

Thương mại hàng hóa Việt - Đức sau 3 năm thực hiện Hiệp định Thương mại tự do Việt Nam - Liên minh châu Âu

Nguyễn Phúc Hiền*, Lê Ngọc Mai**

Nhận ngày 10 tháng 7 năm 2024. Chấp nhận đăng ngày 22 tháng 9 năm 2024.

Tóm tắt: Thương mại hàng hóa song phương giữa Việt Nam và Cộng hòa Liên bang Đức (CHLB Đức) phát triển mạnh mẽ trong hơn một thập kỷ trở lại đây, đặc biệt là sau khi Hiệp định thương mại tự do Việt Nam - Liên minh châu Âu (EVFTA) chính thức có hiệu lực vào tháng 8/2020. Tuy nhiên, bối cảnh Đại dịch Covid-19, xung đột địa chính trị và lạm phát toàn cầu mang đến những thách thức cho thương mại hàng hóa giữa hai quốc gia. Mục đích của bài nghiên cứu này là phân tích, so sánh và đánh giá tình hình thương mại hàng hóa giữa hai nước thời gian qua. Kết quả cho thấy: (1) Xuất nhập khẩu (XNK) hàng hóa giữa hai nước có sự tăng trưởng, nhưng chưa ổn định và có xu hướng giảm dần; (2) XNK hàng hóa giữa hai nước chỉ chiếm tỷ trọng nhỏ trong tổng kim ngạch hàng hóa của mỗi nước; (3) Việt Nam chủ yếu xuất khẩu sang Đức các sản phẩm thô, sơ chế, giá trị thấp, trong khi CHLB Đức xuất khẩu sang Việt Nam chủ yếu các mặt hàng công nghệ cao.

Từ khóa: EVFTA, CHLB Đức, thương mại hàng hóa quốc tế, Việt Nam.

Phân loại ngành: Kinh tế

Abstracts: Bilateral merchandise trade between Vietnam and the Federal Republic of Germany has developed strongly over the past decade, especially after the EU-Vietnam Free Trade Agreement (EVFTA) officially took effect in August 2020. However, the contexts of the COVID-19 pandemic, geopolitical conflicts and global inflation have brought challenges to their merchandise trade. The purpose of this study is to analyze, compare and evaluate the situation of trade in goods between the two countries over the past time. The results show that: (1) Import and export of goods between the two countries have been growing, but not stable and tend to decrease; (2) Import and export of goods between them account only for a small proportion of each country's total merchandise trade; (3) Vietnam mainly exports to Germany raw, semi-processed, low-value products, while Germany exports to Vietnam mainly high-tech products.

Keywords: EVFTA, Germany, international merchandise trade, Vietnam.

Subject classification: Economics

1. Mở đầu

Việt Nam và CHLB Đức đang hướng tới kỷ niệm 50 năm thiết lập quan hệ ngoại giao vào năm 2025. Đối với Việt Nam, CHLB Đức là đối tác thương mại lớn nhất ở châu Âu, đứng thứ 15 trên thế giới. Ngược lại, Việt Nam cũng là đối tác quan trọng bậc nhất của CHLB Đức ở Đông Nam Á, đứng thứ 6 ở châu Á. Trong gần 50 năm chính thức thiết lập quan hệ ngoại giao giữa hai nước và hơn 10 năm xây dựng quan hệ đối tác chiến lược, thương mại hàng hóa hai chiều giữa hai quốc gia, nhìn chung có sự tăng trưởng tích cực. Đặc biệt, từ khi Hiệp định EVFTA có hiệu lực vào tháng 8/2020, tiềm năng phát triển thương mại

*, ** Trường Đại học Ngoại thương.
Email: hiennguyenphuc@ftu.edu.vn

song phương càng được thể hiện rõ rệt. Năm 2010, tổng kim ngạch xuất nhập khẩu hàng hóa Việt Nam - Đức là 4,1 tỷ USD và đạt 11,1 tỷ USD năm 2023, tăng gần 3 lần so với năm 2010. Tuy nhiên, trong những năm gần đây, giá trị thương mại hàng hóa song phương có sự biến động. Cụ thể, kim ngạch xuất nhập khẩu hàng hóa năm 2020 xấp xỉ 10 tỷ USD, giảm 2,6% so với năm 2019 và tăng lên 12,59 tỷ USD năm 2022 và kim ngạch hai chiều giảm 11,7% về mức 11,09 tỷ USD năm 2023 (hình 2).

Vậy đâu là nguyên nhân dẫn đến sự tăng trưởng không ổn định của thương mại hàng hóa giữa Việt Nam và CHLB Đức dù có những thuận lợi từ việc thực hiện Hiệp định EVFTA. Hiện đã một số nghiên cứu về thương mại nói chung và thương mại song phương nói riêng, tuy nhiên, chưa có nghiên cứu về thương mại hàng hóa giữa Việt Nam và CHLB Đức sau 3 năm kể từ khi Hiệp định EVFTA có hiệu lực (tháng 8/2020) và xuất hiện bối cảnh mới về Đại dịch Covid-19, xung đột địa chính cũng như lạm phát toàn cầu thời gian qua. Bài viết này nhằm mục đích phân tích, đánh giá tình hình thương mại hàng hóa Việt Nam - Đức, đặc biệt sau 3 năm thực thi EVFTA trong bối cảnh mới, từ đó, đề xuất những giải pháp nhằm phát triển thương mại hàng hóa ổn định giữa hai nước trong thời gian tới.

2. Khái lược về thương mại hàng hóa quốc tế và Hiệp định thương mại tự do Việt Nam - Liên minh châu Âu

Thương mại hàng hóa quốc tế là hình thức thương mại quốc tế, trong đó diễn ra việc mua bán trao đổi các sản phẩm, hàng hóa thể hiện dưới dạng vật chất hữu hình (Bùi Thị Lý, 2009).

Cơ cấu mặt hàng trong thương mại hàng hóa quốc tế thường được xét trên nhiều khía cạnh, phụ thuộc vào quan điểm từng quốc gia. Hiện tại có 3 cách phân loại phổ biến:

Thứ nhất, phân theo danh mục tiêu chuẩn ngoại thương - dựa trên cơ sở các công đoạn sản xuất của hàng hóa, do Ủy ban Thống kê Liên Hợp Quốc (UNSC) phát hành. Một số nhóm hàng như: hàng thô hoặc mới sơ chế; hàng hóa thuộc ngành công nghiệp chế biến khoáng sản;

Thứ hai, phân theo danh mục phân ngành hoạt động kinh tế tiêu chuẩn quốc tế - dựa trên các loại hoạt động kinh tế, do Ủy ban Thống kê của Liên Hợp Quốc (UNSC) ban hành. Một số nhóm hàng như: nông, lâm và thủy sản; vận tải kho bãi; công nghiệp chế biến, chế tạo;

Thứ ba, phân theo hàm lượng chế biến của sản phẩm. Hàng hóa trong xuất nhập khẩu sẽ được phân thành 4 nhóm lớn: nhóm hàng nhiên liệu, khoáng sản; hàng nông, lâm, thủy sản; nhóm hàng công nghiệp chế biến, chế tạo; nhóm hàng hóa khác.

