



BẢN TIN THƯƠNG VỤ

BẢN TIN SỐ 11 – QUÝ 4 NĂM 2020

**THƯƠNG VỤ VIỆT NAM
TẠI NEW ZEALAND**

TRONG SÔ NÀY

Tin tức

Chính sách và quy định kinh doanh

Hội chợ & triển lãm

Cơ hội giao thương

BAN BIÊN TẬP

1. Dương Phương Thảo

Tham tán Thương mại

2. Nguyễn Văn Canh

Bí thư thứ Hai



TIN TỨC

TÌNH HÌNH KINH TẾ NEW ZEALAND

Theo đánh giá của ngân hàng Westpac, nền kinh tế New Zealand chịu nhiều tác động nhưng không nghiêm trọng như dự báo ban đầu. Covid-19 đã tàn phá ngành du lịch, lữ hành, nhưng các khu vực khác của nền kinh tế đã chứng tỏ sự dẻo dai và khả năng phục hồi tốt.

Số liệu của Cục Thống kê cho thấy GDP quý 3 tăng 14%, so với mức giảm 11% (số liệu điều chỉnh) trong quý 2; GDP cả năm (năm kết thúc tháng 9) đạt -2,2%. Theo dự báo mới nhất của Ngân hàng Westpac, GDP cả năm 2020 sẽ giảm 3,1% so với năm 2019. Dự báo này thấp hơn một nửa so với dự báo ban đầu vào tháng 3.

Dù New Zealand rất thành công trong chống dịch, đến cuối năm 2020 tình hình kinh tế vẫn chưa thể trở lại như trước khi đại dịch xuất hiện. Nguyên nhân chủ yếu là do New Zealand tiếp tục đóng cửa biên giới, dẫn tới thiếu hụt nguồn thu từ khách du lịch quốc tế. Xuất khẩu du lịch có vai trò quan trọng với nền kinh tế, đóng góp khoảng 5% GDP, do đó, việc đóng cửa biên giới vào tháng 3 đã tác động nghiêm trọng đến doanh thu và việc làm trong các lĩnh vực lưu trú, khách sạn.

Ngược lại với ngành du lịch, lữ hành, hầu hết các lĩnh vực khác của nền kinh tế đã phục hồi nhanh hơn dự kiến sau thời gian phong tỏa. Lĩnh vực xây dựng được cho là phục hồi nhanh nhất, do nhu cầu nhà ở tăng cao. Hoạt động trong lĩnh vực sản xuất (kể cả xuất khẩu) và bán lẻ cũng đã hồi phục. Trong bối cảnh như vậy, nhiều doanh nghiệp đang có kế hoạch tuyển dụng trở lại. Westpac dự báo tỉ lệ thất nghiệp cao

nhất chỉ ở mức 6,2%, tương tự như đợt suy thoái kinh tế năm 2009. Theo số liệu của Cục Thống kê New Zealand, tỉ lệ thất nghiệp trong quý 3 là 5,3%, số người thất nghiệp là 151.000 người.

Lý do chính tạo nên sự dẻo dai của nền kinh tế là New Zealand đã rất thành công trong cuộc chiến chống Covid-19, thời gian phong tỏa được rút ngắn hơn so với dự báo, giúp nước này có lợi thế về kinh tế hơn các nước khác. Ngoài ra, các khoản giải cứu nền kinh tế không lồ bằng cả tiền tệ lẫn chính sách tài khóa được tung ra kể từ đầu năm đã giúp kích cầu trong nhiều lĩnh vực.

Thâm hụt tài khoản vãng lai

Theo báo cáo mới công bố của Cục Thống kê, New Zealand thâm hụt cán cân vãng lai ở mức 0,4 tỉ NZD trong quý 3 do gia tăng nhập khẩu so với quý 2 (thặng dư 0,6 tỉ NZD). Tính theo năm, thâm hụt cán cân vãng lai trong năm kết thúc tháng 9/2020 giảm còn 2,6 tỉ NZD, so với mức thâm hụt 11,7 tỉ NZD cùng kỳ năm 2019.

Nợ nước ngoài ròng giảm

Nợ nước ngoài ròng (chênh lệch giữa tài sản và nợ) của New Zealand tính đến ngày 30 tháng 9 năm 2020 là 177,9 tỉ NZD (55,5%GDP), ít hơn 2,4 tỉ NZD so với tại thời điểm 30 tháng 6 năm 2020, theo công bố của Cục Thống kê.

Đồng đô la New Zealand tăng giá

Tương tự như nền kinh tế, đồng đô la New Zealand (NZD) trong năm 2020 đã thể hiện sức phục hồi tốt. Sau thời gian mất giá khi New Zealand tiến hành phong tỏa, đô la New Zealand đã tăng giá trở lại và được dự báo tiếp tục tăng giá so với đồng đô la Mỹ, nhưng sẽ giảm giá so với đồng đô la Úc. Một yếu tố quan trọng làm đồng đô la New Zealand tăng giá là sự phục hồi mạnh hơn dự kiến của nền kinh tế hậu Covid. Ngoài ra, các thành công về vắc xin Covid-19 đã mang lại sự tự tin trên thị trường tài chính, dẫn tới việc tăng giá NZD.

