

BỘ CÔNG THƯƠNG

Chuyên san

EVFTA VỚI THƯƠNG MẠI VIỆT NAM



Chuyên ngành: Dệt may – Giày dép

Quý I/2021

MỤC LỤC

XUẤT KHẨU NGÀNH HÀNG DỆT MAY CỦA VIỆT NAM SANG THỊ TRƯỜNG EU	3
◇ Xuất khẩu hàng may mặc của Việt Nam sang thị trường EU cải thiện sau khi EVFTA có hiệu lực	4
◇ Ngành dệt may của Việt Nam cần nỗ lực hơn để đáp ứng quy tắc xuất xứ hàng hóa trong Hiệp định EVFTA	10
◇ Tình hình thực hiện, tận dụng cơ hội trong EVFTA để xuất khẩu dệt may sang thị trường Hà Lan	15
◇ EVFTA đem lại hiệu ứng tích cực cho xuất khẩu hàng dệt may sang Pháp	18
◇ Xuất khẩu hàng dệt may sang Thụy Điển đang tận dụng tốt cơ hội từ EVFTA	22
◇ Dịch Covid-19 khiến xuất khẩu hàng may mặc sang thị trường Ba Lan không tăng trưởng như kỳ vọng	25
XUẤT KHẨU NGÀNH HÀNG DA GIÀY CỦA VIỆT NAM SANG THỊ TRƯỜNG EU	28
◇ EVFTA mang lại nhiều lợi thế cho xuất khẩu giày dép Việt Nam	29
◇ Ngành Da giày Việt Nam tận dụng tốt quy tắc xuất xứ hàng hóa trong Hiệp định EVFTA để tăng trưởng xuất khẩu vào thị trường EU	36
◇ Xuất khẩu giày dép sang thị trường Phần Lan tăng mạnh	40
◇ Xuất khẩu giày dép sang thị trường Bỉ đã tận dụng tốt những ưu đãi từ Hiệp định EVFTA	42
◇ Xuất khẩu giày dép sang Đức-xăm-bua tăng trưởng cao	46
THÔNG TIN CHÍNH SÁCH	49
◇ Tận dụng hiệu quả Hiệp định EVFTA để thúc đẩy xuất khẩu dệt may - da giày	49
THÔNG TIN CẢNH BÁO	54

ĐƠN VỊ THỰC HIỆN:

Cục Xuất nhập khẩu - Bộ Công Thương

Địa chỉ liên hệ: 54 - Hai Bà Trưng- Hoàn Kiếm - Hà Nội

Điện thoại: 024 2220 5439

Địa chỉ Email: xnk-thcs@moit.gov.vn

XUẤT KHẨU NGÀNH HÀNG DỆT MAY CỦA VIỆT NAM SANG THỊ TRƯỜNG EU



Xuất khẩu hàng may mặc của Việt Nam SANG THỊ TRƯỜNG EU CẢI THIẾN SAU KHI EVFTA CÓ HIỆU LỰC

Với quy mô nhập khẩu hàng dệt may hàng năm hơn 250 tỷ USD, EU là thị trường nhập khẩu hàng dệt may lớn nhất thế giới, chiếm khoảng 34% tổng trị giá nhập khẩu dệt may của thị trường thế giới, với tốc độ tăng nhập khẩu bình quân 3%/năm. Trong khi thị phần xuất khẩu của dệt may Việt Nam tại thị trường EU mới chỉ chiếm khoảng 2,0%, dư địa để ngành dệt may Việt Nam gia tăng xuất khẩu vào thị trường EU sau khi Hiệp định EVFTA có hiệu lực là rất lớn.

Thực tế, tác động của EVFTA đến hoạt động xuất khẩu hàng may mặc của Việt Nam ở thời điểm hiện tại là chưa nhiều. EVFTA có hiệu quả với hàng may mặc là về lâu dài, bởi quá trình giảm thuế diễn ra theo lộ trình từ 5-7 năm, và trước thời điểm đó, hàng may mặc của Việt Nam có lợi thế hơn khi tận dụng những ưu đãi thuế từ GPS.

Trước tác động của dịch Covid-19, xuất khẩu hàng may mặc của Việt Nam sang EU những tháng đầu năm 2020 đã giảm mạnh. Theo số liệu của Tổng cục Hải quan, 7 tháng đầu năm 2020, xuất khẩu hàng may mặc của Việt Nam sang EU đạt 1,68 tỷ USD, giảm 15,98% so với cùng kỳ năm 2019. Trong đó, xuất khẩu các mặt hàng quần, áo Jacket, đồ lót, áo sơ mi ... giảm mạnh. Về thị trường thì xuất khẩu sang các thị trường Đức, Pháp, Tây Ban Nha, Italia... giảm mạnh trong khi xuất khẩu sang một số thị trường như Bỉ, Slovenia, Latvia... tăng.

Kể từ tháng 8/2020 (thời điểm EVFTA có hiệu lực) đến hết quý I/2021, xuất khẩu mặt hàng này của Việt Nam bắt đầu cải thiện. Mức giảm tăng trưởng xuất khẩu (tính lũy kế từ đầu năm) đã chậm lại kể từ tháng 8/2020 và bắt đầu ghi nhận tăng trưởng trong 3 tháng đầu năm 2021. Trong đó, xuất khẩu hàng may mặc sang thị trường EU trong 5 tháng

cuối năm 2020 đạt 1,1 tỷ USD, giảm 6,4% so với 5 tháng cuối năm 2019. Trong quý I/2021, xuất khẩu hàng may mặc của Việt Nam sang thị trường EU đã tăng 3,44% so với cùng kỳ năm trước.

Việc xuất khẩu hàng may mặc của Việt Nam sang EU từ tháng 8/2020 dần cải thiện phản ánh một phần là do sự phục hồi sau khủng hoảng của dịch Covid-19, một phần do tác động tích cực từ EVFTA và các doanh nghiệp EU cũng tăng cường đa dạng hóa thị trường.

Cơ cấu thị trường:

Tỷ trọng kim ngạch xuất khẩu hàng may mặc của Việt Nam sang các thị trường thành viên khối EU trong quý I/2021 biến động mạnh ở các thị trường như Hà Lan, Đức, Tây Ban Nha... Trong đó, Hà Lan đã vượt Đức trở thành thị trường nhập khẩu nhiều hàng may mặc nhất của Việt Nam trong khối EU với tỷ trọng 22,73%. Bên cạnh đó, Tây Ban Nha từ thị trường nhập

khẩu hàng may mặc lớn thứ 4 với tỷ trọng 13,02% trong năm 2020 đã xuống vị trí thứ 5 trong 3 tháng đầu năm 2021 với tỷ trọng chiếm 8,24%.

Cơ cấu mặt hàng xuất khẩu:

Do chịu tác động của dịch Covid-19, cùng với xu thế chung của thị trường thế giới, xu thế tiêu dùng hàng may mặc của thị trường EU đã thay đổi rất nhiều. Trong năm 2020, tiêu dùng các mặt hàng veston, áo Jacket, sơ mi, quần âu... suy giảm mạnh nhất, do đó xuất khẩu các mặt hàng này của Việt Nam sang EU cũng bị ảnh hưởng nặng nề. Sang năm 2021, xuất khẩu các mặt hàng này dù đã có những phục hồi nhất định, nhưng vẫn còn ở mức thấp so với năng lực sản xuất cũng như khả năng tiêu thụ của thị trường EU.

Trong thời gian này, xuất khẩu các mặt hàng áo thun, quần áo ngủ, quần áo bảo hộ lao động, đồ lót, quần áo trẻ em... vẫn duy trì đà xuất khẩu, thậm chí tăng cao.

Xuất khẩu một số chủng loại hàng may mặc của Việt Nam sang EU

Chủng loại	7 tháng đầu năm 2020 (Triệu USD)	7 tháng đầu năm 2020 so với cùng kỳ năm 2019 (%)	Tháng 8/2020 đến tháng 3/2021 (Triệu USD)	Tháng 8/2020-3/2021 so với tháng 8/2019 - 3/2020 (%)	Quý I/2021 (Triệu USD)	Quý I/2021 so với quý I/2020 (%)
Tổng	1.686,16	-15,98	2.075,44	-4,52	672,03	3,44
Quần	324,99	-11,66	384,69	-8,51	137,54	1,60
Áo thun	242,45	-8,73	320,20	1,33	120,86	15,07
Áo Jacket	466,79	-14,69	482,31	-15,13	107,55	-11,09
Đồ lót	91,31	-37,93	128,83	-10,15	54,37	20,17
Quần Short	66,60	-6,66	91,31	13,27	48,50	26,02
Áo sơ mi	105,01	-15,43	132,28	-10,93	44,79	-9,60
Quần áo bơi	40,33	-34,90	39,58	-19,74	29,05	34,40
Quần áo BHLĐ	87,29	10,76	160,40	101,01	26,73	-1,24
Quần áo trẻ em	69,80	-9,53	94,24	8,12	22,87	6,03
Váy	42,03	-33,66	50,88	-12,55	21,50	-7,56
Găng tay	43,13	-9,49	57,39	5,35	19,19	32,19
Quần áo Vest	28,31	-4,19	26,06	-29,75	9,80	-29,42
Bít tất	12,70	4,27	22,07	66,86	7,84	26,73
Hàng may mặc	12,30	-25,94	15,09	-36,63	5,00	-31,45
Vải	8,31	-53,25	11,02	-26,23	3,76	-18,54
Quần áo ngủ	10,53	-24,47	10,07	-13,92	2,59	-6,57
Áo Ghile	5,89	-11,10	9,76	-3,36	2,44	16,98
Áo len	11,53	4,14	13,74	8,90	1,42	-31,98
Áo nỉ	0,31	-24,68	1,54	92,70	1,00	302,43
Quần Jean	2,02	-50,08	5,50	145,20	0,86	6,05
PL may	2,23	45,03	2,08	-12,94	0,83	-14,01
Quần áo mưa	1,79	-13,90	1,49	-48,01	0,59	-22,73
Khăn bông	2,03	2,70	2,21	-18,07	0,56	-26,19
Màn	0,22	-9,39	0,72	114,54	0,15	38,88
Áo đạo hồi	0,00		0,14		0,14	
Khăn	0,62	3,23	0,68	69,79	0,09	-41,22
Caravat	0,61	-60,36	0,35	-77,13	0,08	-76,90
Khăn bàn	0,28	-51,29	0,25	-65,43	0,05	-74,41
Áo gió	0,46	-13,10	0,96	-9,31	0,03	-91,10
Áo Kimono	0,01	-11,04	0,02	-28,20	0,00	-39,47

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

Xuất khẩu hàng may mặc của Việt Nam sang các thị trường thành viên EU

Thị trường	7 tháng đầu năm 2020 (Triệu USD)	7 tháng đầu năm 2020 so với cùng kỳ năm 2019 (%)	Tháng 8/2020 đến tháng 3/2021 (Triệu USD)	Tháng 8/2020-3/2021 so với tháng 8/2019 - 3/2020 (%)	Quý I/2021 (Triệu USD)	Quý I/2021 so với quý I/2020 (%)
EU	1.686,16	-15,98	2075,44	-4,52	672,63	3,22
Hà Lan	334,74	-15,34	428,81	3,28	154,04	27,35
Đức	427,30	-4,76	472,87	-8,29	151,85	-6,31
Pháp	241,91	-26,32	432,68	19,80	113,20	13,42
Bỉ	195,63	1,29	239,61	0,92	84,32	8,43
Tây Ban Nha	161,92	-35,19	177,13	-33,45	55,70	-33,85
Italia	143,49	-19,55	144,07	-11,90	53,14	10,89
Ba Lan	40,58	24,18	47,01	1,24	18,71	12,69
Thụy Điển	39,22	-18,83	40,65	-4,33	17,34	30,54
Đan Mạch	36,26	-23,11	26,07	-41,23	8,78	-35,18
Croatia	8,40	-35,93	6,89	0,90	5,91	311,69
Ai Len	8,60	-45,84	14,75	-0,57	3,74	-17,10
Slovenia	7,59	100,57	8,02	-46,34	3,16	-41,79
Luxembourg	3,71	-4,32	6,98	95,61	2,09	328,17
CH Séc	5,10	-40,63	9,36	108,72	1,95	166,90
Phần Lan	6,54	-25,91	5,41	-13,40	1,89	102,04
Hy Lạp	3,64	-27,40	3,41	-21,26	1,39	7,03
Áo	17,38	-13,84	6,12	-70,55	1,19	-79,42
Latvia	1,87	12,86	2,54	61,20	1,02	158,38
Litva	0,07	-82,23	0,29	-54,98	0,19	185,46
Malta	0,51	-40,40	0,45	-39,83	0,16	-14,96
Hungary	0,68	-20,02	1,00	303,36	0,12	1009,06
Estonia	0,17	-58,15	0,21	-35,46	0,11	11,49
Ba Lan	0,13	-66,08	0,44	7,49	0,07	424,39
Romania	0,31	1,05	0,22	-69,92	0,06	-35,41
Slovakia	0,28	-51,63	0,35	-44,79	0,04	-84,75
CH Síp	0,02	-26,50	0,02	77,50	0,02	4792,00
Bungari	0,10	-68,90	0,06	-38,54	0,01	-72,79

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

Mặc dù EU là nước nhập khẩu dệt may lớn nhất thế giới song EU cũng là nước xuất khẩu dệt may đứng thứ 2 thế giới, chỉ sau Trung Quốc, chiếm 24% kim ngạch xuất khẩu dệt may thế giới. Các thành viên EU nhập khẩu hàng may mặc từ các nước đang phát triển và tái xuất khẩu cho các quốc gia khác trong khối EU. Hàng may mặc các nước EU xuất khẩu nội khối chiếm tỷ trọng khá lớn và ngày càng có xu hướng tăng, hiện chiếm 40% tổng nhập khẩu của khối thị trường này. Khoảng 60% lượng nhập khẩu còn lại đến từ các nước ngoài khối EU, chủ yếu là các nước đang phát triển. Tính theo trị giá, nhập khẩu nội khối và ngoại khối hiện đang ở mức cân bằng.



Theo số liệu của Cơ quan Thống kê châu Âu (Eurostat), trong năm 2020, nhập khẩu hàng may mặc (HS 61, HS 62) của EU đạt 6,1 triệu tấn, trị giá 137,8 tỷ Euro (162,4 tỷ USD), giảm 12,59% về lượng và giảm 10,73% về trị giá so với năm 2019. Trong đó:

- + Nhập khẩu nội khối đạt 2,45 triệu tấn, trị giá 81,19 tỷ USD, giảm 7,75% về lượng và giảm 7,47% về trị giá;

- + Nhập khẩu ngoại khối đạt 3,72 triệu tấn, trị giá 81,22 tỷ USD, giảm 15,52% về lượng và giảm 13,76% về trị giá.

Đáng chú ý, dưới tác động của dịch Covid-19, xu hướng nhập khẩu nội khối của EU ngày càng tăng. Nếu tính theo khối lượng, hàng may mặc nhập khẩu vào thị trường EU từ nội khối chiếm 39,76%, tăng khá so với tỷ trọng 37,66% trong năm 2019. Tính theo trị giá, tỷ trọng

nhập khẩu từ thị trường nội khối hiện chiếm 49,99%, tăng so với 48,23% trong năm 2019. Như vậy, xét về trị giá, tương quan hàng may mặc nhập khẩu vào EU từ thị trường nội khối và ngoại khối khá cân bằng.

Với thị trường cung cấp ngoại khối: Các nhà cung cấp hàng may mặc trong khu vực châu Á có ưu thế tương đối so với các nhà cung cấp khác, trong đó có Bangladesh, Thổ Nhĩ Kỳ, Việt Nam, Myanmar... khi thị phần hàng may mặc của các nhà cung cấp này tại EU trong năm 2020 đều mở rộng, mặc dù nhập khẩu mặt hàng này của EU trong tình trạng giảm, do mức độ giảm nhập khẩu hàng may mặc của EU từ các nhà cung cấp này chậm hơn so với mức độ giảm nhập khẩu từ thị trường ngoại khối.

Năm 2020, Việt Nam là nhà

cung cấp hàng may mặc lớn thứ 6 vào thị trường EU, với thị phần đạt 3,06% về lượng và 4,02% về trị giá; tăng so với 2,79% về lượng và 3,90% về trị giá của năm 2019.

Ngoại trừ Trung Quốc là “nhà cung cấp lớn” trong ngành, các thị trường khác như Bangladesh, Campuchia hay Pakistan đều có lợi thế vượt trội về ưu đãi thuế nhập khẩu so với Việt Nam khi xuất khẩu vào EU. Bangladesh và Campuchia được hưởng chế độ miễn thuế nhập khẩu theo chương trình EBA (viết tắt của chương trình Everything but Arms – Miễn thuế tất cả các mặt hàng trừ vũ khí), Pakistan cũng được miễn thuế nhập khẩu theo chương trình GSP+. Việt Nam mặc dù cũng được hưởng chế độ ưu đãi thuế quan GSP nhưng chỉ là “GSP tiêu chuẩn – Standard GSP” ở mức 9,6%.

Thị phần hàng may mặc của một số nhà cung cấp tại thị trường EU

	Tỷ trọng nhập khẩu từ nội và ngoài khối EU (%)				Tỷ trọng nhập khẩu từ ngoài khối EU (%)			
	Theo khối lượng		Theo trị giá		Theo khối lượng		Theo trị giá	
	2020	2019	2020	2019	2020	2019	2020	2019
Tổng	100,00	100,00	100,00	100,00				
Nội khối EU	39,75	37,66	49,99	48,23				
Ngoài khối EU	60,25	62,34	50,01	51,77	100,00	100,00	100,00	100,00
Trung Quốc					30,36	31,00	30,01	28,92
Bangladesh			9,02	9,69	25,12	24,74	18,03	18,72
Thổ Nhĩ Kỳ	6,08	5,59	5,92	5,71	10,09	8,96	11,83	11,02
Anh	2,77	3,45	2,98	3,03	4,60	5,53	5,95	5,86
Ấn Độ	2,51	2,83	2,16	2,54	4,17	4,54	4,31	4,91
Việt Nam	1,84	1,74	2,01	2,02	3,06	2,79	4,02	3,90
Campuchia	2,23	2,64	1,78	2,13	3,70	4,23	3,56	4,11
Pakistan	2,98	2,85	1,56	1,58	4,95	4,57	3,12	3,05
Myanma	2,03	1,85	1,48	1,43	3,37	2,97	2,97	2,77
Maroc	1,34	1,50	1,47	1,71	2,22	2,41	2,94	3,30
Tunisia	0,88	0,89	1,21	1,27	1,46	1,43	2,43	2,46
Sri Lanka	0,71	0,69	0,76	0,78	1,18	1,11	1,51	1,51
Indonesia	0,63	0,70	0,66	0,74	1,05	1,12	1,33	1,43

Nguồn: Tính toán từ số liệu của Cơ quan Thống kê châu Âu

Tốc độ tăng trưởng xuất khẩu hàng may mặc trung bình của Việt Nam sang EU trong 5 năm qua đạt gần 9%, nhưng tỷ trọng xuất khẩu dệt may vào EU trong tổng kim ngạch xuất khẩu trên toàn thế giới của Việt Nam trong những năm qua giảm từ

11,73% của năm 2016 xuống 10,81% năm 2019 và xuống 10,47% năm 2020.

Thuế suất cơ sở đối với hàng may mặc là 12%. Với Hiệp định EVFTA, 100% các mặt hàng dệt may của Việt Nam

sẽ được giảm thuế nhập khẩu về 0% sau tối đa 7 năm kể từ khi Hiệp định có hiệu lực. Như vậy lợi thế cạnh tranh về thuế của các quốc gia cạnh tranh như Bangladesh, Campuchia, Pakistan sẽ không còn trong thời gian tới.

Tương quan xuất khẩu hàng may mặc của Việt Nam sang EU giai đoạn 2016-2020

	2016	2017	2018	2019	2020
Kim ngạch xuất khẩu hàng may mặc sang EU (Tỷ USD)	2,79	3,02	3,33	3,48	3,07
Tỷ trọng kim ngạch xuất khẩu trong tổng KNXK của Việt Nam (%)	11,73	11,58	10,93	10,81	10,47

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

Trong những năm đầu tiên EVFTA có hiệu lực, thuế suất thuế nhập khẩu đối với một số mặt hàng vẫn còn cao hơn so với thuế suất GSP 9,6% đang

được hưởng.

Tuy nhiên Hiệp định EVFTA sẽ mang lại lợi ích mang tính dài hạn cho ngành dệt may Việt Nam. Hạn chế lớn nhất của

GSP là “ngưỡng trưởng thành”, điều này hạn chế sự mở rộng thị phần xuất khẩu dệt may của Việt Nam vào EU vì nếu kim ngạch xuất khẩu dệt may

Việt Nam vượt quá 14,5% tổng nhập khẩu của sản phẩm này từ tất cả các nước được hưởng GSP, trong thời gian 3 năm liền, dệt may Việt Nam sẽ bị loại khỏi cơ chế GSP.

Ngoài ra, theo quy định của EU, khi một nước đang được EU cho hưởng cơ chế GSP mà ký kết Hiệp định thương mại tự do với EU thì cơ chế GSP sẽ tự động kết thúc. Theo EVFTA, EU cho phép Việt Nam chuyển đổi từ GSP sang EVFTA với lộ trình 7 năm. Theo đó, trong 2 năm đầu tiên kể từ khi Hiệp định EVFTA có hiệu lực, hàng hóa xuất khẩu của Việt Nam sang EU được phép lựa chọn áp dụng một trong hai mức thuế ưu đãi từ GSP hoặc Hiệp định EVFTA và áp dụng cơ chế chứng nhận xuất xứ tương ứng. Trong 5 năm tiếp theo, hàng hóa xuất khẩu của Việt Nam sang EU vẫn được phép lựa chọn áp dụng một trong hai mức thuế ưu đãi từ GSP hoặc Hiệp định EVFTA, tuy nhiên, phải đáp ứng quy định về quy tắc xuất xứ trong Hiệp định EVFTA. Sau 7 năm kể từ khi Hiệp định EVFTA có hiệu lực, hàng hóa xuất khẩu của Việt Nam sang EU sẽ hưởng mức thuế và áp dụng quy tắc xuất xứ hoàn toàn theo Hiệp định EVFTA.

