



ỦY BAN NHÂN DÂN THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH  
TRUNG TÂM XÚC TIẾN THƯƠNG MẠI VÀ ĐẦU TƯ (ITPC)

# THỊ TRƯỜNG ĐỨC

Thị trường  
các nước  
**EVFTA**

Tháng 04/2021

# THÔNG TIN THỊ TRƯỜNG

# MỤC LỤC

## TRỤ SỞ

Trung tâm Xúc tiến  
Thương mại và Đầu tư  
Thành phố Hồ Chí Minh  
ĐC: 51 Đinh Tiên Hoàng,  
Quận 1, Tp.HCM  
92 Nguyễn Huệ,  
Quận 1, Tp.HCM  
Tel: (028) 3823 6738  
Fax: (028) 3824 2391  
Email: itpc@itpc.gov.vn  
Website: www.itpc.gov.vn

## GIẤY PHÉP XUẤT BẢN

Số 18/GP - XBTT -  
STTTT, ngày 17/8/2020  
của Sở Thông tin Truyền  
thông Tp.HCM



## 05 TỔNG QUAN VỀ ĐỨC

## 09 NHỮNG LƯU Ý KHI KINH DOANH TẠI THỊ TRƯỜNG ĐỨC

## 23 HOẠT ĐỘNG GIAO THƯƠNG GIỮA VIỆT NAM VÀ ĐỨC

## 39 HOẠT ĐỘNG ĐẦU TƯ GIỮA VIỆT NAM VÀ ĐỨC

## 45 CÁC ĐỊA CHỈ LIÊN LẠC CẦN THIẾT

Nội dung của báo cáo này dùng cho doanh nghiệp tham khảo, thông tin có thể thay đổi bởi các yếu tố khách quan của thị trường hoặc những thay đổi chính sách từ các cơ quan chức năng Đức và quốc tế.

Doanh nghiệp cần tiến hành thẩm định trước khi triển khai dự án kinh doanh hoặc các thoả thuận thương mại khác.

Vui lòng liên hệ với Trung tâm Xúc tiến Thương mại và Đầu tư khi cần sự hỗ trợ. Để tải bản đầy đủ, doanh nghiệp truy cập website [www.itpc.gov.vn/exporters](http://www.itpc.gov.vn/exporters).

# Báo cáo có sử dụng thông tin và số liệu đã công bố của các tổ chức



BỘ CÔNG THƯƠNG



**THE WORLD BANK**  
IBRD • IDA | WORLD BANK GROUP



WORLD TRADE  
ORGANIZATION

Cùng một số đối tác khác. Xin chân thành cảm ơn,

Đặc biệt chúng tôi cảm ơn sự hợp tác của  
Tổng Lãnh sự quán Đức tại Tp.Hồ Chí Minh  
trong quá trình thực hiện ấn phẩm này.

# THỊ TRƯỜNG ĐỨC



## TỔNG QUAN VỀ ĐỨC



**Tên nước:** Cộng hoà Liên bang Đức (Federal Republic of Germany)

**Thủ đô:** Berlin

**Vị trí địa lý:** Đức nằm giữa lòng châu Âu và được bao bọc bởi 9 nước láng giềng: Pháp, Áo, Thụy Sĩ, Séc, Ba Lan, Đan Mạch, Hà Lan, Bỉ và Luxemburg. Tổng biên giới dài 3757km.

**Diện tích:** 357.021 km<sup>2</sup>

**Khí hậu:** vùng khí hậu đại dương/ lục địa ôn hoà với thời tiết thường xuyên thay đổi và chủ yếu là gió Tây. Có các mùa xuân, hạ, thu, đông, rất khác nhau về nhiệt độ và mức độ mưa mù, tuyết sương.



**Tài nguyên thiên nhiên:** than ở vùng Ruhr (Ruhrgebiet)

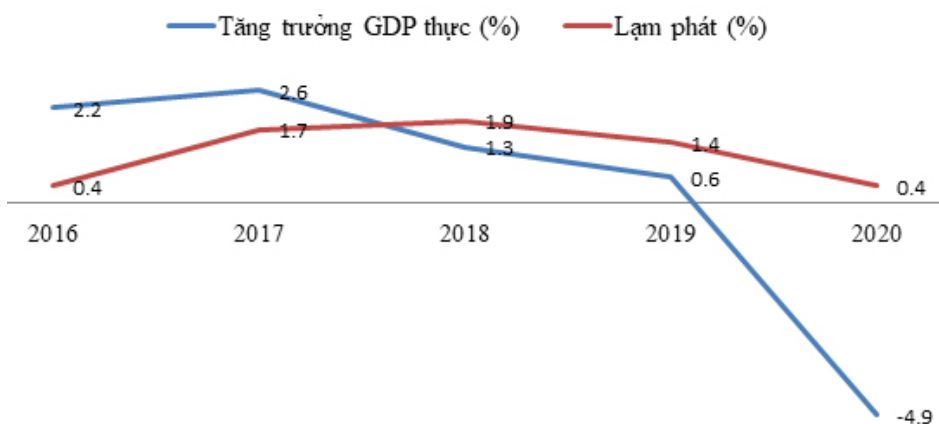
**Thu nhập bình quân đầu người:** 43.952 USD I

**Đơn vị tiền tệ:** Euro

**GDP 2019:** 3.8 nghìn tỷ USD (World Bank)

**Tăng trưởng kinh tế năm 2019:** 0,6% (World Bank)

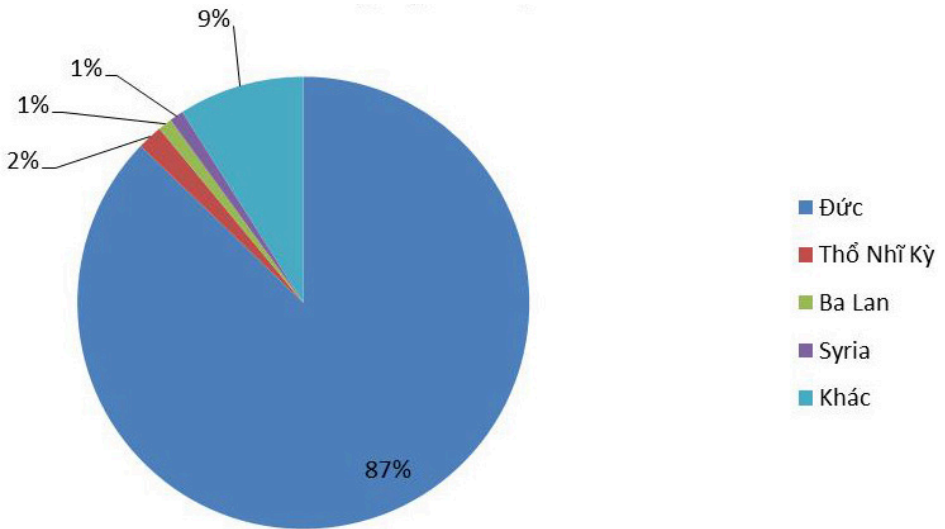
### Tăng trưởng GDP và Lạm phát



**Dân số:** 80,22 triệu. Khoảng 6,17 triệu người nước ngoài sinh sống ở Đức (7,7% dân số), trong đó có khoảng 130.000 người Việt Nam. Khoảng 15 triệu người có nguồn gốc nhập cư (18,9%).

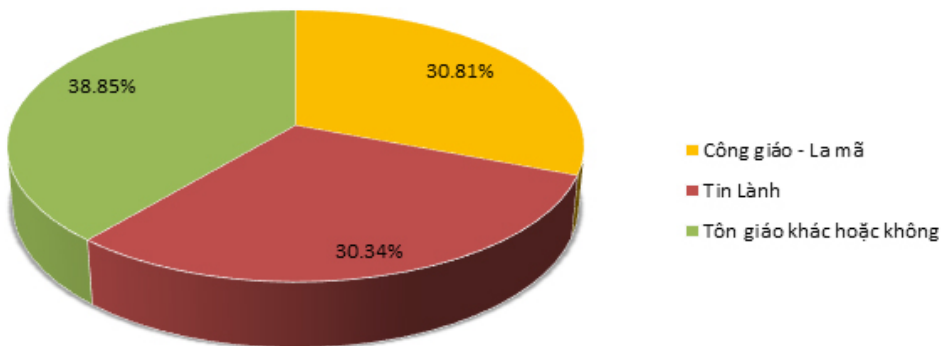
**Dân tộc:** người Đức là chủ yếu (Nguồn: Britannica)

## Dân tộc (2017)



**Tôn giáo:** 24,7 triệu người theo đạo Công giáo – La mã; 24,32 triệu theo Tin lành; 31,15 triệu người theo các tôn giáo khác hoặc không theo tôn giáo nào.

## Cơ cấu tôn giáo



**Ngôn ngữ:** tiếng Đức

**Ngày Quốc khánh:** 03/10 (ngày thống nhất nước Đức)

**Cơ cấu hành chính:** CHLB Đức là nhà nước liên bang. Bao gồm 16 Bang, trong đó có 3 Bang - thành phố (Berlin, Hamburg, Bremen/Bremehaven) đều có các thẩm quyền riêng. Cấp liên bang có thẩm quyền về chính sách đối ngoại, quốc phòng, tư pháp, lao

động, xã hội, thuế và y tế. Các Bang có thẩm quyền về trật tự an toàn xã hội, giáo dục phổ thông, đại học cũng như hành chính và cấp địa phương.

**Lãnh đạo chủ chốt:**

- Tổng thống Frank-Walter STEINMEIER (kể từ ngày 19 tháng 3 năm 2017)
- Người đứng đầu chính phủ: Thủ tướng Angela MERKEL (kể từ ngày 22 tháng 11 năm 2005).
- Nội các: Nội các hoặc Thượng viện (Bộ trưởng Liên bang) do Thủ tướng đề nghị, Tổng thống bổ nhiệm



## NHỮNG LƯU Ý KHI KINH DOANH TẠI THỊ TRƯỜNG ĐỨC



### TỔNG QUAN NỀN KINH TẾ

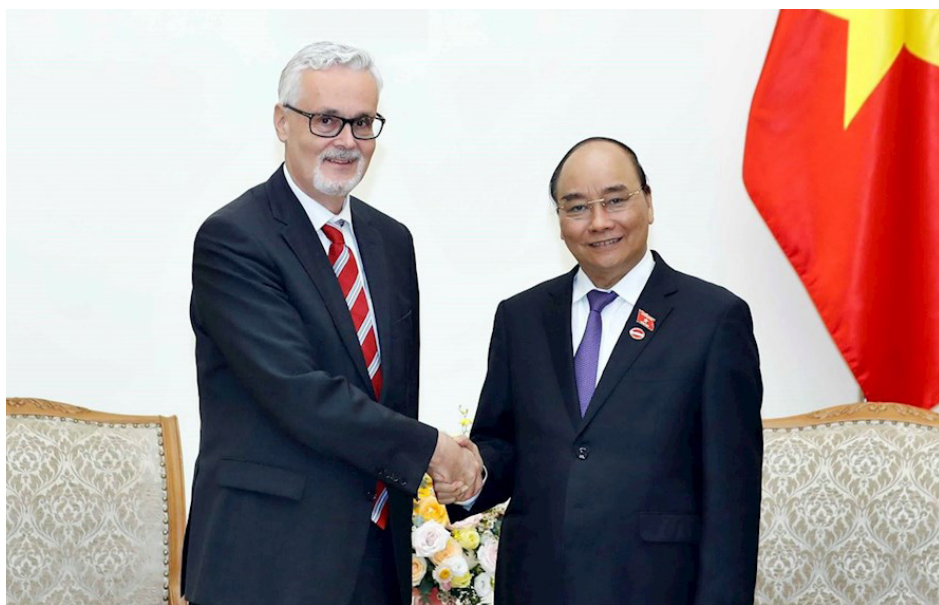
**N**ền kinh tế Đức là nền kinh tế lớn thứ năm trên thế giới tính theo PPP (sức mua tương đương) và lớn nhất châu Âu. Đức cũng là nước xuất khẩu máy móc, phương tiện, hóa chất và thiết bị gia dụng hàng đầu. Đức có lực lượng lao động có tay nghề cao, nhưng cũng giống như các nước láng giềng Tây Âu, nước này đang phải đối mặt với những thách thức nhân khẩu học để tăng trưởng bền vững trong dài hạn. Tỷ lệ sinh thấp và sự gia tăng lớn về nhập cư đang gây áp lực lên hệ thống phúc lợi xã hội của đất nước và đòi hỏi phải cải cách cơ cấu.

Các nỗ lực kích thích, ổn định nền kinh tế được khởi xướng từ năm 2008 và 2009 và việc cắt giảm thuế được đưa ra trong nhiệm kỳ thứ hai của Thủ tướng Angela MERKEL đã làm tăng tổng thâm hụt ngân sách của Đức - bao gồm cả liên bang, tiểu bang và thành phố - lên 4,1% trong năm 2010, nhưng chi tiêu chậm hơn và thu thuế cao hơn đã làm giảm thâm hụt 0,8% vào năm 2011. Năm 2017 Đức đạt thặng dư ngân sách 0,7%. Một sửa đổi hiến pháp được thông qua vào năm 2009 giới hạn việc chính phủ liên bang thâm

hụt cơ cấu không quá 0,35% GDP mỗi năm kể từ năm 2016, mặc dù mục tiêu này đã đạt được vào năm 2012.

Vào năm 2020, Đức đã vượt qua những tác động kinh tế tàn phá của đại dịch COVID-19 tốt hơn bất kỳ nước láng giềng nào trong EU nhờ phần lớn vào chính sách thất lưng buộc bụng, thặng dư tài khoản vãng lai kỷ lục (gần 300 tỷ USD vào năm 2019) và khả năng thực hiện linh hoạt các chương trình làm việc ngắn hạn giúp tỷ lệ thất nghiệp chỉ ở mức 4,5% vào tháng 7 năm 2020. Mức giảm GDP 10,1% trong quý 2 năm 2020 là mức giảm mạnh nhất kể từ năm 1970 và hơn hai lần mức giảm trong cuộc khủng hoảng tài chính 2008/2009. Tuy nhiên, các chuyên gia lo ngại rằng căng thẳng thương mại quốc tế và tác động kinh tế toàn cầu của đại dịch COVID có thể gây tổn hại đáng kể đến nền kinh tế định hướng xuất khẩu của Đức.