Theo Trung tâm Tổ chức Thương mại Thế giới (WTO) và Hội nhập - Liên đoàn Thương mại và Công nghiệp Việt Nam (VCCI) (2019): “Hiệp định thương mại tự do (FTA) là một thỏa thuận giữa hai hoặc nhiều Thành viên nhằm loại bỏ các rào cản đối với phần lớn thương mại giữa các Thành viên với nhau”. Bên cạnh đó, cũng theo lý giải từ tổ chức này, thuật ngữ FTA “thế hệ mới” mang tính tương đối nhằm phân biệt các FTA với nội dung và phạm vi ký kết toàn diện hơn so với các FTA thế hệ trước hay các Hiệp định của WTO. Theo Trung tâm WTO và Hội nhập - Liên đoàn Thương mại và Công nghiệp Việt Nam (VCCI) (2017), Hiệp định EVFTA là một FTA “thế hệ mới” giữa Việt Nam và 27 nước thành viên EU, có phạm vi cam kết rộng và mức độ cam kết cao nhất của Việt Nam từ trước tới nay. Hiệp định được ký kết ngày 30/06/2019 và có hiệu lực từ ngày 01/08/2020.

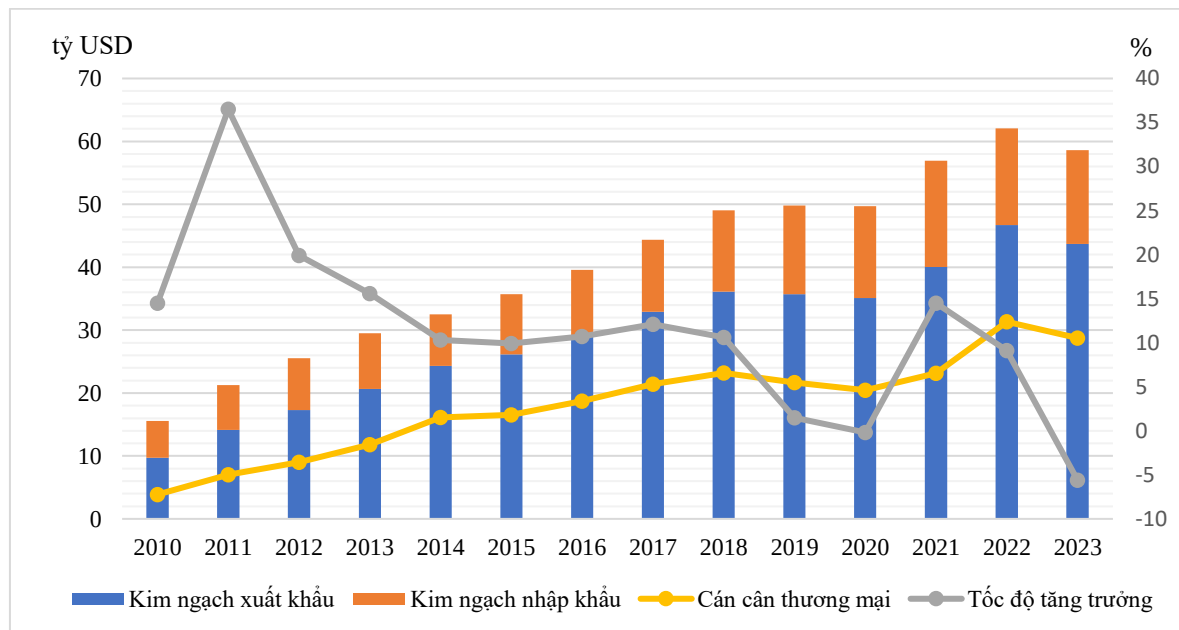
Hiệp định EVFTA bao gồm những nội dung chính về thương mại hàng hóa, thương mại dịch vụ và đầu tư, mua sắm Chính phủ, sở hữu trí tuệ, doanh nghiệp Nhà nước và trợ cấp, thương mại và phát triển bền vững. Đặc biệt, về thương mại hàng hóa, phía Liên minh châu Âu (EU) cam kết lập tức bỏ 85,6% số dòng thuế, ứng với 70,3% giá trị xuất khẩu của

Việt Nam sang EU, sau đó, tiếp tục loại bỏ 99,2% số dòng thuế sau 7 năm, ứng với 99,7% giá trị xuất khẩu; với phần còn lại, Việt Nam sẽ được hưởng hạn ngạch thuế quan. Tương tự, Việt Nam sẽ lập tức bỏ 48,5% số dòng thuế, tương đương 64,5% giá trị xuất khẩu của EU sang Việt Nam; tiến tới xóa bỏ 91,8% số dòng thuế, ứng với 97,1% giá trị xuất khẩu sau 7 năm; sau đó, xóa 98,3% thuế quan, ứng với 99,8% giá trị xuất khẩu; phần còn lại sẽ được hưởng hạn ngạch thuế quan hoặc thực hiện tiến trình xóa bỏ thuế dài hơn 10 năm (An An, 2023).

3. Thực trạng về quan hệ thương mại hàng hóa Việt Nam - Cộng hòa Liên bang Đức

3.1. Tổng quan về thương mại hàng hóa Việt Nam - Liên minh châu Âu

Hình 1: Kim ngạch xuất nhập khẩu Việt Nam - EU giai đoạn 2010-2023



Nguồn: ITC Trademap (2023)

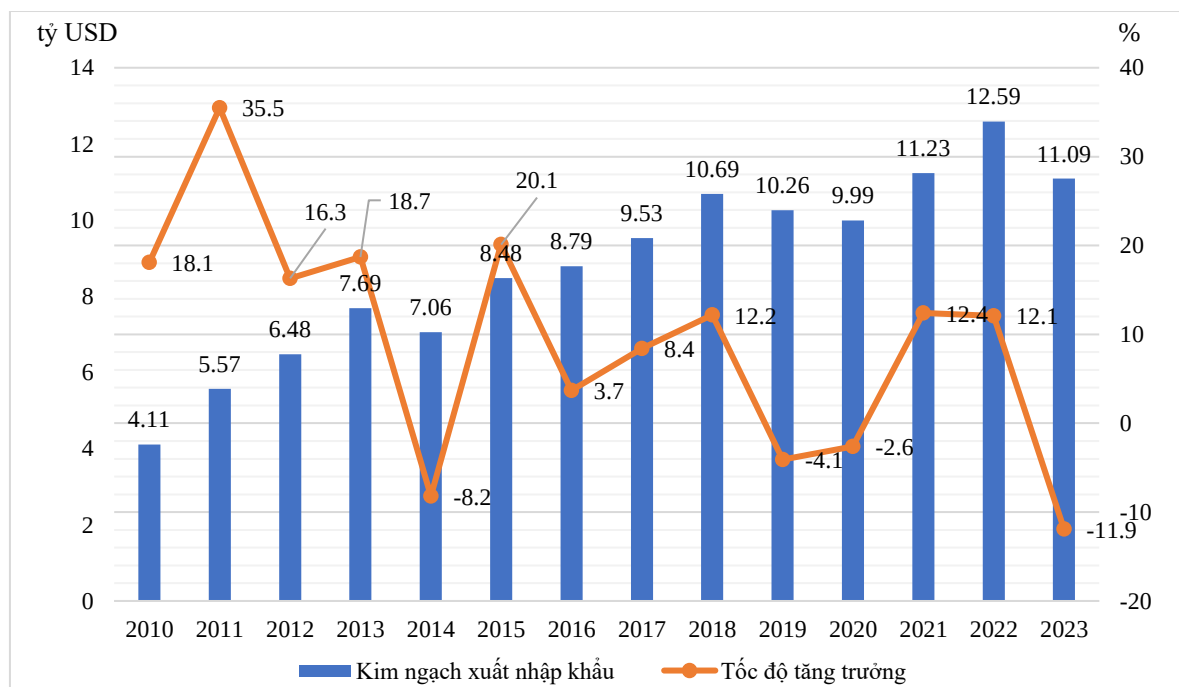
Giá trị thương mại hàng hóa: Hình 1 cho thấy trong giai đoạn 2010-2019 trước khi Hiệp định EVFTA có hiệu lực, tổng kim ngạch xuất nhập khẩu tăng đều đặn tăng trưởng kim ngạch xuất nhập khẩu bình quân giai đoạn đạt 14,16%. Đặc biệt, năm 2011, tốc độ tăng trưởng lên tới 36,5%. Đến năm 2020, dù Hiệp định EVFTA đã có hiệu lực vào những tháng cuối năm, nhưng ảnh hưởng từ dịch bệnh Covid-19 kéo theo kim ngạch thương mại hàng hóa năm 2020 chỉ đạt 49,73 tỷ USD, giảm 0,2% so với năm trước. Một năm sau, dưới ảnh hưởng của làn sóng Covid-19 bùng phát, thương mại hai chiều Việt Nam - EU vẫn phục hồi với tổng kim ngạch đạt 56,93 tỷ USD, lớn hơn 14,5% so với năm 2020. Chỉ số này tiếp tục tăng trong năm 2022, đạt hơn 60 tỷ USD, cao hơn 3,14 tỷ USD so với năm trước. Tuy nhiên, trao đổi hàng hóa giữa Việt Nam - EU lại sụt giảm trong năm 2023, còn 58,61 tỷ USD, thấp hơn 5,6% so với năm 2022.

