VIETNAM export

Bản tin xuất nhập khẩu

Thị trường Anh

Bản quyền thuộc ecomviet

LỜI MỞ ĐẦU

Trung tâm Phát triển thương mại điện tử (Ecomviet) xin trân trọng giới thiệu Bản tin xuất nhập khẩu – Thị trường Anh, Bản tin giúp bạn đọc có cái nhìn tổng quan về tình hình xuất khẩu của các ngành hàng chủ lực của Việt Nam cũng như phân tích sâu về thị trường Anh và giới thiệu những quy định, lưu ý dành cho các doanh nghiệp Việt Nam khi xuất khẩu hàng hóa sang thị trường này.

Năm 2020, tổng kim ngạch xuất nhập khẩu giữa hai nước đạt 5,64 tỷ USD, trong đó Việt Nam xuất khẩu sang Anh 4,95 tỷ USD, đạt thặng dư thương mại là 4,27 tỷ USD. Anh tiếp tục là đối tác thương mại lớn thứ 3 của Việt Nam tại châu Âu, sau Đức và Hà Lan.

Sau khi Hiệp định UKVFTA được chính thức ký kết vào ngày 29/12/2020 tại Anh, Việt Nam và Vương quốc Anh đã hoàn tất thủ tục trong nước cho phép áp dụng tạm thời Hiệp định này kể từ 1/1/2021 và có hiệu lực chính thức từ 1/5/2021. Sau gần 1 năm có hiệu lực, xuất khẩu hàng hóa Việt Nam sang thị trường Anh từ đầu năm 2021 đến nay tăng trưởng hơn 20% nhờ cú hích Hiệp định Thương mại tự do Việt Nam - Vương quốc Anh (UKVFTA) đi vào thực thi. Cụ thể, thống kê trong 10 tháng năm 2021, thương mại 2 chiều giữa Việt Nam và Vương quốc Anh đạt 5,5 tỷ USD, trị giá xuất nhập khẩu đều tăng 2 chữ số. Đáng chú ý, xuất khẩu hàng hóa Việt Nam sang Anh xuất siêu khá lớn, với kim ngạch xuất khẩu 10 tháng của năm 2021 đạt 4,7 tỷ USD, tăng 15% so với cùng kỳ năm trước, bất chấp tác động của đại dịch Covid-19.

Theo nhận định của Bộ Công Thương, các FTA thế hệ mới, trong đó UKVFTA đã, đang và sẽ tiếp tục tạo điều kiện để hàng hóa của Việt Nam thâm nhập vào các thị trường đối tác với thuế quan ưu đãi hơn cùng với những cam kết về tạo thuận lợi giảm thiểu các rào cản. Hiệp định thương mại tự do giữa Việt Nam và Anh mang lại cơ hội tiếp cận và mở rộng thị trường cho doanh nghiệp hai nước, đồng thời thúc đẩy quan hệ thương mại toàn diện, lâu dài và ổn định giữa hai bên. Các doanh nghiệp xuất khẩu cần tận dụng lợi thế của Việt Nam, là một trong số các quốc gia sớm ký thỏa thuận thương mại tự do với Anh, để tiếp cận và mở rộng thị trường sang nước này, đặc biệt cần nắm bắt cơ hội khi Anh đang tìm kiếm các nhà cung cấp ngoài Liên minh châu Âu (EU) sau khi nước này rời khối, gây nên những đứt gãy trong chuỗi cung ứng.

Về thị trường Anh, dư địa tăng trưởng cho sản phẩm Việt Nam còn rất lớn vì tất cả các sản phẩm xuất khẩu của Việt Nam hiện đang chiếm được không quá 1% thị phần trong tổng kim ngạch nhập khẩu hàng hóa mỗi năm gần 700 tỷ USD (2019) của Anh.

Phần I:
XUẤT NHẬP KHẨU CỦA ANH

1. Tình hình xuất nhập khẩu của Anh

TÌNH HÌNH XUẤT NHẬP KHẨU CỦA ANH NĂM 2020

Đơn vị: tỷ USD

	Xuất khẩu	Nhập khẩu	Tổng kim ngạch	Thặng dư
Tháng 1	37,02	54,18	91,2	-17,15
Tháng 2	35,47	50,46	85,93	-15
Tháng 3	35,23	51,09	86,32	-15,86
Tháng 4	29,32	36,49	65,81	-7,17
Tháng 5	26,58	35,94	62,53	-9,36
Tháng 6	30,48	47,99	78,46	-17,51
Tháng 7	31,98	51,44	83,42	-19,47
Tháng 8	30,25	53,15	83,41	-22,9
Tháng 9	33,53	64,35	97,89	-30,82
Tháng 10	37,18	63,74	100,92	-26,56
Tháng 11	37,45	63,87	101,32	-26,42
Tháng 12	37,43	59,15	96,58	-21,71
Cả năm	401,92	631,86	1.033,78	-229,94

Nguồn: Tính toán theo số liệu của Trung tâm Thương mại Quốc tế

XU HƯỚNG XUẤT NHẬP KHẨU CỦA ANH 5 NĂM QUA

Đơn vị: tỷ USD

	2016	2017	2018	2019	2020
Xuất khẩu	411,46	441,85	490,84	468,32	395,69
Nhập khẩu	636,37	640,91	671,69	692,49	634,17
Tổng kim ngạch	1.047,83	1.082,76	1.162,53	1.160,82	1.029,87
Thặng dư	-224,9	-199,06	-180,85	-224,17	-238,48
Tăng trưởng xuất khẩu (%)		7,38	11,09	-4,59	-15,51
Tăng trưởng nhập khẩu (%)		0,71	4,8	3,1	-8,42

Nguồn: Tính toán theo số liệu của Trung tâm Thương mại Quốc tế

2. Đối tác xuất nhập khẩu của Anh

MỘT SỐ ĐỐI TÁC XUẤT KHẨU VÀO ANH NĂM 2020

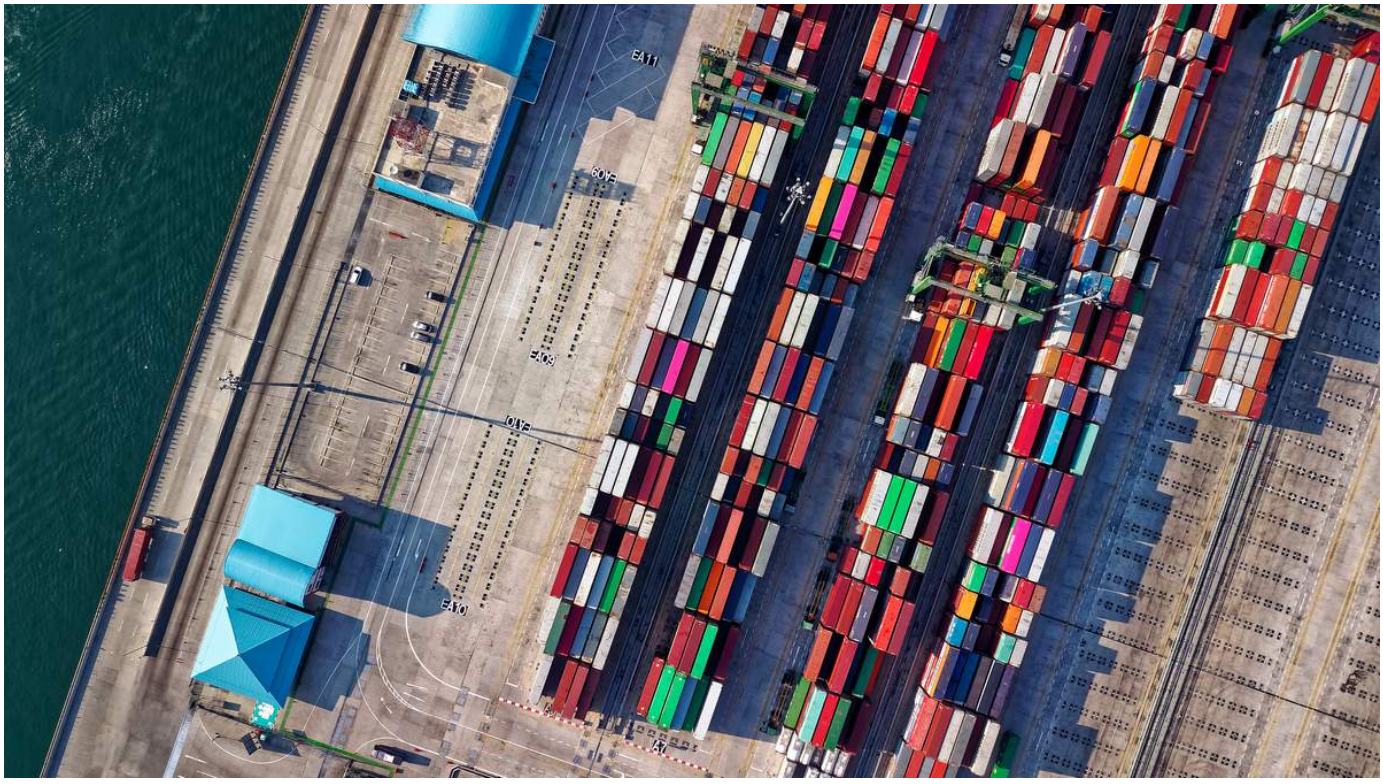
STT	Đối tác xuất khẩu vào Anh	Giá trị (tỷ USD)	Thị phần (%)
1	Trung Quốc	75,48	11,9
2	Đức	74,4	11,73
3	Hoa Kỳ	58,22	9,18
4	Hà Lan	46,24	7,29
5	Pháp	30,1	4,75
6	Bỉ	28,81	4,54
7	Nga	24,5	3,86
8	Ý	23,7	3,74
9	Tây Ban Nha	18,57	2,93
10	Ai-len	17,38	2,74

Nguồn: Tính toán theo số liệu của Trung tâm Thương mại Quốc tế

MỘT SỐ ĐỐI TÁC NHẬP KHẨU TỪ ANH NĂM 2020

STT	Nước nhập khẩu từ Anh	Giá trị (tỷ USD)	Thị phần (%)
1	Hoa Kỳ	55,61	14,05
2	Đức	41,63	10,52
3	Ai-len	27,82	7,03
4	Hà Lan	25,32	6,4
5	Pháp	23,87	6,03
6	Trung Quốc	18,51	4,68
7	Thụy Sỹ	18,35	4,64
8	Bỉ	13,65	3,45
9	Tây Ban Nha	11,14	2,81
10	Ý	11,03	2,79

Nguồn: Tính toán theo số liệu của Trung tâm Thương mại Quốc tế



3. Các mặt hàng nhập khẩu chủ yếu

CÁC MẶT HÀNG NHẬP KHẨU CHỦ YẾU NĂM 2020

Mã HS	Mô tả hàng hóa	Kim ngạch năm 2020 (tỷ USD)	Tăng trưởng so với năm 2019 (%)
710813	Vàng, kể cả vàng mạ bạch kim, ở dạng bán thành phẩm, cho các mục đích phi tiền tệ	88,04	24,49
270900	Dầu mỏ và các loại dầu thu được từ các khoáng bitum, ở dạng thô	15,62	-36,32
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 hoóc môn hoặc thành phần kháng viêm sử dụng như hoóc môn, nhưng không chứa kháng sinh, thuốc chứa alkaloit hoặc các dẫn xuất của chúng nhưng không chứa hoóc môn hoặc kháng sinh và thuốc chứa tiền vitamin, vitamin hoặc các dẫn chất sử dụng như vitamin)	12,38	4,85
999999	Hàng hóa chưa được ghi ở nơi khác	10,64	-17,98
851712	Điện thoại dùng cho mạng di động tế bào hoặc mạng không dây khác	10,16	-4,27
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)	9,15	21,19
271019	Dầu trung và các chế phẩm từ dầu mỏ hoặc khoáng bitum, không chứa dầu diesel sinh học, chưa được ghi ở nơi khác	8,44	-48,82

CÁC MẶT HÀNG NHẬP KHẨU CHỦ YẾU NĂM 2020

Mã HS	Mô tả hàng hóa	Kim ngạch năm 2020 (tỷ USD)	Tăng trưởng so với năm 2019 (%)
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 wagons) và xe đua có động cơ đốt trong kiểu piston đốt cháy bằng tia lửa điện với dung tích xi lanh trên 1.000 cm3 nhưng không quá 1.500 cm3 (không gồm các phương tiện chở người trên tuyết và các loại phương tiện được thiết kế đặc biệt thuộc phân nhóm 8703.10)	7,63	-26,04
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 cho mạng di động tế bào hoặc các thiết bị không dây)	7,47	-2,57
841191	Bộ phận của tua bin phản lực hoặc tua bin cánh quạt	6,08	-36,02
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 wagons) và xe đua có động cơ đốt trong kiểu piston đốt cháy bằng tia lửa điện với dung tích xi lanh trên 1.500 cm^3 nhưng không quá 3.000 cm^3 (không gồm xe vận chuyển người trên tuyết và xe được thiết kế đặc biệt thuộc phân nhóm 8703.10)	6,07	-36,43
841112	Tua bin phản lực có lực đẩy trên 25 kN	6	-33,69

CÁC MẶT HÀNG NHẬP KHẨU CHỦ YẾU NĂM 2020

Mã HS	Mô tả hàng hóa	Kim ngạch năm 2020 (tỷ USD)	Tăng trưởng so với năm 2019 (%)
870332	Ô tô và các loại xe khác có động cơ được thiết kế chủ yếu để chở người, kể cả ô tô chở người có khoang hành lý chung (station wagons) và ô tô đua, sử dụng động cơ động cơ đốt trong kiểu piston cháy do nén (diesel hoặc bán diesel), dung tích xi lanh trên 1.500 cm^3 nhưng không quá 2.500 cm^3	5,33	-46,53
630790	Các mặt hàng đã hoàn thiện từ vật liệu dệt, kể cả mẫu cắt may, chưa được ghi ở nơi khác	5,15	1.127,28
870421	Xe có động cơ dùng để chở hàng, có động cơ đốt trong kiểu piston đốt cháy bằng sức nén (động cơ diesel hoặc bán diesel), khối lượng toàn bộ theo thiết kế không quá 5 tấn (không gồm xe tự đổ sử dụng trên các loại đường không phải đường quốc lộ thuộc phân nhóm 8704.10 hoặc xe chuyên dùng có động cơ thuộc nhóm 87.05)	4,39	-27,28

