

SỔ TAY DOANH NGHIỆP

TẬN DỤNG

E V F T A

ĐỂ XUẤT NHẬP KHẨU HÀNG HÓA GIỮA

VIỆT NAM VÀ ĐỨC

Nhóm biên soạn:



Nguyễn Thị Thu Trang
Phùng Thị Lan Phương
Trần Minh Thu
Nguyễn Thị Thùy Dung
Nguyễn Thanh Trà

*Trung tâm WTO và Hội nhập
Phòng Thương mại và Công nghiệp Việt Nam*

SỔ TAY DOANH NGHIỆP

TẬN DỤNG

E V F T A

ĐỂ XUẤT NHẬP KHẨU HÀNG HÓA GIỮA
VIỆT NAM VÀ ĐỨC

Lời nói đầu

Hiệp định Thương mại Tự do Việt Nam – Liên minh châu Âu (EVFTA) là Hiệp định thương mại tự do (FTA) thế hệ mới giữa Việt Nam và 27 nước thành viên Liên minh châu Âu (EU). EVFTA được ký kết vào ngày 30/06/2019 và có hiệu lực từ ngày 01/08/2020. Với phạm vi cam kết rộng, mức độ tự do hóa sâu, việc thực thi EVFTA sẽ đem lại những cơ hội đặc biệt để tăng cường quan hệ thương mại giữa Việt Nam và các nước thành viên của EU, đặc biệt là Đức – một trong những thị trường EU quan trọng bậc nhất của xuất nhập khẩu Việt Nam.

Đức hiện đang là một trong những đối tác thương mại hàng đầu của Việt Nam. Từ góc độ xuất khẩu, Đức là thị trường xuất khẩu lớn thứ 2 tại EU, thứ 7 thế giới của Việt Nam. Về nhập khẩu, Đức là nguồn cung hàng hóa lớn thứ 2 EU, thứ 14 thế giới của chúng ta. Việt Nam và Đức có cơ cấu sản phẩm bổ sung cho nhau là chủ yếu, ít cạnh tranh trực tiếp. Việt Nam có thế mạnh về các sản phẩm công nghiệp nhẹ, sản phẩm tiêu dùng và nông sản thực phẩm; và có nhu cầu cao với nhiều nguyên liệu và máy móc phục vụ sản xuất. Trong khi đó Đức là cường quốc công nghiệp nặng, xuất khẩu nhiều nguyên nhiên liệu và máy móc thiết bị, và cũng nhập khẩu nhiều hàng tiêu dùng, nông sản thực phẩm.

Trong bối cảnh như vậy, với các cam kết cắt giảm mạnh về thuế quan, các quy tắc thuận lợi hóa thương mại, hạn chế rào cản phi thuế quan... EVFTA được kỳ vọng sẽ là con đường cao tốc thúc đẩy mạnh mẽ hoạt động thương mại giữa Việt Nam và Đức trong thời gian sắp tới.

Để hỗ trợ doanh nghiệp hai Bên (i) Tìm hiểu cụ thể các cam kết về hàng hóa của Việt Nam và Đức trong EVFTA, qua đó nhận diện các cơ hội cụ thể từ Hiệp định này; (ii) Có được các thông tin cốt lõi về tình hình và đặc điểm thị trường hai Bên, các quy định cơ bản về thủ tục xuất nhập khẩu hàng hóa của Đức và Việt Nam; (iii) Nhận diện các cơ hội và tìm kiếm các giải pháp nhằm hiện thực hóa các cơ hội và tối đa hóa các lợi ích mà EVFTA có thể đem lại cho thương mại hai bên, Phòng Thương mại và Công nghiệp Việt Nam (VCCI) đã tiến hành biên soạn và xuất bản “Sổ tay doanh nghiệp - Tận dụng EVFTA để xuất nhập khẩu hàng hóa giữa Việt Nam và Đức”.

Hy vọng Sổ tay này sẽ trở thành một tài liệu tham khảo hữu ích cho các doanh nghiệp Việt Nam và Đức trong các giao dịch thương mại giữa hai thị trường đầy tiềm năng này.

Phòng Thương mại và Công nghiệp Việt Nam trân trọng cảm ơn sự hỗ trợ của Viện Friedrich Naumann Foundation for Freedom (CHLB Đức) cho việc biên soạn và phổ biến Sổ tay này.

Phòng Thương mại và Công nghiệp Việt Nam

Danh mục từ viết tắt

ASEAN	Hiệp hội các Quốc gia Đông Nam Á
CBPG	Chống bán phá giá
C/O	Chứng nhận xuất xứ hàng hóa
CPTPP	Hiệp định Đối tác Toàn diện và Tiến bộ Xuyên Thái Bình Dương
CTC	Chống trợ cấp
EU	Liên minh châu Âu
EORI	Số đăng ký và nhận dạng chủ thể kinh doanh xuất nhập khẩu của EU
EVFTA	Hiệp định Thương mại Tự do Việt Nam – Liên minh châu Âu
FTA	Hiệp định Thương mại Tự do
GDP	Tổng sản phẩm quốc nội
GSP	Chế độ Ưu đãi Thuế quan Phổ cập
HS	Hệ thống hài hòa mô tả và mã hóa hàng hóa
MFN	Nguyên tắc đối xử tối huệ quốc
NTM	Biện pháp phi thuế quan
OECD	Tổ chức hợp tác và Phát triển kinh tế
PSR	Quy tắc cụ thể mặt hàng
PVTM	Phòng vệ thương mại
REX	Hệ thống đăng ký các Nhà xuất khẩu
SHTT	Sở hữu trí tuệ
SPS	Biện pháp an toàn thực phẩm và kiểm dịch động thực vật
TBT	Hàng rào kỹ thuật đối với thương mại
TRIPS	Hiệp định về các khía cạnh thương mại liên quan tới quyền sở hữu trí tuệ của WTO
VL	Quy tắc tỷ lệ tối đa không xuất xứ
VNACCS	Hệ thống Hải quan Tự động
WCO	Tổ chức Hải quan Thế giới
WTO	Tổ chức Thương mại Thế giới

PHẦN I:

CÁC CAM KẾT EVFTA VỀ XUẤT NHẬP KHẨU HÀNG HÓA GIỮA VIỆT NAM VÀ ĐỨC

1. Các cam kết thuế quan của Việt Nam và Đức được nêu ở đâu trong văn kiện EVFTA?	10
2. Đức có cam kết thuế quan như thế nào cho hàng hóa của Việt Nam?	12
3. Việt Nam có cam kết thuế quan như thế nào cho hàng hóa của Đức?	18
4. EVFTA có cam kết như thế nào về hàng tân trang (remanufactured goods)?	25
5. Quy tắc xuất xứ để hưởng ưu đãi thuế quan EVFTA?	27
6. Các loại Quy tắc xuất xứ quy định trong EVFTA?	29
7. Thủ tục chứng nhận xuất xứ trong EVFTA có gì đặc biệt?	31
8. EVFTA có cam kết gì về Hải quan và Thuận lợi hóa thương mại?	33
9. Các cam kết EVFTA về hàng rào kỹ thuật đối với thương mại (TBT)?	36
10. Cam kết EVFTA về các biện pháp an toàn thực phẩm và kiểm dịch động thực vật (SPS)?	38
11. Các cam kết EVFTA về phòng vệ thương mại (chống bán phá giá, chống trợ cấp và tự vệ)?	41
12. Các cam kết đáng chú ý của EVFTA về sở hữu trí tuệ?	44
13. EVFTA có cam kết gì đáng chú ý về Chỉ dẫn địa lý?	46
14. Các cam kết EVFTA về Quyền tác giả, Nhân hiệu, Kiểu dáng công nghiệp và Sáng chế?	49
15. Các yêu cầu của EVFTA về thực thi bảo hộ quyền sở hữu trí tuệ?	51
16. Các cam kết EVFTA về Mua sắm công đối với hàng hóa?	53
17. EVFTA có cam kết riêng gì đối với Dược phẩm và trang thiết bị y tế?	55
18. EVFTA có cam kết riêng gì đối với ô tô, xe máy và linh kiện?	58



PHẦN II:

TẬN DỤNG CƠ HỘI TỪ EVFTA ĐỂ XUẤT KHẨU HÀNG HÓA VIỆT NAM SANG ĐỨC

19. Thị trường Đức có những đặc điểm gì đáng lưu ý đối với các nhà xuất khẩu Việt Nam?	62
20. Đặc điểm tiêu dùng của người Đức?	66
21. Đặc điểm hệ thống phân phối của Đức?	69
22. Quy trình và thủ tục nhập khẩu hàng hóa vào Đức?	73
23. Tình hình xuất khẩu hàng hóa của Việt Nam sang Đức?	81
24. Các đối thủ cạnh tranh chính của hàng hóa Việt Nam tại Đức?	85
25. Thuận lợi và khó khăn của hàng hóa Việt Nam khi xuất khẩu sang thị trường Đức?	88
26. Cơ hội từ EVFTA cho xuất khẩu hàng hóa của Việt Nam sang thị trường Đức?	90
27. Thách thức từ EVFTA đối với xuất khẩu của Việt Nam sang thị trường Đức?	100
28. Làm thế nào để tận dụng EVFTA tăng cường xuất khẩu hàng hóa Việt Nam sang Đức?	102

PHẦN III:

TẬN DỤNG CƠ HỘI TỪ EVFTA ĐỂ NHẬP KHẨU HÀNG HÓA TỪ ĐỨC VÀO VIỆT NAM

29. Đặc điểm thị trường hàng hóa Việt Nam?	106
30. Các kênh nhập khẩu hàng hóa của Việt Nam và đặc điểm?	108
31. Đặc điểm người tiêu dùng Việt Nam?	110
32. Quy trình và thủ tục nhập khẩu hàng hóa vào Việt Nam?	112
33. Tình hình xuất khẩu hàng hóa nói chung của Đức?	118
34. Tình hình xuất khẩu hàng hóa Đức sang Việt Nam?	121
35. Các đối thủ cạnh tranh chính của hàng hóa Đức tại Việt Nam?	124
36. Các lợi thế và bất lợi của hàng hóa Đức tại Việt Nam?	128
37. Cơ hội từ EVFTA cho nhập khẩu hàng hóa từ Đức?	131
38. Làm thế nào để nhập khẩu hiệu quả hàng hóa từ Đức tận dụng cơ hội từ EVFTA?	138

THÔNG TIN HỮU ÍCH

39. Có thể tìm kiếm các thông tin, dữ liệu về thị trường Đức và Việt Nam ở đâu?	142
40. Doanh nghiệp có thể tìm kiếm hỗ trợ về EVFTA và thị trường Đức, Việt Nam ở các địa chỉ nào?	144



Danh mục Bảng và Hình

Bảng 1: Cam kết ưu đãi thuế quan của Đức cho tốp 10 sản phẩm xuất khẩu chủ lực của Việt Nam trong EVFTA	14
Bảng 2: Cam kết ưu đãi thuế quan của Việt Nam cho các sản phẩm công nghiệp xuất khẩu chủ lực của Đức trong EVFTA	19
Bảng 3: Cam kết ưu đãi thuế quan của Việt Nam cho một số nông sản xuất khẩu chủ lực của Đức trong EVFTA	22
Bảng 4: Tóm tắt các gói thầu hàng hóa Việt Nam mở cửa cho nhà thầu Đức trong EVFTA*	54
Bảng 5: Các sản phẩm nhập khẩu chính của Đức năm 2020	64
Bảng 6: Các sản phẩm, dịch vụ tiêu dùng phổ biến của người tiêu dùng Đức	67
Bảng 7: Hệ thống phân phối của Đức	69
Bảng 8: Tốp 10 mặt hàng Đức nhập khẩu nhiều nhất từ Việt Nam năm 2020	83
Bảng 9: Tốp 10 nước nhập khẩu nhiều nhất của Đức năm 2020	85
Bảng 10: Các FTA và đối tác FTA của EU	86
Bảng 11: 10 nhóm sản phẩm Việt Nam nhập khẩu nhiều nhất năm 2020	107
Bảng 12: Tốp 10 sản phẩm xuất khẩu lớn nhất của Đức năm 2020	119
Bảng 13: Tốp 10 sản phẩm nhập khẩu lớn nhất từ Đức của Việt Nam năm 2020	123
Bảng 14: Các FTA và đối tác FTA của Việt Nam	124
Bảng 15: Các đối thủ cạnh tranh lớn nhất của hàng hóa Đức tại Việt Nam	126
Hình 1: GDP Đức giai đoạn 2011-2020	62
Hình 2: Xuất khẩu của Việt Nam sang Đức giai đoạn 2010-2020	81
Hình 3: Kim ngạch nhập khẩu hàng hoá Đức của Việt Nam giai đoạn 2010 – 2020	122



Phần thứ nhất

CÁC CAM KẾT EVFTA VỀ XUẤT NHẬP KHẨU HÀNG HÓA GIỮA VIỆT NAM VÀ ĐỨC

Là Hiệp định thương mại tự do (FTA) thế hệ mới, tiêu chuẩn cao, EVFTA có phạm vi điều chỉnh rộng, với các cam kết trong nhiều lĩnh vực. Phần này giới thiệu các cam kết EVFTA có liên quan hoặc ảnh hưởng tới hoạt động xuất khẩu, nhập khẩu hàng hóa giữa Việt Nam và EU, trong đó có Đức. Các cam kết này bao gồm nhóm các cam kết trực tiếp về thương mại hàng hóa (nêu tại các Chương từ 2 đến 7 Văn kiện EVFTA) và một số cam kết trong các lĩnh vực khác như sở hữu trí tuệ, mua sắm công, dịch vụ, đầu tư, phát triển bền vững... có tác động gián tiếp tới hoạt động sản xuất và xuất nhập khẩu hàng hóa giữa hai Bên.

Chú ý là trong EVFTA, EU với 27 nước thành viên là một Bên thống nhất. Do đó, ngoại trừ một số ít các trường hợp có cam kết riêng cho từng nước thành viên EU (ví dụ về các chỉ dẫn địa lý, mở cửa thị trường mua sắm công, mở cửa thị trường dịch vụ đầu tư phía EU), tất cả các cam kết của EU trong EVFTA đều là cam kết thống nhất của tất cả các nước thành viên EU, trong đó có Đức. Do đó, trong EVFTA, ngoại trừ các trường hợp nêu cụ thể, tất cả các cam kết mà EU dành cho Việt Nam cũng là các cam kết mà Đức dành cho Việt Nam, và ngược lại, các cam kết của Việt Nam cho EU cũng là cam kết dành cho Đức. Trong Sổ tay này, trừ các trường hợp được nêu rõ, “cam kết của Đức trong EVFTA” cũng được hiểu là cam kết của EU trong EVFTA, tương tự “cam kết Việt Nam cho Đức trong EVFTA” chính là cam kết Việt Nam đối với EU trong Hiệp định này.



01

Các cam kết thuế quan của Việt Nam và Đức được nêu ở đâu trong văn kiện EVFTA?

Các cam kết thuế quan được nêu trong Chương 2 – “Đối xử Quốc gia và Mở cửa thị trường hàng hóa” của văn kiện EVFTA, bao gồm 2 phần:

- *Phần Lời văn Chương 2 - Đối xử Quốc gia và Mở cửa thị trường hàng hóa*

Phần này bao gồm các quy tắc chung liên quan tới thuế quan, áp dụng chung cho cả EU (trong đó có Đức) và Việt Nam (tuy nhiên cũng có một số nội dung nêu cụ thể chỉ áp dụng cho Việt Nam hoặc EU).

- *Phần Phụ lục 2-A – Cắt giảm hoặc xóa bỏ thuế quan*

Phụ lục này bao gồm 05 Tiểu phụ lục, trong đó 03 Tiểu phụ lục liên quan đến cam kết thuế quan đó là:

- Tiểu Phụ lục 2-A-1: Biểu cam kết về thuế nhập khẩu của EU (trong đó có Đức) cho hàng hóa Việt Nam;
- Tiểu Phụ lục 2-A-2: Biểu cam kết về thuế nhập khẩu của Việt Nam cho hàng hóa EU (trong đó có Đức);
- Tiểu Phụ lục 2-A-3: Biểu cam kết về thuế xuất khẩu của Việt Nam đối với hàng hóa Việt Nam xuất khẩu sang EU (trong đó có Đức).

Các Biểu cam kết thuế quan này nêu cam kết cắt giảm thuế quan cụ thể đối với từng loại hàng hóa (theo mã HS và theo lộ trình từng năm).



LƯU Ý VỚI DOANH NGHIỆP

Để biết được cam kết thuế quan ưu đãi của Việt Nam hay EU (trong đó có Đức) đối với một sản phẩm cụ thể thì doanh nghiệp cần:

- 1 Xác định mã HS cụ thể của sản phẩm (theo Bảng mã HS của thị trường nhập khẩu)
- 2 Tra cứu thuế quan đối với sản phẩm đó tại các Tiểu phụ lục 2-A - Phần của Thị trường nhập khẩu

Chú ý: Cần đọc Các điều khoản chung của Phụ lục 2-A để hiểu được từng ký hiệu được sử dụng trong Biểu cam kết thuế quan, sau đó mới tra cứu Biểu cam kết thuế quan (tìm theo mã HS)

- 3 Nếu có băn khoăn về các vấn đề khác về thuế quan thì đọc các quy tắc cắt giảm thuế quan trong Phần lời văn Chương 2 của văn kiện EVFTA

Đức có cam kết thuế quan như thế nào cho hàng hóa của Việt Nam?

Cam kết về thuế nhập khẩu

Tương tự như Việt Nam, trong EVFTA, EU có cam kết thuế quan nhập khẩu ưu đãi cụ thể cho từng dòng thuế, theo đó EU (trong đó có Đức) sẽ loại bỏ thuế nhập khẩu cho phần lớn hàng hóa Việt Nam ngay sau khi Hiệp định có hiệu lực (01/08/2020), số còn lại sẽ loại bỏ thuế quan theo lộ trình hoặc áp dụng hạn ngạch thuế quan.

Cụ thể, thuế quan ưu đãi EVFTA mà Đức dành cho các sản phẩm nhập khẩu từ Việt Nam như sau:

- Tại thời điểm 01/08/2020 khi EVFTA có hiệu lực: xoá bỏ thuế quan đối với 85,6% số dòng thuế;
- Đến thời điểm 01/01/2027, sẽ xoá bỏ thuế quan đối với tổng cộng 99,2% số dòng thuế;
- Đối với khoảng 0,8% số dòng thuế còn lại sẽ được áp dụng hạn ngạch thuế quan với thuế nhập khẩu trong hạn ngạch là 0%. Các sản phẩm của Việt Nam được áp dụng hạn ngạch trong EVFTA là: Trứng và lòng đỏ trứng gia cầm; tỏi; ngô ngọt; gạo đã xay; gạo đã xay đáp ứng yêu cầu đúng chủng loại; tinh bột sắn; cá ngừ; surimi; đường và các sản phẩm khác chứa hàm lượng đường cao; đường đặc biệt; nấm; ethanol; và mannitol, sorbitol, dextrin và các dạng tinh bột biến tính khác.

Lưu ý cơ chế phân bổ hạn ngạch cho Việt Nam theo EVFTA sẽ do EU quy định chung cho toàn lãnh thổ EU theo từng sản phẩm/nhóm sản phẩm cụ thể. Vì vậy sẽ không có hạn ngạch riêng cho thị trường Đức đối với bất kỳ sản phẩm nào.

Cho tới trước EVFTA, EU chưa có FTA nào với Việt Nam. Do đó về nguyên tắc hàng hóa Việt Nam nhập khẩu vào Đức – thành viên EU phải chịu mức thuế MFN mà EU áp dụng cho các nước thành viên WTO. Tuy nhiên, từ nhiều năm nay, EU (trong đó có Đức) đã và đang duy trì cơ chế Ưu đãi Thuế quan Phổ cập (GSP) dành cho các nước đang và kém phát triển, trong đó có Việt Nam. Theo cơ chế này, nhiều sản phẩm xuất khẩu đặc biệt là những mặt hàng xuất khẩu chủ lực của Việt Nam như may mặc, da giày, thủy sản... thuộc diện GSP được hưởng mức thuế ưu đãi thấp hơn đáng kể so với mức thuế MFN khi nhập khẩu vào thị trường Đức (năm 2021, mức thuế MFN trung bình áp dụng của EU là 4,71%, còn thuế GSP trung bình là 2,35%). Tuy nhiên, EU có quy định về “ngưỡng trưởng thành” đối với các nước/các sản phẩm được hưởng GSP. Quy định này hiểu đơn giản là khi tổng thu nhập quốc gia hoặc kim ngạch xuất khẩu một loại hàng hóa nào đó của Việt Nam đạt đến một ngưỡng nhất định thì không được hưởng ưu đãi GSP nữa.



Cho đến thời điểm hiện tại, mức thuế GSP mà EU đơn phương dành cho Việt Nam ở mức tương đối thấp. Trong so sánh ở giai đoạn đầu thực hiện EVFTA, một số sản phẩm xuất khẩu có lộ trình xóa bỏ thuế quan dài (5-7 năm) nên thuế EVFTA áp dụng đối với các sản phẩm này có thể cao hơn so với thuế GSP hiện tại mà sản phẩm đó đang được hưởng. Tuy nhiên, xét trên tổng thể, trong EVFTA, EU cam kết xóa bỏ tới 85,6% dòng thuế ngay khi Hiệp định có hiệu lực và 99,2% số dòng thuế được xóa bỏ sau 7 năm. Như vậy, đến cuối lộ trình gần như toàn bộ sản phẩm xuất khẩu của Việt Nam sang EU (trong đó có Đức) sẽ được xóa bỏ hoàn toàn thuế quan, trong khi GSP chỉ có ưu đãi với một số nhóm sản phẩm và mức ưu đãi không phải lúc nào cũng là 0%. Do đó, xét về lâu dài, so với thuế GSP thì thuế EVFTA sẽ có lợi hơn cho doanh nghiệp.

LƯU Ý VỚI DOANH NGHIỆP

Theo quy định của EU về GSP khi có FTA, Việt Nam sẽ tiếp tục được hưởng cơ chế GSP song song cùng EVFTA trong thời gian 02 năm kể từ khi EVFTA có hiệu lực (tức là đến hết 31/07/2022).

Đồng thời, theo quy định trong EVFTA thì mức thuế ưu đãi EVFTA áp dụng đối với hàng hóa của Việt Nam sẽ không cao hơn các mức thuế mà EU áp dụng đối với hàng hóa đó tại thời điểm ngay trước khi EVFTA có hiệu lực. Điều này có nghĩa là:

- *Trong khoảng thời gian từ 01/08/2020 đến 31/07/2022:* Doanh nghiệp có thể lựa chọn sử dụng EVFTA hay GSP tùy thuộc vào thuế quan ưu đãi theo cơ chế nào có lợi cho doanh nghiệp. Trường hợp chọn ưu đãi GSP thì sản phẩm phải đáp ứng quy tắc và thủ tục chứng nhận xuất xứ của GSP; trường hợp chọn ưu đãi thuế quan theo EVFTA thì sản phẩm phải đáp ứng quy tắc và thủ tục chứng nhận xuất xứ EVFTA.
- *Kể từ ngày 01/08/2022:* Cơ chế ưu đãi thuế quan GSP sẽ tự động chấm dứt, doanh nghiệp áp dụng cơ chế ưu đãi thuế quan theo EVFTA. Tuy nhiên EVFTA cho phép trong trường hợp thuế EVFTA cao hơn thuế GSP thì vẫn được hưởng thuế GSP. Dù chọn mức thuế ưu đãi nào, sản phẩm phải đáp ứng quy tắc và thủ tục chứng nhận xuất xứ EVFTA.

Đây là cam kết linh hoạt, rất có lợi cho các doanh nghiệp của Việt Nam khi xuất khẩu sang EU do được đảm bảo rằng mức thuế EVFTA áp dụng sẽ luôn là mức thuế thấp hơn hoặc ít nhất là bằng mức thuế GSP tại thời điểm 01/08/2020.



CÁC CAM KẾT EVFTA VỀ XUẤT NHẬP KHẨU HÀNG HÓA GIỮA VIỆT NAM VÀ ĐỨC

Đức có cam kết thuế quan như thế nào cho hàng hóa của Việt Nam?

Dưới đây là Bảng tổng hợp cam kết của Đức trong EVFTA đối với một số nhóm sản phẩm mà Việt Nam có thể mạnh xuất khẩu. Có thể thấy với các nhóm sản phẩm đang có thuế MFN hoặc GSP ở mức trung bình thấp thì sẽ được Đức xóa bỏ thuế ngay khi Hiệp định EVFTA có hiệu lực (đối với tất cả hoặc phần lớn các dòng sản phẩm). Còn đối với các nhóm sản phẩm hiện vẫn đang duy trì mức thuế MFN và GSP cao thì khoảng phân nửa được xóa bỏ thuế ngay khi có hiệu lực, còn lại là xóa bỏ theo lộ trình (riêng một số sản phẩm quả và quả hạch thuộc Chương 08 chỉ xóa bỏ thuế %, vẫn giữ thuế tuyệt đối).

Như vậy, so với các mức thuế quan MFN và GSP mà Đức đang áp dụng thì thuế quan EVFTA đem lại các lợi thế lớn cho các nhóm sản phẩm xuất khẩu sau của Việt Nam: Giày dép (Chương 64), Quần áo (Chương 61,62), Thủy sản (Chương 3), Nhựa (Chương 39), Quả và quả hạch (Chương 08).

Bảng

1

Cam kết ưu đãi thuế quan của Đức cho top 10 sản phẩm xuất khẩu chủ lực của Việt Nam trong EVFTA

Mã HS (Chương)	Sản phẩm	Mức thuế MFN 2021 của EU	Mức thuế GSP 2021 của EU	Cam kết ưu đãi thuế quan của EU cho Việt Nam*
85	Máy điện và thiết bị điện và các bộ phận của chúng; máy ghi và tái tạo âm thanh, máy ghi và tái tạo hình ảnh và âm thanh truyền hình, bộ phận và phụ kiện của các loại máy trên	Từ: 0% đến 14% Trung bình: 2,08%	Từ: 0% đến 9,8% Trung bình: 0,29%	<ul style="list-style-type: none">Xóa bỏ thuế ngay khi EVFTA có hiệu lực với 450/500 dòng thuếXóa bỏ thuế dần đều trong vòng 04 năm với 35/500 dòng thuếXóa bỏ thuế dần đều trong vòng 06 năm với 15/500 dòng thuế
84	Máy và thiết bị cơ khí; các bộ phận của chúng	Từ: 0% đến 9,7% Trung bình: 1,85%	Từ: 0% đến 2,2% Trung bình: 0%	<ul style="list-style-type: none">Xóa bỏ thuế ngay khi EVFTA có hiệu lực với tất cả 873/873 dòng thuế



CÁC CAM KẾT EVFTA VỀ XUẤT NHẬP KHẨU HÀNG HÓA GIỮA VIỆT NAM VÀ ĐỨC

Đức có cam kết thuế quan như thế nào cho hàng hóa của Việt Nam?

Mã HS (Chương)	Sản phẩm	Mức thuế MFN 2021 của EU	Mức thuế GSP 2021 của EU	Cam kết ưu đãi thuế quan của EU cho Việt Nam*
64	Giày, dép, ghệt và các sản phẩm tương tự; các bộ phận của các sản phẩm trên	Từ: 3% đến 17% Trung bình: 9,95%	Từ: 0% đến 11,9% Trung bình: 5,99%	<ul style="list-style-type: none">Xóa bỏ thuế ngay khi EVFTA có hiệu lực với 37/86 dòng thuếXóa bỏ thuế dần đều trong vòng 04 năm với 13/86 dòng thuế (giày ống trượt tuyết; Giày dép có đế ngoài bằng da thuộc với mũ giày có đai vòng qua mu bàn chân và quai xỏ ngón chân cái; giày, dép có mũi gắn kim loại bảo vệ; một số loại giày cổ cao quá mắt cá chân; dép lê và giày, dép đi trong nhà...)Xóa bỏ thuế dần đều trong vòng 06 năm với 10/86 dòng thuế (một số loại giày cổ cao quá mắt cá chân; 6405.90.10: Giày, dép có đế ngoài bằng cao su, plastic, da thuộc hoặc da tổng hợp)Xóa bỏ thuế dần đều trong vòng 08 năm với 26/86 dòng thuế
61	Quần áo và các hàng may mặc phụ trợ, dệt kim hoặc móc	Từ: 8% đến 12% Trung bình: 11,60%	Từ: 6,4% đến 9,6% Trung bình: 9,28%	<ul style="list-style-type: none">Xóa bỏ thuế ngay khi EVFTA có hiệu lực với 91/147 dòng thuếXóa bỏ thuế dần đều trong vòng 04 năm với 21/147 dòng thuếXóa bỏ thuế dần đều trong vòng 06 năm với 35/147 dòng thuế
62	Quần áo và các hàng may mặc phụ trợ, không dệt kim hoặc móc	Từ: 6,3% đến 12% Trung bình: 11,56%	Từ: 5% đến 9,6% Trung bình: 9,25%	<ul style="list-style-type: none">Xóa bỏ thuế ngay khi EVFTA có hiệu lực với 56/194 dòng thuếXóa bỏ thuế dần đều trong vòng 04 năm với 21/194 dòng thuếXóa bỏ thuế dần đều trong vòng 06 năm với 73/194 dòng thuếXóa bỏ thuế dần đều trong vòng 08 năm với 44/194 dòng thuế



CÁC CAM KẾT EVFTA VỀ XUẤT NHẬP KHẨU HÀNG HÓA GIỮA VIỆT NAM VÀ ĐỨC

Đức có cam kết thuế quan như thế nào cho hàng hóa của Việt Nam?

Mã HS (Chương)	Sản phẩm	Mức thuế MFN 2021 của EU	Mức thuế GSP 2021 của EU	Cam kết ưu đãi thuế quan của EU cho Việt Nam*
94	Đồ nội thất; bộ đồ giường, đệm, khung đệm, nệm và các đồ dùng nội thất tương tự; đèn và bộ đèn, chưa được chi tiết hoặc ghi ở nơi khác; biển hiệu được chiếu sáng, biển đề tên được chiếu sáng và các loại tương tự; nhà lắp ghép	Từ: 0% đến 5,7% Trung bình: 2,46%	Từ: 0% đến 2,2% Trung bình: 0,16%	<ul style="list-style-type: none">Xóa bỏ thuế ngay khi EVFTA có hiệu lực với tất cả 77/77 dòng thuế
03	Cá và động vật giáp xác, động vật thân mềm và động vật thủy sinh không xương sống khác	Từ: 0% đến 23% Trung bình: 10,85%	Từ: 0% đến 19,5% Trung bình: 6,64%	<ul style="list-style-type: none">Xóa bỏ thuế ngay khi EVFTA có hiệu lực với 220/425 dòng thuếXóa bỏ thuế dần đều trong vòng 04 năm với 108/425 dòng thuếXóa bỏ thuế dần đều trong vòng 06 năm với 78/425 dòng thuếXóa bỏ thuế dần đều trong vòng 08 năm với 19/425 dòng thuế
72	Sắt và thép	Từ: 0% đến 7% Trung bình: 0,23%	Từ: 0% đến 3,5% Trung bình: 0,08%	<ul style="list-style-type: none">Xóa bỏ thuế ngay khi EVFTA có hiệu lực với 341/344 dòng thuếXóa bỏ thuế dần đều trong vòng 08 năm với 3/344 dòng thuế (Ferro-crom có hàm lượng carbon không quá 4% tính theo trọng lượng)
39	Plastic và các sản phẩm bằng plastic	Từ: 0% đến 6,5% Trung bình: 5,46%	Từ: 0% đến 3% Trung bình: 0,90%	<ul style="list-style-type: none">Xóa bỏ thuế ngay khi EVFTA có hiệu lực với tất cả 205/205 dòng thuế



CÁC CAM KẾT EVFTA VỀ XUẤT NHẬP KHẨU HÀNG HÓA GIỮA VIỆT NAM VÀ ĐỨC

Đức có cam kết thuế quan như thế nào cho hàng hóa của Việt Nam?

Mã HS (Chương)	Sản phẩm	Mức thuế MFN 2021 của EU	Mức thuế GSP 2021 của EU	Cam kết ưu đãi thuế quan của EU cho Việt Nam*
08	Quả và quả hạch (nuts) ăn được; vỏ quả thuộc họ cam quýt hoặc các loại dưa	Từ: 0% đến 20,8% Trung bình: 7,14%	Từ: 0% đến 20,8% Trung bình: 4,49%	<ul style="list-style-type: none">Xóa bỏ thuế ngay khi EVFTA có hiệu lực với 107/124 dòng thuếXóa bỏ thuế tính theo giá trị hàng hóa (%) ngay khi EVFTA có hiệu lực nhưng vẫn giữ nguyên thuế tuyệt đối (A+EP) đối với 16/124 dòng thuế1 dòng thuế (mã HS 0803.90.10: chuối tươi trừ chuối lá) sẽ được giảm thuế theo quy định cụ thể tại Phụ lục 2-A và về mức 75 EUR/tấn vào năm 2025 trở đi

* Trong Bảng này, các dòng thuế được xóa bỏ "trong vòng X năm" được hiểu là thuế sẽ được xóa bỏ hoàn toàn từ ngày 1/1/năm thứ X kể từ khi EVFTA có hiệu lực

Cam kết về thuế xuất khẩu

Khác với Việt Nam, EU cam kết loại bỏ hoàn toàn thuế xuất khẩu đối với tất cả các hàng hóa xuất khẩu sang Việt Nam. Do đó, sẽ không có loại hàng hóa nào từ Đức xuất khẩu sang Việt Nam theo EVFTA bị áp thuế xuất khẩu.

LƯU Ý VỚI DOANH NGHIỆP

Doanh nghiệp có thể tra cứu các mức thuế quan mà EU (trong đó có Đức) áp dụng từng năm đối với từng sản phẩm (thuế MFN, GSP, thuế quan ưu đãi FTA như EVFTA) từ một nước bất kỳ (trong đó có Việt Nam) tại Cơ sở dữ liệu về Tiếp cận Thị trường của EU (Access2Market) tại đường dẫn sau:

 <https://trade.ec.europa.eu/access-to-markets/en/content>

Việt Nam có cam kết thuế quan như thế nào cho hàng hóa của Đức?

Cam kết về thuế quan của Việt Nam trong EVFTA bao gồm (i) cam kết về thuế nhập khẩu (áp dụng đối với hàng hóa EU nhập khẩu vào Việt Nam), và (ii) cam kết về thuế xuất khẩu (áp dụng đối với hàng hóa Việt Nam xuất khẩu đi các nước EU).

Cam kết về thuế nhập khẩu

Trong Hiệp định EVFTA, Việt Nam đưa ra cam kết thuế nhập khẩu ưu đãi cho từng loại hàng hóa (từng dòng thuế HS). Với mỗi hàng hóa, mức ưu đãi thuế quan được áp dụng thống nhất cho tất cả nước thành viên EU, trong đó có Đức.

Cụ thể, thuế quan ưu đãi EVFTA mà Việt Nam dành cho các sản phẩm nhập khẩu từ Đức như sau:

- Loại bỏ thuế quan ngay khi Hiệp định có hiệu lực (01/08/2020) đối với **48,5%** số dòng thuế;
- Sau **07 năm** (hết ngày 31/12/2026), loại bỏ thuế quan đối với tổng cộng **91,8%** số dòng thuế;
- Sau **10 năm** (hết ngày 31/12/2029), sẽ loại bỏ thuế quan đối với tổng cộng **98,3%** số dòng thuế;
- Khoảng **1,7%** số dòng thuế còn lại Việt Nam cam kết dành hạn ngạch thuế quan (đường, muối, trứng gia cầm, thuốc lá...), hoặc không cam kết cắt giảm thuế quan (một số sản phẩm ô tô).

Trước EVFTA, Việt Nam và EU chưa có chung FTA nào. Do đó, hàng hóa của Đức nhập khẩu vào Việt Nam trước khi có EVFTA phải chịu mức thuế nhập khẩu chung (thuế MFN, áp dụng cho các nước thành viên WTO). Mức thuế nhập khẩu MFN của Việt Nam năm 2021 trung bình là **11,93%**. Mức MFN cụ thể đối với từng mặt hàng cũng tương đối cao, thậm chí một số mặt hàng bị đánh thuế lên tới 135%. Với mức cam kết thuế quan trong EVFTA, hàng hóa của Đức nhập khẩu vào Việt Nam sẽ được hưởng lợi đáng kể.

Dưới đây là bảng tổng hợp cam kết thuế quan của Việt Nam theo EVFTA cho top 10 sản phẩm xuất khẩu lớn nhất của Đức, tất cả đều là các sản phẩm công nghiệp. Có thể thấy hơn phân nửa các sản phẩm này của Đức được Việt Nam xóa bỏ ngay khi Hiệp định EVFTA có hiệu lực, còn lại là xóa bỏ theo lộ trình trừ một số sản phẩm thuộc Chương 87 không có cam kết về thuế quan. So với mức thuế MFN hiện hành mà Việt Nam đang áp dụng thì có thể thấy các nhóm hàng hóa của Đức được lợi đáng kể từ cam kết cắt giảm thuế quan



của Việt Nam trong EVFTA là: Xe cộ (Chương 87), Máy móc thiết bị điện (Chương 85), Các sản phẩm nhựa (Chương 39), Sắt thép (Chương 73), Nhiên liệu dầu khoáng (Chương 27).

Bảng
2 Cam kết ưu đãi thuế quan của Việt Nam cho các sản phẩm công nghiệp xuất khẩu chủ lực của Đức theo EVFTA

Mã HS (Chương)	Sản phẩm	Thuế MFN 2021 của Việt Nam	Cam kết ưu đãi thuế quan của Việt Nam cho EU*
84	Máy và thiết bị cơ khí; các bộ phận của chúng	Từ 0% đến 50% Trung bình: 4,85%	<ul style="list-style-type: none">Xóa bỏ thuế ngay khi EVFTA có hiệu lực với 841/1269 dòng thuếXóa bỏ thuế dần đều trong vòng 04 năm với 5/1269 dòng thuế (bộ phận của bơm, bộ phận của máy đẩy chất lỏng)Xóa bỏ thuế dần đều trong vòng 06 năm với 256/1269 dòng thuếXóa bỏ thuế dần đều trong vòng 08 năm với 160/1269 dòng thuếXóa bỏ thuế dần đều trong vòng 11 năm với 7/1269 dòng thuế (động cơ đốt trong kiểu piston chuyển động tịnh tiến - động cơ máy thủy công suất >22,38 kW, động cơ đốt trong kiểu piston chuyển động nén - động cơ máy thủy công suất <22,38kW, một số loại động cơ dùng để tạo động lực khác...)
87	Xe trừ phương tiện chạy trên đường sắt hoặc đường tàu điện, và các bộ phận và phụ kiện của chúng.	Từ 0% đến 75% Trung bình: 36,72%	<ul style="list-style-type: none">Xóa bỏ thuế ngay khi EVFTA có hiệu lực với 28/468 dòng thuếXóa bỏ thuế dần đều trong vòng 08 năm với 156/468 dòng thuếXóa bỏ thuế dần đều trong vòng 10 năm với 18/468 dòng thuếXóa bỏ thuế dần đều trong vòng 11 năm với 179/468 dòng thuế87/468 dòng thuế thuộc Chương này không có cam kết về thuế quan



CÁC CAM KẾT EVFTA VỀ XUẤT NHẬP KHẨU HÀNG HÓA GIỮA VIỆT NAM VÀ ĐỨC
Việt Nam có cam kết thuế quan như thế nào cho hàng hóa của Đức?

Mã HS (Chương)	Sản phẩm	Thuế MFN 2021 của Việt Nam	Cam kết ưu đãi thuế quan của Việt Nam cho EU*
85	Máy điện và thiết bị điện và các bộ phận của chúng; máy ghi và tái tạo âm thanh, máy ghi và tái tạo hình ảnh và âm thanh truyền hình, bộ phận và phụ kiện của các loại máy trên	Từ 0% đến 35% Trung bình: 8,74%	<ul style="list-style-type: none">• Xóa bỏ thuế ngay khi EVFTA có hiệu lực với 309/798 dòng thuế• Xóa bỏ thuế dần đều trong vòng 04 năm với 18/798 dòng thuế• Xóa bỏ thuế dần đều trong vòng 06 năm với 454/798 dòng thuế• Xóa bỏ thuế dần đều trong vòng 08 năm với 17/798 dòng thuế
30	Dược phẩm	Từ 0% đến 14% Trung bình: 2,19%	<ul style="list-style-type: none">• Xóa bỏ thuế ngay khi EVFTA có hiệu lực với 62/99 dòng thuế• Xóa bỏ thuế dần đều trong vòng 06 năm với 1/99 dòng thuế (3004.50.21 – Thuốc loại phù hợp với trẻ em dạng uống)• Xóa bỏ thuế dần đều trong vòng 08 năm với 34/99 dòng thuế• Xóa bỏ thuế dần đều trong vòng 11 năm với 2/99 dòng thuế (3006.92.10, 3006.92.90 – Phế thải dược phẩm)
90	Dụng cụ và thiết bị quang học, nhiếp ảnh, điện ảnh, đo lường, kiểm tra, chính xác, y tế hoặc phẫu thuật; các bộ phận và phụ kiện của chúng	Từ 0% đến 25% Trung bình: 1,83%	<ul style="list-style-type: none">• Xóa bỏ thuế ngay khi EVFTA có hiệu lực với 230/253 dòng thuế• Xóa bỏ thuế dần đều trong vòng 04 năm với 23/253 dòng thuế
39	Plastic và các sản phẩm bằng plastic	Từ 0% đến 27% Trung bình: 8,51%	<ul style="list-style-type: none">• Xóa bỏ thuế ngay khi EVFTA có hiệu lực với 126/271 dòng thuế• Xóa bỏ thuế dần đều trong vòng 04 năm với 95/271 dòng thuế• Xóa bỏ thuế dần đều trong vòng 06 năm với 49/271 dòng thuế



CÁC CAM KẾT EVFTA VỀ XUẤT NHẬP KHẨU HÀNG HÓA GIỮA VIỆT NAM VÀ ĐỨC

Việt Nam có cam kết thuế quan như thế nào cho hàng hóa của Đức?

Mã HS (Chương)	Sản phẩm	Thuế MFN 2021 của Việt Nam	Cam kết ưu đãi thuế quan của Việt Nam cho EU*
			<ul style="list-style-type: none">Xóa bỏ thuế dẫn đầu trong vòng 08 năm với 1/271 dòng thuế (3926.30.00 – Phụ kiện lắp vào đồ nội thất, trên thân xe)
73	Các sản phẩm bằng sắt hoặc thép	Từ 0% đến 35% Trung bình: 11,07%	<ul style="list-style-type: none">Xóa bỏ thuế ngay khi EVFTA có hiệu lực với 41/223 dòng thuếXóa bỏ thuế dẫn đầu trong vòng 04 năm với 6/223 dòng thuế (một số loại ống, ống dẫn; neo tàu; một số loại lò xo)Xóa bỏ thuế dẫn đầu trong vòng 06 năm với 147/223 dòng thuếXóa bỏ thuế dẫn đầu trong vòng 08 năm với 5/223 dòng thuếXóa bỏ thuế dẫn đầu trong vòng 11 năm với 24/223 dòng thuế
88	Phương tiện bay, tàu vũ trụ, và các bộ phận của chúng	0%	<ul style="list-style-type: none">Xóa bỏ thuế ngay khi EVFTA có hiệu lực với tất cả 22/22 dòng thuế
38	Các sản phẩm hóa chất khác	Từ 0% đến 20% Trung bình: 3,40%	<ul style="list-style-type: none">Xóa bỏ thuế ngay khi EVFTA có hiệu lực với 112/131 dòng thuếXóa bỏ thuế dẫn đầu trong vòng 04 năm với 1/131 dòng thuế (3816.00.10: Xi măng chịu lửa)Xóa bỏ thuế dẫn đầu trong vòng 06 năm với 8/131 dòng thuế (tác nhân làm mềm, xi măng loại không chịu lửa, axit béo dầu tall, một số loại axit béo khác, phụ gia đã điều chế dùng cho xi măng...)Xóa bỏ thuế dẫn đầu trong vòng 11 năm với 10/131 dòng thuế (3825: một số loại rác thải, chất thải, dung môi hữu cơ thải)
27	Nhiên liệu khoáng, dầu khoáng và các sản phẩm chưng cất từ chúng; các loại sáp khoáng chất	Từ 0% đến 20% Trung bình: 7,09%	<ul style="list-style-type: none">Xóa bỏ thuế ngay khi EVFTA có hiệu lực với 42/81 dòng thuếXóa bỏ thuế dẫn đầu trong vòng 08 năm với 6/81 dòng thuế (Khí dầu mỏ dạng hóa lỏng)



CÁC CAM KẾT EVFTA VỀ XUẤT NHẬP KHẨU HÀNG HÓA GIỮA VIỆT NAM VÀ ĐỨC
Việt Nam có cam kết thuế quan như thế nào cho hàng hóa của Đức?

