

THỊ TRƯỜNG DỆT MAY EU



Trung tâm Hỗ trợ hội nhập quốc tế Thành phố Hồ Chí Minh
Tháng 12/2020

MỤC LỤC

Lời mở đầu

1. NHU CẦU DỆT MAY CỦA EU	2
1.1. Nhu cầu chung.....	2
1.2. Nhu cầu từng quốc gia thành viên.....	4
1.3. Nhu cầu theo từng mặt hàng	6
2. THỰC TRẠNG NGÀNH DỆT MAY VIỆT NAM.....	8
2.1. Thực trạng sản xuất và xuất khẩu.....	8
2.1.1. Thực trạng sản xuất	8
2.1.2. Thực trạng xuất khẩu.....	9
2.1.3. Thuận lợi và khó khăn	10
2.2. Tình hình chung về thương mại ngành dệt may Việt Nam - EU.....	13
2.2.1. Tình hình chung.....	13
2.2.2. Tình hình các mặt hàng chủ lực.....	14
3. TẬN DỤNG ƯU ĐÃI TỪ EVFTA.....	18
3.1. Ưu đãi thuế quan	18
3.1.1. Ưu đãi thuế quan chung.....	18
3.1.2. Ưu đãi thuế quan đối với dệt may	19
3.2. Quy tắc xuất xứ	23
3.2.1. Quy tắc xuất xứ chung.....	23
3.2.2. Quy tắc xuất xứ đối với dệt may	24
3.2.3. Cơ chế tự chứng nhận xuất xứ.....	26
3.3. Hàng rào kỹ thuật (TBT) đối với dệt may	27
3.3.1. Cam kết về quy chuẩn kỹ thuật liên quan tới ghi nhãn hàng hóa.....	28
3.3.2. Cam kết về quy trình đánh giá sự phù hợp và hậu kiểm	28
3.4. Tận dụng cơ hội từ EVFTA đối với ngành dệt may	28
4. MỘT SỐ LƯU Ý CHO DOANH NGHIỆP XUẤT NHẬP KHẨU.....	30
4.1. Thị hiếu và hành vi tiêu dùng	30
4.1.1. Thị hiếu và hành vi tiêu dùng chung	30
4.1.2. Thị hiếu và hành vi tiêu dùng một số quốc gia EU	31
4.2. Các quy định đối với sản phẩm dệt may vào thị trường EU	32
4.2.1. Quy định pháp lý bắt buộc.....	32
4.2.2. Quy định chung của thị trường.....	35
4.3. Kênh phân phối	37
4.4. Các địa chỉ hữu ích hỗ trợ nhà xuất khẩu	39
Tài liệu tham khảo	41

LỜI MỞ ĐẦU

Với tổng dân số 447 triệu dân và thu nhập bình quân đầu người 34,843 USD/năm (tính đến năm 2019), Liên minh châu Âu (EU) là một thị trường tiêu dùng thật sự hấp dẫn. Qua ba thập niên, quan hệ hợp tác giữa Việt Nam - EU ngày càng đi vào chiều sâu.

Ngày 08/6/2020, Quốc hội nước ta đã phê chuẩn EVFTA và EVIPA giữa Việt Nam và EU. Kể từ ngày 01/08/2020, Hiệp định EVFTA đã chính thức có hiệu lực. Quyết định phê chuẩn các Hiệp định EVFTA và EVIPA của Quốc hội nước ta có ý nghĩa hết sức quan trọng, chính thức đưa Hiệp định EVFTA sớm có hiệu lực, khẳng định mong muốn, lợi ích và quyết tâm của hai bên tiếp tục làm sâu sắc hơn nữa và tạo những đột phá mới nâng tầm quan hệ Việt Nam - EU sau 30 năm thiết lập quan hệ ngoại giao.

Ở góc độ song phương, trong bối cảnh quốc tế có nhiều diễn biến phức tạp và bản thân nội bộ EU gặp rất nhiều khó khăn như sự nổi lên của chủ nghĩa dân túy và bảo hộ mậu dịch, Hiệp định EVFTA thể hiện quyết tâm mạnh mẽ của cả hai bên trong việc thúc đẩy quan hệ song phương, góp phần đưa quan hệ giữa Việt Nam và EU phát triển sâu rộng và thực chất hơn.

Đối với ngành dệt may, Châu Âu là thị trường có dư địa phát triển lớn, song mỗi năm kim ngạch xuất khẩu hàng dệt may Việt Nam sang thị trường này chỉ mới đạt 4,26 tỷ USD. Hiện EU trở thành thị trường nhập khẩu hàng dệt may lớn thứ 2 của Việt Nam, sau Mỹ. Dù vậy, theo đánh giá của các doanh nghiệp dệt may, hiện xuất khẩu dệt may vào EU vẫn còn khá khiêm tốn so với tiềm năng thị trường này.

Nhằm hỗ trợ các doanh nghiệp đang tìm hiểu xuất khẩu sang thị trường EU nói chung có thể lựa chọn mặt hàng xuất khẩu phù hợp và thuận lợi hơn khi tiếp cận thị trường, bài viết dưới đây sẽ cung cấp các thông tin về nhu cầu thị trường dệt may của EU; Thực trạng ngành dệt may Việt Nam; Tận dụng ưu đãi từ EVFTA; Những lưu ý cho doanh nghiệp xuất khẩu về thị hiếu tiêu dùng, các quy định khi xuất khẩu và kênh phân phối.

TRUNG TÂM HỘI NHẬP QUỐC TẾ

1. NHU CẦU DỆT MAY CỦA EU

1.1. Nhu cầu chung

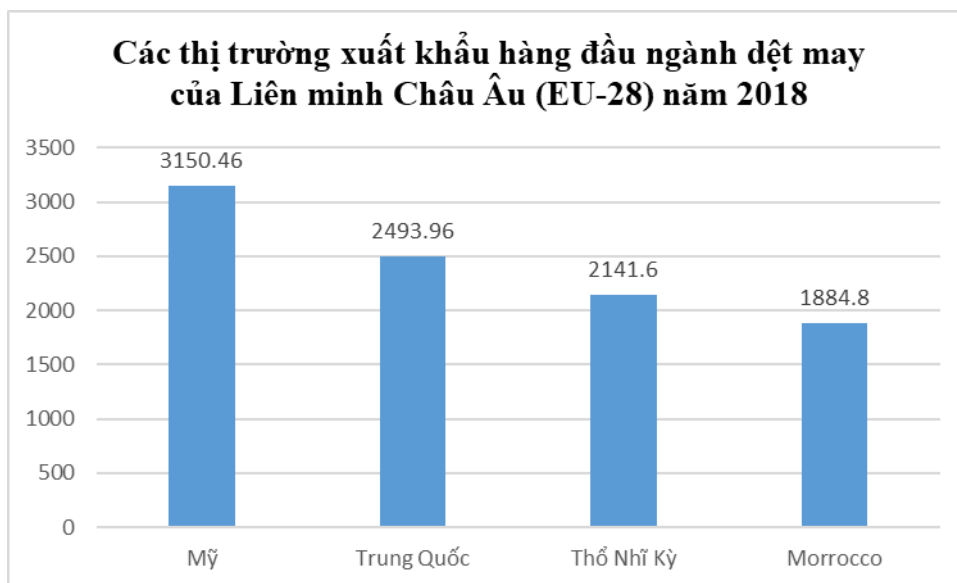
Thị trường EU có nhu cầu nhập khẩu hàng dệt may lớn. Theo Bộ Công Thương, EU là thị trường có quy mô lớn nhất về nhu cầu tiêu thụ hàng dệt may với kim ngạch nhập khẩu trị giá hơn 250 tỷ USD/năm, chiếm 34% tổng nhập khẩu hàng dệt may thế giới với nhu cầu hàng may mặc tăng 3%/năm. Như vậy, dư địa tăng trưởng xuất khẩu của dệt may vào thị trường EU còn nhiều.

- **Tiêu thụ:** Theo số liệu của Euratex (Liên đoàn dệt may EU), năm 2018, các hộ gia đình đã chi gần 264 tỷ euro cho để mua sắm quần áo (số liệu tổng hợp từ khối EU-27), tăng 10% so với giai đoạn 10 năm trước. Trung bình, người dân châu Âu chi khoảng 600 EUR mỗi năm để mua quần áo.

- **Sản xuất và xuất khẩu:** Bản thân EU cũng là một nhà cung cấp hàng dệt may quan trọng khác, với giá trị sản phẩm dệt may xuất khẩu từ 28 nước EU lên tới 202 tỷ USD năm 2019. Sản xuất hàng dệt ở EU là một ngành mà các doanh nghiệp có kim ngạch xuất khẩu tăng lên qua từng năm. Các thị trường xuất khẩu hàng dệt may chính của EU trong năm 2018 theo thứ tự là Mỹ, Trung Quốc, Thổ Nhĩ Kỳ, Morocco.

Hình 1.1: Các thị trường xuất khẩu hàng đầu ngành dệt may của Liên minh Châu Âu (EU-28) năm 2018

(Đơn vị: triệu USD)

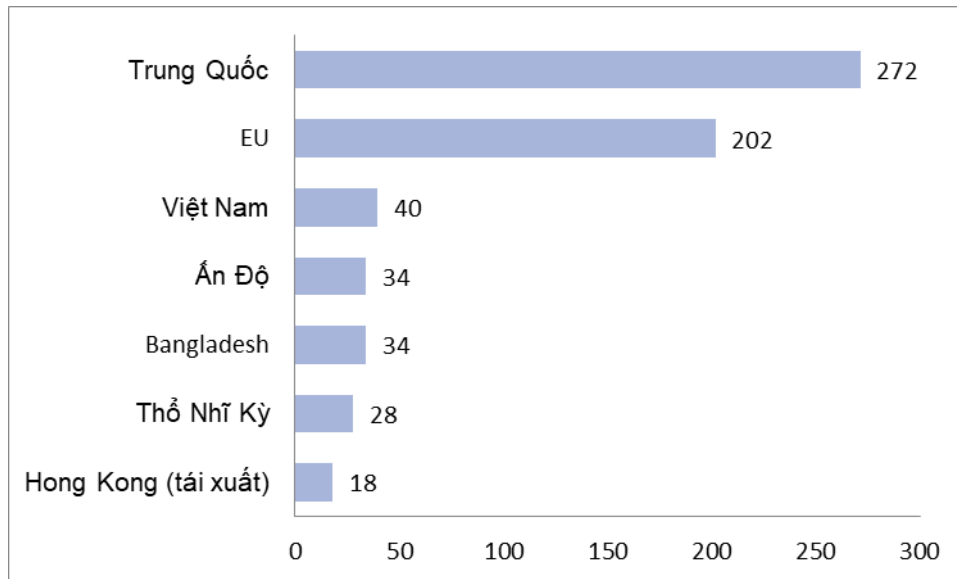


(Nguồn: Statista.com)

Năm 2019, các quốc gia xuất khẩu dệt may lớn nhất thế giới bao gồm: Trung Quốc, EU-28, Việt Nam, Ấn Độ,...

Hình 1.2: Các quốc gia có giá trị xuất khẩu dệt may hàng đầu thế giới năm 2019

(Đơn vị: tỉ USD)

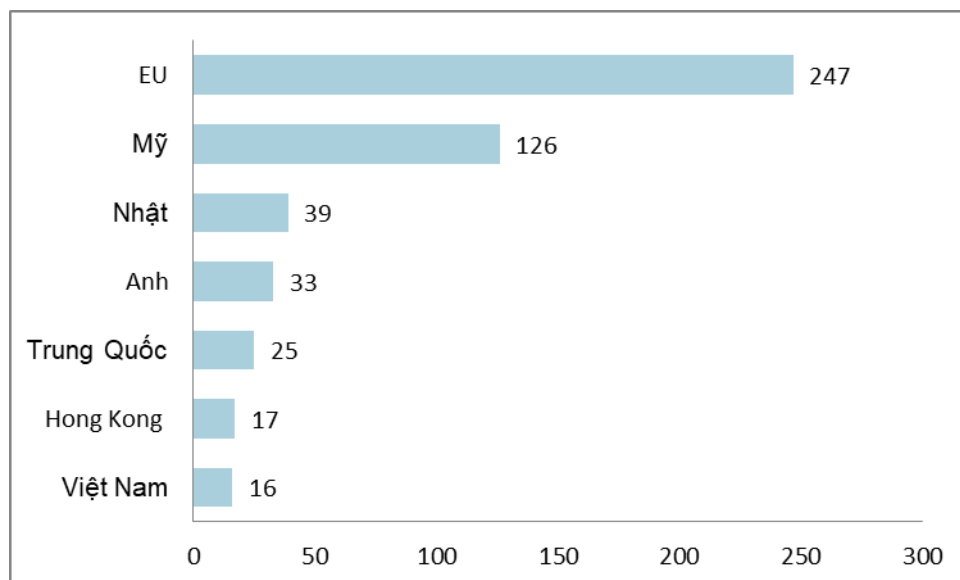


(Nguồn: WTO)

- **Nhập khẩu:** EU là nhà nhập khẩu hàng dệt may lớn nhất thế giới năm 2019, với kim ngạch nhập khẩu dệt may đạt 247 tỷ USD. Trong đó, Trung Quốc và Thổ Nhĩ Kỳ là hai nhà cung cấp hàng dệt may chính cho Liên minh châu Âu (EU).

Hình 1.3: Các quốc gia có giá trị nhập khẩu dệt may hàng đầu thế giới năm 2019

(Đơn vị: tỉ USD)



(Nguồn: WTO)

Từ số liệu phía EU, các nước thành viên EU đã nhập khẩu các sản phẩm quần áo trị giá 166 tỷ euro trong năm 2018. Tuy nhiên, chỉ hơn một nửa trong số đó đến từ các nước không thuộc EU (51%, tương đương 84 tỷ euro). Ngoài ra, 116 tỷ euro quần áo này

cũng đã được các nước thành viên EU xuất khẩu, phần lớn trong số đó được xuất sang các nước thành viên EU khác (77%, tương đương 89 tỷ euro).

Năm 2019, Việt Nam chỉ chiếm 2,4% thị phần của thị trường EU với kim ngạch xuất sang EU đạt 4,26 tỷ USD (tăng 3,9%).

Trong bối cảnh dịch COVID-19 bùng phát, kim ngạch nhập khẩu ngành dệt may của EU 6 tháng cuối năm 2020 dự báo sẽ giảm. Tuy vậy, do thị phần Việt Nam còn thấp, nên thực tế là các doanh nghiệp xuất khẩu vẫn còn cơ hội để tiếp cận thị trường này nhờ tình hình kinh tế tương đối khả quan sau khi kiểm soát dịch bệnh tốt.

Bảng 1.1: Dự báo kim ngạch nhập khẩu 6 tháng cuối năm 2020

(Đv: Triệu USD)

1.2. Nhu cầu từng quốc gia thành viên

	Q3+Q4 2018	Q3+Q4 2019	Ước Q3+Q4 2020	Q3+Q4.2019/ Q3+Q4.2018 (%)	Q3+Q4.2020/ Q3+Q4.2019 (%)
Thế giới	444.039	451.646	382.925	1,71	-15,22
Mỹ	64.190	62.020	55.694	-3,38	-10,2
EU	143.540	142.075	125.651	-1,02	-11,56
Trung Quốc	17.680	15.371	14.018	-13,06	-8,8
Nhật Bản	20.375	20.003	18.083	-1,83	-9,6
Hàn Quốc	8.930	8.754	8.325	-1,97	-4,9
Khác	189.324	203.423	161.154	7,45	-20,78

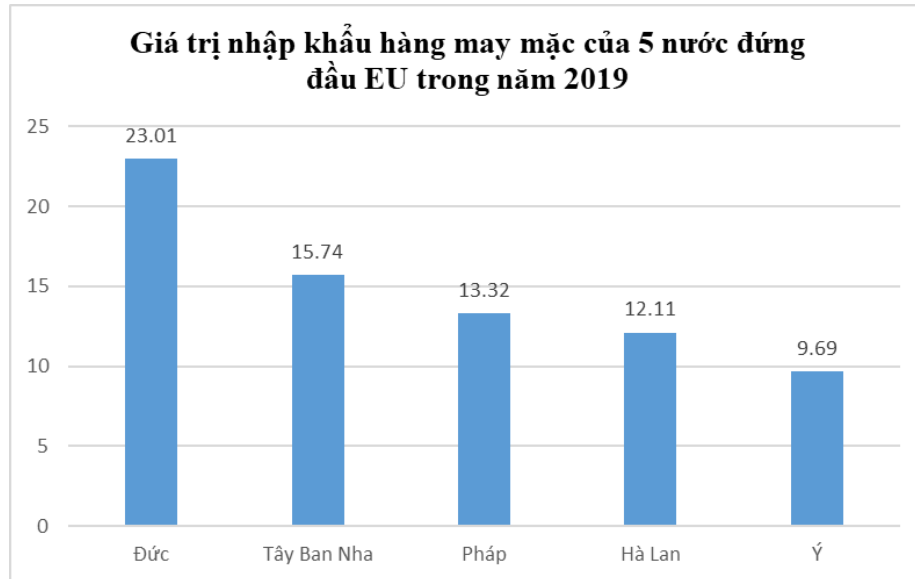
(Nguồn: Trademap)

Năm 2019, Đức nhập khẩu sản phẩm quần áo và may mặc trị giá 23 tỷ euro từ các nước không thuộc EU (chiếm 23% tổng kim ngạch nhập khẩu toàn EU tính theo giá trị). Điều này giúp Đức trở thành nhà nhập khẩu quần áo và hàng may mặc lớn nhất của EU (nhập từ các nước không thuộc EU). Nếu không tính Vương quốc Anh, thì Tây Ban Nha xếp thứ 2, tiếp theo là Pháp, Hà Lan và Ý.

