

# MỘT SỐ GIẢI PHÁP PHÁT TRIỂN QUAN HỆ THƯƠNG MẠI HÀNG HÓA GIỮA VIỆT NAM VỚI ĐỨC ĐẾN NĂM 2025

TS. Nguyễn Việt San

Vụ Thị trường châu Âu - châu Mỹ

*Việt Nam và Đức chính thức thiết lập quan hệ ngoại giao từ ngày 23/9/1975. Sau khi thống nhất nước Đức, quan hệ thương mại Việt Nam - Đức phát triển nhanh chóng và đã gặt hái được những thành quả nhất định, góp phần không nhỏ trong phát triển kinh tế của hai nước. Đức là đối tác thương mại lớn nhất trong Liên minh châu Âu (EU) của Việt Nam, không những là thị trường xuất khẩu quan trọng mà còn là nơi cung cấp công nghệ cho sự nghiệp công nghiệp hóa, hiện đại hóa của Việt Nam. Tuy nhiên, thương mại hàng hóa của Việt Nam - Đức còn gặp nhiều hạn chế, vướng mắc cũng như chưa phát huy được tiềm năng cũng như thế mạnh của hai nước. Bài viết tập trung phân tích thực trạng quan hệ thương mại hai nước và đề xuất một số giải pháp cụ thể, đồng bộ và có tính thực thi, nhất là trong bối cảnh Hiệp định Thương mại tự do Việt Nam - EU (EVFTA) có hiệu lực và đi vào thực thi từ ngày 01/8/2020.*

*Từ khóa: Đức; Hàng hóa; Nhập khẩu; Quan hệ thương mại; Xuất khẩu.*

## 1. Khái quát quan hệ kinh tế, thương mại Việt Nam - Đức

Ngày 23/9/1975, Việt Nam và Đức chính thức thiết lập quan hệ ngoại giao sau khi thống nhất nước Đức. Mốc quan trọng đánh dấu sự chuyển biến trong chính sách của EU, trong đó có Đức đối với châu Á là việc EU thông qua một văn kiện: “Chiến lược mới đối với châu Á” vào ngày 14/7/1994 và sau đó là chuyến thăm chính thức Việt Nam của thủ tướng Đức Helmut Kohl năm 1995. Hai nước đã ký một số hiệp định quan trọng, đặt cơ sở pháp lý cho sự phát triển quan hệ thương mại giữa hai quốc gia.

Trong bối cảnh quan hệ Âu - Á và EU - ASEAN, Đức cũng dành nhiều sự quan tâm đặc biệt đối với Việt Nam với tư cách là nước lớn thứ hai trong ASEAN, với nhiều chuyến thăm và làm việc của các lãnh đạo nhà nước như: Chuyến thăm các nước ASEAN trong đó có Việt Nam của Thủ tướng Đức Gerhard Schröder (tháng 05/2003 và tháng 10/2004); Tổng thống Horst Kohler (2007); Thủ tướng Angela Merkel (2011); Bộ trưởng Ngoại giao Đức Frank-Walter Steinmeier (10/2016); Bộ trưởng Kinh