Nguồn: Tính toán theo số liệu của Trung tâm Thương mại Quốc tế

CÁC MẶT HÀNG NHẬP KHẨU CHỦ YẾU 9 THÁNG ĐẦU NĂM 2021

Mã HS	Mô tả hàng hóa	Kim ngạch 9 tháng đầu năm 2021 (tỷ USD)	Tăng trưởng so với 9 tháng đầu năm 2020 (%)
710813	Vàng, kể cả vàng mạ bạch kim, ở dạng bán thành phẩm, cho các mục đích phi tiền tệ	42,34	-34,12
270900	Dầu mỏ và các loại dầu thu được từ các khoáng bitum, ở dạng thô	16,28	35,46
271121	Khí tự nhiên dạng khí	8,75	331,1
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 hoóc môn hoặc thành phần kháng viêm sử dụng như hoóc môn, nhưng không chứa kháng sinh, thuốc chứa alkaloit hoặc các dẫn xuất của chúng nhưng không chứa hoóc môn hoặc kháng sinh và thuốc chứa tiền vitamin, vitamin hoặc các dẫn chất sử dụng như vitamin)	9,13	0,9
271019	Dầu trung và các chế phẩm từ dầu mỏ hoặc khoáng bitum, không chứa dầu diesel sinh học, chưa được ghi ở nơi khác	7,78	37,95
851712	Điện thoại dùng cho mạng di động tế bào hoặc mạng không dây khác	7,14	4,47
999999	Hàng hóa chưa được ghi ở nơi khác	8,57	17,46

CÁC MẶT HÀNG NHẬP KHẨU CHỦ YẾU 9 THÁNG ĐẦU NĂM 2021

Mã HS	Mô tả hàng hóa	Kim ngạch 9 tháng đầu năm 2021 (tỷ USD)	Tăng trưởng so với 9 tháng đầu năm 2020 (%)
841112	Tua bin phản lực có lực đẩy trên 25 kN	5,76	23,37
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)	7,29	17,37
870380	Ô tô và các loại xe khác có động cơ được thiết kế chủ yếu để chở dưới 10 người, gồm xe chở người có khoang hành lý chung (station wagons) và xe đua chỉ sử dụng động cơ điện để tạo động lực (không gồm xe đi trên tuyết và các loại xe khác được thiết kế đặc biệt thuộc phân nhóm 8703.10)	5,06	80,71
870421	Xe có động cơ dùng để chở hàng, có động cơ đốt trong kiểu piston đốt cháy bằng sức nén (động cơ diesel hoặc bán diesel), khối lượng toàn bộ theo thiết kế không quá 5 tấn (không gồm xe tự đổ sử dụng trên các loại đường không phải đường quốc lộ thuộc phân nhóm 8704.10 hoặc xe chuyên dùng có động cơ thuộc nhóm 87.05)	5	63,18
271600	Năng lượng điện	2,69	246,09

CÁC MẶT HÀNG NHẬP KHẨU CHỦ YẾU 9 THÁNG ĐẦU NĂM 2021

Mã HS	Mô tả hàng hóa	Kim ngạch 9 tháng đầu năm 2021 (tỷ USD)	Tăng trưởng so với 9 tháng đầu năm 2020 (%)
382200	Chất thử chẩn đoán bệnh hoặc chất thử thí nghiệm có lớp bồi, chất thử chẩn đoán hoặc chất thử thí nghiệm được điều chế có hoặc không có lớp bồi, và các mẫu chuẩn được chứng nhận (không bao gồm hợp chất thử chẩn đoán bệnh được chỉ định dùng cho bệnh nhân, thuốc thử nhóm máu, máu động vật đã điều chế dùng cho chữa bệnh, phòng bệnh hoặc chẩn đoán bệnh và vắc xin, độc tố, vi sinh nuôi cấy và các sản phẩm tương tự)	6,74	314,34
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 wagons) và xe đua có động cơ đốt trong kiểu piston đốt cháy bằng tia lửa điện với dung tích xi lanh trên 1.500 cm3 nhưng không quá 3.000 cm3 (không gồm xe vận chuyển người trên tuyết và xe được thiết kế đặc biệt thuộc phân nhóm 8703.10)	4,35	10,58
300215	Các sản phẩm miễn dịch, đóng gói theo liều lượng hoặc làm thành dạng nhất định hoặc đóng gói để bán lẻ	3,02	17,54

Nguồn: Tính toán theo số liệu của Trung tâm Thương mại Quốc tế

Phần II:
TRAO ĐỔI THƯƠNG MẠI VỚI VIỆT NAM

1. Xuất nhập khẩu giữa Việt Nam và Anh

XUẤT NHẬP KHẨU GIỮA ANH VÀ VIỆT NAM 9 THÁNG ĐẦU NĂM 2021

	Xuất khẩu sang Việt Nam (triệu USD)	Nhập khẩu từ Việt Nam (triệu USD)	Tổng kim ngạch (triệu USD)	Thặng dư (triệu USD)	Tăng trưởng XK (%)	Tăng trưởng NK (%)
Tháng 1	90,81	592,88	683,69	-502,07		
Tháng 2	55,65	368,05	423,69	-312,4	-38,72	-37,92
Tháng 3	58,33	542,99	601,32	-484,66	4,82	47,53
Tháng 4	94,72	459,59	554,3	-364,87	62,4	-15,36
Tháng 5	72,75	519,4	592,15	-446,66	-23,2	13,02
Tháng 6	91,99	523,91	615,9	-431,92	26,45	0,87
Tháng 7	58,67	574,49	633,15	-515,82	-36,23	9,65
Tháng 8	61,89	521,36	583,25	-459,47	5,5	-9,25
Tháng 9	49,19	726,82	776,01	-677,63	-20,52	39,41

XU HƯỚNG XUẤT NHẬP KHẨU GIỮA ANH VÀ VIỆT NAM TRONG VÒNG 5 NĂM QUA

Đơn vị: tỷ USD

	Q3/2017	Q3/2018	Q3/2019	Q3/2020	Q3/2021
Xuất khẩu sang Việt Nam	0,17	0,18	0,21	0,18	0,17
Nhập khẩu từ Việt Nam	1,92	1,8	1,5	1,42	1,82
Tổng kim ngạch	2,1	1,98	1,72	1,6	1,99
Thặng dư	-1,75	-1,62	-1,29	-1,23	-1,65
Tăng trưởng xuất khẩu (%)		4,23	17,41	-13,85	-6,96
Tăng trưởng nhập khẩu (%)		-6,26	-16,5	-5,93	28,75

Nguồn: Tính toán theo số liệu của Trung tâm Thương mại Quốc tế

MỘT SỐ MẶT HÀNG XUẤT KHẨU SANG THỊ TRƯỜNG ANH THÁNG 10/2021

MÔ TẢ HÀNG HÓA	KIM NGẠCH THÁNG 10/2021 (TRIỆU USD)	TĂNG TRƯỞNG SO VỚI THÁNG 9/2021 (%)	% TRONG TỔNG KIM NGẠCH XUẤT KHẨU SANG ANH
Hàng dệt may	45,43	19,62	10,48
Máy móc thiết bị, dụng cụ phụ tùng khác	45,26	-8,24	10,44
Máy vi tính, sản phẩm điện tử và linh kiện	16,86	-46,13	3,89
Gỗ và sản phẩm gỗ	16,29	47,54	3,76
Giày dép các loại	31,81	78,64	7,34
Điện thoại các loại và linh kiện	110,42	-25,51	25,48
Phương tiện vận tải và phụ tùng	7,58	88,17	1,75
Hàng thủy sản	32,98	35,4	7,61
Sản phẩm từ chất dẻo	9,5	7,95	2,19
Đồ chơi, dụng cụ thể thao và bộ phận	6,6	-42,68	1,52

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

2. Tình hình xuất khẩu một số mặt hàng sang thị trường Anh và dự báo trong thời gian tới

Theo Vụ Thị trường châu Âu - châu Mỹ (Bộ Công Thương), tuy bị nhiều ảnh hưởng tiêu cực của đại dịch COVID-19 nhưng tổng kim ngạch xuất nhập khẩu giữa Việt Nam và Vương quốc Anh vẫn đạt 5,6 tỷ USD trong năm 2020. Quan trọng hơn, Việt Nam luôn giữ vững mức thặng dư thương mại lớn tại thị trường này.

Hiện nay, dư địa hợp tác trong lĩnh vực thương mại giữa hai nước còn rất lớn, khi giá trị hàng hóa Việt Nam xuất khẩu sang Anh chỉ chiếm khoảng 0,88% tổng nhập khẩu của thị trường Anh. Cùng với đó, giá trị hàng hóa nhập khẩu của Việt Nam mới chiếm 0,17% giá trị hàng hóa Vương quốc Anh xuất khẩu ra thế giới. Với đặc thù hàng hóa không cạnh tranh trực tiếp mà mang tính bổ sung cho nhau, đây sẽ là điều kiện thuận lợi để doanh nghiệp 2 nước khai thác hơn nữa lợi thế của UKVFTA.

Hiệp định UKVFTA có hiệu lực từ đầu năm 2021 đã giúp cho quan hệ thương mại song phương Việt Nam - Vương quốc Anh không bị đứt gãy trong bối cảnh Anh rời khỏi EU. Hiệp định đã trải qua gần 1 năm thực thi với nhiều kết quả tích cực trong bối cảnh COVID-19 phức tạp khi Anh cam kết xóa bỏ thuế nhập khẩu từ Việt Nam đối với khoảng 85,6% số dòng thuế. Sau 7 năm, Anh sẽ xóa bỏ thuế nhập khẩu đối với 99,2% số dòng thuế. Đối với số ít mặt hàng còn lại, Anh cam kết dành cho Việt Nam hạn ngạch thuế quan với thuế nhập khẩu trong hạn ngạch là 0% Theo đó, các ngành hàng xuất khẩu được hưởng lợi lớn từ UKVFTA là: thủy hải sản, gạo, dệt may, gỗ, rau quả, da giày… với mức thuế quan giảm dần về 0%.

Trong 10 tháng năm 2021, thương mại 2 chiều giữa Việt Nam và Vương quốc Anh đạt 5,5 tỷ USD, trị giá xuất nhập khẩu (XNK) đều tăng 2 chữ số, trong đó đáng chú ý là xuất khẩu hàng hóa Việt Nam sang Anh xuất siêu khá lớn, với kim ngạch xuất khẩu 10 tháng của năm 2021 đạt 4,7 tỷ USD, tăng 15% so với cùng kỳ năm trước, trong khi nhập khẩu từ Anh đạt 706 triệu USD, tăng 25,3% so với cùng kỳ 2020.

2.1. Gỗ và sản phẩm gỗ

Mặt hàng gỗ và sản phẩm gỗ là một trong những mặt hàng xuất khẩu thế mạnh của Việt Nam. Theo số liệu thống kê của Tổng cục Hải quan, xuất khẩu gỗ và sản phẩm gỗ (G&SPG) của Việt Nam trong tháng 10/2021 đã tăng mạnh trở lại sau nhiều tháng gặp khó khăn do ảnh hưởng của dịch Covid-19, đạt trên 950 triệu USD, tăng 35,6% so với tháng trước đó; tuy nhiên vẫn giảm tới 25,73% so với tháng 10/2020. Như vậy, đây là tháng thứ ba liên tiếp xuất khẩu gỗ và sản phẩm gỗ của Việt Nam sụt giảm mạnh so với cùng kỳ năm ngoái.

10 tháng năm 2021, kim ngạch xuất khẩu G&SPG của nước ta đạt 12,085 tỷ USD, tăng 23,4% so với cùng kỳ năm ngoái – đứng thứ 6 về giá trị kim ngạch trong số các mặt hàng/nhóm mặt hàng xuất khẩu của Việt Nam trong 10 tháng năm 2021.