Quy tắc xuất xứ của Hiệp định EVFTA vẫn là thách thức trong ngắn hạn đối với ngành dệt may Việt Nam. Vì vậy, trong ngắn hạn Hiệp định EVFTA chưa tạo ra một “cú hích” mạnh mẽ cho ngành dệt may Việt Nam như thời kỳ gia nhập WTO hay ký BTA với Mỹ.

Trong dài hạn, với quy mô thị trường đủ lớn, quy tắc xuất xứ yêu cầu “từ vải trở đi” của EVFTA kết hợp với nguyên tắc chủ đạo “từ sợi trở đi” của Hiệp định CPTPP sẽ tiếp tục thúc đẩy việc hình thành chuỗi sản xuất khép kín từ thượng nguồn đến cắt may thành phẩm, nâng cao giá trị gia tăng cho ngành và giảm dần phụ thuộc vào việc

nhập khẩu nguyên phụ liệu.

Như vậy, EVFTA kỳ vọng sẽ mang lại lợi ích dài hạn cho ngành dệt may Việt Nam trong gia tăng thị phần xuất khẩu vào thị trường EU, giúp đa dạng hóa thị trường, hạn chế bớt các rủi ro khi thị trường Mỹ biến động do xung đột thương mại Mỹ - Trung Quốc chưa kết thúc.



Ngành dệt may của Việt Nam

cần nỗ lực hơn để đáp ứng quy tắc xuất xứ hàng hóa trong Hiệp định EVFTA

Chứng từ chứng nhận xuất xứ hàng hóa được xem là giấy thông hành của hàng hóa xuất nhập khẩu trong các Hiệp định thương mại tự do (FTA). Điều này có nghĩa là để được hưởng ưu đãi thuế quan từ các FTA, hàng hóa xuất khẩu của Việt Nam cần đáp ứng quy định về quy tắc xuất xứ hàng hóa tại FTA tương ứng. Đây cũng không là ngoại lệ đối với hàng dệt may của Việt Nam khi xuất khẩu vào thị trường EU theo Hiệp định EVFTA.

Trong Quý 1 năm 2021, hàng dệt may của Việt Nam xuất khẩu sang thị trường EU có sử dụng C/O mẫu EUR.1 chiếm khoảng 30% kim ngạch xuất khẩu hàng dệt may sang thị trường này nói chung. Quy định phức tạp về quy tắc xuất xứ hàng hóa trong Hiệp định EVFTA cũng như hạn chế về năng lực sản xuất nguyên liệu trong nước để phục vụ sản xuất xuất khẩu là những thách thức lớn đối với ngành dệt may Việt Nam khi tham gia Hiệp định EVFTA.

Dệt may là một trong những ngành hàng xuất khẩu chủ lực của Việt Nam sang thị trường EU. Trong giai đoạn từ năm 2017 đến 2019, kim ngạch xuất khẩu hàng dệt may của Việt Nam sang thị trường EU luôn đứng thứ ba, chỉ sau mặt hàng Da giày và Máy vi tính. Năm 2019, kim ngạch xuất khẩu hàng dệt may của Việt Nam sang EU đạt 4,26 tỷ USD. Do đó, khi Hiệp định EVFTA có hiệu lực thực thi, dệt may được đánh giá là ngành có khả năng tận dụng và hưởng lợi lớn từ Hiệp định này khi cam kết mở cửa thị trường của EU dành cho hàng dệt may Việt Nam trong Hiệp định EVFTA lên tới 100% với lộ trình cắt giảm tối đa là 7 năm.

Về kim ngạch xuất khẩu hàng dệt may sử dụng C/O mẫu EUR.1:

Để được hưởng ưu đãi thuế quan từ Hiệp định EVFTA, hàng dệt may Việt Nam phải đáp ứng các quy định về quy tắc xuất xứ hàng hóa theo Hiệp định này và được cấp Giấy chứng nhận xuất xứ hàng hóa (C/O) mẫu EUR.1 theo EVFTA.

Theo thống kê của Cục Xuất nhập khẩu - Bộ Công Thương, tính từ ngày 01 tháng 8 năm 2020 (ngày Hiệp định EVFTA có hiệu lực thực thi) đến ngày 31 tháng 12 năm 2020, kim ngạch hàng dệt may của Việt Nam xuất khẩu sang EU cấp C/O mẫu EUR.1 theo Hiệp định EVFTA đạt 216 triệu USD. Trong Quý I năm 2021, con số này đã đạt hơn 199 triệu USD.

Kim ngạch xuất khẩu hàng dệt may sử dụng C/O mẫu EUR.1

Hàng dệt may	Tháng 8 - 12/2020		Quý I/2021	
	Kim ngạch sử dụng C/O (triệu USD)	Tỷ trọng (%)	Kim ngạch sử dụng C/O (triệu USD)	Tỷ trọng (%)
Nguyên liệu dệt may (Chương 50 đến Chương 60)	78,5	36,3	53,4	26,8
Sản phẩm dệt may (Chương 61 đến Chương 63)	137,6	63,7	145,9	73,2
Tổng	216,1	100	199,3	100

Nguồn: Cục Xuất nhập khẩu - Bộ Công Thương



Về cơ cấu thị trường theo C/O mẫu EUR.1:

Theo số liệu thống kê, Đức, Pháp, Hà Lan, Bỉ, Ý, Ro-ma-ni-a là các thị trường có kim ngạch hàng dệt may xuất khẩu có sử dụng C/O EUR.1 cao nhất. Đây đều là những thị trường nhập khẩu truyền thống của hàng dệt may Việt Nam trong khối EU. Trong Quý I/2021, Pháp và Ro-ma-ni-a là hai thị trường có kim ngạch cấp C/O

mẫu EUR.1 cho hàng may mặc của Việt Nam lớn nhất, lần lượt đạt 35,9 triệu USD và 31,5 triệu USD, chiếm tỷ trọng 18% và 15,8% trong tổng trị giá C/O cấp cho hàng dệt may xuất khẩu sang thị trường EU. Hà Lan tuy là thị trường có xuất khẩu dệt may cao nhất, nhưng tính theo giá trị cấp C/O, Hà Lan chỉ đứng thứ năm (đạt 26,9 triệu USD, chiếm 13,5% giá trị C/O cấp cho hàng dệt may Việt Nam sang thị trường EU).

Thị trường xuất khẩu của hàng dệt may Việt Nam tại EU theo C/O mẫu EUR.1¹

STT	Thị trường EU	Tháng 8 - 12/2020		Quý I/2021	
		Kim ngạch cấp C/O (triệu USD)	Tỷ trọng (%)	Kim ngạch cấp C/O (triệu USD)	Tỷ trọng (%)
1	Đức	51,9	24,0	28,4	14,2
2	Pháp	37,4	17,3	35,9	18,0
3	Hà Lan	29,1	13,5	26,9	13,5
4	Bỉ	27,2	12,6	27,1	13,7
5	Ý	17,4	8,0	12,6	6,3
6	Ro-ma-ni-a	11,2	5,2	31,5	15,8
7	Lúc-xem-bua	9,3	4,3	5,7	2,9
8	Bồ Đào Nha	8,4	3,9	4,0	2,0
9	Tây Ban Nha	7,1	3,3	7,4	3,7
10	Ba Lan	4,1	1,9	6,4	3,2
11	Các nước EU còn lại	12,6	5,8	11,4	5,7
12	Không xác định ²	0,4	0,2	2,0	1,0
Tổng		216,1	100	199,3	100

Nguồn: Cục Xuất nhập khẩu - Bộ Công Thương

¹ Các số liệu thống kê trong bài viết không tính thị trường Anh (UK) do Anh đã ra khỏi EU.

² Do đặc điểm kê khai trên C/O mẫu EUR.1, tại thời điểm xuất khẩu mà chưa xác định được nước nhập khẩu tại EU thì có thể kê khai là "EU" trên C/O mẫu EUR.1.

Về cơ cấu hàng dệt may xuất khẩu sử dụng C/O mẫu EUR.1

Đối với nguyên liệu dệt may, các mặt hàng có kim ngạch xuất khẩu theo C/O cao bao gồm sợi filament tổng hợp (HS 5402, 5404), thảm từ các vật loại dệt nhân tạo (HS 5703.30); vải màn dùng làm lớp từ sợi có độ bền cao (HS 5902); xơ staple tổng hợp (HS 55.03); sợi bông (HS 52.06) và sợi len lông cừu chải kỹ (HS 51.07).

Đối với sản phẩm dệt may, các mặt hàng có kim ngạch xuất khẩu theo C/O cao bao gồm quần dài phụ nữ từ bông hoặc sợi tổng hợp (HS 61.04); áo dệt kim từ bông hoặc sợi nhân tạo (HS 61.10); áo phông từ bông (HS 61.09); bộ quần áo thể thao từ sợi tổng hợp (HS 61.12); quần tất

từ bông (HS 61.15); quần dài nam từ sợi tổng hợp (HS 62.03); quần dài nữ từ sợi tổng hợp (HS 62.04) và khẩu trang (HS 6307.90).

Đáng chú ý, dưới tác động của dịch Covid-19, các đơn hàng may mặc có xu hướng giảm trong thời gian qua. Tuy nhiên, doanh nghiệp Việt Nam chuyển dịch sang sản xuất và xuất khẩu khẩu trang (bao gồm cả khẩu trang y tế và khẩu trang thường) sang thị trường các nước EU, trở thành mặt hàng xuất khẩu sử dụng C/O mẫu EUR.1 nhiều nhất trong năm 2020 (chiếm 18,2%) và quý I năm 2021 (chiếm 17,2%). Trong khi đó, các mặt hàng xuất khẩu truyền thống như quần dài, áo jacket, đồ lót, quần short lại có tỷ lệ sử dụng C/O mẫu EUR.1 tương đối thấp.

Xuất khẩu một số chủng loại hàng may mặc của Việt Nam sử dụng C/O mẫu EUR.1

Chủng loại	Mã HS	Tháng 8 - 12/2020		Quý I/2021	
		Kim ngạch XK (triệu USD)	Tỷ lệ (%)	Kim ngạch XK (triệu USD)	Tỷ lệ (%)
Khẩu trang (bao gồm khẩu trang y tế và khẩu trang thường)	6307.90	39,4	18,2	34,2	17,2
Áo dệt kim từ sợi nhân tạo	6110.30	13,9	6,4	2,0	1,0
Áo phông dệt kim từ bông	6109.10	9,2	4,3	15,6	7,8
Quần tất dệt kim từ bông	6115.95	8,7	4,0	6,2	3,1
Áo bó, áo chui đầu dệt kim từ bông	6110.20	7,0	3,2	4,8	2,4
Bộ quần áo cho nữ dệt kim từ sợi tổng hợp	6104.63	6,6	3,1	8,6	4,3
Bộ quần áo cho nữ dệt kim từ bông	6104.62	5,7	2,6	5,5	2,8
Các loại khăn lau	6307.10	5,2	2,4	4,3	2,2
Áo phông dệt kim từ các vật liệu dệt khác	6109.90	2,6	1,2	5,7	2,9
Bộ quần áo cho nam giới từ sợi tổng hợp	6203.43	0,8	0,4	7,2	3,6
Thảm trải sàn từ vật liệu dệt nhân tạo	5703.30	15,7	7,3	12,9	6,5
Vải màn từ polyeste	5902.20	18,8	8,7	10,9	5,5
Xơ staple tổng hợp	5503.20	8,3	3,8	5,2	2,7
Sợi filament tổng hợp	5402.19	8,7	4,0	3,9	2,0
Tổng		216,1	100	199,3	100

Nguồn: Cục Xuất nhập khẩu - Bộ Công Thương

Quy định về quy tắc xuất xứ hàng dệt may trong EVFTA

Mặc dù kim ngạch xuất khẩu hàng dệt may của Việt Nam sử dụng C/O mẫu EUR.1 trong năm 2021 có sự gia tăng so với năm 2020, con số này vẫn chỉ chiếm tỷ trọng nhỏ trong tổng kim ngạch xuất khẩu hàng dệt may nói chung sang thị trường EU (chiếm gần 30% kim ngạch xuất khẩu quý I năm 2021). Như vậy, tỷ lệ sử dụng C/O mẫu EUR.1 của hàng dệt may Việt Nam xuất khẩu sang EU nhằm mục đích tận dụng ưu đãi thuế quan chưa đạt được mức kỳ vọng.

Thông thường, có hai nguyên nhân chính dẫn đến việc hàng hóa xuất khẩu không sử dụng C/O để hưởng ưu đãi thuế quan đó là hàng hóa đó đã có thuế suất cơ sở nhập khẩu rất thấp hoặc bằng 0% hoặc hàng hóa đó không đáp ứng được quy tắc xuất xứ theo Hiệp định.

Trong biểu thuế nhập khẩu của EU, số lượng mặt hàng dệt may có thuế suất cơ sở là 0% rất ít, hầu hết thuế suất hàng dệt may của EU dao động từ 3% đến 12%. Lộ trình cắt giảm thuế mà EU dành cho hàng dệt may Việt Nam tối đa là 7 năm. Trong năm đầu khi Hiệp định EVFTA có hiệu lực, một số mặt hàng dệt may có lộ trình cắt giảm thuế dài sẽ có thuế suất cao hơn so với thuế suất tương ứng đang được áp dụng trong GSP. Trong khi đó, EU cho phép hàng xuất khẩu của Việt Nam tiếp tục được áp thuế GSP ngay cả khi Hiệp định EVFTA có hiệu lực với lộ trình 7 năm. Do đó, nhiều doanh nghiệp vẫn sẽ tiếp tục lựa chọn cơ chế GSP thay vì EVFTA khi xuất khẩu hàng dệt may sang EU.

Bên cạnh đó, quy tắc xuất xứ hàng dệt may trong Hiệp định EVFTA được đánh giá là chặt chẽ hơn so với nhiều Hiệp định mà Việt Nam đang tham gia (như Hiệp định ATIGA hay các Hiệp định ASEAN+). Quy tắc xuất xứ hàng hóa trong Hiệp định EVFTA được coi là một thách thức lớn cho ngành dệt may Việt Nam gia tăng xuất khẩu và hưởng ưu đãi thuế quan từ Hiệp định này.

Tiêu chí xuất xứ hàng dệt may trong Hiệp

định EVFTA được xây dựng trên quy tắc “hai công đoạn” (“fabric forwards”), nghĩa là vải sử dụng để cắt may thành quần áo phải có xuất xứ từ EU hoặc Việt Nam theo EVFTA. Đối với hàng hóa là nguyên liệu dệt may, Hiệp định EVFTA quy định cụ thể các công đoạn cần thực hiện để hàng hóa được coi là có xuất xứ, không đơn thuần là tiêu chí Chuyển đổi mã số hàng hóa như tại một số Hiệp định khác mà Việt Nam đang tham gia. Trong khi ngành dệt may của Việt Nam nhập khẩu kim ngạch lớn vải nguyên liệu từ nhiều thị trường trên thế giới như Trung Quốc, Hàn Quốc, Đài Loan, Nhật Bản... thì lượng vải nguyên liệu nhập khẩu từ EU lại rất khiêm tốn (133,55 triệu USD, chiếm 1,12% kim ngạch nhập khẩu vải năm 2020).



Như vậy, sản phẩm dệt may của Việt Nam chỉ có thể dùng vải có xuất xứ EU hoặc vải được sản xuất trong nước để làm nguyên liệu sản xuất hàng dệt may xuất khẩu đi EU. Tuy nhiên, công suất sản xuất vải trong nước hiện vẫn không đủ đáp ứng nhu cầu sản xuất xuất khẩu của ngành dệt may đi EU nói riêng cũng như đi toàn thế giới nói chung. Để đáp ứng được nhu cầu sản

xuất hàng dệt may xuất khẩu sang EU, về lâu dài, các doanh nghiệp Việt Nam cần phải có kế hoạch đầu tư máy móc thiết bị, công nghệ để nâng cao năng lực sản xuất vải nguyên liệu trong nước, không phụ thuộc quá nhiều vào nguồn nguyên liệu nhập khẩu.

Việc chưa áp dụng ngay quy tắc cộng gộp vải nguyên liệu có xuất xứ Hàn Quốc (quy tắc cộng gộp vải Hàn Quốc) trong quá trình sản xuất hàng dệt may của Việt Nam từ ngày Hiệp định EVFTA có hiệu lực cũng phần nào khiến cho kim ngạch dệt may xuất khẩu có sử dụng C/O ưu đãi chưa cao. Trong thời gian này, các nhà sản xuất hàng dệt may sử dụng vải nguyên liệu từ Hàn Quốc

dệt may đã được xuất khẩu sang EU trước ngày 01 tháng 3 năm 2021 mà sử dụng vải Hàn Quốc trong quá trình sản xuất vẫn được đề nghị cấp sau C/O mẫu EUR.1 theo quy định của Hiệp định EVFTA. Quy tắc cộng gộp vải Hàn Quốc được thực hiện sẽ mở rộng cơ hội cho hàng dệt may đáp ứng quy tắc xuất xứ và hưởng ưu đãi thuế quan từ Hiệp định khi Hàn Quốc là nước nhập khẩu vải nguyên liệu lớn thứ hai của Việt Nam.

Ngoài ra, quy tắc xuất xứ hàng hóa trong Hiệp định EVFTA không chỉ có thêm quy định mới mà cách diễn đạt các tiêu chí xuất xứ cũng khác so với các Hiệp định mà Việt Nam đang tham gia. Chính vì vậy, doanh nghiệp Việt Nam, đặc biệt là các doanh nghiệp mới xuất khẩu sang EU theo Hiệp định EVFTA, đã gặp phải nhiều trở ngại trong việc đọc và hiểu các quy định về quy tắc xuất xứ hàng hóa tại Hiệp định này. Chẳng hạn, việc áp dụng hạn mức linh hoạt cho sản phẩm dệt may trong Hiệp định EVFTA được thể hiện qua chú giải cuối trang tại danh mục Quy tắc cụ thể mặt hàng (PSR). Thêm vào đó, chỉ có những dòng hàng có ghi chú cuối trang về hạn mức linh hoạt mới được phép áp dụng, không tự động áp dụng cho toàn bộ nguyên liệu và sản phẩm dệt may như một số Hiệp định FTA khác. Do vậy, để có thể áp dụng một cách chuẩn xác, doanh nghiệp dệt may Việt Nam cần phải hiểu rõ và hiểu đúng quy định về quy tắc xuất xứ hàng hóa trong Hiệp định EVFTA.

Như vậy, trong ngắn hạn, việc đáp ứng quy tắc xuất xứ cho hàng dệt may xuất khẩu sang EU để được hưởng ưu đãi thuế quan theo Hiệp định EVFTA sẽ vẫn còn là hạn chế đối với ngành dệt may Việt Nam. Trong dài hạn,

khi mức thuế suất hàng dệt may tiếp tục được cắt giảm sâu tạo động lực cho ngành cũng như việc hình thành các chuỗi sản xuất khép kín từ nguyên liệu thô đến thành phẩm hoàn thiện cuối cùng sẽ giúp ngành dệt may Việt Nam tận dụng hiệu quả hơn nữa các ưu đãi từ Hiệp định EVFTA mang lại.

chưa thể áp dụng quy định cộng gộp này để được hưởng ưu đãi từ Hiệp định EVFTA.

Hiện nay, sau thời gian gấp rút hoàn tất thủ tục theo quy định với Hàn Quốc và EU, Bộ Công Thương đã có thông báo về việc quy tắc cộng gộp vải với Hàn Quốc được chính thức áp dụng từ ngày 01 tháng 3 năm 2021. Những lô hàng





Tình hình thực hiện, tận dụng cơ hội trong EVFTA để xuất khẩu dệt may sang thị trường Hà Lan



Hà Lan được đánh giá là thị trường có nhu cầu nhập khẩu lớn, không chỉ cho nhu cầu chế biến, sản xuất mà cả phục vụ hoạt động trung chuyển nhờ vị trí cửa ngõ vào thị trường châu Âu. Bên cạnh đó, Hà Lan có chính sách hỗ trợ nhập khẩu từ các nước đang phát triển, đặc biệt là những mặt hàng sử dụng nhiều lao động, phục vụ cho ngành công nghiệp chế biến của Hà Lan, và những hàng hóa có thể tái xuất khẩu. Do đó, xuất khẩu hàng may mặc của Việt Nam sang thị trường Hà Lan đã tăng trưởng cao trong những năm qua.

Trong giai đoạn 2016-2020, Hà Lan là một trong 5 thị trường xuất khẩu hàng may mặc lớn nhất của Việt Nam sang các thị trường thành viên EU. Từ sau khi EVFTA có hiệu lực, xuất khẩu hàng may mặc

của Việt Nam sang Hà Lan ngày càng thuận lợi. Trong quý I/2021, Hà Lan đã trở thành thị trường xuất khẩu hàng may mặc lớn nhất của Việt Nam trong khối EU, với tỷ trọng xuất khẩu chiếm 22,73%, tăng mạnh so với 18,40% của cùng kỳ năm 2020 và 19,35% của cùng kỳ năm 2019.