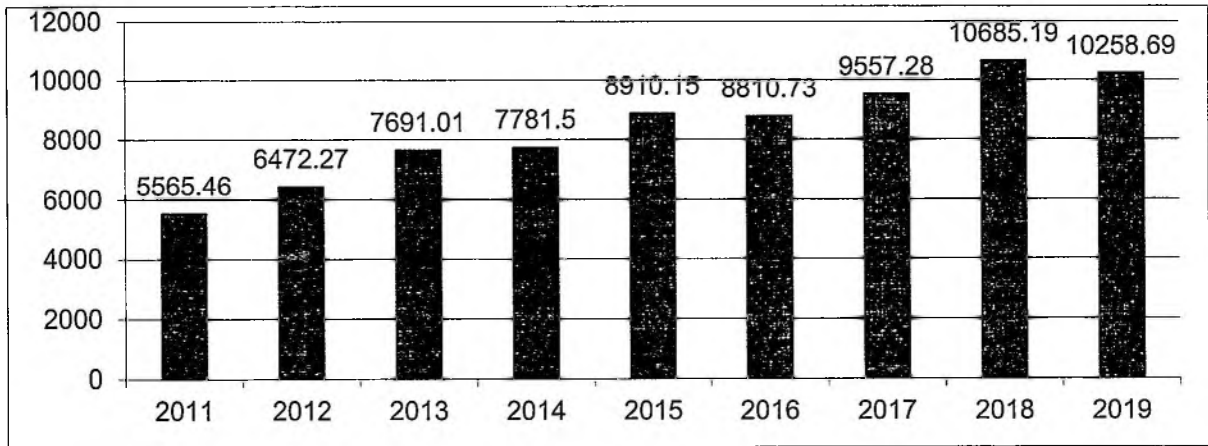
tế Liên bang Peter Altmaier (03/2019). Về phía Việt Nam, năm 1993, Thủ tướng Chính phủ Võ Văn Kiệt đã có chuyến thăm và làm việc tại Đức. Sau đó lần lượt là các chuyến thăm của Chủ tịch Quốc hội Nông Đức Mạnh (1993); Thủ tướng Phan Văn Khải (2001); Tổng Bí thư Nông Đức Mạnh (2004); Thủ tướng Nguyễn Tấn Dũng (năm 2008 và 2014); Chủ tịch nước Trương Tấn Sang (năm 2015); Thủ tướng Nguyễn Xuân Phúc (tháng 7/2017) và Phó Thủ tướng, Bộ trưởng Ngoại giao Phạm Bình Minh (tháng 2/2019).

Việc thiết lập quan hệ đối tác chiến lược Việt Nam - Đức vào năm 2011 trong chuyến thăm và làm việc của Thủ tướng Angela Merkel, đã mở ra triển vọng phát triển hơn nữa quan hệ hợp tác kinh tế thương mại giữa hai nước. Năm 2020 là năm đánh dấu 45 năm ngày thiết lập quan hệ ngoại giao giữa Việt Nam và Cộng hòa liên bang Đức. Đây cũng là năm Hiệp định Thương mại tự do Việt Nam - Liên minh châu Âu (EVFTA) có hiệu lực và được kỳ vọng tăng cường hơn nữa quan hệ thương mại giữa Việt Nam và Đức.

**2. Thực trạng xuất nhập khẩu hàng hóa của Việt Nam sang Đức**

Đức là đối tác thương mại lớn hàng đầu của Việt Nam trong EU. Quan hệ thương mại giữa Việt Nam và Đức tăng trưởng mạnh về lượng và về chất trong giai đoạn 2011-2019. Thương mại hai chiều đã tăng gần 2 lần, 5565,46 triệu USD năm 2011 lên 8910,15 triệu USD năm

2015 và 10258,69 triệu USD năm 2019, trong đó kim ngạch xuất khẩu đạt 65602,43 triệu USD, kim ngạch nhập khẩu đạt 3698,44 triệu USD. Tốc độ tăng trưởng bình quân giai đoạn 2011-2019 đạt 7,94%/năm. Mặc dù giá trị xuất nhập khẩu duy trì tăng rất ổn định qua các năm, nhưng tốc độ tăng trưởng bình quân trong giai đoạn 2015-2019 có xu hướng giảm mạnh xuống còn 3,59%.



