

**BỘ CÔNG THƯƠNG**

**TẬN DỤNG ƯU ĐÃI TRONG HIỆP ĐỊNH THƯƠNG  
MẠI TỰ DO ASEAN – ÚC – NIU DI LÂN ĐỂ ĐẨY  
MẠNH XUẤT KHẨU HÀNG HOÁ CỦA VIỆT NAM**

**NHÀ XUẤT BẢN CÔNG THƯƠNG**

**HÀ NỘI - 2015**

## **BIÊN SOẠN**

1. TS. Phạm Nguyên Minh (Chủ biên)
2. Ths. Phùng Thị Vân Kiều (Đồng Chủ biên)
3. Ths. Nguyễn Thị Hoàng Thúy
4. Ths. Nguyễn Thị Quỳnh Vân
5. Ths. Nguyễn Quỳnh Anh
6. Ths. Đặng Thanh Phương
7. CN. Ngô Thị Lan Hương

## MỤC LỤC

<b>DANH MỤC TỪ VIẾT TẮT</b> .....	6
<b>DANH MỤC BẢNG - HÌNH</b> .....	8
<b>LỜI NÓI ĐẦU</b> .....	9
<b>Chương 1</b> .....	11
<b>TỔNG QUAN VỀ HIỆP ĐỊNH THƯƠNG MẠI TỰ DO</b> .....	11
<b>ASEAN - ÚC - NIU DI LÂN (AANZFTA)</b> .....	11
<b>1. TỔNG QUAN VỀ HIỆP ĐỊNH AANZFTA</b> .....	11
1.1. Khái quát về Hiệp định AANZFTA .....	11
1.2. Những ưu đãi đối với các nước ASEAN trong Hiệp định AANZFTA .....	15
<b>2. TÌNH HÌNH THỰC THI HIỆP ĐỊNH AANZFTA</b> .....	20
2.1. Tình hình thực thi Hiệp định AANZFTA của các nước ASEAN .....	20
2.2. Tình hình thực thi Hiệp định AANZFTA của Việt Nam .....	22
<b>Chương 2</b> .....	26
<b>KINH NGHIỆM CỦA MỘT SỐ NƯỚC ASEAN VỀ TẬN DỤNG</b> .....	26
<b>ƯU ĐÃI TRONG HIỆP ĐỊNH AANZFTA</b> .....	26
<b>1. KINH NGHIỆM TẬN DỤNG ƯU ĐÃI TRONG HIỆP ĐỊNH AANZFTA</b> <b>CỦA THÁI LAN, MA-LAI-XI-A, XIN-GA-PO VÀ IN-ĐÔ-NÊ-XI-A</b> .....	26
1.1. Thực trạng xuất khẩu hàng hóa của Thái Lan, Ma-lai-xi-a và Xin-ga-po sang Úc và Niu Di Lân .....	26
1.2. Thực trạng tận dụng ưu đãi của Thái Lan, Ma-lai-xi-a, Xin-ga-po và In-đô- nê-xi-a trong Hiệp định AANZFTA để đẩy mạnh xuất khẩu hàng hóa sang Úc và Niu Di Lân .....	32
1.3. Kinh nghiệm tận dụng ưu đãi của Thái Lan, Ma-lai-xi-a, Xin-ga-po và In- đô-nê-xi-a trong Hiệp định AANZFTA để đẩy mạnh xuất khẩu hàng hóa sang Úc và Niu Di Lân .....	39
<b>2. BÀI HỌC KINH NGHIỆM CỦA MỘT SỐ NƯỚC ASEAN VỀ TẬN</b> <b>DỤNG ƯU ĐÃI TRONG HIỆP ĐỊNH AANZFTA CÓ THỂ VẬN DỤNG</b> <b>CHO VIỆT NAM</b> .....	45
2.1. Bài học kinh nghiệm về phía chính phủ .....	45
2.2. Bài học kinh nghiệm về phía doanh nghiệp .....	47
<b>Chương 3</b> .....	50
<b>THỰC TRẠNG XUẤT KHẨU HÀNG HÓA CỦA VIỆT NAM</b> .....	50
<b>SANG ÚC, NIU DI LÂN VÀ TẬN DỤNG ƯU ĐÃI</b> .....	50
<b>TỪ HIỆP ĐỊNH AANZFTA</b> .....	50
<b>1. THỰC TRẠNG XUẤT KHẨU HÀNG HÓA CỦA VIỆT NAM SANG ÚC</b> <b>VÀ NIU DI LÂN GIAI ĐOẠN 2005-2014</b> .....	50
1.1. Thực trạng xuất khẩu hàng hóa của Việt Nam sang Úc giai đoạn 2005- 2014 .....	50
1.2. Thực trạng xuất khẩu hàng hóa của Việt Nam sang Niu Di Lân giai đoạn 2005-2014 .....	54
<b>2. ĐÁNH GIÁ THỰC TRẠNG XUẤT KHẨU HÀNG HÓA CỦA VIỆT NAM</b> <b>SANG ÚC VÀ NIU DI LÂN GIAI ĐOẠN 2005-2014</b> .....	58

2.1. Những kết quả đạt được và nguyên nhân .....	58
2.2. Những tồn tại, hạn chế và nguyên nhân .....	62
<b>3. ĐÁNH GIÁ MỨC ĐỘ TẬN DỤNG ƯU ĐÃI TRONG HIỆP ĐỊNH ĐỂ ĐẨY MẠNH XUẤT KHẨU HÀNG HÓA VIỆT NAM SANG ÚC VÀ NIU DI LÂN .....</b>	<b>65</b>
3.1. Thực trạng tận dụng ưu đãi trong Hiệp định AANZFTA để đẩy mạnh xuất khẩu hàng hóa Việt Nam sang Úc và Niu Di Lân từ năm 2010 đến nay .....	65
3.2. Đánh giá thực trạng tận dụng ưu đãi trong Hiệp định AANZFTA để đẩy mạnh xuất khẩu hàng hóa Việt Nam sang Úc và Niu Di Lân .....	69
<b>Chương 4 .....</b>	<b>79</b>
<b>ĐỊNH HƯỚNG VÀ GIẢI PHÁP ĐẨY MẠNH XUẤT KHẨU HÀNG HÓA ...</b>	<b>79</b>
<b>CỦA VIỆT NAM SANG ÚC VÀ NIU DI LÂN .....</b>	<b>79</b>
<b>1. ĐỊNH HƯỚNG PHÁT TRIỂN XUẤT KHẨU HÀNG HÓA CỦA VIỆT NAM SANG ÚC VÀ NIU DI LÂN GIAI ĐOẠN 2015-2020 .....</b>	<b>79</b>
1.1. Bối cảnh thế giới và trong nước ảnh hưởng tới phát triển xuất khẩu hàng hóa của Việt Nam sang Úc và Niu Di Lân .....	79
1.2. Định hướng phát triển xuất khẩu hàng hóa của Việt Nam sang Úc và Niu Di Lân .....	85
<b>2. MỘT SỐ GIẢI PHÁP CHỦ YẾU TẬN DỤNG ƯU ĐÃI TRONG HIỆP ĐỊNH AANZFTA ĐỂ ĐẨY MẠNH XUẤT KHẨU HÀNG HÓA VIỆT NAM SANG ÚC VÀ NIU DI LÂN .....</b>	<b>87</b>
2.1. Giải pháp về phía chính phủ .....	87
2.2. Giải pháp về phía doanh nghiệp .....	98
<b>Chương 5 .....</b>	<b>108</b>
<b>MỘT SỐ THÔNG TIN CẦN BIẾT KHI KINH DOANH .....</b>	<b>108</b>
<b>VỚI THỊ TRƯỜNG ÚC VÀ NIU DI LÂN .....</b>	<b>108</b>
<b>1. MỘT SỐ THÔNG TIN CẦN BIẾT KHI KINH DOANH VỚI THỊ TRƯỜNG ÚC .....</b>	<b>108</b>
1.1. Các quy định về nhập khẩu của Úc .....	108
1.2. Chính sách thuế và thuế suất .....	126
1.3. Quy định về bao gói, nhãn mác .....	133
1.4. Quy định về kiểm dịch động thực vật khi nhập khẩu hàng hóa vào Úc ..	140
1.5. Quy định tiêu chuẩn về hàng hóa .....	145
1.6. Hệ thống phân phối tại thị trường Úc .....	145
1.7. Văn hóa kinh doanh .....	153
1.8. Một số địa chỉ hữu ích .....	155
<b>2. MỘT SỐ THÔNG TIN CẦN BIẾT KHI KINH DOANH VỚI THỊ TRƯỜNG NIU DI LÂN .....</b>	<b>160</b>
2.1. Các quy định về nhập khẩu của Niu Di Lân .....	160
2.2. Chính sách thuế và thuế suất .....	163
2.3. Quy định về bao gói, nhãn mác .....	165
2.4. Quy định về kiểm dịch động thực vật khi nhập khẩu hàng hóa vào Niu Di Lân .....	166
2.5. Quy định về tiêu chuẩn hàng hóa .....	167
2.6. Kênh phân phối hàng hoá và mạng lưới thương nhân .....	170

2.7. Văn hóa kinh doanh.....	171
2.8. Một số địa chỉ hữu ích .....	171
<b>3. MỘT SỐ ĐỊA CHỈ HỮU ÍCH CỦA VIỆT NAM .....</b>	<b>174</b>
3.1. Một số cơ quan có thẩm quyền của Việt Nam .....	174
3.2. Cơ quan ngoại giao, thương vụ của Việt Nam tại Úc và Niu Di Lân.....	176
<b>KẾT LUẬN.....</b>	<b>177</b>
<b>DANH MỤC TÀI LIỆU THAM KHẢO .....</b>	<b>179</b>
<b>PHỤ LỤC .....</b>	<b>183</b>
Phụ lục 1: Các thị trường nhập khẩu chủ yếu của Úc giai đoạn 2005-2014.	183
Phụ lục 2: Các thị trường nhập khẩu chủ yếu của Niu Di Lân giai đoạn 2005-2014.....	185
Phụ lục 3: Các mặt hàng xuất khẩu chủ yếu của Thái Lan sang Úc và Niu Di Lân giai đoạn 2005-2014.....	187
Phụ lục 4: Các mặt hàng xuất khẩu chủ yếu của Ma-lai-xi-a sang Úc và Niu Di Lân giai đoạn 2005-2014 .....	189
Phụ lục 5: Các mặt hàng xuất khẩu chủ yếu của Xin-ga-po sang Úc và Niu Di Lân giai đoạn 2005-2014.....	191
Phụ lục 6: Các mặt hàng xuất khẩu chủ yếu của In-đô-nê-xi-a sang Úc và Niu Di Lân giai đoạn 2005-2014 .....	193
Phụ lục 7: Các mặt hàng xuất khẩu chủ yếu của Việt Nam sang Úc giai đoạn 2005 - 2014 .....	195
Phụ lục 8: Các mặt hàng xuất khẩu chủ yếu của Việt Nam sang Niu Di Lân giai đoạn 2005 - 2014.....	197
Phụ lục 9: Các mặt hàng xuất khẩu chủ yếu của Việt Nam sang Úc và Niu Di Lân giai đoạn 2005 - 2014 .....	199

## DANH MỤC TỪ VIẾT TẮT

<b>Viết tắt</b>	<b>Nội dung tiếng Anh</b>	<b>Nội dung tiếng Việt</b>
AANZFTA	Agreement Establishing the ASEAN - Australia - New Zealand Free Trade Area	Hiệp định thành lập khu vực thương mại tự do ASEAN - Úc - Niu Di Lân
AFTA	ASEAN Free Trade Area	Khu vực thương mại tự do ASEAN
ASEAN	Association of South-East Asian Nations	Hiệp hội các quốc gia Đông Nam Á
ASEAN-6	Singapore - Thailand - Malaysia - Indonesia - Philippines - Brunei	Xin-ga-po, Thái Lan, Ma-lai-xi-a, In-đô-nê-xi-a, Phi-li-pin, Bru-nây
CLMV	Cambodia - Laos - Myanmar - Vietnam	Cam-pu-chia- Lào- My-an-ma- Việt Nam (bốn nước có nền KT kém phát triển trong ASEAN)
EPA	Economic Partnership Agreement	Hiệp định đối tác kinh tế
ERIA	Economic Research Institute for ASEAN and East Asia	Viện Nghiên cứu Kinh tế ASEAN và Đông Á
FDI	Foreign Direct Investment	Đầu tư trực tiếp nước ngoài
FTA	Free Trade Agreement	Hiệp định thương mại tự do
IMF	International Money Fund	Quỹ Tiền tệ Quốc tế
ITC	International Trade Centre	Trung tâm Thương mại Quốc tế
MAFTA	Malaysia - Australia Free Trade Agreement	Hiệp định thương mại tự do Ma-lai-xi-a - Úc
MICCI	Malaysian International Chamber of Commerce and Industry	Phòng Thương mại và Công nghiệp Quốc tế Ma-lai-xi-a
MITI	Ministry of International Trade and Industry	Bộ Thương mại Quốc tế và Công nghiệp Ma-lai-xi-a
MNFTA	Malaysia - New Zealand Free Trade Agreement	Hiệp định thương mại tự do Ma-lai-xi-a - Niu Di Lân
MOC	Ministry of Commerce	Bộ Thương mại Thái Lan
MTI	Ministry of Trade and Industry	Bộ Thương mại và Công nghiệp Xin-ga-po
NICs	Newly Industrialized Countries	Các nước công nghiệp mới
OCA	Office of Commercial Affairs	Phòng Thương mại Thái Lan
RCEP	Regional Comprehensive Economic Partnership	Hiệp định đối tác kinh tế toàn diện khu vực (ASEAN + 6)
SAFTA	Singapore - Australia Free Trade	Hiệp định thương mại tự do Xin-ga-po -

	Agreement	Úc
SNEPA	Singapore - New Zealand Closer Economic Partnership Agreement	Hiệp định đối tác kinh tế Xin-ga-po - Niu Di Lân
SPS	Sanitary and Phytosanitary Measures	Các biện pháp vệ sinh và kiểm dịch
TAFTA	Thailand - Australia Free Trade Agreement	Hiệp định thương mại tự do Thái Lan-Úc
TBT	Technical Barriers to Trade	Hàng rào kỹ thuật đối với thương mại
TNEPA	Thailand - New Zealand Closer Economic Partnership Agreement -	Hiệp định đối tác kinh tế Thái Lan - Niu Di Lân
UNCTAD	United Nations Conference on Trade and Development	Cơ quan Liên Hiệp Quốc về Thương mại và Phát triển
WB	World Bank	Ngân hàng Thế giới
WTO	World Trade Organization	Tổ chức Thương mại Thế giới

## DANH MỤC BẢNG - HÌNH

Tên bảng	Trang
<b>Bảng 1.1:</b> Lộ trình cắt giảm thuế theo cam kết trong Hiệp định AANZFTA	
<b>Bảng 1.2:</b> Tỷ lệ các dòng thuế có thuế suất từ 0-5% của các nước thành viên Hiệp định AANZFTA	
<b>Bảng 1.3:</b> Thuế suất trung bình của Úc trong Hiệp định AANZFTA	
<b>Bảng 1.4:</b> Thuế suất trung bình của Niu Di Lân trong Hiệp định AANZFTA	
<b>Bảng 2.1:</b> Kim ngạch xuất khẩu hàng hóa của Thái Lan sang Úc và Niu Di Lân giai đoạn 2005-2014	
<b>Bảng 2.2:</b> Kim ngạch xuất khẩu hàng hóa của Ma-lai-xi-a sang Úc và Niu Di Lân giai đoạn 2005-2014	
<b>Bảng 2.3:</b> Kim ngạch xuất khẩu hàng hóa của Xin-ga-po sang Úc và Niu Di Lân giai đoạn 2005-2014	
<b>Bảng 2.4:</b> Kim ngạch xuất khẩu hàng hóa của In-đô-nê-xi-a sang Úc và Niu Di Lân giai đoạn 2005-2014	
<b>Bảng 2.5:</b> Mức độ tận dụng ưu đãi của Thái Lan trong Hiệp định AANZFTA để đẩy mạnh xuất khẩu hàng hóa sang Úc và Niu Di Lân giai đoạn 2010-2014	
<b>Bảng 2.6:</b> Mức độ tận dụng ưu đãi của Ma-lai-xi-a trong Hiệp định AANZFTA để đẩy mạnh xuất khẩu hàng hóa sang Úc và Niu Di Lân giai đoạn 2010-2014	
<b>Bảng 2.7:</b> Mức độ tận dụng ưu đãi của Xin-ga-po trong Hiệp định AANZFTA để đẩy mạnh xuất khẩu hàng hóa sang Úc và Niu Di Lân giai đoạn 2010-2014	
<b>Bảng 2.8:</b> Mức độ tận dụng ưu đãi của In-đô-nê-xi-a trong Hiệp định AANZFTA để đẩy mạnh xuất khẩu hàng hóa sang Úc và Niu Di Lân giai đoạn 2010-2014	
<b>Bảng 3.1:</b> Kim ngạch xuất khẩu hàng hóa của Việt Nam sang Úc giai đoạn 2005-2014	
<b>Bảng 3.2:</b> Các mặt hàng xuất khẩu chủ yếu của Việt Nam sang Úc giai đoạn 2005-2014	
<b>Bảng 3.3:</b> Kim ngạch xuất khẩu hàng hóa của Việt Nam sang Niu Di Lân giai đoạn 2005-2014	
<b>Bảng 3.4:</b> Các mặt hàng xuất khẩu chủ yếu của Việt Nam sang Niu Di Lân giai đoạn 2005-2014	
<b>Bảng 3.5:</b> Kim ngạch xuất khẩu hàng hóa của Việt Nam sang Úc và Niu Di Lân giai đoạn 2005-2014	
<b>Bảng 3.6:</b> Các mặt hàng xuất khẩu chủ yếu của Việt Nam sang Úc và Niu Di Lân giai đoạn 2005-2014	
<b>Bảng 3.7:</b> Mức độ tận dụng ưu đãi của Việt Nam trong Hiệp định AANZFTA giai đoạn 2010-2014	
<b>Bảng 3.8:</b> Thực trạng tận dụng ưu đãi của Việt Nam trong các hiệp định thương mại tự do ASEAN và ASEAN+ giai đoạn 2010-2014	
<b>Bảng 4.1:</b> Dự báo tăng trưởng kinh tế và thương mại toàn cầu giai đoạn 2015-2020	
<b>Tên hình</b>	
<b>Hình 3.1:</b> Tỷ trọng các loại C/O trong tổng trị giá theo C/O của Việt Nam giai đoạn 2010-2014	
<b>Hình 3.2:</b> Mức độ tận dụng ưu đãi trong Hiệp định AANZFTA để đẩy mạnh xuất khẩu hàng hóa sang Úc và Niu Di Lân giai đoạn 2010-2014	
<b>Hình 3.3:</b> So sánh tốc độ tăng trưởng các mặt hàng xuất khẩu sang Úc và Niu Di Lân được hưởng nhiều ưu đãi trước và sau khi thực hiện Hiệp định AANZFTA	



## LỜI NÓI ĐẦU

Hiệp định thương mại tự do ASEAN - Úc - Niu Di Lân (AANZFTA) được ký vào ngày 27/02/2009 tại Thái Lan và có hiệu lực từ ngày 01/01/2010. Đây là Hiệp định thương mại tự do toàn diện nhất mà ASEAN từng ký kết với các đối tác đối thoại. Hiệp định thực hiện mục tiêu hội nhập 12 thị trường nhỏ thành một thị trường lớn với khoảng 650 triệu dân và tổng GDP lên tới 4,1 nghìn tỷ USD [54]. Hiệp định có vai trò rất quan trọng trong việc thúc đẩy quan hệ kinh tế, thương mại và đầu tư giữa ASEAN và Úc, Niu Di Lân. Hiệp định bao gồm các cam kết về thương mại hàng hóa, thương mại dịch vụ, thương mại điện tử... . Nội dung quan trọng nhất của Hiệp định là cam kết cắt giảm thuế quan. Các nước thống nhất cắt giảm từ 90%-100% các dòng thuế theo lộ trình từ năm 2010 đến năm 2020. Theo đánh giá chung, Hiệp định sẽ đem lại các lợi ích chính cho ASEAN và Úc, Niu Di Lân như mở cửa thị trường sâu rộng hơn cho các nhà xuất khẩu/sản xuất trong khu vực, thúc đẩy cắt giảm chi phí sản xuất, tạo cơ hội mở rộng mạng lưới công việc và tăng cường hợp tác giữa các doanh nghiệp trong khu vực.

AANZFTA là hiệp định thương mại tự do ASEAN+ thứ năm mà Việt Nam tham gia. Các nước ASEAN-6 (Xin-ga-po, Thái Lan, Ma-lai-xi-a, In-đô-nê-xi-a, Phi-li-pin, Bru-nây) tham gia hiệp định thương mại tự do sớm hơn Việt Nam nên tận dụng ưu đãi trong các hiệp định thương mại tự do tốt hơn nước ta. Tận dụng ưu đãi trong hiệp định thương mại tự do là sử dụng tối đa những điều kiện và quyền lợi mà nước tham gia được hưởng trong quá trình thực thi Hiệp định.

Hiệp định AANZFTA có giá trị hiệu lực từ năm 2010 đến nay, các nước tham gia đã tiến hành cắt giảm thuế theo lộ trình cam kết. Điều này đã và đang tạo thuận lợi cho hàng xuất khẩu của các nước thành viên thâm nhập vào thị trường của nhau. Một số nước ASEAN tận dụng rất hiệu quả những ưu đãi trong Hiệp định để đẩy mạnh xuất khẩu hàng hóa sang thị trường Úc và Niu Di Lân, mở rộng thị trường xuất khẩu, nâng cao năng lực cạnh tranh, điển hình là Thái Lan, Ma-lai-xi-a và Xin-ga-po. Kim ngạch xuất khẩu hàng hóa của ba nước ASEAN sang Úc và Niu Di Lân có tận dụng ưu đãi từ AANZFTA chiếm trên 30% tổng kim ngạch xuất khẩu hàng hóa sang hai thị trường này giai đoạn 2010-2014. Sau ba nước này là In-đô-nê-xi-a cũng tận dụng tốt những ưu đãi trong Hiệp định để đẩy mạnh xuất khẩu sang Úc và Niu Di Lân.

Úc là một trong những quốc gia nhập khẩu lớn trên thế giới, phụ thuộc nhiều vào hàng nhập khẩu phục vụ cho sản xuất và tiêu dùng. Úc và Niu Di Lân là hai thị trường xuất khẩu tiềm năng của Việt Nam ở khu vực châu Đại Dương. Hai thị trường này có nhu cầu nhập khẩu cao những mặt hàng xuất khẩu có lợi thế của nước ta như thủy sản, đồ gỗ, giày dép, dệt may... . Hiệp định AANZFTA có giá trị hiệu lực, hàng rào thuế quan của Úc và Niu Di Lân giảm xuống tạo thuận lợi cho hàng xuất khẩu của Việt Nam thâm nhập thị trường này. Các mức thuế ưu đãi dành cho hàng hóa và các sản phẩm trung gian nhập khẩu giảm xuống. Theo cam kết trong Hiệp định, Úc và Niu Di Lân sẽ hỗ trợ Việt Nam nâng cao tiêu chuẩn vệ sinh, kiểm

dịch động thực vật và tiêu chuẩn kỹ thuật. Như vậy, thông qua Hiệp định, doanh nghiệp và hàng hóa nước ta có cơ hội tiếp cận thuận lợi và khai thác tốt thị trường hai nước này.

Việt Nam có rất nhiều lợi thế trong xuất khẩu nông thủy sản, hàng tiêu dùng như: hàng rau quả, thủy sản, dệt may, giày dép, gỗ và sản phẩm gỗ... sang Úc và Niu Di Lân. Đây là những nhóm hàng được hưởng nhiều ưu đãi về thuế trong AANZFTA. Sau hơn 5 năm thực thi Hiệp định, kim ngạch xuất khẩu hàng hóa của Việt Nam sang thị trường Úc và Niu Di Lân có mức tăng trưởng (12,90%/năm) cao hơn so với giai đoạn trước khi thực thi Hiệp định (4,67%/năm). Tuy nhiên, kim ngạch xuất khẩu hàng hóa của Việt Nam sang Úc và Niu Di Lân có tận dụng ưu đãi từ AANZFTA chỉ chiếm 19,54% tổng kim ngạch xuất khẩu hàng hóa sang hai thị trường này giai đoạn 2010-2014.

Việt Nam là một nền kinh tế đang phát triển định hướng xuất khẩu, việc tăng khả năng cạnh tranh của hàng hóa vào các thị trường xuất khẩu lớn thông qua ký kết và thực hiện các hiệp định thương mại tự do (FTA) có ý nghĩa vô cùng quan trọng. Điều này đặc biệt có ý nghĩa khi Việt Nam tận dụng hiệu quả các ưu đãi trong hiệp định để đẩy mạnh xuất khẩu sang các quốc gia đối tác. Hiệp định AANZFTA thực hiện được hơn 5 năm, hàng rào thuế quan đang giảm đáng kể, tuy nhiên Việt Nam chưa tận dụng được nhiều ưu đãi từ Hiệp định để đẩy mạnh xuất khẩu sang Úc và Niu Di Lân, trong khi các nước ASEAN khác lại tận dụng hiệu quả những ưu đãi trong Hiệp định để đẩy mạnh xuất khẩu sang hai thị trường này, như Thái Lan, Ma-lai-xi-a, Xin-ga-po và In-đô-nê-xi-a. Mức tận dụng ưu đãi của bốn nước này trong tổng kim ngạch xuất khẩu hàng hóa sang Úc và Niu Di Lân giai đoạn 2010-2014 lần lượt là 33,84%/năm, 32,43%/năm, 35,11%/năm và 25,08%/năm. Vì vậy, kinh nghiệm của bốn nước ASEAN về tận dụng ưu đãi từ AANZFTA để đẩy mạnh xuất khẩu sang Úc và Niu Di Lân là những bài học quý cho Việt Nam trong việc tận dụng ưu đãi từ Hiệp định để đẩy mạnh xuất khẩu hàng hóa sang thị trường hai nước này.

Việt Nam đã và đang tiếp tục đàm phán, ký kết các Hiệp định thương mại tự do với các đối tác khác nhau để khai thác lợi thế so sánh của đất nước trong phát triển xuất khẩu hàng hóa. Tuy nhiên, có những Hiệp định đã ký kết và có hiệu lực nhưng chúng ta chưa tận dụng được các ưu đãi và đối phó tốt với các thách thức. Một trong những nguyên nhân là do Việt Nam còn chưa có nhiều kinh nghiệm trong vấn đề này. Việc nghiên cứu kinh nghiệm của một số nước ASEAN về tận dụng ưu đãi trong Hiệp định AANZFTA sẽ giúp cho Việt Nam tận dụng tốt hơn những ưu đãi trong Hiệp định này nói riêng, các Hiệp định thương mại tự do đang thực thi và sắp được ký kết nói chung. Trên cơ sở đó, cuốn sách này góp phần cung cấp luận cứ khoa học trong việc tham khảo kinh nghiệm về tận dụng ưu đãi trong Hiệp định AANZFTA để đẩy mạnh xuất khẩu hàng hóa sang Úc và Niu Di Lân.

Chúng tôi xin trân trọng cảm ơn Nhà xuất bản Công Thương đã biên tập, tạo điều kiện để cuốn sách được xuất bản. Mặc dù vậy, cuốn sách chắc chắn không tránh khỏi những thiếu sót, hạn chế. Vì vậy, rất mong nhận được những ý kiến đóng góp của bạn đọc để chúng tôi tiếp tục đi sâu nghiên cứu một cách sâu sắc và toàn diện hơn về vấn đề này.

## Chương 1

# TỔNG QUAN VỀ HIỆP ĐỊNH THƯƠNG MẠI TỰ DO

## ASEAN - ÚC - NIU DI LÂN (AANZFTA)

### 1. TỔNG QUAN VỀ HIỆP ĐỊNH AANZFTA

#### 1.1. Khái quát về Hiệp định AANZFTA

Thực hiện quyết định của Hội nghị Cấp cao ASEAN-Úc-Niu Di Lân tổ chức tại Lào năm 2005, Việt Nam đã cùng các nước ASEAN, Úc, Niu Di Lân khởi động đàm phán Hiệp định thành lập Khu vực thương mại tự do ASEAN-Úc-Niu Di Lân (AANZFTA). Đây là Hiệp định toàn diện với mục tiêu tăng cường liên kết sâu rộng giữa hai khu vực thông qua các biện pháp xoá bỏ các loại rào cản thuế quan, tạo thuận lợi cho thương mại, đầu tư và các chương trình hợp tác kinh tế, hỗ trợ kỹ thuật.

Trải qua mười lăm phiên đàm phán chính thức và một số phiên đàm phán không chính thức, tháng 8/2008, Hội nghị Tham vấn của các Bộ trưởng Kinh tế ASEAN và Úc, Niu Di Lân đã chính thức tuyên bố kết thúc đàm phán Hiệp định AANZFTA. Tại Hội nghị Cấp cao ASEAN lần thứ 14 vào tháng 02/2009 ở Thái Lan, ASEAN và Úc, Niu Di Lân đã ký kết Hiệp định. Hiệp định AANZFTA có hiệu lực từ ngày 01/01/2010.

Các mục tiêu của Hiệp định AANZFTA: (i) Từng bước tự do hoá và tạo thuận lợi cho thương mại hàng hoá giữa các bên thông qua, nhưng không hạn chế xoá bỏ dần các hàng rào thuế quan và phi thuế quan trong hầu hết thương mại hàng hoá giữa các bên; (ii) Từng bước tự do hoá thương mại dịch vụ giữa các bên, với phạm vi ngành đáng kể; (iii) Tạo thuận lợi, thúc đẩy và tăng cường cơ hội đầu tư giữa các bên thông qua việc phát triển hơn nữa môi trường đầu tư thuận lợi; (iv) Thành lập một khuôn khổ hợp tác nhằm tăng cường, đa dạng hoá và đẩy mạnh quan hệ thương mại, đầu tư và kinh tế giữa các bên; (v) Dành đối xử đặc biệt và khác biệt đối với các quốc gia thành viên ASEAN, đặc biệt là đối với các quốc gia thành viên mới, để tạo thuận lợi cho hội nhập kinh tế hiệu quả hơn nữa [5, tr.3].

Hiệp định AANZFTA được xây dựng dựa trên chuẩn mực của Tổ chức Thương mại Thế giới (WTO), là hiệp định FTA+, tức là rộng hơn cam kết về hàng hóa bao gồm những cam kết về lộ trình cắt giảm thuế, quy tắc xuất xứ, hạn ngạch, các biện pháp phi thuế... mà còn đề cập tới các cam kết mở cửa thị trường dịch vụ và đầu tư, sẽ mở cửa cho các bên tham gia và không chỉ có hàng hóa, dịch vụ và vốn đầu tư được tự do di chuyển mà một số loại lao động có tay nghề cũng có cơ hội hơn qua cam kết về di chuyển thể nhân, các thỏa thuận riêng biệt trong nhiều lĩnh vực như dịch vụ tài chính, viễn thông, giải quyết tranh chấp. Với mục tiêu là từng bước thiết lập một khu vực thương mại tự do, một thị trường thông thoáng. Điểm cần

nhấn mạnh của Hiệp định này là ở chỗ nó cho phép các bên cam kết thiết lập cơ chế hợp tác chặt chẽ nhằm đảm bảo các biện pháp phi thuế như cơ chế cấp phép, tiêu chuẩn chất lượng, vệ sinh an toàn thực phẩm để không tạo thành những rào cản thương mại không cần thiết trong khu vực.

Tính đến thời điểm này, AANZFTA là hiệp định thương mại tự do toàn diện nhất của ASEAN ký với các đối tác đối thoại và cũng là hiệp định phức tạp nhất xét theo các quy định kinh tế [40, tr.1]. Thực tế, Hiệp định AANZFTA quy định tất cả các khía cạnh quan trọng nhất của quan hệ kinh tế quốc tế, đi xa hơn các Hiệp định WTO, cũng như là hầu hết các hiệp định thương mại tự do (FTA) của Úc và Niu Di Lân. Trên thực tế, FTA này không chỉ bao gồm nội dung về thương mại hàng hóa và thương mại dịch vụ mà còn bao gồm quy định về nguồn gốc xuất xứ, các biện pháp vệ sinh và kiểm dịch (SPS), rào cản kỹ thuật đối với thương mại (TBT), thương mại điện tử, di chuyển thể nhân, đầu tư và các thủ tục đánh giá tiêu chuẩn, thủ tục hải quan, tự vệ, giải quyết tranh chấp, cạnh tranh và quyền sở hữu trí tuệ cùng với một số cam kết về hợp tác kinh tế. AANZFTA là hiệp định tự do thương mại toàn diện đầu tiên mà ASEAN ký với một đối tác đối thoại. Đây cũng là hiệp định duy nhất có các cam kết ở cả 3 lĩnh vực - hàng hóa, dịch vụ và đầu tư.

Hiệp định gồm có 18 chương với 4 phụ lục về lộ trình cắt giảm thuế quan, quy tắc xuất xứ, cam kết mở cửa thị trường dịch vụ, cam kết di chuyển thể nhân. Cơ cấu của Hiệp định như sau: Chương 1 - Thành lập khu vực thương mại tự do, các mục tiêu và định nghĩa chung; Chương 2 - Thương mại hàng hóa; Chương 3 - Quy tắc xuất xứ hàng hóa; Chương 4 - Thủ tục hải quan; Chương 5 - Các biện pháp vệ sinh và kiểm dịch; Chương 6 - Tiêu chuẩn, quy chuẩn và quy trình đánh giá sự phù hợp; Chương 7 - Các biện pháp tự vệ; Chương 8 - Thương mại dịch vụ; Chương 9 - Di chuyển thể nhân; Chương 10 - Thương mại điện tử; Chương 11 - Đầu tư; Chương 12 - Hợp tác kinh tế; Chương 13 - Sở hữu trí tuệ; Chương 14 - Cạnh tranh; Chương 15 - Các quy định và ngoại lệ chung; Chương 16 - Thẻ chế; Chương 17 - Tham vấn và giải quyết tranh chấp; Chương 18 - Các quy định cuối cùng [4].

Về thương mại hàng hóa, Hiệp định AANZFTA chia lộ trình cắt giảm thuế quan thành 3 nhóm nước theo cấp độ giảm thuế từ nhanh đến chậm, Nhóm 1: Úc và Niu Di Lân, Nhóm 2: ASEAN-6 (Xin-ga-po, Thái Lan, Ma-lai-xi-a, In-đô-nê-xi-a, Phi-li-pin, Bru-nây), Nhóm 3: CLMV (bốn nước Campuchia, Lào, My-an-ma và Việt Nam). Danh mục giảm thuế gồm: Danh mục thông thường (NT) với các dòng thuế được cắt giảm xuống 0% trong 10 năm, chiếm 90% tổng số dòng thuế, còn lại là Danh mục nhạy cảm (ST) (chiếm 10% số dòng thuế), trong đó 6% thuộc danh mục nhạy cảm thường (ST1) và 4% thuộc danh mục nhạy cảm cao (ST2). Trong số 4% số dòng thuế thuộc ST2 có 1% được loại trừ khỏi nghĩa vụ cắt giảm/xoá bỏ thuế quan. Trên thực tế, các nước Úc, Niu Di Lân và ASEAN-6 đã cam kết số dòng thuế thuộc danh mục NT lớn hơn mức 90% (96-98%).

**Bảng 1.1: Lộ trình cắt giảm thuế theo cam kết trong Hiệp định AANZFTA**

Nước	2005 Thuế cơ sở (%)	2010 (%)	2013 (%)	Tổng số dòng thuế cắt giảm	Năm hoàn thành cắt giảm thuế
Úc	47,6	96,4	96,5	100,0	2020
Bru-nây	68,0	75,7	90,0	98,9	2020
My-an-ma	3,7	3,6	3,6	85,2	2024
Cam-pu-chia	4,7	4,7	4,7	88,0	2024
In-đô-nê-xi-a	21,2	58,0	85,0	93,2	2025
Lào	0,0	0,0	0,0	88,0	2023
Ma-lai-xi-a	57,7	67,7	90,9	96,3	2020
Niu Di Lân	58,6	84,7	90,3	100,0	2020
Phi-líp-pin	3,9	60,3	91,0	94,6	2020
Xin-ga-po	99,9	100,0	100,0	100,0	2009
Thái Lan	7,1	73,0	87,2	99,0	2020
Việt Nam	29,3	29,0	29,0	89,8	2020

*Nguồn: Australia Government, Department of Foreign Affairs and Trade (2010), ASEAN-Australia-NewZealand Free Trade Agreement, Revised 17 August 2010.*

Quy tắc xuất xứ, theo Hiệp định AANZFTA quy tắc xuất xứ bao gồm các tiêu chí về xuất xứ thuần túy, hàm lượng giá trị khu vực 40%, tiêu chí chuyển đổi nhóm và tiêu chí các mặt hàng cụ thể.

Thủ tục hải quan, Hiệp định AANZFTA tạo thuận lợi thương mại thông qua đẩy mạnh hợp tác, đơn giản và hài hòa hóa thủ tục hải quan, trong đó đặc biệt quan tâm đến thực hiện cơ chế hải quan một cửa, sử dụng công nghệ điện tử trong thông quan và phân loại hàng hóa trước khi cập cảng.

Quy định về kiểm dịch động thực vật, tiêu chuẩn và quy trình đánh giá sự phù hợp được quy định tại Chương 5 và Chương 6 với các quy định chủ yếu về nâng cao tính minh bạch, khuyến khích trao đổi trong việc áp dụng các thủ tục và quy định liên quan cũng như tăng cường hợp tác giữa các cơ quan kiểm dịch động thực vật của các bên. AANZFTA ưu tiên áp dụng tham vấn khi có phát sinh tranh chấp liên quan thay vì sử dụng các chế tài, quy định này phù hợp với quy định của WTO.

Quy định về các biện pháp tự vệ (Chương 7), theo đó một bên có quyền áp dụng biện pháp tự vệ trong giai đoạn chuyển tiếp nếu lượng nhập khẩu một hàng hóa tăng lên đột biến do thực hiện cam kết của AANZFTA, hậu quả của sự tăng đột biến hàng hóa này đã đe dọa hoặc gây ảnh hưởng nghiêm trọng đến ngành công nghiệp nội địa sản xuất hàng hóa tương tự. Điều kiện để được áp dụng các biện pháp tự vệ: nhập khẩu từ một bên vượt quá 3% tổng nhập khẩu từ các bên khác và trong trường hợp tổng nhập khẩu từ nhiều nước vượt quá 9% tổng nhập khẩu từ các bên khác sẽ có lợi cho các nước có năng lực xuất khẩu nhỏ.

Chương về đầu tư bao gồm các quy định về khuyến khích và bảo hộ đầu tư, đối xử quốc gia, đối xử tối huệ quốc... đặc biệt là quy định của nguyên tắc dành đối

xử đặc biệt và khác biệt cho các nước thành viên mới của ASEAN (nhóm các nước CLMV). Theo đó các bên sẽ dành đối xử đặc biệt và khác biệt cho các nước này thông qua hỗ trợ kỹ thuật, cung cấp thông tin cho nhà đầu tư của CLMV... và cho phép các nước này đưa ra cam kết phù hợp với mức độ phát triển của họ.

ASEAN, Úc và Niu Di Lân cam kết từng bước tự do hóa thuế quan kể từ ngày Hiệp định có hiệu lực và xóa bỏ ít nhất 90% thuế suất của tất cả các dòng thuế trong khung thời gian cụ thể. Đối với thương mại dịch vụ, các bên thống nhất sẽ từng bước tự do hóa các rào cản thương mại dịch vụ và cho phép nhà cung cấp dịch vụ tiếp cận thị trường thuận lợi hơn. Đặc biệt, đây là hiệp định với đối tác đối thoại đầu tiên mà ASEAN cam kết tạo thuận lợi cho việc di chuyển của các thể nhân tham gia các hoạt động thương mại và đầu tư trong khu vực. Hiệp định này cũng đưa ra các quy định tiến bộ như đối xử trong đầu tư, đền bù cho người thiệt hại, chuyển giao lợi nhuận và vốn, và chuyển giao quyền hoặc yêu cầu đầu tư. Một nội dung quan trọng mà ASEAN thống nhất được với Úc và Niu Di Lân là tạo thuận lợi cho dòng luân chuyển hàng hóa thông qua việc áp dụng các điều khoản cụ thể về quy tắc xuất xứ, thủ tục hải quan, các biện pháp SPS, tiêu chuẩn kỹ thuật và thủ tục đánh giá hợp chuẩn. Đây là cam kết rất có ý nghĩa vì Úc và Niu Di Lân nằm trong số các quốc gia có yêu cầu về SPS và tiêu chuẩn kỹ thuật chặt chẽ nhất trên thế giới.

Theo đánh giá chung, Hiệp định AANZFTA sẽ đem lại các lợi ích chính cho ASEAN, Úc và Niu Di Lân như mở cửa thị trường sâu rộng hơn cho các nhà xuất khẩu/sản xuất trong khu vực, thúc đẩy cắt giảm chi phí sản xuất, tạo cơ hội mở rộng mạng lưới công việc và tăng cường hợp tác giữa các doanh nghiệp trong khu vực [26]. Hiệp định sẽ giúp tạo lập môi trường kinh doanh bền vững, minh bạch và có thể dự đoán được, thông qua đó thúc đẩy hoạt động hợp tác kinh tế của các bên, các doanh nghiệp. Hiệp định sẽ mở ra cơ hội phát triển hơn nữa quan hệ thương mại song phương Việt - Úc cũng như Việt Nam - Niu Di Lân. Theo các chuyên gia kinh tế, đối với Úc, các doanh nghiệp của ta sẽ thu được nhiều lợi ích nhất trong việc thúc đẩy xuất khẩu hàng dệt may, bột giấy, nông sản. Đối với Niu Di Lân, lợi ích xuất khẩu chính của ta sẽ là hàng dệt may, giày dép, gỗ và sản phẩm gỗ, máy móc, thiết bị và phụ tùng. Bên cạnh đó, các doanh nghiệp, người tiêu dùng Việt Nam sẽ được tiếp cận máy móc, nguyên vật liệu và hàng hóa chất lượng cao, công nghệ tiên tiến nhập khẩu từ hai nước với giá cả hợp lý hơn.

Thực thi Hiệp định AANZFTA sẽ giúp cho Việt Nam nâng tầm quan hệ đối tác chiến lược với Úc và Niu Di Lân. Hơn 90% các dòng thuế của Úc và Niu Di Lân được cắt giảm giúp cho hàng xuất khẩu nước ta thâm nhập thị trường hai nước này thuận lợi hơn. Xuất khẩu của Việt Nam chiếm khoảng 70% GDP, việc thực hiện cam kết của các nước tham gia Hiệp định sẽ giúp doanh nghiệp nước ta đẩy mạnh xuất khẩu, nâng cao năng lực cạnh tranh, đặc biệt đối với các doanh nghiệp xuất khẩu hàng nông sản thực phẩm, hàng tiêu dùng như dệt may, giày dép, đồ gỗ... Những doanh nghiệp này sẽ được hưởng lợi nhiều nhất từ việc cắt giảm thuế quan.

Việc công nhận kinh tế thị trường đầy đủ góp phần đẩy mạnh quan hệ hợp tác thương mại, đầu tư giữa Việt Nam với Úc và Niu Di Lân, hỗ trợ trong giải quyết tranh chấp, điều tra chống bán phá giá, doanh nghiệp Việt Nam được hưởng quy trình xem xét bình đẳng như doanh nghiệp của các nước khác.

## 1.2. Những ưu đãi đối với các nước ASEAN trong Hiệp định AANZFTA

Ưu đãi có nghĩa là dành cho những điều kiện, quyền lợi đặc biệt hơn so với những đối tượng khác. Những ưu đãi đối với các nước ASEAN trong Hiệp định AANZFTA là những điều kiện và quyền lợi mà Úc và Niu Di Lân dành cho các nước ASEAN trong quá trình thực thi Hiệp định. Những ưu đãi mà các nước ASEAN được hưởng trong Hiệp định chia làm 2 loại: (i) Ưu đãi thuế quan; (ii) Ưu đãi phi thuế quan.

### 1.2.1. Ưu đãi thuế quan (Ưu đãi trong lĩnh vực thương mại hàng hóa)

Các nước ASEAN được hưởng ưu đãi về việc cắt giảm thuế quan của Úc và Niu Di Lân. Hai nước này cam kết cắt giảm 100% dòng thuế, cắt giảm mạnh ngay vào năm 2010, 2013, hoàn thành vào năm 2020.

Tỷ lệ các dòng thuế của Úc và Niu Di Lân có mức thuế từ 0-5% năm 2012 là 96,8% và 93,1%, năm 2017 là 97,6% và 98,3%, năm 2020 cả hai nước là 100% (xem Bảng 1.2).

**Bảng 1.2: Tỷ lệ các dòng thuế có thuế suất từ 0-5% của các nước thành viên Hiệp định AANZFTA**

*Đơn vị: %*

Nước	2005 Thuế cơ sở	2012	2014	2017	2020	2025
Úc	86,2	96,8	96,8	97,6	100,0	100,0
Bru-nây	76,2	93,0	93,3	95,8	99,0	99,0
My-an-ma	68,6	68,6	68,6	89,0	89,1	96,9
Cam-pu-chia	4,7	4,7	4,7	35,4	71,4	95,0
In-đô-nê-xi-a	59,4	91,9	92,8	95,6	96,2	96,7
Lào	49,6	49,4	49,4	84,8	88,3	95,8
Ma-lai-xi-a	66,2	91,0	91,9	97,0	97,2	97,2
Niu Di Lân	65,4	93,1	94,6	98,3	100,0	100,0
Phi-líp-pin	57,2	94,5	94,5	95,7	96,5	96,5
Xin-ga-po	99,9	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Thái Lan	56,5	91,4	91,4	92,3	99,0	99,0
Việt Nam	46,7	46,3	55,0	90,8	90,8	95,0

*Nguồn: Department of Foreign Affairs and Trade (DFAT), Australia Government, SEAN-Australia-NewZealand Free Trade Agreement, <http://www.dfat.gov.au/>.*

Thuế suất trung bình của Úc trong AANZFTA là khá thấp tạo thuận lợi cho hàng xuất khẩu của các nước ASEAN thâm nhập thị trường này (xem Bảng 1.3).

**Bảng 1.3: Thuế suất trung bình của Úc trong Hiệp định AANZFTA**

Đơn vị: %

TT	Mặt hàng	Mã HS	Cam kết thuế quan của nước NK			Thuế MFN của nước NK
			2010	2013	2015	
1	Hàng dệt, may	61, 62, 63	0,09	0,08	0,05	0,13
2	Dầu thô	2709	0,00	0,00	0,00	0,00
3	Hàng thủy sản	03, 1604, 1605	0,00	0,00	0,00	0,00
4	Giày dép các loại	64	0,00	0,00	0,00	0,07
5	Máy vi tính, sản phẩm điện tử và linh kiện	84	0,00	0,00	0,00	0,03
6	Đá quý, kim loại quý và sản phẩm	71	0,00	0,00	0,00	0,01
7	Gạo	1006	0,00	0,00	0,00	0,00
8	Gỗ và sản phẩm gỗ	44	0,00	0,00	0,00	0,04
9	Máy móc, thiết bị, dụng cụ, phụ tùng khác	84	0,00	0,00	0,00	0,03
10	Cà phê	901	0,00	0,00	0,00	0,00
11	Than đá	2701	0,00	0,00	0,00	0,00
12	Xăng dầu các loại	2707, 2710	0,00	0,00	0,00	0,00
13	Cao su và sản phẩm cao su	40	0,00	0,00	0,00	0,06
14	Phương tiện vận tải và phụ tùng	86, 87, 88, 89	0,00	0,00	0,00	0,04
15	Dây điện và dây cáp điện	8544	0,00	0,00	0,00	0,04
16	Hạt điều	200819	0,00	0,00	0,00	5,00
17	Chất dẻo và sản phẩm chất dẻo	39	0,00	0,00	0,00	0,05
18	Túi xách, ví, vali, mũ và ô dù	4202, 65, 66	0,00	0,00	0,00	0,00
19	Sắt thép và các sản phẩm từ sắt thép	72, 73	0,00	0,00	0,00	0,00
20	Sắt và các sản phẩm từ sắt	71410	0,00	0,00	0,00	0,00
21	Hàng rau quả	06, 07, 08, 20	0,50	0,50	0,50	0,01
22	Hạt tiêu	904	0,00	0,00	0,00	0,00
23	Quặng và khoáng sản khác	2601-2617	0,00	0,00	0,00	0,00
24	Bánh kẹo và các sản phẩm từ ngũ cốc	1704, 19	0,00	0,00	0,00	0,00
25	Giấy và các sản phẩm từ giấy	48	0,00	0,00	0,00	0,04
26	Thủy tinh và các sản phẩm từ thủy tinh	70	0,00	0,00	0,00	0,00
27	Hóa chất và sản phẩm hóa chất	28, 29, 38	0,00	0,00	0,00	0,00
28	Sản phẩm gốm, sứ	69	0,00	0,00	0,00	0,00
29	Chè	902	0,00	0,00	0,00	0,00
30	Sản phẩm mây, tre, cói và thảm	46, 57	0,06	0,03	0,00	0,06

Nguồn: [www.asean.fta.govt.nz/tariff-finder](http://www.asean.fta.govt.nz/tariff-finder).

Thuế suất trung bình của Niu Di Lân trong Hiệp định AANZFTA cao hơn so với Úc, nhưng thấp hơn đáng kể so với thuế MFN của nước này ở một số mặt hàng như dệt may, gỗ và sản phẩm gỗ, dây điện và dây cáp điện, sắt thép và các sản phẩm từ sắt thép, v.v... (xem Bảng 1.4).



**Bảng 1.4: Thuế suất trung bình của Niu Di Lân trong Hiệp định AANZFTA**

Đơn vị: %

TT	Mặt hàng	Mã HS	Cam kết thuế quan của nước NK			Thuế MFN của nước NK
			2010	2013	2015	
1	Hàng dệt, may	61, 62, 63	17,00	12,50	10,00	17,00
2	Dầu thô	2709	0,00	0,00	0,00	0,00
3	Hàng thủy sản	03, 1604, 1605	0,00	0,00	0,00	0,00
4	Giày dép các loại	64	10,24			10,24
5	Máy vi tính, sản phẩm điện tử và linh kiện	84	0,00	0,00	0,00	0,00
6	Đá quý, kim loại quý và sản phẩm	71	0,40	0,20	0,19	0,40
7	Gạo	1006	0,00	0,00	0,00	0,00
8	Gỗ và sản phẩm gỗ	44	1,20	0,40	0,40	1,20
9	Máy móc, thiết bị, dụng cụ, phụ tùng khác	84	0,23	0,00	0,00	0,23
10	Cà phê	901	0,00	0,00	0,00	0,00
11	Than đá	2701	0,00	0,00	0,00	0,00
12	Xăng dầu các loại	2707, 2710	0,00	0,00	0,00	0,00
13	Cao su và sản phẩm cao su	40	0,00	0,00	0,00	0,00
14	Phương tiện vận tải và phụ tùng	86, 87, 88, 89	0,41	0,04	0,02	0,41
15	Dây điện và dây cáp điện	8544	0,90	0,48	0,48	0,90
16	Hạt điều	200819	0,00	0,00	0,00	0,00
17	Chất dẻo và sản phẩm chất dẻo	39	1,04	0,50	0,45	1,04
18	Túi xách, ví, vali, mũ và ô dù	4202, 65, 66	1,25	0,00	0,00	1,25
19	Sắt thép và các sản phẩm từ sắt thép	72, 73	2,17	0,46	0,23	2,17
20	Sắt và các sản phẩm từ sắt	71410	0,00	0,00	0,00	0,00
21	Hàng rau quả	06, 07, 08, 20	0,00	0,00	0,00	0,00
22	Hạt tiêu	904	1,25	0,00	0,00	1,25
23	Quặng và khoáng sản khác	2601-2617	0,00	0,00	0,00	0,00
24	Bánh kẹo và các sản phẩm từ ngũ cốc	1704, 19	1,02	0,36	0,36	1,02
25	Giấy và các sản phẩm từ giấy	48	0,00	0,00	0,00	0,00
26	Thủy tinh và các sản phẩm từ thủy tinh	70	0,32	0,14	0,14	0,32
27	Hóa chất và sản phẩm hóa chất	28, 29, 38	0,01	0,00	0,00	0,01
28	Sản phẩm gốm, sứ	69	1,28	0,53	0,53	1,28
29	Chè	902	0,00	0,00	0,00	0,00
30	Sản phẩm mây, tre, cói và thảm	46, 57	9,50	3,02	3,00	9,50

Nguồn: [www.asean.fta.govt.nz/tariff-finder](http://www.asean.fta.govt.nz/tariff-finder).

Niu Di Lân đã thực hiện điều chỉnh, cắt giảm thuế theo mã số HS8 và thời hạn điều chỉnh chia theo từng danh mục theo đúng lộ trình đối với các mặt hàng liên quan tới xuất khẩu của Việt Nam gồm có: Thiết bị điện, điện tử, đầu máy tính, sợi và len, hạt nhựa, may mặc, giày dép, cơ kim khí, vật liệu xây dựng, sắt thép, phụ tùng ô tô, máy nổ, máy phát điện, thủy sản, nguyên liệu da và nhiều nhóm hàng tiêu dùng khác theo từng giai đoạn.

Theo thông tin từ Ban Thư ký ASEAN, đã có 96,5% dòng thuế của Úc được cắt giảm và/hoặc loại bỏ vào năm 2013, năm 2020 sẽ hoàn thành 100% dòng thuế. Tương tự, 90,3% dòng thuế của Niu Di Lân đã được cắt giảm và/hoặc loại bỏ vào năm 2013, năm 2020 sẽ hoàn thành 100% số dòng thuế [53].

Việc cắt giảm thuế quan của Úc và Niu Di Lân trong Hiệp định giúp cho hàng hóa của các nước ASEAN cạnh tranh tốt hơn về giá so với các đối thủ tại hai thị trường này. Điều đó tạo thuận lợi cho hàng hóa của các nước ASEAN thâm nhập thị trường Úc và Niu Di Lân.

### ***1.2.2. Ưu đãi phi thuế quan (Ưu đãi trong các lĩnh vực khác)***

Ngoài những ưu đãi về thuế (ưu đãi trong lĩnh vực thương mại hàng hóa), Hiệp định AANZFTA cũng thiết lập một cơ chế hợp tác chặt chẽ nhằm đảm bảo các biện pháp phi thuế quan như cơ chế cấp phép, tiêu chuẩn chất lượng, tiêu chuẩn vệ sinh an toàn thực phẩm sẽ không tạo thành những rào cản thương mại trong khu vực. Những cam kết này không nằm ngoài mục đích giúp các doanh nghiệp đẩy mạnh xuất khẩu hàng hóa, còn người tiêu dùng sẽ được hưởng lợi từ việc mua hàng giá rẻ do giảm thuế.

Một nội dung quan trọng mà ASEAN thống nhất được với Úc và Niu Di Lân là tạo thuận lợi cho dòng luân chuyển hàng hóa thông qua việc áp dụng các điều khoản cụ thể về quy tắc xuất xứ, thủ tục hải quan, các biện pháp SPS, tiêu chuẩn kỹ thuật và thủ tục đánh giá hợp chuẩn. Đây là cam kết rất có ý nghĩa vì Úc và Niu Di Lân nằm trong số các quốc gia có yêu cầu về SPS và tiêu chuẩn kỹ thuật chặt chẽ nhất trên thế giới [5].

Các thỏa thuận triển khai về quy tắc xuất xứ: Các chuyên gia từ Úc và Niu Di Lân sẽ tổ chức các cuộc hội thảo, hội nghị chuyên đề và các chương trình đào tạo cần thiết, cũng như tổ chức các hoạt động xây dựng năng lực theo yêu cầu về quy tắc xuất xứ. Mặc dù các bên đều có lợi từ hợp tác quy tắc xuất xứ và các khía cạnh khác của việc thực thi các cam kết thuế, song hy vọng các nước ASEAN, với hệ thống kém phát triển hơn sẽ đạt được những lợi ích đáng kể.

Úc và Niu Di Lân hỗ trợ các nước ASEAN: (i) Xây dựng năng lực của các cơ quan trong việc chịu trách nhiệm thực thi chính sách và các thủ tục SPS; (ii) Nâng cao nhận thức của các doanh nghiệp về áp dụng SPS, tuân thủ các nguyên tắc của Chương về SPS và tăng cường hợp tác giữa các cơ quan có thẩm quyền giải quyết các vấn đề quy định trong Chương. Mục đích của việc hỗ trợ là tạo thuận lợi thương mại giữa ASEAN với Úc và Niu Di Lân đồng thời bảo vệ sức khỏe con người, động thực vật trên lãnh thổ của mỗi bên, tăng cường tính minh bạch và hiểu biết về áp dụng các quy định và thủ tục của mỗi bên liên quan đến SPS [5, tr.120-123].

Các hoạt động hợp tác của phía Úc và Niu Di Lân với các nước ASEAN về SPS: Úc tập trung xây dựng năng lực cho các nước ASEAN trong việc áp dụng hiệu

quả SPS nhằm tạo thuận lợi cho thương mại đồng thời theo đuổi các mục tiêu an ninh sinh học trên cơ sở khoa học; Niu Di Lân đánh giá tiêu chuẩn y tế (IHS) nhập khẩu cho các mặt hàng nông nghiệp của các nước ASEAN xuất khẩu vào nước này, tập trung nâng cao khả năng cung cấp thông tin cần thiết của các nước ASEAN nhằm thúc đẩy thực hiện các đánh giá rủi ro IHS. Các hoạt động này hiện đang được triển khai, thực tế là hầu hết các chuyên gia thực hiện hoạt động hợp tác đều thuộc các cơ quan chính phủ chịu trách nhiệm về SPS. Các hoạt động được thực hiện trên cơ sở hợp tác giữa các chính phủ, do cơ quan chuyên môn phụ trách. Các nước ASEAN sẽ có tiềm năng đạt được lợi ích từ hợp tác này, với sự hỗ trợ từ phía Úc tập trung vào các nước ASEAN kém phát triển hơn.

Theo Hiệp định AANZFTA, một chương trình hỗ trợ về tiêu chuẩn, quy định kỹ thuật và các thủ tục đánh giá sự phù hợp (STRACAP) sẽ được xây dựng để đạt được các mục tiêu sau: (i) Thúc đẩy thực hiện STRACAP một cách minh bạch thông qua kênh trao đổi thông tin giữa các bên; (ii) Tạo thuận lợi cho hợp tác trong lĩnh vực tiêu chuẩn, quy định kỹ thuật và các thủ tục đánh giá sự phù hợp giữa các bên; (iii) Phân tích điểm mạnh và điểm yếu của hành lang pháp lý và cấp giấy chứng nhận của các nước được lựa chọn và xác định các lĩnh vực cần được phân bổ thêm nguồn lực. Nước tham gia và các thỏa thuận thực hiện: Các chuyên gia của Úc và Niu Di Lân, trong một số trường hợp từ các nước ASEAN, sẽ tổ chức các cuộc hội thảo, hội nghị chuyên đề và các chương trình đào tạo cần thiết cũng như phát triển các hoạt động xây dựng năng lực theo yêu cầu của từng nước ASEAN. Hoạt động hợp tác này đang được triển khai trên thực tế.

Úc và Niu Di Lân cam kết tạo thuận lợi cho đầu tư của các nước ASEAN. Các cơ quan chức năng của hai nước sẽ tích cực giới thiệu cơ hội mới cho các nhà đầu tư ASEAN tiềm năng, xác định và xóa bỏ các rào cản đầu tư mà Hiệp định AANZFTA không giải quyết được. Điều này có thể bao gồm cả hợp tác nhằm tạo thuận lợi cho đầu tư nội khối và phân tích tác động của môi trường pháp lý và xây dựng các chiến lược để cải thiện môi trường đầu tư. Úc và Niu Di Lân sẽ hỗ trợ các nước ASEAN trong việc nghiên cứu môi trường đầu tư, xác định các lĩnh vực đầu tư tại hai nước này và cải thiện môi trường đầu tư trong nước thông qua việc cử các chuyên gia, tổ chức các hội thảo, hội nghị chuyên đề và các khóa đào tạo. Những hỗ trợ này đặc biệt sẽ mang lại lợi ích cho các quốc gia thành viên mới của ASEAN [4, tr.124].

Mục tiêu của AANZFTA nhằm hỗ trợ toàn diện cho việc xây dựng hệ thống sở hữu trí tuệ hiệu quả và ổn định trong khu vực AANZFTA. Việc xây dựng cơ chế sở hữu trí tuệ vững chắc trong khu vực ASEAN là cơ sở quan trọng để thúc đẩy thương mại quốc tế thông qua Hiệp định. Nếu quyền sở hữu trí tuệ được bảo vệ một cách nhất quán, các nhà đầu tư và thương nhân sẽ tự tin kinh doanh trong khu vực. Một chương trình hỗ trợ toàn diện sẽ được triển khai để hỗ trợ các nước ASEAN: Tăng cường năng lực phát triển các khuôn khổ và hệ thống sở hữu trí tuệ hiệu quả

và ổn định; Tạo thuận lợi cho việc áp dụng hệ thống sở hữu trí tuệ trong khu vực để hội nhập kinh tế; Tăng cường khả năng thực hiện quyền sở hữu trí tuệ; Cải thiện nhận thức của công chúng và doanh nghiệp về lợi ích của những hệ thống quản lý sở hữu trí tuệ hiệu quả và ổn định. Úc và Niu Di Lân hỗ trợ các nước ASEAN đào tạo trực tiếp cho các thanh tra sở hữu trí tuệ và các quan chức chính phủ, thẩm phán sở hữu trí tuệ, các luật sư về chứng nhận sáng chế, các học giả và cộng đồng doanh nghiệp. Đồng thời, tổ chức các chương trình thăm quan học tập, thảo luận chính sách và các hội nghị chuyên đề.

Những ưu đãi phi thuế quan mà các nước ASEAN được hưởng trong Hiệp định AANZFTA (quy tắc xuất xứ, nâng cao năng lực SPS, TBT, đầu tư, sở hữu trí tuệ) giúp những nước này đáp ứng các điều kiện để được hưởng ưu đãi về thuế quan. Vì muốn được hưởng ưu đãi thuế khi xuất khẩu sang Úc và Niu Di Lân thì hàng hóa của các nước ASEAN phải đáp ứng quy tắc xuất xứ, SPS và TBT. Ưu đãi về đầu tư sẽ giúp các nước ASEAN kém phát triển hơn thu hút được đầu tư từ các nước ASEAN phát triển hơn và từ Úc, Niu Di Lân để sản xuất hàng xuất khẩu sang các nước đối tác trong Hiệp định. Như vậy, *những ưu đãi phi thuế quan trong AANZFTA đã và đang giúp cho các nước ASEAN tận dụng được ưu đãi thuế trong Hiệp định này.*

Việt Nam thuộc nhóm CLMV, nên Việt Nam cùng với Cam-pu-chia, Lào và My-an-ma được hưởng ưu đãi đặc biệt hơn so với nhóm ASEAN-6 (Xin-ga-po, Thái Lan, Ma-lai-xi-a, In-đô-nê-xi-a, Phi-li-pin và Bru-nây). Những ưu đãi mà nhóm CLMV được hưởng: (i) Lộ trình cắt giảm thuế chậm hơn so với ASEAN-6; (ii) Tổng số dòng thuế cắt giảm thấp hơn so với ASEAN-6 (CLMV cắt giảm dưới 90% số dòng thuế, ASEAN-6 trên 90% số dòng thuế, riêng Xin-ga-po là 100%); (iii) CLMV được hưởng ưu đãi phi thuế quan nhiều hơn so với ASEAN-6 vì các nước CLMV có nền kinh tế kém phát triển hơn so với ASEAN-6 nên Úc và Niu Di Lân sẽ hỗ trợ nhiều hơn. Chẳng hạn, các nước ASEAN-6 đã có hệ thống cơ quan quản lý chất lượng đạt chuẩn từ trung ương tới địa phương, có tiêu chuẩn hàng hóa, trong khi đó các nước CLMV chưa xây dựng được tiêu chuẩn cho hàng hóa, chưa có hệ thống các cơ quan quản lý chất lượng đạt chuẩn từ trung ương tới địa phương... nên Úc và Niu Di Lân sẽ hỗ trợ nhiều hơn cho CLMV.

## **2. TÌNH HÌNH THỰC THI HIỆP ĐỊNH AANZFTA**

### **2.1. Tình hình thực thi Hiệp định AANZFTA của các nước ASEAN**

Hiệp định AANZFTA được ký kết vào ngày 27/02/2009 tại Hội nghị cấp cao lần thứ 14 ở Thái Lan giữa các nước thành viên Hiệp hội các quốc gia Đông Nam Á với Úc và Niu Di Lân. Hiệp định có hiệu lực từ ngày 01/01/2010, ba nước mới thực hiện Hiệp định là Cam-pu-chia (từ ngày 4/01/2011), Lào (từ ngày 01/01/2011) và In-đô-nê-xi-a (từ ngày 10/01/2012). Việc triển khai Hiệp định được thực hiện toàn diện ở các lĩnh vực thương mại hàng hóa (gồm cả SPS, TBT, quy tắc xuất xứ), dịch vụ,

đầu tư, sở hữu trí tuệ, cạnh tranh và hợp tác kinh tế. Tiến trình thực hiện diễn ra theo đúng tiến độ và tích cực.

*Sau hơn 5 năm kể từ khi chính thức có hiệu lực, Hiệp định AANZFTA đang được các quốc gia thành viên triển khai thực hiện theo đúng các nội dung ký kết. Những kết quả đạt được như sau:*

- Ủy ban hỗn hợp FTA, với chức năng giám sát thực thi và triển khai Hiệp định AANZFTA cũng như các tiểu ban thi hành (tiểu ban về quy tắc xuất xứ, tiểu ban về SPS, tiểu ban về quy định kỹ thuật, tiểu ban về thương mại dịch vụ, tiểu ban về đầu tư, tiểu ban về sở hữu trí tuệ) đều đã được thành lập sau khi Hiệp định được ký kết để triển khai Hiệp định theo đúng các nội dung đề ra [53].

- Các quốc gia thành viên đã đưa ra biểu thuế thực hiện Hiệp định AANZFTA đúng theo cam kết trong Hiệp định [53].

- Trong lĩnh vực thương mại hàng hóa, các bên đã tập trung triển khai các thủ tục trong nước, rà soát pháp lý vào tháng 12/2013 để ký kết Nghị định thư sửa đổi Hiệp định AANZFTA. Tại Hội nghị Bộ trưởng kinh tế ASEAN lần thứ 46 diễn ra từ ngày 24-28/8/2014 ở Thủ đô Nay Pyi Taw (My-an-ma), Bộ trưởng Thương mại và công nghiệp các nước ASEAN, Úc và Niu Di Lân đã ký Nghị định thư sửa đổi Hiệp định thành lập khu vực thương mại tự do ASEAN - Úc - Niu Di Lân. Nghị định thư dự kiến có giá trị hiệu lực vào ngày 01/10/2015.

Nghị định thư sửa đổi Hiệp định thành lập khu vực thương mại tự do ASEAN - Úc - Niu Di Lân có các nội dung chính sau: (i) Bổ sung Điều 13 về chuyển đổi biểu thuế HS nhằm quy định về các nguyên tắc, thủ tục chuyển đổi biểu thuế HS, làm cơ sở cho chuyển đổi biểu thuế định kỳ trong khuôn khổ AANZFTA; (ii) Thay đổi trong Chương 3 (Quy tắc xuất xứ) nhằm xóa bỏ giá trị FOB trên C/O mẫu AANZ trong trường hợp không sử dụng tiêu chí hàm lượng giá trị khu vực (RVC) và bổ sung Danh mục sản phẩm cụ thể chung theo HS 2012 [27].

Ngoài ra, các bên đang phối hợp rà soát việc chuyển đổi biểu thuế HS 2007 sang HS 2012, rà soát các biện pháp phi thuế, theo dõi tình hình vận dụng Hiệp định AANZFTA của doanh nghiệp để có các biện pháp thúc đẩy việc tận dụng các ưu đãi trong Hiệp định này.

- Về lĩnh vực thương mại dịch vụ và đầu tư, các bên đang thực hiện rà soát các cam kết thương mại dịch vụ và xây dựng danh mục bảo lưu thuộc Chương Đầu tư của Hiệp định.

- Hợp tác trong các lĩnh vực sở hữu trí tuệ và cạnh tranh cũng đang được khởi động.

- Về hợp tác kinh tế, Úc và Niu Di Lân đã nhất trí tiếp tục gia hạn Chương trình hợp tác kinh tế (ECWP) thực hiện Hiệp định AANZFTA tới hết năm 2015 với ngân sách khoảng 20 triệu USD, tập trung vào 8 lĩnh vực là quy tắc xuất xứ, vệ sinh an toàn thực phẩm và kiểm dịch động thực vật, tiêu chuẩn hợp chuẩn, dịch vụ, đầu

tư, sở hữu trí tuệ, liên kết ngành, hải quan và chính sách cạnh tranh [53]. Chương trình đã có nhiều hoạt động đa dạng nhằm nâng cao năng lực cho các nước ASEAN như đào tạo về quy tắc xuất xứ, đánh giá tỷ lệ vận dụng ưu đãi của Hiệp định, xây dựng khung trình độ dịch vụ quốc gia, xúc tiến truyền thông cho cộng đồng doanh nghiệp... . Đây được đánh giá là một trong những chương trình hợp tác kinh tế tốt nhất trong các FTA của ASEAN.

## **2.2. Tình hình thực thi Hiệp định AANZFTA của Việt Nam**

Sau khi Hiệp định AANZFTA được ký kết, ngày 9/6/2009, Bộ Công Thương có tờ trình Chính phủ số 5329/TTr-BCT về việc phê duyệt Hiệp định thành lập Khu vực thương mại tự do ASEAN - Úc - Niu Di Lân, Bản ghi nhớ điều 1, Chương 2 của Hiệp định, Thỏa thuận thực hiện chương trình làm việc về hợp tác kinh tế và các văn bản liên quan. Ngày 24/6/2009, Thủ tướng Chính phủ ký công văn số 1042/TTg-QHQT về việc phê duyệt Hiệp định thành lập Khu vực thương mại tự do ASEAN - Úc - Niu Di Lân và các văn bản liên quan. Nội dung công văn, Thủ tướng phê duyệt Hiệp định và các văn bản liên quan, phân công công việc cho các Bộ, ngành chức năng thực thi Hiệp định. Theo phân công, Bộ Công Thương chịu trách nhiệm thường xuyên theo dõi, giám sát việc thực hiện Hiệp định, bao gồm cả việc thực hiện của các bên tham gia ký kết để có kiến nghị phù hợp. Dựa trên sự phân công của Thủ tướng Chính phủ, các Bộ, ngành chức năng của Việt Nam đã tiến hành triển khai việc thực thi Hiệp định:

- Bộ Ngoại giao đã phối hợp với Bộ Công Thương và Bộ Tài chính thực hiện thủ tục đối ngoại theo quy định. Đồng thời, thông báo cho các cơ quan của nước ta biết về ngày có hiệu lực của Hiệp định.

- Bộ Công Thương đã chủ trì, phối hợp với Bộ Tài chính, Bộ Lao động - Thương binh và Xã hội, Ủy ban Quốc gia về Hợp tác Kinh tế Quốc tế lên danh mục các công việc cần thiết phải triển khai, nội dung những cam kết cần phải ban hành văn bản hướng dẫn, thông báo tới các Bộ, cơ quan, địa phương liên quan.

Bộ Công Thương ban hành thông tư số 33/2009/TT-BCT ngày 11/11/2009, thực hiện Quy tắc xuất xứ thuộc Hiệp định thành lập khu vực thương mại tự do ASEAN - Úc - Niu Di Lân [6]. Nội dung của Thông tư gồm 3 chương: Chương I - Quy định chung (quy định hàng hóa được cấp chứng nhận xuất xứ hàng hóa mẫu AANZ, giải thích từ ngữ, trách nhiệm của người cấp C/O, trách nhiệm của Tổ chức cấp C/O); Chương II - Thủ tục cấp C/O (đăng ký hồ sơ thương nhân, hồ sơ đề nghị cấp C/O, tiếp nhận hồ sơ đề nghị cấp C/O, cấp C/O, thu hồi C/O đã cấp); Chương III- Tổ chức quản lý việc cấp C/O (thẩm quyền ký C/O, cơ quan đầu mối, chế độ báo cáo và điều khoản thi hành). Thông tư này có giá trị hiệu lực kể từ ngày 01/01/2010 (Thông tư được đăng tải trên trang web của Bộ Công Thương [www.moit.gov.vn](http://www.moit.gov.vn)).

Mười phụ lục kèm theo Thông tư số 33/2009/TT-BCT: Phụ lục 1 - Quy tắc xuất xứ; Phụ lục 2 - Quy tắc cụ thể mặt hàng; Phụ lục 3 - Thủ tục cấp giấy chứng

nhận xuất xứ hàng hóa; Phụ lục 4 - Những thông tin tối thiểu của C/O; Phụ lục 5 - Mẫu C/O AANZ; Phụ lục 6 - kê khai trên C/O (hướng dẫn doanh nghiệp cách kê khai trên C/O); Phụ lục 7 - Đơn đề nghị cấp C/O; Phụ lục 8 - Danh mục các cơ sở sản xuất của thương nhân; Phụ lục 9 - Đăng ký mẫu chữ ký của người được ủy quyền cấp đơn đề nghị cấp C/O và mẫu con dấu của thương nhân; Phụ lục 10 - Danh mục các tổ chức cấp C/O.

Bộ Công Thương gửi mẫu chữ ký của những người được ủy quyền ký C/O và con dấu của Tổ chức cấp C/O cho Ban Thư ký ASEAN để đăng ký với cơ quan có thẩm quyền của nước nhập khẩu mới được quyền ký cấp C/O. Đồng thời, Bộ Công Thương tổ chức các lớp tập huấn nghiệp vụ về xuất xứ và các yêu cầu khác. Bộ Công Thương phối hợp với dự án MUTRAP, Phòng Thương mại và Công nghiệp Việt Nam tổ chức các cuộc hội thảo giới thiệu cho cộng đồng doanh nghiệp về nội dung Hiệp định, những ưu đãi, cách thức tận dụng ưu đãi, yêu cầu về quy tắc xuất xứ, TBT, SPS, v.v... .

Từ đầu năm 2013, Bộ Công Thương đã tích cực phối hợp với các Bộ, ngành liên quan để triển khai các thủ tục trong nước chuẩn bị cho việc ký Nghị định thư sửa đổi Hiệp định AANZFTA (nội dung quan trọng của Nghị định thư là sửa đổi biểu thuế từ AHTN2007 sang AHTN2012 và sửa đổi quy tắc xuất xứ).

Bộ Tài chính đã chuyển đổi biểu thuế cam kết của Việt Nam từ AHTN2002 (thời điểm đàm phán) sang Biểu thuế phân loại mới AHTN2007 ngay khi Hiệp định AANZFTA được ký kết. Theo đó, lộ trình cắt giảm theo AHTN2007 của Việt Nam bao gồm 8.983 dòng thuế ở cấp độ 10 số (HS2007). Các biểu về thuế quan cũng như lộ trình giảm thuế được thiết lập chi tiết và hoàn thiện trước khi Hiệp định chính thức được ký kết. Kể từ thời điểm Hiệp định có hiệu lực, việc giảm thuế cho hàng hóa xuất, nhập khẩu giữa các quốc gia tham gia Hiệp định được thực hiện theo đúng các nội dung, lộ trình cam kết.

Bộ Tài chính ban hành Thông tư số 217/2009/TT-BTC ngày 17/11/2009 về việc ban hành Biểu thuế nhập khẩu ưu đãi đặc biệt của Việt Nam để thực hiện Hiệp định Khu vực mậu dịch tự do ASEAN - Úc - Niu Di Lân giai đoạn 2010-2012 [7]. Nội dung Thông tư gồm 3 điều: Điều 1 - Ban hành kèm theo Thông tư Biểu thuế ưu đãi đặc biệt để thực hiện Hiệp định Khu vực mậu dịch tự do ASEAN - Úc - Niu Di Lân giai đoạn 2010-2012; Điều 2 - Điều kiện đối với hàng hóa nhập khẩu được áp dụng thuế suất AANZFTA (thuộc biểu thuế nhập khẩu ưu đãi đặc biệt ban hành kèm theo Thông tư, được nhập khẩu từ các nước thành viên Hiệp định...); Điều 3 - Thông tư này có hiệu lực sau 45 ngày kể từ ngày ký và áp dụng cho các tờ khai hải quan hàng hóa nhập khẩu đăng ký cơ quan hải quan kể từ ngày 01/01/2010.

Bộ Tài chính ban hành Thông tư số 44/2012/TT-BTC ngày 16/3/2012 về việc ban hành Biểu thuế nhập khẩu ưu đãi đặc biệt của Việt Nam để thực hiện Hiệp định Khu vực mậu dịch tự do ASEAN - Úc - Niu Di Lân giai đoạn 2012-

2014 [7]. Nội dung Thông tư gồm 3 điều: Điều 1 - Ban hành kèm theo Thông tư này Biểu thuế ưu đãi đặc biệt để thực hiện Hiệp định Khu vực mậu dịch tự do ASEAN - Úc - Niu Di Lân giai đoạn 2012-2014; Điều 2 - Điều kiện đối với hàng hóa nhập khẩu được áp dụng thuế suất AANZFTA; Điều 3 - Thông tư này có hiệu lực sau 45 ngày kể từ ngày ký và thay thế Thông tư số 217/2009/TT-BTC ngày 17/11/2009 của Bộ trưởng Bộ Tài chính về việc ban hành Biểu thuế nhập khẩu ưu đãi đặc biệt của Việt Nam để thực hiện Hiệp định Khu vực Mậu dịch tự do ASEAN-Úc-Niu Di Lân giai đoạn 2010-2012. Thông tư 217/2009/TT-BTC và thông tư 44/2012/TT-BTC có trên trang web của Bộ Tài chính [www.mof.gov.vn/](http://www.mof.gov.vn/).

Năm 2013, Bộ Tài chính đã chuyển đổi Biểu thuế cam kết của Việt Nam từ AHTN2007 (thời điểm có giá trị hiệu lực) sang Biểu thuế phân loại mới AHTN2012 theo Nghị định thư sửa đổi dự kiến thực hiện vào ngày 31/3/2015.

Bộ Tài chính ban hành thông tư số 168/2014/TT-BTC ngày 14/11/2014 về việc ban hành Biểu thuế nhập khẩu ưu đãi đặc biệt của Việt Nam thực hiện Hiệp định thương mại hàng hóa ASEAN - Úc - Niu Di Lân giai đoạn 2015-2018. Nội dung Thông tư gồm 3 điều: Điều 1 - Ban hành kèm theo Thông tư này Biểu thuế ưu đãi đặc biệt để thực hiện Hiệp định Khu vực mậu dịch tự do ASEAN - Úc - Niu Di Lân giai đoạn 2015-2018; Điều 2 - Điều kiện đối với hàng hóa nhập khẩu được áp dụng thuế suất AANZFTA; Điều 3 - Thông tư này có hiệu lực từ ngày 01/01/2015 và thay thế Thông tư số 44/2012/TT-BTC ngày 16/3/2012 của Bộ trưởng Bộ Tài chính về việc ban hành Biểu thuế nhập khẩu ưu đãi đặc biệt của Việt Nam để thực hiện Hiệp định Khu vực Mậu dịch tự do ASEAN-Úc-Niu Di Lân giai đoạn 2012-2014 và Thông tư 63/2012/TT-BTC ngày 23/4/2012 của Bộ Tài chính về việc sửa đổi mức thuế suất thuế nhập khẩu ưu đãi đặc biệt đối với một số nhóm mặt hàng trong các biểu thuế nhập khẩu ưu đãi đặc biệt. Thông tư 168/2014/TT-BTC có trên trang web của Bộ Tài chính [www.mof.gov.vn/](http://www.mof.gov.vn/).

- Bộ Công Thương cùng với Ủy ban Quốc gia về Hợp tác Kinh tế Quốc tế bàn với Bộ Tài chính, Phòng Thương mại và Công nghiệp Việt Nam và một số cơ quan liên quan khác thống nhất hình thức và có kế hoạch tổ chức phổ biến rộng rãi nội dung các thỏa thuận của Hiệp định AANZFTA tới các địa phương và cộng đồng doanh nghiệp trong cả nước ngay sau khi Hiệp định được ký kết, có giá trị hiệu lực.

Phòng Thương mại và Công nghiệp Việt Nam thường xuyên cập nhật thông tin về các hiệp định thương mại tự do mà Việt Nam đã ký kết, đang đàm phán và đang xem xét trên trang web: [www.trungtamwto.vn/](http://www.trungtamwto.vn/). Trước khi ký kết AANZFTA, Hiệp định này được xếp ở nhóm Hiệp định thương mại tự do đang đàm phán. Nhấp chuột vào Hiệp định có thể xem các nội dung sau: Diễn biến đàm phán, đánh giá tác động, quan điểm của doanh nghiệp, thông tin liên quan. Sau khi ký kết, AANZFTA được xếp vào nhóm Hiệp định thương mại tự do đã ký kết. Nhấp chuột vào Hiệp định có thể xem các nội dung sau: văn kiện (tóm tắt các cam kết của Việt Nam trong AANZFTA, nội dung Hiệp định và các phụ lục kèm theo, biên bản ghi nhớ, kế hoạch hành động), các văn bản thực thi của Việt Nam (thông tư 33/2009/TT-BCT thực hiện quy tắc xuất xứ



trong Hiệp định, thông tư 217/2009/TT-BTC và thông tư 44/2012/TT-BTC của Bộ Tài chính ban hành Biểu thuế nhập khẩu ưu đãi đặc biệt của Việt Nam để thực hiện Hiệp định), tình hình thực thi.

Kể từ khi Hiệp định AANZFTA có hiệu lực, Vụ Chính sách Thương mại Đa biên - Bộ Công Thương phối hợp với Ủy ban Quốc gia về hợp tác kinh tế quốc tế, Phòng Thương mại và Công nghiệp Việt Nam, Dự án Hỗ trợ thương mại đa biên (MUTRAP) và các hiệp hội ngành hàng đã tích cực tuyên truyền, phổ biến các nội dung Hiệp định tới các địa phương và cộng đồng doanh nghiệp thông qua các cuộc hội thảo được tổ chức khắp các vùng miền trong cả nước.

Năm 2010 (sau hai năm thực thi Hiệp định), Phòng Thương mại và Công nghiệp Việt Nam đã phối hợp với Phòng Thương mại Úc, Bộ Công Thương và Ban Thư ký ASEAN đã tổ chức buổi hội thảo “Hiệp định AANZFTA và thực tế áp dụng vào doanh nghiệp” để nắm bắt được những khó khăn mà doanh nghiệp Việt Nam gặp phải khi tận dụng những ưu đãi trong Hiệp định xuất khẩu sang Úc, Niu Di Lân, các chuyên gia chỉ cho doanh nghiệp các cách thức để tận dụng ưu đãi và chia sẻ những thông tin, kinh nghiệm thực hiện Hiệp định của các doanh nghiệp trong khu vực [15].

- Bộ Nông nghiệp và Phát triển Nông thôn đã chủ động làm việc với phía Úc để triển khai hai dự án: (1) Hỗ trợ phân tích rủi ro về dịch bệnh động vật; (2) Phát hiện dư lượng thuốc trừ sâu trên rau quả xuất khẩu.

Ngày 21/8/2014, Chính phủ đã ban hành Nghị quyết số 60/NQ-CP về việc ký Nghị định thư thứ nhất sửa đổi Hiệp định AANZFTA [9]. Chính phủ ủy quyền cho Bộ Trưởng Bộ Công Thương Vũ Huy Hoàng thay mặt Chính phủ Việt Nam ký Nghị định thư tại Hội nghị Bộ trưởng kinh tế ASEAN lần thứ 46. Ngày 26/8/2014, được sự ủy quyền của Chính phủ, Bộ Trưởng Bộ Công Thương Vũ Huy Hoàng đã ký Nghị định thư sửa đổi Hiệp định AANZFTA tại Hội nghị Bộ trưởng kinh tế ASEAN lần thứ 46 ở My-an-ma [27].