Đầu tư thấp do bất ổn

Tình hình Covid-19 tiếp tục diễn biến khó lường, kể cả khi đã có vắc xin; khả năng xảy ra phong tỏa, hạn chế hoạt động kinh tế vẫn còn. Trong bối cảnh đó, doanh nghiệp không có niềm tin để đầu tư, mở rộng hoạt động sản xuất, kinh doanh, mặc dù ngân hàng trung ương đã thực hiện một số biện pháp nhằm ổn định thị trường tài chính. Ngân hàng ANZ dự báo trong thời gian tới doanh nghiệp vẫn chưa thể tự tin đầu tư và tuyển dụng lao động.

Giá nhà, chi tiêu dùng tăng vọt

Các gói giải cứu bằng tiền tệ và chính sách tài khóa từ đầu năm đã có tác động mạnh lên nền kinh tế, thể hiện rõ nét nhất trong chi tiêu dùng; chi tiêu trong lĩnh vực bán lẻ đã phục hồi và vượt mức chi tiêu trước Covid-19. Do hạn chế du lịch, người dân New Zealand chuyển sang mua sắm đồ gia dụng, thiết bị giải trí, tân trang nhà cửa.

Thị trường nhà đất tiếp tục nóng lên trong năm nay, trái với dự đoán nhu cầu mua nhà và giá cả sẽ giảm xuống do Covid-19. Khi nền kinh tế bị phong tỏa, Westpac dự đoán giá nhà sẽ giảm khoảng 7% sau đó sẽ tăng lên khi lãi suất cho vay giảm. Tuy nhiên, thực tế cho thấy giá nhà chỉ giảm 2% thời gian đầu, sau đó tăng mạnh lên mức 14% trong năm. Lãi suất được cho là yếu tố có tác động nhiều hơn đến giá nhà tại New Zealand so với do lượng cung hay lượng nhập cư. Nếu lãi suất tiếp tục được giữ ở mức thấp, giá nhà được dự báo sẽ tăng lên 15% vào giữa năm 2021. Trong bối cảnh giá nhà tăng mạnh, Ngân hàng Dự trữ nhiều khả năng sẽ ban hành các biện pháp hạn chế cho vay bất động sản nhưng sẽ tiếp tục cắt giảm lãi suất cơ bản xuống mức âm trong năm 2021 để thúc đẩy kinh tế.

Dự báo triển vọng kinh tế

Mặc dù kinh tế hồi phục tốt hơn dự đoán trong năm 2020, các tổ chức kinh tế vẫn tỏ ra thận trọng trong dự báo triển vọng kinh tế trong các năm tới. Ngân hàng ASB dự báo năm 2021 nền kinh tế khó tăng trưởng do New Zealand tiếp tục đóng cửa biên giới, tăng trưởng toàn cầu kém, dẫn tới hạn chế xuất khẩu của nước này. Theo ASB, phải đến giữa năm 2022 kinh tế New Zealand và kinh tế toàn cầu mới bước vào giai đoạn hồi phục.

Ngân hàng ANZ dự báo GDP năm 2020 đạt -4.8%, năm 2021 đạt 3.1%, năm 2022 đạt 4%. Theo ANZ, tình trạng đóng cửa biên giới sẽ tiếp tục gây khó khăn cho xuất khẩu dịch vụ (giáo dục, du lịch), tuyển dụng (hạn chế nguồn cung lao động tay nghề), hạn chế chi tiêu dùng, đầu tư.

Tổ chức chuyên tư vấn kinh tế Informetrics dự báo New Zealand có thể tiếp tục lâm vào suy thoái trong năm 2021, sau giai đoạn hồi phục ngắn trong nửa cuối năm 2020. Informetrics dự báo GDP năm 2021 giảm 4.8% so với năm 2019, tỉ lệ thất nghiệp có thể lên đến 9,7%.

Theo Bộ Tài chính New Zealand, GDP theo năm kết thúc tháng 6 như sau: năm 2021 (6/2020-6/2021) đạt 1,5%, năm 2022 đạt 2,6%, năm 2023 đạt 3,7%, năm 2024 đạt 3,8%, năm 2025 đạt 3,2%.

NEW ZEALAND DỰ ĐỊNH MỞ CỬA DU LỊCH VỚI AUSTRALIA QUÝ 1 NĂM 2021

Thủ tướng Jacinda Ardern cho biết chính phủ New Zealand đã đồng ý về nguyên tắc kế hoạch thiết lập khu vực đi lại tự do “travel bubble” xuyên biển Tasman nhằm tạo điều kiện phát triển du lịch giữa New Zealand và Australia trong vòng 3 tháng đầu năm 2021. Theo Bà Jacinda, để thiết lập khu vực đi lại tự do này cần có sự nhất trí của chính phủ Australia cũng như không có thay đổi lớn về tình hình Covid-19 ở hai nước.

Quan chức hai nước đang tiếp tục thảo luận để chuẩn bị mở cửa du lịch. Một trong các tiêu chí mở cửa là không bên nào có ca nhiễm trong cộng đồng trong vòng 28 ngày. Hai nước cũng cần xác định kế hoạch rõ ràng trong trường hợp xuất hiện ca nhiễm cộng đồng cũng như xây dựng đủ chỗ ở cho người dân hồi hương trong trường hợp đóng cửa lại biên giới. Việc mở cửa đi lại giữa hai bên được Bộ trưởng Y tế Australia Greg Hunt cho là có lợi cho cả hai bên và rằng chính phủ Australia chắc chắn sẽ phê duyệt thỏa thuận này.