Hình 1. Kim ngạch xuất nhập khẩu của Việt Nam với Đức

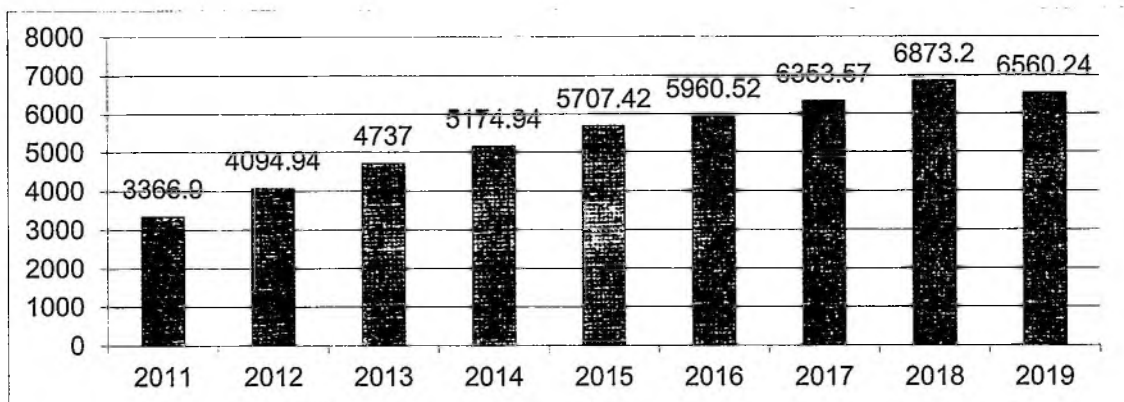
Nguồn: UNContrade, năm 2020

**2.1. Xuất khẩu hàng hóa của Việt Nam sang Đức**

- Quy mô và kim ngạch xuất khẩu

Xuất khẩu hàng hóa của Việt Nam sang Đức giai đoạn 2011-2019 theo xu hướng tăng liên tục. Tăng trưởng xuất khẩu đạt được trên nhiều mặt hàng của cả ba nhóm hàng công nghiệp, nông sản, thủy sản và nhiên liệu, khoáng sản. Năm 2019, có 12 mặt hàng đạt kim ngạch xuất khẩu trên 100 triệu USD (trong đó, nhóm nông

sản, thủy sản đóng góp 4 mặt hàng, nhóm hàng công nghiệp đóng góp 8 mặt hàng). Những mặt hàng dẫn đầu về giá trị tiếp tục là điện thoại và các loại linh kiện đạt 1.657.45 triệu USD; giày dép các loại 1.005,67 triệu USD; máy vi tính, sản phẩm điện tử và linh kiện đạt 522,60 triệu USD; máy móc, thiết bị, dụng cụ, phụ tùng đạt 427,15 triệu USD; cà phê đạt 366,27 triệu USD... Tốc độ tăng trưởng xuất khẩu bình quân giai đoạn 2011-2019 đạt 8,7%.



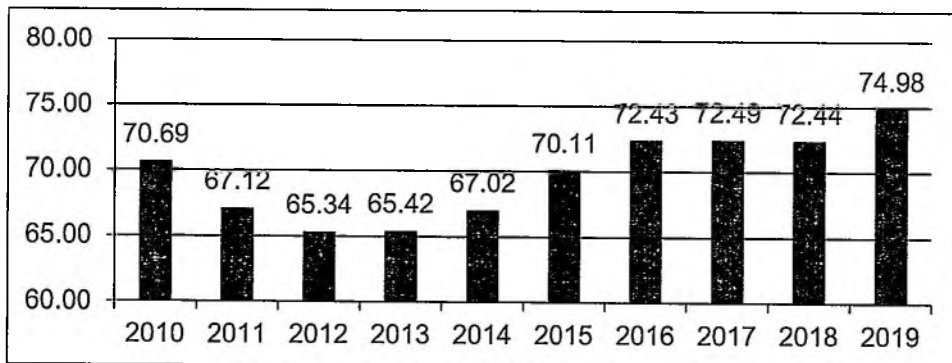
Hình 1. Xuất khẩu hàng hóa của Việt Nam sang thị trường Đức giai đoạn 2011-2019(triệu USD)

Nguồn: Số liệu UN Comtrade, năm 2020

### - Cơ cấu mặt hàng xuất khẩu

Trong giai đoạn 2015-2019, các mặt hàng công nghiệp đã vươn lên chiếm giá trị lớn trong tổng kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam sang thị trường này như điện thoại và các loại linh kiện; máy vi tính, sản phẩm điện tử và linh kiện; máy móc, thiết bị, dụng cụ, phụ tùng... Đây là các mặt hàng có giá trị xuất khẩu lớn nhất trong các mặt hàng xuất khẩu chính sang Đức.

Điện thoại và các loại linh kiện chiếm tỷ trọng cao nhất trong số các mặt hàng xuất khẩu (25,28%); giày dép các loại (15,34%); dệt may (12,33%); máy vi tính, sản phẩm điện tử và linh kiện (7,97%); máy móc, thiết bị, dụng cụ, phụ tùng (6,52%); cà phê (5,59%); túi xách, va li (2,96%); thủy sản (2,67%). Các mặt hàng còn lại chiếm một tỷ lệ không cao, chiếm 21,14% tổng kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam sang Đức.