Biểu đồ sau thể hiện rõ giá trị nhập khẩu của 5 nước đứng đầu, xếp theo thứ tự về giá trị, đơn vị là tỷ USD.

Hình 1.4: Giá trị nhập khẩu hàng may mặc của 5 nước đứng đầu EU trong năm 2019

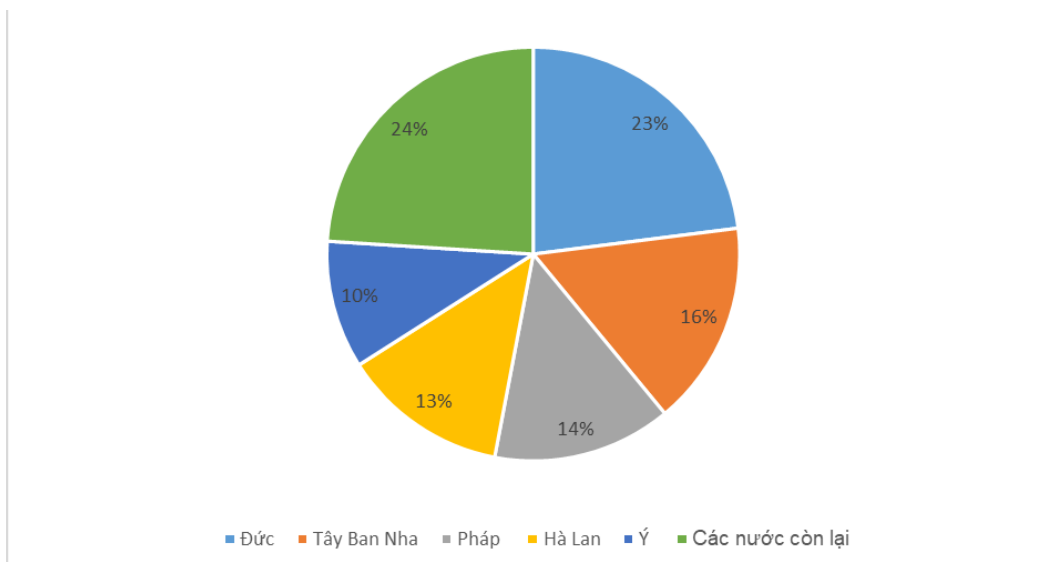
(Đơn vị: tỷ USD)



(Nguồn: EUROPA)

Biểu đồ tiếp theo thể hiện tỷ lệ phần trăm trên tổng kim ngạch nhập khẩu toàn EU tính theo giá trị của 05 nước kể trên, chỉ tính phần kim ngạch nhập khẩu từ các quốc gia ngoài EU:

Hình 1.5: Tỷ lệ kim ngạch nhập khẩu dệt may toàn EU từ các quốc gia ngoài EU tính theo giá trị năm 2019



(Nguồn: EUROSTAT)

1.3. Nhu cầu theo từng mặt hàng

Trong tổng xuất khẩu dệt may của Việt Nam năm 2019, có đến 85% là hàng may mặc (Chương 61 – 63 trong bảng HS). Vì vậy, chuyên đề này cũng sẽ tập trung vào các mặt hàng dệt may thuộc chương 61 đến chương 63.

Bảng sau cung cấp thông tin 10 mặt hàng ngành dệt may EU nhập khẩu nhiều nhất từ thế giới giai đoạn 2017 - 2019.

Bảng 1.2: Giá trị thương mại 10 loại hàng hóa ngành dệt may EU nhập khẩu nhiều nhất từ thế giới giai đoạn 2017 - 2019

Đơn vị: nghìn USD

STT	Mã HS	Sản phẩm	Giá trị EU nhập khẩu		
			2017	2018	2019
1	6204	Bộ comlê, bộ quần áo đồng bộ, áo jacket, áo khoác thể thao, váy dài, váy, chân váy, quần dài, quần yếm có dây đeo, quần ống chèn, và quần soóc (trừ quần áo bơi) dùng cho phụ nữ hoặc trẻ em gái	23,516,277	26,558,867	27,619,806
2	6110	Áo bó, áo chui đầu, áo cài khuy (cardigans), gilê và các mặt hàng tương tự, dệt kim hoặc móc	21,530,326	23,816,906	23,772,266
3	6109	Áo phông, áo may ô và các loại áo lót khác, dệt kim hoặc móc	19,392,134	20,993,681	20,637,181
4	6203	Bộ comlê, bộ quần áo đồng bộ, áo jacket, áo khoác thể thao, quần dài, quần yếm có dây đeo, quần ống chèn và quần soóc (trừ quần áo bơi) dùng cho nam giới hoặc trẻ em trai	19,372,180	20,487,197	20,231,577
5	6104	Bộ comlê, bộ quần áo đồng bộ, áo jacket, áo khoác thể thao, áo váy dài, váy, chân váy, quần dài, quần yếm có dây đeo, quần ống chèn và quần soóc (trừ quần áo bơi), dùng cho phụ nữ hoặc trẻ em gái, dệt kim hoặc móc	12,109,868	13,365,889	13,838,436
6	6202	Áo khoác ngoài, áo choàng mặc khi đi xe (carcoats), áo khoác không tay, áo choàng không tay, áo khoác có mũ (kể cả áo jacket trượt tuyết), áo	9,007,989	10,234,959	10,025,395

		gió, áo jacket chống gió và các loại tương tự, dùng cho phụ nữ hoặc trẻ em gái, trừ loại thuộc nhóm 62.04			
7	6201	Áo khoác ngoài, áo choàng mặc khi đi xe (carcoats), áo khoác không tay, áo choàng không tay, áo khoác có mũ trùm (kể cả áo jacket trượt tuyết), áo gió, áo jacket chống gió và các loại tương tự, dùng cho nam giới hoặc trẻ em trai, trừ các loại thuộc nhóm 62.03	6,296,866	7,257,035	7,428,360
8	6206	Áo choàng, áo sơ mi và áo choàng sơ mi phồng kiểu nam dùng cho phụ nữ hoặc trẻ em gái	7,298,118	7,555,788	6,771,478
9	6115	Quần tất, quần áo nịt, bít tất dài (trên đầu gối), bít tất ngắn và các loại hàng bít tất dệt kim khác, kể cả nịt chân (ví dụ, dùng cho người giãn tĩnh mạch) và giày dép không đế, dệt kim hoặc móc	5,574,625	5,747,446	5,765,139
10	6205	Áo sơ mi nam giới hoặc trẻ em trai	5,256,248	5,450,641	5,291,299

Áo choàng và áo khoác mặc ngoài không có dệt kim hoặc móc

Nhóm sản phẩm này bao gồm các mặt hàng thuộc mã HS 6201, 6202. Cụ thể, bao gồm: áo khoác ngoài, áo choàng mặc khi đi xe (carcoats), áo khoác không tay, áo choàng không tay, áo khoác có mũ (kể cả áo jacket trượt tuyết), áo gió, áo jacket chống gió và các loại tương tự, dùng cho cả người lớn và trẻ em, cả nam và nữ. Đây là nhóm sản phẩm mà EU có nhu cầu nhập khẩu lớn từ Việt Nam.

Trung Quốc và Ý là những nước xuất khẩu nhóm sản phẩm này vào EU lớn nhất. Tổng giá trị xuất khẩu của Trung Quốc sang EU ở nhóm hàng này năm 2019 là 6,264,502 nghìn USD, hơn gần 6 lần giá trị xuất khẩu của Việt Nam. Cũng như Việt Nam, xu hướng xuất khẩu của các nước này đều tăng trong giai đoạn 2015-2018 nhưng tới 2019 bị sụt giảm nhẹ.

Bảng 1.3: Nhập khẩu nhóm hàng mã HS 6201, 6202 vào EU từ các nguồn cung giai đoạn 2015 - 2019

(Đơn vị: nghìn USD)

Nguồn cung	2015	2016	2017	2018	2019
Trung Quốc	6,306,947	6,332,088	6,563,360	6,926,375	6,264,502
Ý	826,917	935,284	1,052,899	1,166,389	1,320,728
Bangladesh	441,131	560,976	737,082	971,276	1,029,821

Việt Nam	825,155	823,360	908,189	1,072,929	1,022,986
----------	---------	---------	---------	-----------	-----------

(Nguồn: Trademap)

Bộ com-lê, bộ quần áo đồng bộ

Nhóm sản phẩm này bao gồm các mặt hàng thuộc mã HS 6203, 6204. Cụ thể, bao gồm: Bộ com-lê, bộ quần áo đồng bộ, áo jacket, áo blazer, quần dài, quần yếm có dây đeo, quần ống chèn và quần soóc (trừ quần áo bơi), dùng cho nam giới hoặc trẻ em trai; Bộ com-lê, bộ quần áo đồng bộ, áo jacket, áo blazer, váy liền thân, chân váy (skirt), chân váy dạng quần, quần dài, quần yếm có dây đeo, quần ống chèn và quần soóc (trừ quần áo bơi), dùng cho phụ nữ hoặc trẻ em gái, dệt kim hoặc móc.

Trung Quốc, Bangladesh, Thổ Nhĩ Kỳ và Đức là những nước xuất khẩu nhóm sản phẩm này vào EU lớn nhất.

Bảng sau thể hiện giá trị nhập khẩu nhóm sản phẩm này vào EU từ các nguồn cung giai đoạn 2015-2019.

Bảng 1.4: Nhập khẩu nhóm hàng mã HS 6203, 6204 vào EU từ các nguồn cung giai đoạn 2015 - 2019

(Đơn vị: nghìn USD)

Nguồn cung	2015	2016	2017	2018	2019
Trung Quốc	7,759,669	7,114,807	7,038,105	7,397,681	7,406,970
Bangladesh	4,970,451	5,647,587	5,927,438	6,621,526	6,914,097
Thổ Nhĩ Kỳ	3,528,291	3,709,292	3,921,059	4,254,623	4,322,547

(Nguồn: Trademap)

Giá trị nhập khẩu của Việt Nam vào EU ở nhóm sản phẩm này còn khiêm tốn, mức độ cạnh tranh cũng khá cao khi các quốc gia khác cũng có lợi thế, hơn nữa, xu hướng xuất khẩu ngày càng tăng.

2. THỰC TRẠNG NGÀNH DỆT MAY VIỆT NAM

2.1. Thực trạng sản xuất và xuất khẩu

2.1.1. Thực trạng sản xuất

Năm 2019, nhìn vào kết quả cụ thể của khâu sản xuất trong ngành dệt may, Việt Nam đạt thắng dư thương mại đối với hàng may mặc nhưng lại thâm hụt lớn đối với vải. Nguyên nhân chủ yếu là do sợi sản xuất ra không sản xuất trong nước để dệt vải mà chủ yếu xuất khẩu, trong khi đó vải trong nước chỉ đáp ứng chưa đến 50% nhu cầu của ngành khiến mỗi năm Việt Nam phải nhập khẩu trên 10 tỷ USD vải các loại.

Theo Hiệp hội Dệt may Việt Nam, năm 2019, các doanh nghiệp sản xuất được trên 2,5 triệu tấn sợi, trong đó xuất khẩu trên 1,5 triệu tấn với trị giá xuất khẩu khoảng trên 4 tỷ USD; sản lượng vải cũng tăng 6 lần và xuất khẩu được 2,1 tỷ USD vào năm 2019. Song, các sản phẩm hỗ trợ cho dệt may chưa đáp ứng được đầy đủ nhu cầu.

Hiện nay, Việt Nam chưa sản xuất được vải đủ để tự chủ cho ngành dệt may cũng như nguyên phụ liệu đáp ứng yêu cầu về chất lượng, đa dạng hóa về mặt hàng. Cùng với đó,

dệt may Việt Nam chưa tham gia sâu vào chuỗi cung ứng toàn cầu, các doanh nghiệp gia công chủ yếu làm theo chỉ định của khách hàng về nguyên phụ liệu. Nếu không giải quyết được vấn đề này Việt Nam sẽ không đáp ứng được các yêu cầu về xuất xứ của các Hiệp định như CPTPP, EVFTA, và khó có thể hưởng ưu đãi từ các Hiệp định này.

Bảng 2.1: Hiện trạng sản xuất ngành dệt may Việt Nam (tính tới 31/12/2018)

Sản phẩm	Sợi Filament (tấn)	Sản xuất sợi (Tấn)	Sản xuất vải (Tỷ mét)	Quần áo (tỷ USD)
Sản xuất trong nước	210,000	1,800,000	3.50	36.00
Nhập khẩu	480,000	200,000	6.50	1.00
Xuất khẩu	180,000	1,250,000	0.30	30.50
Nhu cầu trong nước	510,000	750,000	9.70	

(Nguồn: VCOSA)

2.1.2. Thực trạng xuất khẩu

Năm 2019, dệt may Việt Nam tiếp tục xuất siêu ấn tượng, tổng kim ngạch xuất khẩu dệt may dự kiến đạt 38,8 tỷ USD, tăng trưởng khoảng 7,3% so với năm 2018.

Riêng hàng dệt may, kim ngạch xuất khẩu dệt may của Việt Nam với thế giới năm 2019 là 32,85 tỉ USD. Thị phần dệt may Việt Nam trên thế giới chiếm 6,25%. Việt Nam là một trong 5 nước xuất khẩu dệt may lớn nhất thế giới chỉ sau Trung Quốc, Bangladesh (theo số liệu năm 2019).

Hàng may mặc Việt Nam được xuất đi 100 quốc gia trên thế giới trong đó, thị trường Mỹ, Nhật Bản, EU và Hàn quốc lần lượt chiếm 49%, 16%, 14% và 12%.

Bảng 2.2: Dệt may Việt Nam - So sánh giữa năm 2000 và năm 2018

STT	Hạng mục	Đơn vị tính	Năm		Ghi chú
			2000	2018	
1	Quy mô ngành	Tỷ USD	2.00	26.00	Tăng 13 lần
2	Doanh thu	Tỷ USD	2.00	42.00	Tăng 21 lần
3	Xuất khẩu	Tỷ USD	1.85	36.5	Tăng 20 lần; bình quân 15%/ năm
4	Lao động	Triệu người	0.20	3.6	Tăng 18 lần
6	Tổng FDI	Tỷ USD	0.00	18.00	Đầu tư nước ngoài
7	Tỷ trọng của FDI	%	0.00	70.00	

(Nguồn: VCOSA)

Năm 2020, do tác động của Covid-19, ngành dệt may Việt Nam dự kiến sụt giảm 5 tỷ USD giá trị xuất khẩu so với năm 2019. Cụ thể hơn, 11 tháng của năm 2020, xuất khẩu dệt may, xơ sợi, vải, nguyên phụ liệu đã chứng kiến mức giảm mạnh, chỉ đạt kim ngạch 31 tỷ USD, sụt giảm 13% so với cùng kỳ năm ngoái. Nhìn chung, xuất khẩu toàn ngành dệt may năm nay dự kiến chỉ đạt 33,5 - 34 tỷ USD, giảm khoảng 14-15% so với năm 2019 do các chuỗi cung ứng đứt gãy, cầu hàng hóa sụt giảm.

