

MALAYSIA

Thông tin thị trường



Trung tâm Hỗ trợ hội nhập quốc tế Thành phố Hồ Chí Minh
Tháng 11/2018

MỤC LỤC

LỜI MỞ ĐẦU.....	3
I.KHÁI QUÁT VỀ MALAYSIA	4
1. Thông tin chung	4
2. Kinh tế.....	5
3. Thương mại	6
II. TÌNH HÌNH THƯƠNG MẠI VIỆT NAM - MALAYSIA VÀ CƠ HỘI CHO VIỆT NAM	7
1. Tình hình thương mại Việt Nam - Malaysia	7
2. Cơ hội cho Việt Nam	8
III. TẬN DỤNG ƯU ĐÃI TỪ HIỆP ĐỊNH THƯƠNG MẠI TỰ DO.....	9
1. Hiệp định Thương mại Hàng hóa ASEAN (ATIGA)	9
a) Ưu đãi thuế quan	9
b) Quy tắc xuất xứ	10
2. Hiệp định Đối tác Toàn diện và Tiến bộ xuyên Thái Bình Dương (CPTPP)	11
a) Ưu đãi thuế quan	11
b) Ưu đãi thuế quan từng mặt hàng.....	12
c) Quy tắc xuất xứ	13
d) Các nội dung khác trong CPTPP	14
IV. MỘT SỐ LƯU Ý CHO DOANH NGHIỆP XUẤT NHẬP KHẨU.....	18
1. Thị hiệu và hành vi tiêu dùng.....	18
2. Văn hóa kinh doanh	19
3. Các tiêu chuẩn riêng của thị trường	19
a) Thuế nội địa.....	19
b) Chứng nhận Halal	20
6. Các Địa chỉ hữu ích hỗ trợ nhà Xuất khẩu.....	21
Tài liệu tham khảo:.....	22

LỜI MỞ ĐẦU

Malaysia hiện là nền kinh tế lớn thứ 3 trong ASEAN, lớn thứ 33 trên thế giới và có tốc độ tăng trưởng cao. Malaysia còn là thị trường tiêu dùng có sức hấp dẫn lớn, với dân số trẻ và dân số thành thị chiếm đa số, thu nhập bình quân đầu người gần 10,000 USD, và quan điểm cởi mở về thương mại.

Việt Nam có nhiều cơ hội thuận lợi để thúc đẩy xuất khẩu vào thị trường Malaysia. Hai nước có vị trí địa lý gần gũi và cùng nằm trong cộng đồng ASEAN. Hiệp định thương mại hàng hóa ASEAN (ATIGA) có hiệu lực từ năm 2010 đã loại bỏ 97% thuế nhập khẩu cho hàng hóa Việt Nam khi đi vào thị trường Malaysia. Nhờ đó, kim ngạch thương mại song phương Việt Nam – Malaysia đến năm 2017 đã cán mốc 10 tỷ USD. Đặc biệt, khi Hiệp định Đối tác Kinh tế Toàn diện và Tiến bộ xuyên Thái Bình Dương (CPTPP) đi vào hiệu lực trong thời gian tới, giúp loại bỏ và đơn giản hơn nữa các rào cản phi thuế quan, hoạt động xuất khẩu của Việt Nam vào Malaysia được kỳ vọng sẽ tiếp tục tăng trưởng mạnh mẽ.

Tuy nhiên, bên cạnh cơ hội, cũng có không ít thách thức. Malaysia là quốc gia đa sắc tộc, đa tôn giáo, trong đó đạo Hồi chiếm đa số (hơn 60%). Vì vậy, bên cạnh các tiêu chuẩn trong các Hiệp định thương mại tự do, hàng hóa xuất khẩu vào Malaysia còn phải đáp ứng các tiêu chuẩn riêng cho người tiêu dùng Hồi giáo, gọi là tiêu chuẩn Halal. Ngoài ra, hàng hóa của Việt Nam và Malaysia mang tính cạnh tranh hơn là bổ sung cho nhau, nên việc khai thác thị trường Malaysia còn hạn chế.

Nhằm hỗ trợ các doanh nghiệp đang tìm hiểu về thị trường Malaysia có thể lựa chọn sản phẩm xuất khẩu phù hợp và thuận lợi hơn khi tiếp cận thị trường, bài viết dưới đây sẽ cung cấp các thông tin tổng quan, toàn diện về thị trường Malaysia; tình hình thương mại giữa hai nước; tận dụng ưu đãi từ ATIGA và CPTPP; cũng như những lưu ý cho doanh nghiệp xuất khẩu về thị hiếu tiêu dùng, văn hóa kinh doanh và các quy định riêng của Malaysia.

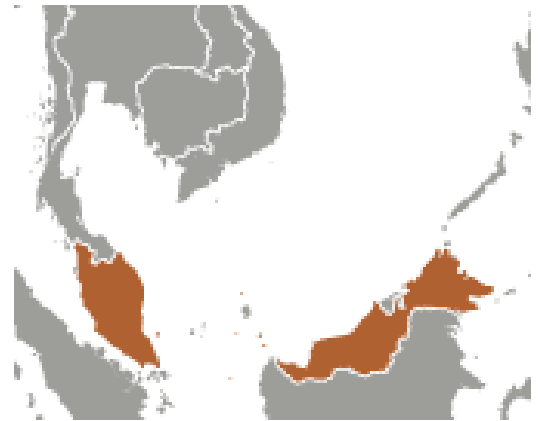


I. KHÁI QUÁT VỀ MALAYSIA

1. Thông tin chung

Tự nhiên

- Diện tích đất: 328,657 km² (tương đương Việt Nam).
Vị trí: Lãnh thổ bị phân thành 2 mảnh lớn. Mảnh phía Tây là bán đảo Mã Lai (tập trung hơn 80% dân số) giáp Thái Lan; mảnh phía Đông nằm chung với Indonesia và Myanmar trên đảo Borneo.
- Địa hình: Rừng chiếm đa số (63% diện tích), đất nông nghiệp (23%).
- Khí hậu: nhiệt đới, gió mùa.
- Thiên tai: lũ lụt, lở đất và cháy rừng.