Cán cân thương mại hàng hóa: Việt Nam luôn ở trạng thái xuất siêu trong thương mại hàng hóa với EU. Tốc độ tăng trưởng của xuất khẩu hàng hóa từ Việt Nam sang EU cao hơn so với tốc độ tăng trưởng của nhập khẩu. Trong giai đoạn 2010 - 2023, giá trị xuất khẩu hàng hóa tăng gấp 4,5 lần; trong khi giá trị nhập khẩu hàng hóa chỉ tăng khoảng 1,5 lần. Vì vậy, cán cân thương mại hàng hóa luôn thặng dư và tăng đều qua các năm (hình 1). Cho đến năm

2019 và 2020, kim ngạch lần lượt giảm 1,1% và 1,8% so với năm trước. Năm 2022, kim ngạch xuất khẩu tăng 6,65 tỷ USD, tương đương 16,6% so với năm trước, trong khi kim ngạch nhập khẩu giảm nhẹ 1,51 tỷ USD, tương đương 8,9%. Đây cũng là năm xuất khẩu ròng của Việt Nam ở mức cao nhất 31,33 tỷ USD. Tuy nhiên, năm 2023, cả kim ngạch xuất và nhập khẩu đều giảm, lần lượt giảm 6,5% và 2,9% so với năm trước, thặng dư thương mại vì vậy cũng giảm 8,2%.

3.2. Thương mại hàng hóa Việt Nam - Cộng hòa Liên bang Đức

Hình 2: Kim ngạch xuất nhập khẩu Việt Nam - CHLB Đức giai đoạn 2010-2023



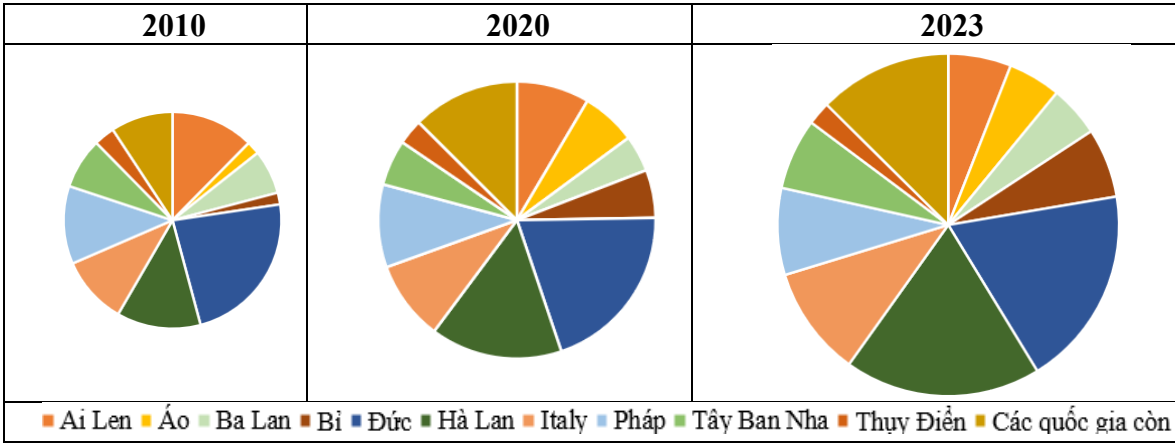
Nguồn: Tổng cục Thống kê (2023)

Giai đoạn trước Hiệp định EVFTA (2010-2019): Trong gần một thập kỷ vừa qua, kim ngạch thương mại hàng hóa hai chiều giữa Việt Nam và Đức tăng trưởng, bình quân tăng 12,07% mỗi năm, tăng từ 4,11 tỷ USD năm 2010 lên 10,26 tỷ USD năm 2019. Đặc biệt, trong năm 2011, sau khi ký Hiệp định quan hệ Đối tác Chiến lược, tốc độ tăng trưởng thương mại hàng hóa giữa hai nước đạt 35,5% - mức lớn nhất trong cả giai đoạn. Năm 2014, do tình trạng giảm phát tại khu vực châu Âu, thương mại hai chiều giữa Việt Nam và Đức giảm xấp xỉ 700 triệu USD, tương đương 8,2% so với năm trước. Dù có sự phục hồi vào năm 2015, giá trị này lại giảm vào năm 2019, thấp hơn 4,1% so với năm trước. Sự suy giảm này được lý giải bởi nhiều nguyên nhân như: thị trường EU bị ảnh hưởng xấu từ sự kiện Brexit hay tình trạng “ém hàng” chờ EVFTA có hiệu lực của các doanh nghiệp (Thu Hiền, 2022).

Giai đoạn sau Hiệp định EVFTA (2020-2023): Dù năm 2020 là năm đầu tiên EVFTA có hiệu lực, nhưng kinh tế toàn cầu lại bị tác động bởi Đại dịch Covid-19, trao đổi hàng hóa hai chiều Việt Nam - Đức chỉ đạt 9,99 tỷ USD, giảm 2,6% so với năm trước. Năm 2021, khi các biện pháp chống dịch dần được các quốc gia dỡ bỏ, thương mại hàng hóa song phương Việt Nam - Đức đã có sự phục hồi đáng kể, tăng 12,4% so với năm 2020, đạt 11,23 tỷ USD. Chỉ số này tiếp tục nâng lên vào năm 2022 với kim ngạch 12,59 tỷ USD, nhưng sang năm 2023,

kim ngạch thương mại hai chiều lại giảm 11,9% so với năm trước, chỉ đạt 11,09 tỷ USD, do tác động tiêu cực từ những bất ổn địa chính trị và lạm phát toàn cầu (Tổng cục Thống kê, 2023).