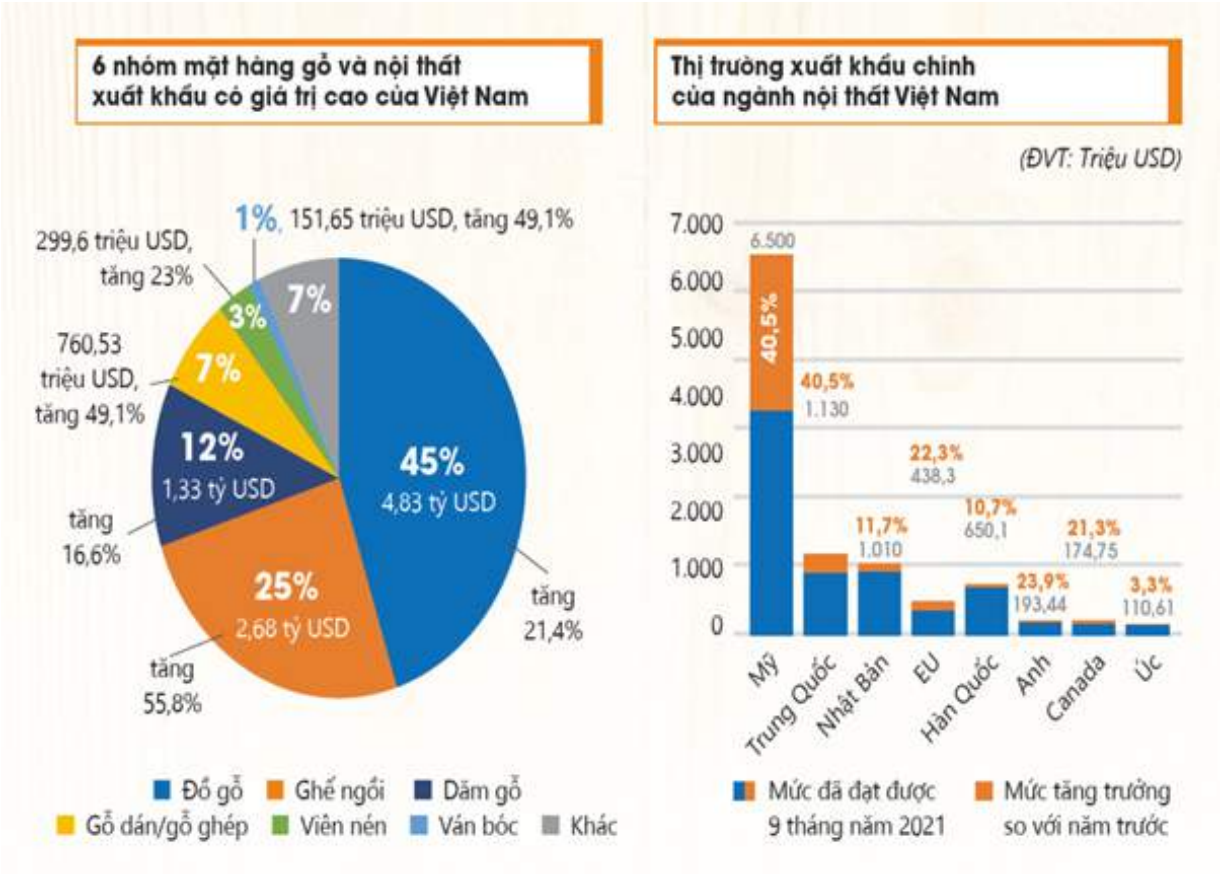
Theo Cục Xuất nhập khẩu trị giá xuất khẩu gỗ và sản phẩm gỗ của Việt Nam sẽ khả quan hơn trong hai tháng cuối năm 2021, khi tình hình dịch bệnh dần được kiểm soát và tình hình hoạt động sản xuất của các doanh nghiệp trở lại bình thường.

KIM NGẠCH XUẤT KHẨU G&SPG SANG MỘT SỐ THỊ TRƯỜNG

Thị trường	T10/2021 (triệu USD)	So với T9/2021 (%)	So với T10/2020 (%)	10T/2021 (triệu USD)	So với 10T/2020 (%)
Hoa Kỳ	516,046	47,79	-37	7.204,962	29,2
Nhật Bản	123,335	22,76	5.91	1.155,250	10,66
Trung Quốc	112,328	5	40,58	1.238,209	24,77
Hàn Quốc	67,858	37,93	-4,39	720,553	9,12
Vương quốc Anh	16,264	47,14	-40,55	215,530	14,44
Australia	13,563	37,69	-27,2	132,666	-1,66
Canada	11,892	23,73	-51,31	190,817	11,26
Malaysia	10,073	-10,64	14,27	95,806	62,4
Đức	9,824	60,85	-21,54	101,012	7,26
Thái Lan	8,505	99,69	87,94	51,997	32,74
Pháp	5,284	66,83	-47,51	90,692	4,27
Hà Lan	4,835	48,18	-17,05	74,847	31,36
Đài Loan	4,514	54,45	-34,49	60,785	2,38

NỘI THẤT GỖ

Động lực tăng trưởng của ngành gỗ tập trung vào nhóm đồ gỗ nội thất. Giá trị xuất khẩu nhóm hàng này chiếm 67,6% trong tổng giá trị xuất khẩu gỗ và sản phẩm gỗ 11 tháng năm 2021, đạt 8,2 tỷ USD, tăng 21,7% so với cùng kỳ năm 2020. Quy mô của thị trường đồ gỗ nội thất toàn cầu rất lớn và dự kiến sẽ tiếp tục tăng trong thời gian tới. Về thị trường xuất khẩu đồ gỗ nội thất phòng ngủ trong 10 tháng qua, kim ngạch tới thị trường Mỹ chiếm tỷ trọng lớn nhất, đạt 1,3 tỷ USD, tăng 20,2% so với cùng kỳ năm 2020. Tiếp theo là thị trường Nhật Bản đạt 66,9 triệu USD, giảm 20,6%; Anh đạt 43,5 triệu USD tăng 15,9%; Hàn Quốc đạt 38 triệu USD, giảm 11,6%...



Về cơ cấu mặt hàng, tủ bếp là mặt hàng xuất khẩu chính trong cơ cấu mặt hàng đồ nội thất nhà bếp xuất khẩu, đạt 510,4 triệu USD, tăng 39,9% so với cùng kỳ năm 2020. Mặt hàng tủ bếp xuất khẩu nhiều nhất tới thị trường Mỹ, với kim ngạch xuất khẩu đạt 458,5 triệu USD, tăng 45,2% so với cùng kỳ năm 2020. Tiếp theo là các thị trường như Nhật Bản, Anh, Chilê, EU, …

Xuất khẩu mặt hàng đồ nội thất phòng khách và phòng ăn trong tháng 10/2021 đạt 120 triệu USD, nâng trị giá xuất khẩu trong 10 tháng năm 2021 đạt 2,46 tỷ USD, tăng 13,3% so với cùng kỳ năm 2020.

Đồ nội thất phòng khách và phòng ăn xuất khẩu chủ yếu tới thị trường Mỹ, đạt 1,73 tỷ USD, tăng 31,3% so với cùng kỳ năm 2020. Tiếp theo là thị trường Nhật Bản đạt 97 triệu USD, giảm 4,7%; Anh đạt 82,6 triệu USD, tăng 24,1%; Canada đạt 68,5 triệu USD, tăng 32,7%; Pháp đạt 46,1 triệu USD, tăng 22,5% so với cùng kỳ năm 2020.

Viforest cho rằng, nhu cầu tiêu dùng tăng mạnh, trong đó đồ nội thất phòng khách và phòng ăn là mặt hàng mà nhu cầu tiêu thụ thường tăng mạnh trong những tháng cuối năm, đáp ứng cho thị trường xây dựng hoàn thiện và sửa sang, trang trí nhà cửa khi năm mới đang đến gần.

Mặt hàng	9 tháng 2021 (nghìn USD)	So với cùng kỳ 2020 (%)
Ghế gỗ	2.683.571	56,5
Nội thất phòng khách & phòng ăn	2.337.797	25,4
Nội thất phòng ngủ	1.569.923	14,5
Gỗ dán	1.393.025	48,5
Dăm gỗ	1.334.631	17,5
Tủ bếp	681.288	31,3
Nội thất văn phòng	3.442	22,9
Cửa gỗ	32.252	16,7
Sản phẩm gỗ thủ công mỹ nghệ	17.329	-7,6
Khung gương	3.332	30,5

Nguồn: Số liệu tổng hợp từ Bộ Công thương

Việt Nam là thị trường cung cấp lớn đồ nội thất bằng gỗ lớn thứ 3 cho Anh (sau Trung Quốc và Ba Lan) nhưng trị giá nhập khẩu từ Việt Nam chỉ chiếm 7,5% trong tổng trị giá nhập khẩu mặt hàng này của Anh. Khi Hiệp định Thương mại tự do Việt Nam-Anh (UKVFTA) đi vào thực thi, nhiều mặt hàng gỗ và sản phẩm từ gỗ có thuế suất về 0% trong vòng 5 năm (gỗ nguyên liệu hiện có thuế suất 2-10%).Theo đánh giá của Cục Xuất nhập khẩu (Bộ Công Thương), đồ gỗ là một trong các ngành hàng XK được hưởng lợi lớn từ Hiệp định UKVFTA. Do đó, vẫn còn nhiều dư địa để các doanh nghiệp ngành gỗ của Việt Nam khai thác.

Bên cạnh đó, nhờ giá cả có tính cạnh tranh cao, nguyên liệu tốt, chất lượng sản phẩm cao, gỗ cao su từ Việt Nam cũng là loại gỗ mà Anh hay cả EU đều không trồng được nhiều. Đây là những lợi thế của gỗ và sản phẩm gỗ Việt tại thị trường Anh.

8 tháng đầu năm 2021, đồ nội thất bằng gỗ là mặt hàng chính xuất khẩu tới thị trường Anh đạt 172,6 triệu USD, tăng 37,3% so với cùng kỳ năm 2020. Tỷ trọng xuất khẩu sang Anh chiếm 91,7% tổng kim ngạch xuất khẩu gỗ và sản phẩm gỗ.

Hầu hết các mặt hàng đồ nội thất bằng gỗ xuất khẩu tới thị trường Anh đều có kim ngạch tăng mạnh. Dẫn đầu là mặt hàng đồ nội thất phòng khách và phòng ăn đạt 78,3 triệu USD, tăng 40,7% so với cùng kỳ năm 2020. Tiếp theo là mặt hàng đồ nội thất phòng ngủ đạt 41,5 triệu USD, tăng 28,5%; Ghế khung gỗ đạt 29,8 triệu USD, tăng 31,9%...

Ngoài mặt hàng đồ nội thất bằng gỗ xuất khẩu tới thị trường Anh, trong 8 tháng đầu năm 2021 kim ngạch xuất khẩu gỗ, ván và ván sàn xuất khẩu tới Anh tăng rất mạnh đạt 4,1 triệu USD, tăng 68,3% so với cùng kỳ năm 2020. Tiếp theo là mặt hàng cửa gỗ đạt 4 triệu USD, tăng 15%; đồ gỗ mỹ nghệ đạt 402 nghìn USD, tăng 22,7%...

Nhu cầu nhập khẩu và tiêu thụ của Anh cũng rất lớn, theo đó cơ hội để đẩy mạnh xuất khẩu mặt hàng này sang Anh rất khả quan.

Theo nguồn mordorintelligence.com, dự báo thị trường đồ nội thất gia đình tại Anh đạt tốc độ tăng trưởng bình quân trên 3,2% trong giai đoạn năm 2021 - 2026. Anh là thị trường đồ nội thất lớn thứ hai ở châu Âu sau Đức. Anh nước tiêu thụ đồ nội thất gia đình thứ hai ở Tây Âu (WE) và là nhà nhập khẩu lớn thứ ba, chiếm khoảng 15% trị giá nhập khẩu của WE. Trong năm 2020, các hộ gia đình ở Anh đã mua đồ nội thất với trị giá khoảng 14,4 tỷ GBP.

Dữ liệu bán hàng tổng hợp BMBI mới nhất từ các công ty xây dựng của Anh cho thấy sự tăng giá liên tục trong suốt năm 2021, quý III/2021 ghi nhận doanh số bán hàng cao thứ 2 từ trước đến nay, chỉ giảm 2,4% so với đỉnh thị trường trong Quý II. So với cùng kỳ 2020, tổng giá trị bán hàng cao hơn 17,2%, trong đó sản phẩm gỗ và đồ gỗ dẫn đầu về mức tăng trưởng tới 43,9%. Tổng giá trị bán hàng của Anh vào tháng 9 năm 2021 cao hơn 24,5% so với cùng tháng hai năm trước, trong đó phần lớn sự tăng trưởng là nhờ vào gỗ và các sản phẩm đồ gỗ (+ 54,1%). Sản phẩm gỗ và ván ghép thanh đã tăng 38,7%, tốt nhất và tiếp tục vượt trội so với các ngành hàng khác. Các dự án xây dựng nhà ở và cơ sở hạ tầng đang tiếp tục thúc đẩy doanh số bán hàng, đặc biệt là doanh số bán đồ gỗ. Trung tâm Thương mại Quốc tế ITC đưa ra nhận định về tiềm năng xuất khẩu một số mặt hàng nội thất gỗ của Việt Nam còn khá lớn.

DƯ ĐỊA XUẤT KHẨU MỘT SỐ MẶT HÀNG NỘI THẤT GỖ VIỆT NAM – ANH QUỐC

Đơn vị: triệu USD

Mặt hàng	Tiềm năng xuất khẩu	Thực tế xuất khẩu	Tiềm năng chưa được khai thác
940161 Ghế khung gỗ nhồi đệm	$127.9	$16,3	$111,6
940169 Các loại ghế khung gỗ	$47,6	$24,8	$22,8
940350 Đồ nội thất gỗ phòng ngủ	$176,5	$61,9	$114,6
940360 Nội thất gỗ khác	$218,6	$170,3	$48,3

Nguồn: Trung tâm Thương mại Quốc tế

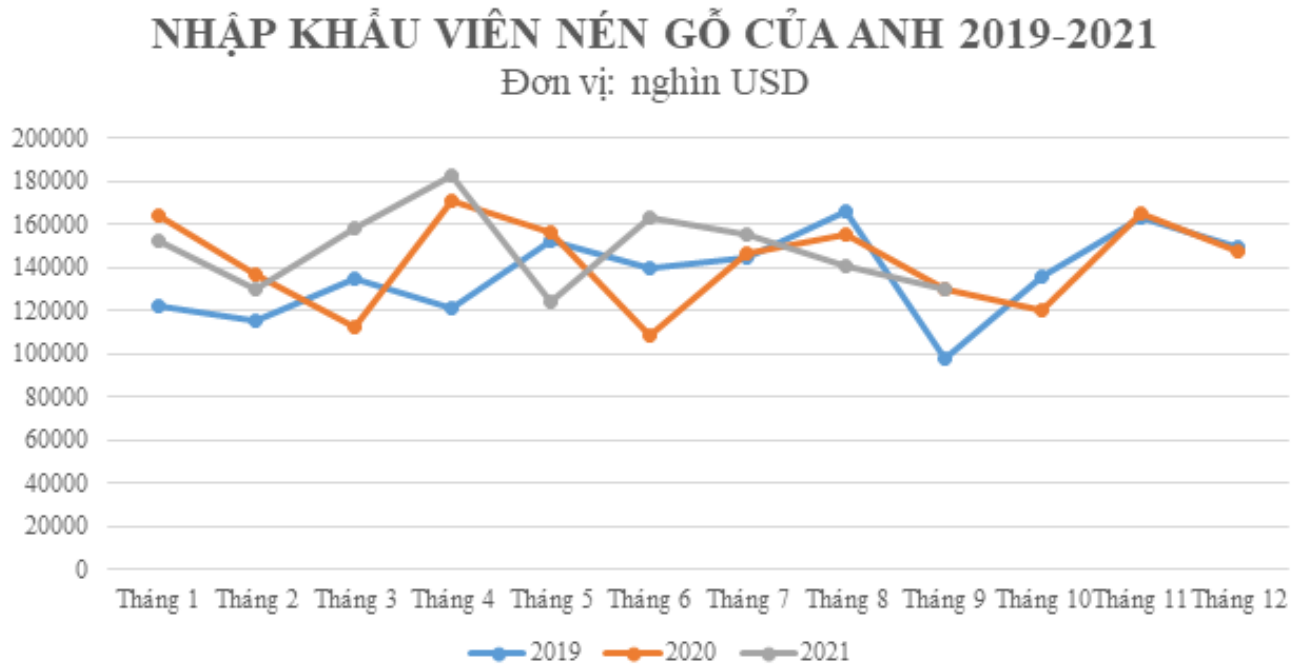
VIÊN NÉN GỖ

Viên nén gỗ đã trở thành mặt hàng xuất khẩu quan trọng của Việt Nam trong những năm gần đây. Thống kê từ Tổng cục Hải quan cho thấy, trong năm 2013 Việt Nam chỉ xuất khẩu của 175,5 tấn viên nén gỗ với giá trị gần 23 triệu USD, thì đến năm 2020 con số này đã đạt 3,2 triệu tấn, kim ngạch 351 triệu USD, tăng 18,2 lần về lượng và 15,3% lần về giá trị. Hiện Việt Nam trở thành quốc gia sản xuất viên nén gỗ lớn thứ hai trên thế giới, chỉ sau Hoa Kỳ. Nguồn đầu vào để làm viên nén gỗ bao gồm mùn cưa, dăm bào, cành cây và phần ngọn của gỗ rừng trồng có đường kính nhỏ. Ngoài ra, việc sản xuất viên nén gỗ không đòi hỏi vốn đầu tư lớn, công nghệ quản lý phức tạp, tạo cơ hội cho nhiều doanh nghiệp tham gia vào khâu sản xuất.

