

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



THỊ TRƯỜNG HOA KỲ

THÁNG 06/2022

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 24/GP - XBBT -
STTTT, ngày 18/11/2021
của Sở Thông tin
Truyền thông Tp.HCM



05 TỔNG QUAN VỀ HOA KỲ

09 NHỮNG LƯU Ý KHI KINH DOANH TẠI THỊ TRƯỜNG HOA KỲ

19 HOẠT ĐỘNG GIAO THƯƠNG GIỮA VIỆT NAM VÀ HOA KỲ

41 HOẠT ĐỘNG ĐẦU TƯ GIỮA VIỆT NAM VÀ HOA KỲ

44 CÁC SỰ KIỆN XÚC TIẾN THƯƠNG MẠI NỔI BẬT TẠI HOA KỲ

46 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 Hoa Kỳ và quốc tế.

Doanh nghiệp cần tiến hành thẩm định trước khi triển khai dự án kinh doanh hoặc các thỏa 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.

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 Hoa Kỳ tại Thành phố
Hồ Chí Minh trong quá trình thực hiện ấn phẩm này.**

THỊ TRƯỜNG HOA KỲ



TỔNG QUAN VỀ HOA KỲ

VỊ TRÍ ĐỊA LÝ – VĂN HÓA – XÃ HỘI

Hoa Kỳ, tên chính thức là Hợp chủng quốc Hoa Kỳ, hay còn gọi là nước Mỹ, là một nước cộng hòa liên bang gồm 50 tiểu bang. Bên cạnh 48 tiểu bang nằm cạnh nhau ở các vĩ độ trung bình của lục địa, Hoa Kỳ còn bao gồm tiểu bang Alaska, ở cực tây bắc của Bắc Mỹ và tiểu bang đảo Hawaii ở giữa Thái Bình Dương. Hoa Kỳ là quốc gia lớn thứ tư trên thế giới về diện tích (sau Nga, Canada và Trung Quốc).



Hoa Kỳ là cường quốc kinh tế lớn nhất thế giới, tính theo tổng sản phẩm quốc nội (GDP). Sự giàu có của quốc gia này phản ánh tài nguyên thiên nhiên phong phú và sản lượng nông nghiệp khổng lồ, tuy nhiên phần nhiều đến từ ngành công nghiệp phát triển cao của đất nước.

Tên đầy đủ: Hợp chủng quốc Hoa Kỳ

Thủ đô: Washington D.C

Quốc khánh: 4/7/1776

Thể chế nhà nước: Cộng hòa liên bang

Hệ thống luật pháp: Hệ thống luật pháp dựa trên thông luật Anh ở cấp liên bang. Hệ thống pháp luật của tiểu bang dựa trên thông luật (ngoại trừ bang Louisiana với luật tiểu bang dựa trên bộ luật dân sự của Napoléon).

Lãnh đạo cấp cao: Tổng thống Joseph R. BIDEN Jr. (kể từ ngày 20 tháng 1 năm 2021);

Vị trí địa lý: Nằm ở Bắc Mỹ, phía bắc giáp Canada, phía đông giáp Đại Tây Dương, phía nam giáp Vịnh Mexico và Mexico, phía tây giáp Thái Bình Dương.

Khí hậu: Với diện tích lãnh thổ rộng lớn và chiếm gần một nửa lục địa Bắc Mỹ, khí hậu của nước Mỹ rất đa dạng và phong phú: từ khí hậu nhiệt đới ở quần đảo Hawaii cho đến khí hậu địa cực tại Alaska. Nhưng nhìn chung đều phân theo bốn mùa rõ rệt là: Xuân, Hạ, Thu, Đông.

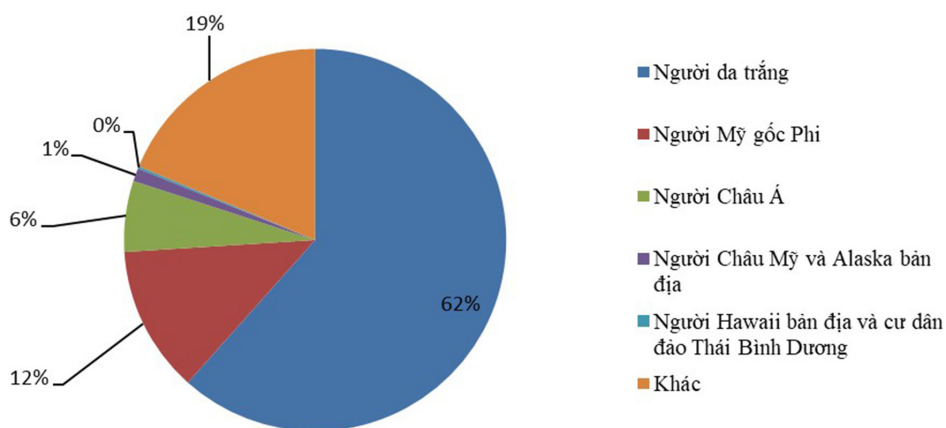
Diện tích: 9.833.517 km²

Tài nguyên thiên nhiên: than, đồng, chì, molybden, photphat, nguyên tố đất hiếm, uranium, bauxite, vàng, sắt, thủy ngân, niken, kali, bạc, vonfram, kẽm, dầu mỏ, khí đốt tự nhiên, gỗ, đất trồng trọt.

Dân số: 337.341.954 (ước tính năm 2022).

Dân tộc: Người da trắng 61,6%; người Mỹ gốc Phi 12,4%; người Châu Á 6%; người Châu Mỹ và Alaska bản địa 1,1%; người Hawaii bản địa và cư dân đảo Thái Bình Dương 0,2%; khác 18,7% (số liệu ước tính năm 2020).

Cấu trúc dân tộc



Ngôn ngữ: Tiếng Anh 78,2%, tiếng Tây Ban Nha 13,4%, tiếng Trung 1,1%, khác 7,3% (số liệu ước tính năm 2017).

Tôn giáo: Tin lành 46,5%, Công giáo La Mã 20,8%, Do Thái 1,9%, Giáo hội Mặc Môn 1,6%, Cơ đốc giáo khác 0,9%, Hồi giáo 0,9%, Nhân chứng Giê-hô-va 0,8%, Phật giáo 0,7%, Ấn Độ giáo 0,7%, khác 25,2% (số liệu ước tính năm 2014).

TÌNH HÌNH KINH TẾ

Hoa Kỳ có nền kinh tế mạnh về công nghệ nhất trên thế giới. Các công ty Hoa Kỳ đang dẫn đầu các tiến bộ công nghệ, đặc biệt là về máy tính, dược phẩm, thiết bị y tế, hàng không vũ trụ và quân sự.

GDP: 22,9 nghìn tỷ USD (số liệu 2021)

GDP theo đầu người (USD): 69.287 (số liệu 2021)

Tăng trưởng GDP và mức lạm phát

(Nguồn: Worldbank)



Nông lâm ngư nghiệp:

Hoa Kỳ có năng suất nông nghiệp rất lớn nhưng tổng sản lượng nông nghiệp, lâm nghiệp và đánh bắt cá chỉ đóng góp vào một tỷ lệ nhỏ trong GDP. Những tiến bộ trong năng suất trang trại (bắt nguồn từ cơ giới hóa và canh tác thương mại) đã cho phép sử dụng ít lao động hơn nhưng vẫn tạo ra sản lượng lớn hơn.



Thủ tướng Phạm Minh Chính phát biểu tại Hội nghị Thượng đỉnh Kinh doanh Việt Nam - Hoa Kỳ

Năng lượng:

Hoa Kỳ phụ thuộc vào các nước khác về nguồn năng lượng - đặc biệt là các sản phẩm dầu mỏ. Đất nước này nổi tiếng với việc sử dụng hiệu quả các nguồn tài nguyên thiên nhiên và có ưu thế trong việc biến tài nguyên thành các sản phẩm khả dụng.

Giao thông vận tải:

Từ thập kỷ 50 của thế kỷ trước, hệ thống đường cao tốc chiếm khoảng 1/5 lưu lượng xe cơ giới của đất nước. Gần 9/10 số hộ gia đình sở hữu ít nhất một ô tô hoặc xe tải. Vào cuối thế kỷ 20, có thêm hơn 100 triệu phương tiện thuộc sở hữu tư nhân. Hầu hết các chuyến đi trong các khu vực đô thị đều dùng ô tô. Các tuyến đường sắt và phương tiện công cộng đóng vai trò quan trọng ở các thành phố đông dân nhất.

Đường sắt từng thống trị cả vận tải hàng hóa và hành khách ở Hoa Kỳ, nhưng quy định của chính phủ và sự gia tăng cạnh tranh từ vận tải đường bộ đã làm giảm vai trò của đường sắt trong vận tải. Các tuyến đường thủy nằm ở trung tâm của hệ thống sông Mississippi; hệ thống đường biển Lawrence ở phía bắc, các tuyến đường thủy ven biển vùng Vịnh dọc theo Vịnh Mexico. Các sà lan chở hơn 2/3 lưu lượng đường thủy nội địa, vận chuyển các sản phẩm dầu mỏ, than và than cốc, và ngũ cốc. Các cảng lớn nhất của đất nước về trọng tải là Cảng Nam Louisiana; Cảng Houston, Texas; Cảng New York / New Jersey và Cảng New Orleans.

Giao thông hàng không đã có sự tăng trưởng ngoạn mục ở Hoa Kỳ kể từ giữa thế kỷ 20. Từ năm 1970 đến 1999, lưu lượng hành khách trên các hãng hàng không được chứng nhận đã tăng 373%. Sự tăng trưởng ngành hàng không phần lớn xảy ra bắt đầu vào năm 1978 sau khi bãi bỏ quy định hàng không. Có hơn 14.000 sân bay công cộng và tư nhân, đông khách nhất là ở Atlanta và Chicago. Các sân bay ở Memphis, Tennessee (trung tâm của công ty chuyển phát nhanh Federal Express) và Los Angeles xử lý nhiều hàng hóa vận chuyển nhất.

NHỮNG LƯU Ý KHI KINH DOANH TẠI THỊ TRƯỜNG HOA KỲ

NHẬN ĐỊNH CHUNG VỀ THỊ TRƯỜNG



Diễn đàn Thương mại Việt Nam - Hoa Kỳ 2021

Hoa Kỳ là thị trường tiêu dùng cực lớn với GDP 20.000 tỷ đô la và 325 triệu người. Chi tiêu hộ gia đình cao nhất thế giới, chiếm gần một phần ba tiêu dùng hộ gia đình trên toàn cầu. Đồng thời, các hiệp định thương mại tự do với 20 quốc gia khác cung cấp khả năng tiếp cận thêm hàng trăm triệu người tiêu dùng.

CÁC THÁCH THỨC – CƠ HỘI

➤ Thách thức thị trường

❑ Sự khác biệt giữa các tiểu bang

Theo Ngân hàng Thế giới, Hoa Kỳ đứng thứ 55 trên thế giới về mức độ dễ dàng

khởi nghiệp. Tuy nhiên, việc kinh doanh thay đổi theo từng tiểu bang và đôi khi thậm chí theo thành phố. Tất cả 50 tiểu bang đều có các quy định và luật lệ riêng. Các tiểu bang như Wyoming và Nevada đang trở nên phổ biến do không có thuế thu nhập doanh nghiệp của tiểu bang. Tuy nhiên, nhiều doanh nghiệp chọn kết hợp ở bang Delaware vì có nhiều biện pháp bảo vệ mà luật pháp và tòa án của Delaware đưa ra.

❑ **Hoa Kỳ có chính sách thuế phức tạp**

Hoa Kỳ có một loạt các loại thuế liên bang, tiểu bang và địa phương phức tạp. Trên thực tế, có hơn 80.000 phân loại pháp lý thuế khác nhau trên toàn quốc. Hoa Kỳ áp dụng việc thực thi nghiêm ngặt các quy tắc về thuế.

Các dự luật thuế liên bang lớn và việc tăng thuế suất của các bang sẽ có hiệu lực năm 2021. Trong thời điểm có nhiều thay đổi lớn này, các công ty nên gặp gỡ thường xuyên với đơn vị cố vấn để đánh giá tác động của các quy tắc và quy định lên sự phát triển của công ty tại Hoa Kỳ.

➤ **Các loại thuế**



Lễ ký kết giữa VinFast và chính quyền bang Bắc Carolina về đầu tư nhà máy sản xuất xe hơi tại bang Bắc Carolina

❑ **Thuế nhập khẩu**

Biểu thuế nhập khẩu (hay còn gọi là biểu thuế quan) HTS hiện hành của Hoa Kỳ

được ban hành trong Luật Thương mại và Cạnh tranh Omnibus năm 1988 và có hiệu lực từ 1 tháng 1 năm 1989.

Hệ thống thuế quan (thuế nhập khẩu) của Hoa Kỳ được xây dựng trên cơ sở hệ thống thuế quan (gọi tắt là HS) của Hội đồng Hợp tác Hải quan, một tổ chức liên chính phủ có trụ sở tại Bru xen. Mức thuế nhập khẩu của Hoa Kỳ có thể thay đổi và được công bố hàng năm.

□ **Thuế theo trị giá:**

Hầu hết các loại thuế quan của Hoa Kỳ được đánh theo tỷ lệ trên giá trị, tức là bằng một tỷ lệ phần trăm trị giá giao dịch của hàng hoá nhập khẩu. Ví dụ mức thuế tối huệ quốc năm 2004 đối với chè xanh có hương vị đóng gói không quá 3 kg/gói là 6,4%.

□ **Thuế theo trọng lượng hoặc khối lượng:**

Một số hàng hoá, chủ yếu là nông sản và hàng sơ chế phải chịu thuế theo trọng lượng hoặc khối lượng. Loại thuế này chiếm khoảng 12% số dòng thuế trong biểu thuế HTS của Hoa Kỳ. Ví dụ, mức thuế MFN năm 2004 đối với cam là 1,9 cent/kg, đối với nho tươi trong khoảng 1,13 – 1,80 USD/m³ hoặc được miễn thuế tùy thời điểm nhập khẩu trong năm. (Xem thêm phần về Thuế Thời vụ dưới đây.)

□ **Thuế gộp:**

Một số hàng hóa phải chịu gộp cả thuế theo giá trị và thuế theo số lượng. Hàng phải chịu thuế gộp thường là hàng nông sản. Ví dụ thuế suất MFN đối với nấm mỡ HTS 0709.51.01 áp dụng cho năm 2004 là 8,8 cent/kg + 20%.

□ **Thuế theo hạn ngạch:**

Ngoài ra, một số loại hàng hoá khác phải chịu thuế hạn ngạch. Hàng hoá nhập khẩu nằm trong phạm vi hạn ngạch cho phép được hưởng mức thuế thấp hơn, trong khi đó hàng nhập vượt quá hạn ngạch phải chịu mức thuế cao hơn nhiều và có hệ quả như cấm nhập khẩu. Mức thuế MFN năm 2002 áp dụng đối với số lượng trong hạn ngạch bình quân là 9%, trong khi đó mức thuế đối với số lượng vượt hạn ngạch trung bình là 53%. Thuế hạn ngạch hiện nay đang được áp dụng với thịt bò, các sản phẩm sữa, đường và các sản phẩm đường.