Đối với hàng hóa của Việt Nam xuất khẩu sang thị trường Úc và Niu Di Lân muốn nhận được ưu đãi giảm thuế cần thực hiện quy tắc xuất xứ theo Hiệp định. Để giúp doanh nghiệp tận dụng được những ưu đãi ngay khi Hiệp định có hiệu lực, Bộ Công Thương đã ban hành thông tư hướng dẫn chi tiết việc thực hiện quy tắc xuất xứ - Thông tư số 33/2009/TT-BCT. Theo nội dung Thông tư, các hàng hóa của Việt Nam xuất khẩu sang Úc và Niu Di Lân muốn được hưởng mức thuế ưu đãi phải được cấp giấy chứng nhận xuất xứ C/O mẫu AANZ. Cục Xuất nhập khẩu là cơ quan đầu mối trực thuộc Bộ Công Thương hướng dẫn thực hiện và kiểm tra việc cấp C/O. Cục đã thực hiện các thủ tục đăng ký mẫu chữ ký của người có thẩm quyền ký cấp C/O và mẫu con dấu của các tổ chức cấp C/O Việt Nam với cơ quan thẩm quyền của Úc, Niu Di Lân và chuyển mẫu chữ ký đó cho Bộ Tài chính, Tổng cục Hải quan.

## Chương 2

### KINH NGHIỆM CỦA MỘT SỐ NƯỚC ASEAN VỀ TẬN DỤNG

#### ƯU ĐÃI TRONG HIỆP ĐỊNH AANZFTA

#### 1. KINH NGHIỆM TẬN DỤNG ƯU ĐÃI TRONG HIỆP ĐỊNH AANZFTA CỦA THÁI LAN, MA-LAI-XI-A, XIN-GA-PO VÀ IN-ĐÔ-NÊ-XI-A

##### 1.1. Thực trạng xuất khẩu hàng hóa của Thái Lan, Ma-lai-xi-a và Xin-ga-po sang Úc và Niu Di Lân

###### *1.1.1. Thực trạng xuất khẩu hàng hóa của Thái Lan sang Úc và Niu Di Lân giai đoạn 2005-2014*

Thái Lan là một trong số các quốc gia ASEAN thực hiện chiến lược hướng về xuất khẩu và có chính sách FTA. Tính đến năm 2013, Thái Lan đã tham gia 16 FTA (7 song phương và 9 đa phương) [36]. Mục tiêu của Thái Lan tham gia các FTA là để đẩy mạnh hoạt động đầu tư, thương mại, đặc biệt là xuất khẩu hàng hóa.

Thái Lan đã ký hiệp định thương mại tự do với Úc (Thailand - Australia Free Trade Agreement - TAFTA) vào tháng 11/2004 và có giá trị hiệu lực kể từ ngày 01/01/2005 [54]. Đến năm 2009, Thái Lan tham gia AANZFTA cùng các nước ASEAN. Như vậy, Thái Lan đã tham gia vào hai hiệp định thương mại tự do với Úc. Úc là một trong những đối tác thương mại lớn của nước này. Năm 2014, Úc là thị trường xuất khẩu lớn thứ 8 của Thái Lan. Thị trường Úc chiếm tỷ trọng 4,09% tổng kim ngạch xuất khẩu hàng hóa của Thái Lan.

Thái Lan ký hiệp định đối tác kinh tế với Niu Di Lân (Thailand - New Zealand Closer Economic Partnership Agreement - TNEPA) vào ngày 01/01/2005 và có giá trị hiệu lực kể từ ngày 01/7/2005, đến ngày 31/12/2010 hoàn thành việc cắt giảm thuế quan [56]. Thái Lan đã tham gia vào một hiệp định đối tác kinh tế song phương và một hiệp định thương mại tự do đa phương với Niu Di Lân (TNEPA và AANZFTA). Năm 2014, Niu Di Lân là thị trường xuất khẩu lớn thứ 30 của Thái Lan, chiếm tỷ trọng 0,54% tổng kim ngạch xuất khẩu hàng hóa của Thái Lan.

Kim ngạch xuất khẩu hàng hóa của Thái Lan sang Úc và Niu Di Lân giai đoạn 2005-2014 tăng giảm thất thường. Tốc độ tăng trưởng kim ngạch xuất khẩu bình quân 14,21%/năm (xem Bảng 2.1).

**Bảng 2.1: Kim ngạch xuất khẩu hàng hóa của Thái Lan sang Úc và Niu Di Lân giai đoạn 2005 - 2014**

*Đơn vị: 1.000 USD; %*

Năm	XKHH của Thái Lan sang Úc và Niu Di Lân	KNXK hàng hóa của Thái	Tỷ trọng (1) trong	KNNK hàng hóa của Úc	Tỷ trọng (1) trong
-----	---	------------------------	--------------------	----------------------	--------------------

	<b>Kim ngạch (1)</b>	<b>Tăng trưởng (%)</b>	<b>Lan (2)</b>	<b>(2)</b>	<b>và Niu Di Lân (3)</b>	<b>(3)</b>
2004	2790773	-	96247901	2,90	126951751	2,20
2005	3680111	31,87	110110034	3,34	145153953	2,54
2006	4899143	33,12	130580046	3,75	159075106	3,08
2007	6365992	29,94	153571126	4,15	186547206	3,41
2008	8642535	35,76	175907915	4,91	225951243	3,82
2009	9120856	5,53	152497203	5,98	184506995	4,94
2010	10169407	11,50	195311520	5,21	218898508	4,65
2011	8851858	-12,96	228823973	3,87	270317080	3,27
2012	10789708	21,89	229544513	4,70	288707525	3,74
2013	11509889	6,67	228527440	5,04	272100453	4,23
2014	10536020	-8,46	227572764	4,63	270875356	3,89
2005-2014	84565519	14,21	1832446534	4,61	2222133425	3,81
2005-2009	32708637	26,72	722666324	4,53	901234503	3,63
2010-2014	51856882	2,93	1109780210	4,67	1320898922	3,93

*Nguồn: Số liệu của ITC, Trademap download ngày 9/7/2015 và tính toán của nhóm tác giả.*

Kim ngạch xuất khẩu hàng hóa sang Úc và Niu Di Lân giai đoạn 2005-2014 chiếm tỷ trọng 4,61% tổng kim ngạch xuất khẩu của Thái Lan và 3,81% tổng kim ngạch nhập khẩu hàng hóa của hai nước. Năm 2014, kim ngạch xuất khẩu hàng hóa của Thái Lan sang Úc đạt 9.9298.849 nghìn USD, chiếm 4,09% tổng kim ngạch nhập khẩu hàng hóa của Úc và là thị trường nhập khẩu lớn thứ sáu của nước này (xem Phụ lục 1). Kim ngạch xuất khẩu hàng hóa của Thái Lan sang Niu Di Lân năm 2014 đạt 1.237.171 nghìn USD, chiếm 2,86% tổng kim ngạch nhập khẩu hàng hóa của Niu Di Lân và là thị trường nhập khẩu lớn thứ chín của nước này (xem Phụ lục 2).

Thuế quan của Úc và Niu Di Lân giảm đáng kể đối với hàng xuất khẩu từ Thái Lan theo ba hiệp định TAFTA, TNEPA và AANZFTA. Tuy nhiên, tốc độ tăng trưởng kim ngạch xuất khẩu hàng hóa của Thái Lan sang Úc và Niu Di Lân giai đoạn 2010-2014 chỉ đạt 2,93%/năm thấp hơn nhiều so với giai đoạn 2005-2009 (26,72%/năm). Nguyên nhân chủ yếu là do: (i) Thảm họa lũ lụt tại Thái Lan từ tháng 7 đến tháng 11 năm 2011 đã kéo theo sự sụt giảm mạnh của kinh tế Thái Lan nói chung, xuất khẩu hàng hóa nói riêng. Thái Lan chịu ảnh hưởng của lũ lụt trên diện rộng, bị gián đoạn sản xuất trong các ngành máy tính, điện tử, thiết bị điện, ô tô, làm xuất khẩu các sản phẩm công nghiệp giảm đáng kể; (ii) Khủng hoảng chính trị kéo dài tại Thái Lan cũng làm ảnh hưởng không nhỏ tới phát triển kinh tế nói chung, phát triển thương mại nói riêng của nước này; (iii) Nhập khẩu hàng hóa của Úc năm 2013 giảm 7,18% so với năm 2012, năm 2014 giảm 2,12% so với năm 2013.

Các mặt hàng xuất khẩu chủ yếu của Thái Lan sang Úc và Niu Di Lân giai đoạn 2005-2014: Phương tiện giao thông; máy móc, lò hơi; ngọc trai, đá quý, kim loại, tiền xu; nhựa và các sản phẩm nhựa; sản phẩm từ sắt và thép; v.v... .

Mặt hàng chiếm tỷ trọng lớn nhất trong tổng kim ngạch xuất khẩu hàng hóa của Thái Lan sang Úc và Niu Di Lân là phương tiện giao thông 36,04%, tiếp đến là máy móc lò hơi 11,86%, ngọc trai đá quý 9,63%, nhựa và các sản phẩm nhựa 6,08%, sản phẩm từ sắt và thép 5,64%... . Mười mặt hàng xuất khẩu chủ yếu chiếm tỷ trọng 88,80% tổng kim ngạch xuất khẩu hàng hóa của Thái Lan sang hai thị trường này giai đoạn 2005-2014, các mặt hàng khác chỉ chiếm 16,61% (xem Phụ lục 3).

Trong số các mặt hàng xuất khẩu chủ yếu, mặt hàng có tốc độ tăng trưởng bình quân cao nhất là sản phẩm từ sắt và thép 18,67%/năm, tiếp đến là phương tiện giao thông 16,50%/năm, nhựa và các sản phẩm nhựa 17,68%/năm, v.v... (xem Phụ lục 3).

### **1.1.2. Thực trạng xuất khẩu hàng hóa của Ma-lai-xi-a sang Úc và Niu Di Lân giai đoạn 2005-2014**

Ma-lai-xi-a đã tham gia Hiệp định AANZFTA vào ngày 27/2/2009 cùng các nước ASEAN, đến ngày 30/3/2012 ký hiệp định thương mại tự do với Úc (Malaysia - Australia Free Trade Agreement - MAFTA). MAFTA có giá trị hiệu lực kể từ ngày 01/01/2013 [41]. Như vậy, Ma-lai-xi-a đã tham gia vào hai hiệp định thương mại tự do với Úc. Úc là một trong những đối tác thương mại lớn của Ma-lai-xi-a. Năm 2014, Úc là thị trường xuất khẩu lớn thứ 7 của Ma-lai-xi-a. Thị trường Úc chiếm tỷ trọng 4,31% tổng kim ngạch xuất khẩu hàng hóa của Ma-lai-xi-a.

Ma-lai-xi-a đã ký hiệp định thương mại tự do với Niu Di Lân (Malaysia - New Zealand Free Trade Agreement - MNFTA) vào ngày 26/10/2009. MNFTA có giá trị hiệu lực kể từ ngày 01/8/2010 [58]. Ma-lai-xi-a đã tham gia vào hai hiệp định thương mại tự do với Niu Di Lân (AANZFTA và MNFTA). Niu Di Lân là thị trường xuất khẩu lớn thứ 21 của Ma-lai-xi-a năm 2014. Thị trường Niu Di Lân chiếm tỷ trọng 0,69% tổng kim ngạch xuất khẩu hàng hóa của Ma-lai-xi-a.

Kim ngạch xuất khẩu hàng hóa của Ma-lai-xi-a sang Úc và Niu Di Lân giai đoạn 2005-2014 có xu hướng gia tăng, chỉ trừ năm 2009 giảm 25,63%. Tốc độ tăng trưởng kim ngạch xuất khẩu bình quân 9,77%/năm (xem Bảng 2.2).

**Bảng 2.2: Kim ngạch xuất khẩu hàng hóa của Ma-lai-xi-a sang Úc và Niu Di Lân giai đoạn 2005-2014**

Đơn vị: 1.000 USD; %

Năm	XKHH của Ma-lai-xi-a sang Úc và Niu Di Lân		KNXK hàng hóa của Ma-lai-xi-a (2)	Tỷ trọng (1) trong (2)	KNNK hàng hóa của Úc và Niu Di Lân (3)	Tỷ trọng (1) trong (3)
	Kim ngạch (1)	Tăng trưởng (%)				
2004	4604231	-	126639701	3,64	126951751	3,63
2005	5327544	15,71	141624046	3,76	145153953	3,67
2006	5234128	-1,75	160669231	3,26	159075106	3,29
2007	6674335	27,52	175961863	3,79	186547206	3,58
2008	8366375	25,35	198702475	4,21	225951243	3,70
2009	6222387	-25,63	157194832	3,96	184506995	3,37

2010	8397924	34,96	198790691	4,22	218898508	3,84
2011	9187171	9,40	226992682	4,05	270317080	3,40
2012	10587873	15,25	227449500	4,66	288707525	3,67
2013	10649705	0,58	228316107	4,66	272100453	3,91
2014	11699211	9,85	234258834	4,99	270875356	4,32
2005-2014	82346653	9,77	1949960261	4,22	2222133425	3,71
2005-2009	31824769	6,21	834152447	3,82	901234503	3,53
2010-2014	50521884	13,46	1115807814	4,53	1320898922	3,82

Nguồn: Số liệu của ITC, Trademap download ngày 9/7/2015 và tính toán của nhóm tác giả.

Qua số liệu ở Bảng 2.2 ta nhận thấy, kim ngạch xuất khẩu hàng hóa sang Úc và Niu Di Lân giai đoạn 2005-2014 chiếm tỷ trọng 4,22% tổng kim ngạch xuất khẩu của Ma-lai-xi-a và 3,71% tổng kim ngạch nhập khẩu của hai nước. Năm 2014, kim ngạch xuất khẩu hàng hóa của Ma-lai-xi-a sang Úc đạt 10.094.510 nghìn USD, chiếm 4,44% tổng kim ngạch nhập khẩu hàng hóa của Úc và là thị trường nhập khẩu lớn thứ bảy của nước này (xem Phụ lục 1). Kim ngạch xuất khẩu hàng hóa của Ma-lai-xi-a sang Niu Di Lân năm 2014 đạt 1.604.701 nghìn USD, chiếm 3,70% tổng kim ngạch nhập khẩu hàng hóa của Niu Di Lân và là thị trường nhập khẩu lớn thứ sáu của nước này (xem Phụ lục 2).

Các mặt hàng xuất khẩu chủ yếu của Ma-lai-xi-a sang Úc và Niu Di Lân giai đoạn 2005-2014: Nhiên liệu khoáng sản, dầu, sản phẩm chung cất; thiết bị điện, điện tử; máy móc, lò hơi; sản phẩm từ sắt và thép; sản phẩm từ động vật, thực vật và dầu ăn; nhựa và các sản phẩm nhựa; v.v... (xem Phụ lục 4).

Mười mặt hàng xuất khẩu chủ yếu chiếm tỷ trọng 83,84% tổng kim ngạch xuất khẩu hàng hóa của Ma-lai-xi-a sang Úc và Niu Di Lân giai đoạn 2005-2014, các mặt hàng khác chỉ chiếm 16,16%. Trong số các mặt hàng xuất khẩu chủ yếu, nhiên liệu khoáng sản chiếm tỷ trọng lớn nhất trong tổng kim ngạch xuất khẩu hàng hóa 41,77%, tiếp đến là máy móc lò hơi 12,98%, thiết bị điện-điện tử 11,97%... . Mặt hàng có tốc độ tăng trưởng bình quân cao nhất là ngọc trai đá quý 30,81%/năm, sản phẩm từ sắt và thép 25,96%/năm, tiếp đến là nhiên liệu khoáng sản và dầu tăng 13,77%/năm, v.v... (xem Phụ lục 4).

### ***1.1.3. Thực trạng xuất khẩu hàng hóa của Xin-ga-po sang Úc và Niu Di Lân giai đoạn 2005-2014***

Xin-ga-po ký hiệp định thương mại tự do với Úc (Singapore - Australia Free Trade Agreement - SAFTA) vào ngày 17/02/2003 và có giá trị hiệu lực kể từ ngày 28/7/2003 [59]. Đến năm 2009, Xin-ga-po tham gia AANZFTA cùng các nước ASEAN. Tính đến thời điểm này, Xin-ga-po đã tham gia vào hai hiệp định thương mại tự do với Úc. Úc là thị trường xuất khẩu lớn thứ 9 của Xin-ga-po năm 2014. Thị trường Úc chiếm tỷ trọng 3,78% tổng kim ngạch xuất khẩu hàng hóa của nước này.

Xin-ga-po đã ký Hiệp định đối tác kinh tế với Niu Di Lân (Singapore - New Zealand Closer Economic Partnership Agreement - SNEPA) vào ngày 18/8/2000 và

có giá trị hiệu lực vào năm 2001 [47]. Xin-ga-po đã tham gia vào một hiệp định đối tác kinh tế song phương và một hiệp định thương mại tự do đa phương với Niu Di Lân (SNEPA và AANZFTA). Niu Di Lân là thị trường xuất khẩu lớn thứ 29 của Xin-ga-po năm 2014. Thị trường Niu Di Lân chiếm tỷ trọng 0,54% tổng kim ngạch xuất khẩu hàng hóa của Xin-ga-po.

Kim ngạch xuất khẩu hàng hóa của Xin-ga-po sang Úc và Niu Di Lân tăng giảm thất thường trong giai đoạn 2005-2014. Tốc độ tăng trưởng kim ngạch xuất khẩu bình quân 8,91%/năm (xem Bảng 2.3).

**Bảng 2.3: Kim ngạch xuất khẩu hàng hóa của Xin-ga-po sang Úc và Niu Di Lân giai đoạn 2005-2014**

Đơn vị: 1.000 USD; %

Năm	XKHH của Xin-ga-po sang Úc và Niu Di Lân		KNXK hàng hóa của Xin-ga-po (2)	Tỷ trọng (1) trong (2)	KNNK hàng hóa của Úc và Niu Di Lân (3)	Tỷ trọng (1) trong (3)
	Kim ngạch (1)	Tăng trưởng (%)				
2004	7555999	-	198632635	3,80	126951751	5,95
2005	9594647	26,98	229652339	4,18	145153953	6,61
2006	11587402	20,77	271809169	4,26	159075106	7,28
2007	12736830	9,92	299297446	4,26	186547206	6,83
2008	15788030	23,96	338175938	4,67	225951243	6,99
2009	11929225	-24,44	269832461	4,42	184506995	6,47
2010	14280037	19,71	351867167	4,06	218898508	6,52
2011	18153385	27,12	409503631	4,43	270317080	6,72
2012	19148294	5,48	408393020	4,69	288707525	6,63
2013	17622437	-7,97	410249671	4,30	272100453	6,48
2014	17741274	0,67	40914078	4,33	270875356	6,55
2005-2014	148581561	8,91	3398694920	4,37	2222133425	6,69
2005-2009	61636134	9,56	1408767353	4,38	901234503	6,84
2010-2014	86945427	8,26	1989927567	4,37	1320898922	6,58

Nguồn: Số liệu của ITC, Trademap download ngày 9/7/2015 và tính toán của nhóm tác giả.

Kim ngạch xuất khẩu hàng hóa của Xin-ga-po sang Úc và Niu Di Lân giai đoạn 2005-2014 chiếm tỷ trọng 4,37% tổng kim ngạch xuất khẩu của Xin-ga-po và 6,69% tổng kim ngạch nhập khẩu hàng hóa của hai nước. Năm 2014, kim ngạch xuất khẩu hàng hóa của Xin-ga-po sang Úc đạt 15.507.977 nghìn USD, chiếm 6,82% tổng kim ngạch nhập khẩu hàng hóa của Úc và là thị trường nhập khẩu lớn thứ 4 của Úc (xem Phụ lục 1). Kim ngạch xuất khẩu hàng hóa của Xin-ga-po sang Niu Di Lân năm 2014 đạt 2.233.297 nghìn USD, chiếm 5,15% tổng kim ngạch nhập khẩu hàng hóa của Niu Di Lân và là thị trường nhập khẩu lớn thứ 8 của nước này (xem Phụ lục 2).

Các mặt hàng xuất khẩu chủ yếu của Xin-ga-po sang Úc và Niu Di Lân giai đoạn 2005-2014: Nhiên liệu khoáng sản, dầu và sản phẩm chưng cất; máy móc, lò hơi; thiết bị điện, điện tử; tinh dầu nước hoa, đồ trang điểm; máy móc y học, quang học; phương tiện giao thông; v.v... (xem Phụ lục 5).

Mười mặt hàng xuất khẩu chủ yếu chiếm tỷ trọng 82,28% tổng kim ngạch xuất khẩu hàng hóa của Xin-ga-po sang Úc và Niu Di Lân giai đoạn 2005-2014, các mặt hàng khác chỉ chiếm 17,72%. Mặt hàng chiếm tỷ trọng lớn nhất trong tổng kim ngạch xuất khẩu hàng hóa của Xin-ga-po sang hai thị trường này là nhiên liệu khoáng sản 48,62%, tiếp đến là máy móc lò hơi 14,73%, thiết bị điện-điện tử 7,73%, v.v... .

Trong số các mặt hàng xuất khẩu chủ yếu, mặt hàng có tốc độ tăng trưởng bình quân cao nhất là sản phẩm chế biến hỗn hợp 45,59%/năm, tiếp đến là sách báo tranh ảnh 16,34%/năm, máy móc y học quang học 15,10%/năm, v.v... (xem Phụ lục 5).

#### **1.1.4. Thực trạng xuất khẩu hàng hóa của In-đô-nê-xi-a sang Úc và Niu Di Lân giai đoạn 2005-2014**

Năm 2009, In-đô-nê-xi-a tham gia AANZFTA cùng các nước ASEAN. Tháng 9/2012, In-đô-nê-xi-a và Úc bắt đầu khởi động đàm phán Hiệp định đối tác kinh tế (Indonesia – Australia Comprehensive Economics Partnership Agreement). Đến thời điểm này, Hiệp định đối tác kinh tế Indonesia- Australia chưa được ký kết. Úc là thị trường xuất khẩu lớn thứ 10 của In-đô-nê-xi-a năm 2014. Thị trường Úc chiếm tỷ trọng 2,86% tổng kim ngạch xuất khẩu hàng hóa của nước này.

In-đô-nê-xi-a tham gia AANZFTA cùng với các nước ASEAN vào năm 2009. Tuy nhiên, AANZFTA có giá trị hiệu lực đối với In-đô-nê-xi-a vào ngày 10/01/2012 (In-đô-nê-xi-a là nước thực thi Hiệp định sau cùng). Niu Di Lân là thị trường xuất khẩu lớn thứ 34 của In-đô-nê-xi-a năm 2014. Thị trường Niu Di Lân chiếm tỷ trọng 0,28% tổng kim ngạch xuất khẩu hàng hóa của In-đô-nê-xi-a.

Kim ngạch xuất khẩu hàng hóa của In-đô-nê-xi-a sang Úc và Niu Di Lân tăng giảm thất thường trong giai đoạn 2005-2014. Tốc độ tăng trưởng kim ngạch xuất khẩu bình quân 10,28%/năm (xem Bảng 2.4).

**Bảng 2.4: Kim ngạch xuất khẩu hàng hóa của In-đô-nê-xi-a sang Úc và Niu Di Lân giai đoạn 2005-2014**

Đơn vị: 1.000 USD; %

Năm	XKHH của In-đô-nê-xi-a sang Úc và Niu Di Lân		KNXK hàng hóa của In-đô-nê-xi-a (2)	Tỷ trọng (1) trong (2)	KNNK hàng hóa của Úc và Niu Di Lân (3)	Tỷ trọng (1) trong (3)
	Kim ngạch (1)	Tăng trưởng (%)				
2004	2074530	-	71582468	2,90	126951751	1,63
2005	2502870	20,65	85659948	2,92	145153953	1,72
2006	3091320	23,51	100798616	3,07	159075106	1,94
2007	3756769	21,53	114100873	3,29	186547206	2,01
2008	4653243	23,86	137020424	3,40	225951243	2,06
2009	3613686	-22,34	116509992	3,10	184506995	1,96
2010	4640644	28,42	157779103	2,94	218898508	2,12
2011	5954238	28,31	203496619	2,93	270317080	2,20
2012	5346423	-10,21	190031839	2,81	288707525	1,85

2013	4839995	-9,47	182551754	2,65	272100453	1,78
2014	5519960	14,05	176292460	3,13	270875356	2,04
2005-2014	43919148	10,28	1464241628	3,00	2222133425	1,98
2005-2009	17617888	11,74	554089853	3,18	901234503	1,95
2010-2014	26301260	8,84	910151775	2,89	1320898922	1,99

*Nguồn: Số liệu của ITC, Trademap download ngày 9/7/2015 và tính toán của nhóm tác giả.*

Kim ngạch xuất khẩu hàng hóa của In-đô-nê-xi-a sang Úc và Niu Di Lân giai đoạn 2005-2014 chiếm tỷ trọng 3,00% tổng kim ngạch xuất khẩu của In-đô-nê-xi-a và 1,98% tổng kim ngạch nhập khẩu hàng hóa của hai nước. Năm 2014, kim ngạch xuất khẩu hàng hóa của In-đô-nê-xi-a sang Úc đạt 5.033.183 nghìn USD, chiếm 2,04% tổng kim ngạch nhập khẩu hàng hóa của Úc và là thị trường nhập khẩu lớn thứ 10 của Úc (xem Phụ lục 1). Kim ngạch xuất khẩu hàng hóa của In-đô-nê-xi-a sang Niu Di Lân năm 2014 đạt 486.777 nghìn USD, chiếm 1,12% tổng kim ngạch nhập khẩu hàng hóa của Niu Di Lân và là thị trường nhập khẩu lớn thứ 14 của nước này (xem Phụ lục 2).

Các mặt hàng xuất khẩu chủ yếu của In-đô-nê-xi-a sang Úc và Niu Di Lân giai đoạn 2005-2014: Nhiên liệu khoáng sản, dầu và sản phẩm chưng cất; thiết bị điện, điện tử; sản phẩm từ sắt và thép; máy móc, lò hơi; v.v... (xem Phụ lục 6).

Mười mặt hàng xuất khẩu chủ yếu chiếm tỷ trọng 69,29% tổng kim ngạch xuất khẩu hàng hóa của In-đô-nê-xi-a sang Úc và Niu Di Lân giai đoạn 2005-2014, các mặt hàng khác chiếm 30,71%. Mặt hàng chiếm tỷ trọng lớn nhất trong tổng kim ngạch xuất khẩu hàng hóa của In-đô-nê-xi-a sang hai thị trường này là nhiên liệu khoáng sản 38,94%, tiếp đến là thiết bị điện-điện tử 5,72%, sản phẩm từ sắt và thép 5,28%, máy móc lò hơi 5,25%, v.v... .

Trong số các mặt hàng xuất khẩu chủ yếu, mặt hàng có tốc độ tăng trưởng bình quân cao nhất là đồng và các sản phẩm của đồng 74,41%/năm, tiếp đến là sản phẩm từ sắt và thép 50,14%/năm, phân bón 30,05%/năm, v.v... (xem Phụ lục 6).

## **1.2. Thực trạng tận dụng ưu đãi của Thái Lan, Ma-lai-xi-a, Xin-ga-po và In-đô-nê-xi-a trong Hiệp định AANZFTA để đẩy mạnh xuất khẩu hàng hóa sang Úc và Niu Di Lân**

Thái Lan, Ma-lai-xi-a, Xin-ga-po và In-đô-nê-xi-a đã sử dụng tối đa những điều kiện và quyền lợi mà Úc và Niu Di Lân dành cho các nước ASEAN trong quá trình thực thi Hiệp định AANZFTA. Vì thế mà các chuyên gia kinh tế tại Viện Nghiên cứu Kinh tế ASEAN và Đông Á cho rằng “Thái Lan, Ma-lai-xi-a, Xin-ga-po và In-đô-nê-xi-a đã tận dụng hiệu quả những ưu đãi trong AANZFTA để đẩy mạnh xuất khẩu hàng hóa sang Úc và Niu Di Lân” [32, 43, 73].

### **1.2.1. Thực trạng tận dụng ưu đãi của Thái Lan trong Hiệp định AANZFTA để đẩy mạnh xuất khẩu hàng hóa sang Úc và Niu Di Lân**



Thái Lan đã xây dựng và thực thi một chính sách về FTA từ đầu thập kỷ 90. FTA đầu tiên mà Thái Lan tham gia là Hiệp định thành lập khu vực thương mại tự do ASEAN vào năm 1992 [28]. Chính vì vậy nước này rất có kinh nghiệm trong việc tận dụng ưu đãi từ các FTA để đẩy mạnh xuất khẩu hàng hóa. Thái Lan đã tận dụng hiệu quả những ưu đãi từ AANZFTA để đẩy mạnh xuất khẩu hàng hóa sang Úc và Niu Di Lân. Họ đã tận dụng những ưu đãi phi thuế quan theo AANZFTA để thu hút đầu tư của Úc và Niu Di Lân vào ngành công nghiệp chế biến, nâng cao năng lực SPS, TBT để tận dụng tốt ưu đãi thuế quan trong Hiệp định. Mức tận dụng ưu đãi của Thái Lan từ Hiệp định trong tổng kim ngạch xuất khẩu hàng hóa sang thị trường Úc và Niu Di Lân bình quân giai đoạn 2010-2014 là 33,84%/năm.

Trước khi xuất khẩu sang Úc và Niu Di Lân, doanh nghiệp Thái Lan so sánh lộ trình giảm thuế của hai nước theo AANZFTA, TAFTA và TNEPA để lựa chọn mặt hàng của mình xuất khẩu sang hai thị trường tận dụng ưu đãi từ hiệp định nào sẽ có lợi hơn. Với sẵn kinh nghiệm tận dụng ưu đãi từ TAFTA và TNEPA nên khi AANZFTA có giá trị hiệu lực, các doanh nghiệp đã tận dụng hiệu quả những ưu đãi từ Hiệp định để đẩy mạnh xuất khẩu hàng hóa sang Úc và Niu Di Lân. Kim ngạch xuất khẩu sang thị trường Úc và Niu Di Lân tận dụng ưu đãi từ AANZFTA gia tăng hàng năm bất chấp kim ngạch xuất khẩu của Thái Lan sang hai thị trường này sụt giảm vào năm 2011. Cụ thể, kim ngạch xuất khẩu hàng hóa của Thái Lan sang Úc và Niu Di Lân tận dụng ưu đãi từ Hiệp định tăng từ 2.445.994 nghìn USD năm 2010, lên 4.049.200 nghìn USD năm 2014 (xem Bảng 2.5).

**Bảng 2.5: Mức độ tận dụng ưu đãi của Thái Lan trong Hiệp định AANZFTA để đẩy mạnh xuất khẩu hàng hóa sang Úc và Niu Di Lân giai đoạn 2010-2014**

Đơn vị: 1.000 USD

	2010	2011	2012	2013	2014	2010-2014
Tổng KNXK hàng hóa của Thái Lan (1)	195311520	228823973	229544513	228527440	227572764	1109780210
KNXK hàng hóa của Thái Lan sang Úc và Niu Di Lân (2)	10169407	8851858	10789708	11509889	10536020	51856882
KNXK hàng hóa của Thái Lan sang Úc và Niu Di Lân tận dụng ưu đãi từ AANZFTA (3)	2445994	2931579	3788628	4332724	4049200	17548125
Tăng trưởng (3) (%)		19,85	29,24	14,36	-6,54	13,43
Tỷ trọng (3) trong (1) (%)	1,25	1,28	1,65	1,90	1,78	1,58
Tỷ trọng (3) trong (2) (%)	24,05	33,12	35,11	37,64	38,43	33,84

Nguồn: Số liệu của Tổng cục Thống kê Thái Lan (National Statistical Office (NSO) -Website: www.nso.gov.th/) và phân tích của nhóm tác giả.

Số liệu ở Bảng 2.5 cho thấy, tỷ trọng của kim ngạch xuất khẩu hàng hóa sang Úc và Niu Di Lân tận dụng ưu đãi từ AANZFTA trong tổng kim ngạch xuất khẩu hàng hóa của Thái Lan sang hai thị trường ngày càng gia tăng, từ mức 24,05% năm 2010 tăng lên 35,11% năm 2012 và 38,43% năm 2014. Thái Lan đã tận dụng hiệu

quả những ưu đãi từ Hiệp định để đẩy mạnh xuất khẩu hàng hóa sang hai thị trường này trong bối cảnh nhu cầu nhập khẩu của Úc và Niu Di Lân sụt giảm do ảnh hưởng của suy thoái kinh tế toàn cầu và thảm họa lũ lụt tại Thái Lan tác động tới sản xuất và xuất khẩu hàng hóa.

Mức tận dụng ưu đãi của Thái Lan từ Hiệp định AANZFTA để đẩy mạnh xuất khẩu sang Úc và Niu Di Lân giai đoạn 2010-2014 là 33,84%. Tuy nhiên mức này vẫn còn thấp khi so sánh với mức tận dụng ưu đãi từ TAFTA (37,96% KNXK sang Úc) và TNEPA (36,74% KNXK sang Niu Di Lân). Do hai hiệp định này thực hiện trước, thuế nhập khẩu của Úc và Niu Di Lân giảm mạnh.

Các mặt hàng xuất khẩu sang Úc mà Thái Lan tận dụng được ưu đãi trong Hiệp định AANZFTA là ô tô và phụ kiện ô tô (HS87), máy điều hòa và các bộ phận từ máy điều hòa (HS84), máy giặt (HS84), nhựa và các sản phẩm từ nhựa (HS39), nhiên liệu khoáng sản (HS27) [49, tr.11; 53].

Các mặt hàng xuất khẩu sang Niu Di Lân mà Thái Lan tận dụng được ưu đãi từ AANZFTA gồm: Ô tô và phụ kiện của ô tô (HS87), máy điều hòa và các bộ phận từ máy điều hòa (HS84), máy giặt (HS84), hàng may mặc (HS61), cao su và các sản phẩm từ cao su (HS40), nhựa và các sản phẩm từ nhựa (HS39) [49, tr.11; 55].

### ***1.2.2. Thực trạng tận dụng ưu đãi của Ma-lai-xi-a trong Hiệp định AANZFTA để đẩy mạnh xuất khẩu hàng hóa sang Úc và Niu Di Lân***

Ma-lai-xi-a là một nước NICs thế hệ thứ hai. Mặc dù có đường lối phát triển kinh tế tương đối gần với các nước NICs thế hệ thứ nhất, nhưng Ma-lai-xi-a thực hiện công nghiệp hóa hướng về xuất khẩu tương đối muộn. Do đó mà sự phát triển của nền kinh tế Ma-lai-xi-a chỉ thực sự trở nên nổi bật từ sau năm 1980. Điều đáng nói là sự thành công của Ma-lai-xi-a không bắt nguồn từ những điều kiện bên ngoài thuận lợi, mà do những tác động tích cực của chính sách kinh tế đối ngoại. Cụ thể là chính sách thương mại và đầu tư quốc tế đã có những đóng góp to lớn vào sự phát triển nhanh chóng của nền kinh tế nước này.

Chính sách thương mại của Ma-lai-xi-a theo hướng tạo ra sự tự do hóa thương mại lớn hơn và môi trường thương mại toàn cầu công bằng. Trong khi Ma-lai-xi-a tiếp tục theo đuổi tự do hóa thương mại dựa trên ưu tiên cao hơn đối với quy tắc của hệ thống thương mại đa phương theo Tổ chức Thương mại Thế giới (WTO), Ma-lai-xi-a cũng theo đuổi các hiệp định thương mại tự do song phương và đa phương (vùng) để hỗ trợ cho những tiếp cận đa phương về tự do hóa thương mại. Cuối những năm 90, Ma-lai-xi-a bắt đầu đàm phán FTA. Từ năm 2002 đến nay, Ma-lai-xi-a đã tham gia 11 FTA (6 FTA song phương và 5 FTA đa phương) và đang đàm phán 5 FTA [41].

Mở rộng quan hệ thương mại với nhiều quốc gia trên thế giới. Đến năm 2014, Ma-lai-xi-a đã ký hiệp định thương mại với 85 quốc gia. Thị trường của Ma-lai-xi-a

ngày càng được mở rộng nhờ vào sự tìm kiếm của các tổ chức xúc tiến thương mại. Các đối tác thương mại hàng đầu của Ma-lai-xi-a hiện nay đều là những thị trường lớn và phát triển như Mỹ, Nhật, Xin-ga-po, Trung Quốc, Hàn Quốc, Úc... . Với các đối tác thương mại lớn, Ma-lai-xi-a hầu như đã ký FTA hoặc đang đàm phán để đi tới ký kết. Tuy tham gia vào FTA chậm hơn so với Xin-ga-po và Thái Lan, nhưng Ma-lai-xi-a là một trong những nước ASEAN được đánh giá là tận dụng tốt những ưu đãi từ các FTA do có lợi thế về ngành công nghiệp phụ trợ phát triển và có chính sách phù hợp.

Hiệp định AANZFTA ký kết và thực thi được gần 5 năm, Ma-lai-xi-a đã tận dụng khá hiệu quả những ưu đãi từ Hiệp định để đẩy mạnh xuất khẩu hàng hóa sang Úc và Niu Di Lân (xem Bảng 1.9). Ma-lai-xi-a đã tận dụng ưu đãi trong các lĩnh vực đầu tư, sở hữu trí tuệ, xuất xứ hàng hóa, SPS, TBT để nâng cao chất lượng, sức cạnh tranh của hàng xuất khẩu và đáp ứng tiêu chí xuất xứ trong AANZFTA nhằm tận dụng tốt ưu đãi trong lĩnh vực thương mại hàng hóa theo Hiệp định. Mức tận dụng ưu đãi của Ma-lai-xi-a từ Hiệp định AANZFTA trong tổng kim ngạch xuất khẩu hàng hóa sang thị trường Úc và Niu Di Lân bình quân giai đoạn 2010-2014 là 32,43%/năm.

Những ưu đãi về thuế và phi thuế mà Úc và Niu Di Lân dành cho hàng xuất khẩu của Ma-lai-xi-a theo AANZFTA là khá cao [54; 56]. Khi AANZFTA có giá trị hiệu lực, các doanh nghiệp Ma-lai-xi-a đã tận dụng hiệu quả những ưu đãi trong Hiệp định. Kim ngạch xuất khẩu của Ma-lai-xi-a sang Úc và Niu Di Lân tận dụng ưu đãi từ Hiệp định gia tăng hàng năm bất chấp kim ngạch xuất khẩu của Ma-lai-xi-a sang thị trường này sụt giảm vào năm 2013. Cụ thể, kim ngạch xuất khẩu hàng hóa của Ma-lai-xi-a sang Úc và Niu Di Lân tận dụng ưu đãi trong Hiệp định tăng từ 1.957.673 nghìn USD năm 2010, lên 4.219.290 nghìn USD năm 2014 (xem Bảng 2.6).

**Bảng 2.6: Mức độ tận dụng ưu đãi của Ma-lai-xi-a trong Hiệp định AANZFTA để đẩy mạnh xuất khẩu hàng hóa sang Úc và Niu Di Lân giai đoạn 2010-2014**

*Đơn vị: 1.000 USD*

	2010	2011	2012	2013	2014	2010-2014
Tổng KNXK hàng hóa của Ma-lai-xi-a (1)	198790691	226992682	227449500	228515734	234258834	1116007441
KNXK hàng hóa của Ma-lai-xi-a sang Úc và Niu Di Lân (2)	8397924	9187171	10587873	10649705	11699211	50521884
KNXK hàng hóa của Ma-lai-xi-a sang Úc và Niu Di Lân tận dụng ưu đãi từ AANZFTA (3)	1957673	2921607	3501813	3784583	4219290	16384966
Tăng trưởng (3) (%)		49,24	19,86	8,07	11,49	24,57
Tỷ trọng (3) trong (1) (%)	0,98	1,29	1,54	1,66	1,80	1,47
Tỷ trọng (3) trong (2) (%)	23,31	31,80	33,07	35,54	36,06	32,43

Tỷ trọng của kim ngạch xuất khẩu hàng hóa Ma-lai-xi-a sang Úc và Niu Di Lân tận dụng ưu đãi từ Hiệp định AANZFTA trong tổng kim ngạch xuất khẩu hàng hóa của Ma-lai-xi-a sang hai thị trường này ngày càng gia tăng, từ mức 23,31% năm 2010 tăng lên 33,07% năm 2012 và 36,06% năm 2014. Ma-lai-xi-a đã tận dụng hiệu quả những ưu đãi từ Hiệp định để đẩy mạnh xuất khẩu hàng hóa sang Úc và Niu Di Lân trong bối cảnh nhu cầu nhập khẩu hàng hóa của Úc biến động thất thường.

Các mặt hàng xuất khẩu sang Úc mà Ma-lai-xi-a tận dụng được ưu đãi trong AANZFTA phải kể tới: Nhựa và các sản phẩm từ nhựa (HS39), đồ nội thất và thiết bị chiếu sáng-xây dựng (HS94), gỗ và các sản phẩm gỗ (HS44), máy điều hòa và các bộ phận từ máy điều hòa (HS84), sản phẩm từ sắt và thép (HS73), cao su và các sản phẩm cao su (HS40) [49, tr.11; 54].

Các mặt hàng xuất khẩu sang Niu Di Lân mà Ma-lai-xi-a tận dụng được ưu đãi trong Hiệp định AANZFTA gồm: Nhiên liệu khoáng sản (HS27), nhựa và sản phẩm nhựa (HS39), cao su và các sản phẩm cao su (HS40), sản phẩm từ sắt và thép (HS73) [49, tr.11; 56].

### ***1.2.3. Thực trạng tận dụng ưu đãi của Xin-ga-po trong Hiệp định AANZFTA để đẩy mạnh xuất khẩu hàng hóa sang Úc và Niu Di Lân***

Là một trong bốn con rồng của châu Á, Xin-ga-po nổi lên như một điểm sáng về phát triển kinh tế. Mặc dù là một quốc đảo nhỏ và nghèo tài nguyên nhưng với việc thực hiện thành công chính sách tự do hóa thương mại và thúc đẩy xuất khẩu, Xin-ga-po đã xây dựng được một nền thương mại năng động, hiện đại và vững mạnh, từ đó trở thành một điển hình cho nền kinh tế khu vực và thế giới.

Thực hiện chính sách tự do hóa thương mại và thúc đẩy xuất khẩu, Xin-ga-po đã gia nhập WTO vào ngày 01/01/1995 và tích cực tham gia vào các hiệp định thương mại tự do song phương và đa phương. Xin-ga-po tham gia vào FTA đầu tiên là năm 1993, đó là Hiệp định khu vực thương mại tự do ASEAN (AFTA). Tính đến nay, Xin-ga-po đã tham gia 21 FTA song phương và đa phương với 31 đối tác thương mại. Trong đó, có 10 FTA song phương và 11 FTA đa phương. Xin-ga-po cắt giảm thuế quan đúng với lộ trình đã quy định của các tổ chức mà nước này tham gia. Hiện nay, Xin-ga-po được coi là thị trường tự do nhất khu vực Đông Nam Á. Xin-ga-po còn là thị trường xuất nhập khẩu hoàn toàn tự do, 96% hàng hóa xuất nhập khẩu không có thuế (thuế suất = 0). Nhờ việc thực hiện thành công chính sách tự do hóa thương mại thông qua cắt giảm thuế quan, hoạt động thương mại quốc tế của Xin-ga-po ngày càng được mở rộng tới các quốc gia và vùng lãnh thổ trên khắp thế giới. Xin-ga-po là nước xuất khẩu lớn thứ 14 thế giới năm 2014, chiếm 2,19% tổng kim ngạch xuất khẩu hàng hóa của thế giới.

Sau khi Hiệp định AANZFTA được ký kết, các cơ quan chức năng chính phủ đã tiến hành hợp tác với Úc và Niu Di Lân công nhận lẫn nhau về tiêu chuẩn và kiểm tra để hàng hóa của Xin-ga-po thuận lợi trong việc thâm nhập thị trường hai nước. Các doanh nghiệp Xin-ga-po so sánh mức thuế giữa hiệp định AANZFTA, SAFTA và SNEPA để lựa chọn mặt hàng của mình xuất khẩu sang Úc, Niu Di Lân tận dụng ưu đãi từ hiệp định nào sẽ có lợi hơn. Chính vì vậy, khi AANZFTA có giá trị hiệu lực, các doanh nghiệp Xin-ga-po đã tận dụng rất hiệu quả những ưu đãi từ Hiệp định này. Kim ngạch xuất khẩu của Xin-ga-po sang Úc và Niu Di Lân tận dụng ưu đãi từ AANZFTA gia tăng hàng năm bất chấp kim ngạch xuất khẩu của Xin-ga-po sang hai thị trường này sụt giảm vào năm 2013. Cụ thể, kim ngạch xuất khẩu hàng hóa của Xin-ga-po sang Úc và Niu Di Lân tận dụng ưu đãi trong Hiệp định tăng từ 3.891.935 nghìn USD năm 2010 lên 6.828.837 nghìn USD năm 2013 và 6.932.211 nghìn USD năm 2014 (xem Bảng 2.7).

**Bảng 2.7: Mức độ tận dụng ưu đãi của Xin-ga-po trong Hiệp định AANZFTA để đẩy mạnh xuất khẩu hàng hóa sang Úc và Niu Di Lân giai đoạn 2010-2014**

Đơn vị: 1.000 USD

	2010	2011	2012	2013	2014	2010-2014
Tổng KNXK hàng hóa của Xin-ga-po (1)	351867167	409503631	408393020	410466111	409914078	1990144007
KNXK hàng hóa của Xin-ga-po sang Úc và Niu Di Lân (2)	14280037	18153385	19148294	17644793	17741274	86967783
KNXK hàng hóa của Xin-ga-po sang Úc và Niu Di Lân tận dụng ưu đãi từ AANZFTA (3)	3891935	6093673	6786464	6828837	6932211	30533120
Tăng trưởng (3) (%)		56,57	11,37	0,62	1,51	15,53
Tỷ trọng (3) trong (1) (%)	1,11	1,49	1,66	1,66	1,69	1,53
Tỷ trọng (3) trong (2) (%)	27,25	33,57	35,44	38,70	39,07	35,11

Nguồn: Số liệu của Tổng cục Thống kê Singapore (Department of Statistics Singapore -Website: [www.singstat.gov.sg/](http://www.singstat.gov.sg/)) và phân tích của nhóm tác giả.

Số liệu ở Bảng 2.7 cho thấy, tỷ trọng của kim ngạch xuất khẩu hàng hóa Xin-ga-po sang Úc và Niu Di Lân tận dụng ưu đãi từ Hiệp định AANZFTA trong tổng kim ngạch xuất khẩu hàng hóa của Xin-ga-po sang hai thị trường này tăng lên hàng năm, từ mức 27,25% năm 2010, 35,44% năm 2012 và lên tới 39,07% năm 2014. Xin-ga-po đã tận dụng hiệu quả những ưu đãi trong Hiệp định để đẩy mạnh xuất khẩu hàng hóa sang Úc và Niu Di Lân trong bối cảnh nhu cầu nhập khẩu của hai thị trường sụt giảm mạnh do tác động của khủng hoảng tài chính và suy thoái kinh tế toàn cầu.

Mức tận dụng ưu đãi của Xin-ga-po từ Hiệp định AANZFTA đẩy mạnh xuất khẩu sang Úc và Niu Di Lân giai đoạn 2010-2014 là 35,11%. Tuy nhiên mức này vẫn còn thấp khi so sánh với mức tận dụng ưu đãi từ SAFTA (39,24% KNXK sang

Úc) và SNEPA (38,07% KNXK sang Niu Di Lân). Do hai hiệp định này thực hiện trước, thuế nhập khẩu của Úc và Niu Di Lân giảm mạnh.

Các mặt hàng xuất khẩu sang Úc mà Xin-ga-po tận dụng được ưu đãi trong Hiệp định AANZFTA là nhiên liệu khoáng sản (HS 27), máy móc thiết bị (máy điều hòa, máy giặt,...) (HS 84), nhựa và các sản phẩm từ nhựa (HS 39), thiết bị điện tử (HS 85) [54; 61].

Các mặt hàng xuất khẩu sang Niu Di Lân mà Xin-ga-po tận dụng được ưu đãi trong AANZFTA: Nhựa và các sản phẩm từ nhựa (HS 39), thiết bị điện tử (HS 85), sản phẩm từ sắt và thép (HS 73) [56; 61].

#### **1.2.4. Thực trạng tận dụng ưu đãi của In-đô-nê-xi-a trong Hiệp định AANZFTA để đẩy mạnh xuất khẩu hàng hóa sang Úc và Niu Di Lân**

In-đô-nê-xi-a thực hiện chính sách tự do hóa thương mại, mở rộng và đẩy mạnh xuất khẩu. In-đô-nê-xi-a tích cực tham gia đàm phán, ký kết và thực thi các FTA, EPA song phương và đa phương. Tính đến năm 2014, In-đô-nê-xi-a có 8 FTA có giá trị hiệu lực, 6 FTA vùng và 2 FTA song phương. Kim ngạch thương mại hai chiều với các đối tác ký FTA chiếm 67% tổng kim ngạch xuất nhập khẩu của In-đô-nê-xi-a. Nhờ việc thực hiện thành công chính sách tự do hóa thương mại thông qua việc tích cực tham gia vào các liên kết vùng, xuất khẩu hàng hóa của In-đô-nê-xi-a ngày càng được đẩy mạnh. In-đô-nê-xi-a là nước xuất khẩu lớn thứ 28 thế giới năm 2014, chiếm 0,94% tổng kim ngạch xuất khẩu hàng hóa của thế giới.

Sau khi Hiệp định AANZFTA được ký kết, các cơ quan chức năng chính phủ đã tiến hành hợp tác với Úc và Niu Di Lân công nhận lẫn nhau về tiêu chuẩn và kiểm tra để hàng hóa của In-đô-nê-xi-a thuận lợi trong việc thâm nhập thị trường hai nước. Chính vì vậy, khi AANZFTA có giá trị hiệu lực (10/01/2012), các doanh nghiệp In-đô-nê-xi-a đã tận dụng hiệu quả những ưu đãi từ Hiệp định này. Kim ngạch xuất khẩu của In-đô-nê-xi-a sang Úc và Niu Di Lân tận dụng ưu đãi từ AANZFTA gia tăng hàng năm bất chấp kim ngạch xuất khẩu của In-đô-nê-xi-a sang hai thị trường này sụt giảm vào năm 2013. Cụ thể, kim ngạch xuất khẩu hàng hóa của In-đô-nê-xi-a sang Úc và Niu Di Lân tận dụng ưu đãi trong Hiệp định tăng từ 1.025.565 nghìn USD năm 2012 lên 1.633.923 nghìn USD năm 2014 và (xem Bảng 2.8).

**Bảng 2.8: Mức độ tận dụng ưu đãi của In-đô-nê-xi-a trong Hiệp định AANZFTA để đẩy mạnh xuất khẩu hàng hóa sang Úc và Niu Di Lân giai đoạn 2010-2014**

Đơn vị: 1.000 USD

	2010	2011	2012	2013	2014	2010-2014
Tổng KNXK hàng hóa của In-đô-nê-xi-a (1)	157779103	203496619	190031839	182551754	176292460	910151775
KNXK hàng hóa của In-đô-nê-xi-a sang Úc và Niu Di Lân (2)	4640644	5954238	5346423	4839995	5499960	26281260
KNXK hàng hóa của In-đô-nê-xi-a sang Úc và Niu Di Lân tận dụng ưu đãi từ AANZFTA (3)			1025565	1275198	1633923	3934686

Tăng trưởng (3) (%)				24,34	28,13	26,22
Tỷ trọng (3) trong (1) (%)			0,54	0,70	0,93	0,43
Tỷ trọng (3) trong (2) (%)			19,18	26,35	29,71	25,08

Nguồn: Số liệu của Tổng cục Thống kê In-đô-nê-xi-a (Budan Pusat Statistik -Website: www.bqs.go.id) và phân tích của nhóm tác giả.

Tỷ trọng của kim ngạch xuất khẩu hàng hóa In-đô-nê-xi-a sang Úc và Niu Di Lân tận dụng ưu đãi từ Hiệp định AANZFTA trong tổng kim ngạch xuất khẩu hàng hóa của In-đô-nê-xi-a sang hai thị trường này tăng lên hàng năm, từ mức 19,18% năm 2012, lên 29,71% năm 2014. In-đô-nê-xi-a đã tận dụng hiệu quả những ưu đãi trong Hiệp định để đẩy mạnh xuất khẩu hàng hóa sang Úc và Niu Di Lân trong bối cảnh nhu cầu nhập khẩu của hai thị trường sụt giảm mạnh do tác động của khủng hoảng tài chính và suy thoái kinh tế toàn cầu. Mức tận dụng ưu đãi của In-đô-nê-xi-a từ Hiệp định AANZFTA đẩy mạnh xuất khẩu sang Úc và Niu Di Lân giai đoạn 2010-2014 là 25,08%.

Các mặt hàng xuất khẩu sang Úc mà In-đô-nê-xi-a tận dụng được ưu đãi trong Hiệp định AANZFTA là nhiên liệu khoáng sản (HS 27), máy móc thiết bị (máy điều hòa, máy giặt...) (HS 84), thiết bị điện tử (HS 85) [54].

Các mặt hàng xuất khẩu sang Niu Di Lân mà In-đô-nê-xi-a tận dụng được ưu đãi trong AANZFTA: Thiết bị điện tử (HS 85), sản phẩm từ sắt và thép (HS 73) và nhựa và các sản phẩm từ nhựa (HS 39) [58].

### 1.3. Kinh nghiệm tận dụng ưu đãi của Thái Lan, Ma-lai-xi-a, Xin-ga-po và In-đô-nê-xi-a trong Hiệp định AANZFTA để đẩy mạnh xuất khẩu hàng hóa sang Úc và Niu Di Lân

Thái Lan, Ma-lai-xi-a, Xin-ga-po và In-đô-nê-xi-a là bốn nước ASEAN có chính sách về FTA, tham gia vào nhiều FTA song phương và đa phương, có kinh nghiệm tận dụng ưu đãi từ các FTA nói chung, AANZFTA nói riêng. Một số FTA đầu mà bốn nước này tham gia, họ chưa có kinh nghiệm và điều kiện để được hưởng ưu đãi còn thiếu nên hiệu quả tận dụng ưu đãi từ các FTA này thấp. Từ những thất bại đó, bốn nước ASEAN đã rút kinh nghiệm và chuẩn bị tốt những điều kiện để được hưởng ưu đãi từ FTA (Nâng cao tỷ lệ nội địa hóa để hàng xuất khẩu đáp ứng quy tắc xuất xứ; Xây dựng tiêu chuẩn cho hàng hóa, hài hòa với tiêu chuẩn quốc tế để hàng hóa đáp ứng được yêu cầu về SPS, TBT; Nâng cao năng lực cạnh tranh cho doanh nghiệp và hàng hóa thông qua các chương trình hỗ trợ của chính phủ; Thông tin rộng rãi và nhanh chóng đến các hiệp hội ngành hàng và cộng đồng doanh nghiệp nội dung FTA, những ưu đãi, lợi ích mà FTA mang lại, điều kiện để được hưởng ưu đãi; Cải cách hành chính để đơn giản hóa thủ tục hành chính, giảm chi phí, rút ngắn thời gian xin cấp C/O và thông quan hàng hóa xuất nhập khẩu...). Chính vì vậy, những FTA sau này mà bốn nước tham gia, họ đã tận dụng rất hiệu quả những ưu đãi để đẩy mạnh xuất khẩu hàng hóa sang thị trường các nước đối tác tham gia. AANZFTA là hiệp

định thương mại tự do mà ba nước ký gần đây nên họ có nhiều kinh nghiệm thành công trong tận dụng ưu đãi từ Hiệp định để đẩy mạnh xuất khẩu hàng hóa sang Úc và Niu Di Lân - hai đối tác quan trọng của các nước ASEAN.

Thái Lan, Ma-lai-xi-a, Xin-ga-po và In-đô-nê-xi-a đã tận dụng hiệu quả những ưu đãi phi thuế quan theo AANZFTA để thu hút đầu tư của Úc và Niu Di Lân vào ngành công nghiệp chế biến chế tạo, nâng cao năng lực về SPS, TBT, sở hữu trí tuệ nhằm tận dụng tốt ưu đãi thuế quan trong Hiệp định. Mức tận dụng ưu đãi của Thái Lan, Ma-lai-xi-a, Xin-ga-po và In-đô-nê-xi-a từ Hiệp định AANZFTA trong tổng kim ngạch xuất khẩu hàng hóa sang thị trường Úc và Niu Di Lân bình quân giai đoạn 2010-2014 là 33,84%/năm, 32,34%/năm, 35,11%/năm và 25,08%/năm. *Để đạt được kết quả nêu trên, bốn nước đã rất nỗ lực từ khâu chuẩn bị đàm phán, đàm phán, ký kết và thực thi Hiệp định.*

### ***Chuẩn bị đàm phán***

Các cơ quan chức năng chính phủ của Thái Lan/Ma-lai-xi-a/Xin-ga-po/In-đô-nê-xi-a tiến hành nghiên cứu tiền khả thi về Hiệp định AANZFTA, những lợi ích mà Hiệp định có thể mang lại cho hàng hóa, doanh nghiệp và nền kinh tế, những thách thức của việc thực thi Hiệp định, có tham khảo ý kiến của các hiệp hội ngành hàng và cộng đồng doanh nghiệp. Sau đó đưa ra quyết định có nên tham gia hay không. Khi đã quyết định tham gia, các cơ quan chức năng đưa ra các phương án đàm phán, có tham vấn các hiệp hội ngành hàng và cộng đồng doanh nghiệp để có những phương án đàm phán hợp lý, hiệu quả nhằm bảo vệ tối đa các quyền và lợi ích của cộng đồng doanh nghiệp nói riêng, của nền kinh tế cũng như xã hội nói chung.

### ***Đàm phán***

Các hiệp hội ngành hàng và doanh nghiệp Thái Lan/Ma-lai-xi-a/Xin-ga-po/In-đô-nê-xi-a được tham gia vào quá trình đàm phán Hiệp định AANZFTA. Mọi thông tin về tiến trình đàm phán, nội dung dự kiến của Hiệp định, những tác động tiềm tàng của Hiệp định đến hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp đều được các cơ quan chức năng thông báo cho các hiệp hội ngành hàng và doanh nghiệp thông qua việc đăng tải trên các website, các cuộc hội thảo. Qua đó, doanh nghiệp và hiệp hội chủ động hơn trong việc tiếp cận thông tin và góp ý thường xuyên cho ban đàm phán để đạt được những thỏa thuận có lợi, phù hợp nhất đối với từng ngành hàng cụ thể. Việc được tham gia ngay từ đầu quá trình đàm phán giúp cho doanh nghiệp chủ động hơn trong việc tiếp cận thông tin và có kế hoạch, chiến lược lâu dài trong hoạt động sản xuất, kinh doanh xuất khẩu [56; 57; 58]. Những phản hồi tích cực từ phía các hiệp hội ngành hàng và doanh nghiệp đối với Chính phủ trong quá trình đàm phán giúp cho Thái Lan/Ma-lai-xi-a/Xin-ga-po/In-đô-nê-xi-a có thể thu được những lợi ích tốt nhất khi tham gia Hiệp định.

### ***Sau khi ký kết AANZFTA và Hiệp định có giá trị hiệu lực***



Ngay sau khi ký kết Hiệp định AANZFTA, chính phủ phân công công việc cụ thể cho các bộ, ngành chức năng thực thi Hiệp định. Bộ Thương mại Thái Lan (Ministry of Commerce - MOC)/Bộ Thương mại Quốc tế và Công nghiệp Ma-lai-xi-a (Ministry of International Trade and Industry - MITI)/Bộ Thương mại và Công nghiệp Xin-ga-po (Ministry of Trade and Industry - MTI)/Bộ Thương mại và Công nghiệp In-đô-nê-xi-a (Ministry of Trade Republic of Indonesia) được phân công theo dõi, giám sát việc thực thi Hiệp định, phối hợp với các bộ, ngành khác để thực hiện. Các cơ quan chức năng được phân công đã tiến hành: (1) Xây dựng chương trình/kế hoạch hành động để khai thác những lợi ích mà Hiệp định mang lại; (2) Tiếp tục triển khai nhanh và hiệu quả các việc cần làm liên quan đến việc thực thi Hiệp định (ban hành các văn bản thực thi; phổ biến nội dung Hiệp định cho các hiệp hội ngành hàng và cộng đồng doanh nghiệp, chỉ rõ những ưu đãi mà hàng Thái Lan/Ma-lai-xi-a/Xin-ga-po/In-đô-nê-xi-a được hưởng khi xuất khẩu sang Úc và Niu Di Lân, lộ trình giảm thuế của hai nước này, yêu cầu về quy tắc xuất xứ, SPS, TBT...; hướng dẫn và tạo điều kiện thuận lợi cho các doanh nghiệp tận dụng ưu đãi); (3) Chỉ đạo các cơ quan thương vụ ở nước ngoài nắm tình hình điều chỉnh về chính sách của Úc, Niu Di Lân và phản ánh kịp thời về MOC/MITI/MTI để có hướng xử lý, liên hệ với các cơ quan hữu quan, các hiệp hội ngành hàng và các doanh nghiệp trực tiếp có các biện pháp xử lý; (4) Tiến hành các thủ tục trong nước và ngoài nước để ký kết Nghị định thư sửa đổi Hiệp định AANZFTA như chuyển đổi biểu thuế từ AHTN2007 (ASEAN Harmonised Tariff Nomenclature 2007 - Danh mục thuế hài hòa ASEAN năm 2007) sang AHTN2012, ban hành văn bản thực thi.

Những thông tin về quá trình đàm phán, ký kết, nội dung Hiệp định AANZFTA, cam kết giảm thuế của các đối tác, yêu cầu về chứng nhận xuất xứ, SPS, TBT, các phụ lục của Hiệp định, các lợi ích mà Hiệp định mang lại... đều được đăng tải rất chi tiết trên website [www.moc.gov.th/](http://www.moc.gov.th/) [www.miti.gov.my/](http://www.miti.gov.my/)[www.fta.gov.sg/](http://www.fta.gov.sg/)[www.kemendag.go.id/](http://www.kemendag.go.id/) nhằm giúp cho các doanh nghiệp Thái Lan/Ma-lai-xi-a/Xin-ga-po/In-đô-nê-xi-a hiểu và có thể tận dụng tốt nhất những ưu đãi trong Hiệp định để đẩy mạnh xuất khẩu hàng hóa sang Úc và Niu Di Lân.

Trong quá trình thực thi Hiệp định AANZFTA, Thái Lan/Ma-lai-xi-a/Xin-ga-po/In-đô-nê-xi-a tiếp tục đàm phán ở cấp chính phủ để mở cửa thị trường Úc và Niu Di Lân hơn nữa cho hàng xuất khẩu; MOC/MITI/MTI/MTRI, Phòng Thương mại Thái Lan (Office of Commerce Affairs - OCA)/Phòng Thương mại và Công nghiệp Quốc tế Ma-lai-xi-a (Malaysian International Chamber of Commerce and Industry - MICCI)/Phòng Thương mại Quốc tế Xin-ga-po (Singapore International Chamber of Commerce - SICCI)/Phòng Thương mại và Công nghiệp In-đô-nê-xi-a (Indonesia Chamber of Commerce and Industry - ICCI) phối hợp với các hiệp hội ngành hàng tổ chức các hội thảo đánh giá về việc triển khai Hiệp định. Thông qua hội thảo, các cơ quan chức năng lắng nghe những khó khăn, vướng mắc mà các doanh nghiệp gặp phải trong việc tận dụng ưu đãi, thông tin đến cộng đồng doanh nghiệp những tình hình mới về thực

thi Hiệp định, giúp doanh nghiệp tháo gỡ khó khăn và đưa ra các phương án hỗ trợ cần thiết giúp doanh nghiệp khai thác tối đa các lợi ích và tận dụng hiệu quả những ưu đãi từ Hiệp định.

Thái Lan, Ma-lai-xi-a, Xin-ga-po và In-đô-nê-xi-a đã thực hiện công nghiệp hóa hướng về xuất khẩu và áp dụng chính sách tự do hóa thương mại. Để đẩy mạnh hoạt động xuất khẩu, ngoài việc gia nhập WTO, ba nước còn tham gia vào các FTA. Để đáp ứng được yêu cầu về SPS, TBT của các tổ chức này, ba nước xây dựng một hệ thống các cơ quan quản lý chất lượng sản phẩm và cấp giấy chứng nhận đạt chuẩn từ trung ương tới địa phương, xây dựng hệ thống tiêu chuẩn cho hàng hóa, hài hòa với tiêu chuẩn quốc tế. Giấy chứng nhận chất lượng sản phẩm của các cơ quan, tổ chức có uy tín của Thái Lan/Ma-lai-xi-a/Xin-ga-po/In-đô-nê-xi-a được các nước nhập khẩu chấp nhận. Các cơ quan quản lý kiểm soát rất chặt chẽ chất lượng hàng hóa nên hàng xuất khẩu luôn đảm bảo tiêu chuẩn và có chất lượng cao. Ba nước rất chú trọng nâng cao năng lực của các cơ quan quản lý chất lượng thông qua việc đào tạo nguồn nhân lực, trang bị máy móc hiện đại và hợp tác với các đối tác tham gia FTA để kết quả kiểm tra sản phẩm xuất khẩu chính xác, tương ứng với các nước phát triển. Vì thế, sản phẩm xuất khẩu luôn đáp ứng được yêu cầu về SPS, TBT theo các FTA. Ngay khi Hiệp định AANZFTA có giá trị hiệu lực, ba nước này đẩy nhanh quá trình công nhận lẫn nhau về tiêu chuẩn và kiểm tra với Úc và Niu Di Lân.

Thái Lan là một trong các nước ASEAN xuất khẩu thành công các sản phẩm nông thủy sản. Đối với nhóm hàng này, các cơ quan chức năng kiểm soát từ khâu nuôi trồng, thức ăn, thuốc, con giống... và cuối cùng mới tới sản phẩm. Thái Lan đã xử lý tốt vấn đề vệ sinh an toàn thực phẩm giúp doanh nghiệp vượt qua các rào cản thương mại mang tính kỹ thuật theo Hiệp định AANZFTA: Thái Lan đã đẩy mạnh hợp tác toàn diện và sâu rộng với cơ quan hữu quan của Úc và Niu Di Lân trong kiểm dịch động thực vật và vệ sinh an toàn thực phẩm để tạo thuận lợi cho hàng nông, thủy sản của Thái Lan được phép nhập khẩu vào hai nước này. Thêm vào đó, Thái Lan đã tăng cường năng lực kiểm dịch động thực vật, kiểm tra chất lượng, đặc biệt là kiểm soát vệ sinh an toàn thực phẩm để tạo điều kiện cho hàng nông, thủy sản và thực phẩm của nước này đạt yêu cầu nhập khẩu vào thị trường Úc và Niu Di Lân.

Xin-ga-po là nước công nghiệp mới thế hệ thứ nhất, nên sản phẩm xuất khẩu của nước này chủ yếu là sản phẩm của các ngành công nghiệp. Là nước phát triển trong khối ASEAN, Xin-ga-po đầu tư sang các nước ASEAN khác, chuyển giao những công đoạn sản xuất sử dụng nhiều lao động và tài nguyên sang các nước khác. Bởi vậy, hàng xuất khẩu của nước này tận dụng rất hiệu quả ưu đãi từ AANZFTA nói riêng, từ các FTA của ASEAN + nói chung.

Thái Lan và Ma-lai-xi-a là hai nước công nghiệp mới thế hệ thứ hai, là hai trong số các quốc gia ASEAN chú trọng phát triển công nghiệp phụ trợ. Chính phủ hai nước đã thực hiện nhiều chương trình, chính sách khuyến khích phát triển công nghiệp phụ trợ. Kết quả, ngành công nghiệp phụ trợ ở Thái Lan và Ma-lai-xi-a phát

triển mạnh tạo thuận lợi cho các doanh nghiệp trong việc tận dụng ưu đãi từ Hiệp định. Đây là một lợi thế của hai nước so với các nước ASEAN khác trong việc tận dụng ưu đãi từ AANZFTA nói riêng, các FTA nói chung. Bên cạnh đó, các doanh nghiệp cũng rất chú trọng từ khâu chuẩn bị nguyên liệu cho tới sản xuất hàng xuất khẩu để có thể đáp ứng quy tắc xuất xứ trong các FTA nhằm tận dụng tốt nhất các ưu đãi đẩy mạnh xuất khẩu hàng hóa sang các thị trường ký FTA.

In-đô-nê-xi-a là một trong số các quốc gia ASEAN rất thành công trong thực hiện chính sách tự do hóa thương mại và đẩy mạnh xuất khẩu. Quy mô và kim ngạch xuất khẩu hàng hóa không ngừng gia tăng trong giai đoạn 2005-2014. In-đô-nê-xi-a đã xuất khẩu hàng hóa sang 223 thị trường. In-đô-nê-xi-a chú trọng phát triển công nghiệp chế biến, chế tạo và công nghiệp phụ trợ. Vì thế, sản phẩm xuất khẩu của nước này đáp ứng được quy tắc xuất xứ theo AANZFTA khi xuất khẩu sang Úc và Niu Di Lân.

Doanh nghiệp Thái Lan, Ma-lai-xi-a, Xin-ga-po và In-đô-nê-xi-a rất chủ động cập nhật thông tin về quá trình đàm phán AANZFTA, sớm hoàn thiện các quy định về xuất xứ hàng hóa để được hưởng ưu đãi. Xây dựng kế hoạch tham gia chuỗi cung ứng khu vực và toàn cầu. Đồng thời nắm vững các tiêu chuẩn kỹ thuật, vệ sinh an toàn thực phẩm và thói quen tiêu dùng của thị trường Úc và Niu Di Lân để đảm bảo khi kết thúc đàm phán Hiệp định, doanh nghiệp có thể tận dụng tối đa các cơ hội xuất khẩu sang hai thị trường này. Khi AANZFTA được ký kết và có giá trị hiệu lực, doanh nghiệp cập nhật các thông tin về Hiệp định, những ưu đãi, quy tắc xuất xứ, lộ trình giảm thuế... chuẩn bị và tiến hành sản xuất và xuất khẩu hàng hóa để thu được lợi ích từ Hiệp định.

Doanh nghiệp của bốn nước Thái Lan, Ma-lai-xi-a, Xin-ga-po và In-đô-nê-xi-a có kinh nghiệm trong việc tận dụng ưu đãi từ các hiệp định thương mại tự do nói chung, AANZFTA nói riêng. Doanh nghiệp tìm hiểu rất kỹ nội dung Hiệp định, lộ trình giảm thuế của Úc và Niu Di Lân, cập nhật tiến trình giảm thuế của hai nước này và những cam kết mới. Doanh nghiệp tra cứu phụ lục thuế để xem mặt hàng xuất khẩu của mình được giảm thuế như thế nào theo Hiệp định. Dựa vào mức thuế ưu đãi và xuất xứ nguyên liệu để làm giấy chứng nhận xuất xứ cho hàng xuất khẩu sang Úc và Niu Di Lân. Đối với một số mặt hàng xuất khẩu mà nguyên phụ liệu trong nước chưa đáp ứng quy tắc xuất xứ, có thể nhập từ các nước tham gia Hiệp định nếu nguyên phụ liệu đáp ứng được yêu cầu đầu vào của sản phẩm xuất khẩu và giá cả hợp lý. Trong một vài trường hợp, nguyên phụ liệu không đáp ứng được yêu cầu, hoặc nguyên phụ liệu có chất lượng tốt nhưng giá quá cao, doanh nghiệp Ma-lai-xi-a tự chủ động nguồn nguyên phụ liệu thông qua việc đầu tư dây chuyền sản xuất [46].

Nhiều nhà sản xuất, nhà xuất khẩu của Thái Lan, Ma-lai-xi-a, Xin-ga-po và In-đô-nê-xi-a thông thạo các tiêu chí chuyển đổi mã số hàng hóa, công đoạn gia công chế biến cụ thể và yêu cầu về chứng nhận xuất xứ hàng hóa, SPS, TBT của Úc

và Niu Di Lân. Ngoài việc tận dụng triệt để các mức ưu đãi thuế quan trong Hiệp định AANZFTA. Các doanh nghiệp của ba nước ASEAN đã tìm hiểu kỹ nhu cầu thị hiếu của người tiêu dùng, thói quen và thông lệ kinh doanh tại thị trường Úc và Niu Di Lân.

Các doanh nghiệp sản xuất hàng xuất khẩu của Thái Lan kết hợp chặt chẽ với các doanh nghiệp sản xuất nguyên phụ liệu trong nước có chất lượng để đảm bảo nguồn cung ứng nguyên phụ liệu đầu vào ổn định cho sản xuất hàng xuất khẩu. Đồng thời, các doanh nghiệp xem xét việc liên kết với các doanh nghiệp nước ngoài để cung ứng những nguyên phụ liệu trong nước chưa sản xuất được, hoặc sản xuất nhưng chất lượng chưa tốt. Khi định hướng xuất khẩu sang Úc và Niu Di Lân có tận dụng ưu đãi từ AANZFTA, doanh nghiệp Thái Lan liên kết với các doanh nghiệp Úc, Niu Di Lân, ASEAN để cung ứng nguyên phụ liệu cho sản xuất hàng xuất khẩu. Bên cạnh đó, đa phần các doanh nghiệp xuất khẩu nông, thủy sản chế biến đều thiết lập mối quan hệ mật thiết với bà con nông dân, người nuôi trồng thủy sản. Mối quan hệ bền chặt, đảm bảo lợi ích của cả hai bên nên đầu vào nguyên liệu của doanh nghiệp luôn được ổn định và đảm bảo về đầu ra là thành phẩm xuất khẩu. Doanh nghiệp luôn quan tâm tới việc đổi mới công nghệ và áp dụng các hệ thống quản lý chất lượng quốc tế (ISO 9000, ISO 14000, HACCP...) để nâng cao chất lượng sản phẩm. Các doanh nghiệp không chỉ chú trọng tới việc nâng cao chất lượng hàng xuất khẩu, mà còn đa dạng hóa và cải tiến mẫu mã.

Doanh nghiệp Ma-lai-xi-a và In-đô-nê-xi-a rất chú trọng tổ chức, đổi mới phương thức kinh doanh, nâng cao chất lượng, giá trị gia tăng của sản phẩm, xác lập các liên kết từ sản xuất, phân phối đến tiêu dùng và xuất khẩu, hình thành các chuỗi cung ứng để có thể tạo được chỗ đứng vững chắc trong các chuỗi giá trị khu vực và toàn cầu. Các doanh nghiệp rất chủ động tiếp cận, cập nhật thông tin, đồng thời xây dựng hệ thống tiêu chuẩn chất lượng đáp ứng các yêu cầu về chất lượng, an toàn thực phẩm, chuẩn bị nguồn cung cấp để đảm bảo nguyên liệu đầu vào có nguồn gốc hợp pháp và chất lượng tốt. Vì thế, cánh cửa xuất khẩu hàng hóa của Ma-lai-xi-a và In-đô-nê-xi-a ngày càng có cơ hội mở rộng hơn nữa không chỉ sang Úc và Niu Di Lân, mà sang các thị trường khác.

Doanh nghiệp Xin-ga-po rất chú trọng nâng cao chất lượng, sức cạnh tranh của sản phẩm, đáp ứng các tiêu chuẩn về SPS, TBT của các thị trường xuất khẩu thông qua việc đầu tư, đổi mới công nghệ và áp dụng các hệ thống quản lý chất lượng theo tiêu chuẩn quốc tế (ISO 9000, HACCP, ISO 14000) [60; 61]. Đồng thời, các doanh nghiệp tích cực trao đổi thông tin với nhau, đặc biệt là các doanh nghiệp cùng hiệp hội ngành hàng. Họ hỗ trợ nhau, truyền đạt kinh nghiệm để tận dụng hiệu quả những ưu đãi từ AANZFTA nhằm đẩy mạnh xuất khẩu sang Úc và Niu Di Lân.

Doanh nghiệp Thái Lan, Ma-lai-xi-a, Xin-ga-po và In-đô-nê-xi-a rất chú trọng và tăng cường công tác xúc tiến thương mại, tiếp cận thị trường thông qua nhiều kênh khác nhau như tham gia hội chợ triển lãm, thương vụ ở nước ngoài, các tổ chức xúc

tiền thương mại, các hiệp hội ngành hàng. Doanh nghiệp tích cực tìm hiểu thông tin về thị trường Úc và Niu Di Lân không chỉ qua thương vụ và các tổ chức xúc tiến thương mại của nước mình mà còn thông qua các tổ chức xúc tiến thương mại và thương vụ của Úc, Niu Di Lân có văn phòng tại Thái Lan, Ma-lai-xi-a và Xin-ga-po. Hơn nữa, doanh nghiệp còn tham gia tích cực các chương trình nâng cao năng lực về SPS, TBT của chính phủ, của các đối tác tham gia AANZFTA hỗ trợ.

## **2. BÀI HỌC KINH NGHIỆM CỦA MỘT SỐ NƯỚC ASEAN VỀ TẬN DỤNG ƯU ĐÃI TRONG HIỆP ĐỊNH AANZFTA CÓ THỂ VẬN DỤNG CHO VIỆT NAM**

Thái Lan, Ma-lai-xi-a, Xin-ga-po và In-đô-nê-xi-a có nhiều kinh nghiệm tận dụng ưu đãi trong Hiệp định AANZFTA để đẩy mạnh xuất khẩu hàng hóa sang Úc và Niu Di Lân từ khi chuẩn bị đàm phán, đàm phán, ký kết và có giá trị hiệu lực. Hiệp định AANZFTA đã thực thi được hơn 5 năm, nên cuốn sách chỉ rút ra những bài học kinh nghiệm của bốn nước ASEAN có thể vận dụng cho Việt Nam phù hợp với giai đoạn hiện nay.

### **2.1. Bài học kinh nghiệm về phía chính phủ**

#### ***2.1.1 Xây dựng kế hoạch và triển khai các việc cần làm để tận dụng ưu đãi trong Hiệp định AANZFTA***

Theo kinh của Thái Lan, Ma-lai-xi-a, Xin-ga-po và In-đô-nê-xi-a, ngay sau khi ký kết Hiệp định AANZFTA, Chính phủ phân công công việc cụ thể cho các Bộ, ngành chức năng thực thi Hiệp định. Bộ Thương mại/Bộ thương mại và Công nghiệp được phân công theo dõi, giám sát việc thực thi Hiệp định, phối hợp với các bộ, ngành khác để thực hiện. Các cơ quan chức năng được phân công đã tiến hành:

- Xây dựng kế hoạch tổng thể và chi tiết triển khai các việc cần làm để tận dụng những ưu đãi Hiệp định AANZFTA.

- Triển khai nhanh và hiệu quả các việc cần làm tiếp theo liên quan đến việc thực thi Hiệp định (thông tin cho doanh nghiệp về các ưu đãi trong Hiệp định, ban hành các văn bản hướng dẫn thực thi Hiệp định...).

- Chỉ đạo các cơ quan thương vụ ở nước ngoài nắm tình hình điều chỉnh về chính sách của Úc, Niu Di Lân và phản ánh kịp thời về Bộ Thương mại/Bộ Thương mại và Công nghiệp để có hướng giải quyết, liên hệ với các cơ quan hữu quan, các hiệp hội ngành hàng và doanh nghiệp có các biện pháp xử lý.

- Tiến hành các thủ tục trong nước và ngoài nước để ký kết và thực hiện Nghị định thư sửa đổi Hiệp định AANZFTA: chuyển đổi biểu thuế từ AHTN2007 sang AHTN2012, ban hành các văn bản thực thi.

#### ***2.1.2. Nâng cao hiệu quả triển khai Hiệp định AANZFTA***

Thực thi AANZFTA khoảng 1-2 năm, các cơ quan chức năng của Thái Lan, Ma-lai-xi-a, Xin-ga-po và In-đô-nê-xi-a tổ chức các cuộc hội thảo có sự tham gia của các hiệp hội ngành hàng và cộng đồng doanh nghiệp để đánh giá hiệu quả mà Hiệp định mang lại cho hoạt động thương mại và đầu tư. Vì là giai đoạn đầu thực thi Hiệp định nên việc cắt giảm thuế quan chưa mạnh, các doanh nghiệp vừa và nhỏ hiểu về Hiệp định vẫn còn hạn chế, một số nội dung hợp tác mà các bên cam kết thực hiện trong Hiệp định vẫn còn chậm triển khai hoặc chưa triển khai.

Kinh nghiệm của ba nước ASEAN là nâng cao hiệu quả triển khai Hiệp định để đẩy mạnh xuất khẩu hàng hóa sang Úc và Niu Di Lân. Các cơ quan chức năng chính phủ tiến hành:

- Tích cực và chủ động trong việc đàm phán với phía Úc và Niu Di Lân về một số vấn đề liên quan đến việc thực thi Hiệp định để cụ thể hóa hơn nữa, trong đó có vấn đề hỗ trợ nâng cao năng lực về SPS, TBT.

- Đẩy mạnh tuyên truyền, nâng cao nhận thức về Hiệp định đến cộng đồng doanh nghiệp để họ nắm được nội dung Hiệp định, những cam kết về thương mại hàng hóa, thương mại dịch vụ, đầu tư,... của Úc và Niu Di Lân, những ưu đãi và cách thức được hưởng ưu đãi từ Hiệp định đối với hàng xuất khẩu sang hai thị trường này. Cung cấp thông tin và đưa ra các hướng dẫn cụ thể cho doanh nghiệp về cách thức để được hưởng ưu đãi trong Hiệp định.

Ngoài việc tổ chức các hội thảo phổ biến về Hiệp định, cần đưa thông tin rộng rãi và cụ thể hơn về Hiệp định (nội dung hiệp định, cam kết và lộ trình giảm thuế của Úc và Niu Di Lân, những lợi ích của Hiệp định, quy tắc xuất xứ, yêu cầu về SPS, TBT, các chuyên gia tư vấn...) lên website của chính phủ, Bộ Thương mại/ Bộ Thương mại và Công Thương, Phòng Thương mại và Công nghiệp... Bên cạnh đó, biên soạn những “cẩm nang” mang tính hướng dẫn để doanh nghiệp không những có thể hiểu về Hiệp định mà còn biết được cách thức để có thể tận dụng những ưu đãi trong Hiệp định.

Trong quá trình thực thi Hiệp định AANZFTA, định kỳ khoảng hai năm một lần tổ chức hội thảo đánh giá việc thực thi Hiệp định, giúp doanh nghiệp tháo gỡ khó khăn và nâng cao hiệu quả triển khai Hiệp định. Khi có những vấn đề mới phát sinh hoặc các đối tác điều chỉnh quy định nhập khẩu... tổ chức hội thảo thông tin tới các hiệp hội ngành hàng và cộng đồng doanh nghiệp, hướng dẫn và hỗ trợ doanh nghiệp tận dụng tốt hơn những ưu đãi trong Hiệp định, thường xuyên cập nhật thông tin về Hiệp định trên trang web của chính phủ, Bộ Thương mại/Bộ Thương mại và Công nghiệp.

### ***2.1.3. Phát triển công nghiệp hỗ trợ***

Đa phần các nước ASEAN đều thực hiện chiến lược công nghiệp hóa hướng về xuất khẩu. Sớm nhận thức được vai trò của công nghiệp hỗ trợ đối với phát triển công nghiệp của đất nước, Thái Lan và Ma-lai-xi-a đã rất chú trọng phát triển công

ngành hỗ trợ. Công nghiệp hỗ trợ đóng vai trò then chốt trong việc đẩy mạnh phát triển các ngành công nghiệp chính ở ba nước này. Khi công nghiệp hỗ trợ phát triển tạo cơ sở vững chắc phát triển nền công nghiệp của đất nước. Xin-ga-po là nước NICs thế hệ thứ nhất, Thái Lan và Ma-lai-xi-a là nước NICs thế hệ thứ hai. Xin-ga-po là nước có ngành công nghiệp phát triển, còn Thái Lan và Ma-lai-xi-a là hai nước có ngành công nghiệp hỗ trợ phát triển. Ngành công nghiệp và công nghiệp hỗ trợ phát triển cũng đồng nghĩa với việc hàng xuất khẩu tham gia sâu vào chuỗi giá trị khu vực và toàn cầu giúp cho Thái Lan, Ma-lai-xi-a và Xin-ga-po đẩy mạnh và nâng cao hiệu quả của hoạt động xuất khẩu.

