lý chung (station wagon), xe đưa có động cơ đốt trong kiểu piston đốt cháy bằng tia lửa điện với dung tích xi lanh trên 3000 m <sup>3</sup> (không gồm các phương tiện chở người trên tuyết và các loại phương tiện thuộc nhóm 8703.10)	13,20	112,22
271019	Dầu có nguồn gốc từ dầu mỏ và các loại dầu thu được từ các khoáng bi-tum (trừ dầu thô) và các chế phẩm chưa được chi tiết hoặc ghi ở nơi khác, có chứa hàm lượng từ 70% trở lên là dầu có nguồn gốc từ dầu mỏ hoặc các loại dầu thu được từ các khoáng bi-tum, những loại dầu này là thành phần cơ bản của các chế phẩm đó, trừ loại chứa dầu diesel sinh học và trừ dầu thải	7,62	4,12
847150	Máy xử lý dữ liệu tự động có hoặc không chứa trong cùng vỏ của một hoặc hai thiết bị sau: bộ lưu trữ, bộ nhập, bộ xuất (trừ loại của phân nhóm 8471.41 hoặc 8471.49 và các thiết bị ngoại vi)	7,47	-0,01
854231	Mạch điện tử tích hợp như bộ xử lý và bộ điều khiển có hoặc không kết hợp với bộ nhớ, bộ chuyển đổi, mạch logic, khuếch đại, đồng hồ thời gian và mạch định giờ hoặc các mạch khác	5,90	26,11
271012	Dầu nhẹ và các chế phẩm từ dầu hoặc từ các khoáng bitum có chứa hàm lượng từ 90% trở lên	4,65	10,40
710239	Kim cương đã gia công nhưng chưa được gắn hoặc nạm (không gồm kim cương công nghiệp)	4,58	18,64
870322	Xe ô tô và các phương tiện cơ giới khác được thiết kế chủ yếu để vận chuyển người gồm dòng xe chở người có khoang hành lý chung (station wagon), xe đưa có động cơ đốt trong kiểu piston đốt cháy bằng tia lửa điện với dung tích xi lanh trên 1000 cm <sup>3</sup> nhưng dưới hoặc bằng 1500 cm <sup>3</sup> (không gồm các phương tiện chở người trên tuyết và các loại phương tiện thuộc nhóm 8703.10)	4,45	-11,84

Nguồn: Tính toán theo số liệu của Trung tâm thương mại quốc tế



## II. TRAO ĐỔI THƯƠNG MẠI VỚI VIỆT NAM

### 1. Xuất nhập khẩu giữa Việt Nam và Hoa Kỳ

#### XUẤT NHẬP KHẨU GIỮA VIỆT NAM VÀ HOA KỲ 5 THÁNG ĐẦU NĂM 2021

Đơn vị: tỷ USD

	THÁNG 1	THÁNG 2	THÁNG 3	THÁNG 4	THÁNG 5
XUẤT KHẨU SANG VIỆT NAM	0,88	0,98	0,98	0,93	1,34
NHẬP KHẨU TỪ VIỆT NAM	8,08	7,13	9,28	8,40	7,52
TỔNG KIM NGẠCH	8,96	8,11	10,26	9,33	8,86
THẶNG DƯ	-7,19	-6,15	-8,30	-7,46	-6,18
TĂNG TRƯỞNG XUẤT KHẨU (%)		11	0,11	-6,32	43,6
TĂNG TRƯỞNG NHẬP KHẨU (%)		-11,77	30,26	-9,51	-10,47

Nguồn: Tính toán theo số liệu của Trung tâm thương mại quốc tế

#### XU HƯỚNG XUẤT NHẬP KHẨU GIỮA VIỆT NAM VÀ HOA KỲ TRONG VÒNG 5 NĂM QUA

Đơn vị: tỷ USD

	Q1/2017	Q1/2018	Q1/2019	Q1/2020	Q1/2021
XUẤT KHẨU SANG VIỆT NAM	2,06	2,12	2,47	2,93	2,84
NHẬP KHẨU TỪ VIỆT NAM	10,63	11,86	16,56	18,05	24,48
TỔNG KIM NGẠCH	12,70	13,98	19,03	20,98	27,33
THẶNG DƯ	-8,57	-9,75	-14,09	-15,12	-21,64
TĂNG TRƯỞNG XUẤT KHẨU (%)		2,52	16,90	18,44	-2,92
TĂNG TRƯỞNG NHẬP KHẨU (%)		11,57	39,59	9,03	35,61

Nguồn: Tính toán theo số liệu của Trung tâm thương mại quốc tế

**2. Một số mặt hàng xuất khẩu sang thị trường Hoa Kỳ  
trong tháng 5 năm 2021**

Đơn vị: tỷ USD

STT	MÔ TẢ HÀNG HÓA	KIM NGẠCH NĂM 2020 (TỶ USD)	TĂNG TRƯỞNG SO VỚI THÁNG 4/2021 (%)	% TRONG TỔNG KIM NGẠCH XUẤT KHẨU SANG HOA KỲ
1	Hàng dệt may	1.314	9,97	17,47
2	Máy móc thiết bị, dụng cụ phụ tùng khác	1.043	-22,90	13,87
3	Máy vi tính, sản phẩm điện tử và linh kiện	953	-10,88	12,67
4	Gỗ và sản phẩm gỗ	897	8,90	11,92
5	Giày dép các loại	728	3,67	9,67
6	Điện thoại và các linh kiện	535	-22,39	7,11
7	Phương tiện vận tải và phụ tùng	202	11,69	2,69
8	Hàng thủy sản	183	22,94	2,43
9	Sản phẩm từ chất dẻo	155	5,23	2,1
10	Đồ chơi, dụng cụ thể thao và bộ phận	150	25,49	2

