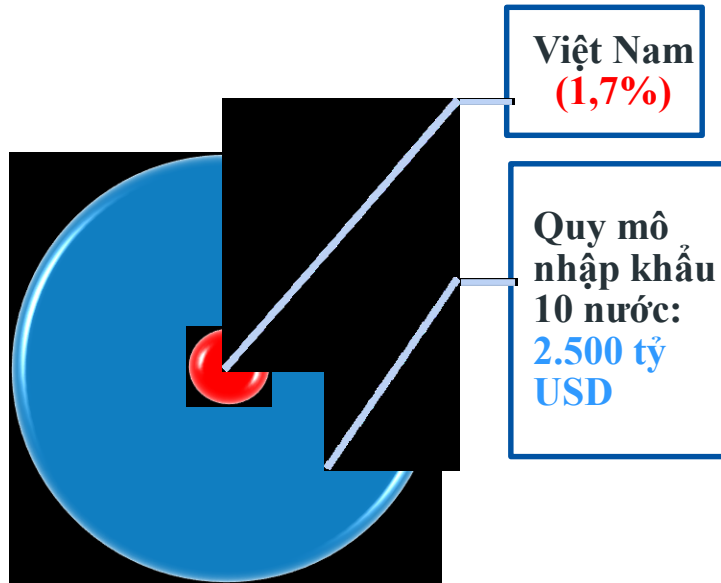


HOẠT ĐỘNG XUẤT NHẬP KHẨU SAU 2 NĂM THỰC THI

HIỆP ĐỊNH CPTPP



NHẬN ĐỊNH VỀ CƠ HỘI XUẤT KHẨU KHI CPTPP CÓ HIỆU LỰC



Xuất nhập khẩu hiện
chủ yếu với khu vực
châu Á



Cơ hội cơ cấu lại sản xuất
trong nước, thị trường
xuất khẩu, nhập khẩu

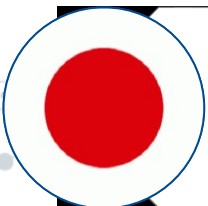
CƠ HỘI TỪ CẮT GIẢM THUẾ QUAN



Trên 93% số dòng thuế
(95,8% kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam sang Australia)



94,9% số dòng thuế
(77,9% kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam sang Canada)



86% số dòng thuế
(93,6% kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam sang Nhật Bản)

VIỆC THỰC THI HIỆP ĐỊNH CPTPP ĐẶT RA KHÔNG ÍT THÁCH THỨC

Đáp ứng các tiêu chí về xuất xứ hàng hóa:

- nhận thức về quy định
- sự phụ thuộc lớn vào nguyên liệu ngoại khối

Xu hướng bảo hộ sản xuất trong nước của các nước nhập khẩu, trong đó có cả các đối tác FTA gia tăng

Yêu cầu về định mức dư lượng thuốc bảo vệ thực vật, các tiêu chuẩn vệ sinh an toàn thực phẩm, các quy định về ghi nhãn hàng hóa, bảo vệ môi trường

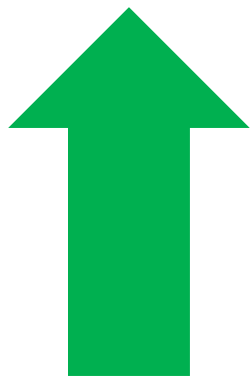


Sau 2 năm thực thi CPTPP

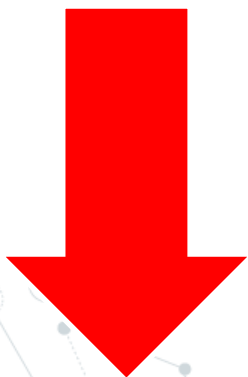
Thời điểm thích hợp để nhìn lại chặng đường đã đi qua, đánh giá kết quả đạt được, những vấn đề cần khắc phục

=> Kế hoạch triển khai thời gian tới nhằm tận dụng một cách hiệu quả hơn nữa cơ hội từ Hiệp định mang lại.