Xin-ga-po, Thái Lan và Ma-lai-xi-a có ngành công nghiệp và công nghiệp hỗ trợ phát triển trong khối ASEAN, nên hàng xuất khẩu đáp ứng tốt quy tắc xuất xứ trong các FTA nói chung, AANZFTA nói riêng để đẩy mạnh xuất khẩu sang Úc và Niu Di Lân. Kinh nghiệm của ba nước này là phát triển công nghiệp hỗ trợ giúp cho doanh nghiệp tận dụng hiệu quả những ưu đãi trong các FTA.

#### ***2.1.4. Đẩy nhanh quá trình công nhận lẫn nhau về tiêu chuẩn và kiểm tra***

Thái Lan, Ma-lai-xi-a và Xin-ga-po đều tận dụng tốt những ưu đãi trong Hiệp định AANZFTA để đẩy mạnh xuất khẩu hàng hóa sang Úc và Niu Di Lân. Ngoài việc chú trọng phát triển công nghiệp hỗ trợ, ba nước này đều đã xây dựng tiêu chuẩn cho hàng hóa, hài hòa với tiêu chuẩn quốc tế từ nhiều năm. Thái Lan, Ma-lai-xi-a và Xin-ga-po ký kết FTA song phương với Úc và Niu Di Lân, nên họ đã tiến hành hợp tác nâng cao năng lực về SPS, TBT và ký thỏa thuận công nhận tiêu chuẩn của nhau.

Ngay sau khi ký Hiệp định AANZFTA, Thái Lan, Ma-lai-xi-a và Xin-ga-po đã đẩy nhanh quá trình công nhận lẫn nhau về tiêu chuẩn và kiểm tra với Úc và Niu Di Lân. Các cơ quan chức năng của hai bên nhanh chóng tiến hành các thủ tục để công nhận lẫn nhau về tiêu chuẩn và kiểm tra. Kết quả đạt được là tiêu chuẩn và kết quả kiểm tra là tương đương nhau giữa Thái Lan, Ma-lai-xi-a và Xin-ga-po với Úc và Niu Di Lân. Do vậy, hàng xuất khẩu cả ba nước này đáp ứng rất tốt tiêu chuẩn chất lượng, SPS, TBT của Úc và Niu Di Lân.

## **2.2. Bài học kinh nghiệm về phía doanh nghiệp**

### ***2.2.1. Tìm hiểu kỹ thông tin về Hiệp định AANZFTA, những ưu đãi mà hàng xuất khẩu được hưởng trong Hiệp định***

Theo kinh nghiệm của Thái Lan, Ma-lai-xi-a, Xin-ga-po và In-đô-nê-xi-a – những nước đã và đang tận dụng hiệu quả những ưu đãi trong Hiệp định AANZFTA để đẩy mạnh xuất khẩu sang Úc và Niu Di Lân. Doanh nghiệp của các nước này tìm hiểu kỹ thông tin về Hiệp định, những ưu đãi mà hàng xuất khẩu được hưởng và yêu cầu đối với xuất xứ hàng hóa, TBT, SPS. Doanh nghiệp hiểu nội dung Hiệp định, từng điều khoản đối với lĩnh vực mình quan tâm, nắm được những ưu đãi trong Hiệp

định, lộ trình giảm thuế của Úc và Niu Di Lân đối với từng nhóm hàng và những yêu cầu để được hưởng ưu đãi có liên quan đến mặt hàng và ngành hàng mà mình kinh doanh.

Doanh nghiệp của ba nước ASEAN chủ động trong việc tìm kiếm thông tin về Hiệp định AANZFTA, cũng như các văn bản hướng dẫn của các Bộ, ngành chức năng liên quan đến việc thực thi Hiệp định. Doanh nghiệp tìm hiểu thông tin trên website của các cơ quan chức năng liên quan đến việc thực thi Hiệp định và thông qua việc tham gia các cuộc hội thảo giới thiệu về Hiệp định, đánh giá tình hình thực thi Hiệp định.

Trước khi tiến hành xuất khẩu, doanh nghiệp tra cứu Phụ lục thuế kèm theo Hiệp định AANZFTA để xem mặt hàng xuất khẩu của mình được giảm thuế như thế nào theo Hiệp định. Dựa vào mức thuế ưu đãi và xuất xứ nguyên liệu để làm giấy chứng nhận xuất xứ cho hàng xuất khẩu sang Úc và Niu Di Lân.

Doanh nghiệp của Ma-lai-xi-a và Xin-ga-po trao đổi thông tin với doanh nghiệp cùng ngành thông qua việc tham gia các Hiệp hội ngành hàng, các cuộc hội thảo, các hội chợ triển lãm. Việc trao đổi thông tin giữa nhóm doanh nghiệp có cùng mục tiêu thị trường sẽ đem lại cho doanh nghiệp những bài học và kinh nghiệm quý báu.

### ***2.2.2. Chủ động nguồn nguyên vật liệu trong sản xuất hàng xuất khẩu***

Để tận dụng hiệu quả những ưu đãi từ Hiệp định AANZFTA đẩy mạnh xuất khẩu hàng hóa sang Úc và Niu Di Lân, hàng xuất khẩu phải đáp ứng quy tắc xuất xứ và tiêu chuẩn về SPS, TBT. Theo kinh nghiệm của Thái Lan, Ma-lai-xi-a, Xin-ga-po và In-đô-nê-xi-a, doanh nghiệp chủ động nguồn nguyên vật liệu trong sản xuất hàng xuất khẩu.

Đáp ứng quy tắc xuất xứ, doanh nghiệp Thái Lan, Ma-lai-xi-a và In-đô-nê-xi-a có thể dùng nguyên phụ liệu trong nước, hoặc nhập khẩu từ các nước tham gia Hiệp định nếu nguyên phụ liệu đáp ứng yêu cầu và giá cả hợp lý. Khi nguyên phụ liệu có chất lượng tốt nhưng giá cả quá cao sẽ làm cho giá hàng xuất khẩu cao, cách tốt nhất có thể thực hiện là tự chủ động nguồn nguyên vật liệu cung cấp cho các ngành hàng xuất khẩu.

Đối với các ngành dệt may, da giày, đồ gỗ... xuất khẩu sang Úc và Niu Di Lân, các doanh nghiệp Thái Lan và Ma-lai-xi-a: (i) Chủ động tiến hành việc lập đề án xây dựng các trung tâm nguyên phụ liệu; (ii) Tích cực phối hợp với các cơ quan chức năng trong dự án về phát triển các ngành công nghiệp hỗ trợ; (iii) Kết hợp chặt chẽ với các doanh nghiệp sản xuất nguyên phụ liệu trong nước có chất lượng để đảm bảo nguồn cung ứng nguyên phụ liệu đầu vào ổn định cho sản xuất hàng xuất khẩu. Đồng thời, các doanh nghiệp xem xét việc liên kết với các doanh nghiệp nước ngoài (các nước tham gia Hiệp định) để cung ứng những nguyên phụ liệu mà trong nước chưa sản xuất được, hoặc sản xuất nhưng chất lượng chưa tốt.



Đáp ứng tiêu chuẩn về SPS, TBT để tận dụng hiệu quả những ưu đãi trong Hiệp định AANZFTA đẩy mạnh xuất khẩu sang Úc và Niu Di Lân, theo kinh nghiệm của Thái Lan, Ma-lai-xi-a và Xin-ga-po, chính phủ chú trọng: Xây dựng hệ thống các cơ quan quản lý và chứng nhận chất lượng sản phẩm đạt chuẩn. Các cơ quan quản lý có uy tín, giấy chứng nhận được chấp nhận ở các nước nhập khẩu; Thường xuyên nâng cao năng lực của các cơ quan quản lý chất lượng thông qua đào tạo nguồn nhân lực và trang bị máy móc hiện đại. Về phía doanh nghiệp tập trung: Xây dựng hệ thống kiểm soát chất lượng sản phẩm tốt, đáng tin cậy; Thiết lập mối quan hệ mật thiết, bền chặt với người nông dân, người nuôi trồng thủy sản để đảm bảo nguyên liệu đầu vào ổn định và có chất lượng.

### ***2.2.3. Đa dạng hóa, nâng cao chất lượng và sức cạnh tranh của hàng xuất khẩu***

Doanh nghiệp Thái Lan, Ma-lai-xi-a và Xin-ga-po rất chú trọng đa dạng hóa, nâng cao chất lượng, sức cạnh tranh của sản phẩm để đáp ứng các tiêu chuẩn về SPS, TBT của các thị trường xuất khẩu thông qua việc đầu tư, đổi mới công nghệ và áp dụng các hệ thống quản lý chất lượng theo tiêu chuẩn quốc tế (ISO 9000, HACCP, ISO 14000).

Doanh nghiệp của ba nước ASEAN ngoài việc áp dụng các hệ thống quản lý chất lượng theo tiêu chuẩn quốc tế, còn tham gia tích cực các chương trình nâng cao năng lực về SPS, TBT của chính phủ, của các đối tác tham gia AANZFTA hỗ trợ. Qua đó, doanh nghiệp nâng cao chất lượng và sức cạnh tranh của hàng xuất khẩu sang thị trường Úc và Niu Di Lân.

Doanh nghiệp của ba nước này rất chủ động trong việc đáp ứng các tiêu chuẩn chất lượng, SPS và TBT đối với hàng hóa tiêu dùng trong nước và xuất khẩu. Họ không coi những yêu cầu của cơ quan quản lý nhà nước và của các nước nhập khẩu là rào cản mà luôn suy nghĩ rất tích cực, coi đó là phương tiện để nâng cao năng lực cạnh tranh trên thị trường trong nước và quốc tế. Đồng thời, doanh nghiệp chú trọng đa dạng hóa cơ cấu hàng hóa và thị trường xuất khẩu để chủ động trước những biến động bất lợi của thị trường, nâng cao năng lực cạnh tranh thông qua tận dụng ưu đãi FTA. Khi có lợi thế trong cạnh tranh, doanh nghiệp có thể mở rộng sản xuất, đẩy mạnh xuất khẩu và tăng thu lợi nhuận.

### ***2.2.4. Đẩy mạnh các hoạt động xúc tiến thương mại***

Doanh nghiệp Thái Lan, Ma-lai-xi-a, Xin-ga-po và In-đô-nê-xi-a rất chú trọng và tăng cường công tác xúc tiến thương mại, tiếp cận thị trường thông qua nhiều kênh khác nhau như tham gia hội chợ triển lãm, thông qua thương vụ ở nước ngoài, các tổ chức xúc tiến thương mại, các hiệp hội ngành hàng.

Doanh nghiệp tích cực tìm hiểu thông tin về thị trường Úc và Niu Di Lân không chỉ thông qua thương vụ và các tổ chức xúc tiến thương mại của nước mình mà còn thông qua các tổ chức xúc tiến thương mại và thương vụ của Úc và Niu Di Lân có văn phòng tại Thái Lan, Ma-lai-xi-a, Xin-ga-po và In-đô-nê-xi-a, qua các trang web của các cơ quan, tổ chức trong nước và quốc tế.

### Chương 3

## THỰC TRẠNG XUẤT KHẨU HÀNG HÓA CỦA VIỆT NAM

### SANG ÚC, NIU DI LÂN VÀ TẬN DỤNG ƯU ĐÃI

#### TỪ HIỆP ĐỊNH AANZFTA

## 1. THỰC TRẠNG XUẤT KHẨU HÀNG HÓA CỦA VIỆT NAM SANG ÚC VÀ NIU DI LÂN GIAI ĐOẠN 2005-2014

### 1.1. Thực trạng xuất khẩu hàng hóa của Việt Nam sang Úc giai đoạn 2005-2014

Việt Nam đã chính thức thiết lập quan hệ ngoại giao với Úc vào ngày 26/02/1973. Quan hệ giữa hai nước không ngừng củng cố và phát triển trên nhiều lĩnh vực. Ngày 7/9/2009, nhân chuyến thăm Úc, Tổng Bí thư Nông Đức Mạnh và Thủ tướng Úc Kevin Rudd đã nhất trí nâng quan hệ Việt - Úc thành “Quan hệ đối tác toàn diện”. Tiếp đó, lãnh đạo cấp cao hai nước đã ký “Chương trình hành động thực hiện triển khai quan hệ đối tác toàn diện giai đoạn 2010-2013”. Việc thiết lập quan hệ đối tác toàn diện đã đưa quan hệ giữa Việt Nam và Úc bước sang giai đoạn mới về chất. Quan hệ hợp tác Việt - Úc ngày càng phát triển mạnh mẽ trên tất cả các lĩnh vực, đặc biệt là lĩnh vực kinh tế-thương mại.

Việt Nam ký với Úc Hiệp định thương mại và hợp tác kinh tế ngày 14/6/1990, Hiệp định khuyến khích và bảo hộ đầu tư ngày 5/3/1991, Hiệp định tránh đánh thuế hai lần và ngăn ngừa việc trốn lậu thuế đối với các loại thuế đánh vào thu nhập ngày 13/4/1972 (bổ sung sửa đổi ngày 22/11/1996) [1, tr.6]. Hai nước cùng tham gia Hiệp định AANZFTA. Các hiệp định trong lĩnh vực kinh tế thương mại được ký kết giữa Việt Nam và Úc đã thúc đẩy quan hệ hợp tác kinh tế thương mại song phương không ngừng phát triển. Thương mại là lĩnh vực phát triển nhất trong quan hệ giữa hai nước. Hiện Việt Nam và Úc đã trở thành đối tác thương mại quan trọng của nhau. Kim ngạch thương mại hai chiều năm 2014 đạt 6,05 tỷ USD, tăng 18,63% so với năm 2013. Úc hiện là đối tác thương mại lớn thứ 9, là thị trường xuất khẩu lớn thứ 10 của Việt Nam [23, tr.4]. Xuất khẩu hàng hóa của Việt Nam sang Úc có xu hướng gia tăng, trong khi nhập khẩu hàng hóa từ thị trường này có xu hướng giảm. Tính đến thời điểm này, Úc vẫn luôn là thị trường xuất siêu của Việt Nam, năm 2014 xuất siêu 1,93 tỷ USD.

Kim ngạch xuất khẩu hàng hóa của Việt Nam sang Úc tăng giảm thất thường trong giai đoạn 2005-2014. Tốc độ tăng trưởng kim ngạch xuất khẩu bình quân 8,16%/năm (xem Bảng 3.1).

**Bảng 3.1: Kim ngạch xuất khẩu hàng hóa của Việt Nam sang Úc giai đoạn 2005-2014***Đơn vị: 1.000 USD; %*

Năm	XKHH của Việt Nam sang Úc		KNXK hàng hóa của Việt Nam (2)	Tỷ trọng (1) trong (2)	KNNK hàng hóa của Úc (3)	Tỷ trọng (1) trong (3)
	Kim ngạch (1)	Tăng trưởng (%)				
2004	1821675	-	26503285	6,87	103759186	1,76
2005	2570195	41,09	32441905	7,92	118921904	2,16
2006	3651330	42,06	39826207	9,17	132650750	2,75
2007	3556918	-2,59	48561354	7,32	155656791	2,29
2008	4225188	18,79	62685130	6,74	191583908	2,21
2009	2276716	-46,12	57096330	3,99	158941144	1,43
2010	2704004	18,77	72236666	3,74	188740660	1,43
2011	2519098	-6,84	96905674	2,60	234205823	1,08
2012	3208733	27,38	114529171	2,80	250464794	1,28
2013	3509423	9,37	132032854	2,66	232481271	1,51
2014	3990155	13,70	150217139	2,66	228745757	1,74
2005-2014	32211760	8,16	682818576	4,40	1996151988	1,51
2005-2009	16280347	4,56	623873386	4,11	1544725141	1,66
2010-2014	15931412	11,88	208169021	6,59	638832593	2,15

*Nguồn: Số liệu của Cục CNTT&TKHQ, Tổng cục Hải quan và phân tích của nhóm tác giả.*

Số liệu ở Bảng 3.1 cho thấy, kim ngạch xuất khẩu hàng hóa của Việt Nam sang Úc có xu hướng giảm trong giai đoạn 2005-2014. Mặc dù kim ngạch xuất khẩu sang thị trường này tăng trưởng trong ba năm 2012-2014, nhưng vẫn chưa phục hồi lại được so với mức cao của năm 2008.

Kim ngạch xuất khẩu hàng hóa của Việt Nam sang Úc sụt giảm mạnh vào năm 2009 (-46,12%) do ảnh hưởng của khủng hoảng tài chính và suy thoái kinh tế toàn cầu, nhu cầu nhập khẩu hàng hóa của Úc sụt giảm và xuất khẩu dầu thô của Việt Nam sang Úc giảm mạnh (Nhà máy lọc dầu Dung Quất đi vào hoạt động, nên hạn chế xuất khẩu dầu thô). Kim ngạch xuất khẩu Việt - Úc tăng trưởng bình quân 4,56%/năm giai đoạn 2005-2009. Kể từ năm 2010, AANZFTA có giá trị hiệu lực, thuế nhập khẩu của Úc giảm theo Hiệp định, nên kim ngạch xuất khẩu của nước ta sang thị trường này gia tăng đáng kể. Bởi vậy, kim ngạch xuất khẩu Việt - Úc tăng bình quân 11,88%/năm giai đoạn 2010-2014.

Kim ngạch xuất khẩu hàng hóa Việt - Úc giai đoạn 2005-2014 chiếm 4,40% tổng kim ngạch xuất khẩu hàng hóa của Việt Nam và chỉ chiếm 1,51% tổng kim ngạch nhập khẩu của Úc. Việt Nam là thị trường nhập khẩu thứ 25/223 của Úc giai đoạn này (xem Phụ lục 1). Như vậy, xuất khẩu hàng hóa của Việt Nam sang Úc còn cách xa so với tiềm năng của nước ta và nhu cầu nhập khẩu hàng hóa của phía bạn.

Các mặt hàng xuất khẩu chủ yếu của Việt Nam sang Úc giai đoạn 2005-2014 gồm: dầu thô, điện thoại và linh kiện, thủy sản, hạt điều, gỗ và sản phẩm gỗ, giày dép, v.v.... (xem Bảng 3.2).

**Bảng 3.2: Các mặt hàng xuất khẩu chủ yếu của Việt Nam sang Úc giai đoạn 2005-2014**

Đơn vị: 1.000 USD; %

STT	Mặt hàng	2004	2005	2009	2010	2012	2014	2005-2014	2005-2009	2010-2014
	Tổng KN xuất khẩu	1821675	2570195	2276716	2704004	3208733	3990155	32211760	16280347	15931412
	Tăng trưởng (%)		41,09	-46,12	18,77	27,38	13,70	8,16	4,56	11,88
	Tỷ trọng (%)	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00
	<b>Các mặt hàng</b>									
1	Hàng thủy sản	80906	96228	128949	150727	182003	228543	1521765	608020	913745
	Tăng trưởng (%)		18,94	-3,50	16,89	11,69	20,60	10,94	9,77	12,13
	Tỷ trọng (%)	4,44	3,74	5,66	5,57	5,67	5,73	4,72	3,73	5,74
2	Hạt điều	45894	54615	58383	82808	103188	108874	782708	289159	493549
	Tăng trưởng (%)		19,00	-13,48	41,84	1,53	12,18	9,02	4,93	13,27
	Tỷ trọng (%)	2,52	2,12	2,56	3,06	3,22	2,73	2,43	1,78	3,10
3	Dầu thô	1469932	2130900	1581041	1836319	1675876	1853668	21276006	12977111	8298895
	Tăng trưởng (%)		44,97	-52,86	16,15	30,01	12,75	2,35	1,47	3,23
	Tỷ trọng (%)	80,69	82,91	69,44	67,91	52,23	46,46	66,05	79,71	52,09
4	Gỗ và sản phẩm gỗ	38001	41865	67492	82937	118275	157625	890953	299428	591526
	Tăng trưởng (%)		10,17	-10,52	22,88	13,72	22,49	15,29	12,17	18,49
	Tỷ trọng (%)	2,09	1,63	2,96	3,07	3,69	3,95	2,77	1,84	3,71
5	Hàng dệt, may	21573	24802	30848	43977	68568	132104	522933	135554	387379
	Tăng trưởng (%)		14,97	-3,31	42,56	30,50	46,48	19,87	7,41	33,76
	Tỷ trọng (%)	1,18	0,96	1,35	1,63	2,14	3,31	1,62	0,83	2,43
6	Giày dép các loại	27907	30591	43230	47865	95099	142079	659882	197136	462746
	Tăng trưởng (%)		9,62	-3,91	10,72	38,08	30,55	17,67	9,15	26,87
	Tỷ trọng (%)	1,53	1,19	1,90	1,77	2,96	3,56	2,05	1,21	2,90
7	Máy vi tính, sản phẩm điện tử và linh kiện	6863	11858	36702	37911	94320	137509	599078	110713	488365
	Tăng trưởng (%)		72,79	89,98	3,30	64,73	-14,78	34,95	39,84	30,24
	Tỷ trọng (%)	0,38	0,46	1,61	1,40	2,94	3,45	1,86	0,68	3,07
8	Điện thoại các loại và linh kiện			16841	32053	311659	437611	1467195	16841	1450354
	Tăng trưởng (%)				90,33	49,44	-4,96	91,84		91,84
	Tỷ trọng (%)			0,74	1,19	9,71	10,97	4,55	0,10	9,10
9	Máy móc, thiết bị, dụng cụ, phụ tùng khác			49207	72241	90291	129114	513750	49207	464542
	Tăng trưởng (%)				46,81	25,90	27,61	21,28		21,28

	Tỷ trọng (%)			2,16	2,67	2,81	3,24	1,59	0,30	2,92
10	Phương tiện vận tải và phụ tùng			5247	19536	51409	93798	265354	5247	260107
	Tăng trưởng (%)				272,35	31,71	66,51	78,02		78,02
	Tỷ trọng (%)			0,23	0,72	1,60	2,35	0,82	0,03	1,63
	Các mặt hàng khác	130599	179335	258776	297629	418045	569230	3712137	1591932	2120205
	Tăng trưởng (%)		37,32	-48,08	15,01	15,01	20,65	15,86	14,66	17,08
	Tỷ trọng (%)	7,17	6,98	11,37	11,01	13,03	14,27	11,52	9,78	13,31

Nguồn: Số liệu của Cục CNTT&TKHQ, Tổng cục Hải quan và phân tích của nhóm tác giả.

Mặt hàng xuất khẩu chiếm tỷ trọng lớn nhất trong kim ngạch xuất khẩu hàng hóa của Việt Nam sang Úc giai đoạn 2005-2014 là dầu thô 66,05%, tiếp theo là thủy sản 4,72%, điện thoại và linh kiện 4,55%, gỗ và sản phẩm gỗ 2,77%... . Mười mặt hàng xuất khẩu chủ yếu chiếm 88,48% tổng kim ngạch xuất khẩu Việt - Úc, các mặt hàng còn lại chỉ chiếm 11,52%.

Hàng xuất khẩu của Việt Nam sang Úc ngày càng được đa dạng hóa (tỷ trọng các mặt hàng khác trong cơ cấu hàng xuất khẩu có xu hướng tăng lên hàng năm). Tuy nhiên, mức độ đa dạng hóa hàng xuất khẩu chưa cao. Xuất khẩu của Việt Nam vẫn còn phụ thuộc nhiều vào dầu thô. Hàng xuất khẩu của nước ta sang thị trường Úc chủ yếu là nguyên liệu đầu vào cho các ngành sản xuất.

Cơ cấu hàng xuất khẩu của Việt Nam sang Úc giai đoạn 2005-2014 đã có sự cải thiện theo hướng giảm dần tỷ trọng nhiên liệu, nguyên liệu thô và hàng sơ chế, tăng tỷ trọng hàng chế biến, chế tạo [20, tr.66]. Tuy nhiên, sự cải thiện cơ cấu hàng xuất khẩu vẫn còn chậm, tỷ trọng nhiên liệu, nguyên liệu thô và hàng sơ chế vẫn chiếm trên 70% kim ngạch xuất khẩu hàng hóa của Việt Nam sang thị trường này.

Trong số các mặt hàng xuất khẩu chủ yếu của Việt Nam sang Úc, điện thoại và linh kiện có tốc độ tăng trưởng kim ngạch cao nhất 91,84%/năm, tiếp theo là máy vi tính và linh kiện điện tử 30,24%/năm, hàng dệt may 19,87%/năm, giày dép 17,67%/năm... . Đa phần các mặt hàng xuất khẩu chủ yếu của Việt Nam sang thị trường này đều có tốc độ tăng trưởng kim ngạch giai đoạn 2010-2014 cao hơn so với giai đoạn 2005-2009, như thủy sản, hạt điều, gỗ và sản phẩm gỗ, giày dép, máy vi tính và sản phẩm điện tử. Nguyên nhân chủ yếu là do tác động tích cực từ việc thực thi Hiệp định AANZFTA, hàng xuất khẩu Việt Nam sang Úc được hưởng ưu đãi thuế, sự phục hồi của nền kinh tế Việt Nam và nền kinh tế Úc sau khủng hoảng tài chính toàn cầu.

Thủy sản có tốc độ tăng trưởng kim ngạch xuất khẩu không quá cao trong giai đoạn 2005-2014 (10,94%/năm). Nguyên nhân chính là do những năm gần đây mặt hàng này nhận được phản hồi về việc vi phạm các quy định an toàn vệ sinh thực phẩm của Úc. Vì thế mà kim ngạch xuất khẩu thủy sản và tốc độ tăng trưởng còn chưa tương xứng với tiềm năng xuất khẩu của nước ta và nhu cầu nhập khẩu của Úc.

Việt Nam hiện là một trong ba nhà cung cấp thủy sản lớn nhất cho thị trường Úc sau Niu Di Lân và Trung Quốc. Các loại thủy sản Việt Nam được thị trường Úc ưa chuộng là tôm, cá chẽm, cá ba sa, v.v....

Thủy sản là mặt hàng xuất khẩu tiềm năng của Việt Nam sang thị trường Úc. Cá tra Việt Nam ngày càng phổ biến ở Úc, nhưng tôm lại là mặt hàng được xuất khẩu nhiều nhất. Xuất khẩu tôm chiếm 62% tổng giá trị xuất khẩu thủy sản của Việt Nam sang Úc năm 2014. Hiện, Việt Nam đứng thứ hai về xuất khẩu tôm sang thị trường này sau Trung Quốc.

Việt Nam đứng thứ 12 trong số các nước xuất khẩu dệt may chính vào Úc, sau các nước như: Trung Quốc, Ấn Độ, Bangladesh, In-đô-nê-xi-a, Thái Lan... . Năm 2014, kim ngạch xuất khẩu dệt may của Việt Nam sang Úc đạt 132,1 triệu USD, chiếm 1,09% tổng nhập khẩu dệt may của nước này. Mặt hàng chính là sản phẩm dệt may thuộc mã HS 62, 61, 56. Hiện thị trường Úc không áp dụng hạn ngạch đối với hàng nhập khẩu Việt Nam, tuy nhiên thuế suất đối với phần lớn hàng may mặc từ Việt Nam còn tương đối cao (khoảng 9%), đặc biệt là trong bối cảnh cạnh tranh với các đối thủ như Trung Quốc, Bangladesh và một số nước ASEAN khác. Trong khi phần lớn các dòng thuế thuộc danh mục cắt giảm thuế quan của Việt Nam theo AANZFTA sẽ được xóa bỏ trong giai đoạn 2018-2020, các nước láng giềng trong khối như Thái Lan, In-đô-nê-xi-a đang vượt lên về xuất khẩu dệt may sang thị trường rộng lớn này. Thái Lan đã ký FTA với Úc từ 01/01/2005 và hiện các mặt hàng dệt may của nước này đang được hưởng thuế suất 0-5% khi xuất khẩu sang Úc.

Hàng thực phẩm, hoa quả và nông sản của Việt Nam xuất sang Úc tăng 13,07% năm 2013, tuy nhiên kim ngạch xuất khẩu vẫn chưa đáng kể 16.231 nghìn USD. Mặt hàng này khi xuất sang Úc phải trải qua Quy trình phân tích rủi ro nhập khẩu (IRA) của Cơ quan An toàn Sinh học (Biosecurity Australia - BA). Phần này do cơ quan chức năng của hai bên thực hiện và việc triển khai phụ thuộc vào quan hệ và tiến độ giải quyết giữa Úc với từng đối tác, trong khi đó hiện nay sự hợp tác giữa Việt Nam và Úc vẫn còn chậm chạp.

Bên cạnh các mặt hàng xuất khẩu chủ lực nêu trên, một số mặt hàng của Việt Nam có triển vọng xuất khẩu sang Úc như: túi xách, ví, và li, mũ và ô dù; đá quý, kim loại quý và sản phẩm; hàng rau quả; sản phẩm hóa chất; bánh kẹo và các sản phẩm từ ngũ cốc [23, tr.4].

## **1.2. Thực trạng xuất khẩu hàng hóa của Việt Nam sang Niu Di Lân giai đoạn 2005-2014**

Việt Nam đã chính thức thiết lập quan hệ ngoại giao với Niu Di Lân vào ngày 19/6/1975. Nhân chuyến thăm Niu Di Lân của Tổng Bí thư Nông Đức Mạnh ngày 9-12/9/2009, hai bên đã nhất trí thiết lập “Quan hệ đối tác toàn diện Việt Nam - Niu Di Lân”. Việc thiết lập quan hệ đối tác toàn diện đã đưa quan hệ giữa Việt Nam và Niu

Di Liên bước sang giai đoạn mới về chất, phản ánh lợi ích của hai nước trong việc tiếp tục mở rộng và làm sâu sắc hơn mối quan hệ song phương. Hiện hai bên đang thực hiện “Chương trình hành động nhằm cụ thể hóa các lĩnh vực hợp tác”. Quan hệ hợp tác Việt Nam - Niu Di Liên ngày càng phát triển trên mọi lĩnh vực, đặc biệt là lĩnh vực kinh tế thương mại.

Việt Nam ký với Niu Di Liên Hiệp định thương mại và hợp tác kinh tế năm 1994, Hiệp định khuyến khích và bảo hộ đầu tư [2, tr.4]. Hai nước cùng tham gia Hiệp định AANZFTA năm 2009. Các hiệp định trong lĩnh vực kinh tế thương mại được ký kết giữa Việt Nam và Niu Di Liên đã thúc đẩy quan hệ hợp tác kinh tế thương mại song phương không ngừng phát triển.

Năm 2014, Việt Nam là đối tác thương mại lớn thứ 20 của Niu Di Liên (năm 2012 là 24), chiếm 1,26% tổng kim ngạch xuất nhập khẩu của Niu Di Liên. Trong đó, Việt Nam là thị trường nhập khẩu thứ 22 của Niu Di Liên, chiếm 0,96% kim ngạch nhập khẩu của Niu Di Liên và là thị trường xuất khẩu đứng thứ 20, chiếm 1,03% tổng kim ngạch xuất khẩu của nước này.

Kim ngạch xuất khẩu hàng hóa của Việt Nam sang Niu Di Liên giai đoạn 2005-2014 có xu hướng gia tăng, chỉ giảm nhẹ vào năm 2009. Tốc độ tăng trưởng kim ngạch xuất khẩu bình quân 21,03%/năm (xem Bảng 3.3).

**Bảng 3.3: Kim ngạch xuất khẩu hàng hóa của Việt Nam sang Niu Di Liên giai đoạn 2005-2014**

Đơn vị: 1.000 USD; %

Năm	XKHH của Việt Nam sang Niu Di Liên		KNXK hàng hóa của Việt Nam (2)	Tỷ trọng (1) trong (2)	KNNK hàng hóa của Niu Di Liên (3)	Tỷ trọng (1) trong (3)
	Kim ngạch (1)	Tăng trưởng (%)				
2004	46857	-	26503285	0,18	23192565	0,20
2005	47494	1,36	32441905	0,15	26232049	0,18
2006	54134	13,98	39826207	0,14	26424356	0,20
2007	67051	23,86	48561354	0,14	30890415	0,22
2008	76642	14,30	62685130	0,12	34367335	0,22
2009	70504	-8,01	57096330	0,12	25565851	0,28
2010	122645	73,95	72236666	0,17	30157848	0,41
2011	151377	23,43	96905674	0,16	36111257	0,42
2012	183981	21,54	114529171	0,16	38242731	0,48
2013	274004	48,93	132032854	0,21	39221545	0,70
2014	316140	15,38	150217139	0,21	42491017	0,74
2005-2014	1363973	21,03	682818576	0,16	352896969	0,31
2005-2009	315826	8,51	623873386	0,16	260981338	0,38
2010-2014	1048147	35,00	208169021	0,13	117247957	0,23

Nguồn: Số liệu của Cục CNTT&TKHQ, Tổng cục Hải quan và phân tích của nhóm tác giả.

Qua số liệu ở Bảng 3.3 ta nhận thấy, kim ngạch xuất khẩu hàng hóa của Việt Nam sang Niu Di Lân tăng trưởng bình quân 21,03%/năm giai đoạn 2005-2014, chỉ tăng 8,51%/năm giai đoạn 2005-2009 do ảnh hưởng của khủng hoảng tài chính thế giới, tăng 35,00%/năm giai đoạn 2010-2014. Giai đoạn này, kim ngạch xuất khẩu Việt Nam - Niu Di Lân có tốc độ tăng trưởng cao là do nền kinh tế của Việt Nam và Niu Di Lân hồi phục sau khủng hoảng, nhu cầu nhập khẩu của Niu Di Lân gia tăng và tác động tích cực từ việc thực thi Hiệp định AANZFTA.

Kim ngạch xuất khẩu hàng hóa của Việt Nam sang Niu Di Lân giai đoạn 2005-2014 có chiều hướng gia tăng, đặc biệt tăng mạnh vào năm 2010 (73,95%), năm 2013 (48,93%). Tuy nhiên, kim ngạch xuất khẩu vẫn chiếm tỷ trọng nhỏ trong tổng kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam (0,16%) và trong tổng kim ngạch nhập khẩu của Niu Di Lân (0,31%). Như vậy, xuất khẩu hàng hóa của Việt Nam sang Niu Di Lân còn cách xa tiềm năng của nước ta và nhu cầu nhập khẩu của phía bạn.

Các mặt hàng xuất khẩu chủ yếu của Việt Nam sang Niu Di Lân giai đoạn 2005-2014 phải kể tới: Điện thoại và linh kiện, gỗ và sản phẩm gỗ, giày dép, thủy sản, hạt điều, v.v.... (xem Bảng 3.4).

**Bảng 3.4: Các mặt hàng xuất khẩu chủ yếu của Việt Nam sang Niu Di Lân giai đoạn 2005-2014**

Đơn vị: 1.000 USD; %

STT	Mặt hàng	2004	2005	2009	2010	2012	2014	2005-2014	2005-2009	2010-2014
	Tổng KN xuất khẩu	46857	47494	70504	122645	183981	316140	1363973	315826	1048147
	Tăng trưởng (%)		1,36	-8,01	73,95	21,54	15,38	21,03	8,51	35,00
	Tỷ trọng (%)	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00
	<b>Các mặt hàng</b>									
1	Hàng thủy sản	1083	2356	6245	10391	13637	21540	101911	25509	76402
	Tăng trưởng (%)		117,47	-17,51	66,39	7,60	18,61	34,85	41,96	28,10
	Tỷ trọng (%)	2,31	4,96	8,86	8,47	7,41	6,81	7,47	8,08	7,29
2	Hạt điều	4052	5582	6583	10874	14035	15654	97216	30032	67184
	Tăng trưởng (%)		37,76	-2,90	65,17	10,46	12,49	14,47	10,19	18,92
	Tỷ trọng (%)	8,65	11,75	9,34	8,87	7,63	4,95	7,13	9,51	6,41
3	Cà phê	2439	2357	3071	3456	14035	5921	47048	13979	33070
	Tăng trưởng (%)		-3,37	-32,42	12,54	187,66	23,91	9,27	4,72	14,03
	Tỷ trọng (%)	5,20	4,96	4,36	2,82	7,63	1,87	3,45	4,43	3,16
4	Sản phẩm từ chất dẻo		1291	1862	1878	3031	8457	34701	9835	24866
	Tăng trưởng (%)			-19,03	0,86	-8,87	3,47	35,35		35,35
	Tỷ trọng (%)		2,72	2,64	1,53	1,65	2,68	2,54	3,11	2,37
5	Gỗ và sản phẩm gỗ		14048	12294	12376	17352	28385	166019	72619	93400
	Tăng trưởng (%)			-10,08	0,67	29,16	29,89			18,22



	Tỷ trọng (%)		29,58	17,44	10,09	9,43	8,98	12,17	22,99	8,91
6	Hàng dệt, may	10979	2912	1338	5417	8001	17244	65919	14514	51405
	Tăng trưởng (%)		-73,48	-66,22	304,88	0,95	34,55	4,62	-34,36	66,74
	Tỷ trọng (%)	23,43	6,13	1,90	4,42	4,35	5,45	4,83	4,60	4,90
7	Giày dép các loại	2130	4164	7226	9094	16941	22041	108661	30553	78108
	Tăng trưởng (%)		95,46	-3,00	25,85	41,83	21,86	26,32	27,67	24,99
	Tỷ trọng (%)	4,55	8,77	10,25	7,42	9,21	6,97	7,97	9,67	7,45
8	Máy vi tính, sản phẩm điện tử và linh kiện	3414		6807	5089	18512	26751	102113	6807	95306
	Tăng trưởng (%)				-25,24	150,50	-28,79	22,86	14,80	31,49
	Tỷ trọng (%)	7,29		9,65	4,15	10,06	8,46	7,49	2,16	9,09
9	Điện thoại các loại và linh kiện			2439	4645	42627	88857	250532	2439	248093
	Tăng trưởng (%)				90,45	125,73	-4,54	105,26		105,26
	Tỷ trọng (%)			3,46	3,79	23,17	28,11	18,37	0,77	23,67
10	Máy móc, thiết bị, dụng cụ, phụ tùng khác			8083	7954	6812	14100	54268	8083	46185
	Tăng trưởng (%)				-1,60	12,03	25,44	11,77		11,77
	Tỷ trọng (%)			11,46	6,49	3,70	4,46	3,98	2,56	4,41
	Các mặt hàng khác	22760	14784	14556	51471	28999	67190	335584	101456	234129
	Tăng trưởng (%)		-35,04	-52,07	253,61	-44,38	95,69	11,43	-8,55	35,79
	Tỷ trọng (%)	48,57	31,13	20,65	41,97	15,76	21,25	24,60	32,12	22,34

Nguồn: Số liệu của Cục CNTT&TKHQ, Tổng cục Hải quan và phân tích của nhóm tác giả.

Mặt hàng xuất khẩu chiếm tỷ trọng lớn nhất trong kim ngạch xuất khẩu hàng hóa của Việt Nam sang Niu Di Lân giai đoạn 2005-2014 là điện thoại và linh kiện 18,37%, tiếp theo là gỗ và sản phẩm gỗ 12,17%, giày dép 7,97%... . Mười mặt hàng xuất khẩu chủ lực chiếm 75,40% tổng kim ngạch xuất khẩu Việt Nam - Niu Di Lân, các mặt hàng còn lại chỉ chiếm 24,60%.

Cơ cấu hàng xuất khẩu của Việt Nam sang Niu Di Lân giai đoạn 2005-2014 đã có sự chuyển dịch theo hướng tích cực: gia tăng xuất khẩu hàng chế biến, chế tạo, giảm tỷ trọng xuất khẩu nguyên liệu thô và hàng sơ chế.

Trong số các mặt hàng xuất khẩu chủ lực của Việt Nam sang Niu Di Lân, điện thoại và linh kiện có tốc độ tăng trưởng kim ngạch cao nhất 105,26%/năm, tiếp đến là thủy sản 34,85%, giày dép 26,32%... . Các mặt hàng có tốc độ tăng trưởng kim ngạch xuất khẩu giai đoạn 2010-2014 cao hơn so với giai đoạn 2005-2009 phải kể tới: sản phẩm từ chất dẻo, gỗ và sản phẩm gỗ, hàng dệt may, hạt điều.

Ngoài các mặt hàng xuất khẩu chủ lực, một số mặt hàng mới cũng đã khởi sắc, mở rộng xuất khẩu vào thị trường Niu Di Lân như: hàng điện máy, hàng cơ kim

khí, rượu bia nước giải khát, phân bón, ca cao. Một số mặt hàng mà Niu Di Lân có nhu cầu, Việt Nam có thể mạnh nhưng nước ta chưa xuất khẩu sang thị trường này như ca cao và chế phẩm của ca cao, phân bón [21, tr.6].

## 2. ĐÁNH GIÁ THỰC TRẠNG XUẤT KHẨU HÀNG HÓA CỦA VIỆT NAM SANG ÚC VÀ NIU DI LÂN GIAI ĐOẠN 2005-2014

### 2.1. Những kết quả đạt được và nguyên nhân

#### *Những kết quả đạt được*

Nhìn vào thực trạng xuất khẩu hàng hóa của Việt Nam sang Úc và Niu Di Lân giai đoạn 2005-2014, chúng ta đã đạt được những kết quả sau:

- *Thứ nhất*, kim ngạch xuất khẩu hàng hóa của Việt Nam sang Úc và Niu Di Lân có xu hướng gia tăng trong giai đoạn 2005-2014. Tốc độ tăng trưởng kim ngạch xuất khẩu giai đoạn thực thi AANZFTA (12,90%/năm) cao hơn nhiều so với giai đoạn trước khi thực thi Hiệp định (4,67%/năm).

**Bảng 3.5:** Kim ngạch xuất khẩu hàng hóa của Việt Nam sang Úc và Niu Di Lân giai đoạn 2005 - 2014

*Đơn vị: 1.000 USD; %*

Năm	XKHH của Việt Nam sang Úc và Niu Di Lân		KNXK hàng hóa của Việt Nam (2)	Tỷ trọng (1) trong (2)	KNNK hàng hóa của Úc và Niu Di Lân (3)	Tỷ trọng (1) trong (3)
	Kim ngạch (1)	Tăng trưởng (%)				
2004	1868532	-	26503285	7,05	126951751	1,47
2005	2617689	40,09	32441905	8,07	145153953	1,80
2006	3705464	41,55	39826207	9,30	159075106	2,33
2007	3623970	-2,20	48561354	7,46	186547206	1,94
2008	4301830	18,70	62685130	6,86	225951243	1,90
2009	2347220	-45,44	57096330	4,11	184506995	1,27
2010	2826648	20,43	72236666	3,91	218898508	1,29
2011	2670476	-5,53	96905674	2,76	270317080	0,99
2012	3392714	27,05	114529171	2,96	288707525	1,18
2013	3783427	11,52	132032854	2,87	271702816	1,39
2014	4306295	13,82	150217139	2,87	271236774	1,59
2005-2014	33575733	8,71	806532430	4,16	2222097206	1,51
2005-2009	16596173	4,67	240610926	6,90	901234503	1,84
2010-2014	16979560	12,90	565921504	3,00	1320862703	1,29

*Nguồn: Số liệu của Cục CNTT&TKHQ, Tổng cục Hải quan và phân tích của nhóm tác giả.*

- *Thứ hai*, đa phần các mặt hàng xuất khẩu của Việt Nam sang Úc và Niu Di Lân tận dụng ưu đãi trong Hiệp định AANZFTA đều có tốc độ tăng trưởng kim ngạch giai đoạn 2010-2014 cao hơn so với giai đoạn 2005-2009 (xem Bảng 3.6).

**Bảng 3.6:** Các mặt hàng xuất khẩu chủ yếu của Việt Nam sang Úc và Niu Di Lân giai đoạn 2005 - 2014

Đơn vị: 1.000 USD; %

STT	Mặt hàng	2004	2005	2009	2010	2012	2014	2005-2014	2005-2009	2010-2014
	Tổng KN xuất khẩu	1868532	2617689	2347220	2826648	3392714	4306295	33575733	16596173	16979560
	Tăng trưởng (%)		40,09	-45,44	20,43	27,05	13,82	8,71	4,67	12,90
	Tỷ trọng (%)	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00
<b>Các mặt hàng</b>										
1	Hàng thủy sản	81989	98584	135194	161117	195639	250083	1623676	633529	990146
	Tăng trưởng (%)		20,24	-4,25	19,17	11,39	20,42	11,80	10,52	13,09
	Tỷ trọng (%)	4,39	3,77	5,76	5,70	5,77	5,81	4,84	3,82	5,83
2	Hạt điều	49946	60197	64966	93681	117223	124528	879924	319191	560733
	Tăng trưởng (%)		20,52	-12,51	44,20	2,53	12,22	9,57	5,40	13,90
	Tỷ trọng (%)	2,67	2,30	2,77	3,31	3,46	2,89	2,62	1,92	3,30
3	Dầu thô	1469932	2130900	1581041	1836319	1675876	1853668	21276006	12977111	8298895
	Tăng trưởng (%)		44,97	-52,86	16,15	30,01	12,75	2,35	1,47	3,23
	Tỷ trọng (%)	78,67	81,40	67,36	64,96	49,40	43,05	63,37	78,19	48,88
4	Gỗ và sản phẩm gỗ	38001	55913	79787	95314	135627	186010	1056972	372046	684926
	Tăng trưởng (%)		47,13	-10,45	19,46	15,49	23,56	17,21	15,99	18,45
	Tỷ trọng (%)	2,03	2,14	3,40	3,37	4,00	4,32	3,15	2,24	4,03
5	Hàng dệt, may	32552	27714	32186	49395	76569	149348	588852	150068	438784
	Tăng trưởng (%)		-14,86	-10,25	53,47	26,63	44,99	16,46	-0,23	35,93
	Tỷ trọng (%)	1,74	1,06	1,37	1,75	2,26	3,47	1,75	0,90	2,58
6	Giày dép các loại	30037	34755	50456	56960	112040	164120	768544	227689	540854
	Tăng trưởng (%)		15,71	-3,78	12,89	38,64	29,31	18,51	10,93	26,60
	Tỷ trọng (%)	1,61	1,33	2,15	2,02	3,30	3,81	2,29	1,37	3,19
7	Máy vi tính, sản phẩm điện tử và linh kiện	10277	11858	43509	43000	112832	164260	701191	117520	583671
	Tăng trưởng (%)		15,38	125,22	-1,17	74,53	-17,43	31,94	33,46	30,43
	Tỷ trọng (%)	0,55	0,45	1,85	1,52	3,33	3,81	2,09	0,71	3,44
8	Điện thoại các loại và linh kiện	0	0	19280	36698	354286	526468	1717727	19280	1698447
	Tăng trưởng (%)				90,34	55,77	-4,89	93,76		93,76
	Tỷ trọng (%)			0,82	1,30	10,44	12,23	5,12	0,12	10,00
9	Máy móc, thiết bị, dụng cụ, phụ tùng khác	0	0	57290	80195	97103	143214	568018	57290	510728
	Tăng trưởng (%)				39,98	24,81	27,39	20,11		20,11
	Tỷ trọng (%)			2,44	2,84	2,86	3,33	1,69	0,35	3,01
10	Phương tiện vận tải và phụ tùng			5247	19536	51409	93798	265354	5247	260107
	Tăng trưởng (%)				272,35	31,71	66,51	78,02		78,02
	Tỷ trọng (%)			0,22	0,69	1,52	2,18	0,79	0,03	1,53
Các mặt hàng		155798	197767	278264	354434	464109	650798	4129471	1717202	2412269

khác									
Tăng trưởng (%)		26,94	-48,05	27,37	9,50	25,37	15,37	12,30	18,52
Tỷ trọng (%)	8,34	7,56	11,86	12,54	13,68	15,11	12,30	10,35	14,21

Nguồn: Số liệu của Cục CNTT&TKHQ, Tổng cục Hải quan và phân tích của nhóm tác giả.

- Thứ ba, cơ cấu hàng xuất khẩu của Việt Nam sang Úc và Niu Di Lân có sự chuyển biến theo chiều hướng tích cực: gia tăng xuất khẩu máy móc thiết bị, hàng điện tử, điện thoại. Ngày càng có thêm các mặt hàng xuất khẩu mới sang hai thị trường này như xoài, bánh kẹo, túi xách... . Năm 2006, Việt Nam mới xuất khẩu sang Úc 8.456 mặt hàng, năm 2013 tăng lên 1.474 mặt hàng và năm 2014 lên tới 1.586 mặt hàng.

- Thứ tư, Việt Nam có lợi thế tương đối trong xuất khẩu sang Úc và Niu Di Lân về hàng thực phẩm, nguyên liệu thô, hàng công nghiệp nhẹ đòi hỏi nhiều lao động.

- Thứ năm, một số thương hiệu hàng hóa Việt Nam đã được người tiêu dùng Úc và Niu Di Lân biết đến như cà phê Trung Nguyên, thủy sản An Giang, hàng may mặc Việt Tiến, v.v... .

### ***Nguyên nhân đạt được những kết quả***

Nguyên nhân đạt được những kết quả từ hoạt động xuất khẩu hàng hóa của Việt Nam sang Úc và Niu Di Lân giai đoạn 2005-2014:

- Các cơ quan chức năng Chính phủ Việt Nam ngày càng chú trọng tới công tác tạo hành lang pháp lý và tạo thuận lợi cho hoạt động thương mại giữa Việt Nam với Úc và Niu Di Lân. Sự nỗ lực, tích cực của các cơ quan chức năng trong việc đàm phán mở cửa thị trường cho hàng xuất khẩu của nước ta thâm nhập vào thị trường hai nước. Công tác xúc tiến thương mại và xúc tiến hợp tác công nghiệp, nông nghiệp với Úc và Niu Di Lân ngày càng được nâng cao. Hoạt động xúc tiến thương mại và hỗ trợ doanh nghiệp đã và đang có tác động tích cực tới xuất khẩu hàng hóa của Việt Nam sang hai thị trường này.

- Sau khi Hiệp định AANZFTA đi vào thực thi, các cơ quan chức năng của Việt Nam, Úc và Niu Di Lân đã nghiêm chỉnh thực hiện những cam kết về cắt giảm thuế nhập khẩu cho hàng hóa của nhau, tạo khung pháp lý hết sức thuận lợi cho thương mại song phương giữa Việt Nam với hai nước này tăng trưởng và phát triển.

- Việt Nam và Úc, Niu Di Lân cũng đã tích cực hơn trong việc xử lý một số vấn đề liên quan đến hàng rào kỹ thuật, tạo điều kiện cho một số mặt hàng nông sản của nước ta có thể được nhập khẩu vào hai thị trường này trong thời gian tới như: kiểm dịch đối với xoài, vải và một số loại trái cây nhiệt đới khác của Việt Nam.

- Các cơ quan chức năng tăng cường các hoạt động xúc tiến xuất khẩu sang thị trường Úc và Niu Di Lân. Hoạt động xúc tiến xuất khẩu đã và đang có những tác động tích cực tới xuất khẩu hàng hóa của Việt Nam sang hai thị trường này.

Bộ Công Thương (Vụ Chính sách thương mại đa biên, Cục Xúc tiến Thương mại, Cục Xuất nhập khẩu, Ủy ban Quốc gia về hợp tác kinh tế quốc tế, Vụ châu Á-Thái Bình Dương) phối hợp với Phòng Thương mại và Công nghiệp Việt Nam, Hiệp hội ngành hàng, MUTRAP và sở thương mại các tỉnh, thành phố tổ chức các cuộc hội thảo về thị trường Úc và Niu Di Lân, Hiệp định AANZFTA và cơ hội xuất khẩu sang hai thị trường này, v.v... .

Công thông tin thị trường nước ngoài của Bộ Công Thương (<http://www.vietnamexport.com/>) đã tạo điều kiện hết sức thuận tiện cho Thương vụ Việt Nam tại Úc, Niu Di Lân cung cấp thông tin cho các doanh nghiệp trong nước. Những thông tin do Thương vụ cung cấp đã và đang có tác dụng thiết thực và tích cực cho doanh nghiệp. Nhiều doanh nghiệp đã tìm được bạn hàng nhờ các thông tin này và với sự hỗ trợ của Thương vụ. Bên cạnh đó, Thương vụ vẫn tiếp tục cung cấp trực tiếp cho các doanh nghiệp những thông tin và cơ hội xuất khẩu sang hai thị trường. Trên trang web có đầy đủ thông tin về thị trường Úc và Niu Di Lân (Bản tin thị trường hàng tháng; báo cáo thực phẩm nhập khẩu vi phạm quy định; hướng dẫn xuất khẩu vào thị trường; quy định đối với hàng nhập khẩu, quy định về kiểm dịch và tiêu chuẩn kỹ thuật; thuế nhập khẩu; danh sách nhà nhập khẩu; kênh phân phối; các hội chợ triển lãm; Hiệp định AANZFTA và các phụ lục về thuế, quy tắc xuất xứ, hướng dẫn khai C/O...).

Thương Vụ Việt Nam tại Úc và Niu Di Lân đã rất nỗ lực thúc đẩy hoạt động xuất khẩu hàng hóa sang hai thị trường: (i) Làm việc với các cơ quan hữu quan của Úc và Niu Di Lân như Bộ Nông nghiệp Úc, Bộ Ngoại thương Niu Di Lân, Phòng Thương mại và Công nghiệp, các hiệp hội ngành hàng, cơ quan xúc tiến thương mại... để tạo thuận lợi cho hàng nông, thủy sản của nước ta thâm nhập vào hai thị trường; (ii) Cung cấp cho các nhà xuất khẩu Việt Nam thông tin về thị trường (nhu cầu thị hiếu, kênh phân phối, quy định nhập khẩu hàng hóa, quy định về kiểm dịch...) thông qua bản tin thị trường và sách; (iii) Hỗ trợ các đoàn doanh nghiệp Việt Nam sang hai nước này tham dự hội chợ triển lãm, khảo sát thị trường và tìm kiếm bạn hàng, giúp các doanh nghiệp trong nước tìm kiếm cơ hội xuất khẩu sang Úc và Niu Di Lân; (iv) Quảng bá các sản phẩm và các vùng miền của đất nước cho doanh nghiệp phía bạn; (v) Hỗ trợ các doanh nghiệp Úc và Niu Di Lân sang Việt Nam tìm kiếm đối tác để hợp tác sản xuất, nhập khẩu hàng hóa; (vi) Kết nối các doanh nghiệp của Việt Nam với các doanh nghiệp của Úc và Niu Di Lân.

Trang web của Cục Xúc tiến Thương mại (<http://www.vietrade.gov.vn/>) có đăng tải thông tin về hồ sơ thị trường Úc, Niu Di Lân, quy định nhập khẩu của hai nước này, các chương trình xúc tiến thương mại quốc gia... . Trang web hội nhập của VCCI (<http://www.trungtamwto.vn/>) đăng tải nhiều thông tin về Hiệp định AANZFTA, các văn bản thực thi của Việt Nam và tình hình thực thi. Trang web của

các hiệp hội ngành hàng (Hiệp hội da giày - LEFASO, Hiệp hội chế biến và xuất khẩu thủy sản - VASEP...) đăng tải các thông tin về quy định nhập khẩu của thị trường Úc, Niu Di Lân, thông tin về Hiệp định AANZFTA, v.v... .

## **2.2. Những tồn tại, hạn chế và nguyên nhân**

### ***Những tồn tại, hạn chế***

Bên cạnh những kết quả đạt được, hoạt động xuất khẩu hàng hóa của Việt Nam sang thị trường Úc và Niu Di Lân giai đoạn 2005-2014 còn những hạn chế sau:

- *Thứ nhất*, qui mô xuất khẩu hàng hóa của Việt Nam sang Úc và Niu Di Lân còn quá nhỏ bé so với tiềm năng xuất khẩu của Việt Nam và nhu cầu nhập khẩu của hai nước. Kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam sang hai thị trường chiếm 4,16% tổng kim ngạch xuất khẩu hàng hóa của Việt Nam và chỉ chiếm 1,51% tổng kim ngạch nhập khẩu hàng hóa của Úc và Niu Di Lân giai đoạn 2005-2014.

- *Thứ hai*, kim ngạch xuất khẩu hàng hóa của Việt Nam sang thị trường Úc và Niu Di Lân tăng giảm thất thường trong giai đoạn 2005-2014. Cụ thể, năm 2005 tăng 40,09%, năm 2007 giảm 2,20%, năm 2008 tăng 18,70%, năm 2009 sụt giảm 45,44%, năm 2014 tăng 13,82%. Tốc độ tăng trưởng kim ngạch xuất khẩu bình quân còn chưa cao 8,71%/năm.

- *Thứ ba*, sự chuyển dịch cơ cấu hàng xuất khẩu của Việt Nam sang Úc và Niu Di Lân còn chậm. Cơ cấu hàng xuất khẩu đơn điệu, giá trị gia tăng tương đối thấp. Các mặt hàng xuất khẩu chủ lực của nước ta sang hai thị trường vẫn là dầu thô, đồ gỗ, da giày, thủy hải sản, hàng dệt may... . Riêng dầu thô chiếm tới 63,37% tổng kim ngạch xuất khẩu hàng hóa của Việt Nam sang hai thị trường giai đoạn 2005-2014. Điều này cho thấy, xuất khẩu hàng hóa của nước ta sang hai thị trường này vẫn phụ thuộc chủ yếu vào nhiên liệu khoáng sản.

- *Thứ tư*, chất lượng hàng xuất khẩu của nước ta sang thị trường Úc và Niu Di Lân còn kém: một số lô hàng xuất khẩu còn chưa đáp ứng tiêu chuẩn chất lượng, vệ sinh an toàn thực phẩm của hai nước.

- *Thứ năm*, sức cạnh tranh của hàng xuất khẩu Việt Nam tại Úc và Niu Di Lân vẫn chưa mạnh, chất lượng hàng còn yếu, cơ cấu hàng chậm được cải thiện theo hướng mở rộng, đa dạng hóa mặt hàng đã làm cho hàng của nước ta trong nhiều trường hợp không thể cạnh tranh được với hàng của các đối thủ cạnh tranh, đặc biệt là hàng của các nước như Trung Quốc, Thái Lan, Ma-lai-xi-a... . Mặt khác, làm cho Việt Nam khó tăng nhanh, tăng mạnh và bền vững kim ngạch xuất khẩu vào hai thị trường này.

### ***Nguyên nhân của những tồn tại, hạn chế***

Nguyên nhân của những tồn tại, hạn chế trong hoạt động xuất khẩu hàng hóa Việt Nam sang Úc và Niu Di Lân:

- Khủng hoảng tài chính và suy thoái kinh tế thế giới tác động không nhỏ tới hoạt động xuất khẩu hàng hóa của Việt Nam sang Úc, Niu Di Lân và nhu cầu nhập khẩu hàng hóa của hai nước này. Sau khủng hoảng, hàng rào phi thuế quan của các nước phát triển ngày càng được nâng cao nên gây khó khăn cho hàng xuất khẩu của các nước đang phát triển, cạnh tranh giữa các nhà xuất khẩu ngày càng gay gắt.

- Sự đóng góp trực tiếp của các ngành sản xuất Việt Nam vào chuỗi cung ứng giá trị khu vực và toàn cầu còn rất hạn chế. Gần đây, một số mặt hàng xuất khẩu có hàm lượng gia tăng cao hơn như hàng điện tử, dây cáp điện, điện thoại đã xuất hiện, nhưng tỷ trọng còn nhỏ so với các nước ASEAN khác.

- Trình độ khoa học kỹ thuật của Việt Nam chưa cao. Đối với các mặt hàng khi xuất khẩu sang Úc và Niu Di Lân cần có sự kiểm tra, đo đạc hàm lượng các thành phần có trong sản phẩm thì máy móc, thiết bị mà Việt Nam hiện có chưa đáp ứng được các yêu cầu từ phía Úc và Niu Di Lân đặt ra, do lạc hậu nên kết kiểm tra chưa tương thích với phía bạn. Vì thế, dẫn tới tình trạng khi Việt Nam xuất sang Úc và Niu Di Lân, hàng bị trả lại do thừa hàm lượng các chất có hại cho sức khỏe người tiêu dùng.

- Úc và Niu Di Lân là hai thị trường quy định rất chặt chẽ và khắt khe đối với nguồn gốc xuất xứ hàng hóa, tiêu chuẩn chất lượng, tiêu chuẩn kỹ thuật và vệ sinh an toàn thực phẩm [18, 19]. Khi tham gia vào AANZFTA, hàng rào thuế quan ngày càng giảm, hàng rào phi thuế quan gia tăng, nên hàng xuất khẩu của Việt Nam đang gặp khó khăn khi thâm nhập vào hai thị trường này. Hơn nữa, khi so sánh dung lượng thị trường trong khu vực châu Á - Thái Bình Dương, Úc và Niu Di Lân không phải là hai thị trường lớn, lại cách xa về địa lý và khác biệt về thị hiếu tiêu dùng, có chi phí vận chuyển cao, chi phí kiểm tra, chứng nhận (xác nhận) hài hòa cao. Thêm vào đó, hai nước này thường nhập những lô hàng nhỏ. Điều này có thể lý giải phần nào cho việc kim ngạch xuất khẩu hàng hóa của Việt Nam sang Úc và Niu Di Lân giai đoạn 2006-2013 tăng trưởng thấp.

Úc là một trong những nước có các qui định về kiểm dịch ngặt nghèo nhất trên thế giới. Hàng thực phẩm, hoa quả và nông sản nhập khẩu vào Úc đều phải yêu cầu trải qua quá trình phân tích rủi ro nhập khẩu (IRA) của Cơ quan an toàn sinh học [19]. Tại thời điểm hiện tại, Úc chưa chấp nhận cho nhập khẩu bất cứ một loại trái cây tươi nào của Việt Nam vào Úc, mà mới chuẩn bị cho thí điểm nhập khẩu trái vải. Việc đưa trái vải thành công vào thị trường Úc sẽ đồng thời mở ra cơ hội cho một số loại trái cây khác như thanh long, nhãn, xoài. Trong những năm gần đây, Bộ Nông nghiệp và Phát triển Nông thôn đã phối hợp chặt chẽ với Bộ Công Thương làm việc với Bộ Nông, Lâm và Thủy sản Úc để tiến hành dỡ bỏ hàng rào kỹ thuật đối với trái vải tươi của Việt Nam xuất sang thị trường này. Theo quy định của phía Úc, trước khi cho phép nhập khẩu trái vải phải tiến hành kiểm tra, khảo sát vùng trồng vải, cơ sở đóng gói, cũng như làm việc với các đơn vị quản lý tại địa phương

về các nội dung liên quan đến quản lý dịch hại tại vườn trồng và tiềm năng xuất khẩu sản phẩm. Đến nay, Úc đang hoàn tất các thủ tục cuối cùng để trái vải Việt Nam sớm được nhập khẩu vào thị trường này.

- Thị trường Úc không áp dụng hạn ngạch đối với hàng nhập khẩu từ Việt Nam. Tuy nhiên thuế suất đối với hàng dệt may, giày dép rất cao. Trong khi đó, sự cạnh tranh với các đối tác như Trung Quốc và một số nước ASEAN ngày càng gia tăng bởi lợi thế lớn. Sự cạnh tranh gay gắt từ phía Trung Quốc và các nước trong khu vực [1]. Do những tương đồng về điều kiện tự nhiên cũng như mặt hàng xuất khẩu, hàng Việt Nam phải chịu sức ép cạnh tranh lớn với hàng hoá từ các nước này. Với tiềm lực về nhân công dồi dào và nguyên phụ liệu phong phú (ngành công nghiệp hỗ trợ phát triển) so với Việt Nam, nên Trung Quốc hầu như chiếm phần lớn thị phần tại các thị trường lớn.

- Nhiều doanh nghiệp Việt Nam chưa nắm được, hoặc chưa cập nhật được các quy định nhập khẩu hàng hóa và quy định về kiểm dịch đối với hàng nhập khẩu của Úc và Niu Di Lân. Vì vậy, xuất khẩu hàng hóa của Việt Nam sang hai thị trường này còn gặp khó khăn ở khâu thâm nhập thị trường và kiểm dịch. Một số lô hàng xuất khẩu vẫn vi phạm quy định về vệ sinh an toàn thực phẩm của phía bạn. Năm 2014, 26 lô hàng thủy sản xuất khẩu của Việt Nam vi phạm quy định về vệ sinh an toàn thực phẩm của Úc.

- Hoạt động xúc tiến thương mại của các doanh nghiệp Việt Nam còn nhiều hạn chế và chưa hiệu quả: Hoạt động quảng bá sản phẩm mới tới người tiêu dùng Úc và Niu Di Lân còn chậm; Chưa nắm rõ thị hiếu tiêu dùng và những thay đổi về thị hiếu tiêu dùng của hai thị trường này; Còn chậm trong việc nắm bắt những thay đổi về chính sách của phía bạn liên quan đến nhập khẩu hàng hóa.

- Thương hiệu cho hàng xuất khẩu của Việt Nam vẫn chưa được các doanh nghiệp quan tâm, đầu tư và phát triển xứng tầm. Thực tế cho thấy, hầu hết những mặt hàng nông, lâm, thủy sản của Việt Nam được xuất khẩu vẫn chỉ ở dạng xuất thô, xuất khẩu nguyên liệu, sản phẩm đã qua chế biến thì phần lớn lại mang tên của đối tác nước ngoài. Giá trị xuất khẩu nông sản của Việt Nam so với các nước có trình độ tương đương thấp hơn nhiều. Một trong những nguyên nhân là việc xây dựng thương hiệu cho hàng nông sản chưa được quan tâm đúng mức. Cá tra Việt Nam hiện có mặt ở 125 thị trường trên thế giới, câu chuyện thương hiệu vẫn là rào cản khiến phần lớn cá tra Việt Nam xuất khẩu dưới cái tên của các nhà nhập khẩu, người tiêu dùng thế giới ít biết đến sản phẩm đặc thù của nước ta. Còn với ngành dệt may, chưa có một thương hiệu nào đủ mạnh để cạnh tranh với thế giới, cũng như ngành nông sản, thủy sản vậy. Vì thế, người tiêu dùng Úc và Niu Di Lân chỉ biết một số ít thương hiệu hàng xuất khẩu Việt Nam. Nếu tiếp tục xuất khẩu hàng hóa ra thị trường thế giới nói chung, sang thị trường Úc và Niu Di Lân nói riêng cạnh tranh



bằng giá thì không những chúng ta không thể có lãi suất cao để duy trì chất lượng thương hiệu mà còn có nguy cơ tự đánh mất thị trường xuất khẩu.

Với thực trạng xuất khẩu hàng hóa sang Úc và Niu Di Lân như hiện nay, vấn đề đặt ra là Việt Nam phải khắc phục các mặt tồn tại, hạn chế để thúc đẩy hoạt động này phát triển tương xứng với tiềm năng xuất khẩu của nước ta và nhu cầu nhập khẩu của phía bạn, hay nói cách khác là mở rộng, nâng cao hiệu quả của hoạt động xuất khẩu hàng hóa sang thị trường Úc và Niu Di Lân.

### **3. ĐÁNH GIÁ MỨC ĐỘ TẬN DỤNG ƯU ĐÃI TRONG HIỆP ĐỊNH ĐỂ ĐẨY MẠNH XUẤT KHẨU HÀNG HÓA VIỆT NAM SANG ÚC VÀ NIU DI LÂN**

#### **3.1. Thực trạng tận dụng ưu đãi trong Hiệp định AANZFTA để đẩy mạnh xuất khẩu hàng hóa Việt Nam sang Úc và Niu Di Lân từ năm 2010 đến nay**

Hiệp định AANZFTA cho phép các mặt hàng xuất khẩu của các nước ASEAN nói chung, của Việt Nam nói riêng sang Úc và Niu Di Lân được hưởng thuế ưu đãi gồm 14 nhóm hàng: Rau quả chế biến (HS 20); bông, sợi, chỉ và vải (HS 52); máy móc (HS 85); thiết bị điện tử (HS 85); cao su và sản phẩm cao su (HS 40); nhựa và sản phẩm nhựa (HS 39); đồ đạc trong nhà (HS 94); phương tiện giao thông chở hàng hóa (HS 8704); phương tiện giao thông chở hành khách (HS 8703); quần áo và giày dép (HS 61, 62, 64); hàng dệt, vải (HS 50, 5108-5113, 5207-5212, 53-60, 63); nhiên liệu khoáng sản (HS 25-27); gỗ và sản phẩm gỗ (HS 44); sắt, thép và sản phẩm từ sắt thép (HS 72-73) [25, tr.24-42].

Riêng đối với thị trường Niu Di Lân, ngoài những mặt hàng kể trên còn có thêm các mặt hàng xuất khẩu sau được hưởng thuế ưu đãi theo Hiệp định AANZFTA: Phương tiện vận tải và phụ tùng (HS 86-89); túi xách, ví, va li, mũ, ô và dù (HS 4202, 65, 66); hàng rau quả (HS 06, 07, 08); hạt tiêu (HS 904); bánh kẹo và các sản phẩm từ ngũ cốc (HS 1704,19); thủy tinh và các sản phẩm từ thủy tinh (HS 70); sản phẩm gốm sứ (HS 69); sản phẩm mây, tre, cói, thảm (HS 46, 57); hóa chất và sản phẩm hóa chất (HS 28, 29, 38) (xem Bảng 1.4, trang 9).

Ngay sau khi Hiệp định AANZFTA có giá trị hiệu lực, các cơ quan chức năng của Việt Nam đã triển khai các hoạt động hợp tác với các cơ quan chức năng của Úc và Niu Di Lân để tận dụng những ưu đãi phi thuế quan: Nâng cao năng lực về SPS (Bộ Nông nghiệp và Phát triển Nông thôn triển khai); Quy tắc xuất xứ (Bộ Công Thương); TBT (Văn phòng TBT Việt Nam); Thông quan điện tử (Tổng cục Hải quan). Cải thiện môi trường đầu tư và sở hữu trí tuệ sẽ được hai bên triển khai vào năm tới. Những ưu đãi phi thuế quan trong Hiệp định mà Việt Nam tận dụng được giúp cho nước ta đáp ứng các điều kiện để được hưởng ưu đãi về thuế quan.

Hàng Việt Nam xuất khẩu sang Úc và Niu Di Lân muốn được hưởng ưu đãi về thuế quan theo AANZFTA phải xin cấp giấy chứng nhận xuất xứ (C/O - Certificate of Origin). C/O là chứng từ quan trọng trong bộ hồ sơ xuất khẩu để đảm

bảo quyền ưu đãi trong Hiệp định. Sau khi tìm hiểu kỹ yêu cầu về xuất xứ hàng hóa theo Hiệp định (có trong Thông tư số 33/2009/TT-BCT), nhà chế tạo/nhà sản xuất/người xuất khẩu (gọi chung là doanh nghiệp) nếu nhận thấy hàng xuất khẩu của mình sang Úc và Niu Di Lân đáp ứng yêu cầu về xuất xứ để được hưởng ưu đãi giảm thuế theo Hiệp định thì khi làm thủ tục xuất khẩu hàng hóa, doanh nghiệp khai vào C/O và đơn đề nghị cấp C/O (mẫu C/O AANZ và mẫu đơn đề nghị cấp C/O có ở Phụ lục 5, Phụ lục 7 kèm theo Thông tư số 33/2009/TT-BCT). Doanh nghiệp nộp đơn đề nghị cấp C/O và C/O cho Tổ chức cấp C/O (Danh mục các tổ chức cấp C/O có ở Phụ lục 10 kèm theo Thông tư số 33/2009/TT-BCT, gồm 17 phòng quản lý xuất nhập khẩu khu vực) và cung cấp những tài liệu phù hợp, thông tin có liên quan khác để chứng minh hàng xuất khẩu có xuất xứ. Khi nhận được đơn đề nghị cấp C/O của doanh nghiệp, Tổ chức cấp C/O tiến hành kiểm tra để đảm bảo rằng, đơn đề nghị cấp C/O và C/O được khai đầy đủ và được ký bởi người có thẩm quyền, hàng hóa đáp ứng xuất xứ theo quy định, các nội dung khác khai trên C/O phải phù hợp với chứng từ đã nộp và thông tin liên quan. Sau khi kiểm tra, nếu tổ chức cấp C/O thấy thiếu thông tin chứng minh xuất xứ có thể yêu cầu doanh nghiệp nộp bổ sung, hoặc khai chưa đúng yêu cầu khai lại, còn thấy đáp ứng yêu cầu, tổ chức cấp C/O tiến hành cấp C/O cho doanh nghiệp. C/O phải được cấp trong thời gian sớm nhất, không quá 3 ngày làm việc tính từ ngày xuất khẩu. C/O bao gồm 01 bản gốc và 2 bản sao (bản gốc nhà xuất khẩu chuyển cho nhà nhập khẩu, 01 bản sao nhà xuất khẩu giữ và 01 bản sao lưu tại Tổ chức cấp C/O).

Mọi thông tin liên quan đến thực hiện quy tắc xuất xứ thuộc Hiệp định AANZFTA đều có ở Thông tư số 33/2009/TT-BCT ngày 11/11/2009 và 10 phụ lục kèm theo thông tư. 10 phụ lục hướng dẫn rất chi tiết cho doanh nghiệp hiểu được thế nào là xuất xứ hàng hóa theo Hiệp định, cách khai trên C/O, cách thức để xin được giấy chứng nhận xuất xứ, v.v... .

Xuất khẩu hàng hóa Việt Nam sang các nước ASEAN có thể sử dụng nhiều mẫu C/O như D, AJ, AK, AANZ, E, AI để được hưởng ưu đãi. So với các hiệp định thương mại tự do ASEAN+ khác thì AANZFTA thực hiện sau nên lộ trình giảm thuế chậm hơn. Vì vậy, khi xuất khẩu hàng hóa sang các nước ASEAN, doanh nghiệp Việt Nam chủ yếu sử dụng các mẫu như D, AK, AJ, E vì có lợi hơn, còn mẫu AANZ chỉ sử dụng khi xuất khẩu sang thị trường Úc và Niu Di Lân.

Xuất khẩu hàng hóa Việt Nam sang Úc và Niu Di Lân chỉ sử dụng một mẫu C/O duy nhất là AANZ vì Việt Nam chưa ký hiệp định thương mại tự do song phương với hai quốc gia này. Mức độ tận dụng ưu đãi trong Hiệp định AANZFTA để đẩy mạnh xuất khẩu hàng hóa Việt Nam sang Úc và Niu Di Lân được thể hiện qua kim ngạch xuất khẩu hàng hóa sang hai thị trường này sử dụng form AANZ (xem Bảng 3.7).

**Bảng 3.7: Mức độ tận dụng ưu đãi của Việt Nam từ hiệp định AANZFTA giai đoạn 2010-2014**

*Đơn vị: 1.000 USD, %*

	2010	2011	2012	2013	2014	2010-2014
Tổng KNXK hàng hóa của Việt Nam (1)	72236666	96905674	114529171	132032854	150186493	565890858
KNXK hàng hóa sang Úc và Niu Di Lân (2)	2826648	2670476	3392714	3783427	4306412	16979677
KNXK hàng hóa tận dụng ưu đãi từ AANZFTA (3)	249777	444825	636892	818188	1167680	3317362
Tăng trưởng (3) (%)		78,09	43,18	28,47	42,72	47,04
Tỷ trọng (3) trong (1) (%)	0,35	0,46	0,56	0,62	0,78	0,59
Tỷ trọng (3) trong (2)	8,84	16,66	18,77	21,63	27,11	19,54

Nguồn: Số liệu trong Báo cáo tổng hợp tình hình cấp C/O và các loại giấy phép năm 2010-2014, Phòng Quản lý XNK Hà Nội - Vụ Xuất nhập khẩu, Bộ Công Thương và tính toán của nhóm tác giả.

Số liệu ở Bảng 3.7 cho thấy, kim ngạch xuất khẩu hàng hóa sang Úc và Niu Di Lân tận dụng ưu đãi trong Hiệp định AANZFTA tăng lên hàng năm từ 249.777 nghìn USD năm 2010 lên 1.167.680 nghìn USD năm 2014, tăng trưởng bình quân 47,04%/năm giai đoạn 2010-2014. Kim ngạch xuất khẩu hàng hóa của Việt Nam sang Úc và Niu Di Lân tận dụng ưu đãi ngày càng chiếm tỷ trọng cao trong kim ngạch xuất khẩu sang hai thị trường này từ 8,84% năm 2010 lên 18,77% năm 2012 và lên tới 27,11% năm 2014.

Mức độ tận dụng ưu đãi trong Hiệp định AANZFTA ngày càng gia tăng, tuy nhiên khi so sánh với mức độ tận dụng ưu đãi trong một số hiệp định thương mại tự do ASEAN và ASEAN + khác thì mức độ này còn khiêm tốn là do AANZFTA được ký kết và thực thi sau, mức độ cắt giảm thuế còn chậm. Giai đoạn 2010-2014, trị giá mẫu C/O AANZ là 3.317.362 nghìn USD, mới chiếm 3,65% trong tổng trị giá theo C/O, trong khi đó mẫu C/O AK, D, E, AJ chiếm lần lượt là 24,12%, 19,91%, 18,81% và 17,30% (xem Bảng 3.8).

**Bảng 3.8: Thực trạng tận dụng ưu đãi của Việt Nam từ các hiệp định thương mại tự do ASEAN và ASEAN + giai đoạn 2010-2014**

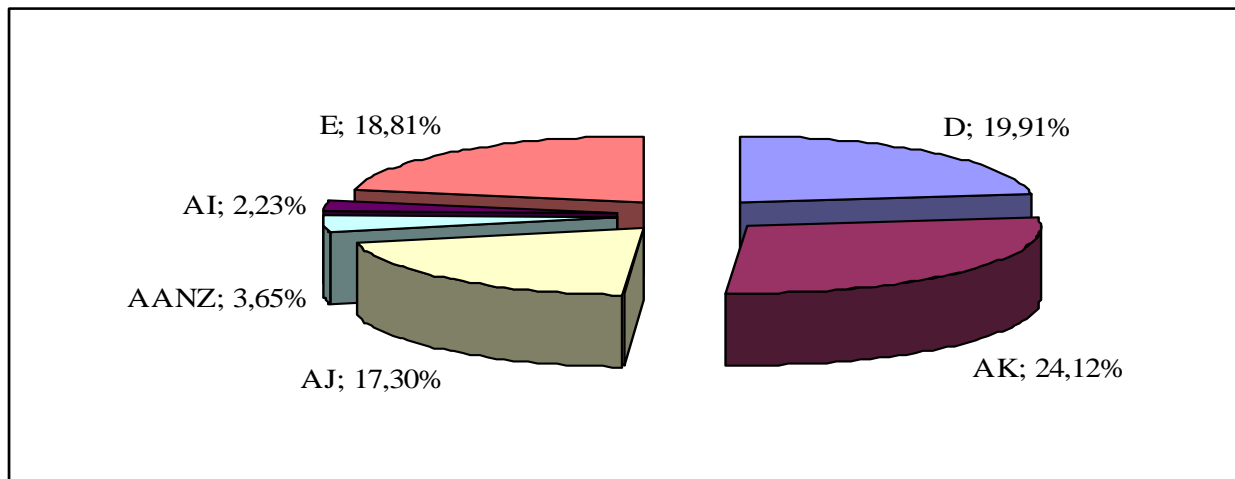
Đơn vị: 1.000 USD, %

Loại form	2010	2011	2012	2013	2014	2010-2014
Tổng KNXK hàng hóa	72236666	96905674	114529171	132032854	150186493	565890858
Tổng số bộ C/O*	145382	180186	288885	354498	492411	1461362
Tổng trị giá theo C/O*	9158144	14657023	17847418	23620551	25631318	90914454
<b>Mẫu D</b>						
Số bộ	37209	41977	51020	65664	78962	274832
Tỷ trọng trong tổng số bộ C/O (%)	25,59	23,30	17,66	18,52	16,04	18,81
Trị giá	1452676	2711880	3757415	5361801	4815722	18099494
Tỷ trọng trong tổng trị giá theo C/O (%)	15,86	18,50	21,05	22,70	18,79	19,91
Tỷ trọng trong tổng KNXK (%)	2,01	2,80	3,28	4,06	3,21	3,20
<b>Mẫu AK</b>						
Số bộ	41942	52920	62417	76267	87566	321112
Tỷ trọng trong tổng số bộ C/O (%)	28,85	29,37	21,61	21,51	17,78	21,97
Trị giá	2012200	4311448	4346961	5572715	5689252	21932576

<i>Tỷ trọng trong tổng trị giá theo C/O (%)</i>	21,97	29,42	24,36	23,59	22,20	24,12
<i>Tỷ trọng trong tổng KNXK (%)</i>	2,79	4,45	3,80	4,22	3,79	3,88
<b>Mẫu AJ</b>						
Số bộ	42693	48209	51826	59190	68241	270159
<i>Tỷ trọng trong tổng số bộ C/O (%)</i>	29,37	26,76	17,94	16,70	13,86	18,49
Trị giá	2030916	2630048	3368138	3994862	3701172	15725136
<i>Tỷ trọng trong tổng trị giá theo C/O (%)</i>	22,18	17,94	18,87	16,91	14,44	17,30
<i>Tỷ trọng trong tổng KNXK (%)</i>	2,81	2,71	2,94	3,03	2,46	2,78
<b>Mẫu AANZ</b>						
Số bộ	10974	16223	19664	23720	31021	101602
<i>Tỷ trọng trong tổng số bộ C/O (%)</i>	7,55	9,00	6,81	6,69	6,30	6,95
Trị giá	249777	444825	636892	818188	1167680	3317362
<i>Tỷ trọng trong tổng trị giá theo C/O (%)</i>	2,73	3,03	3,57	3,46	4,56	3,65
<i>Tỷ trọng trong tổng KNXK (%)</i>	0,35	0,46	0,56	0,62	0,78	0,59
<b>Mẫu AI</b>						
Số bộ	801	4073	7308	10637	15505	38324
<i>Tỷ trọng trong tổng số bộ C/O (%)</i>	0,55	2,26	2,53	3,00	3,15	2,62
Trị giá	23622	119793	340636	788893	754102	2027046
<i>Tỷ trọng trong tổng trị giá theo C/O (%)</i>	0,26	0,82	1,91	3,34	2,94	2,23
<i>Tỷ trọng trong tổng KNXK (%)</i>	0,03	0,12	0,30	0,60	0,50	0,36
<b>Mẫu E</b>						
Số bộ	42124	47939	56568	70967	88618	306216
<i>Tỷ trọng trong tổng số bộ C/O (%)</i>	28,97	26,61	19,58	20,02	18,00	20,95
Trị giá	1832386	2440488	3261754	4749265	4813801	17097694
<i>Tỷ trọng trong tổng trị giá theo C/O (%)</i>	20,01	16,65	18,28	20,11	18,78	18,81
<i>Tỷ trọng trong tổng KNXK (%)</i>	2,54	2,52	2,85	3,60	3,21	3,02
<b>Mẫu D + AK + AJ + AANZ + AI + E</b>						
Số bộ	175743	211341	248803	306445	369913	1241664
<i>Tỷ trọng trong tổng số bộ C/O (%)</i>	120,88	117,29	86,13	86,44	75,12	84,97
Trị giá	7601577	12658482	15711796	21285724	20941729	78199308
<i>Tỷ trọng trong tổng trị giá theo C/O (%)</i>	83,00	86,36	88,03	90,12	81,70	86,01
<i>Tỷ trọng trong tổng KNXK (%)</i>	10,52	13,06	13,72	16,12	13,94	13,82

Nguồn: Số liệu trong Báo cáo tổng hợp tình hình cấp C/O và các loại giấy phép năm 2010-2014, Phòng Quản lý XNK Hà Nội - Vụ Xuất nhập khẩu, Bộ Công Thương và tính toán của nhóm tác giả; \* Tổng số lượng và trị giá của C/O tất cả các mẫu; Mẫu E là của Hiệp định TMTD ASEAN - Trung Quốc (ACFTA).