## NHỮNG THÁCH THỨC CỦA THỊ TRƯỜNG



**Nguyên Thủ tướng Nguyễn Xuân Phúc tiếp Đại sứ Đức Guido Hildner đến chào xã giao, nhân dịp nhận nhiệm kỳ công tác tại Việt Nam**

Chính sách của Đức đặt ra tương đối ít rào cản chính thức đối với thương mại hoặc đầu tư, ngoài các rào cản liên quan đến luật và quy định của EU. Đức đã thúc ép Ủy ban EU giảm bớt gánh nặng về quy định và thúc đẩy đổi mới để tăng khả năng cạnh tranh

của các quốc gia thành viên EU. Việc Đức chấp nhận Chính sách Nông nghiệp Chung của Liên minh Châu Âu và các hạn chế của Đức đối với các sản phẩm nông nghiệp công nghệ sinh học gây trở ngại cho một số sản phẩm nông nghiệp. Mặc dù không phân biệt đối xử rõ ràng, nhưng quy định phức tạp của chính phủ có thể cung cấp một mức độ bảo vệ cho các nhà cung cấp địa phương có uy tín. Việc áp dụng quá mức các tiêu chuẩn an toàn và môi trường có thể làm phức tạp thêm việc tiếp cận thị trường đối với các sản phẩm của các nước xuất khẩu vào thị trường này. Các công ty quan tâm đến việc xuất khẩu sang Đức nên biết những tiêu chuẩn nào áp dụng cho sản phẩm của họ và có các thử nghiệm và chứng nhận kịp thời. Việc tuân thủ các tiêu chuẩn của Đức đặc biệt liên quan đến các nhà xuất khẩu vào thị trường EU, vì các tiêu chuẩn trên toàn EU thường dựa trên các tiêu chuẩn hiện có của Đức.

## CƠ HỘI THỊ TRƯỜNG

Thị trường Đức - thị trường lớn nhất ở EU - tiếp tục hấp dẫn trong nhiều lĩnh vực và vẫn là một yếu tố quan trọng trong bất kỳ chiến lược xuất khẩu toàn diện nào sang châu Âu. Mặc dù các nhà đầu tư phải cân nhắc đến chi phí kinh doanh tương đối cao hơn ở Đức, họ có thể tin tưởng vào mức năng suất cao, lực lượng lao động có tay nghề cao, kỹ thuật chất lượng, cơ sở hạ tầng tốt và vị trí ở trung tâm châu Âu.

## MỘT SỐ QUY ĐỊNH CẦN BIẾT KHI KINH DOANH

Những nhà xuất khẩu thành công nhất là những người cung cấp các sản phẩm sáng tạo có chất lượng cao và kiểu dáng hiện đại. Người Đức thích các sản phẩm công nghệ cao sáng tạo, chẳng hạn như máy tính, phần mềm máy tính, linh kiện điện tử, thiết bị chăm sóc sức khỏe và y tế, vật liệu tổng hợp và công nghệ ô tô. Trong khi Đức sở hữu tỷ lệ sử dụng Internet trên mức trung bình ở EU đối với các hộ gia đình tư nhân, thì truy cập Internet tốc độ cao đối với doanh nghiệp chỉ trên mức trung bình một chút (mặc dù có xu hướng tăng trong những năm gần đây). Các lĩnh vực đa phương tiện, công nghệ cao và dịch vụ mang lại nhiều tiềm năng. Một số sản phẩm nông nghiệp cũng thể hiện triển vọng xuất khẩu tốt cho các nhà xuất khẩu. Trong nhiều trường hợp, giá cả không phải là yếu tố quan trọng đối với người mua Đức mà thay vào đó là chất lượng và độ tin cậy.

Thị trường Đức có sự phân cấp và đa dạng, với sở thích và thị hiếu khác nhau giữa các vùng của Đức. Các chiến lược thị trường thành công xem trọng sự khác biệt trong các khu vực ở Đức. Việc tìm kiếm đại diện có kinh nghiệm là một phần quan trọng trong chiến lược

xâm nhập thị trường Đức, vì các đối thủ cạnh tranh chính của hầu hết các nhà xuất khẩu là các công ty nội địa đã có mặt lâu đời. Các công ty Việt Nam có thể vượt qua sự cạnh tranh gay gắt như vậy bằng cách cung cấp các sản phẩm và dịch vụ chất lượng cao với giá cả cạnh tranh và dịch vụ hỗ trợ sau bán hàng tại địa phương. Đối với các nhà đầu tư, thuế suất cạnh biên tương đối cao và luật thuế phức tạp của Đức có thể là một trở ngại, mặc dù các khoản khấu trừ, trợ cấp và xóa nợ giúp đưa mức thuế hiệu quả lên mức cạnh tranh quốc tế.

## RÀO CẢN THƯƠNG MẠI

Các quy định và thủ tục phức tạp của Đức có thể là một trở ngại khó khăn đối với các công ty muốn gia nhập thị trường và cần sự chú ý của các nhà xuất khẩu. Các tiêu chuẩn an toàn phức tạp, thường không phân biệt đối xử nhưng đôi khi được áp dụng một cách quá nghiêm túc, làm phức tạp thêm việc tiếp cận thị trường đối với nhiều sản phẩm của Việt Nam. Các nhà cung cấp của Việt Nam nên tìm hiểu một cách kỹ lưỡng và đảm bảo rằng họ biết chính xác những tiêu chuẩn nào áp dụng cho sản phẩm của họ và có được kiểm tra và chứng nhận kịp thời.

## THUẾ NHẬP KHẨU

Khi sản phẩm vào EU, sản phẩm cần được khai báo hải quan theo phân loại trong danh mục kết hợp. Tài liệu này được cập nhật và xuất bản hàng năm, có thể tìm thấy phiên bản mới nhất trên trang web của Ủy ban Châu Âu (<https://ec.europa.eu>)

Các nhà xuất khẩu Việt Nam nên tham khảo “Biểu thuế tích hợp của Cộng đồng”, được gọi là TARIC (Tarif Intégré de la Communauté), để xác định các quy tắc khác nhau áp dụng cho các sản phẩm cụ thể được nhập khẩu vào lãnh thổ hải quan của EU. Để xác định xem có cần phải có giấy phép cho một sản phẩm cụ thể hay không, hãy kiểm tra TARIC. ([https://ec.europa.eu/taxation\\_customs/customs/customs\\_duties](https://ec.europa.eu/taxation_customs/customs/customs_duties))

Có thể tra cứu TARIC theo nước xuất xứ, Mã HS và mô tả sản phẩm trên trang web tương tác của Tổng cục Thuế và Liên minh Hải quan. TARIC trực tuyến được cập nhật hàng ngày.

## TẠM NHẬP TÁI XUẤT

Thủ tục được sử dụng để tạm nhập, quá cảnh và tạm nhập hàng hóa được thiết kế cho các mục đích cụ thể, miễn thuế (chẳng hạn như thiết bị chuyên nghiệp để thuyết



**Nguyên Phó Thủ tướng Trịnh Đình Dũng trao tặng Huân chương Lao động hạng Nhì cho Hội Hữu nghị Việt Nam - Đức**

trình hoặc hội chợ thương mại). Về nguyên tắc, thuế nhập khẩu chỉ nên được đánh đối với những sản phẩm không thuộc Liên minh tồn tại lâu dài trong lãnh thổ hải quan của Liên minh và được đưa vào lưu thông kinh tế của nó.

Ngược lại, điều này có nghĩa là thường không có bất kỳ lý do nào để đánh thuế nhập khẩu nếu các sản phẩm nhập khẩu sẽ được tái xuất sau khi chỉ được sử dụng tạm thời.

Đối với những trường hợp như vậy, việc sắp xếp để tạm nhập sẽ được thiết lập. Nó quy định việc miễn giảm hoàn toàn hoặc một phần thuế nhập khẩu đối với các sản phẩm không thuộc Liên minh như sau:

- Được sử dụng tạm thời hoặc trong một thời gian giới hạn cho một mục đích cụ thể trong lãnh thổ hải quan của Liên minh,
- Sẽ không bị thay đổi (ngoài hình thức khấu hao thông thường do sử dụng bình thường) trong khi chúng đang được sử dụng
- Ngay từ đầu đã được dự định tái xuất ra ngoài lãnh thổ hải quan.

**SẢN PHẨM HẠN CHẾ VÀ CẤM NHẬP KHẨU**

Tarif Intégré de la Communauté (TARIC) ([https://ec.europa.eu/taxation\\_customs](https://ec.europa.eu/taxation_customs))

được thiết kế để thể hiện các quy tắc khác nhau áp dụng cho các sản phẩm cụ thể được nhập khẩu vào lãnh thổ hải quan của EU hoặc trong một số trường hợp, khi được xuất khẩu từ EU. Để xác định xem một sản phẩm có bị cấm hoặc bị hạn chế hay không, hãy kiểm tra TARIC để biết các thông tin sau:

- Công ước CITES về thương mại quốc tế đối với các loài đang nguy cấp
- PROHI: danh sách hàng hóa tạm ngừng nhập khẩu
- RSTR: danh sách hàng hóa hạn chế nhập khẩu

Cơ quan hải quan Đức cung cấp thông tin về các hạn chế. Ví dụ, việc di chuyển hoặc nhập khẩu vũ khí và đạn dược từ một quốc gia không thuộc EU vào Đức phải tuân theo một số nghĩa vụ nhất định để được phép.

## TIÊU CHUẨN THƯƠNG MẠI



**Nguyên Bộ trưởng Trần Tuấn Anh và Đại sứ CHLB Đức tại Việt Nam Guido Hildner ký kết Biên bản thống nhất phương hướng hợp tác cụ thể trong thời gian tới**

Các sản phẩm được kiểm tra và chứng nhận tại Việt Nam theo các quy định và tiêu chuẩn của Việt Nam có khả năng phải được thử nghiệm lại và chứng nhận lại theo các yêu cầu của EU do cách tiếp cận khác nhau của EU trong việc bảo vệ sức khỏe và sự an toàn của người tiêu dùng và môi trường.

Mặc dù việc hài hòa hóa luật pháp của EU có thể tạo điều kiện thuận lợi cho việc tiếp cận Thị trường chung của EU, nhưng các nhà sản xuất cần lưu ý rằng các quy định (bắt buộc) và tiêu chuẩn kỹ thuật (tự nguyện) cũng có thể đóng vai trò là rào cản đối với thương mại nếu các tiêu chuẩn của Việt Nam khác với các tiêu chuẩn của Liên minh Châu Âu.

## THUẾ VAT

Hệ thống thuế VAT của EU là nửa hài hòa. Mặc dù các hướng dẫn được đặt ra ở cấp độ EU, nhưng việc thực hiện chính sách thuế VAT là đặc quyền của các Quốc gia Thành viên. Chỉ thị về VAT của Liên minh Châu Âu cho phép các Quốc gia Thành viên áp dụng thuế suất VAT tối thiểu 15 phần trăm. Tuy nhiên, họ có thể áp dụng mức giá giảm cho hàng hóa và dịch vụ cụ thể hoặc giảm giá tạm thời. Vì vậy, việc kiểm tra thuế suất thuế giá trị gia tăng của các Quốc gia thành viên là rất nên làm.

Liên minh Châu Âu áp dụng Thuế Giá trị Gia tăng (VAT) đối với việc bán hàng của các công ty không thuộc Liên minh Châu Âu về Dịch vụ được Cung cấp Điện tử (ESS) cho các khách hàng không phải là doanh nghiệp tại Liên minh Châu Âu. Kể từ ngày 1 tháng 1 năm 2015, tất cả các nguồn cung cấp dịch vụ viễn thông, phát thanh truyền hình và điện tử đều phải chịu thuế tại nơi khách hàng cư trú. Trong trường hợp doanh nghiệp, điều này có nghĩa là quốc gia nơi nó được đăng ký hoặc quốc gia nơi nó có trụ sở cố định nhận dịch vụ. Trong trường hợp của người tiêu dùng, đó là nơi họ được đăng ký, có địa chỉ thường trú hoặc thường sống.

### ➤ VAT ở Đức

Thuế suất VAT tiêu chuẩn ở Đức là 19% (dưới mức trung bình của Châu Âu và tạm thời giảm xuống 16 phần trăm cho đến cuối năm 2020). Thuế suất VAT giảm 7% (5% cho đến cuối năm 2020) áp dụng cho một số hàng hóa tiêu dùng và dịch vụ hàng ngày (thực phẩm, báo chí, phương tiện giao thông công cộng địa phương, lưu trú tại khách sạn). Một số dịch vụ (chẳng hạn như ngân hàng và dịch vụ y tế hoặc công việc cộng đồng) được miễn thuế VAT.

Trong một số điều kiện nhất định, khách du lịch quốc tế có thể được hoàn thuế VAT nếu họ không phải là công dân của Liên minh Châu Âu.

## VĂN HÓA KINH DOANH

### ➤ Cách xác lập cuộc họp với người Đức

- Người Đức rất coi trọng việc đúng giờ. Nếu bạn đến muộn, hãy gọi điện trước để thông báo cho đối tác Đức của bạn.
- Mọi người bước vào cuộc họp theo thứ tự quan trọng, người có thứ hạng cao nhất đến trước, v.v. Đối với phần giới thiệu cũng vậy.
- Nếu bạn không chủ trì cuộc họp, hãy đợi để được hướng dẫn vị trí ngồi.
- Một cuộc trò chuyện xã giao nhỏ có thể bắt đầu cuộc họp, nhưng hãy mong đợi một người Đức bắt đầu công việc kinh doanh thật nhanh chóng.
- Ban đầu, các cuộc họp có thể sẽ là để xác định mức độ đáng tin cậy. Họ sẽ ít quan tâm hơn đến việc làm quen với cá nhân bạn mà quan tâm hơn đến độ uy tín của bạn, nhưng hình thức có xu hướng giãn ra khi các cuộc đàm phán tiến triển.
- Các cuộc họp có chương trình nghiêm ngặt, cả về khung thời gian và mục tiêu của cuộc họp.
- Tất cả các bên dự kiến sẽ tham gia thảo luận với số lượng như nhau.
- Người Đức mong đợi cuộc thảo luận đã được suy nghĩ thấu đáo. Người Đức không có khả năng đưa ra những ý tưởng chưa được hình thành đầy đủ và thay vào đó họ có xu hướng nói lên suy nghĩ của mình sau khi họ đã chất lọc ý kiến và suy nghĩ kĩ.
- Phần lớn thời gian được dành cho việc giải thích tất cả các thành phần của một thỏa thuận. Điều này có vẻ khó tính, nhưng là để đảm bảo sự hiểu biết thấu đáo về tất cả các mục đích.
- Mặc dù người Đức là những người biết lắng nghe, nhưng bạn có thể thấy rằng họ không dễ bị thuyết phục.
- Sau khi các quyết định cuối cùng được thống nhất, chúng sẽ được viết thành các tài liệu giải thích chi tiết từng kế hoạch hành động.
- Việc gõ một ngón tay lên bàn khi kết thúc cuộc họp báo hiệu sự tán thành của một thỏa thuận và kết thúc cuộc họp.