Mã HS (Chương)	Sản phẩm	Thuế MFN 2021 của Việt Nam	Cam kết ưu đãi thuế quan của Việt Nam cho EU*
			<ul style="list-style-type: none"> Xóa bỏ thuế dẫn đầu trong vòng 11 năm với 10/81 dòng thuế (Một số loại dầu trừ dầu nhẹ và các chế phẩm) Xóa bỏ thuế trong vòng 11 năm (B10**) với 23/81 dòng thuế với mức giảm hàng năm theo quy định cụ thể trong Phụ lục 2-A

* Trong Bảng này, các dòng thuế được xóa bỏ "trong vòng X năm" được hiểu là thuế sẽ được xóa bỏ hoàn toàn từ ngày 1/1/năm thứ X kể từ khi EVFTA có hiệu lực

Các sản phẩm nông nghiệp, thực phẩm mặc dù không nằm trong tốp các sản phẩm xuất khẩu chủ lực về kim ngạch nhưng cũng là các sản phẩm mà Đức có thể mạnh xuất khẩu. Hiện Việt Nam đang duy trì các mức thuế MFN tương đối cao đối với nhiều sản phẩm nhóm này. Trong EVFTA, Việt Nam cũng đưa ra các cam kết loại bỏ thuế theo lộ trình với nhiều sản phẩm nông sản thực phẩm xuất khẩu chủ lực của Đức như thịt động vật (lợn, bò, dê, cừu...), thịt gia cầm (gà, ngan, ngỗng...), xúc xích, sữa và các sản phẩm từ sữa (Bảng 3).

Bảng 3 Cam kết ưu đãi thuế quan của Việt Nam cho một số nông sản xuất khẩu chủ lực của Đức theo EVFTA

Sản phẩm	Mã HS	Thuế MFN 2021 của Việt Nam	Cam kết ưu đãi thuế quan của Việt Nam cho EU*
Các loại thịt tươi, ướp lạnh hoặc đông lạnh và chế phẩm từ thịt			
Thịt trâu, bò	0201-0202	Từ 14 đến 30% Trung bình: 19,67%	<ul style="list-style-type: none"> Xóa bỏ thuế dẫn đầu trong vòng 04 năm với 6/6 dòng thuế
Thịt lợn	0203	Từ 15 đến 25% Trung bình: 20%	<ul style="list-style-type: none"> Xóa bỏ thuế dẫn đầu trong vòng 08 năm với 3/6 dòng thuế (thịt đông lạnh) Xóa bỏ thuế dẫn đầu trong vòng 10 năm với 3/6 dòng thuế (thịt tươi hoặc ướp lạnh)
Thịt gia cầm	0207	Từ 15 đến 40% Trung bình: 28,08%	<ul style="list-style-type: none"> Xóa bỏ thuế dẫn đầu trong vòng 11 năm với 26/26 dòng thuế



CÁC CAM KẾT EVFTA VỀ XUẤT NHẬP KHẨU HÀNG HÓA GIỮA VIỆT NAM VÀ ĐỨC
Việt Nam có cam kết thuế quan như thế nào cho hàng hóa của Đức?

Sản phẩm	Mã HS	Thuế MFN 2021 của Việt Nam	Cam kết ưu đãi thuế quan của Việt Nam cho EU*
Các loại thịt tươi, ướp lạnh hoặc đông lạnh và chế phẩm từ thịt			
Thịt dê, cừu	0204	7% cho tất cả dòng thuế	<ul style="list-style-type: none">Xóa bỏ thuế dần đều trong vòng 04 năm với 9/9 dòng thuế
Thịt và phụ phẩm dạng thịt muối, hun khói (trừ thịt cá voi và bò sát)	0210	Từ 10 đến 20% Trung bình: 15%	<ul style="list-style-type: none">Xóa bỏ thuế dần đều trong vòng 08 năm với 5/9 dòng thuế (từ thịt trâu bò, thịt gà)Xóa bỏ thuế dần đều trong vòng 10 năm với 4/9 dòng thuế (từ thịt lợn)
Xúc xích và các sản phẩm tương tự làm từ thịt	1601	22% cho tất cả dòng thuế	<ul style="list-style-type: none">Xóa bỏ thuế dần đều trong vòng 11 năm với 2/2 dòng thuế
Sữa và các sản phẩm từ sữa			
Sữa và các sản phẩm từ sữa	0401 đến 0406	Từ 0 đến 20% Trung bình: 9,96%	<ul style="list-style-type: none">Xóa bỏ thuế ngay khi EVFTA có hiệu lực với 2/38 dòng thuế (Whey)Xóa bỏ thuế dần đều trong vòng 04 năm với 15/38 dòng thuế (sữa dạng lỏng/đông lạnh, Buttermilk...)Xóa bỏ thuế dần đều trong vòng 06 năm với 21/38 dòng thuế (bơ, pho mát...)

* Trong Bảng này, các dòng thuế được xóa bỏ "trong vòng X năm" được hiểu là thuế sẽ được xóa bỏ hoàn toàn từ ngày 1/1/năm thứ X kể từ khi EVFTA có hiệu lực



Cam kết về thuế xuất khẩu

Trong WTO, mặc dù đã cam kết xóa bỏ thuế xuất khẩu, Việt Nam vẫn bảo lưu quyền tiếp tục áp thuế xuất khẩu đối với một danh sách liệt kê gồm 603 mặt hàng.

Trong EVFTA, Việt Nam cam kết cắt giảm tiếp danh sách 603 dòng thuế xuất khẩu bảo lưu theo WTO này. Cụ thể, Việt Nam cam kết:

- Giữ nguyên mức thuế 0% hiện hành đối với 134 dòng thuế;
- Loại bỏ thuế xuất khẩu đối với 412 dòng thuế sau một thời gian (lộ trình 5, 7, 10, 12 hoặc 15 năm tùy dòng thuế);
- Bảo lưu thuế xuất khẩu đối với 57 dòng thuế, gồm các sản phẩm như cát, đá phiến, đá granit, một số loại quặng và tinh quặng, dầu thô, than đá, than cốc, vàng... Trong đó giới hạn thuế xuất khẩu ở 20% đối với 56 dòng thuế sau 05 năm, riêng với quặng mangan (mangan) thì giới hạn là 10%.

LƯU Ý VỚI DOANH NGHIỆP

Mức cam kết trong Biểu cam kết về thuế nhập khẩu của Việt Nam chỉ là mức cắt giảm tối thiểu. Trên thực tế, Việt Nam có thể cắt giảm, xóa bỏ thuế mạnh hơn, sớm hơn cho hàng hóa của EU. Tương tự, với cam kết về thuế xuất khẩu, Việt Nam có quyền áp dụng bảo lưu trong Hiệp định, nhưng trên thực tế có thể lựa chọn không áp thuế xuất khẩu hoặc áp thuế thấp hơn.

Do đó, để biết mức thuế ưu đãi thuế quan EVFTA áp dụng trên thực tế, doanh nghiệp cần tra cứu Nghị định về Biểu thuế xuất khẩu, nhập khẩu ưu đãi đặc biệt theo EVFTA của Việt Nam, được ban hành theo từng thời kỳ.

Khi EVFTA có hiệu lực, Việt Nam đã ban hành Biểu thuế xuất nhập khẩu ưu đãi đặc biệt thực hiện Hiệp định EVFTA giai đoạn 2020 – 2022 tại Nghị định số 111/2020/NĐ-CP ngày 18/09/2020 của Chính phủ. Doanh nghiệp có thể tra cứu mức thuế quan EVFTA áp dụng đối với hàng hóa xuất nhập khẩu của mình trong văn bản này.

EVFTA có cam kết như thế nào về hàng tân trang (remanufactured goods)?

Cam kết về hàng tân trang trong EVFTA chỉ áp dụng cho hàng hóa thuộc Chương 84, 85, 87, 90 và 9402 có một phần hoặc toàn bộ các bộ phận là từ hàng hóa đã qua sử dụng nhưng có tính năng, điều kiện hoạt động, tuổi thọ sử dụng và bảo hành tương tự sản phẩm mới.

Hiện tại Việt Nam đang đối xử với hàng tân trang như là hàng cũ, và do đó cấm nhập khẩu các hàng hóa này (chỉ cho nhập khẩu một số ít loại hàng cũ/tân trang như máy móc thiết bị dây chuyền công nghệ).

Trong EVFTA, Việt Nam và EU có cam kết đối với hàng tân trang của nhau như sau:

- Cam kết áp dụng cơ chế đối với hàng tân trang phải tương tự như áp dụng đối với sản phẩm mới (được phép nhập khẩu, được hưởng ưu đãi thuế quan nếu có chứng nhận xuất xứ theo EVFTA...);
- Mỗi Bên có quyền đặt ra các yêu cầu riêng về dán nhãn đối với hàng tân trang để người mua không nhầm lẫn;
- Thời điểm bắt đầu thực hiện các cam kết về hàng tân trang nói trên là sau không quá 03 năm kể từ khi EVFTA có hiệu lực (tức là không muộn hơn 1/8/2023).

Tuy nhiên, các cam kết về hàng tân trang nêu trên sẽ không áp dụng cho một số loại hàng hóa được liệt kê tại Phụ lục 2-A-5 Chương 2, ví dụ:

- Chương 84: Một số loại quạt, máy điều hòa không khí, tủ lạnh, tủ kết đông, máy in, máy giặt, lò nướng công nghiệp...;
- Chương 85: Một số loại thiết bị cơ điện gia dụng, máy cạo, tông đơ, ấm đun siêu tốc, phích điện, điện thoại (cố định hoặc di động), micro, thiết bị ghi âm, thiết bị phát thanh vô tuyến truyền hình, camera truyền hình...;
- Chương 87: Ô tô từ 10 chỗ trở lên, ô tô đưa, ô tô chở người có khoang hành lý, ô tô chở hàng...



CÁC CAM KẾT EVFTA VỀ XUẤT NHẬP KHẨU HÀNG HÓA GIỮA VIỆT NAM VÀ ĐỨC EVFTA có cam kết như thế nào về hàng tân trang (remanufactured goods)?

Với các cam kết đối xử với hàng tân trang như hàng hóa mới trong EVFTA, nhiều sản phẩm công nghệ như thiết bị y tế hiện đại, ô tô, điện thoại.... sau khi được tân trang lại vẫn có cơ hội để xuất khẩu sang Việt Nam/EU như hàng hóa thông thường. Với việc khoa học công nghệ ngày càng phát triển, và nhu cầu bảo vệ môi trường, tiết kiệm tài nguyên gia tăng thì việc sử dụng hàng tân trang sẽ ngày càng phổ biến. Các cam kết EVFTA về hàng tân trang vì thế sẽ giúp tạo điều kiện thuận lợi hơn cho trao đổi thương mại giữa hai Bên về nhóm hàng hóa đặc biệt này.

Chú ý: CPTPP cũng có cam kết về hàng tân trang, tuy nhiên nội dung cam kết khác với cam kết EVFTA về cùng vấn đề (loại hàng hóa, cơ chế áp dụng đối với hàng hóa...). Dự kiến Việt Nam sẽ soạn thảo các quy định riêng cho việc nhập khẩu hàng tân trang theo EVFTA và CPTPP.

Quy tắc xuất xứ để hưởng ưu đãi thuế quan EVFTA?

Để được hưởng ưu đãi thuế quan EVFTA khi xuất khẩu sang Đức hoặc nhập khẩu từ Đức vào Việt Nam, sản phẩm phải đáp ứng được quy tắc xuất xứ và thủ tục chứng nhận xuất xứ của EVFTA.

Cam kết về xuất xứ trong EVFTA được quy định tại Nghị định thư 1 – Quy định hàng hóa có xuất xứ và phương pháp hợp tác quản lý hành chính. Nghị định này gồm 02 nội dung chính:

- *Phần lời văn*: bao gồm các nguyên tắc chung về quy tắc xuất xứ và thủ tục chứng nhận xuất xứ, và
- *08 Phụ lục*: bao gồm các cam kết chi tiết hoặc hướng dẫn cụ thể một số nội dung liên quan ở phần Lời văn (mẫu Chứng nhận xuất xứ, các giải thích bổ sung...). Trong đó có Phụ lục II – Danh mục công đoạn gia công và chế biến – đây chính là Danh mục về quy tắc xuất xứ riêng cho từng nhóm hàng hóa (còn gọi là Danh mục PSR – Product Specific Rules) áp dụng chung cho cả hàng hóa của Việt Nam và EU.

Lưu ý: Khi đọc Phụ lục II – Danh mục công đoạn gia công và chế biến của Nghị định thư về Quy tắc xuất xứ đối với từng nhóm sản phẩm cụ thể, cần đọc Phụ lục I – Định nghĩa và chú giải để hiểu được các từ ngữ và quy định trong Phụ lục II. Các tiêu chí xuất xứ của EVFTA về bản chất thì giống các FTA đã có của Việt Nam nhưng ngôn ngữ thể hiện và một số nội dung mới hoặc khác so với FTA đã có.

Việt Nam đã ban hành quy định hướng dẫn về việc thực hiện quy tắc xuất xứ hàng hóa trong EVFTA tại Thông tư số 11/2020/TT-BCT ngày 15/06/2020 của Bộ Công Thương.



LƯU Ý VỚI DOANH NGHIỆP

Trong EVFTA, Quy tắc xuất xứ được sử dụng cho mục đích xác định hàng hóa có đủ điều kiện cho hưởng ưu đãi thuế quan của EVFTA không. Do đó, doanh nghiệp muốn được hưởng ưu đãi thuế quan trong EVFTA khi xuất hàng sang Đức hoặc nhập hàng hóa từ Đức về Việt Nam đều cần chú ý nghiên cứu và đáp ứng các Quy tắc xuất xứ liên quan đến hàng hóa của mình.

Về cơ bản, Quy tắc xuất xứ trong EVFTA có nhiều điểm tương đồng với Quy tắc xuất xứ của GSP nên sẽ không gây nhiều ngỡ ngàng cho các doanh nghiệp đã từng đáp ứng được GSP khi xuất khẩu sang thị trường Đức. Tuy nhiên, Quy tắc xuất xứ của EVFTA vẫn có một số điểm khác, một số linh hoạt hơn trong việc áp dụng, do đó doanh nghiệp cần nghiên cứu kỹ từng nội dung để đáp ứng cho đúng và đầy đủ.

Lưu ý là việc đáp ứng Quy tắc xuất xứ phải được thực hiện ngay từ đầu (ví dụ từ khâu chọn nguồn nguyên phụ liệu, thu thập chứng nhận xuất xứ của nguyên phụ liệu, lưu trữ chứng từ chứng minh...) nên doanh nghiệp phải quan tâm đến vấn đề này sớm để sắp xếp nguồn cung, quy trình sản xuất cần đáp ứng, không nên để đến thời điểm xuất/nhập hàng mới tìm hiểu.

Các loại Quy tắc xuất xứ quy định trong EVFTA?

Theo EVFTA, hàng hóa được coi là có xuất xứ EVFTA khi thuộc một trong hai trường hợp sau đây:

Trường hợp 1 Hàng hóa có xuất xứ thuần túy

Trường hợp này bao gồm các hàng hóa được hình thành một cách tự nhiên trong lãnh thổ Việt Nam hoặc các nước thành viên EU (ví dụ khoáng sản, động vật, thực vật được hình thành tự nhiên và sản phẩm của các loài động thực vật này...).

Các trường hợp được coi là hàng hóa có xuất xứ thuần túy được quy định cụ thể tại Điều 4 Nghị định thư 1 của EVFTA. Ví dụ: khoáng sản khai thác trên lãnh thổ Việt Nam/EU, cây trái, rau quả mọc/được trồng và hái lượm/thu hoạch trên lãnh thổ Việt Nam/EU, động vật sinh ra và lớn lên tại Việt Nam/EU, sản phẩm được đánh bắt, vớt bởi tàu mang quốc tịch Việt Nam/EU tại các vùng biển bên ngoài...

Trường hợp 2 Hàng hóa trải qua giai đoạn gia công hoặc chế biến đầy đủ

Trường hợp này bao gồm các hàng hóa được hình thành từ nguyên liệu có xuất xứ một phần hoặc toàn bộ từ EU/Việt Nam và được gia công hoặc chế biến tại Việt Nam/EU thỏa mãn các tiêu chí cụ thể được quy định cụ thể trong Phụ lục II của Nghị định thư 1 EVFTA. Có 3 loại tiêu chí xuất xứ cơ bản trong EVFTA cho trường hợp này, cụ thể:

- **Tiêu chí Chuyển đổi mã số hàng hóa (CTC):** Đây là tiêu chí yêu cầu mã HS của thành phẩm phải khác mã HS của nguyên liệu không có xuất xứ ở cấp 2 số (chuyển đổi Chương), 4 số (chuyển đổi Nhóm), hoặc 6 số (chuyển đổi Phân nhóm).

Trong EVFTA, chỉ có 1 trường hợp chuyển đổi Chương (HS 7306 – Các loại ống, ống dẫn và thanh hình rỗng khác, bằng sắt hoặc thép), còn lại là Chuyển đổi Nhóm hoặc Phân nhóm.

- **Tiêu chí Tỷ lệ tối đa không xuất xứ (VL):** Tiêu chí này giới hạn tỷ lệ tối đa nguyên vật liệu không có xuất xứ trong quá trình sản xuất, gia công. Hay nói cách khác, hàm lượng nguyên liệu có xuất xứ (RVC) phải đáp ứng một tỷ lệ tối thiểu nhất định.

Tương tự như các FTA khác, EVFTA cho phép cộng gộp nguyên liệu từ EU và Việt Nam trong sản phẩm (nguyên liệu từ EU cho sản phẩm sản xuất tại Việt Nam tự động được coi là “có xuất xứ” EVFTA và ngược lại). Đồng thời, khác với các FTA khác, EVFTA còn cho phép cộng gộp mở rộng nguyên liệu từ Hàn Quốc và ASEAN với một số sản phẩm.

Ngoài ra cần lưu ý là khác với nhiều FTA khác, cách tính VL trong EVFTA sử dụng *giá xuất xưởng* của sản phẩm thay vì giá giao dịch như trong CPTPP hay giá FOB như thường gặp ở các FTA khác.



- *Tiêu chí Quy trình sản xuất cụ thể:* Tiêu chí này đòi hỏi nguyên liệu không có xuất xứ phải trải qua một quá trình gia công hoặc chế biến cụ thể tại nước xuất xứ; hoặc sản phẩm phải được gia công, chế biến từ nguyên vật liệu có xuất xứ thuần túy nhất định.

QTXX của từng hàng hóa theo EVFTA có thể là một trong các tiêu chí trên hoặc kết hợp một số tiêu chí trên, được quy định cụ thể cho từng Nhóm hàng hóa tại *Phụ lục II- Danh mục Công đoạn gia công hoặc chế biến của Nghị định thư về QTXX đối với từng nhóm sản phẩm cụ thể* của Nghị định thư 1 EVFTA.

Thủ tục chứng nhận xuất xứ trong EVFTA có gì đặc biệt?

Quy định về thủ tục chứng nhận xuất xứ hàng hóa trong EVFTA được áp dụng chung cho tất cả loại hàng hóa. EVFTA quy định 02 loại thủ tục chứng nhận xuất xứ khác nhau, bao gồm:

- *Thủ tục cấp giấy chứng nhận xuất xứ:* Cơ quan có thẩm quyền của nước xuất khẩu cấp Giấy chứng nhận xuất xứ cho hàng hóa dựa trên các giấy tờ mà nhà xuất khẩu hàng hóa xuất trình.
- *Thủ tục tự chứng nhận xuất xứ:* Nhà xuất khẩu tự phát hành chứng nhận xuất xứ cho hàng hóa của mình trên hóa đơn, phiếu giao hàng hay bất kỳ chứng từ thương mại nào, thay vì phải xin giấy chứng nhận xuất xứ từ các cơ quan chức năng.

Trong so sánh với CPTPP, phạm vi thủ tục tự chứng nhận xuất xứ trong EVFTA hạn chế hơn (cũng là một Hiệp định cho phép thủ tục tự chứng nhận xuất xứ). Cụ thể, EVFTA chỉ cho phép *nhà xuất khẩu* tự chứng nhận xuất xứ, trong khi CPTPP cho phép *nhà xuất khẩu, nhà sản xuất, nhà nhập khẩu* được tự chứng nhận. Mô hình tự chứng nhận xuất xứ trong EVFTA dựa trên thông lệ cho phép nhà xuất khẩu tự chứng nhận xuất xứ mà EU hiện đang áp dụng.

Trên thực tế, thủ tục chứng nhận xuất xứ cụ thể của mỗi Bên (bao gồm cả thủ tục cấp chứng nhận xuất xứ và tự chứng nhận xuất xứ) sẽ do Bên đó tự quy định, phù hợp với cam kết trong Hiệp định. Cụ thể:

i Đối với hàng hóa xuất khẩu từ Đức

EU đã xây dựng cơ chế tự chứng nhận xuất xứ cho hàng hóa xuất khẩu, áp dụng chung trong toàn EU. Do đó, hàng hóa xuất khẩu từ Đức cũng sẽ áp dụng cơ chế tự chứng nhận xuất xứ của EU.

Cụ thể, EU sử dụng Hệ thống tự chứng nhận xuất xứ REX (Registered Exporter) để nhà xuất khẩu EU đăng ký, qua đó có thể tự chứng nhận xuất xứ cho hàng hóa theo một số FTA (trong đó có EVFTA). Mỗi nhà xuất khẩu đăng ký và được Hệ thống này xác nhận sẽ được cung cấp một mã số riêng (gọi là mã số REX). Do đó, các nhà xuất khẩu của Đức sẽ sử dụng thống nhất mã số REX này để tự chứng nhận xuất xứ cho các lô hàng của mình đáp ứng quy tắc xuất xứ của EVFTA khi xuất khẩu sang Việt Nam.



ii Đối với hàng hóa xuất khẩu từ Việt Nam

Việt Nam áp dụng cả cơ chế cấp Giấy chứng nhận xuất xứ và Tự chứng nhận xuất xứ, cụ thể:

- Với lô hàng có giá trị không vượt quá 6.000 euro xuất khẩu sang Đức theo diện hưởng ưu đãi thuế quan EVFTA, bất kỳ nhà xuất khẩu nào của Việt Nam cũng có thể tự chứng nhận xuất xứ;
- Với lô hàng có giá trị trên 6.000 euro, Việt Nam bảo lưu vẫn tiếp tục áp dụng cơ chế chứng nhận xuất xứ hàng hóa truyền thống, theo đó nhà xuất khẩu phải xin Giấy chứng nhận xuất xứ (mẫu EUR.1) tại cơ quan có thẩm quyền (Bộ Công Thương và các đơn vị do Bộ Công Thương ủy quyền). Việt Nam có thể lựa chọn áp dụng cơ chế tự chứng nhận xuất xứ khi nào thấy thích hợp và sẽ thông báo cho phía EU trước khi thực hiện cơ chế này.

Hướng dẫn quy trình cấp Chứng nhận xuất xứ trong EVFTA đối với hàng hóa Việt Nam xuất khẩu đi EU

Bộ Công Thương đã ban hành Thông tư số 11/2020/TT-BCT ngày 15/06/2020 quy định về Quy tắc xuất xứ hàng hóa trong EVFTA, đồng thời Hướng dẫn về chứng từ chứng nhận xuất xứ trong EVFTA như sau:

- 1 Khai báo trên www.ecosys.gov.vn đối với trường hợp C/O do cơ quan, tổ chức được Bộ Công Thương ủy quyền cấp: căn cứ điểm a khoản 2 Điều 19 Thông tư 11/2020/TT-BCT, với lô hàng có giá trị trên 6.000 euro, áp dụng cơ chế C/O do cơ quan, tổ chức được Bộ Công Thương ủy quyền cấp. Quy trình khai báo và chứng nhận C/O theo mẫu EUR.1 thực hiện tương tự các mẫu C/O hiện hành.
- 2 Khai báo trên www.ecosys.gov.vn đối với trường hợp doanh nghiệp phát hành chứng từ tự chứng nhận xuất xứ hàng hóa: căn cứ điểm b khoản 2 Điều 19 Thông tư 11/2020/TT-BCT, với lô hàng có giá trị không quá 6.000 euro, bất kỳ nhà xuất khẩu nào cũng được phép tự chứng nhận xuất xứ. Việc báo cáo, đăng tải chứng từ tự chứng nhận xuất xứ hàng hóa và chứng từ liên quan đến lô hàng xuất khẩu do doanh nghiệp tự chứng nhận xuất xứ thực hiện theo khoản 6 Điều 25 Thông tư 11/2020/TT-BCT.

EVFTA có cam kết gì về Hải quan và Thuận lợi hóa thương mại?

EVFTA có một Chương riêng về Hải quan và tạo thuận lợi thương mại (Chương 4) và một Nghị định thư (Nghị định thư 2) về hợp tác hành chính giữa Việt Nam và EU trong lĩnh vực hải quan. Cam kết về Hải quan trong EVFTA áp dụng chung cho cả Việt Nam và EU (trong đó có Đức), với nội dung chủ yếu về đơn giản hóa, thuận lợi hóa các thủ tục xuất nhập khẩu và một số cam kết về các thủ tục cụ thể, áp dụng chung cho tất cả các hàng hóa xuất nhập khẩu.

Các cam kết này sẽ giúp tạo thuận lợi hơn cho thương mại giữa Việt Nam và Đức, và đặc biệt có lợi cho các doanh nghiệp vừa và nhỏ vốn gặp nhiều khó khăn trong việc tìm hiểu và đáp ứng các quy định hải quan của các nước.

Dưới đây là tóm tắt một số cam kết đáng chú ý về hải quan và tạo thuận lợi thương mại trong EVFTA:

i Các cam kết chung

Liên quan tới thủ tục xuất nhập khẩu và hải quan, theo yêu cầu của EVFTA Việt Nam và Đức sẽ phải bảo đảm nguyên tắc chung sau:

Quy tắc và thủ tục hải quan phải đảm bảo:

- Chỉ nhằm mục tiêu bảo vệ thương mại hợp pháp và chống các hành vi gian lận, bất hợp pháp hoặc gây thiệt hại;
- Tránh tạo gánh nặng không cần thiết hoặc phân biệt đối xử giữa các chủ thể kinh doanh;
- Tạo điều kiện thuận lợi hơn nữa cho các chủ thể có mức độ tuân thủ cao;
- Biện pháp xử lý vi phạm hải quan cần đảm bảo: (i) tương ứng với vi phạm; (ii) không phân biệt đối xử và (iii) không làm chậm trễ việc giải phóng hàng một cách bất hợp lý;
- Bảo đảm rà soát các thủ tục, quy định khi nào có thể để tăng tốc độ giải phóng và thông quan hàng;
- Đơn giản hóa, tiêu chuẩn hóa dữ liệu và hồ sơ.



Các yêu cầu chung về đơn giản hóa thủ tục hải quan:

- Phải quy định các biện pháp đơn giản hóa thủ tục hải quan minh bạch, hiệu quả để giảm chi phí và tăng tính dự đoán;
- Chỉ sử dụng một văn bản hành chính (giấy hoặc điện tử) duy nhất đối với hàng hóa làm thủ tục Hải quan;
- Phải áp dụng các kỹ thuật hải quan hiện đại (đánh giá rủi ro, hậu kiểm);
- Nhanh chóng xây dựng và sử dụng các hệ thống trao đổi điện tử các dữ liệu giữa các doanh nghiệp, cơ quan hải quan và các cơ quan liên quan khác.

ii Các cam kết về một số vấn đề cụ thể

Xác định trước

Nếu doanh nghiệp có yêu cầu (bằng văn bản) về việc xác định về phân loại hàng hóa, thuế quan hoặc bất kỳ vấn đề nào trước khi hàng được nhập khẩu, Cơ quan hải quan của nước nhập khẩu phải trả lời (bằng văn bản) về yêu cầu của doanh nghiệp đó. Kết quả xác định trước này cũng phải được công bố công khai (tùy thuộc vào quy định về bảo mật của mỗi bên), ví dụ trên trang mạng chính thức.

Phương pháp quản lý rủi ro

Phương pháp quản lý thiết kế dựa trên mức độ rủi ro (chỉ tập trung kiểm soát hàng hóa có nguy cơ rủi ro cao mà không phải kiểm soát toàn bộ các lô hàng) phải được áp dụng:

- Trong các thủ tục kiểm tra và giải phóng hàng, kiểm tra sau thông quan;
- Liên quan tới tất cả các yêu cầu, thủ tục kiểm soát nhập khẩu, xuất khẩu, quá cảnh và chuyển tải hàng hóa.

Không bắt buộc sử dụng đại lý hải quan

Không yêu cầu việc bắt buộc sử dụng đại lý hải quan tại các quy định và thủ tục về hải quan, tuy nhiên phải áp dụng các nguyên tắc minh bạch, không phân biệt đối xử, hợp lý khi cấp phép cho đại lý hải quan.

Thủ tục khiếu nại

Yêu cầu thủ tục hiệu quả, nhanh, không phân biệt đối xử, dễ tiếp cận để bảo đảm quyền khiếu nại các Quyết định của Hải quan và cơ quan khác liên quan tới việc xuất nhập khẩu hoặc quá cảnh hàng hóa.



LƯU Ý VỚI DOANH NGHIỆP

Hải quan Việt Nam trong những năm qua đã được đẩy mạnh cải cách và có nhiều tiến triển đáng kể tạo thuận lợi cho các hoạt động xuất nhập khẩu của doanh nghiệp. Tuy nhiên, so với các nước khác, các thủ tục xuất nhập khẩu của Việt Nam vẫn chưa thực sự thuận lợi cho doanh nghiệp. Theo đánh giá của Doing Business 2020, chỉ số thuận lợi thương mại xuyên biên giới (Trading across Borders) của Việt Nam chỉ đạt 70,8/100 điểm và xếp 104/190 nước. Còn về phía Đức, chỉ số thuận lợi thương mại xuyên biên giới của nước này là 91,8/100 điểm, cao hơn nhiều so với Việt Nam nhưng vẫn thấp hơn so với mức trung bình 94,3/100 điểm của các nước OECD có thu nhập cao, và đứng thứ 42/190 nước.

Do vậy, các cam kết về hải quan và tạo thuận lợi thương mại trong Hiệp định EVFTA được kỳ vọng sẽ đem lại nhiều lợi ích cho các doanh nghiệp xuất nhập khẩu của cả Việt Nam và Đức.

Các cam kết EVFTA về hàng rào kỹ thuật đối với thương mại (TBT)?

Hàng rào kỹ thuật đối với thương mại (TBT) là các tiêu chuẩn, quy chuẩn kỹ thuật mà một nước áp dụng đối với hàng hóa nhập khẩu và/hoặc quy trình đánh giá giá phù hợp của hàng hóa nhập khẩu đối với các tiêu chuẩn, quy chuẩn kỹ thuật đó.

Mỗi nước đều có hệ thống các TBT của mình, được ban hành nhằm nhiều mục đích quản lý khác nhau (ví dụ bảo đảm tính mạng, sức khỏe của người sử dụng, thông tin đầy đủ cho người tiêu dùng, bảo vệ môi trường...). Các yêu cầu như cách thức ghi nhãn sản phẩm, các quy chuẩn tối thiểu/tối đa về chất lượng sản phẩm... đều là các TBT. WTO có một hiệp định riêng về TBT, với các quy định nhằm đảm bảo các nước duy trì hệ thống TBT minh bạch, hợp lý và không tạo ra rào cản trá hình.

EVFTA cũng có một chương riêng về TBT (Chương 5), với các cam kết ràng buộc Việt Nam và EU (bao gồm Đức) trong việc ban hành và thực thi các biện pháp TBT đối với hàng hóa. Chương TBT của EVFTA nhấn mạnh việc tuân thủ Hiệp định TBT của WTO, đồng thời cũng thêm một số nguyên tắc bổ sung về cách thức mà Việt Nam hay EU (trong đó có Đức) ban hành và duy trì các TBT nhằm hạn chế tình trạng lạm dụng các biện pháp TBT để bảo hộ trá hình cho sản xuất trong nước, trong đó đáng chú ý có:

Yêu cầu cụ thể hơn về việc ban hành, thực thi các quy chuẩn kỹ thuật nói chung

Quy chuẩn kỹ thuật là các yêu cầu về kỹ thuật do Nhà nước ban hành, áp dụng bắt buộc đối với sản phẩm (thường là các chuẩn kỹ thuật tối đa, tối thiểu được phép đối với từng sản phẩm cụ thể, quy trình sản xuất cụ thể). Liên quan tới các quy chuẩn kỹ thuật, EVFTA có các yêu cầu riêng so với WTO như sau:

- *Trước khi ban hành các quy chuẩn kỹ thuật, EU/Việt Nam phải bảo đảm một số yêu cầu:* (i) Cân nhắc các phương thức quản lý khác nhau chứ không chỉ là quy định pháp luật, khuyến khích thực hiện đánh giá tác động của quy định, (ii) Tham khảo/sử dụng các chuẩn quốc tế ISO, IEC, ITU, Codex khi phù hợp, trường hợp áp dụng quy chuẩn khác với các chuẩn quốc tế thì cần làm rõ sự khác biệt và giải thích lý do tại sao tiêu chuẩn quốc tế không phù hợp với nước mình, (iii) Thông báo cho Chính phủ bên kia về quy định dự kiến ít nhất 60 ngày để Bên kia bình luận;
- *Trong quá trình thi hành các quy chuẩn kỹ thuật, EU/Việt Nam phải bảo đảm một số yêu cầu:* (i) Rà soát lại các quy chuẩn kỹ thuật khi cần thiết để bảo đảm sự phù hợp với các tiêu chuẩn quốc tế tương ứng, (ii) Thường xuyên rà soát định kỳ các quy chuẩn không dựa trên các quy chuẩn quốc tế với mục tiêu tăng tính tương thích với các tiêu chuẩn quốc tế, (iii) Xem xét công nhận tương đương quy chuẩn kỹ thuật Bên kia khi được yêu cầu.



Yêu cầu đối với quy chuẩn kỹ thuật về ghi nhãn hàng hóa

Các yêu cầu liên quan đến đánh dấu và ghi nhãn (marking and labelling) là các quy chuẩn kỹ thuật phổ biến nhất. EVFTA có một số cam kết cụ thể về TBT liên quan đến đánh dấu và ghi nhãn hàng hóa, trong đó đáng chú ý có cam kết:

- Thông tin bắt buộc phải có trên dấu, nhãn hàng hóa chỉ bao gồm các thông tin có ý nghĩa đối với người tiêu dùng/người sử dụng sản phẩm; hoặc thông tin về sự phù hợp của sản phẩm với các quy chuẩn kỹ thuật bắt buộc;
- Trừ trường hợp vì lợi ích công cộng, nếu hàng hóa đã đáp ứng các quy chuẩn bắt buộc liên quan thì không bắt buộc phải đăng ký hay xin phê duyệt nhãn hoặc dấu của hàng hóa trước khi lưu hành trên thị trường;
- Cho phép thực hiện gắn, bổ sung nhãn mác tại một địa điểm được chấp thuận trên lãnh thổ nước nhập khẩu (ví dụ kho ngoại quan tại cửa khẩu), tuy nhiên có thể yêu cầu giữ (không gỡ bỏ) nhãn cũ trên sản phẩm;
- Cho phép ghi thông tin bằng ngôn ngữ bổ sung khác ngoài ngôn ngữ yêu cầu của nước nhập khẩu, hoặc bổ sung thuật ngữ, chữ tượng hình, biểu tượng hoặc hình ảnh được chấp thuận quốc tế và các thông tin khác;
- Khuyến khích việc chấp thuận các loại dấu, nhãn mác không cố định, có thể tách/bóc ra khỏi hàng hóa hoặc các dạng nhãn mác đi kèm các tài liệu liên quan khác mà không gắn trực tiếp vào hàng hóa.

Bên cạnh đó, đối với hàng hóa phi nông sản (trừ dược phẩm), Việt Nam cam kết cho phép ghi nhãn sản phẩm "Made in EU" hoặc "Sản xuất tại EU" đối với hàng hóa từ một nước EU bất kỳ dù pháp luật có yêu cầu phải có thông tin về nước xuất xứ cụ thể. Vì vậy, hàng hóa phi nông sản nhập khẩu từ Đức có thể ghi nhãn EU như trên mà không vi phạm quy định của Việt Nam.

Yêu cầu cụ thể về quy trình đánh giá sự phù hợp, giám sát thị trường.

- *Về quy trình đánh giá sự phù hợp:* EVFTA khuyến khích các Bên công nhận kết quả đánh giá sự phù hợp do tổ chức ở Bên kia phát hành và hạn chế các bất cập trong thủ tục đánh giá sự phù hợp.
- *Về giám sát thị trường:* Cam kết của EVFTA về vấn đề giám sát thị trường trong thực thi các quy định TBT nhấn mạnh việc phải bảo đảm không có xung đột lợi ích giữa cơ quan hậu kiểm và doanh nghiệp, giữa chức năng hậu kiểm và chức năng đánh giá sự phù hợp.

Cam kết EVFTA về các biện pháp an toàn thực phẩm và kiểm dịch động thực vật (SPS)?

Biện pháp an toàn thực phẩm và kiểm dịch động thực vật (SPS) là tất cả các quy định, điều kiện, yêu cầu bắt buộc đối với hàng hóa nhập khẩu nhằm bảo vệ tính mạng, sức khỏe của con người, động thực vật thông qua việc bảo đảm an toàn thực phẩm và/hoặc ngăn chặn sự xâm nhập của các dịch bệnh có nguồn gốc từ động thực vật.

Là các quốc gia phát triển có thu nhập cao, các thành viên EU nói chung và Đức nói riêng rất quan tâm đến các biện pháp SPS và đặt ra các tiêu chuẩn rất cao đối với hàng hóa nhập khẩu. Đây là một trong những rào cản khó khăn nhất đối với hàng hóa Việt Nam, đặc biệt là các sản phẩm nông nghiệp, khi tiếp cận thị trường EU.

EVFTA có một Chương riêng về SPS (Chương 6), bên cạnh việc nhấn mạnh trách nhiệm bảo đảm tuân thủ các nghĩa vụ về SPS theo WTO, chương SPS của EVFTA còn bổ sung thêm một số cam kết mới, trong đó đáng chú ý có:

Áp dụng thống nhất các Biện pháp SPS đối với hàng hóa nhập khẩu từ Việt Nam hoặc EU

Biện pháp SPS phải được áp dụng thống nhất đối với toàn bộ lãnh thổ của Bên xuất khẩu (ngoại trừ hàng hóa từ các vùng có nguy cơ).

Đối với Việt Nam, nghĩa vụ này được hiểu là thủ tục kiểm soát về SPS của Việt Nam đối với hàng EU nhập khẩu phải được áp dụng thống nhất, dù hàng hóa đó là đến từ lãnh thổ của Đức hay bất kỳ thành viên EU nào khác. Tuy nhiên, trong trường hợp có nguy cơ dịch bệnh và sâu bệnh, Việt Nam hoặc EU có quyền áp dụng các biện pháp SPS riêng theo phân vùng địa lý theo mức độ nguy cơ (nguy cơ cao, thấp, không có nguy cơ). Chẳng hạn nếu dịch bệnh có nguy cơ cao ở Pháp nhưng không có nguy cơ ở Đức thì Việt Nam sẽ chỉ áp dụng các biện pháp hạn chế đối với sản phẩm của Pháp mà không áp dụng đối với các sản phẩm nhập khẩu từ Đức.

Thống nhất về cơ quan có thẩm quyền quản lý SPS của Việt Nam và EU

Việc tồn tại quá nhiều cơ quan cùng quản lý các vấn đề SPS dẫn đến tình trạng chồng lấn, vướng mắc trong quản lý SPS, gây khó khăn, tốn kém cho doanh nghiệp. Nhằm giải quyết một phần tình trạng này, EVFTA có một số cam kết xác định rõ phân quyền quản lý SPS của mỗi Bên.



- *Cơ quan quản lý SPS của Việt Nam*

Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn (Bộ NN&PTNT) chịu trách nhiệm về các biện pháp SPS sau: (i) Đối với hàng nhập khẩu: giám sát, kiểm soát, ngăn chặn các loại dịch bệnh, sâu bệnh ảnh hưởng tiêu cực đến con người, động thực vật và nền kinh tế; (ii) Đối với hàng xuất khẩu: thanh tra, kiểm dịch và phát hành giấy chứng nhận bảo đảm đáp ứng các SPS của EU;

Bộ Y tế, Bộ NN&PTNT, Bộ Công Thương, tùy thuộc chức năng của mình, chịu trách nhiệm về an toàn thực phẩm sử dụng cho con người.

- *Cơ quan quản lý SPS của EU và Nước thành viên EU*

- i Đối với sản phẩm xuất khẩu sang Việt Nam: Mỗi nước thành viên EU sẽ chịu trách nhiệm giám sát, bảo đảm quá trình sản xuất tuân thủ các yêu cầu liên quan, thanh tra và phát hành chứng nhận sự phù hợp của hàng hóa với yêu cầu SPS của Việt Nam;

- ii Đối với sản phẩm nhập khẩu từ Việt Nam: Mỗi nước thành viên EU sẽ chịu trách nhiệm kiểm tra sự phù hợp về SPS của hàng hóa nhập khẩu với các điều kiện SPS chung của EU, trong khi Ủy ban châu Âu sẽ chịu trách nhiệm về phối hợp chung, kiểm tra/thanh tra hệ thống kiểm soát và hệ thống pháp luật liên quan của các nước nhằm đảm bảo việc áp dụng thống nhất các SPS của thị trường nội địa EU.

Như vậy, hàng hóa Việt Nam xuất khẩu sang thị trường Đức sẽ phải tuân thủ các quy định về SPS mà EU ban hành (áp dụng thống nhất ở tất cả các nước thành viên, trong đó có Đức), tuy nhiên, việc kiểm tra sự phù hợp của hàng hóa Việt Nam đối với các quy định đó sẽ do cơ quan có thẩm quyền của Đức chịu trách nhiệm.

Cam kết về việc miễn thanh tra trước về SPS với cơ sở sản xuất xuất khẩu

Theo quy trình thông thường, một số sản phẩm nông thủy sản xuất khẩu của Việt Nam muốn được xuất khẩu vào EU sẽ phải trải qua quy trình 02 bước: (i) cơ sở sản xuất phải được phía EU thanh tra về SPS và phê duyệt đưa vào Danh sách cơ sở sản xuất được phép sản xuất sản phẩm xuất khẩu đi EU; (ii) đối với mỗi lô hàng xuất khẩu sang EU của các cơ sở này thì sẽ phải tuân thủ quy trình kiểm tra đối với hàng nhập khẩu vào EU theo quy định.

EVFTA có cam kết về miễn thủ tục thanh tra của Bên nhập khẩu đối với các cơ sở sản xuất đã đủ tiêu chuẩn theo chứng nhận từ cơ quan có thẩm quyền của Bên xuất khẩu (với các cam kết cụ thể về quy trình để được chứng nhận), tức là tiết giảm được bước (i) ở trên.

Cam kết này sẽ rất có lợi cho các doanh nghiệp Việt Nam vì nếu doanh nghiệp đủ điều kiện và được nằm trong danh sách cơ sở sản xuất đủ điều kiện do cơ quan có thẩm quyền của Việt Nam công nhận thì sẽ không phải trải qua thủ tục thanh tra trước của EU nữa.