Từ tháng 10 năm 2020, người dân New Zealand đã được phép du lịch đến Australia mà không phải cách ly ở một số bang. Tuy nhiên, khi trở về New Zealand họ vẫn phải chịu cách ly trong 14 ngày.

New Zealand cũng đã đạt được thỏa thuận mở cửa đi lại với Đảo Cooks trong quý 1 năm 2021.

LƯƠNG TỐI THIỂU TĂNG LÊN 20NZD/GIỜ TỪ THÁNG 4 NĂM 2021

Chính phủ New Zealand xác nhận sẽ tăng lương tối thiểu từ mức 18.9NZD lên 20NZD/giờ kể từ tháng 4 năm 2021, hoàn thành cam kết tăng lương tối thiểu từ mức 15.75NZD/giờ lên mức 20NZD/giờ khi tranh cử vào năm 2017. Mức lương tối thiểu này được cho là sẽ tác động tới 175.000 người lao động (khoảng 6,4% trong số 2,7 triệu lao động).

Động thái này của Chính phủ bị một số đảng đối lập phản đối, đảng ACT coi đây là “hành động phá hoại kinh tế” còn đảng Dân tộc coi việc nâng lương tối thiểu là làm khó doanh nghiệp. Đảng Dân tộc kêu gọi Chính phủ giảm chi phí cho doanh nghiệp và tạo điều kiện để doanh nghiệp tạo công ăn việc làm, thay vì gây khó khăn khiến doanh nghiệp khó trả lương cho người lao động.

CHIẾN LƯỢC PHÁT TRIỂN NGÀNH SẢN XUẤT THỊT ĐỎ NEW ZEALAND

Theo đánh giá của Công ty Thịt bò và Thịt cừu New Zealand, giá cả thịt bò và thịt cừu trên thế giới đang ở mức cao, triển vọng tăng trưởng đối với người nông dân, các công ty chuyên chế biến thịt và toàn ngành là rất tốt. Tuy nhiên, với việc chính phủ New Zealand cũng như nhiều nước trên thế giới tăng cường các biện pháp bảo vệ môi trường, thắt chặt quy định, vấn đề biến đổi khí hậu, các đột phá về mặt công nghệ (ví dụ như sản xuất thịt bò từ thực vật), thay đổi thói quen tiêu dùng, ngành sản xuất thịt bò và cừu New Zealand tỏ ra ngày càng lo ngại đối với tương lai của ngành.

Để đảm bảo tương lai, các doanh nghiệp sản xuất thịt đỏ đã phối hợp với các cơ quan chính phủ liên quan đề ra 7 chiến lược phát triển quan trọng. Thương vụ Việt Nam tại New Zealand xin giới thiệu tóm tắt nhằm cung cấp thông tin tham khảo cho các doanh nghiệp và cơ quan quản lý Việt Nam.

i) xuất khẩu văn hóa ẩm thực New Zealand: tìm cách xây dựng, xuất khẩu văn hóa ẩm thực New Zealand, từ đó quảng bá, tạo vị thế cho thực phẩm của New Zealand trên toàn cầu; thúc đẩy việc mở cửa các nhà hàng New Zealand trên toàn cầu; nâng tầm ẩm thực New Zealand lên thành di sản văn hóa thế giới;

ii) tăng cường chế biến sản phẩm phụ: tận dụng tối đa các bộ phận của động vật như da, lông, máu, tế bào v.v., tạo ra các cách thức sử dụng mới đối với các sản phẩm phụ, ví dụ chế tạo dược phẩm, qua đó gia tăng lợi nhuận, tăng khả năng cạnh tranh;

iii) thay đổi nhận thức về tính bền vững (sustainability): tìm cách lái định hướng thảo luận trên toàn cầu về tính bền vững nhằm công nhận các thực hành tốt trong chăn nuôi bò và cừu là có tính bền vững; giảm thiểu khí thải nhà kính, bảo vệ đất đai và đa dạng sinh học, bảo vệ sức khỏe động vật v.v.;

iv) thúc đẩy tính minh bạch trong sản xuất: tận dụng công nghệ mới, ví dụ blockchain, để nâng cao toàn diện về tính minh bạch và khả năng truy xuất, tăng cường tín nhiệm của người tiêu dùng và trách nhiệm của người sản xuất, giảm chi phí, gia tăng giá trị sản phẩm và lợi nhuận;

v) xây dựng các yếu tố nhận diện chất lượng sản phẩm mới: tìm cách thể hiện chất lượng sản phẩm thông qua một số yếu tố nhận diện mới (ví dụ, thịt có đường vân mỡ được coi là thịt ngon. Thịt của con bò được nghe nhạc, mát-xa được coi là mềm và ngon hơn), xây dựng tiêu chuẩn, quy chuẩn đánh giá các yếu tố này v.v.

vi) định hướng thảo luận về sức khỏe: tìm cách định hướng thảo luận trên toàn cầu nhằm đảo ngược quan điểm cho rằng thịt đỏ có hại cho sức khỏe; tăng cường nghiên cứu nhằm xác định các lợi ích với sức khỏe con người của thịt đỏ; tăng cường tiếp thị, quảng bá các đặc tính này v.v.

vii) xây dựng hệ thống hợp tác, đổi mới: tăng cường giao lưu, hợp tác giữa nhà nông, nhà sản xuất, nhà nước, nhà khoa học; xây dựng các đội nhóm đa ngành, đa lĩnh vực nhằm tìm kiếm các biện pháp đổi mới, sáng tạo, đóng góp cho tương lai toàn ngành.