□ **Thuế theo thời vụ:**

Mức thuế đối với một số loại nông sản có thể thay đổi theo thời điểm nhập khẩu vào Hoa Kỳ trong năm. Ví dụ, mức thuế MFN năm 2004 đối với nho tươi nhập khẩu trong thời gian từ 15 tháng 2 đến hết ngày 31 tháng 3 là 1,13 USD/m³, trong thời gian từ 1 tháng 4 đến hết 30 tháng 6 là 1,80 USD/m³, và ngoài những thời gian trên được miễn thuế.

□ Thuế leo thang:

Một đặc điểm nữa của hệ thống thuế nhập khẩu của Hoa Kỳ là áp dụng thuế suất leo thang, nghĩa là hàng càng chế biến sâu thì thuế suất nhập khẩu càng cao. Ví dụ, mức thuế FMN đối với cá tươi sống hoặc ở dạng phi lê đông lạnh là 0%, trong khi đó mức thuế đối với cá khô và xông khói là từ 4% đến 6%. Loại thuế này có tác dụng khuyến khích nhập khẩu nguyên liệu và hàng sơ chế hơn là hàng thành phẩm.

➤ Yêu cầu và chứng từ nhập khẩu

Nhà nhập khẩu có trách nhiệm lấy và nộp các tài liệu cần thiết để làm thủ tục hải quan. Chuẩn bị sẵn thủ tục yêu cầu có thể giúp chủ doanh nghiệp tránh bị chậm trễ, bị phạt và trả các khoản phí không cần thiết.

Khi một lô hàng đến cảng nhập cảnh của Hoa Kỳ thì phải nộp hồ sơ hải quan. Việc này có thể được thực hiện trực tiếp bởi nhà nhập khẩu hồ sơ hoặc thông qua một Môi giới Hải quan được cấp phép đại diện cho nhà nhập khẩu.

Người môi giới hải quan có thể đại diện cho bạn và có thể hành động thay mặt bạn.

Nếu người môi giới hải quan đại diện cho nhà nhập khẩu thì phải có giấy ủy quyền. Đây là những giấy tờ tối thiểu bắt buộc để nộp đơn nhập cảnh hải quan:

- Vận đơn hoặc vận đơn đường hàng không
- Hóa đơn thương mại
- Giấy chứng nhận xuất xứ (nếu yêu cầu miễn thuế hoặc hạn ngạch theo một hiệp định thương mại cụ thể)

Những yêu cầu khác:

- Trái phiếu hải quan: Để đảm bảo doanh thu đầy đủ, Cơ quan Hải quan và Bảo vệ Biên giới (CBP) yêu cầu các nhà nhập khẩu phải đăng ký trái phiếu hải quan. Có hai loại trái phiếu: đơn và liên tục. Một trái phiếu phù hợp cho một lần nhập hàng và thường chỉ được đề xuất cho các nhà nhập khẩu nhập khẩu sản phẩm không thường xuyên. Một trái phiếu liên tục sẽ thích hợp cho các nhà nhập khẩu nhập khẩu sản phẩm thường xuyên.
- Nộp hồ sơ an ninh cho nhà nhập khẩu (ISF): ISF được yêu cầu bởi Hải quan Hoa Kỳ đối với các lô hàng đến Hoa Kỳ bằng đường biển và phải được nhà nhập khẩu hoặc đại lý của họ (một nhà môi giới hải quan được cấp phép) nộp bằng phương thức điện tử đến cơ quan này ít nhất 24 giờ trước khi hàng chất lên tàu tại cảng nước ngoài cuối cùng. Tài liệu này cung cấp thông tin cho CBP về hàng hóa trước khi nó rời cảng xuất xứ. Việc không tuân thủ nộp đơn ISF có thể dẫn đến việc nhà nhập khẩu bị phạt.
- Chứng nhận của Chính phủ. Giấy phép và chứng nhận bổ sung có thể được yêu cầu để thông quan nếu bạn đang nhập khẩu hàng hóa phải được thông quan hoặc được quản lý bởi cơ quan chính phủ đối tác, chẳng hạn như FDA, DOT, FTC, v.v.

➤ Yêu cầu về dán nhãn và ghi nhãn

Có nhiều quy định, tùy thuộc vào sản phẩm, mà nhãn của sản phẩm phải tuân thủ trước khi được bán ở Hoa Kỳ. Các yêu cầu ghi nhãn liên quan đến đo lường hợp pháp (tức là các sản phẩm và hàng hóa được bán ở dạng gói theo trọng lượng, thước đo hoặc số lượng) phải tuân thủ Đạo luật Đóng gói và Ghi nhãn (FPLA) và Quy định Đóng gói và Ghi nhãn thống nhất (UPLR), Sổ tay NIST 130. Ngoài ra, tất cả các sản phẩm nhập khẩu vào Hoa Kỳ phải tuân theo Bộ luật Hoa Kỳ và quy định về ghi nhãn xuất xứ. Các danh mục sản phẩm khác, chẳng hạn như đồ điện tử, thực phẩm, thiết bị y tế, v.v., nằm trong quy định của cơ quan có trách nhiệm. Nếu có vấn đề, một sản phẩm có thể phải khiếu nại với một số quy định ghi nhãn từ các cơ quan khác nhau.



Thủ tướng Phạm Minh Chính và Bộ trưởng Thương mại Raimondo cùng chứng kiến các cơ quan hai nước trao biên bản hợp tác

FPLA liên quan đến số lượng thực của thông tin nội dung trên bao bì, hàng hóa được bán trên cơ sở trọng lượng hoặc thước đo (nghĩa là nó không áp dụng cho các sản phẩm như thiết bị điện tử hoặc công nghiệp).

Sản phẩm phải được dán nhãn với những điều sau:

- Tuyên bố danh tính
- Tuyên bố về trách nhiệm (tên và địa chỉ của nhà sản xuất, nhà đóng gói hoặc nhà phân phối)

- Tuyên bố về số lượng thực, khẩu phần hoặc mục đích sử dụng UPLR yêu cầu bao bì tiêu dùng phải có nhãn ghi rõ những điều sau:
- Xuất xứ của hàng hóa
- Tên và địa điểm kinh doanh của nhà sản xuất, nhà đóng gói hoặc nhà phân phối
- Số lượng thực của nội dung bằng trọng lượng hoặc khối lượng.

➤ **Cấm và hạn chế nhập khẩu**



Ông Trần Phú Lữ, Phó Giám đốc phụ trách ITPC phát biểu tại Hội thảo “Thúc đẩy Thương mại Việt Nam - Hoa Kỳ, Doanh nghiệp Việt Nam tận dụng thời cơ hợp tác vàng sau Covid 19”

Cơ quan Hải quan và Bảo vệ Biên giới (CBP) đã được giao trách nhiệm thực thi hàng trăm luật cho 40 cơ quan chính phủ khác, chẳng hạn như Cơ quan Cá và Động vật hoang dã Hoa Kỳ, Bộ Nông nghiệp Hoa Kỳ, Trung tâm Kiểm soát và Phòng ngừa Dịch bệnh. Các cơ quan này yêu cầu các mặt hàng không an toàn không được phép nhập cảnh vào Hoa Kỳ.

Các sản phẩm mà CBP ngăn cản nhập cảnh vào Hoa Kỳ là những sản phẩm có thể gây tổn hại đến sức khỏe cộng đồng, an toàn công cộng, công dân Mỹ, trẻ em hoặc đời sống động thực vật trong nước hoặc những sản phẩm có thể làm tổn hại đến lợi ích quốc gia của Hoa Kỳ. Các sản phẩm gây thương tích hoặc có khả năng gây thương tích cũng không được nhập cảnh.

Trước khi đưa sản phẩm qua Hoa Kỳ, bạn có thể nhờ sự tư vấn của CBP về hàng hóa để đảm bảo không bị cấm hoặc hạn chế. Bị cấm có nghĩa là mặt hàng bị luật pháp cấm nhập cảnh vào Hoa Kỳ. Ví dụ về các mặt hàng bị cấm là đồ chơi nguy hiểm, ô tô không bảo vệ người ngồi trong xe khi va chạm, thịt hoặc các chất bất hợp pháp như Absinthe và Rohypnol. Hạn chế có nghĩa là giấy phép phải được cơ quan liên bang cấp trước khi nhập cảnh vào Hoa Kỳ. Ví dụ về các mặt hàng bị hạn chế bao gồm súng cầm tay, một số loại trái cây và rau quả, sản phẩm động vật, và một số động vật.

NHỮNG LƯU Ý TRONG KINH DOANH TẠI THỊ TRƯỜNG

➤ Văn hóa kinh doanh

□ Các cuộc họp

- Đến đúng giờ hoặc hơi sớm hơn để thể hiện sự chuyên nghiệp của bạn. Đi muộn có thể để lại ấn tượng xấu. Điều quan trọng là phải đúng giờ nếu bạn đang chủ trì hoặc tổ chức cuộc họp.
- Các cuộc họp có thể không quá trình trọng, tùy thuộc vào mức độ quan trọng của công việc đang được thảo luận.
- Người Mỹ thường thích bầu không khí thân thiện, sự cởi mở.
- Nếu một cuộc họp được tiến hành trong bữa trưa hoặc bữa tối, hãy chuẩn bị rằng cuộc trò chuyện về công việc kinh doanh bắt đầu gần như ngay lập tức, hoặc ngay sau khi mọi người gọi đồ ăn.
- Hãy nhấn mạnh những thành tích và kinh nghiệm của bạn. Người Mỹ thường tin tưởng các đối tác kinh doanh trên cơ sở danh tiếng và thành công.
- Người Mỹ thường bắt đầu đàm phán bằng cách nêu rõ lập trường của họ ngay từ đầu. Người ta thường mong rằng những người khác cũng minh bạch về lập trường của họ.
- Các cá nhân có thể mạnh dạn nói lên suy nghĩ trong các cuộc họp, nêu các ý tưởng ngay tại chỗ mà không cần đợi đề xuất ý tưởng đó một cách trình trọng.
- Tùy thuộc vào quy mô và văn hóa của doanh nghiệp, hầu như những người có mặt tại cuộc họp đều được hoan nghênh đưa ra ý kiến bất kể tuổi tác hoặc thứ bậc kinh doanh.
- Nhiều người Mỹ không thoải mái với sự im lặng trong các cuộc họp và có thể tìm cách lấp đầy sự im lặng bằng thảo luận.
- Đừng cảm thấy bị xúc phạm nếu ý kiến bất đồng được đưa ra một cách thẳng thắn. Khi các ý tưởng bị phủ nhận, không có nghĩa là người đề xuất ý kiến đó kém cỏi.
- Người Mỹ thường là những người giao tiếp mạnh mẽ, cởi mở và thuyết phục. Thương lượng thường theo kịch bản cho và nhận. Quyết định cũng thường được đưa ra nhanh chóng.

- Người Mỹ thường bắt tay vào cuối cuộc họp và xác nhận lại chẳng hạn như “Chúng ta đã có thỏa thuận chưa?”. Tuy nhiên, hãy nhớ rằng không có gì được hoàn thiện cho đến khi mọi thứ đều thể hiện trên văn bản rõ ràng. Đây chỉ đơn giản là cách họ kiểm tra xác nhận lại các thỏa thuận cuối cùng của cuộc họp.
- Đừng vội vàng với mong muốn nhanh chóng đi đến thỏa thuận của người Mỹ. Nếu bạn cần thêm thời gian để suy nghĩ thêm hãy thẳng thắn.
- Danh thiếp thường chỉ được trao đổi nếu cần thông tin liên lạc sau cuộc thảo luận hoặc cuộc họp.

□ **Thiết lập các mối quan hệ**

- Người Mỹ là những người rất thân thiện và dễ thương trong kinh doanh. Họ thường tạo một môi trường kinh doanh thân thiện khiến các đối tác cảm thấy đủ thoải mái để tin tưởng. Người Mỹ thường tìm cách xây dựng mối quan hệ cá nhân với các đối tác kinh doanh. Tùy thuộc vào ngành, hoạt động kinh doanh được xem là chuyên nghiệp và ít liên quan đến đời sống cá nhân của một người. Do đó, hãy cẩn thận xem bạn cởi mở đến mức nào trong bầu không khí thân thiện này.
- Tốt nhất bạn nên đặt mục tiêu thiết lập danh tiếng hoặc thương hiệu của mình với đối tác người Mỹ. Họ sẽ quan tâm đến kinh nghiệm, danh tiếng và tuổi đời của công ty bạn.

□ **Những điều cần lưu ý**

- Văn hóa kinh doanh của người Mỹ chủ yếu là chủ nghĩa cá nhân, các nhân viên nói chung luôn có động lực cao trong công việc. Người Mỹ không có cam kết hoặc văn hóa mạnh mẽ đối với độ tuổi hoặc thứ bậc kinh doanh. Mọi người thường bỏ qua các yếu tố như lòng trung thành với công ty, quan tâm hơn đến với năng lực kỹ thuật và sự xuất sắc của nhân viên. Ví dụ, các công ty Mỹ thích tuyển dụng những thần đồng có kiến thức chuyên môn nhưng ít kinh nghiệm tại nơi làm việc.
- Người Mỹ có xu hướng làm việc lâu hơn và chăm chỉ hơn những người phương Tây khác, mặc dù không phải lúc nào cũng tự nguyện. Giám đốc điều hành thường giám sát chặt chẽ tình trạng vắng mặt và năng suất của nhân viên. Ở một số nơi làm việc, có thể có áp lực xã hội không cho phép nghỉ trừ khi thực sự cần thiết.
- Người Mỹ có thể rất biết tận dụng cơ hội trong kinh doanh. Ví dụ, họ có thể có xu hướng chấp nhận rủi ro hơn nếu có phần thưởng lớn.
- Giải quyết tranh chấp theo cách trực tiếp và riêng tư.
- Cách nhìn lạc quan của người Mỹ đôi khi có vẻ như đang phớt lờ những vấn đề thực sự hoặc đặt ra mục tiêu một cách quá tham vọng. Hãy tránh đưa ra những giả định này vì thực tế hiếm khi như vậy.

- Cần biết rằng các cuộc đàm phán và giao dịch kinh doanh thường được kiểm soát chặt chẽ bằng pháp luật. Các hợp đồng thường chứa các điều khoản có thể quy định trách nhiệm pháp lý của bên đối tác. Luôn luôn đọc văn bản và hiểu rõ các tài liệu liên quan. Các công ty Hoa Kỳ thường kiện tụng để giải quyết tranh chấp.

➤ **Hành vi tiêu dùng**



Hội thảo “Đưa hàng hóa vào thị trường Hoa Kỳ” do ITPC tổ chức

☐ **Mua sắm kỹ thuật số**

Người tiêu dùng Hoa Kỳ rất thích mua sắm trực tuyến, đặc biệt là trong lĩnh vực mặt hàng thiết yếu và giải trí tại nhà. Thú vị hơn, những thói quen này dường như sẽ tiếp tục tồn tại khi người tiêu dùng Hoa Kỳ báo cáo ý định mua sắm trực tuyến ngay cả sau cuộc khủng hoảng COVID-19. Các danh mục có mức tăng trưởng dự kiến với mua sắm trực tuyến vượt quá 35% bao gồm các mặt hàng thiết yếu như thuốc không kê đơn (OTC), hàng tạp hóa, đồ dùng gia đình và sản phẩm chăm sóc cá nhân.