Dù xuất khẩu sụt giảm, nhưng điểm tích cực được các doanh nghiệp đề cập là so với nhiều quốc gia xuất khẩu lớn như Ấn Độ, Bangladesh, mức giảm của Việt Nam thấp hơn nhiều, đặc biệt trong bối cảnh tổng cầu dệt may thế giới giảm 25%.

**Bảng 2.3: Dự báo kim ngạch xuất khẩu Dệt may của Việt Nam
theo thị trường 2018- 2020**

(Đơn: Triệu USD)

	2018	2019	2020	19/18 (%)	20/19 (%)
Thế giới	36,375	39,026	32,755	7.29	-16.07
Mỹ	14,006	15,146	12,889	8.14	-14.9
EU	5,869	6,189	5,149	5.45	-16.8
Trung Quốc	4,059	4,228	3,344	4.16	-20.9
Nhật Bản	4,031	4,197	4,042	4.12	-3.7
Hàn Quốc	3,825	3,835	3,455	0.26	-9.9
Khác	4,585	5,431	3,875	18.45	-28.7

(Nguồn: VCOSA)

Trong năm 2020, với tác động từ COVID-19, tình trạng hủy đơn hàng, giãn đơn hàng trong ngành Dệt May Việt Nam, nhất là đối với ngành may mặc, rất nghiêm trọng. Tại đỉnh dịch, nhiều doanh nghiệp đã chứng kiến ngay mức doanh thu giảm 20% trong quý I/2020. Do đó, nhiều doanh nghiệp còn chuyển sang sản xuất khẩu trang với hy vọng sẽ duy trì được việc làm cho công nhân. Tuy nhiên, khi thị trường trong nước đã bão hòa, khẩu trang chỉ là giải pháp tạm thời, không đảm bảo được cho các doanh nghiệp may sống sót được hết năm 2020.

2.1.3. Thuận lợi và khó khăn

Hiện tại, nhóm sản phẩm dệt may được EU cam kết loại bỏ thuế ngay lại là các sản phẩm mà Việt Nam ít gia công (sản phẩm may mặc) hoặc ít xuất khẩu vào EU (ví dụ nguyên liệu dệt may). Do vậy, Việt Nam sẽ ít được hưởng lợi từ nhóm cam kết này. Ngành dệt may Việt Nam đã gắn vào chuỗi giá trị toàn cầu ngay từ khi các FDI tới mở nhà máy. Tuy vậy, mỗi gắn kết vào các chuỗi giá trị toàn cầu vẫn lỏng lẻo, dễ bị tổn thương hoặc hiệu quả thấp. Một trong những nguyên nhân chính là vì ngành sản xuất

dệt may Việt Nam phụ thuộc rất lớn (gần như hoàn toàn) vào bông nhập khẩu với phương thức mua bán thuần túy là thương mại, không gắn gì với chuỗi giá trị.

Trong Quý 1 năm 2020, dịch bệnh Covid-19 ảnh hưởng tiêu cực tới kinh tế thế giới nói chung và ngành dệt may thế giới nói riêng. Ngành Dệt May Việt Nam không phải ngoại lệ. Tình hình huỷ, dừng, tạm ngừng đơn hàng đang lan rộng khi người tiêu dùng tại Mỹ, EU thắt chặt chi tiêu bởi dịch bệnh. Ngoài ra, ngành dệt may còn bị ảnh hưởng gián tiếp từ chiến tranh Thương mại Mỹ-Trung nên sự phục hồi sẽ lâu hơn.

Tuy nhiên, hiện tại, ngành dệt may đã vượt qua được giai đoạn đầy khó khăn khi cộng đồng doanh nghiệp dệt may đã chuyển biến phương pháp trong kinh doanh, đặc biệt là phương pháp đàm phán, cũng như giải pháp thích ứng với thương mại toàn cầu. Dù vậy, tình hình đại dịch COVID-19 vẫn diễn biến phức tạp, tác động tiêu cực của đại dịch còn có thể kéo dài trong 1 - 2 năm tới, xuất khẩu hàng dệt may nhiều khả năng vẫn tiếp tục gặp khó khăn năm 2021.

Hình 2.2: Dự báo GDP toàn cầu và một số quốc gia chính 2020&2021

(real GDP, annual percent change)	PROJECTIONS		
	2019	2020	2021
World Output	2.9	-4.9	5.4
Advanced Economies	1.7	-8.0	4.8
United States	2.3	-8.0	4.5
Euro Area	1.3	-10.2	6.0
Germany	0.6	-7.8	5.4
France	1.5	-12.5	7.3
Italy	0.3	-12.8	6.3
Spain	2.0	-12.8	6.3
Japan	0.7	-5.8	2.4
United Kingdom	1.4	-10.2	6.3
Canada	1.7	-8.4	4.9
Other Advanced Economies	1.7	-4.8	4.2
Emerging Markets and Developing Economies	3.7	-3.0	5.9
Emerging and Developing Asia	5.5	-0.8	7.4
China	6.1	1.0	8.2
India	4.2	-4.5	6.0
ASEAN-5	4.9	-2.0	6.2
Emerging and Developing Europe	2.1	-5.8	4.3
Russia	1.3	-6.6	4.1
Latin America and the Caribbean	0.1	-9.4	3.7
Brazil	1.1	-9.1	3.6
Mexico	-0.3	-10.5	3.3
Middle East and Central Asia	1.0	-4.7	3.3
Saudi Arabia	0.3	-6.8	3.1
Sub-Saharan Africa	3.1	-3.2	3.4
Nigeria	2.2	-5.4	2.6
South Africa	0.2	-8.0	3.5
Low-Income Developing Countries	5.2	-1.0	5.2

(Nguồn: IMF, *World Economic Outlook Update*, T6/2020)

Với các kịch bản kết thúc dịch bệnh và phục hồi khác nhau của kinh tế thế giới thì chắc chắn ngành Dệt May Việt Nam sẽ có 1 năm suy giảm kim ngạch xuất khẩu, trong đó kịch bản cao là chúng ta đạt khoảng 35 tỷ USD giảm 10% so với năm trước, và kịch bản hiện thực là khoảng 33.5 tỷ USD, kịch bản thấp chỉ đạt 30-31 tỷ USD.

Mặc dù hiệp định EVFTA có hiệu lực và một số sản phẩm giảm thuế về 0% ngay, nhưng khả năng tận dụng ưu đãi từ EVFTA trên thực tế là phụ thuộc khả năng chuyển đổi nguồn nguyên vật liệu từ Trung Quốc sang nội địa hoặc Hàn Quốc, Nhật. Tiềm năng hưởng lợi lớn nhất là các doanh nghiệp may mặc vốn đã xuất khẩu nhiều vào EU và/hoặc tự xây dựng được chuỗi cung ứng nguyên vật liệu tốt.

Năm 2021 sẽ tiếp tục là năm đặc biệt khó khăn của ngành dệt may khi thị trường còn biến động phức tạp, cầu xuống thấp. Hiện rất khó dự báo tình hình thị trường cho năm tới, nhưng bình diện chung là khó khăn vẫn bao trùm bởi làn sóng dịch bệnh mùa cuối

năm tại Mỹ và nhiều quốc gia châu Âu rất nghiêm trọng. Do dịch bệnh, các doanh nghiệp hiện đang thực hiện chiến lược chuyển trọng tâm vào các đơn hàng giá thấp cho nửa đầu năm 2021. Vì thế, dù EVFTA đã đi vào thực thi nhưng cơ hội gia tăng xuất khẩu sang khu vực EU trong năm tới cũng chưa thực sự được tận dụng nhiều. Trong thời gian tới, các doanh nghiệp dệt may phải đầu tư phát triển các dự án nguyên phụ liệu, tăng tỷ lệ giá trị gia tăng, chủ động hơn nữa trong chuỗi cung ứng, tận dụng tốt các FTA như EVFTA, CPTPP và tới đây là RCEP.

2.2. Tình hình chung về thương mại ngành dệt may Việt Nam - EU

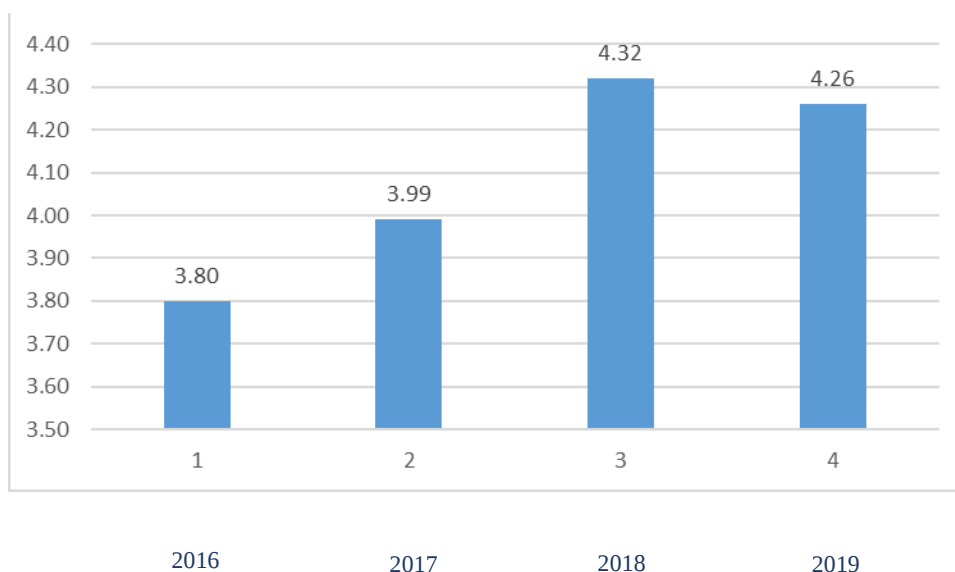
2.2.1. Tình hình chung

Năm 2019, hàng dệt may Việt Nam xuất khẩu 4,26 tỷ USD sang EU. Đây là thị trường lớn thứ 2 của ngành, với mức tăng trưởng 7 - 10%/năm. Tuy nhiên, ngành dệt may Việt Nam mới chỉ chiếm thị phần rất nhỏ (hơn 2%) trong tổng mức chi nhập khẩu hàng dệt may của EU (khoảng 250 tỷ USD mỗi năm). Do đó, có thể dự đoán, thậm chí ngay cả khi đại dịch COVID-19 lan rộng thì vẫn còn rất nhiều dư địa để tăng kim ngạch xuất khẩu.

Riêng với thị trường EU, giá trị xuất khẩu hàng dệt may từ Việt Nam sang Liên minh Châu Âu giai đoạn 2016 - 2019 có xu hướng tăng.

Hình 2.3: Giá trị xuất khẩu hàng dệt may từ Việt Nam sang Liên minh Châu Âu từ năm 2016 đến năm 2019

(Đơn vị: tỷ USD)



(Nguồn: Bộ Công Thương)

Năm 2019, ngành dệt may Việt Nam xuất khẩu 38,8 tỷ USD nhưng phải chi cho nhập khẩu vải 13,5 tỷ USD. Hơn nữa, 80% vải nguyên liệu để sản xuất hàng dệt may xuất khẩu là được nhập khẩu. Nói cách khác, Việt Nam chưa chủ động được nguồn nguyên liệu tại chỗ.

Về nhập khẩu dệt may, trên thực tế, Việt Nam ít nhập khẩu các sản phẩm dệt may từ EU (trừ một số dòng sản phẩm cao cấp), vì vậy cơ bản các cam kết loại bỏ thuế đối với sản phẩm này sẽ ít tác động tới cạnh tranh của doanh nghiệp trên ở nội địa. Tuy vậy, doanh nghiệp Việt Nam vẫn có cơ hội nhập khẩu các nguyên liệu dệt may (đặc biệt là các chất liệu mới mà EU có thể có thế mạnh). Việc sử dụng nguyên phụ liệu dệt may của EU sẽ góp phần tăng hàm lượng giá trị nội địa của các sản phẩm dệt may mà Việt Nam sản xuất để xuất khẩu sang EU. Từ đó, khả năng được hưởng thuế nhập khẩu ưu đãi khi vào thị trường EU cũng cao hơn.

Quan hệ thương mại giữa Việt Nam - EU đã phát triển nhanh chóng và hiệu quả. Trong giai đoạn từ 2000 - 2019, kim ngạch thương mại giữa hai bên tăng hơn 13,7 lần, từ 4,1 tỷ USD lên 56,45 tỷ USD. Trong đó, xuất khẩu của Việt Nam vào EU tăng 14,8 lần (từ 2,8 tỷ USD lên 41,54 tỷ USD) và nhập khẩu vào Việt Nam từ EU tăng hơn 11,4 lần (từ 1,3 tỷ USD lên 14,90 tỷ USD).

Bên cạnh nhiều thuận lợi, EVFTA cũng đặt ra những thách thức không nhỏ. Đó là sức ép cạnh tranh cho nền kinh tế và các doanh nghiệp, thách thức về năng lực thực thi do lộ trình thực thi các cam kết mở cửa thị trường ngấn, các quy tắc, thủ tục chặt chẽ liên quan các lĩnh vực “thế hệ mới” như sở hữu trí tuệ, mua sắm chính phủ, phát triển bền vững, lao động... hơn nữa, cần phải hạn chế được các tranh chấp kinh tế - thương mại với các đối tác.

2.2.2. Tình hình các mặt hàng chủ lực

Bảng sau cung cấp thông tin 10 mặt hàng có giá trị xuất khẩu sang EU cao nhất giai đoạn 2017-2019.

Bảng 2.4: Giá trị thương mại hàng hóa ngành dệt may giữa Việt Nam - EU

Đơn vị: nghìn USD

STT	Mã HS	Sản phẩm	Giá trị EU nhập khẩu từ VN		
			2017	2018	2019
1	6204	Bộ com-lê, bộ quần áo đồng bộ, áo jacket, áo blazer, váy liền thân (1), chân váy (skirt), chân váy dạng quần, quần yếm có dây đeo, quần ống chèn và quần soóc (trừ quần áo bơi) dùng cho phụ nữ hoặc trẻ em gái	613,271	660,605	699,439
2	6203	Bộ com-lê, bộ quần áo đồng bộ, áo jacket, áo blazer, quần dài, quần yếm có dây đeo, quần ống chèn và quần soóc (trừ quần áo bơi), dùng cho nam giới hoặc trẻ em trai	583,064	620,989	641,201
3	6202	Áo khoác ngoài, áo choàng mặc khi đi xe (carcoats), áo khoác không tay, áo choàng không tay, áo khoác có mũ (kể cả áo jacket trượt tuyết), áo gió, áo jacket chống gió và các loại tương tự, dùng cho phụ nữ hoặc trẻ em gái	508,140	601,940	543,360
4	6201	Áo khoác ngoài, áo choàng mặc khi đi xe (carcoats), áo khoác không tay, áo choàng không tay, áo khoác có mũ trùm (kể cả áo jacket trượt tuyết), áo gió, áo jacket chống gió và các loại tương tự, dùng cho nam giới hoặc trẻ em trai	399,189	469,884	479,626
5	6210	Quần áo may từ các loại vải thuộc nhóm 56.02, 56.03, 59.03, 59.06 hoặc 59.07	323,008	349,998	356,910
6	6104	Bộ com-lê, bộ quần áo đồng bộ, áo jacket, áo blazer, váy liền thân (1), chân váy (skirt), chân váy dạng quần, quần dài, quần yếm có dây đeo, quần ống chèn và quần soóc (trừ quần áo bơi), dùng cho phụ nữ hoặc trẻ em gái, dệt kim hoặc móc	300,102	328,848	366,809
7	6109	Áo phông, áo ba lỗ (singlet) và các loại áo lót khác, dệt kim hoặc móc	269,315	361,533	381,092
8	6110	Áo bó, áo chui đầu, áo cardigan, gi-lê và các mặt hàng tương tự, dệt kim	248,459	307,911	396,328

		hoặc móc			
9	6205	Áo sơ mi nam giới hoặc trẻ em trai	214,039	206,463	214,698
10	6212	Bộ quần áo thể thao, bộ quần áo trượt tuyết và bộ quần áo bơi, dệt kim hoặc móc	191,698	251,652	253,504