Chính trị - ngoại giao

- Thủ đô: Kuala Lumpur
- Chế độ chính trị: quân chủ lập hiến liên bang. Đứng đầu nhà nước Malaysia là Quốc vương. Đứng đầu chính phủ là Thủ tướng.
- Thủ tướng đương nhiệm: ông Mahathir Mohamad (sinh năm 1925), từng giữ chức Thủ tướng giai đoạn 1981 – 2002, và mới tái đắc cử vào tháng 5/2018.
- Chính sách ngoại giao: hướng ngoại, thực dụng, mở cửa với thương mại và khuyến khích FDI.
- Malaysia là thành viên sáng lập ASEAN, thành viên WTO, Liên Hiệp Quốc, Diễn đàn Đông Á, Diễn đàn APEC, Khối Thịnh vượng chung các quốc gia;

Văn hóa – xã hội

- Tiền tệ: Đồng Ringit (RM). 1RM = 0.24 USD
- Ngôn ngữ chính thức là tiếng Mã Lai; ngoài ra, tiếng Anh, tiếng Hoa và tiếng Ấn cũng rất thông dụng.
- Dân số: 31,6 triệu dân (2017).
 - ✓ Dân tộc: Người Mã Lai gốc 62%, người Hoa 21%, người Ấn 6%.
 - ✓ Tôn giáo: **Đạo Hồi 61%** (quốc giáo), Đạo Phật 20%, Hindu 6%.
 - ✓ Độ tuổi: ≤14 tuổi (24%), 15-65 tuổi (70%), > 65 tuổi (6%). Độ tuổi bình quân: 28.5 tuổi.
 - ✓ Phân bố: 76% dân số sống ở thành thị.



2. Kinh tế

Bảng 1: Các chỉ tiêu kinh tế cơ bản của Malaysia giai đoạn 2013 - 2017:

Chỉ tiêu	ĐVT	2013	2014	2015	2016	2017
GDP danh nghĩa	tỷ USD	323	338	296	296	314
Tăng trưởng GDP	%	4.7%	6%	5%	4.2%	5.9%
GDP bình quân/người	USD	10,882	11,184	9,649	9,508	9,945
Tỷ lệ lạm phát	%	2.1	3.2	2.1	2.1	3.8
Tỷ lệ thất nghiệp	%	3.11	2.87	3.1	3.44	3.42
Dân số	triệu người	29.7	30.2	30.7	31.2	31.6
Xuất khẩu	tỷ USD	244	249	209	201	225
- Xuất khẩu hàng hóa	tỷ USD	202	207	175	166	188
Nhập khẩu	tỷ USD	217	218	187	181	203
- Nhập khẩu hàng hóa	tỷ USD	172	173	147	141	161

Nguồn: World Bank

Các đặc điểm kinh tế nổi bật

Giai đoạn trước năm 1970, nhờ vào nguồn tài nguyên dồi dào, Malaysia là nền kinh tế sản xuất nguyên liệu, như cao su, dầu khí, và kim loại. Từ 1970 trở đi, chính phủ Malaysia đã tiến hành một loạt các biện pháp cải cách kinh tế, chú trọng đẩy mạnh xuất khẩu và thu hút FDI, cùng chính sách tư nhân hóa các doanh nghiệp nhà nước. Sau gần 50 năm, Malaysia vươn lên là nền kinh tế lớn thứ 3 trong khối ASEAN và đứng thứ 33 trên thế giới về tổng thu nhập quốc nội, với các chỉ số kinh tế cơ bản đều ổn định.

Malaysia đã xây dựng thành công ngành công nghiệp sản xuất đồ điện và điện tử (E&E). Năm 2017, E&E chiếm đến 20.5% kim ngạch xuất khẩu và đóng góp 11.5 % vào GDP. Trong các sản phẩm E&E, nổi bật nhất là mạch bán dẫn (Malaysia là nước xuất khẩu hàng đầu thế giới về sản phẩm này).

Bên cạnh các thành tựu đạt được, nền kinh tế Malaysia đang gặp phải thách thức kép từ bên trong và bên ngoài. Trong nước, Malaysia đang bị thâm hụt ngân sách và bê bối tham nhũng của Quỹ đầu tư nhà nước Malaysia (1MDB). Đồng thời, từ bên ngoài, Malaysia cũng đang chịu tác động mạnh từ các diễn biến trên thế giới, như chiến tranh thương mại, chính sách bảo hộ và đang bị phụ thuộc kinh tế vào Trung Quốc.

Dẫu vậy, nằm trong khu vực năng động nhất thế giới là ASEAN, cộng thêm xu hướng mở cửa về thương mại, Malaysia được dự báo là vẫn giữ được đà tăng trưởng như hiện nay.

- *Ngành nông nghiệp*: Các sản phẩm nông nghiệp chính: dầu cọ, cao su, gỗ..