Giai đoạn 2010-2014, số bộ C/O mẫu AANZ là 10.1602, mới chiếm 6,95% trong tổng số bộ C/O, trong khi đó mẫu AK, E, D, AJ chiếm lần lượt là 21,97%, 20,95% 18,81% và 18,49%. Tỷ trọng kim ngạch xuất khẩu tận dụng ưu đãi từ AANZFTA trong tổng trị giá theo C/O thấp hơn so với hiệp định AFTA, AKFTA, AJFTA, ACFTA, nhưng lại cao hơn so với AIFTA trong giai đoạn này (xem Hình 3.1).



**Hình 3.1: Tỷ trọng các loại C/O trong tổng trị giá theo C/O của Việt Nam giai đoạn 2010-2014**

*Nguồn: Số liệu trong Báo cáo tổng hợp tình hình cấp C/O và các loại giấy phép năm 2010-2014, Phòng Quản lý XNK Hà Nội - Vụ Xuất nhập khẩu, Bộ Công Thương và tính toán của nhóm tác giả.*

Tỷ trọng trung bình của từng loại C/O trong tổng trị giá theo C/O của Việt Nam giai đoạn 2010-2014: AK (24,12%), D (19,91%), E (18,81%), AJ (17,30%), AANZ (3,65%) và AI (2,23%).

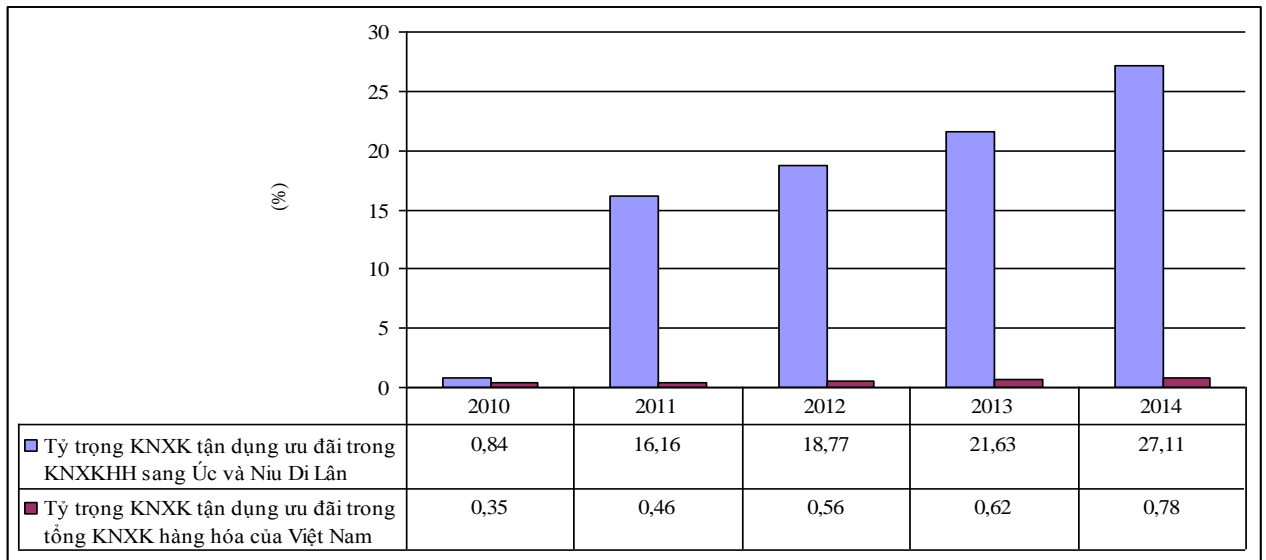
### **3.2. Đánh giá thực trạng tận dụng ưu đãi trong Hiệp định AANZFTA để đẩy mạnh xuất khẩu hàng hóa Việt Nam sang Úc và Niu Di Lân**

#### **3.2.1. Những kết quả đạt được và nguyên nhân**

*Những kết quả đạt được của việc tận dụng ưu đãi trong Hiệp định AANZFTA để đẩy mạnh xuất khẩu hàng hóa Việt Nam sang Úc và Niu Di Lân*

Sau hơn 5 năm kể từ khi Hiệp định AANZFTA chính thức có hiệu lực thi hành, Việt Nam đã thu được những kết quả sau:

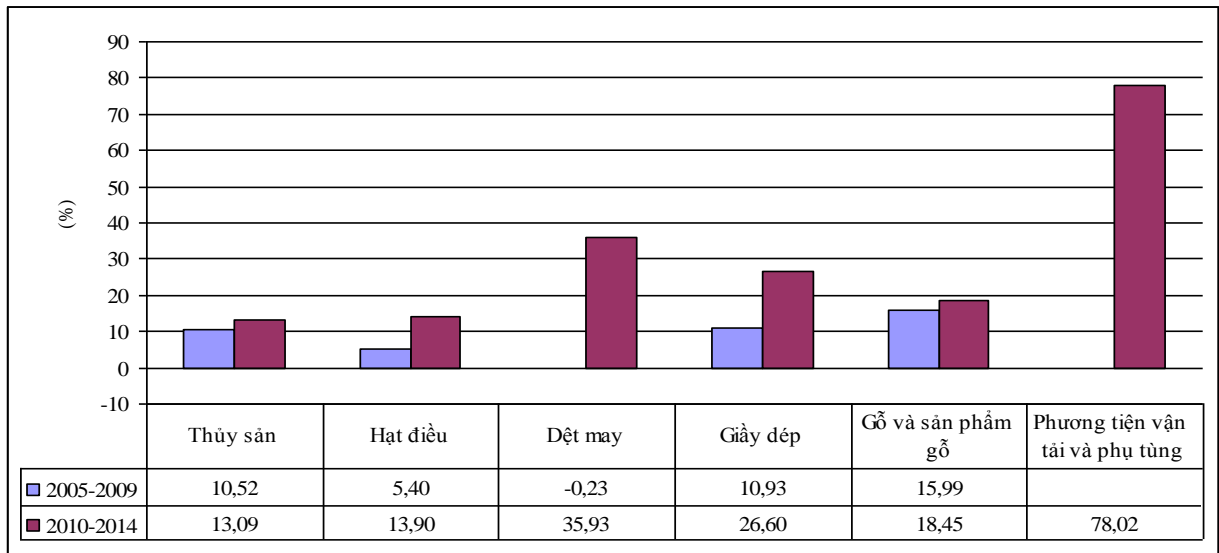
- *Một là*, mức độ tận dụng ưu đãi trong Hiệp định AANZFTA để đẩy mạnh xuất khẩu hàng hóa Việt Nam sang Úc và Niu Di Lân ngày càng tăng. Điều này thể hiện ở tỷ trọng kim ngạch xuất khẩu hàng hóa sử dụng Form C/O AANZ trong kim ngạch xuất khẩu sang hai thị trường này và trong tổng kim ngạch xuất khẩu hàng hóa của Việt Nam tăng lên hàng năm (xem Hình 3.2).



**Hình 3.2: Mức độ tận dụng ưu đãi từ Hiệp định AANZFTA để đẩy mạnh xuất khẩu hàng hóa sang Úc và Niu Di Lân giai đoạn 2010-2014**

*Nguồn: Số liệu trong Báo cáo tổng hợp tình hình cấp C/O và các loại giấy phép năm 2010-2014, Phòng Quản lý XNK Hà Nội - Vụ Xuất nhập khẩu, Bộ Công Thương và tính toán của nhóm tác giả.*

- *Hai là*, nhìn chung các mặt hàng được hưởng nhiều ưu đãi thuế theo Hiệp định AANZFTA có tốc độ tăng trưởng kim ngạch xuất khẩu sang Úc và Niu Di Lân trong 5 năm sau khi thực hiện Hiệp định cao hơn so với 5 năm trước khi thực hiện Hiệp định (xem Hình 3.3).



**Hình 3.3: So sánh tốc độ tăng trưởng các mặt hàng xuất khẩu sang Úc và Niu Di Lân được hưởng nhiều ưu đãi trước và sau khi thực hiện Hiệp định AANZFTA**

*Nguồn: Số liệu trong Báo cáo tổng hợp tình hình cấp C/O và các loại giấy phép năm 2010-2014, Phòng Quản lý XNK Hà Nội - Vụ Xuất nhập khẩu, Bộ Công Thương và tính toán của nhóm tác giả.*

Trong số các mặt hàng được hưởng nhiều ưu đãi thuế từ Hiệp định AANZFTA, phương tiện vận tải và phụ tùng có tốc độ tăng trưởng kim ngạch xuất khẩu sang Úc và Niu Di Lân rất cao trong giai đoạn 2010-2014 (78,02%/năm), mặc dù năm 2009 Việt Nam mới xuất khẩu sang hai thị trường này.

- *Ba là*, phần lớn các mặt hàng được hưởng ưu đãi thuế theo Hiệp định AANZFTA đều có tốc độ tăng trưởng kim ngạch xuất khẩu năm 2013 cao hơn so với năm 2012 do năm 2013 giảm thuế đáng kể, đặc biệt có một số mặt hàng có tốc độ tăng trưởng cao, chẳng hạn như: Gỗ và sản phẩm gỗ tăng 25,94%, hàng dệt may tăng 60,17%, giày dép tăng 16,31%, v.v... (xem Bảng 3.6).

- *Bốn là*, các doanh nghiệp Việt Nam đã tận dụng ngày càng tốt hơn những ưu đãi trong Hiệp định để đẩy mạnh xuất khẩu hàng hóa sang Úc và Niu Di Lân. Cụ thể, năm 2010, số doanh nghiệp tận dụng ưu đãi từ AANZFTA còn ít, từ năm 2012 đến nay doanh nghiệp chủ động và tích cực hơn trong việc tận dụng những ưu đãi từ Hiệp định để đẩy mạnh xuất khẩu hàng hóa sang hai thị trường. Các doanh nghiệp tận dụng ngày càng tốt hơn những ưu đãi trong Hiệp định để đẩy mạnh xuất khẩu những mặt hàng có nhiều tiềm năng và lợi thế sang thị trường Úc và Niu Di Lân. Tính đến thời điểm này, đa phần những doanh nghiệp lớn của Việt Nam, những doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài tận dụng những ưu đãi từ Hiệp định tốt hơn những doanh nghiệp vừa và nhỏ.

- *Năm là*, các cơ quan chức năng của Việt Nam đã và đang tích cực hỗ trợ doanh nghiệp: (i) Tìm hiểu về thị trường Úc và Niu Di Lân, nội dung Hiệp định AANZFTA, những thông tin mới về Hiệp định (Nghị định thư sửa đổi Hiệp định,

biểu thuế HS 2012...), cách thức để tận dụng hiệu quả những ưu đãi trong Hiệp định và tham gia sâu hơn vào chuỗi giá trị của khu vực, toàn cầu; (ii) Tạo thuận lợi cho doanh nghiệp trong việc tận dụng ưu đãi đẩy mạnh xuất khẩu sang hai thị trường này.

### *Nguyên nhân của những kết quả*

Nguyên nhân của những kết quả mà Việt Nam đạt được trong việc tận dụng ưu đãi từ Hiệp định AANZFTA để đẩy mạnh xuất khẩu hàng hóa Việt Nam sang Úc và Niu Di Lân:

- Việt Nam, Úc, Niu Di Lân và các nước ASEAN đã nghiêm chỉnh thực hiện các cam kết về cắt giảm thuế quan theo Hiệp định AANZFTA để tạo thuận lợi cho hàng hóa của mỗi nước thâm nhập vào thị trường của nhau. Chính phủ và các cơ quan chức năng của từng nước rất nỗ lực trong việc thực thi các cam kết trong Hiệp định để tạo hành lang pháp lý và tạo thuận lợi nhằm thúc đẩy hợp tác kinh tế thương mại song phương giữa các đối tác tham gia Hiệp định.

- Các cơ quan chức năng của Việt Nam đã nhanh chóng triển khai thực thi hiệp định (ban hành các thông tư, các phụ lục hướng dẫn chi tiết). Hệ thống cấp phép của Bộ Công Thương đã được phổ biến và cải thiện rất linh hoạt tạo điều kiện dễ dàng cho các doanh nghiệp xin giấy chứng nhận về các quy tắc. Ngoài ra, các bên liên quan cũng đã cho xuất bản những tài liệu cung cấp đầy đủ thông tin về các quy tắc, thủ tục kiểm tra, mẫu kê khai... để các doanh nghiệp có thể tiếp cận và thực hiện nhanh chóng.

- Ngay khi Hiệp định AANZFTA có hiệu lực, Vụ Chính sách Thương mại Đa biên - Bộ Công Thương đã phối hợp với MUTRAP, Phòng Thương mại và Công nghiệp Việt Nam (VCCI) và sở công thương các tỉnh thành phố tích cực tuyên truyền, phổ biến về nội dung Hiệp định và các lợi ích mà Hiệp định mang lại cho doanh nghiệp, cho hàng xuất khẩu... tới cộng đồng doanh nghiệp thông qua các cuộc hội thảo được tổ chức khắp các vùng miền trong cả nước. Các chuyên gia đến từ Bộ Công Thương, Bộ Tài chính đã cung cấp cho doanh nghiệp thông tin về những ưu đãi thuế mà hàng xuất, nhập khẩu được hưởng, quy tắc xuất xứ, yêu cầu về SPS, TBT, lộ trình giảm thuế theo cam kết của các nước thành viên trong Hiệp định... . Sau khi Hiệp định thực thi được hai năm, các cơ quan chức năng phối hợp với phía Úc, Ban Thư ký ASEAN tổ chức hội thảo đánh giá việc thực thi Hiệp định, giúp doanh nghiệp tháo gỡ những khó khăn để tận dụng hiệu quả những ưu đãi từ Hiệp định.

- Các hiệp hội ngành hàng chủ động và tích cực trong việc phổ biến thông tin về Hiệp định AANZFTA tới các doanh nghiệp thuộc hiệp hội. Đồng thời, các hiệp



hội cũng rất nỗ lực hỗ trợ doanh nghiệp tháo gỡ khó khăn về quy tắc xuất xứ C/O, TBT, SPS theo Hiệp định và về những vi phạm mà doanh nghiệp gặp phải khi xuất khẩu vào thị trường Úc và Niu Di Lân đối với nhóm hàng nông, thủy sản.

- Những doanh nghiệp lớn, những doanh nghiệp hay làm ăn với thị trường Úc và Niu Di Lân tích cực trong việc tìm hiểu thông tin về Hiệp định AANZFTA và nỗ lực trong việc tận dụng những ưu đãi về thuế theo Hiệp định để đẩy mạnh xuất khẩu sang hai thị trường này. Chỉ có những doanh nghiệp vừa và nhỏ ở giai đoạn đầu khi Hiệp định mới có hiệu lực còn thiếu quan tâm và hiểu biết về Hiệp định. Chính nhờ nỗ lực của cộng đồng doanh nghiệp Việt Nam trong việc tận dụng những ưu đãi từ Hiệp định để đẩy mạnh xuất khẩu sang Úc và Niu Di Lân, nên kim ngạch xuất khẩu sang hai thị trường này tăng bình quân 12,90%/năm giai đoạn 2010-2014 cao hơn nhiều so với giai đoạn 2005-2009 (4,67%/năm), nhiều mặt hàng xuất khẩu chủ lực có tốc độ tăng trưởng cao như thủy sản, gỗ và sản phẩm gỗ, giày dép, v.v... .

- Năm 2013, đa phần các doanh nghiệp Việt Nam, đặc biệt là các doanh nghiệp vừa và nhỏ đã tỏ ra quan tâm và chủ động hơn trong việc tìm hiểu những cam kết thuế quan, quy tắc xuất xứ, các quy định về vệ sinh, kiểm dịch và các quy định kỹ thuật khác đang tác động đến hoạt động xuất khẩu của Việt Nam sang thị trường Úc và Niu Di Lân. Tích cực nghiên cứu thị trường và chú trọng nâng cao chất lượng, giá trị và trách nhiệm đối với uy tín sản phẩm của mình. Hai năm đầu thực thi AANZFTA, doanh nghiệp vừa và nhỏ nhìn chung là bị động và thụ động làm theo yêu cầu của khách hàng Úc và Niu Di Lân xin chứng nhận xuất xứ, nay đã chuyển sang thể chủ động và tích cực trong việc tận dụng ưu đãi từ Hiệp định.

### ***3.2.2. Những hạn chế và nguyên nhân***

*Những hạn chế của việc tận dụng ưu đãi trong Hiệp định AANZFTA để đẩy mạnh xuất khẩu hàng hóa Việt Nam sang Úc và Niu Di Lân*

Bên cạnh những kết quả đạt được, việc tận dụng ưu đãi trong Hiệp định AANZFTA để đẩy mạnh xuất khẩu hàng hóa Việt Nam sang thị trường Úc và Niu Di Lân còn những hạn chế sau:

- *Một là*, mức độ tận dụng những ưu đãi trong Hiệp định AANZFTA để đẩy mạnh xuất khẩu hàng hóa sang Úc và Niu Di Lân còn thấp khi so sánh với một số hiệp định thương mại tự do ASEAN+ khác. Tính từ năm 2010 đến 2014, mức độ tận dụng ưu đãi từ AANZFTA trong tổng trị giá theo C/O là 3,65%, trong khi đó AKFTA, AJCEPA là 24,12% và 17,30%.

- *Hai là*, mức tận dụng ưu đãi của Việt Nam trong Hiệp định AANZFTA tăng lên hàng năm, nhưng vẫn còn ở mức thấp khi so sánh với một số nước ASEAN khác. Cụ thể, tỷ trọng kim ngạch xuất khẩu sang Úc và Niu Di Lân có tận dụng ưu đãi trong tổng kim ngạch xuất khẩu hàng hóa của Việt Nam sang hai thị trường này giai đoạn

2010-2014 là 19,54%, trong khi đó của Thái Lan, Ma-lai-xi-a, Xin-ga-po và In-đô-nê-xi-a là 33,84%, 32,434%, 35,11% và 25,08%.

- *Ba là*, Việt Nam mới chủ yếu tận dụng được ưu đãi thuế quan (ưu đãi trong lĩnh vực thương mại hàng hóa), ưu đãi phi thuế quan (ưu đãi trong các lĩnh vực khác như quy tắc xuất xứ, SPS, TBT, đầu tư...) tận dụng còn hạn chế.

- *Bốn là*, thuế theo Hiệp định AANZFTA giảm tương đối, tạo thuận lợi cho hàng xuất khẩu của Việt Nam vào hai thị trường này. Tuy nhiên, sau 5 năm thực thi Hiệp định, mức tăng trưởng kim ngạch xuất khẩu hàng hóa của Việt Nam sang Úc và Niu Di Lân chưa cao (12,90%/năm), chưa tương xứng với tiềm năng xuất khẩu của nước ta và nhu cầu nhập khẩu của phía bạn.

- *Năm là*, những lợi ích thực tế mang lại cho doanh nghiệp từ việc giảm thuế trong thời gian đầu thực hiện Hiệp định AANZFTA còn hạn chế, vì một số nhóm hàng thuế giảm còn ít như dệt may, giày dép (đến năm 2018-2020 thuế theo Hiệp định mới giảm mạnh).

#### *Nguyên nhân của những hạn chế*

Nguyên nhân của những hạn chế trong việc tận dụng ưu đãi từ Hiệp định AANZFTA để đẩy mạnh xuất khẩu hàng hóa Việt Nam sang Úc và Niu Di Lân:

- Đáp ứng yêu cầu của việc hội nhập sâu vào nền kinh tế khu vực và thế giới, nước ta đã cải cách đáng kể thủ tục hành chính và thủ tục xuất nhập khẩu để tạo thuận lợi cho hoạt động thương mại giữa Việt Nam với các nước. Tuy nhiên, thủ tục hành chính, chi phí để xin cấp giấy chứng nhận xuất xứ, thông quan hàng hóa còn phức tạp, mất thời gian và tốn kém. Chẳng hạn, thời gian thông quan và kiểm soát kỹ thuật, xếp hàng tại cảng của Việt Nam mất 8 ngày, trong khi đó Thái Lan chỉ mất 4 ngày, Ma-lai-xi-a mất 3 ngày và Xin-ga-po mất 2 ngày. Thời gian chuẩn bị chứng từ xuất khẩu của Việt Nam mất 12 ngày, còn của Thái Lan, Ma-lai-xi-a và Xin-ga-po chỉ mất 8 ngày, 4 ngày và 2 ngày.

- Chính sách thương mại và thuế của Úc, Niu Di Lân khá minh bạch, nhưng hàng rào phi thuế quan (các quy định về chất lượng, an toàn vệ sinh thực phẩm, SPS, TBT...) khá chặt chẽ. Tất cả các mặt hàng thực phẩm nhập khẩu phải tuân thủ theo các quy định về an toàn vệ sinh thực phẩm do Bộ Y tế đưa ra. Hàng nông sản phải tuân thủ các quy định về SPS. Sản phẩm công nghiệp cần tuân thủ theo các quy định về hàng rào kỹ thuật. Nhìn chung các mặt hàng nhập khẩu đều phải tuân thủ theo các quy định về bao gói, nhãn mác.

Úc là thị trường xuất khẩu thủy sản tiềm năng của Việt Nam. Vấn đề hiện nay là Úc đặt ra rất nhiều các qui định nghiêm ngặt về vệ sinh an toàn thực phẩm và an toàn sinh học. Hàng thủy sản của Việt Nam vẫn còn vài trường hợp dư lượng kháng sinh, dư lượng thuốc diệt nấm và một vài trường hợp bị phát hiện bơm nước và tạp chất vào thủy sản. Các trường hợp vi phạm do Bộ Nông nghiệp Úc kiểm tra và phát

hiện sẽ bị thông báo rộng rãi trên trang web của Chính phủ bao gồm cả tên nhà cung cấp và nước cung cấp. Vấn đề này sẽ huỷ hoại hình ảnh của Việt Nam, làm giảm giá trị và chất lượng của sản phẩm thủy sản Việt Nam. Do đó, hàng thủy sản của nước ta bị giảm giá trên thị trường Úc. Năm 2014 đã có 26 trường hợp hàng của Việt Nam (bao gồm cả thủy sản) bị trả về do vi phạm và việc này không chỉ gây tổn kém cho doanh nghiệp mà còn ảnh hưởng đến hình ảnh hàng thủy sản Việt Nam.

- Những ưu đãi về thuế mà phía Úc và Niu Di Lân dành cho hàng xuất khẩu của Việt Nam theo Hiệp định AANZFTA vẫn còn thấp vì năm 2018-2020 cắt giảm mạnh. Hơn nữa, các đối thủ cạnh tranh với Việt Nam trên thị trường này là Trung Quốc, Thái Lan, Ma-lai-xi-a... được hưởng thuế nhập khẩu rất thấp theo FTA song phương ký với hai nước này. Chẳng hạn, hàng dệt may của Thái Lan xuất sang Úc hưởng thuế suất 0-5% theo TAFTA, trong khi đó thuế của Úc đối với hàng dệt may của Việt Nam theo AANZFTA năm 2010 là 9%, năm 2013 là 8% trung bình đối với mã HS 61, 62, 63.

- Việt Nam vẫn chưa xây dựng được một hệ thống các cơ quan quản lý và chứng nhận chất lượng đạt chuẩn từ trung ương tới địa phương, hiện đang xây dựng tiêu chuẩn cho hàng hóa và hài hòa với tiêu chuẩn quốc tế. Năng lực của các cơ quan quản lý chất lượng còn yếu. Máy móc thiết bị kiểm tra còn lạc hậu nên kết quả kiểm tra trong một số trường hợp chưa chính xác. Công tác quản lý chất lượng hàng hóa và vệ sinh an toàn thực phẩm còn lỏng lẻo từ khâu nguyên liệu đến thành phẩm. Dẫn tới hàng xuất khẩu của Việt Nam vẫn vi phạm quy định về vệ sinh an toàn thực phẩm của Úc. Đây là một trong những nguyên nhân làm cho hàng xuất khẩu nước ta khó đáp ứng yêu cầu về SPS, TBT theo Hiệp định AANZFTA để có thể tận dụng ưu đãi.

- Ngành công nghiệp hỗ trợ của Việt Nam kém phát triển, chưa đáp ứng được nguồn nguyên liệu, phụ liệu đầu vào cho sản xuất hàng xuất khẩu. Một số nhóm hàng xuất khẩu chủ lực của nước ta như dệt may, da giày vẫn phụ thuộc chủ yếu vào nguyên phụ liệu nhập khẩu từ Trung Quốc, Hàn Quốc, Đài Loan nên không đáp ứng được quy tắc xuất xứ theo Hiệp định AANZFTA. Do đó, hai nhóm hàng này tận dụng chưa hiệu quả những ưu đãi trong Hiệp định để đẩy mạnh xuất khẩu hàng hóa sang Úc và Niu Di Lân.

Hiện nay, nhiều doanh nghiệp Việt Nam còn lãng phí ưu đãi từ các FTA nói chung, từ AANZFTA nói riêng, đặc biệt là các doanh nghiệp vừa và nhỏ. Ngoài việc phụ thuộc vào thị trường nhập nguyên phụ liệu từ Trung Quốc, nguyên nhân của vấn đề này cũng đã được phân tích từ lâu, đó là những mặt hàng xuất khẩu của Việt Nam chủ yếu là nguyên liệu thô, hàm lượng chế biến thấp, vốn đã có mức thuế suất rất thấp hoặc 0% nên không hưởng lợi nhiều từ các FTA. Dù đã được các chuyên gia và cơ quan quản lý cảnh báo, khuyến nghị nhiều năm qua, nhưng cơ cấu hàng xuất khẩu của doanh nghiệp vẫn đơn điệu. Điều này vừa khiến doanh nghiệp bị động khi xảy ra những biến động từ những thị trường nhập khẩu vừa làm cho doanh nghiệp giảm sút

năng lực cạnh tranh do không nâng cao năng lực của mình thông qua tận dụng ưu đãi FTA. Ngay đến một doanh nghiệp lớn và có kinh nghiệm thị trường như May 10 còn “loay hoay” chưa tận dụng được hết những ưu đãi mà FTA mang lại do nhập khẩu nguyên phụ liệu sản xuất hàng may mặc xuất khẩu chủ yếu từ Trung Quốc.

- Chi phí, thủ tục hành chính để xin cấp C/O còn phức tạp, mất thời gian. Hiện nước ta chưa có đầu mối thống nhất về giải thích cam kết, hướng dẫn FTA. Việc giải thích, hướng dẫn áp dụng FTA vẫn còn tản mạn, chưa có sự nhất quán. Việc vận dụng cùng một quy định trong FTA, chẳng hạn việc áp dụng tiêu chí xuất xứ không giống nhau giữa các địa phương.

- Tính đến thời điểm này, Việt Nam có một số trang web cung cấp thông tin về Hiệp định AANZFTA như: trang web của Bộ Công Thương, của Ủy Ban Quốc gia về Hợp tác kinh tế quốc tế, của VCCI... . Trong đó, trang web hội nhập của VCCI (<http://www.trungtamwto.vn/>) đăng tải nhiều thông tin về Hiệp định. Tuy nhiên, vẫn còn hạn chế, thiếu tính chuyên nghiệp và bài bản khi so sánh với trang web của Ma-lai-xi-a, Xin-ga-po. So với trang web của Xin-ga-po, trang web hội nhập của VCCI còn thiếu những thông tin sau: phân tích lợi ích của các FTA, các chuyên gia tư vấn tận dụng ưu đãi (địa chỉ, số điện thoại, cơ quan công tác...), các đường link tới các cơ quan chức năng liên quan đến thực thi Hiệp định, thường xuyên cập nhật thông tin mới về Hiệp định. Trang web của VCCI cập nhật thông tin mới về Hiệp định còn chậm. Cụ thể, Nghị định thư thứ nhất sửa đổi Hiệp định được ký từ ngày 28/8/2014, nhưng đến 24/12/2014 mà vẫn chưa đưa thông tin về Nghị định thư sửa đổi. Trong khi đó, trang web về FTA của chính phủ Xin-ga-po đưa thông tin về Nghị định thư sửa đổi Hiệp định và nội dung Nghị định thư ngay sau khi ký kết để doanh nghiệp nắm được thông tin không bị động trong sản xuất và xuất khẩu hàng hóa sang các nước tham gia Hiệp định vì Nghị định thư sửa đổi có điều chỉnh về biểu thuế, quy tắc xuất xứ hàng hóa, v.v... .

- Khi Hiệp định AANZFTA đi vào thực hiện, nhưng nhiều doanh nghiệp còn thụ động trong việc tìm hiểu Hiệp định này, đặc biệt là các doanh nghiệp vừa và nhỏ [14]. Chỉ có một số doanh nghiệp lớn, doanh nghiệp thường xuyên kinh doanh với thị trường Úc và Niu Di Lân là chủ động tìm hiểu nội dung Hiệp định, các cam kết, ưu đãi mà hàng Việt Nam được hưởng trong AANZFTA ngay khi Hiệp định được ký kết và chưa có hiệu lực thi hành. Trong khi đó, nhiều doanh nghiệp vừa và nhỏ không nắm được những cam kết, ưu đãi, lộ trình xóa bỏ thuế quan ngay cả khi Hiệp định đã được thực hiện một thời gian. Một số nhà sản xuất, nhà xuất khẩu còn không nắm được các tiêu chí chuyển đổi mã số hàng hóa (CTC), công đoạn gia công chế biến cụ thể (SP) mà chỉ biết tiêu chí hàm lượng giá trị gia tăng truyền thống (RVC).

Nhiều doanh nghiệp bị động đối với việc thực hiện Hiệp định AANZFTA trong năm đầu, nên họ không có sự chuẩn bị trước cho việc đón nhận ưu đãi từ Hiệp định. Muốn tận dụng ưu đãi trong Hiệp định cần phải có sự chuẩn bị phương án sử

dụng nguồn nguyên liệu đầu vào cho sản xuất, chế biến, chế tạo hàng xuất khẩu sang thị trường Úc và Niu Di Lân. Hơn nữa, việc vượt qua các hàng rào về tiêu chuẩn kỹ thuật, kiểm dịch hay quy chế về nguồn gốc hợp pháp của các sản phẩm xuất khẩu vào hai thị trường này cũng đang là thách thức đối với hàng Việt Nam. Thị trường Úc và Niu Di Lân đòi hỏi rất cao về tiêu chuẩn kỹ thuật, quy tắc xuất xứ nguồn gốc hàng hóa, tiêu chuẩn vệ sinh an toàn thực phẩm.

Hiệp định AANZFTA thực hiện được gần 5 năm, các doanh nghiệp vừa và nhỏ còn sử dụng chưa quen mẫu C/O AANZ, chưa nắm chắc quy tắc xuất xứ, kiểm dịch động thực vật và thủ tục xin cấp giấy chứng nhận. Theo Bà Anna Maria Rosario D. Robeniol, Ban Thư ký ASEAN, thời gian qua các doanh nghiệp Việt Nam đã bỏ lỡ khá nhiều cơ hội kinh doanh với mức thuế ưu đãi khi xuất khẩu hàng sang Úc và Niu Di Lân. Bà Anna Maria khuyên các doanh nghiệp Việt Nam nên đầu tư tìm hiểu các thông tin về AANZFTA trên website [www.aanzfta.asean.org/](http://www.aanzfta.asean.org/). Website này có đầy đủ các thông tin về mức thuế, quy tắc xuất xứ, yêu cầu về SPS, TBT, các biểu mẫu liên quan... giúp doanh nghiệp hiểu và có thể tận dụng tốt các ưu đãi trong Hiệp định.

- Doanh nghiệp chưa tận dụng một cách hiệu quả những ưu đãi từ AANZFTA để đẩy mạnh xuất khẩu sang Úc và Niu Di Lân. Nguyên nhân chủ yếu là do: (i) Đối với nhóm hàng nông thủy sản - chủ yếu xuất khẩu nguyên liệu thô, sơ chế, hàm lượng chế biến thấp vốn có mức thuế suất rất thấp hoặc 0% nên không hưởng lợi nhiều từ Hiệp định. Dù đã được các chuyên gia và cơ quan quản lý cảnh báo, khuyến nghị nhiều năm qua, nhưng cơ cấu hàng xuất khẩu của doanh nghiệp vẫn đơn điệu. Điều này làm cho doanh nghiệp giảm sút năng lực cạnh tranh do không nâng cao năng lực của mình thông qua tận dụng ưu đãi FTA. Hơn nữa, nhóm hàng này gặp khó khăn trong việc vượt qua rào cản kỹ thuật của thị trường Úc và Niu Di Lân, một số lô hàng xuất khẩu vẫn còn vi phạm quy định vệ sinh an toàn thực phẩm của Úc; (ii) Những ưu đãi thuế liên quan đến hàm lượng giá trị gia tăng nội địa của hàng hóa để có thể nâng cao hiệu quả và khả năng cạnh tranh đã bị nhiều doanh nghiệp bỏ lỡ, đặc biệt là doanh nghiệp vừa và nhỏ.

- Trên thực tế hiện nay, khả năng tận dụng ưu đãi thuế quan trong FTA của Việt Nam so với các nước còn hạn chế do doanh nghiệp Việt Nam chưa thật sự quan tâm tới những ưu đãi này. Mặc dù, Bộ Công Thương đã hướng dẫn các doanh nghiệp về chứng nhận xuất xứ điện tử, tuy nhiên các cơ quan quản lý trong khu công nghiệp, khu chế xuất, khu kinh tế chưa quan tâm sử dụng đúng mức hệ thống này. Quy tắc xuất xứ theo Hiệp định là khó và phức tạp. Thêm vào đó, nhiều doanh nghiệp nước ta cũng chưa biết tận dụng những ưu đãi giảm thuế kép từ một số FTA, trong đó có AANZFTA. Ví dụ, đối với AANZFTA, doanh nghiệp được giảm thuế khi nhập khẩu nguyên liệu đầu vào cho sản xuất hàng xuất khẩu từ các nước tham gia Hiệp định. Sau đó, doanh nghiệp lại được hưởng lợi giảm thuế mà Úc và Niu Di Lân dành cho hàng nhập khẩu từ Việt Nam theo quy tắc xuất xứ cộng gộp.

- Việc chuyển dịch cơ cấu đầu tư, tái cơ cấu sản xuất của các doanh nghiệp để đáp ứng các tiêu chí giấy chứng nhận xuất xứ còn rất chậm, chưa đáp ứng được yêu cầu. Để khắc phục điều này, Bộ Công Thương đã xây dựng đề án tăng cường quản lý chứng nhận xuất xứ (đã được Thủ tướng Chính phủ phê duyệt). Theo đó, Bộ sẽ chủ trì phối hợp với các đơn vị để tăng tỷ lệ nội địa hóa của sản phẩm, đáp ứng tiêu chí nội địa, nhằm phục vụ tốt đánh giá xuất xứ hàng hóa. Tiếp tục duy trì việc phổ biến quy tắc xuất xứ hỗ trợ kỹ thuật cho cộng đồng doanh nghiệp, hiệp hội ngành hàng để hàng hóa phù hợp tiêu chí xuất khẩu.

- Nhiều doanh nghiệp Việt Nam, đặc biệt là doanh nghiệp vừa và nhỏ kinh doanh với thị trường Úc và Niu Di Lân chưa có chiến lược kinh doanh dài hạn. Vì vậy, khi AANZFTA có giá trị hiệu lực, doanh nghiệp tận dụng chưa hiệu quả ưu đãi trong Hiệp định để đẩy mạnh xuất khẩu hàng hóa sang hai thị trường này.

## Chương 4

# ĐỊNH HƯỚNG VÀ GIẢI PHÁP ĐẨY MẠNH XUẤT KHẨU HÀNG HÓA CỦA VIỆT NAM SANG ÚC VÀ NIU DI LÂN

## 1. ĐỊNH HƯỚNG PHÁT TRIỂN XUẤT KHẨU HÀNG HÓA CỦA VIỆT NAM SANG ÚC VÀ NIU DI LÂN GIAI ĐOẠN 2015-2020

### 1.1. Bối cảnh thế giới và trong nước ảnh hưởng tới phát triển xuất khẩu hàng hóa của Việt Nam sang Úc và Niu Di Lân

#### 1.1.1. Những cơ hội thúc đẩy phát triển xuất khẩu hàng hóa của Việt Nam sang Úc và Niu Di Lân giai đoạn 2015-2020

Những cơ hội thúc đẩy phát triển xuất khẩu hàng hóa của Việt Nam sang thị trường Úc và Niu Di Lân giai đoạn 2015-2020:

- *Thứ nhất*, kinh tế toàn cầu đang trong quá trình phục hồi sau khủng hoảng. Mặc dù tốc độ phục hồi còn chậm nhưng các dấu hiệu đã trở nên rõ nét. Theo dự báo của Quỹ Tiền tệ Quốc tế (IMF), kinh tế thế giới tăng trưởng từ 3,76% năm 2015 lên 3,85% năm 2017 và 3,93% năm 2019. Trong đó, tăng trưởng kinh tế của các nước phát triển dao động ở mức 1,95%-2,36%/năm giai đoạn 2015-2020, của các nước đang phát triển và thị trường mới nổi dao động ở mức 4,26%-5,27%/năm. Các quốc gia mới nổi và đang phát triển châu Á vẫn là khu vực có tốc độ tăng trưởng cao nhất thế giới giai đoạn 2015-2020 với tốc độ tăng trưởng bình quân 6,31-6,79%/năm.

- *Thứ hai*, thương mại toàn cầu được dự báo tăng trưởng ổn định. IMF dự báo thương mại toàn cầu tăng 3,69% năm 2015, 5,09% năm 2018 và 5,13% năm 2020. Giai đoạn 2015-2020, tăng trưởng thương mại toàn cầu dao động ở mức 3,69%-5,17% năm (xem Bảng 4.1).

**Bảng 4.1: Dự báo tăng trưởng kinh tế và thương mại toàn cầu giai đoạn 2015-2020**

*Đơn vị: %*

	2015	2016	2017	2018	2019	2020
<b>1. GDP so sánh</b>	3,45	3,76	3,85	3,87	3,93	3,97
- Các nền kinh tế phát triển	2,36	2,42	2,18	2,08	1,96	1,95
- Các nền kinh tế đang phát triển và thị trường mới nổi	4,26	4,74	5,03	5,11	5,24	5,27
<b>2. Lượng trao đổi thương mại hàng hóa và dịch vụ toàn cầu</b>	3,69	4,74	5,09	5,09	5,17	5,13
<b>Xuất khẩu</b>						
- Các nền kinh tế phát triển	3,20	4,12	4,33	4,31	4,43	4,43
- Các nền kinh tế đang phát triển và thị trường mới nổi	5,31	5,72	6,14	6,06	6,08	5,87
<b>Nhập khẩu</b>						
- Các nền kinh tế phát triển	3,30	4,32	4,64	4,58	4,64	4,62

- Các nền kinh tế đang phát triển và thị trường mới nổi	3,50	5,49	5,98	6,22	6,26	6,26
<b>3. Chỉ số giá hàng hóa</b>						
- Hàng hóa bao gồm nhiên liệu và phi nhiên liệu	122,85	129,93	133,87	135,63	136,66	137,29
- Hóa hóa phi nhiên liệu bao gồm thực phẩm, rau và hàng công nghiệp đầu vào	139,32	137,95	137,39	136,59	135,67	134,80
- Hàng công nghiệp bao gồm nguyên vật liệu đầu vào cho nông nghiệp và kim loại	133,69	134,34	133,57	132,67	131,78	130,93

Nguồn: International Monetary Fund (IMMF), World Economic Outlook Database, tháng 4 - 2015.

Thương mại toàn cầu được dự báo tăng trưởng tương đối ổn định trong giai đoạn 2015-2020. Xuất khẩu hàng hóa và dịch vụ của các nền kinh tế đang phát triển và thị trường mới nổi dao động ở mức 3,50% - 6,26%/năm. Điều này sẽ tạo thuận lợi cho phát triển xuất khẩu hàng hóa của các nước đang phát triển sang thị trường các nước phát triển.

- *Thứ ba*, toàn cầu hóa và hội nhập kinh tế quốc tế đang diễn ra ngày càng sâu rộng. Kéo theo đó là xu thế tự do hóa thương mại diễn ra mạnh mẽ ở quy mô khu vực và thế giới. Vòng đàm phán Doha vẫn chưa đi đến đồng thuận chung, các quốc gia đã tự tìm hướng giải quyết bằng cách đàm phán ký kết các hiệp định thương mại tự do (FTA) song phương và đa phương. Các FTA song phương và đa phương xuất hiện ngày càng nhiều. Việc cắt giảm các hàng rào thương mại thông qua các FTA được ký kết trong khu vực cũng như trên toàn cầu sẽ tháo bỏ các rào cản thương mại truyền thống giúp cho hoạt động thương mại được mở rộng hơn. Tại châu Á nói chung và Đông Nam Á nói riêng, các liên kết kinh tế đang được củng cố và phát triển trên cả chiều rộng và chiều sâu sẽ tiếp tục tạo điều kiện cho các quốc gia trong khu vực mở rộng hợp tác kinh tế và thương mại quốc tế.

- *Thứ tư*, tự do hóa thương mại gia tăng, chi phí vận tải và viễn thông giảm, nguồn vốn di chuyển giữa các quốc gia ngày càng thuận lợi hơn là những nguyên nhân chính thúc đẩy thương mại thế giới phát triển. Theo WTO, nền kinh tế thế giới vẫn tiếp tục xu hướng vận động mạnh mẽ theo hướng chuyển dịch từ Tây sang Đông. Khu vực châu Á - Thái Bình Dương (trong đó có Đông Nam Á) từ chỗ chỉ chiếm gần 21% tỷ trọng thương mại toàn cầu năm 1990, đến nay đã được coi là khu vực phát triển năng động nhất thế giới và chiếm tỷ trọng tới gần 35%. Dự báo khu vực này sẽ tiếp tục đóng vai trò động lực trong tăng trưởng thương mại toàn cầu giai đoạn tới. Trong đó, các quốc gia Trung Quốc, Nhật Bản, Ấn Độ tiếp tục duy trì vai trò là các nhân tố hàng đầu, khối ASEAN (trong đó có Việt Nam) sẽ đóng vai trò ngày càng quan trọng hơn ảnh hưởng tới thương mại trong khu vực. Do nhận thức về lợi ích của hội nhập trong khu vực phát triển năng động về kinh tế, hội nhập kinh tế tại khu vực châu Á - Thái Bình Dương sẽ diễn ra với tốc độ nhanh và ngày càng



sâu rộng hơn. Nằm trong khu vực năng động này, hoạt động xuất khẩu hàng hóa của Việt Nam sẽ được hưởng những ngoại ứng tích cực.

- *Thứ năm*, thương mại hàng hóa toàn cầu sẽ tiếp tục tăng trưởng cao hơn kinh tế thế giới. Khu vực châu Á - Thái Bình Dương tiếp tục là khu vực động lực trong tăng trưởng thương mại hàng hóa toàn cầu giai đoạn tới. Vai trò động lực của Trung Quốc trong tăng trưởng thương mại hàng hóa thế giới sẽ giảm xuống tương đối. Mỹ và Nhật Bản sẽ thúc đẩy đàm phán để sớm ký kết Hiệp định Đối tác kinh tế chiến lược xuyên Thái Bình Dương (TPP - Trans-Pacific Strategic Economic Partnership Agreement) vào năm 2015 nhằm đẩy mạnh xuất khẩu hàng hóa. Các nước ASEAN đang nỗ lực thúc đẩy liên kết nội khối để xây dựng Cộng đồng Kinh tế ASEAN vào năm 2015, bên cạnh đó ASEAN cũng đang nỗ lực khẳng định vai trò trung tâm trong tiến trình hội nhập khu vực Đông Á mở rộng thông qua các sáng kiến như Hội nghị Thượng đỉnh Đông Á, triển khai Khuôn khổ ASEAN về Đối tác kinh tế toàn diện khu vực. Các nước trong khu vực đang mong muốn hợp tác kinh tế thương mại ngày càng sâu rộng hơn với ASEAN, trong đó có Việt Nam. Đây là cơ hội thúc đẩy phát triển xuất khẩu hàng hóa của nước ta sang Úc và Niu Di Lân.

- *Thứ sáu*, sau khủng hoảng kinh tế thế giới, hầu hết các nước phát triển đều phải tái cấu trúc nền kinh tế để chuyển sang một nấc thang mới, gắn liền với đó là quá trình mở cửa để cho hàng hóa của các nước đang phát triển thâm nhập. Hàng nông sản và hàng công nghiệp chế biến của nước ta vẫn có nhiều cơ hội để tăng xuất khẩu, đặc biệt là vào các thị trường có ký FTA.

- *Thứ bảy*, định hướng phát triển thương mại quốc tế của Úc và Niu Di Lân hướng về châu Á và cộng đồng các quốc gia Đông Nam Á (ASEAN). Hai nước hàng năm có nhu cầu nhập khẩu một khối lượng hàng hóa lớn từ các nước ASEAN phục vụ nhu cầu phát triển sản xuất và tiêu dùng. Đây là cơ hội thuận lợi thúc đẩy xuất khẩu hàng hóa của Việt Nam sang hai thị trường này.

Tháng 10-2012, chính phủ Úc công bố Sách Trắng (White Paper) với chủ đề "Australia trong kỷ nguyên châu Á", nhấn mạnh: "*Sự trỗi dậy của châu Á sẽ làm thay đổi thế giới. Đặc điểm nổi bật của thế kỷ 21 đó là thế kỷ châu Á*" [29, tr.1] đồng thời khẳng định chiến lược của chính phủ Úc là chuyển hướng sang các quốc gia châu Á, tận dụng kỷ nguyên châu Á để phát triển kinh tế, tạo công ăn việc làm, xây dựng Úc thành quốc gia ngày càng giàu có, uyển chuyển về chiến lược phát triển đồng thời tăng cường vai trò của Úc trong khu vực châu Á - Thái Bình Dương cả về kinh tế, văn hóa và chính trị.

Niu Di Lân luôn chú trọng phát triển các thỏa thuận thương mại cả song phương lẫn đa phương. Quan hệ với các quốc gia trong khu vực châu Á - Thái Bình Dương đóng vai trò đặc biệt quan trọng đối với Niu Di Lân. Năm 2014, Bộ Ngoại giao và Thương mại của Niu Di Lân đã đề ra phương hướng chiến lược trong hợp tác kinh tế và thương mại của Niu Di Lân chỉ rõ: "*Chính phủ Niu Di Lân mong*

*muốn thắt chặt mối quan hệ chính trị với các quốc gia trong khu vực châu Á - Thái Bình Dương nhằm củng cố an ninh cũng như tăng cường các quan hệ thương mại và đầu tư. Trung Quốc và Ấn Độ là hai quốc gia hàng đầu trong chiến lược ưu tiên của Niu Di Lân, tiếp theo đó là nhóm 5 quốc gia và khối liên kết: Mỹ, Úc, ASEAN, Hiệp hội các quốc gia vùng Vịnh và Cộng đồng chung châu Âu ” [43, tr.1].*

Ngoài Hiệp định AANZFTA đã ký kết và có hiệu lực từ ngày 01/01/2010, Úc và Niu Di Lân nằm trong số 6 đối tác đang tham gia đàm phán Hiệp định đối tác kinh tế toàn diện khu vực (RCEP - Regional Comprehensive Economic Partnership Agreement) với các quốc gia ASEAN, dự kiến sẽ kết thúc đàm phán và ký kết vào cuối năm 2015. Nếu được ký kết, RCEP sẽ là một khu vực tự do thương mại chiếm gần một nửa dân số thế giới, khoảng 39% GDP toàn cầu và trên ¼ xuất khẩu toàn thế giới.

Úc và Niu Di Lân cũng đang cùng tham gia đàm phán ký kết TPP cùng với các quốc gia: Mỹ, Nhật Bản, Ca-na-đa, Chi lê, Mê xi cô, Pê ru và bốn quốc gia ASEAN: Xin-ga-po, Ma-lai-xi-a, Việt Nam, Bru này. Nếu được ký kết, TPP sẽ tạo ra một khu vực thương mại tự do lớn chỉ sau WTO và hứa hẹn mức độ mở cửa tự do thương mại còn lớn hơn WTO do đó sẽ có tác động thúc đẩy trao đổi thương mại mạnh mẽ giữa các quốc gia tham gia hiệp định.

Như vậy, cả Úc và Niu Di Lân đều có định hướng chiến lược về phát triển quan hệ kinh tế và thương mại với các quốc gia châu Á, trong đó ASEAN là một đối tác quan trọng trên thực tế và trong các chiến lược lâu dài của cả hai quốc gia. Việt Nam nằm trong khối các quốc gia ASEAN được coi là trung tâm của Đông Á - khu vực kinh tế phát triển năng động nhất châu Á-Thái Bình Dương, là một nền kinh tế được đánh giá là trong nhóm các nền kinh tế năng động nhất trong khu vực. Tận dụng được vị trí địa lý và nắm bắt xu thế phát triển thương mại của khu vực cũng như của thế giới, quan hệ thương mại song phương Việt - Úc, Việt Nam - Niu Di Lân chắc chắn sẽ được tăng cường và phát triển trong giai đoạn 2014-2020, đặc biệt xuất khẩu của Việt Nam sang hai thị trường này sẽ được thúc đẩy phát triển nhờ vào những tác động tích cực từ việc thực thi Hiệp định AANZFTA.

- *Thứ tám*, Việt Nam đã thiết lập quan hệ đối tác toàn diện với Úc và Niu Di Lân từ năm 2009. Việt Nam với Úc và Niu Di Lân đang thực hiện Chương trình hành động nhằm cụ thể hóa các lĩnh vực hợp tác. Bên cạnh đó, Hiệp định AANZFTA đang được thực thi, Việt Nam với Úc và Niu Di Lân tăng cường hợp tác để triển khai Hiệp định. Ba nước đều đang tham gia đàm phán TPP, RCEP. Thời gian tới TPP và RCEP được ký kết sẽ là cú hích quan trọng đẩy mạnh quan hệ hợp tác thương mại giữa Việt Nam với Úc và Niu Di Lân nói chung, đẩy mạnh xuất khẩu hàng hóa của nước ta sang hai thị trường này nói riêng.

- *Thứ chín*, Úc và Niu Di Lân là hai quốc gia phát triển, Việt Nam là quốc gia đang phát triển. Quan hệ hợp tác kinh tế thương mại giữa Việt Nam với Úc và Niu Di Lân là quan hệ hợp tác kinh tế giữa quốc gia đang phát triển với hai quốc gia phát

triển. Nền kinh tế của Việt Nam và hai nước mang tính bổ sung cho nhau. Úc và Niu Di Lân có nhu cầu nhập khẩu lớn những mặt hàng Việt Nam có thể mạnh xuất khẩu như may mặc, da giày, thủy sản, đồ gỗ... Theo dự báo tháng 4/2015 của IMF, GDP theo giá hiện hành tính bằng USD của Việt Nam, Úc và Niu Di Lân tăng trưởng bình quân 8,95%/năm, 0,53%/năm và 3,25%/năm giai đoạn 2015-2020. Nhập khẩu hàng hóa của Úc và Niu Di Lân có xu hướng gia tăng hàng năm. Như vậy, xuất khẩu hàng hóa của Việt Nam sang hai thị trường này sẽ được đẩy mạnh trong những năm tới.

- *Thứ mười*, nền sản xuất trong nước được phục hồi. Các doanh nghiệp Việt Nam đang từng bước tham gia vào chuỗi sản xuất khu vực và toàn cầu. Kinh tế của Úc và Niu Di Lân đang lấy lại đà tăng trưởng, kéo theo đó là nhu cầu nhập khẩu hàng hóa gia tăng. Như vậy, sẽ rất thuận lợi cho Việt Nam phát triển xuất khẩu hàng hóa sang thị trường hai nước này dựa trên việc tận dụng hiệu quả những ưu đãi từ Hiệp định AANZFTA.

### ***1.1.2. Những thách thức ảnh hưởng tới phát triển xuất khẩu hàng hóa của Việt Nam sang Úc và Niu Di Lân giai đoạn 2015-2020***

Bên cạnh những cơ hội, còn có những thách thức ảnh hưởng tới phát triển xuất khẩu hàng hóa của Việt Nam sang Úc và Niu Di Lân. Có thể kể ra một số thách thức chính như sau:

- *Thứ nhất*, kinh tế thế giới vẫn tiềm ẩn nhiều yếu tố bất thường và đối mặt với thách thức khi các quốc gia mới nổi và đang phát triển vẫn chưa thoát khỏi tình trạng tụt tụt. Theo báo cáo của WTO ngày 14/3/2015, trao đổi thương mại hàng hóa toàn cầu năm 2015 sẽ chỉ tăng 3,3% và năm 2016 là 4%, thấp hơn nhiều so với các dự báo trước đó, do tăng trưởng kinh tế thế giới còn mong manh và các căng thẳng về địa chính trị vẫn còn tiếp tục tác động bất lợi trong thời gian tới.

- *Thứ hai*, Việt Nam nằm ở châu Á - Thái Bình Dương, khu vực phát triển kinh tế năng động nhất thế giới và là động lực của tăng trưởng kinh tế thế giới hậu khủng hoảng. Khu vực có nhiều cường quốc kinh tế như Mỹ, Nhật Bản, Trung Quốc, Ấn Độ... Úc và Niu Di Lân cũng nằm trong khu vực này, sẽ là thách thức cho Việt Nam trong phát triển xuất khẩu hàng hóa sang thị trường hai nước vì phải cạnh tranh xuất khẩu với Trung Quốc và các nước ASEAN.

- *Thứ ba*, Cộng đồng kinh tế ASEAN (AEC) dự kiến sẽ được thành lập vào cuối năm 2015 nhằm mục đích tạo dựng một thị trường và cơ sở sản xuất thống nhất cho các quốc gia thành viên ASEAN, thúc đẩy dòng chu chuyển tự do của hàng hóa, dịch vụ, đầu tư, lao động có tay nghề trong ASEAN. Như vậy, AEC được hình thành và phát triển sẽ là thách thức đối với xuất khẩu hàng hóa của Việt Nam sang Úc và Niu Di Lân vì cạnh tranh trong khối ASEAN sẽ ngày càng tăng trong khi năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp và hàng hóa nước ta còn hạn chế.

- *Thứ tư*, chiến lược phát triển kinh tế - xã hội 2011-2020 đưa ra định hướng đẩy mạnh công nghiệp hóa, hiện đại hóa đất nước. Tuy nhiên, trên thực tế hiệu quả đầu tư chưa cao, ngành công nghiệp hỗ trợ vẫn chưa phát triển, sức cạnh tranh của từng ngành sản xuất nói riêng, cả nền kinh tế nói chung còn thấp. Đây là thách thức đối với các doanh nghiệp nước ta trong việc tận dụng ưu đãi trong các FTA nói chung, AANZFTA nói riêng để phát triển xuất khẩu hàng hóa.

- *Thứ năm*, theo Báo cáo của Ủy ban thường vụ quốc hội ngày 01/11/2014, quá trình tái cơ cấu càng cho thấy rõ hơn thực trạng của nền kinh tế. Mô hình tăng trưởng mới chưa thực sự định hình. Chưa tính toán được một cách toàn diện mối quan hệ tác động lẫn nhau trong tái cơ cấu ở các lĩnh vực trọng tâm và cả nền kinh tế. Cơ chế, chính sách chưa đủ mạnh thu hút nguồn lực từ khu vực tư nhân và đầu tư nước ngoài tham gia đầu tư vào khu vực công nghiệp. Như vậy, tính đến thời điểm này, nước ta chưa chuyển đổi mô hình tăng trưởng từ chiều rộng sang mô hình tăng trưởng theo chiều sâu, tăng trưởng kinh tế vẫn chưa dựa vào công nghiệp chế biến và chế tạo với hàm lượng giá trị gia tăng cao. Vì thế, cơ cấu hàng xuất khẩu chậm được nâng cấp theo hướng tích cực (giảm tỷ trọng hàng nguyên liệu thô và sơ chế, gia tăng tỷ trọng hàng công nghiệp chế biến và chế tạo có hàm lượng giá trị gia tăng cao).

- *Thứ sáu*, thị trường Úc và Niu Di Lân cách xa Việt Nam về địa lý và khác biệt về thị hiếu tiêu dùng. Doanh nghiệp thiếu thông tin về thị trường và gặp khó khăn trong các hoạt động tìm hiểu thị trường và xúc tiến thương mại. Thị trường hàng tiêu dùng của Úc và Niu Di Lân tương đối nhỏ với quy mô gần 30 triệu dân lại trải rộng trên diện tích lớn nên doanh nghiệp Việt Nam e ngại hoạt động xúc tiến thương mại vì có chi phí lớn và hiệu quả không cao. Thực tế, các hoạt động xúc tiến thương mại tại hai thị trường này đến nay đều phải cần đến sự hỗ trợ của Nhà nước chứ chưa có ngành hàng hay doanh nghiệp nào tự tổ chức riêng.

- *Thứ bảy*, cạnh tranh diễn ra ngày càng gay gắt hơn trên thị trường Úc và Niu Di Lân trong khi hàng hóa và doanh nghiệp Việt Nam có năng lực cạnh tranh còn thấp. Hai nước sử dụng nhiều biện pháp phòng vệ thương mại đối với hàng xuất khẩu như tiêu chuẩn chất lượng, SPS, TBT... trong khi Việt Nam còn quá thiếu kinh nghiệm ứng phó với những vấn đề này sẽ là thách thức lớn đối với xuất khẩu hàng hóa của nước ta sang hai thị trường. Cơ cấu hàng hóa xuất khẩu của Việt Nam có sự tương đồng với các quốc gia ASEAN khác cũng như với các cường quốc xuất khẩu châu Á là Trung Quốc và Ấn Độ. Mặc dù có Hiệp định AANZFTA, Úc và Niu Di Lân đã, đang tiếp tục đàm phán ký kết FTA song phương với từng quốc gia trong khối ASEAN. Cụ thể, hai nước đã ký FTA với Xin-ga-po, Thái Lan và Ma-lai-xi-a, đang đàm phán FTA với In-đô-nê-xi-a. Đặc biệt, các FTA ký sau này đều là các FTA thế hệ mới không chỉ điều chỉnh hệ thống thuế xuất nhập khẩu mà còn tác động đến dòng vốn FDI. Do đó, đây sẽ là thách thức ảnh hưởng tới phát triển xuất khẩu hàng hóa của Việt Nam sang thị trường Úc và Niu Di Lân.

- *Thứ tám*, chính sách thương mại và thuế của Úc và Niu Di Lân khá minh bạch, nhưng hàng rào phi thuế quan (các tiêu chuẩn về vệ sinh an toàn thực phẩm, tiêu chuẩn kỹ thuật...) rất chặt chẽ. Đặc biệt là đối với hàng nông lâm thủy sản, các tiêu chuẩn về an toàn vệ sinh thực phẩm của Úc và Niu Di Lân rất cao. Hàng hoa quả và nông sản muốn nhập khẩu vào Úc và Niu Di Lân đều phải đáp ứng các tiêu chuẩn và được sự đồng ý của các cơ quan chức năng hai nước. Tuy nhiên, việc hợp tác giữa các cơ quan chức năng của Việt Nam với các cơ quan chức năng Úc và Niu Di Lân còn chậm. Nếu tiến trình hợp tác không được đẩy nhanh sẽ là thách thức hạn chế khả năng xuất khẩu một số hàng hóa, đặc biệt là hàng nông sản của Việt Nam sang hai thị trường này.

- *Thứ chín*, so với các quốc gia ASEAN khác, Việt Nam đang tụt lại trong cuộc đua thu hút đầu tư trực tiếp nước ngoài (FDI) từ Úc và Niu Di Lân. FDI của hai nước vào Việt Nam đang giảm dần trong khi các doanh nghiệp FDI có vai trò rất lớn trong việc thúc đẩy xuất khẩu hàng hóa giữa hai bên. FDI của Úc vào Việt Nam từ vị trí thứ ba trong những năm 1990 tụt xuống vị trí thứ 17 trong bảng xếp hạng các quốc gia đầu tư vào Việt Nam năm 2014 (theo Cục Đầu tư nước ngoài - Bộ Kế hoạch Đầu tư).

## **1.2. Định hướng phát triển xuất khẩu hàng hóa của Việt Nam sang Úc và Niu Di Lân**

Với vị trí nằm trong khu vực phát triển cao và năng động nhất thế giới, nền kinh tế Việt Nam cũng được đánh giá là một trong những nền kinh tế có tốc độ tăng trưởng cao và có tiềm năng phát triển trong khu vực. Việt Nam có cơ hội để phát triển xuất nhập khẩu hàng hóa, mở rộng quan hệ thương mại với các quốc gia nói chung cũng như với Úc và Niu Di Lân nói riêng. Trong bối cảnh hội nhập kinh tế quốc tế ngày càng sâu rộng, chính sách của Đảng và Nhà nước Việt Nam là mở rộng quan hệ hợp tác kinh tế, thương mại, đầu tư với tất cả các quốc gia trên thế giới.

Việt Nam và Úc, Niu Di Lân cùng nằm trong khu vực châu Á - Thái Bình Dương đầy tiềm năng, đều mong muốn tăng cường mở rộng quan hệ hữu nghị, hợp tác lâu dài trên nhiều lĩnh vực. Quan hệ song phương giữa Việt Nam với Úc, Niu Di Lân đã có bước phát triển mạnh mẽ trong những năm gần đây. Biểu hiện sinh động của chiều hướng tốt đẹp đó là sự hợp tác trên các lĩnh vực chính trị, kinh tế, thương mại, đầu tư, viện trợ phát triển, văn hóa, giáo dục đào tạo. Không chỉ trong khuôn khổ song phương, sự hợp tác giữa Việt Nam với Úc, Niu Di Lân còn phát triển mạnh mẽ trong khuôn khổ đa phương. ASEAN là đối tác quan trọng của Úc và Niu Di Lân.

Úc và Niu Di Lân là hai đối tác thương mại chính của Việt Nam ở khu vực châu Đại Dương những năm qua và vẫn được xác định là đối tác thương mại quan trọng của Việt Nam, là thị trường xuất khẩu chủ yếu của Việt Nam ở khu vực này trong Chiến lược xuất nhập khẩu hàng hóa thời kỳ 2011-2020, định hướng đến năm

2030. Đây là hai nước có nhu cầu nhập khẩu lớn những mặt hàng xuất khẩu có lợi thế của nước ta như thủy sản, dệt may, giày dép, đồ gỗ, v.v... .

### ***Quan điểm phát triển xuất khẩu hàng hóa của Việt Nam sang Úc và Niu Di Lâm giai đoạn 2015-2020***

*Một là*, phát triển xuất khẩu hàng hóa sang Úc và Niu Di Lâm phải dựa trên cơ sở khai thác tốt lợi thế so sánh của Việt Nam trong quan hệ hợp tác kinh tế thương mại với Úc và Niu Di Lâm, góp phần tăng trưởng kim ngạch xuất khẩu hàng hóa của Việt Nam, phát triển sản xuất và chuyển dịch cơ cấu kinh tế theo hướng công nghiệp hóa, hiện đại hóa.

*Hai là*, phát triển xuất khẩu hàng hóa của Việt Nam sang thị trường Úc và Niu Di Lâm trên cơ sở thực hiện hiệu quả Hiệp định AANZFTA.

*Ba là*, chuyển dịch cơ cấu hàng xuất khẩu sang Úc và Niu Di Lâm theo hướng nâng cao chất lượng, hiệu quả và giá trị gia tăng.

*Bốn là*, tích cực và chủ động tham gia vào mạng lưới sản xuất, chuỗi giá trị khu vực và toàn cầu. Chú trọng xây dựng và phát triển thương hiệu cho hàng hóa và doanh nghiệp Việt Nam trên thị trường Úc và Niu Di Lâm.

*Năm là*, củng cố quan hệ đối tác toàn diện với Úc và Niu Di Lâm, tiến tới xây dựng và phát triển quan hệ đối tác chiến lược với hai nước này để phát triển thị trường xuất khẩu hàng hóa, kết hợp hài hòa giữa lợi ích trước mắt với lợi ích lâu dài của quốc gia.

### ***Định hướng phát triển xuất khẩu hàng hóa của Việt Nam sang Úc và Niu Di Lâm giai đoạn 2014-2020***

*Một là*, phát triển xuất khẩu hàng hóa sang Úc và Niu Di Lâm theo hướng tăng trưởng bền vững cả về chiều rộng và chiều sâu, giảm tỷ trọng nhiên liệu khoáng sản trong tổng kim ngạch xuất khẩu sang hai thị trường, tăng tỷ trọng hàng công nghiệp có giá trị gia tăng cao. Mở rộng quy mô xuất khẩu đồng thời chú trọng nâng cao hiệu quả xuất khẩu.

*Hai là*, xuất khẩu hàng hóa của Việt Nam sang hai thị trường này phải được đẩy mạnh hơn nữa tương xứng với tiềm lực kinh tế của cả hai bên và tương xứng với tầm quan hệ đối tác toàn diện. Kim ngạch xuất khẩu hàng hóa của Việt Nam sang Úc và Niu Di Lâm ít nhất tăng gấp ba vào năm 2020.

*Ba là*, tiếp tục đẩy mạnh hoạt động xuất khẩu hàng hóa sang Úc và Niu Di Lâm, mở rộng qui mô và tăng nhanh trị giá, tăng tỷ trọng kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam sang hai thị trường trong tổng kim ngạch xuất khẩu hàng hóa của Việt Nam từ 2,87% lên 10% và trong tổng kim ngạch nhập khẩu của hai nước từ 1,39% lên 5% vào năm 2020 cho tương xứng với tầm quan hệ đối tác toàn diện và hướng

tới đối tác chiến lược. Nâng cao hiệu quả xuất khẩu hàng hóa của Việt Nam sang hai thị trường này bằng cách khai thác có hiệu quả lợi thế so sánh của Việt Nam trong quan hệ hợp tác song phương.

*Bốn là*, chuyển dịch cơ cấu xuất khẩu sang thị trường Úc và Niu Di Lân theo hướng tích cực, tăng tỷ trọng hàng chế biến, chế tạo có hàm lượng công nghệ và giá trị gia tăng cao, giảm tỷ trọng nhiên liệu khoáng sản và hàng sơ chế trong cơ cấu hàng xuất khẩu để tận dụng hiệu quả những ưu đãi từ Hiệp định AANZFTA. Định hướng đến năm 2020, hàng chế biến chế tạo chiếm khoảng 60%, hàng nguyên liệu thô và sơ chế chiếm 40% kim ngạch xuất khẩu hàng hóa của Việt Nam sang hai thị trường này.

*Năm là*, phát triển xuất khẩu hàng hóa sang Úc và Niu Di Lân gắn với hợp tác đầu tư. Đẩy mạnh hoạt động xuất khẩu sang hai thị trường, đồng thời gia tăng việc thu hút đầu tư trực tiếp của hai nước vào lĩnh vực sản xuất, chế biến hàng xuất khẩu, vào ngành công nghiệp chế tạo và công nghiệp hỗ trợ nhằm tăng chất lượng, hàm lượng công nghệ và giá trị gia tăng cho hàng xuất khẩu để hàng Việt Nam có chỗ đứng trên hai thị trường này nói riêng, thị trường thế giới nói chung.

*Sáu là*, tăng cường xuất khẩu các mặt hàng Việt Nam có tiềm năng và lợi thế sang thị trường Úc và Niu Di Lân, những mặt hàng được hưởng ưu đãi từ Hiệp định AANZFTA, hạn chế xuất khẩu các mặt hàng kém khả năng cạnh tranh và gây lãng phí tài nguyên thiên nhiên, coi Úc và Niu Di Lân là hai thị trường xuất khẩu chủ yếu của Việt Nam ở khu vực châu Đại Dương. Tiến tới xuất khẩu những mặt hàng có hàm lượng công nghệ và giá trị gia tăng cao. Giảm tỷ trọng xuất khẩu nguyên liệu thô và hàng sơ chế sang hai thị trường này, đến năm 2020 tỷ lệ này chỉ còn khoảng 30% trong tổng kim ngạch xuất khẩu hàng hoá của Việt Nam.

*Bảy là*, phát triển các mặt hàng xuất khẩu mới sang Úc và Niu Di Lân. Những mặt hàng mà hai nước này có nhu cầu nhập khẩu lớn, Việt Nam có triển vọng phát triển sản xuất và xuất khẩu như: túi xách, ví, và li, mũ và ô dù; đá quý, kim loại quý và sản phẩm; hàng rau quả; sản phẩm hóa chất; bánh kẹo và các sản phẩm từ ngũ cốc; hàng điện máy, cơ khí; phân bón; ca cao và chế phẩm từ ca cao.

## **2. MỘT SỐ GIẢI PHÁP CHỦ YẾU TẬN DỤNG ƯU ĐÃI TRONG HIỆP ĐỊNH AANZFTA ĐỂ ĐẨY MẠNH XUẤT KHẨU HÀNG HÓA VIỆT NAM SANG ÚC VÀ NIU DI LÂN**

### **2.1. Giải pháp về phía chính phủ**

#### ***2.1.1. Tiếp tục triển khai các việc cần làm để tận dụng ưu đãi trong Hiệp định AANZFTA***

Hiệp định AANZFTA đã có giá trị hiệu lực hơn 5 năm và hiện đang được các nước thành viên điều chỉnh một số điều khoản để việc thực thi Hiệp định mang lại

hiệu quả cao cho các bên và tiếp tục thực hiện các cam kết hợp tác trong Hiệp định mà chưa được triển khai ở giai đoạn đầu. Theo đó, các nước thành viên tiếp tục triển khai các việc cần làm để tận dụng ưu đãi trong Hiệp định nhằm đẩy mạnh xuất khẩu hàng hóa sang Úc và Niu Di Lân. Vận dụng kinh nghiệm của Thái Lan, Ma-lai-xi-a, Xin-ga-po và In-đô-nê-xi-a, Việt Nam cần tiếp tục triển khai các việc sau:

- Tiến hành các thủ tục trong nước và ngoài nước để ký kết và thực hiện Nghị định thư sửa đổi Hiệp định AANZFTA (Nghị định thư dự kiến có giá trị hiệu lực vào ngày 01/10/2015): chuyển đổi biểu thuế từ AHTN2007 sang AHTN2012, ban hành các văn bản thực thi.

- Triển khai nhanh và hiệu quả các việc cần làm tiếp theo liên quan đến việc thực thi Nghị định thư sửa đổi Hiệp định (phổ biến nghị định thư sửa đổi Hiệp định và biểu thuế mới tới các Hiệp hội và cộng đồng doanh nghiệp, ban hành các văn bản hướng dẫn thực thi Nghị định thư sửa đổi Hiệp định...).

- Đề xuất sớm chấp nhận cơ chế tự chứng nhận xuất xứ do AANZFTA đưa ra để giúp thúc đẩy xuất khẩu, tạo thuận lợi hóa thương mại cho việc xuất hàng sang Úc và Niu Di Lân, giảm chi phí xuất khẩu và thời gian đi lại khi xin cấp C/O.

- Chỉ đạo các cơ quan thương vụ ở nước ngoài nắm tình hình điều chỉnh về chính sách của Úc, Niu Di Lân và phản ánh kịp thời về Bộ Công Thương để có hướng giải quyết, liên hệ với các cơ quan hữu quan, các hiệp hội ngành hàng và doanh nghiệp có biện pháp xử lý.

- Các cơ quan chức năng Chính phủ cần tiếp tục đàm phán với Úc để đẩy nhanh việc cấp giấy phép nhập khẩu cũng như giảm nhẹ các quy định nhập khẩu đối với trái vải Việt Nam; Mở cửa thị trường cho các loại trái cây tươi khác của Việt Nam như Thanh Long, Xoài, Nhãn, Chôm Chôm,...; Xem xét lại các quy định về kiểm dịch tôm tươi và tôm tươi đông lạnh của Việt Nam. Trong khi chờ xem xét dỡ bỏ việc kiểm dịch nêu trên, nên có thỏa thuận song phương về việc thống nhất phương pháp kiểm dịch virus.

### ***2.1.2. Nâng cao hiệu quả triển khai Hiệp định AANZFTA***

*Tăng cường hợp tác giữa các đối tác trong AANZFTA và đẩy mạnh tự do hóa thương mại trong khu vực*

Các cơ quan chức năng thường xuyên đánh giá tác động của Hiệp định AANZFTA trong việc thúc đẩy trao đổi thương mại của Việt Nam với các đối tác trong khu vực. Từ đó đưa ra các đề xuất cùng với các đối tác hài hòa hóa các tiêu chuẩn, tháo dỡ các rào cản và tăng cường hơn nữa tự do hóa thương mại giữa các quốc gia tham gia Hiệp định.

Tận dụng những thỏa thuận trong AANZFTA về hỗ trợ tài chính nâng cao năng lực và đào tạo nhân lực cho các cơ quan chức năng để giải quyết các tranh chấp có thể phát sinh trong quá trình thực thi Hiệp định.



Đề xuất với phía Úc và Niu Di Lân áp dụng cơ chế “Doanh nghiệp tự chứng nhận xuất xứ”, vừa tiết kiệm được thời gian và chi phí xin C/O tạo thuận lợi thương mại. Đối với những lô hàng xuất khẩu có trị giá nhỏ, doanh nghiệp rất ngại đến các tổ chức xin cấp C/O. Áp dụng cơ chế này sẽ tăng tỷ lệ tận dụng C/O trong xuất khẩu hàng hóa sang Úc và Niu Di Lân cao hơn.

*Hỗ trợ, hướng dẫn các doanh nghiệp trong việc tiếp cận và giành được ưu đãi theo Hiệp định AANZFTA*

Để tận dụng được những ưu đãi từ các FTA nói chung, AANZFTA nói riêng, cần có sự hợp tác và phối hợp chặt chẽ giữa các ngành chức năng và các doanh nghiệp trong quá trình triển khai Hiệp định. Tạo điều kiện thuận lợi cho doanh nghiệp trong việc tận dụng ưu đãi từ Hiệp định để đẩy mạnh xuất khẩu hàng hóa sang Úc và Niu Di Lân.

Đẩy mạnh tuyên truyền, nâng cao nhận thức về Hiệp định AANZFTA đến các hiệp hội ngành hàng, cộng đồng doanh nghiệp để họ nắm được nội dung Hiệp định, những cam kết về thương mại hàng hóa, quy tắc xuất xứ, yêu cầu về SPS, TBT, những ưu đãi và cách thức được hưởng ưu đãi từ Hiệp định đối với hàng xuất khẩu sang Úc và Niu Di Lân. Đưa thông tin và các hướng dẫn cụ thể về cách thức để được hưởng ưu đãi từ Hiệp định đến doanh nghiệp.

Tăng cường hoạt động quảng bá về những lợi ích thiết thực mà Hiệp định AANZFTA mang lại cho Việt Nam nói chung và các doanh nghiệp Việt Nam nói riêng.

Phát hành các cẩm nang/bảng hướng dẫn các doanh nghiệp cách thức để tính toán hưởng lợi khi xuất khẩu hàng hóa sang Úc và Niu Di Lân theo AANZFTA mà quan trọng là cách tính cộng gộp xuất xứ trong C/O của các lô hàng xuất khẩu cũng như cách phối hợp với các cơ quan chức năng có thẩm quyền để giải quyết các vấn đề phát sinh nếu có.

Tổ chức các hội thảo tổng kết và phổ biến kinh nghiệm trong hoạt động xuất khẩu hàng hóa sang Úc và Niu Di Lân cho doanh nghiệp: Chỉ ra những lợi ích cụ thể cũng như những vướng mắc có thể gặp trong hoạt động xuất khẩu hàng hóa sang hai nước; Phổ biến kinh nghiệm về tận dụng ưu đãi của các nước ASEAN trong Hiệp định AANZFTA để đẩy mạnh xuất khẩu hàng hóa sang Úc và Niu Di Lân.

Khi có những vấn đề mới phát sinh trong quá trình thực thi Hiệp định AANZFTA (ký kết và thực hiện Nghị định thư sửa đổi Hiệp định lần thứ nhất, thực hiện biểu thuế theo Nghị định thư sửa đổi, thực hiện quy tắc xuất xứ theo Nghị định thư sửa đổi...) cần tổ chức các cuộc hội thảo để thông tin đến các hiệp hội ngành hàng và cộng đồng doanh nghiệp những thông tin mới về Hiệp định và cách thức để tận dụng ưu đãi đẩy mạnh xuất khẩu hàng hóa. Theo kinh nghiệm của Xin-ga-po và

Ma-lai-xi-a, định kỳ khoảng hai năm nên tổ chức hội thảo đánh giá tác động của Hiệp định AANZFTA đối với xuất khẩu hàng hóa, đồng thời nắm bắt phản hồi của doanh nghiệp về những khó khăn, rào cản gặp phải trong quá trình xuất khẩu hàng hóa sang Úc và Niu Di Lân. Từ đó đưa ra các biện pháp tháo gỡ khó khăn và tận dụng lợi thế nhằm đẩy mạnh xuất khẩu hàng hóa sang hai thị trường này.

Để doanh nghiệp có thể tận dụng hiệu quả những ưu đãi từ Hiệp định AANZFTA đẩy mạnh xuất khẩu hàng hóa sang Úc và Niu Di Lân. Trước hết doanh nghiệp phải hiểu được nội dung Hiệp định, những ưu đãi, lợi ích mà Hiệp định mang lại, cách thức để tận dụng ưu đãi, chuyên gia và các cơ quan nào có thể hỗ trợ doanh nghiệp tận dụng tốt nhất những ưu đãi. Hiện Xin-ga-po là nước ASEAN làm tốt nhất điều này, ngoài ra là Ma-lai-xi-a và Thái Lan. Theo kinh nghiệm của Xin-ga-po, trang web hội nhập của VCCI (<http://www.trungtamwto.vn/>) và trang web thị trường nước ngoài của Bộ Công Thương (<http://www.vietnamexport.com/>) cần bổ sung thêm phần: phân tích lợi ích của các FTA (trong đó có AANZFTA), các chuyên gia tư vấn tận dụng ưu đãi (địa chỉ, số điện thoại, cơ quan công tác...), các đường link tới các cơ quan chức năng liên quan đến thực thi Hiệp định, thường xuyên cập nhật thông tin mới về Hiệp định (nếu có những điều chỉnh về biểu thuế HS mới, quy tắc xuất xứ...) để doanh nghiệp nắm được thông tin, tránh bị động trong sản xuất và xuất khẩu hàng hóa sang các nước tham gia Hiệp định.

- Đưa lên trang web của Bộ Công Thương các FTA, EPA mà Việt Nam đang đàm phán, đã ký kết và có giá trị hiệu lực (Nội dung Hiệp định, các phụ lục, các văn bản thực thi, những lợi ích mà hiệp định mang lại, cùng với những hướng dẫn cụ thể cho doanh nghiệp về những ưu đãi được hưởng theo Hiệp định và những điều kiện cụ thể để được hưởng ưu đãi, quy tắc xuất xứ C/O...) như Thái Lan, Ma-lai-xi-a. Thông tin về Hiệp định AANZFTA có trên trang web của Bộ Công Thương, nhưng không tập trung, đầy đủ và bài bản như của các nước ASEAN-6. Theo phân công của Thủ tướng Chính phủ, Bộ Công Thương chịu trách nhiệm thường xuyên theo dõi, giám sát việc thực hiện Hiệp định AANZFTA. Vì vậy, mọi thông tin về Hiệp định trên trang web của Bộ Công Thương được coi là chính thống, đáng lẽ thông tin về AANZFTA nói riêng, về các FTA Việt Nam đã ký kết, có giá trị hiệu lực thi hành và đang đàm phán phải đầy đủ, chi tiết, cập nhật và có những hướng dẫn cụ thể về tận dụng ưu đãi từ các FTA. Trên thực tế, thông tin về các FTA lại có nhiều ở trang web của Trung tâm WTO thuộc VCCI (<http://www.trungtamwto.vn/>).

- Thương vụ Việt Nam tại Úc và Niu Di Lân cần tích cực hơn nữa trong việc hỗ trợ các doanh nghiệp tìm kiếm bạn hàng và các cơ hội xuất khẩu hàng hóa sang hai thị trường; Trợ giúp doanh nghiệp trong việc giải quyết các vướng mắc đối với

những lô hàng vi phạm quy định về vệ sinh an toàn thực phẩm của Úc và Niu Di Lân; Làm tốt hơn nữa công tác thông tin và hướng dẫn thị trường cho doanh nghiệp xuất khẩu Việt Nam; Tiếp tục triển khai, hỗ trợ tổ chức thị trường cho các mặt hàng có tiềm năng và các mặt hàng bị sụt giảm; Tích cực tham gia thúc đẩy hợp tác nâng cao năng lực kiểm dịch động thực vật, sở hữu trí tuệ.

### ***2.1.3. Chú trọng phát triển các ngành hàng xuất khẩu chủ lực sang thị trường Úc và Niu Di Lân***

Những năm qua, Việt Nam có một số mặt hàng xuất khẩu chủ lực sang thị trường Úc và Niu Di Lân như nông, thủy sản, hàng dệt may, giày dép... nhưng kim ngạch còn thấp và chất lượng hàng xuất khẩu còn bất cập. Nguyên nhân chủ yếu là do: Quy mô sản xuất còn nhỏ, phân tán; sự liên kết giữa doanh nghiệp, nhà khoa học và người nông dân còn lỏng lẻo; ngành công nghiệp hỗ trợ chưa phát triển, v.v....

Chính phủ cần có chính sách cụ thể để phát triển các ngành hàng xuất khẩu chủ lực sang Úc và Niu Di Lân. Thông qua sự hỗ trợ về vốn, ưu đãi về thuế, tạo điều kiện thuận lợi trong sản xuất kinh doanh cho các doanh nghiệp.... Việt Nam có thể phát triển được nền sản xuất nội địa (phát triển kinh tế ngành và kinh tế vùng), đồng thời nâng cao được khả năng cạnh tranh của hàng hóa và doanh nghiệp Việt Nam trên hai thị trường này:

- Có cơ chế cho vay ưu đãi cho hoạt động sản xuất, kinh doanh hàng xuất khẩu, đặc biệt đối với những mặt hàng chủ lực và những mặt hàng có tiềm năng lớn.

- Đối với nhóm hàng nông, thủy sản: Quy hoạch vùng nuôi trồng thủy sản, nông sản xuất khẩu. Rà soát và điều chỉnh quy hoạch phát triển nuôi trồng thủy sản, nông sản xuất khẩu kết hợp với việc lập các dự án đầu tư cụ thể, gắn với quy hoạch phát triển nông nghiệp, thủy lợi và đê biển, nâng cao hiệu quả đầu tư và sử dụng đất đai mặt nước vào nuôi trồng thủy sản, nông sản.

Kiểm soát chặt dư lượng hóa chất và kháng sinh cấm sử dụng trong nuôi trồng thủy sản, nông sản. Cần thực hiện nghiêm ngặt việc sử dụng các loại hóa chất và kháng sinh trong nuôi trồng, chế biến và bảo quản nông, thủy sản. Tăng cường giám sát quá trình sản xuất và chế biến thủy sản của các doanh nghiệp. Như vậy, hàng nông, thủy sản Việt Nam mới có thể vượt được rào cản kỹ thuật của thị trường Úc và Niu Di Lân.

Xây dựng thương hiệu cho sản phẩm xuất khẩu: Cục Sở hữu trí tuệ Việt Nam cần hướng dẫn và hỗ trợ doanh nghiệp đăng ký bảo hộ thương hiệu cho hàng xuất khẩu tại thị trường Úc và Niu Di Lân.

Hợp tác với phía Úc và Niu Di Lân trong sản xuất, chế biến hàng nông, thủy sản xuất khẩu sang hai thị trường này.

- Đối với nhóm hàng dệt may: Phát triển ngành công nghiệp hỗ trợ để đảm bảo cung cấp nguyên phụ liệu cho ngành dệt may giúp giảm giá thành sản phẩm do không phải nhập khẩu, đồng thời tận dụng được ưu đãi trong Hiệp định AANZFTA do đáp ứng được quy tắc xuất xứ.

Xây dựng thương hiệu cho các sản phẩm dệt may xuất khẩu: Cục Sở hữu trí tuệ Việt Nam cần hướng dẫn, giúp đỡ và hỗ trợ để đăng ký bảo hộ thương hiệu cho các sản phẩm dệt may xuất khẩu của doanh nghiệp nước ta tại thị trường Úc và Niu Di Lân.