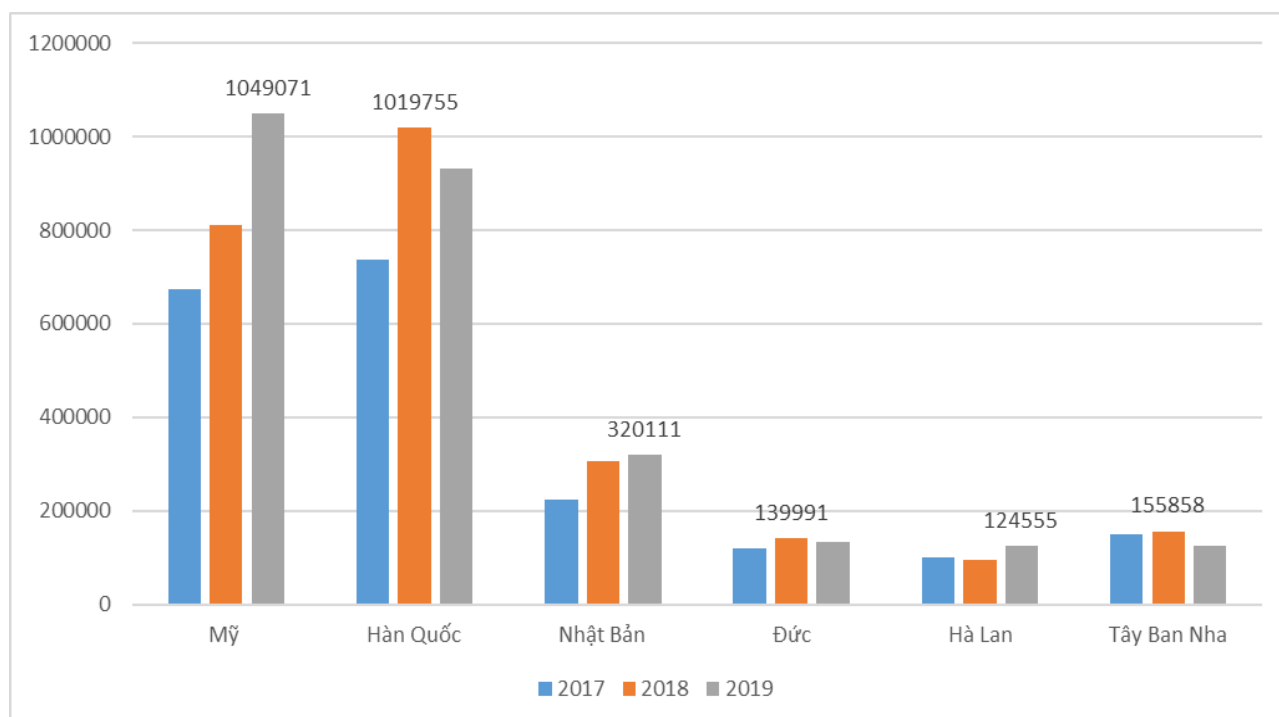
(Nguồn: Trademap)

Áo choàng và áo khoác mặc ngoài không có dệt kim hoặc móc

EU là thị trường lớn nhập khẩu nhóm sản phẩm này từ Việt Nam. Tuy nhiên, nếu tính theo từng quốc gia, thì các nước trong EU không phải là những thị trường nhập khẩu nhiều nhất. Ba quốc gia nhập khẩu nhiều nhất là Mỹ, Nhật Bản, Hàn Quốc. Còn trong khối EU, các nước nhập khẩu nhiều gồm Tây Ban Nha, Đức, Hà Lan.

Hình 2.4: Nhập khẩu nhóm sản phẩm HS 6201, 6202 từ Việt Nam của một số nước giai đoạn 2017-2019

(Đơn vị: nghìn USD)

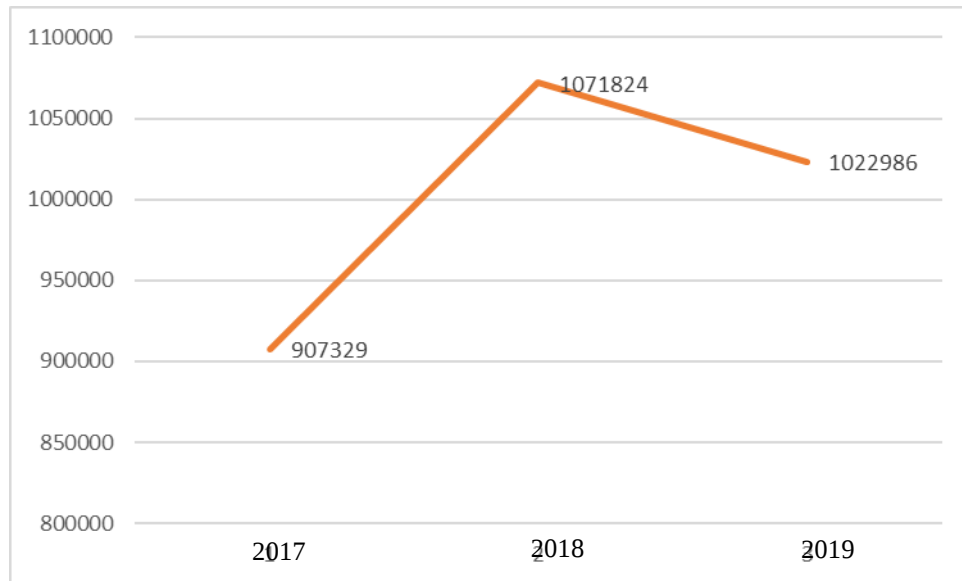


(Nguồn: Trademap)

Dưới đây là biểu đồ thể hiện xu hướng EU nhập khẩu nhóm sản phẩm này từ Việt Nam giai đoạn 2017 - 2019. Theo đó, EU có nhu cầu nhập khẩu tăng mạnh từ 2017-2018, nhưng có xu hướng giảm nhẹ trong năm 2019. Dự đoán, với tình hình diễn biến khó lường của dịch COVID-19, mức nhập khẩu năm 2020 có thể sẽ tiếp tục giảm khi kinh tế có chiều hướng giảm, thu nhập người dân bị ảnh hưởng buộc phải tiết kiệm các khoản tiêu dùng không thiết yếu.

Hình 2.5: Xu hướng nhập khẩu của EU giai đoạn 2017-2019

(Đơn vị: nghìn USD)



(Nguồn: Trademap)

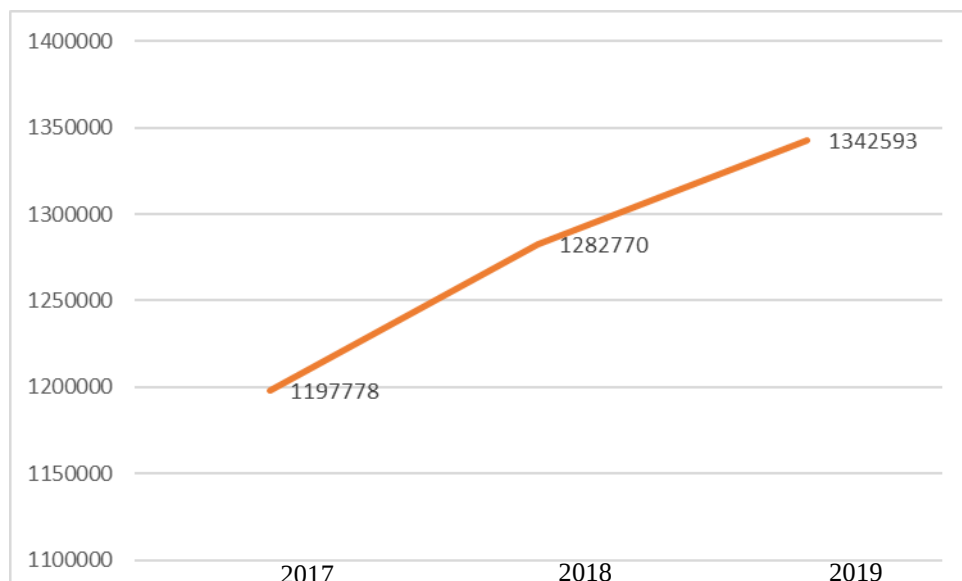
Bộ com-lê, bộ quần áo đồng bộ

Trong khoảng thời gian từ 2015-2019, các quốc gia thị trường EU nhập khẩu nhóm sản phẩm mã HS 6203, 6204 từ Việt Nam đứng trong top 10. Trong đó, ba thị trường nhập khẩu nhóm hàng này lớn nhất từ Việt Nam thuộc khu vực EU là Anh, Đức, Hà Lan. Còn các thị trường nhập khẩu lớn nhất nhóm hàng này từ Việt Nam vẫn là Mỹ, Nhật Bản, Hàn Quốc.

Dưới đây là biểu đồ thể hiện xu hướng EU nhập khẩu nhóm sản phẩm này từ Việt Nam giai đoạn 2017 - 2019.

Hình 2.6: Xu hướng nhập khẩu của EU giai đoạn 2017-2019

(Đơn vị: nghìn USD)

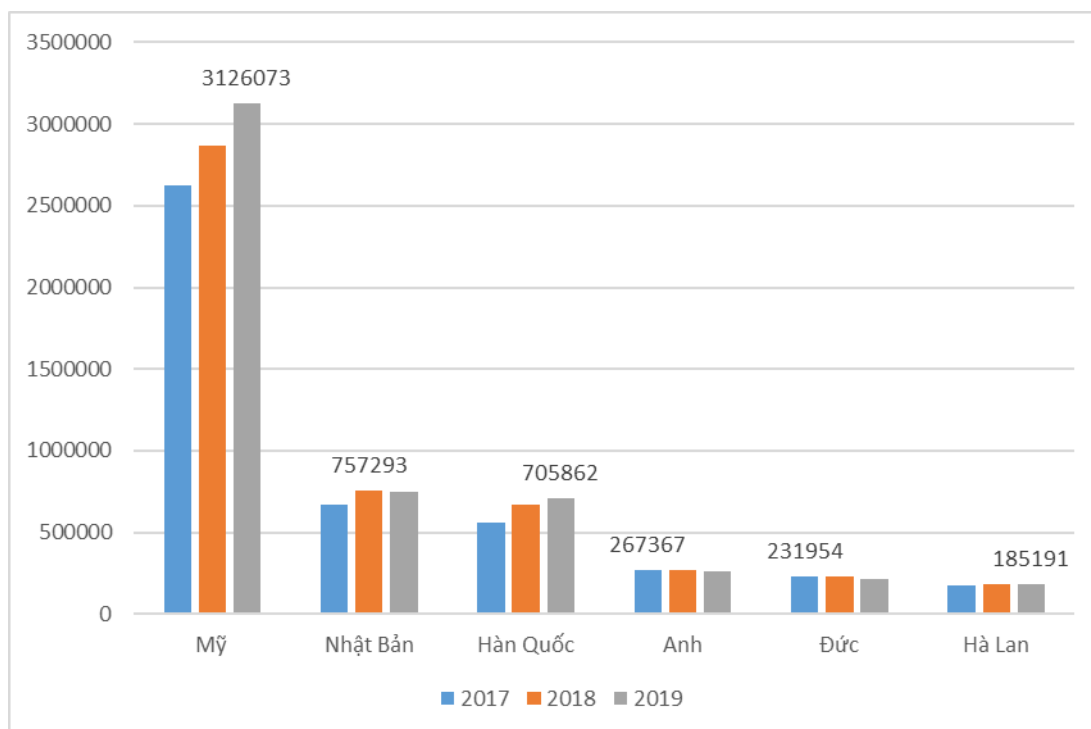


(Nguồn: Trademap)

Mặc dù giá trị xuất khẩu nhóm hàng này vẫn tăng, nhưng rõ ràng, Việt Nam không phải là nguồn cung lớn nhất. Giá trị xuất khẩu của Việt Nam kém khá xa so với nhóm 04 quốc gia nguồn cung dẫn đầu gồm Trung Quốc, Bangladesh, Thổ Nhĩ Kỳ và Đức.

Hình 2.7: Nhập khẩu nhóm sản phẩm HS 6203, 6204 từ Việt Nam của một số nước EU giai đoạn 2017-2019

(Đơn vị: nghìn USD)



(Nguồn: Trademap)

3. TẬN DỤNG ƯU ĐÃI TỪ EVFTA

3.1. Ưu đãi thuế quan

3.1.1. Ưu đãi thuế quan chung

Trước khi có EVFTA, Việt Nam đang được tiếp cận ưu đãi thị trường EU theo chương trình Ưu đãi Thuế quan Phổ cập (GSP). GSP là cơ chế ưu đãi đơn phương dành cho các nước đang phát triển và chậm phát triển trong quan hệ thương mại với các nền kinh tế lớn. Trong những năm qua, EU đã dành cơ chế này cho hàng hóa xuất khẩu của Việt Nam. Các doanh nghiệp Việt Nam cũng đã tận dụng tốt cơ chế này để mở rộng thị trường tại EU.

Tuy nhiên, sau khi EVFTA có hiệu lực, thuế quan ưu đãi của một số mặt hàng trong EVFTA quay trở về mức thuế Tối huệ quốc (MFN) và sau đó mới giảm dần theo lộ trình. Vì vậy, trong thời gian đầu khi EVFTA có hiệu lực, một số mặt hàng sẽ có mức thuế quan theo EVFTA cao hơn mức thuế quan theo GSP, gây bất lợi cho doanh nghiệp

xuất khẩu Việt Nam vốn đang được hưởng lợi từ GSP. Vì vậy, EU cho phép Việt Nam có 7 năm để thực hiện chuyển đổi từ GSP sang EVFTA, cụ thể như sau:

- Trong 2 năm 5 tháng đầu tiên (từ 01/8/2020 – 31/12/2022)¹, doanh nghiệp có thể lựa chọn áp dụng thuế quan theo GSP hoặc theo EVFTA miễn là có lợi cho họ nhất, và tuân theo quy tắc xuất xứ để được hưởng ưu đãi theo yêu cầu của cơ chế thuế đó.
- Trong khoảng thời gian còn lại của lộ trình 7 năm, doanh nghiệp vẫn tiếp tục được lựa chọn áp dụng thuế quan theo GSP hoặc theo EVFTA, nhưng cho dù lựa chọn cơ chế nào, doanh nghiệp đều phải tuân theo quy tắc xuất xứ trong EVFTA.
- Sau 7 năm, doanh nghiệp chỉ có thể được hưởng thuế ưu đãi theo EVFTA và áp dụng quy tắc xuất xứ của EVFTA.

Lưu ý: Biểu thuế GSP trong suốt 7 năm trên sẽ không thay đổi (bất kỳ thay đổi thuế GSP do EU ban hành sau thời điểm này đều không áp dụng đối với Việt Nam), bằng với biểu thuế GSP trước ngày 1/8/2020 (ngày EVFTA có hiệu lực).

3.1.2. Ưu đãi thuế quan đối với dệt may

EVFTA cam kết dành ưu đãi thuế nhập khẩu cho mặt hàng dệt may của Việt nam như sau:

- Khoảng 42.5% số dòng thuế nhập khẩu, có thuế suất cơ sở từ 8-12% sẽ giảm về 0% ngay khi Hiệp định có hiệu lực. Các mặt hàng này chủ yếu là nguyên phụ liệu dệt may (Chương 50-59), các mặt hàng dệt kim và móc (Chương 60) và một số ít thuộc nhóm sản phẩm may mặc (Chương 61- 63).
- Số sản phẩm còn lại sẽ loại bỏ thuế nhập khẩu dần từ mức thuế MFN trung bình là 12% hiện nay xuống 0% theo lộ trình từ 3 đến 7 năm. Phần lớn là các sản phẩm may mặc và sản phẩm tương tự (Chương 61- 63).