Quy trình công nhận tương đương các biện pháp SPS của nhau

Công nhận tương đương được hiểu là việc nước nhập khẩu công nhận rằng Biện pháp SPS của nước xuất khẩu có hiệu quả tương đương với Biện pháp SPS của mình. Nếu biện pháp SPS được công nhận tương đương, hàng hóa nhập khẩu sẽ chỉ phải làm thủ tục kiểm soát SPS tại nước xuất khẩu mà không phải làm lại thủ tục này khi đến cảng nước nhập khẩu, tạo điều kiện thuận lợi rất lớn cho người xuất nhập khẩu.

Tuy nhiên, trên thực tế, mỗi nước/khu vực lãnh thổ thuế quan đều có quyền chủ động rất lớn trong việc quyết định biện pháp SPS của mình, do đó các biện pháp SPS đối với cùng một sản phẩm có thể có sự khác biệt lớn giữa các nước/khu vực. Chính vì vậy, việc công nhận tương đương này thường không dễ dàng. EVFTA cũng không có cam kết cụ thể nào bắt buộc việc công nhận tương đương này mà chỉ nêu cơ chế để tạo điều kiện thuận lợi cho việc công nhận tương đương, nếu có.

Quyền áp dụng các biện pháp SPS khẩn cấp

Theo WTO, các nước nhập khẩu đều có quyền áp dụng biện pháp SPS khẩn cấp đối với hàng hóa nước ngoài nhập khẩu trong trường hợp cần thiết.

Để tránh lạm dụng điều này, EVFTA yêu cầu khi một Bên có quan ngại nghiêm trọng về một vấn đề SPS như rủi ro cho sức khỏe hoặc tính mạng con người, động thực vật, thì cần yêu cầu tham vấn với Bên kia trong thời gian sớm nhất có thể và cung cấp các thông tin cần thiết để tránh gây ảnh hưởng đình trệ thương mại.

Mặc dù vậy, nếu cần thiết, mỗi Bên vẫn có quyền áp dụng các biện pháp SPS khẩn cấp cần thiết đối với hàng hóa nhập khẩu từ Bên kia để bảo vệ sức khỏe tính mạng con người, động thực vật mà *không cần báo trước*. Tuy nhiên việc áp dụng biện pháp khẩn cấp này phải được tính toán để mức độ ảnh hưởng tới thương mại là thấp nhất có thể và Bên nhập khẩu trong vòng 24h phải thông báo cho nước xuất khẩu về biện pháp này. Nếu Bên xuất khẩu có yêu cầu thì Bên nhập khẩu phải thực hiện tham vấn về tình trạng khẩn cấp liên quan trong vòng 10 ngày kể từ khi có thông báo.

Các cam kết EVFTA về phòng vệ thương mại (chống bán phá giá, chống trợ cấp và tự vệ)?

Các biện pháp phòng vệ thương mại (bao gồm chống bán phá giá, chống trợ cấp và tự vệ) cho phép nước nhập khẩu bảo vệ ngành sản xuất nội địa của nước mình trước hành vi cạnh tranh không lành mạnh (bán phá giá, bán hàng hóa được trợ cấp) hoặc nhập khẩu ồ ạt hàng hóa nước ngoài gây thiệt hại đáng kể hoặc nghiêm trọng cho ngành sản xuất nội địa. Thông thường các biện pháp này được thể hiện dưới dạng áp dụng các loại thuế bổ sung đối với hàng hóa nhập khẩu liên quan.

Theo quy định của WTO, để áp dụng các biện pháp phòng vệ thương mại (PVTM), nước nhập khẩu phải tiến hành điều tra theo các quy trình, thủ tục chặt chẽ, phù hợp với các nguyên tắc trong Hiệp định chống bán phá giá (ADA), chống trợ cấp (CVA), tự vệ (SG) của WTO.

Trong Hiệp định EVFTA, Chương PVTM (Chương 3) nhấn mạnh việc tuân thủ các nguyên tắc và yêu cầu trong WTO về các biện pháp này, đồng thời bổ sung một số cam kết mới, đáng chú ý như: (i) Một số yêu cầu cụ thể về quy trình thủ tục, điều kiện áp dụng và mức thuế áp dụng đối với các biện pháp CBPG và CTC; (ii) Các quy định mới về biện pháp tự vệ song phương, một số yêu cầu bổ sung đối với biện pháp tự vệ toàn cầu.

Chống bán phá giá, chống trợ cấp

- *Cam kết về quy trình, thủ tục tiến hành các vụ kiện CBPG, CTC:* Các Cơ quan có thẩm quyền trong lĩnh vực CBPG, CTC của EU và Việt Nam trong các vụ việc liên quan tới hàng hóa của nhau phải công khai bằng văn bản tất cả các thông tin và dữ liệu sử dụng để ra kết luận điều tra; phải cho các bên liên quan cơ hội bình luận trong khoảng thời gian hợp lý; sử dụng ngôn ngữ tiếng Anh trong trao đổi thông tin trong vụ việc...
- *Cam kết mới về mức thuế CBPG và CTC:* Theo WTO, mức thuế CBPG, CTC cao nhất có thể áp dụng là bằng mức biên độ phá giá/trợ cấp, nhưng WTO khuyến nghị các nước “không nên cứng nhắc” và “nên” áp dụng mức thuế thấp hơn nếu mức đó đã đủ để loại bỏ thiệt hại của ngành sản xuất nội địa (thường gọi là quy tắc “mức thuế thấp hơn”). EVFTA không quy định khác về vấn đề này so với WTO nhưng nhấn mạnh hơn nghĩa vụ xem xét áp dụng “mức thuế thấp hơn”. Cụ thể, thay vì chỉ khuyến khích như WTO, EVFTA đòi hỏi Việt Nam và EU “nỗ lực đảm bảo” áp dụng quy tắc này.



- *Cam kết về điều kiện áp dụng biện pháp CBPG và CTC:* Theo WTO, để có thể áp dụng biện pháp CBPG/CTC thì nước nhập khẩu cần chứng minh sự tồn tại đồng thời của cả 03 điều kiện là: (i) Hàng nhập khẩu được bán phá giá/trợ cấp với biên độ trên mức tối thiểu; (ii) Có thiệt hại hoặc đe dọa thiệt hại đáng kể với ngành sản xuất nội địa nước nhập khẩu và (iii) Có mối quan hệ nhân quả giữa việc bán phá giá/trợ cấp của hàng nhập khẩu với thiệt hại của ngành sản xuất nội địa. Tuy nhiên, theo cam kết EVFTA, kể cả khi chứng minh đủ 03 điều kiện trên, Việt Nam và EU vẫn sẽ không áp dụng các biện pháp CBPG/CTC nếu các thông tin sẵn có từ điều tra cho kết luận rõ ràng việc áp dụng các biện pháp này không phù hợp với “lợi ích công cộng”.

Hiện tại, pháp luật về chống bán phá giá, chống trợ cấp của Việt Nam không có quy định về điều kiện “lợi ích công cộng” này. Do đó, để thực hiện cam kết về vấn đề này, từ sau khi EVFTA có hiệu lực, riêng đối với các vụ điều tra chống bán phá giá, chống trợ cấp đối với hàng hóa nhập khẩu từ EU, Việt Nam sẽ vẫn phải bảo đảm tính tới cả yếu tố “lợi ích công cộng” trước khi áp dụng các biện pháp liên quan; còn với các vụ điều tra đối với hàng hóa nhập khẩu từ các thị trường khác thì Việt Nam không cần phải xem xét tới yếu tố “lợi ích công cộng” này. Về phía EU, pháp luật khối này hiện đã đang quy định “lợi ích công cộng” là một yếu tố phải xem xét khi áp dụng biện pháp chống bán phá giá, chống trợ cấp.

Điều kiện về “lợi ích công cộng” trong EVFTA được cho là sẽ có lợi cho các nhà xuất khẩu của EU (trong đó có Đức) trong trường hợp Việt Nam tiến hành các vụ kiện chống bán phá giá hoặc chống trợ cấp bởi điều kiện này khiến việc áp dụng biện pháp chống bán phá giá/chống trợ cấp khó khăn hơn. Cũng như vậy, lợi ích của các doanh nghiệp nhập khẩu, các nhóm sử dụng sản phẩm nhập khẩu sẽ được cân nhắc đầy đủ hơn.

Tự vệ

Bên cạnh biện pháp tự vệ toàn cầu thực hiện theo WTO, EVFTA có cam kết mới về biện pháp tự vệ song phương trong giai đoạn 10 năm đầu. Biện pháp tự vệ song phương chỉ được phép áp dụng nếu hàng nhập khẩu gia tăng dưới tác dụng của việc cắt giảm thuế theo EVFTA và bảo đảm tuân thủ các yêu cầu chặt chẽ:

- *Điều kiện áp dụng:* Sự gia tăng của hàng nhập khẩu từ Bên kia do việc cắt giảm thuế theo Hiệp định; và là nguyên nhân gây ra thiệt hại nghiêm trọng của ngành sản xuất nội địa của hàng hóa tương tự hoặc cạnh tranh trực tiếp.
- *Thủ tục điều tra:* Ngoài các quy định của WTO về điều tra tự vệ, EVFTA bổ sung thêm các yêu cầu: (i) Phải tham vấn song phương với Bên kia trước khi khởi xướng điều tra; (ii) Thời hạn điều tra là 01 năm; (iii) Trong trường hợp đặc biệt, có thể áp dụng biện pháp tự vệ tạm thời trong quá trình điều tra nhưng không quá 200 ngày.



- **Hình thức tự vệ:** Chỉ có thể áp dụng dưới các hình thức (i) tạm ngừng cắt giảm thuế quan theo cam kết tại Hiệp định, (ii) tăng thuế nhưng không vượt quá mức thuế thấp hơn trong số 02 mức thuế là MFN tại thời điểm áp dụng biện pháp tự vệ và mức thuế đàm phán cơ sở ban đầu.
- **Cách thức áp dụng:** Thời hạn áp dụng không quá 02 năm, có thể gia hạn tối đa 02 năm nữa; Bên áp dụng biện pháp tự vệ phải tham vấn với bên kia về việc bồi thường trong vòng 30 ngày kể từ ngày áp dụng biện pháp tự vệ song phương. Sau 30 ngày tham vấn, nếu không đạt được thỏa thuận đền bù, Bên bị áp dụng biện pháp tự vệ có thể thực hiện biện pháp trả đũa bằng cách tạm ngưng các nhượng bộ thuế quan nhưng phải sau 24 tháng kể từ khi biện pháp tự vệ có hiệu lực.

Cần chú ý là từ góc độ của EU, các vụ điều tra và biện pháp PVTM mà EU áp dụng cho hàng hóa xuất khẩu Việt Nam sẽ thực hiện trên toàn lãnh thổ EU, không phụ thuộc vào việc hàng Việt Nam nhập khẩu vào Đức hay nước thành viên nào của EU. Cũng như vậy, trường hợp Việt Nam áp dụng biện pháp PVTM đối với một loại hàng hóa nào đó của EU, biện pháp này sẽ được thực hiện đối với hàng hóa của toàn EU, dù là của Đức hay của nước nào khác trong EU.

Tình hình sử dụng các biện pháp PVTM ở EU và Việt Nam

EU là khu vực sử dụng tương đối thường xuyên các công cụ PVTM. Theo số liệu thống kê của WTO, tính từ 01/01/1995 (thời điểm thành lập WTO) đến hết năm 2020, EU đã khởi xướng điều tra tổng cộng 533 vụ chống bán phá giá, 89 vụ chống trợ cấp và 6 vụ tự vệ. Đối với Việt Nam, ngoài các vụ tự vệ (áp dụng chung cho hàng hóa nhập khẩu từ tất cả các nước), EU đã khởi xướng điều tra 4 vụ chống bán phá giá, 1 vụ chống trợ cấp, và 6 vụ tự vệ đối với các sản phẩm như: giày da, xe đạp, ống tuýp thép, chốt cài inox, sản phẩm sợi... Tính đến thời điểm hiện tại, EU đã chấm dứt hầu hết các biện pháp PVTM áp dụng đối với hàng hóa Việt Nam, chỉ còn đang áp thuế tự vệ đối với một số sản phẩm thép.

Về phía Việt Nam, trong những năm gần đây, công cụ PVTM cũng bắt đầu được sử dụng nhiều hơn. Tính tới 10/2021, Việt Nam đã khởi xướng tổng cộng 16 vụ kiện chống bán phá giá, 1 vụ chống trợ cấp và 6 vụ tự vệ đối với hàng hóa nước ngoài nhập khẩu. Tuy nhiên, Việt Nam chưa từng kiện phòng vệ với sản phẩm nào của EU.

Các cam kết đáng chú ý của EVFTA về sở hữu trí tuệ?

EVFTA có một Chương riêng (Chương 12) về Sở hữu trí tuệ (SHTT). So với Hiệp định về các khía cạnh thương mại liên quan tới quyền SHTT (TRIPS) của WTO thì EVFTA có phạm vi điều chỉnh rộng hơn và có mức độ bảo hộ cao hơn ở một số khía cạnh SHTT.

Về nội dung các cam kết về SHTT trong EVFTA được phân ra thành 03 nhóm chủ yếu, bao gồm:

- **Nhóm các nguyên tắc chung:** Nhóm này bao gồm các nguyên tắc (i) Nguyên tắc phù hợp WTO: EVFTA nhấn mạnh việc tiếp tục các cam kết về SHTT trong Hiệp định TRIPS, (ii) Nguyên tắc Tối huệ quốc (MFN): Việt Nam và EU cam kết dành cho công dân của nhau mức độ SHTT không kém hơn mức bảo hộ dành cho công dân của bất kỳ một nước thứ ba nào khác ngoại trừ các trường hợp ngoại lệ theo Điều 4,5 TRIPS, (iii) Nguyên tắc cạnh quyền: Việt Nam và EU được quyền tự do quy định về cạnh quyền SHTT miễn là phù hợp với TRIPS.

Trên cơ bản thì các nguyên tắc này không tạo ra thay đổi gì lớn trong nghĩa vụ của Việt Nam về vấn đề này ngoài nguyên tắc về MFN, theo đó nếu Việt Nam có cam kết nào cao hơn bảo hộ SHTT cho bất kỳ đối tác nào trong các Thỏa thuận hiện tại (ví dụ CPTPP) hoặc tương lai thì cũng phải cho đối tác EU hưởng mức tương tự.

- **Nhóm các cam kết về các tiêu chuẩn bảo hộ đối với từng đối tượng quyền SHTT cụ thể:** Nhóm này bao gồm các cam kết về tiêu chuẩn bảo hộ cụ thể đối với từng loại trong số 08 đối tượng quyền SHTT (quyền tác giả và quyền liên quan, nhãn hiệu, chỉ dẫn địa lý, kiểu dáng công nghiệp, sáng chế, thiết kế mạch tích hợp, bí mật kinh doanh và giống cây trồng). Phần nhiều trong số các cam kết này cơ bản nhắc lại các nội dung tương ứng của TRIPS. Tuy nhiên, EVFTA cũng bổ sung thêm một số tiêu chuẩn bảo hộ mới, cụ thể ở từng đối tượng quyền SHTT.
- **Nhóm các cam kết liên quan đến các biện pháp thực thi quyền SHTT:** Về cơ bản, EVFTA đưa ra các yêu cầu về thực thi SHTT theo hướng nghiêm khắc hơn, theo hướng: (i) Trao quyền cao hơn cho các cơ quan thực thi (đặc biệt là cơ quan hải quan và cơ quan có thẩm quyền khác tại biên giới) và chủ sở hữu quyền, (ii) Nâng mức trách nhiệm, biện pháp trừng phạt đối với chủ thể có hành vi vi phạm các quyền SHTT.



CÁC CAM KẾT EVFTA VỀ XUẤT NHẬP KHẨU HÀNG HÓA GIỮA VIỆT NAM VÀ ĐỨC

Các cam kết đáng chú ý của EVFTA về sở hữu trí tuệ?

Một số trong các cam kết này có tiêu chuẩn cao hơn pháp luật SHTT hiện hành của Việt Nam và vì vậy các quy định pháp luật liên quan sẽ phải sửa đổi tương ứng, từ đó ảnh hưởng tới hoạt động liên quan của các doanh nghiệp (cả ở góc độ chủ thể quyền SHTT và chủ thể sử dụng sản phẩm trí tuệ). Từ góc độ xuất nhập khẩu hàng hóa giữa Việt Nam và Đức, các nhóm cam kết về chỉ dẫn địa lý, nhãn hiệu thương mại, quyền tác giả-quyền liên quan và các biện pháp thực thi quyền SHTT tại biên giới được đánh giá là các cam kết có ảnh hưởng đáng kể nhất mà doanh nghiệp cần chú ý.

EVFTA có cam kết gì đáng chú ý về Chỉ dẫn địa lý?

Chỉ dẫn địa lý là đối tượng SHTT mà EU đặc biệt quan tâm, do EU có khá nhiều các sản phẩm được bảo hộ dưới dạng chỉ dẫn địa lý, vì vậy các cam kết về chỉ dẫn địa lý trong EVFTA khá đồ sộ, với nội dung đặc thù, không giống với các cam kết về chỉ dẫn địa lý trong các Hiệp định, thỏa thuận về SHTT. Ngoài ra, cam kết về chỉ dẫn địa lý trong EVFTA cũng có phạm vi áp dụng đặc thù, trong khi các cam kết liên quan đến SHTT khác trong EVFTA có phạm vi áp dụng chung cho tất cả các nhóm chủ thể.

Trong EVFTA, cam kết về chỉ dẫn địa lý có các nội dung đáng chú ý sau:

- *Về đối tượng bảo hộ:* các cam kết về chỉ dẫn địa lý trong EVFTA chỉ áp dụng đối với 03 nhóm sản phẩm có nguồn gốc từ lãnh thổ Việt Nam hoặc EU bao gồm: rượu vang, rượu mạnh; nông sản; thực phẩm.
- *Về cơ chế bảo hộ:* tuy không đề cập trực tiếp nhưng EVFTA yêu cầu việc bảo hộ chỉ dẫn địa lý theo cơ chế riêng, độc lập với cơ chế bảo hộ “nhãn hiệu”.
- *Về mối quan hệ với nhãn hiệu:* EVFTA ghi nhận quyền được bảo hộ nhãn hiệu dù có tên gọi giống với chỉ dẫn địa lý nhưng đã được đăng ký và bảo hộ hợp pháp trước thời điểm EVFTA có hiệu lực hoặc trước ngày đơn yêu cầu bảo hộ chỉ dẫn địa lý đó được nộp cho cơ quan có thẩm quyền.
- *Về các trường hợp được bảo hộ đương nhiên:* Phụ lục 12-A, Chương 12 của EVFTA liệt kê 169 chỉ dẫn địa lý của EU và 39 chỉ dẫn địa lý của Việt Nam mà hai bên cam kết bảo hộ đương nhiên, không cần qua các thủ tục thẩm định, thông báo, khiếu nại...

EVFTA quy định quy tắc bảo hộ riêng với các chỉ dẫn địa lý đương nhiên này, ví dụ Việt Nam và EU phải có biện pháp pháp lý để chủ thể quyền thực hiện việc:

- Ngăn cản việc sử dụng các chỉ dẫn địa lý này cho các sản phẩm không xuất phát từ khu vực địa lý của nước xuất xứ liệt kê, hoặc xuất phát từ nước xuất xứ nhưng không được sản xuất/gia công phù hợp với pháp luật nước xuất xứ; riêng với “Champagne” thì nghĩa vụ này được hoãn 10 năm với Việt Nam;
- Ngăn chặn việc sử dụng trình bày trên nhãn mác hoặc giới thiệu theo cách khiến người tiêu dùng nhầm lẫn về xuất xứ của sản phẩm;
- Các hành vi cạnh tranh không lành mạnh liên quan đến chỉ dẫn địa lý đó.



Các chỉ dẫn địa lý của Việt Nam được bảo hộ đương nhiên theo EVFTA

- | | | | |
|----|--------------------------|----|-----------------------------|
| 1 | Nước mắm Phú Quốc | 21 | Hạt dẻ Trùng Khánh |
| 2 | Trà Mộc Châu | 22 | Mãng cầu Bà Đen |
| 3 | Hạt cà phê Buôn Ma Thuột | 23 | Cói khô Nga Sơn |
| 4 | Bưởi Đoan Hùng | 24 | Vỏ quế Trà My |
| 5 | Thanh long Bình Thuận | 25 | Nho Ninh Thuận |
| 6 | Hoa hồi Lạng Sơn | 26 | Bưởi Tân Triều |
| 7 | Vải Thanh Hà | 27 | Hồng không hạt Bảo Lâm |
| 8 | Nước mắm Phan Thiết | 28 | Quýt Bắc Kạn |
| 9 | Gạo Hải Hậu | 29 | Xoài Yên Châu |
| 10 | Cam Vinh | 30 | Mật ong bạc hà Mèo Vạc |
| 11 | Trà Tân Cương | 31 | Bưởi Bình Minh |
| 12 | Gạo Hồng Dân | 32 | Mực nướng xắt miếng Hạ Long |
| 13 | Vải Lục Ngạn | 33 | Muối Bạc Liêu |
| 14 | Xoài Hòa Lộc | 34 | Bưởi Luận Văn |
| 15 | Chuối Đại Hoàng | 35 | Hoa Mai Vàng Yên Tử |
| 16 | Vỏ quế Văn Yên | 36 | Sò Quảng Ninh |
| 17 | Mắm tôm Hậu Lộc | 37 | Gạo Điện Biên |
| 18 | Hồng không hạt Bắc Kạn | 38 | Vú sữa Vĩnh Kim |
| 19 | Bưởi Phúc Trạch | 39 | Cam Cao Phong |
| 20 | Gạo Bẩy Núi | | |



Các chỉ dẫn địa lý của Đức được bảo hộ đương nhiên theo EVFTA

- 1 Bia Bayerisches Bier
- 2 Bánh hạnh nhân Lübecker Marzipan
- 3 Xúc xích Nürnberger Bratwurst; Nürnberger Rostbratwürste
- 4 Bia Münchener Bier
- 5 Giăm bông Schwarzwälder Schinken
- 6 Rượu mạnh Korn / Kornbrand
- 7 Rượu vang Franken
- 8 Rượu vang Mittelrhein
- 9 Rượu vang Mosel
- 10 Rượu vang Rheingau
- 11 Rượu vang Rheinhessen
- 12 Rượu mạnh Genièvre / Jenever / Genever

Các cam kết EVFTA về Quyền tác giả, Nhãn hiệu, Kiểu dáng công nghiệp và Sáng chế?

So với TRIPS và pháp luật Việt Nam, các cam kết về Quyền tác giả, Nhãn hiệu, Kiểu dáng công nghiệp và Sáng chế trong EVFTA có một số điểm mới đáng chú ý sau đây:

Quyền tác giả và các quyền liên quan

- Trong vòng 03 năm kể từ ngày EVFTA có hiệu lực, Việt Nam phải tham gia 02 Hiệp ước của WIPO là: Hiệp ước WIPO về quyền tác giả (WIPO Copyright Treaty - WCT) và Hiệp ước của WIPO về biểu diễn và bản ghi âm (WIPO Performances and Phonograms Treaty – WPPT). Nói cách khác, Việt Nam sẽ phải đáp ứng các tiêu chuẩn bảo hộ trong 02 Hiệp ước này;
- Một số quy định chi tiết về quyền tác giả và quyền liên quan mà pháp luật hiện hành chưa quy định rõ;
- Định nghĩa chi tiết hơn và mở rộng phạm vi các hành vi bị coi là xâm phạm các biện pháp kỹ thuật bảo vệ quyền tác giả (PTMs) và các thông tin quản lý quyền (RMI) so với quy định của pháp luật hiện hành;
- Có thể quy định về quyền của nghệ sĩ đối với việc bán lại tác phẩm.

Nhãn hiệu

- *Về thủ tục đăng ký nhãn hiệu:* Nếu từ chối đăng ký thì cơ quan có thẩm quyền phải thông báo bằng văn bản nêu lý do từ chối;
- *Về hệ thống cơ sở dữ liệu về nhãn hiệu:* Việt Nam phải xây dựng hệ thống cơ sở dữ liệu điện tử công khai về các đơn đăng ký nhãn hiệu đã công bố và các nhãn hiệu đã đăng ký;
- *Căn cứ thu hồi nhãn hiệu:* Tiêu chí không sử dụng “thực sự” nhãn hiệu trong vòng 05 năm liên tục kể từ ngày đăng ký;
- *Ngoại lệ về quyền sử dụng các thuật ngữ có tính mô tả trong một nhãn hiệu đã đăng ký* bởi bất kỳ ai khác miễn là việc sử dụng đó là trung thực, phù hợp với thực tiễn thương mại.



Kiểu dáng công nghiệp

- Việt Nam phải gia nhập và bảo đảm thực thi các quy định của Hiệp định Hague về Đăng ký quốc tế Kiểu dáng công nghiệp;
- Đối tượng được bảo hộ Kiểu dáng công nghiệp không chỉ bao gồm Kiểu dáng tổng thể của sản phẩm hoàn chỉnh mà cả Kiểu dáng của linh kiện, bộ phận của sản phẩm nếu đó là linh kiện, bộ phận có thể nhìn thấy trong quá trình sử dụng thông thường của sản phẩm;
- Kiểu dáng công nghiệp phải được xem như một đối tượng có thể được bảo hộ theo quyền tác giả;
- Không bảo hộ các kiểu dáng đương nhiên/bắt buộc.

Sáng chế

- Quyền áp dụng Tuyên bố DOHA để tiếp cận những sáng chế về dược phẩm phục vụ cho lợi ích cộng đồng;
- Nghĩa vụ “bù đắp” về thời hạn bảo hộ cho các trường hợp thời gian bảo hộ sáng chế đối với dược phẩm bị rút ngắn do chậm trễ trong thủ tục cấp phép lưu hành dược phẩm.

Các cam kết mới ở các khía cạnh này giúp gia tăng mức độ bảo hộ quyền cho các doanh nghiệp có các sản phẩm SHTT, vì vậy được cho là sẽ tạo ra hành lang pháp lý an toàn hơn, giúp các nhà sản xuất, xuất khẩu Đức yên tâm hơn khi kinh doanh với Việt Nam. Tuy nhiên, với các doanh nghiệp Việt Nam sử dụng các sản phẩm trí tuệ, việc triển khai thực thi các cam kết này có thể làm gia tăng chi phí tuân thủ.

Các yêu cầu của EVFTA về thực thi bảo hộ quyền sở hữu trí tuệ?

EVFTA bao gồm nhiều cam kết về thực thi quyền SHTT theo hướng nghiêm khắc hơn, trao quyền thực thi cao hơn cho chủ sở hữu quyền và các cơ quan thực thi, đồng thời nâng mức trách nhiệm, biện pháp trừng phạt đối với chủ thể có hành vi xâm phạm quyền SHTT. Đặc biệt, liên quan đến việc thực thi các biện pháp dân sự, so với pháp luật Việt Nam, EVFTA có một số cam kết mới đáng chú ý sau:

- *Về các biện pháp khẩn cấp tạm thời* áp dụng để ngăn chặn kịp thời hành vi xâm phạm: EVFTA đòi hỏi phải cho chủ sở hữu quyền yêu cầu Tòa án áp dụng biện pháp này vào bất kỳ thời điểm nào, thậm chí trong trường hợp nghiêm trọng có thể áp dụng mà không cần thông báo cho bên bị áp dụng biện pháp; EVFTA cũng mở rộng các tình huống/trường hợp cho phép yêu cầu biện pháp tạm thời;
- *Về nghĩa vụ cung cấp bằng chứng chứng minh xâm phạm*: EVFTA quy định cụ thể về các trường hợp Tòa án được quyền yêu cầu bên bị đơn cung cấp các bằng chứng xâm phạm mà mình đang kiểm soát; thậm chí với các hành vi xâm phạm ở quy mô thương mại, theo yêu cầu của một bên, Tòa án còn có quyền yêu cầu bên kia cung cấp tài liệu giao dịch ngân hàng, tài chính hoặc thương mại thuộc kiểm soát của bên kia;
- *Về quyền yêu cầu cung cấp thông tin*: EVFTA yêu cầu Tòa án có quyền yêu cầu người xâm phạm, người bị nghi ngờ xâm phạm, hoặc bất kỳ người nào khác, phải cung cấp thông tin mà người đó đang nắm giữ liên quan tới người xâm phạm, tới phương tiện sản xuất, phân phối hàng hóa, dịch vụ xâm phạm;
- *Về quyền của Tòa án với các hành vi xâm phạm sau phán quyết*: EVFTA yêu cầu Tòa án phải được trao quyền ban hành các lệnh cấm đối với các hành vi xâm phạm tương tự sau đó với người xâm phạm và cả người cung cấp dịch vụ cho người xâm phạm;
- *Về các biện pháp xử lý thay thế*: EVFTA khuyến nghị Việt Nam cho phép áp dụng biện pháp bồi thường bằng tiền để thay thế cho các biện pháp chế tài khác, nếu xâm phạm là không cố ý, do sơ suất và khoản bồi thường là thỏa đáng;
- *Về việc xác định thiệt hại làm cơ sở để bồi thường*: EVFTA khuyến khích phân biệt cách xác định thiệt hại trong trường hợp người xâm phạm biết hoặc có cơ sở để biết về việc mình đang xâm phạm và trường hợp người xâm phạm không biết rằng mình đang xâm phạm; có thể xác định khoản bồi thường là khoản cố định nếu thích hợp;
- *Về nguyên tắc suy đoán chủ thể quyền tác giả trong tố tụng về SHTT*: EVFTA đặt ra quy tắc về suy đoán quyền, theo đó trừ khi có chứng cứ ngược lại, người có tên trên tác phẩm sẽ được suy đoán là tác giả;



- *Về sự tham gia của cơ quan hải quan trong thực thi quyền SHTT tại biên giới:* EVFTA yêu cầu cơ quan hải quan phải (i) tham gia tích cực vào việc ngăn chặn xâm phạm SHTT, (ii) phối hợp với chủ sở hữu quyền để thực thi quyền SHTT tại biên giới.

Mặc dù các tiêu chuẩn bảo hộ SHTT trong pháp luật Việt Nam thời gian qua cơ bản đã phù hợp với Hiệp định TRIPS của WTO, và do đó khá tương đồng với mặt bằng chung về bảo hộ SHTT trên thế giới, vấn đề thực thi bảo hộ các quyền này trên thực tế còn nhiều hạn chế. Nguyên nhân có thể là do các cơ chế thực thi chưa đủ mạnh để ngăn chặn, phát hiện hành vi vi phạm, các biện pháp bồi thường chưa đủ lớn để khuyến khích chủ sở hữu quyền tự bảo vệ quyền, hoặc các biện pháp xử lý vi phạm chưa đủ nghiêm khắc... Thực tế này dẫn đến việc phổ biến các hiện tượng vi phạm SHTT, và các chủ thể vi phạm ít quan tâm đến hệ quả của các hành vi vi phạm. Khi EVFTA có hiệu lực, cùng với CPTPP, hệ thống pháp luật về thực thi SHTT của Việt Nam sẽ buộc phải thay đổi theo các cam kết trong hai FTA này, với nhiều yêu cầu chi tiết và cụ thể trong quá trình thực thi.

Với các cam kết gia tăng mức độ nghiêm khắc và hiệu quả của các biện pháp thực thi quyền SHTT này của EVFTA, các doanh nghiệp chủ sở hữu các tài sản trí tuệ sẽ được bảo vệ tốt hơn. Đồng thời doanh nghiệp thực hiện các hoạt động xuất nhập khẩu hàng hóa giữa Việt Nam và Đức là đối tượng được bảo hộ SHTT sẽ phải chú ý để bảo đảm tuân thủ đầy đủ các quy định liên quan.

Các cam kết EVFTA về Mua sắm công đối với hàng hóa?

Trong EVFTA, Việt Nam cam kết mở cửa thị trường mua sắm công của mình cho nhà thầu Đức được tiếp cận các gói thầu mua sắm công (hàng hóa, dịch vụ, xây lắp) ở cấp trung ương và cả ở hai thành phố lớn nhất Việt Nam là Hà Nội và TP. Hồ Chí Minh.

Tính tới tháng 10/2021, Việt Nam mới chỉ cho phép các nhà thầu của EU (trong đó có Đức), Anh và các nước thành viên CPTPP được tiếp cận các gói thầu của Việt Nam theo các Hiệp định EVFTA, UKVFTA và CPTPP mà không phụ thuộc vào nguồn vốn sử dụng, chỉ căn cứ vào ngưỡng giá trị gói thầu và đơn vị mua sắm.

Về các loại hàng hóa mua sắm công, Việt Nam cam kết cho phép nhà thầu Đức được tham gia hầu như tất cả các gói thầu mua sắm hàng hóa, trừ một số ít hàng hóa nhạy cảm đã liệt kê rõ.

Ngoài ra, các gói thầu thuộc diện mở cửa cho các nhà thầu Đức tham gia cũng phải đáp ứng nhiều cam kết ở mức cao về minh bạch trong thủ tục đấu thầu và giải quyết khiếu nại, nếu có. Những cam kết này sẽ tạo ra nhiều cơ hội cho các nhà thầu của Đức để có thể tiếp cận thị trường đấu thầu hàng hóa của Việt Nam.



CÁC CAM KẾT EVFTA VỀ XUẤT NHẬP KHẨU HÀNG HÓA GIỮA VIỆT NAM VÀ ĐỨC
Các cam kết EVFTA về Mua sắm công đối với hàng hóa?

Bảng 4 Tóm tắt các gói thầu hàng hóa Việt Nam mở cửa cho nhà thầu Đức trong EVFTA*

Cơ quan mua sắm	Đối tượng hàng hóa mua sắm	Ngưỡng giá trị hàng hóa mua sắm tối thiểu
Các đơn vị cụ thể được liệt kê của 20 Bộ ngành trung ương của Việt Nam	<ul style="list-style-type: none">Tất cả các loại hàng hóa trừ một số loại được liệt kê (như lúa gạo, dầu mỏ, sách báo, bản đồ, thiết bị thu phát dò sóng...)Dược phẩm có cam kết riêng***	Đến 31/7/2025: 1,5 triệu SDR (khoảng 48,1 tỷ VNĐ**) Đến 31/7/2030: 1 triệu SDR (khoảng 32,1 tỷ VNĐ) Đến 31/7/2035: 500.000 SDR (khoảng 16 tỷ VNĐ) Từ 1/8/2036: 130.000 SDR (khoảng 4,2 tỷ VNĐ)
Các đơn vị cụ thể được liệt kê của Hà Nội và TP. Hồ Chí Minh 34 Bệnh viện 02 Tập đoàn 05 Trường, Viện Nghiên cứu Thông tấn xã Việt Nam	<ul style="list-style-type: none">Tất cả các loại hàng hóa trừ một số loại được liệt kê (như lúa gạo, dầu mỏ, sách báo, bản đồ, thiết bị thu phát dò sóng,...)Dược phẩm có cam kết riêng***	Đến 31/7/2025: 3 triệu SDR (khoảng 96,2 tỷ VNĐ) Đến 31/7/2030: 2 triệu SDR (khoảng 64,1 tỷ VNĐ) Đến 31/7/2035: 1,5 triệu SDR (khoảng 48,1 VNĐ) Từ 1/8/2036: 1 triệu SDR (khoảng 32,1 tỷ VNĐ)

* Bảng này không bao gồm các trường hợp ngoại lệ

** Giá trị quy đổi từ SDR sang VNĐ được tính theo tỷ giá vào thời điểm tháng 10/2021

*** Xem thêm Câu 17

EVFTA có cam kết riêng gì đối với Dược phẩm và trang thiết bị y tế?

Dược phẩm và trang thiết bị y tế là nhóm hàng hóa mà EU nói chung và Đức nói riêng rất có thể mạnh và Việt Nam lại đang có cơ chế kiểm soát chặt chẽ việc nhập khẩu cũng như quản lý các sản phẩm này. Do đó, EVFTA có một số các cam kết riêng (ngoài thuế quan) chỉ áp dụng cho dược phẩm và trang thiết bị y tế, cụ thể:

Về các tiêu chuẩn kỹ thuật

Việt Nam và EU cam kết xây dựng quy chuẩn kỹ thuật đối với dược phẩm và trang thiết bị y tế dựa trên các tiêu chuẩn, thông lệ và hướng dẫn quốc tế liên quan trừ trường hợp chứng minh được một cách khoa học là các tiêu chuẩn, thông lệ, hướng dẫn này không phù hợp hoặc không hiệu quả để thực hiện các mục tiêu hợp pháp của mình.

Về thủ tục cấp phép lưu hành

Việt Nam cam kết bãi bỏ yêu cầu về khoảng thời gian tối thiểu giữa thời điểm cấp phép tại EU và thời điểm xin phép lưu hành tại Việt Nam; bãi bỏ các yêu cầu vượt quá thông lệ quốc tế về nghiên cứu lâm sàng (đặc biệt là thông lệ của Hội đồng quốc tế về hài hòa các thủ tục đăng ký dược phẩm sử dụng cho con người - ICH).

Về minh bạch

Việt Nam và EU cam kết minh bạch hóa các văn bản quy phạm pháp luật, quy định, tiêu chí và thủ tục liên quan tới việc định giá, niêm yết giá, bồi hoàn hoặc quản lý dược phẩm và thiết bị y tế.

Về quyền kinh doanh

Việt Nam cam kết cho phép các doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài được nhập khẩu các dược phẩm đã được cấp phép lưu hành tại Việt Nam. Tuy nhiên, các doanh nghiệp này không được tham gia bán buôn hay bán lẻ dược phẩm nhập khẩu mà chỉ được bán lại cho nhà phân phối hoặc nhà bán buôn được phép phân phối dược phẩm ở Việt Nam. Các doanh nghiệp này cũng được phép xây dựng kho để bảo quản dược phẩm nhập khẩu, thực hiện nghiên cứu lâm sàng/kiểm nghiệm để đảm bảo dược phẩm phù hợp với tiêu dùng nội địa của Việt Nam phù hợp với quy định của Bộ Y tế Việt Nam, thực hiện giới thiệu thông tin về thuốc nhập khẩu cho nhân viên y tế phù hợp với quy định của Bộ Y tế hoặc các cơ quan có thẩm quyền khác của Việt Nam.



Về sở hữu trí tuệ

- *Cam kết đền bù thời gian chậm trễ:* Theo quy định, thuốc được cấp bằng sáng chế muốn lưu hành trên thị trường phải được cấp phép lưu hành. Cam kết trong EVFTA là nếu việc cấp phép lưu hành bị chậm trễ một cách bất hợp lý (quá 2 năm kể từ ngày nộp đơn xin cấp phép), khiến thời gian khai thác thương mại của thuốc được bảo hộ độc quyền bị rút ngắn (do hết thời hạn bảo hộ độc quyền) thì cơ quan có thẩm quyền phải có biện pháp đền bù bằng cách gia hạn thời gian bảo hộ độc quyền cho chủ sở hữu sáng chế theo một trong hai cách: (i) thời gian cấp phép lưu hành hợp lý là 02 năm, chậm quá 02 năm đó thì chậm bao nhiêu thời gian thì đền bù bấy nhiêu thời gian nhưng tổng thời gian đền bù không quá 02 năm; hoặc (ii) thời gian gia hạn bằng khoảng thời gian từ lúc nộp đơn đến khi được cấp phép lưu hành lần đầu tiên trừ đi 05 năm nhưng tổng thời gian gia hạn không quá 05 năm, và có thể kéo dài thêm 6 tháng trong trường hợp cụ thể;
- *Cam kết về bảo hộ dữ liệu độc quyền:* Cam kết không tiết lộ và bảo mật các dữ liệu thử nghiệm bí mật/dữ liệu khác được nộp cho cơ quan Nhà nước để xin cấp phép lưu hành dược phẩm trong vòng ít nhất 05 năm, không cho phép người nộp đơn sau đó cho cùng loại dược phẩm được dựa vào các thông tin, dữ liệu này để xin cấp phép lưu hành trừ khi được phép của người đã nộp thông tin, dữ liệu trước đó.

Chú ý, các cam kết về SHTT nói chung và liên quan tới dược phẩm nói riêng trong EVFTA sẽ được áp dụng chung cho dược phẩm từ tất cả các nguồn chứ không chỉ riêng của EU hay Việt Nam.

Về mua sắm công

Việt Nam cho phép các nhà thầu Đức tham gia các gói thầu mua sắm dược phẩm của 34 bệnh viện và một số cơ quan ở trung ương và 02 địa phương (Hà Nội và TP. Hồ Chí Minh) của Việt Nam. Tuy nhiên, Việt Nam cũng có một số bảo lưu như sau:

- Dành một tỷ lệ nhất định giá trị gói thầu mua dược phẩm cho các doanh nghiệp dược nội địa, tỷ lệ này giảm dần theo lộ trình (tỷ lệ này là 100% cho hai năm đầu kể từ khi EVFTA có hiệu lực, 65% cho năm thứ 3-9, 60% cho năm thứ 10-15, 50% từ năm thứ 16 trở đi);
- Các gói thầu mua sắm chỉ một loại dược phẩm với giá trị dưới 130.000 SDR (khoảng 4,2 tỷ VND) sẽ được loại trừ khỏi phạm vi áp dụng cam kết EVFTA;
- Bảo lưu liên quan tới gói thầu mua sắm gắn với quyền phân phối (nhà thầu EU sau khi trúng thầu phải lựa chọn doanh nghiệp có quyền phân phối dược phẩm tại Việt Nam để giao thuốc vào các bệnh viện).



CÁC CAM KẾT EVFTA VỀ XUẤT NHẬP KHẨU HÀNG HÓA GIỮA VIỆT NAM VÀ ĐỨC EVFTA có cam kết riêng gì đối với Dược phẩm và trang thiết bị y tế?

So với các FTA đã có trước đây, EVFTA là FTA mà Việt Nam có nhiều nhất các cam kết đặc thù liên quan tới dược phẩm, theo hướng tạo điều kiện thuận lợi cho việc nhập khẩu, phân phối và bảo hộ các sản phẩm dược phẩm. Là nguồn cung dược phẩm lớn của EU cũng như trên thế giới, các nhà sản xuất dược của Đức cũng như doanh nghiệp Việt Nam nhập khẩu dược phẩm từ Đức suy đoán sẽ được hưởng lợi từ các cam kết này.

EVFTA có cam kết riêng gì đối với ô tô, xe máy và linh kiện?

EVFTA cũng có các cam kết riêng (ngoài thuế quan) đối với các phương tiện vận tải (ô tô, xe máy và linh kiện). Cụ thể, Phụ lục 2-B – Phương tiện cơ giới và Thiết bị, phụ tùng của Phương tiện cơ giới thuộc Chương 2 EVFTA đưa ra một số quy định về các biện pháp phi thuế riêng đối với ô tô, xe máy và thiết bị, phụ tùng của các sản phẩm này mà phần lớn là các cam kết về TBT.

Cụ thể, theo Phụ lục 2-B Chương 2, Việt Nam và EU cam kết:

- Công nhận quy định UNECE là tiêu chuẩn quốc tế đủ để bảo đảm an toàn, bảo vệ môi trường, sức khỏe con người trong lĩnh vực phương tiện cơ giới và thiết bị, phụ tùng;
- Không đưa ra các TBT nội địa mới khác với các tiêu chuẩn theo UNECE trừ khi chứng minh được từ góc độ khoa học kỹ thuật rằng các tiêu chuẩn UNECE là không thích hợp, không hiệu quả đối với mình – và trong trường hợp này phải bảo đảm nghĩa vụ thông báo, giải trình lý do cũng như phải xem xét định kỳ lại các TBT nội địa này;
- Việt Nam công nhận các chứng nhận được thực hiện theo các nguyên tắc của Hiệp định UNECE 1958 (hệ thống tiêu chuẩn thông qua bởi Ủy ban Kinh tế của Liên Hợp Quốc về châu Âu) do EU cấp đối với một số loại sản phẩm phương tiện cơ giới và phụ tùng. EU cũng cam kết tương tự với chứng nhận do Việt Nam cấp sau khi Việt Nam gia nhập UNECE 1958.