### ➤ **Đối với người Đức thì công việc quan trọng hơn mối quan hệ**

Các mối quan hệ kinh doanh thường được giữ mức trang trọng vì nhiều người Đức không phải lúc nào cũng cảm thấy cần thiết phải xây dựng các mối quan hệ cá nhân trước khi kinh doanh. Họ sẽ quan tâm hơn đến kinh nghiệm, uy tín và sự lâu đời của công ty bạn. Tùy thuộc vào ngành, hoạt động kinh doanh được coi là chuyên nghiệp hoàn toàn không liên quan đến đời sống cá nhân của một người.

Là một phần của tư duy kinh doanh này, người Đức có thể thấy ngôn ngữ và phong tục lịch sự thái quá là không cần thiết và gây trở ngại. Trong khi ở các nền văn hóa khác, mọi người có thể xây dựng mối quan hệ trước khi dễ dàng hỏi những câu hỏi gây tranh cãi, người Đức mong đợi được hỏi những câu hỏi khó và cấp bách nhất



trước. Đây không phải là vì họ thô lỗ. Trong khi họ vẫn lịch sự, họ thường đi thẳng vào vấn đề của mình mà không nói một cách hoa mỹ. Theo cách tương tự, một người Đức rất có thể sẽ công khai không đồng ý với bạn và chỉ ra lỗi của bạn thay vì nói một cách mập mờ vì lý do ngoại giao và lịch sự. Bất chấp cách tiếp cận kinh doanh nghiêm ngặt này, người Đức rất cởi mở trong việc vun đắp tình bạn kinh doanh - đặc biệt là trong dài hạn. Họ thích xây dựng mối quan hệ miễn là điều đó không làm phức tạp công việc kinh doanh.



**Khai mạc Hội chợ triển lãm “Nhà – Vườn – Thời gian rảnh rỗi” tại thành phố Leipzig – Cộng hòa Liên bang Đức năm 2019**

### ➤ Những điều cần lưu ý:

- Người Đức thường coi mình là những người có tư duy phản biện, liên tục đặt câu hỏi và tìm kiếm những quan điểm mới để định hướng cho việc ra quyết định của họ. Họ có thể linh hoạt và sẽ nói ra để đề xuất ý tưởng mới nếu họ tin rằng có một cách tốt hơn.
- Bạn có thể thấy rằng một công ty Đức có sự tin tưởng vào cách làm việc của họ. Điều này có thể xảy ra khi họ quá chắc chắn về bản thân. Tránh hiểu điều này có nghĩa là họ không tiếp cận với những ý tưởng mới.

- Nơi làm việc ở Đức được phân cấp dựa trên kinh nghiệm và vị trí. Mặc dù họ tôn trọng những người có thẩm quyền, nhưng họ không thích sự kiểm soát hoặc lãnh đạo chỉ dựa trên địa vị chứ không phải chuyên môn.
- Người Đức rất tôn trọng những người có học vấn và kinh nghiệm, và sẽ tìm cách biết vị trí của bạn có liên quan như thế nào với họ.
- Chuẩn bị tư tưởng rằng một người Đức tuân thủ chặt chẽ bất kỳ quy định hoặc quy tắc nào liên quan đến công việc. Họ có thể do dự khi làm việc với những người có xu hướng đốt cháy giai đoạn hoặc không tuân thủ quy định.
- Khi kinh doanh, người Đức có thể phát triển các giao thức ràng buộc mới trong quá trình đàm phán để tránh sự không chắc chắn và không nhất quán, cũng như để đảm bảo độ tin cậy của bạn.
- Khi đàm phán, giao tiếp bằng văn bản được sử dụng để ghi lại các cuộc thảo luận và duy trì các thỏa thuận.
- Những biểu hiện về cảm xúc cuồng nhiệt, cường điệu hoặc hứa hẹn nghe có vẻ quá tốt so với sự thật có khả năng khiến người Đức do dự hoặc nghi ngờ về việc làm ăn với bạn.
- Về Chỉ số Nhận thức Tham nhũng (2017), Đức đứng thứ 12 trong số 180 quốc gia, nhận được số điểm 81 (trên thang điểm từ 0 đến 100). Nhận thức này cho thấy khu vực công của đất nước có mức độ tham nhũng tương đối thấp.

## ĐIỀU NÊN VÀ KHÔNG NÊN LÀM



Phiên họp lần thứ nhất Ủy ban hỗn hợp về hợp tác kinh tế giữa Việt Nam và CHLB Đức

## ➤ **Nên làm**

- Cố gắng đi thẳng vào vấn đề. Người Đức thường không cần nói nhiều để khởi đầu cuộc trò chuyện. Họ thường đánh giá cao khi người khác trực tiếp đi vào vấn đề.
- Cung cấp câu trả lời chân thành cho những câu hỏi nghiêm túc và tránh sự hài hước để làm giảm tính nghiêm túc.
- Khi lập kế hoạch với người đồng cấp Đức, hãy đảm bảo cung cấp tất cả các chi tiết liên quan để đảm bảo sự rõ ràng.
- Hãy chuẩn bị tinh thần khi một người Đức cởi mở và trung thực bày tỏ rằng họ không đồng ý với bạn. Nhìn chung, họ lịch sự, nhưng không có khả năng đưa ra ý kiến của mình một cách gián tiếp thông qua những gợi ý và cách nói không rõ ràng.
- Cố gắng không xúc phạm cá nhân nếu người Đức thông báo cho bạn về lỗi bạn đã mắc phải. Họ thường mong đợi bạn làm điều tương tự cho họ để giúp nhau cải thiện và phát triển như một cá nhân trong mọi khía cạnh của cuộc sống.
- Hãy xin phép người Đức trước khi chụp ảnh hoặc quay video về họ.
- Hãy thận trọng khi thảo luận về việc đến và định cư của những người tị nạn và di cư ở Đức, đồng thời lưu ý rằng bạn có thể không thể đoán được lập trường hoặc trình độ học vấn của ai đó về vấn đề này. Tránh so sánh với quá trình di cư của người Úc sang Đức vì nó diễn ra trong một bối cảnh và quy mô khác.
- Tiếp cận các cuộc trò chuyện về Thế chiến và Chiến tranh Lạnh một cách cẩn thận. Hầu hết người Đức đều cởi mở để thảo luận về lịch sử của họ. Tuy nhiên, một số có thể không muốn nhìn lại quá khứ, trong khi những người khác có thể chỉ đơn giản là mệt mỏi khi nói về nó.

## ➤ **Không nên làm**

- Tránh la hét hoặc thu hút sự chú ý ở nơi công cộng. Hành vi phóng túng có thể bị coi là thiếu tự chủ.
- Đừng ép người Đức sửa lại quyết định của họ về một vấn đề nào đó nếu họ đã trả lời cho bạn. Ví dụ: khẳng định rằng họ phải làm điều gì đó sau khi họ đã từ chối một cách lịch sự có thể bị coi là xâm phạm, ngay cả khi nó đến từ ý tốt (ví dụ: yêu cầu họ đi cùng bạn đến một nơi nào đó hoặc giúp họ thêm thức ăn).
- Tránh hủy hẹn với người Đức vào phút cuối hoặc đến muộn. Nếu bạn đoán trước sự chậm trễ, hãy cảnh báo cho đối tác Đức về việc bạn đi trễ.
- Tránh che giấu ý của bạn vì khiêm tốn hoặc nhút nhát. Người Đức thích những câu trả lời trung thực thẳng thắn cho các câu hỏi. Tính trực tiếp và rõ ràng được đánh giá cao.

- Đừng nói về hành động của người Đức trong Thế chiến như thể người đồng cấp Đức của bạn đã có mặt ở đó. Ví dụ, tránh nói "Người Đức đã làm điều này ..." như thể bạn yêu cầu trách nhiệm cá nhân đối với sự việc đó. Người đồng cấp Đức của bạn có thể được sinh ra sau những sự kiện này và không hề tham gia vào sự kiện đó.
- Đừng bao giờ so sánh một người Đức với Hitler hoặc Đức quốc xã trong Thế chiến thứ hai hoặc bày tỏ sự bài xích người Do Thái (thậm chí là đùa cợt). Có một chính sách chống lại chủ nghĩa biểu tượng và ngôn từ kích động thù địch liên quan đến Đức Quốc xã.
- Đừng gọi thời đại của Đệ tam Đế chế (Third Reich) là "Đức Quốc xã" ("Nazi Germany").

## CHÀO HỎI TRONG KINH DOANH

- Chào hỏi thường khác nhau về hình thức tùy thuộc vào việc một người Đức có hiểu rõ người kia hay không.
- Lời chào thông thường nhất là một cái bắt tay với giao tiếp bằng mắt trực tiếp.
- Đàn ông thường chào phụ nữ trước và chờ họ đưa tay ra.
- Bạn thân có thể ôm để chào hỏi và những người nhỏ tuổi hơn có thể hôn lên má nhau.
- "Guten Tag" (Chúc một ngày tốt lành) hoặc "Hallo" (Xin chào) là những lời chào bằng lời nói phổ biến nhất được sử dụng ở Đức. Ở miền Nam, một số người có thể nói "Grüß Gott" (nghĩa đen là "Chào Chúa").
- Trong các tình huống trang trọng, người ta nên xưng hô với người khác bằng chức danh và họ của họ, "Ngài" (Ông) đối với nam và "Frau" (Bà) đối với nữ. Sẽ lịch sự nếu tiếp tục sử dụng các chức danh trang trọng cho đến khi người đó mời bạn chuyển sang sử dụng tên riêng.

## NHỮNG NGÀY LỄ QUAN TRỌNG TẠI ĐỨC

- Ngày đầu năm mới - Neujahrstag (ngày 1 tháng 1)
- Ngày tưởng niệm các nạn nhân của Chủ nghĩa xã hội dân tộc (27 tháng 1)
- Ngày lễ tình nhân - Valentinstag (14 tháng 2)
- Thứ Hai Shrove - Rosenmontag (Thứ Hai trước Thứ Tư Lễ Tro)
- Lễ hội Carnival - Fastnacht / Fasching / Fasenach (Ngày thứ Hai sau Thứ Hai Shrove)
- Thứ Tư Lễ Tro / Kết thúc Lễ hội Carnival - Aschermittwoch / Kết thúc Lễ hội Karneval (Thay đổi mỗi năm)

- Đêm Walpurgis (ngày 30 tháng 4)
- Ngày Lao động - Tag der Arbeit (ngày 1 tháng 5)
- Ngày của Cha - Vatertag / Männertag (Thay đổi trong năm)
- Ngày của mẹ - Muttertag (Thay đổi trong năm)
- Ngày thống nhất nước Đức - Tag der Deutschen Einheit (ngày 3 tháng 10)
- Ngày tưởng nhớ - Volkstrauertag (Hai ngày chủ nhật trước mùa vọng thứ nhất)
- Đêm giao thừa - Sylvester / Silvester (ngày 31 tháng 12)

## TIỀN TỆ



Đồng tiền chính thức của Đức ngày nay là Euro. Ngoài Đức, có 18 nước khác trong Châu Âu cũng sử dụng Euro làm đồng tiền chính thức. Bao gồm: Áo, Bỉ, Síp, Estonia, Phần Lan, Pháp, Hy Lạp, Ireland, Ý, Latvia, Litva, Luxembourg, Malta, Hà Lan, Bồ Đào Nha, Slovakia, Slovenia, Tây Ban Nha. Các nước này còn gọi là khu vực đồng tiền chung Châu Âu Eurozone.

Hiện tại, tỷ giá tại tháng 05/2021 là  $1\text{€} \approx 28,235.33\text{ VND}$ .

Tiền xu gồm 8 mệnh giá: 1 cent, 2 cent, 5 cent, 10 cent, 20 cent, 50 cent, 1€, và 2€. Trong đó 1€ bằng với 100 cent. Tiền xu thường được sử dụng trong khi mua vé tàu, mua

đồ ăn ở máy bán hàng tự động, trả tiền đỗ xe... Bạn cũng có thể trả tiền xu ở siêu thị. Tuy nhiên nên tránh trả nhiều tiền lẻ quá làm phiền người bán hàng.

Tiền giấy gồm có các mệnh giá 5€, 10€, 20€, 50€, 100€ và 500€. Tuy nhiên trong cuộc sống hàng ngày rất ít khi sử dụng tiền giấy 500€.

Mỗi quốc gia sử dụng đồng Euro trong Eurozone đều có thể tự in đồng Euro. Vì vậy, đôi khi bạn thấy cùng một mệnh giá nhưng họa tiết đồng tiền có thể khác nhau. Tuy vậy, các bạn không phải lo lắng về giá trị sử dụng. Tất cả các đồng tiền này đều có giá trị sử dụng như nhau.



