

BẢN TIN THỊ TRƯỜNG NEW ZEALAND

BẢN TIN SỐ 13 – QUÝ 2 NĂM 2021

**THƯƠNG VỤ VIỆT NAM
TẠI NEW ZEALAND**

TRONG SÔ NÀY

Tin tức

Chính sách và quy định kinh doanh

Cơ hội giao thương

BAN BIÊN TẬP

1. Dương Phương Thảo

Tham tán Thương mại

2. Nguyễn Văn Canh

Bí thư thứ Hai

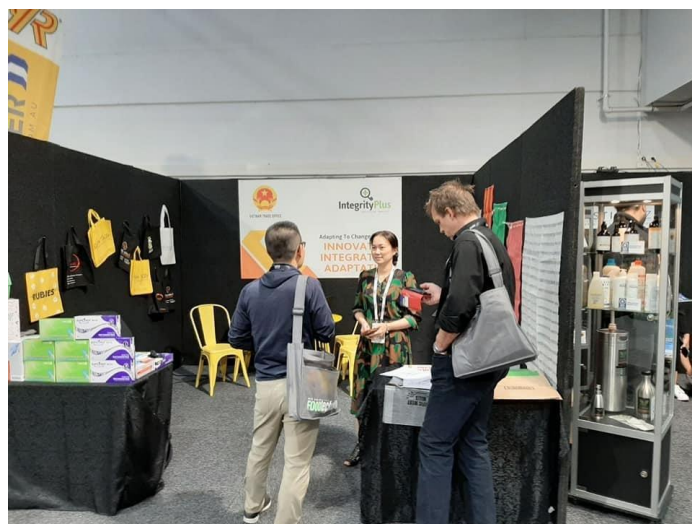


TIN TỨC

QUẢNG BÁ SẢN PHẨM VIỆT NAM TẠI NEW ZEALAND

Từ ngày 13 - 15 tháng 4 năm 2021, Thương vụ Việt Nam tại New Zealand đã phối hợp với Công ty Integrity Plus tổ chức gian hàng triển lãm hàng hóa nhập khẩu từ Việt Nam tại Hội chợ Công nghệ Thực phẩm-Bao bì New Zealand (Foodtech Packtech 2021) tại thành phố Auckland.

Sản phẩm Việt Nam tham gia hội chợ gồm các mặt hàng như túi xách mua thực phẩm, sản xuất từ vật liệu PP không dệt, tái sử dụng được, có độ dày 50-100 GSM; túi Net Bags, bao bì, hộp giấy đựng nông sản như trái cây, rau, củ, băng keo (keo dán), văn phòng phẩm.



Đây là các sản phẩm có tiềm năng xuất khẩu vào New Zealand do giá cả phải chăng, có thể tái sử dụng, thân thiện với môi trường, phù hợp với xu hướng sử dụng các sản phẩm xanh, có thể sử dụng nhiều lần tại New Zealand.

Foodtech Packtech là hội chợ lớn nhất New Zealand trong lĩnh vực sản xuất thực phẩm và đồ uống và chuỗi cung ứng. Hội chợ năm nay thu hút hơn 250 doanh nghiệp tham gia triển lãm và hơn 4.500 khách tham quan các doanh nghiệp (Hội chợ dành cho khách hàng doanh nghiệp).

Hiện nay, Thương vụ cũng đang phối hợp với một công ty New Zealand khác là Golden Pine về việc xúc tiến nhập khẩu các mặt hàng lương thực, nông sản, bao bì, túi xách v.v từ Việt Nam để phân phối tại New Zealand. Các doanh nghiệp quan tâm có thể liên hệ với Công ty Golden Pine tại địa email info@goldenpine.co.nz.

TÌNH HÌNH KINH TẾ NEW ZEALAND

Tình hình ngăn ngừa dịch Covid-19

New Zealand hiện không có ca nhiễm trong cộng đồng. Tổng số ca nhiễm hiện tại là 2.323 ca. Tổng số người chết là 26.

Với thành công trong chống Covid-19, chính phủ New Zealand đã triển khai thỏa thuận đi lại tự do (không cách ly) đối với Australia, Đảo Cooks và Niue (1 chiều từ Niue tới New Zealand).

New Zealand coi vắc xin là mấu chốt giải quyết đại dịch Covid-19. New Zealand thực hiện tiêm chủng cho người dân theo 4 nhóm, thứ tự ưu tiên như sau: i) những người làm việc ở biên giới, các khu cách ly; ii) những người ở tuyến đầu chống dịch và những người sống tại các địa điểm có nguy cơ lây nhiễm cao; iii) những người có nguy cơ mắc bệnh nghiêm trọng khi nhiễm Covid-19; và iv) tiêm chủng đại trà. Độ tuổi tiêm chủng là từ 16 tuổi trở lên.

Việc tiêm chủng cho 3 nhóm đầu đang được thực hiện. Nhóm 4 sẽ được tiêm chủng từ cuối tháng 7, chậm 1 tháng so với dự kiến ban đầu. Do thiếu vắc xin, nhân lực, cơ sở vật chất và trang bị, việc tiêm chủng ở New Zealand đang diễn ra chậm hơn kế hoạch. Trong một diễn biến mới, ngày 21 tháng 6 vừa qua, Cơ quan kiểm định chất lượng và an toàn y tế New Zealand (Medsafe) đã phê duyệt tạm thời việc thực hiện tiêm chủng đối với trẻ em từ 12 tới 15 tuổi, với điều kiện tiếp tục nhận được dữ liệu về thử nghiệm lâm sàng của hàng được Pfizer. Dự kiến chính phủ New Zealand sẽ đưa ra quyết định cuối cùng vào cuối tháng 6, sau khi nhận được tham mưu của Bộ Y tế. Động thái này được đưa ra nhằm nâng cao tỉ lệ tiêm chủng, qua đó sớm đạt được miễn dịch cộng đồng. Theo chuyên gia dịch tễ học New Zealand, do các biến chủng mới liên tục xuất hiện, tỉ lệ tiêm chủng để đạt được miễn dịch cộng đồng ít nhất cần 80-90%, thay vì mức 70% hiện nay.