Việt Nam hiện chưa là thành viên của Hiệp định UNECE 1958, do đó Phụ lục 2-B có một số cam kết chỉ áp dụng riêng cho Việt Nam, ví dụ:

- Khuyến khích Việt Nam gia nhập UNECE 1958;
- Việt Nam cam kết chấp nhận các xe nguyên chiếc loại M1 (theo định nghĩa UNECE) đã được EU cấp Chứng nhận kiểu loại xe nguyên chiếc quốc tế UNECE hợp lệ là phù hợp với các quy chuẩn kỹ thuật nội địa của Việt Nam (mà không yêu cầu thử nghiệm thêm). Nhà nhập khẩu kiểu xe đó lần đầu sẽ phải nộp kèm Chứng nhận nói trên trong hồ sơ nhập khẩu;
- Từ năm thứ 5 đến năm thứ 12, Việt Nam cam kết chấp nhận Chứng nhận hợp chuẩn cho toàn xe hợp lệ của EU...



CÁC CAM KẾT EVFTA VỀ XUẤT NHẬP KHẨU HÀNG HÓA GIỮA VIỆT NAM VÀ ĐỨC EVFTA có cam kết riêng gì đối với ô tô, xe máy và linh kiện?

Đức là một trong những quốc gia sản xuất và xuất khẩu ô tô hàng đầu thế giới với nhiều thương hiệu nổi tiếng như Mercedes, BMW, Audi, Porsche.... Các cam kết về TBT của Việt Nam đối với sản phẩm ô tô trong EVFTA sẽ giúp cho các sản phẩm ô tô của Đức dễ dàng tiếp cận thị trường Việt Nam hơn. Cùng với các cam kết EVFTA về cắt giảm thuế quan đối với các sản phẩm ô tô của Đức vào Việt Nam, các cam kết về TBT này sẽ mở ra cơ hội lớn cho Đức tăng cường xuất khẩu sản phẩm chủ lực này của mình sang thị trường Việt Nam trong thời gian tới.



Phần thứ hai

TẬN DỤNG CƠ HỘI TỪ EVFTA ĐỂ XUẤT KHẨU HÀNG HÓA VIỆT NAM SANG ĐỨC



02

Thị trường Đức có những đặc điểm gì đáng lưu ý đối với các nhà xuất khẩu Việt Nam?

Quy mô thị trường

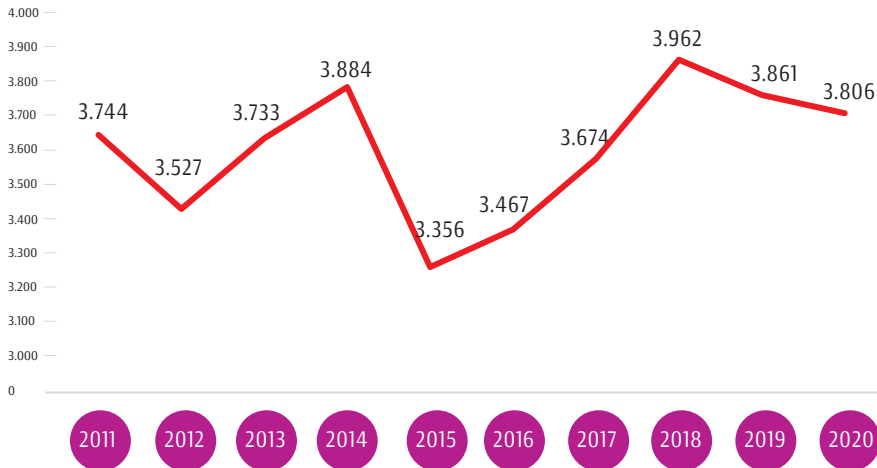
Đức là nền kinh tế lớn nhất châu Âu và đứng thứ 4 trên thế giới. Theo số liệu của Ngân hàng Thế giới, năm 2020, tổng GDP của Đức đạt 3.806 tỷ USD (chỉ đứng sau Mỹ: 20.937 tỷ USD, Trung Quốc: 14.723 tỷ USD, Nhật Bản: 5.065 tỷ USD). GDP cũng thể hiện sức mua của một nền kinh tế, và vì vậy không ngạc nhiên khi Đức là một trong những thị trường có sức mua lớn nhất thế giới.

Hình

GDP Đức giai đoạn 2011-2020

1

Đơn vị: Tỷ USD



Nguồn: Ngân hàng Thế giới, 2021

Trong một thập kỷ qua, GDP của Đức biến động không đều qua các năm và tăng nhẹ từ 3.744 tỷ USD vào năm 2011 lên 3.806 tỷ USD vào năm 2020. Hai năm trở lại đây, nền kinh tế nước này cũng có xu hướng suy giảm do nhiều nguyên nhân, trong đó phải kể đến tác động của căng thẳng thương mại giữa các nền kinh tế lớn (EU - Mỹ, Mỹ - Trung...), ảnh hưởng từ việc Anh rời khỏi EU, và đặc biệt từ năm 2020 là do sự bùng nổ của đại dịch COVID-19. Trung bình trong giai đoạn 2011-2020, tốc độ tăng trưởng GDP của Đức là 1,39%, cao hơn mức tăng trưởng GDP trung bình của EU giai đoạn này (0,72%).



Nền kinh tế của Đức khá ổn định với các chỉ số kinh tế vĩ mô như tỷ lệ lạm phát, tỷ lệ thất nghiệp của Đức được duy trì ở mức thấp. Trong giai đoạn 2011-2020, tỷ lệ lạm phát trung bình của Đức là 1,64% và tỷ lệ thất nghiệp trung bình là 4,47%.

Về dân số, Đức là một trong những nước phát triển có quy mô dân số tương đối lớn, với khoảng 83,2 triệu dân - đứng thứ 19 trên thế giới và đứng thứ 2 tại châu Âu năm 2020, theo số liệu của Ngân hàng Thế giới. Đức cũng thuộc nhóm các nước có thu nhập cao trên thế giới với GDP bình quân đầu người đạt 45.724 USD/năm vào năm 2020, đứng thứ 16 trên thế giới (Statisticstimes.com). Vì thế, người tiêu dùng Đức có khả năng chi trả mức cao cho các hàng hóa tiêu dùng.

Xuất nhập khẩu

Đức là quốc gia nằm ở khu vực Trung Âu có đường biên giới với 9 nước, trải dài từ dãy Alpen, qua đồng bằng Bắc Âu đến biển Bắc và biển Baltic, với diện tích 349.380 km² (đứng thứ 7 châu Âu). Với vị trí địa lý thuận lợi như vậy, hoạt động thương mại của Đức rất phát triển, chiếm đến 81,1% GDP của nước này (Ngân hàng Thế giới, 2021).

Tại Đức, người dân sử dụng nhiều ngôn ngữ khác nhau, ngoài tiếng Đức mẹ đẻ, có đến 56% dân số Đức sử dụng tiếng Anh, ngoài ra còn có Tiếng Pháp, tiếng Nga và tiếng Thổ Nhĩ Kỳ. Điều này cũng đã tạo điều kiện thuận lợi cho Đức trong việc giao thương với quốc tế.

Trong nhiều năm qua, Đức vẫn duy trì là quốc gia xuất khẩu và nhập khẩu hàng hóa đứng thứ 3 trên thế giới (chỉ sau Mỹ và Trung Quốc). Theo thống kê của ITC Trademap, năm 2020, tổng kim ngạch xuất nhập khẩu hàng hóa của Đức là 2.550 tỷ USD (chiếm khoảng 67% GDP của Đức), trong đó xuất khẩu đạt 1.378 tỷ USD còn nhập khẩu đạt 1.172 tỷ USD.

Đức là nước có ngành công nghiệp chế tạo hàng đầu thế giới, và mặc dù có thể tự đáp ứng một phần nhu cầu, nước này vẫn có nhu cầu lớn trong nhập khẩu các sản phẩm phục vụ sản xuất như máy móc, thiết bị, nguyên liệu, nhiên liệu... bên cạnh nhu cầu nhập khẩu hàng tiêu dùng. Dưới đây là bảng tổng hợp những mặt hàng nhập khẩu chủ yếu của Đức trong năm 2020.



Bảng

5

Các sản phẩm nhập khẩu chính của Đức năm 2020

STT	Mặt hàng nhập khẩu (NK) chính của Đức	Kim ngạch NK năm 2020 (tỷ USD)	Tỷ trọng trong tổng NK
1	Chương 84: Máy và thiết bị cơ khí; các bộ phận của chúng	149,87	12,79%
2	Chương 85: Máy điện và thiết bị điện và các bộ phận của chúng; máy ghi và tái tạo âm thanh, máy ghi và tái tạo hình ảnh và âm thanh truyền hình, bộ phận và phụ kiện của các loại máy trên	149,32	12,74%
3	Chương 87: Xe trừ phương tiện chạy trên đường sắt hoặc đường tàu điện, và các bộ phận và phụ kiện của chúng.	123,18	10,51%
4	Chương 27: Nhiên liệu khoáng, dầu khoáng và các sản phẩm chưng cất từ chúng; các loại sáp khoáng chất	77,80	6,64%
5	Chương 30: Dược phẩm	65,80	5,62%
6	Chương 90: Dụng cụ và thiết bị quang học, nhiếp ảnh, điện ảnh, đo lường, kiểm tra, chính xác, y tế hoặc phẫu thuật; các bộ phận và phụ kiện của chúng	42,73	3,65%
7	Chương 39: Plastic và các sản phẩm bằng plastic	41,96	3,58%
8	Chương 29: Hóa chất hữu cơ	37,81	3,23%
9	Chương 71: Ngọc trai tự nhiên hoặc nuôi cấy, đá quý hoặc đá bán quý, kim loại quý, kim loại được dát phủ kim loại quý, và các sản phẩm của chúng; đồ trang sức làm bằng chất liệu khác; tiền kim loại	29,23	2,50%
10	Chương 73: Các sản phẩm bằng sắt hoặc thép	21,94	1,87%

Nguồn: ITC Trademap, 2021



TẬN DỤNG CƠ HỘI TỪ EVFTA ĐỂ XUẤT KHẨU HÀNG HÓA VIỆT NAM SANG ĐỨC
Thị trường Đức có những đặc điểm gì đáng lưu ý đối với các nhà xuất khẩu Việt Nam?

Đối với nông sản, mặc dù tỷ trọng trong tổng nhập khẩu không lớn, Đức vẫn là nước EU nhập khẩu nhiều nhất các sản phẩm rau quả tươi và chế biến (23,1 tỷ USD), chè – cà phê – gia vị (4 tỷ USD), thủy sản chế biến (1,65 tỷ USD), mật ong (274 triệu USD)... năm 2020 (Trademap ITC) .

Đặc điểm tiêu dùng của người Đức?

Theo số liệu của Eurostat, dân số Đức trong độ tuổi có nhu cầu tiêu dùng cao (15 đến 65 tuổi) chiếm khoảng 65%, tức khoảng 54 triệu người năm 2020. Đây là thành phần quyết định các xu hướng tiêu dùng tại Đức. Người dân Đức sống chủ yếu ở các thành phố (chiếm tới 77,4%), trong đó 04 thành phố lớn tập trung đông dân cư nhất là Berlin, Hamburg, Munich và Cologne.

Thu nhập bình quân của các hộ gia đình ở Đức lên tới khoảng 4.846 euro/tháng, và sức mua bình quân đầu người của người dân nước này là 23.766 euro vào năm 2020 (gfk.com, 2021). Người tiêu dùng Đức có thói quen mua sắm nhiều và đa dạng, từ các hàng hóa thiết yếu (như thực phẩm, quần áo, giày dép, hóa mỹ phẩm, dụng cụ thể thao) tới các sản phẩm giải trí, xa xỉ (như trang sức, xe cộ, đồ công nghệ....).

Các sản phẩm tiêu dùng chủ yếu

Theo số liệu của Santandertrade, người tiêu dùng Đức dành đến 23,6% tổng chi tiêu cho nhu cầu về nhà ở, điện nước, ga và nhiên liệu khác, dành 14,7% chi tiêu cho phương tiện vận chuyển, 10,7% cho thực phẩm và đồ uống không cồn, 6,8% cho nội thất và thiết bị gia dụng, 4,8% cho quần áo và giày dép... Như vậy, phần lớn chi tiêu về hàng hóa của người tiêu dùng Đức là cho các sản phẩm thiết yếu phục vụ ăn – mặc – ở. Mặc dù cấu trúc tiêu dùng không quá khác biệt so với tình hình chung trên thế giới, người dân Đức có xu hướng tiêu dùng hàng hóa có chất lượng và giá thành cao hơn nhiều thị trường khác.



Bảng

6

Các sản phẩm, dịch vụ tiêu dùng phổ biến của người tiêu dùng Đức

Dịch vụ/sản phẩm tiêu dùng	Tỷ trọng trong tổng chi phí mua sắm của người tiêu dùng
Nhà ở, điện nước, ga và nhiên liệu khác	23,6%
Phương tiện vận chuyển	14,7%
Thực phẩm và đồ uống không cồn	10,7%
Văn hóa và giải trí	9,2%
Nội thất, thiết bị gia dụng và bảo trì nhà cửa thường xuyên	6,8%
Nhà hàng và khách sạn	5,5%
Sức khỏe	5,2%
Quần áo giày dép	4,8%
Đồ uống có cồn, thuốc lá và chất gây nghiện	3,2%
Truyền thông	2,9%
Giáo dục	0,9%
Các hàng hóa, dịch vụ khác	12,7%

Nguồn: Santandertrade, 2021

Về phương thức mua sắm

Người tiêu dùng Đức hiện vẫn đang mua sắm theo cả hai hình thức trực tiếp (tại các siêu thị, cửa hàng tạp hóa, cửa hàng giảm giá...) và trực tuyến (trên các cửa hàng trực tuyến, sàn thương mại điện tử...). Trong đó, hình thức trực tuyến đang ngày càng trở nên phổ biến tại quốc gia này, đặc biệt từ khi dịch bệnh COVID-19 xuất hiện khiến người tiêu dùng phải chuyển sang các phương thức mua sắm giảm tiếp xúc trực tiếp. Trên thực tế, Đức hiện là một trong những thị trường mua sắm trực tuyến lớn nhất và năng động nhất khu vực châu Âu và trên thế giới với gần 80% người tiêu dùng Đức sử dụng hình thức mua sắm này (gtai.de). Ngoài ra, tại Đức còn hình thành xu hướng ROPO - người tiêu dùng nghiên cứu sản phẩm trực tuyến sau đó trực tiếp đến cửa hàng truyền thống để mua những sản phẩm đó.



Về xu hướng tiêu dùng

Đức được biết đến là một trong số những thị trường tiêu dùng “khó tính” nhất trên thế giới. Người tiêu dùng Đức thường rất kỹ tính, bảo thủ và trung thành với các thương hiệu quen thuộc. Ước tính có khoảng 60% người tiêu dùng sẵn sàng mua nhiều lần cùng 1 nhãn hiệu đã sử dụng (Santandertrade, 2021). Vì thế người Đức thường ưu tiên sử dụng các sản phẩm trong khu vực châu Âu, sản phẩm quốc gia và địa phương. Tuy nhiên, trong thời gian gần đây, người tiêu dùng Đức cũng ngày càng cởi mở hơn với hàng hóa quốc tế, đặc biệt khi thương mại điện tử giúp cho mua sắm hàng hóa nước ngoài trở nên dễ dàng.

Khi mua sắm hàng hóa, đặc biệt là mua sắm các sản phẩm sử dụng lâu dài, người tiêu dùng Đức thường tìm hiểu kỹ càng về tính năng, xuất xứ, và các sản phẩm cạnh tranh tương tự thay vì chỉ quan tâm đến giá cả. Họ sẵn sàng chi trả với mức giá cao hơn để nhận được sản phẩm với chất lượng tốt hơn. Đối với các loại sản phẩm này, người tiêu dùng sẽ thích đến tận cửa hàng để kiểm tra và thử sản phẩm, hơn là mua sắm trên website. Ngược lại, đối với các hàng hóa sử dụng hàng ngày, người Đức có thể sẽ quan tâm nhiều hơn về giá, và họ thường mua sắm trực tuyến, do đó có thể dễ dàng so sánh giá bán... Thêm vào đó, người dân Đức cũng ngày càng chú trọng hơn đến tiêu dùng bền vững. Họ hướng tới sử dụng nhiều hơn các sản phẩm có tính nhân văn (như sản phẩm được làm bởi người khuyết tật, các doanh nghiệp xã hội...), hoặc sản phẩm hữu cơ, từ các nguyên liệu tự nhiên, sử dụng ít năng lượng.... đặc biệt là đối với thực phẩm và quần áo.

Về các yếu tố thay đổi tập quán tiêu dùng

Các phương tiện quảng cáo và truyền thông qua mạng xã hội ngày càng ảnh hưởng tới xu hướng tiêu dùng. Người dân Đức sử dụng mạng xã hội như một công cụ hữu ích để tìm hiểu về sản phẩm, những bình luận trên các nền tảng mạng xã hội có thể tác động đáng kể đến quyết định mua sắm của một bộ phận tiêu dùng của Đức. Theo số liệu của Eurostat, năm 2020 có đến 95% dân số Đức sử dụng Internet và 87% trong số đó thực hiện mua sắm hàng hóa và dịch vụ bằng hình thức trực tuyến.

Một yếu tố nữa cũng ảnh hưởng đến xu hướng tiêu dùng nói chung của Đức đó là hiện tại số lượng người nhập cư tại Đức chiếm 14,3% dân số, trong đó có một bộ phận người gốc châu Á. Theo số liệu của Statista.com, năm 2020 có khoảng 2,46 triệu người gốc Á đang sinh sống tại quốc gia này (chiếm 22% tổng số người nước ngoài tại Đức), trong đó cộng đồng người Việt định cư ở Đức khoảng 103.620 người. Lượng dân số này cũng ảnh hưởng nhất định đến thói quen tiêu dùng của Đức, đặc biệt liên quan đến thực phẩm bởi với nhóm dân cư này thì hàng nhập khẩu được coi là hấp dẫn hơn hàng trong nước.

Đặc điểm hệ thống phân phối của Đức?

Về kênh phân phối hàng hóa

Tại Đức, hàng hóa được phân phối bán lẻ thông qua nhiều kênh khác nhau, từ các tạp hóa, cửa hàng bách hóa, cửa hàng giảm giá, đến các chợ, siêu thị, đại siêu thị, trung tâm mua sắm... Trong đó, các kênh bán lẻ lớn nhất là: cửa hàng giảm giá, siêu thị và cửa hàng bách hóa. Theo Liên đoàn Doanh nghiệp bán lẻ của Đức (German Retail Business Federation), năm 2019, các cửa hàng giảm giá của Đức ghi nhận mức doanh thu ròng cao nhất với 74,5 tỷ euro, tiếp theo là các siêu thị với 51,2 tỷ euro, cửa hàng bách hóa với 18,5 tỷ euro, và đại siêu thị với 17 tỷ euro.

Bảng

7

Hệ thống phân phối của Đức

Loại hình	Đặc điểm	Các thương hiệu phổ biến
Cửa hàng bách hóa (Department stores)	Không chuyên về một loại hình sản phẩm nhất định Nằm ở các trung tâm thành phố	Kaufhof, Karstadt, Kadewe
Trung tâm mua sắm (Shopping malls)	Nằm ở các trung tâm thành phố Tập hợp các cửa hàng lại với nhau trên diện tích từ 10.000m ² đến 50.000m ² .	Trung tâm Arcaden, Passagen, Carré
Cửa hàng dệt may/quần áo (Textile department stores)	Cửa hàng lớn chuyên bán các hàng quần áo, dệt may	Peek&Cloppenburg, H&M, C&A
Cửa hàng bách hóa chuyên dụng (Specialized department stores)	Chuyên bán một loại hình sản phẩm nhất định, ví dụ: cửa hàng bách hóa chuyên bán đồ điện, cửa hàng bách hóa chuyên bán đồ kim khí (DIY)...	Saturn, Media-Markt, Conrad Electronic, Bauhaus, Obi, Hellweg



TẬN DỤNG CƠ HỘI TỪ EVFTA ĐỂ XUẤT KHẨU HÀNG HÓA VIỆT NAM SANG ĐỨC
Đặc điểm hệ thống phân phối của Đức?

Loại hình	Đặc điểm	Các thương hiệu phổ biến
Siêu thị (Supermarkets)	Nằm ở trung tâm thành phố Chuyên bán thực phẩm	Kaiser, Edeka, Rewe
Siêu thị đồ uống (Beverage market)	Nằm ở trung tâm thành phố Chuyên bán các sản phẩm đồ uống	Fristo, Hol'ab
Siêu thị hữu cơ (Organic supermarkets)	Nằm ở trung tâm thành phố Chuyên bán các sản phẩm hữu cơ	LPG-Biomarkt, Bio-Company, Naturkostladen
Chợ (Markets)	Chợ rau quả, nằm ở trung tâm thành phố Chợ ngoài trời hoặc có mái che	Markthalle, frische Märkte
Cửa hàng địa phương nhỏ, cửa hàng tạp hóa (Small local shops, grocery stores)	Nằm ở trung tâm thành phố Thường bán đặc sản các vùng (Thổ Nhĩ Kỳ, Hy Lạp, Ý)	Verdi
Cửa hàng giảm giá (Discounter)	Nằm ở trung tâm thành phố và ngoại ô	Lidl, Aldi, Netto
Cash & Carry	Các đại siêu thị và chợ sản phẩm tươi sống	Métro, Frische Paradies, Beussel Markt

Nguồn: Santandertrade, 2021

Hệ thống các cửa hàng phân phối tại Đức thường tồn tại ở cả hai hình thức: cửa hàng truyền thống và cửa hàng trực tuyến, trong đó hình thức trực tuyến đang ngày càng phát triển.

Đặc biệt kể từ khi xuất hiện dịch bệnh COVID-19 thì xu hướng tiêu dùng trực tuyến cũng tăng lên, thể hiện qua số lượng các đơn hàng mua sắm trực tuyến và đặt hàng qua email ngày một gia tăng. Cũng chính bởi lý do này, ngày càng có nhiều nhà bán lẻ chuyển sang chiến lược bán hàng đa kênh, vừa duy trì các kênh bán lẻ trực tiếp, vừa phát triển các kênh thương mại điện tử. Hiện có gần 40% doanh nghiệp bán lẻ ở Đức có cửa hàng trực tuyến trên các nền tảng thương mại điện tử (Centurionlgplus.com). Năm 2020, doanh số thương mại điện tử ở Đức lên đến 73 tỷ euro, tăng gần 23% so với năm 2019.



Các sàn thương mại điện tử lớn nhất của Đức hiện nay là: Amazon, eBay, eBay Kleinanzeigen, Otto, Zalando, Notebooksbilliger, Cyberport, Bonprix, Idealo, MediaMarkt, Lidl, Thomann and Saturn... Các nhà cung cấp hàng hóa nước ngoài có thể tiếp cận các kênh này để bán hàng trực tiếp cho người tiêu dùng Đức (hình thức bán hàng qua biên giới). Số liệu cho thấy hình thức mua sắm trực tuyến qua biên giới ngày càng phổ biến tại Đức trong những năm trở lại đây. Theo một nghiên cứu của PwC năm 2019, có khoảng 70% người mua sắm trực tuyến ở Đức đã đặt hàng từ nước ngoài.

Về kênh nhập khẩu hàng hóa

Hàng hóa nhập khẩu có thể tiếp cận thị trường Đức qua nhiều kênh khác nhau phụ thuộc vào từng loại sản phẩm, các cân nhắc về tài chính cũng như các yếu tố khác như quy mô thị trường, nhu cầu và tiềm năng bán hàng trong dài hạn...

Sau đây là một số kênh nhập khẩu hàng hóa nước ngoài vào Đức phổ biến:

- *Qua hiện diện thương mại tại Đức*

Các công ty nước ngoài thành lập hiện diện thương mại (thành lập doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài, hợp đồng hợp tác kinh doanh, thành lập chi nhánh, văn phòng đại diện...) tại Đức để thực hiện việc nhập khẩu, phân phối cho các đại lý, cửa hàng hoặc bán trực tiếp cho người tiêu dùng. Đây là một hình thức hiệu quả để tiếp cận thị trường, tuy nhiên hình thức này phù hợp với các công ty dự đoán được khối lượng bán hàng lớn, xuất khẩu với số lượng nhiều và muốn phát triển lâu dài ở thị trường Đức. Lý do là việc thành lập hiện diện thương mại đòi hỏi vốn đầu tư nhiều hơn so với các hình thức khác, thủ tục thành lập cũng mất nhiều thời gian và chi phí hơn.

- *Qua đối tác nhập khẩu tại Đức*

Đối tác nhập khẩu có thể là các đơn vị mua hàng để sử dụng trực tiếp cho mình (thiết bị công nghiệp lớn, có giá trị; nguyên nhiên liệu phục vụ cho sản xuất...) hoặc các nhà nhập khẩu chuyên nghiệp.

Các đơn vị chuyên nhập khẩu của Đức chủ yếu là các nhà bán buôn, nhà phân phối, hoặc các đại lý trung gian nhập khẩu hàng hóa để phân phối lại (ví dụ cho các cửa hàng, siêu thị, các đơn vị khác có nhu cầu). Hàng hóa nhập khẩu thông qua các đơn vị nhập khẩu chuyên nghiệp này thường là các máy móc thiết bị nhỏ, vật tư công nghiệp phổ biến và hàng tiêu dùng. Đây là hình thức nhập khẩu chủ yếu vào thị trường Đức.

- *Qua kênh mua sắm trực tuyến nước ngoài*

Nhà cung cấp hàng hóa nước ngoài cũng có thể bán hàng trực tiếp cho người mua tại Đức thông qua các kênh thương mại điện tử như: Amazon, eBay... Hình thức này ngày càng trở nên phổ biến tại Đức để mua sắm hàng hóa quốc tế, tuy nhiên thường chỉ thích hợp với các sản phẩm tiêu dùng.



TẬN DỤNG CƠ HỘI TỪ EVFTA ĐỂ XUẤT KHẨU HÀNG HÓA VIỆT NAM SANG ĐỨC

Đặc điểm hệ thống phân phối của Đức?

Tóm lại, các kênh nhập khẩu và phân phối của Đức khá đa dạng, và có nhiều lựa chọn. Vì vậy các doanh nghiệp Việt Nam khi xuất khẩu hàng hóa sang thị trường Đức có thể cân nhắc các yếu tố liên quan để lựa chọn kênh nhập khẩu và phân phối cho phù hợp.

Quy trình và thủ tục nhập khẩu hàng hóa vào Đức?

Là thành viên của Liên minh châu Âu (EU), Đức cơ bản áp dụng chung các quy trình và thủ tục nhập khẩu hàng hóa của EU.

Quy trình nhập khẩu hàng hóa vào EU nói chung được thông tin chi tiết tại *Cổng Access2Markets của Ủy ban châu Âu* (<https://trade.ec.europa.eu/access-to-markets/en>), với địa chỉ cụ thể theo đường dẫn: <https://trade.ec.europa.eu/access-to-markets/en/content/guide-import-goods>.

Ngoài ra, trang web của Hải quan Đức (<https://www.zoll.de/EN>) cũng quy định về quy trình nhập khẩu này tại đường dẫn: https://www.zoll.de/EN/Businesses/Movement-of-goods/Import/import_node.html.

(Chú ý các đường dẫn/link được nêu trong mục này chỉ mang tính chất tham khảo, có thể bị thay đổi. Trong mọi trường hợp doanh nghiệp có thể trực tiếp truy cập vào Cổng Access2Markets và trang web của Hải quan Đức để tìm kiếm các thông tin).

Dưới đây là tóm tắt các bước nhập khẩu hàng hóa từ các quốc gia ngoài lãnh thổ EU vào Đức:

Bước 1 Chuẩn bị nhập khẩu

Đăng ký số EORI - Số đăng ký và định danh chủ thể kinh doanh

Để thực hiện việc xuất nhập khẩu hàng hóa ra vào lãnh thổ EU, cá nhân/doanh nghiệp phía EU bắt buộc phải sử dụng số EORI làm mã số định danh (identification number) trong mọi thủ tục hải quan khi trao đổi thông tin với cơ quan Hải quan. Mỗi chủ thể chỉ được cấp 01 số EORI, có hiệu lực trên toàn lãnh thổ EU. Như vậy, để có thể nhập khẩu hàng hóa từ Việt Nam vào Đức, nhà nhập khẩu phải đăng ký số EORI và phải trích dẫn số EORI trên tờ khai hải quan của mình.

Số EORI được cấp miễn phí bởi Văn phòng Quản lý Dữ liệu Tổng thể của Tổng cục Hải quan Đức tại Dresden (GZD - DO Dresden - Stammdatenmanagement). Tuy nhiên từ ngày 1/10/2019, nhà nhập khẩu có thể đăng ký hoặc thay đổi dữ liệu đã được lưu trữ thông qua Cổng thông tin dành cho người dân và khách hàng doanh nghiệp tại địa chỉ trang web: www.zoll-portal.de.

Thông tin chi tiết về thủ tục yêu cầu cấp số EORI xem tại đường dẫn: https://www.zoll.de/EN/Businesses/Movement-of-goods/Import/Duties-and-taxes/EORI-number/eori-number_node.html



Xác định diện nhập khẩu của hàng hóa

Không phải hàng hóa nào cũng được phép nhập khẩu vào Đức, đồng thời cũng không phải tất cả các loại hàng hóa khi nhập khẩu vào Đức đều có chung một cơ chế nhập khẩu. Trên thực tế, vì nhiều lý do, Đức đặt ra yêu cầu cấm/hạn chế nhập khẩu đối với một số quốc gia, cá nhân/tổ chức và hàng hóa.

Do vậy, trước khi nhập khẩu hàng hóa vào thị trường Đức, nhà nhập khẩu cần xác định diện nhập khẩu của hàng hóa của mình để xác định thủ tục tương ứng. Một số hàng hóa bị cấm/hạn chế nhập khẩu, hoặc thuộc diện kiểm soát đặc thù nên các nhà xuất khẩu Việt Nam và nhà nhập khẩu Đức cần đặc biệt chú ý.

Hàng hóa nào nhập khẩu vào Đức bị hạn chế nhập khẩu hoặc thuộc diện kiểm soát đặc thù?

Hàng hóa bị cấm nhập khẩu

Tương tự như các quốc gia khác, EU/Đức cũng cấm nhập khẩu một số hàng hóa có khả năng ảnh hưởng đến an ninh quốc gia, tính mạng sức khỏe con người, môi trường, văn hóa... Danh mục hàng hóa cấm nhập khẩu vào Đức có thể tham khảo tại: <https://cross-border.fedex.com/us/assets/prohibited-restricted/germany/index.shtml>. Các hàng hóa thuộc danh mục này sẽ không được phép nhập khẩu vào thị trường Đức.

Hàng hóa bị cấm/hạn chế nhập khẩu từ một số quốc gia hoặc tổ chức/cá nhân cụ thể

Vì một số lý do như an ninh hay đối ngoại, Đức có thể thực hiện những biện pháp cấm hoặc hạn chế nhập khẩu hàng hóa từ một số quốc gia nhất định (thường được gọi là cấm vận), hay từ một số tổ chức/cá nhân cụ thể (thường được gọi là biện pháp trừng phạt).

Danh mục các quốc gia bị cấm vận được liệt kê chi tiết tại: https://www.zoll.de/Shared-Docs/Boxen/EN/Hintergrund/0016_list_of_embargoed_countries.html?nn=204780&faqCalledDoc=204780. Việt Nam không nằm trong danh sách này.

Danh sách các tổ chức/cá nhân bị áp dụng các biện pháp trừng phạt được quy định chi tiết tại: https://www.zoll.de/SharedDocs/Boxen/EN/Hintergrund/0017_list_of_individuals_and_organisations.html?nn=205762&faqCalledDoc=205762. Hiện tại, không có tổ chức/cá nhân nào của Việt Nam nằm trong danh sách này.



Hàng hóa thuộc diện bị kiểm soát đặc thù (kiểm tra chuyên ngành, giấy phép nhập khẩu...)

Hàng hóa nhập khẩu vào Đức tùy từng loại khác nhau có thể bị kiểm soát dưới các hình thức khác nhau, chẳng hạn:

- *Các sản phẩm rau quả:* cần kiểm tra việc tuân thủ mức dư lượng thuốc bảo vệ thực vật, vi sinh vật và tạp chất, cần có giấy chứng nhận kiểm dịch, kiểm tra việc tuân thủ các yêu cầu về ghi nhãn mác...
- *Các sản phẩm thủy sản:* cần kiểm tra việc tuân thủ mức dư lượng thuốc kháng sinh, dư lượng thuốc diệt khuẩn, dư lượng tạp chất đối với thủy sản, kiểm tra đáp ứng yêu cầu về ghi nhãn, cần có giấy chứng nhận kiểm dịch, kiểm tra việc thủy sản phải được đánh bắt hợp pháp...
- *Các sản phẩm dệt may:* cần kiểm tra an toàn sản phẩm đảm bảo đáp ứng Chi thị an toàn sản phẩm chung (GPSD), kiểm tra việc đáp ứng quy định về các hóa chất bị hạn chế sử dụng trong sản xuất hàng dệt may, kiểm tra việc tuân thủ các yêu cầu về ghi nhãn... và với một số nhóm hàng cụ thể (quần áo trẻ em, quần áo bảo hộ...) kiểm tra việc tuân thủ các quy định bổ sung với các nhóm hàng này.

Doanh nghiệp xuất khẩu Việt Nam cần tìm hiểu kỹ các quy định và yêu cầu nhập khẩu cụ thể đối với hàng hóa của mình để đáp ứng và có các giấy chứng nhận liên quan khi xuất khẩu sang Đức, qua đó nhà nhập khẩu có thể hoàn tất các thủ tục nhập khẩu liên quan.

Bước 2 Phân loại hàng hóa

Xác định phân loại (HS) cho hàng hóa là một bước rất quan trọng để xác định thuế quan nhập khẩu đối với hàng hóa đó. Cần lưu ý, theo Tổ chức Hải quan thế giới (WCO), các nước sẽ áp đặt thống nhất đến 6 số đầu của một mã HS. Tuy nhiên việc áp đặt các số sau đó trong dãy số mã HS thuộc quyền quyết định riêng của mỗi nước, vì thế các số này có thể khác biệt giữa các nước. Trên thực tế, để phục vụ cho nhu cầu quản lý của riêng mình, các nước có xu hướng quy định thêm các số vào mã HS ngoài 6 số đầu chung theo quy định của WCO. Đa số các nước thường quy định thêm 2 hoặc 4 số chung (tạo thành mã HS 8 số, 10 số).

Việt Nam hiện đang áp dụng hệ thống HS chi tiết đến 8 số theo Hệ thống hài hòa thuế quan của ASEAN (AHTN). Trong khi đó, Đức áp dụng hệ thống HS tích hợp (8 số) của EU (CN) cho mục đích áp dụng thuế quan nhập khẩu, và chi tiết thêm đến 11 số cho mục đích áp thuế VAT và một số biện pháp khác.



Vì vậy, doanh nghiệp cần chú ý khi xuất khẩu hàng hóa của Việt Nam sang Đức cần xác định mã HS của hàng hóa theo hệ thống HS của Đức (11 số) chứ không phải là theo HS của Việt Nam (08 số). Việc xác định phân loại hàng hóa theo HS của Đức căn cứ vào mô tả của hàng hóa để xác định cho chính xác. Nếu doanh nghiệp không chắc chắn về việc phân loại của mình thì có thể liên hệ với Hải quan Đức để được hỗ trợ xác định trước HS của hàng hóa.

Cấu trúc Hệ thống HS của Đức

Đức quy định Hệ thống HS chi tiết đến 11 số trong đó:

- **Số 6 số đầu tiên:** Tuân theo Hệ thống hài hòa mô tả và mã hóa hàng hóa (Harmonised System – HS) của WCO. Hệ thống HS của WCO được sử dụng thống nhất bởi 183 quốc gia và vùng lãnh thổ là thành viên của Tổ chức này, trong đó có Việt Nam và EU.
- **Số thứ 7 và 8:** Tuân theo Hệ thống HS của EU, gọi là Danh pháp kết hợp (Combined Nomenclature – CN), được công bố trên Tạp chí chính thức của EU vào tháng 10 hàng năm. Đây là hệ thống HS 8 số, được áp dụng thống nhất trong toàn EU để các thành viên làm cơ sở xây dựng Biểu HS quốc gia của mình (chi tiết hơn đến 10-11 số). EU cũng sử dụng Hệ thống CN này trong các đàm phán thương mại quốc tế về thuế quan.
- **Số thứ 9 và 10:** Hai số này được quy định theo Biểu thuế tích hợp của EU (Integrated Tariff of the European Communities – TARIC) với mục đích mã hóa hàng hóa phục vụ các biện pháp quản lý nhập khẩu của EU như các biện pháp chống bán phá giá, đình chỉ thuế, hạn ngạch thuế quan...
- **Số thứ 11:** Đây là số dùng để phân loại hàng hóa chi tiết hơn cho mục đích quốc gia, chẳng hạn như mã để xác định thuế VAT hoặc lệnh cấm và hạn chế nhập khẩu của Đức.

Ví dụ cấu trúc hệ thống HS của Đức đối với sản phẩm Sách cho trẻ em có mã HS 4901 9900 00 9:

Mã số	Cấu trúc chính thức
49	Chương – Hệ thống hài hòa
4901	Nhóm – Hệ thống hài hòa
4901 99	Phân nhóm – Hệ thống hài hòa
4901 9900	Phân nhóm – Danh pháp kết hợp (CN)
4901 9900 00	Phân nhóm – TARIC
4901 9900 00 9	Mã số hàng hóa - Biểu thuế hải quan điện tử/sử dụng cho mục đích quốc gia



Doanh nghiệp có thể tìm hiểu chi tiết về Hệ thống HS của Đức tại trang web của Hải quan Đức (<https://www.zoll.de/EN>) theo đường dẫn: https://www.zoll.de/EN/Businesses/Movement-of-goods/Import/Duties-and-taxes/Normal-customs-clearance/Customs-Tariff/customs-tariff_node.html

Lưu ý, mặc dù Hệ thống HS của Đức chi tiết đến 11 số, việc xác định thuế quan cho hàng hóa nhập khẩu vào Đức chỉ cần căn cứ vào 8 số đầu. Lý do là EU áp dụng hệ thống thuế quan thống nhất trên toàn EU và hệ thống này chỉ chi tiết đến 8 số (theo Hệ thống HS CN). Cam kết thuế quan trong EVFTA của EU cũng theo HS 8 số. Việc chi tiết HS đến 10 số theo TARIC hay 11 số của Đức không nhằm phân loại thuế quan mà cho các mục đích khác. Vì vậy, khi khai báo Hải quan thì doanh nghiệp nhập khẩu Đức vẫn khai báo đến 11 số, nhưng xác định thuế quan theo 8 số đầu.

Ngoài ra, đối với giấy chứng nhận xuất xứ hàng hóa (trong trường hợp hàng hóa muốn được hưởng ưu đãi thuế quan EVFTA) thì chỉ cần ghi 06 số đầu của mã HS hàng hóa vì Quy tắc xuất xứ trong EVFTA chỉ chi tiết đến 06 số. Hiện tại, do Việt Nam chưa áp dụng cơ chế tự chứng nhận trong EVFTA, Giấy chứng nhận xuất xứ EVFTA cho hàng hóa nhập khẩu từ Việt Nam sẽ do nhà xuất khẩu Việt Nam xin tại cơ quan có thẩm quyền của Việt Nam và gửi cho nhà nhập khẩu Đức để được hưởng ưu đãi thuế quan EVFTA cho lô hàng liên quan.



BƯỚC 3 Xác định các loại thuế phí

Thuế quan nhập khẩu

Sau khi xác định được mã HS của hàng hóa theo Danh pháp kết hợp – CN của EU (cấp 8 số), nhà nhập khẩu có thể biết được mức thuế nhập khẩu áp dụng đối với hàng hóa đó. Đối với hàng hóa Việt Nam nhập khẩu vào Đức, hiện có 03 lựa chọn về thuế quan, mỗi lựa chọn tương ứng với một mức thuế và các điều kiện cụ thể. Nhà nhập khẩu sẽ căn cứ vào điều kiện cụ thể của hàng hóa để lựa chọn thuế quan phù hợp và có lợi nhất cho mình. Cụ thể:

- **Thuế MFN:** Đây là mức thuế mà Đức áp dụng đối với hàng hóa đến từ các nước thành viên WTO. Mức thuế này do EU quyết định nhưng phải đảm bảo tuân thủ mức cam kết trong WTO và không có điều kiện nào kèm theo. Việt Nam là thành viên WTO, do đó hàng hóa của Việt Nam sẽ được hưởng ưu đãi theo cơ chế này mà không cần đáp ứng điều kiện gì.
- **Thuế GSP:** Đây là mức thuế ưu đãi mà EU (trong đó có Đức) đơn phương dành cho một số nước đang và kém phát triển (trong đó có Việt Nam). Không phải hàng hóa nào của Việt Nam cũng được hưởng thuế ưu đãi GSP của EU. Đồng thời, hàng hóa muốn hưởng thuế GSP phải đáp ứng được quy tắc xuất xứ GSP mà EU quy định. Tuy nhiên cần lưu ý là Cơ chế thuế GSP sẽ chỉ được tiếp tục áp dụng trong vòng 2 năm kể từ khi EVFTA có hiệu lực, tức là từ 1/8/2022 trở đi hàng hóa Việt Nam sẽ không được áp dụng thuế GSP của EU nữa.
- **Thuế ưu đãi EVFTA:** Đây là mức thuế ưu đãi mà các nước thành viên EU dành cho hàng hóa nhập khẩu có xuất xứ từ Việt Nam (kể từ khi EVFTA có hiệu lực 01/08/2020). Mức thuế ưu đãi do EU xác định, nhưng trong mọi trường hợp không được cao hơn mức đã cam kết trong EVFTA. Để được hưởng mức thuế ưu đãi theo Hiệp định EVFTA, hàng hóa phải đảm bảo đáp ứng được quy tắc và có chứng nhận xuất xứ theo thủ tục xuất xứ của Hiệp định.

Doanh nghiệp có thể tra cứu các mức thuế quan áp dụng đối hàng hóa của mình tại trang web của Cổng thông tin Access2Markets của Ủy ban châu Âu theo đường dẫn: <https://trade.ec.europa.eu/access-to-markets/en/home>

Các loại thuế khác

Ngoài thuế nhập khẩu, hàng hóa nhập khẩu vào Đức có thể bị áp các loại thuế khác như:

- **Thuế tiêu thụ đặc biệt (Excise tax):** Một số loại hàng hóa phải chịu thuế tiêu thụ đặc biệt khi vào thị trường Đức, ví dụ như thuốc lá, đồ uống có cồn (rượu mạnh, bia, rượu vang sủi bọt), dầu khoáng, sản phẩm năng lượng... Đây là loại thuế áp dụng riêng cho hàng hóa nhập khẩu vào Đức, không phải thuế chung của EU.



- **Thuế giá trị gia tăng (VAT):** Hàng hóa nhập khẩu vào Đức phải chịu thuế VAT - thường là 19%, một số hàng hóa được giảm thuế VAT, ví dụ như các sản phẩm nông nghiệp, thực phẩm, dược phẩm... có VAT là 7%. Đây là loại thuế áp dụng riêng cho hàng hóa nhập khẩu vào Đức, không phải thuế chung của EU.
- **Thuế chống bán phá giá, thuế chống trợ cấp và thuế tự vệ:** Một số hàng hóa nhập khẩu bị EU điều tra và áp thuế chống bán phá giá, chống trợ cấp hoặc tự vệ. Đây là loại thuế chung của EU, hàng hóa là đối tượng của biện pháp thuế dù nhập khẩu vào Đức hay bất kỳ thị trường EU nào cũng sẽ bị áp dụng thuế này.