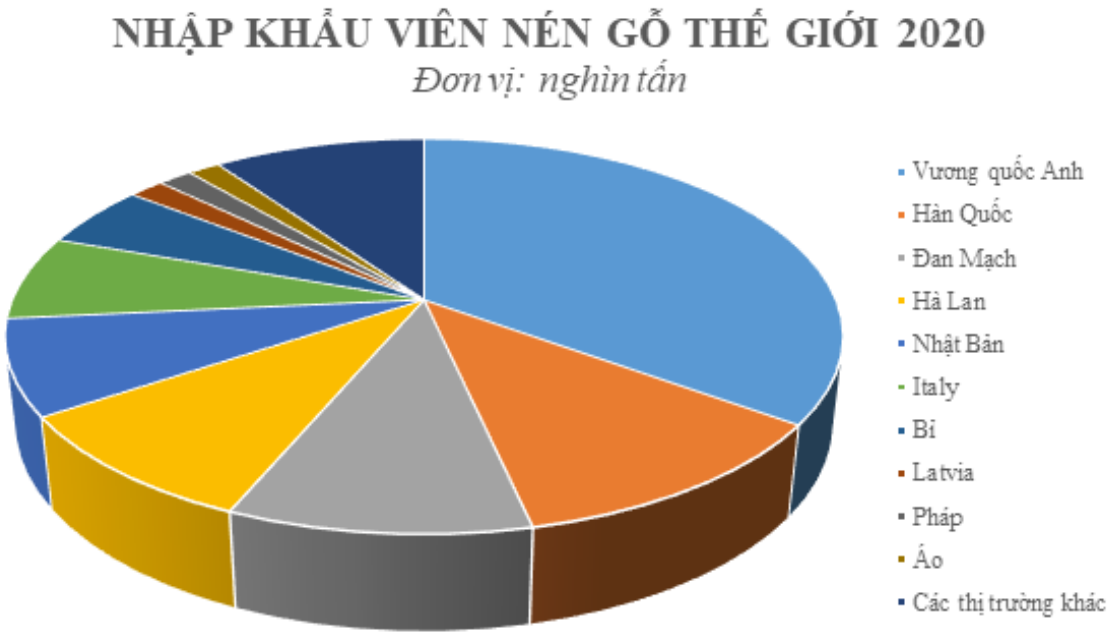
Theo VIFOREST, hiện nay xuất khẩu viên nén gỗ của Việt Nam chủ yếu vào hai thị trường Hàn Quốc và Nhật Bản với quy mô và giá xuất khẩu ở mức ổn định. Theo các nhà xuất khẩu trên thị trường Nhật Bản, sản lượng viên nén gỗ sang nước này dự kiến sẽ tăng gấp 3 lần vào năm 2024 và 2025.

Nếu năng lực sản xuất của Việt Nam được giữ ở mức hiện tại, cung cầu đối với các mặt hàng này sẽ cân bằng trong vòng 2-3 năm tới. Việt Nam đang ngày càng phát triển mặt hàng thế mạnh này ra nhiều thị trường lớn trên thế giới, tuy nhiên chưa tiếp cận được nhà nhập khẩu lớn nhất thế giới về viên nén gỗ là Vương quốc Anh. Theo số liệu tổng hợp từ ITC, viên nén gỗ Việt Nam đang tăng trước với tốc độ tốt, có khả năng cạnh tranh về giá xuất khẩu khi so sánh với thị trường Anh.

Việt Nam xuất khẩu ra thế giới			
Trị giá năm 2020 (nghìn USD)	Tăng trưởng giá trị hàng năm trong giai đoạn 2016-2020 (%/năm)	Tỷ trọng xuất khẩu trên thế giới (%)	Giá (USD/đơn vị)
351877	**32**	**7**	**179**
Anh nhập khẩu từ thế giới			
Trị giá năm 2020 (nghìn USD)	Tăng trưởng giá trị hàng năm trong giai đoạn 2016-2020 (%/năm)	Tỷ trọng nhập khẩu trên thế giới (%)	Giá (USD/đơn vị)
1725785	**10**	**38**	**190**



Trong 5 năm trở lại đây, Vương quốc Anh luôn là thị trường nhập khẩu lớn nhất thế giới cho các lô hàng viên nén gỗ, chiếm hơn 50% thương mại toàn cầu. Năm 2020, Vương quốc Anh đã nhập khẩu hơn chín triệu tấn sản phẩm. Trong quý 2 năm 2021, thị phần của nó đã giảm xuống còn 34%. Vào tháng 9 năm 2021, nhập khẩu viên gỗ của Vương quốc Anh đã giảm 5,5% so với cùng kỳ, đạt 653,3 nghìn tấn khi giá trung bình của viên gỗ đã tăng cao tới 8,9% lên mức $197,2/tấn. Thị trường nhập khẩu lớn nhất thế giới này đang cho thấy các dấu hiệu suy giảm, tuy nhiên vẫn là một thị trường tiềm năng đối với Việt Nam khi nguồn nguyên liệu đầu vào cho nhiệt điện tại nước này vẫn rất được chú trọng. Nhờ lợi thế Hiệp định UKVFTA có lợi ích lớn cho ngành xuất khẩu gỗ và sản phẩm gỗ nói chung, các doanh nghiệp Việt Nam có thể tập trung tiếp cận và thâm nhập thị trường.



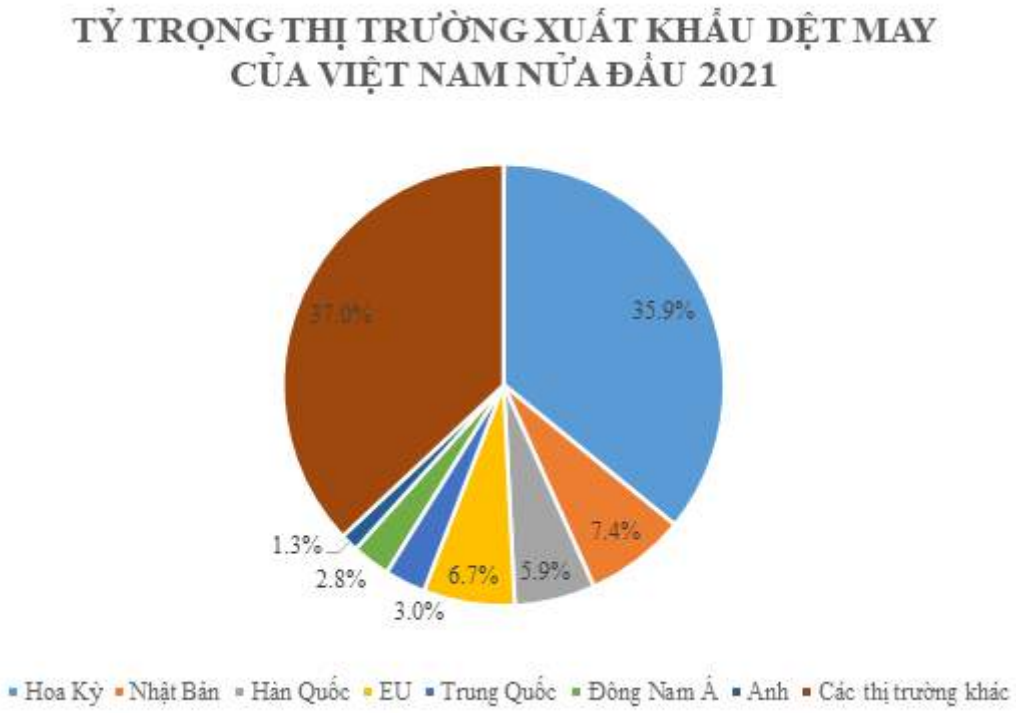
2.2. Dệt may

Theo số liệu của Hiệp hội dệt may Việt Nam (Vitas), kim ngạch xuất khẩu ngành dệt may trong 10 tháng 2021 của Việt Nam đạt khoảng 32 tỷ USD, tăng trưởng 10,8% so với cùng kỳ năm 2020. Ước tính cả năm, con số xuất khẩu dự kiến cả năm 2021 dệt may Việt Nam có thể đạt 37,92 tỷ USD, tăng trưởng 8,1% so với năm 2020.

Đặc biệt, xuất khẩu vải và xơ sợi đạt kim ngạch lớn nhất từ trước đến nay. Trong đó, xuất khẩu xơ sợi 10 tháng ước đạt gần 4,5 tỷ USD và dự kiến sẽ đạt khoảng 5,3 tỷ USD đến cuối năm 2021, tăng trưởng 42%. Xuất khẩu vải các loại ước đạt 2 tỷ USD và dự kiến đến cuối năm sẽ đạt 2,4 tỷ USD.

Ngành dệt may đang có dấu hiệu phục hồi tích cực sau những ảnh hưởng từ đợt dịch Covid-19 lần thứ tư, tuy nhiên cần chú trọng bắt kịp xu hướng tiêu dùng, tập trung vào các thị trường quan trọng như Mỹ, thị trường khối CPTPP và EVFTA. Một trong số đó là xu hướng phát triển thời trang bền vững khi các nhãn hàng, nhà nhập khẩu ngày càng chú trọng đến các nguyên liệu vừa mang tính thời trang, vừa thân thiện với môi trường.

Vương quốc Anh là một trong những đối tác quan trọng của ngành xuất khẩu dệt may Việt Nam. Trong số các nước xuất khẩu Đông Nam Á, Việt Nam là nước xuất khẩu lớn thứ hai vào Anh, chỉ sau Thái Lan.



Năm 2019, kim ngạch thương mại song phương giữa Việt Nam và UK đạt 6,7 tỷ USD, trong đó chỉ riêng xuất khẩu hàng may mặc đã đạt 734,83 triệu USD, chiếm tỷ trọng 10%. Trong năm 2020, ngành dệt may chịu ảnh hưởng của các hạn chế và lệnh đóng cửa biên do dịch Covid-19, đã chứng kiến xuất khẩu dệt may sang Anh giảm 31,01% xuống còn 506,96 triệu USD.

Sang năm 2021, với ưu thế hiệp định UKVFTA có hiệu lực, ngành xuất khẩu dệt may Việt Nam được kỳ vọng sẽ lấy lại vị thế trên thị trường này. Theo UKVFTA, các mặt hàng dệt may của Việt Nam được giảm thuế nhập khẩu về 0% (từ mức 12%) ngay khi Hiệp định có hiệu lực hoặc về 0% theo lộ trình B3, B5, B7 – tức sau 4, 6, 8 năm từ khi Hiệp định có hiệu lực. Các mặt hàng có mức thuế 0% ngay khi UKVFTA có hiệu lực tập trung vào mặt hàng nguyên liệu và hàng dệt may là đồ lót, áo choàng tắm, quần áo ngủ, đồ mặc trong nhà, đồ bơi, khăn tay, khăn choàng và cavat (trừ loại tơ tằm), găng tay, quần tất, quần áo trẻ em, áo blouse hoặc sơ mi dệt kim dành cho nữ hoặc trẻ em gái… (HS 50-60).

Bên cạnh đó, xét về xuất khẩu hàng may mặc, Việt Nam có một số lợi thế so với một đối thủ cạnh tranh mạnh là Bangladesh Khi mức phí sản xuất ở Việt Nam thấp hơn so với Bangladesh. Thứ hai, Việt Nam đứng ở vị trí thứ 70 trong danh sách 190 quốc gia dựa trên Chỉ số Dễ Kinh doanh với mức độ tuân thủ tốt hơn, các quy định về nhân quyền và thực hành bảo vệ môi trường. Bên cạnh đó, Việt Nam có lợi thế gần với Trung Quốc, nước cung cấp nguyên phụ liệu lớn cho ngành dệt may. Với lợi thế cạnh tranh khá tốt, dư địa xuất khẩu một số mặt hàng may mặc sang Anh của Việt Nam được ITC đánh giá còn rất lớn. Tại Anh, VN chỉ chiếm tỷ trọng ~2,5%, Anh nhập khẩu nhiều nhất từ Trung Quốc (tỷ trọng 21%) và Bangladesh (tỷ trọng 15%).

