

BỘ CÔNG THƯƠNG

**PHÁT TRIỂN
CÁC THỊ TRƯỜNG KHU VỰC
CHÂU Á - THÁI BÌNH DƯƠNG
THỜI KỲ 2015 - 2020,
ĐỊNH HƯỚNG ĐẾN NĂM 2030**

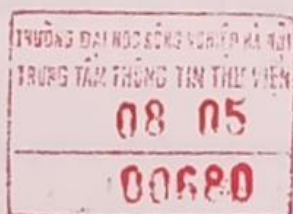


NHÀ XUẤT BẢN CÔNG THƯƠNG

**BỘ CÔNG THƯƠNG
VỤ CHÂU Á - THÁI BÌNH DƯƠNG**

Biên soạn:
TS. Lê Hoàng Oanh
Lê An Hải
Nguyễn Duy Kiên
Hoàng Thanh Phương
Phạm Chí Cường
Nguyễn Mạnh Đồng

**PHÁT TRIỂN CÁC THỊ TRƯỜNG
KHU VỰC CHÂU Á - THÁI BÌNH DƯƠNG
THỜI KỲ 2015 - 2020, ĐỊNH HƯỚNG ĐẾN NĂM 2030**



NHÀ XUẤT BẢN CÔNG THƯƠNG
Hà Nội - 2015

Mục lục

Trang

Chương 1. THỰC TRẠNG PHÁT TRIỂN THỊ TRƯỜNG KHU VỰC CHÂU Á - THÁI BÌNH DƯƠNG	9
I. Tình hình thị trường xuất khẩu	9
1. Cơ cấu khu vực xuất khẩu	9
2. Tình hình xuất nhập khẩu	10
2.1. Thị trường Đông Nam Á	11
2.2. Thị trường nói tiếng Trung Quốc	13
2.3. Thị trường Đông Bắc Á	20
2.4. Khu vực châu Đại Dương	23
II. Các nhân tố tác động đến tình hình phát triển thị trường xuất khẩu	25
1. Cơ chế, chính sách với các đối tác thương mại trong giai đoạn 2001 - 2014	25
1.1. Kết quả đạt được	25
1.2. Khó khăn, tồn tại	28
2. Cơ chế trao đổi thông tin với đối tác nước ngoài	35
2.1. Kết quả đạt được	35
2.2. Khó khăn tồn tại	36
3. Xúc tiến xuất khẩu	37
3.1. Kết quả đạt được	37
3.2. Khó khăn tồn tại	39
4. Vai trò của Cơ quan đại diện ngoại giao và Cộng đồng người Việt Nam tại nước ngoài	41
4.1. Kết quả đạt được	41
4.2. Khó khăn tồn tại	42
5. Việc áp dụng các biện pháp phòng vệ thương mại của nước nhập khẩu	43
5.1. Tình hình các vụ kiện phòng vệ thương mại có liên quan tới hàng xuất khẩu của Việt Nam	43
5.2. Tác động của biện pháp phòng vệ thương mại với hoạt động xuất khẩu của Việt Nam	44
6. Tác động của công tác thông tin tuyên truyền về hội nhập kinh tế quốc tế	45
III. Nhận định, đánh giá về tồn tại và khó khăn trong xuất khẩu tại từng khu vực thị trường	46
1. Khu vực châu Á	46
1.1. Thị trường Đông Nam Á	46
1.2. Thị trường nói tiếng Trung Quốc	48
1.3. Thị trường Đông Bắc Á	51
2. Khu vực châu Đại Dương	53
2.1. Cơ chế chính sách	53
2.2. Khó khăn, thách thức trong phát triển ngành hàng và đối thủ cạnh tranh	54