TĂNG TRƯỞNG XUẤT KHẨU SANG CÁC THỊ TRƯỜNG

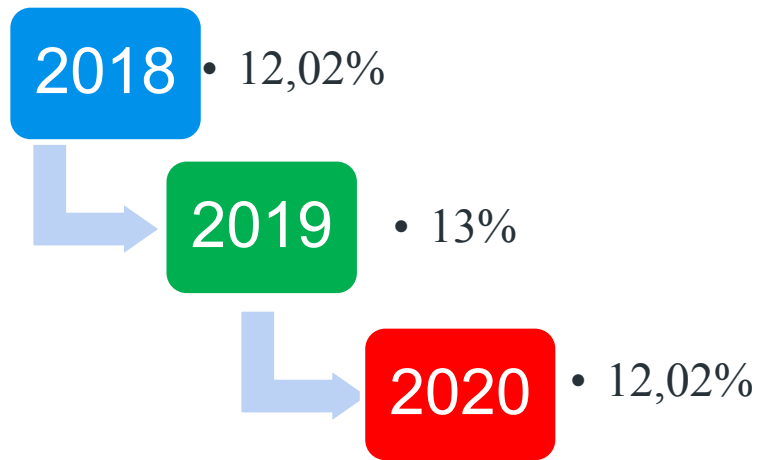


Năm 2019, xuất khẩu sang 6 nước CPTPP đạt 34,3 tỷ USD, tăng 8,1%



Năm 2020, xuất khẩu sang 6 nước CPTPP duy trì ở mức gần tương đương 2019, đạt 34 tỷ USD

Tỷ trọng trong tổng xuất khẩu



XUẤT KHẨU SANG CÁC NƯỚC CPTPP NĂM 2019



CANADA

Xuất khẩu đạt 4,36 tỷ USD, tăng 29% so với năm 2018



MEXICO

Xuất khẩu đạt 3,16 tỷ USD, tăng 26,2% so với năm 2018



NHẬT BẢN

Xuất khẩu đạt 20,3 tỷ USD, tăng 8% so với năm 2018



NEW ZEALAND

Xuất khẩu đạt 542,4 triệu USD, tăng 7,6% so với năm 2018



SINGAPORE

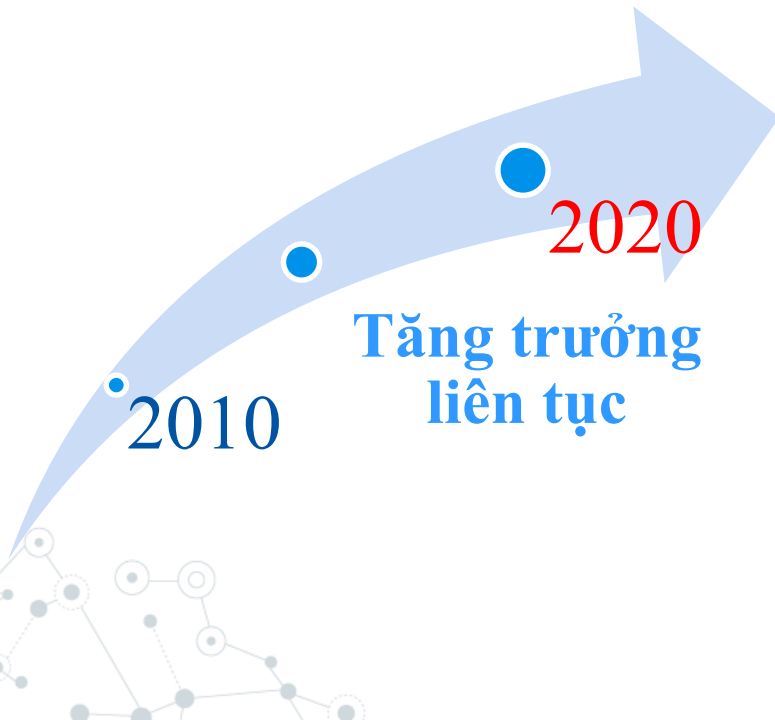
Xuất khẩu đạt 3,21 tỷ USD, tăng 0,3% so với năm 2018



AUSTRALIA

Xuất khẩu đạt 3,53 tỷ USD, giảm 11,1% so với năm 2018

XUẤT KHẨU SANG CANADA



❖ Năm 2019

Kim ngạch xuất khẩu: gần 3,9 tỷ USD, tăng 29% so với năm 2018.