KÉM LINH HOẠT LÀ ĐIỂM YẾU CỦA NGÀNH SẢN XUẤT THỰC PHẨM NZ

Covid-19 đã mang lại nhiều thách thức đối với ngành sản xuất thực phẩm của New Zealand. Theo khảo sát của Viện nghiên cứu kinh tế New Zealand, người nông dân và các doanh nghiệp sản xuất thực phẩm cho biết họ gặp nhiều khó khăn do chi phí gia tăng trong khi giá bán sản phẩm do họ sản xuất lại giảm. Các doanh nghiệp này cũng tỏ ra bị quan hơn so với doanh nghiệp thuộc các lĩnh vực khác. Điều này được cho là do người nông dân và các doanh nghiệp ngành này thiếu tính linh hoạt: người nông dân không thể sản xuất hay ngừng sản xuất một cách nhanh chóng. Khi Covid-19 xảy ra, các nhà hàng phải đóng cửa, người nông dân sản xuất thừa thực phẩm dẫn đến việc phải giảm giá bán.

QUỸ ASIA NEW ZEALAND CA NGỌI VIỆT NAM LÀ CON RỒNG GIẤU MÌNH

Quỹ ASIA New Zealand mới đây xuất bản báo cáo nghiên cứu có tựa đề “Việt Nam và New Zealand cùng tiến lên!” mang tới cho các doanh nghiệp New Zealand thông điệp là trên cơ sở quan hệ song phương lâu dài và nồng ấm, đã đến thời điểm doanh nghiệp New Zealand khám phá Việt Nam. Đồng thời, Quỹ cũng phối hợp với Trường Kinh doanh Canterbury tổ chức hội thảo trực tuyến: “Con rồng giấu mình: Cái nhìn của doanh nghiệp New Zealand về Việt Nam”. Hội thảo mô tả Việt Nam là nền kinh tế phát triển nhanh, người lao động có khả năng và năng động; Việt Nam là nền kinh tế có sự kết nối hàng đầu trong khu vực với nhiều hiệp định thương mại tự do; Việt Nam là mắt xích quan trọng trong các chuỗi cung ứng và sản xuất trên thế giới. Hội thảo đưa ra nhiều lời khuyên cho các nhà xuất khẩu New Zealand khai thác thị trường Việt Nam.

LUẬT PHÚC LỢI ĐỘNG VẬT - BỊ PHẠT 40.000 NZD VÌ BÊ GẤY ĐUÔI BÒ

Theo thông báo của Bộ Các ngành cơ bản New Zealand, ông Lane Rodney, một nông dân nuôi bò sữa ở Taranaki, New Zealand đã bị tòa án tuyên phạt 40.000 NZD và chịu sự giám sát đặc biệt của Bộ Các ngành cơ bản (MPI) trong thời gian 2 năm do bê gậy đuôi của 136 con bò và cắt đuôi của 26 con khác, căn cứ quy định của Luật Phúc lợi Động vật.

Trong thời gian giám sát 2 năm, trang trại của ông Rodney sẽ bị chuyên gia do MPI chỉ định kiểm tra 6 tháng một lần; mọi chi phí kiểm tra do ông Rodney gánh chịu.

Luật Phúc lợi Động vật 1999 quy định chủ sở hữu động vật và những người chăm sóc động vật phải đảm bảo các nhu cầu về thể chất, sức khỏe và hành vi của động vật được đáp ứng, phù hợp với thông lệ và kiến thức khoa học.

TÌNH HÌNH HỘI NHẬP KINH TẾ CỦA NEW ZEALAND

New Zealand đang tích cực thực hiện đàm phán Hiệp định thương mại tự do (FTA) với các đối tác sau:

- Hiệp định FTA UK-NZ: New Zealand và Vương quốc Anh chính thức khởi động đàm phán FTA giữa hai bên vào tháng 6 năm 2020. Vòng đàm phán đầu tiên đã diễn ra trực tuyến vào ngày 13-

14 tháng 7 năm 2020 với 19 lĩnh vực. Vòng thứ 2 diễn ra từ ngày 19 tháng 10 – 2 tháng 11. Hai bên bắt đầu thảo luận 35 đề xuất lời văn và 25 tài liệu tham khảo (non-papers) giải thích lời văn. Mục tiêu của New Zealand là đàm phán một FTA chất lượng cao, toàn diện và bao quát (inclusive) trong các lĩnh vực gồm: thương mại hàng hóa, thương mại dịch vụ và đầu tư, các vấn đề lồng ghép (cross-cutting) và các vấn đề pháp lý.

- Hiệp định FTA EU-NZ: Đàm phán FTA NZ-EU đã diễn ra được 9 phiên. Phiên thứ 9 diễn ra theo hình thức trực tuyến từ ngày 23 tháng 11 – 1 tháng 12 năm 2020. Tại vòng 9, đàm phán đạt nhiều tiến triển, hai bên kết thúc hoặc cơ bản kết thúc đàm phán 3 chương gồm Doanh nghiệp vừa và nhỏ, Di chuyển vốn, Giải quyết tranh chấp. Hai bên còn nhiều khác biệt quan điểm về Chỉ dẫn địa lý (GI).