Chương 2. ĐỊNH HƯỚNG VÀ GIẢI PHÁP PHÁT TRIỂN THỊ TRƯỜNG KHU VỰC THỜI KỲ 2015 - 2020, TẦM NHÌN ĐẾN NĂM 2030	56
I. Định hướng	56
1. Khu vực châu Á	59
1.1. Thị trường Đông Nam Á	59
1.2. Thị trường nổi tiếng Trung Quốc	61
1.3. Thị trường Đông Bắc Á	67
2. Khu vực châu Đại Dương	70
3. Tầm nhìn phát triển thị trường đến năm 2030	72
II. Giải pháp	73
1. Nhóm giải pháp về cơ chế chính sách	73
1.1. <i>Đẩy mạnh các hoạt động đàm phán song phương</i>	73
1.2. <i>Tăng cường cơ chế trao đổi thông tin cấp Chính phủ, xử lý các rào cản thương mại và các vấn đề vướng mắc khác</i>	76
1.3. <i>Xúc tiến thương mại</i>	77
1.4. <i>Tăng cường vai trò của Cơ quan đại diện và cộng đồng người Việt Nam tại nước ngoài</i>	78
1.5. <i>Củng cố các thị trường xuất khẩu truyền thống và đa dạng hóa thị trường xuất nhập khẩu</i>	81
2. Nhóm giải pháp đối với doanh nghiệp và Hiệp hội ngành hàng	83
3. Nhóm giải pháp ứng phó các biện pháp phòng vệ thương mại	84
3.1. <i>Đối với các cơ quan quản lý</i>	84
3.2. <i>Đối với doanh nghiệp</i>	85
Chương 3. MỘT SỐ THỊ TRƯỜNG TRỌNG ĐIỂM TRONG PHÁT TRIỂN XUẤT KHẨU CỦA VIỆT NAM TẠI KHU VỰC CHÂU Á - THÁI BÌNH DƯƠNG	87
I. Khu vực Đông Bắc Á	87
1. Thị trường Nhật Bản	87
1.1. <i>Tổng quan về thị trường Nhật Bản</i>	87
1.2. <i>Quan hệ kinh tế, thương mại Việt Nam - Nhật Bản</i>	88
1.3. <i>Kim ngạch thương mại song phương năm 2014</i>	92
1.4. <i>Quan hệ hợp tác đầu tư và hợp tác phát triển</i>	93
1.5. <i>Một số vấn đề lưu ý khi làm kinh doanh tại Nhật Bản</i>	94
2. Thị trường Hàn Quốc	100
2.1. <i>Tổng quan về thị trường Hàn Quốc</i>	100
2.2. <i>Quan hệ kinh tế, thương mại Việt Nam - Hàn Quốc</i>	100
2.3. <i>Kim ngạch xuất nhập khẩu song phương năm 2014</i>	104
2.4. <i>Một số vấn đề lưu ý khi kinh doanh xuất khẩu sang Hàn Quốc</i>	105
II. Khu vực Đông Nam Á	108
1. Thị trường Cam-pu-chia	108
1.1. <i>Tổng quan về thị trường Cam-pu-chia</i>	108

1.2. Quan hệ kinh tế, thương mại Việt Nam - Cam-pu-chia	108
1.3. Những điều cần biết khi kinh doanh tại Cam-pu-chia	112
2. Thị trường Mi-an-ma	115
2.1. Tổng quan thị trường	115
2.2. Quan hệ kinh tế, thương mại Việt Nam - Mi-an-ma	115
2.3. Tình hình xuất nhập khẩu năm 2014	119
2.4. Đầu tư Việt Nam vào Mi-an-ma	223
2.5. Một số lưu ý khi xuất khẩu vào Mi-an-ma	224
3. Thị trường Phi-lip-pin	129
3.1. Tổng quan thị trường	129
3.2. Quan hệ kinh tế Việt Nam - Phi-lip-pin	131
3.3. Tình hình đầu tư	133
3.4. Những lưu ý khi hoạt động kinh doanh tại Phi-lip-pin	134
4. Thị trường Thái Lan	149
4.1. Tổng quan thị trường	149
4.2. Quan hệ thương mại Việt Nam - Thái Lan	155
III. Thị trường Trung Quốc	164
1. Tổng quan thị trường	164
2. Quan hệ kinh tế thương mại Việt Nam - Trung Quốc	166
2.1. Thương mại song phương Việt Nam - Trung Quốc	166
3. Những điểm lưu ý khi xuất khẩu vào Trung Quốc	171
3.1. Thách thức thị trường	171
3.2. Cơ hội thị trường	172
3.3. Quy định của Trung Quốc đối với hàng hóa xuất nhập khẩu	174
3.4. Yêu cầu về tiêu chuẩn và kỹ thuật đối với hàng hóa xuất nhập khẩu một số ngành liên quan của Trung Quốc	178
3.5. Thủ tục khai báo hải quan đối với hàng xuất nhập khẩu tại Trung Quốc	179
3.6. Chính sách thuế và thuế suất đối với hàng hóa xuất nhập khẩu	180
3.7. Cơ chế quản lý hàng hóa xuất nhập khẩu	183
IV. Thị trường Ôt-xtrây-li-a (Úc)	192
1. Tổng quan thị trường	192
2. Quan hệ kinh tế, thương mại Việt Nam - Úc	193
2.1. Các hiệp định đã ký kết	193
2.2. Quan hệ hợp tác thương mại	194
3. Những lưu ý khi xuất khẩu hàng hóa sang Úc	195
3.1. Chính sách nhập khẩu của Úc	195
3.2. Những lưu ý khi nhập khẩu	212