- *Ngành công nghiệp*:

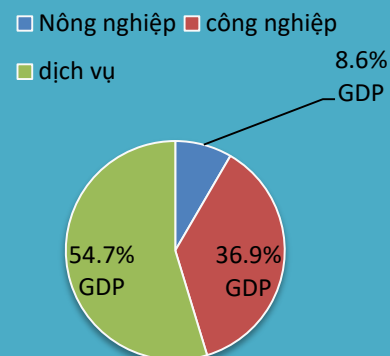
** *Điện tử và điện (E&E)* là ngành sản xuất quan trọng của Malaysia, các sản phẩm nổi bật là: mạch bán dẫn, máy vi tính, máy văn phòng, máy điện, mạch điện, Các thương hiệu toàn cầu lớn đang sản xuất E&E tại Malaysia gồm: Intel, Panasonic, Samsung, HP, Dyson,..

** *Công nghiệp khai khoáng*: đem lại nguồn thu lớn cho Malaysia, gồm dầu mỏ, khí hóa lỏng, kim loại (Malaysia là mỏ thiếc lớn của thế giới). Petronas là doanh nghiệp dầu khí lớn nhất Malaysia.

** Các ngành công nghiệp nổi bật khác của Malaysia là hóa chất, xây dựng.

- *Ngành dịch vụ*: Tài chính, du lịch. Kuala Lumpur là một trong những trung tâm tài chính lớn của thế giới.

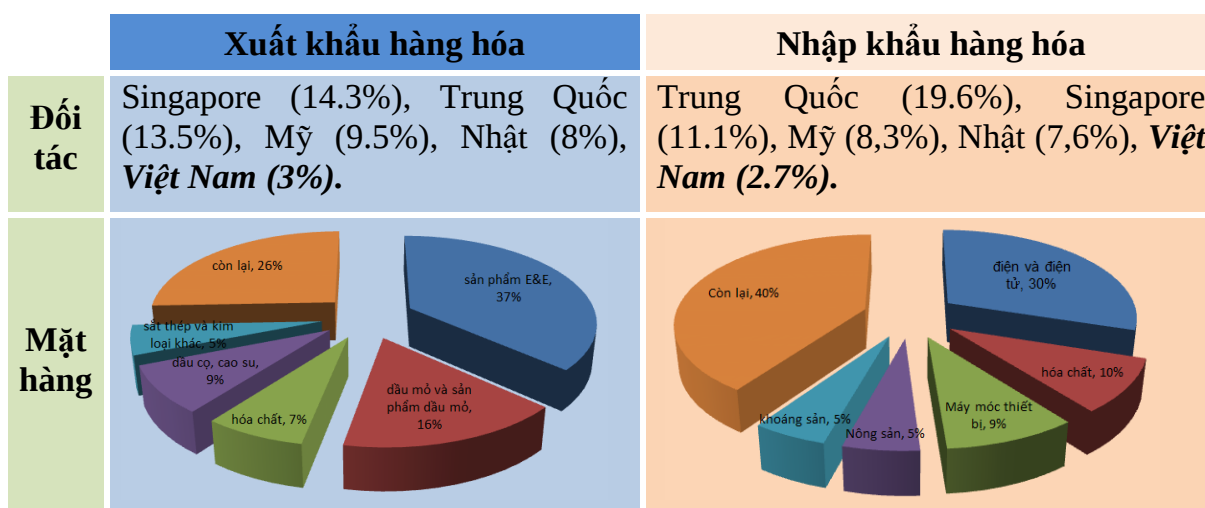
CƠ CẤU KINH TẾ



3. Thương mại

Malaysia là quốc gia xuất khẩu và mở cửa. Năm 2017, thành tích thương mại của Malaysia hết sức ấn tượng. Tổng kim ngạch thương mại đạt 428 tỷ USD, tăng 19% so với cùng kỳ, và là mức tăng trưởng cao nhất trong 13 năm qua. Năm 2017, thặng dư thương mại của Malaysia đạt 22 tỷ USD, giữ vững thành tích 20 năm liên tiếp có thặng dư thương mại.

Các đối tác và mặt hàng xuất nhập khẩu chính năm 2017 của Malaysia như sau:



Nguồn: Trademap.org

II. TÌNH HÌNH THƯƠNG MẠI VIỆT NAM - MALAYSIA

1. Tình hình thương mại Việt Nam - Malaysia

Bảng 2: Tình hình thương mại hàng hóa giữa Việt Nam và Malaysia giai đoạn năm 2008 - 2017

ĐVT: triệu USD

Năm	Việt Nam xuất khẩu	Việt nam nhập khẩu	Tổng kim ngạch	Cán cân
2010	1,681	2,504	4,186	(823)
2011	2,093	3,413	5,506	(1,320)
2012	2,832	3,919	6,752	(1,087)
2013	4,496	3,412	7,908	1,084
2014	4,925	4,104	9,029	821
2015	3,930	4,193	8,124	(263)
2016	3,342	5,171	8,513	(1,829)
2017	4,210	5,949	10,159	(1,739)

Nguồn: Tổng hợp từ Tổng cục Hải quan

Năm 2017, kim ngạch thương mại hai chiều Việt Nam – Malaysia đã vượt mốc 10 tỷ USD, tăng gần gấp 3 lần sau 10 năm. Trong đó, giá trị xuất khẩu của Việt Nam sang Malaysia tăng 3 lần, và nhập khẩu từ Malaysia tăng 2,5 lần. Ngoại trừ hai năm 2013 và năm 2014 Việt Nam có thặng dư với Malaysia, các năm còn lại, Việt Nam liên tục nhập siêu từ Malaysia.