❖ Năm 2020:

Kim ngạch xuất khẩu: gần 4,4 tỷ USD, tăng 12% - cao hơn nhiều so với mức tăng xuất khẩu chung (7%)

XUẤT KHẨU SANG CANADA

Trên
62%/năm

- Máy móc, thiết bị, dụng cụ phụ tùng
- Điện thoại các loại

Khoảng
25%/năm

- Sản phẩm mây, tre, cói và thảm
- Máy vi tính, sản phẩm điện tử và linh kiện
- Bánh kẹo và các sản phẩm từ ngũ cốc
- Sản phẩm từ sắt thép
- Phương tiện vận tải và phụ tùng

Khoảng
15%/năm

- Gỗ và sản phẩm gỗ
- Hàng rau quả
- Đồ chơi, dụng cụ thể thao và bộ phận

XUẤT KHẨU SANG MEXICO

- ❖ Đối tác lớn thứ 3 tại Mỹ La-tinh
- ❖ Thương mại hai chiều: 2 năm tăng bình quân 14,6%/năm
- ❖ Xuất khẩu: tăng bình quân 18,8%/năm

Xuất khẩu tăng mạnh

- Điện thoại
- Máy móc, thiết bị, dụng cụ phụ tùng

Xuất khẩu bình quân tăng 32-35%/năm

- Đồ chơi, dụng cụ thể thao
- Phương tiện vận tải và phụ tùng
- Túi xách, ví, vali

TĂNG TRƯỞNG XUẤT KHẨU MỘT SỐ MẶT HÀNG KỶ VỌNG

Giày dép

- Năm 2019 đạt 2,1 tỷ USD, tăng 15,1% so với năm 2018;
- Năm 2020 giảm 12,2%, đạt 1,84 tỷ USD.
- Xuất khẩu vào Canada và Mexico tăng nhanh, nhất là Canada do cho giày dép Việt Nam hưởng ngay mức 0%.

Dệt may

- Năm 2019 đạt 5,3 tỷ USD, tăng 7,4% so với năm 2018
- Năm 2020 giảm 9,6% so với năm 2019, đạt 4,8 tỷ USD
- Xuất khẩu vào Canada và Mexico tăng nhanh; sang New Zealand tăng nhưng quy mô nhỏ

Gỗ và sản phẩm gỗ

- Năm 2019 đạt 1,72 tỷ USD, tăng 9,1% so với năm 2018
- Năm 2020 đạt 1,74 tỷ USD, tăng 1,5%
- Mexico và Canada là hai thị trường có tăng trưởng xuất khẩu cao nhất

TĂNG TRƯỞNG XUẤT KHẨU MỘT SỐ MẶT HÀNG KỶ VỌNG

- Xuất khẩu hàng thủy sản sang 6 nước CPTPP trong năm 2019 đạt 2,13 tỷ USD, tăng 2,9% so với năm 2018.
- Năm 2020, trị giá xuất khẩu giảm nhẹ, đạt 2,1 tỷ USD, giảm 1,4% so với năm 2019.
- Việc đáp ứng tiêu chí xuất xứ dễ dàng hơn. Chẳng hạn nguồn nguyên liệu nhập từ New Zealand, Australia để chế biến sản phẩm xuất sang Nhật Bản



Tình hình cấp Giấy chứng nhận xuất xứ hàng hóa



Tỷ lệ sử dụng C/O mẫu CPTPP khi xuất khẩu sang các thị trường này chưa cao:

- ❖ 4/6 nước đối tác đã có FTA với Việt Nam với quy tắc xuất xứ lỏng hơn và mức thuế suất ưu đãi hơn trong những năm đầu CPTPP có hiệu lực. **(Riêng Mexico và Canada năm 2020: 1,27 tỷ USD - chiếm 17%).**
- ❖ Khó khăn trong đáp ứng tiêu chí xuất xứ đối với một số mặt hàng (dệt may).