DANH MỤC CÁC CHỮ VIẾT TẮT

Từ viết tắt	Nghĩa tiếng Anh	Nghĩa tiếng Việt
FTA	Free trade Agreement	Hiệp định thương mại tự do
GDP	Gross Domestic Product	Tổng sản phẩm quốc nội
WTO	World Trade Organization	Tổ chức Thương mại Thế giới
ATIGA	ASEAN Trade in Goods Agreement	Hiệp định thương mại hàng hóa ASEAN
VSATTP		Vệ sinh an toàn thực phẩm
ACFTA	The ASEAN - China Free Trade Area	Khu vực mậu dịch tự do ASEAN - Trung Quốc
GSP	Good Storage Practice	Thực hành tốt bảo quản
FSMA	Food Safety Modernization Act	Luật hiện đại hóa an toàn thực phẩm
XTTM		Xúc tiến thương mại
PVTM		Phòng vệ thương mại
RCEP	Regional Comprehensive Economic Partnership	Hiệp định đối tác kinh tế toàn diện khu vực
VJEPA	Vietnam - Japan economic Partnership Agreement	Hiệp định đối tác kinh tế Việt Nam - Nhật Bản
VKFTA	Vietnam - Korea Free trade Agreement	Hiệp định thương mại tự do Việt Nam - Hàn Quốc
AANZFTA	ASEAN - Australia - New Zealand Free Trade Agreement	Khu vực thương mại tự do ASEAN - Ôt-xtrây-li-a - Niu Di-lân
WB	World Bank	Ngân hàng Thế giới
IMF	International Monetary Fund	Quỹ Tiền tệ Quốc tế
AITIG		Hiệp định thương mại hàng hóa ASEAN - Ấn Độ
AITISA		Hiệp định thương mại dịch vụ và đầu tư ASEAN - Ấn Độ
UBHH		Ủy ban hỗn hợp
ACFTA		Hiệp định thương mại tự do ASEAN - Trung Quốc
HTKTQT		Hợp tác kinh tế quốc tế

LỜI GIỚI THIỆU

Khu vực châu Á - Thái Bình Dương không chỉ được biết đến là một trong những khu vực có dân số đông nhất thế giới, mà còn là một trong những khu vực có nền kinh tế phát triển sôi động nhất và tập trung nhiều của cải nhất. Với đặc điểm gần gũi về mặt địa lý, giao thông thuận lợi và sự tương đồng trong tiêu dùng hàng hóa, nên đây cũng là thị trường xuất nhập khẩu chủ lực của Việt Nam. Tuy nhiên, với tỷ trọng chiếm 40% tổng kim ngạch xuất khẩu và 60% tổng kim ngạch nhập khẩu, thị trường châu Á - Thái Bình Dương không chỉ giữ một vị trí quan trọng trong cơ cấu xuất nhập khẩu của Việt Nam mà còn là thị trường nhập siêu lớn nhất. Tỷ lệ nhập siêu liên tục tăng kể từ những năm 1990 - 1993 và đạt mức cao nhất trong giai đoạn 2007 - 2011.