Hiệp định AANZFTA đang được thực thi, nên chú trọng phát triển các ngành hàng xuất khẩu có lợi thế sang Úc và Niu Di Lân. Những ngành hàng vừa có năng lực sản xuất, vừa được hưởng ưu đãi trong Hiệp định hiện đang có tiềm năng xuất khẩu sang hai thị trường này như: nông sản, thủy sản, hàng dệt may, giày dép, đồ gỗ, hàng điện tử, v.v... .

#### ***2.1.4. Phát triển ngành công nghiệp hỗ trợ***

Công nghiệp hỗ trợ là các ngành công nghiệp sản xuất vật liệu, phụ tùng, linh kiện, phụ kiện để cung cấp cho ngành công nghiệp sản xuất, lắp ráp các sản phẩm hoàn chỉnh. Sản phẩm của công nghiệp hỗ trợ là các loại vật liệu, phụ tùng, linh kiện mang tính chất bán thành phẩm, được sản xuất để cung cấp cho khâu lắp ráp, sản xuất sản phẩm hoàn chỉnh tới tay người tiêu dùng. Công nghiệp hỗ trợ phát triển đem lại nhiều lợi ích cho quốc gia, các ngành kinh tế và các doanh nghiệp: giúp tiết kiệm ngoại tệ nhập khẩu các nguyên liệu đầu vào cho sản xuất, giúp các doanh nghiệp và ngành kinh tế chủ động không bị lệ thuộc vào nguồn cung từ nước ngoài, đảm bảo hàng xuất khẩu được hưởng các ưu đãi thuế quan theo các FTA do đáp ứng yêu cầu về hàm lượng xuất xứ trong sản phẩm xuất khẩu... . Công nghiệp hỗ trợ phát triển sẽ là tiền đề cho việc phát triển các ngành công nghiệp của Việt Nam trong tương lai và giúp cho doanh nghiệp tận dụng hiệu quả ưu đãi từ các FTA nói chung, AANZFTA nói riêng. Đây là kinh nghiệm của Thái Lan và Ma-lai-xi-a.

Ngành công nghiệp hỗ trợ của nước ta kém phát triển làm cho hiệu quả xuất khẩu một số nhóm hàng thấp (hàng dệt may, da giày, hàng điện tử). Khoảng 70-80% nguyên phụ liệu của ngành dệt may và da giày Việt Nam phải nhập khẩu từ Trung Quốc. Nguyên phụ liệu nhập khẩu làm cho giá thành sản phẩm xuất khẩu cao kém sức cạnh tranh, thêm vào đó là hiệu quả thu được từ xuất khẩu thấp. Do vậy, để nâng cao được hiệu quả xuất khẩu một số nhóm hàng công nghiệp ra thị trường thế giới nói chung, sang thị trường Úc và Niu Di Lân nói riêng, Việt Nam cần phải phát triển ngành công nghiệp hỗ trợ.

Chính phủ cần có chiến lược và kế hoạch tổng thể, có chính sách đầu tư thỏa đáng để phát triển mạnh ngành công nghiệp hỗ trợ nhằm đảm bảo nội địa hóa cho phần lớn các linh phụ kiện cho ngành công nghiệp lắp ráp, đáp ứng nhu cầu nguyên

phụ liệu cho ngành dệt may, da giày. Phát triển các ngành công nghiệp này sẽ giúp cho nước ta nâng cao được hiệu quả xuất khẩu một số nhóm hàng mà Việt Nam phải nhập khẩu chủ yếu nguyên phụ liệu từ Trung Quốc, Hàn Quốc, Đài Loan.

Nhanh chóng phát triển công nghiệp hỗ trợ cho ngành dệt may, da giày để nâng cao hàm lượng xuất xứ Việt Nam đạt yêu cầu được hưởng ưu đãi thuế nhập khẩu vào Úc và Niu Di Lân theo Hiệp định AANZFTA.

Hiện nay, được sự phân công của Chính phủ, Bộ Công Thương đang chủ trì soạn thảo và tiến hành lấy ý kiến đóng góp cho Dự thảo Nghị định về phát triển công nghiệp hỗ trợ, trong đó chỉ rõ các nhóm giải pháp chính sách phát triển công nghiệp hỗ trợ như sau:

- Nhà nước khuyến khích hoạt động nghiên cứu và phát triển công nghệ phục vụ phát triển công nghiệp hỗ trợ thông qua việc quy định các mức ưu đãi về các loại thuế, hỗ trợ kinh phí, hỗ trợ về tiền thuê đất...đối với từng trường hợp cụ thể.

- Nhà nước khuyến khích ứng dụng và chuyển giao công nghệ trong sản xuất công nghiệp hỗ trợ phù hợp với chính sách: quy định những biện pháp thúc đẩy đối với các hoạt động ứng dụng và chuyển giao công nghệ cụ thể, các ưu đãi về thuế, phí, hỗ trợ kinh phí, v.v....

- Phát triển nhân lực cho các ngành công nghiệp hỗ trợ là một trong những nhiệm vụ trọng tâm của hệ thống giáo dục và đào tạo quốc gia nhằm thực hiện chính sách của Nhà nước đối với hoạt động công nghiệp hỗ trợ. Nhà nước tạo điều kiện thuận lợi, hỗ trợ cho các tổ chức, cá nhân trong và ngoài nước tham gia phát triển nhân lực công nghiệp hỗ trợ thông qua các quy định về hỗ trợ kinh phí đào tạo trong và ngoài nước, các quy định về ưu đãi đất đai, thuế nhập khẩu, thuế thu nhập doanh nghiệp... cho các cơ sở đào tạo nhân lực cho công nghiệp hỗ trợ. Nhà nước cũng xem xét hỗ trợ một phần kinh phí đào tạo cho các cơ sở đào tạo nhân lực cho công nghiệp hỗ trợ, v.v... .

- Tập trung đầu tư hỗ trợ, xây dựng lòng ghép một số cơ sở đào tạo nhân lực cho các ngành công nghiệp hỗ trợ đạt tiêu chuẩn quốc tế.

- Các sản phẩm công nghiệp hỗ trợ được Nhà nước tạo điều kiện về thị trường, hỗ trợ tiêu thụ sản phẩm: Tham gia vào Chương trình xúc tiến thương mại quốc gia; Hỗ trợ một phần chi phí quảng cáo doanh nghiệp và sản phẩm trên các phương tiện thông tin đại chúng, đăng ký thương hiệu; kinh phí tham gia triển lãm hội chợ trong nước và ngoài nước; kinh phí tiếp cận thông tin thị trường và phí dịch vụ từ cơ quan xúc tiến thương mại nhà nước.

Khi Nghị định về phát triển công nghiệp hỗ trợ được ban hành và thực thi, cùng với sự nỗ lực từ phía Chính phủ, các Bộ, ngành chức năng và doanh nghiệp,

ngành công nghiệp hỗ trợ của Việt Nam sẽ được phát triển. Ngành công nghiệp hỗ trợ phát triển không những góp phần tăng cường thu hút đầu tư nước ngoài mà còn nâng cao được hiệu quả tận dụng những ưu đãi trong các FTA nói chung, AANZFTA nói riêng để đẩy mạnh xuất khẩu hàng hóa sang các thị trường ký FTA.

#### ***2.1.5. Khuyến khích và tạo điều kiện thuận lợi cho các nhà đầu tư Úc và Niu Di Lân đầu tư vào ngành công nghiệp chế biến, chế tạo***

Úc và Niu Di Lân là hai quốc gia phát triển. Ngành công nghiệp chế biến thực phẩm và công nghiệp chế tạo là các ngành kinh tế mũi nhọn của hai quốc gia này. Để tận dụng tốt những ưu đãi trong Hiệp định AANZFTA nhằm đẩy mạnh và nâng cao hiệu quả xuất khẩu sang hai thị trường, Việt Nam cần khuyến khích và tạo điều kiện thuận lợi cho các nhà đầu tư Úc và Niu Di Lân đầu tư vào ngành công nghiệp chế biến, chế tạo.

Rà soát lại các chính sách nhằm thu hút FDI từ Úc và Niu Di Lân vào Việt Nam, đặc biệt là trong các lĩnh vực chế biến, chế tạo vừa đẩy mạnh hội nhập sâu vào chuỗi giá trị khu vực và toàn cầu vừa học hỏi kinh nghiệm trong sản xuất hàng xuất khẩu sang thị trường Úc và Niu Di Lân.

Tận dụng sự hỗ trợ của Úc và Niu Di Lân theo cam kết trong Hiệp định AANZFTA “Hỗ trợ các nước ASEAN cải thiện môi trường đầu tư trong nước thông qua việc cử chuyên gia, tổ chức các hội thảo, hội nghị và các khóa đào tạo” để tiếp tục cải thiện môi trường đầu tư nhằm thu hút đầu tư trực tiếp từ các nước nói chung, từ Úc và Niu Di Lân nói riêng vào ngành công nghiệp chế biến, chế tạo để nâng cao chất lượng và giá trị gia tăng hàng xuất khẩu, đẩy mạnh xuất khẩu sang hai thị trường này.

Việt Nam thực hiện nghiêm chỉnh việc cắt giảm thuế đối với hàng nhập khẩu của Úc và Niu Di Lân theo cam kết trong Hiệp định AANZFTA để tạo thuận lợi cho hai nước đầu tư và chuyển giao công nghệ sang nước ta nhằm thu hút đầu tư vào ngành công nghiệp chế tạo, chế biến hàng xuất khẩu. Úc và Niu Di Lân có quy định rất chặt chẽ đối với TBT, SPS, vì vậy, nếu liên doanh sản xuất, chế biến hàng xuất khẩu thì hàng Việt Nam sẽ thuận lợi trong việc thâm nhập vào hai thị trường này. Hơn nữa, hai nước này có ngành công nghiệp chế biến thực phẩm rất phát triển, có nhiều kinh nghiệm trong việc chế biến nông sản. Trong khi đó, hàng nông thủy sản của nước ta chủ yếu xuất khẩu thô và sơ chế nên rất cần hợp tác với hai nước thông qua thu hút đầu tư để nâng cao năng lực chế biến, giá trị gia tăng hàng xuất khẩu và tăng tỷ trọng hàng chế biến trong cơ cấu hàng xuất khẩu nói chung, sang thị trường Úc và Niu Di Lân nói riêng.

Tăng cường thu hút đầu tư trực tiếp của Úc và Niu Di Lân để phát triển mạnh các ngành công nghiệp chế biến, chế tạo nhằm nâng cao sức cạnh tranh của các ngành

công nghiệp này, đưa chúng kết nối và hội nhập được vào mạng lưới sản xuất toàn cầu và khu vực. Qua đó giúp Việt Nam tận dụng được những ưu đãi trong Hiệp định AANZFTA để đẩy mạnh và nâng cao hiệu quả xuất khẩu hàng hóa sang thị trường Úc và Niu Di Lân.

Thu hút đầu tư của Úc và Niu Di Lân vào công nghiệp chế biến, chế tạo. Nhờ vậy, doanh nghiệp Việt Nam có thể liên kết với doanh nghiệp của Úc và Niu Di Lân để sản xuất hàng xuất khẩu vừa đáp ứng được quy tắc xuất xứ theo AANZFTA, vừa vượt qua được các rào cản (SPS, TBT) khắt khe của hai thị trường này.

Úc và Niu Di Lân đầu tư vào ngành công nghiệp chế biến của Việt Nam có thể giúp cho doanh nghiệp nước ta tham gia vào chuỗi cung ứng hàng nông sản chế biến của hai nước này. Qua đó, đẩy mạnh xuất khẩu hàng nông sản chế biến nói chung, sang thị trường Úc và Niu Di Lân nói riêng.

#### ***2.1.6. Nâng cao năng lực ứng phó với hàng rào phi thuế quan của Úc và Niu Di Lân***

Khi những rào cản thương mại truyền thống mà quan trọng nhất là hàng rào thuế quan bị dỡ bỏ, tác động của những luật lệ, quy định nội địa đến các giao dịch thương mại và đầu tư quốc tế trở nên rõ ràng hơn bao giờ hết. Bên cạnh việc giúp tăng cường chức năng của kinh tế thị trường trên nhiều lĩnh vực, như cạnh tranh thị trường, tư cách doanh nghiệp, thị trường lao động, bảo vệ người tiêu dùng, sức khỏe cộng đồng và bảo vệ môi trường... Những luật lệ này cũng có thể tác động trực tiếp hoặc gián tiếp đến việc làm biến dạng cạnh tranh quốc tế.

Chính sách thương mại, thuế quan của Úc và Niu Di Lân khá minh bạch, nhưng hàng rào phi thuế quan (các tiêu chuẩn về vệ sinh an toàn thực phẩm, tiêu chuẩn kỹ thuật...) rất chặt chẽ. Ví dụ: Hàng thực phẩm, hoa quả và nông sản nhập khẩu vào Úc đều phải yêu cầu trải qua quá trình phân tích rủi ro nhập khẩu của cơ quan An toàn sinh học (Biosecurity Australia - BA). Phần này do Cơ quan chức năng của hai bên thực hiện và việc triển khai phụ thuộc vào quan hệ và tiến độ giải quyết giữa Úc với từng đối tác, trong khi đó sự hợp tác giữa hai nước Việt Nam và Úc khá chậm chạp. Dự kiến đến năm 2015, Úc mới có thể hoàn tất các thủ tục cho phép trái vải - loại trái cây đầu tiên của Việt Nam được nhập khẩu vào nước này. Đối với thị trường Niu Di Lân, tình hình khả quan hơn: đến nay đã có hai loại trái cây của Việt Nam là thanh long và xoài được phép nhập khẩu vào Niu Di Lân thông qua việc ký kết chương trình chứng nhận chính thức (OAP) giữa các cơ quan chức năng của Việt Nam và Niu Di Lân. Như vậy, sau gần 5 năm ký kết AANZFTA, mới có 3 loại quả Việt Nam có đủ điều kiện xuất khẩu sang thị trường Úc và Niu Di Lân. *Có thể thấy tiến độ còn quá chậm, do đó việc nâng cao năng lực ứng phó với hàng rào phi thuế quan của Úc và Niu Di Lân là rất cần thiết, tập trung vào một số nội dung chính sau:*

- Xây dựng hệ thống các cơ quan quản lý và chứng nhận chất lượng đạt chuẩn từ trung ương tới địa phương, tiêu chuẩn cho hàng hóa và hài hòa với tiêu chuẩn quốc tế theo kinh nghiệm của Thái Lan, Ma-lai-xi-a và Xin-ga-po. Kiểm soát chặt chẽ từ khâu nguyên liệu tới thành phẩm. Chú trọng nâng cao năng lực cho các cơ quan quản lý chất lượng thông qua đào tạo nguồn nhân lực và nâng cấp, trang bị máy móc hiện đại để có kết quả kiểm tra chính xác, tương thích với các nước phát triển.

- Tận dụng tối đa chương trình hỗ trợ về tiêu chuẩn, quy định kỹ thuật và các thủ tục đánh giá sự phù hợp (STRACAP) nằm trong các hỗ trợ của Úc và Niu Di Lân cam kết giúp các nước ASEAN trong Hiệp định để nâng cao năng lực của các cơ quan chức năng trong việc hướng dẫn các doanh nghiệp đáp ứng hàng rào kỹ thuật và kiểm định, kiểm dịch của Úc và Niu Di Lân. Việt Nam thuộc nhóm CLMV được hưởng ưu đãi hơn so với các nước ASEAN-6, nên chúng ta tận dụng cơ hội này để nâng cao năng lực cho các cơ quan chức năng và doanh nghiệp trong việc đáp ứng tiêu chuẩn SPS, TBT theo AANZFTA.

- Các cơ quan chức năng của Việt Nam cần chủ động thiết lập quan hệ hợp tác với các cơ quan chức năng của Úc và Niu Di Lân để giải quyết sự khác biệt trong các tiêu chuẩn áp dụng cho hàng hóa xuất nhập khẩu giữa hai nước (đặc biệt là các tiêu chuẩn kỹ thuật và tiêu chuẩn kiểm dịch động thực vật) cũng như ký kết các văn bản cần thiết nhằm xuất khẩu hàng hóa Việt Nam, nhất là nông sản sang hai thị trường này.

- Đẩy nhanh quá trình công nhận lẫn nhau về tiêu chuẩn và kiểm tra với Úc và Niu Di Lân để cho hàng xuất khẩu Việt Nam, đặc biệt là hàng nông thủy sản thuận lợi trong việc thâm nhập hai thị trường này.

- Có chính sách hỗ trợ các doanh nghiệp về công nghệ hay hệ thống máy móc đo lường đánh giá sản phẩm trước khi xuất khẩu.

- Xây dựng hệ thống tiêu chuẩn kiểm tra kiểm soát chất lượng nguyên vật liệu nhập khẩu cũng như nguyên vật liệu sản xuất trong nước để đảm bảo chất lượng hàng hóa xuất khẩu.

- Thiết lập cơ chế giám sát đột xuất đối với những mặt hàng/doanh nghiệp thường xuyên vi phạm tiêu chuẩn nhập khẩu của Úc và Niu Di Lân để tìm biện pháp giải quyết triệt để, tránh gây ảnh hưởng xấu tới xuất khẩu hàng hóa của Việt Nam nói chung.



- Phát hành cẩm nang về hệ thống các tiêu chuẩn chung đối với sản phẩm nhập khẩu của các quốc gia (trong đó có Úc và Niu Di Lân) cho các doanh nghiệp tham khảo và thực hiện.

- Bộ Công Thương cần chủ động và tích cực trong việc phối hợp với các bộ, ngành liên quan của Việt Nam cũng như với phía Úc và Niu Di Lân để xử lý cơ bản vấn đề kiểm dịch động thực vật và vệ sinh an toàn thực phẩm tạo điều kiện cho một số mặt hàng nông sản Việt Nam có thể được nhập khẩu vào hai thị trường này trong thời gian tới, như: hợp tác với phía Úc và Niu Di Lân trong việc kiểm dịch một số trái cây, kiểm dịch và kiểm tra vệ sinh an toàn thực phẩm các mặt hàng thực phẩm chế biến.

Hàng thực phẩm, hoa quả và nông sản nhập khẩu vào Úc và Niu Di Lân đều phải đạt yêu cầu về an toàn thực phẩm của hai nước. Việt Nam nâng cao được năng lực ứng phó với các hàng rào phi thuế quan của hai nước sẽ giúp cho hàng nông, thủy sản, thực phẩm xuất khẩu của nước ta thâm nhập được vào thị trường hai nước này.

#### ***2.1.7. Tăng cường các hoạt động xúc tiến thương mại***

Xuất khẩu hàng hóa của Việt Nam sang Úc và Niu Di Lân giai đoạn 2006-2013 vẫn chưa tương xứng với tiềm năng của Việt Nam và nhu cầu nhập khẩu của hai nước. Kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam sang hai thị trường còn chiếm tỷ trọng nhỏ (1,51%) trong tổng kim ngạch nhập khẩu của hai nước, ở mức thấp khi so sánh với Thái Lan (3,81%), Ma-lai-xi-a (3,71%). Thị trường Úc và Niu Di Lân cách xa về địa lý, khác biệt về thị hiếu tiêu dùng. Doanh nghiệp thiếu thông tin về thị trường và gặp khó khăn trong các hoạt động tìm hiểu thị trường và xúc tiến thương mại. Để đẩy mạnh xuất khẩu hàng hóa sang hai thị trường này, các cơ quan chức năng Chính phủ cần tăng cường các hoạt động xúc tiến thương mại với Úc và Niu Di Lân:

- Tiếp tục đẩy mạnh, đổi mới và cải tiến các hoạt động xúc tiến thương mại, đặc biệt là các hoạt động thuộc Chương trình xúc tiến thương mại quốc gia năm 2014 và các năm tiếp theo nhằm giúp doanh nghiệp Việt Nam trong việc tìm kiếm đối tác, mở rộng thị phần trên các thị trường xuất khẩu nói chung, thị trường Úc và Niu Di Lân nói riêng.

- Tăng cường các hoạt động xúc tiến thương mại với thị trường Úc và Niu Di Lân. Tổ chức tốt công tác dự báo và cung cấp thông tin về sự điều chỉnh các hàng rào thương mại của Úc, Niu Di Lân đối với hàng nhập khẩu: Các cơ quan chức năng của chính phủ cần tăng cường công tác dự báo và cung cấp thông tin về sự điều chỉnh các hàng rào thương mại của hai nước này đối với hàng nhập khẩu cho các doanh nghiệp để họ kịp thời ứng phó với những thay đổi về quy trình sản xuất và

công nghệ chế biến nhằm thích ứng với tiêu chuẩn SPS, TBT của Úc và Niu Di Lân, tăng khả năng cạnh tranh và đẩy mạnh xuất khẩu vào hai thị trường.

- Úc và Niu Di Lân cách xa Việt Nam, chi phí cho tìm hiểu thị trường và xúc tiến thương mại tốn kém, do đó sự hỗ trợ của Nhà nước là cần thiết để giúp các doanh nghiệp tiếp cận thị trường. Tổ chức các đoàn xúc tiến thương mại cũng như hỗ trợ doanh nghiệp tham gia các hội chợ tại Úc và Niu Di Lân là các hoạt động có tác động tốt cần chú trọng phát triển để giới thiệu hàng hóa Việt Nam tới hai thị trường này.

- Có chính sách tăng cường nâng cao dịch vụ cung cấp thông tin thương mại, hỗ trợ tìm kiếm thông tin thị trường Úc và Niu Di Lân cho các doanh nghiệp Việt Nam. Đầu tư nâng cấp chất lượng dịch vụ các trang thông tin thị trường trên mạng của Nhà nước và của Bộ Công Thương.

- Thương vụ Việt Nam tại Úc và Niu Di Lân cần tăng cường hơn nữa hoạt động trợ giúp cho các doanh nghiệp Việt Nam tìm kiếm thông tin thị trường và tìm đối tác để xuất khẩu hàng hóa sang Úc và Niu Di Lân.

- Có chính sách, biện pháp khuyến khích đa dạng hóa hàng xuất khẩu sang Úc và Niu Di Lân, đặc biệt là khuyến khích mở rộng sản xuất, xuất khẩu các mặt hàng mới, có giá trị gia tăng cao. Qua đó, vừa mở rộng quy mô xuất khẩu vừa nâng cao giá trị xuất khẩu hàng hóa sang hai thị trường này.

## **2.2. Giải pháp về phía doanh nghiệp**

### ***2.2.1. Tích cực, chủ động trong việc tìm hiểu thông tin về Hiệp định AANZFTA và những ưu đãi mà hàng xuất khẩu Việt Nam được hưởng***

Để có thể tận dụng một cách hiệu quả những ưu đãi trong Hiệp định AANZFTA, doanh nghiệp cần phải nhận thức rõ lợi ích và yêu cầu tận dụng các ưu đãi trong Hiệp định. Trước hết, cần phải hiểu nội dung Hiệp định, từng điều khoản đối với lĩnh vực mình quan tâm, nắm được những ưu đãi trong Hiệp định, lộ trình giảm thuế của Úc, Niu Di Lân đối với từng nhóm hàng và những yêu cầu để được hưởng ưu đãi có liên quan đến mặt hàng và ngành hàng mà mình kinh doanh (yêu cầu về quy tắc xuất xứ, SPS, TBT...). Những thông tin về Hiệp định có trên các trang thông tin của các cơ quan quản lý nhà nước hay các website hữu ích (<http://www.aanzfta.asean.org/>; <http://www.dfat.gov.au/>; <http://www.mfat.gov.nz/>).

Muốn làm được điều này, doanh nghiệp cần tích cực và chủ động trong việc tìm hiểu thông tin về AANZFTA, cập nhật và nắm được lộ trình cắt giảm thuế của Úc và Niu Di Lân theo Hiệp định, tìm hiểu các tiêu chí chuyển đổi mã hàng hóa, công đoạn gia công chế biến cụ thể, cũng như các thông tư hướng dẫn của các Bộ, ngành chức năng liên quan đến việc thực thi Hiệp định.

Doanh nghiệp xuất khẩu cần tra cứu phụ lục thuế để xem mặt hàng xuất khẩu của mình được giảm thuế như thế nào theo Hiệp định AANZFTA. Dựa vào mức thuế ưu đãi và xuất xứ nguyên liệu để khai và xin C/O form AANZ qua các tổ chức cấp C/O của Việt Nam (Danh sách các tổ chức cấp C/O có ở Phụ lục 10 kèm theo Thông tư số 33/2009/TT-BCT ngày 11/11/2009).

Doanh nghiệp cũng nên có những trao đổi thông tin với doanh nghiệp cùng ngành hàng thông qua việc tham gia các Hiệp hội ngành hàng, các cuộc hội thảo, các hội chợ triển lãm. Việc trao đổi thông tin giữa nhóm doanh nghiệp có cùng mục tiêu thị trường sẽ đem lại cho doanh nghiệp những bài học và kinh nghiệm quý báu.

### ***2.2.2. Chủ động nguồn nguyên vật liệu trong sản xuất hàng xuất khẩu sang thị trường Úc và Niu Di Lân***

Hiện nay, một trong những cản trở khiến một số doanh nghiệp xuất khẩu Việt Nam trong ngành dệt may, da giày,... chưa nhận được những ưu đãi từ Hiệp định AANZFTA, đó chính là quy tắc xuất xứ. Để được hưởng ưu đãi thuế, hàng hóa phải đáp ứng yêu cầu có xuất xứ nguyên vật liệu từ nội địa và/hoặc từ ASEAN, Úc và Niu Di Lân. Thực tế hiện nay, trong một số ngành hàng xuất khẩu chủ lực sang Úc, Niu Di Lân như dệt may, da giày... doanh nghiệp nước ta đang nhập khẩu phần lớn nguyên phụ liệu từ Trung Quốc. Do đó, xét theo quy tắc xuất xứ, hàng Việt Nam chưa đáp ứng được tiêu chuẩn này và không có nhiều doanh nghiệp được hưởng ưu đãi giảm thuế.

Để khắc phục tồn tại nêu trên, doanh nghiệp có thể dùng nguyên phụ liệu trong nước, nhập khẩu từ các nước ASEAN, hoặc tự chủ động nguồn nguyên phụ liệu cung cấp cho các ngành hàng xuất khẩu.

Đối với các ngành dệt may, da giày, đồ gỗ... xuất khẩu sang Úc và Niu Di Lân, các doanh nghiệp nên:

- Chủ động tiến hành việc lập đề án xây dựng các trung tâm nguyên phụ liệu. Từ các đề án này, doanh nghiệp có thể được vay vốn ưu đãi từ ngân hàng để xây dựng trung tâm, theo kinh nghiệm của doanh nghiệp Thái Lan.

- Tích cực phối hợp với các cơ quan chức năng trong phát triển các ngành công nghiệp hỗ trợ giai đoạn tới.

- Kết hợp chặt chẽ với các doanh nghiệp sản xuất nguyên phụ liệu trong nước có chất lượng để đảm bảo nguồn cung ứng nguyên phụ liệu đầu vào ổn định cho sản xuất hàng xuất khẩu. Đồng thời, các doanh nghiệp xem xét việc liên kết với các doanh nghiệp ASEAN để cung ứng những nguyên phụ liệu trong nước chưa sản xuất được, hoặc sản xuất nhưng chất lượng chưa tốt.

Khác hẳn với những khó khăn mà các doanh nghiệp xuất khẩu hàng dệt may, da giày, đồ gỗ... sang Úc và Niu Di Lân đang gặp phải, các doanh nghiệp xuất khẩu hàng nông, thủy sản sang hai thị trường này lại gặp phải vấn đề nguồn nguyên liệu trong nước chưa đáp ứng tiêu chuẩn chất lượng, vệ sinh an toàn thực phẩm do việc nuôi trồng chưa đúng kỹ thuật (hàng thủy sản còn dư lượng chất kháng sinh vượt mức cho phép; hàng nông sản còn dư lượng chất bảo vệ thực vật quá cao...). Bởi vậy, đối với các doanh nghiệp xuất khẩu hàng nông, thủy sản nên thiết lập mối quan hệ mật thiết với các nhà sản xuất như người nông dân, người nuôi trồng thủy sản. Mối quan hệ có bền chặt, đảm bảo lợi ích của cả hai bên thì đầu vào nguyên liệu của doanh nghiệp mới ổn định, từ đó đảm bảo về đầu ra là thành phẩm xuất khẩu.

### ***2.2.3. Đẩy mạnh xuất khẩu sang Úc và Niu Di Lân những mặt hàng mà Việt Nam có lợi thế và được hưởng nhiều ưu đãi theo Hiệp định AANZFTA***

Để đẩy mạnh xuất khẩu và gia tăng thị phần trên thị trường Úc và Niu Di Lân, các doanh nghiệp cần phải đẩy mạnh xuất khẩu sang hai thị trường này những mặt hàng mà nước ta có lợi thế và được hưởng nhiều ưu đãi trong Hiệp định AANZFTA.

Các mặt hàng mà Việt Nam có lợi thế và được hưởng ưu đãi trong Hiệp định: Rau quả và rau quả chế biến; thiết bị điện tử; cao su và sản phẩm cao su; nhựa và sản phẩm nhựa; hàng dệt may; giày dép; gỗ và sản phẩm gỗ; sắt và sản phẩm sắt; túi sách, ví, va li, mũ, ô và dù; hạt tiêu; sản phẩm gốm, sứ; sản phẩm mây tre, cói, thảm. Các doanh nghiệp cần phải tìm hiểu thật kỹ nội dung của Hiệp định, lộ trình cắt giảm thuế của Úc và Niu Di Lân, từng điều khoản đối với lĩnh vực mình quan tâm nhằm tận dụng được những ưu đãi trong Hiệp định để đẩy mạnh xuất khẩu hàng hoá sang hai thị trường này.

Bên cạnh nhóm hàng nông sản, hàng dệt may và da giày cũng được hưởng ưu đãi giảm thuế theo Hiệp định AANZFTA. Vì vậy, những doanh nghiệp sử dụng chủ yếu nguồn nguyên phụ liệu trong nước và/hoặc nhập khẩu từ ASEAN, Úc, Niu Di Lân và chứng minh được nguồn gốc xuất xứ thì nên tận dụng hiệu quả những ưu đãi trong Hiệp định để đẩy mạnh xuất khẩu hàng hóa sang thị trường Úc và Niu Di Lân.

### ***2.2.4. Nâng cao chất lượng và sức cạnh tranh của hàng xuất khẩu***

*Đa dạng hoá và nâng cao chất lượng hàng xuất khẩu nhằm tăng khả năng cạnh tranh của hàng Việt Nam trên thị trường Úc và Niu Di Lân*

Tiêu chuẩn chất lượng, tiêu chuẩn kỹ thuật, vệ sinh an toàn thực phẩm được quy định rất chặt chẽ tại thị trường Úc và Niu Di Lân. Để có thể tận dụng được những ưu đãi trong Hiệp định AANZFTA, ngoài việc đáp ứng quy tắc xuất xứ, hàng xuất khẩu Việt Nam phải vượt qua được hàng rào kỹ thuật, vệ sinh và kiểm dịch của hai nước. Như vậy, các doanh nghiệp cần phải nâng cao chất lượng hàng xuất khẩu sang hai thị trường này.

Việc thực thi Hiệp định AANZFTA, đồng nghĩa với cánh cửa thị trường Úc và Niu Di Lân đang mở ra cho hàng hóa Việt Nam (mở ra đối với hàng rào thuế quan, nhưng khép lại đối với hàng rào phi thuế quan, vì hàng rào thuế quan đang giảm mạnh còn hàng rào phi thuế quan đang có xu hướng nâng cao). Vấn đề đặt ra, hàng xuất khẩu Việt Nam có vào được thị trường Úc và Niu Di Lân hay không phụ thuộc rất nhiều yếu tố. Trong đó, yếu tố đầu tiên là doanh nghiệp có tạo ra được sản phẩm tốt với giá thành hợp lý hay không. Yếu tố tiếp theo là hàng hóa phải đa dạng thì mới đáp ứng được nhu cầu đa dạng của người tiêu dùng với thu nhập khác nhau, vì hàng hóa đơn điệu sẽ rất khó thâm nhập và chiếm lĩnh hai thị trường này.

Cơ cấu hàng xuất khẩu của Việt Nam sang Úc và Niu Di Lân khá đơn điệu và chất lượng hàng còn nhiều bất cập khi so sánh với cơ cấu và chất lượng hàng xuất khẩu của các đối thủ cạnh tranh khác như Trung Quốc, Thái Lan, Ma-lai-xi-a, In-đô-nê-xi-a. Do đó, để nâng cao khả năng cạnh tranh của hàng Việt Nam trên hai thị trường này, các doanh nghiệp cần phải đa dạng hoá và nâng cao chất lượng sản phẩm.

Trong những năm gần đây, tiêu chuẩn chất lượng và vệ sinh an toàn thực phẩm của Úc và Niu Di Lân đối với hàng nhập khẩu luôn là rào cản khó vượt qua đối với nhóm hàng nông, thủy sản Việt Nam. Thuế mà hai nước dành cho hàng nông, thủy sản của nước ta theo AANZFTA ở mức ưu đãi. Bởi vậy, để tận dụng được những ưu đãi trong Hiệp định thì phải tăng khả năng cạnh tranh cho hàng nông, thủy sản Việt Nam. Muốn làm được điều đó, các doanh nghiệp cần phải đa dạng hóa, nâng cao chất lượng và vệ sinh an toàn thực phẩm cho hàng nông, thủy sản. Doanh nghiệp phải nâng cao trách nhiệm về tiêu chuẩn kỹ thuật, VSATTP khi xuất khẩu sang hai thị trường này.

*Đầu tư đổi mới công nghệ nhằm nâng cao năng lực cạnh tranh của hàng xuất khẩu sang thị trường Úc và Niu Di Lân*

Nhìn chung nhiều mặt hàng xuất khẩu của Việt Nam sang Úc và Niu Di Lân còn bị hạn chế về năng lực cạnh tranh do chất lượng, giá cả và mẫu mã hàng hoá. Để nâng cao năng lực cạnh tranh của hàng xuất khẩu, phải sử dụng nhiều biện pháp khác nhau, song cơ bản nhất phải chú trọng đầu tư, đổi mới công nghệ để nâng cao chất lượng và hạ giá thành sản phẩm.

Đối với những doanh nghiệp sản xuất, chế biến hàng xuất khẩu cần ưu tiên vốn cho đầu tư dây chuyền công nghệ hiện đại để sản xuất ra sản phẩm có chất lượng cao; Hoặc liên kết với doanh nghiệp nước ngoài để tận dụng khoản vốn của họ đầu tư dây chuyền công nghệ tiên tiến nhằm nâng cao chất lượng và năng lực cạnh tranh của sản phẩm. Vì dây chuyền công nghệ đóng vai trò quan trọng trong việc nâng cao năng suất, chất lượng và hạ giá thành sản phẩm. Chất lượng sản phẩm lại luôn là yêu cầu khắt khe của thị trường Úc và Niu Di Lân.

Công nghệ sản xuất tiên tiến sẽ giúp doanh nghiệp nâng cao chất lượng và hạ giá thành sản phẩm xuất khẩu. Do đó, nâng cao được năng lực cạnh tranh của hàng xuất khẩu trên thị trường thế giới nói chung, ở thị trường Úc và Niu Di Lân nói riêng.

*Chủ động triển khai áp dụng các hệ thống quản lý chất lượng theo tiêu chuẩn quốc tế và đáp ứng yêu cầu bảo vệ sức khỏe, môi trường*

Hiện Úc và Niu Di Lân là hai trong những quốc gia đang áp dụng hệ thống tiêu chuẩn chất lượng, vệ sinh an toàn thực phẩm có yêu cầu rất khắt khe với mục đích bảo vệ sức khỏe cộng đồng. Các tiêu chuẩn của hai nước hầu như tương đương, thậm chí tiêu chuẩn của Úc cao hơn cả những tiêu chuẩn quốc tế thông thường. Úc có các tiêu chuẩn riêng của mình, nhưng các tiêu chuẩn chất lượng này được áp dụng phù hợp với nguyên tắc của WTO, tức là không mang tính phân biệt đối xử giữa hàng hóa trong nước hay hàng nhập khẩu. Úc đã tham gia ký kết Luật tiêu chuẩn GATT/WTO. Việc sử dụng các tiêu chuẩn chất lượng như ISO 9000 đang ngày càng phổ biến ở Úc. Chất lượng hàng nhập khẩu là vấn đề Úc và Niu Di Lân không bao giờ đàm phán bởi đó là quy định bắt buộc đối với các nhà xuất khẩu khi tiếp cận hai thị trường này.

Úc và Niu Di Lân có chính sách thương mại và thuế khá minh bạch, nhưng hàng rào phi thuế quan chặt chẽ. Tất cả các mặt hàng thực phẩm nhập khẩu phải tuân thủ theo các quy định về an toàn vệ sinh thực phẩm do Bộ Y tế đưa ra. Trong những năm gần đây một số lô hàng thực phẩm của Việt Nam xuất khẩu sang Úc vi phạm quy định về vệ sinh an toàn thực phẩm của nước này. Do đó, hàng nông sản, thủy sản của Việt Nam đã và đang gặp rất nhiều khó khăn khi xuất khẩu vào thị trường hai nước.

Trở ngại lớn nhất hiện nay là hàng Việt Nam chưa đáp ứng được các yêu cầu kiểm nghiệm chất lượng và vệ sinh an toàn thực phẩm chặt chẽ của Úc, Niu Di Lân. Để khắc phục tình trạng này, các doanh nghiệp Việt Nam cần chủ động triển khai áp dụng các hệ thống quản lý chất lượng theo tiêu chuẩn quốc tế và đáp ứng yêu cầu bảo vệ sức khỏe và môi trường. Các doanh nghiệp nên xây dựng và triển khai áp dụng hệ thống quản lý chất lượng quốc tế ISO 9000, HACCP và ISO 14000 để làm nền tảng cho việc vượt qua rào cản SPS, TBT của Úc và Niu Di Lân.

Nếu muốn trụ vững trên thị trường Úc và Niu Di Lân, các doanh nghiệp Việt Nam phải hướng đến một nền sản xuất sạch hơn, ở đó chất lượng sản phẩm luôn là vấn đề đặt lên hàng đầu chứ không phải là sản lượng và giá cả thấp. Do vậy, việc hình thành chuỗi liên kết là rất cần thiết để có thể cạnh tranh trên thị trường.

Khi các doanh nghiệp đã quản lý chất lượng hàng hóa theo các tiêu chuẩn, quy chuẩn quốc tế, thì hàng xuất khẩu Việt Nam sẽ thâm nhập thị trường Úc và Niu

Di Lâm một cách thuận lợi hơn. Vì chất lượng và độ an toàn của hàng hóa luôn được người tiêu dùng ở hai thị trường này đặt lên hàng đầu.

### **2.2.5. Xây dựng chiến lược kinh doanh dài hạn**

Úc và Niu Di Lâm là hai thị trường có nhu cầu nhập khẩu cao, thuế quan đối với hàng nhập khẩu có xu hướng giảm mạnh theo Hiệp định AANZFTA, các quy định về SPS, TBT chặt chẽ, thói quen tiêu dùng khác biệt so với Việt Nam. Để có thể thâm nhập, gia tăng thị phần trên hai thị trường này và tận dụng hiệu quả những ưu đãi từ Hiệp định, các doanh nghiệp Việt Nam cần phải xây dựng chiến lược kinh doanh dài hạn.

Doanh nghiệp cần xác định rõ, xây dựng chiến lược kinh doanh dài hạn là để thâm nhập vào thị trường Úc và Niu Di Lâm, không thể kinh doanh theo phi vụ, trục lợi ngắn hạn, thiếu tính liên kết, cạnh tranh không lành mạnh. Hàng rào phi thuế quan và phương thức kinh doanh mới là những điều cần phải lưu ý khi xuất khẩu hàng hóa sang hai thị trường này:

- Doanh nghiệp cần lựa chọn chiến lược sản phẩm và chiến lược thâm nhập thị trường phù hợp với nhu cầu, tình hình thực tế của thị trường và khả năng của doanh nghiệp. Không nên thâm nhập thị trường một cách vội vàng mà cần có quá trình lâu dài: từ giới thiệu sản phẩm, tạo lòng tin, thiết lập quan hệ rồi mới thực hiện giao dịch kinh doanh

- Nghiên cứu đổi mới và nâng cao chất lượng sản phẩm để nâng cao khả năng đáp ứng nhu cầu của người tiêu dùng cũng như tránh các hàng rào kỹ thuật đã có và sẽ có trong tương lai.

- Tăng cường liên kết giữa các doanh nghiệp Việt Nam để tạo dựng tiềm lực và thế mạnh trong cạnh tranh so với các nhà xuất khẩu từ các quốc gia khác, đồng thời tránh cạnh tranh không lành mạnh giữa các doanh nghiệp Việt Nam với nhau.

Đầu tư đổi mới công nghệ, tăng cường trình độ quản lý, tham gia vào chuỗi sản xuất, cung ứng khu vực và toàn cầu. Quá trình phân công lao động và liên kết chặt chẽ về sản xuất và cung ứng sản phẩm sẽ ngày càng phát triển. Các doanh nghiệp Việt Nam cần chủ động tìm kiếm cơ hội tham gia hiệu quả vào quá trình này, đây là cách thức nâng cao khả năng cạnh tranh của doanh nghiệp cũng như mở rộng thị trường trong tương lai.

### **2.2.6. Đẩy mạnh các hoạt động xúc tiến xuất khẩu**

Hoạt động xúc tiến thương mại nói chung, xúc tiến xuất khẩu nói riêng của các doanh nghiệp Việt Nam sang Úc và Niu Di Lâm còn nhiều hạn chế và chưa hiệu quả. Hoạt động quảng bá sản phẩm mới tới người tiêu dùng trên hai thị trường này còn chậm. Để thúc đẩy xuất khẩu hàng hóa sang thị trường Úc và Niu Di Lâm, các doanh nghiệp Việt Nam cần đẩy mạnh các hoạt động xúc tiến xuất khẩu:

- Xây dựng chiến lược marketing và xúc tiến xuất khẩu hàng hóa sang thị trường Úc và Niu Di Lân. Nâng cao năng lực tiếp thị, tích cực thực hiện các hoạt động xúc tiến xuất khẩu sang hai thị trường. Chủ động tìm kiếm đối tác chào hàng thông qua việc tham gia các cuộc hội chợ, triển lãm và hội thảo chuyên đề được tổ chức tại Việt Nam, Úc và Niu Di Lân, Thương vụ Việt Nam tại Úc và Niu Di Lân, Thương vụ của Úc, Niu Di Lân tại Việt Nam, Phòng Thương mại và Công nghiệp Việt Nam. Tìm hiểu và nghiên cứu thị trường Úc và Niu Di Lân trực tiếp hoặc thông qua Thương vụ Việt Nam tại hai nước này, Cục Xúc tiến Thương mại, Phòng Thương mại và Công nghiệp Việt Nam, Trung tâm Thông tin Công nghiệp và Thương mại, Văn phòng TBT Việt Nam và qua các tài liệu để biết được chính sách thương mại của Úc và Niu Di Lân, các quy định về hàng nhập khẩu, nhu cầu thị hiếu về hàng hóa của hai thị trường. Liên kết chặt chẽ với các cơ quan hữu quan, kịp thời phản ánh các vướng mắc cho cơ quan chức năng để được hướng dẫn và hỗ trợ. Hợp tác chặt chẽ với các doanh nghiệp Úc và Niu Di Lân để có thể nắm bắt được chính sách, tập quán nhập khẩu và thị hiếu tiêu dùng của hai thị trường.

- Tìm hiểu kỹ về thị trường Úc và Niu Di Lân, đặc biệt là về tập quán kinh doanh và tiêu thụ hàng hóa. Nhìn chung, người tiêu dùng hai quốc gia trên theo văn hóa Anh nên khá bảo thủ và rất hiểu biết về vấn đề "giá cả tương xứng với giá trị". Trong những năm qua, có một xu hướng đáng chú ý là đánh giá hàng tiêu dùng theo tiêu chí "giá cả tương xứng với giá trị" hơn là chỉ dựa trên tiêu chí giá cả. Ở một số phân đoạn, người tiêu dùng sẵn sàng trả giá cao cho những sản phẩm có chất lượng nhưng trên thực tế, phần lớn người tiêu dùng luôn so sánh giá cả của rất nhiều người bán lẻ khác nhau trước khi quyết định mua hàng. Đây là các quốc gia có trao đổi thương mại quốc tế lớn, người tiêu dùng có thái độ khá cởi mở đối với hàng nhập khẩu. Người tiêu dùng quen với các chủng loại hàng nhập khẩu và sẽ đưa ra quyết định cuối cùng theo các yếu tố như chất lượng, kiểu dáng và giá cả mà không quá coi trọng nguồn gốc xuất xứ. Tuy nhiên, khi hàng hóa sản xuất trong nước được đánh giá là "có giá cả tương xứng với giá trị" thì sẽ được người tiêu dùng ưu tiên chọn mua so với hàng nhập khẩu có giá trị tương đương. Một điểm nữa cần lưu ý là người tiêu dùng Úc và Niu Di Lân rất quan tâm đến vấn đề chất lượng. Ngoài việc kiểm soát chặt chẽ chất lượng hàng nhập khẩu do các cơ quan chức năng tiên hàng, khá nhiều đơn vị bán lẻ ở hai quốc gia trên kinh doanh theo chính sách hoàn trả lại tiền hoặc đổi hàng nếu hàng hóa có vấn đề về chất lượng hoặc thậm chí chỉ đơn giản do người mua thay đổi ý định mua hàng. Tóm lại, người tiêu dùng Úc và Niu Di Lân đặt ra tiêu chuẩn chất lượng rất cao đối với hàng hóa. Những tiêu chuẩn này được hỗ trợ bởi một loạt các qui định bảo vệ người tiêu dùng. Các nhà nhập khẩu và bán lẻ Úc và Niu Di Lân cũng có quan điểm này và sẽ không chấp nhận nếu sản phẩm chưa đạt tiêu chuẩn kiểm tra chất lượng của họ.

- Thâm nhập vào hệ thống phân phối của thị trường. Hệ thống phân phối hàng hóa tới người tiêu dùng ở Úc và Niu Di Lân đã định hình và hoạt động ổn định. Việc



tao ra một hệ thống phân phối hàng hóa riêng lẻ là rất tốn kém và không hiệu quả. Do đó, các doanh nghiệp Việt Nam muốn đưa hàng hóa vào thị trường hai quốc gia này phải bắt tay với các nhà nhập khẩu và các hệ thống phân phối hiện hữu để tiết kiệm chi phí và tăng hiệu quả thâm nhập thị trường. Trong hoạt động thương mại với các đối tác Úc và Niu Di Lân, cần hết sức chú trọng giữ chữ tín giữa hai bên. Doanh nghiệp phải có chiến lược kinh doanh bài bản, luôn thực hiện các hợp đồng đã ký với khách hàng cho dù có sự biến động về giá cả, nếu không sẽ mất khách hàng truyền thống hay dễ dàng bị trả đũa. Trong các thị trường có quy mô nhỏ và người tiêu dùng khó tính như Úc và Niu Di Lân, uy tín của các nhà xuất khẩu nước ngoài cũng như chất lượng của hàng hóa xuất khẩu được lan truyền nhanh chóng nên không có gì quảng cáo và cạnh tranh tốt hơn là giữ uy tín và chất lượng hàng hóa. Hầu hết các nhà nhập khẩu thường tạo mối quan hệ gần gũi với những nhà cung cấp quen thuộc để đảm bảo việc kinh doanh được liên tục và rất ít khi thay đổi nhà cung cấp một cách đột ngột. Khi hợp tác kinh doanh với một khách hàng mới, nhà nhập khẩu Úc và Niu Di Lân thường đặt hai hoặc ba đơn hàng thử nghiệm để đảm bảo nhà cung cấp đáp ứng được các tiêu chuẩn về chất lượng. Khi đạt yêu cầu, những đơn hàng sau sẽ được đặt thông qua email hoặc fax và số lượng đặt hàng có thể tăng lên. Nhà nhập khẩu Úc và Niu Di Lân sẽ không chấp nhận việc nhà cung cấp của họ phá vỡ cam kết không bán hàng cho các nhà nhập khẩu khác. Việc lén qua mặt các nhà nhập khẩu sẽ là một sai lầm nghiêm trọng khi kinh doanh trên hai thị trường này do họ sẽ sớm phát hiện được điều gì đang xảy ra. Một điểm quan trọng khác là nhà nhập khẩu Úc và Niu Di Lân không thích mặc cả. Họ sẵn sàng thương thảo một mức giá hợp lý, có thể giảm từ 20% trở lên. Nếu nhà cung cấp nước ngoài đưa ra mức giá không thực tế, các nhà nhập khẩu thường sẽ không xem xét đến đơn chào hàng. Vì vậy, khi báo giá cho các nhà nhập khẩu Úc và Niu Di Lân, điều quan trọng nhất là đưa ra mức giá "hợp lý nhất". Mức giá này thường phải thấp hơn mức giá chào cho người mua tại Mỹ và châu Âu với tỷ lệ mặc cả không quá 3-5%. Điều lưu ý cuối cùng về nhà nhập khẩu Úc và Niu Di Lân là quan điểm của họ với nhà cung cấp mới. Như đã nói ở trên, đa số các nhà nhập khẩu không muốn ngừng kinh doanh với các nhà cung cấp hiện tại vì lo ngại những khó khăn mà họ phải đối mặt khi tìm cách xây dựng mối quan hệ kinh doanh với nhà cung cấp mới. Mặt khác, điều đầu tiên hấp dẫn các nhà nhập khẩu Úc và Niu Di Lân là mức giá cạnh tranh. Họ sẽ do dự khi làm ăn với nhà cung cấp không chứng tỏ được sự tự tin trong việc cung cấp hàng có chất lượng ổn định, giao hàng đúng hạn và giữ liên hệ thường xuyên.

- Tham gia các hoạt động xúc tiến thương mại do nhà nước cũng như các hiệp hội ngành hàng tổ chức để tìm bạn hàng và đối tác thương mại. Tận dụng những hỗ trợ của nhà nước về xúc tiến thương mại tại thị trường Úc và Niu Di Lân là cách tốt nhất để tìm hiểu thị trường cũng như tìm các đối tác cho doanh nghiệp, nhất là đối với các doanh nghiệp vừa và nhỏ có tiềm lực tài chính hạn chế.

- Liên hệ trực tiếp với cơ quan xúc tiến xuất khẩu trong nước hay các cơ quan đại diện thương mại của Úc và Niu Di Lân để được hỗ trợ hay có thêm thông tin chi tiết về thị trường: Các nguồn thông tin hỗ trợ từ Phòng thương mại và Công nghiệp Việt Nam, Thương vụ Việt Nam tại Úc và Niu Di Lân, cũng như Phòng thương mại và Công nghiệp tại mỗi bang hay vùng lãnh thổ của Úc và Niu Di Lân... cũng có thể giúp các doanh nghiệp nước ngoài trong việc cung cấp các thông tin, tư vấn, danh sách các nhà nhập khẩu, các nhà phân phối và các cơ quan hữu quan Úc và Niu Di Lân.

- Doanh nghiệp có thể tìm kiếm bạn hàng, đối tác qua một số trang thông tin trực tuyến có uy tín: Mạng thông tin kinh tế thương mại tìm đối tác, thị trường mới ([www.asemtranet.com](http://www.asemtranet.com)); Danh bạ các nhà xuất nhập khẩu thế giới ([www.e-worldcom.net](http://www.e-worldcom.net)); Mạng cung cấp thông tin chính thức của Bộ Công Thương ([www.vinanet.com.vn](http://www.vinanet.com.vn))... Sau khi xác định được một số khách hàng tiềm năng thì tiến hành chào hàng, giới thiệu sản phẩm... từ đó tìm kiếm cơ hội hợp tác để xuất khẩu hàng hóa.

- Tìm hiểu thông tin qua cộng đồng người Việt Nam ở Úc và Niu Di Lân: năm 2012 Việt Nam là quốc gia đứng thứ 8 trong số các quốc gia có di dân đến Úc. Úc và Niu Di Lân là hai quốc gia có lượng du học sinh người Việt lớn. Tận dụng các mối liên hệ và tìm hiểu thông tin từ cộng đồng người Việt Nam là phương thức tốt và tiết kiệm để tìm hiểu và thâm nhập hiệu quả vào thị trường Úc và Niu Di Lân.

### ***2.2.7. Chú trọng xây dựng thương hiệu cho hàng xuất khẩu***

Một số mặt hàng xuất khẩu của Việt Nam đã được người tiêu dùng Úc và Niu Di Lân biết đến. Thương hiệu cho hàng xuất khẩu vẫn chưa được các doanh nghiệp Việt Nam quan tâm, đầu tư và phát triển tương xứng. Để đẩy mạnh và nâng cao hiệu quả xuất khẩu nói chung, sang thị trường Úc và Niu Di Lân nói riêng, các doanh nghiệp cần chú trọng xây dựng thương hiệu cho hàng xuất khẩu.

Đăng ký và bảo vệ thương hiệu hàng xuất khẩu. Vấn đề sở hữu trí tuệ rất được coi trọng ở Úc và Niu Di Lân. Doanh nghiệp cần có chính sách xây dựng thương hiệu, đăng ký và bảo vệ thương hiệu dài hạn. Đặc biệt, khi hàng xuất khẩu đã có chỗ đứng trên thị trường thì nhất thiết doanh nghiệp phải đăng ký và bảo vệ thương hiệu hàng hóa tránh bị mất hay tranh chấp thương hiệu.

Doanh nghiệp cần có hiểu biết về các quy định chất lượng hàng hóa, vệ sinh thực phẩm, an toàn sinh học... thiết lập hệ thống kiểm tra cũng như thường xuyên đổi mới công nghệ, nâng cao chất lượng sản phẩm. Đảm bảo sản phẩm xuất sang thị trường Úc và Niu Di Lân luôn có chất lượng cao, đáp ứng được đòi hỏi khắt khe về tiêu chuẩn kỹ thuật và an toàn mà các cơ quan quản lý nhà nước đưa ra là cách tốt nhất bảo vệ thương hiệu hàng hóa. Ví dụ, theo quy định, bất cứ lô hàng nhập khẩu nào không đáp ứng yêu cầu kiểm tra về kỹ thuật và an toàn của Úc thì danh tính của nhà sản xuất, nhà nhập khẩu cũng như thương hiệu của sản phẩm đó đều được thông báo rộng rãi trên cả nước. Người tiêu dùng Úc rất quan tâm tới vấn đề an toàn, nếu để việc này xảy ra sẽ là một bất lợi lớn, ảnh hưởng xấu tới thương hiệu hàng hóa

cũng như đến việc xuất khẩu của doanh nghiệp sang Úc về sau. Trước khi xuất khẩu hàng hóa, doanh nghiệp cũng nên kiểm tra hàng hóa xem có đáp ứng những quy định mới nhất của cơ quan kiểm dịch và kiểm tra của nước nhập khẩu hay không. Tại Úc, những quy định kiểm dịch hàng nông sản được đăng tải trên trang web <http://www.aquis.gov.au>; tại Niu Di Lân những nguyên tắc và quy định nhập khẩu hàng nông sản đăng tải trên trang web: <http://www.nzfsa.govt.nz> hoặc <http://www.biosecurity.govt.nz/enter/plants>.

Việc xây dựng thương hiệu sản phẩm của Việt Nam là hết sức cần thiết. Giải pháp ưu việt nhất là cung cấp các sản phẩm đổi mới có giá trị gia tăng cao, có xuất xứ tốt hơn là chỉ đơn giản cung cấp các nguyên liệu thô và chủng loại hàng rẻ tiền. Việc này sẽ giúp nâng tầm thương hiệu Việt Nam, xây dựng lòng tin đối với người tiêu dùng và thay đổi nhận thức về việc Việt Nam chỉ cung cấp các sản phẩm rẻ tiền mà người Úc và Niu Di Lân thường quan niệm hàng rẻ tiền là hàng có chất lượng không tốt. Việc xây dựng thương hiệu với xuất xứ tốt là đặc biệt quan trọng. Nếu có thể, xây dựng vài câu chuyện về xuất xứ của các sản phẩm địa phương gắn với con người ở đây. Hãy nhớ “Người Úc muốn mua toàn bộ câu chuyện, không chỉ mỗi thức ăn”.

## **Chương 5**

# **MỘT SỐ THÔNG TIN CẦN BIẾT KHI KINH DOANH VỚI THỊ TRƯỜNG ÚC VÀ NIU DI LÂN**

## **1. MỘT SỐ THÔNG TIN CẦN BIẾT KHI KINH DOANH VỚI THỊ TRƯỜNG ÚC**

### **1.1. Các quy định về nhập khẩu của Úc**

#### **Giấy phép nhập khẩu**

Hải quan Úc không yêu cầu các cá nhân hay các công ty phải nắm giữ giấy phép nhập khẩu (Import Licences). Nhưng tùy thuộc vào đặc tính hàng hóa, và trị giá của hàng hóa, người sở hữu hàng hóa có thể phải xin giấy phép nhập khẩu hàng hóa (thông tin về giấy phép để thông quan hàng hóa xem phần “cấm nhập khẩu và hạn chế nhập khẩu”).

#### **Chứng từ nhập khẩu**

Để thông quan hàng hóa cần có ít nhất các loại giấy tờ sau:

- Tờ khai Hải quan (Customs Entry); hoặc
- Tờ khai Hải quan Không chính thức (Informal Clearance Document - ICD) đã điền đầy đủ các thông tin;
- Vận đơn hàng không (air waybill - AWB) hoặc vận đơn đường biển (bill of lading - B/L);
- Các hóa đơn (invoices); và
- Các chứng từ khác có liên quan đến việc nhập khẩu.

Hải quan không yêu cầu việc hoàn thành đầy đủ một mẫu hóa đơn đặc biệt nào. Các hóa đơn thương mại và vận đơn đường biển thông thường đều được chấp nhận. Các chứng từ này cần có những thông tin như sau:

- Giá ghi hóa đơn (ví dụ: FOB, CIF);
- Đơn vị tiền tệ tính giá (ví dụ AU\$, US\$);
- Tên và địa chỉ của người bán hàng (người gửi hàng - consignor);
- Tên và địa chỉ người mua hàng (người nhận hàng - consignee);
- Mô tả hàng hóa đầy đủ (complete description of the goods);
- Tên tàu hoặc máy bay chở hàng tới Úc;
- Nước xuất xứ hàng hóa, trong đó có tờ khai của người sản xuất trong trường hợp thuế suất ưu đãi được áp dụng (các thông tin về thuế suất ưu đãi xem phần “Quy tắc xuất xứ”);
- Số lượng kiện hàng, ký hiệu, số hiệu mỗi kiện;
- Số lượng hàng hóa;
- Giá bán hàng mà người mua phải trả cho người bán;

- Chi phí đóng gói hàng hóa vào bao bì bên ngoài;
- Trị giá bao bì bên ngoài;
- Giá trị bản quyền phát minh, bản quyền tác giả... phải trả để bảo hộ sản phẩm (nếu có);
- Chi tiết về phí vận tải và bảo hiểm liên quan đến việc vận chuyển hàng hóa tới Úc;
- Chi tiết về các thỏa thuận và các cam kết có quy định hiệu lực của việc thay đổi giá bán bằng cách chiết khấu, giảm giá, bồi thường hoặc bất kỳ biện pháp nào khác;
- Người nhập khẩu phải lưu giữ các chứng từ thương mại liên quan đến giao dịch trong thời gian 5 năm kể từ ngày nhập khẩu. Trong thời gian này Hải quan có thể yêu cầu xuất trình các chứng từ này để phục vụ cho mục đích kiểm toán. Nếu người nhập khẩu không xuất trình được những chứng từ này khi Hải quan yêu cầu thì có thể phải chịu phạt.

### **Các mặt hàng cấm nhập khẩu hoặc hạn chế nhập khẩu**

Hoạt động nhập khẩu một số mặt hàng vào Úc có thể bị cấm toàn bộ hoặc bị cấm có điều kiện. Việc tịch thu các mặt hàng bị cấm nhập khẩu thường do Hải quan thực hiện. Người nhập khẩu nên kiểm tra xem những mặt hàng nào chịu những quy định cụ thể về cấm hoặc hạn chế nhập khẩu vì danh mục những mặt hàng này thường xuyên thay đổi.

Những mặt hàng có thể bị cấm hoặc hạn chế nhập khẩu bao gồm: Một số loại động vật, hải sản, thực vật và các sản phẩm từ chúng; Hàng có thể gây nguy hiểm cho sức khỏe (bao gồm hóa chất, chất phóng xạ và các chất thuộc y học); Hàng mang nhãn mác không đúng; Hàng vi phạm nhãn hiệu thương mại, bản quyền; Một số mặt hàng liên quan đến di sản văn hóa; Hàng phải chịu giám sát, kiểm dịch; Các chất có hại tới tầng ô zôn; Vũ khí; Các chất ma túy và chất tác động đến tâm thần; Hàng chịu sự quản lý của công tác kiểm duyệt; Một vài mặt hàng nhập khẩu từ một số nước tuân theo hạn chế thương mại của Liên Hợp Quốc; Quản lý an toàn cho người tiêu dùng trong phạm vi một số hàng hóa thay mặt những người tiêu dùng

Danh sách các mặt hàng cấm nhập khẩu hoặc hạn chế nhập khẩu vào Úc:

#### ***(1) Các chất kích thích tố nam hoặc chất tăng đồng hoá (Anabolic or androgenic substances)***

Các chất kích thích tố nam hoặc chất tăng đồng hoá để tăng cường cơ bắp và xương. Thực phẩm chức năng và thức ăn công thức có thể chứa các chất này. Không có miễn trừ trong việc mang theo các chất kích thích tố nam hoặc tăng đồng hoá. Giấy phép được cấp bởi Bộ trưởng Bộ Y tế. Để biết thêm thông tin truy cập website của Bộ Y tế (Minister for Health), mục kiểm soát thuốc tại địa chỉ: <http://www.health.gov.au/internet/main/publishing.nsf/Content/treaties-and-compliance>

Nếu có yêu cầu nhập khẩu hàng hóa này, hãy liên hệ:

Drug Control Section  
Therapeutic Goods Administration  
PO BOX 100  
WODEN ACT 2606  
Telephone: +61 2 6232 8740  
Email: dcs@tga.gov.au

### **(2) Kháng sinh (Antibiotics)**

Chất kháng sinh truyền thống như penicillin, tetracyclines và các chất khác trong đó có sulpham drugs, nitrofurazones, dapson và rifampicin. Thuốc kháng vi-rút không phải là thuốc kháng sinh.

Trường hợp miễn trừ: Bạn không cần phải có giấy phép nhập khẩu thuốc kháng sinh nếu bạn là hành khách đi máy bay hoặc đi tàu thủy, có mang thuốc để sử dụng cho cá nhân bạn hoặc cho người thân của bạn, có liều lượng đủ dùng cho thời gian không quá 3 tháng (tính theo liều dùng tối đa), được để trong hành lý mang theo của bạn hoặc của người thân của bạn hoặc thuốc được mang theo để dùng cho một loại động vật mà bạn mang theo khi đi máy bay hoặc tàu thủy.

Thành viên của một nhóm đến Úc để tham dự sự kiện thể thao quốc gia hoặc quốc tế có mang theo thuốc kháng sinh, dùng để chữa trị cho một thành viên của nhóm hoặc cho một loại động vật nhập khẩu và được nhóm chăm sóc.

Giấy phép được cấp bởi Bộ trưởng Bộ Y tế (Minister for Health). Để biết thêm thông tin truy cập website của Bộ Y tế, mục kiểm soát thuốc tại địa chỉ: <http://www.health.gov.au/internet/main/publishing.nsf/Content/treaties-and-compliance>.

Nếu có yêu cầu nhập khẩu hàng hóa này, hãy liên hệ:

Drug Control Section  
Therapeutic Goods Administration  
PO BOX 100  
WODEN ACT 2606  
Telephone: +61 2 6232 8740  
Email: dcs@tga.gov.au

### **(3) ANZAC**

Tất cả các hàng hóa có từ ANZAC (hoặc từ tương tự) và tài liệu quảng cáo liên quan đến những mặt hàng như vậy. Giấy phép được cấp bởi Bộ trưởng Bộ Cựu chiến binh (Minister for Veterans' Affairs). Để biết thêm thông tin về bảo hộ tên gọi 'ANZAC' hãy truy cập website của Bộ Cựu chiến binh, mục bảo hộ tên gọi ANZAC tại địa chỉ: <http://www.dva.gov.au/commemorations-memorials-and-war-graves/protecting-word-anzac>.

Nếu có yêu cầu nhập khẩu hàng hóa này, hãy liên hệ:  
Minister for Veterans' Affairs  
Parliament House  
Canberra ACT 2600  
Telephone enquiries should be directed to:  
Commemorations Branch  
Department of Veterans' Affairs  
Telephone: +61 2 6289 6067

**(4) A-mi-ăng (Asbestos)**

A-mi-ăng hoặc hàng hóa có chứa a-mi-ăng bị cấm nhập khẩu vào Úc, trừ các trường hợp: Hàng hóa là vật liệu thô, thành phần tự nhiên có chứa một lượng nhỏ a-mi-ăng; Bộ trưởng Bộ Việc làm cấp giấy phép nhập khẩu a-mi-ăng để phục vụ cho mục đích nghiên cứu, phân tích hoặc trưng bày (chỉ áp dụng cho a-mi-ăng trắng) hoặc nhập khẩu a-mi-ăng nâu (amfibon); A-mi-ăng và các hàng hóa thuộc loại này được nhập khẩu từ Lãnh thổ Nam cực của Úc (chỉ áp dụng cho a-mi-ăng trắng); Được cơ quan có thẩm quyền cấp phép nhập khẩu theo Luật về các vấn đề Liên bang, Bang hay Lãnh thổ, cho phép nhập khẩu những mặt hàng thuộc loại này để sử dụng cho một mục đích cụ thể, trong thời hạn được quy định tại Phụ lục 3B của Quy định Hải quan 1956 (Quy định về hàng cấm nhập khẩu) (chỉ áp dụng cho a-mi-ăng trắng). Các mặt hàng đó là chất thải độc hại được quy định tại Phần 4 của Luật Chất thải Độc hại 1989 (Quy định xuất nhập khẩu). Những mặt hàng thuộc loại này được nhập khẩu theo các quy định của Luật Chất thải Độc hại (Luật HW);

Các cơ quan dưới đây có thẩm quyền cấp phép hoặc cho miễn trừ trong những trường hợp nhất định: Ủy ban An toàn, Phục hồi và Bồi thường (chỉ áp dụng cho a-mi-ăng trắng); Cơ quan Bảo hộ lao động của các Bang/Lãnh thổ (chỉ áp dụng cho a-mi-ăng trắng); Bộ trưởng Bộ Việc làm; Cơ quan An toàn, Phục hồi và Bồi thường cho thủy thủ (chỉ áp dụng cho a-mi-ăng trắng).

Để biết thêm thông tin về kiểm soát a-mi-ăng của Úc, hãy liên hệ:

Cơ quan An toàn và Loại bỏ a-mi-ăng  
Số điện thoại 1300 363 079  
Email: [enquiries@asbestossafety.gov.au](mailto:enquiries@asbestossafety.gov.au)  
website: <http://www.asbestossafety.gov.au/>

Muốn biết thêm thông tin về các điều kiện để được cấp phép hoặc miễn giấy phép, hãy liên hệ với Cơ quan An toàn và Y tế lao động ở Bang/Lãnh thổ: ACT - 02 6207 3000; NSW - 13 10 50; VIC - 1800 136089 hoặc +61 3 9641 1444; QLD - 1300 369 915; WA - 1300 307 877; SA - 1300 365 255; NT - 1800 019 115; TAS - 1300 366 322.

**(5) Đồ gốm tráng men (Ceramic ware - glazed)**

Đồ gốm tráng men với các kim loại nặng như chì hoặc cadmium vượt quá mức cho phép sử dụng, hoặc có trong đồ lưu trữ hoặc thức ăn. Nó bao gồm tất cả các loại đồ gốm tráng men/gốm sứ được sử dụng cho bộ đồ ăn và nấu ăn nhưng không bao gồm các mặt hàng trang trí sản xuất để treo tường hoặc để đứng.

Không cần phải xin phép nhập khẩu những mặt hàng này. Để xác nhận rằng hàng hoá đáp ứng được các quy định, cần có chứng nhận thử nghiệm của Viện Đo lường Quốc gia hoặc Cơ quan Kiểm tra được cấp phép bởi Hiệp hội Quốc gia các Cơ quan Thử nghiệm Úc.

Muốn biết thêm thông tin, hãy liên hệ:

Trung tâm Thông tin và Hỗ trợ Hải quan (Customs Information and Support Centre)

Telephone: 1300 363 263

Email: [information@customs.gov.au](mailto:information@customs.gov.au).

**(6) Các loài thú biển (cá voi và cá heo)/Cetaceans (whales, dolphins and porpoises)**

Nhập khẩu hoặc xuất khẩu các loài thú biển, bộ phận của các loài thú biển hoặc sản phẩm từ các loài thú biển. Giấy phép được cấp bởi Bộ Môi trường. Để biết thêm thông tin về các loài thú biển hãy truy cập website của Bộ Môi trường tại địa chỉ: <http://www.environment.gov.au>.

Nếu có yêu cầu nhập khẩu hoặc xuất khẩu các loài thú biển hãy liên hệ:

Department of the Environment

Wildlife Conservation Branch

GPO Box 787

Canberra ACT 2601

Telephone: +61 2 6274 1111

Fax: +61 2 6274 1666

Email: [wildlifetrade@environment.gov.au](mailto:wildlifetrade@environment.gov.au)

**(7) Vũ khí hoá học (Chemical weapons)**

Hóa chất được kiểm soát theo Công ước Vũ khí Hóa học. Giấy phép được cấp bởi Giám đốc Cơ quan Tự vệ và không Phổ biến Vũ khí Hủy diệt hàng loạt của Úc. Để biết thêm thông tin về Công ước Vũ khí hóa học hãy truy cập website: <http://www.dfat.gov.au/international-relations/security>.

Nếu có yêu cầu nhập khẩu các loại hàng hóa này, hãy liên hệ:

Director

Chemical Weapons Convention Implementation Section

Australian Safeguards and Non-Proliferation Office

Department of Foreign Affairs and Trade

R.G. Casey Building

John McEwen Crescent

Barton ACT 0221



Telephone: +61 2 6261 1914 or +61 2 6261 1920

Fax: +61 2 6261 1908

Email: [chemical.asno@dfat.gov.au](mailto:chemical.asno@dfat.gov.au)

### **(8) Thuốc lá nhai và thuốc lá hít (*Chewing tobacco and oral snuff*)**

Trường hợp lượng nhập khẩu thuốc lá nhai và thuốc lá hít quá 1,5 kg. Để nhập khẩu các mặt hàng này bạn cần có giấy phép do Bộ trưởng phụ trách về Chính sách cạnh tranh và người tiêu dùng cấp.

Để biết thêm thông tin hãy liên hệ:

Trung tâm Thông tin và Hỗ trợ Hải quan (Customs Information and Support Centre)

Telephone: 1300 363 263

Email: [information@customs.gov.au](mailto:information@customs.gov.au)

Product Safety Hazard Response Branch

Australian Competition & Consumer Commission

PO Box 3131

Canberra ACT 2601

Telephone: +61 2 6243 1064

Fax: +61 2 6243 1073

### **(9) Bật lửa thuốc lá (*Cigarette lighters*)**

Bật lửa có thể nạp ga, có trị giá hải quan không quá 5 AUD, bật lửa dùng một lần và bật lửa lạ mắt, được thiết kế để châm thuốc lá, xì gà và tẩu. Nếu muốn nhập khẩu bật lửa cần phải nộp các tài liệu được nêu dưới đây cho Cơ quan Hải quan và Biên phòng: Bản cam kết nêu rõ đã đạt tiêu chuẩn và được cấp chứng chỉ American Standard 16 CFR 1210. Bạn phải có chứng chỉ đạt tiêu chuẩn từ nhà cung cấp hoặc từ một phòng kiểm định được công nhận của nước ngoài do tại Úc không có các thiết bị kiểm tra phù hợp hoặc phải có giấy phép do Bộ trưởng phụ trách về Chính sách cạnh tranh và người tiêu dùng cấp.

Miễn trừ: Khi tới Úc bằng đường hàng không hoặc đường biển, nếu bạn từ 18 tuổi trở lên và mang theo không quá 5 chiếc bật lửa thì bạn không cần phải xin giấy phép nhập khẩu.

Muốn biết thêm thông tin hãy liên hệ:

Trung tâm Thông tin và Hỗ trợ Hải quan

Telephone: 1300 363 263

Email: [information@customs.gov.au](mailto:information@customs.gov.au)

Product Safety Hazard Response Branch

Australian Competition & Consumer Commission

PO Box 3131

Canberra ACT 2601

Telephone: +61 2 6243 1064

Fax: +61 2 6243 1073

### **(10) Mỹ phẩm (Cosmetics)**

Hàng mỹ phẩm có hàm lượng chì 250mg/kg, trừ hàng mỹ phẩm có hàm lượng a-xê-tát chì 250mg/kg được dùng để chữa trị tóc. Giấy phép được cấp bởi Bộ trưởng Bộ Di trú và Biên phòng (Minister for Immigration and Border Protection).

Muốn biết thêm thông tin, hãy liên hệ:

Trung tâm Thông tin và Hỗ trợ Hải quan (Customs Information and Support Centre)

Telephone: 1300 363 263

Email: [information@customs.gov.au](mailto:information@customs.gov.au).

Nếu có yêu cầu nhập khẩu hàng hóa này, hãy liên hệ:

National Manager

Trade Branch

Australian Customs and Border Protection Service

5 Constitution Avenue

Canberra City ACT 2600

Email: [community.protection@customs.gov.au](mailto:community.protection@customs.gov.au)

### **(11) Thẻ tín dụng giả (Credit cards - counterfeit)**

Các thẻ tín dụng, thẻ ghi nợ dùng để bắt chước và làm giả thẻ thật. Giấy phép được cấp bởi Bộ trưởng Bộ Di trú và Biên phòng (Minister for Immigration and Border Protection).

Nếu có yêu cầu nhập khẩu hàng hóa này, hãy liên hệ:

National Manager

Trade Branch

Australian Customs and Border Protection Service

5 Constitution Avenue

Canberra City ACT 2600

Email: [community.protection@customs.gov.au](mailto:community.protection@customs.gov.au)

### **(12) Thiết bị kiểm soát đám đông (Crowd control equipment)**

Bình xịt chống người (chống sát thương), áo giáp bảo vệ, gậy có thể kéo dài dùng cho cảnh sát, thiết bị gây sốc kiểu điện giật và thiết bị gây sốc bằng âm thanh. Giấy phép được cấp bởi Bộ trưởng Bộ Di trú và Biên phòng hoặc người có thẩm quyền, trước khi hàng hóa tới Úc (Minister for Immigration and Border Protection, or an authorised person, prior to the arrival of the goods in Australia).

Muốn biết thêm thông tin, hãy liên hệ:

Trung tâm Thông tin và Hỗ trợ Hải quan (Customs Information and Support Centre)

Telephone: 1300 363 263

Email: [information@customs.gov.au](mailto:information@customs.gov.au)

Nếu có yêu cầu nhập khẩu hàng hóa, hãy liên hệ:

Weapons and Strategic Goods  
Trade Branch  
Australian Customs and Border Protection Service  
5 Constitution Avenue  
Canberra City ACT 2601

***(13) Kim cương - Giấy chứng nhận chế tác Kimberley (Diamonds - Kimberley Process)***

Kim cương thô là kim cương chưa qua xử lý hoặc chỉ mới qua xử lý một cách đơn giản, hoặc vẫn còn ở hình dạng thô. Kim cương thô chỉ có thể được nhập khẩu với bao gói chống hàng giả từ nước tham gia chế tác và phải có giấy chứng nhận chế tác Kimberley (*một hệ thống chứng nhận quốc tế trong thương mại với kim cương thô*).

Giấy chứng nhận được cấp bởi Cơ quan có thẩm quyền ở nước xuất khẩu hàng hóa tới Úc. Để biết thêm thông tin về Kimberley Process để giao dịch kim cương thô và danh sách các đầu mối liên hệ ở nước xuất khẩu hãy truy cập website của Kimberley Process tại địa chỉ: <http://www.kimberleyprocess.com/>

***(14) Thuốc và các chất gây nghiện (Drugs and narcotics)***

Thuốc là hóa chất và các hợp chất được liệt kê trong Phụ lục 4 của Quy định Hải quan (cấm nhập khẩu), bao gồm: Chất đồng phân hoặc hỗn hợp các chất đồng phân của một hóa chất hoặc hợp chất bị kiểm soát; Một dẫn xuất của một chất hoá học hoặc hợp chất bị kiểm soát, bao gồm cả chất, kể cả chất đồng phân và hợp chất các chất đồng phân; Các chất có chứa chất hoá học hoặc các hợp chất bị kiểm soát, bao gồm cả chất đồng phân và hợp chất các chất đồng phân và các chất dẫn xuất; Các hóa chất và các hợp chất khác mà tiền thân là chất hoá học hoặc hợp chất bị kiểm soát.

Nếu bạn là một hành khách đến bằng đường hàng không hoặc đường biển thì bạn không cần phải có giấy phép nếu như: Bạn mang theo thuốc trị bệnh cho bản thân hoặc cho một hành khách khác hay động vật nuôi của bạn; Được bác sỹ hoặc bác sỹ thú y kê đơn và đơn thuốc gốc được xuất trình khi tới cửa khẩu; Số lượng thuốc đủ dùng không quá 3 tháng, tính theo liều dùng tối đa mà bác sỹ đã kê trong đơn.

Nếu đơn bác sỹ không viết bằng tiếng Anh thì phải xuất trình bản dịch đơn thuốc ra tiếng Anh. Miễn giấy phép chỉ áp dụng cho thuốc mang theo người.

Nếu bạn từ 18 tuổi trở lên thì không cần phải có giấy phép nhập khẩu cava (hồ tiêu) nếu: Cava ở dạng rế hoặc đã sấy khô; Lượng kava mang theo không quá 2kg; và Được để trong hành lý mang theo của bạn.

Chỉ có hành khách mới được miễn giấy phép nhập khẩu. Bất kỳ một lượng thuốc nào thuộc diện bị kiểm soát nhập khẩu, nếu vận chuyển bằng bất cứ phương tiện nào, như đường bưu điện hay vận tải hàng không, đều cần phải có giấy phép nhập khẩu.

Giấy phép được cấp bởi Bộ trưởng Bộ Y tế (Minister for Health).

Yêu cầu nhập khẩu hàng hóa này, hãy liên hệ:

Drug Control Section  
Therapeutic Goods Administration  
PO BOX 100  
WODEN ACT 2606  
Telephone: +61 2 6232 8740  
Email: [dcs@tga.gov.au](mailto:dcs@tga.gov.au)

***(15) Các loài động thực vật nguy cấp - Công ước CITES (Endangered animal and plant species - CITES)***

Các loài động thực vật nguy cấp và các sản phẩm có nguồn gốc từ các loài được nêu trong các Phụ lục của Công ước về Thương mại quốc tế đối với các loài động thực vật hoang dã nguy cấp (CITES).

Muốn di chuyển các loại động thực vật nêu trong Công ước CITES thì cần phải có giấy phép xuất khẩu của nước xuất xứ và giấy phép nhập khẩu của Bộ Môi trường.

Để biết thêm thông tin về Công ước CITES và danh sách các loài động thực vật nêu trong Công ước, hãy truy cập website của Bộ Môi trường tại địa chỉ: <http://www.environment.gov.au/biodiversity/wildlife-trade/cites>

Nếu có yêu cầu nhập khẩu các loại động thực vật nguy cấp, hãy liên hệ:

International Wildlife Trade  
Department of the Environment  
GPO Box 787  
Canberra ACT 2601  
Telephone: +61 2 6274 1900  
Fax: +61 2 6274 1921  
Email: [wildlifetrade@environment.gov.au](mailto:wildlifetrade@environment.gov.au)

***(16) Tẩy - kiểu lạ (Erasers - novelty)***

Miếng tẩy có bề ngoài và mùi giống thực phẩm. Giấy phép được cấp bởi Bộ trưởng Di trú và Biên phòng (Minister for Immigration and Border Protection).

Muốn biết thêm thông tin, hãy liên hệ:

Trung tâm Thông tin và Hỗ trợ Hải quan (Customs Information and Support Centre)  
Telephone: 1300 363 263  
Email: [information@customs.gov.au](mailto:information@customs.gov.au)

Xem Tờ tin về hạn chế nhập khẩu miếng tẩy kiểu lạ vào Úc tại: [http://www.customs.gov.au/webdata/resources/files/FS\\_NoveltyErasers.pdf](http://www.customs.gov.au/webdata/resources/files/FS_NoveltyErasers.pdf).

***(17) Chất nổ, dẻo (Explosives, plastic)***

Chất nổ dẻo là một loại sản phẩm gây nổ (kể cả sản phẩm nổ ở dạng dẻo, dễ uốn) có thành phần: Chứa một hoặc nhiều chất nổ cao ở dạng có thể tự nổ hoặc dạng cần có áp suất hơi dưới  $10^{-4}$  Pa ở nhiệt độ  $25^{\circ}\text{C}$ ; Một vật liệu kết dính, dạng hỗn hợp, đúc dẻo hoặc dễ uốn khi ở điều kiện nhiệt độ bình thường trong phòng. Thuật ngữ “chất nổ dẻo” có cùng nghĩa như đã nêu ở Mục B của Phần 72 của Luật Hình sự 1995. Xem Luật tại website <http://www.comlaw.gov.au/Details/C2007C00408>.

Giấy phép được cấp bởi Tổng trưởng Tư pháp hoặc người có thẩm quyền (The Attorney-General or an authorised person).

Từ 25 tháng 8 năm 2007, hành vi nhập khẩu chất nổ dẻo chưa định hình là vi phạm pháp luật, trừ trường hợp công ty hay cá nhân có giấy phép của Tổng trưởng Tư pháp Úc.

Để nhập khẩu chất nổ dẻo chưa định hình bạn phải có các giấy tờ sau đây: Đơn yêu cầu được phép sản xuất, sở hữu, di chuyển, xuất khẩu hoặc nhập khẩu thuốc nổ dẻo unmarked (từ Tổng trưởng Tư pháp; Đơn xin phép nhập khẩu chất nổ dẻo; Chứng nhận của nhà sản xuất).

Bạn hãy điền vào đơn và nộp ít nhất là 6 tuần trước khi hàng về tới cửa khẩu. Mỗi Bang hoặc Vùng lãnh thổ có quy định riêng về quản lý chất nổ, kể cả chất nổ dẻo. Bạn phải tuân theo quy định của các Bang hoặc Vùng lãnh thổ và phải có giấy phép sử dụng chất nổ tại Bang và Vùng lãnh thổ đó. Bạn cần xin giấy phép trước khi được phép nhập khẩu chất nổ dẻo.

Để biết thêm thông tin về đăng ký hoặc cấp phép của các Bang, hãy truy cập các website dưới đây:

<http://www.workcover.nsw.gov.au/>  
<http://www.worksafe.vic.gov.au/>  
<https://www.dnrm.qld.gov.au/>  
<http://www.dmp.wa.gov.au/>  
<http://www.safework.sa.gov.au/>  
<http://www.worksafe.tas.gov.au/home>  
<http://www.worksafe.nt.gov.au/home.aspx>  
[http://www.worksafe.act.gov.au/health\\_safety](http://www.worksafe.act.gov.au/health_safety)

Muốn biết thêm thông tin về chất nổ dẻo, hãy truy cập: <http://www.ag.gov.au/NationalSecurity/PlasticExplosives/Pages/default.aspx> hoặc liên hệ: Security Law Branch, Attorney-General's Department on +61 2 6141 2915, Customs Information and Support Centre, Điện thoại: 1300 363 263, Email: [information@customs.gov.au](mailto:information@customs.gov.au).