- Đàm phán Hiệp định RCEP: 15 nước thành viên RCEP (trừ Ấn Độ) đã ký Hiệp định RCEP theo hình thức trực tuyến vào ngày 15 tháng 11, kết thúc 8 năm đàm phán hiệp định.

TÌNH HÌNH XUẤT NHẬP KHẨU CỦA NEW ZEALAND

Theo số liệu của Cục Thống kê New Zealand, trong 11 tháng đầu năm 2020, thương mại hàng hóa hai chiều của nước này đạt 106,25 tỉ NZD, giảm 6,5% so với cùng kỳ năm 2019.

Xuất khẩu trong 11 tháng đạt 54,56 tỉ NZD, tăng 0,3% với cùng kỳ năm 2019, giảm nhiều so với mức tăng 14,2% trong 8 tháng đầu năm. Các mặt hàng có kim ngạch xuất khẩu tăng trong tháng 11 gồm: máy bay và phụ tùng, tăng 89 triệu NZD; thiết bị thở, tăng 70 triệu NZD (133%); chế phẩm thực phẩm, tăng 65 triệu NZD (40%); động vật sống, tăng 59 triệu NZD. Các mặt hàng có kim ngạch xuất khẩu giảm gồm: thịt và nội tạng, giảm 73 triệu NZD (11%); dầu thô, giảm 33 triệu NZD (76%); máy móc, thiết bị cơ khí, giảm 28 triệu (18%).

Xuất khẩu nông sản của New Zealand có xu hướng tăng sang các nước Đông Á ít bị ảnh hưởng bởi Covid-19 trong khi sụt giảm ở các nước phương tây. Khoảng 60% xuất khẩu lương thực của New Zealand tập trung vào các thị trường châu Á. Các loại nông sản xuất khẩu mạnh sang châu Á trong năm gồm trái cây (giá xuất khẩu trái kiwi tăng tới mức giá kỉ lục năm ngoái), sữa, thịt, gỗ.

Với việc nền kinh tế Trung Quốc phục hồi tăng trưởng trong năm 2020 trong khi hầu hết các nước trên thế giới tăng trưởng âm, nhu cầu nhập khẩu sản phẩm nông nghiệp từ New Zealand dự báo sẽ tiếp tục gia tăng. Tuy nhiên, xuất khẩu của New Zealand hiện quá tập trung vào Trung Quốc, thị trường xuất khẩu lớn nhất của New Zealand kể từ năm 2017, gây ra lo ngại về khả năng gián đoạn xuất khẩu khi Trung Quốc thay đổi chính sách. Các sản phẩm xuất khẩu của New Zealand được cho là gặp nhiều rủi ro nhất ở thị trường Trung Quốc là du lịch, hải sản, trái kiwi, giáo dục.

Các thị trường xuất khẩu hàng đầu của New Zealand trong 11 tháng đầu năm là Trung Quốc (14,82 tỉ NZD), Australia (7,39 tỉ), Hoa Kỳ (6,08 tỉ), Nhật Bản (3,32 tỉ), Hàn Quốc (1,56 tỉ).

Nhập khẩu 11 tháng đầu năm đạt 51,68 tỉ NZD, giảm 12,8% so cùng kỳ năm 2019. Nhập khẩu trong tháng 11 đạt 5 tỉ NZD, giảm 1,1 tỉ NZD (17%) so với tháng 11 năm 2019. Các mặt hàng có kim ngạch nhập khẩu tăng trong tháng 11 gồm: máy móc, thiết bị điện, tăng 44 triệu NZD (7,9%);

phế liệu và phế thải thực phẩm, tăng 24 triệu NZD (22%). Các mặt hàng có kim ngạch nhập khẩu giảm gồm: xăng dầu, giảm 279 triệu NZD (47%); máy móc, thiết bị cơ khí, giảm 237 triệu NZD (26%); xe cộ, phụ tùng, giảm 121 triệu NZD (17%); máy bay và phụ tùng, giảm 115 triệu NZD (70%).

New Zealand nhập khẩu nhiều nhất từ các thị trường: Trung Quốc (11,54 tỉ NZD), Australia (6,25 tỉ), Hoa Kỳ (5,01 tỉ), Nhật Bản (2,95 tỉ), Hàn Quốc (2,67 tỉ), Đức (2,46 tỉ). Về phía ASEAN, các đối tác xuất khẩu nhiều nhất vào New Zealand là Thái Lan (2 tỉ NZD), Malaysia (1,45 tỉ), Singapore (1,44 tỉ), Indonesia (921 triệu), Việt Nam (886 triệu).

Các mặt hàng xuất khẩu hàng đầu của New Zealand là bơ, sữa (14,7 tỉ NZD), thịt và nội tạng (7,37 tỉ), gỗ (4,08 tỉ), trái cây, hạt (3,86 tỉ), chế phẩm thực phẩm (2,27 tỉ), rượu vang (2,07 tỉ). Các mặt hàng nhập khẩu hàng đầu là máy móc, thiết bị cơ khí (7,41 tỉ), xe cộ (5,62 tỉ), máy móc, thiết bị điện tử (4,78 tỉ), xăng dầu (4,51 tỉ), hàng dệt, may (2,47 tỉ), nhựa và sản phẩm nhựa (2,01 tỉ), thiết bị y tế (1,85 tỉ), dược phẩm (1,41 tỉ), sắt, thép (1,39 tỉ).