Theo số liệu của Tổng cục Hải quan, 7 tháng đầu năm 2020, xuất khẩu hàng may mặc của Việt Nam sang thị trường Hà Lan đạt 334,7 triệu USD, giảm 15,34% so với cùng kỳ năm 2019. Tuy nhiên, từ tháng 8/2020 đến tháng 3/2021, xuất khẩu hàng may mặc của Việt Nam sang Hà Lan đã cải thiện mạnh, tăng 3,28% so với từ tháng 8/2019 đến tháng 3/2020, dù vẫn chịu tác động của dịch Covid-19. Đáng chú ý, trong 3 tháng đầu năm 2021, kim ngạch xuất khẩu hàng may

mặc của Việt Nam sang Hà Lan đạt 154,04 triệu USD, tăng 27,35% so với cùng kỳ năm 2020 – bứt phá mạnh so với tốc độ hồi phục 3,22% của toàn khối EU.

Việt Nam là nhà cung cấp hàng may mặc lớn thứ 8 vào thị trường Hà Lan. Nhập khẩu hàng may mặc của Hà Lan từ Việt Nam tăng trưởng bình quân 11,98%/năm trong giai đoạn 2016-2020, tăng cao so với tốc độ nhập khẩu bình quân chung của thị trường này cũng như cao hơn một số nhà cung cấp trong khu vực châu Á như Trung Quốc, Ấn Độ... Thị phần hàng may mặc của Việt Nam tại thị trường này đã liên tục được mở rộng trong thời gian vừa qua. Năm 2020, thị phần hàng may mặc của Việt Nam tại EU chiếm 3,34% tổng nhập khẩu của Hà Lan, tăng khá so với 2,88% của năm 2016.

Với việc EVFTA được thực thi, với lộ trình giảm thuế trong 5-7 năm, xuất khẩu hàng may mặc của Việt Nam sang thị trường Hà Lan sẽ tiếp tục bứt phá mạnh trong những năm tiếp theo.

Các doanh nghiệp hàng may mặc Việt Nam cần tăng cường hoạt động xúc tiến thương mại, tiếp cận thị trường, quảng bá sản phẩm đồng thời đăng ký bản quyền nhãn hiệu để tạo hình ảnh trên thị trường.

Tuy nhiên, vấn đề then chốt vẫn là tạo ra được cơ cấu hàng xuất khẩu phù hợp với yêu cầu của thị trường, bảo đảm chất lượng, có khả năng cạnh tranh trên thị trường quốc tế. Việc này đòi hỏi đầu tư lớn và có hiệu quả về công nghệ, sản xuất, nghiên cứu thị trường. Một mặt, tiếp tục duy trì và phát triển các mặt hàng chủ lực đang xuất khẩu thông qua nâng cao chất lượng sản phẩm, tích cực khảo sát thị trường,

tham gia hội chợ triển lãm, duy trì bán hàng cũ, xây dựng và phát triển bán hàng mới. Mặt khác, có đầu tư nghiên cứu kỹ nhu cầu, mẫu mã một số chủng loại mặt hàng khác phù hợp với những thay đổi thị hiếu tiêu dùng. Doanh nghiệp có thể đa dạng hóa sản phẩm như: các sản phẩm may mặc dành cho người cao tuổi, sản phẩm thích ứng, sản phẩm thời trang bền vững, thời trang tái chế, thời trang định hình...

Nhập khẩu hàng may mặc của Hà Lan từ một số thị trường cung cấp chính

Thị trường cung cấp	Năm 2020 (Nghìn USD)	Tăng trưởng bình quân 2016-2020 (%)	Tỷ trọng nhập khẩu hàng may mặc của Hà Lan (%)				
			Năm 2020	Năm 2019	Năm 2018	Năm 2017	Năm 2016
Tổng	14.194.383	7,90	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00
Trung Quốc	2.707.645	8,04	19,08	18,68	19,14	18,20	19,03
Đức	2.637.033	6,96	18,58	20,62	21,72	22,99	19,91
Bangladesh	1.376.356	11,23	9,70	9,18	9,70	9,66	8,67
Thổ Nhĩ Kỳ	1.104.548	14,83	7,78	6,72	5,94	5,57	6,06
Bỉ	706.977	5,82	4,98	4,81	4,47	5,12	5,37
Tây Ban Nha	528.989	18,72	3,73	3,09	2,82	2,17	2,67
Italia	520.309	4,02	3,67	3,81	3,95	4,32	4,26
Việt Nam	474.099	11,98	3,34	3,26	2,83	2,83	2,88
Anh	415.646	11,25	2,93	2,65	2,51	2,65	2,57
Ấn Độ	386.335	3,23	2,72	2,89	3,21	3,14	3,29
Đan Mạch	336.863	1,93	2,37	2,59	3,16	3,05	3,07
Ba Lan	334.427	21,66	2,36	1,27	0,71	0,96	3,42
Pháp	281.313	9,29	1,98	1,90	1,90	1,93	1,88
Campuchia	263.797	12,61	1,86	2,02	2,06	2,05	1,64
Myanmar	224.964	47,35	1,58	1,25	0,88	0,73	0,47
Pakistan	223.890	17,50	1,58	1,57	1,39	1,31	1,14
Sri Lanka	209.541	31,42	1,48	1,34	1,03	0,77	0,69
Bồ Đào Nha	173.661	10,50	1,22	1,25	1,20	1,25	1,12
Tunisia	127.924	2,13	0,90	0,99	1,00	0,92	1,15
Indonesia	125.965	4,32	0,89	1,11	0,99	1,05	1,06
Thụy Điển	120.988	17,89	0,85	0,79	0,92	0,75	0,63

Nguồn: Tính toán từ số liệu của Cơ quan Thống kê châu Âu

Chủng loại hàng may mặc xuất khẩu của Việt Nam sang Hà Lan

Chủng loại	7 tháng đầu năm 2020		Tháng 8/2020 đến tháng 3/2021		Q1/2021	
	Trị giá (Nghìn USD)	So với cùng kỳ 2019 (%)	Trị giá (Nghìn USD)	So với tháng 8/2019 đến tháng 3/2020 (%)	Trị giá (Nghìn USD)	So với Q1/2020 (%)
Tổng	334.742	-15,34	428.814	3,28	154.046	27,35
Áo thun	53.529	-23,66	88.068	6,58	34.280	39,40
Quần	66.090	-10,07	79.987	3,39	28.964	25,20
Áo Jacket	109.133	-10,28	91.540	-17,89	24.380	3,26
Quần Short	11.968	-9,52	23.472	29,27	11.970	58,54
Đồ lót	14.798	-25,56	27.010	22,04	11.664	50,53
Áo sơ mi	24.201	-16,87	37.047	14,73	11.517	2,08
Váy	9.045	-17,05	13.959	25,67	5.989	45,14
Bít tất	9.124	0,30	15.101	44,90	5.747	29,45
Găng tay	6.109	-22,60	10.050	50,45	5.431	146,72
Quần áo bơi	1.923	-26,23	4.353	-0,47	2.332	65,78
Quần áo BHLĐ	6.246	34,71	5.845	-3,47	2.209	-9,87
Quần áo Vest	4.097	-36,99	3.400	-48,67	1.946	4,12
Quần áo trẻ em	5.988	37,87	7.238	-11,55	1.911	-13,91
Hàng may mặc	1.193	18,21	2.452	51,59	1.051	47,82
Áo nỉ	1	-99,81	1.195	1.096,07	902	
Quần	171	-87,89	817	67,25	817	11635,63
Quần Jean	842	17,06	2.161	130,62	414	-17,84
Áo len	6.192	-5,59	8.921	51,41	365	60,77
Quần áo ngủ	589	-42,89	2.156	80,35	287	15,71
Áo Ghile	873	-41,38	1.791	-8,68	276	18,21
Vải	433	-80,14	389	-77,77	130	-65,41
Màn	95	-27,15	223	133,57	55	10,41
Phụ liệu may	34	-53,73	150	666,47	34	2068,63
Quần áo mưa	562	36,82	95	-88,36	19	-58,66
Áo đạo Hồi	0		13		13	
Khăn	97	917,32	85	745,29	12	126,81
Khăn bông	224	66,06	164	-47,51	10	-93,71
Áo	1.038	-82,90	638	-72,59	2	-99,19
Khăn	32		0		0	
Caravat	105	65,62	1	-99,57	0	-100,00

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

EVFTA ĐEM LẠI HIỆU ỨNG TÍCH CỰC CHO XUẤT KHẨU

Hàng dệt may sang Pháp



Pháp là 1 trong 6 thị trường xuất khẩu hàng dệt may lớn của Việt Nam tại khu vực EU, đứng thứ ba tại khu vực EU sau Đức và Hà Lan. Trong giai đoạn 2016-2020, nếu như xuất khẩu hàng dệt may của Việt Nam sang hai thị trường Đức và Hà Lan tăng trưởng bình quân lần lượt là 1,2%/năm và 3,4%/năm thì xuất khẩu sang thị trường Pháp tăng tới 7%.

Năm 2020, đặc biệt là vào tháng 3/2020, dịch Covid-19 xảy ra tại cả Việt Nam và Pháp, điều này khiến xuất khẩu hàng dệt may của Việt Nam sang thị trường Pháp giảm đáng kể, đặc biệt trong quý II/2020, kim ngạch xuất khẩu hàng dệt may sang thị trường Pháp chỉ đạt

62,02 triệu USD, giảm 57,7% so với quý II/2019. Tính chung năm 2020, xuất khẩu hàng dệt may sang thị trường Pháp đạt 572,09 triệu USD, giảm 5% so với năm 2019.

Trong một vài năm đầu thực hiện EVFTA, phần lớn các sản phẩm may mặc sẽ chưa sử dụng cam kết ưu đãi EVFTA do mức thuế giảm từ 12% vẫn sẽ cao hơn mức 9% theo GSP (ưu đãi EU đơn phương dành cho các sản phẩm chưa có năng lực cạnh tranh tốt từ các nước đang/kém phát triển nhất định theo các tiêu chí mà EU quyết định). Nhưng khi lộ trình cắt giảm thuế kết thúc, các doanh nghiệp dệt may Việt Nam sẽ hưởng lợi đáng kể từ EVFTA do các ưu đãi thuế quan theo

EVFTA là ổn định (trong khi GSP thì biến động tùy vào quyết định mỗi năm của EU) và giảm dần xuống 0%.

Mặc dù chưa sử dụng cam kết ưu đãi về thuế quan EVFTA nhưng theo tính toán từ số liệu của Tổng cục Hải quan, xuất khẩu hàng dệt may của Việt Nam sang thị trường Pháp bước đầu cho thấy những hiệu ứng tích cực. Cụ thể, khi so sánh tình hình xuất khẩu hàng dệt may của Việt Nam sang Pháp trước khi EVFTA có hiệu lực và sau khi EVFTA có hiệu lực thấy rằng đã có sự thay đổi đáng kể.

Trước khi Hiệp định EVFTA có hiệu lực (tính trong 7 tháng đầu năm 2020), xuất khẩu hàng dệt may sang thị trường

Pháp đạt 245,6 triệu USD, giảm 26,3% so với 7 tháng đầu năm 2019. Sau khi Hiệp định EVFTA có hiệu lực (tính từ tháng 8/2020 đến tháng 3/2021), xuất khẩu hàng dệt may của

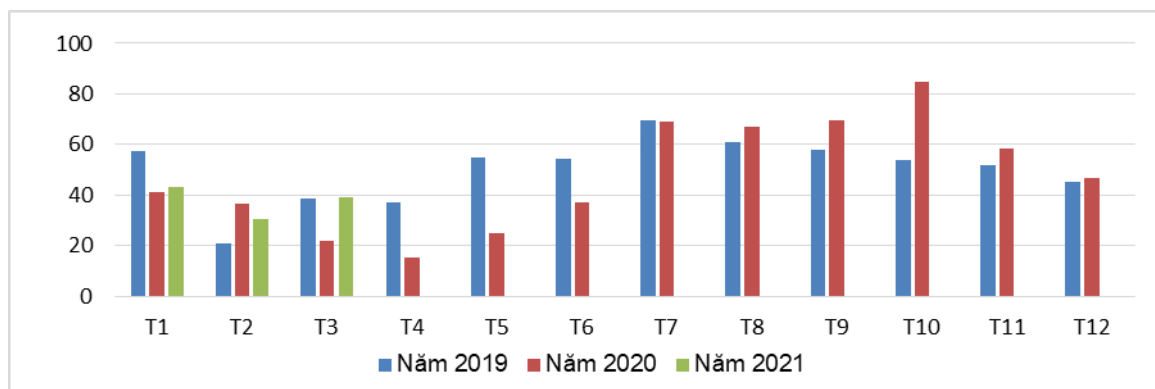
Việt Nam sang thị trường Pháp đã đạt mức cao hơn so với cùng giai đoạn trước đó, với kim ngạch xuất khẩu đạt 439,66 triệu USD, tăng 19,3% so với giai đoạn từ tháng 8/2019 đến

tháng 3/2020.

Tính riêng trong quý I/2021, xuất khẩu hàng dệt may sang thị trường Pháp đạt 113,2 triệu USD, tăng 13,4% so với cùng kỳ năm 2020.

Kim ngạch xuất khẩu hàng dệt may sang Pháp qua các tháng

(ĐVT: triệu USD)



Nguồn: Tổng cục Hải quan

Việt Nam chủ yếu xuất khẩu các chủng loại quần, đồ lót, áo thun và áo Jacket sang thị trường Pháp, chiếm trên 60% tổng kim ngạch xuất khẩu hàng dệt may sang thị trường này. Xuất khẩu các chủng loại trên sang thị trường Pháp đều tăng trưởng sau khi EVFTA có hiệu lực. Trong đó:

- Xuất khẩu quần sang thị trường Pháp từ mức giảm 18%

trong giai đoạn 7 tháng đầu năm 2020 so với cùng kỳ năm 2019, đã tăng lên 5,8% trong giai đoạn từ tháng 8/2020 đến tháng 3/2021 so với cùng kỳ năm trước đó; xuất khẩu đồ lót từ mức giảm 58% thì sau khi EVFTA có hiệu lực mức giảm chỉ còn 13,9%; xuất khẩu áo thun từ mức giảm 6,6% đã tăng lên 32,2%; xuất khẩu áo Jacket từ mức giảm 26,3% đến nay chỉ còn giảm 9,2%...



- Đáng chú ý, quần áo bảo hộ lao động là chủng loại hàng dệt may xuất khẩu sang Pháp có tốc độ tăng trưởng mạnh nhất. Nếu như trước khi Hiệp định EVFTA có hiệu lực (tính trong 7 tháng đầu năm 2020), xuất khẩu mặt hàng này sang Pháp tăng mạnh 592,6% (so với 7 tháng đầu năm 2019), sau khi EVFTA có hiệu lực (tính từ tháng 8/2020 đến tháng 3/2021), xuất khẩu mặt hàng này sang Pháp tăng mạnh, tăng 1.709,3% so với cùng thời điểm trước đó. Tuy vậy, xuất khẩu mặt hàng này tăng chậm lại trong 3 tháng đầu năm 2021, chỉ tăng 13,5% so với cùng kỳ năm 2020.

Ngoài ra, xuất khẩu mặt hàng khăn bông, bát tất sang thị trường Pháp cũng tăng kể cả trước khi EVFTA có hiệu lực và sau khi EVFTA có hiệu lực.

Chủng loại hàng dệt may Việt Nam xuất khẩu sang thị trường Pháp theo từng giai đoạn

Chủng loại	7 tháng đầu năm 2020 so với cùng kỳ năm 2019 (%)	Tháng 8/2020 –tháng 3/2021 so với tháng 8/2019 – tháng 3/2020 (%)	Quý I/2021 (nghìn USD)	So với quý I/2020 (%)
Tổng	-26,4	19,3	113.209	13,4
Quần	-18,0	5,8	29.440	21,2
Đồ lót	-58,0	-13,9	18.468	24,8
Áo thun	-6,6	32,2	14.818	7,5
Áo Jacket	-26,3	-9,2	10.591	-13,3
Quần áo trẻ em	-26,0	13,9	10.355	22,3
Quần Short	-33,0	24,2	7.990	71,1
Quần áo bơi	-51,6	-18,7	6.024	34,7
Áo sơ mi	-7,3	-50,9	2.809	-30,5
Găng tay	-51,0	-4,8	2.064	69,2
Váy	-0,6	-14,3	1.849	-5,2
Quần áo bảo hộ lao động	592,6	1.709,3	1.702	13,5
Áo	-80,6	-73,3	1.697	-5,1
Áo Ghile	-52,5	3,5	561	-15,0
Quần áo mưa	-53,1	-40,0	550	-8,0
Hàng may mặc	-55,9	-2,0	484	33,0
Vải	-69,8	62,5	455	-33,6
Quần áo Vest	40,2	-72,6	381	-52,7
Khăn bông	7.323,2	34,9	271	47,0
Quần	-91,1	-75,8	60	-67,6
Quần áo ngủ	9,1	31,4	44	-93,1
Phụ liệu may	46,1	-2,8	20	-9,4
Màn			11	
Áo nỉ	-89,4	-0,1	4	-0,1
Khăn bàn	-68,0	-79,8	3	
Áo Kimono	49,0	-72,0	3	-57,4
Bít tất	499,0	260,3	2	-89,9
Khăn	35,6	-25,6	1	-77,0
Áo gió	-66,4			
Áo len	111,1	-73,4		
Khăn	66,5			
Loại khác	-28,1	-11,3	2.552	5,6

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

Tuy vậy, theo tính toán từ dữ liệu của Cơ quan Thống kê châu Âu, nhập khẩu hàng dệt may vào thị trường Pháp đã chứng lại trong thời gian gần đây, nếu như nhập khẩu trong 7 tháng

đầu năm 2020 tăng 26,7% so với cùng kỳ năm 2019 thì nhập khẩu mặt hàng này chỉ tăng 5% từ tháng 8/2020 đến tháng 2/2021 so với cùng thời điểm năm trước đó. Tính riêng 2

tháng đầu năm 2021, nhập khẩu hàng dệt may vào Pháp giảm 12,2% so với cùng kỳ năm 2020.

Do ảnh hưởng của dịch Covid-19, hành vi tiêu dùng

của người dân Pháp thay đổi như tăng tiết kiệm, tăng tiêu dùng có trách nhiệm... đã khiến nhập khẩu hàng dệt may vào Pháp giảm. Dự báo, nhập khẩu

hàng dệt may vào Pháp từ các thị trường trên thế giới sẽ tiếp tục giảm trong thời gian tới khi làn sóng dịch bệnh vẫn còn, niềm tin tiêu dùng giảm, người

dân Pháp thắt chặt chi tiêu, đặc biệt là đối với các mặt hàng không phải là hàng tiêu dùng thiết yếu.

Nguồn cung hàng may mặc vào Pháp trong 2 tháng đầu năm 2021

Nguồn cung	7 tháng đầu năm 2020 so với cùng kỳ 2019 (%)	Tháng 8/2020 -tháng 2/2021 so với tháng 8/2019 – tháng 2/2020 (%)	2 tháng đầu năm 2021 (100 triệu USD)	So với cùng kỳ năm 2020 (%)	Tỷ trọng 2 tháng đầu năm 2021 (%)	Tỷ trọng 2 tháng đầu năm 2020 (%)
Tổng	26,7	5,0	2.628,4	-12,2	100,0	100,0
EU27 nội khối	23,1	5,3	1.330,5	-10,5	50,6	49,7
EU27 ngoại khối	30,1	4,6	1.297,9	-13,8	49,4	50,3
Trung Quốc	22,3	-3,5	438,9	-3,9	16,7	15,3
Bangladesh	45,5	8,8	194,6	-13,1	7,4	7,5
Tunisia	38,2	1,5	90,0	-14,8	3,4	3,5
Ấn Độ	51,7	12,4	85,9	-14,0	3,3	3,3
Thổ Nhĩ Kỳ	28,7	8,1	85,3	-9,2	3,2	3,1
Morocco	36,3	0,3	62,5	-14,0	2,4	2,4
Việt Nam	26,0	-7,6	59,5	-24,1	2,3	2,6
Thụy Sĩ	40,9	38,5	50,2	-36,6	1,9	2,6
Campuchia	18,3	29,0	35,6	-12,4	1,4	1,4
Anh	13,4	20,4	32,8	-58,8	1,2	2,7
Pakistan	11,4	-6,1	32,1	1,7	1,2	1,1
Myanmar	-12,2	22,1	22,5	-13,5	0,9	0,9
Madagascar	31,7	19,2	21,2	-22,5	0,8	0,9
Nhật Bản	0,0	-13,1	15,3	85,7	0,6	0,3
Mỹ	52,8	36,6	10,8	-30,8	0,4	0,5
Sri Lanka	63,5	-14,6	10,7	60,6	0,4	0,2
Indonesia	25,9	30,4	8,5	-18,9	0,3	0,4
Peru	34,1	-10,1	4,9	19,6	0,2	0,1
Mauritius	64,6	28,1	4,6	-27,8	0,2	0,2
Thái Lan	43,0	33,1	4,5	-29,6	0,2	0,2

Nguồn: Cơ quan Hải quan Châu Âu

Hiệp định EVFTA có hiệu lực đã tạo ra hiệu ứng tích cực đến xuất khẩu hàng dệt may của Việt Nam sang thị trường Pháp. Tuy vậy, với nhu cầu hàng dệt may của Pháp đang có xu hướng giảm, xuất khẩu hàng dệt may của Việt Nam sang thị trường Pháp dự báo sẽ vẫn ở mức thấp

trong những tháng tới.

Để tận dụng những cơ hội từ Hiệp định EVFTA mang lại, đẩy mạnh xuất khẩu mặt hàng dệt may sang Pháp thời gian tới, các doanh nghiệp dệt may cần lưu ý về xu hướng tiêu dùng mới của người dân Pháp khi họ ngày càng chú trọng vào các sản

phẩm bền vững. Theo chỉ số người tiêu dùng tương lai của EY, 67% người tiêu dùng Pháp cho biết họ có nhiều khả năng mua hàng từ các thương hiệu có thể truyền đạt ý thức sâu sắc về những vấn đề như môi trường, trách nhiệm sinh thái, hữu cơ, tái chế...