Yêu cầu nhập khẩu hàng hoá này, hãy liên hệ:  
Security Law Branch  
Attorney-General's Department  
Robert Garran Offices

National Circuit  
Barton ACT 2603  
Telephone: +61 2 6250 6666  
Website: www.ag.gov.au

**(18) Súng, đạn, vũ khí (Firearms, Weapons and Ammunition)**

Hàng quân sự và các loại vũ khí khác như ống thổi, nỏ, nã, mìn, bom, chùy, cò n. Giấy phép được cấp bởi Bộ Di trú và Biên phòng hoặc Cảnh sát (tùy loại vũ khí), trước khi hàng hóa về tới của khẩu.

Muốn biết thêm thông tin, hãy liên hệ:

Trung tâm Thông tin và Hỗ trợ Hải quan/ Customs Information and Support Centre.  
Telephone: 1300 363 263  
Email: information@customs.gov.au

Hàng hóa chịu sự kiểm soát của Cơ quan Hải quan và Biên phòng, để biết thêm thông tin hãy truy cập <http://www.customs.gov.au/site/page4372.asp>.

**(19) Cá và họ cá răng cưa (Fish and toothfish)**

Cá răng cưa - Cá tuyết Nam cực và cá tuyết ở vùng cận Nam cực kể cả vùng biển gần lãnh thổ ngoài khơi Úc thuộc các đảo Heard và McDonald. Tất cả loại cá hoặc bộ phận của cá thuộc loại này, ở dạng tươi, đông lạnh, xông khói, bảo quản trong các công-te-nơ hàng không hoặc ở dạng khác. Giấy phép được cấp bởi Bộ trưởng Bộ Nông nghiệp (Minister for Agriculture).

Để biết thêm thông tin về hạn chế nhập khẩu cá và cá răng cưa, hãy truy cập website của Bộ Nông nghiệp tại địa chỉ: <http://www.agriculture.gov.au/>

Nếu có yêu cầu nhập khẩu hàng hóa này, hãy liên hệ:

Australian Fisheries Management Authority  
PO Box 7051  
Canberra Business Centre  
Canberra ACT 2601  
Telephone: 1300 723 621  
Fax: +61 2 6272 5784

**(20) Vỉ diệt ruồi và muỗi bằng điện (Fly swatters/mosquito bats - electronic)**

Vỉ diệt côn trùng cầm tay, chạy bằng điện không có bảo vệ chống điện giật khi tiếp xúc bề mặt vỉ và điện áp vượt quá 6V. Giấy phép được cấp bởi Bộ trưởng Bộ Di trú và Biên phòng (Minister for Immigration and Border Protection).

Để biết thêm thông tin, hãy liên hệ:

Trung tâm Thông tin và Hỗ trợ Hải quan (Customs Information and Support Centre)

Telephone: 1300 363 263

Email: [information@customs.gov.au](mailto:information@customs.gov.au)

Nếu có yêu cầu nhập khẩu vi diệt ruồi và muỗi bằng điện, hãy liên hệ:

National Manager

Trade Branch

Australian Customs and Border Protection Service

5 Constitution Avenue

Canberra City ACT 2600

Email: [community.protection@customs.gov.au](mailto:community.protection@customs.gov.au)

***(21) Hóc môn tăng trưởng và các chất có nguồn gốc từ cơ thể người và động vật (Growth hormones and substances of human or animal origin)***

Các loại thuốc có chứa các chất: Các kích thích tố sinh dục, dạng tự nhiên hoặc được chế biến (kể cả hóc môn điều hòa tuyến sinh dục menotrophin, hóc môn kích thích nang trứng (FSH), hóc môn kích thích thể vàng, hóc môn HCG; Hóc môn kích thích tăng trưởng, dạng tự nhiên hoặc được chế biến, kể cả hóc môn somatropin (SH), hóc môn điều hòa tuyến giáp somatrem, hóc môn điều hòa bài tiết somatomedin và kích tố tăng trưởng insulin và hóc môn giải phóng hóc môn phát triển (GHRH) (somatostatin và tổng hợp tương tự), hóc môn erythropoietin (EPO); hoặc Hóc môn darbepoetin alfa.

Bạn không cần có giấy phép nhập khẩu nếu bạn: Cần phải mang theo để trị bệnh; Mang cùng với hành khách khi nhập cảnh; Được bác sỹ kê đơn và đơn thuốc gốc được xuất trình khi nhập cảnh; và Số lượng mang theo không vượt quá liều dùng tối đa theo đơn của bác sỹ.

Miễn trừ không được áp dụng nếu các chất này dùng để điều trị cho: Vận động viên thể thao; hoặc Người có liên quan đến vận động viên như huấn luyện viên, quản lý hoặc nhân viên y tế.

Giấy phép được cấp bởi Bộ trưởng Bộ Y tế (Minister for Health). Để biết thêm thông tin về các chất thuộc Danh mục kiểm soát theo Quy định Hải quan, các yêu cầu đăng ký và cấp giấy phép nhập khẩu, hãy truy cập: <http://www.tga.gov.au/>

Yêu cầu nhập khẩu các hàng hoá này, hãy liên hệ:

Therapeutic Goods Administration

GPO Box 100

Woden ACT 2606

Telephone: 1800 020 653

Email: [eps@tga.gov.au](mailto:eps@tga.gov.au)

***(22) Chất thải độc hại (Hazardous waste)***

Chất thải là các chất nổ, chất dễ cháy, chất có chứa chất độc, chất độc, chất nhiễm độc, chất sinh độc tố, chất thải y tế, dầu thải, tồn dư chất thải từ chất thải sản xuất và chất thải sinh hoạt theo định nghĩa của Công ước Basel. Giấy phép được cấp bởi: Bộ trưởng Bộ Môi trường (Minister for the Environment).

Hướng dẫn xin cấp phép xuất khẩu và nhập khẩu chất thải độc hại xem tại: <http://www.environment.gov.au/index.html>

Yêu cầu nhập khẩu chất thải độc hại, hãy liên hệ:

Hazardous Waste Section  
Department of the Environment  
GPO Box 787  
Canberra ACT 2601  
Telephone: 1800 803 772  
Fax: +61 2 6274 1164  
Email: [hwa@environment.gov.au](mailto:hwa@environment.gov.au)

### **(23) Khí gây hiệu ứng nhà kính (Hydrofluorocarbons - HFCs)**

Bình chứa không thể nạp lại được dùng để chứa khí gây hiệu ứng nhà kính (HFCs) nhằm mục đích duy trì các thiết bị tủ lạnh và điều hoà không khí.

Giấy phép được cấp bởi Bộ trưởng Bộ Môi trường (The Minister for the Environment).

Muốn biết thêm thông tin về nhập khẩu HFCs trong bình chứa không nạp lại được, hãy xem trên website: <http://www.environment.gov.au/node/13538>.

Yêu cầu nhập khẩu các hàng hoá này, hãy liên hệ:

Ozone and Synthetic Gas Team  
Department of the Environment  
GPO Box 787  
Canberra ACT 2601  
Telephone: +61 2 6274 1603  
Fax: +61 2 6274 1610  
Email: [ozone@environment.gov.au](mailto:ozone@environment.gov.au)

### **(24) Đèn huỳnh quang (Incandescent lamps)**

Đèn huỳnh quang dùng cho dịch vụ chiếu sáng nói chung có các đặc điểm cụ thể được nêu trong tiêu chuẩn Úc AS 4934.2-2011 tại mục Đèn huỳnh quang dùng cho dịch vụ chiếu sáng nói chung, phần 2: Yêu cầu tiêu chuẩn vận hành năng lượng tối thiểu (MEPS). Các kích cỡ được mô tả như sau: A50 đến A65; PS50 đến PS65; M50 đến M65; T50 đến T65; E50 đến E65; Cỡ của đui đèn gồm các cỡ E14, E26, E27, B15 hoặc B22d; Điện áp tối thiểu theo thiết kế là 220V; Công suất thiết kế tối thiểu 150W. Ghi chú: không bao gồm đèn màu cơ bản



Giấy phép được cấp bởi Bộ trưởng Bộ Công nghiệp (The Minister for Industry).

Để biết thêm thông tin về nhập khẩu hàng hoá này, hãy liên hệ: [http://www.customs.gov.au/webdata/resources/files/ACN\\_2009\\_04\\_Lightglobes\\_september\\_2014\\_000.pdf](http://www.customs.gov.au/webdata/resources/files/ACN_2009_04_Lightglobes_september_2014_000.pdf).

Yêu cầu nhập khẩu đèn huỳnh quang, hãy liên hệ:  
Lighting and Equipment Energy Efficiency Team  
Energy Efficiency Branch  
Department of Industry  
GPO Box 9839  
Canberra ACT 2601  
Email: [energyrating@industry.gov.au](mailto:energyrating@industry.gov.au)  
Website: [energyrating.gov.au](http://energyrating.gov.au)

### ***(25) Dao và Dao găm (Knives and daggers)***

Dao găm, dao tự động, dao mở bằng một tay, dao xếp, dao găm, dao xếp truyền thống, dao phi, dao hình ngôi sao, dao có vỏ đựng, dao bằng vật liệu phi kim loại.

Để nhập khẩu dao găm và dao phi, người nhập khẩu cần phải có Giấy chứng nhận của cảnh sát (mẫu B709B) từ Cơ quan đăng ký, sử dụng vũ khí của cảnh sát, trước khi hàng hóa đến cửa khẩu Úc.

Để nhập khẩu các loại dao khác, người nhập khẩu phải xin Giấy phép của Bộ Di Trú và Biên phòng trước khi hàng hóa đến cửa khẩu Úc.

Muốn biết thêm thông tin, hãy liên hệ:

Trung tâm Thông tin và Hỗ trợ Hải quan (Customs Information and Support Centre)  
Tel: 1300 363 263  
Email: [information@customs.gov.au](mailto:information@customs.gov.au)  
<http://www.customs.gov.au/site/page4372.asp>

Yêu cầu nhập khẩu hàng hóa này, hãy liên hệ:

Weapons and Strategic Goods  
Trade Branch  
Australian Customs and Border Protection Service  
5 Constitution Avenue  
Canberra City ACT 2601

### ***(26) Đèn chiếu Laser (Laser pointers)***

Thiết bị cầm tay, thường được gọi là đèn chiếu laser, có mức độ phát xạ lớn hơn 1mW. Giấy phép được cấp bởi Bộ trưởng Bộ Di trú và Biên phòng (The

Minister for Immigration and Border Protection) hoặc người có thẩm quyền cấp phép trước khi hàng tới Úc.

Muốn biết thêm thông tin, hãy liên hệ:

Trung tâm Thông tin và Hỗ trợ Hải quan (Customs Information and Support Centre)

Tel: 1300 363 263

Email: [information@customs.gov.au](mailto:information@customs.gov.au)

<http://www.customs.gov.au/>

Yêu cầu nhập khẩu đèn chiếu laser, hãy liên hệ:

Weapons and Strategic Goods

Trade Branch

Australian Customs and Border Protection Service

5 Constitution Avenue

Canberra City ACT 2600

***(27) Hộp đựng tiền kiểu lạ - vật liệu độc (Money boxes, mvelty - toxic materials)***

Hộp đựng tiền kiểu lạ, được thiết kế hoặc được bán cho trẻ em, được phủ bằng vật liệu có hàm lượng chì hơn 90mg/kg. Giấy phép được cấp bởi Bộ trưởng Bộ Di trú và Biên phòng (The Minister for Immigration and Border Protection).

Muốn biết thêm thông tin, hãy liên hệ:

Trung tâm Thông tin và Hỗ trợ Hải quan (Customs Information and Support Centre)

Tel: 1300 363 263

Email: [information@customs.gov.au](mailto:information@customs.gov.au)

<http://www.customs.gov.au/>

Yêu cầu nhập khẩu hàng hóa này, hãy liên hệ:

National Manager

Trade Branch

Australian Customs and Border Protection Service

5 Constitution Avenue

Canberra City ACT 2600

Email: [community.protection@customs.gov.au](mailto:community.protection@customs.gov.au)

***(28) Các chất gây thủng tầng ô zôn/Khí gây hiệu ứng nhà kính tổng hợp (Ozone depleting substances/Synthetic greenhouse gases)***

Thiết bị sử dụng các chất làm thủng tầng ô zôn và khí gây hiệu ứng nhà kính tổng hợp là các máy điều hòa không khí, thiết bị làm lạnh, có chứa HFC, kể cả các thiết bị như thế được lắp trên ô tô. Giấy phép nhập khẩu do Bộ trưởng Bộ Môi trường cấp theo Luật Quản lý Khí hiệu ứng nhà kính tổng hợp và Bảo vệ tầng ô zôn 1989.

Để biết thêm thông tin về yêu cầu bảo vệ tầng ô zôn của Úc, hãy truy cập website Bộ Môi trường tại địa chỉ:

<http://www.environment.gov.au/atmosphere/ozone/licences/vehicle-import.html>

Có thể xem thêm thông tin về xuất nhập khẩu chất làm thủng tầng ô zôn và khí gây hiệu ứng nhà kính tổng hợp tại:

<http://www.customs.gov.au/webdata/resources/files/ImportingandExportingSyntheticGreenhouseGasandOzoneDepletingSubstances.pdf>

Yêu cầu nhập khẩu hàng hóa này, hãy liên hệ:

Ozone and Synthetic Gas Team  
Department of the Environment  
GPO Box 787  
Canberra ACT 2601  
Telephone: +61 2 6274 1373  
Fax: +61 2 6274 1610  
Email: [ozzone@envirement.gov.au](mailto:ozzone@envirement.gov.au)

***(29) Bút chì và bút vẽ - vật liệu độc hại (Pencils and paintbrushes - toxin materials)***

Bút chì và bút vẽ có chứa hàm lượng chất độc hại như chì, asenic và barium vượt quá mức cho phép. Giấy phép được cấp bởi Bộ trưởng Bộ Di trú và Biên phòng (The Minister for Immigration and Border Protection).

Muốn biết thêm thông tin, hãy liên hệ:

Trung tâm Thông tin và Hỗ trợ Hải quan (Customs Information and Support Centre)  
Tel: 1300 363 263  
Email: [information@customs.gov.au](mailto:information@customs.gov.au)  
<http://www.customs.gov.au/>

Yêu cầu nhập khẩu hàng hóa này, hãy liên hệ:

National Manager  
Trade Branch  
Australian Customs and Border Protection Service  
5 Constitution Avenue  
Canberra City ACT 2600  
Email: [community.protection@customs.gov.au](mailto:community.protection@customs.gov.au)

***(29) Thuốc trừ sâu và các hóa chất độc hại khác (Pesticides and other hazardous chemicals)***

Hóa chất bị hạn chế theo Công ước Stockholm về các chất ô nhiễm hữu cơ khó phân hủy (POP), Công ước Rotterdam về sử dụng các hóa chất và thuốc trừ sâu

độc hại trong thương mại quốc tế và/hoặc trong tiêu thụ nội địa. Giấy phép nhập khẩu được cấp bởi Bộ trưởng Bộ Nông nghiệp (the Minister for Agriculture)

Muốn biết thêm thông tin về các điều kiện để được cấp giấy phép nhập khẩu hóa chất thuộc diện bị kiểm soát, hãy truy cập: <http://www.agriculture.gov.au/>

Yêu cầu nhập khẩu hàng hóa này, hãy liên hệ:

Technical and International Policy Section  
Food and Product Safety and Integrity Branch  
Agriculture and Veterinary Chemicals  
Department of Agriculture  
GPO Box 858  
Canberra ACT 2601  
Telephone: +61 2 6272 3933

***(30) Ảnh đồi trụy và các mặt hàng nhạy cảm khác (Pornography and other objectionable material)***

Bao gồm các ấn phẩm, phim, trò chơi máy tính và bất cứ hàng hóa nào khác mô tả, thể hiện bằng các cách khác nhau về vấn đề tình dục, lạm dụng thuốc, nghiện, tội ác tàn bạo, bạo lực, các hành động khủng bố hoặc độc ác gây kinh sợ, hoặc hành động ghê tởm, vi phạm các chuẩn mực đạo đức, khuôn khổ, luân thường đạo lý, đã được chấp nhận rộng rãi. Giấy phép được cấp bởi Giám đốc Cơ quan Kiểm duyệt.

Muốn biết thêm thông tin, hãy liên hệ:

Trung tâm Thông tin và Hỗ trợ Hải quan (Customs Information and Support Centre)  
Tel: 1300 363 263  
Email: [information@customs.gov.au](mailto:information@customs.gov.au)  
<http://www.customs.gov.au/>

Yêu cầu nhập khẩu hàng hóa này, hãy liên hệ:

The Director  
Classification Branch  
Locked Bag 3  
Haymarket NSW 1240  
Telephone: +61 2 9289 7100  
Facimile: +61 2 9289 7101

***(31) Các chất phóng xạ (Radioactive substances)***

Các chất phóng xạ gồm cả các vật liệu phóng xạ hoặc các chất như chất radium, các đồng vị phóng xạ, hay các mặt hàng có chứa các vật liệu hoặc chất phóng xạ. Giấy phép được cấp bởi Bộ trưởng Bộ Y tế.

Muốn biết thêm thông tin về việc kiểm soát các chất theo Quy định Hải quan và điều kiện cấp giấy phép nhập khẩu, hãy truy cập website: <http://arpansa.gov.au/>

Yêu cầu về giấy phép nhập khẩu, hãy liên hệ:

National Manager  
Import Permits Officer  
PO Box 655  
Miranda NSW 1490  
Telephone: +61 2 9541 8333  
Email: [info@arpansa.gov.au](mailto:info@arpansa.gov.au)

### ***(32) Gỗ và sản phẩm gỗ khai thác bất hợp pháp tại nước xuất xứ***

Việc buôn bán gỗ khai thác lậu gây bất lợi cho doanh nghiệp hợp pháp, gây những hậu quả xã hội và môi trường tiêu cực, bán phá giá trên thị trường và đe dọa việc đầu tư, lợi nhuận và việc làm trong khu vực.

Theo *Luật Khai thác gỗ bất hợp pháp của Úc*, ai nhập khẩu gỗ hoặc sản phẩm gỗ đã bị khai thác bất hợp pháp tại nước xuất xứ vào nước Úc là phạm luật.

Từ ngày 30 tháng 11 năm 2014, doanh nghiệp nhập khẩu vào Úc sẽ phải khảo sát tính hợp pháp bằng cách thu thập thông tin, đánh giá mức nguy cơ và nếu mức nguy cơ không phải là thấp, doanh nghiệp phải giảm thiểu nguy cơ sản phẩm gỗ bị khai thác bất hợp pháp khi nhập khẩu vào Úc. Luật này sẽ được áp dụng công bằng đối với nhà chế biến gỗ thô khai thác tại Úc.

Luật Khai thác gỗ bất hợp pháp của Úc không giám sát các đối tác thương mại của Úc. Luật chỉ áp đặt những yêu cầu lên các doanh nghiệp nhập khẩu vào Úc và tìm cách giảm thiểu nguy cơ gỗ khai thác lậu đang được đưa vào thị trường Úc.

### **Tạm nhập**

Hàng có thể được tạm nhập vào Úc mà không phải trả thuế quan hoặc các loại thuế khác trong thời gian tối đa là 12 tháng. Đây được gọi là hàng tạm nhập (temporary Imports).

Các quy định về hàng tạm nhập nằm trong các mục 162 và 162A của Đạo luật Hải quan 1901 (Customs Act 1901) và các điều lệ 124, 124A, 125, 125A và 125B trong Các Điều lệ Hải quan 1926 (Custom Regulations 1926). Hàng có thể được mang vào Úc bằng một loại giấy tờ như hộ chiếu (carnet).

Tất cả hàng tạm nhập phải được tái xuất trong thời gian đã phê duyệt. Tính chất của hàng hóa, mục đích sử dụng chúng trong thời gian ở Úc và ai nhập khẩu hàng hóa đó sẽ quyết định các quy định mà hàng hóa phải tuân theo.

## **1.2. Chính sách thuế và thuế suất**

### **Thuế thu nhập**

Nhìn chung, Úc đánh thuế thu nhập dựa trên ba nguồn thu nhập: Thu nhập cá nhân (lương), thu nhập doanh nghiệp và khoản thu từ cho vay vốn. Thuế thu nhập cá nhân được xác định theo thuế suất lũy tiến cao nhất áp dụng ở mức 45%.

Thu nhập của doanh nghiệp bị đánh thuế ở một mức chung là 30%. Thu nhập từ vốn chỉ bị đánh thuế vào thời điểm có thực thu.

Tại Úc, năm tài khóa cho thuế thu nhập tính từ ngày mùng 1 tháng 7 năm trước đến 30 tháng sáu năm tiếp theo.

### **Thuế giá trị hàng hóa dịch vụ (GST)**

GST là khoản thuế giá trị gia tăng có thuế suất 10%. Hệ thống thuế này được áp dụng từ ngày 01/7/2000, thay thế cho hệ thống thuế doanh số bán buôn Liên Bang trước đó. Nó được thiết kế để từng bước thay thế những khoản lệ phí, phí và thuế phức tạp của các Bang và các Vùng lãnh thổ thuộc Úc.

GST áp dụng đối với hầu hết hàng hóa nhập khẩu. Có một số mặt hàng được miễn GST, chủ yếu là một số thực phẩm, trợ cấp thuốc và dụng cụ (some medical aids and appliances) và hàng nhập khẩu theo chế độ giảm nhượng thuế quan. Theo tiêu chuẩn thích hợp, nhà nhập khẩu đã đăng ký nộp GST có thể hoãn việc thanh toán GST trên hàng nhập khẩu. Những nhà nhập khẩu có thể xin hoãn GST thông qua Sở thuế Úc (Australia Taxation Office - ATO) theo số máy: 1300 130 915. Nếu cần thêm thông tin có thể gửi email cho Hải quan Úc theo địa chỉ <http://www.information@customs.gov.au/>

GST được áp dụng là 10% trị giá hàng nhập khẩu đã có các loại thuế khác.

### **Thuế nhập khẩu**

Hơn 80% (khoảng 86%) dòng thuế trong biểu thuế quan Úc có mức thuế suất bằng hoặc dưới 5%, với khoảng 45% trong số đó là các dòng thuế được miễn thuế. Mức trung bình thuế quan hiện áp dụng là 4,4% (3,9% đối với các nước phát triển và 1,72% đối với các nước kém phát triển nhất - LDC). Mức thuế suất bảo hộ sản xuất hiệu quả theo đánh giá của ủy ban sản xuất (theo Australian Productivity Commission) là 4,8% (giai đoạn 2000-2001). Chính phủ còn thực hiện bảo hộ sản xuất thông qua việc can thiệp của Chính phủ vào chi phí đầu vào, trợ giúp trực tiếp thông qua các nhân tố giá trị gia tăng và trợ giúp đầu ra. Ngược lại với đa số các nước phát triển khác, Úc chỉ áp dụng hạn ngạch thuế quan đối với sản phẩm pho mát.

Ba ngành được Úc duy trì áp dụng mức thuế quan cao là ô tô khách (passenger motor vehicles) và dệt may, giày dép. Úc hiện đang thực hiện chương trình giảm thuế đơn phương đáng kể đối với các ngành công nghiệp này từ năm 2005.

Môi trường pháp lý cho thương mại của Úc chưa bao giờ tốt như hiện nay với việc Chính phủ liên bang, chính phủ các bang và vùng lãnh thổ đều rất năng động trong việc giảm thiểu các quy định pháp lý và nâng cấp cơ sở hạ tầng kinh doanh, bao gồm tiếp tục giảm thuế cho các mặt hàng ô tô, hàng dệt may, quần áo và giày dép.

### *Thuế hải quan*

Thuế nhập khẩu ở Úc được tính trên cơ sở giá FOB có nghĩa là giá của hàng hoá đã được đóng vào container và được chuyển lên sàn tàu tại cảng xuất hàng (là cảng biển hoặc cảng hàng không). Cước vận tải và phí bảo hiểm nội địa cho tới địa điểm cuối cùng tại cảng xuất khẩu được bao gồm trong tổng giá tính thuế. Để xác định giá trị lô hàng nhập khẩu ghi bằng đồng ngoại tệ sang đồng đô la Úc, Hải quan Úc sử dụng tỷ giá hối đoái tương ứng vào thời điểm xuất hàng.

Úc sử dụng Biểu thuế chung đối với các mặt hàng nhập khẩu từ các nước phát triển hơn (Nhật, Anh...). Bên cạnh biểu thuế này, Úc cũng dành một số ưu đãi cho nhiều nhóm nước (ví dụ như đối với các nước đang phát triển có đủ điều kiện được hưởng ưu đãi và các nước thành viên Diễn đàn Khu vực đảo Thái Bình Dương - PIF), các nước đã ký hiệp định thương mại song phương như Papua New Guinea, Ca-na-da, Niu Di Lân, Xin-ga-po, Mỹ, Thái Lan, Chi Lê, Ma-lai-xi-a, và các nước ASEAN.

Papua New Guinea, Niu Di Lân, Xin-ga-po, Mỹ, Thái Lan, Chi Lê, Ma-lai-xi-a, ASEAN và các nước thành viên PIF được miễn thuế khi xuất khẩu vào Úc đối với hầu hết các mặt hàng với điều kiện hàng hoá phải đáp ứng được các quy tắc xuất xứ liên quan. Ngoài ra, tất cả hàng hoá xuất xứ từ các nước kém phát triển (LCDs) và Đông Timor cũng được miễn thuế khi xuất khẩu vào thị trường Úc.

Từ năm 1980, chính phủ Úc đã thực hiện một chương trình cải cách thuế trên diện rộng, dẫn tới việc cắt giảm đáng kể việc bảo hộ công nghiệp của Úc.

Từ ngày 01/7/1996, biểu thuế nhập khẩu chung đã ở mức 5% giá trị FOB. Danh mục những sản phẩm thuộc diện chịu mức thuế suất cao hơn bao gồm hàng dệt may, quần áo, giày dép và ô tô, nhưng mức thuế của các sản phẩm này cũng đã được cắt giảm theo lộ trình.

### *Hàng dệt may và giày dép*

Hạn ngạch nhập khẩu đối với một số mặt hàng dệt may, quần áo và giày dép được bãi bỏ vào năm 1993. Kể từ đó, các biện pháp kiểm soát nhập khẩu duy nhất đối với những mặt hàng này là thuế nhập khẩu, và Chính phủ đã cắt giảm thuế các mặt hàng này theo từng giai đoạn trong vòng hơn 20 năm qua. Cắt giảm các mặt hàng này được áp dụng từ ngày 01/1/2005. Chính phủ Úc cam kết giữ tất cả các dòng thuế mặt hàng dệt may, quần áo, giày dép ở mức năm 2010 đến tận năm 2015 và sau đó giảm thuế hầu hết các mặt hàng này xuống 5%.

## **Bảng 1: Lộ trình giảm thuế đối với các mặt hàng dệt may, quần áo, giày dép**

*Đơn vị tính: % thuế tính theo giá FOB*

<b>Hàng hóa</b>	<b>2010</b>	<b>2015</b>
Quần áo và một số mặt hàng dệt may thành phẩm	10	5
Tấm trải bông và vải dệt	5	5
Các loại vải khác và thảm	5	5
Giày dép	5	5
Túi ngủ, khăn trải bàn	5	5

*Nguồn: Bản tin thị trường Úc tháng 8/2014, Thương vụ Việt Nam tại Úc.*

Bên cạnh đó, Úc dành những ưu đãi đặc biệt đối với các mặt hàng may mặc và giày dép sản xuất thủ công và cho phép miễn thuế nhập khẩu những mặt hàng này. Tiêu chí đối với những ưu đãi này rất khắt khe, đòi hỏi các sản phẩm phải được làm bằng phương pháp thủ công, không sử dụng công cụ cầm tay có dùng điện và trong trường hợp là hàng may mặc, 90% nguyên liệu phải là vải sợi tự nhiên.

Theo chương trình gia công ở nước ngoài (OAP), nếu các công ty sản xuất hàng may mặc của Úc chuyển nguyên liệu sản xuất ở Úc ra nước ngoài để gia công thì sẽ chỉ phải trả thuế nhập khẩu đối với những chi phí thuê may và trang trí hoàn thiện ở nước ngoài.

### *Ưu đãi chung đối với hàng thủ công*

Bên cạnh những ưu đãi đặc biệt đối với hàng dệt may, quần áo và giày dép được sản xuất thủ công, Úc cho phép miễn thuế nhập khẩu các sản phẩm khác đáp ứng các tiêu chuẩn ưu đãi chung đối với hàng thủ công.

Những sản phẩm thỏa mãn các tiêu chuẩn của Úc phải là sản phẩm được sản xuất bằng phương pháp thủ công theo một hoặc nhiều qui trình như: Làm bằng tay; Làm bằng công cụ cầm tay; Làm bằng máy được thao tác bằng tay hoặc chân; Sử dụng toàn bộ hoặc phần lớn trọng lượng của nguyên liệu theo phương pháp truyền thống để sản xuất sản phẩm thủ công; Do “làm bằng tay” nên sản phẩm cần đạt được những tiêu chí về thẩm mỹ hay có giá trị trang trí tương đương với sản phẩm làm bằng tay truyền thống của đất nước mà sản phẩm được sản xuất.

### *Hệ thống ưu đãi thuế quan của Úc*

Cơ quan Hải quan và Biên phòng quản lý một loạt các chương trình hỗ trợ sản xuất trong nước của Úc. Hệ thống Ưu đãi thuế quan là một ví dụ cụ thể, có tên tiếng



Anh là Tariff Concession System (TCS). Hệ thống này tác động đến các nhà nhập khẩu hoặc nhà sản xuất của Úc.

Hệ thống Ưu đãi thuế quan được thiết kế để hỗ trợ các ngành sản xuất trong nước cạnh tranh tốt hơn với hàng hoá nhập khẩu. Hệ thống này giúp giảm chi phí cho cộng đồng nói chung thông qua chế độ miễn thuế nhập khẩu cho một số mặt hàng trong nước không sản xuất được.

Một số nhóm hàng không thuộc diện được hưởng ưu đãi thuế quan là thực phẩm, quần áo và phương tiện vận chuyển hành khách (danh mục miễn trừ).

Chế độ Ưu đãi thuế quan sẽ chỉ dành cho các hàng hóa nhập khẩu mà trong nước không sản xuất được hàng hóa thay thế hàng hóa nhập khẩu đó.

Hàng hóa thay thế là hàng hóa được sản xuất tại Úc và có thể sử dụng tương tự như hàng hóa nhập khẩu.

Điểm quan trọng cần lưu ý là khi xác định hàng hóa thay thế sẽ không xem xét khả năng hàng hóa sản xuất tại Úc có cạnh tranh được với hàng nhập khẩu trên thị trường hay không.

Các nhà sản xuất trong nước có thể phản đối việc áp dụng Chế độ Ưu đãi thuế quan và có thể yêu cầu hủy chế độ ưu đãi. Chi tiết cụ thể về vấn đề này sẽ được nêu dưới đây.

#### *Yêu cầu được hưởng chế độ ưu đãi thuế quan*

Để được hưởng chế độ ưu đãi thuế quan nhà nhập khẩu cần phải điền và nộp đơn theo mẫu B443.

Điểm quan trọng cần lưu ý là phải cung cấp tất cả các thông tin và tài liệu theo yêu cầu nêu trong mẫu B443. Nếu không đáp ứng được tất cả các yêu cầu thì đơn yêu cầu có thể bị giải quyết chậm hoặc sẽ bị trả lại.

Đơn yêu cầu chế độ ưu đãi thuế quan (Application for a TCO), có phiên bản điện tử trên trang web của Cơ quan Hải quan và Biên phòng tại địa chỉ [www.customs.gov.au](http://www.customs.gov.au) ở mục ‘media, publications and forms’.

#### *Xét duyệt đơn yêu cầu chế độ ưu đãi*

Trước hết Cơ quan Hải quan và Biên phòng phải xem xét đơn để đảm bảo đơn hợp lệ và đáp ứng được các yêu cầu nêu trong mẫu B443.

Nếu đơn yêu cầu hợp lệ thì sẽ được giải quyết trong vòng 28 ngày kể từ ngày nhận đơn và chi tiết sẽ được thông báo công khai trên “Công báo về ưu đãi thuế quan của Chính phủ Úc”. Ấn phẩm này có phiên bản điện tử miễn phí tại địa chỉ [www.customs.gov.au/tariff/gazette.asp](http://www.customs.gov.au/tariff/gazette.asp).

Trong vòng 150 ngày kể từ khi đăng công báo, Cơ quan Hải quan và Biên phòng sẽ có quyết định cuối cùng đối với từng đơn yêu cầu. Do khung thời gian hạn

hẹn nên nhà nhập khẩu cần phải cung cấp kịp thời và đầy đủ tất cả thông tin. Nếu trả lời chậm thì đơn yêu cầu sẽ không được xem xét nữa.

Để có thể đưa ra quyết định cuối cùng, Cơ quan Hải quan và Biên phòng sẽ xem xét:

- Đơn yêu cầu chế độ ưu đãi thuế quan;
- Đơn thư phản đối (các đơn thư phản đối phải được gửi đến trong vòng 50 ngày kể từ khi đăng công báo);
- Kết quả của các yêu cầu bổ sung của Cơ quan Hải quan và Biên phòng.

#### *Thời điểm được hưởng chế độ ưu đãi thuế quan*

Khi đơn yêu cầu chế độ ưu đãi được phê duyệt, thời điểm hiệu lực tính từ ngày Cơ quan Hải quan và Biên phòng nhận được đơn lần đầu. Tức là kể từ ngày đó trở đi tất cả các hàng hóa được nêu trong quy định của Chế độ ưu đãi thuế quan sẽ thuộc diện được hưởng chế độ ưu đãi thuế quan chứ không riêng gì hàng hóa của người đứng tên nộp đơn.

#### *Phản đối đơn yêu cầu chế độ ưu đãi thuế quan*

Thời hạn phản đối các các đơn yêu cầu chế độ ưu đãi thuế quan là 50 ngày kể từ khi đăng công báo. Mẫu đơn thư phản đối là mẫu B444. Khi gửi đơn ngoài phong bì cần ghi rõ “Submission Objecting to a TCO”. Mẫu này có thể tải xuống tại trang web của Cơ quan Hải quan và Biên phòng [www.customs.gov.au](http://www.customs.gov.au) ở mục “media, publications and forms”.

#### *Bác đơn yêu cầu chế độ ưu đãi*

Nếu nhà sản xuất trong nước của Úc cho rằng hàng hóa của mình có thể thay thế hàng nhập khẩu được hưởng chế độ ưu đãi thì có thể gửi đơn thư đề nghị bác đơn yêu cầu chế độ ưu đãi. Mẫu đơn thư đề nghị bác đơn yêu cầu chế độ ưu đãi là mẫu B441. Mẫu này có thể tải xuống tại trang web của Cơ quan Hải quan và Biên phòng [www.customs.gov.au](http://www.customs.gov.au) ở mục “media, publications and forms”.

Đơn thư đề nghị bác đơn yêu cầu chế độ ưu đãi sẽ được công bố công khai trên ấn phẩm Công báo về Ưu đãi thuế quan. Quyết định sẽ được ban hành trong vòng 60 ngày kể từ khi nhận đơn, trên cơ sở xem xét thông tin nêu trong đơn thư đề nghị cũng như các tham vấn do Cơ quan Hải quan và Biên phòng tiến hành.

Khi đơn yêu cầu chế độ ưu đãi bị bác bỏ, việc bãi bỏ sẽ có hiệu lực tính từ ngày Cơ quan Hải quan và Biên phòng nhận đơn.

#### *Các ấn phẩm quan trọng*

Để hiểu rõ hơn Hệ thống Ưu đãi thuế quan, nhà nhập khẩu hoặc nhà sản xuất có thể tham khảo các ấn phẩm được nêu dưới đây. Có thể tải xuống các ấn phẩm này tại địa chỉ [www.customs.gov.au](http://www.customs.gov.au).

- Thông báo của Hải quan Úc (Australian Customs Notice (ACN) 2008/33);
- Các thông báo định kỳ về các quy định hiện hành của Cơ quan Hải quan và Biên phòng (Customs and Border Protection Practice Statements Volume 13);
- Các mẫu đơn thư yêu cầu ưu đãi thuế quan (Tariff Concession forms B444, B443 and B441);
- Phụ lục về các công cụ ưu đãi thuế quan (Schedule of Concessional Instruments). Đây là danh sách các nhóm hàng có thể được hưởng thuế suất ưu đãi;
- Công báo về Ưu đãi thuế quan (Tariff Concessions Gazette);
- Luật Hải quan 1901 (The Customs Act 1901) và các Quy định hải quan 1926/ Regulations 1926 có phiên bản điện tử tại trang web [www.comlaw.gov.au](http://www.comlaw.gov.au).

### *Thông tin bổ sung*

Để biết thêm thông tin về các vấn đề liên quan đến Hải quan và Biên phòng, hãy liên hệ Trung tâm Thông tin và Hỗ trợ Hải quan (Customs Information and Support Centre) theo số điện thoại: 1300 363 263, hoặc qua hộp thư điện tử: [information@customs.gov.au](mailto:information@customs.gov.au) hoặc truy cập trang web [www.customs.gov.au](http://www.customs.gov.au).

Nếu muốn biết thông tin cụ thể về các vấn đề ưu đãi thuế quan, hãy gửi thư điện tử cho bộ phận Ưu đãi thuế quan (Tariff Concessions) theo địa chỉ [TARCON@customs.gov.au](mailto:TARCON@customs.gov.au).

### *Những chú ý cần thiết khi xuất khẩu hàng hoá sang Úc*

Để tránh gặp rắc rối khi nhập khẩu hàng hoá vào Úc và tránh các chi phí không cần thiết cho doanh nghiệp, những thông tin dưới đây có thể giúp cho các doanh nghiệp giải toả nhanh các thùng chứa hàng hoá của mình.

Úc là một trong những nước có những quy định nghiêm ngặt nhất về kiểm dịch đối với hàng hoá nhập khẩu để bảo vệ ngành nông nghiệp và môi trường thiên nhiên của họ tránh được các tai hoạ và các loại bệnh ngoại lai.

Các doanh nghiệp có thể giải toả những thùng chứa hàng nhanh chóng hơn bằng cách thực hiện các bước sau:

- Xác định xem có cần giấy phép trước khi đưa hàng xuống tàu hay không?
- Tùy theo loại hàng hoá định nhập khẩu vào Úc, doanh nghiệp cần hội đủ một số điều kiện nhập khẩu nào đó. Những điều kiện nhập khẩu vào Úc được phổ biến trong cơ sở dữ liệu ICON tại địa chỉ [http://apps.daff.gov.au/icon32/asp/ex\\_querycontent.asp](http://apps.daff.gov.au/icon32/asp/ex_querycontent.asp). Lưu ý: hàng hoá và các hàng đóng gói đựng trong các thùng chứa được giải toả qua các hình thức kiểm tra riêng biệt;
- Nộp cho Cơ quan An toàn Sinh học (AQIS) tập hồ sơ khai báo để việc giải toả hàng trong thùng được dễ dàng. Tập hồ sơ khai báo phải cho biết chi tiết về sự sạch sẽ

trong thùng chứa hàng và liệu có dùng rơm hay ván gỗ để đóng gói các mặt hàng hay không và có vỏ cây trong trường hợp đóng gói bằng ván gỗ hay không? Nếu doanh nghiệp không cung cấp những chi tiết này các thùng chứa hàng sẽ được mở và khám xét tại các văn phòng mà AQIS chấp thuận. Nếu việc này xảy ra sẽ làm chậm trễ việc nhập khẩu hàng hoá và doanh nghiệp phải chịu mọi chi phí có liên quan;

- Bảo đảm thùng chứa hàng không bị dính đất, các loại hạt, các loại ốc, thực vật, và các sản phẩm làm từ động vật. Bên trong và bên ngoài thùng chứa hàng đều phải sạch sẽ trước khi xếp hàng xuống tàu để giúp việc giải toả hàng được thuận lợi khi hàng hoá đến Úc. Tất cả các thùng chứa hàng và hàng hoá bị nhiễm bệnh nếu bị phát hiện sẽ phải được xử lý trước khi giải toả;

- Tất cả các loại ván gỗ dùng để đóng hàng trong các thùng chứa cũng phải được xử lý theo phương pháp do AQIS chấp thuận. Nếu các loại rơm gỗ được dùng trong lúc chất hàng vào thùng chứa, doanh nghiệp phải có giấy chứng nhận xử lý còn hiệu lực để đáp ứng các điều kiện giải toả hàng của AQIS. Ván gỗ cũng phải không được dính vỏ cây;

- Xử lý ở nước ngoài trước khi đến Úc có thể giúp cho việc giải toả được nhanh hơn. Tuy nhiên, việc xử lý phải được thực hiện ở các cơ sở được AQIS chấp nhận;

- Dùng vật liệu đóng gói khác để đóng gói như các loại bọt hoá chất tổng hợp, nhựa, khung sắt... .

- Những quốc gia có mức độ nguy hiểm cao về các loài côn trùng và bệnh hiểm nghèo thì toàn bộ hàng hoá phải được khám xét và kiểm tra trước khi nhập khẩu vào Úc.

- Doanh nghiệp cần tránh không làm những điều sau:

- Không dùng rơm để đóng hàng. Điều này bị cấm. Rơm có thể chứa côn trùng và bệnh ngoại lai du nhập vào Úc. Các thùng chứa hàng trong đó có rơm, châu hay những vật liệu thảo mộc tương tự đã được dùng để đóng hàng đều phải mở ra tại các văn phòng do AQIS chấp thuận và rơm phải được bỏ ra để xử lý hoặc tiêu huỷ với chi phí do doanh nghiệp tự chi trả;

- Không đóng hàng trong các thùng giấy cứng đựng trái cây, rau, thịt, trứng, hay trong các loại túi giấy cũ đã dùng. Việc làm này đưa đến nguy cơ cao bởi vì chúng có thể mang tai hoạ và bệnh ngoại lai vào Úc. Các loại thùng giấy cứng này và túi giấy sẽ được loại bỏ và tiêu huỷ trước sự giám sát của cơ quan kiểm dịch;

- Không dùng ván gỗ có dính vỏ cây. Vỏ cây bị cấm và phải loại trừ và đem tiêu huỷ;

- Các loại hàng hoá nhập khẩu bắt buộc phải qua khám xét: Máy móc nông nghiệp; Xe hơi; Tre và các vật liệu làm bằng rơm; Các loại quả và hạt; Thịt hộp; Gạo; Phomat; Sắt vụn; Thực phẩm, cà phê hạt; Trái cây khô hoặc tươi; Gia vị; Thực

phẩm từ động vật và thực vật; Những hàng hoá cho cá nhân và đồ gia dụng; Chiếu, thảm rơm, rong biển; Rau cải khô và tươi; Máy móc về hầm mỏ;

- Các hàng hoá phải chịu sự thanh tra, kiểm dịch: Sản phẩm nông nghiệp chưa chế biến; Gỗ bao gồm cả các vật liệu làm từ gỗ, ví dụ giày có đế làm bằng gỗ hay một phần bằng gỗ; Các vật liệu bằng rơm; Các hàng hoá có thể bị nhiễm bệnh, đặc biệt có đất, động vật, và các vật liệu làm từ thực vật.

Để biết thêm chi tiết về thuế nhập khẩu của Úc, hãy truy cập website của Hải quan Úc:

<http://www.custom.gov.au/> hoặc có thể tham khảo các ấn phẩm sau:  
Tariff Concessions Gazette  
Customs Act 1901 and Customs Regulations  
Schedule of Concessional Instruments  
Volume 13 of the Customs manual

Nếu cần thêm thông tin có thể liên hệ Trung tâm Thông tin Hải quan theo số 1300 363 263.

### **1.3. Quy định về bao gói, nhãn mác**

Hàng nhập khẩu vào Úc phải tuân theo các quy định về bao gói, nhãn mác quy định trong Đạo luật Thương mại 1905 (Commerce Trade Descriptions Act 1905) và Các điều lệ Thương mại 1940 (Commerce Imports Regulations 1940).

Hàng được coi là vi phạm Đạo luật này nếu chúng có mô tả thương mại (trade description) sai hoặc không có mô tả thương mại như quy định.

Mô tả thương mại (trade description) là bất cứ sự mô tả, sự trình bày nào, những chỉ dẫn hoặc những đề nghị trực tiếp hoặc gián tiếp nằm trong phạm vi những vấn đề liên quan đến hàng hóa, bao gồm đặc tính, số hiệu, số lượng (quantity), chất lượng (quality), độ thuần khiết (purity), loại hàng (class), kích cỡ (size) và trọng lượng (weight), hoặc nước sản xuất hàng hóa (the country in which the goods were made or produced).

Mô tả thương mại sai là bất cứ sự mô tả nào bằng cách thêm vào hay bớt đi hay làm mờ đi hoặc cách khác làm sai hoặc gây nên hiểu nhầm về khía cạnh vật chất (material respect) của hàng hóa.

Các điều lệ thương mại (the Commerce (imports) Regulations) quy định các loại hàng hóa phải có mô tả thương mại. Các loại hàng hóa này bao gồm (nhưng không phải chỉ giới hạn trong các sản phẩm sau): thực phẩm, thuốc men, quần áo, giày dép, đồ chơi và đồ trang sức.

Nhãn hiệu mô tả thương mại (Trade descriptions markings) phải:

Bằng tiếng Anh

Bằng chữ dễ thấy và dễ đọc (be in prominent and legible characters).

Ở trên nhãn chính hoặc nhãn đính kèm với hàng hóa ở vị trí dễ thấy theo cách sao cho bền đến mức có thể thực hiện được, và Trong một số hoàn cảnh cụ thể, phải có tên nước xuất xứ.

Nếu bạn không chắc chắn về bất cứ vấn đề gì liên quan đến các yêu cầu về nhãn mác, bạn có thể tìm thông tin từ Trung tâm Thông tin Hải quan (Customs Information Centre) theo số 1300 363 263.

Các tiêu chuẩn chung đối với sản phẩm nhập khẩu đóng gói: Các quy định về bao gói và nhãn mác của Úc được áp dụng đối với tất cả các sản phẩm được đóng gói, cả sản xuất trong nước và nhập khẩu cho thị trường bán lẻ.

Tất cả các nhãn mác phải: Được viết bằng tiếng Anh; Từ ngữ rõ ràng, dễ đọc, không bị nhòe; Dễ nhìn; Được in ở cỡ chữ tiêu chuẩn, tối thiểu 1,5mm; Màu sắc dễ phân biệt với tông màu nền của sản phẩm.

Nhãn mác phải ghi rõ: Nước xuất xứ; Mô tả chính xác và trung thực về hàng hóa; Liệt kê số lượng, khối lượng, độ dài, diện tích hoặc số sản phẩm. Trong bao bì không được chứa ít hơn số lượng được ghi trên nhãn mác và các đơn vị đo lường phải theo hệ mét; Ghi rõ đơn vị đóng gói nhãn mác, tên và địa chỉ của đơn vị đóng gói và/hoặc nhà nhập khẩu.

Ghi chú: Không được phép cố ý đưa ra những mô tả thương mại không trung thực về hàng hóa. Việc mô tả không trung thực các nội dung như trọng lượng, xuất xứ, nhà sản xuất, chất liệu, thành phần, bản quyền... bị coi là hành vi thương mại không trung thực và có thể bị khởi tố.

Các sản phẩm cụ thể: Ngoài những quy định chung về các sản phẩm được đóng gói nhập khẩu, Úc áp dụng những quy định bổ sung đối với các sản phẩm cụ thể. Những sản phẩm này bao gồm thực phẩm và đồ uống, thuốc, phân bón, hạt giống nông nghiệp, thực vật, hàng dệt, hàng may mặc, giày dép, đồ trang sức, các loại chổi, đồ sứ, đồ bằng đất nung và đồ tráng men, thiết bị điện, đồ chơi, các sản phẩm thuốc lá, xi măng Poóc-lăng, thiết bị vệ sinh, tường, gạch lát lò sưởi hoặc lát nền, đồng hồ các loại và những mặt hàng nhập khẩu đựng trong bao bì để bán. Dưới đây là một vài ví dụ:

- Mỹ phẩm, xà phòng và các vật dụng trong nhà tắm: Các mặt hàng mỹ phẩm, vật dụng trong nhà tắm và xà phòng nhập khẩu phải tuân theo các thông lệ thương mại. Các tiêu chuẩn thông tin hàng tiêu dùng, Mỹ phẩm, quy định bắt buộc dán nhãn ghi rõ thành phần. Quy định này do **Ủy ban tiêu dùng và Cạnh tranh Úc** quản lý và không bao gồm các loại vật dụng trong nhà tắm được xác định là sản phẩm để chữa bệnh hoặc chống nắng.

Ngoài ra, các thành phần có thể được liệt kê theo thứ tự sau:

- Các thành phần (trừ phẩm màu) có hàm lượng từ 1% trở lên theo thứ tự giảm dần về số lượng hoặc khối lượng; và

- Các thành phần (trừ phẩm màu) có hàm lượng dưới 1% theo bất kỳ thứ tự nào; và

- Các loại phẩm màu theo bất kỳ thứ tự nào.

Nếu nhà cung cấp không thể tuân theo các quy định trên, các thành phần của sản phẩm phải được ghi rõ theo một cách khác nhằm đảm bảo thông báo cho người tiêu dùng các thành phần của sản phẩm, chẳng hạn sử dụng nhãn phụ kèm theo. Danh sách các thành phần trong mỹ phẩm có thể bao gồm một loạt phẩm màu không có trong mỹ phẩm nhưng được sử dụng trong một vài chu trình kỹ thuật sản xuất sản phẩm nhằm phối màu hoặc được sử dụng trong một hoặc nhiều loại mỹ phẩm.

Hương liệu trong mỹ phẩm phải được ghi rõ trong danh sách các thành phần của sản phẩm.

### ***Thực phẩm***

Sau đây là yêu cầu chung đối với nhãn mác áp dụng cho tất cả các mặt hàng thực phẩm đóng gói nhập khẩu, quy định tại Luật Tiêu chuẩn thực phẩm do cơ quan Tiêu chuẩn Thực phẩm Úc - Niu Di Lân ban hành

### ***Các tiêu chuẩn chung đối với sản phẩm đóng gói nhập khẩu***

Các quy định về bao gói và nhãn mác của Úc được áp dụng đối với tất cả các sản phẩm được đóng gói, cả sản xuất trong nước và nhập khẩu cho thị trường bán lẻ. Tóm tắt những quy định này như sau:

(i) *Tất cả các nhãn mác phải:* Được viết bằng tiếng Anh; Từ ngữ rõ ràng, dễ đọc, không bị nhòe; Dễ nhìn; Được in ở cỡ chữ tiêu chuẩn, tối thiểu 1,5mm; Màu sắc dễ phân biệt với tông màu nền của sản phẩm.

(ii) *Nhãn mác phải ghi rõ:* Nước xuất xứ; Mô tả chính xác và trung thực về hàng hoá; Liệt kê số lượng, khối lượng, độ dài, diện tích hoặc số sản phẩm. Trong bao bì không được chứa ít hơn số lượng được ghi trên nhãn mác và các đơn vị đo lường phải theo hệ mét; Ghi rõ tên và địa chỉ của đơn vị đóng gói nhãn mác và/ hoặc nhà nhập khẩu.

*Ghi chú:* Không được phép cố ý đưa ra những mô tả thương mại không trung thực về hàng hoá. Việc mô tả không trung thực các nội dung như trọng lượng, xuất xứ, nhà sản xuất, chất liệu, thành phần, bản quyền... bị coi là hành vi thương mại không trung thực và có thể bị khởi tố.

### (iii) *Các sản phẩm cụ thể*

Ngoài những quy định chung về các sản phẩm được đóng gói nhập khẩu, Úc áp dụng những quy định bổ sung đối với các sản phẩm cụ thể. Những sản phẩm này

bao gồm thực phẩm và đồ uống, thuốc, phân bón, hạt giống nông nghiệp, thực vật, hàng dệt, hàng may mặc, giày dép, đồ trang sức, các loại chổi, đồ sứ, đồ bằng đất nung và đồ tráng men, thiết bị điện, đồ chơi, các sản phẩm thuốc lá, xi măng Poóc-lăng, thiết bị vệ sinh, gạch lát lò sưởi hoặc lát nền, đồng hồ các loại và những mặt hàng nhập khẩu đựng trong bao bì để bán. Dưới đây là một vài ví dụ chi tiết:

### ***Mỹ phẩm, xà phòng và các vật dụng trong nhà tắm***

Các mặt hàng mỹ phẩm, vật dụng trong nhà tắm và xà phòng nhập khẩu phải tuân theo các thông lệ thương mại. Các tiêu chuẩn thông tin hàng tiêu dùng, mỹ phẩm, quy định bắt buộc dán nhãn ghi rõ thành phần. Quy định này do Ủy ban Tiêu dùng và Cạnh tranh Úc ([www.accc.gov.au](http://www.accc.gov.au)) quản lý và không bao gồm các loại vật dụng trong nhà tắm được xác định là sản phẩm để chữa bệnh hoặc chống nắng.

Ngoài ra, các thành phần có thể được liệt kê theo thứ tự sau:

- Các thành phần (trừ phẩm màu) có hàm lượng từ 1% trở lên theo thứ tự giảm dần về số lượng hoặc khối lượng;
- Các thành phần (trừ phẩm màu) có hàm lượng dưới 1% theo bất kỳ thứ tự nào;
- Các loại phẩm màu theo bất kỳ thứ tự nào.

Nếu nhà cung cấp không thể tuân theo các quy định trên, các thành phần của sản phẩm phải được chỉ rõ theo một cách khác nhằm đảm bảo thông báo cho người tiêu dùng các thành phần của sản phẩm, chẳng hạn sử dụng nhãn phụ kèm theo. Danh sách các thành phần trong mỹ phẩm có thể bao gồm một loại phẩm màu không có trong mỹ phẩm nhưng được sử dụng trong một vài chu trình kỹ thuật sản xuất sản phẩm nhằm phối màu hoặc được sử dụng trong một hoặc nhiều loại mỹ phẩm.

Hương liệu trong mỹ phẩm phải được ghi rõ trong danh sách các thành phần của sản phẩm.

### ***Thực phẩm***

Sau đây là các yêu cầu chung đối với nhãn mác áp dụng cho tất cả các mặt hàng thực phẩm đóng gói nhập khẩu, quy định tại Luật Tiêu chuẩn Thực phẩm do Cơ quan Tiêu chuẩn thực phẩm Úc - Niu Di Lân ban hành ([www.foodstandards.gov.au](http://www.foodstandards.gov.au)).

- Tên thực phẩm: tất cả các loại thực phẩm đóng gói phải có tên gọi hoặc một bản mô tả đặc điểm của thực phẩm. Chiều cao tên thực phẩm trên nhãn in tối thiểu là 3mm;
- Nhận dạng lô hàng: thực phẩm đóng gói phải được cung cấp thông tin nhận dạng, tức là số lượng thực phẩm được chế biến cùng điều kiện chung. Sử dụng cụm từ “use by” (sử dụng trước ngày) hoặc ngày đóng gói có thể đáp ứng quy định này. Để nhận dạng lô hàng, có thể sử dụng nhãn mác hoặc mã số của nhà sản xuất. Úc không đặt ra quy định về kích cỡ hoặc sự tương phản màu sắc;



- Nhãn thời hạn sử dụng: tất cả các loại thực phẩm đóng gói được nhập khẩu vào Úc có thời hạn sử dụng ít hơn hai năm phải có nhãn thời hạn ghi rõ thời gian sử dụng tối thiểu của sản phẩm. Đây là thời hạn nếu thực phẩm được dự trữ phù hợp sẽ giữ nguyên tính chất và chất lượng. Nhãn thời hạn nên in rõ ràng và nổi bật bằng chữ in hoa và các con số có chiều cao không thấp hơn 3mm.

Khi cần có các điều kiện bảo quản đặc biệt để đảm bảo thời gian sử dụng tối thiểu của sản phẩm hoặc hạn sử dụng thực phẩm, cần ghi rõ những điều kiện này trên nhãn mác.

### ***Trường hợp miễn trừ***

Một số loại thực phẩm được miễn dán nhãn thành phần. Đó là những thực phẩm có tên gọi đã chỉ rõ thành phần như cá phi lê đông lạnh, dưa khô... . Các loại đồ uống có cồn, hương liệu và nước giải khát đóng chai có dấu xi cũng được miễn dán nhãn thành phần. Ngoài ra, có một số thông tin không được phép ghi trên nhãn mác thực phẩm như:

- Những thông tin cho biết thực phẩm giúp tạo dáng;
- Từ “bổ dưỡng” (“health”) cùng với tên thực phẩm;
- Các từ “giàu vitamin” (“vitamin enriched”) hoặc các thông tin tương tự;
- Các thông tin về khả năng chữa bệnh.

Một số thông tin khác được quy định rất nghiêm ngặt và chỉ được sử dụng trong một số trường hợp cụ thể như:

- Tên thương mại;
- Các thông tin liên quan đến các tính chất dinh dưỡng như ít chất béo, nhiều chất xơ, không có cholesterol hoặc các thuật ngữ tương tự phải được xác nhận và chứng minh;
- Cụm từ “nồng độ cồn thấp” (“low alcohol”) hoặc các từ ngữ tương tự cần có kèm chú thích “chứa không quá x % cồn”;
- Từ “tinh khiết” (“pure”) chỉ sử dụng đối với những loại thực phẩm một thành phần không chứa gia vị.

Đối với một số sản phẩm cụ thể, có những điều khoản bổ sung cần xem xét khi dán nhãn. Ví dụ:

- Nhãn của bao bì mặt hàng đồ uống có cồn phải nêu rõ nồng độ chất ethanol là 20o và trọng lượng đóng trong bao bì;
- Nhãn mác của sản phẩm cá đóng hộp phải mô tả rõ loại cá trong bao bì theo mẫu “BARRACOUTA” hoặc “TUNA”. Nếu có nhiều hơn một loại cá, phải ghi rõ tỉ

lệ của từng loại cá và loại nào có tỉ lệ nhiều hơn phải được nhắc đến đầu tiên. Chiều cao cỡ chữ tiêu chuẩn là 3mm.

### ***Hàng may mặc***

Hàng may mặc nhập khẩu phải tuân theo các quy định dán nhãn khác theo Luật Thương mại Công bằng do Cục Tiêu dùng và Cạnh tranh Úc quản lý.

Hàng may mặc phải được dán nhãn ghi rõ loại vải, ví dụ len, cotton.

Hàng may mặc phải được dán nhãn cố định hướng dẫn cẩn thận cách sử dụng phù hợp với từng loại. Những hướng dẫn này được ghi bằng tiếng Anh và không được phép sử dụng các ký hiệu đặc biệt. Trong hầu hết các trường hợp cần có một trong số năm hướng dẫn sau:

- Hình thức cầm áp dụng
- Hướng dẫn phơi khô
- Hướng dẫn giặt khô
- Hướng dẫn giặt ướt
- Hướng dẫn cách là

Quần áo ngủ của trẻ em phải có nhãn mác cảnh báo liên quan đến mức độ dễ cháy. Có ba loại nhãn mác phụ thuộc vào mức độ chống cháy của các mặt hàng may mặc.

### ***Sản phẩm làm sạch gia dụng***

Sản phẩm làm sạch gia dụng đóng gói phải đáp ứng những quy định bổ sung về bao gói và nhãn mác theo tiêu chuẩn đối với Danh mục thống nhất các mặt hàng thuốc và chất độc. Những quy định này liên tục được xem xét lại và do các Cơ quan Y tế của các bang và vùng lãnh thổ quản lý. Các quy định này rất đa dạng, phụ thuộc vào cấu tạo thành phần và số lượng của mỗi sản phẩm. Một số quy định điều chỉnh việc sử dụng các loại thùng kín ngăn ngừa trẻ em, các loại container và thùng kín có chốt đóng an toàn.

Dưới đây là ví dụ về cách trình bày nhãn mác theo thứ tự hướng dẫn chung áp dụng đối với tất cả các sản phẩm làm sạch gia dụng được đóng gói.

- Chiều cao tối thiểu của cỡ chữ là 1,5mm, các lời cảnh báo in đậm, sử dụng kiểu chữ “sans serif” (loại chữ hoa không chân) có độ giãn cách thống nhất (Ví dụ: KEEP OUT OF REACH OF CHILDREN (tránh xa tầm tay trẻ em));
- Tên và nồng độ, hoặc tỷ lệ của tất cả các chất độc trong sản phẩm phải được ghi bằng những tên gọi được công nhận ở Úc;
- Tên và địa chỉ của nhà sản xuất hoặc nhà phân phối ở Úc phải ghi theo địa chỉ đường phố ở Úc, không theo địa chỉ hộp thư;
- Hướng dẫn sử dụng phải rõ ràng, đầy đủ để sản phẩm được sử dụng đúng cách.

## ***Hệ thống đánh số GS1 và mã vạch***

Phần lớn các sản phẩm ở các cửa hàng bán lẻ của Úc sử dụng hệ thống đánh số GS1 nhờ những lợi ích quan trọng rõ rệt đối với thương mại trong nhiều lĩnh vực bao gồm sản xuất và phân phối.

### ***Hệ thống đánh số GS1 (One Global Standard - Một Tổ chức Tiêu chuẩn toàn cầu)***

GS1 Úc không phải là một tổ chức phi lợi nhuận, có chức năng quản lý trong nước Úc hệ thống đa ngành mang tính chất toàn cầu cho phép phân định một cách đơn nhất và thu nhận tự động thông tin về vật phẩm, địa điểm, các bên và dịch vụ trong suốt chuỗi cung ứng toàn cầu;

GS1 Úc được thành lập để hỗ trợ các doanh nghiệp kinh doanh của Úc hoạt động hiệu quả hơn, vai trò chính của GS1 Úc là phân bổ các số GS1 và mã vạch, duy trì các tiêu chuẩn thương mại được quốc tế chấp nhận. Điều này cho phép các tổ chức của Úc thực hiện các thông lệ tốt nhất thế giới về các kỹ thuật quản lý chuỗi cung ứng toàn cầu;

Các số GS1 và mã vạch cho phép các tổ chức bất kể lớn nhỏ đặt hàng, kiểm tra, theo dõi, giao hàng và thanh toán trong suốt chuỗi cung ứng ở bất kỳ đâu trên thế giới;

Hệ thống GS1 được phát triển bởi Văn phòng GS1 toàn cầu và được thừa nhận bởi Tổ chức Tiêu chuẩn Quốc tế (ISO), Ủy ban Tiêu chuẩn Châu Âu (CEN) và Viện Tiêu chuẩn Quốc gia Hoa Kỳ.

### ***Mã vạch***

Một bản mã vạch bao gồm nhiều vạch sáng và tối song song với độ rộng khác nhau và chứa nhiều thông tin;

Khi quét một chùm ánh sáng qua những vạch này, thông tin có thể được tự động giải mã, nhập vào và gọi ra từ một máy tính;

Quét mã vạch là một phương pháp xác định thông tin chính xác, nhanh chóng và dễ dàng;

Tất cả các bên tham gia vào hệ thống phân phối, từ người sản xuất, nhà phân phối, công ty vận chuyển, người bán lẻ đến khách hàng, đều được hưởng lợi nhờ việc sử dụng các mã vạch, một hình thức được coi là “thương mại phi giấy tờ”;

Mã vạch GS1 phải được in rõ ràng, theo đúng các chi tiết kỹ thuật quy định của hệ thống ký hiệu số GS1 và phải được giải mã chính xác vào mọi lúc. Các vạch trong bản mã vạch phải đúng kích thước và tỷ lệ;

Các ký hiệu số GS1 sử dụng ba loại mã vạch khác nhau, phụ thuộc vào từng mục đích và điều kiện cụ thể. Một vài loại mã vạch sử dụng cho các mặt hàng tiêu

dùng và các đơn vị kinh doanh thương mại cũng có những thông tin bổ sung. Các chi tiết kỹ thuật trên mã vạch có thể tham khảo tại website của GS1 Úc [www.GS1au.org](http://www.GS1au.org).

#### **1.4. Quy định về kiểm dịch động thực vật khi nhập khẩu hàng hóa vào Úc**

Úc không có nhiều loại sâu hại và dịch bệnh mà các nước khác có. Để bảo vệ quần thể động thực vật của đất nước, Úc áp dụng phương pháp tiếp cận các biện pháp an toàn sinh học một cách thận trọng phù hợp với Hiệp định về các Biện pháp Vệ sinh và Kiểm dịch của WTO (WTO SPS Agreement).

Là một quốc đảo có ngành nông nghiệp đóng vai trò quan trọng, các quy định kiểm dịch của Úc rất chặt chẽ.

Tất cả các loại thực vật nhập khẩu, cho dù tươi hoặc không, hoặc những phần của cây cối như quả, hạt, cành, củ... cũng như gỗ và tất cả những vật phẩm làm từ gỗ, tre... đều phải được kiểm dịch và phải chuyển đến cơ quan kiểm dịch thực vật. Những sản phẩm nhập khẩu bị phát hiện có nhiễm khuẩn sẽ phải được xử lý, tiêu hủy hoặc gửi trả lại bằng chi phí của chủ hàng. Một số loại cây cảnh, hạt, rau quả tươi, phải được cấp phép trước khi nhập khẩu.

Đất bị cấm nhập khẩu vào Úc nên bất kỳ một sản phẩm nào bị phát hiện có đất sẽ bị cách ly kiểm dịch và được trả lại khi cơ quan kiểm dịch xác định rằng các nguy cơ đã được loại bỏ hoàn toàn.

Dưới đây là phần tóm tắt những quy định chính về kiểm dịch. Tuy nhiên các doanh nghiệp Việt Nam nên cập nhật những quy định mới nhất trước khi xuất khẩu hàng hoá sang thị trường Úc. Những thay đổi đối với các quy định kiểm dịch do Bộ Nông nghiệp, Thủy sản và Lâm sản (DAFF) của Úc thông báo tại chuyên mục Cảnh báo các điều kiện nhập khẩu liên quan đến an toàn sinh học trên trang web: [http://apps.daff.gov.au/icon32/asp/ex\\_alertscontent.asp](http://apps.daff.gov.au/icon32/asp/ex_alertscontent.asp).

Hệ thống cảnh báo các điều kiện nhập khẩu đăng tải các thông báo về những vấn đề hiện tại và những thay đổi đối với các quy định về nhập khẩu. Hệ thống này bao gồm các điều kiện nhập khẩu đối với hơn 20.000 thực vật, động vật, vi khuẩn, khoáng sản và các sản phẩm từ con người. Các thông tin này thường xuyên được cập nhật.

#### ***Quy định kiểm dịch đối với gỗ thanh và gỗ khúc***

Một số côn trùng có hại nguy cơ cao đe dọa an toàn sinh học của Úc bao gồm một số loài bọ cánh cứng, bướm đêm, mối, ong có tên tiếng Anh chính xác như sau: Asian Longhorn Beetle, Burnt Pine Longicorn Beetle, Japanese Pine Sawyer Beetle, Asian Gypsy Moth, Termites, Auger Beetle, Powder Post Beetle, Wood Wasps.

Rất nhiều côn trùng ngoại lai ở trong gỗ và các sản phẩm từ gỗ dưới dạng trứng hoặc ấu trùng mà chưa thể nhận biết ngay được. Những côn trùng này có thể xuất hiện sau nhiều năm.

Các doanh nghiệp xuất khẩu Việt Nam phải lưu ý và tuân thủ các điều kiện nhập khẩu liên quan đến an toàn sinh học. Các điều kiện nhập khẩu được xây dựng dựa trên các bằng chứng khoa học, các phân tích nghiêm ngặt và các tin tức thu thập được là yếu tố quan trọng để không cho các loại côn trùng xâm nhập và phát tán bệnh tật trong nước Úc.

Có hai bước trong tiến trình kiểm tra an toàn sinh học đối với việc nhập khẩu gỗ và các sản phẩm từ gỗ: (1) Kiểm tra danh sách gỗ và các sản phẩm từ gỗ để xác định hàng hoá của doanh nghiệp mình thuộc danh mục nào; (2) Kiểm tra Cơ sở dữ liệu nhập khẩu dựa trên danh mục hàng hoá được xác định ở trên để xác định yêu cầu nhập khẩu.

Nguy cơ an toàn sinh học có thể được xử lý trước hoặc khi đến biên giới thông qua việc sử dụng các biện pháp đã được Úc thông qua (phụ thuộc vào các yêu cầu nhập khẩu). Những biện pháp xử lý này bao gồm xông khói, chiếu xạ, đốt nóng, đun sôi, hoặc cách ly tạm thời.

### ***Quy định kiểm định đối với vật liệu bao gói***

Các loại túi được sử dụng làm bao gói cho những lô hàng là các sản phẩm có nguồn gốc thực vật phải là những loại túi mới, sạch và bền, đảm bảo không làm rơi hàng hoá đựng bên trong. Các loại túi được tái sử dụng trong vận chuyển hàng hoá phải được kiểm dịch và xử lý tiêu huỷ hoặc tái xuất. Tất cả các loại gỗ gồm sọt, tấm lót, tấm chặn, tấm kê hàng cũng phải được kiểm tra trừ trường hợp có chứng nhận các loại gỗ này đã được xử lý chống côn trùng lây lan bằng phương pháp thích hợp đã được Cơ quan An toàn Sinh học của Bộ Nông nghiệp, Thủy sản và Lâm sản Úc thông qua.

Vật liệu bao gói có nguồn gốc thực vật bị cấm nhập khẩu trừ các loại sau: sợi gỗ (wood-wool), mùn cưa, giấy vụn, giấy bồi, vỏ gỗ sồi nghiền nhỏ, than bùn. Các loại vật liệu bao gói khác được chấp nhận bao gồm perlite<sup>1</sup>, vermiculite<sup>2</sup> và các loại vật liệu tổng hợp. Tất cả các loại rơm ngũ cốc bị cấm nhập khẩu và không được sử dụng làm vật liệu bao gói.

---

<sup>1</sup> Perlite: được chế tạo từ đá phun thạch, đường kính khoảng 1-7 mm. Do hoá tính với độ pH bão hòa và đặc điểm cấu tạo với những lỗ nhỏ, rỗng li ti trên mặt, Perlite được dùng làm xốp đất cho một số cây như lan, xương rồng... là thành phần dự trữ nước, giữ nhiệt, làm tăng độ ẩm và góp phần vào sự trao đổi không khí cho cây một cách thuận lợi so với đất thường... .

<sup>2</sup> Vermiculite là một hợp chất Silicat được chế biến từ Alu, Sắt và Magnesium, có đường kính từ 3-12 mm. Do hoá tính với độ pH thấp và khả năng kháng sinh (cản trở sự phát triển của nhiều loại vi khuẩn và nấm có hại cho cây), Vermiculite được dùng như Perlite, ngoài ra còn có tác dụng trung hoà độ pH của đất (do nước tưới có nhiều khoáng chất và do phân bón được sử dụng lâu ngày sẽ làm độ pH của đất tăng, ảnh hưởng xấu đến sự phát triển của nhiều loại cây trồng).

Hàng hoá đóng trong container nguyên chiếc giao tận nơi nhận không phải kiểm dịch nếu thành phần gỗ sàn và gỗ lót đã được xử lý bằng một phương pháp được chấp nhận. Để tránh việc kiểm tra đóng gói, có thể sử dụng các vật liệu thay thế như bìa các tông, sợi dây mới hoặc kim loại. Khi sử dụng các loại sợi, thùng hoặc tấm kê hàng, cần xử lý những vật dụng này bằng phương pháp thích hợp đã được Cơ quan An toàn Sinh học của Bộ Nông nghiệp, Thủy sản và Lâm sản Úc thông qua.

Một điều quan trọng cần lưu ý container đóng hàng cần phải sạch, không dính đất và không có những chất ô nhiễm từ động thực vật như các hạt ngũ cốc, bột mỳ, thịt, xương và da. Vật liệu bao gói làm bằng rơm, vỏ trấu và những nguyên liệu tương tự từ thực vật bị cấm nhập khẩu và không được sử dụng để đóng gói.

Cơ quan An toàn Sinh học của Bộ Nông nghiệp, Thủy sản và Lâm sản Úc đã mở rộng việc thực hiện các biện pháp kiểm dịch động thực vật theo Tiêu chuẩn quốc tế (ISPM 15) đối với tất cả các vật liệu bao gói và lót hàng bằng gỗ vận chuyển bằng đường hàng không khi nhập khẩu vào Úc.

Việc tuân thủ là bắt buộc, hoặc tuân thủ quy định bao gói theo ISPM 15 hoặc đưa ra bằng chứng chứng minh các loại bao gói đã được xử lý (khai báo đóng gói/chứng nhận xử lý).

Nếu các điều kiện đề cập ở trên không được tuân thủ, các vật liệu bao gói bằng gỗ sẽ được xử lý, tiêu huỷ hoặc tái xuất với chi phí do người nhập khẩu tự chịu.

Các doanh nghiệp nhập khẩu vào Úc cần trình tờ khai đóng gói vận chuyển bằng đường hàng không theo ISPM 15. Tờ khai cần được in trên giấy tiêu đề của công ty cung cấp hàng hoá hoặc công ty vận chuyển, bao gồm vận đơn hàng không, số hoá đơn thương mại và ghi ngày tháng, ký, đóng dấu.

Nếu bao gói được đánh dấu hoặc đóng dấu tuân thủ ISPM 15 và tờ khai đóng gói vận chuyển theo đường hàng không theo ISPM 15 được cung cấp đầy đủ thì không cần tài liệu bổ sung nào khác.

*Lưu ý quan trọng:* Đối với các lô hàng mà bao gói bằng gỗ không đáp ứng được theo ISPM 15, doanh nghiệp cần phải có giấy chứng nhận còn hiệu lực về việc bao gói đã được xông khói kèm theo tờ khai đóng gói vận chuyển bằng đường hàng không, nếu không hàng hoá sẽ bị chuyển thẳng đến Cơ quan An toàn Sinh học của Bộ Nông nghiệp, Thủy sản và Lâm nghiệp Úc để kiểm tra, xử lý, tiêu huỷ, hoặc tái xuất với mọi chi phí do người nhập khẩu chịu.

### ***Hoa tươi***

Hoa tươi có thể được nhập khẩu vào Úc với điều kiện chúng không thuộc những giống bị cấm theo quy định về kiểm dịch, không có nguồn gốc từ những khu

vực đang xảy ra dịch bệnh hay là những loài dễ phát tán giống từ bất kỳ phần nào của cành hoặc cuống hoa.

Tất cả các loại hoa tươi phải được kiểm tra tại cửa khẩu về sâu bệnh, ốc sên và các bệnh khác. Trong trường hợp tìm thấy bệnh dịch ở hoa, chúng phải được đưa đi xử lý, tái xuất hoặc hủy bỏ.

### ***Sản phẩm từ động vật***

Úc áp dụng các quy định rất chặt chẽ đối với sản phẩm từ động vật. Những sản phẩm này chỉ có thể được nhập khẩu khi đáp ứng đầy đủ các điều kiện và có các chứng từ phù hợp kèm theo. Dưới đây là một số ví dụ về các quy định áp dụng cho các sản phẩm cụ thể.

- *Thức ăn khô cho động vật (nguồn gốc thực vật):* Thức ăn khô cho động vật có nguồn gốc thực vật có thể được nhập khẩu vào Úc trong trường hợp thức ăn này được lấy từ thân hoặc lá cây ở Niu Di Lân, hoặc bao gồm các hạt ngũ cốc hoặc cám/ngũ cốc hoặc thân cây ngũ cốc đã xén ngọn ở Niu Di Lân, Ca-na-da hoặc Mỹ. Các loại thức ăn khô có nguồn gốc thực vật khác phải được cấp phép trước khi nhập khẩu.

- *Sản phẩm từ cá (gồm trứng cá muối, trứng cá và các loại sống ở biển):* Sản phẩm từ cá, trừ cá hồi con (salmonoids), có thể được nhập khẩu từ bất kỳ nước nào; sản phẩm có sữa hoặc trứng (ví dụ ở dạng bột hoặc viên) có thể phải qua kiểm dịch. Các sản phẩm từ cá hồi con được nhập khẩu nhưng phải được cấp phép trước và tuân theo những điều kiện kiểm dịch đặc biệt.

- *Tôm (đông lạnh):* Tôm được nhập khẩu vào Úc theo những quy định đặc biệt và cần được Sở Y tế ở mỗi bang cấp phép trước khi nhập khẩu

- *Da:* Da thuộc được phép nhập khẩu vào Úc từ bất kỳ nước nào.

- *Huy chương, vật quý hiếm, trang phục của các bộ tộc:* Các đồ lưu niệm thành tích, vật quý hiếm, trang phục của các bộ tộc, đồ chế tác, trang sức và trống được phép nhập khẩu vào Úc theo các quy định kiểm dịch liên quan. Nếu bạn có ý định nhập khẩu nên kiểm tra trước với các cơ quan kiểm dịch. Tùy vào bản chất của từng loại vật phẩm có thể phải xử lý tại cửa khẩu trước khi vào Úc.

### ***Thực phẩm***

Cơ quan An toàn Sinh học của Bộ Nông nghiệp, Thủy sản và Lâm nghiệp Úc chịu trách nhiệm quản lý hai bộ các yêu cầu mà thực phẩm nhập khẩu cần phải tuân thủ khi nhập khẩu vào Úc. Bộ thứ nhất yêu cầu về kiểm dịch. Bộ thứ hai yêu cầu về an toàn thực phẩm và hai bộ này nằm trong Luật Quản lý Thực phẩm Nhập khẩu ban hành năm 1992.

Tất cả thực phẩm nhập khẩu phải đáp ứng các yêu cầu về an toàn sinh học. Khi thực phẩm nhập khẩu đáp ứng được các yêu cầu này, thực phẩm được giám sát để đáp ứng được với Luật Tiêu chuẩn Thực phẩm của Úc và Niu Di Lân.

Luật kiểm dịch năm 1908 quy định các điều kiện về kiểm dịch bắt buộc tất cả các loại thực phẩm nhập khẩu phải đáp ứng. Các hạn chế về kiểm dịch áp dụng cho nhiều loại thực phẩm tươi sống và thực phẩm chế biến được mang qua sân bay hoặc gửi đến Úc với mục đích tiêu dùng cá nhân. Những mặt hàng bị hạn chế bao gồm: (i) Trứng và các sản phẩm từ trứng; (ii) Các sản phẩm sữa; (iii) Thịt không đóng hộp; (iv) Các loại hạt; (v) Hoa quả và rau tươi.

Các nhà nhập khẩu thực phẩm với mục đích thương mại khi nhập khẩu rau, quả tươi hoặc thực phẩm có sữa, trứng, thịt hoặc sản phẩm từ động vật khác cần phải được cấp phép trước khi nhập khẩu. Bạn có thể kiểm tra trước các yêu cầu về kiểm dịch bằng cách tìm kiếm trong Cơ sở dữ liệu về các điều kiện nhập khẩu (ICON) tại trang web: [http://apps.daff.gov.au/icon32/asp/ex\\_querycontent.asp](http://apps.daff.gov.au/icon32/asp/ex_querycontent.asp).

Để biết thêm chi tiết, đề nghị liên hệ với Chi nhánh/Văn phòng Cơ quan An toàn Sinh học của Bộ Nông nghiệp, Thủy sản và Lâm nghiệp Úc gần nhất.

Cũng tương tự như thực phẩm sản xuất tại nước Úc, thực phẩm nhập khẩu vào Úc phải đáp ứng được các tiêu chuẩn về thực phẩm. Việc giám sát thực phẩm nhập khẩu thuộc trách nhiệm của nhiều cơ quan chính phủ bao gồm các cơ quan địa phương, các tiểu bang và vùng lãnh thổ, và liên bang.

Cơ quan Tiêu chuẩn về Thực phẩm của Úc và Niu Di Lân (FSANZ) là một cơ quan Chính phủ chịu trách nhiệm phát triển và duy trì Luật Tiêu chuẩn Thực phẩm của Úc và Niu Di Lân. Luật của Úc yêu cầu tất cả các loại thực phẩm phải đáp ứng các tiêu chuẩn an toàn thực phẩm được quy định trong Luật Tiêu chuẩn Thực phẩm. Luật này áp dụng cho tất cả các loại thực phẩm bán trên thị trường nước Úc, bất kể là thực phẩm sản xuất trong nước hay thực phẩm nhập khẩu.

Cơ quan Tiêu chuẩn về Thực phẩm của Úc và Niu Di Lân (FSANZ) theo dõi các vụ việc về an toàn thực phẩm trên toàn thế giới để đưa ra khuyến nghị cho Bộ Nông nghiệp, Thủy sản và Lâm nghiệp Úc (DAFF) về việc giám sát và kiểm tra thực phẩm nhập khẩu vào Úc. FSANZ khuyến cáo DAFF những thực phẩm có nguy cơ trung bình hoặc nguy cơ cao đến sức khỏe của con người và đề xuất những biện pháp kiểm tra phù hợp. FSANZ còn đưa ra các đề xuất về đánh giá rủi ro cho các nhà làm luật ở các bang và vùng lãnh thổ, những người có trách nhiệm giám sát tất cả các loại thực phẩm tại bang và vùng lãnh thổ, bao gồm cả thực phẩm nhập khẩu.

Thực phẩm nhập khẩu vào Úc là đối tượng của Luật Kiểm soát Thực phẩm Nhập khẩu năm 1992. Luật này cho phép kiểm tra và giám sát thực phẩm nhập khẩu thông qua chương trình kiểm tra rủi ro tại biên giới, thuộc chương trình kiểm tra thực phẩm nhập khẩu của DAFF (IFIS). FSANZ đề xuất DAFF những nhóm hàng thực phẩm có rủi ro để thực hiện kiểm tra trong chương trình IFIS.

Ngoài các hoạt động kiểm tra thực hiện bởi DAFF tại biên giới, các cơ quan của tiểu bang và các vùng lãnh thổ có trách nhiệm giám sát tất cả các loại thực



phẩm, bao gồm cả thực phẩm nhập khẩu, để bảo đảm các thực phẩm này an toàn khi bán ra thị trường. Mỗi bang và vùng lãnh thổ có luật riêng về thực phẩm, dựa trên Luật Thực phẩm mẫu do FSANZ soạn thảo và được Hội đồng Bộ trưởng về các quy định liên quan đến thực phẩm của Úc và Niu Di Lân (ANZFRMC) thông qua. Mỗi bang và vùng lãnh thổ có hành động kiểm soát thực phẩm khác nhau nhưng đều nằm trong chương trình IFIS. Đối với các vấn đề liên quan đến thực phẩm nhập khẩu DAFF không kiểm tra hoặc sau này bị phát hiện ra không đáp ứng được tiêu chuẩn, FSANZ, DAFF và các cơ quan liên quan của bang, vùng lãnh thổ sẽ làm việc chặt chẽ với nhau để xử lý.

Úc đã xuất bản cuốn Sổ tay Quy trình Phân tích Rủi ro Nhập khẩu năm 1998 (Import Risk Analysis Process Handbook - IRAS), trong đó lập ra khung pháp lý và quản lý đối với việc thực hiện chính sách kiểm dịch của Úc. Những người quan tâm có thể vào Website: <http://www.affa.gov.au/> để đọc cuốn sách này.

### **1.5. Quy định tiêu chuẩn về hàng hóa**

Úc có những tiêu chuẩn riêng về hàng hóa. Mặc dù các tiêu chuẩn của nước này thường dựa trên hệ thống tiêu chuẩn Anh, nhưng không phải tất cả các trường hợp đều như vậy. Nếu doanh nghiệp cho rằng sản phẩm của mình có thể sẽ phải tuân theo các tiêu chuẩn đặc biệt của Úc, nên tham khảo trước các cơ quan hữu quan và các chuyên gia về tiêu chuẩn hàng hóa.

Úc đã tham gia ký kết Luật Tiêu chuẩn GATT/WTO. Việc sử dụng các tiêu chuẩn chất lượng như ISO 9000 đang ngày càng phổ biến.

Để biết thêm chi tiết Quy định tiêu chuẩn về hàng hóa, tham khảo website: <http://www.standards.com.au/>

### **1.6. Hệ thống phân phối tại thị trường Úc**

Các kênh nhập khẩu của Úc tương tự với kênh nhập khẩu ở các nước phát triển khác và đối với hầu hết hàng hóa từ các nước đang phát triển, khách hàng sẽ là những nhà chuyên nhập khẩu hoặc các chuỗi cửa hàng bán lẻ lớn mua hàng thông qua các đại lý của họ ở nước ngoài.