Tình hình kinh tế New Zealand

Kinh tế New Zealand đang tiếp tục phục hồi sau thời gian suy thoái năm 2020 và dự báo đà tăng sẽ tiếp tục trong cả năm 2021. Kinh tế New Zealand thời gian qua có một số điểm chính sau:

Lĩnh vực du lịch, giáo dục bị ảnh hưởng nặng nề - Lĩnh vực du lịch, giáo dục, ngành xuất khẩu lớn nhất của New Zealand tiếp tục bị ảnh hưởng nặng nề do biên giới bị đóng cửa, khách du lịch quốc tế và sinh viên không thể vào nước này. Chính phủ NZ đã nỗ lực thúc đẩy tăng trưởng du lịch, thông qua việc thiết lập các khu vực tự do đi lại với một số nước láng giềng như Australia, Đảo Cooks và Niue. Lượng du khách ra và vào New Zealand trong tháng 4 đạt 85.900 lượt, trong đó có 47.000 lượt khách đến và 38.900 lượt khách ra khỏi New Zealand. Khách du lịch qua lại New Zealand và Australia tháng 4 chiếm tới 80%, đạt 70.000 lượt (mặc dù NZ mới thiết lập vùng đi lại tự do với Australia từ ngày 19 tháng 4 năm 2021). Mặc dù tình hình được cải thiện, số liệu này còn kém xa so với thời điểm trước Covid-19, khi lượng khách du lịch vào New Zealand đạt mức cao nhất là 1,2 triệu người/tháng.

Tỉ lệ thất nghiệp giảm – tỉ lệ thất nghiệp tiếp tục giảm 0,2% xuống mức 4,7% trong quý 1 năm 2021. Số liệu thống kê cho thấy trong quý 1 có 135.000 người không có việc làm, so

với 140.000 người trong quý 4 năm 2020. Dự báo, tỷ lệ thất nghiệp tiếp tục đà đi xuống trong năm 2021.

GDP tăng – Cục Thống kê New Zealand mới công bố số liệu tăng trưởng GDP quý 1 năm 2021. Theo đó, GDP quý 1 tăng 1,6% so với quý 4 năm 2020 (quý 4 năm 2020 giảm 1%). Các ngành dịch vụ (chiếm khoảng 2/3 kinh tế NZ) có đóng góp lớn nhất đối với tăng trưởng GDP quý 1. Do đóng cửa biên giới, người dân New Zealand chỉ có thể đi du lịch trong nước, do đó, chi tiêu với các dịch vụ lưu trú, nhà hàng, đồ nội thất, thiết bị nghe nhìn, xe cộ tăng cao, góp phần đẩy mạnh tăng trưởng trong lĩnh vực khách sạn, lưu trú và bán sỉ, bán lẻ. Các ngành dịch vụ phục vụ doanh nghiệp, dịch vụ chăm sóc sức khỏe, hỗ trợ xã hội, thông tin và truyền thông cũng đạt tăng trưởng cao năm 2021. Mặc dù GDP quý 1 tăng 1,6%, GDP năm 2020-2021 vẫn giảm 2,3%. Xuất khẩu dịch vụ (du lịch, giáo dục) quý 1 giảm 20,2%, trong khi cả năm giảm 48,7% do New Zealand tiếp tục đóng cửa biên giới.

Theo kết quả khảo sát mới nhất của ngân hàng Westpac, niềm tin của người tiêu dùng đã gia tăng trong quý 2, gần 2% so với quý 1. Điều này phản ánh tâm lý lạc quan đối với triển vọng của nền kinh tế, thị trường lao động, cũng như tình trạng tài chính của người dân.

Giá nhà tiếp tục gia tăng – thị trường nhà đất tại New Zealand tiếp tục nóng lên trong thời gian qua, ước tính mức tăng cả năm đạt 19,1% trên cả nước, mức tăng tại Auckland đạt 21,6%, trong khi mức tăng tại Otago lên tới 58,8%. Giá nhà trung bình tại Auckland tăng lên mức 1,12 triệu NZD/căn, giá nhà trung bình cả nước đạt 810.000 NZD/căn.

Xây dựng là một trong các lĩnh vực ít chịu ảnh hưởng của Covid-19 nhất. Sau khi chịu tác động giảm trong quý 1 và 2 năm 2020, hoạt động xây dựng nhanh chóng hồi phục kể từ quý 3 năm 2020 tới nay. Theo số liệu của Cục Thống kê, hoạt động xây dựng tăng 3,7% trong quý 1 năm 2021 so với quý 4 năm 2020.

Chính sách nhập cư chặt hơn – trong tháng 5 Chính phủ ra tuyên bố sẽ rà soát lại chính sách nhập cư theo hướng tăng thu hút đầu tư, lao động có tay nghề cao và giảm lao động có tay nghề thấp. Dự báo chính sách nhập cư mới sẽ giảm mạnh số lượng lao động nhập cư và cả sinh viên quốc tế vào New Zealand trong những năm tới xuống mức 30.000/năm so với mức 50.000-60.000/năm trong thập kỷ trước.

Lạm phát gia tăng – lạm phát tăng lên mức 1,5% trong quý 1 năm 2021 so với mức 1,4% trong quý 4 năm 2020. Giá hàng hóa và dịch vụ tiêu dùng tăng 0,8% trong quý 1/2021, chủ yếu do tăng giá vận tải, nhà cửa và dịch vụ điện, nước. Giá xăng tăng 7,2%, mức cao nhất kể từ năm 2015.