XUẤT KHẨU HÀNG DỆT MAY SANG THỊ TRƯỜNG THỤY ĐIỂN ĐANG TẬN DỤNG TỐT CƠ HỘI TỪ EVFTA

Trong những năm gần đây, hàng may mặc là một trong những mặt hàng xuất khẩu chủ lực của Việt Nam sang thị trường Thụy Điển. Thời điểm chưa có EVFTA, thị phần hàng may mặc của Việt Nam tại Thụy Điển được mở rộng liên tục nhưng vẫn còn hạn chế và chưa tương xứng với tiềm năng xuất khẩu cũng như tiêu thụ của hai bên. Hiện kim ngạch xuất khẩu hàng may mặc của Việt Nam sang Thụy Điển mới chỉ chiếm 0,38% tổng trị giá xuất khẩu mặt hàng này của Việt Nam và nhập khẩu hàng may mặc của Thụy Điển từ Việt Nam chỉ mới chiếm 1,57% (năm 2020) tổng nhập khẩu hàng may mặc của Thụy Điển. Do đó, dư địa để Việt Nam tăng xuất khẩu và mở rộng thị phần tại Thụy Điển là rất lớn.

Xuất khẩu phục hồi và tăng mạnh trong 3 tháng đầu năm 2021

Theo số liệu của Tổng cục Hải quan, 7 tháng đầu năm 2020, xuất khẩu hàng may mặc của Việt Nam sang thị trường Thụy Điển đạt 39,2 triệu USD, giảm 18,83% so với cùng kỳ năm 2019. Từ tháng 8/2020 đến tháng 3/2021 (sau khi EVFTA có hiệu lực), xuất khẩu hàng may mặc của Việt Nam sang thị trường Thụy Điển đã hồi phục mạnh, khi tốc độ giảm xuất khẩu đã chậm lại, chỉ còn giảm 4,33% so với giai đoạn từ tháng 8/2019 đến tháng 3/2020. Đáng chú ý, trong quý I/2021, xuất khẩu đã tăng mạnh 30,54% so với cùng kỳ năm 2020, chủ yếu do nhu cầu tiêu thụ các loại hàng may mặc thông thường, thoải mái của người dân Thụy Điển tăng nhanh, sau thời gian dài sử dụng các biện pháp hạn chế để chống dịch Covid-19.



Nhu cầu sản phẩm đa dạng, phong phú

Với dân số hơn 10 triệu người, thị trường tuy nhỏ nhưng người dân Thụy Điển chi tiêu khá nhiều cho các sản phẩm dệt may như quần áo, chăn ga, rèm cửa, đồ trang trí bằng chất liệu dệt may. Đáng chú ý, 100% sản phẩm dệt may tại thị trường Thụy Điển là nhập khẩu.

Đặc trưng của thị trường dệt may Thụy Điển là sự thay đổi theo mùa của khí hậu. Khí hậu thay đổi ảnh hưởng tới xu hướng thời trang và trang trí nhà cửa. Người dân Thụy Điển có xu hướng thay đổi rèm cửa, khăn trải bếp, chăn gối... theo mùa. Chất liệu vải nhẹ hơn, màu sắc rực rỡ, sinh động hơn được dùng cho mùa xuân và mùa hè.

Mặc dù rất lạnh vào mùa đông (-25°C) và thường kéo dài, mùa thu và mùa xuân thời tiết vẫn hơi lạnh và chỉ ấm vào mùa hè, người dân Thụy Điển vẫn ưa thích các hoạt động ngoài trời. Do vậy, họ cần nhiều loại Quần áo ấm cũng như các loại Quần áo phục vụ hoạt động thể thao, vui chơi, giải trí ngoài trời. Tuy nhiên, khi vào trong nhà, hệ thống lò sưởi làm cho trong nhà nóng ấm (20 -22°C), nên mọi người sẽ cần thay đổi trang phục cho phù hợp.

Do vậy, nhu cầu về các sản phẩm may mặc của thị trường Thụy Điển rất phong phú, đa dạng về chủng loại, phù hợp với khả năng sản xuất và cung ứng của Việt Nam.

Hiện nay, các nước EU nói chung và Thụy Điển nói riêng đang tích cực triển khai tiêm phòng vaccine Covid-19. Dự báo, khi dịch bệnh được kiểm soát, các biện pháp hạn chế dần được nới lỏng và kinh tế có bước hồi phục, giao thương trở lại bình thường sẽ tạo thuận lợi hơn nữa cho việc tăng cường xuất khẩu hàng may mặc Việt Nam vào thị trường này.

Đẩy mạnh hoạt động xúc tiến thương mại để thâm nhập thị trường tốt hơn

Trong bối cảnh châu Âu trở thành tâm dịch Covid-19, mọi hoạt động xúc tiến thương mại trực tiếp, giao thương bị xáo trộn, đứt gãy, việc nhanh chóng thích nghi với điều kiện bình

thường mới, sử dụng công nghệ thông tin để kết nối các doanh nghiệp trong nước với thị trường tiềm năng này có ý nghĩa rất quan trọng.

Đặc biệt, các trang web tiếng Việt và tiếng Anh được Thương vụ Việt Nam tại Thụy Điển xây dựng trong thời gian qua giúp việc truy cập các nguồn thông tin phong phú về thị trường Bắc Âu đã có nhiều thuận lợi, giúp các doanh nghiệp trong nước nhanh chóng nắm bắt thông tin, tiếp cận thị trường đầy tiềm năng này.

Sự ra đời của trang website dành cho các doanh nghiệp khu vực Bắc Âu giúp doanh nghiệp có thêm một kênh thông tin hỗ trợ, giúp họ tìm hiểu về môi trường kinh doanh, đầu tư của Việt Nam cũng như những cơ hội do EVFTA mang lại, tạo đà cho hàng hoá Việt Nam xuất khẩu ngày càng nhiều sang thị trường Bắc Âu trong thời gian tới.

Nhập khẩu hàng may mặc của Thụy Điển từ một số thị trường cung cấp chủ yếu

Thị trường cung cấp chủ yếu	Năm 2020 (Nghìn USD)	Tăng trưởng bình quân 2016 – 2020 (%)	Tỷ trọng nhập khẩu hàng may mặc của Thụy Điển (%)				
			Năm 2016	Năm 2017	Năm 2018	Năm 2019	Năm 2020
Tổng	4.578.886	3,15	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00
Trung Quốc	941.773	1,12	22,29	21,28	21,07	19,74	20,57
Đức	507.627	5,69	10,28	12,44	11,93	11,68	11,09
Bangladesh	482.542	4,47	10,21	10,63	11,23	12,12	10,54
Đan Mạch	449.465	6,35	8,78	8,76	9,03	8,32	9,82
Ba Lan	294.107	59,48	3,69	2,41	1,14	3,85	6,42
Hà Lan	273.762	20,86	3,29	3,40	4,89	5,19	5,98
Thổ Nhĩ Kỳ	213.178	0,05	5,30	4,80	4,69	4,28	4,66
Italia	184.287	4,97	3,78	3,83	4,01	3,62	4,02
Anh	111.674	9,94	2,00	2,75	2,54	2,66	2,44
Ấn Độ	104.665	-4,68	3,16	2,96	2,71	2,66	2,29
Bỉ	102.317	12,00	1,62	1,68	1,94	1,96	2,23
Ba Lan	81.835	9,55	1,45	1,41	1,55	1,40	1,79
Myanmar	79.154	63,40	0,30	0,62	0,94	1,47	1,73
Việt Nam	71.762	7,15	1,39	1,45	1,59	1,31	1,57
Phần Lan	66.147	14,51	1,14	0,76	0,74	1,13	1,44
Pakistan	58.267	-5,34	1,83	1,89	1,58	1,51	1,27
Pháp	54.808	5,71	1,14	1,02	1,09	0,93	1,20
Indonesia	48.952	10,64	0,82	0,77	0,86	0,91	1,07

Thị trường cung cấp chủ yếu	Năm 2020 (Nghìn USD)	Tăng trưởng binh quân 2016 – 2020 (%)	Tỷ trọng nhập khẩu hàng may mặc của Thụy Điển (%)				
			Năm 2016	Năm 2017	Năm 2018	Năm 2019	Năm 2020
Tây Ban Nha	44.297	-8,60	1,67	1,80	1,76	1,31	0,97
Sri Lanka	42.571	7,12	0,80	0,90	0,95	0,90	0,93
Campuchia	35.454	-8,25	1,26	1,14	1,17	0,92	0,77
Lithuania	33.578	-7,13	1,16	1,02	1,14	0,93	0,73
Na Uy	31.120	-5,48	1,76	2,05	2,09	2,48	0,68
Estonia	30.547	1,13	0,72	0,72	0,74	0,71	0,67
Latvia	28.448	2,27	0,71	0,78	0,88	0,94	0,62
Czech	26.391	0,84	0,69	0,71	0,60	0,44	0,58
Lào	24.023	66,19	0,21	0,11	0,38	0,43	0,52

Nguồn: Tính toán từ số liệu của Cơ quan Thống kê châu Âu

Chung loại hàng may mặc xuất khẩu của Việt Nam sang Thụy Điển

Chủng loại	7 tháng đầu năm 2020		Tháng 8/2020 đến tháng 3/2021		Q1/2021	
	Trị giá (Nghìn USD)	So với cùng kỳ năm 2019 (%)	Trị giá (Nghìn USD)	So với tháng 8/2019 - tháng 3/2020 (%)	Trị giá (Nghìn USD)	So với Q1/2020 (%)
Tổng	39.223	-18,83	40.654	-4,33	17.345	30,54
Quần	10.746	-23,08	14.186	17,49	6.219	91,26
Áo Jacket	13.872	-1,12	9.657	-2,28	3.079	47,92
Quần Short	1.730	-17,35	3.042	16,17	1.851	44,77
Găng tay	2.378	-5,33	3.394	20,89	1.360	11,50
Quần áo BHLĐ	1.945	-44,10	1.479	-63,54	912	-34,10
Áo thun	2.496	-3,96	2.370	-20,46	881	-11,05
Áo sơ mi	1.162	-36,82	1.097	-36,45	562	-21,18
Quần áo bơi	785	-54,79	626	-51,04	506	-11,16
Váy	379	-4,28	896	-2,85	459	94,99
Quần áo trẻ em	1.399	23,29	1.412	150,67	359	103,84
Hàng may mặc	996	9,51	957	-34,39	321	-56,83
Đồ lót	830	-67,74	797	-44,93	275	3,30
Quần	0	-100,00	131	20.564,86	129	
Vải	153	-22,63	144	22,51	83	9,69
Quần áo ngủ	70	19,45	152	807,04	46	1118,36
Áo Ghile	68	-39,92	63	-45,86	33	
Khăn bông	14	-51,00	84	-9,14	31	125,04
Quần Jean	19		30		22	
Quần áo Vest	25	-75,41	15	66,51	9	30,63

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

Dịch Covid-19

khuyến xuất khẩu hàng may mặc sang thị trường BA LAN KHÔNG TĂNG TRƯỞNG NHƯ KỲ VỌNG



Theo thống kê của Tổng cục Hải quan, trong quý I/2021, Ba Lan là thị trường xuất khẩu hàng may mặc lớn thứ 7 của Việt Nam trong khu vực Liên minh châu Âu. Trong những năm qua, xuất khẩu hàng may mặc của Việt Nam sang thị trường Ba Lan liên tục tăng và được kỳ vọng sẽ tiếp tục tăng trưởng cao sau khi Hiệp định EVFTA có hiệu lực. Tuy nhiên, do tác động của dịch Covid-19,

mặc dù Hiệp định EVFTA có hiệu lực, xuất khẩu hàng dệt may của Việt Nam sang thị trường Ba Lan tăng trưởng chậm lại. Theo tính toán từ số liệu thống kê của Tổng cục Hải quan, trong 8 tháng sau khi Hiệp định có hiệu lực (từ tháng 8/2020 đến tháng 3/2021), tăng trưởng xuất khẩu hàng dệt may của Việt Nam sang thị trường Ba Lan chỉ ở mức 1,2%, thấp hơn nhiều so với mức tăng 24,18% trong 7 tháng đầu năm 2020 so

với cùng kỳ năm trước.

Dịch Covid-19 đã khiến nhu cầu tiêu thụ hàng may mặc trong nước của Ba Lan giảm mạnh trong năm 2020. Theo Công ty nghiên cứu thị trường Statista, năm 2020, chỉ số bán lẻ Quần áo, hàng dệt và giày dép tính theo giá cố định của Ba Lan giảm 15,3% so với năm 2019. Việc đóng cửa các cửa hàng truyền thống để phòng dịch Covid-19 đã ảnh hưởng tiêu cực đến doanh thu bán

hàng may mặc và giày dép của Ba Lan trong năm 2020. Lượng khách hàng tại các trung tâm mua sắm tại Ba Lan giảm đáng kể trong suốt cả năm 2020. Mặc dù tiêu thụ hàng may mặc và giày dép thông qua thương mại điện tử tăng, nhưng không thể bù đắp được mức giảm từ các cửa hàng truyền thống.

Do nhu cầu tiêu thụ hàng may mặc trong nước của Ba Lan giảm, xuất khẩu hàng may mặc cho tiêu dùng của Việt Nam

sang thị trường Ba Lan giảm. Theo tính toán từ số liệu của Tổng cục Hải quan, trong 7 tháng đầu năm 2020, kim ngạch xuất khẩu hàng may mặc sang thị trường Ba Lan tăng chủ yếu do các đơn hàng đã được ký trước khi dịch Covid-19 bùng phát. Kể từ tháng 8/2020 đến nay, xuất khẩu các mặt hàng dệt may tiêu dùng ngoài trời có xu hướng giảm như: Áo sơ mi, Quần áo bơi, đồ lót, váy, quần... Trong khi xuất khẩu Quần áo bảo hộ lao động duy

trì tốc độ tăng trưởng khả quan kể từ đầu năm 2020 đến nay; xuất khẩu Quần áo trẻ em cũng tăng mạnh.

Sang quý I/2021, xuất khẩu hàng may mặc sang thị trường Ba Lan đã có dấu hiệu phục hồi khi kim ngạch đạt 18,7 triệu USD, tăng 12,7% so với cùng kỳ năm 2020. Đây là mức tăng trưởng khả quan sau khi kim ngạch xuất khẩu hàng may mặc sang thị trường này giảm 5,3% trong 5 tháng cuối năm 2020.

Chủng loại sản phẩm may mặc xuất khẩu sang thị trường Ba Lan

Mặt hàng	7 tháng đầu năm 2020 so với 7 tháng đầu năm 2019 (%)	Tháng 8/2020 – tháng 3/2021 so với tháng 8/2019 – tháng 3/2020 (%)	Quý I/2021 (Nghìn USD)	So với quý I/2020 (%)
Tổng	25,0	1,2	18.715,9	12,7
Quần áo BHLĐ	42,0	18,5	5.661,8	122,8
Quần	48,8	-9,2	4.374,9	-17,7
Quần Short	102,6	18,0	1.822,5	38,7
Áo Jacket	19,4	11,5	1.815,7	50,7
Áo thun	237,3	7,4	974,3	-38,3
Áo sơ mi	14,1	-30,5	801,3	-9,2
Quần áo bơi	-17,2	-47,5	724,9	-30,9
Đồ lót	-50,5	-51,8	506,6	-39,4
Áo Ghile	160,2	65,4	489,6	83,7
Hàng may mặc	-14,0	-17,5	352,0	-9,9
Váy	-14,0	-17,4	302,6	-28,4
Quần áo trẻ em	30,6	202,8	233,7	54,4
Găng tay	-39,9	51,9	156,6	35,0
Quần áo ngủ	72,1	24,8	138,3	-26,3
Vải	13,1	9,6	107,6	-5,4
Mặt hàng khác	-49,9	43,3	253,7	-11,7

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

Mặc dù nhu cầu tiêu dùng Quần áo tại Ba Lan được dự đoán sẽ tăng trở lại vào năm 2021, với điều kiện là không có các đợt phong tỏa để kiểm soát dịch Covid-19 trong tương

lai, nhưng tiêu thụ Quần áo tại nước này chưa thể phục hồi hoàn toàn về mức trước đại dịch cho đến nửa cuối năm 2021. Dưới tác động của dịch Covid-19, kinh tế Ba Lan trở

nên bất ổn khiến người tiêu dùng có ý thức hơn về ngân sách cá nhân và chú ý đến yếu tố giá cả, điều này sẽ tiếp tục ảnh hưởng tiêu cực đến doanh số bán hàng may mặc cao cấp,



của thị trường được dự báo sẽ phục hồi trở lại vào nửa cuối năm. Trong dài hạn, đây là thị trường xuất khẩu tiềm năng với nhu cầu nhập khẩu hàng may mặc ngày càng tăng và vị trí địa lý là cửa ngõ vào các nước Đông Âu. Trong khi đó, thị phần hàng may mặc Việt Nam trong tổng nhập khẩu của Ba Lan vẫn ở mức thấp, do đó ngành dệt may Việt Nam vẫn còn dư địa để khai thác thị trường này. Với lộ trình giảm thuế quan của Hiệp định EVFTA, hàng may mặc của Việt Nam sẽ từng bước nâng cao khả năng cạnh tranh tại thị trường nhiều tiềm năng này. Tuy nhiên, để tìm kiếm cơ hội xuất khẩu sang Ba Lan, các doanh nghiệp xuất khẩu cần chú ý đến việc cung cấp hàng hóa có chất lượng với giá cả phải chăng và đảm bảo việc giao hàng đúng hạn.

trong khi xu hướng làm việc từ xa ngày càng tăng sẽ không khuyến khích nhu cầu về Quần áo trong giao tiếp như: Áo sơ mi, váy... Tuy nhiên, nhu cầu tiêu thụ Quần áo trẻ em sẽ ít bị ảnh hưởng hơn do nhu

cầu thay đổi Quần áo của trẻ em thường xuyên hơn so với người lớn.

Dự báo, xuất khẩu hàng may mặc của Việt Nam sang thị trường Ba Lan sẽ tiếp tục tăng trong năm 2021 nhờ nhu cầu

Thị trường nhập khẩu hàng may mặc của Ba Lan

Thị trường	Năm 2020 (Nghìn Eur)	So với năm 2019 (%)	Tháng 1/2021 (Nghìn Eur)	So với cùng kỳ năm 2020 (%)	Tỷ trọng trong tổng nhập nhẩu ngoài khối (%)	
					Năm 2020	Tháng 1/2021
Tổng	8.891.445	18,0	804.290	4,0		
Nội khối	5.916.211	20,4	550.191	13,0		
Ngoài khối	2.975.233	13,5	254.100	-11,4		
Trung Quốc	1.078.654	5,7	81.383	-14,3	36,3	32,0
Bangladesh	911.910	25,2	91.940	-9,7	30,7	36,2
Ấn Độ	148.511	-10,7	9.474	-29,4	5,0	3,7
Myanma	134.494	52,9	12.240	-10,8	4,5	4,8
Anh	105.061	-9,6	407	-95,3	3,5	0,2
Pakistan	90.538	-2,5	10.261	-7,1	3,0	4,0
Campuchia	89.395	-3,7	8.354	-19,3	3,0	3,3
Việt Nam	61.916	39,6	4.790	-26,9	2,1	1,9
Indonesia	53.684	340,0	4.781	41,4	1,8	1,9
Ma-rốc	8.754	-42,1	160	-78,7	0,3	0,1

Nguồn: Eurostat

XUẤT KHẨU NGÀNH HÀNG GIÀY DÉP CỦA VIỆT NAM SANG THỊ TRƯỜNG EU



EVFTA MANG LẠI NHIỀU LỢI THẾ CHO XUẤT KHẨU GIÀY DÉP VIỆT NAM

Giày dép là một trong những ngành xuất khẩu chủ lực của Việt Nam (chiếm khoảng 7% tổng kim ngạch xuất khẩu hàng hóa của cả nước). Theo số liệu của Tổng cục Thống kê, sản xuất giày dép các loại của Việt Nam tăng trưởng khả quan trong những năm qua, với sản lượng giày dép da đã tăng từ 218 triệu đôi vào năm 2005 lên 293,3 triệu đôi vào năm 2019. Mức tăng trưởng mạnh nhất nằm ở phân khúc giày thể thao, theo đó sản lượng đã tăng gấp 3,5 lần từ năm 2005 đến năm 2019.

Chính sách mở cửa và hội nhập ngày càng sâu vào kinh tế khu vực và thế giới đã và đang mang lại tác động tích cực đến ngành sản xuất xuất khẩu giày dép của Việt Nam. Nhờ tham gia nhiều Hiệp định FTA, thị trường ngày càng mở rộng, ngành sản xuất giày dép xuất khẩu Việt Nam đang trải qua giai đoạn tăng trưởng khá tốt. Với kim ngạch xuất khẩu tăng trong nhiều năm liền, Việt Nam hiện đứng vị trí thứ 2 thế giới về xuất khẩu giày dép. Kim ngạch xuất khẩu giày dép của Việt Nam liên tục tăng trong giai đoạn 2010-2019, từ mức 5,1 tỷ USD vào năm 2010, tăng gấp hơn 3,5 lần lên 18,3 tỷ USD vào năm 2019. Năm 2020, do ảnh hưởng của dịch Covid-19, nên thị trường đầu ra của giày dép gặp khó và xuất khẩu giày dép bị giảm từ vị trí thứ 4 xuống vị trí thứ 5 trong danh sách các mặt hàng có kim ngạch xuất khẩu lớn nhất cả nước. Mặc dù đứng thứ hai thế giới về xuất khẩu nhưng Việt Nam chỉ chiếm khoảng 8% tổng kim ngạch xuất khẩu giày dép toàn cầu, trong khi Trung Quốc chiếm gần 39%.