Bước 4 Vận chuyển, làm thủ tục Hải quan và thông quan cho lô hàng

Tất cả hàng hóa thương mại vận chuyển từ các nước ngoài EU, trong đó có Việt Nam, sang Đức sẽ phải thực hiện khai báo cho Cơ quan Hải quan Đức – Cơ quan có thẩm quyền về thủ tục giải phóng hàng hóa đối với hàng hóa nước ngoài nhập khẩu vào EU mà cửa khẩu đầu tiên là thuộc lãnh thổ Đức.

Thủ tục Hải quan nhập khẩu vào Đức bao gồm các bước sau:

- **Khai báo Tờ khai tóm tắt nhập cảnh (Entry Summary Declaration - ENS):** Tờ khai ENS phải nộp cho Văn phòng hải quan tại cửa khẩu nhập khẩu đầu tiên. Thời hạn nộp ENS tùy thuộc vào phương thức vận chuyển hàng hóa, ví dụ ít nhất 01 giờ trước khi hàng đến nếu vận chuyển bằng đường bộ, ít nhất 24 giờ trước khi bắt đầu xếp hàng tại cảng nước ngoài nếu vận chuyển bằng đường biển container, ít nhất 4 giờ trước khi hàng đến sân bay đầu tiên nếu vận chuyển bằng đường hàng không với chuyến bay đường dài từ 4 tiếng trở lên...;
- **Khai báo Tờ khai nhập khẩu:** Sau khi hàng đến, nhà nhập khẩu phải tiến hành khai báo Tờ khai nhập khẩu, còn gọi là Tài liệu hành chính duy nhất (Single Administrative Document - SAD) – được sử dụng thống nhất ở tất cả các quốc gia thành viên của EU. SAD có thể được nộp bằng cách: (i) nộp tại trụ sở Văn phòng hải quan được chỉ định; hoặc (ii) sử dụng hệ thống máy tính được chỉ định liên kết với cơ quan hải quan. Khi thực hiện các thủ tục hải quan, nhà nhập khẩu phải sử dụng số EORI của mình;
- **Kiểm tra chứng từ nhập khẩu:** Hải quan Đức sẽ tiến hành kiểm tra các chứng từ nhập khẩu bắt buộc xem có đầy đủ và hợp lệ hay không (xem chi tiết ở bên dưới);
- Kiểm tra thực tế phương tiện vận tải và hàng hóa, nếu cần;
- Thu thuế nhập khẩu, các loại thuế, phí khác.



Các chứng từ nhập khẩu bắt buộc

Đối với hàng hóa thuộc diện nhập khẩu thông thường, các chứng từ mà nhà nhập khẩu phải xuất trình cho cơ quan hải quan Đức bao gồm:

- Hóa đơn thương mại (Commercial invoice);
- Phiếu đóng gói (Packing List);
- Vận đơn (Vận đơn đường biển – B/L, vận đơn đường hàng không – AWB...);
- Giấy chứng nhận xuất xứ hàng hóa (C/O): Nếu hàng hóa muốn được hưởng ưu đãi thuế quan GSP hay EVFTA thì phải nộp C/O tương ứng (với GSP là tự chứng nhận xuất xứ theo Cơ chế REX của EU, với EVFTA là C/O mẫu EVFTA (mẫu EUR.1) do cơ quan có thẩm quyền của Việt Nam cấp).

Đối với các loại hàng hóa thuộc diện kiểm soát đặc thù, ngoài các chứng từ kể trên, doanh nghiệp sẽ phải nộp thêm cho Hải quan Đức một số chứng từ bắt buộc tùy từng loại hàng hóa, chẳng hạn:

- Chứng nhận CE-marking đối với một số loại hàng hóa như đồ chơi cho trẻ em dưới 14 tuổi; tủ lạnh, tủ đông trong gia đình; thiết bị đốt nhiên liệu khí; máy móc; thiết bị y tế; dụng cụ đo lường; thiết bị điện...;
- Chứng nhận CITES đối với việc nhập khẩu mẫu động vật (còn sống hoặc không), mẫu thực vật và các bộ phận khác của chúng, hoặc mẫu các sản phẩm có nguồn gốc từ động vật hoặc thực vật;
- Giấy chứng nhận hun trùng do cơ quan kiểm dịch thực vật nước xuất khẩu cấp, áp dụng đối với một số hàng hóa có nhiều nguy cơ chứa các vi trùng có hại (mối, mọt, nấm mốc...) như các mặt hàng có nguồn gốc từ gỗ (hàng mây tre đan, thủ công mỹ nghệ...), một số mặt hàng có nguồn gốc hữu cơ (cà phê, tiêu, điều...) hoặc bao bì đóng gói hàng hóa có nguồn gốc từ gỗ (pallet)...;
- Chứng nhận kiểm dịch động thực vật với một số sản phẩm như rau quả, thủy sản...

Sau khi hàng nhập khẩu được nộp đầy đủ các chứng từ, thuế phí theo yêu cầu và kiểm tra hàng hóa không có vấn đề gì (nếu hàng hóa được yêu cầu kiểm tra thực tế), Hải quan Đức sẽ tiến hành thông quan cho lô hàng và giải phóng hàng hóa. Trong quá trình làm thủ tục Hải quan, hàng hóa nhập khẩu sẽ được đưa vào Kho tạm thời (Temporary storage) dưới sự giám sát của Hải quan (không quá 90 ngày) cho đến khi hàng hóa được thông quan.

Sau khi được thông quan và giải phóng, hàng hóa nhập khẩu sẽ được lưu hành tự do tại Đức và toàn bộ lãnh thổ các thành viên EU.

Tình hình xuất khẩu hàng hóa của Việt Nam sang Đức?

Kim ngạch xuất khẩu

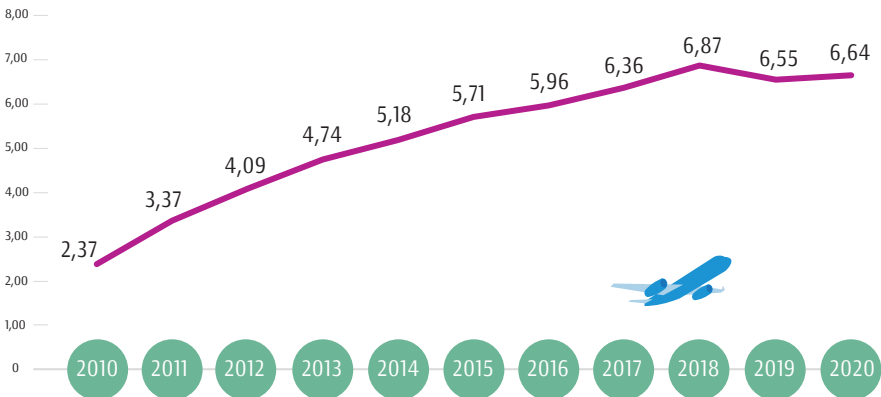
Trong nhiều năm qua, Đức duy trì là một trong những đối tác xuất khẩu quan trọng nhất của Việt Nam tại thị trường EU nói riêng và thế giới nói chung. Năm 2020, Đức vẫn giữ vị thế là thị trường xuất khẩu lớn thứ 2 tại EU và thứ 7 trên thế giới của Việt Nam, với kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam sang nước này đạt 6,64 tỷ USD. Theo số liệu của Tổng cục Hải quan, xuất khẩu của Việt Nam sang Đức có sự tăng trưởng mạnh mẽ trong giai đoạn 2010 – 2020 với kim ngạch xuất khẩu tăng lên gần gấp 3 lần, từ 2,37 tỷ USD vào năm 2010 lên 6,64 tỷ USD vào năm 2020 (Hình 2). Tốc độ tăng trưởng xuất khẩu trung bình của Việt Nam sang Đức giai đoạn 2010-2020 là 12,8%. Tuy nhiên, so với tốc độ tăng trưởng xuất khẩu trung bình của Việt Nam ra thế giới trong giai đoạn này là 21,8% thì tốc độ tăng trưởng xuất khẩu sang Đức của Việt Nam vẫn còn khá thấp.

Trong khu vực EU, Đức là thị trường xuất khẩu lớn nhất của Việt Nam, chiếm gần 20% kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam sang khối này. Điều này một phần là do sức mua của thị trường Đức lớn, phần khác có thể do Đức là cửa ngõ cho hàng hóa của Việt Nam sang các thị trường khác tại châu Âu.

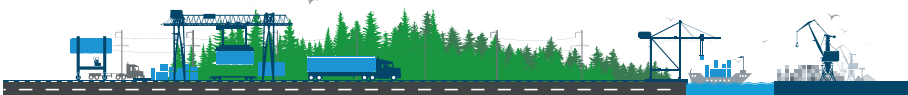
Hình 2 Xuất khẩu của Việt Nam sang Đức giai đoạn 2010-2020

2

Đơn vị: Tỷ USD



Nguồn: Tổng cục Hải quan





Mặc dù về thứ hạng, Đức chiếm vị trí thứ 7 trong топ các thị trường xuất khẩu lớn nhất của Việt Nam, nhưng xét về thị phần, xuất khẩu sang Đức chỉ chiếm 2,4% tổng kim ngạch xuất khẩu đi thế giới của Việt Nam năm 2020. Các đối tác xuất khẩu chính và chiếm thị phần lớn của Việt Nam vẫn là Mỹ, Trung Quốc, Nhật Bản, Hàn Quốc.

Ngược lại, đối với Đức, Việt Nam chỉ đứng thứ 23 trong danh sách các nước nhập khẩu của Đức năm 2020, và kim ngạch nhập khẩu hàng hóa từ Việt Nam cũng chỉ chiếm 1% tổng giá trị nhập khẩu hàng hóa của nước này. Lý do chủ yếu là Đức hiện nhập khẩu phần lớn từ các nước thành viên EU, Trung Quốc, Mỹ, Nhật Bản. Vì vậy, mặc dù có tỷ trọng thấp trong tổng hàng hóa nhập khẩu của Đức nhưng Việt Nam vẫn giữ vị trí thứ 4 trong khu vực châu Á (sau Trung Quốc, Nhật Bản, Hàn Quốc) mà Đức nhập khẩu hàng hóa nhiều nhất năm 2020.

Các mặt hàng xuất khẩu chính và thị phần

Các mặt hàng xuất khẩu chủ lực của Việt Nam sang thị trường Đức (năm 2020) là máy móc thiết bị điện/cơ khí, giày dép, quần áo, đồ da, cà phê, hoa quả, đồ nội thất (chi tiết xem tại Bảng 8).

Trong số các sản phẩm nói trên, Việt Nam nằm trong топ 5 nước xuất khẩu lớn nhất vào Đức đối với 4/10 nhóm sản phẩm. Tuy nhiên, thị phần nhập khẩu các sản phẩm Việt Nam của Đức vẫn còn tương đối nhỏ trong tổng nhập khẩu sản phẩm liên quan của Đức (chỉ có giày dép và cà phê chiếm thị phần tương đối trong nhập khẩu hàng hóa của Đức).

Đối thủ cạnh tranh chính của Việt Nam đối với các sản phẩm trên tại thị trường Đức là các nước EU, Thổ Nhĩ Kỳ, Mỹ, Trung Quốc, và một số nước đang phát triển khác như Ấn Độ, Indonesia, Bangladesh, Campuchia.



Bảng
8

Tốp 10 mặt hàng Đức nhập khẩu nhiều nhất từ Việt Nam năm 2020

STT	Mặt hàng NK chính của Đức từ Việt Nam	Giá trị (triệu USD)	Tỷ trọng trong tổng NK mặt hàng này của Đức từ thế giới	Top 5 nước Đức NK nhiều nhất mặt hàng này
1	Chương 85: Máy điện và thiết bị điện và các bộ phận của chúng; máy ghi và tái tạo âm thanh, máy ghi và tái tạo hình ảnh và âm thanh truyền hình, bộ phận và phụ kiện của các loại máy trên	3.505,33	2,35%	Trung Quốc, Mỹ, Séc, Ý, Ba Lan
2	Chương 64: Giày, dép, ghê-tê và các sản phẩm tương tự; các bộ phận của các sản phẩm trên	2.131,07	17,08%	Trung Quốc, Việt Nam, Ý, Indonesia, Hà Lan
3	Chương 84: Máy và thiết bị cơ khí; các bộ phận của chúng	1.207,02	0,81%	Trung Quốc, Mỹ, Séc, Ý, Ba Lan
4	Chương 62: Quần áo và các hàng may mặc phụ trợ, không dệt kim hoặc móc	922,50	5,08%	Trung Quốc, Bangladesh, Thổ Nhĩ Kỳ, Việt Nam, Ý
5	Chương 61: Quần áo và các hàng may mặc phụ trợ, dệt kim hoặc móc	572,05	3,02%	Trung Quốc, Bangladesh, Thổ Nhĩ Kỳ, Ý, Campuchia
6	Chương 09: Cà phê, chè, chè paragoay và các loại gia vị	429,51	9,68%	Brazil, Việt Nam, Honduras, Ý, Thụy Sĩ
7	Chương 42: Các sản phẩm bằng da thuộc; yên cương và bộ yên cương; các mặt hàng du lịch, túi xách và các loại đồ chứa tương tự; các sản phẩm làm từ ruột động vật (trừ ruột con tằm)	320,83	7,69%	Trung Quốc, Ý, Ấn Độ, Việt Nam, Pháp



TÂN DỤNG CƠ HỘI TỪ EVFTA ĐỂ XUẤT KHẨU HÀNG HÓA VIỆT NAM SANG ĐỨC
Tình hình xuất khẩu hàng hóa của Việt Nam sang Đức?

STT	Mặt hàng NK chính của Đức từ Việt Nam	Giá trị (triệu USD)	Tỷ trọng trong tổng NK mặt hàng này của Đức từ thế giới	Top 5 nước Đức NK nhiều nhất mặt hàng này
8	Chương 08: Quả và quả hạch (nuts) ăn được; vỏ quả thuộc họ cam quýt hoặc các loại dưa	304,28	2,42%	Tây Ban Nha, Ý, Mỹ, Thổ Nhĩ Kỳ, Hà Lan
9	Chương 94: Đồ nội thất; bộ đồ giường, đệm, khung đệm, nệm và các đồ dùng nội tương tự; đèn và bộ đèn, chưa được chi tiết hoặc ghi ở nơi khác; biển hiệu được chiếu sáng, biển để tên được chiếu sáng và các loại tương tự; nhà lắp ghép	274,94	1,31%	Trung Quốc, Ba Lan, Séc, Ý, Áo
10	Chương 90: Dụng cụ và thiết bị quang học, nhiếp ảnh, điện ảnh, đo lường, kiểm tra, chính xác, y tế hoặc phẫu thuật; các bộ phận và phụ kiện của chúng	247,15	0,58%	Mỹ, Trung Quốc, Thụy Sĩ, Nhật Bản, Pháp

Nguồn: ITC Trademap, 2021

Các đối thủ cạnh tranh chính của hàng hóa Việt Nam tại Đức?

Các đối tác nhập khẩu lớn nhất của Đức

Các nước thành viên EU: Do Đức là thành viên EU nên trao đổi hàng hóa giữa nước này với các nước trong khối EU luôn duy trì ở mức cao. Năm 2020, nhập khẩu hàng hóa từ các nước thành viên EU chiếm 52,1% tổng kim ngạch nhập khẩu của Đức. Trong топ 10 nước Đức nhập khẩu nhiều nhất thì có tới 8 nước thành viên EU (chi tiết xem Bảng 9) - điều này cũng dễ hiểu bởi 7/8 thành viên đó (trừ Ý) có đường biên giới chung với Đức. Hiện tại hàng hóa nhập khẩu của Đức từ 7 nước láng giềng này lên đến 34,7% tổng kim ngạch nhập khẩu của quốc gia này.

Trung Quốc, Mỹ: Ngoài các nước thành viên EU, đây là hai nguồn nhập khẩu duy nhất lọt vào trong топ 10 nguồn nhập khẩu lớn nhất của Đức năm 2020. Trong đó, nhập khẩu từ Trung Quốc là 133,15 tỷ USD (chiếm 11,36%) và từ Mỹ là 77,34 tỷ USD (chiếm 6,6%).

Các đối tác nhập khẩu lớn nhất của Đức hiện đang chiếm lĩnh thị trường nhập khẩu của nước này đối với đa số các loại hàng hóa. Đây là các đối thủ cạnh tranh chính của Việt Nam khi xuất khẩu sang thị trường Đức.

Bảng
9

Tốp 10 nước nhập khẩu nhiều nhất của Đức năm 2020

STT	Đối tác NK	Giá trị NK (tỷ USD)	Tỷ trọng trong tổng NK của Đức
1	Trung Quốc	133,15	11,36%
2	Hà Lan	89,83	7,67%
3	Mỹ	77,34	6,60%
4	Ba Lan	66,73	5,70%
5	Pháp	64,51	5,51%
6	Ý	61,67	5,26%
7	Thụy Sĩ	52,36	4,47%
8	Séc	49,80	4,25%
9	Áo	44,31	3,78%
10	Bỉ	39,33	3,36%

Nguồn: ITC Trademap, 2021



Các đối tác đang được hưởng ưu đãi thuế quan của Đức

Ngoài Việt Nam, hiện tại EU đang áp dụng cơ chế GSP và/hoặc có FTA với rất nhiều quốc gia và khu vực khác trên thế giới. Mặc dù điều kiện và mức ưu đãi thuế quan mà hàng hóa từ các nước này được hưởng so với hàng hóa Việt Nam có thể không giống nhau, nhưng với các ưu đãi này, khả năng cạnh tranh từ các nguồn này với Việt Nam là đáng kể.

Đối tác FTA

Tính đến thời điểm cuối năm 2021, EU có tổng cộng 42 FTA đã có hiệu lực, 2 FTA đã ký kết chờ thông qua, và 5 FTA đang đàm phán. Xét về đối tác, đã có 79 quốc gia và vùng lãnh thổ đang có FTA đã có hiệu lực với EU. Như vậy, hàng hóa từ 79 đối tác này khi xuất khẩu sang thị trường Đức sẽ được hưởng ưu đãi thuế quan theo FTA với EU.

Tuy nhiên, cần chú ý là các đối tác FTA này chủ yếu là các quốc gia ở khu vực châu Âu và châu Mỹ. Với khu vực châu Á, EU mới có 12 đối tác FTA, trong đó khu vực Đông Nam Á chỉ có 02 nước là Việt Nam và Singapore.

Bảng

Các FTA và đối tác FTA của EU

10

STT	FTA	Đối tác
1	42 FTA đã có hiệu lực	<ul style="list-style-type: none"> • 12 đối tác khu vực châu Á (Nhật Bản, Hàn Quốc, Singapore, Việt Nam...) trong đó khu vực ASEAN chỉ có Singapore và Việt Nam • 18 đối tác khu vực châu Âu ngoài EU (Iceland, Na Uy, Thụy Sĩ, Thổ Nhĩ Kỳ, Ukraina, Liechtenstein, Anh...) • 18 đối tác khu vực châu Phi (Algeria, Botswana, Eswatini, Mozambique, Nam Phi, Zimbabwe...) • 27 đối tác khu vực châu Mỹ (Mexico, Colombia, Ecuador and Peru, Chile, Canada...) • 4 đối tác khu vực châu Đại Dương (bao gồm: Đảo Solomon, Samoa, Papua New Guinea, Fiji)
2	02 FTA đã ký kết chờ thông qua	14 đối tác ở Tây Phi



TẬN DỤNG CƠ HỘI TỪ EVFTA ĐỂ XUẤT KHẨU HÀNG HÓA VIỆT NAM SANG ĐỨC
Các đối thủ cạnh tranh chính của hàng hóa Việt Nam tại Đức?

STT	FTA	Đối tác
3	05 FTA đang đàm phán FTA Australia – EU FTA Trung Quốc – EU FTA Indonesia – EU FTA New Zealand – EU FTA Philippines – EU	Australia, New Zealand, Trung Quốc, Indonesia, Philippines

Đối tác GSP

GSP là cơ chế ưu đãi thuế quan mà EU đơn phương dành cho các nước đang và kém phát triển. EU hiện đang áp dụng 03 cơ chế GSP khác nhau cho tổng cộng 67 nước, bao gồm:

- i Cơ chế EBA (Everything but arms) dành cho các nước kém phát triển nhất (LDCs), theo đó các nước này sẽ được miễn thuế, miễn hạn ngạch đối với tất cả các sản phẩm xuất khẩu sang EU (ngoại trừ vũ khí và đạn dược);
- ii Cơ chế GSP tiêu chuẩn (Standard GSP) dành cho các nước có thu nhập thấp hoặc trung bình thấp, theo đó các nước này sẽ được xóa bỏ một phần hoặc toàn bộ thuế quan đối với 2/3 số dòng thuế. Việt Nam hiện đang được hưởng cơ chế GSP này và sẽ chấm dứt từ 1/8/2022 do đã có EVFTA;
- iii Cơ chế GSP+ (thỏa thuận khuyến khích đặc biệt cho phát triển bền vững và quản trị tốt) dành cho các đối tượng hưởng GSP tiêu chuẩn chấp nhận thêm các yêu cầu bổ sung về tính bền vững, theo đó thuế quan sẽ được giảm về 0% cho các dòng sản phẩm thuộc diện được giảm thuế quan theo GSP tiêu chuẩn.

Khác với FTA, GSP là cơ chế ưu đãi đơn phương của EU, do đó EU có thể thay đổi đối tượng và điều kiện được hưởng GSP bất kỳ khi nào, tùy thuộc vào chính sách của mình trong từng giai đoạn. Hơn nữa, thuế quan ưu đãi trong trường hợp GSP tiêu chuẩn cũng thường thấp hơn so với thuế quan ưu đãi theo FTA. Mặc dù vậy, việc được cắt giảm thuế quan theo các cơ chế GSP của EU cũng tạo ra lợi thế nhất định cho các nước đối tác của EU được hưởng cơ chế này.

Hiện tại trong ASEAN, EU đang cho Campuchia, Lào, Myanmar được hưởng EBA, và Việt Nam (cho đến hết 31/7/2022), Indonesia được hưởng GSP tiêu chuẩn của khu vực này. Các nước còn lại trong ASEAN ngoại trừ Singapore (đã có FTA với EU) khi xuất khẩu sang thị trường sẽ không được hưởng thuế suất ưu đãi nào ngoài MFN theo WTO.

Thuận lợi và khó khăn của hàng hóa Việt Nam khi xuất khẩu sang thị trường Đức?

Thuận lợi

Đức là thị trường xuất khẩu chính tại khu vực châu Âu đối với nhiều mặt hàng xuất khẩu chủ lực của Việt Nam như giày dép, quần áo, rau quả, thủy sản, cà phê, đồ gỗ... Dù đa phần những sản phẩm này chỉ chiếm thị phần nhỏ trong tổng kim ngạch nhập khẩu của Đức, tốc độ tăng trưởng xuất khẩu sang Đức đang có xu hướng gia tăng, nhiều hàng hóa của Việt Nam đã có được vị thế nhất định tại thị trường này.

Trong thời gian tới, xuất khẩu hàng hóa của Việt Nam sang Đức được dự báo tiếp tục tăng trưởng nhờ các yếu tố thuận lợi như:

- Số lượng người châu Á nói chung và người Việt Nam nói riêng đang sinh sống, làm việc và học tập tại Đức ngày càng tăng trong những năm gần đây. Lượng người tiêu dùng này có xu hướng sử dụng nhiều các sản phẩm châu Á, trong đó có sản phẩm của Việt Nam;
- Người tiêu dùng của Đức cũng ngày một cởi mở hơn trong việc sử dụng các sản phẩm châu Á nói chung và từ Việt Nam nói riêng. Họ sẵn sàng sử dụng các sản phẩm nhập khẩu từ các quốc gia đang phát triển nếu sản phẩm đó có xuất xứ rõ ràng, có chất lượng tốt và giá cả cạnh tranh. Trong khi đó, Việt Nam có nhiều sản phẩm thế mạnh mà người tiêu dùng Đức có nhu cầu cao hoặc đang gia tăng nhu cầu sử dụng như đồ gỗ, may mặc, giày dép, cà phê, rau quả nhiệt đới...;
- Các sản phẩm Việt có chất lượng ngày càng cao và đang dần chinh phục được các thị trường khó tính trong đó có thị trường EU nói chung và Đức nói riêng... Nhiều doanh nghiệp lớn của Việt Nam đã đầu tư bài bản và dài hạn cho sản xuất và xuất khẩu hàng hóa tiêu chuẩn cao để xuất khẩu đi các thị trường phát triển, có yêu cầu khắt khe về chất lượng và mẫu mã sản phẩm. Việt Nam cũng đang chú trọng thu hút đầu tư công nghệ cao vào các ngành nhiều tiềm năng nhưng công nghệ còn lạc hậu như rau củ quả, thủy hải sản... để nâng cao chất lượng các sản phẩm xuất khẩu;
- Việt Nam là một trong số ít các nước ở châu Á (Nhật Bản, Hàn Quốc, Singapore,...) đã có FTA với EU, do đó hàng hóa Việt Nam có lợi thế hơn so với các đối thủ cạnh tranh từ nhiều nước khác trong khu vực khi được hưởng ưu đãi thuế quan cũng như các lợi thế khác từ Hiệp định EVFTA. Hơn nữa, với việc Việt Nam thực thi các cam kết về lao động, môi trường và phát triển bền vững trong EVFTA (vốn được thiết kế theo chuẩn EU), hàng hóa xuất khẩu Việt Nam có thể tránh được phần nào các nguy cơ/rủi ro từ góc độ người tiêu dùng EU (ví dụ các chiến dịch tẩy chay sử dụng sản phẩm được sản xuất bởi người lao động trong môi trường không bảo đảm tiêu chuẩn, hoặc bị bóc lột...);



- Dưới những tác động tiêu cực của đại dịch COVID-19, nền kinh tế Đức bị ảnh hưởng nặng nề, dẫn tới thu nhập của một bộ phận người tiêu dùng bị sụt giảm. Điều này dẫn tới nhu cầu đối với các sản phẩm có giá cả phải chăng hơn từ các nước đang phát triển như Việt Nam gia tăng, đặc biệt đối với các hàng hóa thiết yếu như thực phẩm, quần áo, giày dép... Trong khi đó, Việt Nam có thể mạnh sản xuất các sản phẩm này, giá cả thường thấp hơn từ các nước phát triển, lại thêm lợi thế về thuế quan nhờ EVFTA, do đó sẽ có nhiều cơ hội để gia tăng thị phần ở Đức.

Khó khăn

- Các yêu cầu nhập khẩu bắt buộc về vệ sinh an toàn thực phẩm, về tiêu chuẩn kỹ thuật và các quy định nhập khẩu khác của Đức/EU rất khắt khe và khó đáp ứng hơn nhiều thị trường xuất khẩu khác của Việt Nam. Các chế tài xử phạt đối với việc vi phạm các quy định nhập khẩu cũng rất nghiêm khắc. Hàng hóa bị phát hiện vi phạm các yêu cầu nhập khẩu bắt buộc của Đức có nguy cơ buộc trả về hoặc tiêu hủy tại chỗ. Đặc biệt, trong một số trường hợp, nếu tần suất vi phạm cao (một vài lần trong một khoảng thời gian nhất định), nước nhập khẩu có thể áp dụng biện pháp kiểm soát chặt hoặc xử lý nghiêm khắc (tăng tần suất, tỷ lệ kiểm tra, cấm nhập khẩu một thời gian...);
- Người tiêu dùng Đức có yêu cầu rất cao về chất lượng, hình thức, thương hiệu, uy tín... của sản phẩm nhập khẩu. Những yêu cầu này thường cao hơn nhiều so với người tiêu dùng ở nhiều nước xuất khẩu truyền thống của Việt Nam như Trung Quốc, ASEAN, và thậm chí cả một số thành viên EU khác. Trong khi đó, nhiều sản phẩm của Việt Nam còn chưa đảm bảo tính ổn định, thống nhất về chất lượng, thường hạn chế về hình thức, mẫu mã, chủng loại, và ít chú trọng xây dựng hình ảnh, thương hiệu... Ngoài ra, người dân Đức ngày càng quan tâm đến tiêu dùng bền vững, lựa chọn các sản phẩm tiêu dùng đảm bảo sức khỏe, bảo vệ môi trường, bảo vệ người lao động... Vì vậy, các nhà nhập khẩu Đức thường yêu cầu sản phẩm nhập khẩu phải có thêm các chứng nhận/chứng chỉ (mà không phải là quy định nhập khẩu bắt buộc) như một số chứng nhận về an toàn thực phẩm, chứng chỉ xã hội, nhãn xanh, nhãn sinh thái... Những yêu cầu này khiến các doanh nghiệp Việt Nam phải mất thêm thời gian và chi phí đáp ứng, do đó cũng giảm mức độ quan tâm với thị trường Đức;
- Đức có khoảng cách địa lý xa Việt Nam nên chi phí vận chuyển và bảo quản hàng hóa xuất khẩu sang thị trường này cao dẫn đến giá thành sản phẩm bị tăng lên và khó cạnh tranh với hàng hóa từ những nước có vị trí địa lý gần Đức. Đặc biệt trong giai đoạn dịch bệnh COVID-19 vừa qua, các chi phí vận tải và logistics tăng cao khiến xuất khẩu của Việt Nam sang các thị trường ở xa như Đức bị ảnh hưởng đáng kể;
- Mức độ cạnh tranh tại thị trường Đức hiện tương đối cao. Tính đến nay, EU đã có tổng cộng 42 FTA đã có hiệu lực với 79 đối tác, và dành cơ chế ưu đãi GSP cho 67 nước đang và kém phát triển. Ngoài ra, hàng hóa xuất khẩu của Việt Nam cũng phải cạnh tranh gay gắt với hàng Trung Quốc – quốc gia xuất khẩu nhiều nhất sang Đức tới thời điểm hiện tại. Trung Quốc và nhiều quốc gia đang được hưởng ưu đãi thuế quan ở EU lại có cơ cấu sản phẩm xuất khẩu tương tự Việt Nam, dẫn tới mức độ cạnh tranh cao.

Cơ hội từ EVFTA cho xuất khẩu hàng hóa của Việt Nam sang thị trường Đức?



Cơ hội từ cắt giảm thuế quan

Một trong những cơ hội lớn nhất mà EVFTA đem lại cho xuất khẩu của Việt Nam sang thị trường Đức chính là các cam kết ưu đãi thuế quan của EU (bao gồm Đức) trong Hiệp định này. Mặc dù trước khi EVFTA có hiệu lực, khi xuất khẩu sang Đức, Việt Nam đã được hưởng các ưu đãi thuế quan theo cơ chế GSP của EU nhưng không phải sản phẩm nào cũng được giảm thuế và đa số các mức thuế ưu đãi cũng không tốt bằng EVFTA. Hơn nữa, GSP là cơ chế ưu đãi đơn phương, EU có thể dừng hoặc điều chỉnh các ưu đãi thuế quan và điều kiện cho hưởng ưu đãi bất cứ khi nào, trong khi đó cam kết thuế quan EVFTA là cam kết có đi có lại giữa Việt Nam và EU, có tính ổn định và có thể dự đoán trước.

Ngoài ra, mức ưu đãi thuế quan mà EU dành cho Việt Nam cũng là mức cam kết thuế quan cao nhất mà Việt Nam đạt được từ một đối tác FTA cho tới thời điểm hiện tại (tỷ lệ xóa bỏ thuế đến cuối lộ trình lên tới 99,2%, các sản phẩm còn lại cũng được hưởng hạn ngạch thuế quan). Các sản phẩm xuất khẩu chủ lực của Việt Nam được đánh giá là có nhiều cơ hội nhất từ các cam kết cắt giảm thuế quan của EVFTA khi tiếp cận thị trường Đức là Giày dép (Chương 64), Quần áo (Chương 61,62), Thủy sản (Chương 3), Nhựa (Chương 39), Quả và quả hạch (Chương 08) do hiện tại EU (trong đó có Đức) đang duy trì các mức thuế quan MFN và GSP tương đối cao đối với các sản phẩm này.

EVFTA càng ý nghĩa hơn đối với xuất khẩu Việt Nam khi nhiều đối thủ cạnh tranh chính của Việt Nam trong khu vực châu Á và ASEAN ở thị trường Đức chưa có FTA với EU.

Cơ hội cắt giảm chi phí sản xuất, cải thiện năng lực cạnh tranh

Trong EVFTA, Việt Nam cũng cam kết xóa bỏ thuế quan cho rất nhiều hàng hóa nguyên liệu và máy móc phục vụ sản xuất trong nước nhập khẩu từ các quốc gia thành viên EU, trong đó có Đức. Đây là cơ hội lớn cho các doanh nghiệp sản xuất, xuất khẩu sử dụng nhiều nguyên liệu, máy móc ngoại nhập để có thể mua các đầu vào này từ Đức với giá cả tốt hơn (hiện tại Việt Nam vẫn đang duy trì mức thuế quan MFN tương đối cao với nhiều loại sản phẩm này).

Ngoài ra, Đức được biết tới là nguồn cung công nghệ, máy móc thiết bị hiện đại hàng đầu thế giới. Do đó, khi EVFTA có hiệu lực, doanh nghiệp Việt Nam sẽ có cơ hội nhập khẩu các loại máy móc, thiết bị phục vụ sản xuất chất lượng tốt nhất với giá thấp hơn nhiều so với trước kia. Qua đó, các doanh nghiệp có thể cải thiện được quy trình sản xuất, nâng cao năng suất và chất lượng sản phẩm, từ đó cũng góp phần cải thiện năng lực cạnh tranh của hàng hóa Việt Nam so với các đối thủ khác trong khu vực.



Bên cạnh đó, Việt Nam cũng đưa ra khá nhiều các cam kết trong các lĩnh vực dịch vụ, thể chế có thể giúp các doanh nghiệp sản xuất, xuất khẩu tiết kiệm chi phí sản xuất, từ đó nâng cao năng lực cạnh tranh, ví dụ:

- Các cam kết mở cửa các thị trường dịch vụ phục vụ sản xuất như tài chính (bảo hiểm, ngân hàng, chứng khoán), viễn thông, logistics... ở mức cao hơn WTO sẽ giúp cạnh tranh trong các lĩnh vực này tốt hơn, qua đó tạo điều kiện để doanh nghiệp sản xuất tiếp cận các dịch vụ này với chất lượng tốt hơn, chi phí hợp lý hơn, từ đó giảm chi phí dịch vụ trong giá thành sản phẩm;
- Các cam kết thúc đẩy môi trường cạnh tranh, các phương thức thương mại hiện đại, hỗ trợ doanh nghiệp (cạnh tranh, thương mại điện tử, doanh nghiệp nhỏ và vừa...) là điều kiện cho doanh nghiệp sản xuất, đặc biệt là các doanh nghiệp nhỏ và siêu nhỏ, cải thiện năng lực cạnh tranh, tiếp cận tốt hơn với khách hàng.

Cơ hội khác từ việc tiết giảm các rào cản phi thuế quan

Các cam kết về các biện pháp phi thuế quan của EU (trong đó có Đức) cho hàng hóa Việt Nam như minh bạch hóa và thuận lợi hóa các thủ tục thông quan và giải phóng hàng, về miễn thủ tục thanh tra SPS đối với các cơ sở sản xuất đã đủ tiêu chuẩn của Việt Nam, về việc tạo điều kiện thuận lợi cho việc công nhận tương đương các biện pháp SPS của Việt Nam, về khuyến khích công nhận kết quả đánh giá sự phù hợp về TBT của Việt Nam... sẽ giúp cho hàng hóa của Việt Nam tiếp cận thị trường Đức dễ dàng hơn.

Cơ hội từ các cam kết về bảo hộ Chỉ dẫn địa lý

Việc EU cam kết bảo hộ 39 Chỉ dẫn địa lý của Việt Nam giúp cho các sản phẩm mang các chỉ dẫn địa lý này khi tiếp cận thị trường Đức sẽ được bảo hộ đương nhiên mà không cần phải qua các thủ tục xin bảo hộ phức tạp. Các sản phẩm được bảo hộ chỉ dẫn địa lý thường được người tiêu dùng Đức yêu thích hơn và sẵn sàng trả mức giá cao hơn. Do đó, các doanh nghiệp Việt Nam xuất khẩu các sản phẩm này suy đoán sẽ được hưởng nhiều lợi thế hơn.



Cơ hội EVFTA đối với sản phẩm giày dép của Việt Nam

Việt Nam là nhà xuất khẩu giày dép lớn thứ ba ở châu Á và lớn thứ 4 trên thế giới. Đáng chú ý, số lượng giày dép xuất khẩu của Việt Nam chỉ đứng sau Trung Quốc. Hàng năm, Việt Nam xuất khẩu hơn 1 tỷ đôi giày các loại sang hàng trăm quốc gia trên thế giới.

Thị trường EU chiếm tỷ trọng lớn nhất trong tổng xuất khẩu giày dép của Việt Nam (chiếm 22% về kim ngạch năm 2020). Trong đó, xuất khẩu sang Đức chiếm đến 23,5% trong tổng kim ngạch xuất khẩu giày dép của Việt Nam sang EU (Tổng cục Hải quan, năm 2020).

Đức hiện là một trong những thị trường tiêu thụ giày dép lớn nhất trên thế giới. Năm 2018, Đức đứng thứ 7 trong số các quốc gia tiêu thụ nhiều nhất mặt hàng này với tổng lượng tiêu thụ là 451 triệu đôi, tương đương với 2% lượng tiêu thụ giày dép trên toàn cầu (world-footwear.com, 2019). Nhu cầu nhập khẩu giày dép của Đức cũng gia tăng trong thời gian qua, từ 8 tỷ USD năm 2010 lên đến 12,44 tỷ USD vào năm 2020 (ITC Trademap, 2021).

Theo số liệu của ITC Trademap, trong giai đoạn trước 2013, xuất khẩu giày dép của Việt Nam sang Đức có tăng trưởng nhưng không mạnh, do không được hưởng thuế quan ưu đãi GSP và còn bị áp thuế chống bán phá giá tới 10% giai đoạn 2006-2009. Từ năm 2014 trở đi, kim ngạch xuất khẩu giày dép của Việt Nam sang Đức đã gia tăng liên tục, đạt 2,12 tỷ USD năm 2020. Con số xuất khẩu ấn tượng này đã giúp giày dép trở thành mặt hàng xuất khẩu lớn thứ hai của Việt Nam sang Đức, và giúp Việt Nam chiếm vị trí thứ 2 sau Trung Quốc trong số các nước Đức nhập khẩu giày dép lớn nhất.

Với EVFTA, giày dép Việt Nam xuất khẩu sang Đức sẽ được xóa bỏ 37% số dòng thuế ngay khi Hiệp định có hiệu lực (1/8/2020). Trong số này có nhiều sản phẩm giày dép xuất khẩu chủ lực của Việt Nam sang Đức như giày dép thể thao, bao gồm giày tennis, giày bóng rổ, giày thể dục... 63% số dòng thuế giày dép còn lại sẽ được xóa bỏ sau 3, 5 hoặc 7 năm. Đây sẽ là một lợi thế rất lớn cho giày dép của Việt Nam so với các đối thủ cạnh tranh lớn khác như Trung Quốc (đang chịu thuế MFN trung bình năm 2021 là 9,95%), hay các nước được hưởng GSP của Đức như Indonesia cũng chỉ được giảm thuế các sản phẩm giày dép xuống mức trung bình 5,99% chứ không được về 0% đối với tất cả các dòng thuế như Việt Nam (nếu tính đến cuối lộ trình).



Cơ hội EVFTA đối với sản phẩm may mặc của Việt Nam

Đức được biết đến là thị trường nhập khẩu các sản phẩm may mặc (quần áo thành phẩm từ Chương 61 đến 63 trong Hệ thống HS) lớn nhất của EU với nhu cầu nhập khẩu ngày càng tăng. Theo số liệu của ITC Trademap, kim ngạch nhập khẩu các mặt hàng may mặc của Đức tăng đã từ 36,17 tỷ USD năm 2010 lên 48,73 tỷ USD vào năm 2020, với tốc độ tăng trưởng nhập khẩu trung bình của giai đoạn này là 3,43%. Đặc biệt, năm 2020, mặc dù chịu ảnh hưởng của đại dịch COVID-19, nhập khẩu may mặc của Đức vẫn ghi nhận mức tăng trưởng ấn tượng 12% so với năm 2019.

Còn đối với Việt Nam, may mặc là một ngành sản xuất và xuất khẩu chủ lực, trong đó, EU nói chung và Đức nói riêng là một trong những thị trường xuất khẩu chính. Trong thời gian qua mặc dù bị Đức áp mức thuế quan (MFN hay GSP) tương đối cao nhưng xuất khẩu may mặc của Việt Nam sang Đức vẫn duy trì mức tăng trưởng tốt. Theo số liệu của ITC Trademap, xuất khẩu hàng may mặc của Việt Nam sang Đức giai đoạn 2010-2020 đã tăng lên hơn gấp đôi, từ 673 triệu USD năm 2010 lên 1,71 tỷ USD năm 2020 và tốc độ tăng trưởng trung bình giai đoạn này là 10% - cao hơn nhiều so với tốc độ tăng trưởng nhập khẩu hàng may mặc trung bình giai đoạn này của Đức từ thế giới là 3,66%.

Trong thời gian tới, với việc thực thi EVFTA, xuất khẩu các sản phẩm may mặc sang Đức được kỳ vọng sẽ tiếp tục tăng trưởng khi tận dụng được những cơ hội từ Hiệp định. Các lợi ích cụ thể mà EVFTA đem lại cho sản phẩm may mặc của Việt Nam bao gồm:

Lợi ích từ cắt giảm thuế quan: Đức hiện đang duy trì mức thuế MFN và GSP tương đối cao đối với các sản phẩm may mặc của Việt Nam. Cụ thể, năm 2021, thuế MFN trung bình của Đức đối với các sản phẩm may mặc là 11,27% còn GSP trung bình là 9,02%. Theo EVFTA, EU/Đức cam kết xóa bỏ 196/418 (tương đương 47%) số dòng thuế cho các sản phẩm may mặc của Việt Nam ngay khi Hiệp định có hiệu lực ngày 1/8/2020. Số còn lại (khoảng 53%) sẽ được xóa bỏ thuế nhập khẩu sau 3, 5, hoặc 7 năm. Đây là một cam kết rất cao mà một đối tác FTA từng dành cho các sản phẩm may mặc của Việt Nam, tạo ra lợi thế cạnh tranh lớn cho các doanh nghiệp sản xuất hàng may mặc Việt Nam so với các đối thủ chưa có FTA với EU và cả các đối thủ đang được hưởng GSP của EU.

Lợi ích từ Cộng gộp quy tắc xuất xứ: Không những đạt được cam kết cao về thuế quan trong EVFTA, Việt Nam cũng đạt được cam kết tương đối thuận lợi về quy tắc xuất xứ đối với các sản phẩm may mặc trong EVFTA. Cụ thể, quy tắc xuất xứ chủ đạo đối với các sản phẩm may mặc trong EVFTA là "từ vải trở đi", tức là cho phép Việt Nam nhập khẩu xơ sợi từ các nước thứ ba. Mặc dù quy tắc này chặt so với quy tắc "cắt và may" của nhiều FTA trước đây, so với quy tắc "từ sợi trở đi" của CPTPP thì đây vẫn là điều kiện dễ đáp ứng hơn.



TẬN DỤNG CƠ HỘI TỪ EVFTA ĐỂ XUẤT KHẨU HÀNG HÓA VIỆT NAM SANG ĐỨC

Cơ hội từ EVFTA cho xuất khẩu hàng hóa của Việt Nam sang thị trường Đức?

Ngoài ra, EVFTA còn cho phép cộng gộp nguyên liệu vải nhập khẩu từ Hàn Quốc đối với hàng may mặc. Cụ thể, vải có xuất xứ Hàn Quốc (nước đã có FTA với EU) sẽ được coi là có xuất xứ Việt Nam khi vải đó được dùng làm nguyên liệu để gia công hoặc sản xuất tại Việt Nam cho các sản phẩm may mặc thuộc Chương 61, 62 khi xuất khẩu sang EU. Việt Nam hiện cũng đang nhập khẩu một số lượng vải khá lớn từ Hàn Quốc cho ngành may mặc, do đó đây cũng là một cam kết rất thuận lợi cho sản phẩm may mặc để đáp ứng được quy tắc xuất xứ EVFTA.