Để phục hồi kinh tế, chính phủ New Zealand đã ban hành nhiều chính sách mạnh mẽ. Nhằm hạ nhiệt thị trường nhà đất, Chính phủ đã ban hành nhiều chính sách nhằm hạn chế đầu tư vào bất động sản như bỏ quy định cho phép trừ lãi từ các khoản vay mua bất động sản khi tính thu nhập từ bán bất động sản đó; tăng thời hạn đánh thuế thu nhập từ đầu tư bất động sản nếu bán nhà trước 5 năm lên 10 năm. Các thay đổi này được cho là sẽ tác động lớn đến giá nhà ở do các nhà đầu tư bất động sản (chiếm 1/3 thị trường tại các thành phố lớn như Auckland và Wellington) là nguyên nhân chính đẩy giá nhà lên cao.

Để thúc đẩy du lịch, chính phủ đã từng bước mở cửa biên giới, tạo các khu đi lại tự do (không cần cách ly) với các nước láng giềng như Australia, đảo Cooks, Niue. Động thái này

được các doanh nghiệp du lịch, khách sạn nhiệt liệt hoan nghênh sau hơn 1 năm New Zealand không đón tiếp khách du lịch quốc tế. Trong lĩnh vực giáo dục, chính phủ cũng đưa ra một số ngoại lệ, cho phép một số nghiên cứu sinh tiến sĩ và các sinh viên đã có visa được quay lại học ở New Zealand.

Nhằm tạo công ăn việc làm, chính phủ ban hành các biện pháp như tăng cường đầu tư công, xây dựng, nâng cấp bệnh viện, trường học, đường xá, nhà ở xã hội, phương tiện giao thông công cộng.

Chính phủ tiếp tục hỗ trợ các doanh nghiệp vừa và nhỏ tạo công ăn việc làm như cho vay không lãi suất lên tới 100.000 NZD/doanh nghiệp, hoàn trả thuế doanh nghiệp lên tới 3 tỉ NZD, lập quỹ hỗ trợ hồi phục ngành du lịch.

Dự báo triển vọng kinh tế

Theo dự báo của Tổ chức Hợp tác và Phát triển Kinh tế (OECD), kinh tế New Zealand dự kiến sẽ tăng trưởng từng bước từ quý 2 năm 2021 khi biên giới dần được mở cửa, lên mức 3,5% trong năm 2021 và tăng lên 3,8% vào năm 2022. Tiêu dùng cá nhân tiếp tục ổn định, nhờ đợt tăng lương tối thiểu lên \$20 vào tháng 4 cũng như tác động của việc tăng giá nhà ở trong thời qua. Đầu tư dự báo sẽ tiếp tục gia tăng do thị trường nhà đất tiếp tục tăng trưởng nóng, số lượng giấy phép xây dựng kỷ lục được ban hành, cũng như hàng loạt các dự án xây dựng cơ sở hạ tầng công cộng đang được thực hiện. Sức ép lạm phát cũng sẽ gia tăng khi kinh tế dần hồi phục.

Một số tổ chức nghiên cứu kinh tế khác có cái nhìn lạc quan hơn. Viện nghiên cứu kinh tế New Zealand (NZIER) dự báo GDP của New Zealand sẽ đạt tốc độ tăng trưởng là 5% trong năm 2021, sau đó hạ dần xuống mức 3,5% vào năm 2025. Dự báo lạc quan của NZIER được đưa ra trong bối cảnh chương trình tiêm chủng Covid-19 đang được triển khai, rủi ro xảy ra phong tỏa kinh tế giảm dần, người dân và doanh nghiệp ngày càng tin tưởng vào phục hồi kinh tế trong tương lai. Tổ chức FocusEconomics dự báo GDP đạt mức tăng 4,5% trong năm 2021 và hạ xuống 3,2% trong năm 2022.

NZIER dự báo sự thiếu hụt nguồn cung do đứt gãy chuỗi cung ứng trên thế giới trong đại dịch Covid-19 cũng như sự thiếu hụt lao động sẽ là các yếu tố cản trở kinh tế New Zealand tăng trưởng trong dài hạn.

NHẬP KHẨU TIẾP TỤC PHỤC HỒI TRONG THÁNG 5

Theo Cục Thống kê New Zealand, nhập khẩu xe ô tô, phụ tùng và linh kiện tăng mạnh, giúp tăng tổng nhập khẩu trong tháng 5 năm 2021, tuy nhiên, nhập khẩu hàng dệt may và thực phẩm thừa trong tháng 5 lại giảm.

Kim ngạch nhập khẩu hàng hóa trong tháng 5 đạt 5,4 tỉ NZD, tăng 31%. Theo đánh giá, nhập khẩu ô tô tăng mạnh do nền kinh tế dần phục hồi sau Covid-19. Nhập khẩu ô tô trong tháng 5 đạt gần 570 triệu NZD.

Trong khi đó, xuất khẩu đạt kim ngạch 5,9 tỉ NZD, chủ yếu do tăng xuất khẩu bơ, sữa (đạt 1,5 tỉ, tăng 12% trong tháng 5).

GIÁ RAU, CỦ TĂNG TRONG THÁNG 5

Theo Cục Thống kê New Zealand, giá rau, củ tăng 3,4% trong tháng 5, tăng chủ yếu ở các mặt hàng như cà chua (tăng 17%), ớt chuông (tăng 30%) và rau diếp. Trong khi đó, giá bán các loại trái cây lại giảm 5,2%, chủ yếu ở các mặt hàng như quả kiwi (giảm 40%), quýt (giảm 26%).

Giá cả rau, củ tăng đã đẩy giá thực phẩm tăng 0,4% trong tháng 5.