THƯƠNG MẠI VIỆT NAM - NEW ZEALAND

Theo số liệu của Cục Thống kê New Zealand, kim ngạch hai chiều Việt Nam - New Zealand trong 11 tháng đầu năm đạt 1,64 tỉ NZD, giảm 2,9%, trong đó, kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam đạt 886,2 triệu NZD, giảm 9,8%, kim ngạch nhập khẩu từ New Zealand đạt 758,6 triệu NZD, tăng 6,6%. Việt Nam là đối tác thương mại lớn thứ 14 (đứng thứ 5 trong ASEAN) của New Zealand.

a) Việt Nam xuất khẩu sang New Zealand

Kể từ đầu năm tới nay, do ảnh hưởng của đại dịch Covid-19, New Zealand có xu hướng giảm nhập khẩu nói chung, các mặt hàng không thiết yếu nói riêng. Tính trong 11 tháng đầu năm, tổng nhập khẩu giảm 2 con số tới -12,8%. Trong bối cảnh chung, nhập khẩu từ Việt Nam trong kỳ cũng giảm, nhưng ở mức thấp hơn, -9,8%, đạt 886,2 triệu NZD, chiếm 1,7% thị phần.

Bảng 2: Việt Nam xuất khẩu sang New Zealand

DVT: 1.000 NZD

	Việt Nam xuất khẩu sang New Zealand					Tổng NK của NZ
	11T/19	11T/20	Tỉ trọng	Thị phần	Tăng/giảm	Tăng/giảm
Tổng	982448	886155	100.0%	1.7%	-9.8%	-12.8%
85 máy móc, thiết bị điện tử (điện thoại, màn hình, cầu dao, loa, đài, biến thế...)	429190	375837	42.4%	7.9%	-12.4%	-3.6%
64 giày, dép	87775	80567	9.1%	23.7%	-8.2%	-19.3%
50-63 hàng dệt, may	81715	70550	8.0%	2.9%	-13.7%	-6.3%

84 máy móc, thiết bị cơ khí (máy vi tính, máy in, tủ lạnh, máy giặt v.v.)	47217	54097	6.1%	0.7%	14.6%	-13.4%
94 đồ nội thất	59528	52511	5.9%	5.0%	-11.8%	-14.2%
080132 Hạt điều bóc vỏ	30,281	24,592	2.8%	95.4%	-18.8%	-19.0%
34 chế phẩm giặt, làm sạch	6549	22501	2.5%	5.5%	243.6%	21.0%
39 nhựa và sản phẩm nhựa	16487	19612	2.2%	1.0%	19.0%	-6.8%
90 thiết bị y tế	13430	18025	2.0%	1.0%	34.2%	0.3%
03 thủy sản	18494	14965	1.7%	8.9%	-19.1%	8.0%
42 đồ da	16551	10971	1.2%	5.4%	-33.7%	-35.2%
95 đồ chơi	9006	10224	1.2%	1.8%	13.5%	-8.7%
48 giấy, bìa	12773	10043	1.1%	1.1%	-21.4%	-9.6%
40 cao su và sản phẩm cao su	7171	9758	1.1%	1.6%	36.1%	-7.0%
25 canxi phosphat tự nhiên, không nghiền	19617	9331	1.1%	4.4%	-52.4%	-10.8%
1006 gạo	5,107	7,570	0.9%	8.3%	48.2%	17.0%
09 cà phê, trà	9056	7492	0.8%	4.2%	-17.3%	6.8%
82 thìa, đĩa kim loại	6532	7360	0.8%	3.2%	12.7%	-9.1%
16 chế phẩm thủy sản, thịt	9050	6931	0.8%	3.9%	-23.4%	6.1%
37 vật liệu ảnh	4971	6423	0.7%	16.6%	29.2%	1.1%

Nguồn: Cục Thống kê New Zealand

Bảng 2 ở trên cho thấy, 11/20 mặt hàng xuất khẩu lớn nhất của Việt Nam sang New Zealand trong 11 tháng đầu năm có kim ngạch giảm, 9 mặt hàng có kim ngạch tăng. Việc sụt giảm này phản ánh xu thế giảm nhập khẩu chung trong kỳ (tổng nhập khẩu 13/20 mặt hàng này giảm).

Trong số 11 mặt hàng có kim ngạch giảm, 8 mặt hàng giảm chủ yếu do tổng kim ngạch nhập khẩu từ thế giới giảm, gồm: máy móc, thiết bị điện tử; giày, dép; hàng dệt, may; đồ nội thất; hạt điều; đồ da; giấy, bìa; canxi photphat. Ba mặt hàng có kim ngạch giảm trong khi tổng nhập khẩu tăng là: thủy sản; cà phê, trà; chế phẩm thủy sản, thịt.

Trong số 9 mặt hàng có kim ngạch tăng, 5 mặt hàng tăng trong khi tổng nhập khẩu giảm gồm: máy móc, thiết bị cơ khí; nhựa; cao su; đồ chơi; thìa, đĩa kim loại. Có 4 sản phẩm tăng theo tổng nhập khẩu là chế phẩm làm sạch; thiết bị y tế; gạo; vật liệu ảnh.