Nguồn: Tính toán theo số liệu của Trung tâm thương mại quốc tế

**1. Tình hình xuất khẩu một số mặt hàng sang Hoa Kỳ và dự báo  
trong thời gian tới****3.1. Dệt may**

Dệt may Việt Nam đang đón nhiều dấu hiệu tích cực từ thị trường Hoa Kỳ. Trong 5 tháng đầu năm, đặc biệt là trong tháng 5/2021 các đơn đặt hàng hàng dệt may đã tăng trở lại nhờ sự phục hồi số lượng đơn hàng từ thị trường Hoa Kỳ do nhu cầu mua sắm mạnh mẽ sau khi nước này khống chế được dịch Covid-19. Số liệu thống kê của Tổng cục Hải quan cho thấy Hoa Kỳ vẫn là một trong những nhà nhập khẩu lớn nhất của ngành dệt may Việt Nam, với hơn 6 tỷ USD trong 5 tháng đầu năm. Tính riêng tháng 5/2021, Việt Nam đã xuất khẩu sang Hoa Kỳ hơn 1,3 tỷ USD, tăng gần 10% so với tháng 4/2021. Nhiều doanh nghiệp Việt Nam đã có đơn hàng đến hết quý III/2021, thậm chí đã ký hợp đồng cả năm 2021



**CHUNG LOẠI HÀNG MAY MẶC XUẤT KHẨU CỦA VIỆT NAM  
SANG THỊ TRƯỜNG HOA KỲ***Đơn vị: Triệu USD*

MÃ HS	MÔ TẢ HÀNG HÓA	KIM NGẠCH THÁNG 4/2021 (TRIỆU USD)
611020	Áo chui đầu, áo len, áo gile và các sản phẩm tương tự bằng cotton, dệt kim, móc	122,48
620462	Quần, quần yếm, quần ống chèn, quần soóc sợi cotton (trừ đồ len, móc, đồ lót và đồ bơi) dùng cho phụ nữ và trẻ em gái	72,18
610463	Quần, quần yếm, quần ống chèn, quần soóc sợi tổng hợp, đồ len hoặc móc (trừ đồ bơi) dùng cho phụ nữ và trẻ em gái	60
611030	Áo chui đầu, áo len, áo gile và các sản phẩm tương tự bằng sợi nhân tạo, dệt kim, móc (trừ áo gile nỉ)	51,48
620343	Quần, quần yếm, quần ống chèn, quần soóc sợi tổng hợp (trừ đồ len hoặc móc, quần lót, đồ bơi)	40,76

*Nguồn: Tính toán theo số liệu của Trung tâm thương mại quốc tế*

Dự báo 6 tháng cuối năm 2021 giá trị xuất khẩu của ngành dệt sẽ tăng trưởng đáng kể tại thị trường Hoa Kỳ nhờ kinh tế nước này phục hồi và gói hỗ trợ trị giá 1.900 tỷ USD giúp kích thích tiêu dùng của người dân với các hàng hóa cá nhân như quần áo và giày dép. Tuy nhiên tình trạng thiếu container rỗng và chi phí vận chuyển cao trong quý I/2021 cũng có thể ảnh hưởng đến các doanh nghiệp có đơn hàng FOB (sản xuất, hoàn thiện và vận chuyển hàng ra cảng biển) và ODM (thiết kế mẫu, thu mua nguyên vật liệu, cắt may, hoàn thiện sản phẩm, đóng gói và ship hàng).



### 3.2. Thủy sản

Việc triển khai nhanh và rộng rãi chiến dịch tiêm phòng Covid cùng với gói kích thích kinh tế kịp thời của Chính phủ Hoa Kỳ đã mang lại động lực để nhu cầu tiêu thụ thủy sản của nước này hồi phục thần tốc không chỉ ở phân khúc bán lẻ mà cả các kênh dịch vụ, nhà hàng, khách sạn, giải trí.... Sau một thời gian bị kìm nén do hạn chế, giãn cách chống Covid, nhu cầu tiêu thụ của người Mỹ “bùng nổ” không chỉ với những mặt hàng như tôm, cá ngừ, cá hồi vốn là sở thích và thói quen tiêu dùng của họ, mà sẽ tăng mạnh với cả các loài thủy sản khác như cá tra, mực, bạch tuộc, cua ghẹ và nhuyễn thể hai mảnh vỏ như ngao, vẹm...



Đặc biệt, mặt hàng tôm (tôm chế biến) luôn nằm trong top đầu tiêu thụ thủy hải sản của Hoa Kỳ, chắc chắn sẽ được người tiêu dùng lựa chọn đầu tiên khi nước này mở cửa hoàn toàn 50 bang từ 20/5/2021. Hoa Kỳ đang chiếm 21% xuất khẩu tôm của Việt Nam do đó sự hồi phục của thị trường này là đòn bẩy cho xuất khẩu tôm bật lên mạnh mẽ hơn trong năm 2021. Ước xuất khẩu tôm sang Hoa Kỳ trong nửa cuối năm 2021 sẽ tiếp tục tăng trưởng khả quan và mức nhập khẩu tôm vào thị trường này có thể vượt mức 1 triệu tấn vào năm 2027.