¹ Điều 5(2)(b) Quy định về GSP (Quy định (EU) số 878/2012)

Bảng 3.1- Biểu thuế ưu đãi theo EVFTA, GSP đối với một số mặt hàng dệt may xuất khẩu chính của Việt Nam sang EU từ năm 2017- 2019

(Đơn vị tính %)

Mã HS	Mặt hàng	MFN %	GSP %	EVFTA %							
				Năm 1	Năm 2	Năm 3	Năm 4	Năm 5	Năm 6	Năm 7	Năm 8
6204	Bộ com-lê, bộ quần áo đồng bộ, áo jacket, áo blazer, váy liền thân (1), chân váy (skirt), chân váy dạng quần, quần yếm có dây đeo, quần ống chèn và quần soóc (trừ quần áo bơi) dùng cho phụ nữ hoặc trẻ em gái	12	9,6	0							
	Ngoại trừ: 6204 13 Bộ com lê từ sợi tổng hợp			10	8	6	4	2	0		
	6204 32/33 Áo jacket và áo blazer từ bông/ sợi tổng hợp			10	8	6	4	2	0		
	6204 39 Áo jacket và áo blazer từ các vật liệu dệt khác			9	6	3	0				
6203	Bộ com-lê, bộ quần áo đồng bộ, áo jacket, áo blazer, quần dài, quần yếm có dây đeo, quần ống chèn và quần soóc (trừ quần áo bơi), dùng cho nam giới hoặc trẻ em trai	12	9,6	10	8	6	4	2	0		
	Ngoại trừ: 6203 19 Bộ com- lê từ bông/ sợi tái tạo/ các vật liệu dệt khác	12	9,6	0							

	6203 31	Áo jacket và áo blazer từ lông cừu hoặc lông động vật loại mịn										
	6203 49	Quần từ sợi tái tạo			9	6	3	0				
	6203 11/12	Bộ com-lê từ lông cừu hoặc lông động vật loại mịn/ từ sợi tổng hợp			10,5	9	7,5	6	4,5	3	1,5	0
	Áo khoác ngoài, áo choàng mặc khi đi xe (carcoats), áo khoác không tay, áo choàng không tay, áo khoác có mũ (kể cả áo jacket trượt tuyết), áo gió, áo jacket chống gió và các loại tương tự, dùng cho phụ nữ hoặc trẻ em gái				10,5	9	7,5	6	4,5	3	1,5	0
6202	Ngoại trừ: 6202 12 90/ 6202 13 90	Áo khoác ngoài, áo choàng từ bông/ sợi nhân tạo có trọng lượng trên 1kg tính trên quần áo	12	9,6	10	8	6	4	2	0		

6201	Áo khoác ngoài, áo choàng mặc khi đi xe (carcoats), áo khoác không tay, áo choàng không tay, áo khoác có mũ trùm (kể cả áo jacket trượt tuyết), áo gió, áo jacket chống gió và các loại tương tự, dùng cho nam giới hoặc trẻ em trai	12	9,6	10,5	9	7,5	6	4,5	3	1,5	0
	Ngoại trừ: 6201 93 00			10	8	6	4	2	0		
6210	Quần áo may từ các loại vải thuộc nhóm 5602, 5603, 5903, 5906 hoặc 5907	12	9,6	10	8	6	4	2	0		
6104	Bộ com-lê, bộ quần áo đồng bộ, áo jacket, blazer cho phụ nữ hoặc trẻ em gái, dệt kim hoặc móc	12	9,6	0							
	Ngoại trừ: 6104 43			9	6	3	0				
	6104 63			9	6	3	0				
	6104 33			10	8	6	4	2	0		
	6104 53			10	8	6	4	2	0		
6109	Áo phông, áo ba lỗ và các loại áo lót khác, dệt kim hoặc móc	12	9,6	10	8	6	4	2	0		
6110	Áo bó, áo chui đầu, áo cardigan, gi-lê và các mặt hàng tương tự, dệt kim hoặc móc	12	9,6	10	8	6	4	2	0		

	Ngoại trừ:	Áo bó và áo chui đầu, tỷ trọng lông cừu từ 50% trở lên và trọng lượng từ 600g/sản phẩm trở lên	10,5		8,75	7	5,25	3,5	1,75	0		
	6110 11 10											
	Áo sơ mi nam giới hoặc trẻ em trai				10,5	9	7,5	6	4,5	3	1,5	0
6205	Ngoại trừ:	Áo sơ mi nam giới hoặc trẻ em trai từ bông	12	9,6	10	8	6	4	2	0		
	6205 20											
6212	Xu chiêng, gen, áo nịt ngực, dây đeo quần, các sản phẩm tương tự và các chi tiết của chúng, được làm hoặc không được làm từ dệt kim hoặc móc		6,5	5,2	5,4	4,3	3,3	2,2	1,1	0		

Nguồn: Tổng hợp từ Biểu thuế của Hiệp định EVFTA, Macmap và Trademap

Ghi chú:

- Cơ sở lựa chọn sản phẩm dệt may Việt Nam xuất khẩu mạnh sang EU dựa trên số liệu thống kê từ Trademap trong giai đoạn 3 năm từ năm 2017- 2019.

3.2. Quy tắc xuất xứ

3.2.1. Quy tắc xuất xứ chung

Các quy định về quy tắc xuất xứ được nêu tại Nghị định thư I – Quy định hàng hóa có xuất xứ và Phương thức hợp tác quản lý hành chính của Hiệp định EVFTA.

Căn cứ nội dung được đề cập trong Nghị định thư, những hàng hóa đáp ứng những điều kiện dưới đây sẽ được hưởng ưu đãi thuế quan theo cam kết của Hiệp định EVFTA:

Trường hợp 1: Hàng hóa có xuất xứ thuần túy

Trường hợp này bao gồm các hàng hóa được hình thành một cách tự nhiên trong lãnh thổ Việt Nam hoặc EU. Ví dụ như: khoáng sản, động thực vật được hình thành tự nhiên và sản phẩm của các loại động thực vật này và hàng hóa sản xuất hoàn toàn tại Nước thành viên... Các trường hợp được coi là hàng hóa có xuất xứ thuần túy được quy định cụ thể tại Điều 4 Nghị định thư I.

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

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

Bên cạnh đó, EVFTA mở rộng cho phép cộng gộp thêm nguyên liệu của một (số) nước thứ ba như là nguyên liệu của Nước thành viên khi sản xuất hàng hóa có xuất xứ EVFTA thỏa mãn các yêu cầu về quy trình sản xuất theo quy định tại Điều 6 Nghị định thư.

Trường hợp 3: Quy tắc cụ thể đối với từng mặt hàng (PSR)

Trường hợp hàng hóa được sản xuất hoàn toàn tại Việt Nam/EU, sử dụng một phần nguyên liệu không có xuất xứ, EVFTA có quy định có các quy tắc xuất xứ cụ thể áp dụng cho từng nhóm sản phẩm, quy định tại Điều 5 Nghị định thư và Phụ lục II về quy tắc xuất xứ cụ thể mặt hàng (Danh mục PSR).

Tiêu chí xuất xứ cơ bản trong EVFTA cho trường hợp này có 3 loại, cụ thể:

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

Lưu ý: EVFTA có một số trường hợp có quy định tiêu chí Chuyển đổi HS nhưng không yêu cầu mã HS của sản phẩm phải khác mã HS của nguyên liệu không có xuất xứ.

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

Lưu ý: EVFTA sử dụng giá xuất xưởng của sản phẩm, khác với CPTPP sử dụng giá giao dịch và các FTA khác sử dụng giá FOB.

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

Nhằm cụ thể hóa những cam kết về quy tắc xuất xứ được nêu tại Nghị định thư I, Bộ Công thương đã ban hành Thông tư số 11/2020/TT-BCT ngày 15 tháng 6 năm 2020 quy định Quy tắc xuất xứ hàng hóa trong Hiệp định Thương mại tự do giữa Việt Nam và Liên minh châu Âu.

3.2.2. Quy tắc xuất xứ đối với dệt may

Quy tắc xuất xứ đối với sản phẩm dệt may trong EVFTA là tiêu chí “hai công đoạn”, hay còn gọi là “từ vải trở đi”.

Cụ thể, nguyên tắc này yêu cầu các sản phẩm dệt may muốn được hưởng ưu đãi thuế quan EVFTA thì:

- Vải sử dụng để tạo thành sản phẩm phải có xuất xứ Việt Nam/EU
- Việc cắt, may phải được thực hiện tại Việt Nam/EU

Ngoài ra, EVFTA còn có một số linh hoạt về quy tắc xuất xứ đối với sản phẩm dệt may như sau:

- *Hạn mức linh hoạt đối với các nguyên liệu cơ bản không có xuất xứ:* Một số nguyên liệu cơ bản không có xuất xứ nhưng chiếm tỷ lệ không quá 10% tổng trọng lượng của tất cả các nguyên liệu cơ bản được sử dụng vẫn được xem là có xuất xứ EVFTA.
- *Hạn mức linh hoạt khác đối với một số sản phẩm dệt may nhất định:* Một số nguyên liệu sản phẩm có xuất xứ không thuần túy nhưng phân loại Nhóm HS khác Nhóm của sản phẩm đồng thời giá trị không quá 8% giá xuất xưởng của sản phẩm vẫn được xem là có xuất xứ EVFTA.
- *Nguyên liệu không cần xét xuất xứ:* Các nguyên liệu không phải hàng dệt may (không thuộc Chương 50- 63) sẽ không cần xét đến xuất xứ.

Điều kiện áp dụng: xuất xứ của sản phẩm dệt may không phải là quy tắc VL (Tỷ lệ tối đa không xuất xứ).

- *Cộng gộp vải từ Hàn Quốc:* Hiệp định EVFTA mở rộng cho phép linh hoạt cộng gộp thêm nguyên liệu có xuất xứ từ một (số) nước thứ ba. Cụ thể, vải có xuất xứ Hàn Quốc được coi là có xuất xứ theo EVFTA (Hàn Quốc là nước đã có FTA đồng thời với cả EU và Việt Nam). Trong tương lai, nếu có thêm các nước thứ ba có FTA với Việt Nam và EU thì Việt Nam có thể đề nghị Ủy ban Hải quan của EVFTA xem xét cho phép cộng gộp vải từ nước thứ ba này.

Lưu ý: Để thực hiện quy tắc xuất xứ cộng gộp vải Hàn Quốc, doanh nghiệp cần yêu cầu phía Hàn Quốc cung cấp chứng từ chứng nhận xuất xứ theo FTA Hàn Quốc- EU (EKFTA).

Bảng 3.2: Quy tắc xuất xứ từng mặt hàng đối với một số sản phẩm dệt may

Nhóm HS	Mô tả hàng hóa	Công đoạn gia công hoặc chế biến
Chương 61	Quần áo và hàng may mặc phụ trợ, dệt kim hoặc móc	
	- Thu được bằng việc may hoặc ghép nối hai hoặc nhiều hơn mảnh vải dệt kim hoặc móc đã được cắt tạo hình hoặc thu được trực tiếp để tạo hình.	Dệt kim và may (bao gồm cả công đoạn cắt). ^{1, 2}
	- Loại khác	Kéo từ xơ tự nhiên hoặc xơ staple nhân tạo hoặc đùn thành sợi filament nhân tạo, mỗi trường hợp đều kèm theo công đoạn dệt kim (dệt kim để tạo hình sản phẩm); Nhuộm sợi được kéo từ xơ tự nhiên rồi dệt kim (dệt kim để tạo hình sản phẩm).¹

ex Chương 62	Quần áo và các hàng may mặc phụ trợ, không dệt kim hoặc móc; ngoại trừ:	Dệt vải rời may (bao gồm cả công đoạn cắt); hoặc Đã may trước bằng công đoạn in kèm theo ít nhất hai công đoạn chuẩn bị hoặc hoàn thiện sản phẩm (như giặt, tẩy trắng, làm bóng, định hình bằng nhiệt, cào bông, cán vải, công đoạn chống co ngót, hoàn thiện không phục hồi, hấp xốp vải, ngâm tẩm, vá sữa và kiểm tra phân loại), với điều kiện giá trị của vải chưa in được sử dụng không vượt quá 47.5% giá xuất xưởng của sản phẩm. ^{1, 2}
ex 6202, ex 6204, ex 6206, ex 6209 và ex 6211	Quần áo cho phụ nữ, trẻ em gái và trẻ em và phụ kiện may mặc cho trẻ em, đã thêu;	Dệt vải rời may (bao gồm cả công đoạn cắt); hoặc Sản xuất từ vải chưa thêu, với điều kiện trị giá của phần vải chưa thêu được sử dụng không vượt quá 40% giá xuất xưởng của sản phẩm. ²
ex 6210 và ex 6216	Thiết bị chống cháy làm từ vải được phủ một lớp lá từ polyester phủ nhôm	Dệt vải rời may (bao gồm cả công đoạn cắt); hoặc Tráng phủ, với điều kiện trị giá của phần vải chưa tráng phủ được sử dụng không vượt quá 40% giá xuất xưởng của sản phẩm, đi kèm với công đoạn may (bao gồm cả công đoạn cắt). ²

Nguồn: Thông tư số 11/2020/TT-BCT

Ghi chú:

“ex” trước mã số HS được hiểu là tiêu chí xuất xứ tại cột (3) chỉ áp dụng đối với hàng hoá như mô tả tại cột (2), không áp dụng đối với toàn bộ hàng hóa thuộc mã số HS đó (các mã HS 6 số);

¹ Đối với các điều kiện đặc biệt liên quan đến các sản phẩm được sản xuất từ nhiều nguyên liệu dệt may, xem Chú giải 6/Phụ lục I/Nghị định thư I.

² Xem Chú giải 7/ Phụ lục I/ Nghị định thư I.

Theo Thông tư số 11/2020/TT-BCT, sản phẩm dệt may áp dụng cộng gộp thuộc Chương 61 (Quần áo và hàng may mặc phụ trợ, dệt kim hoặc móc) và Chương 62 (Quần áo và các hàng may mặc phụ trợ, không dệt kim hoặc móc), xem Phụ lục V/ Thông tư số 11/2020/TT-BCT.

3.2.3. Cơ chế tự chứng nhận xuất xứ

Cơ chế chứng nhận xuất xứ hàng hóa theo GSP của EU, Na Uy, Thụy Sĩ và Thổ Nhĩ Kỳ (gọi tắt là cơ chế REX) được áp dụng tại Việt Nam kể từ ngày 1/1/2019.

- *Áp dụng để hưởng thuế GSP*

Từ ngày 1/1/2019, khi xuất khẩu hàng hóa sang EU, Na Uy, Thụy Sĩ doanh nghiệp cần phải đăng ký và thực hiện việc chứng nhận REX thay cho việc đề nghị cấp C/O mẫu A để hưởng thuế ưu đãi GSP.

Hàng hóa xuất khẩu của doanh nghiệp chưa có mã số REX vẫn được cấp Giấy chứng nhận xuất xứ hàng hóa mẫu A trong thời gian chuyển tiếp theo quy định của Ủy ban châu Âu (đến hết ngày 31/12/2020).

Đối với lô hàng xuất khẩu có tổng trị giá không vượt quá 6.000 EUR (tính theo giá xuất xưởng), thương nhân được chứng nhận xuất xứ cho lô hàng đó mà không phải đăng ký mã số REX.

Đối với lô hàng xuất khẩu có giá trị từ 6.000 Euro trở lên, nhà xuất khẩu phải đăng ký REX tại địa chỉ: <https://custom.ec.europa.eu/rex-pa-ui>. Nhà xuất khẩu thực hiện REX trên bất kỳ chứng từ thương mại nào xuất trình cho cơ quan Hải quan nước nhập khẩu.

- *Áp dụng để hưởng thuế ưu đãi trong EVFTA*

Yêu cầu về tự chứng nhận xuất xứ trong EVFTA tương tự như cách thức đang áp dụng với GSP.

- *Cơ quan tiếp nhận đăng ký mã số REX*

Bộ Công Thương đã ủy quyền cho Phòng Thương mại và Công nghiệp Việt Nam (VCCI) tiếp nhận đăng ký mã số REX cho doanh nghiệp theo Quyết định số 4173/QĐ-BCT ngày 06/11/2018.

Form mẫu tự chứng nhận xuất xứ hàng hóa xuất khẩu sang EU

- Form A: áp dụng đối với hàng hóa xuất khẩu vào EU theo cơ chế thuế GSP (đến hết ngày 31/12/2020 – cơ chế REX thay thế). Đơn vị cấp Form này là VCCI. Sau khi cơ chế REX được áp dụng đồng bộ, mã code áp dụng là U162.