☐ **Thế hệ trẻ và những người có thu nhập cao đang dẫn đầu khi mua sắm trực tuyến**

Sự chuyển dịch sang mua sắm trực tuyến gần như phổ biến trên các lĩnh vực, những

người có thu nhập cao và thế hệ trẻ đang dẫn đầu trong việc chuyển chi tiêu trực tuyến trên cả những mặt hàng thiết yếu và không thiết yếu.

❑ **Người tiêu dùng đang chuyển đổi thương hiệu với tốc độ chưa từng có**

75% người tiêu dùng Hoa Kỳ đang thử một hành vi mua sắm mới để đối phó với áp lực kinh tế, cửa hàng đóng cửa và thay đổi thứ tự ưu tiên. Sự thay đổi chung về hành vi này cũng phản ánh trong việc giảm lòng trung thành với thương hiệu, với 36% người tiêu dùng đang thử một nhãn hiệu sản phẩm mới và 25% đang dùng một nhãn hiệu mới. Trong số những người tiêu dùng đã thử các nhãn hiệu khác nhau, 73% có ý định tiếp tục kết hợp các nhãn hiệu mới vào thói quen của họ.

TIỀN TỆ

Đô la Mỹ (USD) là đồng tiền được sử dụng rộng rãi nhất trên thế giới. Theo Quỹ Tiền tệ Quốc tế (IMF), 62% dự trữ tài chính của thế giới là bằng USD - nhiều gấp đôi so với dự trữ đồng Euro, Yên và nhân dân tệ.

Mã của của Đô la Mỹ là USD. Biểu tượng \$ thường để chỉ Đô la Mỹ. 1 Đô La Mỹ bằng 100 cents. Các mệnh giá tiền giấy hiện nay được in bởi Cục Khắc và in Hoa Kỳ có mệnh giá lần lượt là: \$1, \$2, \$5, \$10, \$20, \$50, và \$100



HOẠT ĐỘNG GIAO THƯƠNG GIỮA VIỆT NAM VÀ HOA KỲ



World Trade Center, New York, NY, USA

TỔNG QUAN HOẠT ĐỘNG THƯƠNG MẠI CỦA HOA KỲ

Tổ chức Thương mại thế giới (WTO) trong ấn phẩm thường niên Trade Profile 2021 ghi nhận về thứ hạng thương mại toàn cầu trong năm 2020 thì Hoa Kỳ đứng thứ hai về xuất khẩu và thứ nhất về nhập khẩu hàng hóa trên thế giới.

Về dịch vụ, Hoa Kỳ đứng thứ nhất về xuất khẩu và nhập khẩu.

Chỉ số tự do kinh tế của Hoa Kỳ là 72,1, trở thành nền kinh tế tự do thứ 25 trong năm 2022. Hoa Kỳ xếp thứ ba trong số 32 quốc gia ở khu vực châu Mỹ và có chỉ số tự do kinh tế cao hơn so với mức trung bình của khu vực và thế giới. (Nguồn: Heritage)

Hoa Kỳ có nền kinh tế công nghệ mạnh nhất trên thế giới, với GDP bình quân đầu người là 59.500 USD. Các công ty Hoa Kỳ đang dẫn đầu thế giới về tiến bộ công nghệ, đặc biệt là trong lĩnh vực máy tính, dược phẩm - thiết bị y tế, hàng không vũ trụ và quân sự.

Theo số liệu từ CIA, dầu nhập khẩu hiện chiếm hơn 50% lượng tiêu thụ của Hoa Kỳ và có tác động lớn đến sức khỏe chung của nền kinh tế. (Nguồn: CIA)

Tháng 2/2022 vừa qua, Bộ Thương mại Mỹ công bố số liệu cho thấy, thâm hụt thương mại của nước này đã tăng 27%, đạt 859,1 tỷ USD trong năm 2021, mức cao nhất mọi thời đại và vượt qua mức kỷ lục cũ 763,53 tỷ USD thiết lập vào năm 2006. (Nguồn: dangcongsan.vn)

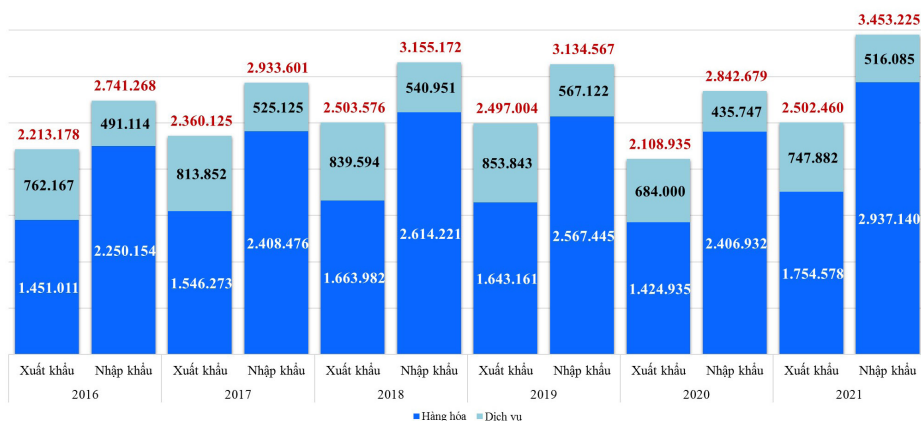
Giá trị xuất khẩu hàng hóa của Hoa Kỳ năm 2021 đạt 1.754,58 tỷ USD và nhập khẩu đạt 2.937,14 tỷ USD, thâm hụt 1.182,56 tỷ USD. Về dịch vụ, năm 2021, Hoa Kỳ xuất khẩu 747,88 tỷ USD, nhập khẩu đạt 516,09 tỷ USD, thặng dư 231,8 tỷ USD.

Tổng cán cân thương mại của Hoa Kỳ luôn thâm hụt hơn 520 tỷ USD trong suốt giai đoạn 2016 - 2021 vì thâm hụt từ hàng hóa lớn hơn mức thặng dư của cán cân dịch vụ. Riêng về hàng hóa, cán cân của Hoa Kỳ luôn ở con số âm, trong đó mức thấp nhất rơi vào năm 2021; còn về dịch vụ, cán cân luôn đạt con số dương, trong đó mức cao nhất rơi vào năm 2018 (298,64 tỷ USD).

Kim ngạch xuất nhập khẩu hàng hóa, dịch vụ của Hoa Kỳ giai đoạn 2016 - 2021

(Nguồn: WTO)

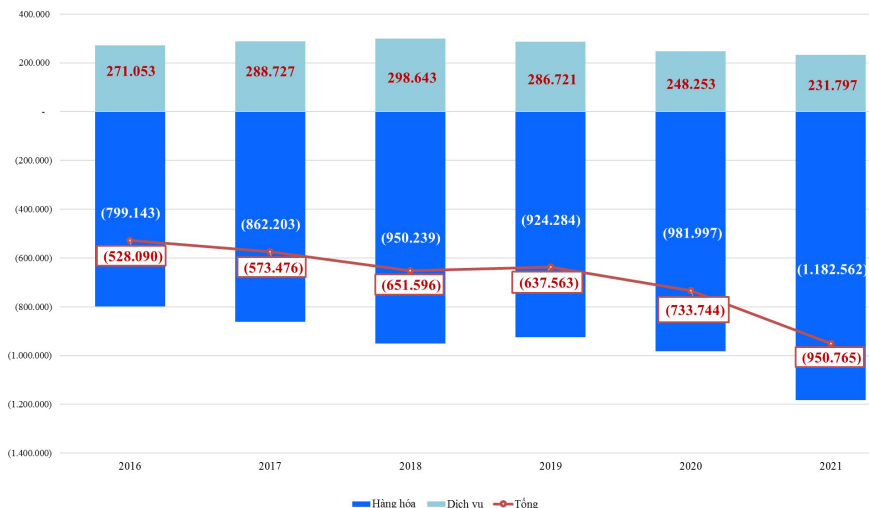
ĐVT: triệu USD



Cán cân thương mại của Hoa Kỳ giai đoạn 2016 – 2021

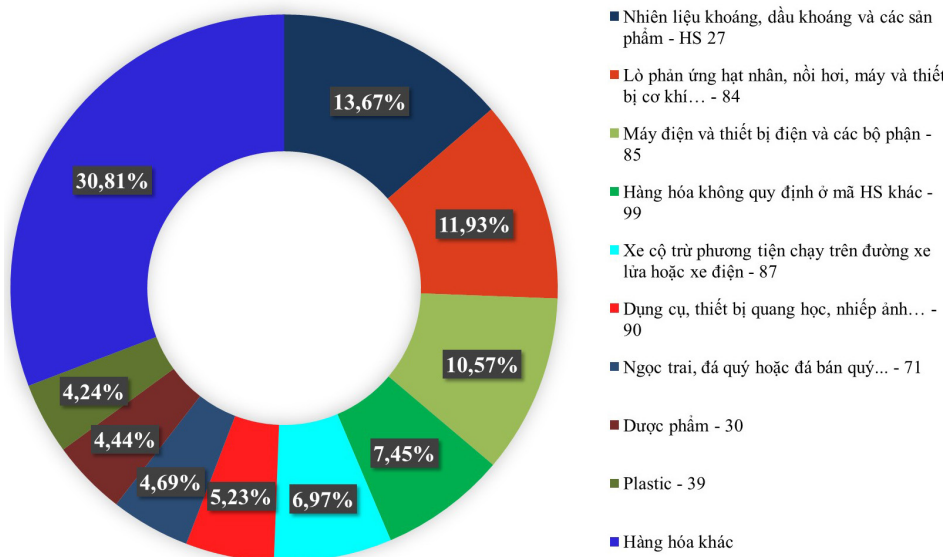
(Nguồn: WTO)

ĐVT: triệu USD



Năm 2021, theo dữ liệu của trademap.org, một số mặt hàng xuất nhập khẩu chủ yếu của Hoa Kỳ được thể hiện trong biểu đồ dưới đây.

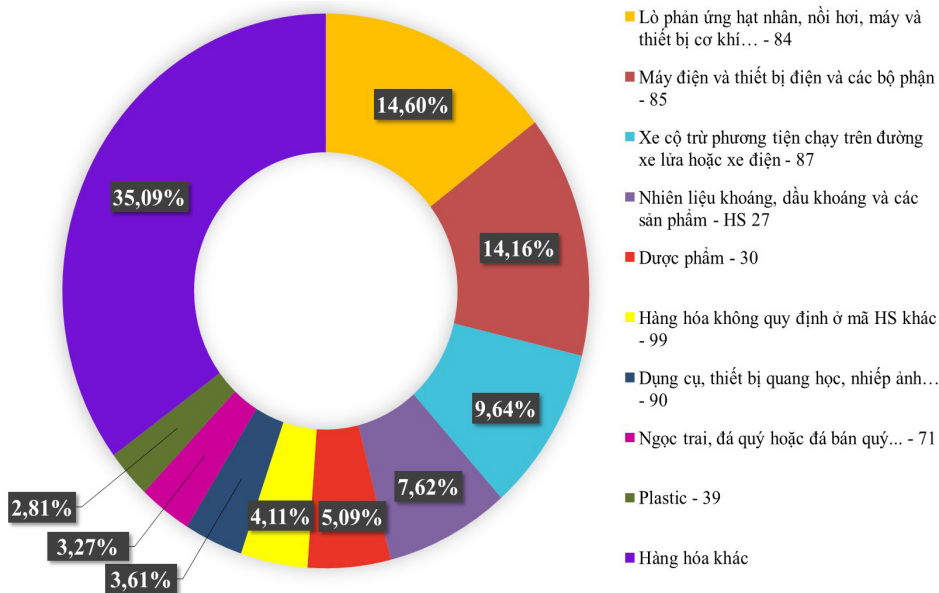
Những mặt hàng xuất khẩu chủ yếu của Hoa Kỳ năm 2021



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

1. Nhiên liệu khoáng, dầu khoáng và các sản phẩm (chiếm 13,67% tổng lượng xuất khẩu)
2. Lò phản ứng hạt nhân, nồi hơi, máy và thiết bị cơ khí... (chiếm 11,93% tổng lượng xuất khẩu)
3. Máy điện và thiết bị điện và các bộ phận (chiếm 10,57% tổng lượng xuất khẩu)
4. Hàng hóa không quy định ở mã HS khác (chiếm 7,45% tổng lượng xuất khẩu)
5. Xe cộ trừ phương tiện chạy trên đường xe lửa hoặc xe điện (chiếm 6,97% tổng lượng xuất khẩu)

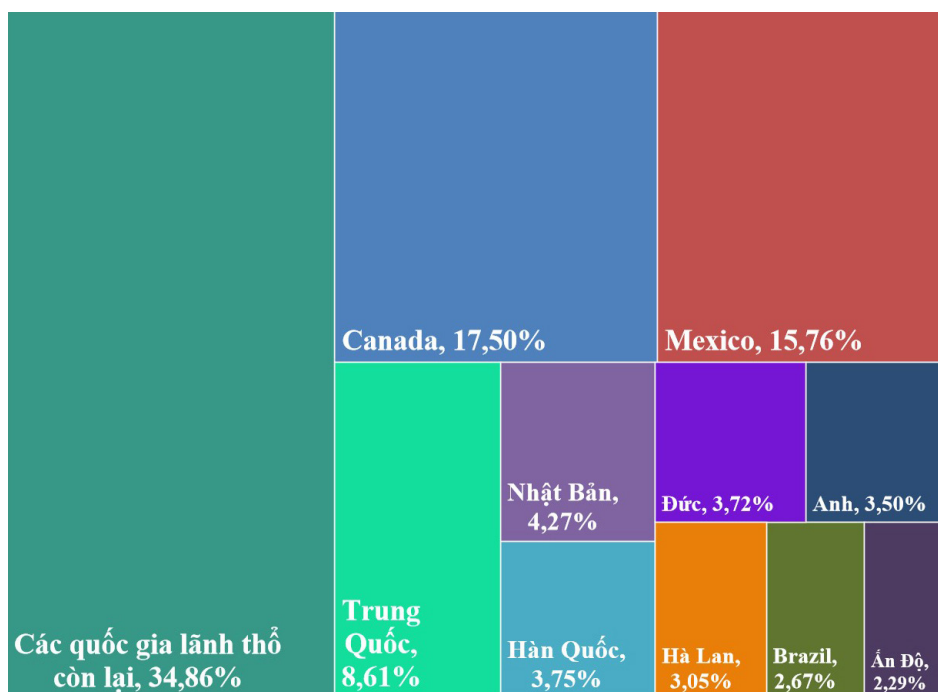
Những mặt hàng nhập khẩu chủ yếu của Hoa Kỳ năm 2021