Việt Nam đang có cơ hội lớn để tăng thị phần tại thị trường Hoa Kỳ khi Ấn Độ bị ảnh hưởng Covid nặng nề và Trung Quốc bị giảm xuất khẩu do chiến tranh thương mại Mỹ - Trung và do chính quy định kiểm soát Covid của nước này. Tuy nhiên việc 2 nước “cạnh tranh” khác là Ecuador và Indonesia đang gia tăng xuất khẩu tôm, cùng với khả năng Ấn Độ có thể hồi phục trong vài tháng tới là những yếu tố mà các doanh nghiệp tôm cần tính toán trong chiến lược xuất khẩu sang thị trường Hoa Kỳ vì đây là thị trường lớn và mục tiêu của cả những nước này, khi mà thị trường Trung Quốc đang “gây khó dễ” với tôm Ecuador và Ấn Độ với việc siết chặt kiểm tra virus corona.

Sau tôm là cá ngừ sẽ có cơ hội tăng mạnh xuất khẩu sang thị trường Hoa Kỳ, nhất là cá ngừ hộp vì đây cũng là món hải sản yêu thích của người Mỹ. Hiện Hoa Kỳ cũng đang dẫn đầu các thị trường nhập khẩu cá ngừ của Việt Nam, chiếm 42% tổng xuất khẩu. Tính đến hết tháng 5, xuất khẩu cá ngừ sang Hoa Kỳ đạt 130 triệu USD, tăng 17% so với cùng kỳ năm ngoái.

Xuất khẩu cá tra sang thị trường này cũng đang trên đà phục hồi và bứt phá, với mức tăng 136% trong tháng 4 và tăng khoảng 200% trong tháng 5 đạt 33 triệu USD, đưa kết quả 5 tháng đầu năm 2021 lên 135 triệu USD, tăng 57% so với cùng kỳ năm 2020.





### 3.3. Nông sản

Hoa Kỳ vừa là nước xuất khẩu lớn nhất thế giới về nông thủy sản và thực phẩm, đồng thời cũng là nước nhập khẩu lớn nhất thế giới đối với nhóm hàng này. Việt Nam hiện là đối tác cung cấp một số mặt hàng nông sản sang thị trường này như: hàng rau quả, cà phê, hạt điều, hạt tiêu, chè, gạo, bánh kẹo và các sản phẩm ngũ cốc.

#### **SỐ LIỆU XUẤT KHẨU CÁC MẶT HÀNG NÔNG SẢN VIỆT NAM SANG HOA KỲ THÁNG 5 VÀ 5 THÁNG NĂM 2021**

*Đơn vị tính: Lượng (tấn), Giá trị (triệu USD)*

NHÓM/MẶT HÀNG CHỦ YẾU	THÁNG 5/2021		SO VỚI THÁNG 5 NĂM 2020 (%)		5 THÁNG NĂM 2021		SO VỚI 5 THÁNG/2020 (%)	
	LƯỢNG	GIÁ TRỊ	LƯỢNG	GIÁ TRỊ	LƯỢNG	GIÁ TRỊ	LƯỢNG	GIÁ TRỊ
Hàng rau quả	24,65		93,21		82		32,25	
Hạt điều	14.826	86,75	7,1	-2,60	61.547	337,89	-8,26	-25,07
Cà phê	11.182	21,54	-12,86	-2,83	52.070	101,01	-24,70	-18,61
Chè	677	0,95	144,4	149,13	2.425	3,28	1,17	7,69
Gạo	1.563	1,1	-55,20	-53,15	7.675	5,77	-5,79	-53,51
Bánh kẹo và các sản phẩm từ ngũ cốc	13,15		30,46		54,9		50,38	

*Nguồn: Tính toán theo số liệu của Trung tâm thương mại quốc tế*

#### **Chè**

Theo số liệu thống kê từ Tổng cục Hải quan, xuất khẩu chè của Việt Nam sang Hoa Kỳ trong 5 tháng đầu năm 2021 đạt 3,28 triệu USD, tăng 1,17% về lượng và tăng 7,69% về trị giá so với cùng kỳ năm 2020. Giá chè nhập khẩu bình quân của Hoa Kỳ đạt 4.326,6 USD/tấn, tăng 1,9% so với cùng kỳ năm 2020. Về chủng loại, Hoa Kỳ nhập khẩu chủ yếu là chủng loại chè đen và chè xanh.

Dự báo, xuất khẩu chè của Việt Nam tăng trưởng khả quan trong quý II/2021 nhờ những tín hiệu tích cực từ thị trường Hoa Kỳ. Cụ thể, những ưu đãi thuế quan từ Hiệp định Thương mại tự do CPTPP mang lại thuận lợi cho ngành chè trong bối cảnh cạnh tranh gay gắt như hiện tại. Nhiều quốc gia sản xuất chè bị gián đoạn sản xuất do dịch COVID-19 và thời tiết khô hạn, làm chuỗi cung ứng chè trên thị trường toàn cầu gián đoạn, trong đó đáng chú ý là thị trường Ấn Độ, thị trường sản xuất chè và tiêu thụ chè lớn trên thế giới, đang bị ảnh hưởng nghiêm trọng bởi dịch COVID-19 và hạn hán tại các khu vực trồng chè chính.

Tuy nhiên, điều kiện thời tiết thuận lợi tại các thị trường sản xuất chè chính như Kenya và Sri Lanka khiến nguồn cung tăng, trong khi nhu cầu vẫn chưa tăng nhiều, dẫn đến giá xuất khẩu giảm do áp lực nguồn cung tăng. Điều này cũng là yếu tố chính cản trở tốc độ tăng trưởng ngành chè của Việt Nam trong thời gian tới.