Hình 3. Tỷ trọng kim ngạch xuất nhập khẩu giữa Việt Nam và các quốc gia thuộc EU giai đoạn 2010-2023



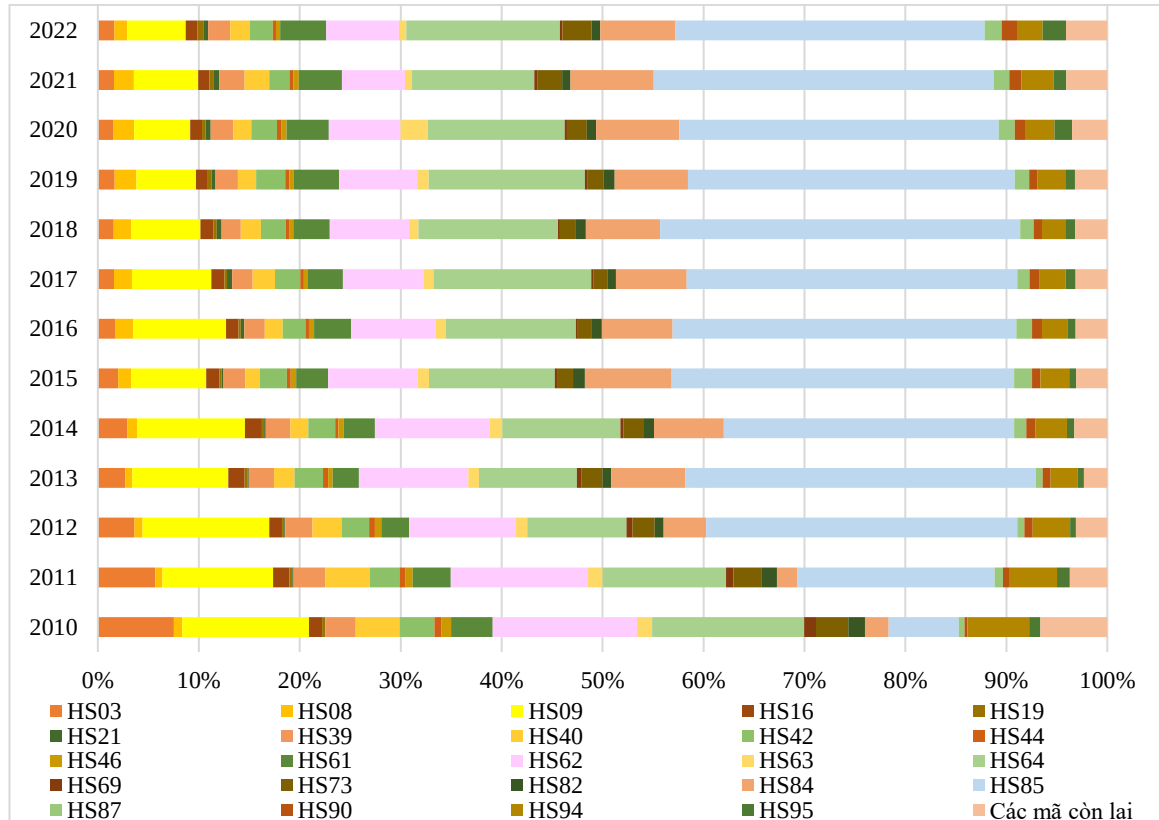
Nguồn: Tổng cục Thống kê (2023)

Tỷ trọng thương mại hàng hóa: Tỷ trọng trao đổi thương mại Việt Nam - Đức trong tương quan với các quốc gia khác thuộc EU có sự thay đổi. Tỷ trọng này hạ thấp dần từ 23,19% năm 2010 xuống 20,07% năm 2020 và 18,92% năm 2023. Nguyên nhân chính do sự tăng trưởng thương mại hàng hóa nhanh chóng giữa Việt Nam và một số đối tác khác như Hà Lan, Ai Len, Bỉ. Dù vậy, Đức vẫn là đối tác thương mại lớn nhất của Việt Nam trong EU khi chiếm 1/5 tổng giá trị thương mại với khu vực này. Tuy nhiên, tỷ trọng thương mại hàng hóa Việt Nam - Đức (1,6%) vẫn còn hạn chế so với các quốc gia khác trên thế giới, như: Trung Quốc (25,2%), Hoa Kỳ (16,3%), Hàn Quốc (11,2%) (Tổng cục Thống kê, 2023).

Cơ cấu hàng xuất khẩu: Hình 4 cho thấy Việt Nam chủ trọng xuất khẩu sang Đức các sản phẩm công nghiệp nhẹ và nông sản. Đứng Top 5 mặt hàng Việt Nam xuất khẩu sang Đức nhiều nhất là: (1) máy tính, thiết bị, linh kiện điện tử (HS85), tỷ trọng có xu hướng tăng qua từng năm, từ 164,66 triệu USD (tỷ trọng 6,9%) năm 2010 lên 2,75 tỷ USD (tỷ trọng 30,6%) năm 2022. Điều này có thể giải thích do sự phát triển của công nghệ thông tin, Internet, đặc biệt khi nhu cầu về thiết bị phục vụ học tập, làm việc trực tuyến tăng nhanh trong dịch Covid-19, nhưng tỷ trọng xuất khẩu sang Đức so với các thị trường khác còn rất thấp, chỉ chiếm 2% thị phần năm 2022; (2) Giày, dép và các sản phẩm tương tự (HS64) đạt giá trị xuất khẩu đạt 1,37 tỷ USD năm 2022, chiếm tỷ trọng 15,3%, tăng gấp 3,8 lần so với năm 2010; (3) Máy móc và thiết bị cơ khí (HS84), tỷ trọng tăng từ 2,2% năm 2010 lên tới 7,5% năm 2022 - là mặt hàng có mức độ tăng trưởng xuất khẩu cao do nước ta có số lượng nhân công đông, giá rẻ nhưng trình độ cơ khí cao; (4) Quần áo và hàng may mặc (HS62) đạt kim ngạch xuất khẩu đạt 645,57 triệu USD năm 2022, chiếm 7,3% cơ cấu xuất khẩu sang Đức, nhưng phần lớn là sản phẩm gia công cho các doanh nghiệp Đức. Trong hơn 10 năm qua, do việc xuất khẩu các hàng hóa khác tăng được đẩy mạnh, tỷ trọng của quần áo và may mặc (HS62) bị sụt giảm một nửa so với năm 2010 (14,3%); (5) Cà phê, chè (HS09), tuy giá trị xuất khẩu tăng, nhưng tỷ lệ trong cơ cấu lại giảm, chiếm 5,8% trong năm 2022, thấp hơn 6,9% so với năm 2010. Đức là thị trường tiêu thụ chính của cà phê xuất khẩu Việt Nam. Năm 2023, lượng

cà phê Đức nhập từ Việt Nam đạt hơn 600 nghìn tấn, tương ứng 816,43 triệu USD, chiếm 11,5% lượng cà phê Việt Nam xuất khẩu ra thế giới và 55% lượng xuất khẩu sang EU (Nguyễn Phúc Hiền & Nguyễn Thị Khánh Huyền, 2022).