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

1. Lò phản ứng hạt nhân, nồi hơi, máy và thiết bị cơ khí... (chiếm 14,60% tổng lượng xuất khẩu)
2. Máy điện và thiết bị điện và các bộ phận (chiếm 14,16% tổng lượng xuất khẩu)
3. Xe cộ trừ phương tiện chạy trên đường xe lửa hoặc xe điện (chiếm 9,64% tổng lượng xuất khẩu)
4. Nhiên liệu khoáng, dầu khoáng và các sản phẩm (chiếm 7,62% tổng lượng xuất khẩu)
5. Dược phẩm (chiếm 5,09% tổng lượng xuất khẩu)

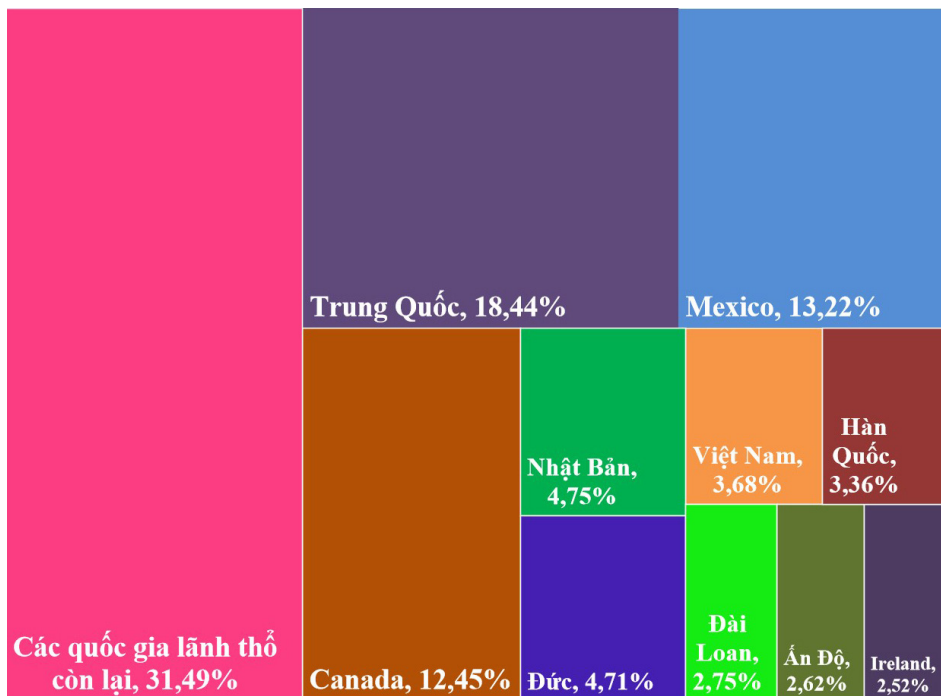
Các thị trường xuất khẩu chính của Hoa Kỳ năm 2021



Dữ liệu mới nhất theo từng quốc gia lãnh thổ cho thấy 65,14% sản phẩm xuất khẩu từ Hoa Kỳ được đưa vào: Canada (17,50% tổng sản phẩm toàn cầu), Mexico (15,76%), Trung Quốc (8,61%), Nhật Bản (4,27%), Hàn Quốc (3,75%), Đức (3,72%), Anh (3,50%), Hà Lan (3,05%), Brazil (2,67%) và Ấn Độ (2,29%).

Ở chiều ngược lại, số liệu theo từng quốc gia lãnh thổ cho thấy 68,51% sản phẩm nhập khẩu vào Hoa Kỳ có xuất xứ từ: Trung Quốc (18,44% tổng sản phẩm toàn cầu), Mexico (13,22%), Canada (12,45%), Nhật Bản (4,75%), Đức (4,71%), Việt Nam (3,68%), Hàn Quốc (3,36%), Đài Loan (2,75%), Ấn Độ (2,62%) và Ireland (2,52%).

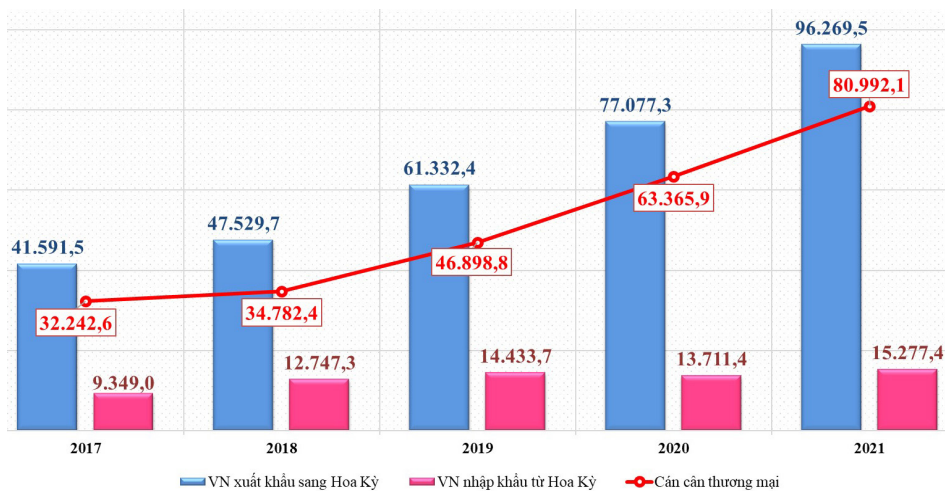
Các thị trường xuất khẩu chính của Hoa Kỳ năm 2021



Kim ngạch xuất khẩu, nhập khẩu và cán cân thương mại Việt Nam - Hoa Kỳ giai đoạn 2017 - 2021

(Nguồn: Tổng Cục Hải quan)

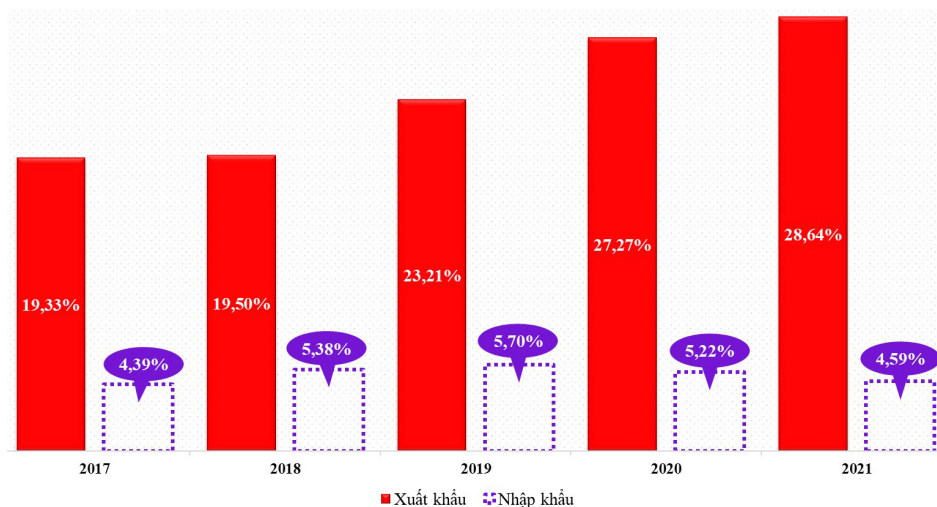
ĐVT: triệu USD



Tỉ trọng kim ngạch xuất nhập khẩu với Hoa Kỳ so với tổng giá trị xuất nhập khẩu của Việt Nam giai đoạn 2017 - 2021

(Nguồn: Tổng Cục Hải quan)

ĐVT: triệu USD



Theo thống kê trên [trademap.org](https://www.trademapp.org) (Trung tâm thương mại quốc tế ITC), Việt Nam là đối tác cung cấp sản phẩm đứng thứ 6 vào thị trường Hoa Kỳ và là đối tác đứng thứ 29 nhập khẩu hàng hóa từ Hoa Kỳ.

Theo số liệu thống kê của Tổng cục Hải quan, tính riêng năm 2021 tổng giá trị xuất nhập khẩu hàng hóa giữa Việt Nam và Hoa Kỳ đạt 111,55 tỷ USD, tăng 22,9% so với năm 2020. Trong đó, xuất khẩu hàng hóa của các doanh nghiệp Việt Nam sang thị trường Hoa Kỳ đạt 96,27 tỷ USD, tăng 24,9% so với năm 2020, chiếm lượng lớn tổng giá trị xuất khẩu của Việt Nam ra thế giới (28,64%). Ở chiều ngược lại, nhập khẩu hàng hóa từ Hoa Kỳ đạt 15,28 tỷ USD, tăng 11,4% so với cùng kì, chiếm 4,59% giá trị nhập khẩu của Việt Nam từ tất cả các đối tác thương mại.

Kể từ năm 2017 trở đi, cán cân thương mại của Việt Nam luôn nằm ở mức thặng dư hơn 32 tỷ USD do tình trạng xuất siêu liên tục sang Hoa Kỳ. Đến năm 2021, thặng dư của nước ta so với Mỹ đạt 80,99 tỷ USD, con số lớn nhất từ trước tới nay. Bắt đầu với con số 41,59 tỷ USD vào năm 2017, kim ngạch xuất khẩu nước ta sang nước bạn có chiều hướng tăng rõ rệt qua từng năm trong giai đoạn 2017-2021 với tỷ lệ tăng trung bình là 23,5% mỗi năm, trong đó tỷ lệ tăng từ năm 2018 trở đi lại mạnh hơn so với năm 2017 và không có dấu hiệu suy giảm. Trong khi đó, kim ngạch nhập khẩu từ nước bạn có tỷ lệ tăng bình quân mỗi năm ít hơn (14%) và chỉ xoay quanh mức 13,1 tỷ USD.

THƯƠNG MẠI VIỆT NAM-HOA KỲ: TĂNG GẦN 250 LẦN SAU 26 NĂM

Kể từ khi bình thường hóa và thiết lập quan hệ ngoại giao (ngày 12/7/1995), hoạt động thương mại giữa Việt Nam và Hoa Kỳ có sự tăng trưởng vượt bậc, là điểm sáng trong quan hệ hợp tác giữa hai nước.

Đến năm 2021, sau 26 năm bình thường hóa và thiết lập quan hệ ngoại giao, thương mại song phương Việt Nam - Hoa Kỳ tăng khoảng 247 lần, từ 450 triệu USD năm 1995 lên 111,56 tỷ USD. Trong lịch sử ngoại thương của Việt Nam, Hoa Kỳ là đối tác thương mại thứ hai đạt được mốc 100 tỷ USD (sau Trung Quốc).

Năm 2021, xuất khẩu của Việt Nam sang Hoa Kỳ đạt 96,29 tỷ USD, tăng 24,9% so với năm 2020. Nền kinh tế lớn nhất thế giới tiếp tục là thị trường xuất khẩu lớn nhất của Việt Nam khi chiếm đến 28,6% kim ngạch cả nước.

Năm ngoái có tới 13 nhóm hàng xuất khẩu sang Hoa Kỳ đạt kim ngạch từ 1 tỷ USD trở lên, trong đó có 3 nhóm đạt hơn 10 tỷ USD, gồm: máy móc, thiết bị với 17,82 tỷ USD; dệt may 16,1 tỷ USD; máy vi tính, sản phẩm điện tử và linh kiện đạt 12,76 tỷ USD. Ngành nông nghiệp cũng có nhiều nhóm hàng “tỷ USD” như: gỗ và sản phẩm gỗ (8,77 tỷ USD), thủy sản (hơn 2 tỷ USD), hạt điều (hơn 1 tỷ USD).

Chiều ngược lại, năm ngoái Việt Nam chi 15,27 tỷ USD nhập khẩu hàng hóa từ Hoa Kỳ, tăng 11,4% so với năm 2020 và chiếm 4,6% kim ngạch cả nước. 2 nhóm hàng nhập khẩu có kim ngạch 1 tỷ USD trở lên là máy vi tính, sản phẩm điện tử và linh kiện đạt 4,79 tỷ USD; bông 1,17 tỷ USD. Ngoài ra, nhóm hàng máy móc, thiết bị cũng đạt kim ngạch xấp xỉ 1 tỷ USD (992 triệu USD).

Nguồn: báo haiquanonline.com.vn

MỘT SỐ MỐC ĐÁNG NHỚ TRONG QUAN HỆ VIỆT NAM - HOA KỲ

Ngày 12/05/2022: Thủ tướng Phạm Minh Chính lên đường thăm, làm việc tại Mỹ

Ngày 24-26/8/2021: Phó Tổng thống Hoa Kỳ Kamala Harris thăm Việt Nam.

Ngày 11 - 12/11/2017: Tổng thống Hoa Kỳ Donald J. Trump thăm cấp Nhà nước tới Việt Nam và dự Hội nghị Cấp cao APEC 2017.

Ngày 22 - 24/05/2016: Tổng thống Hoa Kỳ Barack Obama thăm cấp Nhà nước tới Việt Nam.

Ngày 06 - 10/07/2015: Tổng Bí thư Nguyễn Phú Trọng thăm chính thức Hoa Kỳ, hai nước ra Tuyên bố Tầm nhìn chung về quan hệ Việt Nam – Hoa Kỳ.

Ngày 08/12/2006: Hạ viện Hoa Kỳ thông qua Luật dành Quy chế thương mại bình thường vĩnh viễn cho Việt Nam. Dự luật trên sau đó đã được Thượng viện Hoa Kỳ

thông qua ngày 9/12/2006

Ngày 17 – 20/11/2006: Tổng thống Hoa Kỳ George W. Bush thăm chính thức Việt Nam và dự Hội nghị Cấp cao APEC 2006.

Ngày 10/12/2001: Hiệp định thương mại song phương Việt Nam - Hoa Kỳ

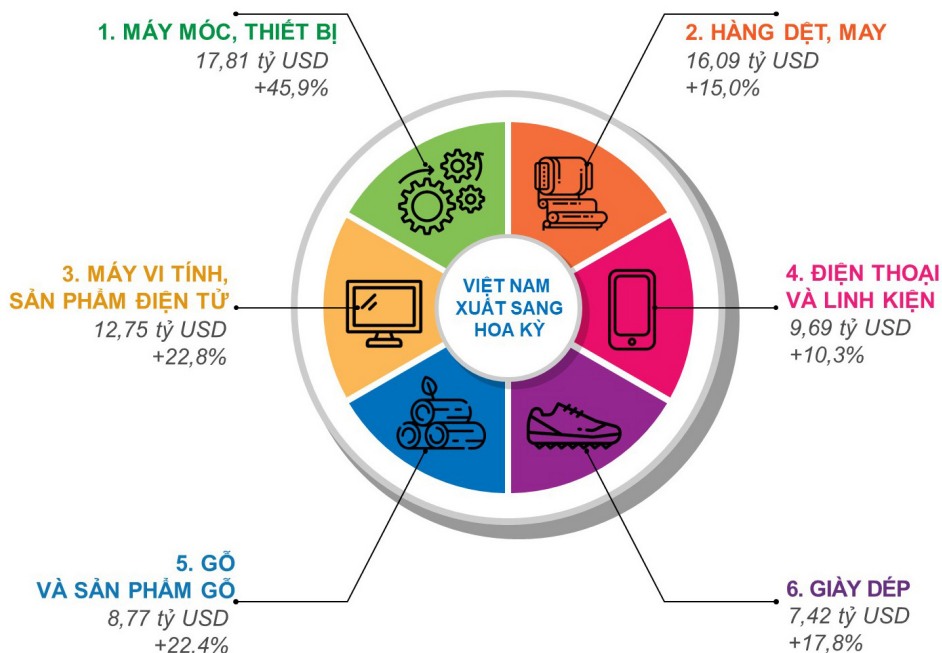
Ngày 24/11/2001: Quốc hội Việt Nam thông qua Hiệp định thương mại song phương Việt Nam - Hoa Kỳ.