Malaysia là đối tác thương mại lớn thứ 7 của Việt Nam và là thị trường xuất khẩu lớn thứ 11 của Việt Nam. Tính riêng trong khối ASEAN, Malaysia là đối tác thương mại lớn thứ 2 và là thị trường xuất khẩu lớn thứ 2 của Việt Nam, chỉ sau Thái Lan.

Ngày 26/10/2018 vừa qua, Thủ tướng Việt Nam Nguyễn Xuân Phúc trong buổi tiếp Phó Thủ tướng Malaysia Wan Azizah Wan Ismail đã đề nghị đưa kim ngạch thương mại song phương đạt mốc 15 tỷ USD/năm hoặc cao hơn vào năm 2020, và bày tỏ mong muốn được xuất khẩu ổn định các sản phẩm gạo và nông sản, thủy sản sang thị trường Malaysia.

Bảng 3: Các mặt hàng giao thương chính Việt Nam – Malaysia năm 2016-2017

Đvt: triệu USD

Tên hàng	2017		2016	
	Giá trị	tỷ trọng	Giá trị	tỷ trọng
HÀNG HÓA XUẤT KHẨU	4,210		3,342	
Máy vi tính, sản phẩm điện tử và linh kiện	1,117	27%	858	26%
Điện thoại các loại và linh kiện	593	14%	444	13%
Sắt thép các loại	244	6%	115	3%
dầu thô	226	5%	190	6%
Gạo	210	5%	117	4%
Thủy tinh, sản phẩm thủy tinh	197	5%	160	5%
Máy móc, thiết bị, dụng cụ, phụ tùng khác	192	5%	143	4%
Phương tiện vận tải	159	4%	164	5%

Cao su	119	3%	129	4%
thủy sản	102	2%		
HÀNG HÓA NHẬP KHẨU	5,949		5,171	
Xăng dầu	1,288	22%	1,226	24%
Máy vi tính, sản phẩm điện tử và linh kiện	1,166	20%	963	19%
Máy móc, thiết bị, dụng cụ, phụ tùng khác	661	11%	428	8%
Dầu mỡ động thực vật	479	8%	422	8%
chất dẻo nguyên liệu	277	5%	233	5%
kim loại thường khác	233	4%	195	4%
Sản phẩm hóa chất	194	3%	190	4%
Hàng điện gia dụng và linh kiện	193	3%	210	4%
Hóa chất	180	3%	146	3%
sản phẩm từ chất dẻo	106	2%	99	2%

(*) Ghi chú: Tỷ trọng là phần trăm giá trị xuất/nhập khẩu của một mặt hàng trong tổng giá trị xuất/nhập khẩu.

Nguồn: Niên giám thống kê hải quan năm 2017

Các mặt hàng giao thương giữa hai nước khá đa dạng và phong phú. Tuy nhiên, hoạt động của khối FDI lại chiếm đa số. Việt Nam và Malaysia đều nằm trong chuỗi cung ứng của các tập đoàn toàn cầu lớn, nên hoạt động trao đổi qua lại các sản phẩm trung gian/thành phẩm như máy vi tính, hàng điện tử, điện thoại các loại, máy móc thiết bị và linh kiện, ... chiếm một tỷ trọng đáng kể trong tổng kim ngạch xuất nhập khẩu song phương (35%).

Ngoài hoạt động của khối FDI, các mặt hàng xuất khẩu truyền thống của Việt Nam sang Malaysia là nông sản, thủy sản và khoáng sản. Trong đó, các mặt hàng có giá trị xuất khẩu lớn là sắt thép, dầu thô, gạo, thủy tinh,... Năm 2017, Malaysia là thị trường xuất khẩu gạo lớn thứ ba, và là thị trường xuất khẩu cao su lớn thứ hai của Việt Nam.

Ở chiều ngược lại, Việt Nam nhập khẩu các mặt hàng thế mạnh của Malaysia, gồm: xăng dầu (chiếm 22% trong tỷ trọng nhập khẩu), mỡ động thực vật, chất dẻo, hóa chất, hàng điện gia dụng.

2. Cơ hội cho Việt Nam

Mặc dù hàng hóa của Việt Nam và Malaysia có tính tương đồng và cạnh tranh với nhau, vì hai nước chia sẻ nhiều điểm chung trong địa lý, khí hậu và nguồn lực lao động. Tuy nhiên, với một thị trường tiêu dùng lớn như Malaysia, các doanh nghiệp xuất khẩu của Việt Nam vẫn còn rất nhiều cơ hội để khai thác:

- Malaysia có cấu trúc dân số lý tưởng để trở thành một thị trường tiêu dùng hấp dẫn: dân số đông và đa chủng tộc, dân số trẻ chiếm đa số, thu nhập bình quân đầu người cao so với các nước khác trong khu vực, tỷ lệ thất nghiệp thấp (3-4%).
- Lối sống của người dân Malaysia hiện đại và đa dạng, dẫn đến nhu cầu tiêu dùng hàng nhập khẩu cao.
- Theo số liệu từ USDA, Malaysia nhập khẩu khoảng 70% nhu cầu thực phẩm trong nước, bao gồm: thịt bò, thịt cừu, sản phẩm sữa, trái cây nhiệt đới và rau quả.

- Vẫn còn nhiều mặt hàng có tính đặc thù theo vùng miền của Việt Nam có thể trao đổi với Malaysia.