## HOẠT ĐỘNG GIAO THƯƠNG GIỮA VIỆT NAM VÀ ĐỨC



Khu triển lãm sản phẩm của doanh nghiệp TP.HCM do ITPC tổ chức tại Hội chợ triển lãm “Nhà – Vườn – Thời gian rảnh rỗi” tại thành phố Leipzig – Cộng hòa Liên bang Đức năm 2019

### TỔNG QUAN HOẠT ĐỘNG THƯƠNG MẠI CỦA ĐỨC

Tổ chức Thương mại thế giới (WTO) trong ấn phẩm thường niên Trade Profile 2020 ghi nhận về thứ hạng thương mại toàn cầu trong năm 2019 thì Đức đứng thứ 3 về xuất khẩu và 3 về nhập khẩu hàng hóa trên thế giới. Về dịch vụ, Đức đứng thứ 3 về xuất khẩu và 3 về nhập khẩu.

Chỉ số tự do kinh tế của Đức là 72,5, trở thành nền kinh tế tự do thứ 29 trong năm 2020. Chỉ số này đã giảm 1 điểm do sự suy giảm về hiệu lực tư pháp. Đức xếp thứ 16 trong số 45 quốc gia ở khu vực Châu Âu, và có chỉ số tự do kinh tế cao hơn so với mức trung bình của khu vực và thế giới. (Nguồn: Heritage). Đức là nền kinh tế lớn thứ năm thế giới tính theo sức mua tương đương (PPP) và lớn nhất châu Âu về xuất khẩu máy móc, phương tiện, hóa chất và thiết bị gia dụng hàng đầu. Đức hưởng lợi từ lực lượng lao động tay nghề cao; song, cũng phải đối mặt với những thách thức nhân khẩu học khi tăng trưởng

bền vững dài hạn như các nước láng giềng Tây Âu. Tỷ lệ sinh thấp và sự gia tăng lớn trong nhập cư ròng đang gây áp lực lên hệ thống phúc lợi xã hội Đức và đòi hỏi phải cải cách cơ cấu. Trong năm 2018, tiêu dùng nội địa, đầu tư và xuất khẩu là những nhân tố chính thúc đẩy tăng trưởng GDP của Đức; đồng thời, thặng dư thương mại



**Khách tham quan gian hàng của doanh nghiệp TP.HCM tại Hội chợ triển lãm “Nhà – Vườn – Thời gian rảnh rỗi” tại thành phố Leipzig – Cộng hòa Liên bang Đức năm 2019**

và ngân sách của nước này có xu hướng luôn ở mức cao. (Nguồn: CIA)

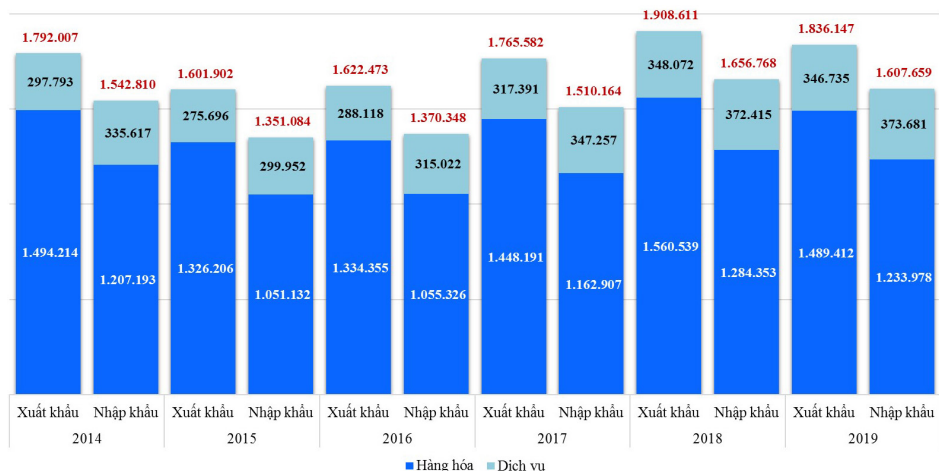
Giá trị xuất khẩu hàng hóa của Đức năm 2019 đạt 1.489,41 tỷ USD và nhập khẩu đạt 1.233,98 tỷ USD, thặng dư 255,43 tỷ USD. Về dịch vụ, năm 2019, Đức xuất khẩu 346,74 tỷ USD, nhập khẩu đạt 373,68 tỷ USD, thâm hụt 26,95 tỷ USD.

Trong giai đoạn 2014-2019, cán cân thương mại của Đức thặng dư liên tục ở mức cao. Đó là do thặng dư từ cán cân hàng hóa lớn, bù đắp cho thâm hụt cán cân dịch vụ trong giai đoạn 2014-2019.

### **Kim ngạch xuất nhập khẩu hàng hóa, dịch vụ của Đức giai đoạn 2014 - 2019**

(Nguồn: Trade Profiles, WTO)

(ĐVT: triệu USD)

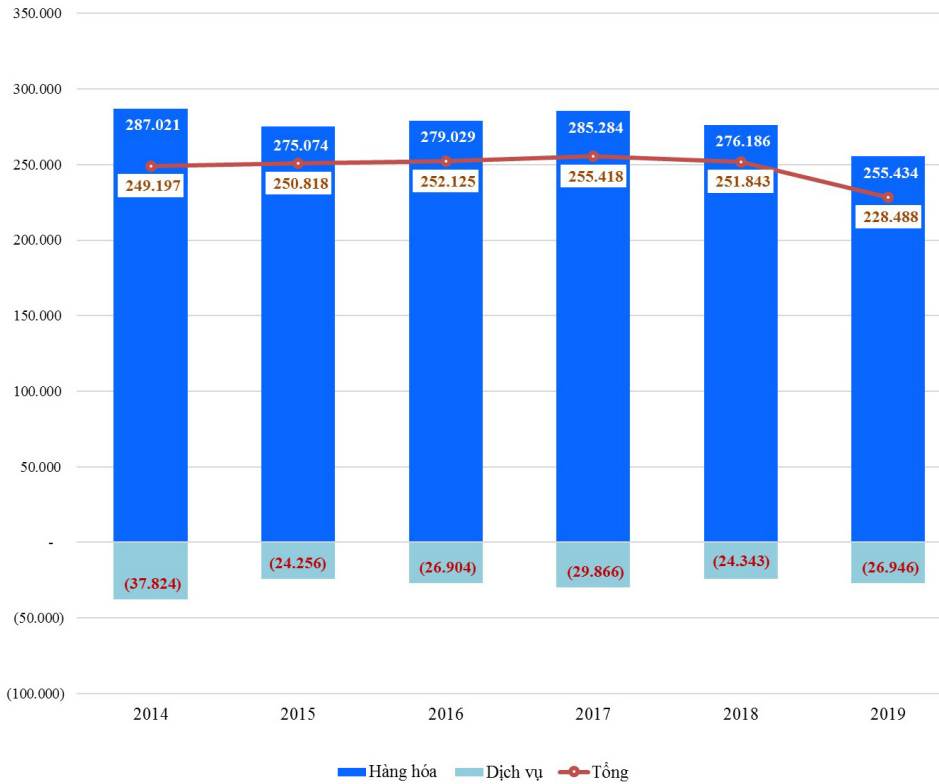




## Cán cân thương mại của Đức giai đoạn 2014 – 2019

(Nguồn: Trade Profiles, WTO)

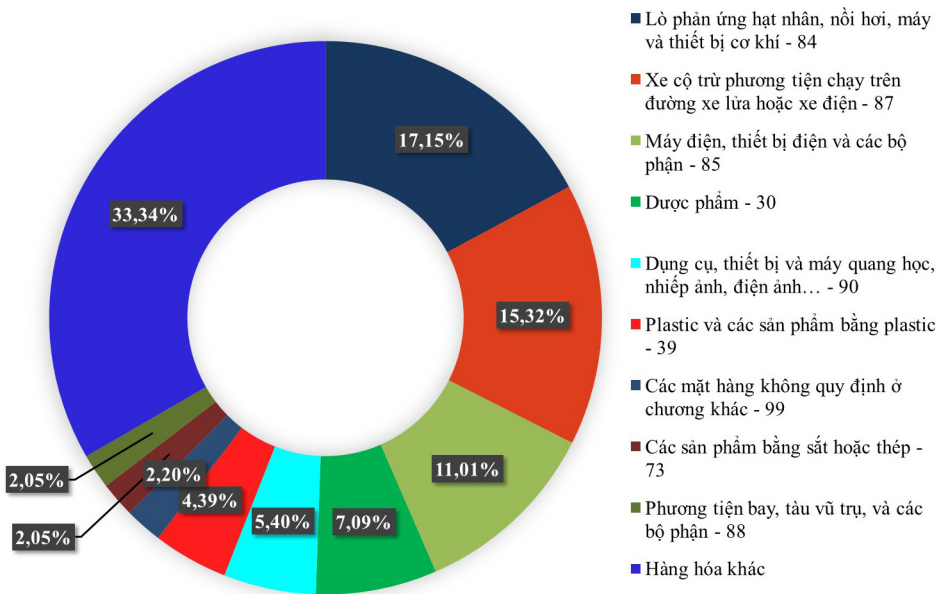
(ĐVT: triệu USD)



Năm 2019, theo dữ liệu của trademap.org, một số mặt hàng xuất nhập khẩu chủ yếu của Đức được thể hiện trong biểu đồ dưới đây.



## Những mặt hàng xuất khẩu chủ yếu của Đức năm 2020



**Nguyễn Thủ tướng Nguyễn Xuân Phúc làm việc với Thủ hiến bang Hessen, ông Volker Bouffier**

Trong năm qua, 05 mặt hàng xuất khẩu mạnh nhất của Đức bao gồm:

1. Lò phản ứng hạt nhân, nồi hơi, máy và thiết bị cơ khí (chiếm 17,15% tổng lượng xuất khẩu)

2. Xe cộ trừ phương tiện chạy trên đường xe lửa hoặc xe điện (chiếm 15,32% tổng lượng xuất khẩu)

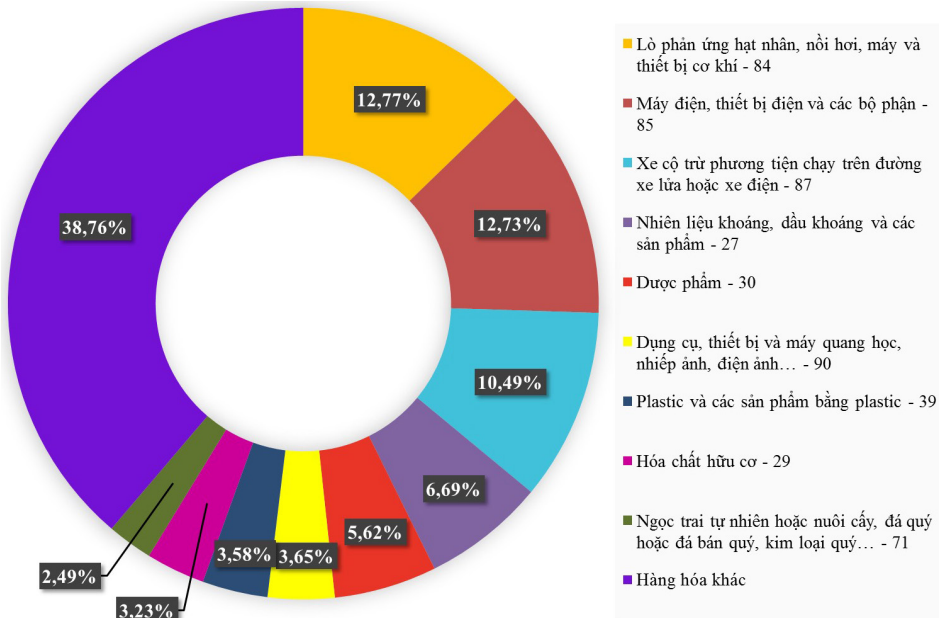
3. Máy điện, thiết bị điện và các bộ phận (chiếm

11,01% tổng lượng xuất khẩu)

4. Dược phẩm (chiếm 7,09% tổng lượng xuất khẩu)

5. Dụng cụ, thiết bị và máy quang học, nhiếp ảnh, điện ảnh... (chiếm 5,40% tổng lượng xuất khẩu)

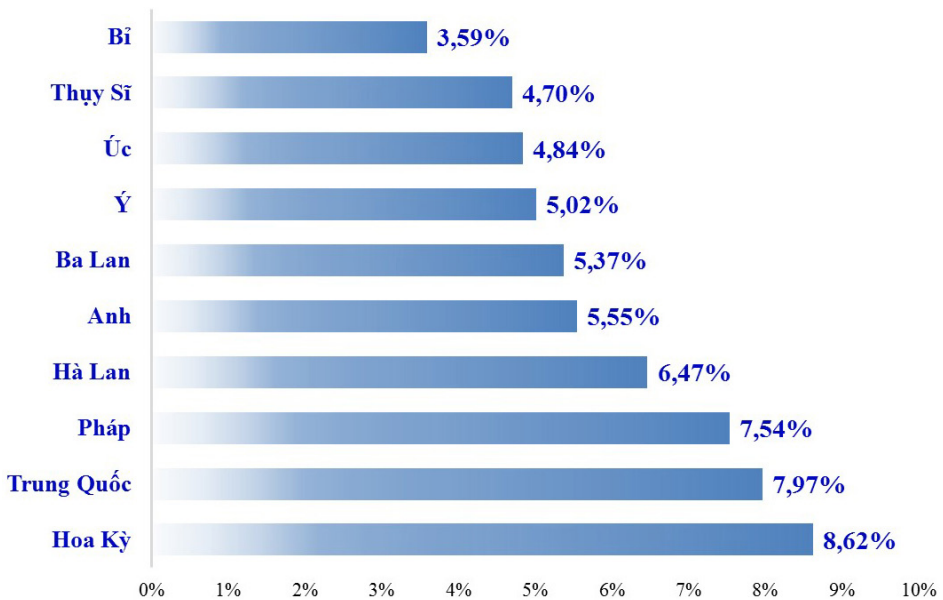
## Những mặt hàng nhập khẩu chủ yếu của Đức năm 2020