Ngày 18/10/2001: Tổng thống Hoa Kỳ George W. Bush ký thông qua Hiệp định thương mại

Ngày 11/07/1995: Tổng thống Hoa Kỳ Bill Clinton và Thủ tướng Việt Nam Võ Văn Kiệt thông báo quyết định bình thường hóa quan hệ ngoại giao giữa 2 nước.

Ngày 03/02/1994: Tổng thống Hoa Kỳ Bill Clinton thông báo quyết định bãi bỏ lệnh cấm vận thương mại đối với Việt Nam.

MỘT SỐ SẢN PHẨM XUẤT KHẨU CHỦ YẾU CỦA VIỆT NAM SANG HOA KỲ NĂM 2021



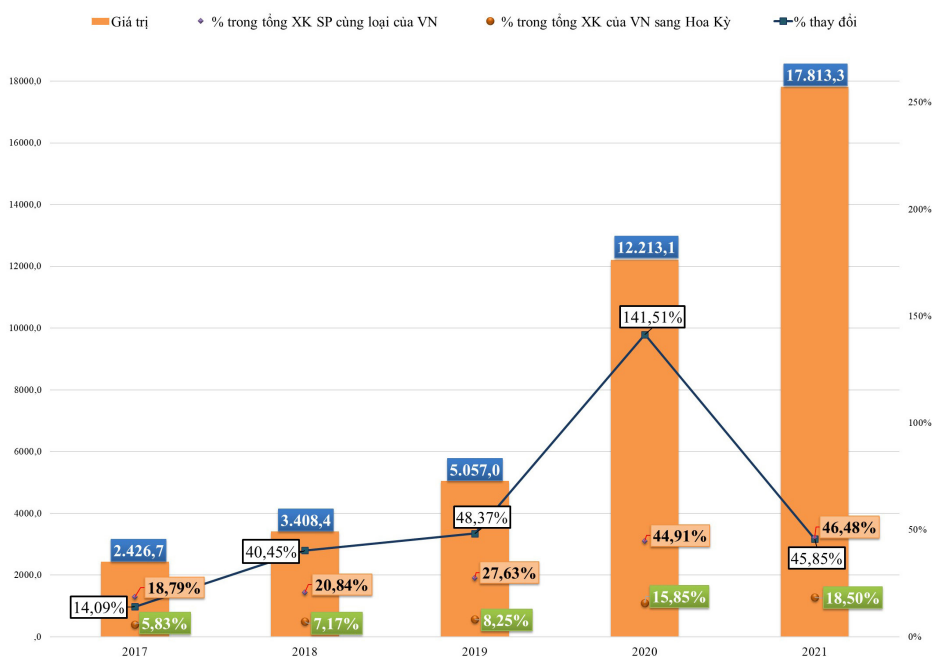
Đứng đầu trong số các mặt hàng xuất khẩu của Việt Nam vào thị trường Hoa Kỳ trong giai đoạn 2017 - 2021 là mặt hàng máy móc, thiết bị, dụng cụ phụ tùng. Theo

thống kê chính thức của Tổng cục Hải quan, năm 2021, xuất khẩu mặt hàng này sang Hoa Kỳ đạt 17,81 tỷ USD, tăng 45,85% so với cùng kì năm 2020, chiếm 18,5% tổng xuất khẩu sang thị trường này. Thị trường Hoa Kỳ chiếm 46,48% tổng xuất khẩu sản phẩm cùng loại của Việt Nam. Nhìn chung, trong suốt giai đoạn 2017-2021, kim ngạch xuất khẩu của mặt hàng này có chiều hướng tăng rõ rệt qua từng năm với tỷ lệ tăng bình quân hằng năm là 58,1%, trong đó tỷ lệ tăng mạnh nhất (141,51%) rơi vào năm 2020 mặc cho tác động từ Covid-19. Xuyên suốt giai đoạn 2017-2021, sản phẩm máy móc, thiết bị, dụng cụ phụ tùng luôn là mặt hàng trọng điểm của nước ta sang Mỹ. Tính riêng năm 2021, Mỹ đã là thị trường lớn nhất đối với xuất khẩu mặt hàng này, kế đến là Trung Quốc (kim ngạch 2,87 tỷ USD), Nhật Bản (2,57 tỷ USD) và Hàn Quốc (2,55 tỷ USD).

Kim ngạch xuất khẩu Máy móc, thiết bị, dụng cụ phụ tùng của Việt Nam sang Hoa Kỳ

(Nguồn: Tổng Cục Hải quan)

ĐVT: triệu USD



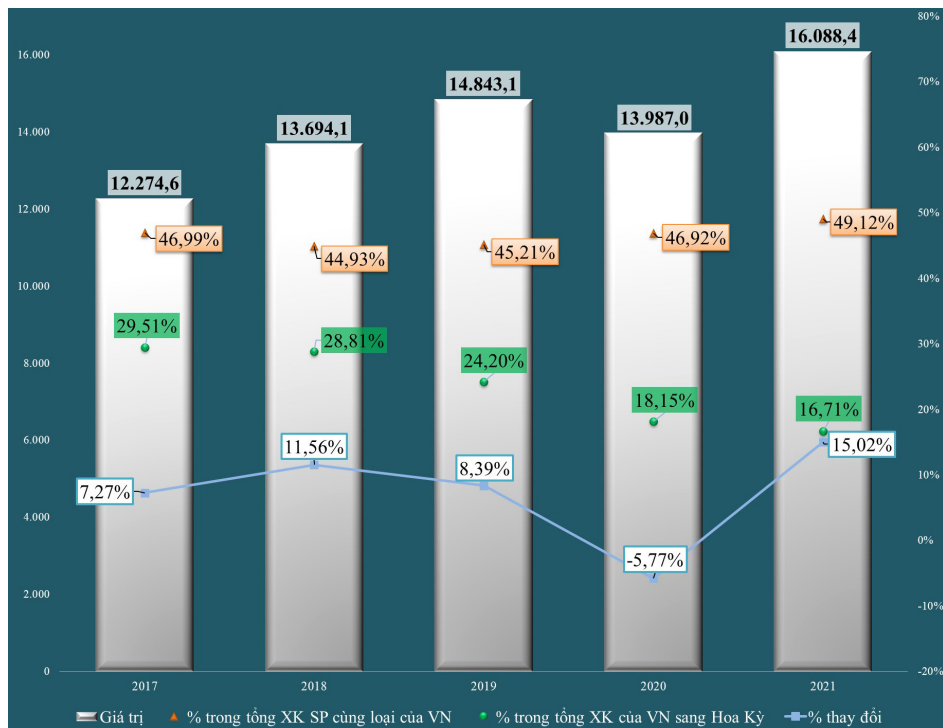
Tiếp theo là mặt hàng dệt, may đạt 16,09 tỷ USD vào năm 2021, tăng 15,02% so với năm 2020, chiếm 16,71% tổng xuất khẩu của Việt Nam sang thị trường này, chiếm 49,12% thị phần các sản phẩm tương tự của Việt Nam xuất khẩu ra tất cả các nước. Kim ngạch xuất khẩu của mặt hàng này có xu hướng tăng qua từng năm với tỷ lệ tăng bình

quần hàng năm là 7,3%, song lại bị âm nhẹ (-5,77%) vào năm 2020. Những thời điểm trước năm 2021, mặt hàng dệt, may luôn là mặt hàng có kim ngạch xuất khẩu lớn nhất sang Mỹ, sau đó mới tới mặt hàng khác. Tính riêng năm 2021, Mỹ là thị trường lớn nhất đối với xuất khẩu hàng dệt may, kể đến là Nhật Bản (kim ngạch 3,24 tỷ USD), Hàn Quốc (2,95 tỷ USD) và Trung Quốc (1,34 tỷ USD).

Kim ngạch xuất khẩu Hàng dệt, may của Việt Nam sang Hoa Kỳ

(Nguồn: Tổng Cục Hải quan)

ĐVT: triệu USD



Trong quan hệ ngoại thương giữa Việt Nam và Hoa Kỳ, ngành hàng dệt may xuất khẩu của nước ta giữ vai trò hết sức quan trọng. Từ nhiều năm qua, nền kinh tế lớn nhất thế giới luôn là thị trường xuất khẩu lớn nhất của nhóm hàng này với thị phần những năm gần đây xoay quanh mức trên dưới 50% kim ngạch xuất khẩu dệt may của cả nước. Đơn cử như năm 2021, xuất khẩu dệt may sang Hoa Kỳ đạt hơn 16 tỷ USD, chiếm khoảng 49,2%.

Theo ông Lê Quốc Ân Chủ tịch Hiệp hội Dệt may Việt Nam- Vinatex (giai đoạn 1999-2010), sau khi cơ chế giám sát với hàng dệt may Việt Nam được phía Hoa Kỳ bãi bỏ vào giữa năm 2009, từ năm 2010 trở đi, ngành hàng này mới thực sự được đối xử

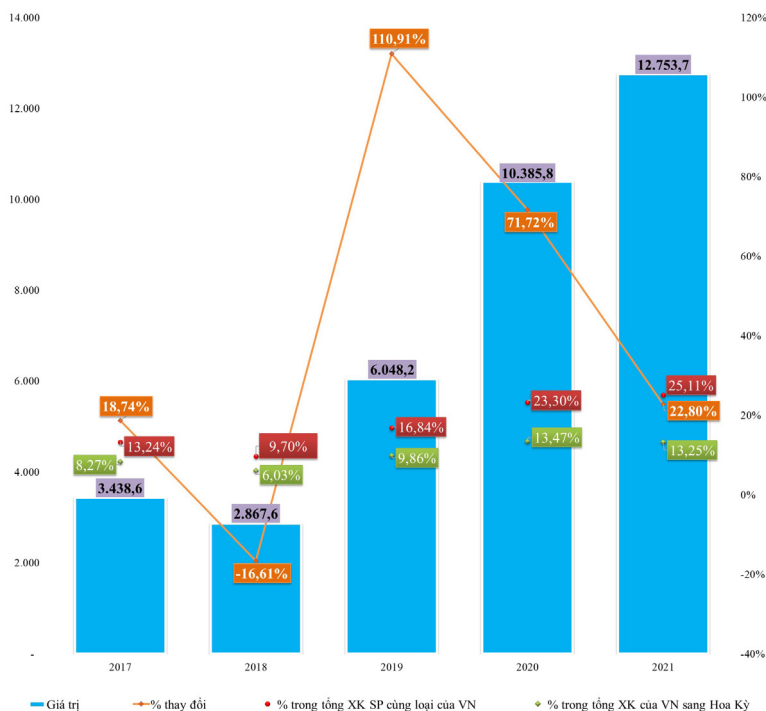
bình đẳng khi xuất khẩu vào Hoa Kỳ tương tự các thành viên WTO và nhờ đó đã đạt tốc độ tăng trưởng hai con số hàng năm. Đến năm 2019, xuất khẩu dệt may Việt Nam vào Hoa Kỳ đã đạt trên 15 tỉ USD, trở thành nước xuất khẩu dệt may vào Hoa Kỳ lớn thứ 2 trên thế giới sau Trung Quốc.

Vị trí thứ 3 trong số những sản phẩm Việt Nam xuất khẩu nhiều nhất sang Hoa Kỳ năm 2021 là hàng máy vi tính, sản phẩm điện tử và linh kiện, đạt 12,75 tỷ USD, tăng 22,8% so với cùng kỳ 2020, chiếm 13,25% tổng xuất khẩu của Việt Nam sang nước này, chiếm 25,1% xuất khẩu mặt hàng cùng loại của Việt Nam với tất cả các đối tác thương mại. Nhìn chung, kim ngạch của mặt hàng này sang nước bạn có xu hướng tăng dần qua từng năm. Năm 2019, với tỷ lệ % tăng rất mạnh (110,91%), mặt hàng vi tính, sản phẩm điện tử và linh kiện chính thức đứng trong top 5 các mặt hàng có kim ngạch lớn nhất của Việt Nam sang Hoa Kỳ. Riêng năm 2021, Mỹ là thị trường lớn nhất đối với xuất khẩu mặt hàng này, kế đến là Trung Quốc (kim ngạch 11,08 tỷ USD), Hồng Kông (6,3 tỷ USD) và Hàn Quốc (3,49 tỷ USD).

Kim ngạch xuất khẩu Máy vi tính, sản phẩm điện tử và linh kiện của Việt Nam sang Hoa Kỳ

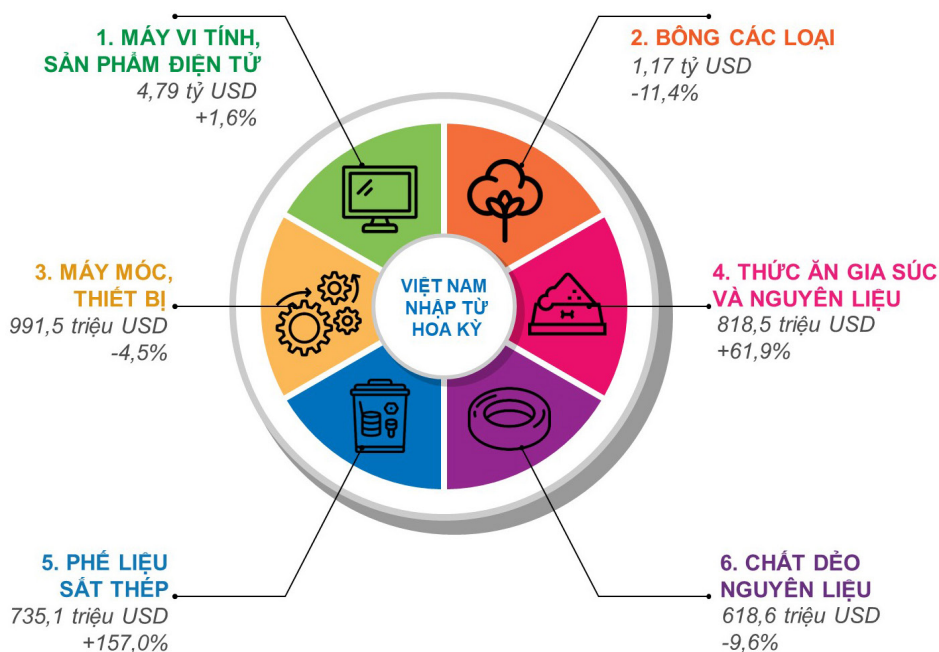
(Nguồn: Tổng Cục Hải quan)