Giá trị xuất khẩu may mặc sang Anh chỉ chiếm gần 2% tổng giá trị xuất khẩu dệt may của Việt Nam. Nửa đầu năm 2021, giá trị này đạt 272 triệu USD, tăng 8% so với cùng kỳ năm ngoái. Dù chịu ảnh hưởng nặng nề của Covid-19 trong quý III/2021 khiến kim ngạch xuất khẩu giảm mạnh, xuất khẩu dệt may tháng 10 đã có dấu hiệu hồi phục, đạt 45,4 triệu USD, luỹ kế 10 tháng năm 2021 khá khả quan, đạt 469,5 triệu USD. Hai tháng cuối năm là thời gian các doanh nghiệp xuất khẩu đẩy mạnh trả các đơn hàng tồn, do đó kim ngạch cả năm 2021 nhiều khả năng phục hồi tốt so với 2020.

DƯ ĐỊA XUẤT KHẨU MỘT SỐ MẶT HÀNG MAY MẶC VIỆT NAM – ANH QUỐC

Mặt hàng	Tiềm năng xuất khẩu	Thực tế xuất khẩu	Tiềm năng chưa được khai thác	Tỷ lệ khai thác
610443 váy liền thân nữ, dệt kim hoặc móc	$38,9	$5,2	$33,6	13,4%
610462 quần dài và quần soóc nữ, dệt kim hoặc móc – sợi bông	$62,7	$7,5	$55,2	12%
610463 quần dài và quần soóc nữ hoặc trẻ em gái, dệt kim hoặc móc – sợi tổng hợp	$81,4	$15,5	$65,9	19%
610343 quần dài và quần soóc nam, dệt kim hoặc móc – sợi tổng hợp	$34,8 mn	$6,0 mn	$28.9 mn	17,2%
610910 Áo phông, áo ba lỗ (singlet) và các loại áo lót khác, dệt kim hoặc móc – sợi bông	$73,3	$18,9	$54,4	25,8%
610990 Áo phông, áo ba lỗ (singlet) và các loại áo lót khác, dệt kim hoặc móc – Từ các vật liệu dệt khác	$60,3	$18,0	$42,3	29,85%

DƯ ĐỊA XUẤT KHẨU MỘT SỐ MẶT HÀNG MAY MẶC VIỆT NAM – ANH QUỐC

Mặt hàng	Tiềm năng xuất khẩu	Thực tế xuất khẩu	Tiềm năng chưa được khai thác	Tỷ lệ khai thác
611020 Áo sơ mi và các loại tương tự bằng cotton, đan / móc	$114	$28,1	$86	24,65%
61103 Áo sơ mi và các loại tương tự bằng sợi nhân tạo, đan / móc	$129	$16,8	$112,2	13%
620193 Áo khoác gió nam & các loại tương tự bng sợi nhân tạo	$72,7	$19,5	$53,2	26,8%
620293 Áo khoác gió nữ & các loại tương tự bằng sợi nhân tạo	$54,3	$23,0	$31,3	42,35%
620343 Quần dài nam – sợi tổng hợp	$84,7	$27,2	$57,5	32,1%
620462 Quần dài nữ và quần sooc cotton	$44,7	$7,0	$37,7	15,7%
620520 Áo sơ mi nam cotton	$40,4	$30,8	$9,6	76,24%
620640 Áo cánh và áo sơ mi nữ - sợi nhân tạo	$40,8	$30,5	$10,3	74,75%
621010 Quần áo bằng nỉ / vải không dệt	$46,6	$1,5	$45,1	3,2%
621210 Brassieres	$51,0	$15,4	$35,6	30%

Nguồn: Trung tâm Thương mại Quốc tế

2.3. Thủy sản

Anh một trong 10 thị trường nhập khẩu thủy sản lớn nhất của Việt Nam, thị phần thủy sản xuất khẩu của ta tại thị trường này năm 2020 đạt hơn 4%. Hiệp định Thương mại tự do Việt Nam - Vương quốc Anh (UKVFTA) có hiệu lực vào đầu năm 2021 đã tạo ra động lực tăng trưởng mới cho sản phẩm thủy sản của Việt Nam. Những thuận lợi về thương mại, ưu đãi thuế quan mở ra nhiều cơ hội thúc đẩy xuất khẩu cho hàng loạt mặt hàng tỷ USD của Việt Nam vào thị trường Anh giàu tiềm năng. Hầu hết thuế nhập khẩu các mặt hàng tôm nguyên liệu (tươi, đông lạnh, ướp lạnh) của Việt Nam vào Anh được giảm từ mức thuế cơ bản 10 - 20% xuống 0% ngay khi Hiệp định UKVFTA có hiệu lực.

Theo thống kê của Tổng cục Hải quan, xuất khẩu hàng thủy sản của Việt Nam sang thị trường Anh trong 10 tháng đầu năm nay đạt 263,01 triệu USD, trong đó tính riêng tháng 10/2021 là 32,98 triệu USD.

CÁ ĐÔNG LẠNH

Vương quốc Anh là nước xuất khẩu ròng cá vào năm 1983 nhưng đã trở thành nước nhập khẩu ròng từ năm 1984. Điều này là do nhập khẩu tăng nhanh hơn xuất khẩu trong giai đoạn từ năm 1984 đến 2006. Kể từ đó, cả nhập khẩu và xuất khẩu vẫn tương đối ổn định, bất chấp biến động hàng năm. Năm 2020, Vương quốc Anh nhập khẩu 821.000 tấn cá và các sản phẩm liên quan (trị giá 3,2 tỷ bảng Anh), cao hơn gấp đôi so với năm 1983. Theo ước tính, năm loài bao gồm: cá tuyết, cá tuyết chấm đen, cá ngừ, cá hồi và tôm chiếm 60-80% tổng lượng thủy sản tiêu thụ ở Vương quốc Anh. Những loài này cũng chiếm một tỷ trọng đáng kể trong nhập khẩu thủy sản vào thị trường này.

Năm 2020, xét về lượng, cá ngừ là chủng loại được nhập khẩu nhiều nhất (105.600 tấn, 16% tổng lượng nhập khẩu), theo sau lần lượt là cá tuyết (97.400 tấn, 15%) và cá hồi (84.300 tấn, 13%). Xét về giá trị, tôm và tôm he là mặt hàng được nhập khẩu nhiều nhất (600 triệu bảng Anh, chiếm 19% tổng kim ngạch nhập khẩu), tiếp theo là cá tuyết (531 triệu bảng Anh, 17%) và cá hồi (524 triệu bảng Anh, 16%).

ĐỐI TÁC XUẤT NHẬP KHẨU HÀNG THỦY SẢN CỦA ANH NĂM 2020

Xuất khẩu		Nhập khẩu	
Đối tác	**Thị phần (%)**	**Đối tác**	**Thị phần (%)**
Pháp	30,7	Iceland	8,6
Hoa Kỳ	11,8	Trung Quốc	7,9
Tây Ban Nha	9,7	Việt Nam	7,8
Ireland	9	Thụy Điển	7,5
Hà Lan	6,3	Đan Mạch	6,6
Italy	5	Đức	6,4
Đức	3,2	Đảo Faroe	5,2
Trung Quốc	2,8	Na Uy	4,2
Ba Lan	2,7	Ecuador	3,5
Hàn Quốc	2,3	Ấn Độ	3

Nguồn: UNCTAD

Theo số liệu tính đến 8 tháng đầu năm 2021, giá trị xuất khẩu cá của Vương quốc Anh thấp hơn 2% so với cùng kỳ năm 2020, trong khi giá trị nhập khẩu giảm 5%. Đây là kết quả của việc thương mại với EU giảm mạnh. Xuất khẩu cá của Anh sang EU thấp hơn 7%, trong khi nhập khẩu cá từ EU thấp hơn 29%. Ngược lại, xuất khẩu cá sang các nước ngoài EU tăng 9% và nhập khẩu từ các nước ngoài EU tăng 7%.

KIM NGẠCH THƯƠNG MẠI HÀNG THỦY SẢN CỦA ANH 8 THÁNG ĐẦU NĂM 2020

Đơn vị: triệu bảng Anh

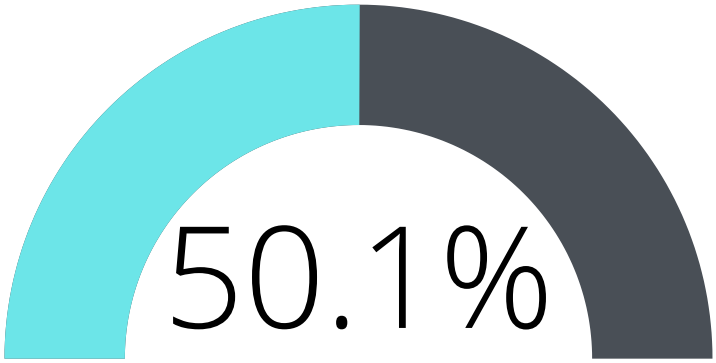
	Xuất khẩu			Nhập khẩu		
	EU	Ngoài EU	Tổng	EU	Ngoài EU	Tổng
Tháng 1-8/2020	742	294	1.036	727	1.397	2.124
Tháng 1-8/2021	691	320	1.012	520	1.494	2.013
Tăng trưởng (%)	-6,8	8,8	-2,4	-28,5	6,9	-5,2

Theo cập nhật mới nhất của Kantar, lĩnh vực cá ướp lạnh tại cửa hàng bán lẻ ở Anh "tiếp tục phát triển mạnh". Doanh số bán hàng đã tăng 3,3%, tương đương 15,3 triệu bảng Anh (20,6 triệu USD), trong khoảng thời gian 12 tuần kết thúc vào ngày 31/10/2021.

"Tuy nhiên, số lượng người mua đã giảm so với năm 2019, bù lại những người mua trả giá cao hơn ở mức 12,39 bảng vào năm 2021 so với 11,61 bảng vào năm 2019", Kantar lưu ý.

"Cùng với việc trả giá cao hơn, số người mua cũng đang quay trở lại món ăn này thường xuyên hơn, với số lượt truy cập tăng 4,6%. Đồ ăn vặt, giá trị gia tăng và hun khói đều chứng kiến mức tăng chi tiêu hai con số trong giai đoạn này." Họ cũng lưu ý rằng danh mục không thịt vẫn duy trì sự tăng trưởng mạnh mẽ, tăng 8,4% so với cùng kỳ năm trước; tuy nhiên, con số này đã giảm so với mức tăng trưởng hai con số của những tháng trước do số chuyến đi giảm nhẹ, mặc dù chỉ số này vẫn đang tăng trưởng.

"Động lực lớn nhất cho sự tăng trưởng là những người mua sắm mới mua loại này, vì tỷ lệ người Anh lấy mẫu không có thịt đã tăng từ 17,5% vào năm 2019 lên 21,2% vào năm 2021. Đó là hơn 600.000 hộ gia đình mới lấy mẫu loại này."



Theo ITC, giá trị xuất khẩu tiềm năng của mặt hàng cá ướp lạnh sang thị trường này có thể đạt 129,5 triệu USD vào năm 2026, trong khi xuất khẩu thực tế ước tính đạt 64,9 triệu USD. Như vậy, dư địa của mặt hàng tiềm năng này vẫn còn đến 50%.

TÔM

Hiệp hội Chế biến và Xuất khẩu Thủy sản Việt Nam (Vasep) khuyến nghị các doanh nghiệp Việt Nam nên tăng cường xuất khẩu tôm sang Vương quốc Anh vì xuất khẩu sang các thị trường khác đang có xu hướng chậm lại. Theo Vasep, nhu cầu tôm nước ấm của Vương quốc Anh sẽ tiếp tục tăng trong thời gian tới. Điều đó sẽ tạo ra nhiều cơ hội cho các doanh nghiệp Việt Nam có thế mạnh về sản xuất các sản phẩm tôm giá trị gia tăng, mở rộng thị phần. Vasep cho biết, xuất khẩu tôm của Việt Nam sang Anh đã có mức tăng trưởng đáng kể trong những tháng gần đây. Hiệp hội dẫn số liệu thống kê của Tổng cục Hải quan cho thấy, xuất khẩu tôm Việt Nam sang thị trường này đạt 17,3 triệu USD trong hai tháng đầu năm, tăng 38% so với cùng kỳ năm ngoái. Trong thời kỳ đó, Vương quốc Anh chiếm 4,6% tổng kim ngạch xuất khẩu tôm của Việt Nam và cũng vượt qua Đức để trở thành nhà nhập khẩu tôm lớn nhất của Việt Nam ở châu Âu. Xuất khẩu tôm sang Anh đạt được kết quả ấn tượng là do nhu cầu lớn hơn của thị trường đối với tôm nước ấm và giá tôm Việt Nam xuất khẩu cạnh tranh.

Baocongthuong.com.vn dẫn số liệu thống kê của Trung tâm Thương mại Quốc tế cho biết, giá tôm Việt Nam tại thị trường này vào khoảng 11,5 USD/kg, thấp hơn so với Canada, Thái Lan và Bangladesh - những nhà cung cấp tôm chính khác của Vương quốc Anh. Kim ngạch xuất khẩu tôm của Việt Nam dự kiến đạt 3,3 tỷ USD trong năm nay, tăng 12% so với cùng kỳ năm trước.

Kim ngạch xuất khẩu trong 10 tháng năm 2021 chỉ giảm nhẹ so với cùng kỳ năm ngoái là nhờ những kim ngạch xuất khẩu trong quý I - II năm nay tăng vọt. Thêm vào đó, các nhà nhập khẩu chỉ tăng lượng nhập khẩu tôm thẻ chân trắng hơn so với trước, các sản phẩm còn lại đều có dấu hiệu giảm trong tháng qua. Với diễn biến dịch bệnh COVID-19 tại khu vực Đồng bằng sông Cửu Long hiện nay, việc đạt mục tiêu xuất khẩu tôm trong năm 2021 từ 3,8 - 4 tỷ USD như đã đề ra là điều không dễ dàng. Tuy nhiên, các doanh nghiệp ngành chế biến, xuất khẩu tôm cũng nỗ lực hết sức, nắm bắt thời cơ thị trường, đặc biệt là nhu cầu tích trữ thực phẩm để đón Lễ Giáng sinh sắp tới của Mỹ và các nước châu Âu.