Hình 4: Cơ cấu hàng hóa xuất khẩu của Việt Nam sang CHLB Đức giai đoạn 2010-2022

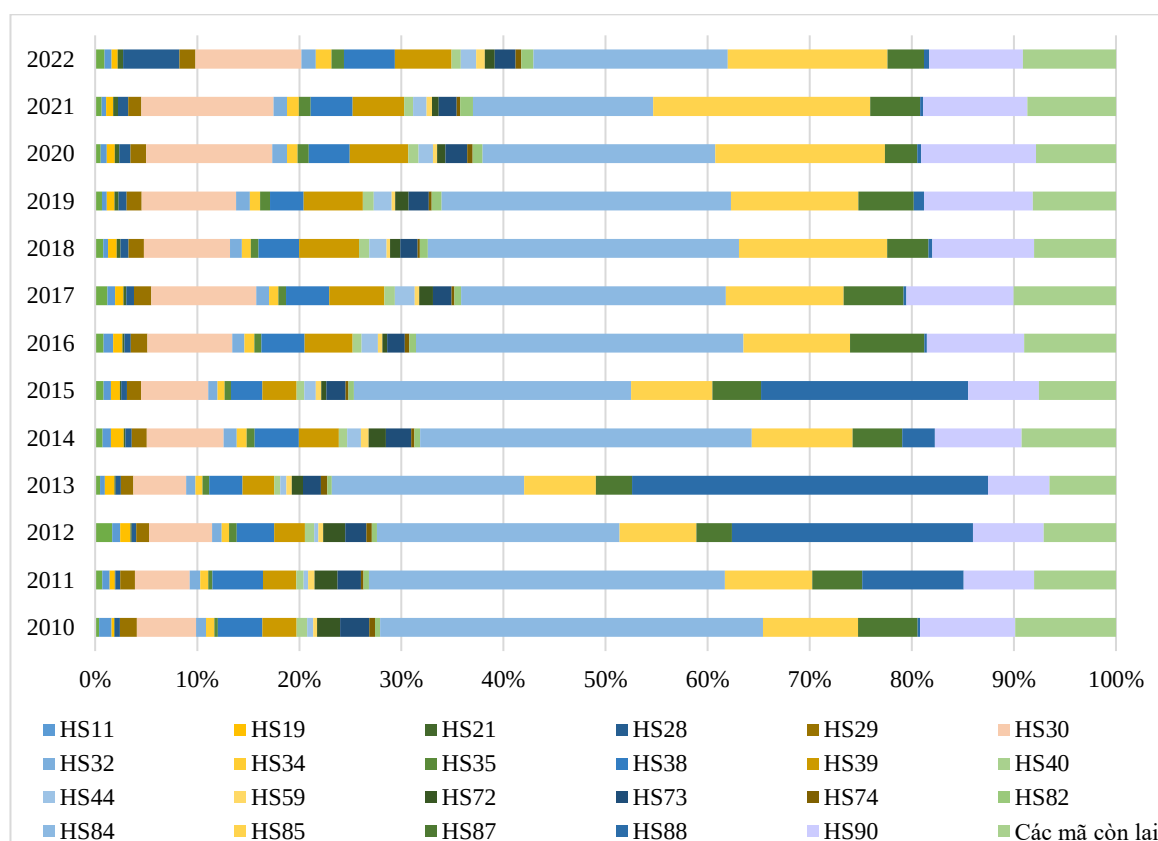


Nguồn: ITC Trademap (2023)

Cơ cấu hàng nhập khẩu: Hình 5 cho thấy Việt Nam chủ yếu nhập khẩu từ Đức các mặt hàng công nghiệp, có hàm lượng kỹ thuật cao nhằm phục vụ sản xuất, tiêu dùng trong nước và xuất khẩu. Đứng Top 5 hàng hóa Đức được Việt Nam nhập khẩu nhiều nhất là: (1) máy móc và thiết bị cơ khí (HS84), chiếm 19,1% cơ cấu nhập khẩu năm 2022; tỷ trọng này cao hơn trong năm 2019 (28,4%) do sự mở rộng những dự án đầu tư đến từ Trung Quốc. Dù vậy, kim ngạch nhập khẩu HS84 từ Đức còn thấp so với tổng nhập khẩu của nước ta từ thế giới (chỉ 2,7%); (2) Máy móc, thiết bị và linh kiện điện tử (HS85), giá trị nhập khẩu tăng dần đều từ 162 triệu USD (tỷ trọng 6,3%) năm 2010 lên đến 565 triệu USD (tỷ trọng 15,5%) năm 2022. Mặt hàng này chiếm tỷ lệ lớn nhất trong cơ cấu nhập khẩu từ Đức của Việt Nam vào năm 2021 với 21,3% do sự phổ biến của phương thức học tập, làm việc từ xa hậu Covid-19 khiến nhu cầu thiết bị điện tử gia tăng. Tuy nhiên, so với thế giới, việc nhập khẩu mặt hàng này từ Đức rất hạn chế, chiếm chưa tới 1% tổng giá trị nhập khẩu; (3) Dược phẩm (HS30), nhìn chung có sự tăng trưởng, từ tỷ trọng 5,7% năm 2010 lên 10,2% năm 2022; năm 2020 và 2021, mặt hàng này được nhập khẩu nhiều do nhu cầu về dược phẩm, vaccin trong giai đoạn Covid-19, kim ngạch lần lượt đạt 414,81 triệu USD và 509,41 triệu USD, tương ứng tỷ trọng 12,2% và 12,9%; (4) Dụng cụ và thiết bị quang học (HS90) có mức nhập khẩu duy trì ổn định, đạt 9% trong năm 2022. Năm 2020, mặt hàng này được nhập khẩu nhiều hơn cả,

tỷ trọng 11,3%; (5) Plastic và các sản phẩm từ plastic (HS39), kim ngạch nhập khẩu tăng nhẹ, từ 59 triệu USD (tỷ trọng 3,4%) năm 2010 lên 200 triệu USD (tỷ trọng 5,6%) năm 2022. Ngoài ra, một số mặt hàng có kim ngạch giảm nhanh chóng, điển hình là tàu thủy, thuyền và các kết cấu nổi (HS88), giảm từ 1,03 tỷ USD (tỷ lệ 35%) năm 2013 xuống còn 18 triệu USD (tỷ lệ 0,6%) năm 2022.

Hình 5: Cơ cấu hàng hóa nhập khẩu của Việt Nam từ CHLB Đức giai đoạn 2010-2022



Nguồn: ITC Trademap (2023)

3.3. Đánh giá chung

Thứ nhất, kim ngạch xuất nhập khẩu năm 2023 tăng gần 2,7 lần so với năm 2010. Sau 3 năm thực EVFTA trong bối cảnh xuất hiện thách thức như đại dịch Covid-19, xung đột địa chính trị Nga - Ukraine và lạm phát cao, giá trị kim ngạch thương mại hàng hóa hai chiều Việt Nam - Đức vẫn tăng nhẹ từ gần 10 tỷ USD (2020) lên hơn 11 tỷ USD (2023) (Nguyễn Ngọc Điện, 2023). Kết quả này nhờ sự nỗ lực của doanh nghiệp xuất nhập khẩu cũng như chính phủ tận dụng cơ hội, hạn chế những thách thức để đạt được kết quả trên.