- Form EUR.1: áp dụng đối với hàng hóa xuất khẩu vào EU theo cơ chế thuế quan được quy định tại EVFTA. Đơn vị cấp Form này Bộ Công Thương. Mã code áp dụng là N954

Áp dụng chứng nhận xuất xứ hàng hóa hồi tố

Trong thời gian áp dụng chuyển đổi theo cơ chế REX, nếu doanh nghiệp Việt Nam xuất khẩu hàng hóa sang EU dùng Form A để được hưởng thuế GSP mà những lô hàng này đang trong quá trình vận chuyển, lưu kho tạm thời, trong kho ngoại quan hoặc trong khu phi thuế quan của EU (chưa được lưu hành tại thị trường EU), các doanh nghiệp có thể yêu cầu Bộ Công Thương cấp hồi tố chứng nhận xuất xứ Form EUR.1 (theo EVFTA) cho các lô hàng của mình.

Nếu một phần của lô hàng đã được chấp nhận hưởng thuế GSP theo Form A và cho lưu hành một phần tại thị trường EU, doanh nghiệp sẽ không được quyền yêu cầu cấp hồi tố Form EUR.1.

Gửi hàng hóa xuất khẩu tại Thụy Sĩ, Na Uy:

Theo cơ chế GSP, khi hàng hóa xuất khẩu từ Việt Nam vào EU được ký gửi tại Na Uy hay Thụy Sĩ sẽ được thay đổi về chứng minh xuất xứ. Tuy nhiên trên cơ sở EVFTA, việc thay đổi này sẽ không còn được áp dụng. Na Uy, Thụy Sĩ chỉ còn được coi là những quốc gia quá cảnh hàng hóa, chứng minh xuất xứ hàng hóa từ Việt Nam sẽ giữ nguyên trạng từ thời điểm xuất khẩu.

3.3. Hàng rào kỹ thuật (TBT) đối với dệt may

Các cam kết trong EVFTA liên quan TBT đều lấy những nguyên tắc chung trong WTO làm chuẩn mực; những nguyên tắc này đã được chính phủ Việt Nam thể chế hóa trong

các văn bản quy phạm pháp luật. Do vậy, doanh nghiệp khi xuất khẩu hàng dệt may vào thị trường EU cần tiếp tục thực nghiệm chỉnh những quy định đã được ban hành.

Trong đó, hiệp định EVFTA có các cam kết chung về hợp tác, minh bạch hóa trong lĩnh vực hàng rào kỹ thuật (TBT); tuy nhiên, không có cam kết cụ thể liên quan tới các biên pháp TBT có thể ảnh hưởng tới ngành dệt may, ngoại trừ:

3.3.1. Cam kết về quy chuẩn kỹ thuật liên quan tới ghi nhãn hàng hóa

Theo cam kết trong EVFTA, các yêu cầu liên quan tới ghi nhãn hay dấu hiệu trên hàng hóa (marking and labelling) là rất phổ biến, trong đó đáng chú ý có các cam kết:

- Thông tin bắt buộc trên bao bì bao gồm các thông tin có ý nghĩa hoặc mức độ phù hợp của sản phẩm với các quy chuẩn kỹ thuật bắt buộc đối với người tiêu dùng sản phẩm.
- Trường hợp vì lợi ích công cộng, hàng hóa đáp ứng quy chuẩn kỹ thuật sẽ không bắt buộc phải đăng ký hoặc xin phê duyệt nhãn hoặc dấu hàng hóa đó trước khi lưu hành vào thị trường.
- Cho phép thực hiện gắn, bổ sung nhãn mác tại một địa điểm quy định thuộc nước nhập khẩu; đồng thời có thể yêu cầu giữ nguyên nhãn cũ của sản phẩm.
- Cho phép ghi thông tin bằng nhiều ngôn ngữ khác ngoài ngôn ngữ nước nhập khẩu yêu cầu.
- Khuyến khích chấp thuận các loại dấu, nhãn mác không cố định.

Bên cạnh đó, Việt Nam cam kết chấp nhận xuất xứ hàng hóa ghi chung “Made in EU” hoặc ghi rõ xuất xứ từng nước trong EU đối với hàng hóa công nghiệp (trong đó có hàng dệt may). Nhìn chung, doanh nghiệp xuất khẩu Việt Nam vẫn sẽ phải tuân thủ đầy đủ các yêu cầu về TBT đối với sản phẩm dệt may vào thị trường EU như trước đây.

3.3.2. Cam kết về quy trình đánh giá sự phù hợp và hậu kiểm

Về quy trình đánh giá sự phù hợp trong EVFTA được hiểu là việc khuyến khích các Bên công nhận kết quả đánh giá sự phù hợp của nước xuất khẩu và hạn chế các bất cập trong thủ tục thực hiện việc đánh giá này.

Cụ thể, hiệp định EVFTA yêu cầu Việt Nam/EU phải bảo đảm một số yêu cầu sau:

- Ghi nhận có nhiều cách thức khác nhau để xem xét chấp thuận kết quả đánh giá sự phù hợp.
- Bảo đảm các khoản phí cho các thủ tục đánh giá sự phù hợp bắt buộc thực hiện đối với hàng hóa nhập khẩu phải hợp lý, tương xứng với phí hàng nhập khẩu từ các nước khác và hàng hóa nội địa.

Về công tác hậu kiểm trong EVFTA nhấn mạnh việc phải bảo đảm không có xung đột lợi ích giữa cơ quan hậu kiểm và doanh nghiệp, đồng thời giữa chức năng hậu kiểm và đánh giá sự phù hợp.

3.4. Tận dụng cơ hội từ EVFTA đối với ngành dệt may

- Đối với thuế quan:

Hiện tại, EU cam kết loại bỏ thuế quan ngay chủ yếu đối với một số sản phẩm Việt Nam ít xuất khẩu vào EU (ví dụ nguyên liệu dệt may) hoặc ít gia công (như sản phẩm may mặc). Cụ thể, đơn cử như 2 mặt hàng xuất khẩu mạnh sang EU trong giai đoạn 2017-2019, mặt hàng bộ com- lê, quần áo đồng bộ dành cho phụ nữ và trẻ em gái có mã HS 6204 sẽ được miễn thuế ngay khi hiệp định có hiệu lực, trong khi mặt hàng bộ com- lê, quần áo đồng bộ dành cho nam giới và trẻ em trai có mã HS 6203 sẽ giảm thuế theo lộ trình.

Khi EVFTA có hiệu lực, hàng dệt may Việt Nam sẽ có lợi thế cạnh tranh hơn hoặc ngang bằng so với các đối thủ:

- Trung Quốc: hàng dệt may của Trung Quốc vào EU không được hưởng ưu đãi, áp dụng thuế MFN.
- Campuchia: Trước đó, hàng dệt may của Campuchia vào EU được miễn thuế theo chương trình EBA. Tuy nhiên, từ ngày 12/8/2020, EU tạm thời cắt ưu đãi thuế quan theo chương trình này dành cho EBA.
- Bangladesh: Hàng dệt may của Bangladesh vào EU được miễn thuế theo chương trình EBA. Tuy nhiên, quốc gia này đang trong quá trình rời khỏi nhóm các nước kém phát triển (điều kiện để được hưởng EBA) để thành quốc gia đang phát triển vào năm 2024.
- Pakistan: Hàng dệt may của Pakistan vào EU đang được miễn thuế theo chương trình GSP+. Việt Nam mặc dù cũng được hưởng chế độ ưu đãi thuế quan GSP nhưng chỉ là “GSP tiêu chuẩn”. Ở một số mặt hàng, Việt Nam sẽ có lợi thế ngang bằng với Pakistan.

Ngoài ra, phần lớn các sản phẩm mà EU cam kết loại bỏ thuế theo lộ trình bao gồm các sản phẩm may mặc mà Việt Nam đang xuất khẩu sang EU. Như vậy, trong một vài năm đầu thực hiện EVFTA, các sản phẩm may mặc Việt Nam có thể mạnh xuất khẩu sẽ không được hưởng lợi từ hiệp định này ngay. Tuy nhiên, doanh nghiệp vẫn có thể sử dụng tiếp tục chương trình Ưu đãi Thuế quan Phổ cập (GSP) trong một vài năm đầu theo cơ chế chuyển đổi mà EU dành cho Việt Nam nếu thuế quan theo EVFTA cao hơn mức thuế quan theo GSP, như đã phân tích ở trên.

- Đối với quy tắc xuất xứ:

Việc EVFTA cho phép cộng gộp mở rộng đối với một số sản phẩm của Việt Nam là một lợi thế rất tốt tạo điều kiện cho các doanh nghiệp nội địa.

Theo Công văn số 0864/XNK-XXHH ngày 07/08/2020 của Cục Xuất nhập khẩu- Bộ Công Thương² xác nhận:

- Cộng gộp xuất xứ đối với vải nguyên liệu của Hàn Quốc: Khoản 10, Điều 3, Nghị định thư 1 quy định một số điều kiện để quy tắc cộng gộp xuất xứ được áp

² Công văn trả lời của Cục XNK số 0864/XNK-XXHH ngày 07/08/2020 gửi VITAS giải thích về QTTX cộng gộp trong Hiệp định EVFTA

dụng. Trong đó, Hàn Quốc và Việt Nam cùng thực hiện và thông báo với EU về việc thực hiện. Như vậy, quy tắc cộng gộp xuất xứ đối với vải nguyên liệu từ Hàn Quốc theo EVFTA sẽ phụ thuộc vào sự sẵn sàng tham gia từ phía Hàn Quốc.

Ngày 10- 11/12/2020, trong khuôn khổ các kỳ họp lần thứ 4 Ủy ban hỗn hợp thực thi Hiệp định Thương mại tự do Việt Nam- Hàn Quốc tại Hà Nội, hai bên đã ký thỏa thuận triển khai điều khoản cộng gộp xuất xứ nguyên liệu dệt may trong Hiệp định EVFTA. Thỏa thuận này chính thức giúp doanh nghiệp Việt Nam tận dụng nguồn nguyên liệu dệt may chất lượng cao từ Hàn Quốc để sản xuất và xuất khẩu sang thị trường EU.

- Cộng gộp xuất xứ với vải nguyên liệu từ các nước thứ ba ngoài Hàn Quốc: Khoản 12 và khoản 13, Điều 3, Nghị định thư 1 quy định Ủy ban Hải quan có quyền ra quyết định về việc cộng gộp và cách thức cộng gộp, dựa trên đề nghị của một Bên và tính đến lợi ích của Bên kia và mục tiêu của Hiệp định. Do vậy, việc cộng gộp vải nguyên liệu với các nước khác Hàn Quốc (ví dụ Nhật Bản hay một số nước ASEAN) chỉ được áp dụng khi được các Bên thống nhất theo quy định tại các điều khoản trên.

4. MỘT SỐ LƯU Ý CHO DOANH NGHIỆP XUẤT NHẬP KHẨU

4.1. Thị hiếu và hành vi tiêu dùng

4.1.1. Thị hiếu và hành vi tiêu dùng chung

Là một khối gồm 28 quốc gia (hiện nay là 27 quốc gia) nên hành vi tiêu dùng của người dân EU rất đa dạng, phong phú. Đặc biệt là, với mặt hàng dệt may là mặt hàng có tính mùa vụ và thời trang cao thì nhu cầu càng đa dạng. Tuy vậy thị trường EU không hoàn toàn đồng nhất, 28 quốc gia trong EU với ngôn ngữ, phong tục tập quán, tôn giáo khác nhau, khác nhau về khu vực địa lý, khí hậu, giới tính, tuổi tác, sở thích ... sẽ có nhu cầu rất khác nhau về các sản phẩm may mặc.

Theo nghiên cứu của Trung tâm Xúc tiến Nhập khẩu từ các nước đang phát triển (CBI) đã đưa ra một số khuyến nghị về thị hiếu và hành vi của các doanh nghiệp nhập khẩu và người tiêu dùng như sau:

- Khách hàng EU rất quan tâm đến chất lượng và thời trang, đòi hỏi khắt khe về kiểu dáng và mẫu mốt.
- Do mức sống cao nên người dân EU yêu cầu khắt khe về chất lượng và độ an toàn của sản phẩm dệt may
- Giá cả không phải là vấn đề quyết định nhất đối với thị trường này. Vì thế cạnh tranh về giá không là biện pháp tối ưu khi xâm nhập thị trường EU.
- Người tiêu dùng EU có xu hướng chi tiêu nhiều hơn cho những mặt hàng dệt may cao cấp với yêu cầu về đa dạng về kiểu dáng, mẫu mã, chất lượng cao.
- Người dân EU cũng đòi hỏi sản phẩm dệt may phải an toàn cho người sử dụng không gây dị ứng, tạo cảm giác khó chịu cho người mặc không có một số hoá chất mà hiệp hội dệt may Châu Âu cấm sử dụng.
- Người tiêu dùng EU có sở thích và thói quen sử dụng hàng của những hãng nổi tiếng thế giới vì họ cho rằng những nhãn hiệu này gắn liền với chất lượng và uy

tín lâu đời nên sử dụng những mặt hàng này có thể yên tâm về chất lượng và an toàn cho người sử dụng.

- Người tiêu dùng Châu Âu luôn cảm thấy yên tâm khi mua hàng hoá mang thương hiệu châu Âu cho dù hàng hoá này được sản xuất tại địa phương hay được thuê gia công ở quốc gia khác.

4.1.2. Thị hiếu và hành vi tiêu dùng một số quốc gia EU

Thị hiếu và hành vi tiêu dùng của Đức

Trang web của CBI và các website về thị trường Đức đã đưa ra một số nhận định về thị hiếu và hành vi tiêu dùng của người Đức như sau:

- Thị trường hàng may mặc và dệt may tại Đức có thể được phân khúc theo địa lý bao gồm Đông Đức và Tây. Có sự khác biệt về kinh tế giữa các khu vực, phía Tây và Nam thì giàu có hơn, phía Đông thì nghèo hơn, điều này có tác động đến sức mua và sở thích về xu hướng thời trang tại mỗi vùng.
- Người tiêu dùng Đức rất nhạy cảm về giá cả so với các nước EU khác, đặc biệt là nhóm có thu nhập thấp sẽ ưu tiên tìm kiếm các sản phẩm có giá thấp trong khu vực bán hàng giảm giá.
- Do ảnh hưởng của truyền thông, đặc biệt là các tạp chí, TV và Internet, làm cho người tiêu dùng có ý thức hơn về xu hướng thời trang mới nhất và giá cả.
- Người Đức quan tâm đến nhãn hiệu, họ ưu tiên sử dụng các sản phẩm chất lượng và nhãn hàng quen thuộc.

Thị hiếu và hành vi tiêu dùng của người Pháp

Trang web của CBI và các website về thị trường Pháp đã đưa ra một số nhận định về thị hiếu và hành vi tiêu dùng của người Pháp như sau:

- Người tiêu dùng ở Pháp sẵn sàng chi tiêu nhiều cho các sản phẩm may mặc.
- Thị trường quần áo dành cho nữ giới nhìn chung là thị trường phát triển nhanh nhưng không ổn định, đặc biệt là ở những nhóm trẻ tuổi, những người xem trọng thời trang.
- Thị trường quần áo cho nữ giới không chỉ lớn hơn nhiều so với nam giới mà cũng năng động hơn và phát triển mạnh mẽ hơn ở Pháp và ở hầu hết các nước Châu Âu.
- Phần lớn người tiêu dùng Pháp mua hàng hiệu vì kỳ vọng có chất lượng tốt hơn. Họ sẵn sàng trả rất cao cho một thương hiệu họ thích và thương hiệu được cho là hợp với phong cách và hình ảnh của họ.
- Hành vi mua sắm của khách hàng khó tiên đoán và bị ảnh hưởng bởi những nhu cầu ngắn hạn.
- Người tiêu dùng cũng có xu hướng ăn mặc kết hợp giữa sản phẩm xa xỉ với sản phẩm có nhãn hiệu rẻ tiền để giảm chi phí.
- Khách hàng Pháp không phân biệt giữa nhà cung cấp và người bán lẻ, miễn là sản phẩm có thương hiệu.
- Phát triển của thương mại điện tử ngày càng cao, người tiêu dùng ngày càng tự tin mua hàng qua mạng.
- Các sản phẩm từ sợi bông hữu cơ, phát triển sản phẩm gắn liền với bảo vệ môi trường và phát triển bền vững được ưa chuộng.

- Người Pháp có xu hướng ăn mặc trang trọng (formal) hơn nhiều quốc gia Châu Âu khác.