Cơ hội EVFTA đối với sản phẩm cà phê hạt của Việt Nam

Đức được biết đến là thị trường tiêu thụ cà phê lớn nhất tại châu Âu. Theo số liệu của Eurostat, năm 2019, Đức chiếm tới 26% lượng tiêu thụ cà phê trên toàn châu Âu với mức tiêu thụ cà phê bình quân đầu người xấp xỉ 6,5kg/người/năm (cao hơn mức trung bình của châu Âu là 5,2kg/người/năm). Ngoài ra, Đức cũng quốc gia nhập khẩu hạt cà phê xanh (cà phê chưa xay) lớn nhất châu Âu. Năm 2019, lượng hạt cà phê xanh nhập khẩu của Đức đạt 1,1 triệu tấn, tương đương 2,3 tỷ euro, chiếm tới 34% tổng nhập khẩu sản phẩm này của toàn châu Âu.

Trong khi đó, theo Tổ chức Cà phê thế giới, Việt Nam là quốc gia trồng và sản xuất cà phê lớn thứ 2 trên thế giới chỉ sau Brazil với sản lượng 29 triệu bao (60kg/bao), chiếm 17% tổng sản lượng cà phê trên toàn cầu năm 2020. Việt Nam cũng là quốc gia xuất khẩu cà phê lớn thứ 5 trên thế giới với kim ngạch xuất khẩu đạt 1,98 tỷ USD vào năm 2020 (ITC Trademap, 2021).

Với những lợi thế về sản xuất, xuất khẩu cà phê của Việt Nam và nhu cầu tiêu thụ cà phê lớn của Đức, trong nhiều năm qua, Việt Nam luôn là một trong những nguồn cung cà phê lớn nhất của Đức. Mặc dù vậy, xuất khẩu cà phê của Việt Nam sang Đức không ổn định và có xu hướng giảm trong vài năm trở lại đây. Cụ thể, xuất khẩu cà phê hạt của Việt Nam giai đoạn 2010-2017 biến động nhưng theo chiều hướng gia tăng, từ 286 triệu USD năm 2010 lên 567 triệu USD năm 2017, nhưng sau đó lại giảm liên tục xuống còn 385 triệu USD. Tuy thế, Việt Nam vẫn là nước xuất khẩu hạt cà phê lớn thứ 2 vào Đức (sau Brazil) năm 2020.

Lợi ích từ cắt giảm thuế quan: EU hiện đang duy trì mức thuế MFN và GSP trung bình đối với sản phẩm cà phê hạt của Việt Nam lần lượt là 4,15% và 2,4%. Trong EVFTA, EU cam kết xóa bỏ 100% số dòng thuế cà phê hạt nhập khẩu từ Việt Nam ngay khi Hiệp định có hiệu lực ngày 1/8/2020.

Lợi ích từ bảo hộ Chi dẫn địa lý: Trong EVFTA, Đức cam kết bảo hộ cho 01 chỉ dẫn địa lý là cà phê của Việt Nam là **Cà phê Buon Ma Thuật**, tạo điều kiện nâng cao giá trị và thương hiệu cho sản phẩm này khi xuất khẩu sang Đức.



Cơ hội EVFTA đối với sản phẩm rau quả của Việt Nam

Việt Nam được biết đến là quốc gia có nhiều lợi thế về sản xuất và xuất khẩu các loại rau quả nhiệt đới, cận nhiệt đới và ôn đới. Hiện tại, Việt Nam có khoảng 120 loại rau và hàng trăm loại quả khác nhau. Nhờ vào tiến bộ khoa học công nghệ, càng nhiều các loại rau quả trái mùa được trồng và thu hoạch, không những đáp ứng được cả nhu cầu tiêu dùng trong nước mà còn phục vụ cho xuất khẩu. Theo số liệu thống kê của Tổng cục Hải quan, xuất khẩu hàng rau quả của Việt Nam có sự gia tăng mạnh mẽ trong đoạn 2010-2020, tăng từ 460 triệu USD năm 2010 lên đến 3,27 tỷ USD vào năm 2020, với tốc độ tăng trưởng trung bình giai đoạn này là 30,1%.

Trong khi đó, Đức là nước có nhu cầu lớn và ổn định với các sản phẩm rau quả, và ngày càng ưa chuộng các sản phẩm rau quả nhiệt đới. Đức có nhu cầu nhập khẩu quanh năm và lượng nhập khẩu của quốc gia này ngày càng tăng do người tiêu dùng Đức có xu hướng chuyển hướng sang thử và tiêu dùng các loại rau quả lạ từ các khu vực ngoài EU. Theo số liệu của Statista.com, năm 2020, Đức nhập khẩu khoảng 126 nghìn tấn dưa và hơn 98 nghìn tấn xoài và ổi.

Rau quả của Việt Nam xuất khẩu sang Đức tuy không nhiều nhưng kim ngạch xuất có sự tăng trưởng tốt qua các năm. Theo số liệu thống kê của Tổng cục Hải quan, xuất khẩu rau quả của Việt Nam sang Đức đã tăng từ 5,8 triệu USD vào năm 2010 lên đến 19,9 triệu USD vào năm 2020 với tốc độ tăng trưởng trung bình giai đoạn này là 12,8%/năm. Một số sản phẩm rau quả tươi của Việt Nam được người dân EU cũng như người tiêu dùng Đức ưa chuộng là: xoài, dưa, thanh long, chanh leo, chôm chôm... Với những lợi thế nhất định của ngành và lợi ích từ việc thực thi EVFTA, xuất khẩu rau quả của Việt Nam sang Đức được kỳ vọng sẽ tăng trưởng hơn trong thời gian sắp tới.

Các lợi ích mà EVFTA mang lại cho ngành rau quả Việt Nam có thể kể đến là:

Lợi ích từ cắt giảm thuế quan: Rau quả là một trong những nhóm sản phẩm mà EU/Đức vẫn duy trì mức thuế MFN và GSP tương đối cao. Mức thuế MFN và GSP trung bình mà EU áp dụng đối với rau quả của Việt Nam lần lượt là: 13,17% và 9,33%. Trong EVFTA, EU có mức cam kết xóa bỏ thuế quan tương đối cao đối với các sản phẩm rau quả từ Việt Nam, cụ thể:

- Xóa bỏ thuế quan đối với 514/547 số dòng thuế rau quả (tương đương 94%) ngay khi Hiệp định có hiệu lực;
- Xóa bỏ thuế tính theo tỷ lệ phần trăm giá trị hàng hóa (thuế suất x% giá trị lô hàng) ngay khi Hiệp định có hiệu lực nhưng vẫn giữ thuế tuyệt đối (x euro/đơn vị khối lượng) (A+EP) đối với 24/547 số dòng thuế (tương đương 4%);



TẬN DỤNG CƠ HỘI TỪ EVFTA ĐỂ XUẤT KHẨU HÀNG HÓA VIỆT NAM SANG ĐỨC

Cơ hội từ EVFTA cho xuất khẩu hàng hóa của Việt Nam sang thị trường Đức?

- Cắt giảm thuế dẫn về 75 EUR/tấn từ năm 2025 trở đi (R75) cho 1 mã HS 08039010 – Chuối, trừ chuối lá, tươi;
- Áp dụng hạn ngạch thuế quan đối với 03 sản phẩm (8/547 số dòng thuế) là tỏi, ngò ngọt, nấm, với mức thuế trong hạn ngạch là 0%.

Lợi ích từ bảo hộ Chi dẫn địa lý: Trong số 39 chỉ dẫn địa lý của Việt Nam được bảo hộ đương nhiên theo EVFTA, có đến 20 chỉ dẫn địa lý là các loại trái cây, hạt, bao gồm:

- | | |
|--------------------------|---------------------------|
| 1 Bưởi Đoan Hùng | 11 Mãng cầu Bà Đen |
| 2 Thanh long Bình Thuận | 12 Nho Ninh Thuận |
| 3 Vải Thanh Hà | 13 Bưởi Tân Triều |
| 4 Cam Vinh | 14 Hồng không hạt Bảo Lâm |
| 5 Vải Lục Ngạn | 15 Quýt Bắc Kạn |
| 6 Xoài Hòa Lộc | 16 Xoài Yên Châu |
| 7 Chuối Đại Hoàng | 17 Bưởi Bình Minh |
| 8 Hồng không hạt Bắc Kạn | 18 Bưởi Luận Văn |
| 9 Bưởi Phúc Trạch | 19 Vú sữa Vinh Kim |
| 10 Hạt dẻ Trùng Khánh | 20 Cam Cao Phong |

Các sản phẩm rau quả của Việt Nam được bảo hộ chỉ dẫn địa lý sẽ có cơ hội gia tăng giá trị và thương hiệu khi tiếp cận thị trường Đức.



Cơ hội EVFTA đối với sản phẩm thủy sản của Việt Nam

Đức là thị trường có nhu cầu tương đối ổn định đối với các sản phẩm thủy sản, trong đó cá hồi, các loại cá phi-lê và tôm là những sản phẩm được tiêu thụ nhiều nhất tại Đức. Năm 2020, mức tiêu thụ thủy sản bình quân đầu người của Đức là 15 kg/người/năm tăng so với mức 14,3kg năm 2019 (Statista.com, 2021). Đức cũng là một trong số những quốc gia nhập khẩu thủy sản nhiều nhất tại châu Âu, nguồn nhập khẩu thủy sản của nước này phần lớn (75%) là từ các quốc gia ngoài châu Âu và chủ yếu (59%) từ các quốc gia đang phát triển. Năm 2020, kim ngạch nhập khẩu thủy sản từ các quốc gia đang phát triển của Đức đạt 1,4 tỷ USD với các sản phẩm nhập khẩu chính là cá phi-lê (542 triệu USD), cá đã qua chế biến và bảo quản (402 triệu USD), các sản phẩm tôm (122 triệu USD), các loại động vật giáp xác khác (223 triệu USD) (cbi.eu, 2021).

Trong khi đó, Việt Nam là một quốc gia đang phát triển có thế mạnh sản xuất đa dạng nhiều loại thủy sản, trong đó tôm đông lạnh, cá ngừ, mực là những mặt hàng xuất khẩu nhiều nhất sang Đức. Mặc dù vậy, kim ngạch xuất khẩu thủy sản của Việt Nam sang Đức trong những năm qua vẫn còn hạn chế, chưa tương xứng với tiềm lực của Việt Nam và nhu cầu của thị trường Đức. Cụ thể, kim ngạch xuất khẩu sang Đức đạt 209 triệu USD năm 2010 nhưng giai đoạn sau đó biến động và giảm xuống chỉ còn 189 triệu USD năm 2019, đến năm 2020 do ảnh hưởng của đại dịch COVID-19 giá trị kim ngạch chỉ còn là 180 triệu USD (Tổng cục Hải quan, 2021).

Tuy nhiên, với việc thực thi Hiệp định EVFTA, thủy sản của Việt Nam sẽ có cơ hội để tăng trưởng xuất khẩu sang thị trường Đức nhờ những lợi ích nổi bật sau:

Lợi ích từ cắt giảm thuế quan: EU/Đức hiện đang duy trì mức thuế MFN và GSP tương đối cao đối với sản phẩm thủy sản nhập khẩu từ Việt Nam. Cụ thể, mức thuế MFN và GSP trung bình năm 2021 đối với sản phẩm thủy sản của EU/Đức lần lượt là 11,9% và 7,26%. Trong EVFTA, EU/Đức cam kết xóa bỏ thuế quan đối với sản phẩm thủy sản nhập khẩu của Việt Nam như sau:

- Xóa bỏ ngay khi Hiệp định có hiệu lực đối với 50% số dòng thuế thủy sản;
- 50% số dòng thuế còn lại sẽ được xóa bỏ theo lộ trình 3, 5 hoặc 7 năm;
- Riêng đối với cá ngừ đóng hộp và cá viên, áp dụng hạn ngạch thuế quan lần lượt là 11.500 tấn/năm và 500 tấn/năm.



Lợi ích từ Cộng gộp xuất xứ: EVFTA cho phép cộng gộp xuất xứ với ASEAN đối với mực và bạch tuộc. Cụ thể, các nguyên liệu mực và bạch tuộc (Thuộc các mã HS 030741 và HS 030751) có xuất xứ từ một nước thành viên ASEAN đã có FTA với EU (hiện tại chỉ có Singapore) sẽ được coi là có xuất xứ Việt Nam khi xác định xuất xứ cho các sản phẩm mực và bạch tuộc đã chế biến hoặc bảo quản (thuộc các mã HS 160551 và HS 160555) của Việt Nam xuất khẩu sang EU (trong đó có Đức). Mặc dù hiện tại chỉ có Singapore có FTA đã có hiệu lực với EU nhưng trong tương lai nếu EU ký kết FTA với một số nước ASEAN khác mà Việt Nam cũng nhập khẩu nhiều nguyên liệu thủy sản như Indonesia, Thái Lan, Malaysia thì thủy sản Việt Nam sẽ được lợi từ cơ chế cộng gộp này.

Lợi ích từ bảo hộ Chỉ dẫn địa lý: Trong số 39 sản phẩm của Việt Nam được bảo hộ chỉ dẫn địa lý tự động trong EVFTA có 02 sản phẩm thủy sản là Mực nướng xắt miếng Hạ Long và Sò Quảng Ninh. Việc được bảo hộ chỉ dẫn địa lý tự động theo EVFTA này sẽ giúp các sản phẩm thủy sản liên quan khi xuất khẩu sang thị trường Đức có cơ hội gia tăng thương hiệu và giá trị sản phẩm.

Thách thức từ EVFTA đối với xuất khẩu của Việt Nam sang thị trường Đức?

Bên cạnh những cơ hội, Hiệp định EVFTA cũng đặt ra không ít thách thức cho xuất khẩu hàng hóa của Việt Nam, trong đó phải kể đến:

Thách thức trong việc đáp ứng quy tắc xuất xứ để hưởng ưu đãi thuế quan

Để được hưởng ưu đãi thuế quan EVFTA thì các sản phẩm xuất khẩu của Việt Nam phải đáp ứng được quy tắc xuất xứ của Hiệp định. Tuy nhiên, trên thực tế, nhiều nguyên liệu sản xuất và các loại sản phẩm của Việt Nam hiện vẫn đang phụ thuộc vào nguồn nhập khẩu, đặc biệt là từ Trung Quốc và một số nước châu Á khác. Vì vậy việc đáp ứng quy tắc xuất xứ EVFTA sẽ là một thách thức không nhỏ đối với các doanh nghiệp Việt Nam để có thể tận dụng cơ hội thuế quan từ Hiệp định này.

Nguy cơ gia tăng các biện pháp PVTM

EU là một trong những đối tác thương mại sử dụng nhiều các biện pháp PVTM đối với hàng hóa nhập khẩu từ nước ngoài nói chung và từ Việt Nam nói riêng. Trong thời gian tới, với lợi thế từ các việc cắt giảm thuế quan từ Hiệp định, xuất khẩu hàng hóa của Việt Nam sang EU suy đoán sẽ gia tăng, từ đó nguy cơ phải đối mặt với các biện pháp PVTM do các ngành sản xuất nội địa EU khởi xướng cũng tăng lên.

Thêm vào đó, EVFTA cũng cho phép các nhà sản xuất nội địa EU được sử dụng thêm một biện pháp PVTM bổ sung – biện pháp tự vệ song phương trong giai đoạn 2020-2030 nếu các biện pháp ưu đãi thuế theo EVFTA dẫn tới tình huống nhập khẩu ồ ạt một loại hàng hóa từ Việt Nam vào EU, đe dọa gây thiệt hại nghiêm trọng cho họ. Vì vậy, với EVFTA, bên cạnh các nguy cơ bị kiện chống bán phá giá, chống trợ cấp, tự vệ thông thường, hàng hóa Việt Nam xuất khẩu theo cơ chế ưu đãi thuế quan EVFTA còn phải đối mặt với thêm một nguy cơ kiện PVTM mới không kém phức tạp.

Cần chú ý là các biện pháp PVTM ở EU được thực hiện thống nhất trên toàn lãnh thổ khu vực thuế quan này. Vì vậy, rủi ro PVTM đối với hàng hóa Việt Nam xuất khẩu sang Đức có thể không xuất phát từ hành động của nhà sản xuất nội địa Đức mà từ các nhà sản xuất ở bất kỳ nước thành viên EU nào nếu họ thấy bị đe dọa bởi sức ép cạnh tranh từ hàng Việt Nam.



Thách thức gia tăng chi phí cho doanh nghiệp từ các cam kết về sở hữu trí tuệ, lao động, phát triển bền vững trong EVFTA

Thực hiện các cam kết về lao động, môi trường, phát triển bền vững trong EVFTA, Việt Nam có thể sẽ gia tăng quy định pháp luật và thực thi pháp luật về bảo vệ quyền lợi cho người lao động, đảm bảo sản xuất gắn với bảo vệ môi trường để có thể phát triển bền vững... Việc thực thi các quy định mới, tiêu chuẩn cao có thể làm gia tăng chi phí đối với các doanh nghiệp Việt Nam nói chung, đặc biệt là những ngành kinh tế mà sản xuất và tiêu thụ gắn với nhiều yếu tố có thể gây tác động không tốt tới người lao động, môi trường xung quanh...

Thách thức thường xuyên khác

Bên cạnh các thách thức gắn liền với EVFTA, việc xuất khẩu hàng hóa của Việt Nam sang Đức còn phải đối mặt với các thách thức thường xuyên khác, đặc biệt là các biện pháp phi thuế quan (Non-Tariff Measure NTM).

Biện pháp phi thuế quan là từ sử dụng để chỉ tất cả các biện pháp ngoài thuế quan mà các nước áp dụng đối với hàng hóa lưu chuyển qua biên giới. Về mặt nguyên tắc, các biện pháp này được áp dụng nhằm thực hiện các mục tiêu quản lý hợp pháp của mỗi nước (bảo vệ sức khỏe, tính mạng con người, an toàn dịch tễ, bảo vệ môi trường...) Mặc dù vậy, trong không ít trường hợp, NTM có thể bị lạm dụng như một hình thức để hạn chế hàng nhập khẩu.

Các biện pháp NTM của EU áp dụng đối với hàng hóa nhập khẩu nói chung (không riêng hàng hóa từ Việt Nam) vốn không liên quan tới EVFTA. Tuy nhiên việc cắt giảm thuế quan theo EVFTA có thể là chất xúc tác thúc đẩy việc gia tăng các NTM, khiến việc xuất khẩu hàng hóa Việt Nam phải đối mặt thêm với các yêu cầu, đòi hỏi mới hoặc khắt khe hơn.

Mức độ sử dụng các biện pháp phi thuế quan (NTM) của EU

EU là một trong những khu vực sử dụng phổ biến nhất các biện pháp NTM trên thế giới. Theo số liệu khảo sát năm 2018 của Ngân hàng Thế giới thì EU có tỷ lệ tần suất sử dụng các biện pháp NTM (tỷ lệ phần trăm các sản phẩm nhập khẩu mà bị áp dụng ít nhất một biện pháp NTM) là 93,88%, cao hơn đáng kể so với nhiều quốc gia phát triển khác như Australia (61,80%), Mỹ (61,52%), Nhật (61,20%), và cao hơn nhiều so với tỷ lệ trung bình 43,04% của 75 nước được khảo sát.

Các biện pháp NTM mà EU sử dụng nhiều nhất là yêu cầu về dán nhãn, yêu cầu về kiểm tra sản phẩm, yêu cầu về chất lượng và vận hành của sản phẩm, yêu cầu về chứng nhận sản phẩm...

Các nhóm mặt hàng có tần suất áp dụng NTM nhiều nhất khi nhập khẩu vào EU là dệt may, động vật, rau quả, đồ da, hóa chất, thực phẩm, giày dép, sản phẩm nhựa... Đây cũng là các sản phẩm xuất khẩu phổ biến của Việt Nam.

Làm thế nào để tận dụng EVFTA tăng cường xuất khẩu hàng hóa Việt Nam sang Đức?

Giải pháp tận dụng cơ hội từ các cam kết cụ thể của EVFTA

Các cam kết về mở cửa thị trường trong EVFTA tạo ra rất nhiều cơ hội cho các doanh nghiệp xuất khẩu của Việt Nam khi xuất khẩu sang thị trường Đức. Do đó, doanh nghiệp cần tìm hiểu kỹ các nội dung liên quan của EVFTA để có thể tận dụng được tối đa các lợi ích từ Hiệp định:

- *Tìm hiểu cam kết thuế quan* mà EU dành cho Việt Nam tại Tiểu phụ lục 2-A-1 thuộc Chương 2 - Đối xử quốc gia và Mở cửa thị trường đối với hàng hóa của Hiệp định.

Tuy nhiên cần lưu ý rằng mức cam kết ưu đãi thuế quan trong Biểu cam kết tại EVFTA là mức mở cửa tối thiểu. Trên thực tế, EU có thể mở cửa (giảm hoặc loại bỏ thuế quan) sớm hơn lộ trình đã cam kết. Do đó, để biết chính xác mức thuế quan ưu đãi mà EU (bao gồm Đức) áp dụng đối với từng mặt hàng của Việt Nam thì doanh nghiệp cần kiểm tra thuế quan ưu đãi theo EVFTA mà EU áp dụng cho Việt Nam hàng năm. Doanh nghiệp có thể tra cứu thuế quan tại các nguồn sau (xem thêm Câu 39):

- i Cơ sở dữ liệu Tiếp cận thị trường (Market Access Database) của EU: <https://trade.ec.europa.eu/access-to-markets/en/home;>
 - ii Bản đồ Tiếp cận thị trường (MacMap) của Trung tâm Thương mại Quốc tế (ITC): [http://www.macmap.org/;](http://www.macmap.org/)
 - iii Công cụ Phân tích Thuế quan trực tuyến (TAO) của WTO: <https://tao.wto.org/>
- *Tìm hiểu quy tắc xuất xứ và thủ tục chứng nhận xuất xứ* để được hưởng ưu đãi thuế quan EVFTA trong Nghị định thư 1 – Quy định hàng hóa có xuất xứ và phương thức hợp tác quản lý hành chính. Việt Nam cũng đã nội luật hóa quy định về Quy tắc xuất xứ EVFTA trong Thông tư số 11/2020/TT-BCT ngày 15/06/2020 quy định về Quy tắc xuất xứ hàng hóa trong EVFTA. Doanh nghiệp cần nghiên cứu kỹ Thông tư này và các văn bản hướng dẫn liên quan để đáp ứng đầy đủ các quy tắc về thủ tục xuất xứ của EVFTA thì hàng hóa mới có thể được cấp Chứng nhận xuất xứ EVFTA và được hưởng ưu đãi thuế quan EVFTA khi xuất khẩu sang Đức.
 - Tìm hiểu các vấn đề liên quan khác như PVTM (Chương 3), Hải quan và Tạo thuận lợi thương mại (Chương 4), Hàng rào kỹ thuật đối với thương mại (Chương 5)... để vừa đảm bảo tuân thủ các quy định mà phía EU đặt ra với Việt Nam, vừa để tận dụng các quyền và bảo vệ lợi ích hợp pháp của các doanh nghiệp.



Doanh nghiệp có thể chủ động tìm hiểu các nội dung trên trong các Chương liên quan của Văn kiện Hiệp định EVFTA. Ngoài ra, doanh nghiệp có thể tìm kiếm sự hỗ trợ, giải đáp vướng mắc về cách hiểu, vận dụng cam kết Hiệp định...từ các đầu mối thông tin của các cơ quan nhà nước có thẩm quyền, VCCI và các tổ chức/hiệp hội liên quan (Xem thêm Câu 40).

Giải pháp về kỹ thuật và thị trường

Để xuất khẩu vào thị trường EU nói chung và Đức nói riêng, các sản phẩm của Việt Nam phải đối mặt với nhiều vấn đề khác mà EVFTA hầu như không can thiệp hay làm thay đổi, đặc biệt là:

- Các yêu cầu quy định và quy trình nhập khẩu bắt buộc của EU như các quy định về định mức dư lượng thuốc bảo vệ thực vật, các tiêu chuẩn vệ sinh an toàn thực phẩm, các quy định về dán nhãn, ghi nhãn hàng hóa, bảo vệ môi trường...;
- Các yêu cầu bổ sung của các nhà nhập khẩu Đức như các chứng nhận vệ sinh an toàn thực phẩm, chứng chỉ xã hội, môi trường, nhãn sinh thái....;
- Nhu cầu và thị hiếu người tiêu dùng của người dân Đức.

Vì vậy, để có thể tiếp cận được thị trường Đức, doanh nghiệp Việt Nam cần:

- Tìm hiểu chi tiết, cập nhật thường xuyên và đảm bảo tuân thủ đầy đủ các quy định và thủ tục nhập khẩu của EU và Đức;
- Nghiên cứu kỹ thị trường Đức (đặc biệt là thị trường ngách), tìm hiểu chi tiết về thị hiếu và nhu cầu tiêu dùng của người dân nước này từ đó nghiên cứu cải thiện chất lượng, mẫu mã sản phẩm để phù hợp với thị trường, thị hiếu người tiêu dùng nước này;
- Nghiên cứu cách thức xây dựng và quảng bá thương hiệu cho các sản phẩm Việt Nam;
- Tìm hiểu các cơ chế, cách thức tiếp cận các kênh/nhà phân phối hàng hóa tại Đức, đặc biệt là các kênh thương mại điện tử đang ngày càng trở nên phổ biến và trở thành xu hướng mua sắm chủ đạo của người tiêu dùng Đức.



Giải pháp về nâng cao năng lực cạnh tranh

Tăng cường năng lực cạnh tranh là giải pháp bền vững để các sản phẩm của Việt Nam có thể phát triển ở cả thị trường trong nước và xuất khẩu. Đối với một thị trường khó tính như thị trường Đức, các doanh nghiệp Việt Nam càng cần đặc biệt chú ý vấn đề nâng cao năng lực cạnh tranh của sản phẩm xuất khẩu. Để làm được việc này, các doanh nghiệp cần đặc biệt chú ý một số giải pháp sau:

- Đầu tư cho cải tiến kỹ thuật, tăng hàm lượng công nghệ trong sản xuất và chế biến sản phẩm (thông qua liên doanh, liên kết với các nhà nghiên cứu, doanh nghiệp trong nước và nước ngoài; nâng cấp, mua lại các quy trình và công nghệ sản xuất hiện đại...);
- Đầu tư vào nguồn nhân lực: có kế hoạch đào tạo lao động bài bản, bồi dưỡng năng lực cho cán bộ chủ chốt, kỹ sư công nghệ và các chuyên viên nghiên cứu thị trường;
- Nghiên cứu nâng cao chất lượng, mẫu mã...của sản phẩm phù hợp với nhu cầu và thị hiếu của người tiêu dùng;
- Chú trọng xây dựng thương hiệu, quảng bá sản phẩm tới các nhà nhập khẩu và người tiêu dùng Đức thông qua các hình thức khác nhau.

Phần thứ ba

TẬN DỤNG CƠ HỘI TỪ EVFTA ĐỂ NHẬP KHẨU
HÀNG HÓA TỪ ĐỨC VÀO VIỆT NAM

03

Đặc điểm thị trường hàng hóa Việt Nam?

Quy mô thị trường

Việt Nam là một nước đang phát triển với tốc độ tăng trưởng kinh tế thuộc hàng cao nhất trong khu vực và thế giới. Theo số liệu của Tổng cục Thống kê, tăng trưởng GDP bình quân giai đoạn 2011-2020 của Việt Nam là 5,96%. Năm 2020, mặc dù nền kinh tế chịu ảnh hưởng nặng nề của dịch bệnh COVID-19, nhưng GDP của Việt Nam vẫn tăng trưởng dương 2,91%, đạt 271,2 tỷ USD. Trong khi nhiều nước trên thế giới có tăng trưởng GDP âm, con số này cho thấy Việt Nam đã thành công trong việc kiểm soát dịch bệnh và hạn chế tối đa các tác động tiêu cực đến nền kinh tế.

Việt Nam đang trong giai đoạn chuyển đổi nền kinh tế từ nông nghiệp lạc hậu sang công nghiệp hiện đại. Đồng thời, Việt Nam cũng là một nền kinh tế định hướng xuất khẩu, với vai trò của xuất khẩu ngày càng quan trọng trong tổng sản phẩm quốc nội. Do đó, nhu cầu đối với máy móc, trang thiết bị hiện đại và nguyên nhiên liệu phục vụ sản xuất, xuất khẩu và xây dựng ngày càng gia tăng.

Với tổng dân số gần 100 triệu dân và GDP bình quân khoảng 2.786 USD/người năm 2020 (Ngân hàng Thế giới, 2021), Việt Nam đang trở thành một thị trường tiêu dùng rộng lớn và tiềm năng với hàng hóa tiêu dùng nước ngoài. Là một quốc gia có dân số trẻ (khoảng 55,5% dân số dưới 35 tuổi), nhu cầu tiêu dùng của người Việt Nam cũng khá đa dạng và nắm bắt nhanh chóng với các xu hướng tiêu dùng mới, hiện đại. Tầng lớp trung lưu của Việt Nam đang hình thành với khoảng 13% dân số hiện tại và dự kiến sẽ gia tăng chiếm khoảng 1/3 dân số vào năm 2026 (Ngân hàng Thế giới, 2021). Tầng lớp này có tập quán mua sắm hiện đại và nhu cầu cao đối với các sản phẩm chất lượng.

Nhu cầu đối với hàng hóa nhập khẩu

Việt Nam có 3 mặt giáp biển nên rất thuận tiện cho các hoạt động thương mại xuất nhập khẩu. Kim ngạch nhập khẩu hàng hóa của Việt Nam tăng liên tục trong những năm qua, đạt 262,7 tỷ USD năm 2020, tăng 3,7% so với năm 2019. Chính tháng đầu năm 2021, mặc dù bị tác động nặng nề bởi đại dịch COVID-19 khiến nhu cầu tiêu dùng trong nước và nhiều hoạt động sản xuất, xuất khẩu sụt giảm, nhưng nhập khẩu hàng hóa của Việt Nam vẫn tăng mạnh, đạt 243,2 tỷ USD, tăng 30,8% so với cùng kỳ năm trước (Tổng cục Hải quan, 2021).



Nhập khẩu nhằm hai mục đích chính:

- *Nhập khẩu máy móc thiết bị và nguyên nhiên liệu phục vụ sản xuất và xuất khẩu:* Đây là nhóm hàng nhập khẩu chính của Việt Nam, với kim ngạch nhập khẩu nhóm hàng này đạt 245,6 tỷ USD, chiếm tới 93,6% tổng kim ngạch nhập khẩu năm 2020. Trong đó, khoảng một nửa là nhóm hàng máy móc thiết bị, dụng cụ, phương tiện vận tải và phụ tùng chiếm (49,4% tổng kim ngạch nhập khẩu), còn lại là nhóm nguyên nhiên vật liệu (Tổng cục Thống kê, 2020);
- *Nhập khẩu hàng tiêu dùng phục vụ tiêu dùng trong nước:* Nhóm hàng này chiếm khoảng 6,4% tổng kim ngạch nhập khẩu của Việt Nam năm 2020, trong đó chủ yếu là ô tô, điện thoại, rau quả, thực phẩm chế biến, dược phẩm, hóa mỹ phẩm... (Tổng cục Thống kê, 2020).

Bảng

11

10 nhóm sản phẩm Việt Nam nhập khẩu nhiều nhất năm 2020

STT	Sản phẩm	Giá trị nhập khẩu (tỷ USD)	Tỷ trọng
1	Máy vi tính, sản phẩm điện tử & linh kiện	63,97	24,35%
2	Máy móc, thiết bị, dụng cụ & phụ tùng	37,25	14,18%
3	Điện thoại các loại và linh kiện	16,65	6,34%
4	Vải các loại	11,88	4,52%
5	Chất dẻo nguyên liệu	8,40	3,20%
6	Sắt thép các loại	8,07	3,07%
7	Sản phẩm từ chất dẻo	7,27	2,77%
8	Kim loại thường khác	6,05	2,30%
9	Sản phẩm từ hóa chất	5,74	2,19%
10	Nguyên phụ liệu dệt, may, da giày	5,38	2,05%

Nguồn: Tổng cục Hải quan, 2020

Các kênh nhập khẩu hàng hóa của Việt Nam và đặc điểm?

Các nhà xuất khẩu của Đức có thể tiếp cận thị trường Việt Nam qua các kênh sau:

- **Qua đối tác nhập khẩu Việt Nam:** Đối tác nhập khẩu có thể là các đơn vị mua hàng để sử dụng trực tiếp (chủ yếu đối với các hàng hóa là nguyên nhiên liệu), hoặc đại lý trung gian nhập khẩu hàng hóa rồi phân phối lại cho các cửa hàng, siêu thị, các công ty, đơn vị sản xuất kinh doanh có nhu cầu (chủ yếu đối với hàng hóa là máy móc thiết bị hoặc hàng tiêu dùng). Đây là hình thức nhập khẩu phổ biến vào thị trường Việt Nam.

Để xuất khẩu theo hình thức này thì nhà cung cấp hàng hóa Đức phải tìm hiểu hệ thống phân phối tại Việt Nam đối với hàng hóa của mình và tìm kiếm các nhà nhập khẩu tiềm năng cũng như đặc điểm và nhu cầu của họ. Các nhà nhập khẩu Việt Nam thường quan tâm cao về giá cả. Họ thường tìm hiểu và so sánh giá của các nguồn nhập khẩu khác nhau trước khi quyết định mua hàng. Tuy nhiên, do người mua hàng Việt Nam ngày càng có nhu cầu cao đối với sản phẩm chất lượng (để phục vụ sản xuất xuất khẩu đáp ứng yêu cầu của thị trường nhập khẩu, hoặc để tiêu dùng cá nhân) nên chất lượng cũng là một yếu tố quan trọng trong quyết định mua hàng. Trong việc xem xét chất lượng hàng hóa thì yếu tố nguồn gốc của sản phẩm rất được coi trọng. Các sản phẩm được sản xuất hoặc có thương hiệu từ các quốc gia phát triển sẽ được yêu thích hơn.

- **Qua hiện diện thương mại tại Việt Nam:** Công ty của Đức thiết lập một hiện diện thương mại tại Việt Nam để thực hiện chức năng nhập khẩu hàng hóa trực tiếp từ Đức và phân phối cho các đại lý, cửa hàng, hoặc người tiêu dùng Việt Nam. Hình thức này chủ yếu áp dụng đối với các công ty muốn xuất khẩu với số lượng lớn và phát triển lâu dài ở thị trường Việt Nam do thủ tục thành lập hiện diện thương mại sẽ mất thời gian và chi phí. Các công ty của Đức có thể thành lập liên doanh, doanh nghiệp 100% vốn đầu tư nước ngoài để nhập khẩu và phân phối hàng hóa (bán buôn, bán lẻ) tại Việt Nam. Tuy nhiên, Việt Nam chưa cho phép các nhà phân phối Đức được phân phối 7 loại sản phẩm sau: Dầu, mỡ bôi trơn (ngoại trừ trường hợp doanh nghiệp FDI tự sản xuất và phân phối sản phẩm của mình); Gạo; Đường; Vật phẩm đã ghi hình; Sách, báo và tạp chí.



- **Qua biên giới:** Các nhà cung cấp hàng hóa Đức có thể bán trực tiếp (qua biên giới) cho người tiêu dùng Việt thông qua các phương thức thương mại điện tử. Hình thức này bắt đầu phổ biến ở Việt Nam khi các kênh thương mại điện tử lớn như Lazada, Tiki, Shopee.... bắt đầu bán hàng quốc tế cho phép người mua có thể mua hàng trực tiếp từ các nhà cung cấp nước ngoài và vận chuyển về Việt Nam. Tuy nhiên, theo cam kết EVFTA, Việt Nam chỉ cho phép các nhà cung cấp hàng hóa của Đức bán hàng qua biên giới cho người tiêu dùng Việt Nam vì mục đích tiêu dùng cá nhân mà không mua để bán lại hoặc cho mục đích kinh doanh khác (trừ các chương trình phần mềm vi tính – có thể cho cả mục đích cá nhân và thương mại), và chưa cam kết cho phân phối các hàng hóa sau: Thuốc lá và xì gà; Ấn phẩm (sách, báo và tạp chí); Vật phẩm đã ghi hình; Kim loại quý và đá quý; Dược phẩm (không bao gồm các sản phẩm bổ dưỡng phi dược phẩm dưới dạng viên nén, con nhộng hoặc bột); Thuốc nổ; Dầu thô và dầu đã qua xử lý; Đường mía và đường củ cải; Gạo.

Mặc dù hình thức này đơn giản và tiết kiệm chi phí cho các nhà cung cấp hàng hóa Đức nhưng số lượng bán không được nhiều và chỉ áp dụng cho các sản phẩm tiêu dùng.

Đặc điểm người tiêu dùng Việt Nam?

Thu nhập của người Việt tăng nhanh trong những năm gần đây nhưng vẫn chỉ ở mức trung bình so với khu vực và thấp so với thế giới, đây là một trong những nhân tố chính ảnh hưởng tới hành vi tiêu dùng của người Việt Nam. Thêm vào đó, với khoảng 65% dân số ở nông thôn và chỉ 35% dân số thành thị, giá cả vẫn là yếu tố quan trọng trong quyết định mua sắm của người tiêu dùng Việt. Chính vì thế, hàng hóa nhập khẩu phổ biến trên thị trường Việt Nam vẫn là hàng Trung Quốc, các nước ASEAN và các nước châu Á khác với giá cả cạnh tranh, phù hợp với khả năng tài chính của người tiêu dùng Việt. Hơn nữa khoảng cách địa lý giữa Việt Nam và các nước này tương đối gần, dẫn đến chi phí vận chuyển thấp mà đây lại yếu tố quan trọng giúp giảm giá thành sản phẩm.

Tuy nhiên, trên thực tế, tầng lớp trung lưu của Việt Nam đang ngày càng gia tăng cùng với tâm lý ưa chuộng hàng ngoại của người tiêu dùng Việt, các sản phẩm nhập khẩu chất lượng cao từ các nước châu Âu, châu Mỹ đang ngày càng được quan tâm. Ngoài ra, sự phổ biến của mạng internet cùng với sự phát triển của thương mại điện tử đã giúp người tiêu dùng ngày càng hiểu biết nhiều hơn về các sản phẩm có thương hiệu của nước ngoài. Trong những năm gần đây, Việt Nam ngày càng đẩy mạnh việc đàm phán và ký kết thêm nhiều Hiệp định thương mại tự do (FTA), mở rộng quan hệ đối tác với quốc gia và khu vực trên thế giới, trong đó đáng chú ý phải kể đến Hiệp định CPTPP, EVFTA, RCEP... Như vậy, với các cam kết về cắt giảm thuế quan, mở cửa thị trường trong các FTA, cùng với sự phát triển của lĩnh vực vận tải, logistics giúp giảm chi phí vận chuyển... đã tạo điều kiện cho hàng nhập khẩu từ các khu vực địa lý xa xôi, hiện nay có thể dễ dàng tiếp cận thị trường hàng hóa Việt Nam hơn.

Hiện nay, người tiêu dùng Việt Nam đang ngày càng “thông minh” và kỹ tính hơn trong việc mua sắm, đặc biệt đối với các sản phẩm giá thành cao. Thời đại internet và mạng xã hội phát triển khiến cho người tiêu dùng dễ dàng tiếp cận các thông tin về sản phẩm, do đó họ sẽ dễ dàng so sánh giá cả và đánh giá về sản phẩm trước khi quyết định mua hàng. Thêm vào đó, người Việt cũng thường rất quan tâm đến nguồn gốc của hàng hóa, họ có xu hướng tin tưởng về chất lượng sản phẩm của một số thị trường nhập khẩu (như châu Mỹ, châu Âu, Hàn Quốc, Nhật Bản...) nhiều hơn so với các thị trường khác (Trung Quốc...) và so với hàng nội địa. Các mặt hàng người tiêu dùng Việt Nam đặc biệt quan tâm về chất lượng và thường ưa chuộng sản phẩm ngoại nhập từ các nước phát triển là: thực phẩm dành cho trẻ em, thực phẩm chức năng, thuốc và mỹ phẩm, ô tô, một số hàng hóa xa xỉ (đồng hồ, trang sức...).



Mặc dù các kênh mua sắm truyền thống như chợ, siêu thị, các cửa hàng tạp hóa, trung tâm thương mại... vẫn phổ biến, nhưng người tiêu dùng Việt Nam đang ngày càng ưa chuộng và sử dụng ngày càng nhiều nền tảng thương mại điện tử. Theo một khảo sát thực tế, hiện có tới 80% người tiêu dùng đã từng mua sắm trực tuyến với các mặt hàng mua sắm phổ biến nhất là thời trang, IT và mỹ phẩm (BCSI, 2020). Các kênh mua sắm phổ biến có thể kể tới đó là các sàn giao dịch thương mại điện tử lớn như Shopee, Lazada, Tiki, Sendo... Ngoài ra, mua sắm trực tuyến qua các mạng xã hội như Facebook, Messenger, Zalo... cũng xuất hiện ngày càng nhiều.

Quy trình và thủ tục nhập khẩu hàng hóa vào Việt Nam?

Quy trình thủ tục nhập khẩu hàng hóa vào Việt Nam bao gồm các bước sau:

Bước 1 Chuẩn bị nhập khẩu

Xác định diện nhập khẩu của hàng hóa

Trước khi nhập khẩu hàng hoá, người nhập khẩu phải xác định được hàng hoá của mình thuộc loại nào để tiến hành đúng và đầy đủ các thủ tục cho việc nhập khẩu hàng hoá đó bởi lẽ không phải mọi loại hàng hóa đều có thể được nhập khẩu vào Việt Nam, và không phải tất cả hàng hóa đều áp dụng một cơ chế nhập khẩu như nhau. Vì vậy, nhà nhập khẩu cần xem xét kỹ lưỡng hàng hóa có thuộc một trong các diện dưới đây hay không:

i Hàng hóa bị cấm nhập khẩu

Một số hàng hóa không được phép nhập khẩu vào Việt Nam, ví dụ như vũ khí, ma túy, hóa chất nguy hại, một số hàng hóa đã qua sử dụng... Danh mục hàng hóa cấm nhập khẩu vào Việt Nam được chi tiết trong Phụ lục I - Nghị định 69/2018/NĐ-CP ngày 15/5/2018 của Chính phủ quy định chi tiết một số điều của Luật Quản lý ngoại thương.

ii Hàng hóa phải xin cấp phép kiểm tra chuyên ngành

Trước khi nhập khẩu hàng hóa vào Việt Nam, thương nhân cần xác định xem hàng hóa của mình có phải là hàng hóa thuộc diện phải xin cấp phép kiểm tra chuyên ngành hay không.

Ví dụ 1 - Hàng hoá phải kiểm tra vệ sinh dịch tễ/kiểm dịch động thực vật: Một số hàng hoá như rau củ quả, thịt động vật, thủy sản... cần phải được kiểm tra vệ sinh an toàn thực phẩm hoặc kiểm dịch động thực vật trước khi được lưu hành tại thị trường Việt Nam. Bộ Nông nghiệp và Phát triển Nông thôn, Bộ Y tế, Bộ Công Thương và một số Bộ chức năng khác là cơ quan quản lý nhà nước về những yêu cầu này (ban hành các tiêu chuẩn, quy định cũng như danh sách các sản phẩm thuộc diện kiểm tra).

Ví dụ 2 - Hàng hoá phải kiểm tra về tiêu chuẩn kỹ thuật: Một số hàng hoá như đồ điện tử, máy móc thiết bị, ô tô xe máy... phải đáp ứng các tiêu chuẩn, quy chuẩn kỹ thuật của Việt Nam như tiêu chuẩn về nhãn mác, công năng, vận hành, an toàn, bảo vệ môi trường... Bộ Khoa học và Công nghệ, Bộ Giao thông vận tải, Bộ Công Thương và một số Bộ chức năng khác là cơ quan quản lý nhà nước về những yêu cầu này (ban hành các tiêu chuẩn, quy định cũng như danh sách các sản phẩm thuộc diện kiểm tra).