Nhìn chung, các nhà nhập khẩu Úc có thể được phân loại theo các hình thức sau:

- *Nhà nhập khẩu/người bán buôn*: là những người chuyên nhập khẩu một chủng loại hàng hóa riêng hoặc hoạt động như những nhà nhập khẩu nói chung sau đó bán buôn lại hàng hóa của họ cho những nhà bán lẻ hoặc người sử dụng cuối cùng;

- *Đại lý hưởng hoa hồng*: là nhà cung cấp hàng hóa cho những nhà nhập khẩu hoặc người sử dụng cuối cùng khác, nhưng bản thân họ không nhập khẩu trực tiếp

(những đại lý này thường chỉ nhận hoa hồng từ những nhà cung cấp nước ngoài và các hoạt động của họ thường giới hạn với các mặt hàng gia dụng và hàng dệt may);

- *Nhà sản xuất/người sử dụng cuối cùng*: một số nhà sản xuất hoặc người sử dụng cuối cùng sẽ nhập khẩu nguyên liệu thô hoặc nguyên liệu đầu vào trực tiếp từ các nhà cung cấp nước ngoài, nhưng thông thường họ mua hàng từ các nhà chuyên nhập khẩu;

- *Những nhà bán lẻ*: những nhà bán lẻ lớn nhập khẩu lên tới 20% lượng hàng họ cần thông qua các đại lý mua hàng của họ ở nước ngoài. Số lượng hàng hóa còn lại được mua hoặc từ nhà sản xuất trong nước hoặc từ những nhà chuyên nhập khẩu. Chỉ có một số ít nhà bán lẻ quy mô nhỏ nhập khẩu trực tiếp.

Trong một số trường hợp, các thủ tục nhập khẩu có thể phức tạp hơn. Ví dụ, một nhà sản xuất thực phẩm lớn có thể nhập khẩu trực tiếp một số loại gia vị họ cần và bán lượng hàng thừa cho các nhà sản xuất thực phẩm khác. Một nhà bán lẻ lớn có thể nhập khẩu trực tiếp một số lượng lớn quần áo trẻ em để bán, hoặc mua qua một nhà nhập khẩu khác những bộ đồ khó nhập hơn và mua phần lớn lượng hàng còn lại họ cần từ gần 20 nhà sản xuất trong nước.

### ***Vai trò của nhà nhập khẩu***

Không giống như nhiều thị trường khác, có rất ít nhà chuyên nhập khẩu hoặc đại lý hưởng hoa hồng hoạt động ở Úc. Trường hợp ngoại lệ thuộc lĩnh vực vải sợi và dệt may, lĩnh vực có nhiều đại lý hưởng hoa hồng hoạt động.

Nhà nhập khẩu thông thường sẽ chuyên hoạt động trong một phân khúc thị trường cụ thể (đồ chơi, hàng dệt may gia dụng, sản phẩm du lịch, sản phẩm nhựa...) và thường không tính đến việc làm ăn kinh doanh ở những lĩnh vực mới mà họ không thông thạo. Trên thị trường cạnh tranh Úc, các nhà nhập khẩu tin rằng họ cần phải gắn bó với mặt hàng họ biết rõ nếu họ muốn thành công.

Một số lượng lớn nhà nhập khẩu cũng tập trung vào những phân khúc thị trường cụ thể, ví dụ sản phẩm du lịch đắt tiền, mặt hàng đồ chơi giáo dục hoặc khăn trải bàn và sẽ không tính đến việc chuyển sang nhập những mặt hàng ngoài thị trường ngách của họ.

Hầu hết các nhà nhập khẩu Úc sẽ đòi hỏi nhà cung cấp nước ngoài dành cho họ điều kiện độc quyền tại Úc đối với toàn bộ các mặt hàng nhập khẩu hoặc ít nhất là với một số mẫu hàng riêng biệt. Điều này phản ánh quy mô thị trường nhỏ và chi phí cho hệ thống phân phối trong nước cao. Điều các nhà nhập khẩu/người bán buôn ghét nhất là khi họ chào hàng độc quyền cho một nhà bán lẻ và nhận ra rằng mặt hàng tương tự cũng đang được chào hàng từ một nhà nhập khẩu hoặc người bán buôn khác.

Do quy mô nhỏ và đặc tính cạnh tranh của thị trường Úc, các đại lý hưởng hoa hồng, các cửa hàng thương mại tổng hợp và các cửa hàng theo mô hình "Cash & Carry" lớn không có hoạt động nhập khẩu/bán buôn mạnh trên thị trường. Vì thế, các nhà cung cấp nước ngoài đối với mặt hàng tiêu dùng muốn xuất sang Úc thường có hai lựa chọn - bán cho nhà nhập khẩu/người bán buôn hoặc bán cho những nhà bán lẻ lớn. Các nhà cung cấp nước ngoài các mặt hàng gia dụng, nguyên liệu đầu vào phục vụ sản xuất công nghiệp, máy móc... đôi khi có thể có nhiều lựa chọn hơn nhưng thường giới hạn ở kênh của những người chuyên nhập khẩu hoặc nhà sản xuất/người sử dụng cuối cùng.

### ***Vai trò của các đại lý mua hàng nước ngoài***

Ngày càng nhiều nhà nhập khẩu hàng tiêu dùng của Úc sử dụng dịch vụ của đại lý mua hàng ở nước ngoài để tìm nhà cung cấp phù hợp, hỗ trợ đàm phán mua hàng, kiểm tra chất lượng, thu xếp vận chuyển hàng hóa và thanh toán. Hình thức này đặc biệt được áp dụng trong trường hợp các nhà nhập khẩu mua hàng từ một nước không quen và họ không chắc chắn về độ tin cậy của các nhà cung cấp khác nhau.

Những nhà bán lẻ lớn có một chính sách đã được thiết lập từ lâu là họ sẽ không nhập khẩu trừ khi tất cả mọi việc đã được thu xếp qua một đại lý nước ngoài được chỉ định của họ. Những nhà bán lẻ lớn ở Úc có đại lý mua hàng ở tất cả các nước cung cấp chính và ở một số nước họ có nhiều hơn một đại lý.

Hầu hết các đại lý mua hàng ở nước ngoài của nhà nhập khẩu và nhà bán lẻ Úc hoạt động theo hình thức hưởng hoa hồng khoảng từ 3 đến 5% giá trị FOB của đơn hàng.

Một yếu tố quan trọng khác của thị trường Úc là sự chiếm lĩnh của những tập đoàn bán lẻ lớn trong việc phân phối hàng tiêu dùng. Vì vậy, việc nắm rõ danh sách và lĩnh vực hoạt động của các tập đoàn bán lẻ này là hết sức quan trọng.

### **(1) Các nhà bán lẻ doanh thu năm trên 1 tỷ đô la Úc**

#### ***Woolworths Limited***

Chuỗi bán lẻ lớn nhất ở Úc là Woolworths Limited ([www.woolworthslimited.com.au](http://www.woolworthslimited.com.au)).

Tập đoàn Woolworths bao gồm các công ty kinh doanh sau:

- Woolworths, Safeway (các siêu thị)
- Big W (các cửa hàng bách hóa bán hàng giảm giá)
- Tandy (300 cửa hàng bán lẻ đồ điện tử)
- Woolworths Liquor (các cửa hàng bán rượu bia)
- Caltex Woolworths Plus (các cửa hàng xăng dầu)

- Australian Leisure & Hospitality Group Limited (270 địa điểm có giấy phép, và hơn 450 cửa hàng bán lẻ rượu hiệu BWS và Dan Murphy's)

- Masters Home Improvement có thương hiệu là Master, là liên doanh giữa Woolworths và Lowe's Companies Incorporation năm 2009 và cửa hàng đầu tiên được khai trương năm 2011. Đây là chuỗi bán lẻ lớn đồ kim khí dùng trong gia đình. Mỗi cửa hàng có hơn 35.000 dòng sản phẩm khác nhau bao gồm cả đồ nội thất ngoài trời (hiện có khoảng 30 cửa hàng và dự kiến có 100 cửa hàng vào cuối năm 2016).

Riêng trong năm 2013, Woolworths mở thêm 34 siêu thị mới trên toàn nước Úc, 16 cửa hàng Dan Murphy, 16 cửa hàng Master, 14 cửa hàng MWS, và 6 cửa hàng BIG W.

Tập đoàn có trụ sở chính đặt tại Sydney và hiện có hơn 3.000 cửa hàng, trạm xăng và khách sạn ở Úc và Niu Di Lân, với hơn 197.000 nhân viên và tổng doanh thu năm 2013 là hơn 58,5 tỷ đô la Úc. Woolworths và Big W có đội ngũ mua hàng độc lập và các nhà cung cấp nước ngoài nên tiếp cận họ với tư cách là những doanh nghiệp riêng biệt.

### ***Wesfarmers Limited***

Tập đoàn bán lẻ lớn thứ hai ở Úc có trụ sở chính đóng tại Perth là Wesfarmers Limited ([www.wesfarmers.com.au](http://www.wesfarmers.com.au)). Các đơn vị bán lẻ của tập đoàn này rất đa dạng, bao gồm siêu thị, các cửa hàng bách hoá bán hàng thông thường hay các cửa hàng bách hoá bán hàng chuyên dụng, trạm xăng, cửa hàng rượu bia, cửa hàng cung cấp đồ gia dụng và văn phòng.

Đơn vị kinh doanh Wesfarmers' Coles có doanh thu hàng năm khoảng 34,1 tỷ đô la Úc và có 2.261 cửa hàng thực phẩm, rượu bia và các cửa hàng tiện lợi trên toàn nước Úc, bao gồm các thương hiệu Coles, BiLo, Vintage Cellars, Liquorland, 1st Choice và Coles Express, và một số khách sạn.

Đơn vị kinh doanh Wesfarmers Kmart với doanh thu hàng năm khoảng 4,1 tỷ đô la Úc điều hành 183 cửa hàng giảm giá tại Úc và Niu Di Lân, và 238 cửa hàng sửa lốp và dịch vụ sửa chữa ô tô Kmart Tyre & Auto Service.

Đơn vị kinh doanh Wesfarmers Target với doanh thu hàng năm khoảng 3,7 tỷ đô la Úc điều hành 301 chuỗi cửa hàng giảm giá quần áo và đồ gia đình.

Tuy nhiên, theo quan điểm của một nhà cung cấp nước ngoài, cần lưu ý rằng hầu hết các chi nhánh của chuỗi bán lẻ này cạnh tranh với nhau trên thị trường.

Ví dụ, những người mua hàng ở Target và Kmart hoàn toàn khác nhau và có trách nhiệm với việc đặt hàng, lựa chọn hàng hóa của riêng họ. Tập đoàn Wesfarmers có một ban quản lý chung, nhưng Kmart và Target vẫn cạnh tranh với nhau để giành thị phần giống như Kmart cạnh tranh với Woolworths.

Cả Coles và Woolworths điều hành những chuỗi siêu thị lớn và những siêu thị này đóng góp phần lớn vào các cửa hàng bán lẻ của họ. Dưới sự sở hữu của Wesfarmers, Coles đã có kế hoạch để giành lại thị phần từ Woolworths trong những năm trước.

### ***Harvey Norman Holdings Ltd***

Một trong những chuỗi cửa hàng bán đồ nội thất và đồ điện tử gia dụng lớn nhất nước Úc là công ty Harvey Norman Holdings Ltd ([www.harveynorman.com.au](http://www.harveynorman.com.au)) với doanh thu hàng năm là 14,07 tỷ đô la Úc, điều hành 195 cửa hàng trên toàn nước Úc dưới các thương hiệu Harvey Norman, Domayne và Joyce Mayne và 66 cửa hàng ở Niu Di Lân, Xin-ga-po, Ma-lai-xi-a, Slovenia, và Ireland.

### ***Metcash Limited***

Metcash Limited ([www.metcash.com](http://www.metcash.com)) là một công ty tiếp thị và phân phối hàng đầu của nước ngoài tại Úc, hoạt động trong lĩnh vực thực phẩm và các mặt hàng tiêu dùng tiện lợi khác. Các trụ cột kinh doanh của công ty này bao gồm Metcash Food & Grocery, Australian Liquor Makers, Mitre 10 and Automotive Brand Group, tất cả thuộc sở hữu của Metcash trừ Automotive Brand Group, Metcash sở hữu 75% cổ phần. Công ty có doanh thu hàng năm lên tới hơn 12,4 tỷ đô la Úc từ bán buôn thực phẩm, đồ uống, thuốc lá và có chín trung tâm phân phối chiến lược các thực phẩm đông lạnh, thực phẩm khô cung cấp hàng cho hơn 3.000 cửa hàng bán lẻ thực phẩm độc lập tại Queensland, New South Wales, Victoria, Nam Úc và Tây Úc.

Ngoài ra, Công ty này còn có nhiều cửa hàng chuyên dụng khác. Những cửa hàng này chuyên bán đồ nội thất và gia dụng, thực phẩm, đồ kim khí, hàng may mặc, quần áo, phụ kiện và giày dép...

### ***Bunnings***

Chuỗi cửa hàng bán lẻ đồ kim khí hàng đầu ở Úc là Bunnings ([www.bunnings.com.au](http://www.bunnings.com.au)) cùng với chuỗi bán lẻ đồ văn phòng **Officeworks** ([www.officeworks.com.au](http://www.officeworks.com.au)) là công ty con của Wesfarmers Limited. Bunnings điều hành 285 cửa hàng ở Úc và Niu Di Lân với doanh thu hàng năm là 8,25 tỷ đô la Úc.

### ***Automotive Brands Group***

Tập đoàn Automotive Brands Group là tập đoàn phân phối và đại lý các linh kiện ô tô đứng thứ ba toàn nước Úc, doanh thu 5,6 tỷ đô la Úc với hơn 241 cửa hàng (Autobarn và Autopro) và 21 cửa hàng độc lập làm dịch vụ thông qua các bộ phận cung cấp phụ tùng ô tô.

### ***Australian Pharmaceutical Industries Limited***

Công ty Australian Pharmaceutical Industries Limited ([www.api.net.au](http://www.api.net.au)) là công ty bán buôn và bán lẻ nhiều thương hiệu các sản phẩm y tế, thực phẩm chức năng, và mỹ phẩm với doanh thu hàng năm vào khoảng 3,2 tỷ đô la Úc. Các thương hiệu bao gồm Soul Pattinson và Priceline.

### ***JB Hi-fi Limited***

JB Hi-fi Limited ([www.jbhifi.com.au](http://www.jbhifi.com.au)) chuyên bán lẻ thiết bị âm thanh hi-fi, loa, TV, DVD, VCR, đĩa DVD phim và nhạc, có 95 cửa hàng ở Úc và 12 cửa hàng ở Niu Di Lân, doanh thu khoảng 3,127 tỷ đô la Úc.

### ***Myer***

Chuỗi cửa hàng bách hoá lớn nhất ở Úc là Myer ([www.myer.com.au](http://www.myer.com.au)) có lịch sử 113 năm kinh doanh, hiện điều hành 66 khu mua sắm trên toàn nước Úc với hơn 20.000 nhân viên và doanh thu hàng năm đạt 2,7 tỷ đô la Úc.

### ***David Jones Limited***

David Jones Limited ([www.davidjones.com.au](http://www.davidjones.com.au)) điều hành cửa hàng bách hóa tổng hợp quy mô trung bình ở Úc, có doanh thu hàng năm khoảng 1,86 tỷ đô la Úc. Đây là công ty có cửa hàng bách hóa lâu đời nhất tại Úc, từ năm 1838. Hiện công ty có 35 cửa hàng tổng hợp cao cấp bán quần áo, đồ dùng gia đình, đồ gia dụng, đồ chơi... .

### ***Retravisision Australia Limited***

Retravisision Australia Limited ([www.retravisision.com.au](http://www.retravisision.com.au)) chuỗi cửa hàng bán lẻ đồ điện tử với hơn 450 cửa hàng ở Úc và Niu Di Lân, doanh thu 1,8 tỷ đô la Úc. Tháng 11/2012 tập đoàn Narta đã mua lại thương hiệu Retravisision.

### ***Super Retail Group Limited***

Super Retail Group Limited ([www.superretailgroup.com](http://www.superretailgroup.com)) là một tập đoàn bán lẻ phụ tùng, phụ kiện, thiết bị và công cụ ô tô, thuyền, các thiết bị câu cá và cắm trại và là nhà bán buôn, bán lẻ, phân phối xe đạp và các phụ tùng xe đạp. Tập đoàn bao gồm nhiều thương hiệu kinh doanh như Supercheap Auto, BCF (Boating Camping and Fishing), Goldcross Cycles, Ray's Outdoors, FCO, Rebel Sport, và Amart All Sports. Doanh thu của tập đoàn là 1,655 tỷ đô la Úc.

### ***J. Blackwoods & Son Pty Ltd***

J. Blackwoods & Son Pty Ltd tên thương mại là Blackwood ([www.blackwoods.com.au](http://www.blackwoods.com.au)) cũng thuộc tập đoàn Wesfarmers Limited và kinh doanh thiết bị an toàn và công nghiệp dưới hình thức bán hàng B2B với 80 cửa hàng trên khắp nước Úc, doanh thu hàng năm đạt trên 1,5 tỷ đô la Úc.



### ***Billabong International Limited***

Billabong International Limited ([www.billabong.com](http://www.billabong.com)) chuyên bán lẻ đồ phụ kiện lướt sóng, lướt ván, trượt tuyết. Các sản phẩm của công ty có giấy phép và phân phối ở hơn 100 nước trên thế giới với khoảng 11.000 cửa hàng, doanh thu 1,444 tỷ đô la Úc.

### ***Exego Group Pty Ltd***

Exego Group Pty Ltd ([www.repco.com.au](http://www.repco.com.au)) chuyên bán lẻ phụ tùng ô tô thay thế, với 435 cửa hàng và doanh thu trên 1,052 tỷ đô la Úc.

### **(2) Các nhà bán lẻ khác**

***Sporting Stores Pty Ltd*** ([www.sportlight.com.au](http://www.sportlight.com.au)) chuyên bán lẻ vải, đồ thủ công, kim chỉ, các đồ gia dụng với khoảng 100 cửa hàng ở Úc, Niu Di Lân và Xin-ga-po, doanh thu 970 triệu đô la Úc.

***Just Group Limited*** ([www.justgroup.com.au](http://www.justgroup.com.au)) chuỗi bán lẻ quần áo nam và nữ với hơn 900 cửa hàng dưới các thương hiệu Just Jean, Jay Jays, Jacqui E, Peter Alexander, Dotti, Smiggle và Portman, doanh thu 838 triệu đô la Úc.

Các chuỗi bán lẻ đồ kim khí lớn khác gồm **Mitre 10 Australia Ltd** ([www.mitrelo.com.au](http://www.mitrelo.com.au)), thuộc tập đoàn Metcash Limited chuyên bán buôn đồ kim khí cho 430 cửa hàng dưới thương hiệu Mitre 10 và True Value và hơn 400 cửa hàng khác. Doanh thu hàng năm đạt khoảng 797 triệu đô la Úc.

***Angus & Coote Holdings Limited*** ([www.anguscoote.com.au](http://www.anguscoote.com.au)) chuyên bán lẻ đồ trang sức, gồm 141 cửa hàng trên toàn nước Úc và 127 cửa hàng thông qua công ty **Goldmark** ([www.goldmark.com.au](http://www.goldmark.com.au)), với doanh thu 583 triệu đô la Úc.

Tập đoàn ***Specialty Fashion Group*** ([www.specialtyfashion.com.au](http://www.specialtyfashion.com.au)) là tập đoàn bán lẻ lớn với hơn 900 cửa hàng trên toàn nước Úc. Doanh thu hàng năm là 572 triệu đô la Úc. Tập đoàn điều hành một số chuỗi bán lẻ hàng tiêu dùng giảm giá và thời trang phụ nữ dưới các thương hiệu Millers, Katies, Crossroad, Autograph, City Chic và La Senza Lingerie.

***Sussan Corporation Proprietary Limited*** ([www.sussan.com.au](http://www.sussan.com.au)) chuyên bán lẻ phụ kiện và đồ ngủ của nữ, với các thương hiệu Sussan, Suzanne Grae và Sportsgirls, 550 cửa hàng, doanh thu 518 triệu đô la Úc.

Trong lĩnh vực giày dép, các chuỗi bán lẻ chính được điều hành bởi công ty ***Fusion Retail Brands Pty Ltd*** ([www.fusionretailbrands.com.au](http://www.fusionretailbrands.com.au)) và công ty ***Betts Group Pty Ltd*** ([www.betts.com.au](http://www.betts.com.au)). Fusion Retail Brands có doanh thu hàng năm trên 465 triệu đô la Úc và điều hành 282 cửa hàng bán lẻ trên toàn nước Úc dưới các thương hiệu Mathers, Williams, Diana Ferrari và Colorado. Công ty còn điều hành các cửa hàng quần áo dưới thương hiệu JAG. Công ty Betts Group Pty Ltd có trụ sở tại Perth điều hành 200 cửa hàng với doanh thu hàng năm đạt 170 triệu đô la Úc.

**Country Road Limited** ([www.countryroad.com.au](http://www.countryroad.com.au)) chuyên bán lẻ quần áo nam và nữ, đồ gia dụng và nội thất, với 171 cửa hàng ở Úc và Nam Phi, doanh thu 422 triệu đô la Úc.

**Steinhoff Asia Pacific Limited** với thương hiệu kinh doanh là Freedom ([www.freedom.com.au](http://www.freedom.com.au)) chuyên bán lẻ đồ nội thất với hơn 150 cửa hàng ở Úc và Niu Di Lân dưới thương hiệu Freedom, Snooze, Bay Leather Republic, và Andersons, doanh thu 361 triệu đô la Úc.

Một công ty bán lẻ khác với 46 cửa hàng ở các bang Nam Úc, Victoria và Tasmania, New South Wales, ACT, và Queensland là **Harris Scarfe Australia Pty Ltd** ([www.harrisscarfe.com.au](http://www.harrisscarfe.com.au)) có tổng doanh thu hàng năm khoảng 336 triệu đô la Úc.

**Tyrepower Ltd** ([www.tyrepower.com.au](http://www.tyrepower.com.au)) chuyên bán lẻ vành, lốp, ắc qui ô tô, với 240 cửa hàng ở Úc và Niu Di Lân, doanh thu 300 triệu đô la Úc.

**Bob Jane Corporation Pty Ltd** ([www.bobjane.com.au](http://www.bobjane.com.au)) chuyên bán lẻ bánh và lốp ô tô với 150 cửa hàng thuộc sở hữu công ty và cửa hàng đại lý, doanh thu 211 triệu đô la Úc.

**JeansWest Corporation Pty Ltd** ([www.jeanswest.com.au](http://www.jeanswest.com.au)) là chuỗi cửa hàng bán lẻ quần áo nam nữ, chủ sở hữu là người Hồng Kong, với 240 cửa hàng ở Úc và Niu Di Lân, doanh thu 137 triệu đô la Úc.

**The Strandbags Group Pty Ltd** ([www.strandbags.com.au](http://www.strandbags.com.au)) chuyên bán lẻ túi xách, đồ du lịch, ví, khăn tay, ba lô, có hơn 430 cửa hàng tại Úc, Niu Di Lân, Trung Đông và Nam Phi, doanh thu 100 triệu đô la Úc.

**Roger David Stores Pty Ltd** ([www.rogerdavid.com.au](http://www.rogerdavid.com.au)) chuyên bán lẻ quần áo nam giới với 100 cửa hàng, doanh thu 80 triệu đô la Úc.

**Homeart Pty Ltd** ([www.homeart.com.au](http://www.homeart.com.au)) chuyên bán lẻ đồ gia đình với 140 cửa hàng, doanh thu 75 triệu đô la Úc.

Các chuỗi bán lẻ lớn của Úc thu mua phần lớn lượng hàng họ cần từ các nhà sản xuất và cung cấp người Úc. Tuy nhiên, tỷ lệ hàng mua trực tiếp từ nước ngoài ngày càng tăng. Mặt khác, những người bán lẻ quy mô nhỏ hiếm khi tự nhập khẩu mà mua lại từ các nhà nhập khẩu độc lập, các nhà bán buôn và các nhà phân phối. Hầu hết các nhà bán buôn thường kinh doanh một số mặt hàng đặc chủng như phụ kiện, quà tặng, đồ du lịch, thực phẩm và đồ uống... .

Những người bán lẻ ưu tiên thu mua các mặt hàng sản xuất trong nước do một số yếu tố thiết thực, bao gồm:

- Thời gian giao dịch ngắn hơn trong khi có cơ hội lớn hơn để thích nghi với xu hướng thay đổi liên tục của thời trang và thị hiếu tiêu dùng;



- Dễ dàng liên lạc trong trường hợp có sự cố;
- Việc giao hàng thường đáng tin cậy hơn;
- Có cơ hội hợp tác chặt chẽ với nhà sản xuất trong nước để tăng ngân sách quảng cáo một cách thích hợp nhất;
- Không có vấn đề về dao động tỷ giá tiền tệ; và
- Có thể chiết khấu hóa đơn trong trường hợp thanh toán nhanh mà không cần dành riêng một khoản tiền đặt cọc thanh toán bằng phát hành thư tín dụng L/C.

Thông thường, những người bán lẻ sẽ mua hàng từ các nhà sản xuất trong nước trừ khi có thể nhập khẩu trực tiếp mặt hàng tương tự với chi phí nhập về đến kho thấp hơn tối thiểu 15% so với hàng sản xuất trong nước.

Doanh thu bán hàng tiêu dùng sang thị trường Úc thường phụ thuộc vào việc nhận được các đơn hàng trực tiếp từ các chuỗi bán lẻ lớn, hoặc thông qua một nhà nhập khẩu. Như đã đề cập ở trên, các chuỗi bán lẻ lớn chỉ nhập khẩu qua các đại lý mua hàng ở nước ngoài. Do vậy, các nhà cung cấp mới ở nước ngoài nên liên hệ với những đại lý này hơn là liên hệ trực tiếp với những người bán lẻ.

## **1.7. Văn hóa kinh doanh**

### **Về trang phục**

Úc nằm trong vùng nhiệt đới, nhưng khí hậu lại có sự khác biệt lớn giữa các vùng ở miền Nam nước này, mùa đông se lạnh và mùa hè ấm áp. Chính vì vậy, những bộ trang phục nhẹ nhàng là rất phù hợp. Vào mùa đông, ngoài việc mặc ấm, bạn cũng nên chuẩn bị sẵn áo mưa.

Trong kinh doanh, trang phục phù hợp đối với Nam là comple và cavát, đối với nữ là bộ véc hoặc váy.

### **Về cử chỉ giao tiếp chào hỏi**

Bắt tay là cách chào phổ biến nhất của người Úc.

Khi nói chuyện với người Úc bạn cần giữ khoảng cách đối với họ. Họ không chấp nhận các hành động chạm đến cơ thể của đối phương. Đàn ông không được phép nháy mắt với phụ nữ.

Khi tiếp xúc với người Úc, bạn cần phải nhìn vào mắt họ. Theo quan niệm của người Úc, đó là cử chỉ thể hiện rằng bạn là người đáng tin cậy.

Người Úc sống rất vui nhộn và có lòng nhiệt tình, cởi mở. Tuy nhiên khi có một vấn đề nào đó cần bàn luận, họ sẽ sẵn sàng tranh luận, không ngần ngại bày tỏ quan điểm của mình, điều này cũng là một trong những điểm thể hiện bản tính sôi nổi và chân tình của họ. Người Úc coi các cuộc thảo luận, tranh luận là thú vui.

Mặc dù vậy, bạn không được lấn át lên đất nước và con người Úc. Họ rất khó chấp nhận điều này, đồng thời cũng rất khó tiếp thu những lời có ý chỉ trích bản thân họ.

Người Úc không đánh giá cao sự phô trương, khoe khoang, cũng như thái độ tự đề cao mình; họ cũng không coi trọng trình độ nhận thức, bằng cấp, họ chỉ coi trọng đánh giá tài năng của một người thông qua công việc thực tế mà người đó đã làm được. Khi tiếp xúc với người Úc trong công việc, bạn cần phải rất kiềm chế thái độ lo lắng, hay tự cao, tự đại.

Khi chào hỏi người Úc, bạn nên chào hỏi bằng cách kèm theo các từ “ông”, “bà”, “cô” hay lịch sự hơn nữa là “ngài” vào trước họ của một người nào đó để thể hiện thái độ kính trọng.

Khi gọi tên đi kèm chức danh, người Úc không coi trọng chức danh chuyên môn, việc có gọi theo chức năng chuyên môn hay không là tùy theo ý bạn. Tuy nhiên, cần lưu ý rằng khi tự giới thiệu mình, bạn không nên giới thiệu chức danh, trừ khi được yêu cầu, hoặc nếu có giới thiệu thì chỉ nên giới thiệu qua; nếu không bạn sẽ bị coi là khoe khoang.

### **Về gặp gỡ, đàm phán**

Ở Úc, bạn có thể dễ dàng sắp xếp một cuộc hẹn với các cơ quan bởi vì các cán bộ ở đây sẵn sàng gặp gỡ bạn để bàn luận về công việc kinh doanh. Tuy nhiên, để có thể hẹn gặp, bạn cần phải lên kế hoạch hẹn gặp từ trước đó một khoảng thời gian khá dài, thông thường là một tháng.

Vấn đề đúng giờ không phải là yếu tố quan trọng đối với người Úc, thậm chí họ còn có thái độ khá tùy tiện về thời gian cuộc hẹn, điều này đòi hỏi bạn phải hết sức kiên nhẫn. Các nhân viên cũng thường đi làm muộn. Tuy nhiên, bạn vẫn cần phải đi đúng giờ vì họ đánh giá bạn thông qua điều đó, nếu bạn đến muộn có khi sẽ bị đánh giá là một người không đáng tin cậy.

Giờ hành chính của Úc bắt đầu từ 9h đến 17h từ thứ hai đến thứ sáu. Nên tránh sắp xếp cuộc hẹn vào kỳ Giáng sinh và Lễ phục sinh.

Trong giao dịch, họ thường trao đổi danh thiếp với nhau. Bạn cần phải thiết lập mối quan hệ khi tiến hành buôn bán với đối tác Úc. Trước hết bạn cần tỏ ra bình đẳng với họ, điều này là rất có lợi bởi vì họ luôn coi trọng những người được đánh giá là bình đẳng với họ.

Trong giao tiếp, quá trình đàm phán cần tránh thu hút sự chú ý của mọi người vào trình độ chuyên môn, thành công trong kinh doanh... của bạn.

Khi đàm phán, người Úc thích sự thẳng thắn, nêu thẳng vấn đề cái gì có lợi, cái gì có hại. Bạn trình bày càng ngắn gọn, đơn giản, nêu bật được vấn đề càng tốt. Sự dài dòng hoặc quá chi tiết sẽ làm họ thấy khó chấp nhận. Bạn nhiệt tình thái quá hay nghiêm túc quá cũng đều làm cho cuộc đàm phán của bạn thất bại.

Bạn cần phải nhớ rằng, nét văn hóa nổi bật của người Úc là khiêm tốn, tạo không khí nhẹ nhàng, cởi mở, thẳng thắn. Chính vì thế, họ sẵn sàng đưa ra câu trả lời là “không” mà không hề do dự.

Trong quá trình đàm phán cần phải luôn chú trọng tới chính sách, quyết định của công ty. Việc giải quyết vấn đề và đưa ra quyết định được dựa trên thực tế, không căn cứ vào tình cảm. Tuy nhiên, việc đưa ra quyết định hơi chậm vì thông thường cấp trên trước khi đưa ra quyết định thường lấy ý kiến cấp dưới. Đây là cách làm việc có tính tập thể cao và là một đặc điểm trong văn hóa kinh doanh của người Úc, vì vậy mà sự vội vàng của bạn sẽ là không cần thiết.

## **1.8. Một số địa chỉ hữu ích**

### ***(1) Đại sứ quán Úc tại Việt Nam***

Số 8 Đào Tấn, quận Ba Đình, Hà Nội.

Tel: 84 4 38417755

Fax: 84 4 38317711

Website: <http://vietnam.embassy.gov.au>

### ***(2) Tổng lãnh sự quán Úc tại thành phố Hồ Chí Minh***

Lầu 20, Tòa nhà Vincom, 47 Lý Tự Trọng, Phường Bến Nghé, Quận 1, TP. Hồ Chí Minh

ĐT: 84 8 35218100

Fax: 84 8 35218101

Website: <http://hcmc.vietnam.embassy.gov.au>

### ***(3) Phòng Ngoại giao và Thương mại Úc***

Địa chỉ: R.G.Casey Building, John McEwwen Crescent, Barton, ACT, 0221, Úc.

Tel: +61 2 6261 1111

Fax: +61 2 6261 3111

Website: [www.dfat.gov.au/trade](http://www.dfat.gov.au/trade)

### ***(4) Cơ quan Thương mại Chính phủ Úc (Australia Trade Commission - Austrade)***

Cơ quan Thương mại Chính phủ Úc (Austrade) hỗ trợ các công ty trên thế giới xác định và thực hiện các cơ hội đầu tư tại Úc cũng như tìm kiếm hàng hóa và dịch vụ của Úc. Các hoạt động hỗ trợ bao gồm:

- Cung cấp thông tin chuyên sâu về khả năng cung ứng của các công ty Úc
- Xác định các dự án đầu tư tiềm năng và các đối tác chiến lược
- Hỗ trợ khách hàng quốc tế xác định đối tác và liên lạc với các nhà cung cấp của Australia.

*Cơ quan Thương mại Chính phủ Úc (Austrade) tại Hà Nội*

Tòa Đại sứ quán Úc

Địa chỉ: Số 8 Đào Tấn, Quận Ba Đình, Hà Nội

Điện thoại: (+84) 4 3774 0300

Fax: (+84) 4 3831 7757

*Cơ quan Thương mại Chính phủ Australia (Austrade) tại Thành phố Hồ Chí Minh*

Địa chỉ: Tầng 20, Tòa nhà Vincom, 47 Lý Tự Trọng, Phường Bến

Nghe, Quận 1, Thành phố Hồ Chí Minh

Điện thoại: (+84) 8 3827 0600

Fax: (+84) 8 3829 1656

Email: [vietnam@austrade.gov.au](mailto:vietnam@austrade.gov.au)

Website: <http://www.austrade.gov.au/vietnam>

**(5) Hiệp hội Quà tặng và Đồ gia dụng Úc (Australian Gift & Homeware Association - AGHA)**

Hiệp hội Quà tặng và Đồ gia dụng Úc (AGHA) được thành lập từ cách đây 35 năm và hiện đã có hơn 3.000 công ty thành viên trong lĩnh vực sản xuất, xuất nhập khẩu quà tặng và đồ gia dụng.

Địa chỉ: Unit 58, 11 - 21 Underwood Road, Homebush, NSW 2140.

Điện thoại: (+61) (02) 9763 3222

Fax: (+61) (02) 9746 9955

Email: [contact@agha.com.au](mailto:contact@agha.com.au)

[accounts@agha.com.au](mailto:accounts@agha.com.au) (bộ phận tài chính, kế toán)

[marketing@agha.com.au](mailto:marketing@agha.com.au) (bộ phận tiếp thị)

[tradefairs@agha.com.au](mailto:tradefairs@agha.com.au) (bộ phận hội chợ, triển lãm)

Website: <http://agha.com.au>

**(6) Hiệp hội các nhà Nhập khẩu Thủy sản Úc (The Seafood Importers Association of Australia - SIAA)**

Hiệp hội các nhà nhập khẩu thủy sản Úc (SIAA) gồm có 30 công ty thành viên, đại diện cho khoảng 70% sản lượng thủy sản nhập khẩu vào nước Úc, với doanh thu lên tới 1 tỷ đô la Úc một năm.

Địa chỉ: PO Box 1596 Crows Nest, NSW 1585

Điện thoại: (+61) (02) 9880 7010

Email: [seafooda@bigpond.net.au](mailto:seafooda@bigpond.net.au)

Website: <http://www.seafoodimporters.com.au>

**(7) Hiệp hội Bán lẻ Quốc gia Úc (National Retail Association - NRA)**

Hiệp hội Bán lẻ Quốc gia (NRA) là một tổ chức lớn nhất và đại diện cho hầu hết ngành công nghiệp bán lẻ Úc. Trong gần 100 năm, Hiệp hội Bán lẻ Quốc gia Úc

đã đại diện cho quyền lợi của các nhà bán lẻ, ngành thức ăn nhanh và các dịch vụ rộng hơn.

Trụ sở chính:

Địa chỉ: 6 Overend Street, East Brisbane, QLD 4169

Điện thoại: (+61) (07) 3240 0100

Fax: (+61) (07) 3240 0152

Website: <http://www.nra.net.au>

*Văn phòng tại Bang Victoria:*

Địa chỉ: Junction Business Centre, Suite G02, 22 St Kilda Road,  
St Kilda, VIC 3182

Điện thoại: 1800 738 245

Fax: (+61) (03) 9510 4725

*Văn phòng tại Bang New South Wales:*

Địa chỉ: PO Box Q1058, Queen Victoria Building, NSW 1230

Điện thoại: 1800 738 245

### **(8) Hiệp hội Bán lẻ Úc (Australia Retailers Association - ARA)**

Hiệp hội bán lẻ Úc (ARA) được thành lập từ năm 1903, đại diện cho các công ty bán lẻ với doanh thu hàng năm đạt khoảng 265 tỷ đô la Úc và tạo công ăn việc làm cho hơn 1,2 triệu người lao động.

*Trụ sở chính:*

Địa chỉ: Level 10, 136 Exhibition Street, Melbourne, VIC 3000

Điện thoại: (+61) 1300 368 041

Fax: (+61) (03) 8660 3399

Email: [info@retail.org.au](mailto:info@retail.org.au)

Website: <http://www.retail.org.au>

*Văn phòng tại Sydney:*

Địa chỉ: Level 1, 99 Devonshire Street, Surry Hills, NSW 2010

Email: [info@retail.org.au](mailto:info@retail.org.au)

### **(9) Hiệp hội Kinh doanh Nông sản Úc (Agribusiness Association of Australia - AAA)**

Hiệp hội Kinh doanh Nông sản Úc (AAA) được thành lập nhằm tạo thuận lợi cho việc trao đổi các thông tin trong chuỗi thực phẩm nông nghiệp và thúc đẩy sự đóng góp của ngành kinh doanh nông sản cho cộng đồng và nền kinh tế Úc.

Địa chỉ: 1 Torrdale Road, Farrell Flat, SA 5416

Điện thoại: (+61) (0) 448 840 232

Fax: (+61) (08) 8127 8052

Email: [agri@agribusiness.asn.au](mailto:agri@agribusiness.asn.au)

Website: <http://www.agribusiness.asn.au>

**(10) Hội đồng Thực phẩm và Hàng tạp hóa Úc (Australian Food and Grocery Council - AFGC)**

Hội đồng Thực phẩm và Hàng tạp hoá Úc (AFGC) là một tổ chức quốc gia hàng đầu của Úc đại diện cho các nhà sản xuất thực phẩm đóng gói, đồ uống và hàng tạp hoá, với doanh thu hàng năm lên đến 108 tỷ đô la Úc và tạo công ăn việc làm cho hơn 300.000 người lao động.

Địa chỉ: Level 2, Salvation Army Building, 2-4 Brisbane Ave, Barton,  
ACT 2600

Điện thoại: (+61) (02) 6273 1466

Fax: (+61) (02) 6273 1477

Website: <http://www.afgc.org.au>

ABN 23 068 732 883

**(11) Hiệp hội ngành Công nghiệp Nhựa và Hóa chất Úc (Plastics & Chemical Industries Association - PACIA)**

Hiệp hội Ngành Công nghiệp Nhựa và Hoá chất (PACIA) đại diện cho ngành công nghiệp hoá chất của Úc với doanh thu khoảng 38,6 tỷ đô la Úc/năm, tạo công ăn việc làm cho hơn 60.000 lao động và đóng góp khoảng 11,5% tổng số doanh thu ngành sản xuất của Úc.

Địa chỉ: Level 10, 10 Queen St, Melbourne, VIC 3000

Điện thoại: (+61) (03) 9611 5400

Fax: (+61) (03) 9611 5499

Email: [info@pacia.org.au](mailto:info@pacia.org.au)

Website: <http://www.pacia.org.au>

**(12) Hiệp hội Quốc gia về Điện tử và Viễn thông Úc (National Electrical & Communications Association)**

Hiệp hội Quốc gia về Điện tử và Viễn thông của Úc (NECA) có văn phòng đại diện tại tất cả các Bang và các vùng lãnh thổ của nước Úc nhằm giúp các doanh nghiệp thành viên quản lý việc kinh doanh một cách hiệu quả.

*Văn phòng Quốc gia:*

Địa chỉ: Level 4, 30 Atchison Street, St Leonards, NSW 2065

Điện thoại: (+61) (02) 9439 8523

Fax: (+61) (02) 9439 8525

Email: [necanat@neca.asn.au](mailto:necanat@neca.asn.au)

Website: <http://www.neca.asn.au>

**(13) Hiệp hội Khai mỏ và Kim loại Úc (Australian Mines and Metals Association)**

Các thành viên của Hiệp hội Khai mỏ và Kim loại Úc (AMMA) là các công ty trong ngành khai thác mỏ, hydrocarbons, hàng hải, chất nổ, năng lượng, vận tải, xây dựng, luyện kim... .

Địa chỉ: [Level 10, 607 Bourke Street, Melbourne, Victoria 3000](#)

Điện thoại: (+61) (07) 3210 0313

Email: [membership@amma.org.au](mailto:membership@amma.org.au)

Website: <http://www.amma.org.au>

#### **(14) Hội đồng Đồ uống Úc (Australian Beverages Council - ABC)**

Hội đồng Đồ uống của Úc (ABC) đại diện cho tiếng nói của ngành đồ uống không cồn, với doanh thu 7 tỷ đô la Úc/năm. Các công ty thành viên đại diện cho trên 95% sản lượng ngành tại Úc.

Địa chỉ: Level 1, 6-8 Crewe Place, ROSEBERY NSW 2018

Điện thoại: (+61) (02) 9662 2844

Fax: (+61) (02) 9662 2899

Email: [info@australianbeverages.org](mailto:info@australianbeverages.org)

Website: <http://www.australianbeverages.org/>

ABN: 12 115 440 166

#### **(15) Hiệp hội Các Sản phẩm Vệ sinh, Mỹ phẩm và các sản phẩm đặc biệt khác (ACCORD Australia Limited - ACCORD)**

Hiệp hội Các sản phẩm vệ sinh, mỹ phẩm và các sản phẩm đặc biệt khác (ACCORD) là một hiệp hội ngành hàng quốc gia của Úc về các sản phẩm vệ sinh, mỹ phẩm, và các sản phẩm đặc biệt khác.

Địa chỉ: Fusion Building, Suite C4.02, 22-36 Mountain Street, Ultimo, Sydney, NSW 2007

Điện thoại: (+61) (02) 9281 2322

Fax: (+61) (02) 9281 0366

Email: [emifsud@accord.asn.au](mailto:emifsud@accord.asn.au)

Website: <http://www.accord.asn.au>

ACN 117 659 168

ABN 83 205 141 267

#### **(16) Phòng Thương mại và Công nghiệp Australia (Australian Chamber of Commerce and Industry)**

Văn phòng tại Canberra:

Địa chỉ: Commerce House, 24 Brisbane Avenue, Barton, ACT 2600

Điện thoại: (+61) (02) 62732311

Fax: (+61) (02) 62733286

Email: [info@acci.asn.au](mailto:info@acci.asn.au)

Website: <http://www.acci.asn.au>

*Văn phòng tại Melbourne:*

Địa chỉ: Industry House, Level 3, 486 Albert Street, East Melbourne,  
VIC 3002

Điện thoại: (+61) (03) 9668 9950

Fax: (+61) (03) 9668 9958

Email: [melb@acci.asn.au](mailto:melb@acci.asn.au)

***(17) Phòng Thương mại Bang New South Wales (NSW Business Chamber)***

*Văn phòng chính:*

Địa chỉ: Level 15, 140 Arthur Street, North Sydney, NSW 2060

Điện thoại: (+61) 13 26 96

Fax: (+61) 1300 655 277

Website: <http://www.nswbusinesschamber.com.au>

***(18) Phòng Thương mại và Công nghiệp Bang Victoria (Victorian Employers' Chamber of Commerce and Industry)***

*Văn phòng chính:*

Địa chỉ: Industry House, 486 Albert Street, East Melbourne, Victoria  
3002

Điện thoại: (+61) (03) 8662 5333

Fax: (+61) (03) 8662 5462

Email: [vecci@vecci.org.au](mailto:vecci@vecci.org.au)

Website: <http://www.vecci.org.au>

## **2. MỘT SỐ THÔNG TIN CẦN BIẾT KHI KINH DOANH VỚI THỊ TRƯỜNG NIU DI LÂN**

### **2.1. Các quy định về nhập khẩu của Niu Di Lân**

#### **Các quy định đặc biệt**

Để thực hiện các thủ tục thông quan nhập khẩu hoàn chỉnh, người nhập khẩu phải nộp hồ sơ giấy tờ gốc.

Các mặt hàng động vật sống, thức ăn động vật, các sản phẩm lâm sản, các loại hạt, thuốc động vật, thực phẩm, dược phẩm, mỹ phẩm, thuốc diệt khuẩn, thuốc trừ sâu, thiết bị điện, các chất dễ cháy nổ và các sản phẩm đặc biệt khác cần tuân theo các quy định về chứng nhận và kiểm dịch.

Ngoài ra, đối với các kiện hàng sản phẩm thực vật, quần thể thực vật và các sản phẩm của chúng, cần có giấy chứng nhận y tế của cơ quan có thẩm quyền tại nước xuất xứ cấp, xác nhận rằng sản phẩm đã được kiểm tra và không có dịch bệnh.

Chứng nhận an toàn vệ sinh thực phẩm phải được ký không quá 14 ngày trước khi gửi hàng. Các nguyên liệu đóng gói phải tuân theo các quy định cụ thể.



Chất gelatin độc hại, hồ dán, dầu mỡ, mỡ động vật và các loại chất béo độc hại khác, thịt và sản phẩm từ thịt cần có giấy chứng nhận theo mẫu đặc biệt L (Special Form).

Các sản phẩm có chứa chất amiăng phải có tờ khai xuất xứ kèm theo hóa đơn thương mại. Đối với các sản phẩm đồ uống có cồn, cần có giấy chứng nhận hải quan về độ tuổi của đồ uống. Đối với rượu whisky và rượu mạnh (brandy), vỏ chứa bằng gỗ phải có độ tuổi ít nhất 3 năm.

Đối với các loại bông phế phẩm dùng để nhồi nệm hoặc quần áo đã qua sử dụng, cần có giấy chứng nhận đã tẩy trùng (không áp dụng đối với hành lý, tư trang của khách du lịch). Các loại lông cứng, da lột, da và lông có nguồn gốc từ bất kỳ nước nào có tên trong danh sách các nước thuộc quy định phòng chống bệnh than năm 1951 (trừ Úc) đều phải có giấy chứng nhận đã tẩy trùng phù hợp. Ngoài ra, có thể phải nộp cả giấy phép MAF. Các loại nguyên liệu bao gói bằng gỗ nhập khẩu cũng phải kèm theo giấy chứng nhận đã tẩy trùng.

### **Phương thức báo giá và thanh toán**

Báo giá nên được báo bằng đồng đô la Niu Di Lân, theo giá FOB hoặc CIF (Incoterms 1990). Phương thức thanh toán phổ biến là CAD (thanh toán tiền mặt sau khi nhận được chứng từ) hoặc tín dụng thư không hủy ngang.

### **Các giấy tờ cần thiết**

Các cơ quan hải quan của Niu Di Lân thực hiện việc áp dụng hệ thống kiểm tra trước. Theo đó, nhà nhập khẩu sẽ nộp các giấy tờ thủ tục có liên quan trước khi hàng hóa đến cảng. Vì vậy, nhà xuất khẩu nên gửi trước các giấy tờ có liên quan ngay khi hàng hóa được vận chuyển.

### **Hóa đơn thương mại**

Niu Di Lân không quy định mẫu hóa đơn thương mại cụ thể và không cần thiết phải nộp giấy chứng nhận hóa đơn. Trong hóa đơn cần có các thông tin sau:

- Bản mô tả đầy đủ hàng hóa
- Thông tin về số lượng sản phẩm
- Tất cả các nhãn mác và số lượng
- Nước xuất xứ
- Nước mua hàng
- Giá FOB (Incoterm 1990) bao gồm tất cả các khoản chiết khấu, hoa hồng, chi phí bao gói, chi phí chuyên chở nội địa, các điều khoản vận chuyển và chi phí bảo hiểm.

- Tờ khai có chữ ký ghi rõ ngày vận chuyển hàng kèm theo hóa đơn hoặc sử dụng mẫu NZ 4 hoặc 5.

- Tờ khai xác nhận không sử dụng các nguyên liệu bao bì bị cấm sử dụng.

Đối với hàng hóa có giá trị cao hơn 1.000 \$NZ theo giá CIF (Incoterms 1990) hoặc chịu mức thuế và /hoặc GST (Goods and Services Tax - Thuế hàng hóa và dịch vụ) mức 50 \$NZ trở lên cần có tờ khai nhập khẩu. Từ ngày 01/3/2004, tất cả tờ khai nhập khẩu được thực hiện dưới hình thức tờ khai điện tử.

Niu Di Lân không có quy định cụ thể về vận đơn, bảo hiểm. Bảo hiểm đối với hàng hóa theo thực tiễn thương mại thông thường.

### **Các mặt hàng cấm nhập khẩu hoặc hạn chế nhập khẩu**

Tất cả các loại thực phẩm nhiễm xạ bị cấm nhập khẩu vào Niu Di Lân.

Danh mục hàng hóa hạn chế và cấm nhập khẩu vào Niu Di Lân là những loại hàng hóa mà cơ quan Hải quan Niu Di Lân quy định chi tiết tên, loại hàng, lý do cấm nhập, cơ quan thẩm quyền ban hành những quy chế, quy định về luật pháp có liên quan tới từng mặt hàng cụ thể. Chi tiết áp dụng các quy định cấm này cũng như các quy định cụ thể về trách nhiệm của các cơ quan thẩm quyền cấp giấy phép nhập khẩu có thể tìm thấy trên website của Cơ quan Hải quan Niu Di Lân: <http://www.customs.gov.nz/>

Hàng hóa nhập khẩu tương tự (Parallel Importation): Nhập khẩu hàng hóa tương tự là nhập khẩu những hàng hóa được sản xuất hợp lệ ở nước ngoài, song những hàng hóa này được bảo hộ quyền sở hữu trí tuệ, nhưng lại nhập khẩu vào Niu Di Lân mà không có sự cho phép của người sở hữu quyền đó ở Niu Di Lân. Niu Di Lân đã duy trì chế độ cấm trước đây đối với nhập khẩu hàng hóa này tại các phần từ 12 đến 35 của Luật Bản quyền 1994 (Copyright Act 1994). Chi tiết liên quan tới những quy định nhập khẩu này có thể tham khảo tại: <http://www.austlii.edu.au/nz/journals/VUWLR/1999/18.html>.

Những thực phẩm có chứa chất biến đổi gen chỉ có thể được đưa ra bán và tiêu thụ ở Niu Di Lân sau khi đã được đánh giá và phê chuẩn của Cơ quan Tiêu chuẩn Thực phẩm Úc và Niu Di Lân (FSANZ), đó là cơ quan thẩm quyền phối hợp giữa hai nước, cơ quan này chịu trách nhiệm đối với việc thiết lập các quy định trong Luật Tiêu chuẩn về Thực phẩm Úc và Niu Di Lân, và FSANZ thì chịu trách nhiệm đối với việc thi hành Luật tại Niu Di Lân. Tiêu chuẩn bắt buộc đối với thực phẩm được sản xuất sử dụng công nghệ sinh học hiện đại có hiệu lực từ giữa năm 1999, tiêu chuẩn này được hình thành dưới Luật Thực phẩm 1981, cấm việc bán thực phẩm sản xuất sử dụng công nghệ sinh học trừ khi đã được đánh giá bởi FSANZ và được liệt kê trong tiêu chuẩn mã thực phẩm. Tháng 11/2007, FSANZ đã nhận được 39 đơn yêu cầu đánh giá đối với thực phẩm có chứa chất biến đổi gen,

33 trường hợp đã được phê chuẩn và 04 trường hợp hiện còn đáng xem xét, 02 trường hợp xin rút đơn.

## **2.2. Chính sách thuế và thuế suất**

### **Thuế thu nhập**

Thuế thu nhập/thuế lợi tức được khấu trừ trên khoản tiền nhận được. Thuế suất tối đa là 33%. Thuế thu nhập cũng được áp dụng với các khoản lãi suất với thuế suất tối đa 33% và có áp dụng các trường hợp ngoại trừ nhất định. Thuế thu nhập áp dụng cho người không cư trú được khấu trừ từ các khoản lãi, tiền thu nhập thêm và tiền trả cho những người này.

Thuế suất áp dụng cho các công ty là 33% và do các công ty của Niu Di Lân trả cho các nguồn thu nhập không được miễn trừ được trích từ tất cả các nguồn và áp dụng cho các công ty nước ngoài với các nguồn thu nhập từ Niu Di Lân. Năm tài khóa được tính từ ngày 1 tháng 4 năm trước đến ngày 31 tháng 3 năm tiếp theo. Tuy nhiên, đôi khi áp dụng ngày cân đối thuế khác nhau tùy theo từng trường hợp. Thuế được trả làm ba phần nếu thuế áp dụng cho thu nhập phụ trội của công ty vượt quá 2.500 NZ\$.

Thuế lợi nhuận do chủ các công ty trả trên các khoản lợi nhuận nhất định trả cho nhân viên của họ. Thuế suất là 64% hoặc ít hơn trên giá trị tính thuế của từng khoản lợi nhuận. Mức thuế sẽ phụ thuộc vào các nguồn lợi nhuận và thu nhập.

Niu Di Lân không áp dụng thuế đánh vào lợi nhuận của các chi nhánh.

Các quy định liên quan đến lệ phí chứng từ đã được bãi bỏ và hiện tại các khoản tài sản và cổ phần chuyển nhượng không bị thu thuế.

Ngoài ra, có một số thuế khác như thuế hàng hóa nội địa (áp dụng với các mặt hàng như rượu, thuốc lá, nhiên liệu và xe ô tô).

### **Thuế giá trị hàng hóa dịch vụ (GST)**

Thuế đánh vào hàng hóa và dịch vụ (GST) là 15% áp dụng với tất cả các loại hàng hóa. GST trên các mặt hàng nhập khẩu ban đầu được đánh giá dựa trên trị giá CIF (Incoterms 1990) cộng thêm các khoản phí khác.

Niu Di Lân không áp dụng thuế kinh doanh nói chung, tuy nhiên vẫn áp dụng với một số hàng hóa (như rượu, thuốc lá, nhiên liệu). Thuế tiêu dùng 15% (GST) được áp dụng với hầu hết các loại hàng hóa và dịch vụ tại Niu Di Lân, ngoại trừ một số dịch vụ tài chính và hàng hóa, dịch vụ nhất định xuất khẩu từ Niu Di Lân.

### **Thuế quan**

Thuế quan hàng hóa nhập khẩu vào Niu Di Lân áp dụng hệ thống hài hòa thuế quan chung, hầu hết các loại thuế được tính theo giá hàng, định thuế trên cơ sở trị giá FOB (Incoterms 1990). Thuế nhập khẩu với các mặt hàng công nghiệp của Niu Di Lân bị đóng băng ở một mức cố định đến ngày 01/7/2005. Tuy nhiên, hiện

tại, chính phủ Niu Di Lân đã bãi bỏ Đạo luật Sửa đổi Thuế nhập khẩu 1998 (áp dụng thuế suất 0%), theo đó tất cả các loại thuế được bãi bỏ trước ngày 01/7/2006.

Các ngành công nghiệp chịu ảnh hưởng của sự thay đổi này, gồm có quần áo, hàng dệt may, trước kia mức thuế nhập khẩu đóng băng ở mức 19% tới tháng 7 năm 2005. Chính phủ Niu Di và đặc biệt là Đảng Lao động, đã cam kết tiến tới lộ trình tự do thương mại, tuy nhiên, chỉ tiến tới các thỏa thuận thương mại trên cơ sở đôi bên cùng có lợi.

Địa chỉ liên hệ của cơ quan thuế quan:

Ban Thuế quan

Tổng cục Hải quan

Tòa nhà Đầu tư (Investment House)

Địa chỉ: PO Box 2218, Whitmore Street, Wellington

Điện thoại: +61 4 473 6099

## **Hàng rào phi thuế**

### *Hạn chế nhập khẩu*

Hiện tại Niu Di Lân đã xóa bỏ cơ chế cấp phép nhập khẩu hàng hóa vào nước này. Niu Di Lân không còn áp dụng bất kỳ hình thức hạn chế nhập khẩu hoặc hàng rào nhập khẩu vì các lý do thương mại. Tuy nhiên, vẫn còn các quy tắc và quy định khắt khe về an toàn vệ sinh động thực vật liên quan đến vấn đề sức khỏe, hàm lượng, an toàn vệ sinh và dán nhãn xuất xứ.

Đối với một số sản phẩm động thực vật, có thể vẫn yêu cầu có giấy phép nhập khẩu do Bộ Nông nghiệp và Lâm nghiệp Niu Di Lân cấp, bao gồm cả cây giống và động vật sống. Đối với các loại động thực vật có nguy cơ tuyệt chủng, cần có chứng nhận CITES (Công ước về thương mại quốc tế đối với các loài động thực vật có nguy cơ tuyệt chủng). Đối với các loại thuốc cho động vật và thuốc trừ sâu, cần có sự cho phép nhập khẩu của Ủy ban kiểm soát dịch bệnh động vật hoặc Ủy ban Hóa chất Nông nghiệp Niu Di Lân.

Nhiều sản phẩm bị cấm nhập khẩu theo các quy định về an ninh sinh học. Trong khi đó, các quy định nhập khẩu đặc biệt được áp dụng đối với các loại vũ khí và các chất nguy hiểm như cloflocacbon.

### *Hàng rào kỹ thuật (TBT)*

Theo luật pháp cũng như việc áp dụng hiện hành của Niu Di Lân về tiêu chuẩn sản phẩm, quy chuẩn kỹ thuật và quy trình đánh giá sự phù hợp là giống như của Úc và tương ứng với mọi tiêu chuẩn điều kiện của khối “Thị trường chung” (Commonwealth Law) và phù hợp với tiêu chuẩn quốc tế.

Có thể truy cập thông tin liên quan đến vấn đề này trên các trang web: [www.standards.co.nz](http://www.standards.co.nz); [www.standards.org.au/](http://www.standards.org.au/)

Mọi tiêu chuẩn chất lượng (theo hệ thống quản lý chất lượng ISO 9000), tiêu chuẩn vệ sinh an toàn thực phẩm (hệ thống HACCP), tiêu chuẩn an toàn cho người sử dụng, tiêu chuẩn bảo vệ môi trường và tiêu chuẩn về lao động và an toàn lao động ở Niu Di Lân đều là bắt buộc mà các doanh nghiệp phải tự giác tuân thủ và thông qua một công ty cấp giấy chứng nhận cho những dịch vụ cung cấp này là Telarc Limited. Có thể tham khảo trên trang web: [www.telarc.co.nz](http://www.telarc.co.nz)

Về bảo đảm an toàn hàng hoá và hướng dẫn người tiêu dùng ở Niu Di Lân có trên trang web của Bộ Phát triển Kinh tế (MED) và Hiệp hội An toàn Thực phẩm.

Có thể tìm thông tin về tiêu chuẩn, qui chuẩn và điều luật cụ thể về tiêu chuẩn luật lệ an toàn hàng hoá của Niu Di Lân trên trang web: [www.legislation.govt.nz](http://www.legislation.govt.nz)

(Lưu ý: mọi vấn đề liên quan đến tiêu chuẩn và điều lệ an toàn hàng hoá đều phải mua).

Điểm Hỏi đáp của Niu Di Lân về TBT:

Standards New Zealand  
Radio New Zealand House  
155 The Terrace  
Private Bag 2439  
Wellington - New Zealand  
Tel: + (64 4) 498 59 90  
Fax: + (64 4) 498 59 94  
E-mail: [wto@standards.co.nz](mailto:wto@standards.co.nz)

### **2.3. Quy định về bao gói, nhãn mác**

Có rất ít các quy định pháp lý về đóng gói. Tuy nhiên, luật pháp Niu Di Lân cấm sử dụng đất, than bùn, rơm, cỏ hoặc rêu nhiễm độc hoặc sử dụng bao, túi đã qua sử dụng, vải bố và các nguyên liệu vải gai, cỏ, rơm hoặc trấu làm bao gói. Khi nhập khẩu phải khai báo rõ không sử dụng các nguyên liệu trên làm bao gói, nếu không hàng hóa sẽ phải qua kiểm dịch và nhà nhập khẩu sẽ phải chịu các chi phí liên quan. Nhà nhập khẩu sẽ phải khai báo vào trong hóa đơn thương mại.

Các nguyên liệu bao gói bằng gỗ phải được bỏ hết vỏ và không có dấu hiệu dịch bệnh; khai báo của nhà xuất khẩu tất cả nguyên liệu gỗ dùng cho bao gói đã được loại bỏ hết vỏ và không có dấu hiệu dịch bệnh khi vận chuyển hoặc cần có giấy chứng nhận kiểm dịch chi rõ nguyên liệu bao gói đã được xử lý nhiệt và khử trùng.

Nếu sử dụng các loại nguyên liệu khác làm bao gói, trên hóa đơn cần ghi rõ “không sử dụng gỗ làm bao gói”. Nhà xuất khẩu có thể gửi kèm theo tờ khai được ký vào ngày chuyển hàng đến Niu Di Lân cùng với hóa đơn và vận đơn đường biển hoặc biểu mẫu NZ số 4 và 5.

Việc sử dụng các container hàng hóa bị kiểm soát rất nghiêm ngặt. Doanh nghiệp Việt Nam có thể tham khảo thông tin chi tiết trong quy định về container và hàng hóa chở bằng container do Bộ Nông nghiệp và Lâm nghiệp Niu Di Lân, Wellington phát hành.

Ngành đường sắt Niu Di Lân giới hạn kích cỡ các thùng hàng, chiều rộng tối đa 2.680 mm và dài 1.970mm. Vì vậy, nhà xuất khẩu cần đảm bảo thùng hàng đáp ứng quy định về kích cỡ này.

Bao gói và các vật dụng có tổng trọng lượng 1 tấn trở lên cần đánh dấu rõ ràng bằng chữ dễ nhìn và bền với chiều cao không thấp hơn 25mm.

Tất cả các mặt hàng thực phẩm phải tuân theo các quy định về an toàn vệ sinh thực phẩm do Bộ Y tế đưa ra. Đối với các mặt hàng đồ uống có cồn, nhãn mác cần ghi rõ hàm lượng cồn. Ngoài ra, có một số quy định đặc biệt liên quan đến việc đánh dấu và dán nhãn các mặt hàng hóa chất, chất độc hại và thuốc.

Các mặt hàng dệt may cần tuân thủ theo các quy định về nhãn mác được cụ thể hóa trong Các quy định về tiêu chuẩn thông tin cho người tiêu dùng (nhãn mác tiêu dùng) năm 1992 và các quy định về tiêu chuẩn thông tin cho người tiêu dùng (nhãn mác về hàm lượng sợi) năm 1992.

Đối với các mặt hàng giày dép, quần áo và pin điện thoại dạng khô cần dán nhãn nước xuất xứ.

Các yêu cầu dán nhãn bắt buộc đối với thực phẩm biến đổi gen có hiệu lực từ tháng 12/2001. Chỉ có một vài ngoại lệ, thực phẩm ở dạng cuối cùng có thể ADN chưa có khả năng tách được hoặc có chứa một loại protein xuất phát từ biến đổi gen phải được dán nhãn. Việc đáp ứng được các yêu cầu về dán nhãn thực phẩm ở Niu Di Lân đối với thực phẩm biến đổi gen có thể là cực kỳ phiền toái cho các nhà xuất khẩu nông sản bán các nguyên liệu cho chế biến thực phẩm. Các nhà bán buôn và bán lẻ của Niu Di Lân thường yêu cầu nhà xuất khẩu phải công bố rằng sản phẩm không phải là biến đổi gen khi cung cấp sản phẩm. Điều này cho phép nhà nhập khẩu đánh giá một cách có hiệu quả về khả năng của bất kỳ nhãn sản phẩm nào không phù hợp với nhãn theo quy định. Các quy định về thực phẩm của Niu Di Lân đòi hỏi các doanh nghiệp thực thi phù hợp với các tiêu chuẩn yêu cầu, những tiêu chuẩn này thường được xác định khi xác nhận bằng giấy tờ hoặc kiểm tra chứng cứ phù hợp theo từng giai đoạn. Người vi phạm về yêu cầu dán nhãn hàng hóa sẽ bị phạt theo Luật Thực phẩm năm 1981.

#### **2.4. Quy định về kiểm dịch động thực vật khi nhập khẩu hàng hóa vào Niu Di Lân**

Việc nhập khẩu các loại thực vật, hạt giống, thuốc động thực vật, rau quả, động vật và sản phẩm từ động vật bị giới hạn ở một số cảng biển và cảng hàng

không nhất định và được các cơ quan có thẩm quyền tiến hành các thủ tục kiểm dịch. Cơ quan kiểm dịch sẽ quyết định các loại quả và thực vật bị nhiễm dịch bệnh có thể bị tiêu hủy, vận chuyển ra khỏi Niu Di Lân hoặc diệt khuẩn với chi phí do chủ hàng chịu.

Động vật và sản phẩm từ động vật phải đáp ứng các điều kiện của các quy định có liên quan, nếu không sẽ phải chịu các chi phí phụ thêm cho công tác kiểm dịch, xử lý, đóng gói lại hoặc vận chuyển.

Việc nhập khẩu các sản phẩm từ mây, tre và trúc, bao gồm cả các loại đồ nội thất sẽ phải qua khử trùng methyl bromide khi cập cảng. Loại nguyên liệu được sử dụng phải được ghi rõ trong hóa đơn.

Các loại thực phẩm phải tuân thủ theo các quy định nghiêm ngặt về an toàn vệ sinh thực phẩm, thành phần, vấn đề về phẩm màu, chất bảo quản và nhãn mác. Niu Di Lân đã đưa ra danh sách các loại thực phẩm “at risk” (rủi ro) phải chịu kiểm dịch thường xuyên bởi các cơ quan kiểm dịch địa phương.

Các loại phương tiện giao thông và máy móc đã qua sử dụng không được chứa đất và các chất gây ô nhiễm.

Các tiêu chuẩn pháp lý đối với dược phẩm gồm có:

- Quy định về dược phẩm năm 1984.
- Quy định về dược phẩm của Anh (the British Pharmacopoeia)
- Bộ Luật về Dược phẩm của Anh
- Quy định của châu Âu (the European Pharmacopoeia)
- Quy định của Hoa Kỳ (the United States Pharmacopoeia)
- Danh sách kiểm soát dược phẩm của Hoa Kỳ (the United States National Formulary).

## **2.5. Quy định về tiêu chuẩn hàng hóa**

Tiêu chuẩn đối với hàng nông lâm thủy sản tiêu dùng trong nước và nhập khẩu là do Bộ Nông Lâm Niu Di Lân đưa ra (tiêu chuẩn cụ thể đối với từng nhóm hàng, mặt hàng). Những quy định này không cố định mà có sự điều chỉnh linh hoạt phù hợp với quy định của WTO và thực tiễn thương mại của Niu Di Lân.

Nông nghiệp, trồng/làm vườn, lâm nghiệp, khai khoáng và đánh bắt hải sản đóng vai trò trụ cột quan trọng đối với nền kinh tế Niu Di Lân. Vì vậy, để bảo vệ ngành nông nghiệp, tránh lây lan dịch bệnh từ các nước, Niu Di Lân đưa ra quy định và kiểm soát chặt chẽ đối với sản phẩm nông nghiệp nhập khẩu.

Niu Di Lân duy trì chế độ giám sát vệ sinh dịch tễ gần như đối với toàn bộ các sản phẩm nông sản nhập khẩu. Từ năm 2006, Niu Di Lân thực hiện quy trình mới

đối với việc thực hiện phân tích rủi ro nhập khẩu (Import Risk Analysis - IRA) và phát triển các tiêu chuẩn sức khỏe đối với hàng hóa nhập khẩu (Import Health Standards - IHS). Ngày 01/7/2006, Niu Di Lân đã tiến hành thực hiện một hệ thống mới đối với hỗ trợ, ưu tiên và quản lý phát triển các tiêu chuẩn IHS. Tháng 12/2007, Niu Di Lân đã công bố các quy trình mới đối với việc góp ý, thông qua các bản dự thảo và tiến tới hoàn chỉnh đối với các IRA. Hệ thống mới này thể hiện sự minh bạch hơn và có thêm nhiều nguồn quản lý trực tiếp tham gia vào các ưu tiên nhất, tăng thêm các nguồn lực sẵn có đối với việc phát triển các IRA. Quy trình mới chắc chắn sẽ mở rộng thời hạn đánh giá rủi ro và thông qua đối với một đề xuất mới.

### ***Phân tích Rủi ro Nhập khẩu (IRA)***

Đối với bất kỳ nông sản thực phẩm nhập khẩu có nguy cơ đối với an toàn sức khỏe của con người, động thực vật, Niu Di Lân tiến hành Phân tích Rủi ro Nhập khẩu (IRA). Cơ quan An Toàn Sinh học (Biosecurity New Zealand- BNZ) thuộc Bộ Nông Lâm, chủ trì tiến hành lập Bản Dự thảo đưa ra các mô tả sản phẩm, phương thức vận chuyển và nhập khẩu, cách xử lý khử trùng đối với sản phẩm trước khi nhập khẩu, các yếu tố rủi ro có thể lây nhiễm sang môi trường của Niu Di Lân. BNZ xác định từng loại nguy cơ rủi ro gồm các loại ruồi, bọ, giòi, côn trùng và nấm, đặc tính sinh học, mức độ ký sinh và phân bố, đánh giá rủi ro, tiên lượng và cách đối phó với rủi ro. Thông tin chi tiết về các bản báo cáo có thể tham khảo tại: <http://www.biosecurity.govt.nz/files/strategy/consultation/risk-analysis>

Phân tích rủi ro nhập khẩu (IRA) là công cụ hữu hiệu mà các nước phát triển sử dụng nhằm hạn chế sự lây nhiễm có thể có từ hàng nhập khẩu đối với môi trường và sản xuất trong nước đối với hàng nông sản từ các nước xuất khẩu. IRA yêu cầu cần có sự hợp tác ở cấp chính phủ giữa nước nhập khẩu và nước xuất khẩu, theo đó bên nhập khẩu tiến hành phân tích và yêu cầu bên xuất khẩu sẵn sàng cung cấp các thông tin về môi trường và quy trình sản xuất sản phẩm cũng như cam kết các biện pháp thực nhằm hạn chế sự lây nhiễm hoặc thậm chí đình chỉ việc nhập khẩu. Về mặt lý thuyết, đây là công cụ mang tính kỹ thuật, song trên thực tế, rất nhiều nước đã sử dụng công cụ này để kéo dài quá trình phân tích và đình chỉ việc nhập khẩu sản phẩm từ một số nước, đặc biệt là Úc đã sử dụng phương thức này và đã gặp phải sự phản đối từ các nước xuất khẩu, nhất là các nước nhiệt đới đối với các sản phẩm hoa quả, thịt.

### ***Tiêu chuẩn Nhập khẩu An toàn (IHS)***

Dựa trên Bản dự thảo IRA, Bản IHS mô tả các yêu cầu phải đáp ứng trước khi xếp hàng xuống tàu, vận chuyển và tới Niu Di Lân để có thể thông quan đối với lô hàng nhập khẩu từ nước có nguy cơ vào Niu Di Lân. Các yêu cầu chung được quy định tại Tiêu chuẩn An toàn Sinh học số 152.95 của Bộ Nông lâm: *Nhập khẩu và thông quan đối với Rau và Hoa quả tươi nhập khẩu vào Niu Di Lân.*



Bản Dự thảo đưa ra các nội dung chính như: Điểm liên lạc chính thức; các điều kiện chung; giải trình về các loại côn trùng và các phương thức sẽ được áp dụng như: giám sát đối với các khu vực không bị nhiễm trùng, kiểm định trước khi xuất khẩu, các biện pháp khử trùng của bên xuất khẩu, các hình thức loại trừ phải thực hiện trước khi xếp hàng, giám sát đối với lô hàng xuất khẩu, cấp giấy chứng nhận vệ sinh an toàn thực phẩm đối với lô hàng và kiểm tra khi tới Niu Di Lân. Chi tiết có thể tham khảo tại: <http://www.biosecurity.govt.nz/strategy-and-consultation/consultation/>

Ngày 19/3/2007, Bộ Nông Lâm Niu Di Lân (MAF) vừa mới công bố về việc điều chỉnh và sửa đổi Tiêu chuẩn số 152.02 về nhập khẩu và thông quan đối với hoa quả và rau tươi nhập khẩu vào Niu Di Lân. Tiêu chuẩn mới này được phát hành dựa trên Phần 22 của Đạo Luật An toàn Sinh học năm 1993 và thay cho các Tiêu chuẩn quy định ban hành gần đây nhất vào ngày 30/9/2005 với các điều chỉnh nhằm đưa ra một số vấn đề thay đổi tối thiểu, các vấn đề về định hình và kỹ thuật.

Những điều chỉnh chính trong bản tiêu chuẩn rau và hoa quả nhập khẩu này bao gồm các nội dung cụ thể:

- Bổ sung các quy định riêng đã ban hành trước đây đối với chanh và đu đủ nhập khẩu từ Vanuatu, chuối, đu đủ nhập khẩu từ Úc, gừng nhập khẩu từ Papua Niu Ghinê, nhãn, xoài, vải nhập khẩu từ Thái Lan;
- Cập nhật thêm các quy định tiêu chuẩn đối với đu đủ, nho nhập khẩu từ Mỹ, tỏi từ Trung Quốc, hành nhập khẩu từ Úc;
- Bản tiêu chuẩn mới bổ sung thêm phần 8.6 (đối với hàng hoá đã qua chế biến);
- Bổ sung cách định nghĩa đối với súp lơ xanh nhập khẩu từ Úc;
- Bổ sung cách định nghĩa về hàng ký uỷ thác tại phần PP47;
- Thay đổi tên khoa học của một số rau quả nhập khẩu từ Tonga, Samoa;
- Các điều chỉnh về việc quản lý và cách in thành các yêu cầu chung và các yêu cầu đối với hàng qua chế biến;
- Cập nhật thêm các đầu mối liên lạc của Cơ quan An toàn Sinh học Niu Di Lân;
- Bổ sung các chi tiết về ngày ban hành IHS (Import Health Standard) đối với các loại hàng nhập khẩu trong phần “Những thông tin khác”;
- Bổ sung thêm các đầu mối liên lạc thông qua mạng cho toàn bộ các tiêu chuẩn đối với các IHS riêng biệt.

Trong các phụ lục chi tiết về yêu cầu hàng hoá nhập khẩu từ các nước khác nhau, quy định yêu cầu khai báo bổ sung về vệ sinh dịch tễ trên loại hàng nhập khẩu trong danh mục các nước có danh sách các mặt hàng rau và hoa quả có thoả thuận nhập khẩu vào Niu Di Lân, Việt Nam không có tên.

Để tìm hiểu thông tin chi tiết, có thể truy cập theo địa chỉ sau:  
<http://www.biosecurity.govt.nz/imports/plants/standards/152-02.pdf>.

## 2.6. Kênh phân phối hàng hoá và mạng lưới thương nhân

Niu Di Lân có hệ thống kênh phân phối khá lâu đời và trải rộng khắp từ Bắc xuống Nam. Hàng hoá mua bán trên thị trường Niu Di Lân được hình thành và luân chuyển từ 3 nguồn chính, tương tự với 3 khu vực hoạt động kinh doanh lớn là: sản xuất, nhập khẩu và xuất khẩu. Hệ thống phân phối hàng hoá tại Niu Di Lân cũng hình thành từ 3 nguồn lớn đó tạo nên một hệ thống phân phối (supply chains) mang đặc thù sau:

**Kênh phân phối/tiêu thụ trong nước** là lâu đời và có trình độ chuyên môn khá cao. Hầu hết, nhà sản xuất Niu Di Lân không thực hiện việc bán và tổ chức kênh tiêu thụ, họ chỉ tập trung vào chất lượng sản phẩm, còn khâu tiêu thụ/bán hàng do các nhà buôn, hoặc các hãng bán lẻ đảm nhận thông qua việc ký và thực hiện các hợp đồng cung cấp sản phẩm trực tiếp cho các hãng, thậm chí cửa hàng bán lẻ dưới hình thức nhà bán lẻ thiết kế và đăng ký mẫu mã sản phẩm; Nhà sản xuất chịu trách nhiệm về chất lượng sản phẩm; Giá cả hoàn toàn cạnh tranh. Như vậy, kênh này có mặt của các hãng bán buôn, bán lẻ và hệ thống siêu thị.

**Kênh nhập khẩu** cũng tương tự như kênh nhập khẩu của các nước phát triển khác. Hệ thống này phổ biến ở hầu hết các kênh sản phẩm nhập từ các nước phát triển và đang phát triển. Kênh này hình thành khá lâu, mang tính tự phát. Không có sự can thiệp của nhà nước. Thương nhân trong kênh có thể là các nhà nhập khẩu chuyên nghiệp hay là chính các mạng lưới bán lẻ chính, thậm chí là các nhà phân phối trong một ngành hàng. Họ tiến hành mua hàng qua các đại lý mua hàng ở nước ngoài hay trực tiếp với các nhà cung cấp nước ngoài. Trước xu thế phát triển ngày càng mở, các doanh nghiệp quy mô nhỏ hơn cũng có nhu cầu tìm kiếm trực tiếp các nhà cung cấp nước ngoài (thông qua các yêu cầu giới thiệu gửi tới).

Do mang đặc thù của thị trường nhỏ, dân số ít nên hầu hết các công ty thương mại ở Niu Di Lân là các công ty vừa và nhỏ. Các doanh nghiệp Niu Di Lân rất coi trọng chữ tín trong quan hệ bạn hàng và khách hàng. Hệ thống phân phối tuy không lớn về quy mô kinh tế, nhưng có truyền thống phát triển lâu dài, uy tín về điều kiện vận tải, giao nhận và tài chính theo hợp đồng giữa các đối tác trong các khâu được hình thành và duy trì rất lâu năm, có uy tín cao đối với người tiêu dùng nên ít có sự thay đổi và đặc biệt khó khăn trong việc hình thành, thiết kế những quan hệ bạn hàng mới, từ bên ngoài.

Trong hệ thống phân phối ở Niu Di Lân, ít có mặt các Department stores loại rất cao cấp và sang trọng. Do trình độ phát triển, giá nhân công lao động cao và sức mua không cao lắm, nên chi phí cho các khâu trong kênh phân phối chiếm một tỷ lệ khá cao trong giá sản phẩm cuối cùng khi tới tay người tiêu dùng. Mức cộng lãi

trong kênh phân phối ở Niu Di Lân là khá cao và ở mức trên 50% so với giá CIF, trong đó, khâu bán buôn chiếm 20% và khâu bán lẻ là trên 30%.

## **2.7. Văn hóa kinh doanh**

Văn hóa kinh doanh của Niu Di Lân cũng giống với một số nước khác. Để tạo lập mối quan hệ kinh doanh bền vững, việc gặp mặt trực tiếp vẫn rất quan trọng và cần phải nhanh chóng trả lời các đơn hỏi hàng của đối tác.

Thông thường, nên có kế hoạch chuẩn bị cẩn thận cho các cuộc viếng thăm, cần thông báo trước khoảng 4 tuần. Bạn cũng có thể thông báo trước cho đối tác hai tuần trước khi gặp gỡ, tuy nhiên, càng nhiều thời gian chuẩn bị, càng đảm bảo chương trình làm việc sẽ suôn sẻ. Việc đúng giờ cũng rất quan trọng.

Người Niu Di Lân thường nghỉ lễ theo lịch nghỉ của trường học hoặc trong các ngành nghỉ lễ chung (như lễ Phục sinh và lễ Giáng sinh). Vì thế, cần tránh lên lịch gặp gỡ đối tác vào các dịp này.

## **2.8. Một số địa chỉ hữu ích**

### ***(1) Đại sứ quán Niu Di Lân tại Hà Nội***

63 Lý Thái Tổ, Tràng Tiền, Hoàn Kiếm, Hà Nội

Điện thoại: 84 4 3824 1481

Fax: 84 4 3824 1480

Email: [nzembassy.hanoi@mft.net.nz](mailto:nzembassy.hanoi@mft.net.nz)

Website: <http://www.nzembassy.com>

### ***(2) Tổng lãnh sự quán Niu Di Lân tại thành phố Hồ Chí Minh***

P804/Tầng 8 Tòa nhà Metropolitan, 235 Đường Đồng Khởi, Quận 1,

TP. Hồ Chí Minh

Điện thoại: 84 8 38226907

Fax: 84 8 38226905

Email: [Thao.Nguyen@nzte.govt.nz](mailto:Thao.Nguyen@nzte.govt.nz)

### ***(3) Phòng Thương mại Công Nghiệp & Giới chủ Khu vực Wellington (WECC)***

WECC- Tiếng nói của giới doanh nghiệp Wellington nhằm mục tiêu khuyến khích phát triển kinh doanh khu vực và đại diện cho các doanh nghiệp trong khu vực kể từ năm 1856.

Trong những năm đầu, WECC là công cụ trong việc hình thành cơ sở hạ tầng của khu vực. Ngày nay, thành viên của WECC kể từ các tập đoàn lớn cho tới các nhà kinh doanh đơn lẻ tiếp tục được hưởng lợi từ các nền tảng chính sách hỗ trợ các hoạt động kinh doanh rộng lớn bởi các phòng và các mạng lưới cá nhân gần gũi và liên hệ giữa các thành viên.

Là thành viên sáng lập của Phòng Thương mại Niu Di Lân, WECC là một nhánh của Trung tâm Thương mại - Business Central (trước đây gọi là Trung Tâm Thương mại Giới chủ) được hình thành từ việc sáp nhập với Hiệp hội các nhà Sản xuất và Giới chủ năm 2010.

WECC cung cấp một loạt các dịch vụ cho các thành viên, từ vận động hành lang và tham vấn về các vấn đề liên quan tới kinh doanh vùng Wellington thông qua tổ chức các sự kiện và các khóa đào tạo. WECC cũng đóng vai trò trong việc phát hành các tài liệu thương mại như Carnets (vi sa cho hàng xuất khẩu tới một số thị trường), Giấy chứng nhận xuất xứ hàng hoá và cung cấp dịch vụ tạo thuận lợi thương mại thông qua mạng lưới toàn cầu mà WECC kết nối. WECC cung cấp hàng loạt các dịch vụ tư vấn về Luật lao động, nghề nghiệp và an toàn và các yếu tố khác của quản lý nguồn nhân lực dưới thương hiệu của Business Central.

Với số lượng thành viên lên tới 1.500, WECC hiện là mạng lưới doanh nghiệp kinh doanh lớn nhất trong vùng Wellington, website: <https://www.wecc.org.nz>

#### ***(4) Hội đồng Doanh nghiệp ASEAN- Niu Di Lân (ASEAN- New Zealand Business Council - ANZBC)***

Một con đường đến 10 thị trường Đông Nam Á - đó là khẩu hiệu của ANZBC. ANZBC kết nối các doanh nghiệp Niu Di Lân với các đối tác thương mại ASEAN. ANZBC là một tổ chức mà tên gọi trước đây của nó là Hội đồng Kết nối Doanh nghiệp ASEAN - Niu Di Lân, với chủ trương và quan tâm là cung cấp mạng lưới để các doanh nghiệp Niu Di Lân tìm kiếm địa chỉ liên lạc, tìm hiểu về thị trường và được hỗ trợ bằng nhiều phương thức khác nhau trong các nỗ lực kinh doanh với các doanh nghiệp ASEAN. ANZBC kết nối với các cơ quan chính phủ và doanh nghiệp tại Niu Di Lân và với các nước ASEAN, ANZBC cung cấp và thông tin thiết lập các mối liên kết quan trọng. Trên hết, đó là các mạng lưới quan trọng nhất cho bất cứ ai có khát vọng kinh doanh với ASEAN.