Thứ hai, khả năng cạnh tranh của hàng Việt được nâng cao, góp phần mở rộng thị phần tại Đức. Trong 3 năm thực thi EVFTA, kim ngạch xuất khẩu hàng hóa trung bình từ Việt Nam sang Đức tăng gấp rưỡi so với giai đoạn 2010 - 2019. Việt Nam nhận được nhiều đơn đặt hàng hơn với các mặt hàng điện tử, thiết bị cơ khí, giày dép, dệt may, nông sản, cao su. Trong đó, theo số liệu từ ITC Trademap (2023), so với giai đoạn trước EVFTA, kim ngạch trung bình của mặt hàng điện tử tăng đến 54,4%; mặt hàng giày dép tăng 56,7%; mặt hàng cao su tăng 49,2%; mặt hàng dệt may tăng 28,5%. *Thứ ba*, hoạt động nhập khẩu những máy móc hiện đại

từ Đức được xúc tiến, kim ngạch trung bình lớn hơn gấp 1,3 lần so với trước khi EVFTA có hiệu lực. Trong đó, những mặt hàng có tốc độ tăng trưởng nhiều nhất là dụng cụ, thiết bị quang học, thiết bị điện tử, dược phẩm, thiết bị y tế, ô tô, cao su. So với kim ngạch trung bình giai đoạn trước EVFTA, mặt hàng điện tử và dược phẩm tăng gấp đôi; mặt hàng thiết bị quang học tăng 1,5 lần (Tổng cục Thống kê, 2023). Nhờ vậy, Việt Nam có thêm động lực và đầu vào quan trọng cho quá trình phát triển kinh tế và công nghiệp hóa, hiện đại hóa đất nước.

Thứ tư, cán cân thương mại của Việt Nam được cải thiện, hạn chế tối đa nhập siêu, tăng mức xuất siêu với Đức và các thị trường các nước khác ở châu Âu. Ngay từ năm đầu EVFTA có hiệu lực, mức thặng dư thương mại hàng hóa giữa Việt Nam và CHLB Đức tăng 15% so với năm trước (Tổng cục Thống kê, 2023). Năm 2022, Việt Nam xuất siêu hàng hóa sang Đức đạt kỷ lục, thặng dư 5,35 tỷ USD (Tổng cục Thống kê, 2022). Điều đó chứng tỏ hoạt động xuất khẩu hàng hóa của nước ta được cải thiện rõ rệt, sản phẩm Việt được tin cậy hơn tại thị trường Đức.

Hạn chế và nguyên nhân

Thứ nhất, kim ngạch xuất nhập khẩu hàng hóa hai chiều dù tăng nhưng không ổn định, liên tục tăng giảm trong giai đoạn 2010-2023, tốc độ tăng trưởng thương mại hàng hóa hàng năm có xu hướng giảm dần (Hình 2). Nhất là giai đoạn sau khi Hiệp định EVFTA có hiệu lực, trao đổi thương mại hàng hóa hai chiều biến động mạnh, tăng giảm với tỷ lệ cao. Năm 2021 và 2022 tăng trưởng mạnh trên 12% và sau đó giảm mạnh vào năm 2023 cũng với cùng tỷ lệ (Hình 2). Giá trị kim ngạch xuất nhập khẩu hàng hóa giảm mạnh do xung đột chính trị Nga - Ukraine, xung đột ở Trung Đông vùng Biển Đỏ làm gián đoạn và tăng chi phí vận chuyển, cùng với đó là lạm phát tăng cao ở Đức và châu Âu buộc Ngân hàng Trung ương châu Âu tăng lãi suất để kiểm soát lạm phát khiến kinh tế Đức rơi vào suy thoái (Minh Khôi, 2024). Người dân Đức cắt giảm chi tiêu làm số lượng đơn đặt hàng giảm, ảnh hưởng trực tiếp tới xuất khẩu hàng hóa của Việt Nam sang Đức.

Thứ hai, kim ngạch xuất nhập khẩu hàng hóa giữa Việt Nam và Đức tăng trưởng không ổn định, tốc độ tăng trưởng nhiều năm kém hơn các quốc gia khác thuộc EU như Hà Lan, Ai Len. Đối với xuất khẩu, những năm gần đây, Đức không còn là thị trường xuất khẩu lớn nhất của Việt Nam tại châu Âu. Theo số liệu từ Tổng cục Thống kê, năm 2015, Đức là quốc gia xuất khẩu lớn nhất của Việt Nam tại EU, chiếm 18,3% tổng xuất khẩu của Việt Nam sang EU. Tuy nhiên, từ năm 2016, Hà Lan đã thay thế vị trí của Đức, tỷ trọng của Hà Lan trong tổng xuất khẩu của Việt Nam sang EU là 17,6%; trong khi tỷ trọng của Đức chỉ đạt 16,9% (Tổng cục Thống kê, 2016). Xét về nhập khẩu, năm 2020 và 2021, Ai Len đã thay thế Đức trở thành nước thuộc EU xuất nhiều hàng hóa nhất sang Việt Nam (Thu Hiền, 2022). Năm 2022, dù Đức đã lấy lại được vị trí của mình, nhưng điều này không do sự tăng trưởng nhập khẩu từ Đức mà do sự giảm mạnh trong kim ngạch nhập khẩu hàng hóa từ Ai Len của Việt Nam.

Thứ ba, kim ngạch xuất nhập khẩu giữa hai nước chỉ chiếm tỷ trọng nhỏ trong tổng kim ngạch thương mại hàng hóa của Việt Nam ra thế giới cũng như của Đức ra thế giới. Năm 2023, giá trị thương mại hàng hóa hai chiều Việt Nam - Đức chỉ chiếm tỷ trọng 1,6% trong tổng kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam (Tổng cục Thống kê, 2023), chiếm 0,4% trong tổng kim ngạch xuất khẩu của Đức (Statista, 2023). Điều này có thể được lý giải đa số các nguồn nguyên liệu phục vụ sản xuất hàng hóa xuất khẩu của Việt Nam đến từ Trung Quốc, ASEAN, các nước không thuộc khối, hoặc thậm chí không có chứng chỉ nguồn gốc rõ ràng. Điều này không phù hợp với nguyên tắc xuất xứ của EVFTA, gây khó khăn cho việc tận dụng ưu đãi từ Hiệp định để phát triển thương mại song phương giữa hai nước. Bên cạnh đó, có thể thương hiệu hàng Việt có độ nhận dạng và mức độ uy tín còn thấp. Hiệu quả của công tác truyền thông, quảng bá

sản phẩm vẫn chưa cao, cộng thêm Việt Nam được xem là một nhà cung ứng mới của thị trường EU nói chung và Đức nói riêng, nhiều sản phẩm chưa đảm bảo được độ tin cậy trong chất lượng, bị hạn chế về thiết kế bao bì, phân loại, nên vẫn chưa quen thuộc ở thị trường này.