Cụ thể, theo Hiệp hội Chế biến và Xuất khẩu thủy sản Việt Nam khai thác thói quen tiêu dùng con tôm của các thị trường nhập khẩu để tăng cường sản xuất sản phẩm đáp ứng đúng nhu cầu. Đại diện Hiệp hội này cho biết, người tiêu dùng ở nhiều thị trường vẫn đang tiếp tục xu hướng ưa chuộng thực phẩm chế biến sâu, tích hợp nhiều tiện ích, thuận lợi trong việc chế biến món ăn nhanh nhất. Chế biến sâu lại là lợi thế cạnh tranh của ngành tôm Việt Nam, với nhiều nhà máy có hệ thống trang thiết bị hiện đại, đảm bảo các yêu cầu cao về an toàn thực phẩm và đội ngũ công nhân lành nghề.

Khi đi vào phân khúc sản phẩm tôm chế biến sâu, ngành tôm Việt Nam sẽ tránh được sự cạnh tranh đang ngày càng mạnh mẽ từ Ấn Độ và Ecuador, hai quốc gia vốn có thế mạnh về xuất khẩu tôm thô hoặc tôm sơ chế nhờ vào nguồn tôm nguyên liệu dồi dào và giá rẻ. Như vậy, nhu cầu của thị trường hiện nay cũng đã tạo điều kiện nhất định cho ngành tôm Việt Nam tiếp tục đẩy mạnh chế biến sâu, qua đó tiếp tục giữ được thị trường, thị phần của mình ở những thị trường quan trọng.

Theo các chuyên gia ngành tôm, nguồn tôm dự trữ trong kho ở nhiều thị trường quan trọng hiện không còn nhiều trong bối cảnh các dịp lễ hội lớn đang đến gần như Lễ Giáng sinh, đón năm mới 2022. Như vậy, nhu cầu nhập khẩu tôm ở các thị trường quan trọng sẽ tăng lên trong tháng cuối năm.

Với những yếu tố này, nguồn cung tôm trên phạm vi toàn cầu trong những tháng cuối năm dự báo giảm. Do đó, giá tôm sẽ tăng lên, nhất là với tôm cỡ lớn do thiếu hụt nhiều so với nhu cầu. Đây là cơ hội để ngành tôm Việt Nam cố gắng đạt được mục tiêu đề ra.

2.4. Nông sản

Anh là quốc gia có nền kinh tế lớn thứ 2 châu Âu, có chính sách thương mại tự do và nhu cầu nhập khẩu nông sản lớn, đây là thị trường có tính cạnh tranh rất cao với nguồn hàng nhập khẩu từ nhiều nước. Một số mặt hàng nông sản của Việt Nam đã hiện diện tại thị trường Anh, như rau quả, hạt điều, cà phê, hạt tiêu, bánh kẹo và các sản phẩm ngũ cốc, …

Đặc biệt khi Hiệp định UKVFTA có hiệu lực đầy đủ từ ngày 1/5/2021, nhiều nông phẩm Việt Nam nhập khẩu vào Anh được miễn thuế. Với 94% trong tổng số 547 dòng thuế các sản phẩm nông nghiệp được xóa bỏ khi UKVFTA có hiệu lực, nông sản Việt Nam đang đứng trước cơ hội lớn xuất khẩu vào thị trường Anh. Tuy nhiên, việc tiếp cận đối với thị trường này không hề dễ dàng bởi sự cạnh tranh và những yêu cầu cao về chất lượng nông phẩm.

Các doanh nghiệp nhập khẩu và người tiêu dùng Anh coi trọng giá trị hàng hóa theo triết lý không phải lúc nào giá rẻ nhất cũng là tối ưu nhất. Điều quan trọng là doanh nghiệp phải đảm bảo sản phẩm có chất lượng tốt đáp ứng yêu cầu thị trường; cung cấp dịch vụ khách hàng tốt và giao hàng đúng hạn; đồng thời đảm bảo tính minh bạch với khách hàng. Ngoài ra, các doanh nghiệp Anh cũng coi trọng các đối tác đề cao việc bảo vệ môi trường, tham gia hoạt động xã hội và có khả năng quản trị tốt.

Do đó, doanh nghiệp xuất khẩu nông sản Việt Nam muốn thiết lập quan hệ bạn hàng lâu dài sang Anh cần phải có chiến lược phù hợp, tăng cường tiếp cận các đối tác tiềm năng để tận dụng cơ hội xuất khẩu vào thị trường quan trọng này.

SỐ LIỆU XUẤT KHẨU CÁC MẶT HÀNG NÔNG SẢN VIỆT NAM SANG ANH THÁNG 10 VÀ 10 THÁNG NĂM 2021

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

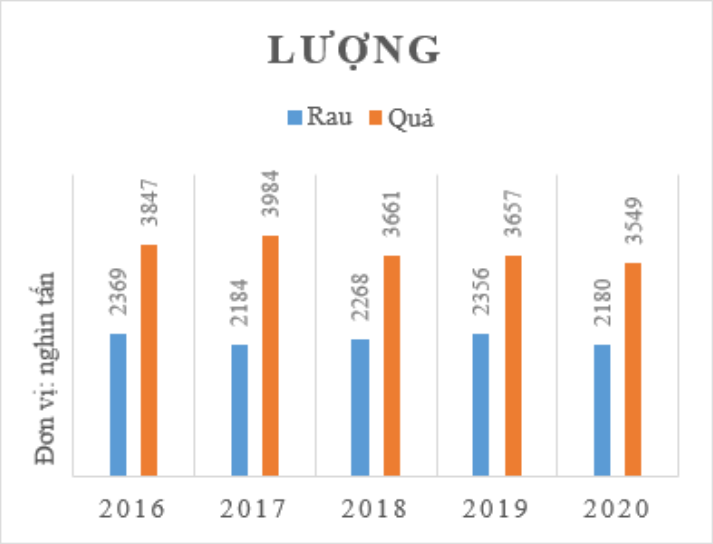
Nhóm/ mặt hàng chủ yếu	Tháng 10/2021		So với Tháng 10/2020 (%)		10 tháng năm 2021		So với 10 tháng năm 2020 (%)	
	Lượng	**Giá trị**	**Lượng**	**Giá trị**	**Lượng**	**Giá trị**	**Lượng**	**Giá trị**
Hàng rau quả		2,52		66,66		15,25		72,81
Hạt điều	1.743	11,19	7,06	27,56	13.514	78,44	-0,41	0,54
Cà phê	1.543	3,44	-8,91	8,26	24.663	44,13	-4,97	-0,31
Hạt tiêu	536	2,21	27,62	93,55	5.136	19,7	9,18	46,34
Bánh kẹo và các sản phẩm từ ngũ cốc		3,21		-22,62		27,56		12,2

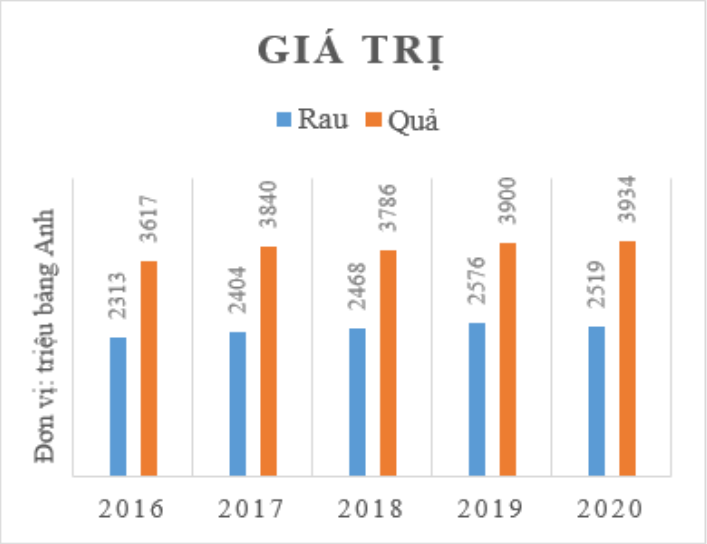
Nguồn: Tính toán theo số liệu của Tổng cục Hải quan

HÀNG RAU QUẢ

Với giá trị nhập khẩu rau và hoa quả hàng năm lên tới hơn 6 tỷ bảng (tương đương 8,4 tỷ USD), Vương quốc Anh được nhận định là thị trường lớn đầy tiềm năng cho xuất khẩu rau quả của Việt Nam.

NHẬP KHẨU HÀNG RAU QUẢ CỦA ANH 5 NĂM QUA





Nguồn: Cơ quan Thuế và Hải quan Anh Quốc (HMRC)

Hàng năm, các doanh nghiệp Anh nhập khẩu một lượng lớn rau quả, nông sản để đáp ứng nhu cầu tiêu thụ của thị trường. Năm 2020, Anh nhập khẩu hơn 5,7 triệu tấn quả trị giá gần 6,4 tỷ Bảng (khoảng 9 tỷ USD). Trong đó, rau quả từ Việt Nam đạt trị giá 11.597.093 USD, chiếm thị phần 0,18%. Theo số liệu thống kê từ Tổng cục Hải quan, 10 tháng đầu năm 2021, Anh đã nhập khẩu gần 15,25 triệu USD hàng rau quả từ Việt Nam, tăng 72,81% so với cùng kỳ năm 2020. Tính riêng trong tháng 10/2021, xuất khẩu hàng rau quả sang thị trường Anh đạt 2,52 triệu USD, tăng 66,66% so với tháng 10/2020.

Theo một báo cáo của EIT Food, Anh đã tăng lượng tiêu thụ trái cây tươi và rau lên lần lượt 33% và 31% trong thời gian xảy ra đại dịch COVID-19. Người tiêu dùng tại thị trường này cũng ngày càng quan tâm và có xu hướng gia tăng tiêu thụ các loại trái cây nhiệt đới, đặc biệt là những loại tốt cho sức khỏe và có hương vị mới. Trong khi đó, một số loại trái cây của Việt Nam như nhãn, vải, thanh long cũng đã hiện diện tại thị trường Anh nhưng chủ yếu được bày bán tại các siêu thị nhỏ lẻ phục vụ cộng đồng người Việt và một phần nhỏ cộng đồng người gốc Á, chưa thâm nhập được các siêu thị lớn của Anh. Điều này cho thấy, vẫn còn nhiều dư địa cho các mặt hàng rau quả của Việt Nam vào thị trường này, đặc biệt trong bối cảnh hiệp định UKVFTA đã có hiệu lực mang lại lợi thế cạnh tranh.

Do khoảng cách địa lý xa xôi và tiêu chuẩn kiểm soát nhập khẩu rau củ quả của Anh rất nghiêm ngặt nên xuất khẩu rau củ quả từ Việt Nam sang Anh chỉ chiếm thị phần rất khiêm tốn. Giống như EU và tất cả các nước phát triển khác, UK kiểm soát rất chặt chẽ việc sử dụng thuốc trừ sâu, phân bón và các sản phẩm hóa chất dùng trong nông nghiệp. Nông sản nhập khẩu chỉ được phép thông quan nếu có mức dư lượng hóa chất dưới ngưỡng tối đa cho phép (MRL) đối với từng loại sản phẩm. Hiện nay UK tiếp tục áp dụng MRL theo tiêu chuẩn EU. Thông tin về MRL có thể tìm trên đường link: *https://ec.europa.eu/food/plants/pesticides/maximum-residue-levels_en*

Thị trường Anh là một thị trường lớn nhưng có yêu cầu khắt khe về chất lượng nông phẩm. Để có thể tiếp cận thị trường cao cấp này, doanh nghiệp Việt Nam cần nghiên cứu thị trường kỹ lưỡng để đảm bảo sản phẩm phù hợp và có khả năng cạnh tranh.

Trước hết, doanh nghiệp phải thực hành sản xuất theo Global G.A.P, đáp ứng các tiêu chuẩn HCCP của Viện tiêu chuẩn Anh (British Standard Institution) và áp dụng các quy chuẩn quản trị quốc tế như ISO, SA, ...