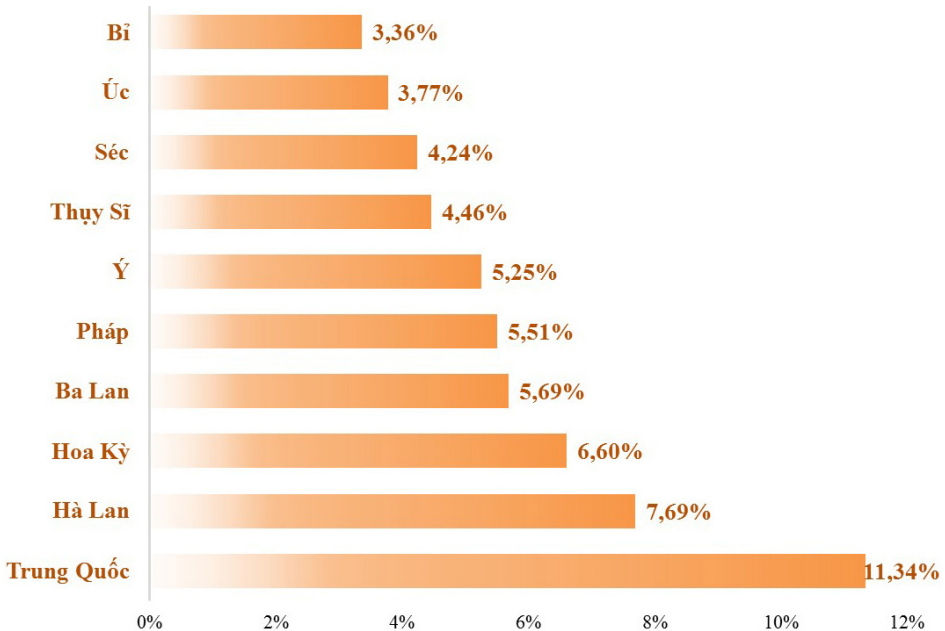
Về nhập khẩu, 05 mặt hàng mà Đức nhập vào nhiều nhất gồm có:

1. Lò phản ứng hạt nhân, nồi hơi, máy và thiết bị cơ khí (chiếm 12,77% tổng lượng xuất khẩu)
2. Máy điện, thiết bị điện và các bộ phận (chiếm 12,73% tổng lượng xuất khẩu)
3. Xe cộ trừ phương tiện chạy trên đường xe lửa hoặc xe điện (chiếm 10,49% tổng lượng xuất khẩu)
4. Nhiên liệu khoáng, dầu khoáng và các sản phẩm (chiếm 6,69% tổng lượng xuất khẩu)
5. Dược phẩm (chiếm 5,62% tổng lượng xuất khẩu)

### Các thị trường xuất khẩu chính của Đức năm 2020



### Các thị trường nhập khẩu chính của Đức năm 2020



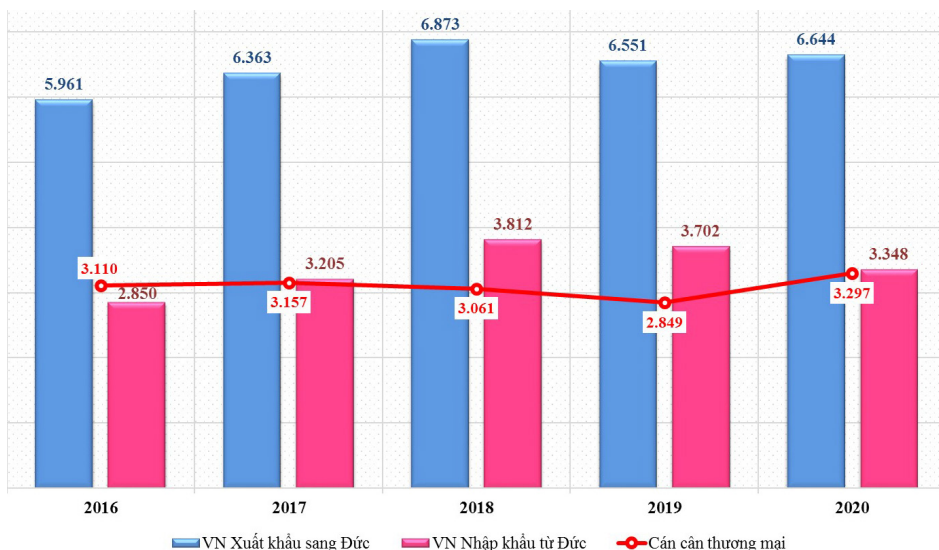
Dữ liệu mới nhất theo từng quốc gia và khu vực cụ thể cho thấy 59,66% sản phẩm xuất khẩu từ Đức được đưa vào: Hoa Kỳ (8,62% tổng sản phẩm toàn cầu), Trung Quốc (7,97%), Pháp (7,54%), Hà Lan (6,47%), Anh (5,55%), Ba Lan (5,37%), Ý (5,02%), Úc (4,84%), Thụy Sĩ (4,70%) và Bỉ (3,59%).

Ở chiều ngược lại, số liệu theo từng quốc gia cho thấy 57,92% sản phẩm nhập khẩu từ Đức có xuất xứ từ các nước: Trung Quốc (11,34% tổng sản phẩm toàn cầu), Hà Lan (7,69%), Hoa Kỳ (6,60%), Ba Lan (5,69%), Pháp (5,51%), Ý (5,25%), Thụy Sĩ (4,46%), Séc (4,24%), Úc (3,77%) và Bỉ (3,36%).

### Kim ngạch xuất khẩu, nhập khẩu và cán cân thương mại Việt Nam - Đức giai đoạn 2016 - 2020

(Nguồn: Tổng Cục Hải quan)

(ĐVT: triệu USD)



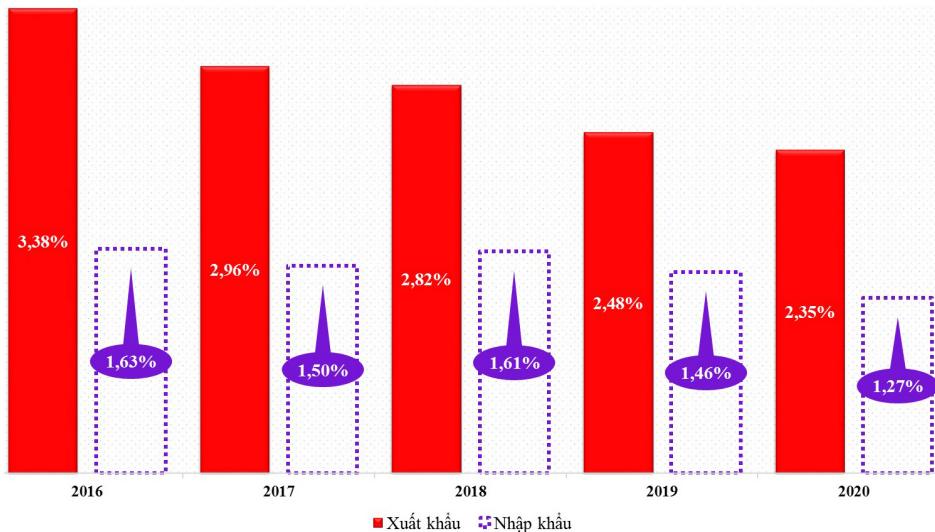
Theo thống kê trên trademap.org (Trung tâm thương mại quốc tế ITC), Việt Nam là đối tác cung cấp sản phẩm đứng thứ 23 vào thị trường Đức và là đối tác đứng thứ 49 nhập khẩu hàng hóa từ Đức.

Theo số liệu thống kê của Tổng cục Hải quan, tính riêng năm 2020 tổng giá trị xuất nhập khẩu hàng hóa giữa Việt Nam và Đức đạt 9.992 triệu USD, giảm 2,6% so với năm 2019. Trong đó, xuất khẩu hàng hóa của các doanh nghiệp Việt Nam sang thị trường Đức đạt 6.644 triệu USD, tăng 1,4% so với năm 2019, chiếm 2,35% tổng giá trị xuất khẩu của Việt Nam ra thế giới. Ở chiều ngược lại, nhập khẩu hàng hóa từ Đức đạt 3.348 triệu USD, giảm 9,6% so với cùng kì, chiếm 1,27% giá trị nhập khẩu của Việt Nam từ tất cả các đối tác thương mại.

## Tỉ trọng kim ngạch xuất nhập khẩu với Đức so với tổng giá trị xuất nhập khẩu của Việt Nam giai đoạn 2016 - 2020

(Nguồn: Tổng Cục Hải quan)

(ĐVT: triệu USD)

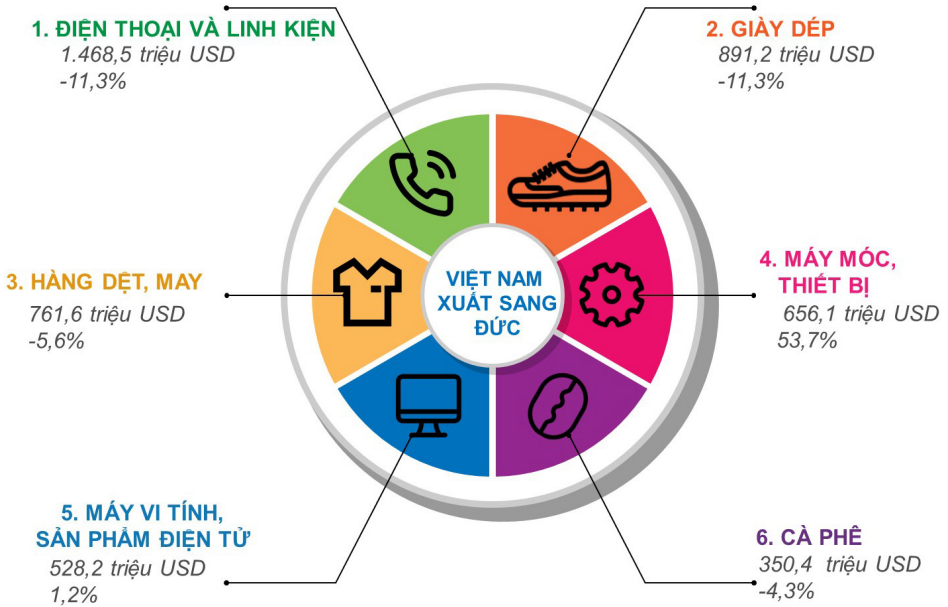


**Ông Nguyễn Hữu Tín, Giám đốc ITPC làm việc với Phòng Thương mại và Công nghiệp Đức tại Việt Nam (AHK)**

Giai đoạn 2016-2020, cán cân thương mại của Việt Nam luôn giữ mức thặng dư khoảng 3 tỷ USD do tình trạng xuất siêu liên tục sang Đức. Riêng trong năm 2020, mức thặng dư hàng hóa của Việt Nam đạt giá trị lớn nhất, do sự giảm mạnh nhập khẩu từ nước bạn so với cùng kỳ năm 2019 (giảm 9,6%).

## MỘT SỐ SẢN PHẨM XUẤT KHẨU CHỦ YẾU CỦA VIỆT NAM SANG ĐỨC

### Một số sản phẩm xuất khẩu chủ yếu của Việt Nam sang Đức năm 2020

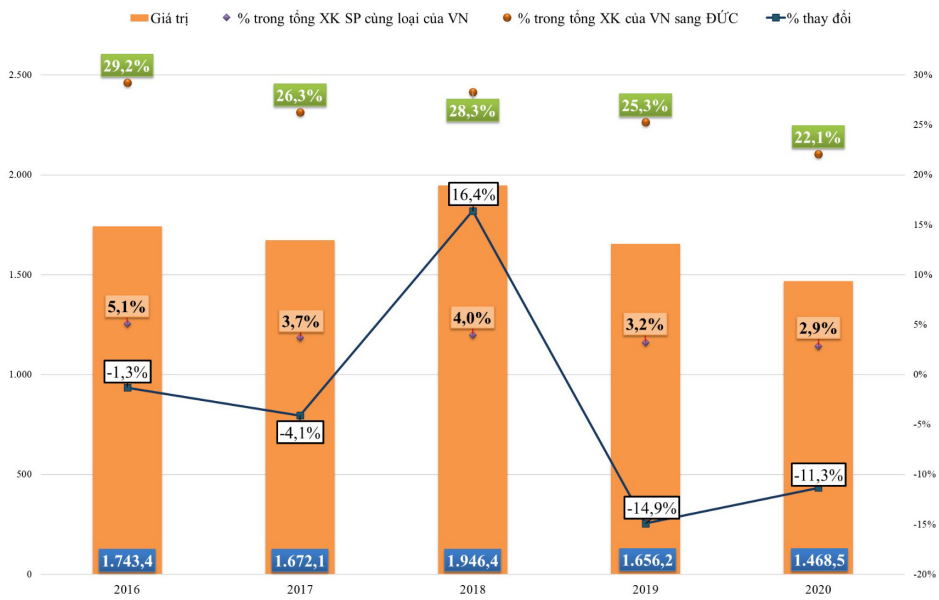


Đứng đầu trong số các mặt hàng xuất khẩu của Việt Nam vào thị trường Đức trong giai đoạn 2016-2020 là mặt hàng điện thoại các loại và linh kiện. Theo thống kê của Tổng cục Hải quan, năm 2020, xuất khẩu mặt hàng này sang Đức đạt 1.468,5 triệu USD, giảm 11,3% so với cùng kỳ năm ngoái, chiếm 22,1% tổng xuất khẩu sang thị trường này. Thị trường Đức chiếm 2,9% tổng xuất khẩu sản phẩm cùng loại của Việt Nam. Trong cả giai đoạn, xuất khẩu điện thoại và linh kiện của Việt Nam sang Đức nhìn chung tương đối ổn định; trong đó, năm xuất khẩu mạnh nhất là vào năm 2018 với giá trị kim ngạch là 1.946,4 triệu USD.

Tiếp theo là mặt hàng sản phẩm từ giày dép đạt 891,2 triệu USD vào năm 2020, giảm 11,3% so với 2019, chiếm 13,4% tổng xuất khẩu của Việt Nam sang thị trường này, chiếm 5,3% thị phần các sản phẩm tương tự của Việt Nam xuất khẩu ra tất cả các nước. Vào năm 2019, lượng xuất khẩu mặt hàng này đạt đỉnh với trị giá 1.004,9 triệu USD.