Bảng 4: Tình hình nhập khẩu thực phẩm và đồ uống của Malaysia qua các năm

Đơn vị tính: Triệu USD

Sản phẩm	2013	2014	2015	2016	2017
Thịt và các chế phẩm từ thịt	805	889	863	811	937
Cá và các chế phẩm từ cá	889	960	774	776	813
Sản phẩm từ sữa, trứng và mật ong	1,013	1,169	872	716	877
Rau quả	824	760	894	998	937
Trái cây và các loại đậu	505	527	628	701	716
Cà phê, trà, gia vị	468	553	494	510	522
Thịt, cá và hải sản chế biến	140	135	145	144	147
Đường và các chế phẩm từ đường	1,074	1,138	838	949	1,069
Sản phẩm cacao chế biến	1,086	1,314	1,081	1,028	1,009
Sản phẩm ngũ cốc chế biến	724	789	750	705	734
Rau quả và trái cây chế biến	320	313	338	353	356
Thực phẩm chế biến hỗn hợp khác	940	943	914	947	943
Thức uống	778	718	685	708	629
Tổng cộng	9,566	10,208	9,276	9,346	9,689

Nguồn: USDA

III. TẬN DỤNG ƯU ĐÃI TỪ HIỆP ĐỊNH THƯƠNG MẠI TỰ DO

Hiện nay Việt Nam và Malaysia đang cùng là thành viên của các FTA sau: (1) Hiệp định Thương mại Hàng hóa ASEAN (ATIGA) đã có hiệu lực; (2) Hiệp định Đối tác Toàn diện và Tiến bộ xuyên Thái Bình Dương (CPTPP) có hiệu lực từ 30/12/2018; (3) Hiệp định Đối tác Kinh tế Toàn diện Khu vực (RCEP) đang trong quá trình đàm phán.

1. Hiệp định Thương mại Hàng hóa ASEAN (ATIGA)

Hiệp định ATIGA là hiệp định về *thương mại hàng hóa* giữa 10 nước trong khối ASEAN. Hiệp định được ký kết ngày 26/2/2009 và có hiệu lực từ ngày 17/5/2010.

a) Ưu đãi thuế quan

	Cam kết	Tình hình thực thi
Malaysia	Đến năm 2010 phải xóa bỏ thuế quan toàn bộ.	Đến năm 2016, Malaysia đã loại bỏ thuế đối với 98.74% dòng thuế trong Biểu thuế. Còn 73 dòng thuế (hơn 1% dòng thuế) có thuế nhập khẩu từ 5% - 20%, bao gồm: trái cây nhiệt đới, thuốc lá, và các sản phẩm nhạy cảm cao (như gạo).
Việt Nam	- Đến năm 2015: 90% số dòng thuế cắt giảm xuống 0%;	Đến ngày 1/1/2015: tổng cộng có 8,603 dòng thuế (chiếm 90% biểu thuế) có thuế suất 0%

	- Đến năm 2018: 7% số dòng thuế trong “danh mục linh hoạt” sẽ được đưa về 0%. <i>Lưu ý: Danh mục linh hoạt nghĩa là các nước được quyền tự lựa chọn các sản phẩm đưa vào danh mục này.</i>	Đến ngày 1/1/2018: Việt Nam cắt giảm thêm 672 dòng thuế (trong đó có 670 dòng về 0%), ví dụ như: ô tô giảm từ 30% xuống 0%; linh kiện phụ tùng 5%, 20% xuống 0%; sắt thép 5% xuống 0%; nông sản, thuốc lá, rượu... - Còn 49 dòng thuế Việt Nam vẫn đang bảo lưu thuế đến năm 2022, gồm: đường (5%), thịt gà và trứng gà (5%), thịt và chế phẩm từ thịt (5%), chanh và bưởi (5%), thóc và gạo lứt (5%), xăng dầu (5% - 20%, theo cam kết riêng của Việt Nam với ASEAN, mặt hàng xăng dầu sẽ xóa bỏ thuế với lộ trình dài nhất là đến năm 2024).
	- 3% số dòng thuế nằm trong “danh mục loại trừ” sẽ không phải xóa bỏ thuế, bao gồm: các sản phẩm nông nghiệp chưa chế biến, các sản phẩm nhạy cảm như súng đạn, thuốc nổ, rác thải...	- Các hàng hóa trong danh mục loại trừ của Việt Nam bao gồm: thuốc lá, phế thải dược phẩm, vũ khí, chất nổ, rác thải, sẫm lốp, xe có động cơ chở 10 người trở lên.

b) Quy tắc xuất xứ

Theo thông tư số 22/2016/TT-BCT ngày 03 tháng 10 năm 2016 của Bộ Công Thương về Thực hiện Quy tắc xuất xứ hàng hóa trong ATIGA, một hàng hóa được coi là có xuất xứ và đủ điều kiện để hưởng ưu đãi thuế quan nếu hàng hóa đó thuộc **một trong các trường hợp** dưới đây:

Trường hợp 1: Hàng hóa có xuất xứ thuần túy

Hàng hóa có xuất xứ thuần túy là hàng hóa được trồng, thu hoạch hoặc đánh bắt ở trong khu vực. Ví dụ: cây trồng, động vật sống, khoáng sản và các chất sản sinh tự nhiên ở các nước thành viên.

Trường hợp 2: Hàng hóa không có xuất xứ thuần túy nhưng đáp ứng một trong hai tiêu chí chung sau:

- Hàng hóa có hàm lượng giá trị khu vực (RVC) không dưới 40%;
- Tất cả nguyên vật liệu không có xuất xứ sử dụng để sản xuất ra hàng hóa đó trải qua quá trình chuyển đổi mã số hàng hóa ở cấp 4 số (CTH).