Trong bối cảnh khu vực châu Á - Thái Bình Dương còn gặp nhiều biến động về an ninh, chính trị, y tế, môi trường, dự báo tình hình kinh tế trong thời gian tới sẽ nhiều khó khăn, có thể gây sụt giảm nhu cầu tiêu dùng, giá thành nhiều mặt hàng xuất khẩu cũng vì thế mà có chiều hướng giảm. Bên cạnh đó, xu hướng bảo hộ có chiều hướng gia tăng, nhất là các vụ kiện chống bán phá giá hay hàng rào kỹ thuật, gây ra khó khăn cho các doanh nghiệp xuất khẩu của Việt Nam trong việc phát triển thị trường, tìm kiếm đối tác, đầu ra.

Mở rộng thị trường đồng nghĩa với việc đẩy mạnh hoạt động xuất khẩu và đa dạng hóa thị trường xuất khẩu. Đây cũng là chính sách chung của Đảng và Nhà nước nhằm hỗ trợ, thực hiện thúc đẩy sản xuất trong nước phát triển, tạo công ăn việc làm cho người lao động, giải quyết các vấn đề xã hội đồng thời tăng thu ngoại tệ cho đất nước, nâng cao trình độ kỹ thuật công nghệ nhằm phục vụ cho công cuộc công nghiệp hóa, hiện đại hóa đất nước.

Với chủ trương đẩy nhanh tiến trình hội nhập kinh tế quốc tế, Việt Nam đang tích cực tham gia đàm phán và ký kết các Hiệp định Thương mại với các nước trong khu vực. Ở giai đoạn hiện tại việc tham gia Hiệp định Đối tác kinh tế xuyên Thái Bình Dương (TPP) sẽ mở ra cơ hội lớn cho các mặt hàng xuất khẩu chủ lực của ta như dệt

mây, da giày, hàng nông sản, gia dụng... và những mặt hàng có giá trị, hàm lượng công nghệ cao. Đây sẽ là những cơ hội tốt cho việc mở rộng thị trường xuất khẩu, tăng giá trị xuất khẩu. Mặt khác, trong xu thế toàn cầu khi hàng rào thuế quan được dỡ bỏ, bên cạnh việc có nhiều cơ hội thị trường cho sản phẩm hàng hóa và dịch vụ Việt Nam ở nước ngoài, các doanh nghiệp Việt Nam đồng thời cũng phải cạnh tranh để có thể giữ vững được thị trường nội địa và thị phần của mình. Do vậy, việc mở rộng thị trường xuất khẩu sẽ được coi như là một chiến lược trước mắt và dài hạn nhằm giúp doanh nghiệp Việt Nam tham gia sâu vào chuỗi giá trị khu vực, nâng cao năng lực sản xuất xuất khẩu và cạnh tranh qua đó sẽ giúp việc tồn tại và đứng vững tại thị trường nội địa.

Nhằm giúp cho các doanh nghiệp, cơ quan quản lý nhà nước có cách nhìn cụ thể, chính xác về một thị trường năng động, đầy tiềm năng nhưng cũng có không ít khó khăn thách thức. Đồng thời nâng cao khả năng vận dụng các Hiệp định thương mại ký kết trong khu vực, góp phần thúc đẩy hoạt động xuất khẩu, Nhà xuất bản Công Thương đã phối hợp với Vụ Thị trường châu Á - Thái Bình Dương, Bộ Công Thương tổ chức xây dựng, biên soạn và xuất bản cuốn ***"Phát triển các thị trường khu vực châu Á - Thái Bình Dương thời kỳ 2015 - 2020, định hướng đến năm 2030"***.

Cuốn sách sẽ là một trong những tài liệu tham khảo hữu ích cho các nhà sản xuất, các doanh nghiệp xuất nhập khẩu, các nhà cung ứng dịch vụ, các cơ quan quản lý Nhà nước và những đối tượng bạn đọc quan tâm khác.

Trong quá trình biên soạn và xuất bản, mặc dù đã rất cố gắng nhưng cuốn sách khó tránh khỏi những thiếu sót. Vì vậy, chúng tôi rất mong nhận được ý kiến đóng góp của bạn đọc để tiếp tục hoàn thiện ấn phẩm cho những lần tái bản sau.