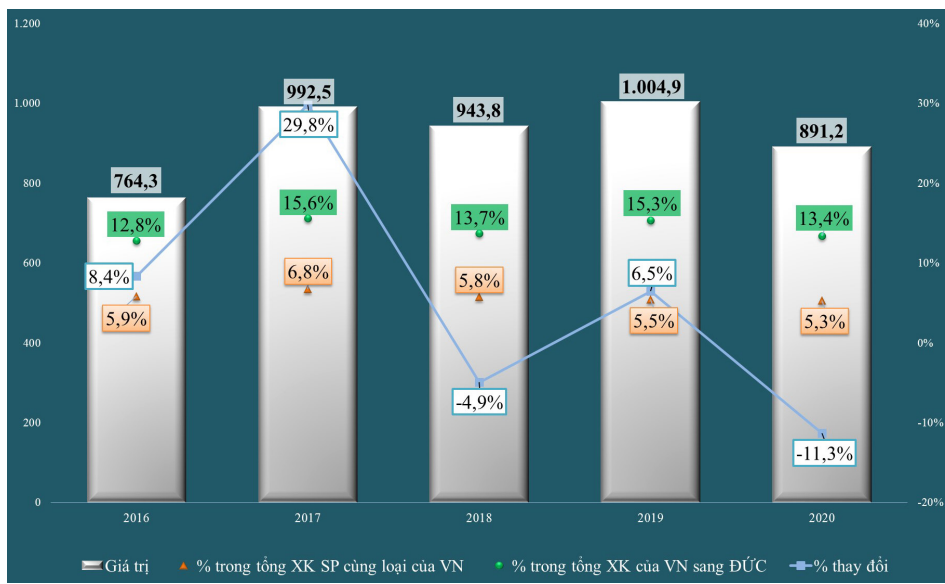
## Kim ngạch xuất khẩu Điện thoại và linh kiện của Việt Nam sang Đức

(Nguồn: Tổng Cục Hải quan) (ĐVT: triệu USD)



## Kim ngạch xuất khẩu Giày dép của Việt Nam sang Đức

(Nguồn: Tổng Cục Hải quan) (ĐVT: triệu USD)



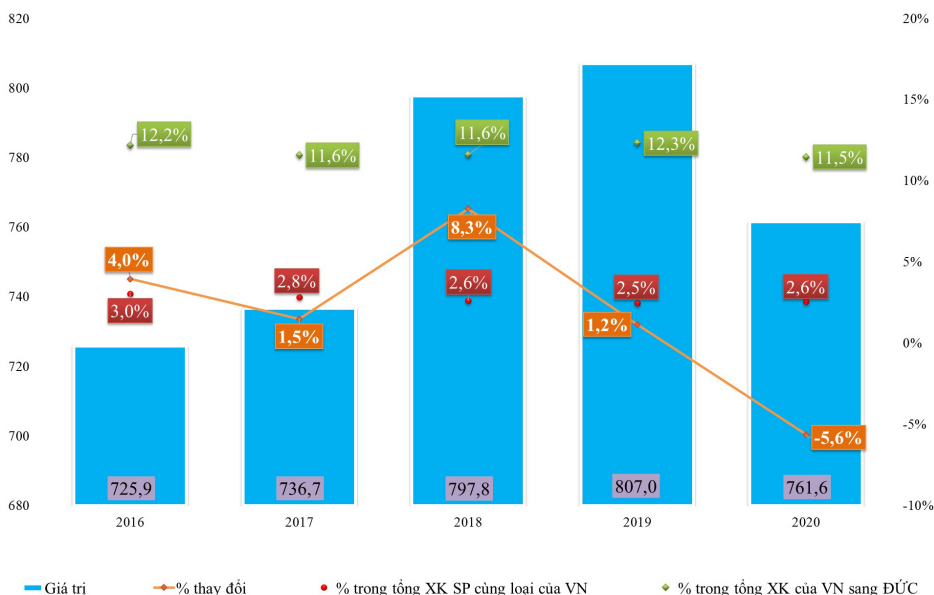


Vị trí thứ 3 trong số những sản phẩm Việt Nam xuất khẩu nhiều nhất sang Đức năm 2020 là hàng dệt-may, đạt 761,6 triệu USD, giảm 5,6% so với cùng kỳ, chiếm 11,5% tổng xuất khẩu của Việt Nam sang nước này, chiếm 2,6% xuất khẩu mặt hàng cùng loại của Việt Nam với tất cả các đối tác thương mại. Vào hai năm 2018 và 2019, xuất khẩu của mặt hàng này tăng mạnh với trị giá lần lượt là 798,8 triệu USD và 807 triệu USD.

### Kim ngạch xuất khẩu Hàng dệt may của Việt Nam sang Đức

(Nguồn: Tổng Cục Hải quan)

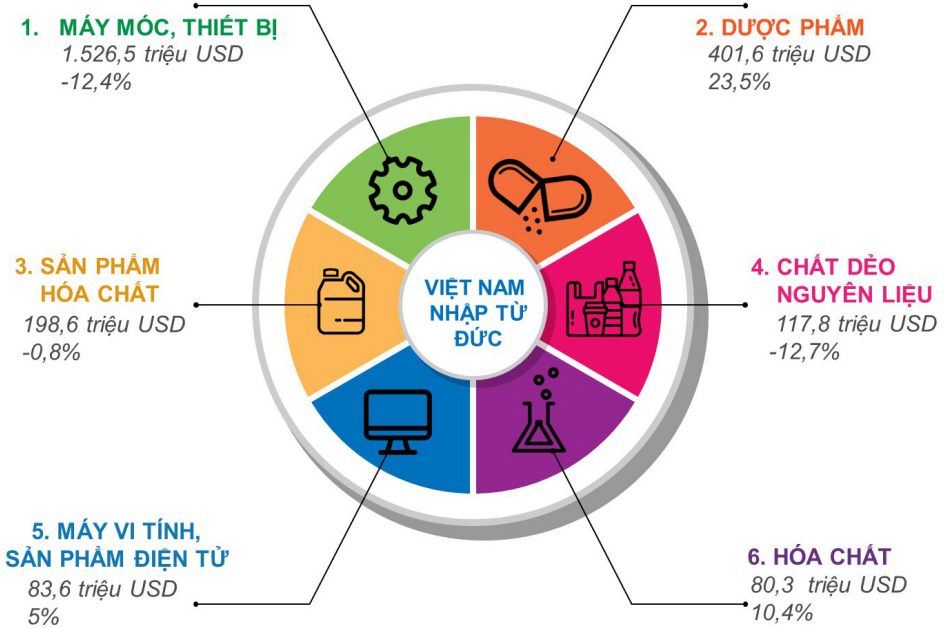
(ĐVT: triệu USD)



Một số mặt hàng có tỷ lệ xuất khẩu tăng đột biến trong năm nay là máy móc, thiết bị phụ tùng; đồ chơi, dụng cụ thể thao; và sắt thép các loại. Cụ thể, mặt hàng máy móc, thiết bị phụ tùng tăng tới 53,7% trong năm 2020 và đồng thời cũng là mặt hàng có kim ngạch tăng dần theo từng năm, bất chấp sự ảnh hưởng từ dịch Covid-19. Trong khi đó, mặt hàng đồ chơi, dụng cụ thể thao là mặt hàng tăng mạnh nhất trong tất cả các mặt hàng xuất khẩu với tỷ lệ lên tới 105,9%, chứng minh cho một thực tế rằng nhu cầu tại thị trường Đức đối với mặt hàng này là rất lớn. Bên cạnh đó, tỷ lệ xuất khẩu của mặt hàng sắt thép cũng tăng vọt và đạt 96,8%.

## MỘT SỐ SẢN PHẨM CHỦ YẾU VIỆT NAM NHẬP KHẨU TỪ ĐỨC

### Một số sản phẩm nhập khẩu chủ yếu của Việt Nam từ Đức năm 2020

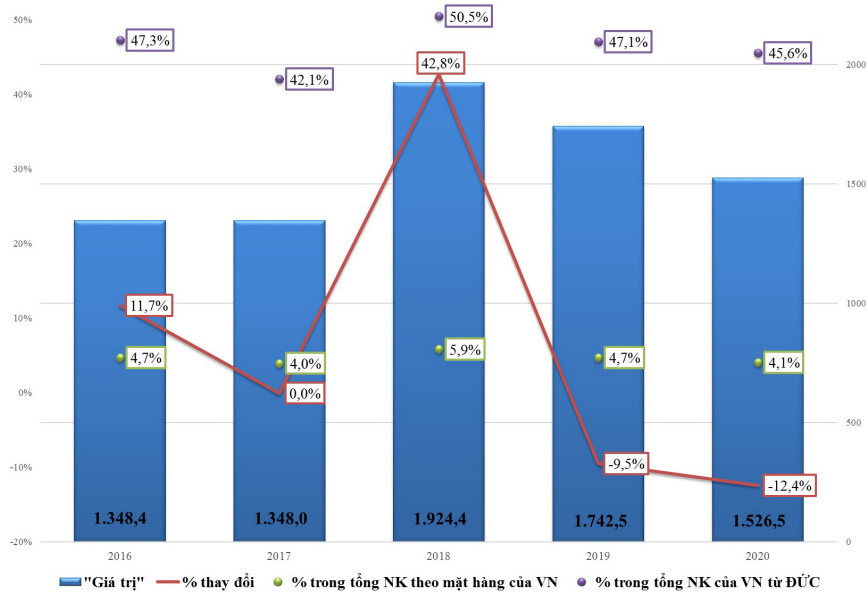


Năm 2020, đứng ở vị trí thứ nhất về kim ngạch nhập khẩu hàng hóa của Việt Nam từ Đức là mặt hàng máy móc, thiết bị phụ tùng, đạt 1.526,5 triệu USD, giảm 12,4% so với cùng kỳ của năm trước, chiếm đến 45,6% tổng nhập khẩu từ nước này, chiếm 4,1% giá trị nhập khẩu mặt hàng cùng loại của Việt Nam từ tất cả các nước. Từ năm 2016 đến năm 2017, kim ngạch nhập khẩu máy móc, thiết bị phụ tùng từ Đức không thay đổi đáng kể, nhưng lại tăng mạnh vào năm 2018 với tổng trị giá là 1.924,4 triệu USD. Nhìn chung, đây được xem là mặt hàng quan trọng của Đức vì luôn chiếm tỷ trọng lớn trong tổng nhập khẩu các mặt hàng khác nhau.

Tiếp theo là mặt hàng dược phẩm có kim ngạch đạt 401,6 triệu USD vào năm 2020, con số cao nhất trong cả giai đoạn 2016-2020. Tỷ lệ tăng là 23,5% so với năm 2019, chiếm 12% tổng nhập khẩu từ Đức, chiếm 12,2% tổng giá trị nhập khẩu các mặt hàng cùng loại từ thế giới. Đây là mặt hàng có lượng nhập khẩu tăng dần theo từng năm và không có xu hướng chững lại, với tỷ lệ tăng mạnh nhất là vào năm 2017 (39,9%). Đối với Việt Nam, kim ngạch nhập khẩu dược phẩm từ Đức đứng hàng thứ 2, chỉ sau Pháp.

## Kim ngạch nhập khẩu Máy móc, thiết bị phụ tùng của Việt Nam từ Đức

(Nguồn: Tổng Cục Hải quan) (ĐVT: triệu USD)



## Kim ngạch nhập khẩu Dược phẩm của Việt Nam từ Đức

(Nguồn: Tổng Cục Hải quan) (ĐVT: triệu USD)

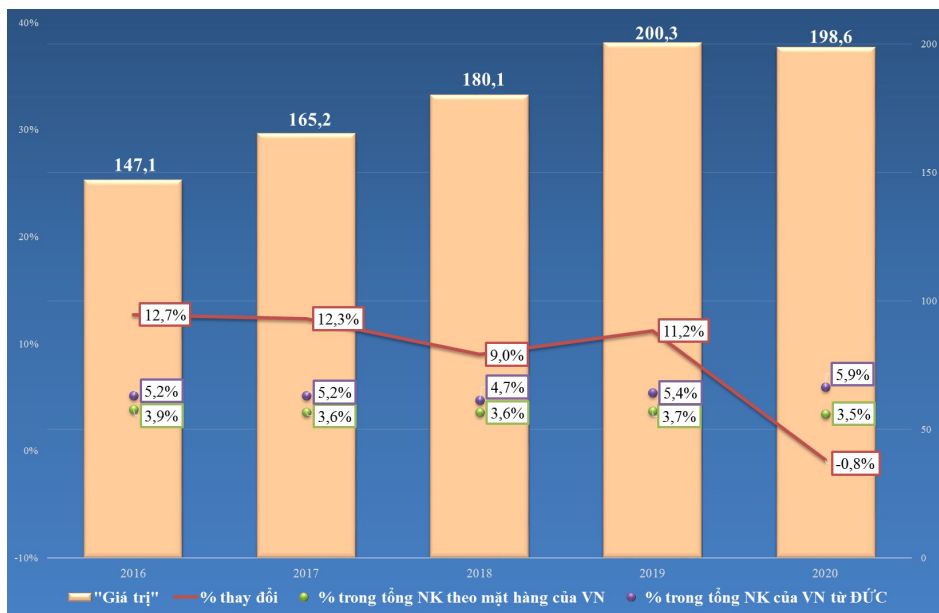


Mặt hàng sản phẩm hóa chất đứng vị trí thứ 3, đạt 198,6 triệu USD năm 2020, giảm nhẹ 0,8% so với cùng kỳ năm ngoái, chiếm 5,9% giá trị nhập khẩu của Việt Nam từ nước này, tương đương 3,5% giá trị nhập khẩu so với mặt hàng cùng loại từ các đối tác thương mại khác. Tương tự dược phẩm, mặt hàng sản phẩm hóa chất từ Đức cũng có xu hướng tăng đều theo thời gian; trong đó, năm 2019 là năm nhập khẩu mạnh nhất với trị giá 200,3 triệu USD.

### Kim ngạch nhập khẩu Sản phẩm hóa chất của Việt Nam từ Đức

(Nguồn: Tổng Cục Hải quan)

(ĐVT: triệu USD)



## XUẤT KHẨU VÀO THỊ TRƯỜNG ĐỨC: CHỌN KÊNH NÀO CHO HÀNG VIỆT TRỤ VÙNG?

Thời gian gần đây, hoạt động thương mại Việt Nam - Đức trở nên sôi động hơn nhờ sự năng động của doanh nghiệp (DN) hai nước, nhằm tận dụng những cơ hội kinh doanh và đầu tư thấy rõ từ Hiệp định EVFTA đối với nhiều nhóm mặt hàng, trong đó nông, lâm, thủy sản có lợi thế khi được cắt giảm nhanh đối với hầu hết các dòng thuế.