CHI TIÊU BẰNG THẺ TĂNG MẠNH

Cục Thống kê New Zealand cho biết chi tiêu bằng thẻ tháng 5 năm 2021 tăng 189 triệu NZD (2,3%) so với tháng trước. Số liệu thống kê cho thấy chi tiêu bằng thẻ lần đầu tiên tăng ở tất cả các lĩnh vực kể từ khi New Zealand hạ cấp độ ứng phó với Covid-19 xuống cấp 1 (cấp thấp nhất) từ tháng 6 năm 2020.

Các ngành phi bán lẻ (non-retail) không tính dịch vụ như bưu điện, đại lý du lịch, cơ sở chăm sóc y tế, có mức độ tăng chi tiêu bằng thẻ cao nhất, với mức tăng 67 triệu NZD (4%).

Theo đánh giá, lòng tin của người tiêu dùng tăng mạnh do New Zealand chống Covid-19 có hiệu quả, cũng như việc thiết lập khu vực đi lại tự do (không cách ly) giữa New Zealand và Australia.

DOANH SỐ BÁN SỈ VÀ SẢN XUẤT TĂNG

Theo Cục Thống kê New Zealand, doanh số bán sỉ tăng 3,7% trong quý 1 năm 2021 (1,1 tỉ NZD), sau khi giảm 1,7% (494 triệu NZD) trong quý 4 năm 2020. Doanh số bán sỉ tăng chủ yếu do doanh số ô tô, xe máy tăng (18%).

Doanh số trong lĩnh vực sản xuất cũng đạt mức kỷ lục 27 tỉ NZD, tăng 0,4% so với quý 4 năm 2020 và tăng 4,2% so với quý 1 năm 2020. Các nhóm hàng tăng nhiều nhất là vận tải, máy móc, thiết bị (tăng 6,9% - 208 triệu NZD); sản xuất thịt và sữa (tăng 1,3% - 104 triệu NZD).

GIÁ DẦU VÀ GỖ GIA TĂNG TRONG BỐI CẢNH GIÁ HÀNG HÓA GIẢM

Theo Cục Thống kê New Zealand, giá cả hàng hóa xuất nhập khẩu giảm (giảm 0,8%) trong quý 1 năm 2021. Tính theo cả năm, nhập khẩu giảm 6,3%, giá xuất khẩu giảm 7,2%.

Giá nhập khẩu giảm do giá máy móc, thiết bị điện tử giảm 6,1% trong quý. Giá xuất khẩu giảm phản ánh mức giảm đối với sản phẩm bơ, sữa (giảm 2,4%) và thịt (giảm 1,5%).

Trong bối cảnh đó, giá nhập khẩu xăng, dầu tăng 13,8% trong quý 1 năm 2021. Tuy nhiên, mức giá xăng, dầu vẫn thấp hơn mức giá trước khi có dịch Covid-19 (giảm 30,3% trong năm 2020-2021). Giá xăng dầu tăng phản ánh nhu cầu gia tăng khi các hạn chế về đi lại được nới lỏng.

Đối với gỗ, giá xuất khẩu lâm sản của New Zealand tăng 7% trong quý 1.

LỰC LƯỢNG LAO ĐỘNG DỰ BÁO GIA TĂNG

Theo Cục Thống kê New Zealand, lực lượng lao động của New Zealand dự kiến sẽ gia tăng do tăng dân số cũng như sự tham gia lao động của người cao tuổi.

Trong quý 1 năm 2021, 2,9 triệu người New Zealand tham gia lực lượng lao động. Theo dự báo, lực lượng này sẽ tăng lên mức 3,2 triệu vào đầu những năm 2030 và tăng lên mức 3,7 triệu vào năm 2070. Dự báo cho thấy ngày càng nhiều người cao tuổi, từ 65 tuổi trở lên, sẽ tham gia thị trường lao động. Hiện nay, cứ 4 người lao động thì có 1 người ở độ tuổi từ 65 trở lên.

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 thứ 4 diễn ra trực tuyến từ ngày 12 đến 27 tháng 4 năm 2021. Hai bên đạt được một số kết quả chính sau:

- Thống nhất về khuôn khổ chung của hiệp định FTA, với 33 chương.
- Cơ bản hoàn tất các chương về chính sách cạnh tranh và phòng vệ thương mại.
- Đạt tiến bộ quan trọng trong các lĩnh vực như lời văn thương mại hàng hóa, thủ tục hải quan và mua sắm chính phủ.
- Thống nhất việc các chương về lao động và môi trường phải thực thi được về pháp lý.
- Nhất trí khởi động đàm phán 3 chương mới là bảo vệ người tiêu dùng, chống tham nhũng và phát triển.
- Thảo luận 37 lời văn và tài liệu tham khảo mới, bản chào sửa đổi về mở cửa thị trường hàng hóa và bản chào ban đầu về mua sắm chính phủ.

Trong tháng 6, Bộ trưởng Thương mại Damien O'Connor đã có chuyến công du đến Vương quốc Anh tại Luân Đôn để thảo luận về tiến độ đàm phán với người đồng cấp. Trước chuyến công du, ông O'Connor cho rằng các bản chào của Anh quá thấp so với kỳ vọng của New Zealand. Do vậy, mục đích của chuyến đi là thuyết phục Anh nâng cao bản chào và đẩy nhanh tiến độ đàm phán. Sau cuộc gặp, hai bên tuyên bố sẽ nỗ lực đạt được thỏa thuận về nguyên tắc trong tháng 8 năm nay.

- Hiệp định FTA EU-NZ: Đàm phán FTA NZ-EU đã diễn ra được 10 phiên. Phiên thứ 10 diễn ra theo hình thức trực tuyến từ ngày 22-30 tháng 3 năm 2021. Đàm phán phiên 10 được cho là có tiến bộ, tuy nhiên, hai bên không đạt được kết quả thực chất nào trong phiên này. Thời gian diễn ra phiên 11 chưa được xác định.