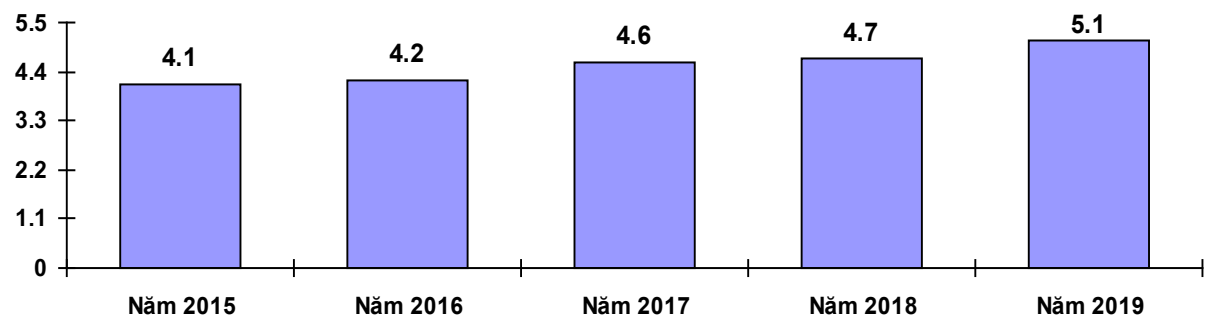
Tình hình xuất khẩu giày dép các loại sang EU

- Giai đoạn trước khi EVFTA có hiệu lực

EU là 1 trong 2 thị trường xuất khẩu giày dép chủ lực của Việt Nam. Xuất khẩu giày dép các loại sang thị trường này liên tục tăng với tốc độ tăng trưởng bình quân 5,6%/năm trong giai đoạn 2015-2019.

Kim ngạch xuất khẩu giày dép các loại của Việt Nam sang EU trong giai đoạn 2015 - 2019

(Đơn vị tính: tỷ USD)



Nguồn: Tính toán từ số liệu thống kê của Tổng cục Hải quan

Năm 2020, ngành giày dép phải đối mặt với nhiều khó khăn do tác động của dịch Covid-19, nhất là khi tình hình dịch bệnh vẫn còn diễn biến phức tạp tại các thị trường xuất khẩu lớn như

Mỹ và EU. Trong các tháng đầu năm 2020, dịch Covid-19 bùng phát tại Trung Quốc và lan rộng ra Hàn Quốc, thị trường Đài Loan đã làm đứt gãy nguồn cung nguyên phụ liệu sản xuất. Tiếp đó, đại dịch tiếp tục lan rộng ra toàn cầu và tăng mạnh đã làm gián đoạn việc cung cấp sản phẩm da giày ra thị trường, dẫn tới kim ngạch xuất khẩu của toàn ngành sụt giảm.

Những tháng đầu năm 2020 (đặc biệt là quý II/2020), dịch Covid-19 bùng phát mạnh nên xuất khẩu giày dép các loại sang thị trường EU giảm mạnh. Theo tính toán từ số liệu thống kê của Tổng cục Hải quan, xuất khẩu giày dép các loại sang EU trong 7 tháng đầu năm 2020 đạt 2,18 tỷ USD, giảm 14,6% so với cùng kỳ năm 2019.

- Giai đoạn sau khi Hiệp định EVFTA có hiệu lực

Hiệp định EVFTA có hiệu lực đã mang lại nhiều lợi thế cho ngành giày dép Việt Nam, tạo cơ hội tăng trưởng xuất khẩu và tăng sức cạnh tranh tại thị trường EU. Trước khi EVFTA có hiệu lực, Việt Nam được hưởng quy chế GSP đối với giày dép với mức thuế thấp hơn 3,5% so với mức thuế cơ sở (12,5%). EVFTA có hiệu lực tạo cơ hội tăng trưởng xuất khẩu sang các nước EU. Tuy nhiên, mức thuế của các sản phẩm da thuộc và túi-ví-cặp, giày bảo hộ và giày thể thao sẽ về 0% ngay sau khi Hiệp định có hiệu lực; nhưng các sản phẩm giày dép da sẽ giảm từ mức cơ sở (12,5%) xuống 0% theo lộ trình từ 3-7 năm sau khi Hiệp định có hiệu lực. Trong dài hạn, các doanh nghiệp giày dép Việt Nam sẽ hưởng lợi đáng kể do các ưu đãi thuế quan theo EVFTA là ổn định, không phụ thuộc vào tỷ trọng trong tổng nhập khẩu vào EU và giảm dần xuống 0%.

Về quy tắc xuất xứ, sản phẩm giày dép được sử dụng nguyên liệu không xuất xứ từ ngoại khối, ngoại trừ các bộ phận lắp ghép từ mũi giày và đế giày. Tiêu chí xuất xứ này được xem là chặt hơn so với một số FTA khác nhưng không phải là tiêu chí mới đối với ngành giày dép do trước đó giày dép đã xuất khẩu sang EU với tiêu chí tương tự trong GSP. Quy tắc xuất xứ áp dụng gần như không thay đổi, đây là thuận lợi rất lớn cho doanh nghiệp giày dép Việt Nam. Bởi vậy, giày dép luôn là mặt hàng có kim ngạch xuất khẩu cấp C/O và tỷ lệ sử dụng C/O ưu đãi cao khi xuất khẩu sang thị trường EU. Ngoài ra, ngành giày dép Việt Nam cũng có lợi thế khi hiện nay phần

lớn các nước xuất khẩu giày dép vào EU hiện nay đều chưa có FTA với EU.

EVFTA có hiệu lực từ ngày 01/8/2020 được coi là động lực lớn nhất cho tăng trưởng của ngành giày dép trong thời gian qua. Sau 8 tháng thực thi Hiệp định EVFTA, giày dép là mặt hàng nằm trong danh mục các mặt hàng xuất khẩu của Việt Nam có những chuyển biến tích cực về xuất khẩu. Theo thống kê của Tổng cục Hải quan, sau khi Hiệp định EVFTA chính thức có hiệu lực, xuất khẩu giày dép các loại của Việt Nam sang thị trường EU dần hồi phục trở lại, đặc biệt là trong quý I/2021. Kể từ tháng 8/2020 đến tháng 3/2021 đã có 6 tháng xuất khẩu giày dép các loại của Việt Nam sang EU tăng (ngoại trừ tháng 02/2021, xuất khẩu giày dép các loại sang EU giảm do nghỉ Tết Nguyên đán). Trong quý I/2021, ngành da giày đã có nhiều tín hiệu khởi sắc hơn so với cùng kỳ năm 2020. Dù dịch bệnh vẫn còn, thời điểm hiện nay các doanh nghiệp đã tìm ra hướng đi phù hợp, thị trường giày dép thế giới đã dần sôi động trở lại. Việc các nước tiêm chủng rộng rãi vaccine phòng Covid-19 đã tăng niềm tin, góp phần thúc đẩy nhu cầu tiêu dùng, trong đó có tiêu dùng da giày tăng trở lại. Tuy số lượng và đơn giá sản phẩm chưa trở lại bằng ngưỡng năm 2019, nhưng tín hiệu thị trường đã dần hồi phục.

So với trước thời điểm đại dịch Covid-19 xảy ra, xuất khẩu giày dép của Việt Nam sang thị trường EU đã có sự tăng trưởng vượt bậc. Quý I/2021, xuất khẩu giày dép sang EU tăng 19,2% so với cùng kỳ năm 2020; trong khi đó tại cùng thời điểm quý I/2020 chỉ tăng 0,1% và quý I/2019 tăng 11,9%.



Về thị trường, quý I/2021, xuất khẩu giày dép các loại sang nhiều thị trường chủ lực thuộc EU tăng so với cùng kỳ năm 2020; trong đó, xuất khẩu nhiều thị trường tăng mạnh ở mức 2 con số: Bỉ tăng 37,0%, Hà Lan tăng 23,4%; Italia tăng 14,3%, Tây Ban Nha tăng 39,2%, Cộng hòa Séc tăng 36,5%, Thụy Điển tăng 30,8%...

Xuất khẩu giày dép các loại của Việt Nam sang các thị trường thuộc EU

Thị trường	7 tháng năm 2020 so với 7 tháng năm 2019 (%)	Tháng 8/2020 – tháng 3/2021 so với tháng 8/2019 -	Quý I/2021 (nghìn USD)	Quý I/2021 so với quý I/2020 (%)
Tổng	-14,6	-1,8	1.088.052	19,2
Bỉ	-17,2	3,9	315.545	37,0
Đức	-10,4	-5,5	241.330	6,7
Hà Lan	-9,9	4,0	196.903	23,4
Pháp	-22,9	-4,4	112.534	3,3
Italia	-15,5	-13,4	74.872	14,3
Tây Ban Nha	-32,1	-1,1	47.026	39,2
Cộng Hoà Séc	-12,0	18,9	19.056	36,5
Thụy Điển	9,1	3,9	17.823	30,8
Slovenia	-19,6	87,7	16.082	237,9
Ba Lan	1,6	-4,3	13.393	25,5
Luxembua	234,9	66,1	10.180	61,8
Hy Lạp	-17,7	-15,3	5.519	-7,1
Phần Lan	-26,2	9,6	5.432	33,9
Áo	-12,9	-39,3	3.893	-23,2
Đan Mạch	-63,5	-51,5	3.024	-17,3
Slovakia	1,0	-54,7	1.451	-90,5
Ai Len	-9,9	-66,0	1.073	-52,4
Bồ Đào Nha	-38,2	-29,5	948	22,4
Manta	2,8	-13,6	869	-8,9
Rumani	-16,6	-34,6	412	-35,4
Síp	17,7	-37,2	220	-48,1
Lítva	-14,5	318,4	194	1.446,2
Bungari	139,1	48,3	121	72,6
Croatia	-52,2	-22,6	107	27,8

Nguồn: Tính toán từ số liệu thống kê của Tổng cục Hải quan

Ngay khi EVFTA chính thức có hiệu lực, mức thuế của giày thể thao sẽ về mức 0%. Trong thời gian qua, mặt hàng giày thể thao của Việt Nam đã tận dụng rất tốt ưu đãi này, khi kim ngạch xuất khẩu giày thể thao sang EU tăng mạnh và là chủng loại được xuất khẩu nhiều nhất sang thị trường này. Theo thống kê, xuất khẩu chủng loại giày thể thao, giày tennis, giày bóng rổ, giày thể dục, giày tập và những thứ tương tự, với đế ngoài bằng cao su hoặc nhựa và mũ giày bằng vật liệu dệt (HS 640411) sang EU trong quý I/2021 đạt 370,48 triệu USD (chiếm 34,1% tổng kim ngạch xuất khẩu giày dép sang EU), tăng 31,2% so với cùng kỳ năm 2020.

Một số chủng loại giày dép xuất khẩu sang EU

Mã HS	Mô tả	7 tháng năm 2020 so với 7 tháng năm 2019 (%)	Tháng 8/2020 – tháng 3/2021 so với tháng 8/2019 – tháng 3/2020 (%)	Quý I/2021 (nghìn USD)	Quý I/2021 so với quý I/2020 (%)
640411	Giày thể thao, giày tennis, giày bóng rổ, giày thể dục, giày tập và tương tự, với đế ngoài bằng cao su hoặc nhựa và mũ giày bằng vật liệu dệt	-23,3	2,2	370.478	31,2
640419	Giày có đế ngoài bằng cao su hoặc nhựa và mũ giày bằng vật liệu dệt (trừ giày thể thao, giày tennis, giày bóng rổ, giày thể dục, giày luyện tập và các loại tương tự)	0,4	14,4	248.209	32,0
640399	Giày có đế ngoài bằng cao su, nhựa hoặc da tổng hợp, có mũ bằng da (không bao gồm giày cổ cao quá mắt cá chân, giày có mũi gắn kim loại bảo vệ, giày dép thể thao)	-7,3	-14,9	236.908	0,0
640299	Giày có đế ngoài và đế bằng cao su hoặc nhựa (không bao gồm giày cổ cao quá mắt cá chân hoặc có đai hoặc dây gắn mũ giày với đế bằng chốt cài, giày dép thể thao)	-10,1	-11,3	144.388	11,9
640391	Giày có đế ngoài bằng cao su, nhựa hoặc da tổng hợp, có mũ bằng da, cổ cao quá mắt cá chân (không bao gồm giày có mũi gắn kim loại bảo vệ, giày dép thể thao)	-20,6	10,5	43.072	23,9
640219	Giày thể thao có đế ngoài và mũ cao su hoặc nhựa (không bao gồm giày ống trượt tuyết, giày trượt tuyết bằng đồng và giày ống gắn ván trượt)	-41,6	-38,3	13.118	-10,7
640291	Giày dép cổ cao quá mắt cá chân, có đế ngoài và mũ bằng cao su hoặc nhựa (không bao gồm giày cổ cao quá mắt cá chân hoặc có đai hoặc dây gắn mũ giày với đế bằng chốt cài, giày dép thể thao)	-27,4	13,6	12.443	70,0
640319	Giày thể thao, có đế ngoài bằng cao su, nhựa, da hoặc da tổng hợp và giày da (không bao gồm giày ống trượt tuyết, giày trượt tuyết bằng đồng, giày ống có gắn ván trượt)	-29,2	-25,0	8.296	-7,6

Nguồn: Tính toán từ số liệu thống kê của Tổng cục Hải quan

Mặc dù các Hiệp định FTA có hiệu lực đem lại cơ hội rất lớn cho xuất khẩu ngành giày dép của Việt Nam nhưng khả năng tận dụng được cơ hội vẫn là thách thức với nhiều doanh nghiệp. Trong đó, những vấn đề mà các doanh nghiệp ngành

giày dép trong nước gặp phải là:

- + Chi phí vận chuyển, giao hàng xuất khẩu (số lượng container quá khan hiếm) và giá cả thuê container tăng mạnh.

- + Việc phát triển nguyên phụ liệu vẫn chủ



yếu kêu gọi và phụ thuộc vào khối đầu tư nước ngoài. Nhà đầu tư trong nước nguồn lực yếu, rất ít doanh nghiệp đủ khả năng đầu tư sản xuất nguyên phụ liệu. Hiện 60% nguyên phụ liệu của ngành vẫn nhập khẩu từ Trung Quốc.

+ Thời gian qua, nhiều doanh nghiệp trong nước đã chú trọng đến xây dựng thương hiệu sản phẩm. Tuy nhiên, vẫn cần đầu tư nhiều vấn đề như nguồn lực, kiến thức. Một số thương hiệu giày dép của Việt Nam đã được người tiêu dùng biết đến như Bitis, Giovani... Để khẳng định tên tuổi, khi đưa sản phẩm ra thị trường phải công bố được tiêu chuẩn cho dù đó là tiêu chuẩn do doanh nghiệp tự đưa ra, như: độ bền, độ chịu mài mòn, độ bền màu... để đảm bảo chất lượng sản phẩm. Thực tế, vẫn còn nhiều doanh nghiệp đang thiếu điều đó trong marketing sản phẩm và chưa thể hiện được hệ thống tiêu chuẩn chất lượng của sản phẩm; trong khi đây mới là yếu tố tạo nên giá trị thương hiệu một cách bền vững.

Tỷ trọng mặt hàng giày dép của Việt Nam trên tổng nhập khẩu giày dép của EU

Nhập khẩu giày dép các loại của EU tăng liên tục trong những năm qua, với tốc độ tăng bình quân trong giai đoạn 2017-2019, đạt 4,6%/năm. Năm 2020, do ảnh hưởng của dịch Covid-19 nên nhập khẩu giày dép các loại vào EU giảm 10,8% so với năm 2019, đạt 55,04 tỷ USD.

Trong những năm qua, nhập khẩu giày dép từ nội khối chiếm khoảng 60% tổng kim ngạch nhập khẩu giày dép vào EU. Trước năm 2019, nhập khẩu giày dép từ nội khối tăng nhanh hơn so với nhập khẩu từ ngoại khối (tăng 5,5%/năm so với 3,4%/năm). Năm 2020, ảnh hưởng của dịch Covid-19, nhập khẩu giày dép từ các thị trường ngoại khối gặp nhiều khó khăn, giảm 15,7% so với năm 2019; trong khi đó, nhập khẩu từ nội khối giảm thấp hơn, ở mức 7,4%.

Việt Nam nằm trong nhóm những thị trường cung cấp giày dép cho EU đạt kim ngạch trên 1 tỷ USD/năm, và đứng thứ 2 trong số các thị trường ngoại khối cung cấp giày dép các loại cho EU, chiếm tỷ trọng 7,6% trong tổng nhập khẩu giày dép vào EU trong năm 2020. Nếu xét riêng các thị trường ngoại khối EU, thì Việt Nam chỉ đứng sau Trung Quốc. Trong giai đoạn 2017-2019, nhập khẩu giày dép các loại của EU từ Việt Nam tăng 4,5%/năm. Năm 2020, cũng giống như nhiều thị trường, nhập khẩu giày dép các loại từ Việt Nam giảm 13,0% so với năm 2019, đạt 4,18 tỷ USD. Trong bối cảnh dịch Covid-19 ảnh hưởng lớn đến nhu cầu nhập khẩu giày dép của EU, thì việc giày dép của Việt Nam giảm nhẹ 0,2 điểm phần trăm mức thị phần tại thị trường này là kết quả đáng khích lệ nếu so với việc thị phần giày dép của các thị trường khác tại EU giảm như Trung Quốc giảm 1,45 điểm phần trăm...

Thị trường cung cấp giày dép các loại cho EU trong giai đoạn 2017-2020

Thị trường	Năm 2017 (nghìn USD)	Năm 2020 (nghìn USD)	Tăng trưởng bình quân 2017-2020 (%)	Năm 2020 so với năm 2019 (%)	Tỷ trọng (%)			
					Năm 2017	Năm 2018	Năm 2019	Năm 2020
Tổng		55.042.765	4,6	-10,8	100,00	100,00	100,00	100,00
Nội khối		33.743.382	5,5	-7,4	58,07	59,08	59,06	61,30
Đức	5.916.916	6.665.275	9,7	-6,4	10,50	11,34	11,54	12,11
Italia	5.184.163	5.010.711	4,7	-11,8	9,20	9,34	9,21	9,10
Bỉ	4.242.544	4.536.095	5,5	-3,9	7,53	7,56	7,65	8,24
Hà Lan	3.637.553	3.441.321	2,4	-9,8	6,46	5,97	6,18	6,25
Ba Lan	1.314.664	2.695.111	32,3	17,1	2,33	2,76	3,73	4,90
Pháp	2.319.900	2.428.824	4,0	-3,2	4,12	4,57	4,07	4,41
Tây Ban Nha	2.081.884	1.901.446	3,1	-14,0	3,70	3,64	3,59	3,45
Bồ Đào Nha	1.751.651	1.368.530	-3,2	-16,5	3,11	2,94	2,66	2,49
Slovakia	1.057.559	932.470	0,4	-12,5	1,88	1,90	1,73	1,69
Romani	1.261.346	901.101	-6,5	-18,3	2,24	2,18	1,79	1,64
CH Séc	895.017	779.697	-8,3	3,6	1,59	1,21	1,22	1,42
Áo	736.031	714.935	8,5	-17,5	1,31	1,38	1,40	1,30
Đan Mạch	479.300	467.422	1,5	-5,3	0,85	0,86	0,80	0,85
Hungary	491.102	426.834	1,8	-16,2	0,87	0,82	0,83	0,78
Thụy Điển	226.193	305.497	16,5	-0,4	0,40	0,48	0,50	0,56
Croatia	230.097	257.233	14,5	-14,7	0,41	0,47	0,49	0,47
Slovenia	207.170	195.855	-1,6	-2,5	0,37	0,38	0,33	0,36
Bulgari	226.753	162.160	-4,3	-21,9	0,40	0,36	0,34	0,29
Lúcsembua	27.360	118.842	72,7	45,7	0,05	0,07	0,13	0,22
Hy Lạp	95.479	106.566	26,7	-30,4	0,17	0,20	0,25	0,19
Phần Lan	97.553	96.661	8,7	-16,2	0,17	0,17	0,19	0,18
Estonia	59.468	60.573	0,7	0,4	0,11	0,11	0,10	0,11
Lítva	57.205	58.629	30,1	-39,4	0,10	0,16	0,16	0,11
Látvia	34.162	38.618	7,6	-2,4	0,06	0,06	0,06	0,07
Ai Len	35.554	26.699	-6,4	-14,2	0,06	0,05	0,05	0,05
Manta	10.514	24.721	57,3	-4,9	0,02	0,02	0,04	0,04
Síp	32.192	18.976	-22,9	-1,0	0,06	0,05	0,03	0,03
Ngoại khối		21.299.382	3,4	-15,7	41,93	40,92	40,94	38,70
Trung Quốc	8.657.434	7.470.432	3,5	-19,4	15,37	15,25	15,03	13,57
Việt Nam	4.407.169	4.183.988	4,5	-13,0	7,82	7,28	7,80	7,60
Anh	2.144.242	1.848.647	-0,7	-12,6	3,81	3,67	3,43	3,36
Indonesia	1.769.225	1.547.780	-2,8	-7,4	3,14	2,74	2,71	2,81

Thị trường	Năm 2017 (nghìn USD)	Năm 2020 (nghìn USD)	Tăng trưởng bình quân 2017-2020 (%)	Năm 2020 so với năm 2019 (%)	Tỷ trọng (%)			
					Năm 2017	Năm 2018	Năm 2019	Năm 2020
Ấn Độ	1.313.528	996.724	-0,5	-23,4	2,33	2,23	2,11	1,81
Thụy Sĩ	724.871	906.229	17,4	-9,3	1,29	1,57	1,62	1,65
Campuchia	581.942	655.972	15,1	-15,0	1,03	1,11	1,25	1,19
Tunisia	491.404	450.668	5,5	-17,7	0,87	0,92	0,89	0,82
Bangladesh	443.226	424.688	5,7	-14,2	0,79	0,79	0,80	0,77
Albani	478.037	414.013	4,4	-20,5	0,85	0,90	0,84	0,75
Bosnia and Herzegovina	431.118	394.938	3,8	-15,0	0,77	0,80	0,75	0,72
Thổ Nhĩ Kỳ	228.937	319.543	18,3	-0,2	0,41	0,44	0,52	0,58
Morocco	351.717	261.499	-2,5	-21,8	0,62	0,58	0,54	0,48
Sécbia	249.123	219.692	1,2	-13,9	0,44	0,46	0,41	0,40
Myanma	97.603	200.687	41,3	3,0	0,17	0,23	0,32	0,36
Braxin	246.044	194.080	-0,7	-20,1	0,44	0,43	0,39	0,35
Ukraina	109.566	112.646	6,6	-9,5	0,19	0,22	0,20	0,20
Thái Lan	147.082	109.442	-2,5	-21,7	0,26	0,23	0,23	0,20
Pakistan	72.271	80.639	11,2	-9,8	0,13	0,15	0,14	0,15
Mỹ	69.352	79.477	22,7	-23,9	0,12	0,14	0,17	0,14
Hồng Kông	42.874	64.675	17,0	10,2	0,08	0,07	0,10	0,12
Philippin	70.473	52.497	8,4	-36,6	0,13	0,15	0,13	0,10
Moldova	61.381	48.775	-3,3	-15,0	0,11	0,10	0,09	0,09
Dominica	45.735	34.974	-2,4	-19,8	0,08	0,06	0,07	0,06
Lào	11.268	33.076	40,4	48,9	0,02	0,03	0,04	0,06
Bắc Macedona	63.259	24.263	-19,7	-40,5	0,11	0,09	0,07	0,04
Hàn Quốc	18.644	22.574	1,3	17,9	0,03	0,03	0,03	0,04

Nguồn: Eurostat

Năm 2021 là năm được các doanh nghiệp xuất khẩu giày dép kỳ vọng sẽ có sự tăng trưởng mạnh về đơn hàng và kim ngạch xuất khẩu vì Việt Nam đang có lợi thế về phục hồi sản xuất sau Covid-19 so với các nước khác. Bên cạnh đó, khối doanh nghiệp FDI tiếp tục đầu tư mới và mở rộng sản xuất, sẽ giúp duy trì tăng trưởng xuất khẩu.