Thứ tư, xuất khẩu hàng hóa của Việt Nam sang Đức còn nhiều hạn chế trong cơ cấu mặt hàng. Dù không còn chú trọng vào nguyên liệu thô, khoáng sản, nhưng hàng hóa xuất sang Đức vẫn đa phần là sản phẩm sử dụng nhiều nhân công, giá trị gia tăng thấp hoặc thuộc hoạt động gia công. Cụ thể, mặt hàng giày dép và may mặc thuộc top 5 loại hàng hóa được nước ta xuất nhiều nhất sang Đức, nhưng đa phần lại đến từ hoạt động nhận gia công các nhãn hiệu thời trang nổi tiếng của Đức (Nguyễn Phúc Hiền & Nguyễn Thị Thanh Huyền, 2022). Mặt hàng nông sản như cà phê, chè, hạt điều vốn là lợi thế của Việt Nam, nhưng xuất sang Đức ở dạng thô, sơ chế, nên giá trị thu về không cao. Thực tế này do các doanh nghiệp Việt đa phần là các doanh nghiệp vừa và nhỏ, trình độ sản xuất, chế biến chưa cao, không đủ vốn và nhân lực kỹ thuật cao để áp dụng hết các công nghệ hiện đại vào dây chuyền sản xuất. Do đó, sản phẩm có thể chưa đạt tiêu chuẩn, khó thỏa mãn các yêu cầu của thị trường khó tính của Đức. Có thể nói, năng lực cạnh tranh của hàng hóa xuất xứ từ Việt Nam còn kém so với hàng hóa đến từ các quốc gia khác. Đây cũng là một trong những nguyên nhân khiến giá trị thương mại hàng hóa giữa Việt Nam và CHLB Đức không được ổn định, tăng giảm liên tục kể cả trong giai đoạn EVFTA đang phát huy hiệu lực.

4. Một số giải pháp tăng cường thương mại hàng hóa Việt Nam - Cộng hòa Liên bang Đức

Trên cơ sở phân tích đánh giá chỉ ra một số hạn chế và nguyên nhân hoạt động thương mại hàng hóa Việt Nam - CHLB Đức thời gian qua, nhất là từ khi EVFTA có hiệu lực, nhóm tác giả đề xuất một số giải pháp:

Thứ nhất, nâng cao “sức đề kháng” của nền kinh tế trước bối cảnh nhiều biến động chính trị và kinh tế: Nhằm nắm bắt cơ hội và giảm thiểu những thách thức sự ảnh hưởng của các xung đột địa chính trị và tình hình lạm phát toàn cầu, Chính phủ cần đẩy mạnh chính sách phân tích dự báo tình hình chính trị các cuộc xung đột để có đối sách hỗ trợ cho các doanh nghiệp xuất nhập khẩu. Tăng cường an ninh năng lượng quốc gia, đảm bảo các yếu tố đầu vào cho hoạt động sản xuất, xuất khẩu. Đồng thời, cần linh hoạt lựa chọn những tuyến đường hoặc phương thức vận tải thay thế để hạn chế tối đa ảnh hưởng từ xung đột Biển Đỏ. Hơn thế nữa, cần có những biện pháp cải thiện tính tự chủ của nền kinh tế nhằm ổn định thị trường trong nước, hạn chế những ảnh hưởng của khủng hoảng tới hoạt động xuất nhập khẩu.

Thứ hai, tăng cường hơn nữa thị trường truyền thống với CHLB Đức bằng việc tận dụng tối đa giảm thuế các mặt hàng lợi thế của Việt Nam theo lộ trình giảm thuế EVFTA cũng như lợi thế về truyền thống hợp tác lâu đời với một lượng lớn cộng đồng người Việt sinh sống và làm việc tại CHLB Đức (gần 200 nghìn người) am hiểu thị hiếu tiêu dùng và tiêu chuẩn của người (Nguyễn Phúc Hiền, Nguyễn Thị Thanh Huyền, 2022). Việc thu hút đầu tư nước ngoài (FDI) của Đức vào Việt Nam nhiều hơn cũng sẽ giúp thúc đẩy hoạt động thương mại hàng hóa giữa hai nước, qua đó nhập khẩu nhiều hơn máy móc thiết bị và xuất khẩu các sản phẩm đạt tiêu chuẩn cao sang Đức.

Thứ ba, nâng cao chất lượng sản phẩm và nhận dạng thương hiệu: Doanh nghiệp xuất nhập khẩu Việt Nam chủ động đổi mới công nghệ, tăng cường nghiên cứu và chuyển giao khoa học công nghệ phục vụ sản xuất sản phẩm xuất khẩu nhằm đa dạng hóa sản phẩm và cải tiến chất lượng sản phẩm sao cho thỏa mãn các nhu cầu của thị trường Đức. Bên cạnh đó, doanh nghiệp cần chú trọng tới công tác truyền bá sản phẩm thông qua những buổi

triển lãm, hội chợ hàng hóa quốc tế, và các kênh thương mại điện tử nhằm đưa sản phẩm Việt Nam tới gần hơn với người tiêu dùng Đức. Cùng với nỗ lực của doanh nghiệp là sự hỗ trợ tích cực của Chính phủ thông qua chính sách, quy định nhằm xây dựng, kiểm tra, củng cố thương hiệu và mức độ uy tín của hàng hóa xuất khẩu Việt Nam đáp ứng các điều kiện tiêu chuẩn của Đức nói riêng và châu Âu nói chung.

Thứ tư, chuyển đổi cơ cấu hàng hóa xuất khẩu sang Đức: Chính phủ nên có những chính sách thúc đẩy chuyển dịch cơ cấu xuất khẩu của Việt Nam sang Đức, chuyển từ xuất khẩu sản phẩm thô, sơ chế sang những mặt hàng có lượng công nghệ - kỹ thuật nhiều hơn, tăng cường hình thức xuất khẩu trực tiếp, hạn chế xuất khẩu gia công. Đồng thời, tập trung phát triển thị trường cho các mặt hàng chủ lực có sức cạnh tranh lớn, giá trị gia tăng cao hoặc có tỷ trọng kim ngạch xuất khẩu lớn như: may mặc, giày dép, cafe, hạt điều và các mặt hàng nông sản khác. Ngoài ra, có thể đầu tư nghiên cứu sản phẩm mới nhằm mở rộng danh sách hàng hóa, làm phong phú cơ cấu xuất khẩu của Việt Nam sang thị trường Đức.

Thứ năm, Chính phủ và doanh nghiệp xuất nhập khẩu phải chuẩn bị hàng hóa xuất khẩu sang Đức đáp ứng cơ chế điều chỉnh carbon biên giới (CBAM) cũng như quy định đối với ngành dệt may theo Thỏa thuận xanh EU, Chiến lược ngành dệt may tuần hoàn và bền vững đến năm 2030 đối với các nhà sản xuất cả trong và ngoài EU. Với sự chuẩn bị kỹ lưỡng và tốt cho việc thích ứng điều kiện môi trường từ phía cả Chính phủ và doanh nghiệp, sẽ giúp doanh nghiệp xuất khẩu Việt Nam có cơ hội tăng cường xuất khẩu nhiều hơn sang thị trường Đức trước các nhà xuất khẩu khác trong khu vực có thị trường xuất khẩu vào Đức.