Bộ trưởng Thương mại O'Connor đang có chuyến thăm chính thức EU để thảo luận và thúc đẩy tiến độ đàm phán.

TÌNH HÌNH XUẤT NHẬP KHẨU CỦA NEW ZEALAND

Theo thống kê của Cục Thống kê New Zealand, trong 4 tháng đầu năm 2021, thương mại hàng hóa hai chiều đạt 38,97 tỉ NZD, tăng 0,9%, trong đó xuất khẩu đạt 19,19 tỉ, giảm 4,8%, nhập khẩu đạt 19,78 tỉ, tăng 7,2%.

Trong những năm gần đây, Trung Quốc liên tục giữ vị trí là đối tác thương mại số 1 của New Zealand (chiếm 33% tổng xuất khẩu và gần 24% nhập khẩu), thay thế vị trí của thị trường gần gũi, truyền thống Australia, khiến nhiều chuyên gia và doanh nghiệp lo ngại về sự phụ thuộc quá lớn vào thị trường Trung Quốc.

Về thị trường

Về xuất khẩu: Trong 4 tháng đầu năm, xuất khẩu của New Zealand giảm 4,8% so với cùng kỳ năm 2020. Kim ngạch xuất khẩu sang 17/20 thị trường chính giảm trung bình 15,8%. Chỉ có 3 thị trường đạt tăng trưởng dương là Trung Quốc (tăng 22,9%), Indonesia (tăng 6,2%) và Việt Nam (tăng 1,6%). Trung Quốc tiếp tục là thị trường xuất khẩu số 1 của New Zealand, với kim ngạch đạt 6,33 tỉ NZD, chiếm 33% tổng kim ngạch xuất khẩu. Australia, thị trường xuất khẩu truyền thống, nhiều năm đứng vị trí số 1, chỉ chiếm 11,1% (2,13 tỉ NZD) tổng kim ngạch xuất khẩu của New Zealand trong 4 tháng đầu năm, giảm 8,6% so với cùng kỳ năm 2020. Tỉ trọng kim ngạch xuất khẩu sang một số thị trường hàng đầu khác như sau: Hoa Kỳ chiếm 10,3%, giảm 8,4% so với cùng kỳ năm trước; Nhật Bản chiếm 5,3%, giảm 23,2%; Hàn Quốc, chiếm 3,1%, giảm 0,2%.

Xuất khẩu sang ASEAN đạt 1,98 tỉ NZD, giảm 12,6%, tăng ở các thị trường Indonesia (450,3 triệu, tăng 6,2%), Việt Nam (289,3 triệu, tăng 1,6%), Lào (703.000 NZD, tăng 128%), giảm ở các thị trường còn lại.

Về nhập khẩu: Nhập khẩu trong 4 tháng đầu năm tăng 7,2% so với cùng kỳ năm 2020. Nhập khẩu từ 16/25 thị trường chính tăng bình quân 19,3%. Các thị trường xuất khẩu hàng đầu vào New Zealand gồm: Trung Quốc, 4,7 tỉ NZD, chiếm 23,8% thị phần, tăng 30,1% so với cùng kỳ năm 2020; Australia, 2,2 tỉ, chiếm 11,2% thị phần, tăng 7,6%; Hoa Kỳ, 1,72 tỉ, chiếm 8,7% thị phần, giảm 11,9%; Nhật Bản, 1,32 tỉ, chiếm 6,7% thị phần, tăng 15,1%; Thái Lan, 956,7 triệu, chiếm 4,8% thị phần, tăng 13,7%; Đức, 927,4 triệu, chiếm 4,7% thị phần, tăng 7,7%.

Nhập khẩu từ ASEAN đạt 2,86 tỉ NZD, tăng 6,5%, tăng từ các thị trường Thái Lan (956,7 triệu, tăng 13,7%), Indonesia (385,5 triệu, tăng 20,6%), Việt Nam (382,4 triệu, tăng 32,8%), Philippines (44,5 triệu, tăng 13,2%), Brunei (24,6 triệu, tăng 100%), giảm ở các thị trường còn lại.

Về mặt hàng

Về xuất khẩu: Trong 4 tháng đầu năm, xuất khẩu của New Zealand giảm 4,8%. Trong số 30 mặt hàng xuất khẩu hàng đầu, có 17 mặt hàng có kim ngạch giảm, trung bình 13,8%. Mặt hàng xuất khẩu hàng đầu của New Zealand là bơ, sữa chiếm 29,4% tỉ trọng xuất khẩu có mức giảm tới 10,4%, tác động lớn đến tổng kim ngạch xuất khẩu. Một số mặt hàng xuất khẩu hàng đầu có kim ngạch giảm gồm: thịt và nội tạng (giảm 6,7%), trái cây, hạt (giảm 15,1%), đồ uống (giảm 27,4%), các chất albumin (giảm 10,8%), hải sản (giảm 11,1%).

Các mặt hàng xuất khẩu tăng gồm gỗ (56,8%), máy móc, thiết bị cơ khí (17,9%), thiết bị quang điện, vật liệu ảnh, đo lường (31,5%).

Về nhập khẩu: Trong 4 tháng đầu năm, nhập khẩu của New Zealand tăng 7,2%. Trong số 30 mặt hàng nhập khẩu hàng đầu, có tới 24 mặt hàng có kim ngạch tăng, trung bình 21,2%. Các mặt hàng nhập khẩu hàng đầu có kim ngạch tăng gồm: xe cộ (tăng 31,7%), máy móc,

thiết bị điện (tăng 23,6%), nhựa (tăng 18,9%), thiết bị quang điện, vật liệu ảnh, đo lường (18%), đồ nội thất (35,4%).