ĐVT: triệu USD



Trong năm 2021, đa số các mặt hàng xuất khẩu của Việt Nam sang Hoa Kỳ đều ghi nhận sự tăng mạnh về kim ngạch so với năm 2020, cụ thể là các mặt hàng: sắt thép các loại (685,4%, tăng mạnh nhất trong tất cả các mặt hàng), vải màn, vải kỹ thuật khác (183,2%), hóa chất (149,7%), đá quý, kim loại quý và sản phẩm (86,5%), máy ảnh, máy quay phim và linh kiện (76,0%), sản phẩm từ chất dẻo (68,6%), xơ, sợi dệt các loại (65,0%), cao su (64,0%)... Tuy nhiên, có ba mặt hàng có lượng kim ngạch giảm, đó là đồ chơi, dụng cụ thể thao và bộ phận (-5,8%), gạo (-15,9%) và thức ăn gia súc và nguyên liệu (-19,5%)

MỘT SỐ SẢN PHẨM NHẬP KHẨU CHỦ YẾU CỦA VIỆT NAM TỪ HÒA KỲ NĂM 2021



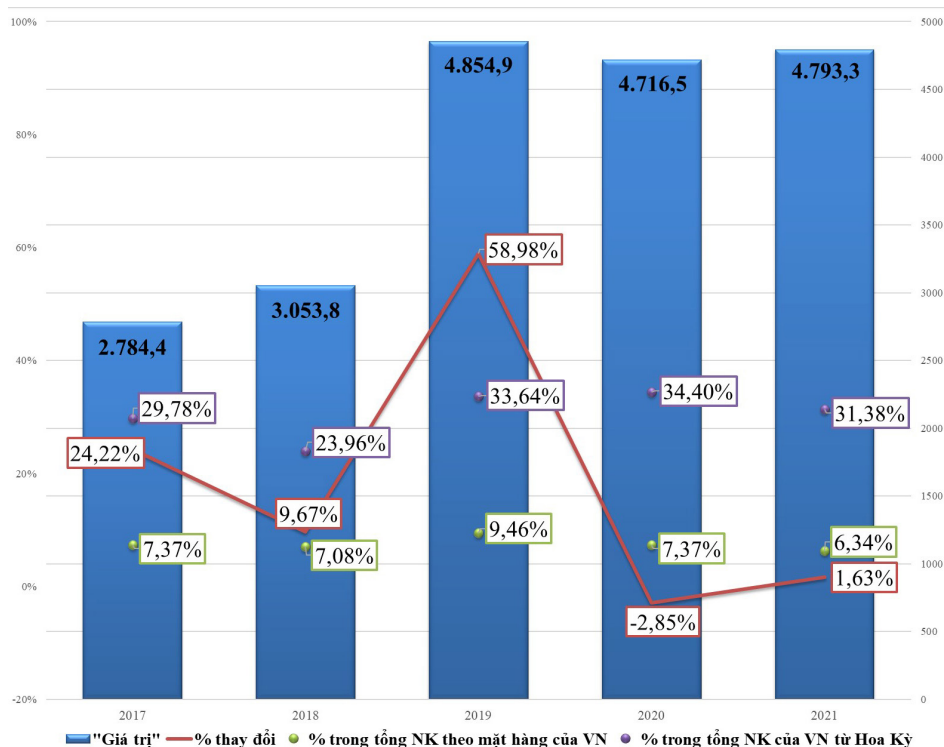
Năm 2021, đứng ở vị trí thứ nhất về kim ngạch nhập khẩu hàng hóa của Việt Nam từ Hoa Kỳ là mặt hàng máy vi tính, sản phẩm điện tử và linh kiện, đạt 4,79 tỷ USD, tăng 1,63% so với cùng kỳ của năm 2020, chiếm 31,38% tổng nhập khẩu từ nước này, chiếm 6,34% giá trị nhập khẩu mặt hàng cùng loại của Việt Nam từ tất cả các nước. Đây là loại mặt hàng có xu hướng tăng dần về lượng kim ngạch; kể từ năm 2019, với tỷ lệ tăng 58,98%, lượng kim ngạch của mặt hàng này luôn ở mức trên 4,7 tỷ USD. Xét theo thứ

hạng nhập khẩu, Hoa Kỳ là quốc gia mà nước ta nhập khẩu máy vi tính, sản phẩm điện tử và linh kiện nhiều thứ 5 trên thế giới năm 2021, sau Nhật Bản (6,23 tỷ USD), Đài Loan (9,62 tỷ USD), Hàn Quốc (20,29 tỷ USD) và Trung Quốc (21,96 tỷ USD).

Kim ngạch nhập khẩu Máy vi tính, sản phẩm điện tử và linh kiện của Việt Nam từ Hoa Kỳ

(Nguồn: Tổng Cục Hải quan)

ĐVT: triệu USD

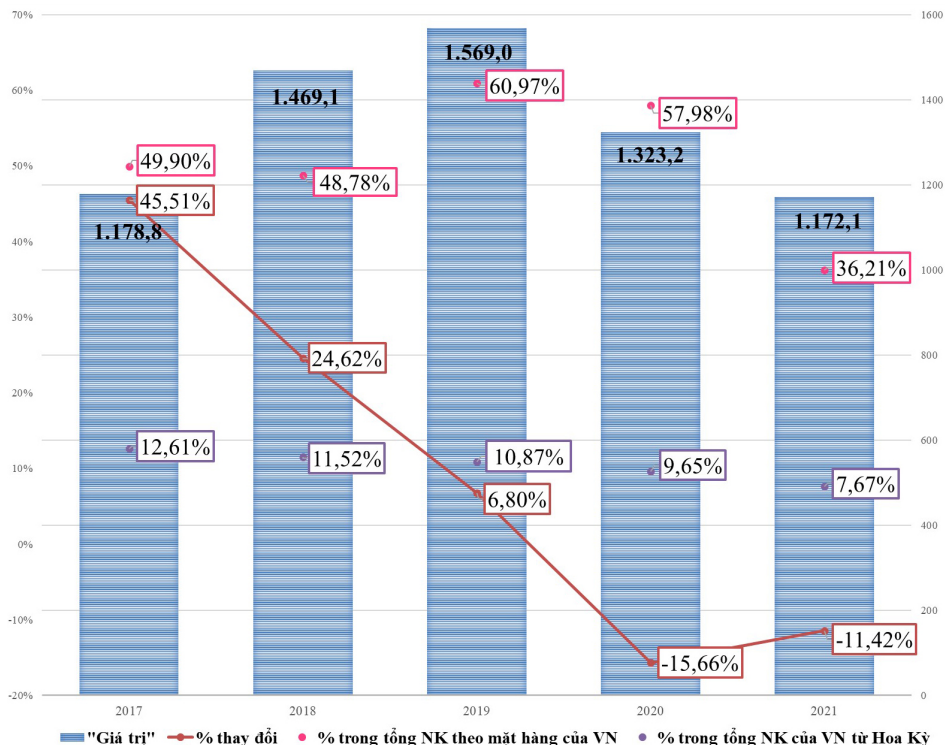


Tiếp theo là mặt hàng hàng bông các loại có kim ngạch đạt 1,17 tỷ USD vào năm 2021. Tỷ lệ tăng là -11,42% so với năm 2020, chiếm 7,67% tổng nhập khẩu từ Hoa Kỳ, chiếm khoảng 36,21% tổng giá trị nhập khẩu các mặt hàng cùng loại từ thế giới. Kim ngạch nhập khẩu mặt hàng này từ Hoa Kỳ tăng lên trong giai đoạn 2017 – 2019 nhưng sau đó giảm xuống trong giai đoạn 2019 – 2021. Theo con số tỷ lệ% thay đổi cho thấy, lượng kim ngạch nhập khẩu mặt hàng bông từ Mỹ đang có xu hướng chững lại. Tuy vậy, Hoa Kỳ vẫn là quốc gia xuất khẩu bông các loại lớn nhất sang Việt Nam năm 2021, kế đến là Brazil (704,59 triệu USD) và Úc (605,32 triệu USD).

Kim ngạch nhập khẩu Bông các loại của Việt Nam từ Hoa Kỳ

(Nguồn: Tổng Cục Hải quan)

ĐVT: triệu USD

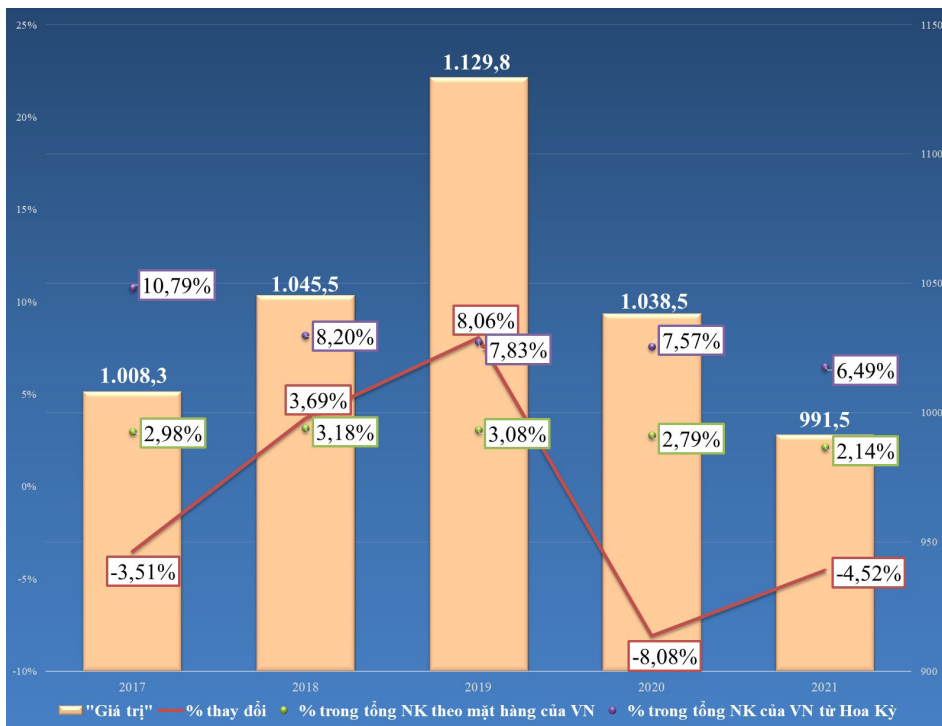


Mặt hàng máy móc, thiết bị, dụng cụ, phụ tùng đứng vị trí thứ 3, đạt 991,5 triệu USD năm 2021, giảm 4,52% so với cùng kỳ năm 2020, chiếm 6,49% giá trị nhập khẩu của Việt Nam từ nước này, tương đương 2,14% giá trị nhập khẩu so với mặt hàng cùng loại từ các đối tác thương mại khác. Nhìn chung trong cả giai đoạn 2017 - 2021, kim ngạch của mặt hàng này có xu hướng chững lại, trong đó tỷ lệ % tăng mạnh nhất rơi vào năm 2019 với lượng kim ngạch đạt 1,13 tỷ USD.

Kim ngạch nhập khẩu Máy móc, thiết bị, dụng cụ, phụ tùng của Việt Nam từ Hoa Kỳ

(Nguồn: Tổng Cục Hải quan)

ĐVT: triệu USD



Trong năm 2021, đa số các mặt hàng nhập khẩu của Việt Nam từ Hoa Kỳ đều ghi nhận sự tăng mạnh về kim ngạch so với năm 2020, cụ thể là các mặt hàng: sắt thép các loại (157%, tăng mạnh nhất trong tất cả các mặt hàng), linh kiện, phụ tùng ô tô (122,9%), hóa chất (73,0%), đá quý, kim loại quý và sản phẩm (62,9%), thức ăn gia súc và nguyên liệu (61,9%), thuốc trừ sâu và nguyên liệu (61,5%), dược phẩm (60,2%), chế phẩm thực phẩm khác (31,6%)... Tuy nhiên, một số mặt hàng có lượng kim ngạch bị giảm như lúa mì (-55,5%), máy ảnh, máy quay phim và linh kiện (-38,7%), phân bón các loại (-32,3%)...

CƠ HỘI MỞ RỘNG THỊ PHẦN XUẤT KHẨU RAU QUẢ SANG HOA KỲ

Theo thống kê từ Tổng cục Hải quan, trong 11 tháng đầu năm 2021, xuất khẩu hàng rau quả của Việt Nam sang Hoa Kỳ đạt 203,2 triệu USD, tăng 33,2% so với cùng

kỳ năm 2020, góp phần đưa trị giá xuất khẩu hàng rau quả của Việt Nam trong 11 tháng đạt 3,25 tỷ USD, tăng 8,6% so với cùng kỳ năm ngoái.

Còn theo số liệu thống kê từ Trung tâm Thương mại quốc tế (ITC), trong 10 tháng năm 2021, trị giá nhập khẩu hàng rau quả của Hoa Kỳ đạt 40,4 tỷ USD, tăng 13,5% so với cùng kỳ năm 2020.



Xoài xuất khẩu sang thị trường Hoa Kỳ

Tính đa dạng và cởi mở trong văn hóa Mỹ luôn khiến người tiêu dùng muốn trải nghiệm sản phẩm mới, mở ra cơ hội cho các hoa quả, đặc sản từ vùng nhiệt đới của Việt Nam. Đến nay, Việt Nam đã chính thức được cấp phép xuất khẩu 6 loại hoa quả tươi sang Hoa Kỳ gồm xoài, nhãn, vải, thanh long, chôm chôm và vú sữa. Trong đó, vú sữa Kế Sách (Sóc Trăng) được xuất khẩu sang thị trường Hoa Kỳ, Singapore với số lượng ngày càng tăng.

Hoa Kỳ là thị trường tiềm năng của trái cây Việt khi có tới 332 triệu khách hàng với thu nhập đầu người cao và xu hướng ẩm thực ngày càng chú trọng thành phần rau, quả. Cục Xuất nhập khẩu (Bộ Công Thương) nhận định, hệ thống phân phối tại Hoa Kỳ đa dạng, nhiều kênh, hiện đại, mở ra nhiều cơ hội tiêu thụ. Tính đa dạng và cởi mở trong văn hóa Hoa Kỳ luôn khiến người tiêu dùng muốn trải nghiệm sản phẩm mới, mở ra cơ hội cho các loại rau quả đặc sản từ vùng nhiệt đới của Việt Nam. Mặt khác, tỷ trọng nhập khẩu hàng rau quả của Hoa Kỳ từ Việt Nam vẫn ở mức thấp là cơ hội để các doanh

ng nghiệp Việt Nam mở rộng thị phần tại thị trường này trong thời gian tới.

Để gia tăng xuất khẩu hàng rau quả vào thị trường Hoa Kỳ, Thương vụ Việt Nam tại Hoa Kỳ khuyến nghị, các doanh nghiệp trong nước nên phối hợp với nhà nhập khẩu, phân phối tại Hoa Kỳ nghiên cứu phương thức thanh toán linh hoạt, hỗ trợ chia sẻ rủi ro, nhất là giai đoạn đầu tiếp cận thị trường. Bên cạnh đó, xem xét việc liên kết, đầu tư kho lạnh để lập trung tâm phân phối hàng Việt Nam tại một cảng nhập lớn ở Bờ Tây, sau có thể mở thêm tại Bờ Đông hoặc phía Nam, với quy mô đủ lớn, phục vụ nhiều nhóm hàng. Việc này sẽ giúp giảm chi phí, tạo thế chủ động cho các doanh nghiệp đưa hàng ra thị trường. Đồng thời, các doanh nghiệp xuất khẩu chủ động cập nhật, thường xuyên cung cấp thông tin, chủ động khai mở, tạo cơ hội thị trường.