4.2. Các quy định đối với sản phẩm dệt may vào thị trường EU

Đề xuất khẩu hàng dệt may vào thị trường Châu Âu cần tuân thủ một số yêu cầu pháp lý bắt buộc và yêu cầu chung của thị trường. Yêu cầu pháp lý bắt buộc là các yêu cầu mà nhà xuất khẩu vào thị trường Châu Âu bắt buộc phải tuân thủ. Điều này bao gồm các yêu cầu pháp lý liên quan đến an toàn sản phẩm, sử dụng hóa chất, chất lượng sản phẩm và nhãn sản phẩm. Ngoài ra, nhiều nhà nhập khẩu châu Âu còn có các yêu cầu riêng, đây là yêu cầu chung của thị trường mà các nhà xuất khẩu phải tôn trọng. Cả hai loại yêu cầu này đều trở nên khắt khe hơn trong những năm gần đây và xu hướng này sẽ ngày càng gia tăng.

4.2.1. Quy định pháp lý bắt buộc

a. Chỉ thị An toàn Sản phẩm Chung (GPSD) 2001/95/EC

Bất kỳ mặt hàng nào được bày bán ở Châu Âu đều phải tuân thủ Chỉ thị An toàn Sản phẩm Chung (GPSD) 2001/95/EC của EU. Chỉ thị 2001/95/EC cấm việc bán những sản phẩm nguy hiểm cho sức khỏe người tiêu dùng gây ra bởi chất liệu nguy hiểm hay sản xuất không an toàn. Chỉ thị này được áp dụng cho tất cả sản phẩm trên thị trường hàng tiêu dùng. Đây là chỉ thị khung, và nó được bổ sung thêm bởi những chỉ thị cụ thể hơn cho từng nhóm hàng cụ thể. Chính phủ các quốc gia sẽ kiểm tra xem sản phẩm xuất khẩu có đáp ứng các yêu cầu an toàn hiện hành hay không. Nếu sản phẩm xuất khẩu bị coi là không an toàn, nó sẽ bị từ chối hoặc trục xuất khỏi thị trường Châu Âu.

Tìm hiểu từ các mặt hàng may mặc bị từ chối trước đây tại :

https://ec.europa.eu/consumers/consumers_safety/safety_products/rapex/alerts/repository/content/pages/rapex/index_en.htm

b. Chứng nhận CE

CE Marking là tên chính thức của chứng nhận CE. Một sản phẩm nếu đạt được chứng nhận CE Marking đồng nghĩa với việc nó có thể lưu thông tự do trong thị trường Châu Âu, được pháp luật của Liên minh Châu Âu EU công nhận. CE Marking trên sản phẩm là tuyên bố của nhà sản xuất rằng sản phẩm tuân thủ các yêu cầu thiết yếu của luật bảo vệ sức khỏe, an toàn và bảo vệ môi trường châu Âu có liên quan. Tuy nhiên không phải sản phẩm nào lưu thông trên thị trường EU đều cần phải có CE Marking. Đối với ngành may mặc, một số sản phẩm cần có CE Marking như: thiết bị bảo hộ cá nhân (PPE), khẩu trang kháng khuẩn và khẩu trang y tế, găng tay, áo choàng...

Các cơ quan chịu trách nhiệm về chứng nhận CE tại các nước thành viên EU, xem tại:

https://ec.europa.eu/growth/single-market/ce-marking/in-your-country_en

Tuy nhiên, trong thời điểm dịch bệnh, EU đã có thông báo nói lỏng các tiêu chuẩn cho các mặt hàng trang thiết bị, vật tư y tế. Chi tiết xem tại:

https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/ip_20_502

c. Dán nhãn sản phẩm

Doanh nghiệp xuất khẩu phải ghi rõ thông tin chất liệu hàng hóa của tất cả các mặt hàng may mặc xuất sang EU theo Quy định 1007/2001 của EU.

Việc giám sát và kiểm tra thành phần của sản phẩm phù hợp với thông tin trên nhãn mác có thể diễn ra tại bất kỳ giai đoạn nào của chuỗi cung ứng sản phẩm sang thị trường EU. Nhãn mác được yêu cầu phải bền, dễ đọc, dễ nhìn và có ngôn ngữ của quốc gia mà sản phẩm đó bán cho người tiêu dùng.

Chỉ các sản phẩm được dệt, may từ cùng một loại sợi mới có thể được dán nhãn hoặc đánh dấu là 100% “nguyên chất” hoặc “tất cả”. Các sản phẩm dệt đa sợi phải được đánh dấu bằng tên và có tỷ lệ phần trăm theo trọng lượng của tất cả các sợi cấu thành, trừ những sợi chiếm ít hơn 5% thì thể ghi là “sợi khác”.

Sự hiện diện của các bộ phận không dệt có nguồn gốc động vật phải được nêu rõ.

Thuật ngữ “cotton linen inion” được dành riêng cho các sản phẩm chỉ có sợi dọc bông nguyên chất và sợi ngang lanh nguyên chất, trong đó tỷ lệ vải lanh chiếm không dưới 40% tổng trọng lượng của vải.

Ghi nhãn nguồn gốc xuất xứ “Được sản xuất tại” (“Made in”) hoặc Nhãn chăm sóc (Care label) chưa được yêu cầu bắt buộc theo quy định pháp luật tại EU. Tuy vậy, việc bổ sung Nhãn chăm sóc vào sản phẩm may mặc rất được khuyến khích. Theo quy định của EU, các nhà sản xuất phải chịu trách nhiệm đối với các sản phẩm bị lỗi theo Chỉ thị Trách nhiệm sản phẩm (Product Liability Directive) nếu doanh nghiệp không cung cấp thông tin này. Tiêu chuẩn ISO 3758:2012 là tiêu chuẩn phổ biến về nhãn chăm sóc. Các biểu tượng của Nhãn chăm sóc thuộc sở hữu của công ty GINETEX. Trong trường hợp xuất khẩu sang các nước như Bỉ, Lúc-xăm-bua, Pháp và Thụy Sĩ, doanh nghiệp cần phải trả một khoản tiền cố định cho GINETEX nếu muốn sử dụng các biểu tượng này.

d. Chỉ thị REACH và việc sử dụng hóa chất

REACH là cụm từ viết tắt cho Registration (Đăng ký), Evaluation (Đánh giá), Authorization (Cấp phép) cho hóa chất. Quy định này đặt trách nhiệm lớn lên ngành công nghiệp EU, lên tất cả các nhà sản xuất, nhập khẩu và xuất khẩu các mặt hàng có sử dụng hóa chất. Đây là yêu cầu pháp lý bắt buộc và khắt khe để xuất khẩu hàng may mặc sang EU. Quy định này hạn chế sử dụng nhiều lựa chọn hóa chất trong dệt may. Việc sử dụng các hóa chất này trong may mặc bị hạn chế bởi các giới hạn về trọng lượng, thường được đo bằng mg hoặc kg, hoặc bị cấm hoàn toàn.

Một số nước EU có quy định quốc gia bổ sung về các hóa chất cụ thể. Ví dụ, Áo, Phần Lan, Đức, Na Uy và Hà Lan có các quy định cụ thể đối với formaldehyd trong hàng dệt may; Áo, Đan Mạch, Đức và Hà Lan cũng có các quy định cụ thể đối với PCP, trong khi Đức cũng có các quy định về phân tán thuốc nhuộm trong dệt may. Thụy Sĩ có quy định riêng về hóa chất, ORRChem.

REACH được cập nhật hai lần một năm, có nghĩa là ngày càng có nhiều hóa chất bị hạn chế sử dụng trong sản xuất quần áo. Bản cập nhật mới nhất của REACH có hiệu lực vào ngày 1 tháng 11 năm 2020.

Thông tin thêm về Quy chuẩn REACH:

<http://echa.europa.eu/support/guidance>

Các chất bị hạn chế theo Quy chuẩn REACH:

<https://echa.europa.eu/substances-restricted-under-reach>

Toàn văn Quy định REACH và các quy định sửa đổi:

<http://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX:02006R1907-20150601>

e. Hạn chế sử dụng một số chất hóa học trong sản phẩm

Quy định EC số 1907/2006, ngày 18/12/2006 nghiêm cấm hoặc hạn chế các chất sau trong quá trình sản xuất hoặc thành phẩm dệt may: Tris (2,3 dibromopropyl) phosphate, Tris (aziridinyl) phosphin oxide, PBB, mercury, Dioctyltin (DOT), Nickel, Azodyes, Nonylphenol ethoxylates, Chromium VI, PAH, PFOA và một vài chất khác.

Quy định EU số 2019/1021, ngày 20/6/2019 cũng cấm các chất ô nhiễm môi trường nghiêm trọng trong các sản phẩm dệt may như Tetrabromodiphenyl ether, Pentabromodiphenyl ether, ...

Ngoại trừ những sản phẩm diệt khuẩn được cho phép trong Quy định EU số 528/2012, ngày 22/5/2012, không có chất diệt khuẩn nào khác được dùng trong sản phẩm.

f. Chất diệt khuẩn

Nếu doanh nghiệp thêm chất diệt khuẩn vào đồ may mặc để bảo vệ con người, động vật nhằm ngăn chặn các sinh vật gây hại như vi khuẩn, sâu bệnh thì phải tuân thủ Quy định Sản phẩm chất diệt khuẩn sinh vật châu Âu (BPR), cũng như REACH.

g. Các hợp chất hữu cơ bền

Việc sử dụng các hợp chất hữu cơ bền (POPs) cũng bị cấm, mặc dù trong đa số trường hợp không được quy định trong REACH mà được quy định trong Công ước Stockholm (Quy định EU số 2019/1021). POPs đôi khi được sử dụng để làm vải chống nước hoặc chống cháy, hoặc trong công đoạn cuối cùng trong quá trình sản xuất da.

h. Tính dễ cháy

EU không có yêu cầu pháp lý cụ thể nào liên quan đến tính dễ cháy của quần áo, nhưng một số quốc gia riêng lẻ thì có, bao gồm Vương quốc Anh, Ireland, Hà Lan và Thụy Sĩ (bằng tiếng Đức). EU có một tiêu chuẩn tự nguyện liên quan đến hành vi đốt quần áo ngủ của trẻ em, giúp tuân thủ GPSD.

Tham khảo :

Quy định của Vương quốc Anh tại

<http://www.legislation.gov.uk/ukxi/1985/2043/contents/made>

Quy định của Ireland tại

<http://www.irishstatutebook.ie/eli/1979/si/215/made/en/print>

Quy định của Hà Lan tại

<https://business.gov.nl/regulation/fire-safe-clothing/>

Quy định của Thụy Sĩ tại

<https://www.admin.ch/opc/de/classified-compilation/20050181/index.html>

Tiêu chuẩn tự nguyện liên quan đến hành vi đốt quần áo ngủ của trẻ em

http://www.intertek.com/uploadedFiles/Intertek/Divisions/Consumer_Goods/Media/PDFs/Sparkles/2007/sparkle287.pdf

Lưu ý: Nếu sản phẩm xuất khẩu có sử dụng hóa chất chống cháy, hãy kiểm tra chắc rằng đã tuân thủ quy định REACH về việc sử dụng hóa chất (xem ở phần trên).

i. Yêu cầu đặc biệt đối với quần áo trẻ em

EU có yêu cầu tiêu chuẩn cụ thể về sự an toàn của quần áo trẻ em. Tiêu chuẩn này bao gồm các yêu cầu để đảm bảo rằng dây rút được đặt an toàn trên quần áo cho trẻ em từ 14 tuổi trở xuống. Điều này để tránh các nguy cơ bóp nghẹt và nghẹt thở.

Tham khảo thêm quy định tại: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?qid=1569591957047&uri=CELEX:32015D1345>

j. Công ước CITES

Việc sử dụng các loài động vật và thực vật có nguy cơ tuyệt chủng hoặc các bộ phận của chúng trong sản phẩm xuất nhập bị hạn chế bởi các biện pháp điều tiết động vật hoang dã của EU EC 338/97. Quy định này dựa trên Công ước CITES về buôn bán quốc tế các loài động vật và thực vật hoang dã có nguy cơ tuyệt chủng. Một số loài động vật và thực vật được loại trừ hoàn toàn khỏi sử dụng trong may mặc.

Xem thêm về công ước CITES tại: <https://cites.org/eng>

Hoặc xem bản tiếng Việt tại: <https://thuvienphapluat.vn/van-ban/Tai-nguyen-Moi-truong/Cong-uoc-quoc-te-buon-ban-cac-loai-dong-thuc-vat-hoang-da-nguy-cap-CITES-107575.aspx>

4.2.2. Quy định chung của thị trường

Ngoài các yêu cầu pháp lý được đề cập ở trên, các doanh nghiệp xuất khẩu Việt Nam thường được yêu cầu các điều khoản và điều kiện mà nhà nhập khẩu tại thị trường Châu đề ra. Những yêu cầu như vậy là những yêu cầu phi pháp lý tuy nhiên vẫn được xem là bắt buộc, có nghĩa là sản phẩm xuất khẩu sẽ không được bất kỳ doanh nghiệp nào chấp nhận nếu không tuân thủ chúng.

a. Trách nhiệm xã hội doanh nghiệp

Dưới áp lực của người tiêu dùng, chính trị và truyền thông, các nhà nhập khẩu ở châu Âu đang gia tăng nhu cầu của họ về trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp (CSR). Yêu cầu tối thiểu là công ty xuất khẩu phải có một bộ quy tắc ứng xử, trong đó tuyên bố rằng tôn trọng luật lao động và môi trường địa phương cũng như việc tránh tham nhũng. Ngoài ra, nhà nhập khẩu có thể yêu cầu các loại giấy tờ liên quan đến việc chứng nhận nguồn gốc của sợi trong vải, tiền lương công nhân nhà máy và cách quản lý chất thải nhà máy.

Lưu ý: Thông thường những nhà nhập khẩu nghiêm ngặt về CSR cũng khắt khe về chất lượng sản phẩm cũng như yêu cầu kiểm tra chặt chẽ về việc tuân thủ REACH.

Các công ty từ Bắc và Tây Âu được coi là tương đối nghiêm ngặt về CSR và chất lượng sản phẩm nói chung. Các công ty của Đức và Scandinavia nổi tiếng là rất khắt khe về điều kiện làm việc và mức lương đủ sống (*nghĩa là không phải mức lương tối thiểu hợp pháp, mà người lao động phải có thu nhập tối thiểu để đáp ứng các nhu cầu cơ bản*). Hầu hết các công ty ở Đức và Pháp cũng sẽ yêu cầu kiểm tra tương đối nghiêm

ngặt để tuân thủ REACH và chất lượng sản phẩm, trong khi đó Hà Lan và Bỉ có yêu cầu ở tầm trung.

b. Yêu cầu riêng đối với vật liệu cơ sở

Việc sản xuất vật liệu cơ bản (sợi và phi dệt, như da, lông và lông tơ) có tác động đến việc sử dụng nước, hóa chất và năng lượng và tác động tiêu cực đến phúc lợi của con người và động vật. Để giảm thiểu những rủi ro này, nhà nhập khẩu có thể yêu cầu nguồn nguyên liệu cơ bản phải được chứng nhận. Các tiêu chuẩn và chứng chỉ sau đây là phổ biến nhất ở thị trường châu Âu

BCI (Sáng kiến bông tốt hơn): sáng kiến đa bên giúp cải thiện điều kiện trồng bông trên toàn cầu.

GRS (Tiêu chuẩn tái chế toàn cầu): tiêu chuẩn sản phẩm kết hợp xác minh vật liệu tái chế, bao gồm các tiêu chí trách nhiệm xã hội và môi trường, cũng như quản lý hóa chất.

RDS (Tiêu chuẩn lông vũ có trách nhiệm) và **RWS** (Tiêu chuẩn len có trách nhiệm).

Trong một số trường hợp nhà nhập khẩu có thể chỉ định phải lựa chọn nguyên liệu cơ bản tại một nhà cung cấp nhất định như *Lenzing, Mitsubishi Rayon Group, DuPont* ...

c. Yêu cầu đối với chế biến dệt may và vải

Các tiêu chuẩn và chứng nhận sau đây có thể được yêu cầu để đảm bảo rằng hàng dệt và vải đã được sản xuất liên quan đến môi trường.

Nhãn tiêu chuẩn 100 của Oekotex - Nhãn đảm bảo rằng tất cả các vật liệu được sử dụng trong quần áo đều được kiểm tra các chất có hại.