Các hàng hóa thuộc diện kiểm tra chuyên ngành như trên sẽ phải đăng ký trước với các cơ quan chức năng liên quan để được kiểm tra khi cập cảng và cấp giấy chứng nhận đạt tiêu chuẩn trước khi được phép lưu hành tại thị trường Việt Nam.



iii *Hàng hóa phải có Giấy phép nhập khẩu, theo điều kiện*

Đối với một số loại sản phẩm, nhà nhập khẩu phải xin giấy phép nhập khẩu từ hoặc đáp ứng các điều kiện do Bộ, Ngành chức năng quy định.

Đối với giấy phép nhập khẩu, tùy loại hàng hóa có thể thuộc diện được cấp giấy phép nhập khẩu tự động hoặc không tự động.

Đối với các sản phẩm nhập khẩu theo điều kiện thì sản phẩm nhập khẩu phải đáp ứng đầy đủ các điều kiện đối với sản phẩm đó nhưng doanh nghiệp nhập khẩu không cần phải xin giấy phép nhập khẩu.

Danh mục các sản phẩm nhập khẩu theo giấy phép, điều kiện thuộc phạm vi quản lý của các Bộ được chi tiết trong Phụ lục III - Nghị định 69/2018/NĐ-CP ngày 15/5/2018 của Chính phủ quy định chi tiết một số điều của Luật Quản lý ngoại thương.

Đăng ký/Xin cấp phép

- Cá nhân không thể trực tiếp nhập khẩu hàng hoá mà phải là một pháp nhân có đăng ký thành lập doanh nghiệp mới có thể thực hiện việc nhập khẩu. Đăng ký thành lập doanh nghiệp có thể thực hiện trực tuyến tại Cổng thông tin Quốc gia về Đăng ký doanh nghiệp (dangkykinhdoanh.gov.vn).
- Đăng ký sử dụng chữ ký số tại trang web của Tổng cục Hải quan tại: <https://www.customs.gov.vn/SitePages/DangKyDoanhNghiepSuDungChuKySo.aspx>. Chú ý, Chữ ký số phải được đăng ký trước tại một nhà cung cấp dịch vụ chữ ký số đã được Bộ Thông tin và Truyền thông cấp phép. Sau khi có Chữ ký số thì doanh nghiệp đăng ký sử dụng Chữ ký số đó cho việc khai hải quan điện tử tại trang web của Tổng cục Hải quan.
- Đăng ký sử dụng Hệ thống Thông quan Tự động (VNACCS): Việc khai hải quan được thực hiện qua Hệ thống VNACCS. Để có thể sử dụng hệ thống này, người khai hải quan phải đăng ký sử dụng tại trang web của Tổng cục Hải quan theo đường dẫn: <https://dknsd.customs.gov.vn/Pages/dn.aspx>.



- Đăng ký kiểm tra chuyên ngành đối với các hàng hoá thuộc diện kiểm tra chuyên ngành tại các cơ quan chức năng thuộc Bộ liên quan, ví dụ:
 - a) *Bộ Y tế*: kiểm tra vệ sinh an toàn thực phẩm và chất lượng đối với một số sản phẩm thực phẩm, dược phẩm, mỹ phẩm...;
 - b) *Bộ Giao thông vận tải*: kiểm tra, đăng kiểm phương tiện giao thông, xe máy chuyên dụng;
 - c) *Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn*: kiểm dịch động thực vật, thủy sản.
- Xin cấp giấy phép nhập khẩu tại các Bộ, cơ quan ngang Bộ có thẩm quyền cấp giấy phép đối với trường hợp sản phẩm thuộc diện nhập khẩu theo giấy phép.

Bước 2 Xác định phân loại hàng hóa

Xác định phân loại (HS) cho hàng hóa là một bước rất quan trọng để xác định thuế quan áp dụng đối với hàng hóa đó. Cần lưu ý là theo Tổ chức Hải quan Thế giới (WCO), các nước sẽ áp dụng thống nhất đến 6 số đầu của một mã HS. Tuy nhiên, việc áp dụng các số sau đó trong dãy số mã HS thuộc quyền quyết định riêng của mỗi nước, vì thế các số này có thể khác biệt giữa các nước. Trên thực tế, các nước thường có xu hướng quy định thêm 2 hoặc 4 số vào mã HS ngoài 6 số đầu chung (tạo thành mã HS 8 số, 10 số) phục vụ nhu cầu quản lý của riêng mình.

Việt Nam hiện áp dụng hệ thống HS chi tiết đến 8 số.

EU cũng áp dụng thống nhất một hệ thống HS 8 số trên toàn EU. Hệ thống này sẽ được sử dụng cho việc áp thuế quan cho tất cả hàng hoá nhập khẩu vào khu vực này. Tuy nhiên, một số nước thành viên trong đó có Đức quy định chi tiết hơn đến HS 11 số, nhằm sử dụng cho việc áp thuế VAT và một số mục đích khác.

Khi hàng hóa Đức nhập khẩu vào Việt Nam cần được xác định mã HS phù hợp theo hệ thống HS của Việt Nam để tính thuế cho chính xác vì Hải quan Việt Nam sẽ phân loại hàng hoá dựa theo Hệ thống HS của Việt Nam chứ không phải của nước xuất khẩu. Tham khảo hệ thống HS của Việt Nam tại trang web của Tổng cục Hải quan theo đường dẫn: <https://www.customs.gov.vn/SitePages/Tariff.aspx>

Theo quy định của EVFTA và pháp luật Việt Nam, nhà nhập khẩu Việt Nam hoặc nhà xuất khẩu/nhà sản xuất Đức có quyền gửi yêu cầu Hải quan Việt Nam xác định trước mã HS của hàng hóa của mình (thủ tục Advance Rulings) trước khi nhập khẩu hàng vào Việt Nam. Như vậy, để bảo đảm chắc chắn về tính chính xác của mã HS của hàng hóa, tránh tranh cãi giữa doanh nghiệp và hải quan Việt Nam khi hàng hóa đến cảng, doanh nghiệp có thể gửi yêu cầu xác định trước mã hàng hóa tới Tổng cục Hải quan Việt Nam.



Bước 3 Xác định các loại thuế phí phải nộp

Thuế nhập khẩu

Sau khi xác định được phân loại hàng hóa theo hệ thống HS của Việt Nam, nhà nhập khẩu có thể biết được mức thuế nhập khẩu áp dụng cho hàng hóa đó.

Đối với hàng Đức nhập khẩu vào Việt Nam, có 2 lựa chọn về thuế quan, mỗi lựa chọn tương ứng với một mức thuế và các điều kiện hưởng mức thuế nhất định. Nhà nhập khẩu sẽ căn cứ vào điều kiện cụ thể của hàng hóa để chọn thuế quan phù hợp và có lợi nhất cho mình. Cụ thể:

- i** *Thuế MFN*: Đây là mức thuế Việt Nam áp dụng đối với hàng hóa đến từ các nước thành viên WTO và phải tuân thủ cam kết WTO của Việt Nam. Hàng hóa Đức nhập khẩu vào Việt Nam được áp dụng thuế MFN mà không cần có điều kiện nào kèm theo.
- ii** *Thuế EVFTA*: Đây là mức thuế ưu đãi Việt Nam dành cho hàng hóa từ các nước EU (trong đó có Đức), mức thuế ưu đãi sẽ do Việt Nam quyết định nhưng không được thấp hơn mức đã cam kết trong EVFTA. Theo quy định của EVFTA, hàng hóa của Đức xuất khẩu sang Việt Nam muốn được hưởng ưu đãi thuế quan thì phải đáp ứng quy tắc xuất xứ theo Hiệp định.

Để xác định mức thuế EVFTA Việt Nam áp dụng đối với các sản phẩm của Đức, hàng năm, nhà nhập khẩu cần cập nhật các quy định hiện hành của Việt Nam về việc thực thi Hiệp định này. Hiện tại, Việt Nam đã ban hành Nghị định 111/2020/NĐ-CP ngày 18/09/2020 của Chính phủ về Biểu thuế xuất nhập khẩu ưu đãi đặc biệt thực hiện Hiệp định EVFTA giai đoạn 2020 – 2022.

Thuế giá trị gia tăng

Đa số các sản phẩm hàng hóa nhập khẩu đều phải chịu thuế giá trị gia tăng (trừ một số loại hàng hóa đặc biệt). Mức thuế giá trị gia tăng thường là 10%, một số ít hàng hóa chỉ phải chịu mức thuế 5%.

Tuy nhiên, nếu sản phẩm nhập khẩu được sử dụng làm đầu vào cho sản xuất ra một loại hàng hóa khác thì số tiền thuế giá trị gia tăng đó sau này sẽ được khấu trừ hoàn thuế.

Thuế tiêu thụ đặc biệt

Một số hàng hóa nhập khẩu là đối tượng chịu thuế tiêu thụ đặc biệt như rượu bia, thuốc lá, ô tô...Mức thuế tiêu thụ đặc biệt khác nhau tùy thuộc vào loại hàng hóa áp dụng.



Thuế bảo vệ môi trường

Đây là loại thuế áp dụng đối với các sản phẩm hàng hóa mà khi sử dụng sẽ gây tác động xấu đến môi trường như xăng dầu, than đá, thuốc bảo vệ thực vật...

Thuế chống bán phá giá, thuế chống trợ cấp và thuế tự vệ

Một số hàng hóa nhập khẩu bị Việt Nam điều tra và áp thuế chống bán phá giá, chống trợ cấp hoặc tự vệ nên sẽ phải chịu thêm các mức thuế này khi nhập khẩu vào Việt Nam. Tuy nhiên, hiện tại chưa có sản phẩm nào của Đức bị áp các loại thuế này bởi Việt Nam.

Bước 4 Khai và truyền tờ khai hải quan, nộp thuế, và thông quan

Khai hải quan

Việc khai hải quan có thể chuẩn bị trước bằng cách điền sẵn các thông tin trên phần mềm khai hải quan điện tử. Tờ khai hải quan có thể nộp trước ngày hàng hóa tới cửa khẩu hoặc trong vòng 30 ngày từ ngày hàng hóa đến cửa khẩu lên Hệ thống VNACCS. Sau khi tờ khai hải quan được truyền đi, Hệ thống sẽ tự động phân luồng:

- **Luồng xanh:** Nếu Hệ thống VNACCS phản hồi luồng Xanh, nhà nhập khẩu được miễn kiểm tra chi tiết hồ sơ và hàng hóa.
- **Luồng vàng:** Nếu hệ thống gửi phản hồi luồng Vàng, người nhập khẩu phải nộp thêm các hồ sơ giấy sau để Hải quan kiểm tra:
 - Vận đơn;
 - Phiếu đóng gói hàng;
 - Tờ khai trị giá;
 - Hóa đơn;
 - Giấy phép nhập khẩu (đối với trường hợp hàng hóa thuộc diện phải có Giấy phép nhập khẩu);
 - Giấy thông báo miễn kiểm tra hoặc Giấy thông báo kết quả kiểm tra của cơ quan kiểm tra chuyên ngành (đối với các trường hợp hàng hóa thuộc diện kiểm tra chuyên ngành);
 - Giấy chứng nhận xuất xứ hàng hóa EVFTA (đối với trường hợp hàng hóa muốn được hưởng ưu đãi thuế quan EVFTA).
- **Luồng đỏ:** Nếu hệ thống phản hồi luồng Đỏ, người nhập khẩu sẽ phải nộp các hồ sơ như trong trường hợp Luồng vàng và cơ quan Hải quan sẽ tiến hành kiểm tra thực tế hàng hóa trong trường hợp này.



TẬN DỤNG CƠ HỘI TỪ EVFTA ĐỂ NHẬP KHẨU HÀNG HÓA TỪ ĐỨC VÀO VIỆT NAM
Quy trình và thủ tục nhập khẩu hàng hóa vào Việt Nam?

Nộp thuế

Nhà nhập khẩu phải nộp đầy đủ các loại thuế phí liên quan để được thông quan và giải phóng hàng hóa.

Tình hình xuất khẩu hàng hóa nói chung của Đức?

Đức được biết đến là một trong những nền kinh tế phát triển hàng đầu của thế giới với hoạt động thương mại diễn ra vô cùng sôi động. Theo thống kê của Ngân hàng Thế giới, năm 2020, thương mại của Đức chiếm đến 81,1% GDP của nước này, trong đó xuất khẩu hàng hóa và dịch vụ chiếm 43,4% GDP. Trong nhiều năm qua, Đức vẫn luôn duy trì là quốc gia xuất khẩu lớn thứ 3 thế giới (chỉ sau Trung Quốc và Mỹ). Năm 2020, mặc dù chịu ảnh hưởng nặng nề của đại dịch COVID-19, xuất khẩu của Đức vẫn đạt 1.377,9 tỷ USD, chiếm 8% tổng hàng hóa xuất khẩu trên toàn thế giới.

Nền kinh tế Đức chủ yếu tập trung vào các lĩnh vực sản xuất công nghiệp và dịch vụ. Ngành công nghiệp của Đức có tính chuyên môn hóa cao, công nghệ hiện đại, phát triển và chế tạo được nhiều sản phẩm tinh vi, phức tạp, đặc biệt là các thiết bị công nghệ mới. Các lĩnh vực công nghiệp thế mạnh của Đức bao gồm sản xuất và chế tạo máy bay, tàu vũ trụ, ô tô, máy móc cơ khí, thiết bị điện tử, hóa chất, dược phẩm. Đây cũng là những sản phẩm mà Đức có xuất khẩu nhiều ra thế giới (Bảng 12). Đa số các sản phẩm xuất khẩu từ Đức được đánh giá có chất lượng tốt, đa dạng về mẫu mã và chủng loại... Đặc biệt, ô tô của Đức rất được người tiêu dùng thế giới (trong đó có Việt Nam) ưa chuộng. Ô tô của Đức hiện chiếm gần 19% tổng lượng ô tô xuất khẩu của thế giới (World's Top Exports).



Bảng
12

Tốp 10 sản phẩm xuất khẩu lớn nhất của Đức năm 2020

STT	Mặt hàng XK chính của Đức	Kim ngạch XK (tỷ USD)	Tỷ trọng trong tổng XK của Đức
1	Chương 84: Máy và thiết bị cơ khí; các bộ phận của chúng	236,40	17,16%
2	Chương 87: Xe trừ phương tiện chạy trên đường sắt hoặc đường tàu điện, và các bộ phận và phụ kiện của chúng.	211,16	15,32%
3	Chương 85: Máy điện và thiết bị điện và các bộ phận của chúng; máy ghi và tái tạo âm thanh, máy ghi và tái tạo hình ảnh và âm thanh truyền hình, bộ phận và phụ kiện của các loại máy trên	151,65	11,01%
4	Chương 30: Dược phẩm	97,63	7,09%
5	Chương 90: Dụng cụ và thiết bị quang học, nhiếp ảnh, điện ảnh, đo lường, kiểm tra, chính xác, y tế hoặc phẫu thuật; các bộ phận và phụ kiện của chúng	74,49	5,41%
6	Chương 39: Plastic và các sản phẩm bằng plastic	60,34	4,38%
7	Chương 73: Các sản phẩm bằng sắt hoặc thép	28,25	2,05%
8	Chương 88: Phương tiện bay, tàu vũ trụ, và các bộ phận của chúng	28,22	2,05%
9	Chương 38: Các sản phẩm hóa chất khác	26,98	1,96%
10	Chương 27: Nhiên liệu khoáng, dầu khoáng và các sản phẩm chưng cất từ chúng; các loại sáp khoáng chất	26,25	1,90%

Nguồn: ITC Trademap, 2021



TẬN DỤNG CƠ HỘI TỪ EVFTA ĐỂ NHẬP KHẨU HÀNG HÓA TỪ ĐỨC VÀO VIỆT NAM
Tình hình xuất khẩu hàng hóa nói chung của Đức?

Tuy nhiên, ngoài việc được nhắc tới như là một quốc gia công nghiệp hiện đại hàng đầu thế giới, Đức cũng là một nước có nền nông nghiệp rất phát triển. Hơn 80% lãnh thổ của nước này được sử dụng cho mục đích sản xuất nông nghiệp và lâm nghiệp. Giá trị xuất khẩu nông sản và thực phẩm của Đức lên tới 50 tỉ euro năm 2019 (german-meat.org, 2019), với các sản phẩm xuất khẩu chủ lực bao gồm sô cô la, phô mai, thịt lợn, bánh kẹo và một số thực phẩm chế biến khác.

Tình hình xuất khẩu hàng hóa Đức sang Việt Nam?

Kim ngạch

Theo số liệu của ITC TradeMap, năm 2020, xuất khẩu hàng hóa của Đức sang Việt Nam là 3,4 tỷ USD, chỉ chiếm 0,25% tổng xuất khẩu của Đức ra thế giới.

Từ góc độ của Việt Nam, số liệu từ Tổng cục Hải quan ghi nhận Việt Nam nhập khẩu từ Đức năm 2020 là 3,35 tỷ USD. Mặc dù, chỉ chiếm 1,27% thị phần nhập khẩu hàng hóa của Việt Nam từ thế giới, nhưng nhập khẩu từ Đức lại chiếm 22,85% lượng hàng hóa nhập khẩu của Việt Nam từ thị trường EU, đứng thứ 2 sau Ireland (các năm trước đó Đức đều đứng thứ nhất).

Trong giai đoạn 2010-2020, kim ngạch nhập khẩu hàng hóa của Việt Nam từ Đức đã tăng gần gấp đôi, từ 1,74 tỷ USD vào năm 2010 lên đến 3,35 tỷ USD vào năm 2020. Tốc độ tăng trưởng nhập khẩu trung bình giai đoạn này là 7,93%/năm.

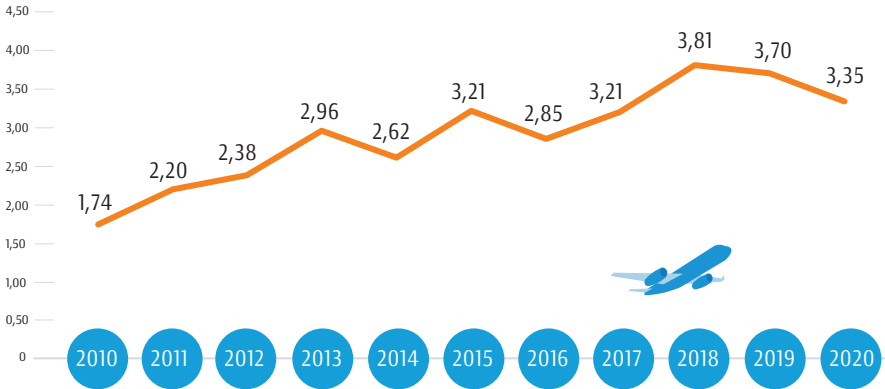
Mặc dù nhập khẩu hàng hóa từ Đức của Việt Nam có xu hướng gia tăng nhưng không ổn định, lên xuống liên tục trong giai đoạn 2010-2020. Đặc biệt hai năm 2019 và 2020, kim ngạch nhập khẩu từ Đức sụt giảm mạnh, khiến Đức đánh mất vị thế nước EU xuất khẩu nhiều nhất sang Việt Nam vào tay Ireland vào năm 2020. Có nhiều nguyên nhân dẫn đến tình trạng này, trong đó có thể kể đến những biến động của thị trường thế giới, tác động từ căng thẳng thương mại giữa một số quốc gia và khu vực, hay việc Anh rời khỏi EU, và đặc biệt là sự bùng phát của đại dịch COVID-19.



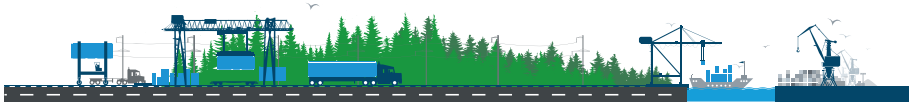
Hình
3

Kim ngạch nhập khẩu hàng hoá Đức của Việt Nam giai đoạn 2010 – 2020

Đơn vị: Tỷ USD



Nguồn: Tổng cục Hải quan, 2021



Với việc ký kết và thực thi Hiệp định EVFTA từ ngày 01/08/2020, xuất khẩu từ Đức sang Việt Nam được kỳ vọng sẽ có sự phục hồi và tăng trưởng trở lại. Trên thực tế, theo số liệu của Tổng cục Hải quan, nhập khẩu hàng hóa từ Đức của Việt Nam trong 10 tháng đầu năm 2021 đã đạt 3,16 tỷ USD, tăng 15,8% so với cùng kỳ năm trước. Đây là một tín hiệu tích cực mà EVFTA mang lại trong việc thúc đẩy xuất khẩu hàng hóa của Đức sang Việt Nam, bất chấp những tác động tiêu cực của đại dịch COVID-19.

Sản phẩm

Các sản phẩm Việt Nam nhập khẩu từ Đức chủ yếu là các nguyên nhiên liệu và máy móc, thiết bị phục vụ sản xuất như máy móc thiết bị cơ khí; máy móc thiết bị điện tử; sắt thép, hóa chất, thuốc nhuộm... Ngoài ra Việt Nam cũng nhập khẩu nhiều từ Đức các sản phẩm tiêu dùng như dược phẩm, thiết bị y tế, các sản phẩm nhựa, hay xe và phụ kiện... Các sản phẩm kể trên, đa phần cũng là các sản phẩm xuất khẩu thế mạnh của Đức và cũng là các sản phẩm Việt Nam có nhu cầu cao nhằm phục vụ nhu cầu tiêu dùng và sản xuất, xuất khẩu.

Tuy nhiên, tỷ trọng nhập khẩu các sản phẩm này của Việt Nam từ Đức trong tổng nhập khẩu từ thế giới còn tương đối thấp, thường dưới 5% (đa số 1-2%), ngoại trừ dược phẩm có tỷ trọng tương đối, ở mức 11,67%. Điều này cũng cho thấy các sản phẩm của Đức vẫn còn nhiều dư địa để tiếp tục mở rộng thị phần tại Việt Nam đặc biệt với động lực từ EVFTA. Hơn nữa, hàng hóa Đức từ lâu đã được người tiêu dùng và doanh nghiệp Việt Nam đánh



giá cao về chất lượng và mẫu mã, khi thu nhập của người Việt Nam tăng lên thì nhu cầu với các sản phẩm chất lượng cao cũng gia tăng, và các thương hiệu nổi tiếng của Đức sẽ có cơ hội gia tăng sự hiện diện tại Việt Nam.

Bảng 13 Tốp 10 sản phẩm nhập khẩu lớn nhất từ Đức của Việt Nam năm 2020

STT	Sản phẩm	Giá trị nhập khẩu năm 2020 (triệu USD)	Tỷ trọng trong tổng nhập khẩu của Việt Nam từ thế giới
1	Chương 84: Máy và thiết bị cơ khí; các bộ phận của chúng	765,64	3,55%
2	Chương 85: Máy điện và thiết bị điện và các bộ phận của chúng; máy ghi và tái tạo âm thanh, máy ghi và tái tạo hình ảnh và âm thanh truyền hình, bộ phận và phụ kiện của các loại máy trên	557,67	0,58%
3	Chương 30: Dược phẩm	414,81	11,67%
4	Chương 90: Dụng cụ và thiết bị quang học, nhiếp ảnh, điện ảnh, đo lường, kiểm tra, chính xác, y tế hoặc phẫu thuật; các bộ phận và phụ kiện của chúng	378,43	4,49%
5	Chương 39: Plastic và các sản phẩm bằng plastic	192,38	1,21%
6	Chương 38: Các sản phẩm hóa chất khác	134,05	4,52%
7	Chương 87: Xe trừ phương tiện chạy trên đường sắt hoặc đường tàu điện, và các bộ phận và phụ kiện của chúng.	106,09	1,99%
8	Chương 73: Các sản phẩm bằng sắt hoặc thép	71,64	1,58%
9	Chương 29: Hóa chất hữu cơ	50,79	1,34%
10	Chương 32: Các chất chiết xuất làm thuốc nhuộm hoặc thuốc da; ta nanh và các chất dẫn xuất của chúng; thuốc nhuộm, thuốc màu và các chất màu khác; sơn và véc ni; chất gắn và các loại ma tít khác; các loại mực	48,57	2,75%

Nguồn: ITC Trademap, 2021

Các đối thủ cạnh tranh chính của hàng hóa Đức tại Việt Nam?

Là một trong những nền kinh tế mở nhất trong khu vực ASEAN và thế giới, thị trường Việt Nam hiện đang có sự hiện diện và cạnh tranh khốc liệt của nhiều đối thủ cạnh tranh đến từ nhiều nước và khu vực khác nhau. Tuy nhiên, các đối thủ cạnh tranh phổ biến và chiếm ưu thế vẫn là từ khu vực châu Á, đặc biệt là Đông Nam Á, trong đó phải kể đến là Trung Quốc, Hàn Quốc, Nhật Bản, Ấn Độ, và các nước ASEAN. Đây là các thị trường nhập khẩu truyền thống của Việt Nam vì:

- Có vị trí địa lý gần Việt Nam hơn các thị trường khác như Đức và các nước châu Âu nên chi phí vận chuyển thấp giúp giá thành cạnh tranh hơn;
- Đã có FTA có hiệu lực từ lâu với Việt Nam (Bảng 14) nên hàng hóa đã được miễn hoặc giảm thuế quan so với các nước chưa có FTA với Việt Nam như Đức trước khi EVFTA có hiệu lực;
- Có nhiều sản phẩm giá cả phải chăng hơn các thị trường nhập khẩu phát triển như Đức.

Bảng 14 Các FTA và đối tác FTA của Việt Nam

STT	FTA	Thời gian	Đối tác
FTA đã có hiệu lực			
1	AFTA	Có hiệu lực từ 1993	ASEAN
2	ACFTA	Có hiệu lực từ 2003	ASEAN, Trung Quốc
3	AKFTA	Có hiệu lực từ 2007	ASEAN, Hàn Quốc
4	AJCEP	Có hiệu lực từ 2008	ASEAN, Nhật Bản
5	VJEPA	Có hiệu lực từ 2009	Việt Nam, Nhật Bản
6	AIFTA	Có hiệu lực từ 2010	ASEAN, Ấn Độ
7	AANZFTA	Có hiệu lực từ 2010	ASEAN, Australia, New Zealand
8	VCFTA	Có hiệu lực từ 2014	Việt Nam, Chi Lê



TẬN DỤNG CƠ HỘI TỪ EVFTA ĐỂ NHẬP KHẨU HÀNG HÓA TỪ ĐỨC VÀO VIỆT NAM
Các đối thủ cạnh tranh chính của hàng hóa Đức tại Việt Nam?

STT	FTA	Thời gian	Đối tác
FTA đã có hiệu lực			
9	VKFTA	Có hiệu lực từ 2015	Việt Nam, Hàn Quốc
10	Việt Nam – EAEU FTA	Có hiệu lực từ 2016	Việt Nam, Nga, Belarus, Armenia, Kazakhstan, Kyrgyzstan
11	CPTPP	Có hiệu lực từ 2019	Việt Nam, Canada, Mexico, Peru, Chi Lê, New Zealand, Úc, Nhật Bản, Singapore, Brunei, Malaysia
12	AHKFTA	Có hiệu lực từ 2019	ASEAN, Hồng Kông (Trung Quốc)
13	EVFTA	Có hiệu lực từ 01/08/2020	Việt Nam, EU (27 thành viên)
14	UKVFTA	Có hiệu lực từ 01/05/2021	Việt Nam, Vương Quốc Anh
15	RCEP	Có hiệu lực từ 01/01/2022	ASEAN, Trung Quốc, Hàn Quốc, Nhật Bản, Australia, New Zealand
FTA đang đàm phán			
16	Việt Nam – EFTAFTA	Khởi động đàm phán tháng 05/2012	Việt Nam, EFTA (Thụy Sĩ, Na Uy, Iceland, Liechtenstein)
17	Việt Nam - Israel	Khởi động đàm phán tháng 12/2015	Việt Nam, Israel

Bảng dưới đây liệt kê top 5 thị trường nhập khẩu lớn nhất của Việt Nam cho mỗi nhóm sản phẩm xuất khẩu chủ lực của Đức sang Việt Nam. Có thể thấy, chỉ với nhóm hàng Dược phẩm Đức lọt vào trong top này và đứng vị trí tương đối (thứ 2), còn lại các sản phẩm của Đức đều chưa chiếm được thị phần ưu thế trong tổng nhập khẩu vào Việt Nam.



TẬN DỤNG CƠ HỘI TỪ EVFTA ĐỂ NHẬP KHẨU HÀNG HÓA TỪ ĐỨC VÀO VIỆT NAM
 Các đối thủ cạnh tranh chính của hàng hóa Đức tại Việt Nam?

Bảng

15

Các đối thủ cạnh tranh lớn nhất của hàng hóa Đức tại Việt Nam

STT	Sản phẩm	Top 5 nước Việt Nam nhập khẩu nhiều nhất sản phẩm này
1	Chương 84: Máy và thiết bị cơ khí; các bộ phận của chúng	Trung Quốc, Hàn Quốc, Nhật Bản, Thái Lan, Đài Bắc Trung Hoa
2	Chương 85: Máy điện và thiết bị điện và các bộ phận của chúng; máy ghi và tái tạo âm thanh, máy ghi và tái tạo hình ảnh và âm thanh truyền hình, bộ phận và phụ kiện của các loại máy trên	Trung Quốc, Hàn Quốc, Đài Bắc Trung Hoa, Nhật Bản, Mỹ
3	Chương 30: Dược phẩm	Pháp, Đức, Mỹ, Ấn Độ, Ý
4	Chương 90: Dụng cụ và thiết bị quang học, nhiếp ảnh, điện ảnh, đo lường, kiểm tra, chính xác, y tế hoặc phẫu thuật; các bộ phận và phụ kiện của chúng	Hàn Quốc, Trung Quốc, Nhật Bản, Đài Bắc Trung Hoa, Mỹ
5	Chương 39: Plastic và các sản phẩm bằng plastic	Trung Quốc, Hàn Quốc, Đài Bắc Trung Hoa, Nhật Bản, Ả rập Saudi
6	Chương 38: Các sản phẩm hóa chất khác	Trung Quốc, Hàn Quốc, Đài Bắc Trung Hoa, Mỹ, Nhật Bản
7	Chương 87: Xe trừ phương tiện chạy trên đường sắt hoặc đường tàu điện, và các bộ phận và phụ kiện của chúng.	Thái Lan, Trung Quốc, Indonesia, Hàn Quốc, Nhật Bản
8	Chương 73: Các sản phẩm bằng sắt hoặc thép	Trung Quốc, Hàn Quốc, Nhật Bản, Thái Lan, Đài Bắc Trung Hoa
9	Chương 29: Hóa chất hữu cơ	Trung Quốc, Đài Bắc Trung Hoa, Hàn Quốc, Thái Lan, Singapore
10	Chương 32: Các chất chiết xuất làm thuốc nhuộm hoặc thuốc da; ta nanh và các chất dẫn xuất của chúng; thuốc nhuộm, thuốc màu và các chất màu khác; sơn và véc ni; chất gắn và các loại ma tít khác; các loại mực	Trung Quốc, Hàn Quốc, Đài Bắc Trung Hoa, Nhật Bản, Ấn Độ

Nguồn: ITC Trademap, 2021



Tuy nhiên, các doanh nghiệp và người tiêu dùng Việt Nam đang có xu hướng chuyển sang các thị trường nhập khẩu mới nhằm:

- *Đa dạng hóa thị trường:* việc quá phụ thuộc vào một vài thị trường nhất định sẽ khiến doanh nghiệp bị thiệt hại nặng nề khi có biến động bất lợi tại thị trường đó;
- *Đa dạng hóa chủng loại hàng hóa:* việc mở rộng các thị trường nhập khẩu sẽ giúp doanh nghiệp đa dạng hóa sản phẩm, tìm kiếm các sản phẩm chất lượng cao hơn mà giá cả phải chăng để giúp người tiêu dùng có thêm lựa chọn;
- *Tối ưu hóa chi phí đầu vào, tăng năng suất:* Các doanh nghiệp Việt Nam đang tìm kiếm các thị trường mới có nguồn nhiên liệu dồi dào, có nguồn công nghệ cao, máy móc thiết bị hiện đại nhằm nhập khẩu nguyên nhiên liệu và máy móc phục vụ sản xuất nhằm tối ưu hóa chi phí đầu vào và tăng năng suất;
- *Thỏa mãn nhu cầu gia tăng hàng hóa chất lượng cao:* Người tiêu dùng Việt Nam có mức sống ngày càng được cải thiện, đặc biệt là bộ phận dân cư thành thị, nên có nhu cầu ngày càng cao với các sản phẩm chất lượng tốt, mẫu mã đẹp, các thương hiệu nổi tiếng thế giới.

Với xu hướng này, các đối tác FTA mới của Việt Nam với công nghệ hiện đại và hàng hóa chất lượng cao như Đức và các nước EU sẽ có cơ hội lớn để tăng thị phần tại Việt Nam trong thời gian tới.

Các lợi thế và bất lợi của hàng hóa Đức tại Việt Nam?

Lợi thế

Việt Nam là thị trường lớn và nhu cầu đối với hàng hóa (nguyên liệu, thành phẩm) chất lượng cao ngày càng gia tăng:

- *Việt Nam một trong những thị trường tiêu dùng lớn nhất châu Á:* Dân số của Việt Nam hiện đang đứng thứ 3 Đông Nam Á và thứ 15 thế giới (Ngân hàng Thế giới, 2021);
- *Thu nhập của người Việt Nam đang tăng nhanh:* Theo số liệu thống kê của Ngân hàng Thế giới, năm 2020 GDP bình quân đầu người của Việt Nam là 2.786 USD, tăng lên hơn 2 lần so với mức 1.318 USD vào năm 2010. Thu nhập tăng cũng kéo theo nhu cầu tiêu dùng tăng. Đáng chú ý, tầng lớp trung lưu của Việt Nam đang hình thành và ngày càng gia tăng - năm 2020 tầng lớp này của Việt Nam vào khoảng 13 triệu người. Tầng lớp này có tập quán mua sắm hiện đại và nhu cầu cao đối với các sản phẩm nhập khẩu chất lượng cao từ các nước phát triển như Mỹ, Nhật Bản, châu Âu trong đó có Đức;
- *Hành vi của người tiêu dùng Việt Nam đang có những thay đổi đáng kể, chuyển ưu tiên từ giá sang nguồn gốc xuất xứ, chất lượng sản phẩm:* Nếu như trước đây, người tiêu dùng lựa chọn hàng hóa, dịch vụ dựa trên yếu tố giá rẻ nhất thì ngày nay người tiêu dùng Việt lại có xu hướng tìm hiểu và lựa chọn kỹ hơn về nguồn gốc, chất lượng sản phẩm. Theo một Báo cáo của Nielsen Việt Nam năm 2018, đa số (80 - 90%) người tiêu dùng được khảo sát khẳng định nguồn gốc của hàng hóa là yếu tố then chốt ảnh hưởng đến quyết định mua hàng của họ so với các yếu tố khác. Đặc biệt đối với thực phẩm, đồ uống và các sản phẩm chăm sóc cơ thể, người Việt có xu hướng ưa chuộng hàng hóa chất lượng cao, hàng nhập khẩu, đặc biệt từ nguồn các nước phát triển:
 - *Thực phẩm:* hàng cao cấp đóng góp 20% doanh số của ngành thực phẩm, với tốc độ tăng trưởng trung bình khoảng 11%/năm;
 - *Đồ uống:* đồ uống cao cấp dù chỉ đóng góp 3% vào tổng doanh số nhưng mức tăng trưởng trung bình đạt đến khoảng 103%/năm;
 - *Hàng chăm sóc cơ thể:* hàng cao cấp chiếm khoảng 23%, với mức tăng trưởng hàng năm khoảng 22%. Đặc biệt, nhu cầu đối với dược phẩm chất lượng cao, nguồn gốc rõ ràng ngày càng gia tăng do thu nhập càng tăng thì người tiêu dùng càng quan tâm nhiều hơn đến vấn đề chăm sóc và bảo vệ sức khỏe.



- *Nhu cầu nguyên liệu, máy móc chất lượng cao phục vụ sản xuất/xuất khẩu gia tăng:* Với tốc độ tăng trưởng mạnh của sản xuất, xuất khẩu, nhu cầu đối với máy móc thiết bị và nguyên liệu phục vụ sản xuất của Việt Nam ngày càng gia tăng. Các ngành xuất khẩu chủ lực của Việt Nam như điện tử, dệt may, giày dép, thủy sản, đồ gỗ... đều là những ngành nhập khẩu lượng lớn nguyên liệu và máy móc thiết bị và công nghệ của nước ngoài. Do yêu cầu của các thị trường xuất khẩu của Việt Nam ngày càng khắt khe hơn, đòi hỏi nguồn đầu vào trong sản xuất phải ngày càng chất lượng hơn, dẫn đến nhu cầu đặc biệt cao đối với các khu vực nhập khẩu có công nghệ nguồn, công nghệ xanh, sạch, chất lượng. Hơn nữa, nếu hàng hóa xuất khẩu sang EU và muốn được hưởng ưu đãi thuế quan EVFTA thì phải đáp ứng được quy tắc xuất xứ của Hiệp định về hàm lượng giá trị nội khối, khi đó nhu cầu nhập khẩu đầu vào từ Đức và các nước thành viên EU khác của doanh nghiệp Việt Nam sẽ gia tăng.

Trong khi đó:

- Đức là một trong những nước phát triển và xuất khẩu lớn nhất thế giới: Năm 2020, Đức là nền kinh tế lớn nhất châu Âu và lớn thứ 4 thế giới. Nước này cũng chiếm vị thế xuất khẩu số 1 châu Âu và thứ 3 thế giới. Hơn nữa, Đức từ lâu đã nổi tiếng với rất nhiều hàng hóa chất lượng tốt, bền đẹp, nhiều thương hiệu nổi tiếng được người tiêu dùng trên thế giới ưa chuộng;
- Đức có thế mạnh sản xuất nhiều loại máy móc thiết bị cơ khí phục vụ sản xuất: Đức là quốc gia luôn đi tiên phong thế giới trong nhiều lĩnh vực công nghệ cao, công nghệ xanh, sạch... Đây cũng là nhóm sản phẩm mà Việt Nam đang ngày càng có nhu cầu cao để phục vụ công cuộc công nghiệp hóa, hiện đại hóa đất nước và sản xuất xuất khẩu;
- Đức nổi tiếng với nhiều thương hiệu tiêu dùng uy tín: Không chỉ nổi danh với ngành cơ khí hiện đại, các sản phẩm tiêu dùng của Đức như ô tô, thiết bị gia dụng, mỹ phẩm, dược phẩm... cũng được biết đến và ưa chuộng bởi người tiêu dùng thế giới và Việt Nam. Đặc biệt, ngành dược phẩm của Đức rất phát triển, dẫn đầu châu Âu và thế giới, là nước đi tiên phong trong phát minh sáng chế và áp dụng công nghệ tiên tiến trong sản xuất dược phẩm.



Bất lợi:

- *Khoảng cách địa lý:* Đức có vị trí địa lý cách xa Việt Nam, vì vậy mặc dù rất mạnh về dịch vụ logistics, chi phí vận chuyển hàng hóa từ Đức sang Việt Nam vẫn cao hơn so với các đối thủ cạnh tranh ở các khu vực gần/sát Việt Nam như ASEAN hay các nước khu vực châu Á. Chi phí vận chuyển cao khiến cho giá thành bị đội lên, trong khi các sản phẩm của Đức vốn có giá thành cao hơn các khu vực khác. Tuy nhiên, với sự phát triển của vận tải và logistics, các chi phí vận chuyển từ Đức sang Việt Nam trong thời gian tới có thể sẽ được tiết giảm. Hơn nữa, việc cắt giảm thuế quan đối với hàng hóa từ Đức theo EVFTA cũng giúp giá hàng hóa của Đức cạnh tranh hơn so với nhiều đối thủ cạnh tranh khác không có FTA với Việt Nam;
- *Giá thành cao:* Hàng hóa của Đức có chất lượng tốt nhưng cũng đồng nghĩa với việc giá thành cao khiến cho chỉ có một số ít người tiêu dùng tầng lớp trung và thượng lưu mới có thể chi trả. Còn về phía doanh nghiệp Việt Nam, với trên 90% là doanh nghiệp vừa và nhỏ, khả năng mua máy móc hiện đại và nguyên liệu chất lượng cao chỉ có thể đáp ứng được bởi một số ít doanh nghiệp lớn và có các đơn hàng xuất khẩu sang những nước phát triển khó tính. Tuy nhiên, khi các tầng lớp người tiêu dùng thu nhập cao và xuất khẩu gia tăng ở các thị trường phát triển thì cơ hội cho các sản phẩm xuất khẩu của Đức vào Việt Nam vẫn rất tiềm năng.

Cơ hội từ EVFTA cho nhập khẩu hàng hóa từ Đức?

Cơ hội từ cắt giảm thuế quan và mở cửa thị trường:

Đây có lẽ là cơ hội lớn nhất từ EVFTA cho hàng hóa xuất khẩu của Đức sang Việt Nam bởi hiện tại Việt Nam đang áp dụng thuế MFN tương đối cao đối với nhiều sản phẩm xuất khẩu chủ lực của Đức. EVFTA cũng là một trong những FTA mà Việt Nam có cam kết cắt giảm thuế tương đối mạnh, mạnh hơn nhiều so với một số FTA trước đây của Việt Nam. Do đó, hàng hóa của Đức vào Việt Nam sẽ được hưởng ưu đãi thuế quan EVFTA, qua đó giảm giá thành sản phẩm, bù đắp được các chi phí vận chuyển cao từ nước này sang Việt Nam, và có lợi thế cạnh tranh so với nhiều hàng hóa từ các đối thủ cạnh tranh khác. Các nhóm sản phẩm của Đức được đánh giá là có nhiều lợi thế từ cắt giảm thuế quan theo EVFTA là: xe cộ, máy móc thiết bị điện, các sản phẩm nhựa, sắt thép, nhiên liệu dầu khoáng, thịt động vật và gia cầm, xúc xích, sữa và các sản phẩm từ sữa.

Ngoài ra, Việt Nam cũng mở cửa thị trường mua sắm công cho nhiều gói thầu hàng hóa của nhiều đơn vị mua sắm công (các đơn vị thuộc 20 Bộ ngành, 2 thành phố, 34 bệnh viện...), giúp cho các nhà thầu của Đức có cơ hội tiếp cận thị trường này để cung cấp hàng hóa cho các gói thầu mua sắm công của Việt Nam.

Cơ hội từ việc giảm thiểu các rào cản phi thuế quan:

Trong EVFTA, Việt Nam có nhiều cam kết liên quan đến cải cách hải quan và thuận lợi hóa thương mại, áp dụng các biện pháp vệ sinh an toàn thực phẩm và kiểm dịch động thực vật, các biện pháp kỹ thuật đối với thương mại, PVTM... tuân thủ các quy tắc và tiêu chuẩn của EVFTA. Các cam kết này sẽ giúp hạn chế các rào cản không cần thiết đối với thương mại giữa Việt Nam và Đức.

Mặc dù Việt Nam được đánh giá là một trong những thị trường nhập khẩu tương đối “đễ tính” đối với hàng hóa nước ngoài, một số các sản phẩm nhập khẩu vẫn là đối tượng của nhiều biện pháp phi thuế quan của Việt Nam như thực phẩm, dược phẩm, hóa chất, phương tiện vận tải... Ngoài ra, nhiều thủ tục hành chính vẫn còn bất cập, tốn nhiều thời gian và chi phí của các doanh nghiệp. Việc thực hiện EVFTA được kỳ vọng giúp cho hàng hóa của EU nói chung và Đức nói riêng tiếp cận thị trường Việt Nam dễ dàng hơn với việc tiết giảm các rào cản phi thuế quan và cải cách thủ tục hải quan.



Vì vậy, tất cả các hàng hóa của Đức khi tiếp cận thị trường Việt Nam sẽ được hưởng lợi từ các cam kết tiết giảm các rào cản phi thuế quan của Việt Nam. Trong đó, một số nhóm hàng hóa của Đức sẽ có lợi thế hơn từ những cam kết bổ sung của Việt Nam như: các sản phẩm phi nông nghiệp (nhờ các cam kết về ghi nhãn EU), các sản phẩm ô tô – xe máy – phụ tùng (nhờ các cam kết về TBT đối với các sản phẩm này), dược phẩm (nhờ các cam kết về tiêu chuẩn và minh bạch hóa), hàng tân trang (nhờ cam kết đối xử hàng tân trang như hàng mới).