Về xu hướng tiêu dùng mặt hàng chè, năm 2021 được dự báo có những chuyển đổi rõ rệt do ảnh hưởng của đại dịch đến thói quen tiêu dùng và thị hiếu. Theo báo cáo của Bộ Nông nghiệp Mỹ (USDA), đại dịch COVID-19 đã ảnh hưởng đến xu hướng tiêu dùng thực phẩm, đồ uống (trong đó có chè) theo đó quan tâm nhiều hơn đến sức khỏe. Người tiêu dùng sẵn sàng chi trả cho các sản phẩm có xu hướng tích cực hoặc ít ảnh hưởng đến môi trường. Ngoài ra, các sản phẩm đồ uống như trà được dự báo sẽ theo hướng trải nghiệm sáng tạo, khám phá cảm giác, vị giác với các thành phần hàm chứa các yếu tố giảm thiểu sử dụng sản phẩm không thân thiện với môi trường, có thể tái sử dụng và tái chế.

### **Hàng rau quả**

Hoa Kỳ là một trong 5 thị trường lớn của rau quả xuất khẩu Việt Nam. Hàng rau quả xuất khẩu tới thị trường này trong 5 tháng đầu năm 2021 đạt 82 triệu USD, tăng 32,25 so với cùng kỳ năm 2020

Các mặt hàng rau quả xuất khẩu sang Hoa Kỳ chủ yếu là thanh long, xoài, chôm chôm, nhãn, vải, vú sữa, nâm rơm muối, nâm rơm đóng lon, ngô non đóng lon, khoai lang, hành củ, gừng, nghệ....

Theo thống kê của Bộ Nông nghiệp Mỹ (USDA), nhập khẩu xoài các loại của Mỹ trong 3 tháng đầu năm 2021 đạt 762.100 tấn, trị giá 221,9 triệu USD, giảm 8,1% về lượng, nhưng tăng 2,1% về trị giá so với cùng kỳ năm 2020. Giá xoài các loại nhập khẩu bình quân đạt 291,2 USD/tấn, tăng 11,1% so với cùng kỳ năm 2020. Việt Nam là thị trường cung cấp trái xoài các loại lớn thứ 13 cho Mỹ, tỷ trọng nhập khẩu từ Việt Nam ổn định so với cùng kỳ năm 2020. Đáng chú ý, trong 3 tháng đầu năm 2021, Mỹ tăng mạnh nhập khẩu xoài sấy khô và nước ép xoài. Đây là 2 chủng loại mà Mỹ tăng mạnh nhập khẩu từ Việt Nam trong 3 tháng đầu năm 2021.



Trong đó, nhập khẩu nước ép xoài từ Việt Nam đạt 97 tấn, trị giá 102.600 USD, tăng 340% về lượng và tăng 160,5% về trị giá so với cùng kỳ năm 2020. Nhập khẩu xoài sấy khô từ Việt Nam đạt 68 tấn, trị giá 83.000 USD. Hiện, tỷ trọng nhập khẩu 2 chủng loại này từ Việt Nam chỉ chiếm 1% tổng lượng nhập khẩu 2 chủng loại này của Mỹ, do vậy nếu các doanh nghiệp tiếp tục nâng cao chất lượng sản phẩm, đáp ứng các yêu cầu của thị trường Mỹ thì cơ hội xuất khẩu là rất lớn.



Do ảnh hưởng của dịch bệnh, xuất khẩu mặt hàng rau quả trong những tháng tới vẫn sẽ gặp một số thách thức liên quan đến dịch vụ vận chuyển, các quy định về chất lượng, vệ sinh an toàn thực phẩm và gia tăng hàng rào kỹ thuật ở thị trường Hoa Kỳ.

Tuy nhiên, nhiều loại trái cây đặc sản và cũng là các mặt hàng xuất khẩu chủ lực như sầu riêng, vải, xoài, thanh long... đang vào chính vụ, nguồn cung dồi dào, nhu cầu tiêu thụ trái cây của thị trường Hoa Kỳ phục hồi sau đại dịch lại là lợi thế để tăng giá trị xuất khẩu cho Việt Nam.

### ***Bánh kẹo và sản phẩm ngũ cốc***

Những năm gần đây, nhu cầu nhập khẩu bánh kẹo và sản phẩm ngũ cốc từ Việt Nam của Hoa Kỳ tăng cao. 5 tháng đầu năm 2021, Việt Nam đã thu được 54,9 triệu USD từ mặt hàng này, tăng hơn 50% so với cùng kỳ năm 2020. Trong đó, tính riêng tháng 5 năm 2021, lượng xuất khẩu tăng 30,46%.



Đối với nhóm hàng này, thì bao bì sản phẩm, hình thức đẹp, sạch sẽ, đảm bảo tốt cho sức khỏe sẽ được người tiêu dùng quan tâm hơn cả. Bao bì sản phẩm phải rất cẩn thận đúng tiêu chuẩn, hình thức đẹp, kích thước hợp tạo được sự lôi cuốn và tiện dụng cho người sử dụng.

### III. MỘT SỐ QUY ĐỊNH VÀ LƯU Ý KHI NHẬP KHẨU HÀNG HÓA VÀO HOA KỲ

#### 1. Một số quy định doanh nghiệp cần lưu ý khi xuất khẩu hàng hóa sang Hoa Kỳ

Hoa Kỳ được xem là một trong những thị trường xuất khẩu lớn của Việt Nam nhưng với những luật lệ, quy định phức tạp, nên luôn tiềm ẩn nhiều rủi ro khi doanh nghiệp (DN) Việt Nam chưa thực sự am hiểu. Hằng năm, nhiều lô hàng nhập khẩu của Việt Nam bị đối tác khởi kiện hoặc áp dụng lệnh buộc phải thu hồi khỏi thị trường Hoa Kỳ do chưa đảm bảo những yêu cầu. Chính vì vậy việc tìm hiểu và nắm rõ những quy định và lưu ý khi xuất khẩu hàng hóa vào thị trường này là vô cùng quan trọng.