NHỮNG LƯU Ý CHO DOANH NGHIỆP XUẤT KHẨU HÀNG HOÁ VÀO HOA KỲ



Tọa đàm “Vấn đề pháp lý khi xuất khẩu vào thị trường Hoa Kỳ trong thời kỳ mới” do ITPC tổ chức

Trong nhiều năm qua, Hoa Kỳ luôn là đối tác kinh tế - thương mại hàng đầu của Việt Nam. Hoa Kỳ là thị trường xuất khẩu lớn nhất của Việt Nam, với nhiều mặt hàng có thế mạnh như thủy sản, dệt may, giày dép, nông sản...

Việt Nam đã tham gia nhiều Hiệp định thương mại tự do (FTA), tạo điều kiện để hàng hóa xuất khẩu được hưởng các ưu đãi về mặt thuế quan, nâng cao khả năng cạnh tranh và kim ngạch xuất khẩu. Tuy nhiên, trong thời gian qua, số lượng các vụ điều tra, áp dụng biện pháp bảo hộ thương mại có dấu hiệu gia tăng.

Tuy nhiên, với hệ thống pháp luật phức tạp, thị trường Hoa Kỳ luôn tiềm ẩn nhiều rủi ro cho doanh nghiệp Việt Nam. Hàng năm, nhiều lô hàng nhập khẩu của Việt Nam bị đối tác khởi kiện hoặc áp dụng lệnh buộc phải tiêu hủy hoặc thu hồi khỏi thị trường. Trong quá khứ, hàng hóa Việt Nam xuất khẩu đã từng bị kiện chống bán phá giá với cá da trơn, tôm, thép và hiện nay, mặt hàng đệm mút, ống đồng đang bị điều tra.

Theo thống kê của Bộ Công Thương, tính đến cuối năm 2020 đã ghi nhận và xử lý 193 vụ việc phòng vệ thương mại nước ngoài áp dụng đối với Việt Nam, bao gồm 108 vụ việc chống bán phá giá, 22 vụ việc chống trợ cấp, 23 vụ việc chống lẩn tránh thuế, 40 vụ việc tự vệ. Hàng hóa xuất khẩu của Việt Nam đã bị điều tra phòng vệ thương mại với kim ngạch bị ảnh hưởng lên đến 12 tỷ USD.

Riêng trong năm 2020 đã ghi nhận 32 vụ khởi xướng điều tra, tăng gấp đôi năm 2019. Phần lớn số hàng hóa bị điều tra phòng vệ thương mại là những mặt hàng Việt Nam có lợi thế sản xuất như kim loại, sợi, thủy sản, gỗ dán, vật liệu xây dựng, hóa chất...

Bên cạnh đó, nhiều ngành hàng xuất khẩu chủ lực của Việt Nam ngày càng dễ rơi vào tầm ngắm điều tra áp dụng phòng vệ thương mại. “Đây cũng chính là những khó khăn, thách thức đòi hỏi doanh nghiệp Việt Nam phải quan tâm tìm hiểu thông tin khi muốn đẩy mạnh xuất khẩu hàng hóa sang thị trường Hoa Kỳ trong thời gian tới”.

Ông Diệp Quốc Kế, Giám đốc điều hành công ty ASIA Golden Link INC khuyến nghị, các doanh nghiệp phải chủ động nhận diện được các nguy cơ để phòng tránh bị khởi xướng điều tra hoặc các vụ kiện về phòng vệ thương mại, đặc biệt với thị trường Hoa Kỳ.

Để làm được điều đó, doanh nghiệp phải hiểu và thường xuyên cập nhật hệ thống pháp luật của Hoa Kỳ, ngoài luật liên bang còn có các luật riêng của từng bang. Bên cạnh đó, cần hiểu rõ đối tác giao thương để tránh các giao dịch có nguy cơ cao.

Đưa ra nhiều lưu ý cho các doanh nghiệp Việt Nam, ông C. Matthew, Luật sư Công ty luật quốc tế Dentons cho rằng, trong mỗi giai đoạn và đối tác khác nhau, Hoa Kỳ sẽ có sự điều chỉnh chính sách thương mại khác nhau nhằm bảo vệ lợi ích của quốc gia.

Theo ông C. Matthew, Hoa Kỳ có xu hướng gia tăng giám sát với các mặt hàng và quốc gia có thặng dư thương mại lớn, tăng nhanh bất thường trong thời gian ngắn và đặc biệt quan tâm tới vấn đề nguồn gốc thật sự của hàng hóa.

Trong khi đó, thời gian qua Việt Nam có nhiều điều kiện thuận lợi để gia tăng xuất khẩu vào Hoa Kỳ khi thu hút đầu tư nước ngoài vào sản xuất xuất khẩu gia tăng, tận dụng sự đứt gãy các chuỗi cung ứng và khoảng trống thị trường mà đối tác trước đó của Hoa Kỳ bị áp thuế phòng vệ thương mại.

Tuy nhiên, việc gia tăng kim ngạch một số mặt hàng quá mức sẽ khiến các mặt hàng này đối diện với nguy cơ khởi kiện và áp dụng biện pháp phòng vệ thương mại. Nếu bị áp thuế, cả ngành hàng sẽ phải chịu chung và rất khó để cạnh tranh, thậm chí phải từ bỏ thị trường vì mức thuế phòng vệ thương mại Hoa Kỳ áp dụng thường rất cao.

Doanh nghiệp nhập khẩu nguyên liệu hoặc bán thành phẩm từ nước thứ ba về gia công, chế biến rồi xuất khẩu vào Hoa Kỳ cần đặc biệt chú ý đến lịch sử thương mại mặt hàng đó giữa Hoa Kỳ và bên thứ ba; tuyệt đối không sử dụng nguyên liệu, sản phẩm đang bị Hoa Kỳ áp dụng biện pháp phòng vệ thương mại để xuất khẩu vào Hoa Kỳ vì khi bị phát hiện, toàn bộ sản phẩm cùng chủng loại của Việt Nam sẽ bị áp dụng biện pháp phòng vệ thương mại.

Ý kiến chia sẻ của các chuyên gia kinh tế, pháp lý tại buổi Toạ đàm “Vấn đề pháp lý khi xuất khẩu vào thị trường Hoa Kỳ trong thời kì mới” do Trung tâm Xúc tiến Thương mại và đầu tư TPHCM (ITPC) tổ chức

CÁC NHẬN XÉT VỀ THỊ TRƯỜNG HOA KỲ ĐỐI VỚI HÀNG VIỆT NAM

➤ Những thuận lợi của thị trường Hoa Kỳ đối với hàng Việt Nam

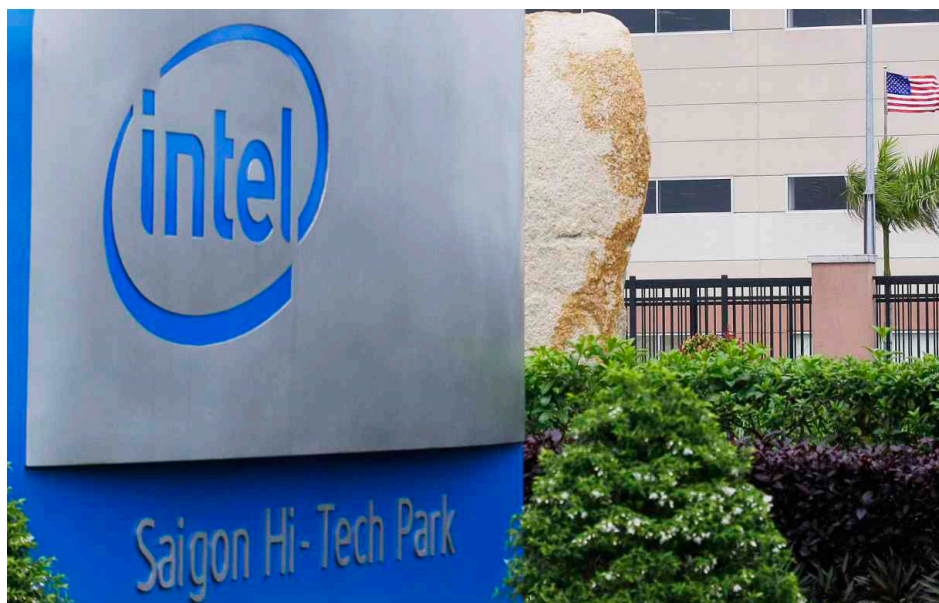
Theo Ông Bùi Huy Sơn - Tham tán Công sứ, Thương mại Việt Nam tại Hoa Kỳ nhận xét: Đây là thị trường nhập khẩu lớn nhất thế giới với sức mua cao, đồng thời là thị trường có xu hướng tăng cả về giá cũng như quy mô. Môi trường chính sách, quan hệ Việt Nam - Hoa Kỳ đang có nhiều thuận lợi; nhu cầu và tập quán tiêu dùng Hoa Kỳ phong phú theo thu nhập, đặc trưng văn hóa, vùng miền tạo nên dư địa lớn cho các doanh nghiệp Việt Nam khai thác có hiệu quả. Ngoài ra lực lượng người Việt đông đảo chính là cầu nối, là nhóm khách hàng quan trọng của hàng hóa Việt Nam. Theo thống kê cộng đồng người Việt Nam tại Hoa Kỳ là đông nhất với 2,2 triệu người và đa dạng, phong phú về ngành nghề, tuổi tác, dân tộc. Đặc biệt, đội ngũ trí thức, doanh nhân rất đông đảo, nhiều người tham gia, có nhiều đóng góp trong chính quyền và văn hóa của Hoa Kỳ.

Chia sẻ chi tiết về thị trường Hoa Kỳ, ông Bùi Huy Sơn, Tham tán Công sứ, Thương mại Việt Nam tại Hoa Kỳ cho biết, kinh tế Hoa Kỳ đang trong giai đoạn phục hồi mạnh mẽ, tăng trưởng kinh tế quốc nội (GDP) quý 3/2021 đạt 4,9%. Với quy mô dân số hơn 333 triệu người cùng sức mua lớn, Hoa Kỳ là thị trường tiềm năng và đang phát triển rất tích cực.

Với thị trường miền Nam Hoa Kỳ, ông Nguyễn Mạnh Quyền, Trưởng Chi nhánh Thương vụ Việt Nam tại Houston cho hay: Khu vực này đang có tốc độ tăng trưởng nhanh chóng. Đặc biệt, tháng 11/2021, 17 tỷ USD của tập đoàn Samsung đầu tư vào Texas kéo theo làn sóng đầu tư mạnh mẽ với sự góp mặt của nhiều doanh nghiệp lớn,

tập đoàn đa quốc gia, các doanh nghiệp Việt Nam. Tốc độ tăng trưởng GDP của Texas vẫn tăng dù vẫn chịu ảnh hưởng từ lạm phát.

Về thị trường thực phẩm khu vực miền Tây của Hoa Kỳ, ông Trần Minh Thắng, Trưởng Chi nhánh Thương vụ Việt Nam tại San Francisco thông tin: Khu vực này tập trung nhiều siêu thị lớn như Safeway, King Soopers, Albertsons, Sprouts Farmers Market...



Nhà máy Intel tại Khu Công nghệ cao - Thành phố Hồ Chí Minh

Thị trường người Mỹ gốc Việt tại đây cũng tương đối lớn với 2,2 triệu người, sức mua đạt 57 tỷ USD, thói quen tiêu dùng rất gần với người Việt Nam. Đây là một kênh hữu hiệu giúp hàng hoá Việt thâm nhập sâu vào thị trường khu vực miền Tây Hoa Kỳ.

➤ **Những khó khăn và thách thức của thị trường Hoa Kỳ đối với hàng Việt Nam**

Dù có nhu cầu cao, sức tiêu thụ lớn nhưng Hoa Kỳ là một trong những thị trường “khó tính” bậc nhất trên thế giới. Hoa Kỳ có yêu cầu rất cao về an toàn vệ sinh thực phẩm, các rào cản kỹ thuật về lao động, môi trường. Bên cạnh đó hàng hóa Việt Nam phải cạnh tranh với các nhóm hàng khác được sản xuất ngay tại Hoa Kỳ hay từ các đối thủ khác đến từ Châu Á, Nam Mỹ, thậm chí là Châu Phi.

Thách thức với nhóm hàng đồ gỗ, nội thất, ông Bùi Huy Sơn nhấn mạnh, khoảng cách địa lý xa, chi phí vận tải tăng cao do dịch bệnh Covid-19 diễn biến phức tạp. Bên

cạnh đó, chính quyền Hoa Kỳ hiện chú trọng các yêu cầu thân thiện môi trường, đặc biệt đến vấn đề khai thác gỗ, nguồn gốc gỗ. Hơn nữa, thị hiếu thị trường tại Hoa Kỳ cũng thường xuyên thay đổi, vì vậy việc theo sát thị hiếu của thị trường cũng là thách thức.

Trong xu hướng tiêu dùng của thị trường Hoa Kỳ trong điều kiện mới, các chuyên gia khuyến nghị, doanh nghiệp Việt Nam trong thời gian tới cần đẩy mạnh công tác quảng bá, xúc tiến thương mại; chú trọng tiếp cận, thiết lập hệ thống phân phối; tiếp tục đẩy mạnh ứng dụng thương mại điện tử; nâng cao chất lượng sản phẩm, hàm lượng chế biến, cam kết chất lượng ổn định; phát triển các mô hình liên kết sản xuất, các nhà cung cấp nguyên liệu, tiêu thụ theo chuỗi; đảm bảo nguồn gốc nguyên liệu; thận trọng trong quá trình đàm phán, thực hiện giao dịch và chủ động ứng phó với các cuộc điều tra thương mại,...

Bà Amy Nguyễn - CEO Công ty Dragonberry Produce là một doanh nghiệp Hoa Kỳ có nhiều năm xuất khẩu trái cây vào thị trường Hoa Kỳ cho biết, xuất khẩu hàng hóa sang Hoa Kỳ phải tính đến chuyện 5-10 năm, rất khó để trong một thời gian ngắn có thể đứng vững tại thị trường này. Hơn nữa, việc kiểm tra chất lượng sản phẩm phải thường xuyên, liên tục để đảm bảo sản phẩm không bị vượt ngưỡng cho phép các loại dư lượng thuốc bảo vệ thực vật. Công nghệ bảo quản sản phẩm của nhà sản xuất cũng cần được nghiên cứu, nâng cấp để hàng hóa có thể vận chuyển bằng đường biển thay cho đường hàng không như hiện nay nhằm giảm chi phí, hạ giá thành và nâng cao sức cạnh tranh của sản phẩm.