**Có thể khẳng định việc CPTPP
có hiệu lực từ 2019 đã góp phần
thúc đẩy xuất khẩu của Việt
Nam sang các thị trường đối tác**

Khó phân tách, định lượng tăng trưởng nhờ CPTPP

4/6 nước đã là đối tác của Việt Nam trong các FTA khác

Xung đột thương mại Mỹ - Trung => chuyển dịch đơn hàng ở Bắc Mỹ

Nhiều mặt hàng thuế MFN 0% vẫn tăng trưởng tốt

Tác động của Covid -19 đến xuất khẩu năm 2020

NHỮNG ĐIỂM CẢN KHẮC PHỤC/ĐIỂM NGHẼN

Thiếu nhân công tay nghề cao

Lo ngại về môi trường ảnh hưởng phát triển công nghiệp hỗ trợ cho dệt may và da giày

Vẫn phụ thuộc nhiều vào nguồn nguyên liệu nhập khẩu từ các nước khác ngoài CPTPP

Một số sản phẩm nông thủy sản chưa bảo đảm được yếu tố chất lượng

Cơ sở hạ tầng đường bộ, cảng biển chưa phát triển đồng bộ với tăng trưởng sản xuất và xuất khẩu

Mức độ quan tâm, chủ động của doanh nghiệp chưa cao

DƯ ĐỊA ĐỀ TIẾP TỤC TĂNG TRƯỞNG

Thị phần hàng hóa xuất khẩu của Việt Nam tại các nước đối tác CPTPP phần lớn còn thấp

- Nhật Bản (chiếm 3,1%)
- 1,9% tại Australia, 1,6% tại New Zealand, 1,3% tại Mexico, 1,1% tại Canada, 1% tại Singapore

1. Lợi ích lớn nhất là cơ hội để tiếp tục hoàn thiện thể chế, môi trường kinh doanh.

2. Tạo sức ép nâng cao năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp, buộc doanh nghiệp phải nâng cao tiêu chuẩn hàng hóa xuất khẩu và hình thành các chuỗi giá trị

NHỮNG VIỆC CẦN LÀM: CHÍNH PHỦ, BỘ, NGÀNH

Tăng cường hiệu quả công tác thực thi hiệp định; xây dựng, sửa đổi những văn bản pháp luật liên quan

Thông tin, truyền thông về CPTPP chuyên sâu, theo ngành, lĩnh vực và thị trường trọng điểm

Nâng cao năng lực cạnh tranh cho doanh nghiệp vừa, nhỏ và siêu nhỏ

Đẩy mạnh đầu tư sản xuất nguyên phụ liệu đáp ứng quy tắc xuất xứ

Tiết giảm chi phí ngoài sản xuất, nhất là các chi phí logistics

NHỮNG VIỆC CẦN LÀM: DOANH NGHIỆP



Chủ động tìm hiểu các cơ hội ưu đãi, thay đổi tư duy kinh doanh, cải thiện năng lực cạnh tranh



Nghiên cứu kỹ thị trường, tìm hiểu kỹ thị hiếu và nhu cầu của người tiêu dùng



Thay đổi tư duy kinh doanh trong bối cảnh mới, lấy sức ép về cạnh tranh là động lực để đổi mới và phát triển



Cảm ơn đã lắng nghe!

Cục Xuất nhập khẩu

Bộ Công Thương

Email: xnk-thcs@moit.gov.vn