##### 1.1. Những quy định chung

##### - Một số luật lệ thương mại

Hoa Kỳ có khá nhiều luật điều tiết thương mại nhằm bảo vệ sản xuất trong nước trước sự xâm nhập của hàng hóa nhập khẩu từ các nước khác vào Hoa Kỳ, có thể gây đe dọa tới nền sản xuất trong nước. Đáng chú ý là các Luật chống bán phá giá, Luật chống trợ cấp; Luật thương mại về các hành động tự vệ,.... Các luật và quy định về điều tiết thương mại là công cụ để các doanh nghiệp Hoa Kỳ sử dụng chống lại việc phải cạnh tranh với các hàng hóa nhập khẩu.

**Luật thuế chống bán phá giá** là Luật được sử dụng nhiều nhất trong các Luật điều tiết thương mại nhằm vào hàng nhập khẩu, tiếp theo là Luật chống trợ cấp. Lý do chính mà các công ty Hoa Kỳ sử dụng luật chống bán phá giá hơn Luật chống trợ cấp là do các vụ điều tra theo luật chống bán phá giá thường dẫn đến mức thuế cao hơn. Luật thuế chống bán phá giá được áp dụng đối với hàng nhập khẩu khi nó được xác định là hàng nước ngoài được bán phá giá vào Hoa Kỳ với giá thấp hơn giá trị thông thường.



Các thủ tục điều tra về bán phá giá được tiến hành khi có đơn kiện của một ngành công nghiệp hoặc do Bộ Thương mại Hoa Kỳ (DoC) tự khởi xướng. Thuế chống bán phá giá sẽ được ấn định bằng mức chênh lệch giữa giá trị thông thường và mức giá xuất khẩu vào Hoa Kỳ. DoC sẽ xác định giá trị thông thường và mức giá xuất khẩu vào Hoa Kỳ.

Luật chống bán phá giá còn cho phép các ngành công nghiệp Hoa Kỳ được khiếu nại về bán phá giá ở một nước thứ ba bằng cách đệ trình đơn khiếu nại lên Đại diện thương mại Hoa Kỳ-USTR, nhưng phải giải thích tại sao việc bán phá giá ở một nước thứ ba lại gây thiệt hại cho các công ty của Hoa Kỳ và yêu cầu cơ quan này bảo vệ những quyền lợi của Hoa Kỳ theo quy định của WTO.

**Luật thu chống trợ cấp** nhằm bảo vệ thương mại công bằng cho các nhà sản xuất Hoa Kỳ trước sự cạnh tranh bị coi là “không công bằng” của hàng hóa nhập khẩu vào thị trường này. Mức thuế chống trợ cấp được áp đặt bằng với mức trợ cấp. Tuy nhiên, không phải hàng hóa nhập khẩu được trợ cấp nào cũng phải chịu thuế chống trợ cấp. Thuế chống trợ cấp chỉ được áp dụng khi hội đủ hai điều kiện: (1) Hàng hóa nước ngoài nhập khẩu vào Hoa Kỳ được trợ giá trực tiếp hoặc gián tiếp cho việc chế tạo, sản xuất hoặc xuất khẩu tại nước hoặc lãnh thổ xuất xứ và (2) hàng nhập khẩu được trợ cấp gây thiệt hại về vật chất, hoặc đe dọa gây thiệt hại về vật chất, hoặc ngăn cản việc hình thành ngành công nghiệp tương tự tại Hoa Kỳ. Việc điều tra theo Luật chống trợ cấp thường được tiến hành khi có đơn khiếu kiện của ngành công nghiệp trong nước trình lên Bộ Thương mại Hoa Kỳ hoặc do Bộ Thương mại Hoa Kỳ tự khởi xướng điều tra. Việt Nam cũng là một trong nhiều nước bị khởi kiện có hàng hóa bán phá giá và được trợ cấp xuất khẩu vào Hoa Kỳ. Các doanh nghiệp Việt Nam có thể tìm kiếm sự giúp đỡ và tư vấn tại Bộ Công Thương Việt Nam.

#### **- Các quy định và chế tài của Hoa Kỳ**

Các doanh nghiệp xuất khẩu sang Hoa Kỳ cần phải biết các luật và quy định trừng phạt của Hoa Kỳ do Văn phòng Kiểm soát Tài sản Nước ngoài (Office of Foreign Assets Control -Sanctions Programs and Information -OFAC) quản lý, tại link: [www.treasury.gov](http://www.treasury.gov)

Trang web OFAC liệt kê một số quốc gia hiện đang bị trừng phạt thương mại; có thể tra cứu tại link: <https://home.treasury.gov/policy-issues/financial-sanctions/sanctions-programs-and-country-information>



Nhìn chung, nếu một doanh nghiệp Việt Nam có ý định xuất khẩu hàng hóa hoặc dịch vụ sang Hoa Kỳ và nếu những hàng hóa hoặc dịch vụ này có nguồn gốc từ nước thứ ba, thì công ty Việt Nam phải đảm bảo rằng nước thứ ba không bị ảnh hưởng bởi các lệnh trừng phạt của Hoa Kỳ. Ngoài ra, Hoa Kỳ cũng áp dụng các lệnh trừng phạt nhằm vào các hoạt động kinh tế khác như đầu tư vào các nước trong danh sách trừng phạt. Bởi vậy các doanh nghiệp Việt Nam thực hiện các hoạt động kinh tế tại một nước bị Hoa Kỳ áp lệnh trừng phạt và đồng thời muốn tham gia các hoạt động kinh tế tại Hoa Kỳ cần lưu ý kiểm tra phạm vi áp dụng và tư vấn pháp lý bởi các luật sư có hiểu biết về pháp luật Hoa Kỳ.