Cùng đó, xu hướng mua sắm online đã trở nên rất phổ biến, doanh nghiệp Việt Nam có thể tận dụng các kênh thương mại điện tử lớn như Amazon để quảng bá giới thiệu và bán sản phẩm. Tuy nhiên, các doanh nghiệp cũng cần tạo sự khác biệt cho sản phẩm thông qua chiến lược thiết kế, công tác đánh giá và marketing sản phẩm để làm cho thương hiệu sản phẩm của doanh nghiệp nổi trội hơn hẳn so với các thương hiệu khác trong cùng loại mặt hàng.

Nguồn: Tổng hợp từ Báo điện tử Đảng Cộng sản Việt Nam, Cục Xúc tiến Thương mại và TTXVN

HOẠT ĐỘNG ĐẦU TƯ GIỮA VIỆT NAM VÀ HOA KỲ

ĐẦU TƯ CỦA VIỆT NAM VÀO MỸ TĂNG MẠNH



Trụ sở của VinFast ở Los Angeles, Hoa Kỳ

Theo Bộ Kế hoạch và Đầu tư (KHĐT), trong số 16 quốc gia, vùng lãnh thổ nhận đầu tư của Việt Nam trong những tháng đầu năm 2022, đáng chú ý là Mỹ bởi nguồn vốn đầu tư của Việt Nam vào đất nước cờ hoa đang tăng rất nhanh. Cụ thể, nếu trong 2 tháng đầu năm 2022, tổng số vốn đầu tư của các doanh nghiệp Việt Nam vào Mỹ đạt 2,9 triệu USD, thì trong 3 tháng đầu năm 2022 đã nhanh chóng tăng lên 34,5 triệu USD...

Trong số các dự án quy mô lớn của Việt Nam tại nước ngoài phải kể đến dự án xây nhà máy sản xuất xe điện và pin tại Bắc Carolina (Mỹ). Dự án có mức đầu tư lên tới 2 tỉ USD trong giai đoạn 1 và sẽ tạo ra hàng nghìn việc làm cho lao động địa phương. Trong đó, giai đoạn 1, dự án được khởi công trong năm 2022, ngay sau khi nhận được giấy phép xây dựng, dự kiến vận hành vào tháng 7.2024. Công suất giai đoạn 1 dự kiến đạt 150.000 xe mỗi năm.

ĐẦU TƯ FDI CỦA HOA KỲ VÀO VIỆT NAM ĐẠT GẦN 170 TRIỆU USD

Ngày 20/5/2022, tại Hà Nội, Hiệp hội Thương mại Hoa Kỳ tại Hà Nội (AmCham) đã tổ chức Hội nghị Thượng đỉnh Kinh doanh châu Á - Thái Bình Dương năm 2022 nhằm mở rộng thương mại và đầu tư của Hoa Kỳ với khu vực châu Á.

Theo báo cáo của Bộ Kế hoạch và Đầu tư, trong 4 tháng đầu năm 2022, Hoa Kỳ có 24 dự án đầu tư trực tiếp nước ngoài (FDI) mới được cấp phép và 8 dự án FDI đang hoạt động điều chỉnh tăng vốn đầu tư với tổng vốn đăng ký là hơn 147 triệu USD. Ngoài ra, có 59 lượt nhà đầu tư nước này góp vốn, mua cổ phần của doanh nghiệp Việt Nam với tổng số vốn là 22,4 triệu USD. Tính chung 4 tháng đầu năm, đầu tư FDI của Hoa Kỳ vào Việt Nam đạt gần 170 triệu USD, đứng thứ 9 trong số 72 quốc gia và vùng lãnh thổ có đầu tư tại Việt Nam.

Vào cuối năm 2021, AmCham đã công bố một khảo sát về tình hình đầu tư của nhà đầu tư Hoa Kỳ tại Việt Nam. Theo đó, gần 80% hội viên Amcham được khảo sát đã đánh giá là rất tích cực hoặc tích cực về triển vọng trung và dài hạn của họ về Việt Nam và đã lên kế hoạch hoặc đang cân nhắc đầu tư thêm.

Năm 2020-2021, trong bối cảnh dịch COVID-19 diễn biến phức tạp, Hoa Kỳ vẫn duy trì vị thế là thị trường xuất khẩu lớn nhất của nước ta. Còn Việt Nam đã vươn lên trở thành đối tác thương mại lớn thứ 9 của Hoa Kỳ.

Ông Steven Okun, đại diện AmCham khu vực Châu Á - Thái Bình Dương cho biết, chính sách kinh tế và đối ngoại của Đông Nam Á có trọng tâm hướng đến là Hoa Kỳ, nhất là sau Hội nghị cấp cao đặc biệt Hoa Kỳ - ASEAN ở Washington. Cùng với các nước trong khu vực châu Á - Thái Bình Dương, Việt Nam hiện được xem là một điểm đến hấp dẫn đối với các nhà đầu tư Hoa Kỳ.

Đến nay, dòng vốn FDI của Mỹ vào VN đã để lại dấu ấn rất mạnh mẽ. Đó là sự đầu tư bài bản, chuyên nghiệp, lâu dài cũng như mang đến công nghệ mới, việc làm, kiến thức kỹ thuật và chuyên môn, gia tăng ngoại hối... qua đó góp phần thúc đẩy phát triển môi trường đầu tư, kinh tế VN.

Chẳng hạn Tập đoàn General Electric (GE) đã có gần 30 năm đầu tư tại VN trong nhiều lĩnh vực từ truyền tải điện, hàng không đến thiết bị y tế. Từ đó đã góp phần hiện đại hóa ngành điện, y tế, dầu khí VN. Ngoài ra, tập đoàn này còn xuất khẩu sản phẩm công nghiệp nặng “made in Vietnam” là các động cơ máy bay ra thị trường toàn cầu.

Thực tế, không chỉ GE cam kết đầu tư mở rộng tại VN mà nhiều ông lớn khác như Intel đã đầu tư lên đến 1,5 tỉ USD; Universal Alloy Corporation chuyên sản xuất các thiết bị điện tử cho máy bay do Boeing và Airbus chế tạo đã đầu tư 170 triệu USD và đang có kế hoạch mở rộng trong thời gian tới.

Đặc biệt, hãng Boeing mới đây cho biết muốn mở rộng các cơ sở tại VN để cung

cấp nguyên liệu, xây dựng trung tâm kỹ thuật, mở rộng kết nối với các đối tác trong nước. Nhiều tập đoàn khác cũng đang muốn gia tăng vốn đầu tư vào VN.

VN vẫn còn rất nhiều điều phải làm để thu hút được dòng vốn FDI chất lượng cao của Mỹ, theo chuyên gia kinh tế Trần Thanh Hải khẳng định. Các công ty Mỹ có xu hướng sử dụng năng lượng sạch trong các hoạt động kinh doanh tại VN. Do đó đòi hỏi VN phải mạnh mẽ chuyển đổi năng lượng để hỗ trợ NĐT, mà nếu thành công sẽ tạo ra nhiều lợi ích kinh tế cho đất nước.

Đối với Thành phố Hồ Chí Minh, Hoa Kỳ cũng là đối tác thương mại hàng đầu với kim ngạch thương mại hai chiều đạt khoảng 9 tỷ USD. Hoa Kỳ là nhà đầu tư lớn thứ 10 tại đây với 500 dự án còn hiệu lực có tổng vốn đầu tư là xấp xỉ 1,2 tỷ USD (chưa bao gồm đầu tư của các doanh nghiệp Hoa Kỳ thông qua nước thứ 3).

Ngoài ra, Hoa Kỳ là một đối tác tiềm năng và quan trọng trong các lĩnh vực trọng tâm-công nghệ cao, đô thị thông minh, trung tâm tài chính và y tế, giáo dục, đào tạo nguồn nhân lực chất lượng cao...

Ông Nguyễn Văn Nền- Bí thư Thành Ủy TP.HCM khẳng định, Thành phố Hồ Chí Minh mong muốn và sẵn sàng đóng vai trò làm nhân tố thúc đẩy quan hệ song phương Việt Nam-Hoa Kỳ, thông qua các hợp tác cấp địa phương, với vai trò là trung tâm kinh tế của cả nước.

Thành phố hoan nghênh và mong muốn thu hút các doanh nghiệp Hoa Kỳ đến đầu tư, đặc biệt trong những lĩnh vực ưu tiên mà Hoa Kỳ có thế mạnh như lĩnh vực công nghệ cao, đô thị thông minh, y tế, tài chính, cơ sở hạ tầng, năng lượng tái tạo.

Chính quyền thành phố cam kết ủng hộ và tạo điều kiện thuận lợi để các doanh nghiệp nước ngoài, trong đó có doanh nghiệp Hoa Kỳ, sản xuất, kinh doanh hiệu quả, an toàn và lâu dài.

Thành phố đã triển khai nhiều giải pháp mạnh mẽ “xanh hóa” sản xuất cũng như trong đời sống và tiêu chuẩn cuộc sống nhằm thực hiện cam kết của Chính phủ trong giảm phát thải khí carbon. Trong đó, có các giải pháp như ứng dụng năng lượng xanh lĩnh vực giao thông vận tải; khuyến khích doanh nghiệp tại các khu công nghệ cao, khu công nghiệp sử dụng năng lượng sạch; khuyến khích người dân sử dụng năng lượng Mặt Trời...

Nguồn: Tổng hợp từ Báo điện tử Đảng Cộng sản Việt Nam, Báo Lao Động và Báo Pháp Luật

CÁC SỰ KIỆN XÚC TIẾN THƯƠNG MẠI NỔI BẬT TẠI HOA KỲ

Thời gian	Tên sự kiện	Địa điểm	Lĩnh vực ngành hàng
12 – 14/7/2022	Cosmoprof North America- Las Vegas	Las Vegas Hoa Kỳ	Thời trang & Làm đẹp
19 – 21/7/2022	Texworld USA	Newyork Hoa Kỳ	Trang phục & Quần áo
24 – 28/7/2022	Las Vegas Market Show	Las Vegas Hoa Kỳ	Nghệ thuật & Thủ công
08 – 10/8/2022	Magic Las Vegas	Las Vegas Hoa Kỳ	Trang phục & Quần áo Thời trang & Làm đẹp
21 – 24/8/2022	ASD Market Week	Las Vegas Hoa Kỳ	Dịch vụ kinh doanh
28 – 30/9/2022	LA Textile	Las Vegas Hoa Kỳ	Trang phục & Quần áo Thời trang & Làm đẹp

01 – 03/11/2022	Automotive Aftermarket Products Expo	Las Vegas Hoa Kỳ	Ô tô & Xe hơi
24 – 26/1/2023	International Production & Processing Expo	Atlanta Hoa Kỳ	Đồ ăn & Đồ uống Động vật & Thú cưng
31/1 – 2/2/2023	The International Surface Event	Las Vegas Hoa Kỳ	Xây dựng công trình Giáo dục & Đào tạo
02-04/4/2023	New England Food Show	Boston Hoa Kỳ	Đồ ăn & Đồ uống

CÁC ĐỊA CHỈ LIÊN HỆ CẦN THIẾT

➤ Đại sứ quán Việt Nam tại Hoa Kỳ

Địa chỉ: Phòng 400, số 1233 20th Street NW, Washington, DC 20036

Điện thoại: (202) 861-0737

Đường dây nóng (các vấn đề lãnh sự): (202) 716-8666

Fax: (202) 861-0917

Email: info@vietnamembassy.us (giải đáp thông tin chung)

Lãnh sự: vnconsular@vietnamembassy.us (giải đáp thông tin lãnh sự)

Website: <https://vietnamembassy-usa.org>

Giờ làm việc:

- Đại sứ quán: Thứ Hai – Thứ Sáu: từ 10:00 đến 12:00 và từ 14:00 đến 17:00
- Các vấn đề lãnh sự (hợp pháp hóa, thị thực, hộ chiếu): Thứ Hai – Thứ Sáu: từ 9:30 đến 12:30

➤ Thương vụ Việt Nam tại Hoa Kỳ

Địa chỉ: 1730 M Street, N.W., # 501 Washington, D.C. 20036 USA

Điện thoại: (202) 463-9425, 463-9426, 463-9428, 463-9419

Fax: (202) 463-9439

Email: vinatrade@vntousa.org

Website: www.vntousa.org

➤ Chi nhánh Thương vụ Việt Nam tại Houston

Địa chỉ: 5251 Westheimer, Suite 1100, Houston, Texas 77056, USA

Điện thoại: 713-808 5536

Fax: 713-871-0312

Email: houston@moit.gov.vn

➤ Chi nhánh Thương vụ Việt Nam tại San Francisco

Địa chỉ: 474 35th Avenue San Francisco, CA 94 121

Điện thoại: +1 (415) 989 1194

Fax: +1 (415) 751 1751

Email: sanfrancisco@moit.gov.vn

Website: <https://vietnamconsulate-sf.org/vi/trang-chu/>

➤ **Trung tâm Xúc tiến Thương mại Việt Nam tại New York**

Địa chỉ: 545 Fifth Ave., Suite 1109 New York N.Y., 10017

Điện thoại: (212) 868-2686, 868-2688

Fax: (212) 868-2687

Email: vietradeny@vietrade-newyork.org

➤ **Đại sứ quán Hoa Kỳ tại thủ đô Hà Nội**

Địa chỉ: Số 7 Láng Hạ, Hà Nội, Việt Nam

Điện thoại: +84-24-3850-5000

Fax: +84-24-3850-5010

Email: VnEmbassyWebMaster@state.gov

Liên hệ báo chí: HanoiPressOffice@state.gov

Website: vn.usembassy.gov

➤ **Tổng Lãnh sự quán Hoa Kỳ tại Thành phố Hồ Chí Minh**

Địa chỉ: Số 4 Lê Duẩn, Quận 1, Thành Phố Hồ Chí Minh, Việt Nam

Điện thoại: + 84-28-3520-4200

Fax: + 84-28-3520-4230

Email: achcmc@state.gov

Website: vn.usembassy.gov

Giờ làm việc: 08:00 – 12:00 và 13:00 – 17:00 từ thứ Hai đến thứ Sáu

Ngày nghỉ: Thứ Bảy, Chủ Nhật, ngày nghỉ lễ của Việt Nam và Hoa Kỳ

Ngày Quốc khánh: 4 tháng 7

➤ **Phòng Thương mại Hoa Kỳ (AMCHAM) tại Hà Nội**

Địa chỉ: Tầng 4, InterContinental Hanoi Westlake, 1A đường Nghi Tàm, Q.Tây Hồ, Hà Nội

Điện thoại: +84 24 3934 2790

Email: info@amchamhanoi.com

Website: <http://www.amchamhanoi.com/>

➤ **Phòng Thương mại Hoa Kỳ (AMCHAM) tại Thành phố Hồ Chí Minh**

Địa chỉ: Tầng 3, phòng 323, New World Saigon Hotel, số 76 đường Lê Lai, Quận 1, Thành phố Hồ Chí Minh, Việt Nam

Điện thoại: +84 28 3824 3562

Fax: +84 28 3824 3572

Email: contact@amchamvietnam.com

Website: www.amchamvietnam.com

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; info@itpc.gov.vn

Website: www.itpc.gov.vn