Trường hợp 3: Hàng hóa không có xuất xứ thuần túy nhưng đáp ứng quy định cụ thể từng mặt hàng: Tùy theo từng mặt hàng, quy tắc xuất xứ có thể là:

- RVC từ 35% đến 40%;
- Hoặc chuyển đổi mã số hàng hóa cấp độ 2 số, 4 số, 6 số;
- Hoặc quy tắc công đoạn sản xuất;
- Hoặc kết hợp;
- ✚ **Các nội dung khác trong quy tắc xuất xứ của ATIGA**

Nội dung	ATIGA
Cộng gộp	Cho phép cộng gộp đầy đủ và từng phần. Cộng gộp đầy đủ: Nếu nguyên liệu nhập khẩu đáp ứng tiêu chí xuất xứ RVC 40%, thì sẽ được cộng gộp 100% (chứ không phải số % thực tế) để tính hàm lượng RVC cho sản phẩm được sản xuất tại nước xuất khẩu. Cộng gộp từng phần: Nếu nguyên liệu nhập khẩu có RVC < 40%, nhưng ≥ 20% , hàm lượng này sẽ được cộng gộp (theo đúng tỉ lệ thực tế) để tính hàm lượng RVC cho sản phẩm được sản xuất tại nước xuất khẩu.
De Minimis	Một hàng hóa sản xuất từ các nguyên liệu không có xuất xứ và không đáp ứng được yêu cầu chuyển đổi mã số hàng hóa thì vẫn được coi là hàng hóa có xuất xứ ATIGA nếu giá trị của các nguyên liệu đó trong giá trị hàng hóa không vượt quá 10%.
Thủ tục chứng nhận xuất xứ	Áp dụng song song 2 cơ chế: - Cơ chế xin chứng nhận xuất xứ từ cơ quan có thẩm quyền - Ngoài ra, Việt Nam đang triển khai thí điểm cơ chế tự chứng nhận xuất xứ: Đối tượng là nhà xuất khẩu đủ điều kiện tự chứng nhận xuất xứ.
QTXH của dệt may	Quy tắc 01 công đoạn. Tức là chỉ yêu cầu công đoạn ‘cắt và may’ được thực hiện tại lãnh thổ của bất kỳ nước thành viên nào.

2. Hiệp định Đối tác Toàn diện và Tiến bộ xuyên Thái Bình Dương (CPTPP)

Hiệp định CPTPP là hiệp định thương mại tự do thế hệ mới, tiêu chuẩn cao, với phạm vi bao trùm nhiều lĩnh vực, từ các vấn đề thương mại truyền thống (hàng hóa, dịch vụ, đầu tư...), đến các vấn đề thương mại chưa hoặc ít được đề cập trong các FTA (mua sắm công, thương mại điện tử, doanh nghiệp nhà nước...), và cả các vấn đề khác có liên quan đến thương mại (lao động, môi trường...).

Hiệp định CPTPP tiền thân là Hiệp định TPP bao gồm 12 nước thành viên: Mỹ, Singapore, Chile, New Zealand, Brunei, Australia, Peru, Việt Nam, Malaysia, Canada, Mexico và Nhật Bản. Cuối năm 2015, các nước kết thúc đàm phán và ký kết Hiệp định TPP vào 4/02/2016. Tháng 01 năm 2017, Mỹ rút khỏi hiệp định. Sau nhiều nỗ lực đàm phán, 11 thành viên còn lại trong khối TPP đã đổi tên thành Hiệp định CPTPP, giữ nguyên hầu hết nội dung trong TPP phiên bản gốc, trì hoãn thực thi khoảng 20 điều khoản, chủ yếu liên quan đến lợi ích của Mỹ, sửa đổi điều khoản về rút lui và gia nhập, chính thức ký kết tại Chile ngày 08/3/2018.

Theo quy định, CPTPP sẽ có hiệu lực khi có đủ 6 nước thành viên trong Hiệp định thông qua. Ngày 31/10/2018 đánh dấu cột mốc có đủ 6 nước phê chuẩn Hiệp định, gồm Mexico, Nhật Bản, Singapore, New Zealand, Canada và Australia, do đó CPTPP chính thức có hiệu lực từ ngày 30/12/2018.

Ngày 12/11/2018, Quốc hội Việt Nam đã phê chuẩn Hiệp định CPTPP, chính thức thông báo cho New Zealand vào ngày 15/11/2018 và bắt đầu có hiệu lực vào ngày 14/01/2019.

a) Ưu đãi thuế quan

Về cơ bản, Hiệp định CPTPP có cam kết cắt giảm thuế sâu rộng. Malaysia và Việt Nam cam kết lộ trình giảm thuế chung cho tất cả các thành viên còn lại trong CPTPP như sau:

Nước	Cam kết
Malaysia	• Xóa bỏ ngay đối với 84,7% số dòng thuế khi Hiệp định có hiệu lực và xóa bỏ dần có lộ trình đối với các dòng thuế còn lại. • Xóa bỏ 99,9% dòng thuế vào năm 11. • Áp dụng hạn ngạch thuế đối với 15 dòng thuế trứng gia cầm, thị gà, thịt lợn và thịt bò
Việt Nam	• 65,8% số dòng thuế có thuế suất 0% ngay khi Hiệp định có hiệu lực; • 86,5% số dòng thuế có thuế suất 0% vào năm thứ 4 kể từ khi Hiệp định có hiệu lực; • 97,8% số dòng thuế có thuế suất 0% vào năm thứ 11 kể từ khi Hiệp định có hiệu lực; • Các mặt hàng còn lại cam kết xóa bỏ thuế nhập khẩu với lộ trình xóa bỏ thuế tối đa vào năm thứ 16 hoặc theo hạn ngạch thuế quan.

b) Ưu đãi thuế quan từng mặt hàng

Trong ATIGA, Malaysia đã xóa bỏ thuế quan cho hầu hết các mặt hàng xuất khẩu từ Việt Nam, ngoại trừ các mặt hàng như *trái cây nhiệt đới* và *gạo*. Vì vậy, đây là những mặt hàng mà Việt Nam có thể tận dụng ưu đãi từ CPTPP để đẩy mạnh hơn nữa xuất khẩu vào Malaysia, đặc biệt khi gạo và trái cây cũng là những mặt hàng xuất khẩu thế mạnh của Việt Nam, và Malaysia là thị trường xuất khẩu gạo lớn thứ 3 của Việt Nam trong năm 2017. Dưới đây là lộ trình giảm thuế của Malaysia trong CPTPP đối với 2 nhóm mặt hàng trên.