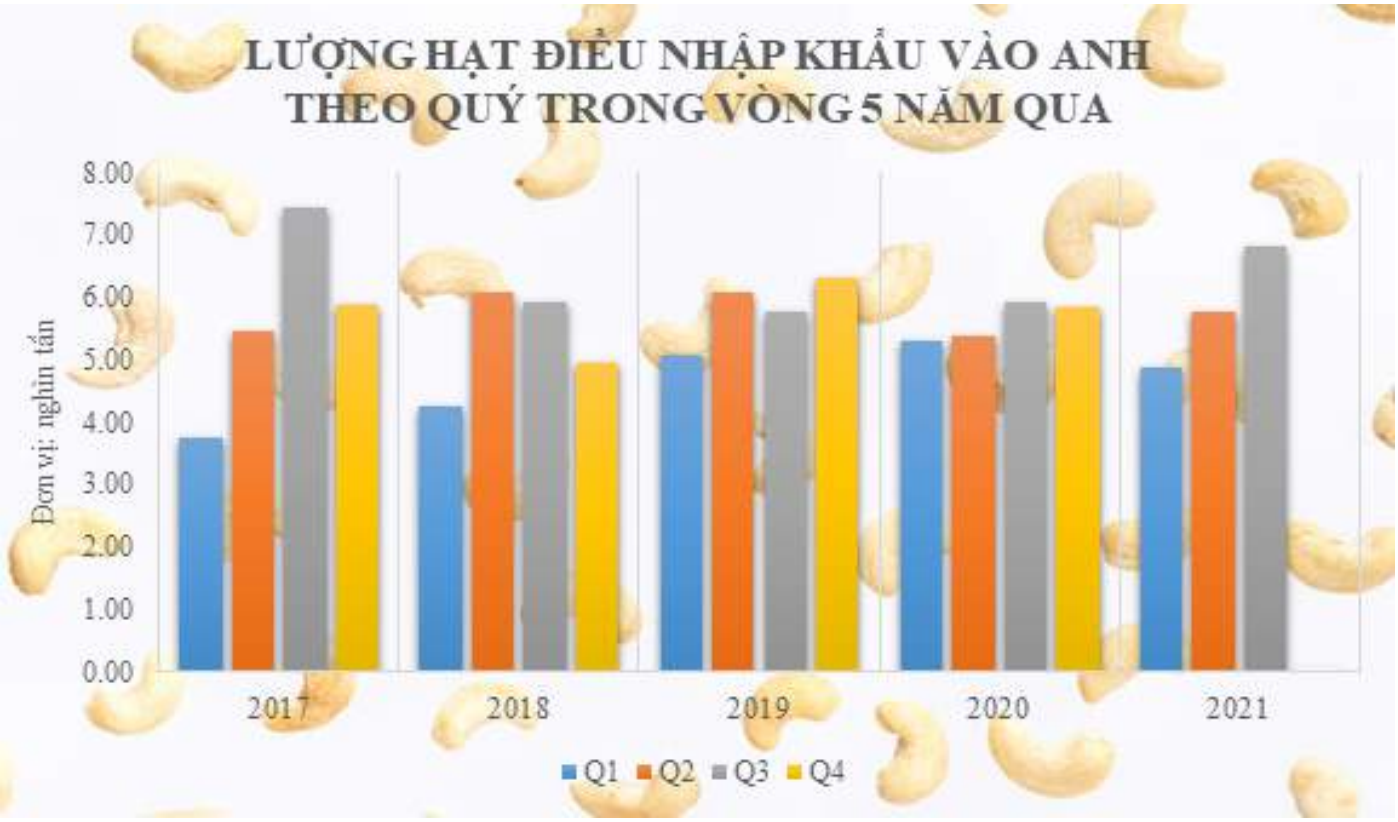
Tiếp theo, doanh nghiệp Việt Nam phải có khả năng đảm bảo nguồn cung ổn định cả về số lượng và chất lượng mới có thể cạnh tranh được với các nhà cung cấp đến từ Thái Lan, Malaysia, Indonesia, Nam Phi, Costa Rica và Ấn Độ, …

Bên cạnh đó, doanh nghiệp xuất khẩu cũng phải làm chủ được công nghệ bảo quản và vận chuyển rau quả, trái cây bằng container lạnh đường biển để giảm chi phí vận chuyển và đảm bảo sản phẩm vẫn còn tươi ngon trong vòng 2 tháng kể từ khi thu hoạch.

Ngoài ra, doanh nghiệp Việt Nam còn phải có chiến lược tiếp cận thị trường phù hợp để quảng bá sản phẩm và xây dựng lòng tin với các bạn hàng tiềm năng. Việc xây dựng niềm tin với các đối tác Anh có tầm quan trọng rất lớn trong việc phát triển mối quan hệ lâu dài và bền vững. Các nhà xuất khẩu vào Anh cần đảm bảo tính minh bạch của doanh nghiệp cũng như sản phẩm, thông qua việc xây dựng website, cung cấp thông tin về sản phẩm, dây chuyền sản xuất, sản lượng, các đối tác thương mại, … Khi đã tạo dựng được niềm tin và uy tín với các đối tác Anh thì việc xuất khẩu vào thị trường này sẽ thuận lợi.

HẠT ĐIỀU

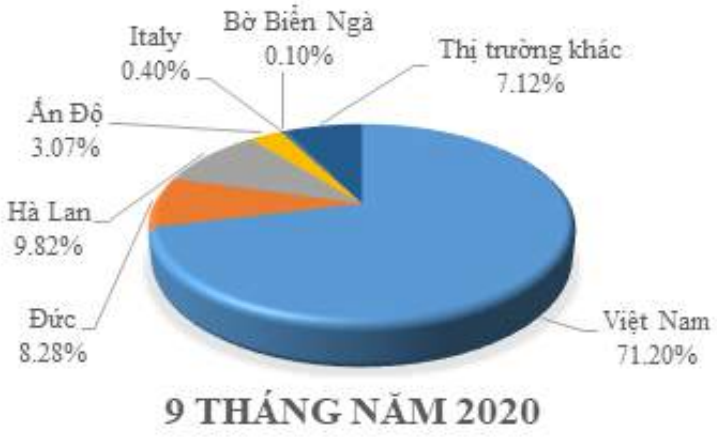
Số liệu thống kê từ Tổng cục Hải quan cho thấy tháng 10/2021, Anh nhập khẩu từ Việt Nam 1.743 tấn hạt điều, đạt kim ngạch 11,19 triệu USD, tăng 7,06% về lượng và 27,56% về giá trị so với tháng 10/2020. Tính chung 10 tháng đầu năm 2021, tổng lượng hạt điều Việt Nam xuất khẩu sang Anh đạt 13.514 tấn, tương đương 78,44 triệu USD, giảm 0,41% về lượng nhưng tăng 0,54% về giá trị so với cùng kỳ năm 2020.



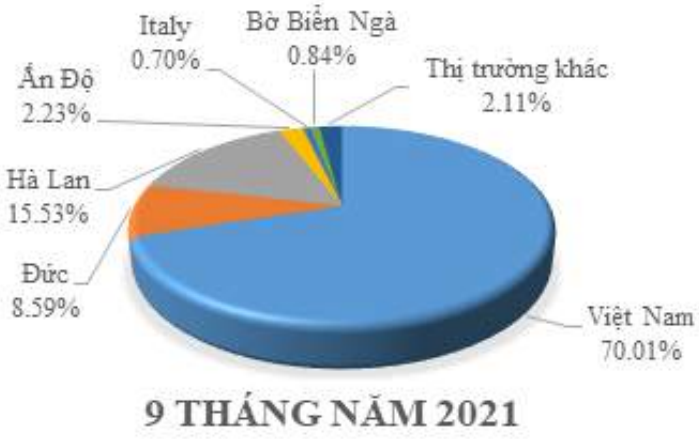
Nguồn: Tính toán theo số liệu của Trung tâm Thương mại Quốc tế

Anh là quốc gia nhập khẩu hạt điều lớn thứ ba và là thị trường tiêu thụ hạt điều lớn thứ hai ở châu Âu. Theo số liệu thống kê của Trung tâm Thương mại Quốc tế, 9 tháng đầu năm 2021, tổng lượng hạt điều nhập khẩu vào Anh đạt 17,46 nghìn tấn. Trong đó, hạt điều từ Việt Nam đạt 12,22 nghìn tấn, tăng 3,66% so với cùng kỳ năm 2020. Tuy nhiên, từ đầu năm đến nay, Anh tăng mạnh nhập khẩu hạt điều từ các thị trường Hà Lan và Bờ Biển Ngà khiến cho thị phần hạt điều của Việt Nam trong tổng lượng nhập khẩu của Anh giảm từ 71,2% trong 9 tháng đầu năm 2020 xuống 70,01% trong 9 tháng đầu năm 2021.

CƠ CẤU THỊ TRƯỜNG CUNG CẤP HẠT ĐIỀU CHO ANH



9 THÁNG NĂM 2020



9 THÁNG NĂM 2021

Nguồn: Tính toán theo số liệu của Trung tâm Thương mại Quốc tế

Về giá nhập khẩu, 8 tháng đầu năm 2021, giá nhập khẩu bình quân hạt điều của Anh đạt mức 6.269 USD/tấn, giảm 7,3% so với cùng kỳ năm 2020. Trong đó, giá nhập khẩu bình quân hạt điều của Anh giảm từ tất các nguồn cung chính, ngoại trừ giá nhập khẩu từ Ấn Độ tăng 12,6%, lên mức 8.550 USD/tấn.

Theo thông tin từ trang https://www.mordorintelligence.com, nhu cầu tiêu thụ hạt điều toàn cầu dự báo tăng trưởng bình quân 4,6%/năm trong giai đoạn 2021 – 2026. Xu hướng toàn cầu đang ưa chuộng chế độ ăn thuần chay và thực vật. Những người áp dụng chế độ ăn thuần chay dựa trên thực vật ưu tiên các nguồn protein thay thế cho các nguồn protein từ động vật, dẫn đến nhu cầu tăng cao đối với các loại hạt và thực phẩm chế biến từ hạt. Cục Xuất nhập khẩu dự báo xuất khẩu hạt điều của Việt Nam sẽ thuận lợi trong thời gian tới do nhu cầu tiêu thụ hạt điều của châu Âu, Hoa Kỳ tăng theo yếu tố chu kỳ. Để có thể nâng cao chuỗi giá trị ngành điều, các doanh nghiệp chế biến cần vừa đầu tư công nghệ sơ chế nhân điều, tạo chất lượng điều nhân tốt hơn, vừa đầu tư công nghệ chế biến sâu hạt điều, tạo thành phẩm cuối cùng của hạt điều nhằm nâng cao vị thế xuất khẩu, mang lại giá trị lớn hơn cho ngành điều Việt Nam.

HẠT TIÊU

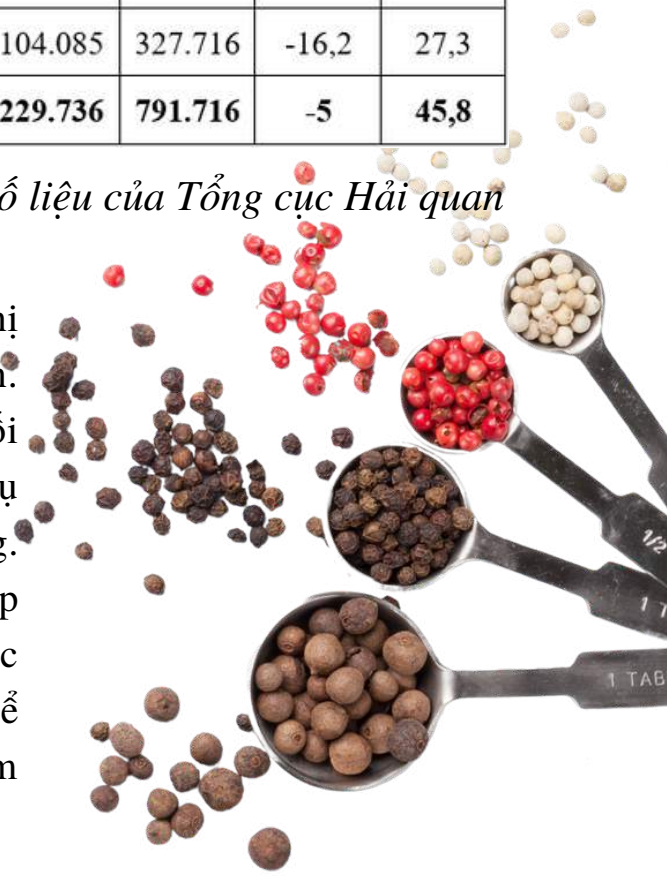
Theo số liệu của Tổng cục Hải quan, xuất khẩu hồ tiêu của Việt Nam trong tháng 10 đạt 16.759 tấn, tăng 9,3% so với tháng 9 nhưng giảm khá mạnh 22,5% so với cùng kỳ năm ngoái. Mặc dù vậy, trị giá xuất khẩu tiếp tục tăng 17,3% so với tháng trước và tăng mạnh 35,2% về trị giá so với cùng kỳ, đạt 72,5 triệu USD. Lũy tiến từ đầu năm đến hết tháng 10, Việt Nam đã xuất khẩu 229.736 tấn hồ tiêu các loại với kim ngạch thu về 791,7 triệu USD, so với cùng kỳ năm 2020 giảm 5% (tương ứng giảm 11.969 tấn) về lượng tuy nhiên kim ngạch xuất khẩu tăng 45,8% (tương ứng tăng 248,8 triệu USD). Trong đó, sản lượng xuất khẩu mặt hàng này sang thị trường Anh trong tháng 10/2021 đạt 536 tấn, trị giá 2,21 triệu USD, ghi nhận mức tăng 27,62% về lượng và 93,55% về giá trị so với tháng 10/2020. Tính chung 10 tháng đầu năm 2021, Việt Nam xuất khẩu hồ tiêu tới 68 thị trường trên thế giới và Anh nằm trong top 10 thị trường xuất khẩu hồ tiêu lớn nhất với 5.136 tấn, đạt kim ngạch 19,7 triệu USD, tăng 9,18% về lượng và 46,34% về giá trị so với cùng kỳ năm 2020. Trong tháng 10, giá xuất khẩu hồ tiêu của nước ta tiếp tục kéo dài mạch tăng giá lên mức bình quân 4.329 USD/tấn, tăng 7,4% so với tháng trước và tăng 74,4% (tương ứng 1.847 USD/tấn) so với cùng kỳ năm ngoái. Đáng chú ý, giá hồ tiêu xuất khẩu đang chạm đỉnh 4 năm qua. Tính chung 10 tháng đầu năm nay, giá hồ tiêu xuất khẩu của nước ta đã tăng 53,4% (tương ứng 1.200 USD/tấn) so với cùng kỳ năm ngoái lên mức bình quân 3.446 USD/tấn.

Dự báo giá hạt tiêu toàn cầu sẽ tăng trong thời gian tới do nguồn cung khan hiếm và nhu cầu tăng cao dịp cuối năm. Theo Hiệp hội Hạt tiêu thế giới, sản lượng hạt tiêu toàn cầu giảm trong năm 2021 phần lớn do sản lượng của Việt Nam giảm 8%, trong khi sản lượng của Brazil giữ ổn định, sản lượng của Indonesia tăng 3%.