Các mặt hàng nhập khẩu giảm gồm: máy móc, thiết bị cơ khí (-0,7%), xăng, dầu (-32,2%), dược phẩm (-2,4%), hóa chất vô cơ (-9%), các mặt hàng dệt đã hoàn thiện (-12%), chế phẩm ngũ cốc (-8,7%).

Dự báo tình hình nhập khẩu năm 2021

Việc New Zealand từng bước mở cửa biên giới (trước mắt với Australia, Đảo Cook và Niue) mang lại hy vọng cho ngành du lịch nước này, dự báo tăng trưởng tiêu dùng, đầu tư, xây dựng v.v. là các yếu tố tích cực, góp phần dự báo kinh tế New Zealand sẽ tăng trưởng từ 3,5 – 5% trong năm 2021. Như vậy, nhiều khả năng kim ngạch nhập khẩu hàng hóa vào New Zealand trong 6 tháng cuối năm 2021 sẽ tăng mạnh, góp phần đưa kim ngạch nhập khẩu cả năm tăng trưởng dương.

Đối với hàng hóa nhập khẩu từ Việt Nam, dự báo các mặt chủ đạo của Việt Nam như móc móc, thiết bị điện tử; giày, dép; hàng dệt, may; đồ nội thất, nhựa và sản phẩm nhựa sẽ tiếp tục tăng trưởng cao trong năm 2021.

THƯƠNG MẠI VIỆT NAM - NEW ZEALAND

Theo số liệu của Cục Thống kê New Zealand, kim ngạch thương mại hai chiều Việt Nam – New Zealand trong 4 tháng đầu năm đạt 671,77 triệu NZD, trong đó, New Zealand xuất khẩu sang Việt Nam đạt 289,32 triệu NZD, tăng 1,6%; New Zealand nhập khẩu từ Việt Nam đạt 382,45 triệu NZD, tăng 32,8%.

Việt Nam là nước xuất khẩu lớn thứ 14 vào New Zealand trong 4 tháng đầu năm 2021.

a) Xuất khẩu của Việt Nam sang New Zealand

ĐVT: 1.000 NZD

STT	Mặt hàng	4T/20	4T/21	Tăng trưởng	Thị phần	Tỉ trọng
	Tổng XK của VN sang NZ	288,051	382,448	32.8%	1.9%	100.0%
1	85 máy móc, thiết bị điện tử (điện thoại, màn hình, cầu dao, loa, đài, biến thế...)	123,929	180,630	45.8%	10.1%	47.2%
2	64 giày, dép	27,064	36,136	33.5%	24.1%	9.4%
3	50-63 hàng dệt, may	24,754	30,795	24.4%	3.1%	8.1%
4	94 đồ nội thất	15,497	21,555	39.1%	4.8%	5.6%
5	84 máy móc, thiết bị cơ khí (máy vi tính, máy in, tủ lạnh, máy giặt v.v.)	13,618	21,359	56.8%	0.8%	5.6%
6	34 chế phẩm giặt, làm sạch	3,613	8,849	144.9%	7.0%	2.3%
7	39 nhựa và sản phẩm nhựa	7,540	8,779	16.4%	1.1%	2.3%

8	90 thiết bị y tế	4,561	7,279	59.6%	1.1%	1.9%
9	03 thủy sản	5,661	6,217	9.8%	10.1%	1.6%
10	080132 hạt điều bóc vỏ	7,508	5,862	-21.9%	97.2%	1.5%
11	40 cao su và sản phẩm cao su	2,750	5,104	85.6%	1.9%	1.3%
12	42 đồ da	4,046	4,680	15.7%	5.5%	1.2%
13	95 đồ chơi	2,664	4,274	60.4%	1.9%	1.1%
14	16 chế phẩm thủy sản	2,410	3,762	56.1%	6.5%	1.0%
15	09 cà phê, trà	2,235	3,042	36.1%	5.6%	0.8%
16	48 giấy, bìa	3,998	3,034	-24.1%	0.9%	0.8%
17	1006 gạo	1,893	2,736	44.5%	13.0%	0.7%
18	82 dụng cụ, bộ đồ ăn	2,444	2,349	-3.9%	2.4%	0.6%
19	87 xe cộ	1,155	2,302	99.3%	0.1%	0.6%
20	72-73 sắt, thép	1,110	2,017	81.7%	0.3%	0.5%
21	31 phân bón	2,440	1,761	-27.8%	0.8%	0.5%
22	69 sản phẩm gốm, sứ	1,561	1,468	-6.0%	1.9%	0.4%
23	96 các sản phẩm chế tạo khác	1,764	1,411	-20.0%	1.8%	0.4%
24	20 chế phẩm rau, trái cây, hạt	1,564	1,244	-20.5%	1.1%	0.3%
25	68 sản phẩm làm bằng đá, thạch cao, xi măng, amiăng, mica hoặc các vật liệu tương tự	531	1,206	127.1%	1.3%	0.3%

Nguồn: Cục Thống kê New Zealand

Xuất khẩu hàng hóa Việt Nam sang New Zealand tăng mạnh trong 4 tháng đầu năm, tới 32,8%, đạt 382,45 triệu NZD, chiếm 1,9% thị phần. 18/25 mặt hàng xuất khẩu hàng đầu sang New Zealand đạt tăng trưởng dương. Mức tăng trưởng nhập khẩu 32,8% từ Việt Nam cao hơn nhiều so với mức tăng tổng nhập khẩu 7,2% của New Zealand.