**- Các quy định dán nhãn về hàng hóa xuất khẩu vào Hoa Kỳ**

Một số sản phẩm có những quy định dán nhãn bắt buộc. Việc ghi sai hoặc thiếu nhãn sản phẩm theo yêu cầu có thể bị từ chối nhập cảnh tại cảng, hoặc tệ hơn còn bị phạt vì vi phạm các quy định ghi nhãn của Hoa Kỳ. Nhãn sản phẩm tiêu dùng tại Hoa Kỳ được quản lý bởi một loạt các quy định của liên bang và đôi khi của tiểu bang. Việc quản lý và kiểm tra các quy định ghi nhãn do một số cơ quan chính phủ khác nhau ban hành và giám sát, bao gồm Ủy ban Thương mại công bằng (FTC -Federal Trade Commission), Bộ Nông nghiệp Hoa Kỳ (USDA), Cục Quản lý Thực phẩm và Dược phẩm (FDA), Ủy ban An toàn sản phẩm tiêu dùng (Consumer product Safety Commission CPSC) và nhiều cơ quan khác, tùy thuộc vào chủng loại hàng hóa. Vì lý do này, Hoa Kỳ không có riêng một luật hay riêng một cơ quan chính phủ quy định cho mọi loại nhãn sản phẩm. Việc tìm tất cả các luật và quy định liên quan đến sản phẩm có kế hoạch xuất khẩu sẽ khó khăn và mất nhiều thời gian. Các yêu cầu phổ biến về nhãn mác hàng hóa gồm: (1) xuất xứ hàng hóa: doanh nghiệp có thể xem thông tin chi tiết về việc dán nhãn này trên ấn phẩm của Cục Hải quan và Bảo vệ biên giới Hoa Kỳ, bao gồm một số miễn trừ trong link sau: <https://www.cbp.gov/trade/rulings/informed-compliance-publications/markings-country-origin-us-imports>

(2) các thông tin chung trên bao bì đối với các sản phẩm hàng hóa tiêu dùng; (3) các yêu cầu về nhãn an toàn: Ủy ban An toàn Sản phẩm Tiêu dùng (CPSC) quy định các yêu cầu nhãn an toàn cho hàng ngàn loại chất, vật phẩm và sản phẩm nguy hiểm khác nhau. Doanh nghiệp có thể tìm kiếm cơ sở dữ liệu CPSC về các sản phẩm có các quy định về an toàn mà CPSC quy định và tìm hiểu các đạo luật cụ thể liên quan đến sản phẩm tại link:

<https://www.cpsc.gov/Regulations-Laws--Standards/Regulations-Mandatory-Standards-Bans/>



Nếu doanh nghiệp không thấy sản phẩm của mình trong cơ sở dữ liệu CPSC, bước tiếp theo hãy thử tìm kiếm thông qua cơ sở dữ liệu này về các loại sản phẩm không được quy định bởi CPSC tại website: <https://www.cpsc.gov/Regulations-Laws--Standards/Products-Outside-CPSCs-Jurisdiction/> Danh mục này phân loại các sản phẩm thuộc quản lý của các cơ quan khác nhau như thực phẩm, thuốc thuộc quản lý của FDA, riêng với thuốc trừ sâu doanh nghiệp nên tìm hiểu các quy định từ Cục Bảo vệ môi trường (EPA),...

**- Đóng gói và vận chuyển**

+ Các yêu cầu đóng gói và vận chuyển cơ bản:

Cách thức đóng gói hàng hóa sẽ phụ thuộc vào chủng loại hàng hóa, cách thức hàng hóa được vận chuyển (thời gian, phương tiện vận tải) và những mối nguy hiểm mà hàng hóa có thể gặp phải trên đường vận chuyển. Nếu một lô hàng đến trong tình trạng bị hư hỏng do đóng gói không phù hợp, người nhập khẩu sẽ không chấp nhận và có thể quyết định không tiếp tục đặt hàng nữa. Hơn nữa, bảo hiểm hàng hóa thường sẽ không chi trả cho hàng hóa hỏng hóc do vận chuyển trong bao bì không phù hợp hoặc không đầy đủ.



+ Nhãn vận chuyển:

Nhãn vận chuyển phải ở khổ lớn, rõ ràng và không thấm nước. Thông tin vận chuyển phải bao gồm: (1) Cảng đích và tên, địa chỉ, số điện thoại của người nhận hàng trên ít nhất ba mặt của gói hàng (trên cùng, một bên, một đầu); (2) Bất kỳ nhãn cảnh báo cần thiết nào (ví dụ: "dễ vỡ", "Không sử dụng móc"); (3) Hướng dẫn vận chuyển/ quá cảnh; (4) Kích thước và trọng lượng gói hàng; (5) Số lượng gói hàng; (6) Hóa đơn /số vận đơn.

+ Phương thức vận chuyển: doanh nghiệp lựa chọn phương thức vận chuyển tùy thuộc vào mặt hàng xuất khẩu của mình. Tuy nhiên, dù doanh nghiệp chọn phương thức nào, tất cả các lô hàng đều có một số yêu cầu chung là chứng từ hải quan, tùy theo hàng hóa thuộc danh mục nhập không chính thức (trị giá 2.500 USD trở xuống) hoặc nhập cảnh chính thức (trị giá hơn 2.500 USD).