Nhãn sinh thái EU - Nhãn đảm bảo rằng hàng dệt được sản xuất bằng cách sử dụng các chất, năng lượng và nước ít độc hại, trong phạm vi cho phép.

GOTS (Tiêu chuẩn dệt hữu cơ toàn cầu) - Tiêu chuẩn này bao gồm mọi thứ từ sản xuất đến phân phối hàng dệt được làm từ ít nhất 70% sợi tự nhiên hữu cơ.

Bluesign - Hệ thống Bluesign giảm tác động đến con người và môi trường trong toàn bộ chuỗi cung ứng dệt may, dựa trên quản lý luồng đầu vào.

Lưu ý: Một vài thương hiệu và nhà bán lẻ châu Âu đang áp dụng các tiêu chuẩn này là: Peek & Cloppenburg (Oekotex), Zalando (EU Ecolabel), C & A (GOTS) và G-Star (Bluesign).

d. Yêu cầu đối với sản xuất hàng may mặc

Một số tiêu chuẩn và chứng nhận trong ngành dệt may nhằm đảm bảo đối xử công bằng với người lao động trong ngành sản xuất hàng may mặc như:

BSCI (Sáng kiến tuân thủ xã hội kinh doanh): BSCI là chứng nhận phổ biến nhất và thường được yêu cầu. Nó là một hệ thống quản lý chuỗi cung ứng giúp các nhà sản xuất thúc đẩy sự tuân thủ xã hội.

WRAP (Sản xuất được công nhận có trách nhiệm trên toàn thế giới), **SEDEX** và **ETI** (Sáng kiến thương mại đạo đức).

Các tiêu chuẩn phổ biến khác đảm bảo trang phục được thực hiện liên quan đến quyền của người lao động là **SA8000, ISO 26000, FWF (Fair Wear Foundation) và Fairtrade**. Một tiêu chuẩn quản lý môi trường phổ biến là **ISO 14001**.

a. Danh sách các chất bị hạn chế (RSL)

Cao hơn và nghiêm ngặt hơn REACH là RSL. Nhiều thương hiệu thời trang và nhà bán lẻ đã tự mình lập danh sách các chất bị hạn chế (RSL). Sản phẩm cần tuân thủ các RSL dành riêng cho nhà nhập khẩu này nếu các doanh nghiệp Việt Nam muốn bán hàng cho họ.

RSL thường được lấy từ Chương trình “Mức thải hóa chất nguy hiểm bằng không về sử dụng hóa chất an toàn ZDHC”. ZDHC là một nền tảng ra đời từ năm 2011 từ “Chiến dịch giảm thiểu tối đa các chất nguy hại cho môi trường” bởi Greenpeace, nhằm mục đích thực hành quản lý hóa chất an toàn hơn trong ngành may mặc.

b. Giới hạn chất lượng chấp nhận được

Để đảm bảo chất lượng sản phẩm, nhà nhập khẩu sẽ đặt AQL (giới hạn chất lượng chấp nhận được). Chẳng hạn, AQL 2.5 có nghĩa là họ sẽ từ chối một lô nếu hơn 2,5% tổng số lượng đặt hàng trong một số lần sản xuất bị lỗi.

Nhà nhập khẩu cũng đặt tiêu chuẩn chất lượng sản phẩm xác định mức tiêu chuẩn vật lý, như: Độ xù lông; Độ bền màu; Lực xé rách vải; Độ co ngót...

4.3. Kênh phân phối

Là thị trường rộng lớn với 28 quốc gia thành viên, kênh phân phối hàng may mặc của EU hết sức phức tạp. Mỗi nước trong khối EU đều có các kênh phân phối và các nhà nhập khẩu riêng cho thị trường nước đó, tuy nhiên cũng một có nhà nhập khẩu lớn phân phối sản phẩm may mặc sản cho toàn bộ EU. Tuy nhiên những nhà nhập khẩu này có cách thức triển khai và chiến lược phát triển cho từng thị trường quốc gia thành viên khác nhau. Vì vậy, lời khuyên cho doanh nghiệp là chỉ nên tập trung vào một hoặc một vài nước, khu vực khi muốn xuất khẩu vào EU. Trong giới hạn chuyên đề này, chúng tôi chỉ xin phép giới thiệu kênh phân phối của sản phẩm áo choàng - áo khoác và quần áo mặc ngoài tại hai quốc gia nhập khẩu lớn hàng may mặc lớn của EU (Đức và Pháp).

Áo choàng, áo khoác và quần áo mặc ngoài

Theo thông tin từ trang web của CBI và các website về thị trường hàng may mặc, nhập khẩu áo choàng và áo khoác và quần áo mặc ngoài của Châu Âu đã tăng liên tục trong giai đoạn 2013-2017. Phần lớn các mặt hàng quần áo khoác ngoài nhập khẩu của Châu Âu từ các nước Tây Âu khác thực sự là hàng tái xuất khẩu các sản phẩm ban đầu được sản xuất tại các nước đang phát triển. Trong đó Đức là nhà nhập khẩu áo choàng và quần áo mặc ngoài hàng đầu của châu Âu cho đến nay và tiếp theo sau là Pháp. Nếu tính riêng việc nhập khẩu sản phẩm trên từ các nước đang phát triển, Đức vẫn quốc gia dẫn đầu, tiếp theo là Pháp và Tây Ban Nha. Tính theo tỷ trọng tổng sản phẩm, Đức và Tây Ban Nha là hai quốc gia nhập khẩu gần 80% áo khoác, áo choàng và quần áo ngoài của họ từ các nước đang phát triển.

Như vậy lời khuyên cho các doanh nghiệp Việt sản xuất và xuất khẩu mặc hàng này là nên nghiên cứu kỹ các thị trường Đức, Pháp và Tây Ban Nha cũng như so sánh sản phẩm với các đối thủ đến từ Trung Quốc, Bangladesh.

Đặc điểm kênh phân phối thị trường Đức

Các kênh thương mại đáng chú ý nhất đối với các nhà xuất khẩu của các nước đang phát triển trên thị trường Đức là:

- Các nhà sản xuất trong nước;
- Các nhà nhập khẩu /nhà bán buôn;
- Các nhà bán lẻ lớn nhập về bán lẻ.

Cách thức thâm nhập thị trường hàng dệt may của Đức hiệu quả nhất và chi phí thấp nhất là thuê một đại lý bán hàng hoặc một đại diện. Đại lý thường được trả phần trăm hoa hồng và được chuyên môn hóa với từng sản phẩm. Các đại diện được trả lương để thay mặt cho nhà xuất khẩu. Tại Đức có Hiệp hội Quốc gia các đại lý phân phối (CDH), các nhà xuất khẩu nước ngoài có thể liên hệ để hỏi thuê đại lý. (Tham khảo thêm tại: <https://cdh.de/en/>)

Một kênh phân phối khác thích hợp nhất tại Đức cho các nhà xuất khẩu Việt Nam là thâm nhập hàng hóa thông qua các nhà nhập khẩu hay các công ty bán sỉ hàng dệt may ở Đức. Các công ty bán buôn/nhà nhập khẩu này thường là những người có hiểu biết sâu sắc về từng sản phẩm và nhóm sản phẩm dệt may. Họ sẽ có trách nhiệm lo mọi thủ tục, giấy tờ cần thiết, lưu kho bãi khi hàng đến cảng, phân phối hàng và các việc liên quan đến việc nhập khẩu lô hàng dệt may vào Đức.

Các nhà sản xuất cũng có thể bán sản phẩm qua các trung tâm thương mại ở Đức. Các trung tâm này có kho hàng và sẽ gom các nhu cầu nhỏ thành đơn hàng nhập khẩu khối lượng lớn.

Một số các nhà nhập khẩu, bán sỉ hàng may mặc của Đức gồm:

- Gerry Weber International: <http://www.gerryweber-ag.de>
- Bluse Bonita: <https://www.kl-ruppert.de/>
- Glas Blessing: <http://www.glas-blessing.de>
- Peek & Cloppenburg: <https://www.peek-cloppenburg.com/>

Một số nhà bán lẻ nước ngoài rất năng động trên thị trường hàng may mặc Đức:

- Hennes & Mauritz (Thụy Điển);
- Vögele (Thụy Sĩ);
- The Mulliez Group (Pháp);
- Chuỗi thương hiệu Orsay và Pimkie;
- Benetton (Italy), Esprit (USA);
- Zara and Mango (Tây Ban Nha);
- M&S Mode, WE and Zeeman (Ai-len);
- Karstadt/Quelle.

Tập đoàn mua hàng may mặc lớn ở Đức là:

- Katag-abz (<http://www.katag.net>);
- Ek-servicegroup (<http://www.suetegro.de> hoặc <https://www.ek-servicegroup.de/de/fashion/>)

Hội chợ thương mại chính cho ngành may mặc như sau:

- Hội chợ ISPO ở Cologne <http://www.ispo.com>

- Asia Apparel Expo-Berlin <https://www.asiaapparelexpo.com/en-index.php>
(Dự kiến tổ chức vào 23-25 tháng 01 năm 2021 tại Berlin)

Lưu ý: Tìm kiếm thông tin thêm về thị trường may mặc Đức tại trang web của tạp chí thương mại Textil Wirtschaft: <https://www.textilwirtschaft.de/>. Nhấp chuột vào ô tìm kiếm, sau đó có thể chọn theo công ty, nhãn hiệu hay sản phẩm, tên nhà bán buôn, nhà nhập khẩu...

Đặc điểm kênh phân phối thị trường Pháp

Các nhà sản xuất trong nước: càng nhiều nhà sản xuất Pháp đưa hàng gia công ở nước ngoài. Đây là cơ hội cho các nhà xuất khẩu quan tâm đến việc thiết lập các mối quan hệ đối tác với các nhà sản xuất Pháp.

Hoạt động bán buôn: Các công ty thương mại & nhập khẩu đóng vai trò rất quan trọng trong việc phân phối mặt hàng quần áo ở Pháp. Nhà nhập khẩu thường có quan hệ mua bán với các nhà bán buôn và đại lý của khu vực để nắm được mối liên kết trong 1 quốc gia.

Chuỗi siêu thị lớn tại Pháp:

- The Carrefour group, <http://www.carrefour.com>
- ITM, <http://www.intermarche.com>, tại Pháp có tên Intermarché.
- E. Leclerc, <http://www.e-leclerc.com>
- Casino, <http://www.groupe-casino.fr>
- Auchan, <http://www.auchan.com>

Nhà bán lẻ của nước ngoài hoạt động tại Pháp

- Inditex, <https://www.inditex.com/>
- Cortefiel; Mango, <https://cortefiel.com/fr/en>
- Benetton, <https://www.benetton.com/>
- M&S Mode, <https://www.msmode.nl/>
- Gap, <https://www.gap.com/>

Hội chợ:

- Lyon Mode City, <http://www.lyonmodecity.com>
- SIL (salon international de la lingerie),
<http://www.lingerie-paris.com> hoặc <https://saloninternationaldelalingerie.com/>

Hiệp hội:

- Hiệp hội về ngành công nghiệp quần áo Pháp là UFIH (Union Francaise des Industries de l'Habillement) <http://www.lamodefrancaise.org/>

Tạp chí thương mại:

- Journal du Textile, <http://www.journaldutextile.com>
- Intima, <http://www.networkdessous.com>
- Créations Lingerie International, <http://www.creations-lingerie.com>

4.4. Các địa chỉ hữu ích hỗ trợ nhà xuất khẩu

Hiệp Hội Dệt May Việt Nam (VITAS)

Lầu 2, số 32 Tràng Tiền, Hoàn Kiếm, Hà Nội

ĐT: +84-24-39361167 / 39364134, Fax: +84-24-39349842

Email: info@vietnamtextile.org.vn.

<http://www.hiephoidetmay.org.vn/>

Cổng thông tin về EVFTA của Bộ Công Thương

Website: <http://evfta.moit.gov.vn/>

Trung tâm xúc tiến nhập khẩu từ các nước đang phát triển - Centre for the Promotions of Imports from developing countries (CBI)

Website: <https://www.cbi.eu/>

Bộ phận trợ giúp thương mại EU - The European Trade Helpdesk

Website: <https://trade.ec.europa.eu/tradehelp/>

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Market Access Map, 12/2020, <https://www.macmap.org/>
2. Cổng thông tin về EVFTA của Bộ Công Thương, 12/2020, <http://evfta.moit.gov.vn/>
3. Website của VCCI, 12/2020, <https://trungtamwto.vn/>
4. Website của CBI, 12/2020 <https://www.cbi.eu/>
5. Website của Hiệp hội dệt may Việt Nam, 12/2020, <http://www.vietnamtextile.org.vn/>
6. Website của Thương vụ Việt Nam tại Thụy Điển, 12/2020, <https://vietnordic.com/>
7. Bộ Công Thương (2014). Quy chế ưu đãi thuế quan phổ cập (GSP) của Liên minh châu Âu giai đoạn 2014-2023, 70 trang.
8. Thu, V. T. (2019), Effects of EVFTA on Vietnam's apparel exports: An application of WITS-SMART simulation model. Journal of Asian Business and Economic Studies, 25(S02), 04-28.
9. Mutrap (2014), Đánh giá tác động dài hạn Hiệp định thương mại tự do Việt Nam-EU, 248 trang.
10. Mutrap (2010), Report: Impact assessment of free trade agreement on Viet Nam's economy, 244 pages.
11. Hiệp định thương mại tự do giữa CHXHCN Việt Nam và Liên minh Châu Âu, EU/VN
12. Abhijit Majumdar, MaheshShaw, Sanjib Kumar Sinha, (2020), "COVID-19 debunks the myth of socially sustainable supply chain: A case of the clothing industry in South Asian countries", Sustainable Production and Consumption, Volume 24, October 2020, Pages 150-155
13. Aileni, Raluca Maria; Chiriac, Laura; Surdu, Lilioara; Radulescu, Razvan Ion, 2020, "Field research and methodologies for textile industry innovation in the context of European economy", Industria Textila, Bucharest Vol. 71, Iss. 1
14. Ái Vân, "Dệt may Việt Nam mở rộng thị phần tại EU", Báo SGGP T9/2020
15. Bộ Công Thương (2020), Bộ tài liệu thông tin về 09 ngành hàng xuất khẩu sang thị trường EU - ngành Dệt may
16. Europa (2019), "GUIDE TO THE EU-VIETNAM TRADE AND INVESTMENT AGREEMENTS", Delegation of the European Union to Vietnam

17. European Commission, "Textiles and clothing industries" in Internal Market, Industry, Entrepreneurship and SMEs.
18. European Commission, "Textiles and clothing in the EU" in Internal Market, Industry, Entrepreneurship and SMEs
19. Minh Thuận, Ái Vân, "Tăng tốc với EVFTA: Ngành dệt may sẵn sàng cho cột mốc 1/8", Tạp chí Tài chính T7/2020
20. Werner Stengg (2001), "The textile and clothing industry in the EU: A survey", Enterprise Papers, European Communities
21. European Commission, "International trade" in Internal Market, Industry, Entrepreneurship and SMEs.
22. EU Expanding Exports Helpdesk, 12/2020, <http://exporthelp.europa.eu/>
23. Eurostat, 12/2020, <http://epp.eurostat.ec.europa.eu>
24. Báo Thương trường (2020), “Ngành dệt may: Mục tiêu và những điều cần làm trong năm 2020 để tăng trưởng”, 01/2020, <https://thuongtruong.com.vn/news/nganh-det-may-muc-tieu-va-nhung-dieu-can-lam-trong-nam-2020-de-tang-truong-23325.html>
25. Báo Công Thương (2020), “Ngành dệt may: Chưa làm chủ được chuỗi cung ứng”, 01/2020, <https://congthuong.vn/nganh-det-may-chua-lam-chu-duoc-chuoi-cung-ung-131396.html>
26. Tuấn Minh, “Ngành dệt may: Xác định rõ 3 vấn đề then chốt để phát triển bền vững”, Lao động Thủ đô 01/2020
27. Hoàng Việt, “Giải bài toán về nguyên, phụ liệu cho dệt may Việt Nam”, Nhân Dân T4/2020
28. Như Huỳnh, “Dệt may trải trật bước qua năm COVID, cửa sáng liệu có mở trong năm 2021?”, Vietnam Biz, <https://vietnambiz.vn/det-may-tray-trat-buoc-qua-nam-covid-cua-sang-lieu-co-mo-trong-nam-2021-20201207153828341.htm>