Xét về tỉ trọng, máy móc, thiết bị điện tử tiếp tục là mặt hàng xuất khẩu hàng đầu với tỉ trọng đạt 45,8%. Các mặt hàng xuất khẩu hàng đầu khác của Việt Nam vào New Zealand gồm: giày, dép (9,4%), hàng dệt, may (8,1%), đồ nội thất (5,6%), máy móc, thiết bị cơ khí (5,6%), chế phẩm làm sạch (2,3%), nhựa và sản phẩm nhựa (2,3%), thiết bị y tế (1,9%), thủy sản (1,6%), hạt điều (1,5%).

Về thị phần, các mặt hàng lớn nhất gồm: hạt điều (97,2%), giày, dép (24,1%), gạo (13%), máy móc, thiết bị điện tử (10,1%), thủy sản (10,1%).

Các mặt hàng có tốc độ tăng trưởng hàng đầu gồm: chế phẩm làm sạch (144,9%), sản phẩm làm từ đá, thạch cao... (127,1%), xe cộ (99,3%), cao su (85,6%), đồ chơi (60,4%), chế phẩm thủy sản (56,1%), gạo (44,5%).

b) Việt Nam nhập khẩu từ New Zealand

Trong 4 tháng đầu năm 2021, Việt Nam nhập khẩu hàng hóa từ New Zealand đạt kim ngạch 289,32 triệu NZD, tăng 1,6%. Việt Nam là thị trường xuất khẩu lớn thứ 13 của New Zealand.

ĐVT: 1.000 NZD

STT	Mặt hàng	4T/20	4T/21	Tăng trưởng	Tỉ trọng
	Tổng XK của NZ	284,771	289,321	1.6%	100.0%
1	04 bơ, sữa	165,262	174,714	5.7%	60.4%
2	08 trái cây, hạt	35,396	39,010	10.2%	13.5%
3	44 gỗ và sản phẩm gỗ	22,748	23,944	5.3%	8.3%
4	21 các loại chế phẩm ăn được	19,950	14,832	-25.7%	5.1%
5	03 thủy sản	19,950	9,337	-53.2%	3.2%
6	72-72 sắt, thép	39	3,606	9146.2%	1.2%
7	76 nhôm	-	3,575	N/A	1.2%
8	48 giấy và bìa các tông	2,750	3,305	20.2%	1.1%
9	02 thịt và nội tạng	952	2,283	139.8%	0.8%
10	19 chế phẩm từ ngũ cốc, bột, tinh bột, sữa	1,825	2,068	13.3%	0.7%

Nguồn: Cục Thống kê New Zealand

Xét về tỉ trọng, bơ, sữa vẫn là mặt hàng Việt Nam nhập khẩu hàng đầu từ New Zealand, chiếm 60,4%. Các mặt hàng nhập khẩu hàng đầu khác gồm: trái cây, hạt (13,5%), gỗ và sản phẩm gỗ (8,3%), các chế phẩm ăn được (5,1%).

Xét theo tốc độ tăng trưởng, sắt, thép mặt hàng đứng đầu với mức tăng phi mã so với cùng kỳ năm 2020, chủ yếu do cùng kỳ năm 2020 gần như không được nhập khẩu vào Việt Nam. Tương tự, nhôm cũng có mức tăng phi mã do cùng kỳ năm 2020 không có nhập khẩu. Thịt và nội tạng là mặt hàng có tăng trưởng cao, đạt 139,8%.

CHÍNH SÁCH VÀ QUY ĐỊNH

THAY ĐỔI QUY ĐỊNH VỀ BÁO CÁO ĐỐI VỚI CONTAINER ĐƯỜNG BIỂN

Bộ Các ngành cơ bản New Zealand (MPI) [thông báo](#) sẽ ban hành quy định sửa đổi về báo cáo đối với container nhập khẩu hàng hóa theo đường biển từ tháng 7 năm 2021. Theo quy định hiện hành, các cơ sở trung chuyển (TF) chỉ phải báo cáo MPI đối với các container bị ô nhiễm (sâu hại, hóa chất...), tương đương với khoảng 2%-10% số lượng container nhập khẩu vào New Zealand. Kể từ tháng 7 năm nay, toàn bộ container đường biển đều phải báo cáo MPI. Các cơ sở trung chuyển buộc phải báo cáo kết quả kiểm tra hàng hóa trong vòng 48 giờ. Việc thay đổi quy định nhiều khả năng sẽ làm chậm thời gian hàng hóa được thông quan.

CÔNG CỤ HỖ TRỢ DOANH NGHIỆP XUẤT KHẨU VÀO NZ

New Zealand là nước có các quy định nghiêm ngặt đối với việc đảm bảo an ninh sinh học, tránh các rủi ro do hàng nhập khẩu gây ra đối với sức khỏe con người và động thực vật. Việc xác định mặt hàng được phép mang vào New Zealand tương đối khó khăn.

Mới đây Bộ Các ngành cơ bản New Zealand (MPI), cơ quan phụ trách việc ban hành tiêu chuẩn, quy định liên quan đến an toàn sinh học, đã giới thiệu công cụ hỗ trợ người dân xác định các mặt hàng được phép nhập khẩu vào New Zealand cho mục đích cá nhân.

Các mặt hàng được chia làm một số nhóm nhập khẩu phổ biến như: thực phẩm; thiết bị, quần áo, đồ gỗ; rượu, thuốc lá, thuốc men; các mặt hàng khác. Độc giả quan tâm có thể tham khảo công cụ này [tại đây](#).

QUY ĐỊNH VỀ NHÃN MÁC

Quy định về nhãn mác của New Zealand được nêu trong nhiều văn bản pháp quy như: Luật Thực phẩm 2014, Luật Tiêu chuẩn Thực phẩm Australia – New Zealand, Luật Thương mại Công bằng, Luật Trọng lượng và Đo lường, Quy định về Tiêu chuẩn Thông tin Tiêu dùng, Quy định về Xuất xứ, Quy định về Hàm lượng Xơ, Tiêu chuẩn về Hiệu quả sử dụng nước, Tiêu chuẩn về Xe đã qua sử dụng v.v..