**- Quy nh v hải quan:**

Đối với hàng hóa nhập khẩu thương mại vào Hoa Kỳ (commercial entry), các quy định hải quan của Hoa Kỳ yêu cầu sử dụng một đại lý thông quan (custom broker) Hoa Kỳ. Nhập cảnh được coi là không chính thức (informal entry) đối với lô hàng có giá trị dưới 2.500 USD không yêu cầu đại lý thông quan. Nhập khẩu không chính thức tương đối đơn giản và không yêu cầu nộp bảo lãnh thông quan (custom bond) vì hàng hóa này giá trị thấp và thường được sử dụng cho mục đích cá nhân.

**- Các hình phạt và t ch thu hàng hóa**

Hải quan Hoa Kỳ áp dụng các hình phạt nghiêm khắc đối với gian lận hoặc sơ suất, cấu thả đối với nghĩa vụ thuế, vì vậy doanh nghiệp phải đảm bảo thông tin cung cấp về hàng xuất khẩu của doanh nghiệp mình là chính xác và đầy đủ.



**1.2. Những quy nh kh xu t kh u hàng hóa bĩg hì nh thức trực tuy n**

**- Thu , phí hải quan và các phụ phí:**

Hàng hóa của doanh nghiệp sẽ cần một số tài liệu liên quan và phải chịu thuế hải quan và thuế bán hàng (sale tax) khi hàng được chuyển tới tay người mua. Doanh nghiệp có thể tham khảo mức thuế quan của Hoa Kỳ tại link sau:

<https://dataweb.usitc.gov/tariff>

**- Bảo vệ quy n sở hữu trí tuệ trên các trang thương mại ãn tử:**

Các trang thương mại điện tử khác nhau có các quy tắc khác nhau để bảo vệ quyền sở hữu trí tuệ. Các doanh nghiệp cần lưu ý đăng ký bảo vệ bản quyền, bằng sáng chế, nhãn hiệu thương mại và kiểu dáng công nghiệp của doanh nghiệp mình tại quốc gia mà doanh nghiệp bán hàng và sản xuất (Việt Nam và Hoa Kỳ), kể cả qua kênh thương mại điện tử.

**- Bảo vệ thông tin khách hàng:**

Các doanh nghiệp cần lưu ý tính bảo mật thông tin khách hàng và không được chuyển thông tin cá nhân của khách hàng Hoa Kỳ cho một bên thứ ba, doanh nghiệp cần phải tìm hiểu kỹ các ràng buộc pháp lý về vấn đề này.

**2. Những lưu ý khi xuất khẩu hàng hóa sang Hoa Kỳ****2.1. Những lưu ý chung**

Để xuất khẩu thành công sang thị trường Hoa Kỳ thì doanh nghiệp cần lưu ý những vấn đề sau:

- Nghiên cứu thị trường: doanh nghiệp cần nghiên cứu, tìm hiểu những thông tin sau:
  - + Xem xét kim ngạch xuất khẩu hàng năm của Việt Nam về loại hàng hóa mà doanh nghiệp dự kiến xuất khẩu vào thị trường Hoa Kỳ;
  - + Xác định kim ngạch nhập khẩu của Hoa Kỳ đối với mặt hàng cần xuất khẩu;
  - + Lượng sản xuất của Hoa Kỳ để đáp ứng nhu cầu nội địa;
  - + Giá bán lẻ, giá nhập cảng;
  - + Xem xét mức thuế nhập khẩu của mặt hàng doanh nghiệp muốn xuất khẩu vào thị trường Hoa Kỳ, từ đó so sánh mức thuế mà nước này áp dụng với các đối thủ cạnh tranh tại các nước khác để ước tính sơ bộ khả năng cạnh tranh và thâm nhập thị trường Hoa Kỳ đối với các sản phẩm của doanh nghiệp mình.
- Nghiên cứu thị trường mục tiêu thông qua việc đọc và phân tích các ấn phẩm thị trường;
- Tìm hiểu các rào cản pháp lý, các rào cản kỹ thuật liên quan đến sản phẩm dự kiến xuất khẩu sang Hoa Kỳ của doanh nghiệp;
- Đánh giá sự sẵn sàng của doanh nghiệp;
- Lập kế hoạch xuất khẩu. Kế hoạch gồm những điểm doanh nghiệp cần lưu ý như sau:
  - + Lập ngân sách, tài nguyên, nguồn lực cho tiếp thị, khảo sát;
  - + Thông tin thị trường.



- Xây dựng hình ảnh doanh nghiệp: các doanh nghiệp cần chú trọng tới việc xây dựng hình ảnh quảng bá doanh nghiệp của mình để có thể sẵn sàng giới thiệu với đối tác kinh doanh. Việc xây dựng hình ảnh gồm: xây dựng website; tạo email; tham gia các hội chợ triển lãm;
- Tìm hiểu kỹ hệ thống thuế quan của Hoa Kỳ;
- Tìm hiểu kỹ về đối tác để tránh bị lừa đảo, những thông tin sơ bộ cần kiểm tra gồm: tư cách pháp nhân, thông tin về tài chính.

## **2.2. Những lưu ý khi xuất khẩu trực tuyến**

Nếu doanh nghiệp thấy xác định thương mại điện tử có hiệu quả trong việc xuất khẩu hàng hóa của mình, doanh nghiệp nên xem xét xây dựng một chiến lược cụ thể để có thể thành công và bảo đảm tính cạnh tranh. Doanh nghiệp cần lưu ý một số điểm sau đây trong hoạch định chiến lược xuất khẩu hàng hóa qua hình thức thương mại điện tử:

- Làm rõ mục tiêu;
- Tài nguyên: Thiết lập một cơ sở bán hàng trực tuyến có thể mất thời gian. Vì vậy doanh nghiệp cần làm rõ những tài nguyên nào doanh nghiệp sẽ cần quản lý cho đến khi bắt đầu có lợi nhuận?