Hình 3. Chỉ số hỗ trợ thương mại giữa Việt Nam với Đức

Nguồn: Tính toán trên cơ sở số liệu UN Comtrade, năm 2020

Xem xét chỉ số về mức độ hỗ trợ thương mại của hàng xuất khẩu Việt Nam đối với thị trường Đức, tức là quan hệ giữa hàng xuất khẩu của Việt Nam với hàng nhập khẩu của Đức. Hình 3 cho thấy mức độ hỗ trợ của hàng xuất khẩu nước ta đối với nhu cầu nhập khẩu Đức đã được cải thiện liên tục. Mức độ hỗ trợ thương mại tăng từ 70,69 năm 2010, sau ba năm giảm tiếp đó đã tăng dần lên mức đỉnh, đạt 74,98% vào năm 2019.

## 2.2. Nhập khẩu hàng hóa của Việt Nam từ Đức

### - Quy mô và kim ngạch nhập khẩu

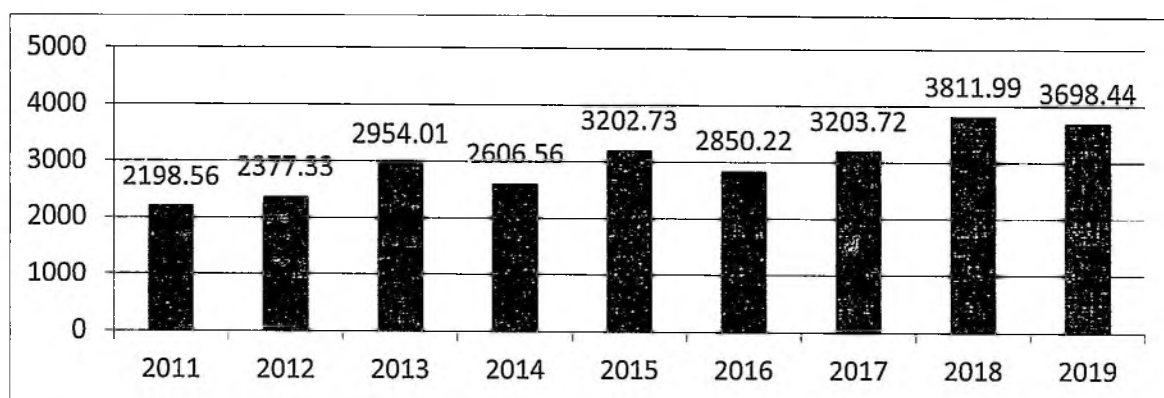
Trong giai đoạn 2011-2019, nhập khẩu hàng hóa của Việt Nam từ Đức cũng có một số biến động nhỏ, nhưng nhìn chung vẫn là xu hướng đi lên. Năm 2011, kim ngạch nhập khẩu hàng hóa từ Đức đạt 2198,56 triệu USD lên mức rất cao 3232,73 triệu USD năm 2015 và 3698,44 triệu USD vào năm 2019. Hàng hóa nhập khẩu từ Đức tương đối phong phú và đa dạng, nhưng vẫn tập trung vào các mặt hàng cần thiết cho sản xuất cũng như các hàng hóa nhập khẩu phục vụ sản xuất. Hàng nhập khẩu tiêu dùng trong nước

chủ yếu là đồ gia dụng, thiết bị điện gia dụng. Nhập khẩu của nhóm hàng hóa phục vụ sản xuất để xuất khẩu và hàng hóa thiết yếu luôn chiếm trên 90%; nhập khẩu của nhóm hàng không khuyến khích nhập khẩu chỉ chiếm dưới 6%. Tốc độ tăng trưởng nhập khẩu bình quân giai đoạn 2011-2019 đạt 6,72%.

### - Cơ cấu mặt hàng nhập khẩu

Các mặt hàng nhập khẩu chủ yếu từ Đức là nhóm hàng tư liệu sản xuất, trong đó nhập khẩu máy móc, thiết bị, phụ tùng, dược phẩm, hóa chất, phương tiện vận tải và phụ tùng.. Năm 2019 nhập khẩu dược phẩm chiếm 8,8% tổng kim ngạch nhập khẩu; hóa chất (5,43%), linh kiện, phụ tùng ô tô (4,2%); chất dẻo (3,65%). Nhập khẩu của nhóm hàng tiêu dùng là lương thực, thực phẩm, đồ uống hầu như không đáng kể trong cơ cấu nhập khẩu của Việt Nam từ thị trường Đức.