Từ đại dịch Covid-19 cho thấy đứt gãy chuỗi cung ứng gây ảnh hưởng cực kỳ nghiêm trọng tới sản xuất. Do đó, nếu phụ thuộc quá nhiều vào nhập khẩu nguyên phụ liệu, khi xảy ra vấn

đề về chuỗi cung ứng, doanh nghiệp sẽ rất bị động. Trong thời gian tới các doanh nghiệp trong ngành giày dép cần đầu tư mạnh vào công nghiệp chế biến nguyên phụ liệu để đáp ứng yêu cầu quy tắc xuất xứ. Bên cạnh đó, ngành cần đổi mới, nâng cao hiệu quả quản trị doanh nghiệp trong tình hình mới, tăng cường chuyển đổi số trong quản lý, vận hành doanh nghiệp. Đặc biệt, ngành da giày cần quan tâm tới vấn đề phát triển bền vững bởi trong các FTA thế hệ mới đều có đề cập tới các nội dung về phát triển bền vững. Vì vậy tất cả các doanh nghiệp phải quan tâm đến vấn đề về môi trường, lao động.

Ngành Da giày Việt Nam tận dụng tốt quy tắc xuất xứ hàng hóa trong **HIỆP ĐỊNH EVFTA ĐỂ TĂNG TRƯỞNG XUẤT KHẨU VÀO THỊ TRƯỜNG EU**

Da giày là mặt hàng xuất khẩu chủ lực số một của Việt Nam sang thị trường EU với kim ngạch xuất khẩu toàn ngành năm 2019 đạt 6,2 tỷ USD, trong đó xuất khẩu giày dép đạt 5 tỷ USD, xuất khẩu mặt hàng túi xách, ví, vali, mũ, ô, dù đạt 1,1 tỷ USD. Thuế suất thuế nhập khẩu đối với giày dép vào thị trường EU tương đối cao, từ 5 - 17%; đối với vali, túi xách là từ 2 - 9,7%. Do vậy, da giày được đánh giá là một trong những ngành hàng hưởng lợi lớn từ Hiệp định EVFTA khi EU cam kết xóa bỏ thuế quan 100% đối với các mặt hàng giày dép của Việt Nam, với lộ trình dài nhất là 7 năm.

Về kim ngạch xuất khẩu hàng da giày sử dụng C/O mẫu EUR.1:

Để được hưởng ưu đãi thuế quan từ Hiệp định EVFTA, hàng da giày của Việt Nam phải đáp ứng các quy định về quy tắc xuất xứ hàng hóa theo Hiệp định này hay được cấp Giấy chứng nhận xuất xứ hàng hóa (C/O) mẫu EUR.1.

Theo thống kê của Cục Xuất nhập khẩu - Bộ Công Thương, tính từ ngày 01 tháng 8 năm 2020 (ngày Hiệp định EVFTA có hiệu lực) đến ngày 31 tháng 12 năm 2020, kim ngạch hàng da giày của Việt Nam (bao gồm giày dép và các mặt hàng túi

xách, ví, vali...) xuất khẩu sang EU được các cơ quan, tổ chức được cấp C/O mẫu EUR.1 theo Hiệp định EVFTA là 1,37 tỷ USD. Con số này đã đạt 1,17 tỷ USD trong Quý 1 năm 2021.



C/O mẫu EUR.1

Số liệu kim ngạch xuất khẩu hàng da giày của Việt Nam theo C/O mẫu EUR.1 sang thị trường EU được thể hiện tại Bảng sau:

Kim ngạch xuất khẩu hàng da giày sử dụng C/O mẫu EUR.1

Hàng da giày	Tháng 8 - 12/2020		Quý I/2021	
	Kim ngạch (triệu USD)	Tỷ trọng(%)	Kim ngạch (triệu USD)	Tỷ trọng (%)
Túi xách, ví, va li (Chương 42)	109,8	8,0	96,6	8,2
Giày dép (Chương 64)	1.262,5	92,0	1.077,4	91,8
Tổng	1.372,3	100	1.174,0	100

Nguồn: Cục Xuất nhập khẩu - Bộ Công Thương

Về cơ cấu thị trường xuất khẩu theo C/O mẫu EUR.1:

Bỉ, Đức, Hà Lan, Pháp và Ý là các thị trường xuất khẩu có kim ngạch cấp C/O đối với mặt hàng da giày cao nhất. Đây đều là những thị trường nhập khẩu truyền thống của hàng da giày Việt Nam trong khối EU. Trong Quý I/2021, Bỉ và Đức lần lượt đạt 380 triệu USD và 207,4 triệu USD, chiếm tỷ trọng 32,4% và 17,7% trong tổng trị giá C/O cấp cho hàng da giày xuất khẩu sang thị trường EU.

Thị trường xuất khẩu của hàng da giày Việt Nam tại EU theo C/O³ mẫu EUR.1

STT	Thị trường EU	Tháng 8 - 12/2020		Quý I/2021	
		Kim ngạch cấp C/O (triệu USD)	Tỷ trọng (%)	Kim ngạch cấp C/O (triệu USD)	Tỷ trọng (%)
1	Bỉ	401,0	29,2	380,0	32,4
2	Đức	270,7	19,7	207,4	17,7
3	Hà Lan	194,6	14,2	184,5	15,7
4	Pháp	143,5	10,5	119,5	10,2
5	Ý	53,9	3,9	63,4	5,4
6	Tây Ban Nha	47,3	3,5	36,0	3,1
7	Cộng hòa Séc	29,5	2,2	22,6	1,9
8	Slo-va-ki-a	20,2	1,5	12,1	1,0
9	Lúc-xem-bua	16,4	1,2	15,1	1,3
10	Thụy Điển	12,4	0,9	14,8	1,2
11	Ba Lan	9,0	0,6	13,6	1,1
12	Các nước EU còn lại	38,1	2,8	34,0	2,9
13	Không xác định ⁴	135,7	9,8	71,0	6,1
Tổng		1.509,5	1.372,3	100	1.174,0

Nguồn: Cục Xuất nhập khẩu - Bộ Công Thương

3 Các số liệu thống kê trong bài viết không tính thị trường Anh (UK) do Anh đã ra khỏi EU.

4 Do đặc điểm kê khai trên C/O mẫu EUR.1, tại thời điểm xuất khẩu mà chưa xác định được nước nhập khẩu tại EU thì có thể kê khai là “EU” trên C/O mẫu EUR.1.

Cơ cấu hàng da giày xuất khẩu sử dụng C/O mẫu EUR.1

Các mặt hàng có kim ngạch (HS 42.02), giày thể thao ngoài và mũ bằng cao su hoặc nhựa xuất khẩu sử dụng C/O (HS 64.04), giày dép có đế ngoài plastics (HS 64.02).
cao bao gồm: túi xách có mặt bằng cao su, plastics hoặc da ngoài bằng plastic hoặc vật liệu (HS 64.03) và giày dép có đế

Xuất khẩu một số chủng loại hàng da giày của Việt Nam sử dụng C/O mẫu EUR.1

Chủng loại	Mã HS	Tháng 8 - 12/2020		Quý I/2021	
		Kim ngạch (triệu USD)	Tỷ trọng (%)	Kim ngạch (triệu USD)	Tỷ trọng (%)
Túi xách có mặt ngoài bằng plastic hoặc vật liệu dệt	420292	59,4	4,3	56,2	4,8
	420222	40,2	2,9	29,4	2,5
Giày thể thao, giày tennis, giày bóng rổ, giày thể dục, giày tập và tương tự, với đế ngoài bằng cao su hoặc nhựa và mũ giày bằng vật liệu dệt	640411	521,6	38,0	436,0	37,1
Giày có đế ngoài bằng cao su, nhựa hoặc da tổng hợp, có mũ bằng da (không bao gồm giày cổ cao quá mắt cá chân, giày có mũi gắn kim loại bảo vệ, giày dép thể thao)	640399	238,5	17,4	191,9	16,4
Giày có đế ngoài bằng cao su hoặc nhựa và mũ giày bằng vật liệu dệt (trừ giày thể thao, giày tennis, giày bóng rổ, giày thể dục, giày luyện tập và các loại tương tự)	640419	228,1	16,6	209,4	17,8
Giày có đế ngoài và đế bằng cao su hoặc nhựa (không bao gồm giày cổ cao quá mắt cá chân hoặc có đai hoặc dây gắn mũ giày với đế bằng chốt cài, giày dép thể thao)	640299	145,7	10,6	145,9	12,4
Giày có đế ngoài bằng cao su, nhựa hoặc da tổng hợp, có mũ bằng da, cổ cao quá mắt cá chân (không bao gồm giày có mũi gắn kim loại bảo vệ, giày dép thể thao)	640391	66,2	4,8	38,9	3,3
Giày dép cổ cao quá mắt cá chân, có đế ngoài và mũ bằng cao su hoặc nhựa (không bao gồm giày cổ cao quá mắt cá chân hoặc có đai hoặc dây gắn mũ giày với đế bằng chốt cài, giày dép thể thao)	640291	30,3	2,2	8,8	0,8
Giày thể thao có đế ngoài và mũ cao su hoặc nhựa (không bao gồm giày ống trượt tuyết, giày trượt tuyết băng đồng và giày ống gắn ván trượt)	640219	15,8	1,2	13,0	1,1
Giày thể thao, có đế ngoài bằng cao su, nhựa, da hoặc da tổng hợp và giày da (không bao gồm giày ống trượt tuyết, giày trượt tuyết băng đồng, giày ống có gắn ván trượt)	640319	4,8	0,4	5,3	0,5

Chủng loại	Mã HS	Tháng 8 - 12/2020		Quý I/2021	
		Kim ngạch (triệu USD)	Tỷ trọng (%)	Kim ngạch (triệu USD)	Tỷ trọng (%)
Mũi giày và các bộ phận của chúng, trừ miếng lót bằng vật liệu cứng trong mũi giày	640610	1,8	0,1	7,0	0,6
Tổng		1.372,3	100	1.174,0	100

Nguồn: Cục Xuất nhập khẩu - Bộ Công Thương

Tận dụng tốt quy tắc xuất xứ mặt hàng da giày trong Hiệp định EVFTA

Có thể nói da giày là một trong những mặt hàng tận dụng tốt ưu đãi thuế quan trong Hiệp định EVFTA bằng việc đáp ứng quy định về quy tắc xuất xứ hàng hóa tương ứng trong Hiệp định. Trong Quý I năm 2021, tỷ lệ mặt hàng giày dép xuất khẩu sang thị trường EU có sử dụng C/O mẫu EUR.1 theo Hiệp định EVFTA là 98,98%.

So với mặt hàng dệt may, cũng là một trong những mặt hàng xuất khẩu chủ lực của Việt Nam tại thị trường EU, tiêu chí xuất xứ hàng hóa đối với mặt hàng da giày trong Hiệp định EVFTA tương đối linh hoạt.

Đối với sản phẩm túi xách (Chương 42), quy định về quy tắc xuất xứ tại Hiệp định EVFTA tương đối linh hoạt khi cho phép sử dụng nguyên liệu không xuất xứ từ nhóm HS khác với nhóm HS của sản phẩm hoặc trị giá nguyên liệu không xuất xứ nói chung được sử dụng trong quá trình sản xuất không vượt quá 70% giá xuất xưởng của sản phẩm.

Đối với sản phẩm giày dép (Chương 64, ngoại trừ HS 64.06), tiêu chí xuất xứ hàng

hóa trong Hiệp định EVFTA được coi là chặt hơn so với các Hiệp định khác mà Việt Nam đang tham gia khi không cho phép nhập khẩu ngoài khối bộ phận mũi giày đã gắn với đế lót trong hoặc với bộ phận đế khác để sản xuất ra sản phẩm. Đối với bộ phận giày dép (HS 64.06), tiêu chí xuất xứ tương đối giống với các Hiệp định khác khi Hiệp định EVFTA cho phép sử dụng nguyên liệu không xuất xứ từ nhóm HS khác với nhóm HS của sản phẩm. Tiêu chí xuất xứ giày dép trong Hiệp định EVFTA mặc dù được coi là chặt hơn một số Hiệp định khác nhưng giống với tiêu chí xuất xứ giày dép trong GSP mà các doanh nghiệp Việt Nam đã quen và tận dụng tốt.

Quy tắc xuất xứ hàng da giày tương đối linh hoạt, cùng với lộ trình cắt giảm thuế quan nhanh và sâu của EU dành cho Việt Nam trong Hiệp định EVFTA là động lực gia tăng xuất khẩu hàng da giày vào thị trường này. 100% các dòng hàng giày dép được cắt giảm thuế quan về 0% với lộ trình tối đa 7 năm. Trong đó, các mặt hàng giày dép thuộc HS 64.01, 64.02, 64.03, 64.05, 64.06 về

cơ bản được cắt giảm về 0% ngay khi Hiệp định có Hiệu lực (ngoại trừ một số ít dòng cắt giảm trong 3 hoặc 5 năm ở HS 64.04 và 64.05); mặt hàng thuộc HS 64.03 có lộ trình cắt giảm dài hơn từ 3 đến 7 năm. Điều này giúp doanh nghiệp xuất khẩu da giày có thể hưởng mức thuế suất 0% (có lợi hơn so với GSP) ngay từ thời điểm Hiệp định EVFTA có hiệu lực.

Mặc dù tiêu chí xuất xứ cho mặt hàng da giày trong Hiệp định EVFTA tương đối linh hoạt và cho phép nhập khẩu nguyên liệu ngoài khối để sản xuất hàng hóa, việc đứt gánh chuỗi cung ứng toàn cầu do ảnh hưởng của dịch Covid-19 trong thời gian cũng là hồi chuông báo động cho ngành sản xuất da giày trong nước khi phụ thuộc lớn vào nguồn nguyên liệu nhập khẩu. Để có thể phát triển bền vững và tận dụng tối đa ưu đãi thuế quan cũng như các cơ hội từ Hiệp định EVFTA mang lại, các doanh nghiệp da giày cần phải tập trung phát triển cân bằng nguồn nguyên liệu sản xuất trong nước để phục vụ sản xuất xuất khẩu trong tương lai.

XUẤT KHẨU GIÀY DÉP

SANG THỊ TRƯỜNG PHẦN LAN TĂNG MẠNH

Theo số liệu thống kê của Tổng cục Hải quan, xuất khẩu giày dép sang thị trường Phần Lan trong 7 tháng đầu năm 2020 đạt 9,33 triệu USD, giảm 26,2% so với cùng kỳ năm 2019. Tốc độ xuất khẩu sang thị trường này giảm mạnh là do dịch Covid-19 bùng phát, khiến Phần Lan phải thực hiện lệnh giãn cách. Từ tháng 8/2020 đến hết tháng 1/2021, sau khi Hiệp định EVFTA đi vào thực thi, xuất khẩu giày dép sang thị trường này có sự chuyển biến tích cực, đạt 14,95 triệu USD, tăng 9,1% so với cùng kỳ từ tháng 8/2019 đến tháng 1/2020.

Trong quý 1/2021, xuất khẩu mặt hàng giày dép của Việt Nam sang thị trường Phần Lan đạt 5,43 triệu USD, tăng 33,9% so với cùng kỳ năm 2020. Hiện tại, việc tận dụng tốt mức thuế ưu đãi của Hiệp định chủ yếu là sản phẩm giày thể thao. Kim ngạch xuất khẩu mặt hàng này tăng mạnh và là nhóm hàng chính xuất khẩu sang thị trường Phần Lan trong quý 1/2021.

Xuất khẩu hàng giày dép sang thị trường Phần Lan

Mã HS	Tên hàng	7 tháng đầu năm 2020 (nghìn USD)	So với 7 tháng đầu năm 2019 (%)	Tháng 8/2020 đến tháng 3/2021 (nghìn USD)	So với tháng 8/2019 đến tháng 3/2020 (%)	Quý 1/2021 (nghìn USD)	So với quý 1/2020 (%)
Tổng		9.327	-26,0	14.951	9,1	5.432	34,2
6404	Giày, dép có đế ngoài bằng cao su, plastic, da thuộc hoặc da tổng hợp và mũ giày bằng vật liệu dệt.	5.691	-18,1	10.614	35,2	3.765	99,7
6402	Các loại giày, dép khác có đế ngoài và mũ bằng cao su hoặc plastic.	2.568	12,4	3.115	-21,2	1.332	-20,3
6403	Giày, dép có đế ngoài bằng cao su, plastic, da thuộc hoặc da tổng hợp và mũ giày bằng da thuộc.	784	-72,0	846	-40,7	138	-62,8
	Loại khác	284	-50,6	375	-20,1	197	64,7

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

Theo số liệu thống kê từ Eurostat, nhập khẩu giày dép của Phần Lan trước và sau khi EVFTA có hiệu lực vẫn có xu hướng giảm, cụ thể trong 7 tháng đầu năm 2020, đạt 149,6 triệu Eur (tương đương 179,57 triệu USD), giảm 9,3% so với cùng kỳ năm 2019. Từ tháng 8/2020 đến hết tháng 1/2021, trị giá nhập khẩu giày dép của Phần Lan đạt 125,76 triệu EUR (tương đương 150,9 triệu USD), giảm 20,7% so với cùng kỳ từ tháng 8/2019 đến hết tháng 1/2020. Trong đó, Phần Lan giảm mạnh nhập khẩu từ các thị trường ngoài khối.

Năm 2020, tỷ trọng nhập khẩu giày dép nội khối của Phần Lan chiếm 79,5%, tăng 4,2 điểm phần trăm. Tỷ trọng nhập khẩu ngoại khối chiếm 20,5%. Trung Quốc là thị

trường cung cấp giày dép ngoài khối lớn nhất cho Phần Lan, với tỷ trọng chiếm 12,6%, tăng 0,1 điểm phần trăm so với năm 2019. Việt Nam là thị trường cung cấp giày dép ngoài khối lớn thứ 4 cho Phần Lan, nhưng tỷ trọng nhập khẩu từ Việt Nam chỉ chiếm 1,1%, giảm 1 điểm phần trăm so với năm 2019. Như vậy, tỷ trọng nhập khẩu từ Việt Nam vẫn còn thấp, sẽ còn nhiều dư địa cho giày dép Việt Nam khai thác thị trường này.



Thị trường cung cấp giày dép cho Phần Lan

Thị trường	7 tháng đầu năm 2020		So với cùng kỳ năm 2019 (%)	Tháng 8/2020 – tháng 1/2021		So so với tháng 8/2019 – tháng 1/2020 (%)	Tỷ trọng theo năm (%)	
	Nghìn Eur	Nghìn USD		Nghìn Eur	Nghìn USD		Năm 2020	Năm 2019
Tổng	149.642	179.570	-9,3	125.764	150.917	-20,7	100,0	100,0
EU	117.423	140.908	-6,0	101.813	122.176	-13,4	79,5	75,3
Trung Quốc	19.926	23.911	-1,4	14.595	17.514	-35,2	12,6	12,5
Anh	4.266	5.119	-9,3	3.343	4.012	-14,9	2,9	2,8
Ấn Độ	689	827	-58,1	1.373	1.648	22,1	0,7	0,9
Việt Nam	1.826	2.191	-47,8	1.288	1.546	-55,4	1,1	2,1
Serbia	1.526	1.832	4,2	1.140	1.368	80,0	1,0	0,7
Mỹ	291	349	-45,1	276	331	-15,4	0,2	0,3
Indonesia	1.145	1.373	-79,7	273	328	-95,3	0,5	3,6
Braxin	79	95	42,5	233	280	48,4	0,1	0,1
Thổ Nhĩ Kỳ	393	472	76,1	229	275	-37,8	0,2	0,1
Thị trường khác	2.079	2.494	2,2	1.200	1.440	-64,0	1,2	1,8

Nguồn: Eurostat

Quan hệ thương mại giữa Việt Nam và Phần Lan ngày càng phát triển. Hiệp định EVFTA được thực thi mang lại nhiều cơ hội và lợi thế cho xuất nhập khẩu hàng hóa của Việt Nam vào thị trường EU. EVFTA sẽ giúp phát triển hơn nữa các cơ hội kinh doanh giữa Phần Lan và Việt Nam bằng cách cải thiện khả năng tiếp cận thị trường và giải quyết các rào cản thương mại mà các doanh nghiệp có thể gặp phải.