Xét về tỉ trọng, các mặt hàng xuất khẩu hàng đầu của Việt Nam vào New Zealand gồm: máy móc, thiết bị điện tử (42,4%), giày, dép (9,1%), hàng dệt, may (8%), máy móc, thiết bị cơ khí (6,1%), đồ nội thất (5,9%), hạt điều bóc vỏ (2,8%), chế phẩm làm sạch (2,5%), nhựa (2,2%), thiết bị y tế (2%).

Về thị phần, các mặt hàng lớn nhất gồm: hạt điều (95,4%), giày, dép (23,7%), vật liệu ảnh (16,6%), thủy sản (8,9%), gạo (8,3%), máy móc, thiết bị điện tử (7,9%), chế phẩm làm sạch (5,5%), đồ da (5,4%), đồ nội thất (5%), canxi photphat (4,4%).

Các mặt hàng có tốc độ tăng trưởng cao gồm: chế phẩm giặt, làm sạch (tăng 243,6%), gạo (48,2%), cao su (36,1%), thiết bị y tế (34,2%), vật liệu ảnh (29,2%), nhựa và sản phẩm nhựa (19%).

b) Việt Nam nhập khẩu từ New Zealand

Kim ngạch xuất khẩu của New Zealand sang Việt Nam trong 11 tháng đầu năm 2020 đạt 758,6 triệu NZD, tăng 6,6%.

DVT: 1.000 NZD

Bảng 3: Việt Nam nhập khẩu từ New Zealand

	11T/19	11T/20	Tỉ trọng	Tăng/giảm
Tổng	711324	758623	100.0%	6.6%
04 bơ, sữa	376442	373748	49.3%	-0.7%
08 trái cây, hạt	99820	126776	16.7%	27.0%
44 gỗ và sản phẩm gỗ	82085	88445	11.7%	7.7%
21 các chế phẩm ăn được	31787	53473	7.0%	68.2%
03 thủy sản	18377	29933	3.9%	62.9%
72-73 sắt, thép	23303	13523	1.8%	-42.0%
48 giấy và bìa các tông	9909	11123	1.5%	12.3%
19 chế phẩm từ ngũ cốc, bột, tinh bột, sữa	12195	7090	0.9%	-41.9%
41 da sống và da thuộc	9285	6862	0.9%	-26.1%
35 các chất chứa albumin; các dạng tinh bột biến tính; keo hồ; enzym	3542	5343	0.7%	50.8%

Nguồn: Cục Thống kê New Zealand

Xét về tỉ trọng, các mặt hàng Việt Nam nhập khẩu hàng đầu từ New Zealand gồm: các sản phẩm bơ sữa (49,3%), trái cây, hạt (16,7%), gỗ và sản phẩm gỗ (11,7%), các chế phẩm ăn được (7%), thủy sản (3,9%).

Xét theo tốc độ tăng trưởng, các mặt hàng có tốc độ tăng trưởng cao gồm: các chế phẩm ăn được (68,2%), thủy sản (62,9%), các chất chứa albumin (50,8%), trái cây (27%).

CHÍNH SÁCH VÀ QUY ĐỊNH

HỆ THỐNG CÁC CƠ QUAN VÀ CƠ CHẾ CẤP C/O CỦA NEW ZEALAND

1. Cơ quan, tổ chức có thẩm quyền cấp C/O

Các văn bản pháp luật điều chỉnh nội dung về cơ quan, tổ chức có thẩm quyền cấp C/O, cơ chế cấp C/O tại New Zealand bao gồm: Luật Hải quan và Thuế tiêu thụ đặc biệt 2018 (Customs and Excise Act 2018) và Quy định về Hải quan và Thuế tiêu thụ đặc biệt 1996 (Customs and Excise Regulations 1996), ban hành trên cơ sở Luật Hải quan và Thuế tiêu thụ đặc biệt 1996. Luật Hải quan và Thuế tiêu thụ đặc biệt 1996 đã được thay thế bởi Luật Hải quan và Thuế tiêu thụ đặc biệt 2018. Tuy nhiên Quy định về Hải quan và Thuế tiêu thụ đặc biệt 1996 vẫn có hiệu lực và có thể được sửa đổi hay bãi bỏ

một phần khi cần thiết, theo quy định tại Điều 27, Phần 1, Phụ lục của Luật Hải quan và Thuế tiêu thụ đặc biệt 2018.

Về cơ quan, tổ chức có thẩm quyền cấp C/O, điều 435, [Luật Hải quan và Thuế tiêu thụ đặc biệt 2018](#) quy định Người đứng đầu Cơ quan Hải quan có thể chỉ định tổ chức có thẩm quyền cấp C/O ưu đãi đối với hàng hóa xuất khẩu sang một nước thành viên trong hiệp định FTA của New Zealand với Trung Quốc (NZCFTA) và với ASEAN và Australia (AANZFTA) nếu xét thấy tổ chức đó có đủ năng lực và đáp ứng các tiêu chí theo quy định.

Theo thông báo trên website của Cơ quan Hải quan New Zealand, các tổ chức được cấp C/O ưu đãi cho hàng hóa xuất khẩu sang các nước thành viên AANZFTA gồm: Phòng Thương mại Auckland, Phòng Thương mại Canterbury, Công ty Dịch vụ Thẩm định Độc lập, Công ty Các phòng Thương mại New Zealand, Hiệp hội các nhà Sản xuất và Xuất khẩu New Zealand, Phòng Thương mại Otago, Công ty SGS New Zealand, Phòng Thương mại Tauranga, Phòng Thương mại Wellington.