Cơ cấu nhập khẩu cho thấy hàng nhập khẩu của Việt Nam từ Đức chủ yếu là để phục vụ sản xuất. Nhập khẩu tập trung chủ yếu ở nhóm hàng cần thiết phục vụ sản xuất, xuất khẩu và phục vụ các dự án đầu tư trong lĩnh vực năng lượng, điện tử...



Hình 4. Nhập khẩu hàng hóa của Việt Nam sang thị trường Đức giai đoạn 2011-2019(triệu USD)

Nguồn: Số liệu UN Comtrade, năm 2020

Khi EVFTA đã có hiệu lực, thông thường, cơ cấu nhập khẩu hàng hóa của các nước kém phát triển hơn sẽ có xu hướng chuyển sang nhập khẩu các mặt hàng ít lợi thế như máy móc, thiết bị và công nghệ kèm theo. Tuy nhiên, trong cơ cấu nhập khẩu của Việt Nam trong những năm qua, chúng ta có thể thấy xu hướng ngược lại, tức là tỷ trọng nhóm hàng này lại có xu hướng giảm từ 53,4% năm 2011 xuống 47,11% năm 2019.

### 3. Một số giải pháp phát triển quan hệ thương mại hàng hóa giữa Việt Nam với Đức đến năm 2025

#### 3.1. Tiếp tục hoàn thiện cơ chế, chính sách quản lý xuất nhập khẩu

Tiến hành rà soát, xây dựng, sửa đổi, bổ sung hệ thống chính sách xuất nhập khẩu; Xây dựng và áp dụng hệ thống tiêu chuẩn quốc gia hài hòa với tiêu chuẩn quốc tế, tiêu chuẩn khu vực; Xây dựng khung khổ chính sách và cơ chế bảo hộ thương mại hợp lý; Tăng cường cơ chế cảnh báo sớm cho các doanh nghiệp để chủ động phòng tránh các vụ kiện phòng vệ thương mại, gian lận quy tắc xuất xứ ...

#### 3.2. Đẩy mạnh cải cách hành chính, ứng dụng công nghệ thông tin trong hoạt động quản lý xuất nhập khẩu

Đẩy mạnh cải cách thủ tục hành chính thông qua việc triển khai cấp Giấy chứng nhận hàng hóa qua internet; Đơn giản hóa và cắt giảm các thủ tục hành chính không cần thiết; Đẩy mạnh hơn nữa tiến trình xây dựng hệ thống pháp lý

công bằng, minh bạch; Tiếp tục thực hiện có hiệu quả đường dây nóng về thủ tục xuất nhập khẩu, hướng dẫn cho doanh nghiệp về mẫu C/O EVFTA và những ưu đãi so với mẫu áp dụng hệ thống ưu đãi phổ cập (GSP).

#### 3.3. Chuyển dịch cơ cấu đối với từng nhóm hàng xuất khẩu theo hướng nâng cao tỷ trọng sản phẩm có giá trị gia tăng

- Đối với nhóm hàng nông, lâm, thủy sản: Chuyển từ xuất khẩu nguyên liệu thô hoặc hàng sơ chế sang sản phẩm đã chế biến, từ chế biến đơn giản sang sản phẩm chế biến có giá trị gia tăng cao thông qua phát triển sản xuất, xây dựng thương hiệu, nghiên cứu thị hiếu tiêu dùng của Đức.

- Đối với nhóm hàng công nghiệp chế biến, chế tạo: Chuyển từ sản phẩm giá trị gia tăng thấp, gia công hàng hóa sang sản phẩm giá trị gia tăng cao; Phát triển chuỗi cung ứng cho một số ngành hàng xuất khẩu chủ lực (dệt may, da giày, điện tử...), đặc biệt là công nghiệp hỗ trợ, công nghiệp chế biến chế tạo.