Lộ trình giảm thuế gạo

Số TT	Mã HS	Mô tả	Thuế cơ sở	Thuế ATIGA	Thuế CPTPP					
					Năm 1	Năm 2	...	Năm 6	...	Năm 11
	1006.10	Thóc (gạo còn nguyên trấu)								
1	1006.10.100	Gạo nếp	40%	20%	36.3%	32.7%		0.0%		0.0%
2	1006.10.900	Loại khác	40%	20%	36.3%	32.7%		0.0%		0.0%
	1006.20	Gạo lứt								
3	1006.20.100	Gạo nếp	40%	20%	36.3%	32.7%		0.0%		0.0%
4	1006.20.900	Loại khác	40%	20%	36.3%	32.7%		0.0%		0.0%
	1006.30	Gạo đã xát toàn bộ hoặc sơ bộ, đã hoặc chưa được đánh bóng hoặc hồ								
5	1006.30.100	Gạo nếp	40%	20%	36.3%	32.7%		0.0%		0.0%
6	1006.30.900	Loại khác	40%	20%	36.3%	32.7%		0.0%		0.0%
	1006.40	Gạo tấm								
7	1006.40.100	Loại dùng làm thức ăn chăn nuôi	15%	15%	13.6%	12.2%		0.0%		0.0%
8	1006.40.900	Loại khác	40%	20%	36.3%	32.7%		0.0%		0.0%

Lộ trình giảm thuế trái cây nhiệt đới

Mã HS	Mô tả	Thuế cơ sở	Thuế ATIGA	Thuế CPTPP				
				Năm 1	Năm 2	...	Năm 10	Năm 11
0810.60.000	Quả sầu riêng	5% và RM0.3307	5%	4.5% & RM0.30	4.0% & RM0.27		0.4% & RM0.03	0.0%
0810.70.000	Quả hồng vàng	30.0%	0%	27,2%	24,5%		2,7%	0.0%
0810.90.110	chôm chôm	5% và RM0.6614	5%	4.5% & RM0.60	4.0% & RM0.54		0.4% & RM0.06	0.0%
0810.90.120	bòn bon	5% và RM0.6614	5%	4.5% & RM0.60	4.0% & RM0.54		0.4% & RM0.06	0.0%
0810.90.130	mít	5% và RM0.3307	5%	4.5% & RM0.30	4.0% & RM0.27		0.4% & RM0.03	0.0%
0810.90.140	nhãn	30.0%	0%	27,2%	24,5%		2,7%	0.0%
0810.90.150	hồng xiêm	5% và RM0.6614		4.5% & RM0.60	4.0% & RM0.54		0.4% & RM0.06	0.0%
0810.90.160	khế	5% và RM0.6614	5%	4.5% & RM0.60	4.0% & RM0.54		0.4% & RM0.06	0.0%
0810.90.190	Loại khác	5% và RM0.6614		4.5% & RM0.60	4.0% & RM0.54		0.4% & RM0.06	0.0%

(*) RM = Ringit; Thuế cơ sở là mức thuế tối huệ quốc (MFN) của Malaysia có hiệu lực vào ngày 01 tháng 01 năm 2010. Thuế được thể hiện bằng đơn vị tiền tệ là mức thuế đánh trên mỗi đơn vị hàng hóa (ở đây là kg).

c) Quy tắc xuất xứ

Theo CPTPP, hàng hóa được coi là có xuất xứ từ các nước thành viên khi thuộc một trong ba trường hợp sau:

- Trường hợp 1: Hàng hóa có xuất xứ thuần túy

Hàng hóa có xuất xứ thuần túy là hàng hóa được trồng, thu hoạch hoặc đánh bắt ở trong khu vực CPTPP. Ví dụ cây trồng, động vật sống, khoáng sản và các chất sản sinh tự nhiên ở các nước CPTPP.

- **Trường hợp 2:** Hàng hóa không có xuất xứ thuần túy nhưng phải có hàm lượng giá trị khu vực (RVC) 100% - tức được sản xuất toàn bộ trong khu vực CPTPP và chỉ từ các nguyên liệu có xuất xứ từ CPTPP.

- **Trường hợp 3:** Hàng hóa không có xuất xứ thuần túy nhưng đáp ứng quy định cụ thể từng mặt hàng (Xem quy định trong phụ lục 3-d của Chương 3, CPTPP).

Lưu ý: Phương pháp tính RVC trong ATIGA và CPTPP là khác nhau.