Đối với mặt hàng giày dép, doanh nghiệp Việt Nam có nhiều cơ hội đẩy mạnh xuất khẩu sang thị trường Phần Lan, cụ thể:

- + Phần Lan là đất nước công nghiệp hóa, có nền kinh tế thị trường phát triển và thu nhập trên đầu người cao.
- + Khi tình hình dịch bệnh lắng xuống, nhu cầu tiêu thụ giày dép tại thị trường Phần Lan sẽ tăng trở lại. Trong khi, xu hướng sản xuất giày dép

của Phần Lan ngày càng giảm và nhu cầu nhập khẩu tăng. Các thị trường nội khối bị ảnh hưởng bởi dịch Covid-19, khiến hoạt động sản xuất bị gián đoạn, vì vậy nguồn cung nội khối dự kiến sẽ giảm.

- + Sản phẩm giày dép của Việt Nam có khả năng cạnh tranh tốt hơn nhờ ưu đãi thuế quan trong Hiệp định EVFTA, do phần lớn các thị trường xuất khẩu giày dép vào EU hiện nay đều chưa có FTA với EU.

Xuất khẩu giày dép sang thị trường Bỉ ĐÃ TẬN DỤNG TỐT NHỮNG ƯU ĐÃI TỪ HIỆP ĐỊNH EVFTA



Bỉ là thị trường xuất khẩu giày dép các loại lớn nhất của Việt Nam trong Liên minh châu Âu. Hiệp định EVFTA có hiệu lực đã mở ra cơ hội để ngành giày dép Việt Nam đẩy mạnh xuất khẩu vào thị trường này. Theo thống kê của Tổng cục Hải quan, 8 tháng sau khi Hiệp định EVFTA có hiệu lực (từ tháng 8/2020 – tháng 3/2021), mặc dù bị tác động của dịch Covid-19, kim ngạch xuất khẩu giày dép các loại sang thị trường Bỉ tăng 3,9% so

với cùng thời điểm, cải thiện đáng kể so với mức giảm 17,7% trong 7 tháng đầu năm 2020 (thời điểm trước khi Hiệp định EVFTA có hiệu lực). Quý I/2021, kim ngạch xuất khẩu giày dép các loại sang thị trường Bỉ tiếp tục tăng trưởng khả quan, đạt 315,5 triệu USD, tăng 37% so với cùng kỳ năm 2020.

Trong đó, kim ngạch xuất khẩu nhiều mặt hàng có thuế suất được giảm về 0% ngay khi

Hiệp định có hiệu lực tăng mạnh so với cùng kỳ năm 2020 như: kim ngạch xuất khẩu giày mã HS 640411 quý I/2021 đạt 125,4 triệu USD, tăng 35,3% so với cùng kỳ năm 2020; kim ngạch xuất khẩu giày dép mã HS 640291 đạt 3,5 triệu USD, tăng 281,9%; kim ngạch xuất khẩu giày dép các loại mã HS 640590 đạt 474 nghìn USD, tăng 904,6%... Kim ngạch xuất khẩu giày dép mã HS

640419 với lộ trình giảm thuế B3 (mức thuế cơ sở 16,9-17%) cũng tăng mạnh, tăng 159,4% so với quý I/2020, đạt 67,05 triệu USD trong quý I/2021.

Như vậy có thể thấy các doanh nghiệp xuất khẩu giày dép sang thị trường Bỉ đã tận dụng khá tốt những ưu đãi từ Hiệp định EVFTA ngay từ khi Hiệp định có hiệu lực.

Chủng loại giày dép các loại xuất khẩu sang thị trường Bỉ quý I/2021

Mã HS	Tên hàng	7 tháng đầu năm 2020 so với cùng kỳ 2019 (%)	Tháng 8/2020 - tháng 3/2021 so với tháng 8/2019 – tháng 3/2020 (%)	Quý I/2021 (Nghìn USD)	So với cùng kỳ năm 2020 (%)
Tổng		-17,7	3,9	315.551	37,4
640411	Giày thể thao, giày tennis, giày bóng rổ, giày thể dục, giày tập và tương tự, với đế ngoài bằng cao su hoặc nhựa và mũi giày bằng vật liệu dệt	-24,7	-3,6	125.386	35,3
640399	Giày có đế ngoài bằng cao su, nhựa hoặc da tổng hợp, có mũi bằng da (không bao gồm giày cổ cao quá mắt cá chân, giày có mũi gắn kim loại bảo vệ, giày dép thể thao)	8,9	4,6	73.750	7,8
640419	Giày có đế ngoài bằng cao su hoặc nhựa và mũi giày bằng vật liệu dệt (trừ giày thể thao, giày tennis, giày bóng rổ, giày thể dục, giày luyện tập và các loại tương tự)	-40,1	61,6	67.053	159,4
640299	Giày có đế ngoài và đế bằng cao su hoặc nhựa (không bao gồm giày cổ cao quá mắt cá chân hoặc có đai hoặc dây gắn mũi giày với đế bằng chốt cài, giày dép thể thao)	1,6	-25,7	21.878	-1,1
640391	Giày có đế ngoài bằng cao su, nhựa hoặc da tổng hợp, có mũi bằng da, cổ cao quá mắt cá chân (không bao gồm giày có mũi gắn kim loại bảo vệ, giày dép thể thao)	-13,9	16,9	10.935	22,9

Mã HS	Tên hàng	7 tháng đầu năm 2020 so với cùng kỳ 2019 (%)	Tháng 8/2020 - tháng 3/2021 so với tháng 8/2019 – tháng 3/2020 (%)	Quý I/2021 (Nghìn USD)	So với cùng kỳ năm 2020 (%)
640219	Giày thể thao có đế ngoài và mũi cao su hoặc nhựa (không bao gồm giày ống trượt tuyết, giày trượt tuyết băng đồng và giày ống gắn ván trượt)	-38,4	-40,1	6.066	-17,4
640319	Giày thể thao, có đế ngoài bằng cao su, nhựa, da hoặc da tổng hợp và giày da (không bao gồm giày ống trượt tuyết, giày trượt tuyết băng đồng, giày ống có gắn ván trượt)	-25,9	-6,1	5.539	72,5
640291	Giày dép cổ cao quá mắt cá chân, có đế ngoài và mũi bằng cao su hoặc nhựa (không bao gồm giày cổ cao quá mắt cá chân hoặc có đai hoặc dây gắn mũi giày với đế bằng chốt cài, giày dép thể thao)	-15,7	41,0	3.503	281,9
640590	Giày có đế ngoài bằng cao su hoặc nhựa, có mũi giày khác với cao su, nhựa, da hoặc vật liệu dệt; giày dép có đế ngoài bằng da hoặc da tổng hợp, có đế ngoài bằng da hoặc vật liệu dệt; giày dép có đế ngoài bằng gỗ, nút chai, bìa giấy, da thú, nỉ, rơm, xơ mướp, v.v., với mũi giày ngoài da, da tổng hợp hoặc vật liệu dệt, n.e.s.	-8,9	792,4	474	904,6
640340	Giày dép, kết hợp một ngón chân kim loại bảo vệ, với đế ngoài bằng cao su, nhựa, da hoặc da tổng hợp và mũi giày bằng da (trừ giày thể thao và giày chỉnh hình)	-48,6	460,6	459	2,291,4
640510	Giày có đế bằng da hoặc da tổng hợp (không bao gồm đế ngoài bằng cao su, nhựa, da hoặc da tổng hợp và mũi giày bằng da, giày chỉnh hình và giày đồ chơi)	273,9	965,6	396	3,284,5
640520	Giày dép có mũi bằng vật liệu dệt (không bao gồm đế ngoài bằng cao su, nhựa, da, da tổng hợp, giày chỉnh hình và giày đồ chơi)	-43,4	-39,2	113	-1,0

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

Nhìn chung, cho đến nay mặt hàng giày dép Việt Nam đã tạo dựng được chỗ đứng khá vững chắc tại thị trường Bỉ. Theo thống kê của Eurostat, năm 2020, Việt Nam đã vượt Trung Quốc trở thành thị trường cung cấp giày dép lớn nhất cho Bỉ với kim ngạch đạt 1,02 tỷ Euro, giảm 11,6% so với năm 2019. Tỷ trọng nhập khẩu giày dép các loại của Bỉ từ thị trường Việt Nam tăng từ 35,3% trong năm 2019, lên 36,4% trong năm 2020.



Thị trường cung cấp giày dép các loại cho Bỉ năm 2020

Thị trường	Năm 2020 (Nghìn Euro)	Năm 2019 (Nghìn Euro)	Năm 2020 so với năm 2019 (%)	Tỷ trọng trên tổng nhập khẩu từ thị trường ngoài khối (%)	
				Năm 2020	Năm 2019
Tổng	3.979.908	4.422.199	-10,0		
Nhập khẩu nội khối	1.166.397	1.138.929	2,4		
Nhập khẩu ngoài khối	2.813.511	3.283.270	-14,3		
Việt Nam	1.024.164	1.158.377	-11,6	36,4	35,3
Trung Quốc	951.986	1.169.459	-18,6	33,8	35,6
Indonesia	559.232	551.501	1,4	19,9	16,8
Ấn Độ	74.680	106.041	-29,6	2,7	3,2
Campuchia	68.986	113.577	-39,3	2,5	3,5
Anh	67.496	84.814	-20,4	2,4	2,6
Banglades	10.653	29.657	-64,1	0,4	0,9
Philippin	17.341	18.807	-7,8	0,6	0,6
Braxin	8.131	8.491	-4,2	0,3	0,3
Pakistan	1.525	5.287	-71,1	0,1	0,2
Thị trường khác ngoài EU	29.317	37.260	-21,3	1,0	1,1

Nguồn: Eurostat

Dự báo, trong thời gian tới, xuất khẩu giày dép các loại của Việt Nam sang thị trường Bỉ sẽ tiếp tục tăng trưởng khả quan nhờ những ưu đãi từ Hiệp định EVFTA và nhu cầu tiêu thụ tại thị trường này phục hồi trở lại. Theo cơ quan thống kê Bỉ, tháng 3/2021, khối lượng bán lẻ (không

bao gồm nhiên liệu) của nước này đã tăng 15,2% so với tháng 3/2020. Trong đó, tiêu dùng hàng dệt, may, giày, da trong các cửa hàng chuyên doanh tháng 3/2021 tăng 62% so với tháng 3/2020.

XUẤT KHẨU GIÀY DÉP SANG LÚC-XĂM-BUA TĂNG TRƯỞNG CAO

Lúc-xăm-bua là quốc gia nhỏ thuộc Tây Âu và nhiều năm liên tiếp là một trong những nước có tốc độ tăng trưởng GDP cao nhất trong khu vực. Trong quan hệ thương mại với Việt Nam, Lúc-xăm-bua là thị trường xuất khẩu có quy mô nhỏ với dân số khoảng 630 nghìn người, chỉ đứng thứ 22/27 thị trường trong khối EU. Tuy nhiên, trong thời gian gần đây, xuất khẩu hàng hóa sang thị trường này luôn ghi nhận mức tăng trưởng rất cao cho dù xuất khẩu sang toàn khối EU chịu ảnh hưởng rõ rệt bởi đại dịch Covid-19. Trong năm 2020, tổng kim ngạch xuất khẩu sang EU đạt 35,1 tỷ USD, giảm 1,8% so với năm 2020. Trong khi đó, xuất khẩu sang Lúc-xăm-bua vẫn tăng 27,1% lên 64,9 triệu USD. Riêng trong quý I/2021, xuất khẩu sang thị trường này



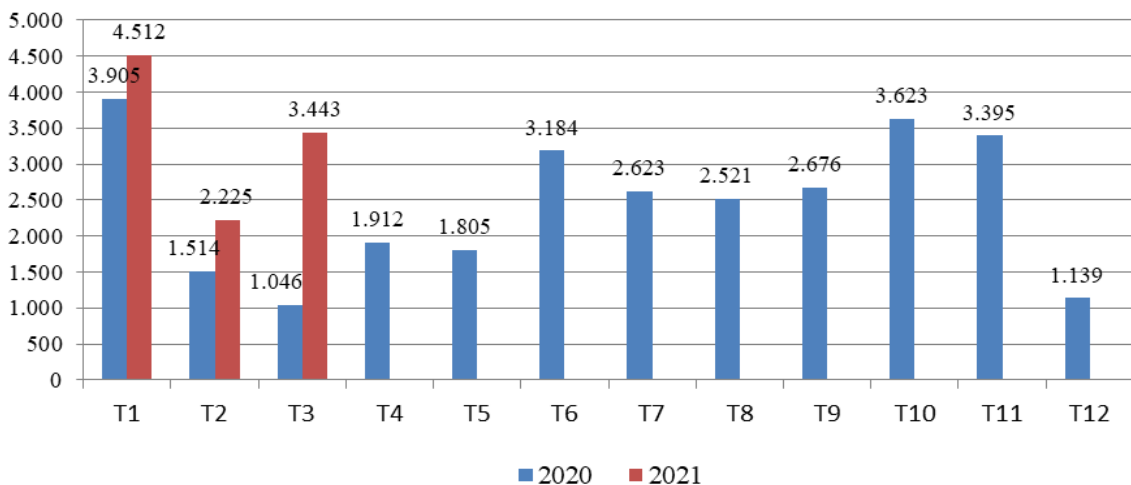
đạt 22,3 triệu USD, tăng 66% so với cùng kỳ năm trước.

Trong cơ cấu xuất khẩu hàng hóa của Việt Nam sang Lúc-xăm-bua, giày dép các loại hiện là mặt hàng đạt kim ngạch

cao nhất và chiếm gần 50% tổng kim ngạch xuất khẩu. Cùng với các thị trường khác trong khối EU, xuất khẩu giày dép sang Lúc-xăm-bua cũng được hưởng lợi nhờ các cam kết thuế quan trong EVFTA.

Kim ngạch xuất khẩu dệt may sang thị trường Lúc-xăm-bua qua các tháng trong năm 2021-2022

(ĐVT: Nghìn USD)



Nguồn: Tổng cục Hải quan

Kể từ đầu năm 2020 đến nay, xuất khẩu giày dép của Việt Nam sang Lúc-xăm-bua liên tục tăng mạnh và ghi nhận tốc độ tăng trưởng thuộc nhóm cao nhất trong cơ cấu thị trường xuất khẩu giày dép sang EU. Trong năm 2020, kim ngạch xuất khẩu mặt hàng này sang Lúc-xăm-bua đạt 29 triệu USD, tăng 131,7% so với năm trước và chiếm 45% tỷ trọng trên tổng kim ngạch xuất khẩu hàng hóa sang Lúc-xăm-bua.

Trong giai đoạn 8 tháng kể từ khi EVFTA có hiệu lực (từ tháng 8/2020 đến tháng 3/2021), xuất khẩu giày dép sang Lúc-xăm-bua cao hơn rất nhiều so với tốc độ tăng trưởng xuất khẩu sang toàn khối EU. Tổng kim ngạch xuất

khẩu giày dép sang thị trường này trong thời gian này đạt 23,5 triệu USD, tăng 66,4% so với cùng thời điểm này năm trước. Trong đó, tính riêng quý I/2021 đạt 10,2 triệu USD, tăng 61,8% so với quý I/2020, chiếm 45,7% tổng kim ngạch xuất khẩu hàng hóa sang thị trường Lúc-xăm-bua, chiếm tỷ trọng gần 1% tổng kim ngạch xuất khẩu giày dép của Việt Nam sang thị trường EU và cao hơn nhiều so với mức tăng 19,2% của xuất khẩu giày dép sang EU.

Cơ cấu mặt hàng giày dép xuất khẩu của Việt Nam sang Lúc-xăm-bua nhìn chung khá hạn chế, tập trung chủ yếu là mã HS 640411 với tỷ trọng luôn chiếm khoảng 70-75% tổng kim ngạch. Riêng trong quý I/2021,

mã HS 640411 (Giày thể thao, giày tennis, giày bóng rổ, giày thể dục, giày tập và các loại tương tự) tiếp tục là nhóm hàng xuất khẩu lớn nhất sang Lúc-xăm-bua với kim ngạch đạt 7,5 triệu USD, chiếm 73,4% tỷ trọng và tăng 19% so với cùng kỳ năm trước. Ngoài ra, trong quý I/2021 các doanh nghiệp cũng đẩy mạnh xuất khẩu các nhóm hàng có mã HS 640299; 640419; 640219 và 640399. Đây đều là những mã hàng không được xuất khẩu sang Lúc-xăm-bua trong quý I/2020. Trong đó, nhiều mặt hàng được hưởng thuế suất bằng 0% ngay sau khi EVFTA có hiệu lực, như những mặt hàng thuộc mã HS 640411; 640299 hay 640219.



Chủng loại giày dép của Việt Nam xuất khẩu sang thị trường Lúc-xăm-bua trong quý I năm 2021

Mã HS	Tên hàng	Quý I/2021 (USD)	Tỷ trọng (%)	So với quý I/2020 (%)	Tháng 8/2020 – tháng 3/2021 so với tháng 8/2019 – tháng 3/2020 (%)
Tổng	Nhóm hàng giày dép	10.179.953	100,0	61,8	66,4
640411	Giày thể thao, giày tennis, giày bóng rổ, giày thể dục, giày tập và tương tự, với đế ngoài bằng cao su hoặc nhựa và mũ giày bằng vật liệu dệt	7.476.106	73,4	19,0	47,9
640299	Giày có đế ngoài và đế bằng cao su hoặc nhựa (không bao gồm giày cổ cao quá mắt cá chân hoặc có đai hoặc dây gắn mũ giày với đế bằng chốt cài, giày dép thể thao)	1.896.932	18,6		
640419	Giày có đế ngoài bằng cao su hoặc nhựa và mũ giày bằng vật liệu dệt (trừ giày thể thao, giày tennis, giày bóng rổ, giày thể dục, giày luyện tập và các loại tương tự)	612.937	6,0		31,9
640219	Giày thể thao có đế ngoài và mũ cao su hoặc nhựa (không bao gồm giày ống trượt tuyết, giày trượt tuyết bằng đồng và giày ống gắn ván trượt)	151.399	1,5		
640399	Giày có đế ngoài bằng cao su, nhựa hoặc da tổng hợp, có mũ bằng da (không bao gồm giày cổ cao quá mắt cá chân, giày có mũi gắn kim loại bảo vệ, giày dép thể thao)	14.600	0,1		

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

Theo số liệu thống kê của Trung tâm Thương mại Quốc tế (ITC), hoạt động nhập khẩu giày dép của Lúc-xăm-bua trong những năm gần đây ghi nhận mức tăng trưởng khá đều đặn, bình quân tăng từ 7%-8%/năm. Riêng trong năm 2020, tổng kim ngạch nhập khẩu giày dép của thị trường này đạt 153,7 triệu USD, tăng 7,6% so với năm 2019. Trong đó, thị trường nhập khẩu giày dép lớn nhất của Lúc-xăm-bua là Việt Nam với tốc độ tăng trưởng nhập khẩu bình quân trong 4 năm

gần đây lên tới 41%/năm, cao hơn rất nhiều so với tốc độ tăng trưởng nhập khẩu giày dép của Lúc-xăm-bua. Trong năm 2020, kim ngạch nhập khẩu giày dép của Lúc-xăm-bua từ thị trường Việt Nam đạt 54,7 triệu USD, tăng 28,8% so với năm 2019 và chiếm 36% tỷ trọng trên tổng nhập khẩu giày dép của Lúc-xăm-bua, vượt xa so với thị trường ngoại khối đứng thứ nhì là Indonesia với kim ngạch nhập khẩu chỉ chiếm 1,3% thị phần.

Với những ưu thế về thị

phần sẵn có của ngành giày dép Việt Nam đối với thị trường Lúc-xăm-bua, trong bối cảnh nền kinh tế Lúc-xăm-bua đang trong xu hướng hồi phục cộng với nhu cầu tiêu thụ giày dép gia tăng do tỷ lệ gia tăng dân số của quốc gia này ở mức cao và nhất là những lợi thế về thuế quan sau khi EVFTA có hiệu lực, dự kiến hoạt động xuất khẩu giày dép của Việt Nam sang thị trường Lúc-xăm-bua sẽ tiếp tục duy trì tốc độ tăng trưởng khả quan trong thời gian tới.

Tận dụng hiệu quả Hiệp định EVFTA để thúc đẩy XUẤT KHẨU DỆT MAY - DA GIÀY



Năm 2020, kinh tế thế giới nói chung và hoạt động thương mại nói riêng chịu tác động tiêu cực từ đại dịch Covid-19. Do ảnh hưởng bởi các biện pháp giãn cách, hạn chế để phòng chống dịch, cầu hàng hóa giảm và ở mức thấp. Việt Nam với độ mở cửa nền kinh tế lớn đã chịu ảnh hưởng mạnh từ dịch bệnh. Hoạt động xuất nhập khẩu gặp nhiều yếu tố bất lợi, nhất là thời điểm Quý II năm 2020.