#### 3.4. Đẩy mạnh các hoạt động xúc tiến xuất khẩu

Triển khai các cam kết hội nhập quốc tế của Việt Nam; Đổi mới toàn diện xúc tiến thương mại theo hướng chú trọng các chương trình xúc tiến thương mại trung và dài hạn đối với một số mặt hàng xuất khẩu chủ lực; Tăng cường các

hoạt động kết nối doanh nghiệp xuất khẩu hàng hóa; Đẩy mạnh xúc tiến thương mại, ứng dụng thương mại điện tử, hỗ trợ phát triển các nền tảng thương mại điện tử; tăng cường hoạt động của các thương vụ, cơ quan xúc tiến thương mại ở Đức; Cải tiến việc thực hiện các chương trình xúc tiến thương mại quốc gia.

### **3.5. Xây dựng và ban hành chính sách hỗ trợ doanh nghiệp đổi mới công nghệ, nâng cao hàm lượng khoa học trên sản phẩm xuất khẩu**

- Cải thiện hiệu quả các cơ chế, chính sách hỗ trợ phát triển khoa học công nghệ đối với doanh nghiệp, đặc biệt là doanh nghiệp nhỏ và vừa; Xây dựng cơ sở dữ liệu về công nghệ mới, công nghệ tiên tiến và lực lượng chuyên gia công nghệ; Hỗ trợ doanh nghiệp nghiên cứu, sản xuất thử nghiệm, ứng dụng công nghệ tiên tiến, đào tạo, thuê chuyên gia thiết kế; bám sát triển khai các quy định được nêu ra tại Luật Hỗ trợ doanh nghiệp nhỏ và vừa và Nghị định số 39/2018/NĐ-CP ngày 11/3/2018 của Chính phủ quy định chi tiết một số điều của Luật Hỗ trợ doanh nghiệp nhỏ và vừa.

## **TÀI LIỆU THAM KHẢO**

1. Bộ Chính trị, Ban Chấp hành Trung ương Đảng Cộng sản Việt Nam (khóa X), Nghị quyết số 22-NQ/TW về Hội nhập quốc tế, ban hành ngày 10/4/2013.
2. Cán Văn Lực và nhóm tác giả Viện Đào tạo và Nghiên cứu BIDV (2020), Nhiều cơ hội cho ngành tài chính, ngân hàng Việt Nam trước Hiệp định EVFTA, Trí thức trẻ.
3. Chương Phương (2019), “EVFTA mở ra cơ hội lớn và đem lại nhiều lợi ích tích cực”, Thời báo Kinh tế Việt Nam, số ra ngày 1/7.
4. Nguyễn Thành Công, Phạm Hồng Nhung (2017), Tác động của EVFTA đối với nền kinh tế Việt Nam, Viện Nghiên cứu phát triển kinh tế - xã hội Hà Nội.
5. Trần Tuấn Anh (2019), “EVFTA nâng tầm hội nhập của Việt Nam”, Báo Nhân Dân, số ra ngày 1/7.

### **3.6. Khuyến khích cộng đồng người Việt Nam ở Đức tham gia phát triển thị trường.**

Cộng đồng người Việt ở nước Đức có nơi đã sinh sống đến thế hệ thứ 4 và vẫn còn những mối liên hệ về văn hóa và truyền thống nguồn cội. Rất nhiều trong số họ đang hoạt động kinh doanh, xuất nhập khẩu hàng hóa tại thị trường Đức và EU. Cùng với xu hướng xuất khẩu lao động cũng như hoạt động di cư của người Việt Nam trong những năm qua, đây sẽ vừa là doanh nghiệp tham gia phát triển thị trường, vừa là khách hàng tiêu thụ hàng hóa xuất khẩu của Việt Nam tại thị trường này.

### **3.7. Tận dụng các ưu đãi trong cam kết EVFTA và IPA**

Chi phí nhập khẩu nguyên liệu sản xuất, cũng như máy móc thiết bị tiên tiến từ Đức sẽ giảm mạnh nhờ việc xóa bỏ gần 99% các dòng thuế và rào cản thương mại giữa Việt Nam và EU. Các nhà đầu tư Đức có ưu thế về công nghệ, vì vậy, góp phần tích cực trong việc chuyển giao công nghệ, tạo ra một số ngành, nghề mới và sản phẩm mới có hàm lượng công nghệ cao, tạo thêm việc làm...