10 THỊ TRƯỜNG XUẤT KHẨU HẠT TIÊU LỚN NHẤT CỦA VIỆT NAM TRONG THÁNG 10 VÀ 10 THÁNG ĐẦU NĂM 2021

Thị trường	Tháng 10/2021		So với tháng 10/2020 (%)		10 tháng đầu năm 2021		So với 10 tháng đầu năm 2020 (%)	
	Lượng (tấn)	Giá trị (nghìn USD)	Lượng	Giá trị	Lượng (tấn)	Giá trị (nghìn USD)	Lượng	Giá trị
Hoa Kỳ	3.879	17.725	-22,8	39,5	50.533	187.324	6,3	57,6
Các TVQ Ả rập Thống nhất	1.031	4.118	19,5	87,4	14.646	51.512	35,6	113,3
Ấn Độ	392	1.601	-20,2	27,9	11.092	38.518	0,6	55,9
Đức	1.066	5.252	23	94,8	10.313	44.921	9,3	71,3
Pakistan	328	1.413	-38,6	12,5	9.836	32.884	9,6	76,8
Hà Lan	980	4.452	63,6	164,7	8.086	33.143	24,5	66
Hàn Quốc	615	2.755	84,7	191,5	5.421	20.195	7,2	58,1
Philippines	662	2.395	14,9	88	5.395	16.785	-4,3	40,4
Ai Cập	532	2.320	257	488	5.193	19.014	-33,6	28,8
Anh	536	2.211	27,6	93,5	5.136	19.704	9,2	46,3
Thị trường khác	6.738	28.310	-42,7	0,6	104.085	327.716	-16,2	27,3
Tổng	**16.759**	**72.552**	**-22,5**	**35,2**	**229.736**	**791.716**	**-5**	**45,8**

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



Tại Anh, dung lượng nhập khẩu hạt tiêu của thị trường này vẫn ở mức cao và tương đối ổn định. Đây được xem là thị trường tiềm năng lớn đối với các nhà xuất khẩu trên thế giới, mức tiêu thụ bình quân đầu người ở Anh có xu hướng tăng. Nhu cầu nhập khẩu tăng cao và lợi thế về Hiệp định Thương mại tự do Việt Nam - Vương Quốc Anh (UKVFTA) đã tạo điều kiện thuận lợi để ngành hạt tiêu nước ta gia tăng trị giá và thâm nhập sâu hơn vào thị trường Anh.

Phần III:

MỘT SỐ QUY ĐỊNH VÀ LƯU Ý KHI NHẬP KHẨU HÀNG HÓA VÀO THỊ TRƯỜNG ANH

1. Một số quy định nhập khẩu vào Anh

Doanh nghiệp phải:

- Có mã số EOR (Economic Operators Registration and Identification Number)
- Có mã số HS cho sản phẩm nhập khẩu để xác định mức thuế và giấy phép nhập khẩu nếu cần;
- Khai báo hải quan;
- Thanh toán thuế VAT và các loại thuế khác như thuế tiêu thụ đặc biệt đối với một số sản phẩm nhất định như rượu, bia, thuốc lá. Các mặt hàng chịu thuế tiêu thụ đặc biệt cũng có thể được giảm hoặc miễn một số thuế theo Alcoholic Liquor Duties Act 1979. Cụ thể: miễn thuế cho rượu mạnh là thành phần trong hương liệu nhập khẩu hoặc được sử dụng để sản xuất hương liệu trong chế biến thực phẩm hoặc để pha chế đồ uống có nồng độ cồn không quá 1,2%.

2. Giấy phép nhập khẩu & các loại giấy tờ khác

Doanh nghiệp cần phải có giấy phép hoặc chứng chỉ để nhập khẩu một số loại hàng hóa như vũ khí, sản phẩm động vật, dược phẩm và các loại hàng hóa được miễn thuế theo Quy chế hạn ngạch thuế quan.

Quy tắc:

- Cung cấp Giấy chứng nhận chính xác về hàng hoá nhập khẩu;
- Hàng hoá vào đúng trạm kiểm soát biên giới (border control post-BCP), trước đây được gọi là trạm kiểm tra biên giới (border inspection post-BIP) hoặc điểm nhập cảnh được chỉ định (designated point of entry-DPE), nơi kiểm tra sẽ được thực hiện để đảm bảo rằng các điều kiện nhập khẩu đã được đáp ứng.

Trong một số trường hợp, doanh nghiệp nhập khẩu cần có:

- Giấy phép nhập khẩu chung hoặc giấy phép nhập khẩu chuyến;
- Một số giấy tờ pháp lý khác như yêu cầu kiểm soát việc buôn bán các loài có nguy cơ tuyệt chủng.

Các bước nhập khẩu hàng hóa

Bước 1: Kiểm tra xem có cần giấy phép không
Phải tuân theo các điều kiện trong giấy phép và kiểm tra giấy phép để xem giấy phép có phải gửi đi cùng chuyến hàng hay không

Bước 2: Sản phẩm nhập khẩu từ đâu
Một số sản phẩm chỉ có thể được nhập khẩu vào Vương quốc Anh nếu sản phẩm đến từ một số quốc gia xác định

Bước 3: Kiểm tra hàng hóa nhập khẩu tại chốt kiểm soát biên giới

Bước 4: Tìm trạm kiểm tra biên giới (BCP) phù hợp
Phải đảm bảo BCP sử dụng được cho phép kiểm tra sản phẩm doanh nghiệp định nhập khẩu

Bước 5: Trả phí kiểm tra lô hàng tại BCP

Bước 6: Thông báo cho BCP trước khi hàng gửi đến
Nếu không, doanh nghiệp có thể bị tính thêm phí hoặc hàng hóa sẽ bị kiểm tra lâu hơn

Bước 7: Khi lô hàng đến BCP, các chuyên gia tại BCP sẽ kiểm tra sản phẩm và tài liệu có liên quan
Đối với thực phẩm và đồ uống, nhân viên hải quan có thể kiểm tra thêm về tiêu chuẩn an toàn đối với sức khỏe người tiêu dùng. Nếu lô hàng đạt tiêu chuẩn, hải quan sẽ cung cấp CHED (Common health entry document)

Bước 8: Hàng rời khỏi BCP: không ai được đưa lô hàng ra khỏi BCP hoặc khu vực làm thủ tục hải quan cho đến khi các nhân viên Hải quan hoàn thành thủ tục xác nhận CHED. Sau khi lô hàng rời khỏi BCP, doanh nghiệp phải:
- Đảm bảo rằng lô hàng được chuyển thẳng đến nhà kho đã đăng ký trên CHED;
- Đảm bảo CHED có trong tài liệu của lô hàng đến nhà kho;
- Trong một số trường hợp cần giữ sản phẩm tại nhà kho đó trong một khoảng thời gian theo yêu cầu.

3. Một số mặt hàng bị hạn chế hoặc cấm nhập khẩu

- Các sản phẩm từ động vật bao gồm cả xác động vật.

Nhiều loại sản phẩm chỉ có thể được nhập khẩu tại các điểm kiểm soát biên giới (BIP - Border Inspection posts) có chứng nhận được kiểm tra thú y, các nhân viên hải quan thú y phải kiểm tra kỹ hàng hoá và giấy tờ khi nhập khẩu. Các sản phẩm thuộc phạm vi kiểm soát này bao gồm thịt đỏ, thịt gia cầm, trứng hoặc các sản phẩm từ trứng, sữa, cỏ khô hoặc rơm, mật ong, trứng, phôi, tinh dịch, một số loại thịt ốc, nhuyễn thể sống và các sản phẩm thủy sản dùng cho người và các mặt hàng khác có nguồn gốc động vật như mỡ, máu và gelatine.

- Động vật, chim và gia súc khác.

Động vật và chim thuộc phạm vi kiểm soát này bao gồm gia súc, cừu, lợn, dê, ngựa, gia cầm, chim nuôi nhốt, thỏ, loài gặm nhấm, hươu, nai, ong và các loại côn trùng khác, cá nhiệt đới, biển hoặc nước ngọt, bò sát, ốc sên, giáp xác, động vật thân mềm và động vật ngoại lai.

- Thực vật

Hầu hết các loại thực vật, các bộ phận của chúng và các sản phẩm thực vật, bao gồm cây và bụi cây, khoai tây và một số loại quả, củ và hạt nhất định cần có giấy chứng nhận do cơ quan bảo vệ thực vật ở nước xuất xứ cấp và giấy phép nhập khẩu cụ thể đối với một số loại cây nhất định do Cục thực phẩm và môi trường Anh cấp.

Việc nhập khẩu vào Anh một số loài thực vật còn phải tuân theo luật về các loài có nguy cơ tuyệt chủng và phải có chứng thư theo quy định bảo tồn.

Hầu hết các loại hàng hóa có thể được nhập khẩu theo quy định của giấy phép nhập khẩu chung mở (Open General Import Licence-OGIL). Tuy nhiên, một số lượng hạn chế hàng hóa có xuất xứ tại một số quốc gia cụ thể cần phải có giấy phép nhập khẩu do Bộ Kỹ năng và Đổi mới Kinh doanh (Department for Business Innovation and Skills) hoặc một số cơ quan khác cấp. Một số hạn chế nhập khẩu hiện còn áp dụng đối với quần áo và hàng dệt, các sản phẩm thép, súng cầm tay và đạn dược.

- Sản phẩm nông nghiệp

Giống như EU và tất cả các nước phát triển khác, UK kiểm soát rất chặt chẽ việc sử dụng thuốc trừ sâu, phân bón và các sản phẩm hóa chất dùng trong nông nghiệp. Nông sản nhập khẩu chỉ được phép thông quan nếu có mức dư lượng hóa chất dưới ngưỡng tối đa cho phép (MRL) đối với từng loại sản phẩm. Hiện nay UK tiếp tục áp dụng MRL theo tiêu chuẩn EU.Thông tin về MRL có thể tìm trên đường link dưới đây:

https://ec.europa.eu/food/plant/pesticides/max_residue_levels_en

Để bảo hộ nông nghiệp và các vùng nông thôn kém phát triển hơn các khu công nghiệp và thành phố, Chính phủ Anh tiếp tục duy trì chính sách hạn chế nhập khẩu một số loại nông sản bằng mức thuế nhập khẩu tương đối cao và/hoặc Chính sách hạn ngạch thuế quan trong khuôn khổ WTO hoặc theo cam kết trong các Hiệp định thương mại tự do song phương.
Chính sách này được thực hiện theo chế độ cấp phép do Rural Payments Agency (RPA) quản lý. RPA công bố thông tin chi tiết về các sản phẩm cần có giấy phép trên trang: https://www.gov.uk/government/organisations/rural-payments- agency/about.

- Một số lệnh cấm và hạn chế áp dụng đối với hàng hóa từ mọi nơi trên thế giới nhập khẩu vào Anh. Ví dụ:

Vật liệu hạt nhân
Tinh quặng uranium, plutonium, uranium 233, uranium được làm giàu bằng đồng vị 233 hoặc 235, uranium tự nhiên và hỗn hợp, hợp chất và hợp kim có chứa bất kỳ điều nào ở trên, bao gồm cả các nguyên tố nhiên liệu lò phản ứng hạt nhân đã qua sử dụng hoặc được chiếu xạ (hộp mực) chỉ có thể được nhập khẩu vào Vương quốc Anh từ bên ngoài EU theo giấy phép do Văn phòng Đăng ký Hạt nhân cấp.

- ·Các lệnh cấm và hạn chế. Ví dụ:

Lông chó mèo
Việc nhập khẩu lông chó mèo và các sản phẩm làm từ lông thú này bị cấm trừ khi hàng hóa nhập vào Anh không có mục đích thương mại.

Trợ giúp

Để được trợ giúp về vấn đề này, doanh nghiệp có thể liên hệ với các nhà nhập khẩu chuyên nghiệp, luật sư, hoặc các cơ quan quản lý của chính phủ Anh có liên quan sau đây:

Department of Agriculture and Rural Development (Northern Ireland)
Dundonald House
Upper Newtownards Road
Ballymiscaw
Belfast BT4 3SB

Department for Environment, Food and Rural Affairs Nobel House
17 Smith Square London
SW1 3JR

Phần IV:
CƠ HỘI GIAO THƯƠNG

THÔNG TIN MỘT SỐ HỘI CHỢ Ở ANH

STT	Tên hội chợ	Lĩnh vực	Thời gian dự kiến	Website
1	January Furniture Show 2022	Đồ nội thất	23-26/1/ 2022	https://januaryfurnitureshow.com
2	Scotland's Specialty Food Show 2022	Đặc sản (thực phẩm)	23-25/1/ 2022	https://www.scotlandstradefairsonline.com
3	Scotland's Trade Fair 2022	Thời trang - Quần áo; Sản phẩm thủ công mỹ nghệ	23-25/1/ 2022	https://www.scotlandstradefairs.com
4	Spring Fair 2022	Thời trang - Quần áo; Đồ trang trí, Thiết kế Nhà & Văn phòng, Nội thất, Ánh sáng	06-09/2/2022	https://www.springfair.com
5	Pure Origin 2022	Cung ứng hàng may mặc – quốc tế	13-15/2/2022	https://www.purelondon.com/pure-origin
6	UK Construction Week 2022 (UKCW)	Vật liệu & Sản phẩm xây dựng, Lợp, Ván sàn, Cửa sổ, Cửa ra vào	03-05/5/2022 17-19/7/2022	https://www.ukconstructionweek.com
7	Manchester Furniture Show 2022	Đồ trang trí, Thiết kế nhà & văn phòng, Nội thất, Ánh sáng	Tháng 7/2022	https://manchesterfurnitureshow.com

Thông tin sử dụng trong bản tin được thu thập từ những nguồn mà chúng tôi cho là đáng tin cậy. Thông tin trong bản tin chỉ mang tính tham khảo, các ước tính, dự báo có giá trị đến ngày ra báo cáo và có thể thay đổi bởi những biến động thị trường. Rất mong nhận được sự phản hồi, trao đổi thông tin và đóng góp ý kiến của độc giả để Bản tin ngày càng chất lượng hơn.

Đơn vị thực hiện:
Trung tâm Phát triển thương mại điện tử - Cục Thương mại điện tử và Kinh tế số - Bộ Công Thương
Tel: 024.222.05363 / 0983287076
Email: lynp@ecomviet.vn
Mọi ý kiến đóng góp xin liên hệ số điện thoại và email trên.