BAN BIÊN TẬP

Chương 1

THỰC TRẠNG PHÁT TRIỂN THỊ TRƯỜNG KHU VỰC CHÂU Á - THÁI BÌNH DƯƠNG

I. Tình hình thị trường xuất khẩu

1. Cơ cấu khu vực xuất khẩu

Trong 10 năm thực hiện chiến lược phát triển xuất khẩu hàng hóa và dịch vụ thời kỳ 2001 - 2010, thị trường ngoài nước ngày càng mở rộng và đa dạng. Số lượng thị trường xuất khẩu đã tăng gấp hơn 1,4 lần sau 10 năm, từ 160 thị trường lên trên 230 thị trường. Cơ cấu thị trường xuất, nhập khẩu đã có sự chuyển dịch theo hướng giảm dần lệ thuộc vào thị trường châu Á. Giai đoạn 2001 - 2010, tỷ trọng xuất nhập khẩu với khu vực này đã giảm từ 57,3% năm 2001 xuống 50,9% năm 2010, tỷ trọng của khu vực thị trường châu Đại Dương thay đổi theo hướng tăng chậm (2001 - 2005) và không ổn định chiếm 7,1% năm 2001 sau đó còn 3,4% vào năm 2010 và 2,8% vào năm 2013. Trong giai đoạn 2011 - 2014, tỷ trọng xuất nhập khẩu của Việt Nam sang khu vực thị trường này chưa thực sự chuyển biến.

Thống kê một số thị trường xuất khẩu lớn giai đoạn 2011 - 2014

Thị trường	2011		2012		2013		2014	
	Kim ngạch (Tỷ USD)	Tỷ trọng/ tổng XK	Kim ngạch (Tỷ USD)	Tỷ trọng/ tổng XK	Kim ngạch (Tỷ USD)	Tỷ trọng/ tổng XK	Kim ngạch (Tỷ USD)	Tỷ trọng/ tổng XK
ASEAN	13,6	14,1%	17,3	15,1%	18,5	14,0%	19,1	12,7%
Nhật Bản	10,6	11,1%	13,1	11,4%	13,7	10,4%	14,7	9,8%
Trung Quốc	10,8	11,2	12,2	10,7%	13,3	10,1%	14,9	9,9%

Nguồn: Tổng cục Hải quan Việt Nam

2. Tình hình xuất nhập khẩu

Công tác phát triển thị trường trong tổng thể các giải pháp thúc đẩy xuất khẩu luôn được nhấn mạnh trong các Chiến lược phát triển xuất nhập khẩu hàng hóa giai đoạn 2001 - 2010 và sau đó là giai đoạn 2011 - 2020. Theo đó, phát triển thị trường, xúc tiến thương mại đã được triển khai mạnh mẽ nhằm tạo môi trường quốc tế thuận lợi cho xuất khẩu.

Các chương trình xúc tiến thương mại, mở rộng thị trường trong thời gian qua được cụ thể hóa và gắn với hoạt động đối ngoại, tranh thủ ngoại giao hỗ trợ việc ký kết các hiệp định khung, các thỏa thuận và các hợp đồng dài hạn có giá trị lớn với các quốc gia, các Tổ chức quốc tế, các thị trường lớn đã tạo đầu ra ổn định và từ đó hỗ trợ đầu tư đổi mới công nghệ, nâng cao giá trị nội địa hóa, giá trị gia tăng hàng xuất khẩu.

Cùng với tiến trình hội nhập kinh tế ngày càng sâu rộng, cơ chế, chính sách quản lý xuất nhập khẩu hướng tới mục tiêu khuyến khích xuất khẩu, bảo đảm nhập khẩu đáp ứng yêu cầu của sản xuất và tiêu dùng, bảo vệ, phát triển và nâng cao hiệu quả sản xuất trong nước; mở rộng hợp tác với các nước trên thế giới và trong khu vực.