ANZBC tổ chức các hoạt động và sự kiện đều đặn thông qua và phục vụ các thành viên của mình. Thương vụ Việt Nam tại Niu Di Lân (VTO) cũng là một thành viên của ANZBC kể từ tháng 11/2013. Các sự kiện thương mại mà VTO phối hợp với ANZBC là Hội thảo Doanh nghiệp Việt Nam - Niu Di Lân nhân kỳ họp lần thứ 5 Ủy ban Hợp tác Kinh tế và Thương mại hai nước (tháng 11/2014). ANZBC đóng vai trò tích cực trong phối hợp với VTO trong việc tổ chức các Diễn đàn Doanh nghiệp Niu Di Lân - Việt Nam nhân các chuyến thăm chính thức của các lãnh đạo cấp cao hai nước, trong đó có Diễn đàn doanh nghiệp Niu Di Lân - Việt Nam do Thủ tướng Chính phủ Nguyễn Tấn Dũng chủ trì hồi tháng 3/2015. Sắp tới, ANZBC sẽ phối hợp cùng trường Đại học Úc tổ chức Diễn Đàn ASEAN 2015 (ASEAN Forum 2015) vào ngày 31/08/2015, một sự kiện nhân dịp kỷ niệm 40 năm quan hệ ASEAN - Niu Di Lân.

Địa chỉ: PO Box 133262, Eastridge, Auckland 1146 New Zealand  
Phone: +64 9 578 1312  
Fax: +64 9 578 1326  
Email: [info@asean.org.nz](mailto:info@asean.org.nz)  
Web: <http://www.asean.org.nz>

**(5) Hội đồng Kết nối Doanh nghiệp ASEAN - Niu Di Lân (ASEAN New Zealand Combined Business Council)**

Địa chỉ: PO Box 133262, Eastridge, Auckland 1146 New Zealand  
Phone: +64 9 578 1312  
Fax: +64 9 578 1326  
Email: [info@asean.org.nz](mailto:info@asean.org.nz)  
Web: <http://www.asean.org.nz>

**(6) Bộ Các ngành Công nghiệp Cơ bản Niu Di Lân (Ministry for Primary Industries)**

Địa chỉ: 25 The Terrace PO Box 2526 Wellington 6140 New Zealand  
Phone: +64 4 894 0100  
Web: <http://www.foodsafety.govt.nz>

**(7) Ban Phát triển Thương mại Niu Di Lân (New Zealand Trade Development Board - TRADENZ)**

Địa chỉ: 23-29, Albert Street P.O.Box 8680, AUCKLAND  
Tel: (00649) 3664768  
Fax: (00649) 3664767  
Email: [info@tradenz.govt.nz](mailto:info@tradenz.govt.nz)  
Website: <http://www.tradenz.govt.nz>  
Dịch vụ: J01-OL, J03-OL, J06-OL, J08-RQ, J14-OL

**(8) Phòng Thương mại MARLBOROUGH (Marlborough Chamber of Commerce)**

Địa chỉ: 22, Scott Street, Suite C P.O.Box 658, BLENHEIM  
Tel: (00643) 5777347  
Fax: (00643) 5777400  
Email: [mcoc@claer.net.nz](mailto:mcoc@claer.net.nz)  
Website: <http://www.marlborough.net.nz>  
Dịch vụ: J05-RQ, J06-RQ, J08-RQ, J11-RQ, J14-RQ, J15-RQ

**(9) Phòng Thương mại Vùng Nelson (Nelson Regional Chamber of Commerce Inc. - Commerce Nelson)**

Địa chỉ: 54, Montgomery Square P.O.Box 1121, NELSON 7015  
Tel: (00643) 5481363  
Fax: (00643) 5468373  
Email: [office@commerce.org.nz](mailto:office@commerce.org.nz)

Website: <http://www.commerce.org.nz>

Dịch vụ: J08-RQ, J09-RQ, J11-RQ, J12-RQ, J13-RQ, J14-RQ, J16-RQ

**(10) Phòng Thương mại và Công nghiệp OTAGO (Otago Chamber of Commerce and Industry)**

Địa chỉ: Level 7, 106 Geoge Street P.O.Box 5713, DUNEDIN

Tel: (00643) 4790181

Fax: (00643) 4770341

Email: [office@otagochamber.co.nz](mailto:office@otagochamber.co.nz)

Website: <http://www.otagochamber.co.nz>

Dịch vụ: J05-RQ, J08-RQ, J10-RQ, J11-OL, J11-RQ, J12-RQ, J13-RQ, J14-RQ, J16-RQ

**(11) Phòng Thương mại Vùng Wellington (Wellington Regional Chamber of Commerce)**

Địa chỉ: 109, Featherston Street, 9<sup>th</sup> Floor P.O.Box 1590

WELLINGTON 6015

Tel: (00644) 9146513

Fax: (00644) 9146524

Email: [info@wgtm-chamber.co.nz](mailto:info@wgtm-chamber.co.nz)

Website: <http://www.wgtmchamber.co.nz>

Dịch vụ: J05-RQ, J08-RQ, J11-RQ, J13-RQ

### **3. MỘT SỐ ĐỊA CHỈ HỮU ÍCH CỦA VIỆT NAM**

#### **3.1. Một số cơ quan có thẩm quyền của Việt Nam**

**(1) Bộ Ngoại giao**

Địa chỉ: Số 1, Tôn Thất Đàm, Quận Ba Đình, Hà Nội

Điện thoại: (04) 1992703

Website: <http://www.mofa.gov.vn>

**(2) Bộ Công Thương**

Địa chỉ: Số 54, Hai Bà Trưng, Hoàn Kiếm, Hà Nội

Điện thoại: (04) 22202220; (04) 22202222

Fax: (04) 22202525

Website: <http://www.moit.gov.vn>

**(3) Bộ Nông nghiệp và Phát triển Nông thôn**

Địa chỉ: Số 2, Ngọc Hà, Ba Đình, Hà Nội

Điện thoại: (04) 38468161

Fax: (04) 38454319

Email: [bnn@mard.gov.vn](mailto:bnn@mard.gov.vn)

Website: <http://www.mard.gov.vn>



**(4) Tổng cục Hải quan**

Địa chỉ: Tòa nhà Tổng cục Hải quan - Lô E3 - Đường Dương Đình  
Nghệ - Cầu Giấy - Hà Nội  
Điện thoại: (04) 39440833  
Fax: (04) 39440636  
Email: [tongcuchaiquan@customs.gov.vn](mailto:tongcuchaiquan@customs.gov.vn)  
Website: <http://www.customs.gov.vn>

**(5) Tổng cục Tiêu chuẩn Đo lường Chất lượng**

Địa chỉ: Số 08, đường Hoàng Quốc Việt, quận Cầu Giấy, Hà Nội  
Điện thoại: (04) 37911641; (04) 37911606  
Fax: (04) 37911595  
Email: [vptcd@fpt.vn](mailto:vptcd@fpt.vn)  
Website: <http://www.tcvn.gov.vn/>

**(6) Cục Quản lý chất lượng Nông Lâm sản và Thủy sản (NAFIQAD)**

Địa chỉ: Số 10, Nguyễn Công Hoan, Ba Đình, Hà Nội  
Điện thoại: (04) 38310983  
Fax: (04) 38317221  
Email: [nafiqad@mard.gov.vn](mailto:nafiqad@mard.gov.vn)  
Website: <http://www.nafiqad.gov.vn>

**(7) Văn phòng Thông báo và Hỏi đáp Quốc gia về Tiêu chuẩn Đo lường Chất lượng (TBT Việt Nam)**

Địa chỉ: Số 8, Hoàng Quốc Việt, Cầu Giấy, Hà Nội  
Điện thoại: (84-4) 37911599/37912145  
Fax: (84-4) 37912145/37913441  
Email: [tbtvn@tcvn.gov.vn](mailto:tbtvn@tcvn.gov.vn)  
Website: <http://www.tbtvn.org>

**(8) Phòng Thương mại và Công nghiệp Việt Nam**

Địa chỉ: Số 9, Đào Duy Anh, Đống Đa, Hà Nội  
Điện thoại: (84-4) 35742022  
Fax: (84-4) 35742020  
Website: <http://www.vcci.com.vn>

**(9) Cục Xúc tiến Thương mại**

Địa chỉ: Số 20, Lý Thường Kiệt, Hà Nội  
Điện thoại: (84-4) 39347628  
Fax: (84-4) 39348142/39344260  
Email: [vietrade@vietrade.gov.vn](mailto:vietrade@vietrade.gov.vn)  
Website: <http://www.vietrade.gov.vn>

### **3.2. Cơ quan ngoại giao, thương vụ của Việt Nam tại Úc và Niu Di Lân**

#### ***(1) Đại sứ quán Việt Nam tại Úc***

Địa chỉ: Chancery: 6 Timbarra Crescent O'Malley ACT 2606  
Điện thoại: (61-2) 6286 6059; 6290 1556; 6290 1894; 6286 6267  
Fax: (61-2) 6286 4534  
Email: [vembassy@webone.com.au](mailto:vembassy@webone.com.au)  
Website: <http://www.vnembassy-australia.gov.vn>

#### ***(2) Thương vụ Việt Nam tại Úc***

Địa chỉ: 115 Commonwealth Street, Surry Hills, Sydney, NSW 2010  
Australia  
Điện thoại: (612) 9211-6664  
Email: [au@moit.gov.vn](mailto:au@moit.gov.vn); [vntrade@bigpond.net.au](mailto:vntrade@bigpond.net.au)  
Fax: (612) 9211-6653

#### ***(3) Đại sứ quán Việt Nam tại Niu Di Lân***

Địa chỉ: Level 21 Grand Plimmer Tower, 2-6 Gilmer Terrace,  
Wellington 6011  
Điện thoại: (644) 473 5912  
Fax: (644) 473 5913  
Email: [embassyvn@clear.net.nz](mailto:embassyvn@clear.net.nz)  
Website: <http://www.vietnamembassy-newzealand.org/>

#### ***(4) Thương vụ Việt Nam tại Niu Di Lân***

Địa chỉ: Level 2, 90- 92 Dixon Str, PO Box 11095 Manners,  
Wellington 6142  
Điện thoại: (644) 803-3775  
Fax: (644) 803-3777  
Email: [nz@moit.gov.vn](mailto:nz@moit.gov.vn)



## KẾT LUẬN

Úc và Niu Di Lân là hai đối tác quan trọng của ASEAN. Hai thị trường này có nhu cầu nhập khẩu lớn đối với hàng công nghiệp, hàng tiêu dùng và hàng hóa trung gian. Thị trường Úc và Niu Di Lân mang đến cơ hội cho các nhà cung cấp nước ngoài do phụ thuộc nhiều vào hàng hóa nhập khẩu phục vụ cho sản xuất và tiêu dùng. Thế mạnh của các nước ASEAN là cung cấp hàng tiêu dùng và hàng hóa trung gian cho hai thị trường này. Đây là hai thị trường xuất khẩu tiềm năng của các nước ASEAN nói chung, của Việt Nam nói riêng. Nhiều mặt hàng Việt Nam có lợi thế xuất khẩu lại là những mặt hàng mà hai thị trường có nhu cầu nhập khẩu lớn như dầu thô, thủy sản, dệt may, da giày, gỗ và sản phẩm gỗ, sản phẩm từ chất dẻo... Hiệp định AANZFTA đã và đang mở ra cơ hội thuận lợi cho hàng xuất khẩu của nước ta xâm nhập hai thị trường này.

Hiệp định AANZFTA được ký kết vào tháng 02/2009 và có giá trị hiệu lực từ tháng 01/2010. Hiệp định mở ra cơ hội và tạo thuận lợi cho các nước ASEAN đẩy mạnh xuất khẩu hàng hóa sang Úc và Niu Di Lân. Mặc dù Hiệp định mới thực thi được hơn 5 năm, một số nước ASEAN đã tận dụng rất hiệu quả những ưu đãi trong Hiệp định để đẩy mạnh xuất khẩu hàng hóa sang hai thị trường. Đó là Thái Lan, Ma-lai-xi-a, Xin-ga-po và In-đô-nê-xi-a. Đây là bốn nước thuộc nhóm ASEAN 6 - các nước thực hiện lộ trình cắt giảm thuế nhanh. Mức tận dụng ưu đãi trong Hiệp định của ba nước này tăng lên hàng năm.

Việt Nam thuộc vào nhóm nước CLMV - các nước có lộ trình cắt giảm thuế chậm hơn trong Hiệp định AANZFTA. Việt Nam chưa ký FTA song phương với Úc và Niu Di Lân như một số nước ASEAN khác nên Hiệp định là sự lựa chọn duy nhất của doanh nghiệp nước ta để đẩy mạnh xuất khẩu sang hai thị trường. Đối với một nước phát triển nền kinh tế hướng về xuất khẩu như Việt Nam và hiện đang tiến hành tái cấu trúc nền kinh tế theo hướng tăng trưởng bền vững và thúc đẩy xuất khẩu, những kinh nghiệm về tận dụng ưu đãi trong AANZFTA của Thái Lan, Ma-lai-xi-a, Xin-ga-po và In-đô-nê-xi-a thực sự là những bài học quý báu cho chúng ta để đẩy mạnh xuất khẩu sang Úc và Niu Di Lân. Cuốn sách "*Nghiên cứu kinh nghiệm về tận dụng ưu đãi trong Hiệp định thương mại tự do ASEAN - Úc - Niu Di Lân (AANZFTA) và vận dụng cho Việt Nam*" đã phân nào đáp ứng được yêu cầu đặt ra hiện nay.

Cuốn sách gồm các nội dung sau:

- Trình bày kinh nghiệm của một số nước ASEAN về tận dụng ưu đãi trong Hiệp định AANZFTA: Tổng quan về Hiệp định; Kinh nghiệm của Thái Lan, Ma-lai-

xia, Xin-ga-po và In-đô-nê-xi-a về tận dụng ưu đãi trong Hiệp định; Và rút ra các bài học kinh nghiệm về tận dụng ưu đãi trong Hiệp định có thể vận dụng cho Việt Nam.

- Nêu ra tình hình thực thi Hiệp định AANZFTA của các nước ASEAN và của Việt Nam kể từ khi Hiệp định được ký kết và có giá trị hiệu lực.

- Phân tích, đánh giá thực trạng xuất khẩu hàng hóa của Việt Nam sang Úc, Niu Di Lân và thực thi Hiệp định AANZFTA: Thực trạng xuất khẩu hàng hóa của Việt Nam sang Úc, Niu Di Lân giai đoạn 2005-2014 (trước và sau khi thực thi Hiệp định); Đánh giá thực trạng xuất khẩu hàng hóa của Việt Nam sang Úc và Niu Di Lân giai đoạn 2005-2014, chỉ rõ những kết quả đạt được, những hạn chế và nguyên nhân; Đánh giá mức độ tận dụng những ưu đãi trong Hiệp định để đẩy mạnh xuất khẩu hàng hóa sang Úc và Niu Di Lân.

- Đưa ra định hướng phát triển xuất khẩu hàng hóa của Việt Nam sang Úc và Niu Di Lân giai đoạn 2015-2020 và đề xuất một số giải pháp chủ yếu tận dụng ưu đãi trong Hiệp định để đẩy mạnh xuất khẩu hàng hóa sang hai thị trường này.

- Cung cấp một số thông tin cần thiết cho doanh nghiệp khi kinh doanh với thị trường Úc và Niu Di Lân: Quy định về nhập khẩu, văn hóa kinh doanh và thành lập doanh nghiệp, một số địa chỉ hữu ích (các cơ quan có thẩm quyền của Úc, Niu Di Lân và Việt Nam).

Chúng tôi hy vọng rằng, cuốn sách phần nào giúp cho công tác hoạch định chính sách phát triển thương mại với Úc và Niu Di Lân, xây dựng chiến lược phát triển xuất nhập khẩu hàng hóa, công tác giảng dạy, nghiên cứu khoa học và kinh doanh xuất khẩu hàng hoá của các doanh nghiệp.

## DANH MỤC TÀI LIỆU THAM KHẢO

### Tiếng Việt:

- [1] Ban Quan hệ Quốc tế, VCCI (2013), *Hồ sơ thị trường Ô-xtrây-li-a*, ngày 06/02/2013.
- [2] Ban Quan hệ Quốc tế, VCCI (2013), *Hồ sơ thị trường Niu Di Lân*, ngày 04/02/2013.
- [3] Bộ Công Thương (2013), *Chiến lược tham gia các thỏa thuận thương mại tự do (FTA) đến năm 2020*, Hà Nội.
- [4] Bộ Công Thương (2011), *Chiến lược xuất nhập khẩu hàng hóa thời kỳ 2011-2020, định hướng đến năm 2030*, Hà Nội.
- [5] Bộ Công Thương (2009), *Hiệp định thành lập Khu vực thương mại tự do ASEAN - Úc - Niu Di Lân*, tháng 8/2009.
- [6] Bộ Công Thương (2009), *Thông tư thực hiện quy tắc xuất xứ trong Hiệp định thành lập khu vực thương mại tự do ASEAN - Úc - Niu Di Lân*, Thông tư số 33/2009/TT-BCT, ngày 11/11/2009.
- [7] Bộ Tài chính (2009), *Thông tư về việc ban hành biểu thuế nhập khẩu ưu đãi đặc biệt của Việt Nam để thực hiện Hiệp định khu vực mậu dịch tự do ASEAN - Úc - Niu Di Lân giai đoạn 2010-2012*, Thông tư số 217/2009/TT-BTC, ngày 17/11/2009.
- [8] Bộ Tài chính (2012), *Thông tư ban hành biểu thuế nhập khẩu ưu đãi đặc biệt của Việt Nam để thực hiện Hiệp định khu vực thương mại tự do ASEAN - Úc - Niu Di Lân giai đoạn 2012-2014*, Thông tư số 44/2012/TT-BTC, ngày 16/3/2012.
- [9] Chính phủ (2014), *Nghị quyết về việc ký Nghị định thư thứ nhất sửa đổi Hiệp định thành lập khu vực thương mại tự do ASEAN - Ô-xtrây-li-a - Niu Di Lân*, Nghị quyết số 60/NQ-CP, ngày 21/8/2014.
- [10] Cục Xuất nhập khẩu, Bộ Công Thương (2013), *Tổng hợp tình hình cấp C/O và các loại giấy phép khác*, Báo cáo tháng 01/2013.
- [11] Cục Xuất nhập khẩu, Bộ Công Thương (2014), *Tổng hợp tình hình cấp C/O và các loại giấy phép khác*, Báo cáo tháng 01/2014.
- [12] Cục Xúc tiến Thương mại, Bộ Công Thương (2013), *Báo cáo xúc tiến xuất khẩu 2012-2013*, Báo cáo ngày 29/3/2013.
- [13] Cục Xúc tiến Thương mại, Bộ Công Thương (2014), *Báo cáo xúc tiến xuất khẩu 2012-2013*, Báo cáo ngày 4/7/2014.
- [14] Ngọc Hà (2010), “Hiệp định thương mại tự do ASEAN - Úc - Niu Di Lân và cơ hội đối với doanh nghiệp Việt Nam”, *Diễn đàn Doanh nghiệp*.
- [15] Minh Khánh (2012), “Hiệp định AANZFTA sau hai năm đi vào thực tế”, *Thời báo Kinh tế Sài Gòn*, tháng 9/2012.
- [16] Mutrap III (2010), *Báo cáo đánh giá tác động của các hiệp định thương mại tự do đối với kinh tế Việt Nam*, Hà Nội.
- [17] Thủ tướng Chính phủ (2013), *Quyết định phê duyệt Chiến lược tham gia các thỏa thuận thương mại tự do (FTA) đến năm 2020*, Quyết định số 1051/QĐ-TTg ngày 09/8/2013.

- [18] Thương vụ Việt Nam tại Niu Di Lân (2014), *Giới thiệu thị trường Niu Di Lân*, ngày 14/7/2014.
- [19] Thương vụ Việt Nam tại Úc (2014), *Thị trường Úc*, Bản tin dành cho doanh nghiệp Việt Nam, tháng 6-12/2014 - tháng 1-6/2015.
- [20] Nguyễn Thị Quỳnh Vân (2012), *Quan hệ thương mại Việt Nam - Australia: Thực trạng và giải pháp*, Luận văn thạc sỹ, Trường Đại học Kinh tế - Đại học Quốc gia Hà Nội.
- [21] Vụ Thị trường Châu Á - Thái Bình Dương, Bộ Công Thương (2013), *Quan hệ thương mại công nghiệp song phương Việt Nam - Niu Di Lân*, Báo cáo tháng 12/2013.
- [22] Vụ Thị trường Châu Á - Thái Bình Dương, Bộ Công Thương (2014), *Thương mại công nghiệp song phương Việt Nam - Niu Di Lân*, Báo cáo tháng 6/2014.
- [23] Vụ Thị trường Châu Á - Thái Bình Dương, Bộ Công Thương (2013), *Quan hệ thương mại công nghiệp song phương Việt Nam - Úc*, Báo cáo tháng 12/2013.
- [24] Vụ Thị trường Châu Á - Thái Bình Dương, Bộ Công Thương (2014), *Thương mại công nghiệp song phương Việt Nam - Úc*, Báo cáo tháng 6/2014.

### **Tiếng Anh:**

- [25] ASEAN Secretariat (2009), *A guide for ASEAN Business - ASEAN-Australia-New Zealand Free trade Area*, Jakarta, October 2009.
- [26] ASEAN Secretariat (2014), "ASEAN, Australia and New Zealand sign Protocol to improve trade pact", News 01 September 2014.
- [27] ASEAN Secretariat (2014), *First Protocol to Amend the Agreement Establish the ASEAN - Australia - New Zealand Free Trade Area*, 28 August 2014.
- [28] Asian Development Bank Institute (ADB) (2010), *How do FTAs affect exporting firms in Thailand?* ADBI working paper series, No. 190.
- [29] Australia Government (2012), *White Paper - Australia in the Asian Century*, Australia.
- [30] Australia National University (2011), *Australia - Thailand Trade: Has the FTA Made a Difference?*, Australia.
- [31] Chamber of Commerce and Industry of Western Australia (2012), *A Guide to the Market: A Guide for Foreign Suppliers and Australian Importers*, 14 February 2012.
- [32] Chang Jae Lee (2011), *Comprehensive Mapping of FTAs in ASEAN and East Asia*, ERIA Research Project Report, March 2011.
- [33] Department of Foreign Affairs and Trade (DFAT), Australian Government (2010), *Making use of AANZFTA to export or import goods*, Revised 17 August 2010.
- [34] DFAT, Australian Government (2013), *Australia's Trade with East Asia 2012*, Australia.
- [35] DFAT (2011), *Trading Our Way to More Jobs and Prosperity*, Australia.
- [36] Dr. Kittit Prasirtsuk (2014), *The Rise and Fall of Thailand's FTAs*, Thammasat Universities, August 7, 2014.
- [37] Erlinda M. Medalla and Jenny Balbor (2009), *ASEAN Rules of Origin: Lessons and Recommendation for best practice*, ARIA Discussion Paper series, June 2009.
- [38] Kuchiki A. & M. Tsuji (2008), *The Formation of Industrial Clusters in Asia and Regional Integration*, Midterm Report, IDE-JETRO, 2008.
- [39] Ministry of Foreign Affairs and Trade (2014), *Statement of Intent 2014-2018*, New Zealand.

- [40] Ministry of International Trade and Industry (2014), *Agreement Establishing the ASEAN - Australia - New Zealand FTA*, Malaysia.
- [41] Ministry of International Trade and Industry (2014), *Malaysia's Free Trade Agreements*, Malaysia.
- [42] Ministry of Trade and Industry (2011), *Do Free Trade Agreements matter? Evaluating the impact of FTAs on Singapore's domestic exports of goods*, Economic Survey of Singapore second quarter 2011.
- [43] Paige Mc Clamalian, Alexander Chandra, Ruben Hattari and Damon Vis-Dunbar (2014), *Talkinh advantadge of ASEAN's free trade agreements, A guide for small and mudium-sized enterprises*, January 2014.
- [44] Ponciano Intal Jr. (2014), "ASEAN Economic Community into 2015 and beyond", ERIA.
- [45] Razeen Sally (2006), *Thailand's new FTAs and its Trade Policies Post-Asian crisis: an asessment*, Thailand.
- [46] Samuel Scoles (2012), 'FTA Benefits & Challenges for SMEs', *APEC Workshop on Increasing FTA Atilization by SMEs*, 7 August 2012.
- [47] Singapore's Government (2014), *Singapore FTA network: Expanding Markets, connecting partners*, <http://www.fta.gov.sg/>.
- [48] Spring Singapore (2005), *Market Access and Opportunities: Free Trade Agreements (Trade in Goods)*, Guide for SMEs, June 2005, <http://export.gov/fta/singapore/index.asp>.
- [49] Shinino K. and Kazunobu Hayakava (2012), *Overview of Free Trade Agreements in Asia*, BRC Research Report No.9, Bangkok Research Centre, IDE-JETRO, Bangkok, Thailand.
- [50] Statistik Indonesia (2014), *Statistical Yearbook of Indonesia 2014*, <http://www.bps.go.id>.
- [51] Statistics New Zealand Information Center (2014), *New Zealand in Profile 2014*, New Zealand.
- [52] Yoichi Kato (2008), *FTA as Business Infrastructure; Focussing on Thailand Case*, JETRO march 2008.

**Trang Web:**

- [53] Website của ASEAN về Hiệp định AANZFTA [www.aanzfta.asean.org/](http://www.aanzfta.asean.org/)
- [54] Website của Ban Đối ngoại và Thương mại Úc <http://www.dfat.gov.au/>
- [55] Website của Bộ Công Thương Việt Nam <http://www.moit.gov.vn/>
- [56] Website của Bộ Ngoại giao và Thương mại Niu Di Lân <http://www.mfat.gov.nz/>
- [57] Website của Bộ Thương mại In-đô-nê-xi-a <http://www.kemendg.go.id/>
- [58] Website của Bộ Thương mại Quốc tế và Công nghiệp Ma-lai-xi-a <http://www.miti.gov.my/>
- [59] Website của Bộ Thương mại Thái Lan <http://www.moc.gov.th/>
- [60] Website của Bộ Thương mại và Công nghiệp Xin-ga-po <http://www.mti.gov.sg/>
- [61] Website của Chính phủ Xin-ga-po về FTA <http://www.fta.gov.sg/>
- [62] Website của Cơ quan Thống kê Úc: <http://www.abs.gov.au/>
- [63] Website của Cơ quan Thống kê Niu Di Lân: <http://www.stats.govt.nz/>
- [64] Website của Phòng Thương mại và Công nghiệp In-đô-nê-xi-a <http://www.bsd-kadin.org/>
- [65] Website của Phòng Thương mại và Công nghiệp Tây Úc <http://www.cciwa.com/>
- [66] Website của Tổng cục Hải quan Việt Nam <http://www.customs.gov.vn/>
- [67] Website của Tổ chức Thương mại Thế giới <http://www.wto.org/>

- [68] Website của Tổng cục Thống kê Việt Nam <http://www.gso.gov.vn/>
- [69] Website của Tổng cục Thống kê Ma-lai-xi-a <http://www.statistics.gov.my/>
- [70] Website của Tổng cục Thống kê Thái Lan <http://www.nso.gov.th/>
- [71] Website của Tổng cục Thống kê Xin-ga-po <http://www.singstat.gov.sg/>
- [72] Website của Trung tâm Thương mại Quốc tế <http://www.intracen.org/>
- [73] Website của Viện Nghiên cứu Kinh tế ASEAN và Đông Á <http://www.eria.org/>

**PHỤ LỤC**  
**Phụ lục 1: Các thị trường nhập khẩu chủ yếu của Úc giai đoạn 2005-2014**

*Đơn vị: 1.000 USD*

STT	Thị trường	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2005-2014	2005-2009	2010-2014
	Tổng KNNK	103759186	118921904	132650750	155656791	191583908	158941144	188740660	234205823	250464794	232481271	227544231	1891191276	757754497	1133436779
	Tăng trưởng (%)		14,61	11,54	17,34	23,08	-17,04	18,75	24,09	6,94	-7,18	-2,12	8,17	8,90	7,44
	Tỷ trọng (%)	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00
1	Trung Quốc	13180810	16295249	19213498	24053871	29896353	28350562	35260833	43447910	45996261	44861052	46854594	334230183	117809533	216420650
	Tăng trưởng (%)		23,63	17,91	25,19	24,29	-5,17	24,37	23,22	5,87	-2,47	4,44	13,52	16,55	10,57
	Tỷ trọng (%)	12,70	13,70	14,48	15,45	15,60	17,84	18,68	18,55	18,36	19,30	20,59	17,67	15,55	19,09
2	Mỹ	15309550	16553582	18609469	20003368	23014490	18005179	20947055	26797969	29386824	23820299	24148859	221287094	96186088	125101006
	Tăng trưởng (%)		8,13	12,42	7,49	15,05	-21,77	16,34	27,93	9,66	-18,94	1,38	4,66	3,30	6,05
	Tỷ trọng (%)	14,75	13,92	14,03	12,85	12,01	11,33	11,10	11,44	11,73	10,25	10,61	11,70	12,69	11,04
3	Nhật Bản	12258777	13058613	13019354	14940696	17155350	13223281	16327493	18577829	19712941	17946305	15478595	159440457	71397294	88043163
	Tăng trưởng (%)		6,52	-0,30	14,76	14,82	-22,92	23,48	13,78	6,11	-8,96	-13,75	2,36	1,53	3,20
	Tỷ trọng (%)	11,81	10,98	9,81	9,60	8,95	8,32	8,65	7,93	7,87	7,72	6,80	8,43	9,42	7,77
4	Xin-ga-po	4578824	6619460	8102581	8685644	13721034	8853231	9596914	14596109	15010975	12144185	11396038	108726171	45981950	62744221
	Tăng trưởng (%)		44,57	22,41	7,20	57,97	-35,48	8,40	52,09	2,84	-19,10	-6,16	9,55	14,10	5,18
	Tỷ trọng (%)	4,41	5,57	6,11	5,58	7,16	5,57	5,08	6,23	5,99	5,22	5,01	5,75	6,07	5,54
5	Đức	6037545	6644811	6779218	8074257	9624451	8411024	9424405	10952152	11628403	10937429	10706488	93182638	39533761	53648877
	Tăng trưởng (%)		10,06	2,02	19,10	19,20	-12,61	12,05	16,21	6,17	-5,94	-2,11	5,90	6,86	4,94
	Tỷ trọng (%)	5,82	5,59	5,11	5,19	5,02	5,29	4,99	4,68	4,64	4,70	4,71	4,93	5,22	4,73
6	Hàn Quốc	3623563	3957927	5205571	4938971	5449669	5251805	6415998	7352557	10201262	9422432	10614475	68810667	24803943	44006724
	Tăng trưởng (%)		9,23	31,52	-5,12	10,34	-3,63	22,17	14,60	38,74	-7,63	12,65	11,35	7,70	15,11
	Tỷ trọng (%)	3,49	3,33	3,92	3,17	2,84	3,30	3,40	3,14	4,07	4,05	4,66	3,64	3,27	3,88
7	Ma-lai-xi-a	4077990	4648030	5055256	6037588	7595449	5984718	8195997	8779593	9928191	8846118	10036756	75107696	29321041	45786655
	Tăng trưởng (%)		13,98	8,76	19,43	25,80	-21,21	36,95	7,12	13,08	-10,90	13,46	9,42	7,97	10,89

	(%)														
	Tỷ trọng (%)	3,93	3,91	3,81	3,88	3,96	3,77	4,34	3,75	3,96	3,81	4,41	3,97	3,87	4,04
8	Thái Lan	2776489	3677319	4718293	6539401	8607590	9212861	9886861	8710152	10534076	10672586	9844416	82403555	32755464	49648091
	Tăng trưởng (%)		32,44	28,31	38,60	31,63	7,03	7,32	-11,90	20,94	1,31	-7,76	13,49	27,11	1,33
	Tỷ trọng (%)	2,68	3,09	3,56	4,20	4,49	5,80	5,24	3,72	4,21	4,59	4,33	4,36	4,32	4,38
9	Niu Di Lân	3819562	4125695	4144870	5186837	6447129	5200516	6469129	7829937	7528441	6996420	7081296	61010270	25105047	35905223
	Tăng trưởng (%)		8,01	0,46	25,14	24,30	-19,34	24,39	21,04	-3,85	-7,07	1,21	6,37	6,37	6,37
	Tỷ trọng (%)	3,68	3,47	3,12	3,33	3,37	3,27	3,43	3,34	3,01	3,01	3,11	3,23	3,31	3,17
10	In-đô-nê-xi-a	2719961	2793228	3426463	4048152	4449404	3612151	4773269	6098804	6554599	5720872	5491389	46968331	18329398	28638933
	Tăng trưởng (%)		2,69	22,67	18,14	9,91	-18,82	32,14	27,77	7,47	-12,72	-4,01	7,28	5,84	8,74
	Tỷ trọng (%)	2,62	2,35	2,58	2,60	2,32	2,27	2,53	2,60	2,62	2,46	2,41	2,48	2,42	2,53
	Các thị trường khác	35376115	40547990	44376177	53148006	65622989	52835816	61442706	81062811	83982821	81113573	75891325	640024214	256530978	383493236
	Tăng trưởng (%)		14,62	9,44	19,77	23,47	-19,49	16,29	31,93	3,60	-3,42	-6,44	7,93	8,35	7,51
	Tỷ trọng (%)	34,09	34,10	33,45	34,14	34,25	33,24	32,55	34,61	33,53	34,89	33,35	33,84	33,85	33,83
14	Việt Nam	1804650	2569040	3743888	3722098	4399351	2470553	2808247	2916415	3263307	3665514	4462048	35825111	16904930	17115531
	Tăng trưởng (%)		42,36	45,73	-0,58	18,20	-43,84	13,67	3,85	11,89	12,33	21,73	9,47	6,48	12,55
	Tỷ trọng (%)	1,74	2,16	2,82	2,39	2,30	1,55	1,49	1,25	1,30	1,58	1,96	1,89	2,23	1,51

Nguồn: Số liệu của ITC, Trade map download ngày 9/7/2015 và tính toán của nhóm tác giả.



## Phụ lục 2: Các thị trường nhập khẩu chủ yếu của Niu Di Lân giai đoạn 2005-2014

Đơn vị: 1.000 USD

STT	Thị trường	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2005-2014	2005-2009	2010-2014
	Tổng KNNK	23192565	26232049	26424356	30890415	34367335	25565851	30157848	36111257	38242731	39619182	43331125	330942149	143480006	187462143
	Tăng trưởng (%)		13,11	0,73	16,90	11,26	-25,61	17,96	19,74	5,90	3,60	9,37	6,45	1,97	11,13
	Tỷ trọng (%)	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00
1	Trung Quốc	2242766	2838407	3222412	4122256	4565404	3856205	4814322	5787157	6248986	6770776	7341104	49567029	18604684	30962345
	Tăng trưởng (%)		26,56	13,53	27,92	10,75	-15,53	24,85	20,21	7,98	8,35	8,42	12,59	11,45	13,74
	Tỷ trọng (%)	9,67	10,82	12,19	13,34	13,28	15,08	15,96	16,03	16,34	17,09	16,94	14,98	12,97	16,52
2	Úc	5189477	5405973	5378047	6361784	6190657	4702504	5483650	5765567	5818688	5262210	5277443	55646523	28038965	27607558
	Tăng trưởng (%)		4,17	-0,52	18,29	-2,69	-24,04	16,61	5,14	0,92	-9,56	0,29	0,17	-1,95	2,33
	Tỷ trọng (%)	22,38	20,61	20,35	20,59	18,01	18,39	18,18	15,97	15,22	13,28	12,18	16,81	19,54	14,73
3	Mỹ	2612403	2875418	3092492	3021541	3271608	2760899	3139422	3719845	3566848	3722842	5029029	34199944	15021958	19177986
	Tăng trưởng (%)		10,07	7,55	-2,29	8,28	-15,61	13,71	18,49	-4,11	4,37	35,09	6,77	1,11	12,74
	Tỷ trọng (%)	11,26	10,96	11,70	9,78	9,52	10,80	10,41	10,30	9,33	9,40	11,61	10,33	10,47	10,23
4	Nhật Bản	2587673	2872262	2407554	2911166	2802550	1895097	2211980	2193786	2473652	2530474	2889039	25187560	12888629	12298931
	Tăng trưởng (%)		11,00	-16,18	20,92	-3,73	-32,38	16,72	-0,82	12,76	2,30	14,17	1,11	-6,04	8,80
	Tỷ trọng (%)	11,16	10,95	9,11	9,42	8,15	7,41	7,33	6,08	6,47	6,39	6,67	7,61	8,98	6,56
5	Đức	1206971	1269487	1168984	1444530	1470889	1069820	1239635	1522073	1698262	1829934	2084106	14797720	6423710	8374010
	Tăng trưởng (%)		5,18	-7,92	23,57	1,82	-27,27	15,87	22,78	11,58	7,75	13,89	5,61	-2,38	14,27
	Tỷ trọng (%)	5,20	4,84	4,42	4,68	4,28	4,18	4,11	4,21	4,44	4,62	4,81	4,47	4,48	4,47
6	Ma-lai-xi-a	557099	665106	776096	830898	1407402	689890	1082281	1149129	1486906	1660615	1972576	11720899	4369392	7351507
	Tăng trưởng (%)		19,39	16,69	7,06	69,38	-50,98	56,88	6,18	29,39	11,68	18,79	13,48	4,37	23,38
	Tỷ trọng (%)	2,40	2,54	2,94	2,69	4,10	2,70	3,59	3,18	3,89	4,19	4,55	3,54	3,05	3,92
7	Hàn Quốc	659659	720377	773081	876992	933541	862447	987473	1119077	1465643	1608028	1941403	11288062	4166438	7121624
	Tăng trưởng (%)		9,20	7,32	13,44	6,45	-7,62	14,50	13,33	30,97	9,71	20,73	11,40	5,51	17,62
	Tỷ trọng (%)	2,84	2,75	2,93	2,84	2,72	3,37	3,27	3,10	3,83	4,06	4,48	3,41	2,90	3,80

8	Xin-ga-po	646294	872542	1200580	1585095	1593058	1033225	1155068	1701474	1707690	1656587	1742711	14248030	6284500	7963530
	<i>Tăng trưởng (%)</i>		35,01	37,60	32,03	0,50	-35,14	11,79	47,31	0,37	-2,99	5,20	10,43	9,84	11,02
	<i>Tỷ trọng (%)</i>	2,79	3,33	4,54	5,13	4,64	4,04	3,83	4,71	4,47	4,18	4,02	4,31	4,38	4,25
9	Thái Lan	439989	669199	668770	829818	933569	675133	976297	1037773	1222805	1359339	1490024	9862727	3776489	6086238
	<i>Tăng trưởng (%)</i>		52,09	-0,06	24,08	12,50	-27,68	44,61	6,30	17,83	11,17	9,61	12,97	8,94	17,15
	<i>Tỷ trọng (%)</i>	1,90	2,55	2,53	2,69	2,72	2,64	3,24	2,87	3,20	3,43	3,44	2,98	2,63	3,25
10	Anh	776394	837197	722107	799833	767637	594659	679869	966330	1021566	1004945	1125633	8519776	3721433	4798343
	<i>Tăng trưởng (%)</i>		7,83	-13,75	10,76	-4,03	-22,53	14,33	42,13	5,72	-1,63	12,01	3,78	-5,19	13,61
	<i>Tỷ trọng (%)</i>	3,35	3,19	2,73	2,59	2,23	2,33	2,25	2,68	2,67	2,54	2,60	2,57	2,59	2,56
	Các thị trường khác	6273840	7206081	7014233	8106502	10431020	7425972	8387851	11149046	11531685	12213432	12438057	95903879	40183808	55720071
	<i>Tăng trưởng (%)</i>		14,86	-2,66	15,57	28,67	-28,81	12,95	32,92	3,43	5,91	1,84	7,08	3,43	10,87
	<i>Tỷ trọng (%)</i>	27,05	27,47	26,54	26,24	30,35	29,05	27,81	30,87	30,15	30,83	28,70	28,98	28,01	29,72
22	Việt Nam	72419	72102	95590	99593	118601	97294	160399	200026	263790	380374	417242	1977430	483180	1421831
	<i>Tăng trưởng (%)</i>		-0,44	32,58	4,19	19,09	-17,97	64,86	24,71	31,88	44,20	9,69	19,14	6,08	33,80
	<i>Tỷ trọng (%)</i>	0,31	0,27	0,36	0,32	0,35	0,38	0,53	0,55	0,69	0,96	0,96	0,60	0,34	0,76

Nguồn: Số liệu của ITC, Trade map download ngày 9/7/2015 và tính toán của nhóm tác giả.

**Phụ lục 3: Các mặt hàng xuất khẩu chủ yếu của Thái Lan sang Úc và Niu Di Lân giai đoạn 2005-2014**

Đơn vị: 1.000USD; %

Mặt hàng	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2005-2014	2005-2009	2010-2014
Tổng KNXX	2790773	3680111	4899143	6365992	8642535	9120856	10169407	8851858	10789708	11509889	10536020	84565519	32708637	51856882
Tăng trưởng (%)		31,87	33,12	29,94	35,76	5,53	11,50	-12,96	21,89	6,67	-8,46	14,21	26,72	2,93
Tỷ trọng (%)	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00
<b>Mặt hàng</b>														
Phương tiện giao thông không gồm tàu điện và tàu hỏa	829733	1400401	1655340	2440911	2893331	2256750	3431029	2787961	4126721	4954822	4531698	30478964	10646733	19832231
Tăng trưởng (%)		68,78	18,20	47,46	18,53	-22,00	52,03	-18,74	48,02	20,07	-8,54	18,50	22,15	14,96
Tỷ trọng (%)	29,73	38,05	33,79	38,34	33,48	24,74	33,74	31,50	38,25	43,05	43,01	36,04	32,55	38,24
Máy móc, lò phân ứng hạt nhân, lò hơi	442116	474845	635664	804405	952089	961264	1184004	1142772	1201210	1353424	1323944	10033621	3828267	6205354
Tăng trưởng (%)		7,40	33,87	26,55	18,36	0,96	23,17	-3,48	5,11	12,67	-2,18	11,59	16,80	6,61
Tỷ trọng (%)	15,84	12,90	12,98	12,64	11,02	10,54	11,64	12,91	11,13	11,76	12,57	11,86	11,70	11,97
Sản phẩm từ sắt và thép	74363	158584	273002	157944	280709	1329423	549810	222891	598527	786242	411985	4769117	2199662	2569455
Tăng trưởng (%)		113,26	72,15	-42,15	77,73	373,59	-58,64	-59,46	168,53	31,36	-47,60	18,67	78,02	-20,89
Tỷ trọng (%)	2,66	4,31	5,57	2,48	3,25	14,58	5,41	2,52	5,55	6,83	3,91	5,64	6,73	4,95
Nhựa và các sản phẩm nhựa	148250	164953	235666	345030	560770	417396	546471	648257	681022	789995	755210	5144770	1723815	3420955
Tăng trưởng (%)		11,27	42,87	46,41	62,53	-25,57	30,92	18,63	5,05	16,00	-4,40	17,68	23,00	12,59
Tỷ trọng (%)	5,31	4,48	4,81	5,42	6,49	4,58	5,37	7,32	6,31	6,86	7,17	6,08	5,27	6,60
Ngọc trai, đá quý, kim loại, tiền xu	97799	59007	297046	607696	1437512	2059735	1532004	763362	935507	375723	244942	8312534	4460996	3851538
Tăng trưởng (%)		-39,67	403,41	104,58	136,55	43,28	-25,62	-50,17	22,55	-59,84	-34,81	9,62	83,95	-34,68
Tỷ trọng (%)	3,50	1,60	6,06	9,55	16,63	22,58	15,06	8,62	8,67	3,26	2,32	9,83	13,64	7,43
Thực phẩm chế biến từ thịt, cá, hải sản	140354	168895	183124	207094	274893	237313	291307	346451	396889	370892	351486	2828344	1071319	1757025
Tăng trưởng (%)		20,34	8,42	13,09	32,74	-13,67	22,75	18,93	14,56	-6,55	-5,23	9,61	11,08	8,17

<i>Tỷ trọng (%)</i>	5,03	4,59	3,74	3,25	3,18	2,60	2,86	3,91	3,68	3,22	3,34	3,34	3,28	3,39
Thiết bị điện, điện tử	155241	181325	286012	277354	265201	274344	461697	484586	416227	362304	390918	3399968	1284236	2115732
<i>Tăng trưởng (%)</i>		16,80	57,73	-3,03	-4,38	3,45	68,29	4,96	-14,11	-12,96	7,90	9,68	12,06	7,34
<i>Tỷ trọng (%)</i>	5,56	4,93	5,84	4,36	3,07	3,01	4,54	5,47	3,86	3,15	3,71	4,02	3,93	4,08
Cao su và các sản phẩm cao su	68343	83289	127484	154339	200881	169997	236714	334559	295609	304347	308792	2216011	735990	1480021
<i>Tăng trưởng (%)</i>		21,87	53,06	21,07	30,16	-15,37	39,25	41,33	-11,64	2,96	1,46	16,28	19,99	12,68
<i>Tỷ trọng (%)</i>	2,45	2,26	2,60	2,42	2,32	1,86	2,33	3,78	2,74	2,64	2,93	2,62	2,25	2,85
Nhiên liệu khoáng sản, dầu, sản phẩm chưng cất,...	127848	169113	265016	181798	327816	191838	206432	284320	210908	214192	199802	2251235	1135581	1115654
<i>Tăng trưởng (%)</i>		32,28	56,71	-31,40	80,32	-41,48	7,61	37,73	-25,82	1,56	-6,72	4,57	8,45	0,82
<i>Tỷ trọng (%)</i>	4,58	4,60	5,41	2,86	3,79	2,10	2,03	3,21	1,95	1,86	1,90	2,66	3,47	2,15
Đồ nội thất, thiết bị chiếu sáng, thiết bị xây dựng	41873	47832	67320	78103	105564	69600	115861	171146	156558	181738	94627	1088349	368419	719930
<i>Tăng trưởng (%)</i>		14,23	40,74	16,02	35,16	-34,07	66,47	47,72	-8,52	16,08	-47,93	8,49	10,70	6,34
<i>Tỷ trọng (%)</i>	1,50	1,30	1,37	1,23	1,22	0,76	1,14	1,93	1,45	1,58	0,90	1,29	1,13	1,39
Các mặt hàng khác	664853	771867	873469	1111318	1343769	1153196	1614078	1665553	1770530	1816210	1922616	14042606	5253619	8788987
<i>Tăng trưởng (%)</i>		16,10	13,16	27,23	20,92	-14,18	39,97	3,19	6,30	2,58	5,86	11,20	11,64	10,76
<i>Tỷ trọng (%)</i>	23,82	20,97	17,83	17,46	15,55	12,64	15,87	18,82	16,41	15,78	18,25	16,61	16,06	16,95

Nguồn: ITC, Trade map download ngày 9/7/2015 và phân tích của nhóm tác giả.

**Phụ lục 4: Các mặt hàng xuất khẩu chủ yếu của Ma-lai-xi-a sang Úc và Niu Di Lân giai đoạn 2005-2014**

*Đơn vị: 1.000USD; %*

<b>Mặt hàng</b>	<b>2004</b>	<b>2005</b>	<b>2006</b>	<b>2007</b>	<b>2008</b>	<b>2009</b>	<b>2010</b>	<b>2011</b>	<b>2012</b>	<b>2013</b>	<b>2014</b>	<b>2005-2014</b>	<b>2005-2009</b>	<b>2010-2014</b>
Tổng KNXX	4604231	5327544	5234128	6674335	8366375	6222387	8397924	9187171	10587873	10649705	11699211	82346653	31824769	50521884
<i>Tăng trưởng (%)</i>		15,71	-1,75	27,52	25,35	-25,63	34,96	9,40	15,25	0,58	9,85	9,77	6,21	13,46
<i>Tỷ trọng (%)</i>	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00
<b>Mặt hàng</b>														
Nhiên liệu khoáng sản, dầu, sản phẩm chưng cất,...	1538962	1936749	1553309	2395353	3309164	1812652	3459088	4186200	5147116	5004906	5588983	34393520	11007227	23386293
<i>Tăng trưởng (%)</i>		25,85	-19,80	54,21	38,15	-45,22	90,83	21,02	22,95	-2,76	11,67	13,77	3,33	25,26
<i>Tỷ trọng (%)</i>	33,42	36,35	29,68	35,89	39,55	29,13	41,19	45,57	48,61	47,00	47,77	41,77	34,59	46,29
Thiết bị điện, điện tử	537750	515926	500574	873363	1059036	1185010	1388361	1183833	1127205	1001922	1021614	9856844	4133909	5722935
<i>Tăng trưởng (%)</i>		-4,06	-2,98	74,47	21,26	11,90	17,16	-14,73	-4,78	-11,11	1,97	6,63	17,12	-2,92
<i>Tỷ trọng (%)</i>	11,68	9,68	9,56	13,09	12,66	19,04	16,53	12,89	10,65	9,41	8,73	11,97	12,99	11,33
Máy móc, lò phản ứng hạt nhân, lò hơi,...	999379	1213641	1289490	1154427	1263077	962216	1151113	924167	867351	923094	942650	10691226	5882851	4808375
<i>Tăng trưởng (%)</i>		21,44	6,25	-10,47	9,41	-23,82	19,63	-19,72	-6,15	6,43	2,12	-0,58	-0,76	-0,41
<i>Tỷ trọng (%)</i>	21,71	22,78	24,64	17,30	15,10	15,46	13,71	10,06	8,19	8,67	8,06	12,98	18,49	9,52
Sản phẩm từ sắt và thép	166168	119830	142488	170094	323364	493275	97112	155169	601424	613378	730582	3446716	1249051	2197665
<i>Tăng trưởng (%)</i>		-27,89	18,91	19,37	90,11	52,54	-80,31	59,78	287,59	1,99	19,11	15,96	24,31	8,17
<i>Tỷ trọng (%)</i>	3,61	2,25	2,72	2,55	3,87	7,93	1,16	1,69	5,68	5,76	6,24	4,19	3,92	4,35
Nhựa và các sản phẩm nhựa	133650	153397	175890	214474	215887	163880	228289	286748	304325	344773	369481	2457144	923528	1533616
<i>Tăng trưởng (%)</i>		14,78	14,66	21,94	0,66	-24,09	39,30	25,61	6,13	13,29	7,17	10,70	4,16	17,66
<i>Tỷ trọng (%)</i>	2,90	2,88	3,36	3,21	2,58	2,63	2,72	3,12	2,87	3,24	3,16	2,98	2,90	3,04
Đồ nội thất, thiết bị chiếu sáng, thiết bị xây dựng	199567	192885	226609	231124	230225	187716	201490	225264	237665	249091	232367	2214436	1068559	1145877

Tăng trưởng (%)		-3,35	17,48	1,99	-0,39	-18,46	7,34	11,80	5,51	4,81	-6,71	1,53	-1,22	4,36
Tỷ trọng (%)	4,33	3,62	4,33	3,46	2,75	3,02	2,40	2,45	2,24	2,34	1,99	2,69	3,36	2,27
Sản phẩm từ động vật, thực vật và dầu ăn	111985	110614	138400	195778	272977	209923	251405	342387	291633	246951	269585	2329653	927692	1401961
Tăng trưởng (%)		-1,22	25,12	41,46	39,43	-23,10	19,76	36,19	-14,82	-15,32	9,17	9,18	13,39	5,13
Tỷ trọng (%)	2,43	2,08	2,64	2,93	3,26	3,37	2,99	3,73	2,75	2,32	2,30	2,83	2,91	2,77
Cao su và các sản phẩm cao su	86897	80122	90300	96986	122396	101646	138483	193813	189723	175403	197165	1386037	491450	894587
Tăng trưởng (%)		-7,80	12,70	7,40	26,20	-16,95	36,24	39,95	-2,11	-7,55	12,41	8,54	3,19	14,17
Tỷ trọng (%)	1,89	1,50	1,73	1,45	1,46	1,63	1,65	2,11	1,79	1,65	1,69	1,68	1,54	1,77
Ngọc trai, đá quý, kim loại, tiền xu	7249	46303	57919	58938	63330	78300	105314	123359	226008	147831	106342	1013644	304790	708854
Tăng trưởng (%)		538,75	25,09	1,76	7,45	23,64	34,50	17,13	83,21	-34,59	-28,07	30,81	60,95	6,31
Tỷ trọng (%)	0,16	0,87	1,11	0,88	0,76	1,26	1,25	1,34	2,13	1,39	0,91	1,23	0,96	1,40
Gỗ và các sản phẩm từ gỗ, than	95443	94183	96230	119544	120502	107902	130789	150328	144033	136263	148539	1248313	538361	709952
Tăng trưởng (%)		-1,32	2,17	24,23	0,80	-10,46	21,21	14,94	-4,19	-5,39	9,01	4,52	2,48	6,60
Tỷ trọng (%)	2,07	1,77	1,84	1,79	1,44	1,73	1,56	1,64	1,36	1,28	1,27	1,52	1,69	1,41
Các mặt hàng khác	727181	863894	962919	1164254	1386417	919867	1246480	1415903	1451390	1806093	2091903	13309120	5297351	8011769
Tăng trưởng (%)		18,80	11,46	20,91	19,08	-33,65	35,51	13,59	2,51	24,44	15,82	11,14	4,81	17,86
Tỷ trọng (%)	15,79	16,22	18,40	17,44	16,57	14,78	14,84	15,41	13,71	16,96	17,88	16,16	16,65	15,86

Nguồn: ITC, Trade map download ngày 9/7/2015 và tính toán của nhóm tác giả.

**Phụ lục 5: Các mặt hàng xuất khẩu chủ yếu của Xin-ga-po sang Úc và Niu Di Lân giai đoạn 2005-2014**

Đơn vị: 1.000USD; %

Mặt hàng	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2005-2014	2005-2009	2010-2014
Tổng KNXX	7555999	9594647	11587402	12736830	15788030	11929225	14280037	18153385	19148294	17622437	17741274	148581561	61636134	86945427
Tăng trưởng (%)		26,98	20,77	9,92	23,96	-24,44	19,71	27,12	5,48	-7,97	0,67	8,91	9,56	8,26
Tỷ trọng (%)	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00
<b>Mặt hàng</b>														
Nhiên liệu khoáng sản, dầu, sản phẩm chưng cất,...	2651422	4288668	5077912	5737754	8400947	5147575	6372571	9528726	10224308	8952207	8505743	72236411	28652856	43583555
Tăng trưởng (%)		61,75	18,40	12,99	46,42	-38,73	23,80	49,53	7,30	-12,44	-4,99	12,36	14,19	10,57
Tỷ trọng (%)	35,09	44,70	43,82	45,05	53,21	43,15	44,63	52,49	53,40	50,80	47,94	48,62	46,49	50,13
Máy móc, lò phản ứng hạt nhân, lò hơi,...	1561033	1701342	1796237	1862750	2389142	1913229	2172404	2175971	2679531	2501234	2699409	21891249	9662700	12228549
Tăng trưởng (%)		8,99	5,58	3,70	28,26	-19,92	13,55	0,16	23,14	-6,65	7,92	5,63	4,15	7,13
Tỷ trọng (%)	20,66	17,73	15,50	14,62	15,13	16,04	15,21	11,99	13,99	14,19	15,22	14,73	15,68	14,06
Thiết bị điện, điện tử	947718	972214	1219135	1124864	1121966	892292	1473181	1306868	1226970	1083156	1070492	11491138	5330471	6160667
Tăng trưởng (%)		2,58	25,40	-7,73	-0,26	-20,47	65,10	-11,29	-6,11	-11,72	-1,17	1,23	-1,20	3,71
Tỷ trọng (%)	12,54	10,13	10,52	8,83	7,11	7,48	10,32	7,20	6,41	6,15	6,03	7,73	8,65	7,09
Máy móc y học, quang học, máy chụp x-quang, máy chiếu,...	158878	165527	172795	180097	186181	222459	286231	397915	491713	608281	648231	3359430	927059	2432371
Tăng trưởng (%)		4,18	4,39	4,23	3,38	19,49	28,67	39,02	23,57	23,71	6,57	15,10	6,96	23,85
Tỷ trọng (%)	2,10	1,73	1,49	1,41	1,18	1,86	2,00	2,19	2,57	3,45	3,65	2,26	1,50	2,80
Sản phẩm chế biến hỗn hợp	15062	13895	16805	20273	31105	24323	28483	57827	44563	430596	644341	1312211	106401	1205810
Tăng trưởng (%)		-7,75	20,94	20,64	53,43	-21,80	17,10	103,02	-22,94	866,26	49,64	45,59	10,06	92,58
Tỷ trọng (%)	0,20	0,14	0,15	0,16	0,20	0,20	0,20	0,32	0,23	2,44	3,63	0,88	0,17	1,39

Tinh dầu nước hoa, đồ trang điểm, các vật dụng dùng khi tắm rửa (xà phòng, bàn chải)	58088	78914	87131	90257	95247	104002	303044	655392	797060	359561	160866	2731474	455551	2275923
<i>Tăng trưởng (%)</i>		35,85	10,41	3,59	5,53	9,19	191,38	116,27	21,62	-54,89	-55,26	10,72	12,35	9,12
<i>Tỷ trọng (%)</i>	0,77	0,82	0,75	0,71	0,60	0,87	2,12	3,61	4,16	2,04	0,91	1,84	0,74	2,62
Sách, báo, tranh ảnh,...	54208	60496	71319	68328	95620	81139	133914	196887	174419	323883	246162	1452167	376902	1075265
<i>Tăng trưởng (%)</i>		11,60	17,89	-4,19	39,94	-15,14	65,04	47,02	-11,41	85,69	-24,00	16,34	8,40	24,85
<i>Tỷ trọng (%)</i>	0,72	0,63	0,62	0,54	0,61	0,68	0,94	1,08	0,91	1,84	1,39	0,98	0,61	1,24
Phương tiện giao thông không gồm tàu điện và tàu hỏa	167763	187629	206053	269331	283876	230428	299560	295433	329093	294503	326280	2722186	1177317	1544869
<i>Tăng trưởng (%)</i>		11,84	9,82	30,71	5,40	-18,83	30,00	-1,38	11,39	-10,51	10,79	6,88	6,55	7,20
<i>Tỷ trọng (%)</i>	2,22	1,96	1,78	2,11	1,80	1,93	2,10	1,63	1,72	1,67	1,84	1,83	1,91	1,78
Nhựa và các sản phẩm nhựa	133508	145333	206823	245656	267027	219482	281413	374828	337473	373348	406461	2857844	1084321	1773523
<i>Tăng trưởng (%)</i>		8,86	42,31	18,78	8,70	-17,81	28,22	33,19	-9,97	10,63	8,87	11,78	10,45	13,12
<i>Tỷ trọng (%)</i>	1,77	1,51	1,78	1,93	1,69	1,84	1,97	2,06	1,76	2,12	2,29	1,92	1,76	2,04
Hóa chất hữu cơ	191089	200102	191696	161612	169803	191790	223667	279996	246425	259469	273164	2197724	915003	1282721
<i>Tăng trưởng (%)</i>		4,72	-4,20	-15,69	5,07	12,95	16,62	25,18	-11,99	5,29	5,28	3,64	0,07	7,33
<i>Tỷ trọng (%)</i>	2,53	2,09	1,65	1,27	1,08	1,61	1,57	1,54	1,29	1,47	1,54	1,48	1,48	1,48
Các mặt hàng khác	1617230	1780527	2541496	2975908	2747116	2902506	2705569	2883542	2596739	2436199	2760125	26329727	12947553	13382174
<i>Tăng trưởng (%)</i>		10,10	42,74	17,09	-7,69	5,66	-6,79	6,58	-9,95	-6,18	13,30	5,49	12,41	-1,00
<i>Tỷ trọng (%)</i>	21,40	18,56	21,93	23,36	17,40	24,33	18,95	15,88	13,56	13,82	15,56	17,72	21,01	15,39

Nguồn: ITC, Trade map download ngày 9/7/2015 và tính toán của nhóm tác giả.



## Phụ lục 6: Các mặt hàng xuất khẩu chủ yếu của In-đô-nê-xi-a sang Úc và Niu Di Lân giai đoạn 2005-2014

Đơn vị: 1.000USD; %

Mặt hàng	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2005-2014	2005-2009	2010-2014
Tổng KNXX	2074530	2502870	3091320	3756769	4653243	3613686	4640644	5954238	5346423	4839995	5519960	43919148	17617888	26301260
Tăng trưởng (%)		20,65	23,51	21,53	23,86	-22,34	28,42	28,31	-10,21	-9,47	14,05	10,28	11,74	8,84
Tỷ trọng (%)	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00
<b>Mặt hàng</b>														
Nhiên liệu khoáng sản, dầu, sản phẩm chưng cất,...	756119	1211883	1288721	1647316	2272123	1696713	1992427	2515236	1632529	1461547	1382835	17101330	8116756	8984574
Tăng trưởng (%)		60,28	6,34	27,83	37,93	-25,32	17,43	26,24	-35,09	-10,47	-5,39	6,22	17,54	-4,01
Tỷ trọng (%)	36,45	48,42	41,69	43,85	48,83	46,95	42,93	42,24	30,53	30,20	25,05	38,94	46,07	34,16
Sản phẩm từ sắt và thép	15400	38312	28212	44534	83238	68453	166345	205263	281493	505478	896212	2317540	262749	2054791
Tăng trưởng (%)		148,78	-26,36	57,85	86,91	-17,76	143,01	23,40	37,14	79,57	77,30	50,14	34,76	67,26
Tỷ trọng (%)	0,74	1,53	0,91	1,19	1,79	1,89	3,58	3,45	5,27	10,44	16,24	5,28	1,49	7,81
Máy móc, lò phản ứng hạt nhân, lò hơi,...	69241	68364	99822	112705	128921	163361	134447	419268	264329	335542	577813	2304572	573173	1731399
Tăng trưởng (%)		-1,27	46,02	12,91	14,39	26,71	-17,70	211,85	-36,95	26,94	72,20	23,64	18,73	28,74
Tỷ trọng (%)	3,34	2,73	3,23	3,00	2,77	4,52	2,90	7,04	4,94	6,93	10,47	5,25	3,25	6,58
Thiết bị điện, điện tử	136341	126992	169127	207960	209537	277685	344428	286560	302937	306345	279165	2510736	991301	1519435
Tăng trưởng (%)		-6,86	33,18	22,96	0,76	32,52	24,04	-16,80	5,72	1,12	-8,87	7,43	15,29	0,11
Tỷ trọng (%)	6,57	5,07	5,47	5,54	4,50	7,68	7,42	4,81	5,67	6,33	5,06	5,72	5,63	5,78
Gỗ và các sản phẩm từ gỗ, than	112141	118808	142955	175824	157580	157407	181881	216415	212872	201356	238005	1803103	752574	1050529
Tăng trưởng (%)		5,95	20,32	22,99	-10,38	-0,11	15,55	18,99	-1,64	-5,41	18,20	7,82	7,02	8,62
Tỷ trọng (%)	5,41	4,75	4,62	4,68	3,39	4,36	3,92	3,63	3,98	4,16	4,31	4,11	4,27	3,99
Đồng và các sản phẩm của đồng	487	192	232	521	685	1688	1331	394	10210	43425	126828	185506	3318	182188
Tăng trưởng (%)		-60,57	20,83	124,57	31,48	146,42	-21,15	-70,40	2491,37	325,32	192,06	74,41	28,22	137,23

<i>Tỷ trọng (%)</i>	0,02	0,01	0,01	0,01	0,01	0,05	0,03	0,01	0,19	0,90	2,30	0,42	0,02	0,69
Giấy và bìa, các loại bột giấy	214698	176198	199000	214596	214710	159525	198704	192722	173850	148319	148396	1826020	964029	861991
<i>Tăng trưởng (%)</i>		-17,93	12,94	7,84	0,05	-25,70	24,56	-3,01	-9,79	-14,69	0,05	-3,63	-5,77	-1,44
<i>Tỷ trọng (%)</i>	10,35	7,04	6,44	5,71	4,61	4,41	4,28	3,24	3,25	3,06	2,69	4,16	5,47	3,28
Phân bón	9077	5433	656	1023	4825	2799	20556	77080	120791	122091	125573	480827	14736	466091
<i>Tăng trưởng (%)</i>		-40,15	-87,93	55,95	371,65	-41,99	634,41	274,98	56,71	1,08	2,85	30,05	-20,97	113,98
<i>Tỷ trọng (%)</i>	0,44	0,22	0,02	0,03	0,10	0,08	0,44	1,29	2,26	2,52	2,27	1,09	0,08	1,77
Cao su và các sản phẩm từ cao su	46835	50262	64057	68721	88015	77626	134532	158012	171844	141626	141135	1095830	348681	747149
<i>Tăng trưởng (%)</i>		7,32	27,45	7,28	28,08	-11,80	73,31	17,45	8,75	-17,58	-0,35	11,66	10,63	12,70
<i>Tỷ trọng (%)</i>	2,26	2,01	2,07	1,83	1,89	2,15	2,90	2,65	3,21	2,93	2,56	2,50	1,98	2,84
Tàu, thuyền và các phương tiện nổi khác	401	3171	156703	182558	8963	25424	45160	249859	2452	39388	92181	805859	376819	429040
<i>Tăng trưởng (%)</i>		690,77	4841,75	16,50	-95,09	183,66	77,63	453,28	-99,02	1506,36	134,03	72,25	129,31	29,38
<i>Tỷ trọng (%)</i>	0,02	0,13	5,07	4,86	0,19	0,70	0,97	4,20	0,05	0,81	1,67	1,83	2,14	1,63
Các mặt hàng khác	713790	703255	941835	1101011	1484646	983005	1420833	1633429	2173116	1534878	1511817	13487825	5213752	8274073
<i>Tăng trưởng (%)</i>		-1,48	33,93	16,90	34,84	-33,79	44,54	14,96	33,04	-29,37	-1,50	7,79	6,61	8,99
<i>Tỷ trọng (%)</i>	34,41	28,10	30,47	29,31	31,91	27,20	30,62	27,43	40,65	31,71	27,39	30,71	29,59	31,46

Nguồn: ITC, Trade map download ngày 9/7/2015 và tính toán của nhóm tác giả.

**Phụ lục 7: Các mặt hàng xuất khẩu chủ yếu của Việt Nam sang Úc giai đoạn 2005 - 2014**

Đơn vị: 1.000 USD; %

STT	Mặt hàng	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2005-2014	2005-2009	2010-2014
	Tổng KN xuất khẩu	1821675	2570195	3651330	3556918	4225188	2276716	2704004	2519098	3208733	3509423	3990155	32211760	16280347	15931412
	Tăng trưởng (%)		41,09	42,06	-2,59	18,79	-46,12	18,77	-6,84	27,38	9,37	13,70	8,16	4,56	11,88
	Tỷ trọng (%)	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00
<b>Các mặt hàng</b>															
1	Hàng thủy sản	80906	96228	126323	122894	133626	128949	150727	162960	182003	189513	228543	1521765	608020	913745
	Tăng trưởng (%)		18,94	31,27	-2,71	8,73	-3,50	16,89	8,12	11,69	4,13	20,60	10,94	9,77	12,13
	Tỷ trọng (%)	4,44	3,74	3,46	3,46	3,16	5,66	5,57	6,47	5,67	5,40	5,73	4,72	3,73	5,74
2	Hạt điều	45894	54615	56758	51925	67478	58383	82808	101629	103188	97050	108874	782708	289159	493549
	Tăng trưởng (%)		19,00	3,92	-8,52	29,95	-13,48	41,84	22,73	1,53	-5,95	12,18	9,02	4,93	13,27
	Tỷ trọng (%)	2,52	2,12	1,55	1,46	1,60	2,56	3,06	4,03	3,22	2,77	2,73	2,43	1,78	3,10
3	Dầu thô	1469932	2130900	3030486	2880693	3353991	1581041	1836319	1289031	1675876	1644001	1853668	21276006	12977111	8298895
	Tăng trưởng (%)		44,97	42,22	-4,94	16,43	-52,86	16,15	-29,80	30,01	-1,90	12,75	2,35	1,47	3,23
	Tỷ trọng (%)	80,69	82,91	83,00	80,99	79,38	69,44	67,91	51,17	52,23	46,85	46,46	66,05	79,71	52,09
4	Gỗ và sản phẩm gỗ	38001	41865	54473	60170	75427	67492	82937	104003	118275	128685	157625	890953	299428	591526
	Tăng trưởng (%)		10,17	30,12	10,46	25,36	-10,52	22,88	25,40	13,72	8,80	22,49	15,29	12,17	18,49
	Tỷ trọng (%)	2,09	1,63	1,49	1,69	1,79	2,96	3,07	4,13	3,69	3,67	3,95	2,77	1,84	3,71
5	Hàng dệt, may	21573	24802	23677	24324	31903	30848	43977	52542	68568	90188	132104	522933	135554	387379
	Tăng trưởng (%)		14,97	-4,54	2,73	31,16	-3,31	42,56	19,48	30,50	31,53	46,48	19,87	7,41	33,76
	Tỷ trọng (%)	1,18	0,96	0,65	0,68	0,76	1,35	1,63	2,09	2,14	2,57	3,31	1,62	0,83	2,43
6	Giày dép các loại	27907	30591	38867	39460	44988	43230	47865	68872	95099	108831	142079	659882	197136	462746
	Tăng trưởng (%)		9,62	27,05	1,53	14,01	-3,91	10,72	43,89	38,08	14,44	30,55	17,67	9,15	26,87
	Tỷ trọng (%)	1,53	1,19	1,06	1,11	1,06	1,90	1,77	2,73	2,96	3,10	3,56	2,05	1,21	2,90
7	Máy vi tính, sản phẩm điện tử và linh kiện	6863	11858	23549	19286	19318	36702	37911	57258	94320	161367	137509	599078	110713	488365
	Tăng trưởng (%)		72,79	98,59	-18,10	0,17	89,98	3,30	51,03	64,73	71,08	-14,78	34,95	39,84	30,24

	Tỷ trọng (%)	0,38	0,46	0,64	0,54	0,46	1,61	1,40	2,27	2,94	4,60	3,45	1,86	0,68	3,07
8	Điện thoại các loại và linh kiện						16841	32053	208558	311659	460473	437611	1467195	16841	1450354
	Tăng trưởng (%)							90,33	550,67	49,44	47,75	-4,96			91,84
	Tỷ trọng (%)						0,74	1,19	8,28	9,71	13,12	10,97	4,55	0,10	9,10
9	Máy móc, thiết bị, dụng cụ, phụ tùng khác						49207	72241	71717	90291	101178	129114	513750	49207	464542
	Tăng trưởng (%)							46,81	-0,73	25,90	12,06	27,61			21,28
	Tỷ trọng (%)						2,16	2,67	2,85	2,81	2,88	3,24	1,59	0,30	2,92
10	Phương tiện vận tải và phụ tùng						5247	19536	39033	51409	56331	93798	265354	5247	260107
	Tăng trưởng (%)							272,35	99,80	31,71	9,58	66,51			78,02
	Tỷ trọng (%)						0,23	0,72	1,55	1,60	1,61	2,35	0,82	0,03	1,63
	Các mặt hàng khác	130599	179335	297197	358166	498458	258776	297629	363495	418045	471807	569230	3712137	1591932	2120205
	Tăng trưởng (%)		37,32	65,72	20,51	39,17	-48,08	15,01	22,13	15,01	12,86	20,65	15,86	14,66	17,08
	Tỷ trọng (%)	7,17	6,98	8,14	10,07	11,80	11,37	11,01	14,43	13,03	13,44	14,27	11,52	9,78	13,31

Nguồn: Số liệu của Cục Công nghệ thông tin và Thống kê Hải quan, Tổng cục Hải quan và tính toán của nhóm tác giả.

## Phụ lục 8: Các mặt hàng xuất khẩu chủ yếu của Việt Nam sang Niu Di Lân giai đoạn 2005 - 2014

Đơn vị: 1.000 USD; %

STT	Mặt hàng	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2005-2014	2005-2009	2010-2014
	<b>Tổng KN xuất khẩu</b>	<b>46857</b>	<b>47494</b>	<b>54134</b>	<b>67051</b>	<b>76642</b>	<b>70504</b>	<b>122645</b>	<b>151377</b>	<b>183981</b>	<b>274004</b>	<b>316140</b>	<b>1363973</b>	<b>315826</b>	<b>1048147</b>
	<i>Tăng trưởng (%)</i>		1,36	13,98	23,86	14,30	-8,01	73,95	23,43	21,54	48,93	15,38	21,03	8,51	35,00
	<i>Tỷ trọng (%)</i>	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00
	<b>Các mặt hàng</b>														
1	Hàng thủy sản	1083	2356	3489	5850	7570	6245	10391	12673	13637	18161	21540	101911	25509	76402
	<i>Tăng trưởng (%)</i>		117,47	48,09	67,67	29,42	-17,51	66,39	21,97	7,60	33,18	18,61	34,85	41,96	28,10
	<i>Tỷ trọng (%)</i>	2,31	4,96	6,44	8,72	9,88	8,86	8,47	8,37	7,41	6,63	6,81	7,47	8,08	7,29
2	Hạt điều	4052	5582	4708	6379	6780	6583	10874	12706	14035	13916	15654	97216	30032	67184
	<i>Tăng trưởng (%)</i>		37,76	-15,67	35,51	6,27	-2,90	65,17	16,85	10,46	-0,84	12,49	14,47	10,19	18,92
	<i>Tỷ trọng (%)</i>	8,65	11,75	8,70	9,51	8,85	9,34	8,87	8,39	7,63	5,08	4,95	7,13	9,51	6,41
3	Cà phê	2439	2357	633	3373	4544	3071	3456	4879	14035	4779	5921	47048	13979	33070
	<i>Tăng trưởng (%)</i>		-3,37	-73,13	432,67	34,71	-32,42	12,54	41,17	187,66	-65,95	23,91	9,27	4,72	14,03
	<i>Tỷ trọng (%)</i>	5,20	4,96	1,17	5,03	5,93	4,36	2,82	3,22	7,63	1,74	1,87	3,45	4,43	3,16
4	Sản phẩm từ chất dẻo		1291	2184	2199	2300	1862	1878	3326	3031	8174	8457	34701	9835	24866
	<i>Tăng trưởng (%)</i>			69,13	0,68	4,58	-19,03	0,86	77,10	-8,87	169,67	3,47			35,35
	<i>Tỷ trọng (%)</i>		2,72	4,03	3,28	3,00	2,64	1,53	2,20	1,65	2,98	2,68	2,54	3,11	2,37
5	Gỗ và sản phẩm gỗ		14048	15514	17090	13672	12294	12376	13434	17352	21853	28385	166019	72619	93400
	<i>Tăng trưởng (%)</i>			10,44	10,16	-20,00	-10,08	0,67	8,55	29,16	25,94	29,89			18,22
	<i>Tỷ trọng (%)</i>		29,58	28,66	25,49	17,84	17,44	10,09	8,87	9,43	7,98	8,98	12,17	22,99	8,91
6	Hàng dệt, may	10979	2912	3446	2857	3961	1338	5417	7926	8001	12816	17244	65919	14514	51405
	<i>Tăng trưởng (%)</i>		-73,48	18,32	-17,07	38,62	-66,22	304,88	46,31	0,95	60,17	34,55	4,62	-34,36	66,74
	<i>Tỷ trọng (%)</i>	23,43	6,13	6,37	4,26	5,17	1,90	4,42	5,24	4,35	4,68	5,45	4,83	4,60	4,90
7	Giày dép các loại	2130	4164	6282	5433	7450	7226	9094	11945	16941	18087	22041	108661	30553	78108
	<i>Tăng trưởng (%)</i>		95,46	50,86	-13,52	37,13	-3,00	25,85	31,34	41,83	6,77	21,86	26,32	27,67	24,99
	<i>Tỷ trọng (%)</i>	4,55	8,77	11,60	8,10	9,72	10,25	7,42	7,89	9,21	6,60	6,97	7,97	9,67	7,45

8	Máy vi tính, sản phẩm điện tử và linh kiện	3414					6807	5089	7390	18512	37564	26751	102113	6807	95306
	<i>Tăng trưởng (%)</i>							-25,24	45,22	150,50	102,92	-28,79	22,86	14,80	31,49
	<i>Tỷ trọng (%)</i>	7,29					9,65	4,15	4,88	10,06	13,71	8,46	7,49	2,16	9,09
9	Điện thoại các loại và linh kiện						2439	4645	18884	42627	93080	88857	250532	2439	248093
	<i>Tăng trưởng (%)</i>							90,45	306,54	125,73	118,36	-4,54			105,26
	<i>Tỷ trọng (%)</i>						3,46	3,79	12,47	23,17	33,97	28,11	18,37	0,77	23,67
10	Máy móc, thiết bị, dụng cụ, phụ tùng khác						8083	7954	6080	6812	11240	14100	54268	8083	46185
	<i>Tăng trưởng (%)</i>							-1,60	-23,56	12,03	65,02	25,44			11,77
	<i>Tỷ trọng (%)</i>						11,46	6,49	4,02	3,70	4,10	4,46	3,98	2,56	4,41
	Các mặt hàng khác	22760	14784	17880	23871	30366	14556	51471	52135	28999	34335	67190	335584	101456	234129
	<i>Tăng trưởng (%)</i>		-35,04	20,94	33,51	27,21	-52,07	253,61	1,29	-44,38	18,40	95,69	11,43	-8,55	35,79
	<i>Tỷ trọng (%)</i>	48,57	31,13	33,03	35,60	39,62	20,65	41,97	34,44	15,76	12,53	21,25	24,60	32,12	22,34

Nguồn: Số liệu của Cục Công nghệ thông tin và Thống kê Hải quan, Tổng cục Hải quan và tính toán của nhóm tác giả.

## Phụ lục 9: Các mặt hàng xuất khẩu chủ yếu của Việt Nam sang Úc và Niu Di Lân giai đoạn 2005 - 2014

Đơn vị: 1.000 USD; %

STT	Mặt hàng	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2005-2014	2005-2009	2010-2014
	<b>Tổng KN xuất khẩu</b>	186853 2	261768 9	370546 4	362397 0	430183 0	234722 0	282664 8	267047 6	339271 4	378342 7	430629 5	33575733	16596173	16979560
	<i>Tăng trưởng (%)</i>		40,09	41,55	-2,20	18,70	-45,44	20,43	-5,53	27,05	11,52	13,82	8,71	4,67	12,90
	<i>Tỷ trọng (%)</i>	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00
<b>Các mặt hàng</b>															
1	Hàng thủy sản	81989	98584	129811	128743	141196	135194	161117	175633	195639	207674	250083	1623676	633529	990146
	<i>Tăng trưởng (%)</i>		20,24	31,68	-0,82	9,67	-4,25	19,17	9,01	11,39	6,15	20,42	11,80	10,52	13,09
	<i>Tỷ trọng (%)</i>	4,39	3,77	3,50	3,55	3,28	5,76	5,70	6,58	5,77	5,49	5,81	4,84	3,82	5,83
2	Hạt điều	49946	60197	61466	58304	74257	64966	93681	114335	117223	110966	124528	879924	319191	560733
	<i>Tăng trưởng (%)</i>		20,52	2,11	-5,14	27,36	-12,51	44,20	22,05	2,53	-5,34	12,22	9,57	5,40	13,90
	<i>Tỷ trọng (%)</i>	2,67	2,30	1,66	1,61	1,73	2,77	3,31	4,28	3,46	2,93	2,89	2,62	1,92	3,30
3	Dầu thô	146993 2	213090 0	303048 6	288069 3	335399 1	158104 1	183631 9	128903 1	167587 6	164400 1	185366 8	21276006	12977111	8298895
	<i>Tăng trưởng (%)</i>		44,97	42,22	-4,94	16,43	-52,86	16,15	-29,80	30,01	-1,90	12,75	2,35	1,47	3,23
	<i>Tỷ trọng (%)</i>	78,67	81,40	81,78	79,49	77,97	67,36	64,96	48,27	49,40	43,45	43,05	63,37	78,19	48,88
4	Gỗ và sản phẩm gỗ	38001	55913	69987	77260	89099	79787	95314	117438	135627	150538	186010	1056972	372046	684926
	<i>Tăng trưởng (%)</i>		47,13	25,17	10,39	15,32	-10,45	19,46	23,21	15,49	10,99	23,56	17,21	15,99	18,45
	<i>Tỷ trọng (%)</i>	2,03	2,14	1,89	2,13	2,07	3,40	3,37	4,40	4,00	3,98	4,32	3,15	2,24	4,03
5	Hàng dệt, may	32552	27714	27123	27181	35864	32186	49395	60468	76569	103004	149348	588852	150068	438784
	<i>Tăng trưởng (%)</i>		-14,86	-2,13	0,22	31,94	-10,25	53,47	22,42	26,63	34,52	44,99	16,46	-0,23	35,93
	<i>Tỷ trọng (%)</i>	1,74	1,06	0,73	0,75	0,83	1,37	1,75	2,26	2,26	2,72	3,47	1,75	0,90	2,58
6	Giày dép các loại	30037	34755	45148	44893	52438	50456	56960	80816	112040	126918	164120	768544	227689	540854
	<i>Tăng trưởng (%)</i>		15,71	29,91	-0,57	16,81	-3,78	12,89	41,88	38,64	13,28	29,31	18,51	10,93	26,60
	<i>Tỷ trọng (%)</i>	1,61	1,33	1,22	1,24	1,22	2,15	2,02	3,03	3,30	3,35	3,81	2,29	1,37	3,19
7	Máy vi tính, sản phẩm điện tử và linh kiện	10277	11858	23549	19286	19318	43509	43000	64648	112832	198931	164260	701191	117520	583671

	Tăng trưởng (%)		15,38	98,59	-18,10	0,17	125,22	-1,17	50,34	74,53	76,31	-17,43	31,94	33,46	30,43
	Tỷ trọng (%)	0,55	0,45	0,64	0,53	0,45	1,85	1,52	2,42	3,33	5,26	3,81	2,09	0,71	3,44
8	Điện thoại các loại và linh kiện	0	0	0	0	0	19280	36698	227442	354286	553553	526468	1717727	19280	1698447
	Tăng trưởng (%)							90,34	519,77	55,77	56,24	-4,89			93,76
	Tỷ trọng (%)						0,82	1,30	8,52	10,44	14,63	12,23	5,12	0,12	10,00
9	Máy móc, thiết bị, dụng cụ, phụ tùng khác	0	0	0	0	0	57290	80195	77797	97103	112418	143214	568018	57290	510728
	Tăng trưởng (%)							39,98	-2,99	24,81	15,77	27,39			20,11
	Tỷ trọng (%)						2,44	2,84	2,91	2,86	2,97	3,33	1,69	0,35	3,01
10	Phương tiện vận tải và phụ tùng						5247	19536	39033	51409	56331	93798	265354	5247	260107
	Tăng trưởng (%)							272,35	99,80	31,71	9,58	66,51			78,02
	Tỷ trọng (%)						0,22	0,69	1,46	1,52	1,49	2,18	0,79	0,03	1,53
	Các mặt hàng khác	155798	197767	317894	387609	535668	278264	354434	423834	464109	519094	650798	4129471	1717202	2412269
	Tăng trưởng (%)		26,94	60,74	21,93	38,20	-48,05	27,37	19,58	9,50	11,85	25,37	15,37	12,30	18,52
	Tỷ trọng (%)	8,34	7,56	8,58	10,70	12,45	11,86	12,54	15,87	13,68	13,72	15,11	12,30	10,35	14,21

Nguồn: Số liệu của Cục Công nghệ thông tin và Thống kê Hải quan, Tổng cục Hải quan và tính toán của nhóm tác giả.