5. Kết luận

Thương mại hàng hóa Việt Nam và CHLB Đức hơn một thập kỷ qua đã đạt được thành quả nhất định, kim ngạch thương mại hàng hóa song phương đã tăng gần 3 lần so với năm 2010 (Hình 2), góp phần hiện thực hóa Đối tác chiến lược giữa hai nước. Hiệp định Thương mại EVFTA có hiệu lực từ 8/2020 đã góp phần quan trọng cho hoạt động thương mại giữa hai nước trong bối cảnh đầy khó khăn của đại dịch Covid-19 nhưng thương mại hàng hóa giữa hai nước vẫn duy trì. Tuy nhiên, tốc độ tăng trưởng thương mại giữa hai nước có xu hướng giảm dần, đặc biệt sau 3 năm trở lại đây tăng trưởng thương mại hàng hóa biến động mạnh do các cuộc xung đột chính trị Nga - Ukraina hay Trung Đông (Biển Đỏ) và lạm phát cao ở châu Âu nói chung và Đức nói riêng buộc Chính phủ Đức phải kiểm soát lạm phát và người dân tiết kiệm chi tiêu, làm giảm nhu cầu hàng nhập khẩu. Bên cạnh những nguyên nhân khách quan như: dịch bệnh, chiến tranh hay suy thoái kinh tế, có cả những nguyên nhân chủ quan từ phía Việt Nam như chưa chủ động đầu tư nghiên cứu mở rộng thị trường xuất khẩu vào Đức, đa dạng hóa sản phẩm xuất khẩu; chưa có nhiều sản phẩm xuất khẩu trực tiếp được chế biến giá trị cao thay vì nguyên liệu thô hoặc sơ chế với giá trị thấp; xây dựng phát triển sản phẩm có tính cạnh tranh cao và quảng bá thương hiệu quốc gia. Vì vậy, nghiên cứu đề xuất một số giải pháp: (1) tăng khả năng khả năng chống chịu cú sốc của nền kinh tế thông qua việc phân tích dự báo các cuộc xung đột chính trị và khủng hoảng kinh tế cũng như tăng tính tự cường của nền kinh tế; (2) tăng cường hơn nữa thị trường truyền thống của CHLB Đức bằng việc tận dụng tối đa lợi thế của EVFTA và cộng đồng người Việt sinh sống và làm việc tại Đức; (3) nâng cao chất lượng sản phẩm và nhận diện thương hiệu quốc gia cần có sự chung tay của các doanh nghiệp và Chính phủ; (4) chuyển dịch mạnh cơ cấu xuất nhập khẩu từ xuất khẩu các sản phẩm thô sơ chế sang sản phẩm tiêu dùng trực tiếp bằng thương hiệu Việt đáp ứng thị hiếu tiêu dùng của thị trường Đức; (5) chuẩn bị kỹ việc đáp ứng các điều kiện tiêu chuẩn mới của Liên minh châu Âu và CHLB Đức về phát triển bền vững như cơ chế điều chỉnh carbon biên giới (CBAM) hay quy định về dệt tuần hoàn.

Tài liệu tham khảo

- An An. (2023). Những ưu đãi về thuế mà Việt Nam được hưởng lợi trong sân chơi EVFTA. *Bộ Công thương Việt Nam*. <https://moit.gov.vn/tin-tuc/thi-truong-nuoc-ngoai/nhung-uu-dai-ve-thue-ma-viet-nam-duoc-huong-loi-trong-san-choi-evfta.html>
- An Huy. (2023). Lạm phát cao đặt ra nhiều rủi ro với kinh tế toàn cầu. *VnEconomy*. <https://vneconomy.vn/lam-phat-cao-dat-ra-nhieu-rui-ro-voi-kinh-te-toan-cau.htm>
- Bùi Thị Lý. (2009). *Giáo trình Quan hệ Kinh tế quốc tế*. Nxb. Giáo dục Việt Nam.
- ITC Trademap (2023). Bilateral trade between Viet Nam and Germany. https://www.trademap.org/Bilateral_TS.aspx?nvpm=1%7c704%7c%7c276%7c%7cTOTAL%7c%7c%7c2%7c1%7c1%7c1%7c2%7c1%7c1%7c1%7c%7c1
- Lương Thanh Hải. (2023). Lý luận về chuyển dịch cơ cấu hàng hóa xuất khẩu của một quốc gia (phần 1). *Viện nghiên cứu Chiến lược, Chính sách Công Thương*. <https://vioit.org.vn/vn/chien-luoc-chinh-sach/ly-luan-ve-chuyen-dich-co-cau-hang-hoa-xuat-khau-cua-mot-quo-gia--phan-1--5204.4050.html>
- Minh Khôi. (2024). Khủng hoảng Biển Đỏ ảnh hưởng ra sao tới thương mại toàn cầu?. *Báo Tuổi trẻ online*. <https://tuoitre.vn/khung-hoang-bien-do-anh-huong-ra-sao-toi-thuong-mai-toan-cau-20240104111421252.htm>
- Nguyễn Bích Lâm. (2022). Khủng hoảng Nga - Ukraine: Hệ lụy, cơ hội và hướng đi cho kinh tế Việt Nam. *Báo Điện tử Chính phủ*. <https://baochinhphu.vn/khung-hoang-nga-ukraine-he-luy-co-hoi-va-huong-di-cho-kinh-te-viet-nam-102220403172506087.htm>
- Nguyễn Ngọc Điện (2023). Bức tranh kinh tế hậu Covid-19: Thách thức, thành quả và triển vọng. *Báo công an Thành phố Hồ Chí Minh*. https://congan.com.vn/tin-chinh/buc-tranh-kinh-te-hau-covid-19-thach-thuc-thanh-qua-va-trien-vong_142563.html
- Nguyễn Phúc Hiền, Nguyễn Thị Khánh Huyền. (2022). *Tại sao thương mại Việt - Đức vẫn duy trì tăng trưởng trong bối cảnh đại dịch Covid-19?*. Nxb. Thông tin và Truyền thông.
- Thu Hiền. (2022). Thương mại hai chiều Việt - Đức tiếp tục đà tăng trưởng mạnh. *Tạp chí Con số sự kiện*. <https://consosukien.vn/thuong-mai-hai-chieu-viet-duc.htm>
- Tổng cục Thống kê. (2015). Số liệu xuất nhập khẩu các tháng năm 2015. <https://www.gso.gov.vn/du-lieu-va-so-lieu-thong-ke/2019/12/so-lieu-xuat-nhap-khau-cac-thang-nam-2015/>
- Tổng cục Thống kê. (2016). Số liệu xuất nhập khẩu các tháng năm 2016. <https://www.gso.gov.vn/du-lieu-va-so-lieu-thong-ke/2019/12/so-lieu-xuat-nhap-khau-cac-thang-nam-2016/>
- Tổng cục Thống kê. (2022). Kim ngạch xuất nhập khẩu phân theo nước, khối nước và vùng lãnh thổ chủ yếu sơ bộ các tháng năm 2022. <https://www.gso.gov.vn/du-lieu-va-so-lieu-thong-ke/2022/03/so-lieu-xuat-nhap-khau-cac-thang-nam-2022/>
- Tổng cục Thống kê. (2023). Kim ngạch xuất nhập khẩu phân theo nước, khối nước và vùng lãnh thổ chủ yếu sơ bộ các tháng năm 2023. <https://www.gso.gov.vn/du-lieu-va-so-lieu-thong-ke/2023/03/so-lieu-xuat-nhap-khau-cac-thang-nam-2023/>
- Trung tâm WTO và hội nhập. (n.d.). Tóm lược Hiệp định thương mại tự do Việt Nam - Liên minh Châu Âu (EVFTA). <https://trungtamwto.vn/file/20205/ttwto-tom-luoc-chung-ve-evfta.pdf>
- Trung tâm WTO và hội nhập. (2017). Văn kiện Hiệp định EVFTA, EVIPA và các Tóm tắt từng chương. <https://trungtamwto.vn/chuyen-de/8445-van-kien-hiep-dinh-evfta-evipa-va-cac-tom-tat-tung-chuong>
- Trung tâm WTO và hội nhập. (2019). Hiệp định thương mại tự do (FTA) là gì?. <https://trungtamwto.vn/chuyen-de/12396-hiep-dinh-thuong-mai-tu-do-fta-la-gi>