- Thông tin thị trường: Xác định rõ đối tượng khách hàng mục tiêu của doanh nghiệp. Doanh nghiệp cũng cần tìm hiểu ai là đối thủ cạnh tranh chính của doanh nghiệp, và điều gì khiến họ thành công trong kinh doanh trực tuyến? Các thông tin này sẽ giúp doanh nghiệp điều chỉnh chiến lược kinh doanh hay kế hoạch quảng bá trực tuyến của mình.

- Tính năng của website: Doanh nghiệp cần quyết định những tính năng mà doanh nghiệp muốn website của mình phải có trước khi tham khảo ý kiến một nhà phát triển web chuyên nghiệp để được hỗ trợ.

- Chọn một kênh kết hợp mà phù hợp với doanh nghiệp

Có 4 kênh chính để bán hàng thông qua thương mại điện tử: (1) Website, (2) Các chợ trực tuyến: các chợ trực tuyến nổi tiếng của Hoa Kỳ có thể kể đến như Amazon, Ebay, Fruugo,... (3) Nhà phân phối là bên thứ ba: Doanh nghiệp có thể bán sản phẩm hoặc dịch vụ của mình thông qua các trang web của bên thứ ba, sử dụng các mạng tiếp thị và bán hàng hiện có. Ví dụ doanh nghiệp có thể sử dụng Amazon như một chợ trực tuyến để bán các sản phẩm của mình, nhưng mặt khác, doanh nghiệp lại có thể sử dụng Amazon như một kênh làm dịch vụ phân phối cho doanh nghiệp, (4) Mạng xã hội: Doanh nghiệp có thể thuê một công ty tiếp thị địa phương có hiểu biết và có sự nhạy cảm với văn hóa địa phương cho việc quản lý mạng xã hội.



## IV. CƠ HỘI GIAO THƯƠNG

### 1. Một số hội chợ tại Hoa Kỳ

STT	TÊN HỘI CHỢ	LĨNH VỰC	THỜI GIAN DỰ KIẾN	WEBSITE	
1	Hội chợ quốc tế hàng may mặc tại Las Vegas (Magic show)	May mặc	Tháng 2 và tháng 8 hàng năm	<a href="http://magiconline.com/">magiconline.com/</a>	
2	Hội chợ giày thời trang New York (FFANY NEW YORK SHOES EXPO)	Giày dép	Tháng 2, tháng 6, tháng 8, và tháng 12 hàng năm	<a href="http://ffany.org/">ffany.org/</a>	
3	Hội chợ đồ nội thất tại San Francisco	Đồ nội thất	Tháng 1 và tháng 7 hàng năm	<a href="http://sfmart.com/">sfmart.com/</a>	
4	Hội chợ máy chế biến gỗ và cung cấp đồ gia dụng Mỹ	Máy chế biến gỗ, đồ gia dụng	Mở lại vào tháng 8/2022	<a href="http://iwfatlanta.com/">iwfatlanta.com/</a>	
5	Hội chợ thực phẩm siêu thị tại Chicago (FMI Chicago Show)	Thực phẩm	Tháng 5 hàng năm	<a href="http://fmi.org">fmi.org</a>	
6	Hội chợ chè thế giới (World Tea Expo)	Chè	Tháng 6 hàng năm	<a href="http://worldteaexpo.com">worldteaexpo.com</a>	
7	Hội chợ cà phê đặc sản (Specialty Coffee Expo)	Cà phê	30/9 đến 03/10/2021	<a href="http://coffeexpo.org/">coffeexpo.org/</a>	
8	International Baking Industry Exposition	Bánh	17/9/2022 (tổ chức 3 năm/ lần)	<a href="http://americanbakers.org/events/ibie">americanbakers.org/events/ibie</a>	



**2. Danh sách một số nhà nhập khẩu hàng đầu của Hoa Kỳ về lĩnh vực bán lẻ, nông sản, thực phẩm**

TÊN DOANH NGHIỆP	LĨNH VỰC	WEBSITE	CHI CHÚ
Walmart	Bán lẻ	<a href="http://www.walmartstores.com">www.walmartstores.com</a>	Để mở rộng kinh doanh thương mại điện tử, Wal-Mart đã đầu tư vào Shoebuy, Moosejaw, Modcloth, and Jet.com.
Target	Bán lẻ	<a href="http://www.target.com">www.target.com</a>	Target sẽ thử nghiệm dịch vụ giao hàng tại nhà vào ngày hôm sau - Target Restock, tập trung vào các sản phẩm gia dụng, làm đẹp - chăm sóc cá nhân và thực phẩm khô.
Home Depot	Bán lẻ	<a href="http://www.homedepot.com">www.homedepot.com</a>	Hơn 2200 cửa hàng tại Bắc Mỹ
Lowe's	Bán lẻ	<a href="http://www.lowes.com">www.lowes.com</a>	
Family Dollar Stores/Dollar Tree	Bán lẻ	<a href="http://www.familydollar.com">www.familydollar.com</a>	
Dole Food	Rau quả	<a href="http://www.dole.com">www.dole.com</a>	
Tyson Foods	Thịt đông lạnh, gia cầm	<a href="http://www.tysonfoods.com">www.tysonfoods.com</a>	
Al Dahra ACX Global	Ngũ cốc	<a href="http://www.acxpacific.com">www.acxpacific.com</a>	
Prairie Creek Grain	Ngũ cốc		
Gildan Activewear	May mặc	<a href="http://www.gildan.com">www.gildan.com</a>	
Phillips Van Heusen	May mặc	<a href="http://www.pvh.com">www.pvh.com</a>	
Skechers USA	May mặc	<a href="http://www.skechers.com">www.skechers.com</a>	