Cơ hội từ các quyền sở hữu trí tuệ được nâng cao bảo hộ:

Đức là một trong những nước có trình độ công nghệ tiên tiến bậc nhất thế giới và sở hữu nhiều nhãn hiệu, sáng chế và các quyền SHTT khác. Do đó, các doanh nghiệp của Đức rất quan tâm đến các vấn đề về bảo hộ SHTT khi tiếp cận các thị trường nước ngoài. Với EVFTA, Việt Nam có nhiều cam kết mạnh mẽ cả về tăng cường bảo hộ các quyền SHTT và các biện pháp thực thi bảo vệ quyền. Đặc biệt, cam kết về Chỉ dẫn địa lý của Việt Nam đã công nhận 12 Chỉ dẫn địa lý của Đức giúp cho các sản phẩm này được bảo hộ tự động tại Việt Nam mà không cần thêm thủ tục nào. Các nhóm sản phẩm của Đức sẽ được hưởng lợi nhiều từ các cam kết SHTT của Việt Nam trong EVFTA là: dược phẩm, rượu bia và đồ uống.

Cơ hội từ cắt giảm chi phí do môi trường kinh doanh, pháp lý được cải thiện:

Xuyên suốt EVFTA là các cam kết của cả Việt Nam và EU nhằm hướng tới tự do hóa, bình đẳng hóa, minh bạch hóa và thuận lợi hóa cho thương mại và đầu tư giữa hai bên. Về phía Việt Nam, các cam kết này sẽ giúp cho môi trường kinh doanh và môi trường pháp lý của Việt Nam ngày càng thuận lợi hơn, cắt giảm chi phí và thời gian cho doanh nghiệp. Từ đó hàng hóa của Đức khi vào Việt Nam, dù thông qua các hoạt động nhập khẩu, hay thiết lập văn phòng đại diện/giới thiệu sản phẩm, hay thông qua các gói thầu mua sắm công... đều sẽ được tạo điều kiện thuận lợi và dễ dàng hơn.



Cơ hội EVFTA đối với các sản phẩm Dược phẩm của Đức

Đức là một trong những nước sản xuất và xuất khẩu dược phẩm lớn nhất thế giới. Trong khi đó, theo một Báo cáo của KPMG, thị trường dược phẩm của Việt Nam đang gia tăng nhanh chóng trong thời gian vừa qua, từ 2,7 tỷ USD năm 2015 lên 3,6 tỷ USD năm 2018. Nhu cầu nhập khẩu đối với các sản phẩm này cũng đã tăng 43% từ 2,3 tỷ USD năm 2015 lên 3,3 tỷ USD năm 2020. Thêm vào đó, với tốc độ phát triển kinh tế nhanh và tầng lớp trung và thượng lưu ngày càng gia tăng tại Việt Nam, nhu cầu về chăm sóc sức khỏe, lựa chọn các sản phẩm dược phẩm có thương hiệu, chất lượng cao cũng tăng theo. Vì vậy, các sản phẩm dược phẩm cao cấp của Đức sẽ có cơ hội lớn tiếp cận thị trường Việt Nam trong thời gian tới nhờ các lợi ích dưới đây từ EVFTA:

- **Lợi ích từ cắt giảm thuế quan:** Hiện Việt Nam đang duy trì các mức thuế MFN dao động từ 0% đến 14% (trung bình 2,19%) đối với các sản phẩm dược phẩm. Trong EVFTA, Việt Nam cam kết xóa bỏ khoảng 63% dòng thuế dược phẩm cho Đức ngay khi Hiệp định có hiệu lực. Các dòng thuế còn lại sẽ được cắt giảm thuế dần dần đến xóa bỏ hoàn toàn sau 10 năm.
- **Lợi ích từ các cam kết về tiêu chuẩn và minh bạch:** Việt Nam cam kết minh bạch hóa các văn bản quy phạm pháp luật, quy định, tiêu chí và thủ tục liên quan tới việc định giá, niêm yết giá, bồi hoàn hoặc quản lý dược phẩm. Việt Nam cũng cam kết xây dựng quy chuẩn kỹ thuật đối với dược phẩm và trang thiết bị y tế dựa trên các tiêu chuẩn, thông lệ và hướng dẫn quốc tế liên quan, trừ trường hợp chứng minh được một cách khoa học là các tiêu chuẩn, thông lệ, hướng dẫn này không phù hợp hoặc không hiệu quả để thực hiện các mục tiêu hợp pháp của mình.
- **Lợi ích từ cam kết cho phép các nhà đầu tư Đức nhập khẩu, xây kho, nghiên cứu và giới thiệu các sản phẩm dược phẩm:** Việt Nam cam kết cho phép các doanh nghiệp có vốn đầu tư của Đức được nhập khẩu dược phẩm nhưng không được tham gia bán buôn hay bán lẻ dược phẩm và chỉ được bán lại cho doanh nghiệp được cấp phép quyền phân phối (bán buôn) dược phẩm ở Việt Nam; các doanh nghiệp này cũng được phép xây dựng kho để bảo quản thuốc nhập khẩu, thực hiện nghiên cứu lâm sàng/kiểm nghiệm để đảm bảo dược phẩm phù hợp với người dân Việt Nam, thực hiện giới thiệu thông tin về thuốc nhập khẩu cho cán bộ y tế phù hợp với quy định của Việt Nam.
- **Lợi ích từ cam kết về thủ tục cấp phép lưu hành:** Việt Nam cam kết bãi bỏ yêu cầu về khoảng thời gian tối thiểu giữa thời điểm cấp phép tại Đức và thời điểm xin phép lưu hành tại Việt Nam; bãi bỏ các yêu cầu vượt quá thông lệ quốc tế về nghiên cứu lâm sàng (đặc biệt là thông lệ của Hội đồng quốc tế về hài hòa các thủ tục đăng ký dược phẩm sử dụng cho con người - ICH).



- **Lợi ích từ các cam kết về Sở hữu trí tuệ:** Các cam kết của Việt Nam về đền bù thời gian chậm trễ do cấp phép lưu hành khiến thời gian khai thác thương mại của thuốc được bảo hộ độc quyền bị rút ngắn, cam kết bảo hộ dữ liệu độc quyền trong vòng 5 năm... giúp cho các sản phẩm dược phẩm của Đức sẽ được bảo hộ cao hơn khi lưu hành tại thị trường Việt Nam.
- **Lợi ích từ các cam kết mở cửa thị trường mua sắm công:** Đối với dược phẩm, Việt Nam cam kết cho phép các doanh nghiệp EU được tham gia đấu thầu mua sắm dược phẩm của Bộ Y tế và 34 bệnh viện công trực thuộc Bộ Y tế với một số điều kiện và lộ trình nhất định. Đây sẽ là cơ hội rất tốt cho các nhà thầu cung cấp dược phẩm của Đức tiếp cận thị trường mua sắm công của Việt Nam rất nhiều tiềm năng và mới mở rất hạn chế cho một số ít đối tác FTA.



Cơ hội EVFTA đối với các sản phẩm Ô tô của Đức

Đức là một trong những quốc gia sản xuất và xuất khẩu ô tô hàng đầu thế giới với nhiều thương hiệu nổi tiếng như Mercedes, BMW, Audi, Porsche... Trong khi đó, Việt Nam là một nước đang phát triển với tốc độ tăng trưởng kinh tế thuộc hàng cao nhất trong khu vực và trên thế giới với tầng lớp trung lưu ngày càng gia tăng, do đó, nhu cầu về sử dụng những mặt hàng xa xỉ trong đó có xe ô tô, đặc biệt là những hãng xe sang trọng từ Đức đang ngày một tăng cao. Tỷ lệ sở hữu ô tô của người dân Việt Nam tăng trưởng khoảng 10,5%/năm trong những năm gần đây (Phòng Thương mại và Công nghiệp Pháp tại Việt Nam, 2021). Ngoài ra, theo một Báo cáo ngành ô tô năm 2019 của Công ty Chứng khoán Vietin, tốc độ tăng trưởng của ngành ô tô Việt Nam giai đoạn 2014-2018 đạt trung bình là 23,7%. Như vậy, việc EVFTA chính thức đi vào thực thi góp phần tạo điều kiện cho người dân Việt Nam dễ dàng tiếp cận hơn với các thương hiệu xe nổi tiếng và chất lượng từ Đức. Các lợi ích mà EVFTA đem lại cho các sản phẩm ô tô của Đức bao gồm:

- **Lợi ích từ cắt giảm thuế quan:** Việt Nam hiện đang duy trì các mức thuế MFN rất cao đối với các sản phẩm ô tô thành phẩm (từ 3% đến 70%). Trong EVFTA, Việt Nam cam kết xóa bỏ thuế quan đối với ô tô sau 9-10 năm, một số dòng không có cam kết thuế (ví dụ: một số loại xe đua cỡ nhỏ, xe địa hình, ô tô cứu thương, ô tô chở phạm nhân, ô tô thể thao, ô tô chở người khác...).
- **Lợi ích từ các cam kết về TBT đối với ô tô:** Việt Nam có cam kết rằng nếu pháp luật Việt Nam yêu cầu buộc phải có thông tin về nước xuất xứ thì việc doanh nghiệp ghi trên nhãn sản phẩm là "Made in EU" hoặc "Sản xuất tại EU" được coi là đã thỏa mãn yêu cầu.

Ngoài ra, Việt Nam cam kết công nhận một số quy chuẩn của Hiệp định UNECE 1958 cho ô tô của Đức. Mặc dù chưa là thành viên của UNECE nhưng trong EVFTA Việt Nam đã công nhận quy định UNECE là tiêu chuẩn quốc tế đủ để bảo đảm an toàn, bảo vệ môi trường, sức khỏe con người trong lĩnh vực ô tô. Việt Nam cũng cam kết không đưa ra các TBT nội địa mới khác với các tiêu chuẩn theo UNECE trừ khi chứng minh được từ góc độ khoa học kỹ thuật rằng các tiêu chuẩn UNECE là không thích hợp, không hiệu quả đối với mình. Việt Nam sẽ chấp nhận các xe nguyên chiếc loại M1 (theo định nghĩa UNECE) đã được EU cấp Chứng nhận kiểu loại xe nguyên chiếc quốc tế UNECE hợp lệ là phù hợp với các quy chuẩn kỹ thuật nội địa của Việt Nam (mà không yêu cầu thử nghiệm thêm), nhà nhập khẩu kiểu xe đó lần đầu sẽ phải nộp kèm Chứng nhận nói trên trong hồ sơ nhập khẩu...

Ngành sản xuất ô tô của Đức hiện đang thực hiện theo các tiêu chuẩn của UNECE, do đó việc Việt Nam chấp nhận một số quy định/tiêu chuẩn của Hiệp định này sẽ tạo điều kiện thuận lợi cho các sản phẩm ô tô của Đức tiếp cận thị trường Việt Nam.



Cơ hội EVFTA đối với các sản phẩm Đồ uống của Đức

Thị trường đồ uống có cồn tại Việt Nam là một trong những thị trường năng động nhất ở châu Á. Việt Nam nằm trong top 15 quốc gia tiêu thụ bia nhiều nhất trên thế giới và đứng thứ 3 ở châu Á với lượng 43 lít/người/năm, mức tiêu thụ rượu cũng ngày một tăng với mức tăng trưởng trung bình hàng năm là 5,3% giai đoạn 2013-2018 (Phòng Thương mại và Công nghiệp Pháp tại Việt Nam, 2019). Thêm vào đó, Người Việt Nam đang ngày càng quan tâm đến chất lượng, độ uy tín của nhãn hiệu rượu bia. Vì vậy, các sản phẩm đồ uống có cồn của Châu Âu, trong đó có Đức đang ngày càng được người tiêu dùng Việt ưa chuộng. Đặc biệt, với nhiều thương hiệu bia nổi tiếng thế giới, Đức hiện là quốc gia EU mà Việt Nam nhập khẩu nhiều bia nhất. Trong thời gian tới, EVFTA được dự đoán sẽ giúp tăng cường xuất khẩu các sản phẩm đồ uống của Đức sang Việt Nam nhờ các lợi ích sau:

- **Lợi ích từ cắt giảm thuế quan:** Việt Nam hiện đang duy trì các mức thuế MFN tương đối cao đối với các sản phẩm đồ uống, đặc biệt là bia, rượu. Cụ thể, thuế MFN trung bình năm 2020 đối với các sản phẩm bia là 35%, rượu là 45-55%. Trong EVFTA, Việt Nam cam kết xóa bỏ thuế quan đối với rượu vang và rượu mạnh sau 7 năm và xóa bỏ thuế quan đối với bia sau 10 năm.
- **Lợi ích từ bảo hộ Chỉ dẫn địa lý:** Đức có 12 chỉ dẫn địa lý được bảo hộ đương nhiên theo EVFTA, trong số đó có đến 9 chỉ dẫn địa lý là các đồ uống có cồn (bia, rượu vang và rượu mạnh), bao gồm:
 - 1 Bia Bayerisches Bier
 - 2 Bia Münchener Bier
 - 3 Rượu mạnh Korn / Kornbrand
 - 4 Rượu vang Franken
 - 5 Rượu vang Mittelrhein
 - 6 Rượu vang Mosel
 - 7 Rượu vang Rheingau
 - 8 Rượu vang Rheinhessen
 - 9 Rượu mạnh Genièvre / Jenever / Genever

Các sản phẩm rượu bia của Đức được bảo hộ chỉ dẫn địa lý sẽ có cơ hội tốt hơn khi tiếp cận thị trường Việt Nam: được bảo hộ, được biết đến và tăng giá trị thương hiệu đối với người tiêu dùng Việt Nam.



Cơ hội EVFTA đối với các sản phẩm thịt và chế phẩm từ thịt của Đức

Đức là nước có nền nông nghiệp rất phát triển với hơn 80% lãnh thổ của nước này được sử dụng cho mục đích sản xuất nông nghiệp và lâm nghiệp. Do đó, Đức cũng được biết đến là quốc gia hàng đầu về sản xuất và xuất khẩu nông sản, trong đó phải kể đến các loại thịt như thịt lợn, thịt bò hay các chế phẩm từ thịt. Cụ thể, Đức dẫn đầu Châu Âu về sản xuất và xuất khẩu thịt lợn, đứng thứ hai về sản xuất, xuất khẩu thịt bò. Năm 2019, Đức đã xuất khẩu khoảng 363 nghìn tấn thịt bò và 2,8 triệu tấn thịt lợn tới khoảng 100 nước trên thế giới (german-meat.org). Ngoài ra, Đức cũng là quốc gia có ngành công nghiệp chế biến thịt với hàng trăm năm kinh nghiệm trong việc sản xuất các sản phẩm như xúc xích, thịt đông lạnh, giăm bông...

Về phía Việt Nam, nhu cầu tiêu thụ thịt lợn và thịt bò ngày càng gia tăng, trong khi sản lượng thịt trong nước đôi khi lại chưa đáp ứng nhu cầu tiêu dùng. Hơn nữa, người tiêu dùng Việt đã bắt đầu làm quen và gia tăng sử dụng các sản phẩm thịt đông lạnh, chế biến. Do đó, lượng thịt bò và thịt lợn nhập khẩu của Việt Nam trong thời gian qua đã có sự tăng trưởng đáng kể. Theo thống kê của Cục Chăn nuôi, tổng kim ngạch nhập khẩu thịt trâu bò trong năm 2020 của Việt Nam đạt gần 414,4 triệu USD, tăng 28,8% so với năm 2019.

Vì vậy, EVFTA có hiệu lực sẽ giúp thúc đẩy xuất khẩu các sản phẩm thịt của Đức sang thị trường Việt Nam nhờ các lợi ích sau:

- **Lợi ích từ cắt giảm thuế quan:** Việt Nam hiện đang duy trì các mức thuế MFN tương đối cao đối với thịt lợn, thịt trâu bò và các chế phẩm từ thịt. Cụ thể, thuế MFN trung bình năm 2020 đối với thịt trâu bò tươi/ướp/đông lạnh là 14-30%, thịt lợn tươi/ướp/đông lạnh là 15-25%, các loại thịt muối/hun khói là 10-20%, xúc xích và các sản phẩm tương tự làm từ thịt là 22%. Với EVFTA, các sản phẩm thịt của Đức nhập khẩu vào Việt Nam sẽ được xóa bỏ thuế quan với lộ trình cụ thể như sau: Xóa bỏ thuế quan đối với thịt trâu bò sau 3 năm, với thịt lợn sau 7-9 năm, với thịt muối/hun khói sau 7-9 năm, và với xúc xích là sau 10 năm.
- **Lợi ích từ bảo hộ Chi dẫn địa lý:** Trong 12 chỉ dẫn địa lý của Đức được bảo hộ tự động theo EVFTA khi vào thị trường Việt Nam, có 02 sản phẩm thịt là: Xúc xích Nürnberger Bratwurst (Nürnberger Rostbratwürste) và Giăm bông Schwarzwälder Schinken. Các sản phẩm này sẽ có lợi thế khi tiếp cận thị trường Việt Nam do được bảo hộ, được biết đến và tăng giá trị thương hiệu đối với người tiêu dùng Việt Nam.

Làm thế nào để nhập khẩu hiệu quả hàng hóa từ Đức tận dụng cơ hội từ EVFTA?

Để tận dụng các cơ hội từ EVFTA để tăng cường tiếp cận thị trường Việt Nam đối với các sản phẩm hàng hóa của Đức, các nhà xuất khẩu của Đức và nhập khẩu của Việt Nam cần chú ý một số vấn đề sau:

Các chú ý về thuế quan

Các cam kết về cắt giảm thuế quan của Việt Nam cho hàng hóa của Đức trong EVFTA là rất đáng kể. Tuy nhiên, việc cắt giảm này là có lộ trình, doanh nghiệp cần chú ý theo dõi các quy định của Việt Nam thực hiện cam kết thuế quan trong EVFTA để biết được lộ trình cắt giảm thuế quan cụ thể cho hàng hóa của mình và tận dụng. Doanh nghiệp cần tìm hiểu kỹ xem sản phẩm của mình đang có mức thuế MFN hiện tại như thế nào, có thấp hơn mức thuế EVFTA áp dụng tại thời điểm đó không. Nếu thuế EVFTA tốt hơn nhiều so với MFN thì mới phải nghiên cứu để đáp ứng quy tắc xuất xứ của EVFTA, còn nếu không thì áp dụng mức thuế MFN như bình thường mà không có yêu cầu về quy tắc xuất xứ.

Các chú ý về Quy tắc và Thủ tục xuất xứ

Để được hưởng ưu đãi thuế quan khi nhập khẩu hàng hóa của Đức vào Việt Nam thì hàng hóa phải đáp ứng được quy tắc xuất xứ của EVFTA và có giấy chứng nhận xuất xứ hợp lệ. Vì vậy, các nhà xuất khẩu của Đức cần phải nghiên cứu các quy tắc xuất xứ của Hiệp định để điều chỉnh nguồn nguyên liệu và quy trình sản xuất phù hợp, đáp ứng được các tiêu chí xuất xứ EVFTA với hàng hóa. Còn đối với các nhà nhập khẩu của Việt Nam khi đàm phán hợp đồng với các nhà xuất khẩu của Đức cần nêu rõ ràng các vấn đề về thuế quan và quy tắc xuất xứ tương ứng. Chẳng hạn, cần yêu cầu trong Hợp đồng các nhà xuất khẩu của Đức phải cung cấp đầy đủ chứng từ chứng minh để hàng hóa được hưởng ưu đãi thuế quan theo EVFTA, nếu không, đơn giá hàng hóa sẽ phải giảm đi để bù đắp cho phần thuế quan phải nộp theo MFN mà không được hưởng thuế EVFTA. Ngoài ra cần lưu ý Đức áp dụng cơ chế tự chứng nhận xuất xứ REX theo EU do đó chứng từ chứng nhận xuất xứ do doanh nghiệp xuất khẩu tự phát hành chứ không phải là chứng từ chứng nhận xuất xứ xin ở một cơ quan có thẩm quyền như đang áp dụng tại Việt Nam đối với Mẫu CO EVFTA. Khi nhà nhập khẩu Việt Nam nhập khẩu hàng hóa từ Đức thì chỉ cần nhà xuất khẩu Đức cung cấp chứng từ tự chứng nhận xuất xứ này là sẽ được hải quan Việt Nam chấp nhận.



Các chú ý về quy định nhập khẩu

Quy định và quy trình nhập khẩu hàng hóa từ Đức cơ bản tương tự như nhập khẩu từ các nước khác vào Việt Nam. Tuy nhiên, theo EVFTA, việc nhập khẩu hàng hóa có thể có một số khác biệt. Ví dụ, nếu hàng hóa từ Đức muốn được hưởng ưu đãi thuế quan EVFTA thì phải có chứng từ tự chứng nhận xuất xứ EVFTA; nếu hàng hóa là hàng tân trang sẽ được nhập khẩu như hàng mới (hàng tân trang nhập khẩu từ các nguồn khác sẽ không được hưởng quyền lợi này)...

Cần chú ý là các quy định cụ thể về quy trình nhập khẩu có thể có điều chỉnh/thay đổi theo từng thời điểm. Vì vậy, các doanh nghiệp cần thường xuyên cập nhật để tuân thủ cho đúng (xem thêm Câu 22 về Quy trình nhập khẩu hàng hóa vào Việt Nam).

Các chú ý về quảng bá sản phẩm Đức đến các doanh nghiệp, người tiêu dùng Việt Nam

Nhiều sản phẩm của Đức có chất lượng, mẫu mã tốt nhưng chưa được các doanh nghiệp nhập khẩu, người tiêu dùng Việt Nam biết đến. Chẳng hạn như người tiêu dùng Việt Nam biết nhiều đến các sản phẩm gia dụng, điện tử và ô tô của Đức nhưng nhiều người không biết rằng Đức cũng có một nền nông nghiệp, chế biến thực phẩm rất phát triển và có nhiều sản phẩm nổi tiếng. Do đó, cần phải có các chiến lược quảng bá, giới thiệu sản phẩm của Đức đến người mua hàng của Việt Nam. Các hình thức quảng bá sản phẩm có thể là thông qua các hội chợ, triển lãm, quảng cáo qua mạng xã hội... Người tiêu dùng Việt Nam ngày càng quan tâm đến chất lượng sản phẩm, thương hiệu sản phẩm, uy tín của người bán hàng, các chính sách bảo hành và hậu mãi... Do đó, việc tăng cường quảng bá tập trung vào chất lượng và uy tín của sản phẩm từ Đức có thể là một phương thức hiệu quả để tiếp cận người dùng Việt Nam.

Các chú ý về cắt giảm giá thành

Các sản phẩm của Đức nhìn chung thường có giá cao hơn sản phẩm từ các thị trường nhập khẩu truyền thống khác của Việt Nam, cộng thêm chi phí vận chuyển do khoảng cách địa lý xa giữa hai nước. Tuy nhiên, nếu sản phẩm được nhập khẩu với khối lượng lớn, sử dụng các hình thức vận chuyển tiết kiệm (ví dụ thay vì vận chuyển bằng đường hàng không thì vận chuyển bằng đường biển), cải thiện khả năng bảo quản hàng hóa khi vận chuyển xa... thì có thể giúp giảm giá thành sản phẩm. Do đó, tăng cường quảng bá sản phẩm để tăng khối lượng nhập khẩu, tìm các phương pháp vận chuyển tối ưu sẽ có thể giúp giảm giá thành sản phẩm, tăng khả năng cạnh tranh cho hàng hóa của Đức.



Tìm kiếm thông tin, hỗ trợ từ chính phủ, các hiệp hội ngành hàng

Để tăng cường tận dụng lợi ích từ EVFTA, trong thời gian tới Chính phủ và các hiệp hội ngành hàng, các đơn vị xúc tiến...sẽ có nhiều hoạt động nhằm hỗ trợ các doanh nghiệp tăng cường xuất, nhập khẩu với các nước thành viên EU. Các doanh nghiệp nhập khẩu của Việt Nam có thể tận dụng các hoạt động hỗ trợ này để được tìm hiểu thông tin, tư vấn về các cam kết EVFTA, về kết nối với các nhà sản xuất, xuất khẩu Đức, về quảng bá sản phẩm Đức với người tiêu dùng Việt Nam.

THÔNG TIN HỮU ÍCH



Có thể tìm kiếm các thông tin, dữ liệu về thị trường Đức và Việt Nam ở đâu?

Doanh nghiệp có thể tự tra cứu thông tin thị trường Đức thông qua các công cụ sẵn có và miễn phí sau:

- **Công cụ TradeMap - Bản đồ Thương mại của ITC (trademap.org):** tra cứu số liệu thương mại của từng quốc gia, qua đó có thể xác định được các sản phẩm xuất/nhập khẩu chủ yếu, các đối thủ cạnh tranh, diễn tiến xuất nhập khẩu theo thời gian... Trade Map cung cấp số liệu về xuất nhập khẩu và thuế quan của từng sản phẩm của từng quốc gia với từng đối tác. Thông qua TradeMap, người dùng có thể tìm hiểu được thể mạnh xuất khẩu/nhu cầu nhập khẩu của từng đối tác thương mại và các đối thủ cạnh tranh hiện tại. TradeMap cung cấp số liệu theo từng năm, theo từng mã HS ở cấp 2, 4, hoặc 6 số, theo giá trị hoặc tỷ lệ phần trăm.... Người dùng có thể trích xuất thông tin dưới dạng bảng, biểu đồ hoặc bản đồ và lọc các dữ liệu cần trích xuất theo hàng hóa, quốc gia, nhóm sản phẩm hoặc nhóm quốc gia...
- **Công cụ MacMap - Bản đồ Tiếp cận thị trường của ITC (macmap.org):** tra cứu các rào cản thuế quan và phi thuế quan áp dụng đối với một hàng hóa cụ thể xuất khẩu từ một thị trường cụ thể sang một thị trường khác. Cụ thể, về thuế quan, MacMap cung cấp cả mức thuế Tối huệ quốc (MFN) của WTO và thuế ưu đãi đơn phương (như GSP của EU) và thuế ưu đãi theo các thỏa thuận song phương và đa phương (như thuế theo các Hiệp định Thương mại Tự do – FTA). Về các rào cản phi thuế quan, MacMap bao gồm các quy định về hạn ngạch nhập khẩu, các biện pháp PVTM, và các yêu cầu về chứng nhận, và các rào cản phi thuế khác.
- **Công cụ Rule of Origin Facilitator – Công cụ tra cứu Quy tắc xuất xứ của ITC (findrulesoforigin.org):** cho phép người dùng tiếp cận cơ sở dữ liệu về quy tắc xuất xứ trong hơn 350 hiệp định thương mại của hơn 190 quốc gia trên toàn thế giới. Kết hợp với cơ sở dữ liệu về thuế quan trong các FTA, đây là công cụ hữu ích giúp các doanh nghiệp nắm bắt quy tắc xuất xứ để được hưởng ưu đãi theo các Hiệp định, từ đó tận dụng các cơ hội thương mại mà các FTA mang lại.
- **Công cụ Tariff Analysis Online (TAO) – Phân tích thuế quan trực tuyến của WTO (tao.wto.org):** tra cứu các mức thuế quan (MFN, GSP, FTA...) mà một nước áp dụng đối với một sản phẩm cụ thể. TAO cung cấp thông tin về thuế quan chi tiết đến từng dòng thuế theo hệ thống HS của từng nước và cả các thông tin về thuế quan trung bình theo nhóm sản phẩm.



- Công cụ Access2Markets - Cơ sở dữ liệu về tiếp cận thị trường của EU (<https://trade.ec.europa.eu/access-to-markets/en/home>): Hệ thống dữ liệu Access2Markets do Ủy ban châu Âu xây dựng nhằm hỗ trợ các hoạt động xuất nhập khẩu của doanh nghiệp châu Âu cũng như các doanh nghiệp đối tác xuất nhập khẩu của châu Âu. Với các doanh nghiệp xuất khẩu của Việt Nam, Access2Markets của EU có thể giúp tìm hiểu các số liệu về xuất nhập khẩu của EU đối với một mặt hàng cụ thể với một đối tác cụ thể. Đồng thời, công cụ này cũng cung cấp thông tin về thuế quan, hàng rào kỹ thuật, thủ tục hải quan, quy tắc xuất xứ đối với hàng hóa nhập khẩu vào EU.... Cổng thông tin này được hiển thị với 24 ngôn ngữ chính thức của EU.
- Công cụ World Development Indicators (WDI) của Ngân hàng Thế giới: WDI bao gồm hơn 1.400 chỉ số phát triển (GDP, dân số, lao động, lạm phát, tỷ giá...) về 217 nền kinh tế và hơn 40 nhóm nước trong khoảng thời gian lên tới hơn 50 năm. Đây là một nguồn thông tin rất hữu ích cho các doanh nghiệp khi cần tìm hiểu thông tin tổng quan về tình hình kinh tế, dân số, lạm phát, thất nghiệp, thương mại, đầu tư... của từng nước trên thế giới hoặc so sánh giữa các nước với nhau.
- Trang web của Trung tâm Xúc tiến Nhập khẩu từ các nước đang phát triển (CBI) (<https://www.cbi.eu>): Trang web này cung cấp các thông tin thị trường EU như nhu cầu, xu hướng cũng như các quy định nhập khẩu bắt buộc/bổ sung đối với một số nhóm hàng cụ thể khi nhập khẩu vào EU như: rau quả, ngũ cốc, ca cao, cà phê, dệt may, giày dép, thủy sản...

Doanh nghiệp có thể tìm kiếm hỗ trợ về EVFTA và thị trường Đức, Việt Nam ở các địa chỉ nào?

Các Đầu mối thông tin về thị trường Đức

Vụ Thị trường Châu Âu - Châu Mỹ, Bộ Công Thương

Địa chỉ: Số 54 Hai Bà Trưng, Hà Nội, Việt Nam

Điện thoại: 024 2220 5364 | Email: hoanbt@moit.gov.vn

Cục Xuất Nhập khẩu, Bộ Công Thương

Địa chỉ: 54 Hai Bà Trưng - Hà Nội

Điện thoại: 024 2220 5431 | Fax: 024 2220 5520

Thương vụ Việt Nam tại Đức

Địa chỉ: Rosa Luxemburg Strasse 7 – 10178 Berlin Bundesrepublik Deutschland, Đức

Điện thoại: (+49) 30 229 819 | Email: de@moit.gov.vn

Phòng Thương mại và Công nghiệp Đức (DIHK)

Địa chỉ: House of German Business, Breite Strasse 29, 10178 Berlin-Mitte

Điện thoại: 030 20308-0 | Fax: 030 20308-1000 | Email: info@dihk.de

Website: www.dihk.de/de

Các đầu mối thông tin về thị trường Việt Nam

Trung tâm WTO và Hội nhập

Phòng Thương mại và Công nghiệp Việt Nam

Địa chỉ: Số 9 Đào Duy Anh, Đống Đa, Hà Nội

Điện thoại: +84 (24) 35771458 | Email: banthuky@trungtamwto.vn

Web: www.trungtamwto.vn

Đại sứ quán Đức tại Hà Nội

Địa chỉ: 29 Trần Phú, Quận Ba Đình, Hà Nội

Điện thoại : (+84-24) 3 267 3335 | Email : info@hano.diplo.de

Phòng Công nghiệp và Thương mại Đức tại Việt Nam

Văn phòng tại Hà Nội

Địa chỉ: Lotte Center Hanoi, Tòa Đông, Lầu 18, Phòng 1803-1804, 54 Liễu Giai, Ba Đình, Hà Nội, Việt Nam

Điện thoại: +84 (24) 3825 1420 | Email: info(at)vietnam.ahk.de

Web: www.vietnam.ahk.de/vn



THÔNG TIN HỮU ÍCH

Doanh nghiệp có thể tìm kiếm hỗ trợ về EVFTA và thị trường Đức, Việt Nam ở các địa chỉ nào?

Văn phòng tại TP. Hồ Chí Minh

Địa chỉ: Tòa nhà Ngôi nhà Đức (Deutsches Haus), Lầu 4, 33 Lê Duẩn, Quận 1,

TP. Hồ Chí Minh, Việt Nam

Điện thoại: +84 (28) 3823 9775

Hiệp Hội Các Doanh Nghiệp Đức tại Việt Nam (GBA)

Địa chỉ: Tầng 4 - Ngôi nhà Đức tại Thành phố Hồ Chí Minh, Số 33 Lê Duẩn, Quận 1, TP. Hồ Chí Minh, Việt Nam.

Điện thoại: +84 28 3823 9772/ +84 28 3823 8909 | Email: info@gba-vietnam.org

Các Hiệp hội ngành hàng Việt Nam

- Hiệp hội Dệt may Việt Nam: www.vietnamtextile.org.vn
- Hiệp hội Da giày Việt Nam: www.lefaso.org.vn
- Hiệp hội Chế biến và Xuất khẩu Thủy sản Việt Nam: www.vasep.com.vn
- Hiệp hội Gỗ và Lâm sản Việt Nam: www.vietfores.org
- Hiệp hội Rau quả Việt Nam: www.vinafruit.com.vn
- Hiệp hội Doanh nghiệp Điện tử Việt Nam: www.veia.org.vn
- Hiệp hội Doanh nghiệp Cơ khí Việt Nam: www.vami.com.vn
- Hiệp hội Nhựa Việt Nam: www.vpas.vn
- Hiệp hội Doanh nghiệp Dược Việt Nam: www.vnpca.org.vn
- Hiệp hội Các nhà sản xuất Ô tô Việt Nam: www.vama.org.vn
- Hiệp hội Thép Việt Nam: www.vsa.com.vn
- Hiệp hội Doanh nghiệp địa chất và khoáng sản Việt Nam: www.vagme.vn

Các Hiệp hội doanh nghiệp ngành hàng Đức

- Hiệp hội Công nghiệp Triền lãm Thương mại Đức (AUMA): www.auma.de
- Liên đoàn Bán buôn và Ngoại thương Đức (BGA): www.bga.de
- Liên đoàn Công nghiệp Dệt may và Thời trang Đức (GTMI): www.textil-mode.de
- Hiệp hội Công nghiệp Da giày Đức (HDS/L): www.hdsl.eu
- Hiệp hội Công nghiệp Dược phẩm Đức (BPI): www.bpi.de
- Hiệp hội Công nghiệp Thực phẩm và Đồ uống Đức (BVE): www.bve-online.de



THÔNG TIN HỮU ÍCH

Doanh nghiệp có thể tìm kiếm hỗ trợ về EVFTA và thị trường Đức, Việt Nam ở các địa chỉ nào?

- Hiệp hội Công nghiệp Gia vị Đức (FGI): www.gewuerzindustrie.de
- Hiệp hội Cà phê Đức: www.kaffeeverband.de
- Hiệp hội Công nghiệp Ô tô Đức (VDA): www.vda.de
- Hiệp hội Công nghiệp Hóa chất Đức (VCI): www.vci.de
- Hiệp hội Công nghiệp Nội thất Đức (VDM): www.moebelindustrie.de
- Hiệp hội Công nghiệp Kỹ thuật số Đức (BVDW): www.bvdw.org
- Liên đoàn Công nghiệp Kỹ thuật Đức (VDMA): www.vdma.org
- Hiệp hội Thép Đức (WV Stahl): www.stahl-online.de
- Hiệp hội Nhà nông Đức (DBV): www.bauernverband.de
- Hiệp hội Công nghiệp Chế biến Trái cây, Rau và Khoai tây của Đức (BOGK): www.bogk.org
- Liên đoàn công nghiệp chế biến gỗ và nhựa của Đức (HDH): www.holzindustrie.de



Tài liệu tham khảo



TÀI LIỆU TIẾNG VIỆT

- 1 Trang, N.T.T & Phương, P.T.L. (2020). Cẩm nang doanh nghiệp – Tóm lược Hiệp định Thương mại Tự do Việt Nam – Liên minh châu Âu (EVFTA). Hà Nội: Nhà xuất bản Công Thương.
- 2 Trang, N.T.T. (2020). Cẩm nang doanh nghiệp – EVFTA và Ngành Rau quả Việt Nam. Hà Nội: Nhà xuất bản Công Thương.
- 3 Bộ Công Thương. (2015). Báo cáo Hồ sơ thị trường Đức. Hà Nội.
- 4 Công ty Cổ phần Chứng khoán Ngân hàng Công Thương Việt Nam. (2019). Báo cáo Ngành Ô tô. Hà Nội.
- 5 Công ty TNHH KPMG. (2020). Báo cáo “Đánh giá các tác động kinh tế và xã hội của ngành dược phẩm phát minh đối với Việt Nam”. Hà Nội.
- 6 Công ty TNHH Chứng khoán Ngân hàng TMCP Ngoại Thương Việt Nam. (2021). Báo cáo Ngành dệt may 2021. Hà Nội.
- 7 Hiệp hội Chế biến và Xuất khẩu Thủy sản Việt Nam. (2020). Báo cáo “Thị trường EU & thương mại thủy sản với Việt Nam 2015-2019. Hà Nội.
- 8 Báo điện tử Đảng Cộng sản Việt Nam. (2021). Xuất khẩu giày dép sang EU vượt qua thách thức, xuất khẩu bền vững. Tại: <https://dangcongsan.vn/kinh-te-va-hoi-nhap/xuat-khau-giay-dep-sang-eu-vuot-qua-thach-thuc-xuat-khau-ben-vung-582748.html> [Truy cập 7/7/2021].
- 9 Báo điện tử VOV. (2021). Xuất khẩu cà phê trong năm 2021, tận dụng lợi thế từ EVFTA khi thuế xuất về 0%. Tại: <https://vov.vn/kinh-te/xuat-khau-ca-phe-trong-nam-2021-tan-dung-loi-the-tu-evfta-khi-thue-xuat-ve-0-834476.vov> [Truy cập 5/7/2021].
- 10 Hiệp hội Chế biến và Xuất khẩu Thủy sản Việt Nam. (2021). Tổng quan ngành thủy sản Việt Nam. Tại: <http://vasep.com.vn/gioi-thieu/tong-quan-nganh> [Truy cập 6/7/2021].
- 11 Tạp chí điện tử Tài chính. (2020). Số liệu xuất, nhập khẩu hàng hóa, dịch vụ quý IV và cả năm 2020. Tại: <https://tapchitaichinh.vn/bao-cao-va-thong-ke-tai-chinh/so-lieu-xuat-nhap-khau-hang-hoa-dich-vu-quy-iv-va-ca-nam-2020-331011.html> [Truy cập 10/7/2021].
- 12 Tổng cục Thống kê. (2021). Xuất, nhập khẩu năm 2020: Nỗ lực và thành công. Tại: <https://www.gso.gov.vn/du-lieu-va-so-lieu-thong-ke/2021/01/xuat-nhap-khau-nam-2020-no-luc-va-thanh-cong/> [Truy cập 10/7/2021].



TÀI LIỆU TIẾNG ANH

- 13 Lone, S., Harboul, N. & Weltevreden, J.W.J. (2021). 2021 European E-commerce Report. Amsterdam/Brussels: Amsterdam University of Applied Sciences & Ecommerce Europe.
- 14 Centurion Plus. (2021). Overview of the Retail Sector in Germany. [online] Available at: <https://centurionlgplus.com/retail-sector-germany/> [Accessed 3 Jul. 2021].
- 15 CBI. (2020). Exporting apparel to Europe. Available at: <https://www.cbi.eu/market-information/apparel> [Accessed 3 Jul. 2021].
- 16 CBI. (2020). Exporting coffee to Europe. Available at: <https://www.cbi.eu/market-information/coffee> [Accessed 3 Jul. 2021].
- 17 CBI. (2020). Exporting fresh fruit and vegetables to Europe. Available at: <https://www.cbi.eu/market-information/fresh-fruit-vegetables> [Accessed 3 Jul. 2021].
- 18 CBI. (2020). Exporting fish and seafood to Europe. Available at: <https://www.cbi.eu/market-information/fish-seafood> [Accessed 3 Jul. 2021].
- 19 Germany Trade & Invest. (2021). German E-Commerce Market Grows in Coronavirus Year 2020. Available at: <https://www.gtai.de/gtai-en/invest/industries/digital-economy/german-e-commerce-market-grows-610422> [Accessed 4 Jul. 2021].
- 20 Hermes. (2021). E-Commerce in Germany: Cross-border shares are rising. [online] Available at: <https://en.hermes-supply-chain-blog.com/e-commerce-in-europe-growth-market-germany/> [Accessed 4 Jul. 2021].
- 21 Santandertrade. (2021). Germany: Distributing a product. [online] Available at: <https://santandertrade.com/en/portal/analyse-markets/germany/distributing-a-product> [Accessed 5 Jul. 2021].
- 22 Santandertrade. (2021). German foreign trade in figures. [online] Available at: <https://santandertrade.com/en/portal/analyse-markets/germany/foreign-trade-in-figures> [Accessed 5 Jul. 2021].
- 23 Santandertrade. (2021). Germany: Reaching the consumer. [online] Available at: <https://santandertrade.com/en/portal/analyse-markets/germany/reaching-the-consumers> [Accessed 5 Jul. 2021].
- 24 Shiphub. (2021). Customs procedure for import to the EU. [online] Available at: <https://www.shiphub.co/customs-procedure-for-import-to-the-eu/> [Accessed 5 Jul. 2021].
- 25 World Footwear. (2019). Sales increase for the German footwear industry. Available at: <https://www.worldfootwear.com/news/sales-increase-for-the-german-footwear-industry/4132.html> [Accessed 5 Jul. 2021].

Sổ tay doanh nghiệp

TẬP DỤNG EVFTA ĐỂ
XUẤT NHẬP KHẨU HÀNG HÓA GIỮA
VIỆT NAM VÀ ĐỨC

Chịu trách nhiệm xuất bản
Giám đốc - Tổng Biên tập
Nguyễn Minh Huệ

Biên tập
Tôn Nữ Thanh Bình

Trình bày
Thaidung@gmail.com

NHÀ XUẤT BẢN CÔNG THƯƠNG

Trụ sở: Số 655 Phạm Văn Đồng, Bắc Từ Liêm, Hà Nội
Điện thoại: 024-3934 1562 | Fax: 024-3938 7164
Website: <http://nhaxuatbancongtuong.com>
E-mail: nxbct@moit.gov.vn

In 800 cuốn, khổ 16x23 cm tại Công ty TNHH MTV In Công nghiệp Ánh Dương
Địa chỉ: Số 8 ngách 295/21 Thụy Khuê, phường Bưởi, quận Tây Hồ, TP.Hà Nội
Số xác nhận đăng ký xuất bản: 4467-2021/CXBIPH/01-212/CT
Số Quyết định xuất bản: 369/QĐ-NXBCT ngày 07 tháng 12 năm 2021
In xong và nộp lưu chiểu: Quý IV/2021
Mã số ISBN: 978-604-311-818-6



TRUNG TÂM WTO VÀ HỘI NHẬP
PHÒNG THƯƠNG MẠI VÀ CÔNG NGHIỆP VIỆT NAM

Địa chỉ: Số 9 Đào Duy Anh, Đống Đa, Hà Nội

Điện thoại: +84-24-35771458

Email: banthuky@trungtamwto.vn, Website: www.trungtamwto.vn

Trung tâm WTO và hội nhập là đơn vị trực thuộc Phòng Thương mại và Công nghiệp Việt Nam (VCCI), được thành lập nhằm hỗ trợ về pháp lý cho các doanh nghiệp Việt Nam trong quá trình hội nhập kinh tế quốc tế.

Trung tâm là đầu mối vận động chính sách, cung cấp thông tin, tư vấn, hỗ trợ các hiệp hội và doanh nghiệp Việt Nam nhằm tận dụng tối đa các cơ hội và lợi ích, phòng tránh và tự bảo vệ mình trước những tác động tiêu cực có thể có từ WTO, các hiệp định Thương mại Tự do (FTA) và các Hiệp định thương mại quốc tế khác.



9 1786043 118186

SÁCH KHÔNG BÁN