Thông tin từ Cục Xúc tiến thương mại (Bộ Công Thương) cho thấy, nhờ đòn bẩy từ EVFTA, các DN Việt Nam đang ngày càng quan tâm đầu tư nghiêm túc, bài bản trong kinh



**Khu triển lãm sản phẩm của doanh nghiệp TP.HCM do ITPC tổ chức tại Hội chợ triển lãm “Nhà – Vườn – Thời gian rảnh rỗi” tại thành phố Leipzig – Cộng hòa Liên bang Đức năm 2019**

doanh với các đối tác từ Đức. DN Việt Nam cũng đã nhận diện và nỗ lực đáp ứng được những yêu cầu từ nhỏ tới lớn của thị trường Đức, kiến tạo những nền tảng vững chắc cho những bước tiến hợp tác thương mại vì lợi ích thiết thực của đôi bên trong tương lai.

Ông Võ Văn Long, Chủ tịch Hội DN Việt Nam tại Đức nhận xét, Việt Nam có nguồn lương thực, thực phẩm phong phú, tiềm năng, trong khi người tiêu dùng Đức có nhu cầu về những mặt hàng này. “Tuy nhiên, để hàng Việt Nam đứng vững tại thị trường Đức, trước hết sản phẩm phải tốt, đảm bảo chất lượng. Ngoài ra, để phát triển thị phần tại thị trường tiềm năng này, DN Việt Nam cần tìm các kênh để đưa sản phẩm vào chuỗi các siêu thị, nhà hàng, khách sạn...”, ông Long đưa ra kinh nghiệm.

Theo ông Nguyễn Minh Vũ, Đại sứ Đặc mệnh toàn quyền Việt Nam tại Đức, khi làm việc với các DN Đức, họ đã tỏ ra quan tâm đặc biệt đối với Việt Nam. Những DN Đức đã làm ăn với Việt Nam bày tỏ mong muốn tiếp tục mở rộng và đẩy mạnh hợp tác thương mại, đầu tư, kinh doanh với Việt Nam.

Các DN Đức chưa làm ăn với Việt Nam cũng bày tỏ mong muốn có cơ hội hợp tác với DN Việt. “Các DN Việt Nam có thể xem cộng đồng gần 200.000 người Việt tại Đức là một kênh để kết nối sản phẩm, hàng hóa của mình vào thị trường tiềm năng này”, ông Vũ khuyến cáo.

Cùng quan điểm với ông Vũ, ông Phạm Trường Giang, Tổng lãnh sự Việt Nam tại Frankfurt (Đức) cũng phân tích, chính phủ hai nước Việt Nam và Đức đều quan tâm phát

triển hợp tác kinh tế, thương mại và đầu tư song phương. Trong khi đó, các bang lớn của Đức cũng có mối quan hệ tốt với nhiều địa phương của Việt Nam. Đặc biệt, từ khi Hiệp định EVFTA và Hiệp định Bảo hộ đầu tư Việt Nam – EU (IPA) có hiệu lực, Đức đã rất quan tâm, nỗ lực đẩy mạnh quan hệ thương mại và đầu tư với Việt Nam.

“Để thúc đẩy hợp tác kinh tế, thương mại và đầu tư giữa Việt Nam với Đức, hai nước cần nhanh chóng đưa vào hoạt động các Ủy ban hỗn hợp về hợp tác kinh tế Việt – Đức, bởi đây sẽ là nền tảng để phát triển hợp tác giữa những bang của Đức với các địa phương của Việt Nam”, ông Giang đưa ra gợi ý.

Trong bối cảnh dịch Covid-19 đang gây khó khăn cho các hoạt động xúc tiến thương mại truyền thống, ông Phạm Trường Giang cho rằng, hai bên cũng cần tìm ra cách hợp lý để có những triển lãm trưng bày, giới thiệu hàng hóa của doanh nghiệp hai nước. Đặc biệt, cần xây dựng hệ thống các kho bãi ở Đức để tập kết hàng hóa của Việt Nam, làm cơ sở cho hàng Việt Nam thâm nhập thị trường Đức và sang các nước châu Âu khác.

Đánh giá về tiềm năng cũng như cơ hội to lớn từ Hiệp định EVFTA mang lại cho các DN hai nước, ông Bùi Vương Anh, Tham tán Thương mại Việt Nam tại CHLB Đức cho rằng, các DN hai nước đang đứng trước những cơ hội rất to lớn của Hiệp định EVFTA và EVIPA.

“Các hiệp định này đã trở thành nội hàm quan trọng, đưa quan hệ hợp tác đối tác chiến lược giữa hai nước đi vào chiều sâu và thực chất. Thương vụ Việt Nam tại CHLB Đức đang tích cực phối hợp với các cơ quan, tổ chức, doanh nghiệp hai nước triển khai kết nối, vận dụng các cơ chế hợp tác để đẩy mạnh quan hệ thương mại trong các lĩnh vực các bên cùng quan tâm”, ông Bùi Vương Anh khẳng định.

Theo ông Vũ Bá Phú, Cục trưởng Cục Xúc tiến thương mại (Bộ Công Thương), Hiệp định EVFTA có hiệu lực từ ngày 1/8/2020 đã cho thấy những tác động tích cực và khởi đầu tới nhiều lĩnh vực hợp tác kinh tế, thương mại giữa Việt Nam và Đức (hai quốc gia thành viên của EVFTA).

Cũng theo ông Phú, Đức là đối tác thương mại lớn nhất của Việt Nam không chỉ ở Liên minh châu Âu (EU) mà còn ở cả châu Âu. Đây là thị trường chiếm gần 1/5 kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam sang EU, đồng thời là cửa ngõ trung chuyển quan trọng của hàng hóa Việt Nam sang các thị trường khác ở châu Âu.

“Những sản phẩm của Việt Nam phù hợp với nhu cầu tiêu thụ cao của các nhà máy sản xuất, người tiêu dùng tại Đức nói riêng và EU nói chung. Ủy ban hỗn hợp về hợp tác kinh tế Việt – Đức sẽ là đầu mối phối hợp với các Bộ, ngành, địa phương trao đổi, phối hợp với các cơ quan, hội ngành hai bên tạo ra “sân chơi” cho các DN hai nước. Hai bên sẽ quy tập và cung cấp cho DN hai bên những thông tin, dữ liệu về tiềm năng, nhu cầu thương mại, đầu tư. Đồng thời, xúc tiến xây dựng một nhóm để hỗ trợ DN hai bên giải quyết những vấn đề phát sinh khi thực hiện EVFTA và IPA”, ông Phú chỉ rõ./.

Theo Báo Điện tử Đài Tiếng nói Việt Nam

# HOẠT ĐỘNG ĐẦU TƯ GIỮA VIỆT NAM VÀ ĐỨC

## XUẤT KHẨU VÀO THỊ TRƯỜNG ĐỨC: CHỌN KÊNH NÀO CHO HÀNG VIỆT TRỤ VÙNG?



**Ông Lê Thanh Liêm, Nguyên Phó Chủ tịch thường trực UBND TP.HCM, phát biểu tại Diễn đàn Thương mại và Đầu tư Việt Nam - Cộng hòa liên bang Đức trong khuôn khổ Hội chợ triển lãm Leipzig 2019**

**T**rước thời điểm EVFTA có hiệu lực (1/8/2020), quan hệ thương mại đầu tư Việt Nam với EU nói chung và với Đức nói riêng vẫn luôn được đánh giá phát triển mạnh mẽ và toàn diện. Các nhà đầu tư đến từ Đức cũng coi Việt Nam là thị trường tiềm năng, có sức hấp dẫn đầu tư, chỉ sau Trung Quốc và Ấn Độ. Dù vậy, trên thực tế dòng vốn đầu tư trực tiếp từ Đức vào Việt Nam vẫn chưa được như kỳ vọng.

Tính đến tháng 8/2020, Đức có 350 dự án FDI đầu tư vào Việt Nam, tổng giá trị vốn đầu tư 2 tỷ USD và đứng thứ 18 trong tổng số các quốc gia, vùng lãnh thổ đầu tư vào Việt Nam. Các dự án của Đức chủ yếu tập trung ở các thành phố lớn như Tp.HCM, Hà Nội, Bình Dương. Nhiều thương hiệu lớn của Đức được biết đến rộng rãi ở Việt Nam như Bosch, Ericsson...

Trong số 10 quốc gia top đầu đầu tư vào Việt Nam, chủ yếu đến từ các nước Đông Á và Đông Nam Á, một nước đến từ Anh cũng là thiên đường thuế British Virginislands.

Giới chuyên gia nhìn nhận, các dự án vốn FDI từ Đức chất lượng, tập trung vào lĩnh vực có hàm lượng trí thức, công nghệ cao tuy nhiên nguồn vốn không lớn.

“Chúng ta luôn kêu gọi các dự án đầu tư chất lượng cao vào Việt Nam, mang tính chất bền vững nhưng thực tế các quốc gia trong G7 gồm Đức gần như vắng bóng, duy nhất có Nhật Bản là nằm trong top 10 đầu tư vào Việt Nam. Câu hỏi này dành cho những nhà nghiên cứu chính sách, hoạch định chính sách nghiên cứu và tìm câu trả lời, nếu không trả lời được câu hỏi này thì mãi mãi không biết cách nào để lôi kéo các nước có công nghệ cao vào Việt Nam”, ông Lê Viết Thái, Phó chủ tịch Hội hữu nghị Việt Nam - Đức nhấn mạnh tại Diễn đàn Kinh tế thương mại Việt - Đức 2020.



**Vụ trưởng Vụ Hợp tác kinh tế đa phương Nguyễn Minh Hằng và Giám đốc Tổ chức FN Andreas Stoffers ký Bản ghi nhớ hợp tác về hỗ trợ nâng cao năng lực hội nhập quốc tế giai đoạn 2020 – 2023**

Ông Doãn Hoàng Minh, Phó vụ trưởng Vụ châu Âu (Bộ Ngoại giao), thừa nhận, Đức cũng như nhiều nước châu Âu khác như Anh, Pháp, Tây Ban Nha và Ý, từ trước đến nay vẫn chỉ xem thị trường Việt Nam tiềm năng, chưa đầu tư nhiều vào Việt Nam. Phần lớn doanh nghiệp Đức quan tâm và đầu tư vào các thị trường khác như Trung Quốc, Nhật Bản, Ấn Độ. Các quốc gia này thu hút doanh nghiệp Đức nhờ nhiều lợi thế khác nhau.

Lý giải tâm lý e ngại này, theo ông Minh, do khuôn khổ pháp lý Việt Nam chưa rõ



ràng, hạ tầng cơ sở chưa đáp ứng được nhu cầu của nhà đầu tư Đức, cùng với đó ngành công nghiệp phụ trợ chưa thực sự phát triển.

Cho rằng không chỉ riêng vấn đề về thể chế, cơ sở hạ tầng, nguồn nhân lực, theo ông Lê Viết Thái vấn đề “bôi trơn”, các chi phí chính thức khiến các nhà đầu tư Đức gặp trở ngại bởi tính kỷ luật của người Đức không chấp nhận chi trả những khoản này.

Trong khi đó, các hạn chế như bất ổn chính sách, rào cản thương mại gia tăng, an toàn pháp lý cũng khiến các nhà đầu tư Đức còn rụt rè đầu tư vào Việt Nam. “Tôi tìm hiểu từ Phòng Thương mại công nghiệp Đức tại Việt Nam, họ phàn nàn rằng chính sách của Việt Nam theo hướng lúc này mở ra, lúc khác đóng vào rồi lại mở ra. Cơ chế “xóc” thể không thể nào thu hút được nhà đầu tư Đức”, ông Thái nói.

Chưa kể quan điểm về các thành phần kinh tế khi khu vực doanh nghiệp nhà nước vẫn nắm giữ vai trò dẫn dắt ở một số lĩnh vực...

Việc EVFTA được ký kết là thành quả lịch sử quan hệ Việt Nam - EU. Cùng với việc sớm ký kết Hiệp định bảo hộ đầu tư IPA, FTA được kỳ vọng sẽ mang lại cơ hội đầu tư và thương mại cho cả hai nước. “Sự phát triển vượt bậc quan hệ đầu tư giữa hai nước chưa thể thu hoạch ngay và cần thời gian dài, chắc chắn sẽ tốt hơn”, ông Doãn Hoàng Minh nói.

Thời gian qua, phía Đức đã chủ động đưa nhiều doanh nghiệp sang Việt Nam tìm hiểu thị trường, kết nối hợp tác. Luật pháp Đức cũng xây dựng theo xu hướng tạo thuận lợi hơn cho lao động nước ngoài, hứa hẹn mang lại cơ hội mới cho lao động Việt Nam học hỏi tay nghề, nâng cao trình độ, năng lực tại Đức. Đặc biệt, về chiến lược, từ tháng 9/2020, Đức công bố định hướng, khẳng định coi trọng hợp tác với ASEAN, trong đó có Việt Nam, mở đường cho can dự tích cực hơn về kinh tế tại Việt Nam.

Dù vậy, theo ông Lê Viết Thành, để lôi kéo được doanh nghiệp Đức đầu tư vào Việt Nam, điều cần nhất vẫn là phải cải thiện môi trường đầu tư, môi trường kinh doanh minh bạch. Minh bạch là yếu tố chủ chốt để nhà đầu tư nắm rõ các quy định và quy trình để tuân thủ nghiêm ngặt, từ đó đưa ra được những ưu tiên trong kế hoạch kinh doanh của mình.

Về phía Đức, đại diện một số doanh nghiệp cho rằng, Chính phủ Việt Nam cần tạo ra một sân chơi công bằng và một khuôn khổ kinh tế giống nhau cho cả doanh nghiệp trong nước và nước ngoài. Chất lượng nguồn nhân lực cũng cần phải được xây dựng bài bản, chất lượng cao. Việt Nam cần đưa ra những chương trình đào tạo cho doanh nghiệp và doanh nghiệp sẽ tự đào tạo cho nhân lực của mình.