Về tổng thể, nhãn sản phẩm phải có các đặc điểm chính như: rõ ràng, nổi bật, viết bằng tiếng Anh.

Quy định nhãn mác thực phẩm

Theo Bộ Các ngành cơ bản, hầu hết thực phẩm bán ra ở New Zealand phải có nhãn mác. Hai luật chính điều chỉnh các vấn đề liên quan đến thực phẩm là [Luật Thực phẩm 2014](#) và [Luật Tiêu chuẩn Thực phẩm Australia New Zealand](#).

Về cơ bản, hầu hết nhãn mác thực phẩm phải chứa các thông tin sau:

- ✓ Hạn sử dụng
- ✓ Tên hoặc mô tả thực phẩm

- ✓ Tên và địa chỉ của doanh nghiệp
- ✓ Cảnh báo
- ✓ Thành phần
- ✓ Tỷ lệ
- ✓ Thông tin dinh dưỡng
- ✓ Hướng dẫn sử dụng và bảo quản

Việc ghi thông tin về xuất xứ trên nhãn thực phẩm (trừ rượu vang) được thực hiện trên cơ sở [tự nguyện](#).

Các doanh nghiệp quan tâm có thể tham khảo Hướng dẫn ghi nhãn thực phẩm do Bộ Các ngành cơ bản biên soạn [tại đây](#).

Nhãn mác về xuất xứ hàng hóa (đối với quần áo và giày dép)

Tất cả quần áo và giày dép mới đều phải có nhãn mác để người tiêu dùng biết sản phẩm được sản xuất ở nước nào.

Việc cung cấp thông tin về xuất xứ hàng hóa để giúp người tiêu dùng đưa ra quyết định có nên mua quần áo hoặc giày dép có xuất xứ đó hay không.

Nhãn mác về cách bảo quản sản phẩm

Quần áo mới, vải vóc gia dụng và đồ trang trí nội thất phải có nhãn mác cung cấp cho người tiêu dùng thông tin về cách bảo quản loại hàng hóa đó.

Thông tin này nhằm giúp cho người tiêu dùng nắm được phương pháp và chi phí bảo quản hàng dệt may khi mua hàng hóa. Khi người tiêu dùng tuân thủ hướng dẫn sử dụng của nhà sản xuất, hàng hóa sẽ ít bị hư hỏng, bền hơn, sử dụng được trong thời gian dài hơn.

Nhãn mác về hàm lượng sợi

Quần áo hoặc sản phẩm vải phải có nhãn mác liệt kê các loại sợi và hàm lượng của các loại sợi khác nhau trong sản phẩm.

Yêu cầu này nhằm mục đích cung cấp cho người tiêu dùng thông tin chính xác về hàm lượng sợi của quần áo hoặc hàng dệt may, từ đó có thể sử dụng và chăm sóc sản phẩm đúng cách.

Nhãn mác đối với xe cơ giới đã qua sử dụng

Xe cơ giới đã qua sử dụng phải có Bảng thông tin cho người tiêu dùng gắn trên xe với thông tin đầy đủ và chính xác về chiếc xe cũng như trên các mẫu quảng cáo nếu bán hàng trực tuyến.

Nhãn mác về hiệu quả sử dụng nước

Một số sản phẩm (máy giặt, máy rửa bát, bồn rửa mặt, bồn cầu) phải có nhãn/bảng đánh giá hiệu quả sử dụng nước trên sản phẩm hoặc bao bì sản phẩm, tùy loại, khi bày bán ở New Zealand.

Thông tin về mức tiêu thụ và hiệu quả sử dụng nước của sản phẩm giúp người tiêu dùng đưa ra quyết định mua hàng sáng suốt hơn khi mua các sản phẩm sử dụng nước.

Yêu cầu chung về ghi số lượng trên nhãn mác

Hàng hóa bán theo trọng lượng hoặc đơn vị đo lường khác phải ghi rõ số lượng trên nhãn mác, sử dụng hệ mét. Xem hướng dẫn chi tiết [tại đây](#).

CƠ HỘI GIAO THƯƠNG

CÔNG TY NZ UNIFORMS

Công ty NZ Uniforms đang tìm kiếm nhà cung cấp, gia công các loại quần áo đồng phục học sinh và quần áo thể thao.

Các doanh nghiệp Việt Nam quan tâm có thể liên hệ để tiếp thị sản phẩm theo địa chỉ:

CÔNG TY NZ UNIFORMS

Mr David Bunnell

Email: ceo@nzuniforms.com

Website: <https://www.nzuniforms.com/>

CÔNG TY HARVEY ELLIOTT

Công ty Harvey Elliott đang tìm kiếm nhà sản xuất lót giày và giày da tổng hợp.

Các doanh nghiệp Việt Nam quan tâm có thể liên hệ để tiếp thị sản phẩm theo địa chỉ:

CÔNG TY HARVEY ELLIOTT

Mr Simon Elliott

Email: info.harveyelliott@gmail.com

CÔNG TY THE TEA BOX

Công ty The Tea Box đang tìm kiếm nhà cung cấp mặt hàng trân châu (Tapioca pearl) để làm trà sữa trân châu. Ngoài ra, công ty cũng là nhà nhập khẩu và phân phối các sản phẩm trà trực tiếp tới người tiêu dùng.

Các doanh nghiệp Việt Nam quan tâm có thể liên hệ để tiếp thị sản phẩm theo địa chỉ:

CÔNG TY THE TEA BOX

Mr Ron van Zuilen

Email: ronvanzuilen17@gmail.com

Website: <https://www.teabox.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