Khi việc kí kết các hợp đồng mới, thực hiện các

giải pháp phục hồi hoạt động xuất khẩu gặp nhiều khó khăn thì Hiệp định Thương mại tự do Việt Nam và Liên minh châu Âu (EVFTA) đi vào thực thi kịp thời đã tạo động lực mới vực dậy xuất khẩu và tăng trưởng kinh tế. EVFTA mở ra cơ hội cho hàng hóa Việt Nam tiếp cận một khu vực thị trường rộng lớn gồm 27 quốc gia, dân số 450 triệu người, GDP hàng năm đạt khoảng 16.000 tỷ USD. Trong số các ngành hàng xuất khẩu sang EU, dệt may và da giày là hai ngành hàng được kỳ vọng sẽ có tăng trưởng cao về kim ngạch.

I. Rà soát thực tế triển khai chủ trương, đường lối chỉ đạo về thực hiện EVFTA trong ngành dệt may, da giày

Nhóm 1: Công tác tuyên truyền, phổ biến thông tin về EVFTA

Với các ngành hàng xuất khẩu nói chung, cho tới nay, công tác tuyên truyền, phổ biến thông tin được thực hiện đa dạng các hình thức: họp báo, hội nghị, hội thảo, khóa tập huấn chuyên sâu, sách, chuyên san, bản tin thị trường, cổng thông tin điện tử về FTA,... nhằm phổ biến về Hiệp định, cơ hội tiếp cận thị trường, kết nối doanh nghiệp và thu hút đầu tư.

Các chương trình như Hội thảo *“Hiệp định Thương mại tự do giữa Việt Nam và Liên minh châu Âu (EVFTA) - Hóa giải thách thức và tận dụng cơ hội”*; Hội nghị *“Hiệp định thương mại tự do Việt Nam – EU: Một số cam kết quan trọng về sở hữu trí tuệ và những điều cần lưu ý”*; hay Đối thoại về *“Hiệp định thương mại tự do và Hiệp định bảo hộ đầu tư Việt Nam – EU: Cơ hội cho các doanh nghiệp”* được tổ chức ở các địa phương nhằm thúc đẩy doanh nghiệp sở tại tận dụng thế mạnh để hưởng lợi trong EVFTA. Để thích ứng với bối cảnh dịch Covid-19, nhiều hội nghị, hội thảo diễn ra theo hình thức trực tuyến với sự tham gia của đại diện Việt Nam và các nước EU, có thể kể đến Hội thảo *“Cơ hội nào dành cho các doanh nghiệp Pháp?”* vào 08/07/2020 hay Hội nghị *“Triển khai kế hoạch thực thi Hiệp định thương mại tự do Việt Nam – Liên minh châu Âu (EVFTA)”* vào 06/8/2020, để đảm bảo tiến độ nắm bắt thông tin ở các thị trường nhập khẩu ở giai đoạn đầu triển khai EVFTA.

Các khóa tập huấn chuyên sâu về cam kết thuế và quy tắc xuất xứ được tổ chức thường xuyên theo cả hai hình thức trực tiếp và trực tuyến nhằm hướng dẫn các nội dung Cam kết về Quy tắc xuất xứ trong khuôn khổ Hiệp định EVFTA cũng như cách thức tiếp cận thị trường EU hiệu quả cho các doanh nghiệp xuất khẩu Việt Nam.

Với ngành dệt may, da giày, vào tháng 6/2020, Bộ Công Thương đã có buổi làm việc với Hiệp hội và các doanh nghiệp dệt may, da giày nhằm đánh giá cơ hội, giải pháp để khai thác, tận dụng Hiệp định. Tháng 12/2020, Hiệp hội Dệt may Việt Nam (Vitas) đã tổ chức Hội thảo quốc tế ngành dệt may - da giày Việt Nam tổng kết 1 năm sau COVID-19 và phát triển bền vững, trong đó nhấn mạnh tới nội dung tận dụng ưu đãi thuế quan qua các FTA thế hệ mới như CPTPP và EVFTA.

Nhóm 2: Công tác xây dựng pháp luật

Các cơ quan quản lý nhà nước đã chủ động xây dựng các văn bản mới, hoàn thiện các văn bản quy phạm pháp luật hiện hành để đảm bảo tính thống nhất các cam kết của Hiệp định. Cụ thể, Chính phủ và các Bộ, ngành có liên quan đã ban hành mới 04 văn bản ở cấp Nghị định, Quyết định của Thủ tướng Chính phủ, Thông tư trong các lĩnh vực liên quan đến thuế quan, xuất xứ hàng hóa và phòng vệ thương mại mà tác động trực tiếp tới xuất khẩu dệt may, da giày:

Ba điểm cần lưu ý tại Thông tư số 11/2020/TT-BCT đối với các doanh nghiệp dệt may, da giày là:

- ❖ *Thông tư số 11/2020/TT-BCT ngày 15 tháng 6 năm 2020 của Bộ trưởng Bộ Công Thương quy định Quy tắc xuất xứ hàng hóa trong Hiệp định Thương mại tự do giữa Việt Nam và Liên minh châu Âu*

(i) Thông tư quy định quy tắc xuất xứ “2 công đoạn” (từ vải trở đi) trong Hiệp định EVFTA đối với hàng dệt may, tức là để được hưởng thuế quan ưu đãi theo EVFTA thì hàng dệt may của Việt Nam phải được làm từ vải có xuất xứ Việt Nam.

(ii) Khoản 7, Điều 9 Thông tư quy định về quy tắc cộng gộp vải có xuất xứ từ Hàn Quốc. Cụ thể, đối với các sản phẩm dệt may thuộc Chương 61 và 62 của biểu thuế, EU cũng cho phép ta sử dụng vải nhập khẩu từ Hàn Quốc để sản xuất ra sản phẩm cuối cùng xuất khẩu sang EU và được hưởng thuế suất ưu đãi của EVFTA.

(iii) Điều 8 Thông tư quy định về hạn mức linh hoạt đối với nguyên liệu không đáp ứng tiêu chí xuất xứ. Theo quy định này, hàng hóa vẫn được hưởng ưu đãi thuế quan dù vẫn chứa một hạn mức nhất định nguyên liệu không có xuất xứ.

- ❖ *Quyết định số 1175/QĐ-TTg ngày 04 tháng 8 năm 2020 của Thủ tướng Chính phủ: Quyết định về việc chỉ định các cơ quan đầu mối để triển khai thực hiện Hiệp định Thương mại tự do giữa Cộng hòa Xã hội chủ nghĩa Việt Nam và Liên minh châu Âu (EVFTA)*
- ❖ *Nghị định số 111/2020/NĐ-CP ngày 18 tháng 9 năm 2020 của Chính phủ quy định Biểu thuế xuất khẩu ưu đãi, Biểu thuế nhập khẩu ưu đãi đặc biệt của Việt Nam để thực hiện Hiệp định Thương mại tự do giữa Cộng hòa xã hội chủ nghĩa Việt Nam và Liên minh châu Âu giai đoạn 2020-2022*

Thuế suất các mặt hàng dệt may được quy định cụ thể từ chương 51 đến 63, các mặt hàng giày dép được quy định ở chương 64 tại Phụ lục I: “Biểu thuế xuất khẩu ưu đãi để thực hiện hiệp định EVFTA” ở Nghị định này.

- ❖ *Thông tư số 30/2020/TT-BCT ngày 26 tháng 11 năm 2020 của Bộ trưởng Bộ Công Thương hướng dẫn thực hiện Hiệp định Thương mại tự do giữa Việt Nam và Liên minh châu Âu về phòng vệ thương mại*

Nhóm 3: Nâng cao năng lực cạnh tranh và phát triển nguồn nhân lực

Việc kí kết EVFTA thúc đẩy tiếp tục cải thiện môi trường kinh doanh, thu hút đầu tư trong và ngoài nước, hoàn thiện thể chế kinh tế thị trường, đẩy mạnh cải cách thủ tục hành chính. Cải cách hành chính tiếp tục được coi là hoạt động trọng tâm, các biện pháp tạo thuận lợi trong hoạt động cấp Giấy chứng nhận xuất xứ hàng hóa đang được tích cực triển khai thực hiện như: nâng cao hiệu quả công tác tiếp nhận và trả lời vướng mắc trong lĩnh vực xuất xứ; phân luồng trong thủ tục cấp C/O ưu đãi; và thực thi cấp C/O điện tử mẫu EUR.1 trên hệ thống xuất xứ điện tử (eCoSys).

Đối với hoạt động xúc tiến thương mại, Bộ Công Thương đã chủ trì tổ chức các hội nghị giao thương trực tuyến giữa các doanh nghiệp tại Việt Nam và thị trường các nước EU ngay sau khi EVFTA có hiệu lực để thúc đẩy doanh nghiệp các nước hợp tác đầu tư, xuất khẩu và phân phối.

Về phía các doanh nghiệp dệt may da giày, để cạnh tranh được với yếu tố chi phí nhân công cạnh tranh từ các đối thủ như Myanmar, Lào, Campuchia, Ấn Độ và Bangladesh, một số doanh nghiệp đã xác định lại lợi thế cạnh tranh và chuyển dịch hoạt động sản xuất theo hướng: thay đổi phân khúc mục tiêu từ sản phẩm dệt may, da giày cơ bản giá trị thấp sang sản phẩm đa chi tiết, đòi hỏi tay nghề cao và/hoặc tăng năng suất lao động bằng ứng dụng khoa học công nghệ.

II. Một số giải pháp nhằm khai thác hiệu quả hơn EVFTA đối với ngành dệt may, da giày

1. Giải pháp của các cơ quan quản lý nhà nước

a. Tháo gỡ khó khăn trong sản xuất

Thứ nhất, để tháo gỡ nút thắt về quy tắc xuất xứ trong EVFTA, các địa phương cần thu hút đầu tư vào các ngành công nghiệp hỗ trợ và khuyến khích phát triển các trung tâm cung ứng nguyên phụ liệu là đầu mối cung ứng cho các doanh nghiệp sản xuất hàng dệt may, da giày nhằm chủ động nguyên liệu đầu vào có xuất xứ.

Thứ hai, EU đang thắt chặt các tiêu chuẩn về bảo vệ môi trường trong quá trình sản xuất, kiểm soát nguồn nguyên liệu và các chất độc hại đối với môi trường sinh ra từ quá trình sản xuất vải, da nguyên liệu, chế biến vải, giày dép hoàn thiện, các quá trình dệt, nhuộm, in ấn, gia công giày dép,... Để đáp ứng quy định, đặt ra yêu cầu phát triển các khu công nghiệp thuộc da và dệt nhuộm kết hợp, do vậy xây dựng hệ thống xử lý chất thải chuyên ngành chung hiện đại, bao gồm việc xử lý cả chất thải rắn và lỏng và thu phí các doanh nghiệp theo yêu cầu cần xử lý chất thải cũng là định hướng mà các địa phương có thể quan tâm thúc đẩy.

b. Về tổ chức hoạt động xuất khẩu

Thứ nhất, giải pháp chung là giảm chi phí và thời gian tham gia thị trường cho các nhà đầu tư sản xuất, kinh doanh; cải thiện môi trường đầu tư kinh doanh để huy động nguồn lực cho sản xuất. Tiếp tục đẩy mạnh đơn giản hóa thủ tục hành chính (TTHC), đồng thời kiểm soát chặt chẽ các TTHC ngay từ khi dự thảo các văn bản quy phạm pháp luật liên quan, thực hiện công bố, công khai đầy đủ, kịp thời các TTHC mới; tạo điều kiện thuận lợi hơn nữa cho người dân, tổ chức trong việc tiếp cận, thực hiện các TTHC.

Thứ hai, thúc đẩy phát triển lĩnh vực dịch vụ logistics phục vụ cho xuất khẩu dệt may, da giày: (i) Phát triển các dịch vụ logistics, thu hút đầu tư vào lĩnh vực này, nâng cao năng lực và tính liên kết của các doanh nghiệp logistics trong nước; (ii) Rà soát đầu tư, nâng cấp cơ sở hạ tầng giao thông vận tải, luồng lạch, kho tàng bến bãi tại các cảng biển và các địa điểm thông quan hàng hóa xuất nhập khẩu; và (iii) Cải thiện cơ sở hạ

tầng logistics gắn với thương mại điện tử, kết hợp logistics với thương mại điện tử theo xu hướng phát triển hiện nay trên thế giới và khu vực.

Thứ ba, tiếp tục đơn giản hóa, hiện đại hóa hoạt động cấp Giấy chứng nhận xuất xứ hàng hóa (C/O): tổ chức thực hiện và theo dõi triển khai việc phân luồng doanh nghiệp trong quy trình cấp C/O ưu đãi; đẩy mạnh cấp C/O qua Internet. Hỗ trợ doanh nghiệp Việt Nam xử lý, thực hiện và rà soát về mặt kỹ thuật khi có yêu cầu về kiểm tra, xác minh xuất xứ từ phía EU trong trường hợp cần thiết để bảo vệ lợi ích chính đáng của doanh nghiệp Việt Nam.

c. Về công tác thông tin, phát triển thị trường xuất khẩu

Thứ nhất, trước và ngay khi EVFTA có hiệu lực là thời điểm quan trọng để thông tin về thị trường EU, giúp doanh nghiệp có thời gian nghiên cứu quy định mới và lên kế hoạch chuyển đổi, tổ chức sản xuất đáp ứng quy tắc xuất xứ để hưởng cam kết thuế ưu đãi. “Công tác tuyên truyền, phổ biến thông tin về EVFTA và thị trường các nước EU” cũng là nhiệm vụ đầu tiên trong 05 nhiệm vụ trọng tâm trong Kế hoạch thực hiện EVFTA của Chính phủ tại Quyết định số 1201/QĐ-TTg ngày 06/8/2020 của Thủ tướng Chính phủ. Trong thời gian tới, công tác thông tin cần tiếp tục tập trung theo hướng chuyên sâu, theo ngành, lĩnh vực thông tin cần tiếp tục và th. Theo đó, chú trọng thông tin, cập nhật cho doanh nghiệp về hàng rào kỹ thuật trong thương mại và yêu cầu mới về chất lượng sản phẩm hàng dệt may, da giày của EU.

Thứ hai, hỗ trợ doanh nghiệp dệt may, da giày Việt Nam phát triển các kênh phân phối trực tiếp tại EU, triển khai Đề án Thúc đẩy doanh nghiệp Việt Nam tham gia trực tiếp các mạng phân phối nước ngoài; phát huy vai trò của cộng đồng người Việt Nam ở nước ngoài trong tổ chức phân phối hàng hóa Việt Nam vào hệ thống phân phối tại EU.

Thứ ba, tiếp tục triển khai các hình thức xúc tiến thương mại trực tuyến, đổi mới, sáng tạo áp dụng các hoạt động xúc tiến thương mại mới cho ngành dệt may, da giày trong bối cảnh hoạt

động xúc tiến thương mại truyền thống không thực hiện được khi dịch Covid-19 vẫn chưa được kiểm soát trên toàn cầu.

2. Biện pháp từ phía doanh nghiệp, Hiệp hội ngành hàng

- Hiệp hội Dệt may Việt Nam (Vitas) và Hiệp hội Da - Giày - Túi xách Việt Nam (Lefaso) tiếp tục là cầu nối giữa các doanh nghiệp dệt may, da giày với các cơ quan quản lý Nhà nước để phản ánh những vướng mắc về cơ chế chính sách, thủ tục hành chính, kiểm tra chuyên ngành, thuế, hải quan,... để kịp thời xem xét, tạo thuận lợi nhất cho các doanh nghiệp tận dụng cam kết ưu đãi từ EVFTA.



- Do quy tắc xuất xứ trong Hiệp định EVFTA yêu cầu sự tham gia lớn của nguồn nguyên liệu trong khu vực FTA, các doanh nghiệp Việt Nam cần nâng cao năng lực sản xuất, chế biến sâu, tìm kiếm nguồn nguyên liệu trong khu vực hoặc phát triển các nguồn nguyên liệu từ trong nước. Đồng thời, doanh nghiệp cần chủ động tìm hiểu, tham gia các hoạt động tập huấn chuyên sâu để có thể hiểu rõ, hiểu đúng các quy định về quy tắc xuất xứ, tự tin áp dụng.

Các doanh nghiệp cũng cần nắm bắt nhu cầu từng thị trường trong từng tình hình cụ thể để phát triển và sản xuất các mặt hàng phù hợp. Chẳng hạn, trong giai đoạn Covid-19 bùng nổ, các doanh nghiệp đã sẵn sàng tiếp nhận các đơn hàng có giá trị gia tăng thấp, chuyển đổi từ veston cao cấp, sơ mi cao cấp... sang đồ bảo hộ

lao động, may đồ dệt kim, sơ mi truyền thống. Tuy nhiên, nếu tiến trình tiêm chủng vaccine của EU diễn ra thuận lợi trong thời gian tới và EU dần gỡ bỏ các biện pháp giãn cách thì nhu cầu cho các mặt hàng truyền thống sẽ tăng trở lại, do đó doanh nghiệp cần linh hoạt trong việc xây dựng kế hoạch sản xuất để có thể tận dụng được tình hình đẩy mạnh xuất khẩu, tránh tình trạng tình trạng thiếu hụt nguồn cung cho những đơn hàng lớn.

- **Trong dài hạn**, nâng cao chất lượng sản phẩm là yếu tố then chốt để đảm bảo tăng trưởng bền vững của xuất khẩu. Để làm được điều này, các doanh nghiệp cần đầu tư đổi mới hoạt động sản xuất và nâng cao chất lượng nguồn nhân lực.

Thứ nhất, các doanh nghiệp cần nâng cao năng lực sản xuất theo hướng dịch chuyển phương thức từ gia công cắt may thuê lên FOB (mua nguyên liệu - sản xuất - bán thành phẩm) và ODM (thiết kế - sản xuất - bán thành phẩm) nhằm đáp ứng những thay đổi quan trọng trên thị trường dệt may thế giới, tiến đến xây dựng chuỗi giá trị khép kín từ nguyên liệu, sản xuất đến tiêu thụ sản phẩm để tối ưu hoá lợi nhuận và tận dụng nguồn nhân lực.

Thứ hai, tập trung nguồn lực đổi mới công nghệ, cắt giảm chi phí sản xuất, cải tiến mẫu mã, đa dạng hoá sản phẩm theo thị hiếu tiến tới chọn lọc một số sản phẩm cao cấp để xây dựng thương hiệu nhằm cá nhân hóa nhu cầu của một bộ phận khách hàng có khả năng chi trả cao.

Thứ ba, sản xuất sản phẩm may mặc, giày dép có chất lượng và giá trị cao đòi hỏi đội ngũ nhân lực giỏi chuyên môn, sáng tạo, có khả năng thích ứng với những chuyển giao công nghệ, vì vậy việc đào tạo phát triển nguồn nhân lực đáp ứng cách mạng công nghiệp 4.0 cần được đặc biệt chú trọng. Hiệp hội, doanh nghiệp có thể kết hợp với các cơ sở đào tạo thiết kế bài giảng theo hướng công nghệ gắn liền thực tiễn, đào tạo nguồn nhân lực phù hợp với yêu cầu phát triển./

Thông tin cảnh báo từ Thương vụ Việt Nam tại Pháp

Thời gian vừa qua, một số doanh nghiệp Việt Nam thông báo về tình trạng gặp lừa đảo trong giao dịch thương mại với công ty World Famous có chi nhánh tại Pháp (<http://www.worldfamousuae.com/contact-us.html>).

Công ty World Famous giới thiệu có trụ sở chính tại UAE và sử dụng địa chỉ chi nhánh tại Pháp với Ngân hàng phát hành LC như sau:

+ Bên mua hàng: VERRERIE CRISTALLERIE D'ARQUES - Địa chỉ tại: 104 AVENUE DU GENERAL DE GAULLE, 62510, ARQUES-FRANCE

+ Bên phát hành LC: DE CREDIT AGRICOLE MUTUEL DE LA MARTINIQUE REGIONAL HEAD OFFICE ET DE LA GUYANE D'ARMES, 97232 LE LAMENTIN, MARTINIQUE (Đảo Martinique)

+ Bên nhận bộ chứng từ xuất trình: DE CREDIT AGRICOLE MUTUEL DE LA MARTINIQUE CENTRAL TRADE PROCESSING CENTER, 20 AVENUE AMILCAR CABRAL 93210, SAINT-DENIS, FRANCE. TEL NO. +33753625386 SWIFT/BIC: CGRLMQM1XXX

Thương vụ Việt Nam tại Pháp thông báo để các doanh nghiệp lưu ý và tránh các giao dịch với doanh nghiệp có thông tin nêu trên.

Trong giai đoạn hiện này, trước tác động từ đại dịch Covid-19 dẫn đến những hạn chế trong việc đi lại làm việc trực tiếp với đối tác, hoạt động giao thương đã bị các đối tượng xấu, lợi dụng sự tiện lợi về công nghệ và hiểu biết về thị trường để trục lợi, đặc biệt đánh vào tâm lý lợi nhuận cao, thủ tục nhanh chóng, đơn giản và sờ hờ không xác minh doanh nghiệp trước khi thực hiện giao dịch.

Thương vụ Việt Nam tại Pháp khuyến cáo các doanh nghiệp cần xác minh rõ thông tin trước khi tiến hành giao dịch do việc xử lý hậu quả lừa đảo sử dụng công nghệ rất khó khăn và có kết quả hạn chế.

Các doanh nghiệp Việt Nam hiện đang giao dịch với đối tượng nêu trên có thể phối hợp với Thương vụ Việt Nam tại Pháp để nhận tư vấn hỗ trợ.

Email: Thuongvu@ambassade-vietnam.fr

Facebook Thương vụ Việt Nam tại Pháp: <https://bit.ly/39Aiz8x>