Các tổ chức được cấp C/O cho hàng hóa xuất khẩu sang Trung Quốc gồm: Phòng Thương mại Auckland, Phòng Thương mại Canterbury, Công ty Dịch vụ Thẩm định Độc lập, Công ty Các phòng Thương mại New Zealand, Hiệp hội các nhà Sản xuất và Xuất khẩu New Zealand, Phòng Thương mại Otago, Phòng Thương mại Tauranga, Phòng Thương mại Wellington.

Theo thông tin trên website của Tổ chức Hải quan Thế giới, New Zealand [không có quy định pháp luật](#) về cấp giấy chứng nhận xuất xứ đối với hàng hóa không được hưởng ưu đãi thuế. Tuy vậy, các Phòng Thương mại New Zealand vẫn có dịch vụ cấp C/O không ưu đãi cho các doanh nghiệp có nhu cầu.

Đối với các FTA khác, [Quy định về Hải quan và Thuế tiêu thụ đặc biệt 1996](#) nội luật hóa cam kết trong các FTA, theo đó cho phép nhà nhập khẩu, xuất khẩu hoặc sản xuất tự chứng nhận/tự khai xuất xứ (chi tiết tại mục 2).

2. Cơ chế chứng nhận xuất xứ hàng hóa tại New Zealand

New Zealand hiện áp dụng 2 cơ chế chứng nhận xuất xứ hàng hóa gồm: giấy chứng nhận của bên thứ ba và tự chứng nhận xuất xứ.

Giấy chứng nhận xuất xứ của bên thứ ba: Như đề cập ở phần 1, cơ chế cấp giấy chứng nhận xuất xứ là yêu cầu bắt buộc đối với 2 FTA là NZCFTA và AANZFTA. Giấy chứng nhận xuất xứ được cấp dưới hình thức giấy hoặc điện tử.

Tự chứng nhận xuất xứ: Theo quy định tại Phần 6 của Quy định về Hải quan và Thuế tiêu thụ đặc biệt 1996, [cơ chế tự chứng nhận/tự khai xuất xứ](#) được áp dụng theo cam kết trong các FTA của New Zealand như sau:

- Australia: Nhà xuất khẩu được tự khai xuất xứ (declaration). Tờ khai xuất xứ có thể dưới dạng điện tử.
- Các nước thành viên CPTPP: Nhà xuất khẩu hoặc sản xuất tự cung cấp bằng chứng xuất xứ.
- Hồng Kông: Nhà sản xuất, cung cấp, xuất khẩu hoặc người có thẩm quyền tự khai xuất xứ.
- Hàn Quốc: Nhà xuất khẩu hoặc sản xuất tự khai xuất xứ.

- Malaysia: Nhà xuất khẩu hoặc sản xuất tự khai xuất xứ.
- Singapore: Nhà nhập khẩu, xuất khẩu, sản xuất hoặc người đại diện có thẩm quyền tự khai xuất xứ.
- Thái Lan: Nhà xuất khẩu hoặc sản xuất tự khai xuất xứ.
- Các nước P4 (Brunei, Chile, Singapore, New Zealand): Nhà xuất khẩu hoặc sản xuất tự khai xuất xứ hoặc nộp giấy chứng nhận xuất xứ.
- Đài Loan: Nhà xuất khẩu tự khai xuất xứ.

CƠ HỘI GIAO THƯƠNG

CÔNG TY FERT LOGISTICS LIMITED

Công ty Fert Logistics Limited chuyên phân phối các sản phẩm phân bón tại New Zealand đang tìm kiếm nhà cung cấp phân bón Triple Super Phosphate từ Việt Nam.

Doanh nghiệp Việt Nam quan tâm đến thị trường New Zealand có thể liên hệ theo địa chỉ:

CÔNG TY FERT LOGISTICS LIMITED

Mr. Jordan Lock

Email: jordan@fertlog.co.nz - Website: <http://fertlog.co.nz/>

CÔNG TY EDMUND HILLARY BRANDS LIMITED

Công ty Edmund Hillary Brands Limited tìm kiếm các nhà máy tại Việt Nam có khả năng cung cấp các sản phẩm quần áo sử dụng cho các hoạt động ngoài trời chất lượng cao như áo khoác chống nước, áo khoác chất liệu cốt-tông, áo khoác nhồi lông, áo t-shirt cốt-tông, mũ chơi bóng chày v.v.

Các doanh nghiệp Việt Nam sản xuất các mặt hàng trên có thể liên hệ để tiếp thị sản phẩm theo địa chỉ:

CÔNG TY EDMUND HILLARY BRANDS LIMITED

Mrs. Clare Hall-Taylor, Marketing Director

Email: clare@edmundhillary.com - Website: <http://www.edmundhillary.com>

THƯƠNG VỤ VIỆT NAM TẠI NEW ZEALAND

ĐT/Fax: + 64 4 8033 775

Email: nz@moit.gov.vn

Địa chỉ: Level 2, 90- 92 Dixon Street, Te Aro

Hòm thư: PO Box 11095, Manners Street, Wellington 6142