“Việt Nam có thể tự hào về lực lượng lao động cần mẫn với tỷ lệ biết đọc, viết cao tuy nhiên để làm việc tại các doanh nghiệp Đức, người lao động cần có sự chuẩn bị tốt hơn cũng như kiến thức và kinh nghiệm chuyên môn thực tiễn”, đại diện một doanh nghiệp Đức nói.

Nguồn: Báo VnEconomy

## ĐẦU TƯ VÀO BREMEN GIÚP DOANH NGHIỆP VIỆT TIẾN VÀO THỊ TRƯỜNG ĐỨC, EU

Kết nối thương mại và đầu tư vào Bremen (Đức) là cửa ngõ quan trọng giúp doanh nghiệp tiến sâu vào thị trường nước Đức nói riêng và EU nói chung.

Thông tin trên được các chuyên gia chia sẻ tại “Hội thảo xúc tiến thương mại và đầu tư với Bremen - Trung tâm logistics cung ứng hàng hóa ở châu Âu” do Trung tâm Xúc tiến Thương mại và Đầu tư Thành phố Hồ Chí Minh (ITPC) tổ chức ngày 31/3.

Ông Trần Phú Lữ, Phó Giám đốc ITPC, cho biết trong những năm qua, quan hệ hợp tác hữu nghị giữa Việt Nam và Cộng hòa Liên bang Đức ngày càng phát triển tích cực, sâu rộng, hiệu quả và toàn diện.

Đức là đối tác thương mại lớn nhất của Việt Nam ở châu Âu, chiếm gần 1/5 kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam sang EU, đồng thời là cửa ngõ trung chuyển quan trọng hàng hóa Việt Nam sang các thị trường khác ở châu Âu.

Kim ngạch thương mại hai nước kể từ năm 2010 đến nay đã tăng gấp đôi, tăng trưởng bình quân trên 10%/năm, đạt trên 10 tỷ USD. Mặc dù bị ảnh hưởng nặng nề bởi dịch bệnh COVID-19, thương mại hai chiều vẫn giữ được tốc độ tăng trưởng tốt trong năm 2020 và những tháng đầu năm 2021.

Tính đến tháng 2/2021, kim ngạch xuất nhập khẩu Việt Nam-Đức ước đạt trên 1,5 tỷ USD, tăng 5% so với cùng kỳ năm ngoái.

Về đầu tư, Đức đang đứng thứ 18 trong số các quốc gia và vùng lãnh thổ đầu tư vào Việt Nam, hơn 300 doanh nghiệp Đức với 361 dự án đang được triển khai trong các lĩnh vực cơ khí, chế tạo máy, logistics, hóa chất, năng lượng tái tạo... với tổng giá trị vốn đầu tư hơn 2 tỷ USD.

Ở chiều ngược lại, Việt Nam cũng có 35 dự án đầu tư vào Đức với trị giá hơn 250 triệu USD trong các lĩnh vực tài chính-ngân hàng, tin học, nhà hàng, khách sạn...

Riêng với Thành phố Hồ Chí Minh, Đức hiện là bạn hàng lớn, đồng thời cũng là quốc gia có nhiều dự án đầu tư trọng điểm tại thành phố như Tuyến tàu điện ngầm (Metro) số 2, Trường Đại học Việt-Đức, Trường Quốc tế Đức...

Bà Hoàng Thị Hương, Trưởng đại diện Cơ quan phát triển kinh tế bang Bremen ở Việt Nam (BremenInvest), cho biết bang Bremen có hai thành phố là Bremen và Bremerhaven. Nếu như Bremen được coi là chìa khóa vào nước Đức, Bremerhaven lại được coi là cửa ngõ ra thế giới. Thành phố Bremen tuy nhỏ nhưng có vị trí quan trọng trong ngành công nghiệp hàng hải của nước Đức và châu Âu.

Cảng Bremen là đầu mối quan trọng cho thương mại xuyên lục địa và thúc đẩy sự phát triển mạnh mẽ của ngành hàng hải châu Âu. Đây là nơi có cảng xuất nhập khẩu hàng hóa lớn thứ hai nước Đức và trung tâm phân phối hàng số một ở Đức và châu Âu.

Trong khi đó, thành phố Bremerhaven là cảng cá số một trên thế giới và có cầu cảng container dài nhất thế giới.

Theo bà Hoàng Thị Hương, Bremen cũng là trung tâm công nghiệp hàng đầu của nước Đức và châu Âu với các ngành công nghiệp hiện hữu bao gồm: công nghiệp xe hơi và tự động hóa; vận tải biển, logistics và khai thác kinh tế biển; công nghiệp hàng không vũ trụ; điện gió, năng lượng tái tạo; chế biến thực phẩm thủy sản, đông lạnh và đồ uống; số hóa và công nghiệp 4.0; giáo dục và nghiên cứu phát triển; start-ups...



**Ông Trần Phú Lữ, Phó Giám đốc ITPC phát biểu tại Hội thảo cung cấp thông tin về thị trường Đức do ITPC tổ chức**

Bà Nguyễn Thị Hào Hoa, Giám đốc kinh doanh quốc tế Tập đoàn Karl Gross Logistics, cho biết nhờ vị trí địa lý thuận lợi, Bremen trở thành thương cảng container lớn thứ tư ở châu Âu, có khả năng tiếp nhận một khối lượng hàng hóa khổng lồ giao dịch và vận chuyển đến và đi.

“Lợi thế của Bremen là có hạ tầng kho bãi logistics rất phát triển với hơn 1 triệu m<sup>2</sup> kinh doanh kho bãi, hơn 1.000 công ty tại Bremen đang kinh doanh trong lĩnh vực logistics, từ vận tải biển, kho bãi, chuyên chở, làm hàng, đại lý tàu biển, vận tải đường sắt, hàng không, dịch vụ logistics, thăm dò khai thác, vận tải siêu trọng, hoạch định và lắp đặt văn phòng, dịch vụ tư vấn,... Nhờ đó, các doanh nghiệp kết nối đầu tư, thương

mại tại Bremen được cung cấp các giải pháp logistics chuyên biệt, phù hợp với những lĩnh vực kinh doanh riêng và tiện ích tối ưu,” bà Nguyễn Thị Hào Hoa phân tích.



**Bà Hoàng Thị Hương, Trưởng đại diện Cơ quan phát triển kinh tế bang Bremen ở Việt Nam (BremenInvest) phát biểu tại Hội thảo**

Chia sẻ kinh nghiệm đầu tư kinh doanh tại Bremen, ông Vũ Hoàng Nam, Giám đốc Công ty NPT International Supply GmbH, cho biết hệ thống thủ tục đầu tư kinh doanh Bremen nói riêng và Đức nói chung nhìn vào rất phức tạp nhưng thực tế thực hiện lại rất nhanh gọn, doanh nghiệp có thể đăng ký online và được các cơ quan chức năng địa phương hỗ trợ nhiệt tình.

Một ưu điểm của Bremen là khi thành lập doanh nghiệp không cần số vốn đăng ký quá lớn, và có nhiều dịch vụ hỗ trợ cho doanh nghiệp khởi nghiệp.

Bremen có rất nhiều tiềm năng cho doanh nghiệp Việt để đầu tư, kinh doanh, học tập, nghiên cứu. Tuy nhiên, các chuyên gia cũng lưu ý doanh nghiệp khi lựa chọn lĩnh vực đầu tư kinh doanh cần chú ý tới hàm lượng công nghệ cao trong sản phẩm, dịch vụ cũng như quan tâm đến yếu tố môi trường, sức khỏe người tiêu dùng.

Với các doanh nghiệp mới đầu tư, kinh doanh, nên tiếp cận thị trường ngách với quy mô nhỏ trước, phát triển dần sau khi đã thành công bước đầu. Giá cả không phải là vấn đề quan trọng nhất mà chất lượng, độ tin cậy và thời gian đáp ứng mới là những yếu tố quyết định thành công khi đầu tư, kinh doanh tại Bremen.

Nguồn: Báo Vietnamplus

## CÁC ĐỊA CHỈ LIÊN HỆ CẦN THIẾT

### ➤ Đại sứ quán Việt Nam tại Đức

Địa chỉ: Elsenstraße 3, 12435 Berlin-Treptow

Điện thoại: 030-536 30 108 (Tổng đài)

Fax: 030-536 30 200

Email: konsular@vietnambotschaft.org

Số máy bảo hộ công dân: (+49) 152 2133 5656

Website: www.vietnambotschaft.org

### ➤ Thương vụ Việt Nam tại Đức

Địa chỉ: Oranien str.164, 10969 Berlin, Bundesrepublik Deutschland

Điện thoại: +49 30 229 8198; +49 30 229 2374; +49 15206024567

Fax: (+49) 30 229 1812

Email: de@moit.gov.vn

### ➤ Đại sứ quán Đức tại Việt Nam

Địa chỉ: 29 Trần Phú, Hà Nội, Việt Nam.

Điện thoại: 84-024-3267 3335

Fax: 84-024-38439969

Email: info@hanoi.diplo.de

Website: www.vietnam.diplo.de

### ➤ Tổng Lãnh sự quán Đức tại Thành phố Hồ Chí Minh

Địa chỉ: Deutsches Haus, 33 Lê Duẩn, Bến Nghé, Quận 1, Tp. Hồ Chí Minh

Điện thoại: 028-38 288 100

Fax: 028-38 288 101

Email: rk-kontakt@hoch.diplo.de

Website: www.vietnam.diplo.de

Giờ mở cửa: Từ thứ hai đến thứ năm, buổi sáng từ 8h00 đến 12h00 - buổi chiều từ 13h00 đến 15h00; thứ sáu, từ 8h00 đến 12h00

### ➤ Phòng Công nghiệp và Thương mại Đức tại Việt Nam (AHK)

#### A. Văn phòng tại Hà Nội

Địa chỉ: 1303 Vietcombank Tower, 198 Trần Quang Khải, Hà Nội

Điện thoại: +84 (24) 38251420

Fax: +84 (24) 38251422  
Email: info@vietnam.ahk.de  
Website: www.vietnam.ahk.de

**B. Văn phòng tại TP.HCM**

Địa chỉ: Deutsches Haus, lầu 4, 33 Lê Duẩn, Quận 1, Tp Hồ Chí Minh  
Điện thoại: +84 (28) 3823 9775  
Fax: +84 (28) 3823 9773  
Email: info@vietnam.ahk.de  
Website: www.vietnam.ahk.de

➤ **Hiệp hội Doanh nghiệp Đức tại Việt Nam (GBA)**

Địa chỉ: Deutsches Haus, lầu 4, 33 Lê Duẩn, Quận 1, Tp Hồ Chí Minh  
Điện thoại: +84 (28) 3823 9772  
Fax: +84 (28) 3823 8909  
Email: info@gba-vietnam.org  
Website: www.gba-vietnam.org

➤ **Tổ chức Hợp tác Phát triển Đức tại Việt Nam (GIZ)**

Địa chỉ: Hanoi Towers, lầu 6, 49 Hai Bà Trưng, Hà Nội  
Điện thoại: +84 (24) 39344951  
Fax: +84 (24) 39344951  
Email: giz-vietnam@giz.de  
Website: www.giz.de

➤ **Cơ quan đại diện Cục Xúc tiến Thương mại và Đầu tư của CHLB Đức tại Việt Nam (GTAI)**

Địa chỉ: Lotte Center Hanoi (tháp Đông), lầu 18, phòng 1803-1804, 54 Liễu Giai, Ba Đình, Hà Nội  
Điện thoại: +84 (24) 3939 32 99  
Fax: +84 (24) 3939 31 89  
Website: www.gtai.com

## CÂU LẠC BỘ DOANH NGHIỆP XUẤT KHẨU TP.HCM (VEXA)



Câu lạc bộ Doanh nghiệp Xuất khẩu Tp.HCM gọi tắt là VEXA (Vietnam Exporters Association in Ho Chi Minh City) được thành lập vào ngày 16/11/2010, trực thuộc Trung tâm Xúc tiến Thương mại và Đầu tư Tp.HCM (ITPC) là cánh tay nối dài thực hiện công tác xúc tiến thương mại và đầu tư, đặc biệt là thúc đẩy xuất khẩu.

### **Đối tượng tham gia VEXA**

- Các doanh nghiệp xuất khẩu, các doanh nghiệp xuất khẩu tiềm năng, các doanh nghiệp cung ứng dịch vụ xuất khẩu (ngân hàng, tài chính, dịch vụ xuất nhập khẩu, logistics...) hoạt động trên địa bàn thành phố Hồ Chí Minh và các tỉnh thành trong cả nước.
- Các Hiệp hội ngành nghề, hợp tác xã ... doanh nghiệp FDI đăng ký tham gia dưới dạng hội viên liên kết.

### **Câu lạc bộ Doanh Nghiệp Xuất khẩu Thành phố Hồ Chí Minh (VEXA)**

Địa chỉ: 51 Đinh Tiên Hoàng, Phường Đa Kao, Quận 1, Tp.HCM

92-96 Nguyễn Huệ, Phường Bến Nghé, Quận 1, Tp.HCM

Điện thoại: (028) 3910 4947; 0908 11 77 02 (Ngọc Linh)

Email: [vexa@itpc.gov.vn](mailto:vexa@itpc.gov.vn); [linhntn@itpc.gov.vn](mailto:linhntn@itpc.gov.vn);

Website: [www.itpc.gov.vn](http://www.itpc.gov.vn)

## **TRUNG TÂM XÚC TIẾN THƯƠNG MẠI VÀ ĐẦU TƯ TP.HCM - ITPC**

Địa chỉ: 51 Đinh Tiên Hoàng, Phường Đa Kao, Quận 1, Tp.HCM

92 Nguyễn Huệ, Phường Bến Nghé, Quận 1, Tp.HCM

ĐT: (028) 3823 6738 - 3910 1309

Fax: (028) 3824 2391

Email: [itpc@itpc.gov.vn](mailto:itpc@itpc.gov.vn); [info@itpc.gov.vn](mailto:info@itpc.gov.vn)

Website: [www.itpc.gov.vn](http://www.itpc.gov.vn)