Trong những năm qua, công tác quản lý xuất nhập khẩu đã dần được điều chỉnh phù hợp với quá trình hội nhập kinh tế, tự do hóa thương mại. Hệ thống chính sách và các văn bản pháp luật liên quan đến xuất nhập khẩu được điều chỉnh theo hướng tự do hóa và tương thích với chuẩn mực quốc tế. Kết quả là môi trường hoạt động xuất nhập khẩu đã được cải thiện đáng kể, góp phần quan trọng vào những thành tựu lớn về thương mại. Kim ngạch xuất khẩu hàng năm tăng trưởng nhanh, và ngày càng trở thành một nhân tố quan trọng đối với tăng trưởng kinh tế. Quản lý nhà nước đối với hoạt động xuất nhập khẩu ngày càng đơn giản, thuận lợi cho doanh nghiệp. Hầu hết hàng hóa xuất nhập khẩu chỉ phải làm thủ tục tại hải quan cửa khẩu, công tác hải quan ngày càng hoàn thiện theo hướng hiện đại, áp dụng công nghệ thông tin vào công tác khai báo hải quan. Chính sách khuyến khích và mở rộng quan hệ hợp tác song phương và đa phương ở tầm

vĩ mô đã và đang cải thiện điều kiện tiếp cận thị trường cho doanh nghiệp mở rộng sản xuất và xuất khẩu, bảo đảm nhu cầu nhập khẩu nguyên liệu, thiết bị và công nghệ cho sản xuất.

Tại khu vực châu Á - Thái Bình Dương, quan hệ thương mại giữa Việt Nam và các nước trong khu vực chủ yếu tập trung ở một số thị trường chính là Trung Quốc, Nhật Bản, Hàn Quốc và ASEAN, tình hình xuất nhập khẩu của Việt Nam tại khu vực này cụ thể như sau:

2.1. Thị trường Đông Nam Á

Khu vực thị trường Đông Nam Á bao gồm các nước ASEAN¹, Đông Ti-mo và Cộng hòa Pa-lau.

Xuất khẩu của Việt Nam sang các nước Đông Nam Á giai đoạn 2001 - 2006 tăng trung bình 5,2%/năm. Trong đó xuất khẩu của Việt Nam sang nhóm nước Cam-pu-chia, Lào và Mi-an-ma (CLM) tăng cao nhưng giá trị không lớn, giá trị xuất khẩu sang nhóm nước này tăng trung bình 31%/năm, đạt 875 triệu USD vào năm 2006 tăng gấp 3 lần so với năm 2001. Đóng góp chính vào tăng trưởng xuất khẩu trong giai đoạn này là xuất khẩu của Việt Nam sang Cam-pu-chia tăng hơn 4 lần từ 146 triệu USD vào năm 2001 lên 765 triệu USD vào năm 2006.

Xuất khẩu của Việt Nam sang các nước ASEAN 6² chiếm phần lớn trong tổng giá trị xuất khẩu của Việt Nam sang ASEAN (90%). Tuy nhiên, kim ngạch xuất khẩu sang các nước ASEAN 6 trong giai đoạn này lại tăng trưởng thấp. Trong giai đoạn này, xuất khẩu của Việt Nam sang: In-đô-nê-xi-a tăng 2,6 lần từ 264 triệu USD (2001) lên 958 triệu USD (2006); Ma-lai-xi-a tăng 2,6 lần từ 337 triệu USD (2001) lên 1214 triệu USD (2006); Xinh-ga-po tăng 50% từ 1.043 triệu USD (2001) lên 1.630 triệu USD (2006).

Trong giai đoạn 2007 - 2014, xuất khẩu của Việt Nam sang các nước Đông Nam Á đã tăng trưởng khá ấn tượng, mức trung bình là

¹ ASEAN: gồm Bru-nây, Cam-pu-chia, In-đô-nê-xi-a, Lào, Ma-lai-xi-a, Mi-an-ma, Phi-lip-pin, Xinh-ga-po, Thái Lan.

² ASEAN 6: Bru-nây, In-đô-nê-xi-a, Ma-lai-xi-a, Phi-lip-pin, Xinh-ga-po, Thái Lan.

TRƯỜNG ĐẠI HỌC CÔNG NGHỆ
TRUNG TÂM THÔNG TIN TƯ



Mã sách: 080500680

SÁCH KHÔNG BÁN