Các nội dung khác trong quy tắc xuất xứ của CPTPP:

Nội dung	CPTPP
Cộng gộp	Cho phép cộng gộp đầy đủ và từng phần. Đây là một trong những điểm ưu việt của TPP bởi số lượng thành viên của Hiệp định là rất lớn (12 nước) nên các doanh nghiệp có nhiều quyền lựa chọn trong việc nhập khẩu một phần nguyên liệu từ TPP ở mức đủ đáp ứng yêu cầu RVC khi sản xuất hàng hóa xuất khẩu để được hưởng ưu đãi thuế quan.
De Minimis	Tỷ lệ De Minimis trong CPTPP là 10% giá trị hàng hóa không bao gồm chi phí phát sinh trong quá trình vận chuyển hàng hóa quốc tế.
Thủ tục chứng nhận xuất xứ	Áp dụng song song 2 cơ chế: - Cơ chế xin chứng nhận xuất xứ từ cơ quan có thẩm quyền - Cơ chế tự chứng nhận xuất xứ: Việt Nam bảo lưu chưa thực hiện trong 5 năm. Đối tượng: nhà xuất khẩu, nhà sản xuất, nhà nhập khẩu.
QTXH của dệt may	Quy tắc từ sợi trở đi hay quy tắc 03 công đoạn. 3 công đoạn gồm (i) kéo sợi, dệt và nhuộm vải; (ii) cắt và (iii) may quần áo phải được thực hiện trong nội khối CPTPP. CPTPP áp dụng quy tắc “cắt và may” cho 3 mặt hàng: vali, túi xách; áo ngực phụ nữ; và quần áo trẻ em bằng sợi tổng hợp. CPTPP cũng có một số ngoại lệ và linh hoạt cho chương Dệt may (ví dụ nguyên tắc tỷ lệ tối thiểu, các mã nguyên liệu thuộc danh mục nguồn cung thiếu hụt, bao gồm thiếu hụt vĩnh viễn và thiếu hụt tạm thời)

d) Các nội dung khác trong CPTPP

SPS

Các biện pháp an toàn thực phẩm và kiểm dịch động thực vật (SPS) là nhằm khiến cho việc áp dụng các biện pháp ngăn chặn nhập khẩu vì lý do an toàn thực phẩm và kiểm dịch động thực vật trở nên khó áp dụng hơn, từ đó, giúp thương mại hàng hóa nông nghiệp được thuận lợi hơn. SPS trong TPP được mở rộng từ các quy định SPS của Tổ chức Thương mại Thế giới (WTO), với các điểm mới sau:

- Phân tích khoa học và rủi ro: CPTPP yêu cầu các biện pháp SPS phải dựa trên cơ sở khoa học, có đánh giá rủi ro, và có số liệu cụ thể.
- Kiểm tra nhập khẩu: CPTPP yêu cầu các biện kiểm tra nhập khẩu của nước nhập khẩu phải theo tiêu chuẩn thí nghiệm quốc tế, và phải được tiến hành “không chậm trễ”.
- Điều khoản về chứng nhận: CPTPP cho phép bên nhập khẩu yêu cầu các giấy chứng nhận, nhưng phải theo tiêu chuẩn, hướng dẫn và khuyến nghị của quốc tế,
- Kiểm toán: nước nhập khẩu được quyền kiểm toán hệ thống SPS của nước xuất khẩu, bao gồm cả kiểm tra hiện trường, để xem hệ thống SPS ở nước xuất khẩu có tương thích với hệ thống SPS ở nước nhập khẩu hay không.
- Minh bạch: yêu cầu bên nhập khẩu phải cung cấp cơ sở và số liệu để chứng minh cho các biện pháp ngăn chặn của mình khi được nhà xuất khẩu yêu cầu.

Nhà xuất khẩu phải cho các bên quan tâm (bao gồm chính phủ và doanh nghiệp của nước xuất khẩu) cơ hội được bình luận, góp ý.

TBT

Các hàng rào kỹ thuật đối với thương mại (TBT) được CPTPP quy định tại Chương 8 của Hiệp định. Thành viên CPTPP cam kết đảm bảo tiêu chuẩn, quy chuẩn kỹ thuật và quy trình đánh giá sự phù hợp không tạo ra rào cản không cần thiết cho thương mại giữa các nước, đẩy mạnh tính minh bạch và hợp tác giữa các quốc gia.

Ngoài việc yêu cầu các nước áp dụng một số điều khoản trong Hiệp định về Hàng rào kỹ thuật đối với thương mại (TBT) của WTO, đáng chú ý, CPTPP còn có thêm một số các cam kết liên quan tới quy trình đánh giá sự phù hợp và yêu cầu về nội dung các tiêu chuẩn TBT đối với một số sản phẩm cụ thể.

- Về tiêu chuẩn: Các bên cam kết xây dựng tiêu chuẩn dựa trên vai trò quan trọng hơn của tiêu chuẩn quốc tế, làm giảm các rào cản không cần thiết đối với thương mại. Các nước thành viên phải đảm bảo các tiêu chuẩn kỹ thuật đã thông qua phải được công bố ngay hoặc phải sẵn sàng được cung cấp ngay khi cần.
- Về quy chuẩn kỹ thuật: Khác với tiêu chuẩn kỹ thuật được áp dụng tự nguyện, quy chuẩn là biện pháp kỹ thuật mà các quốc gia ràng buộc đối với các loại hàng hóa. Đối với vấn đề này, CPTPP yêu cầu thành viên cam kết thực hiện theo các quy định trong Hiệp định TBT của WTO. Theo đó, các nước khi ban hành quy chuẩn cần đảm bảo hài hòa với các tiêu chuẩn quốc tế.
- Về quy trình đánh giá sự phù hợp: CPTPP đặt ra yêu cầu không phân biệt đối xử giữa các tổ chức đánh giá sự phù hợp đặt trụ sở tại các quốc gia CPTPP khác và tổ chức ở quốc gia mình. Bên cạnh đó, các nước thành viên không được yêu cầu tổ chức đặt trụ sở hay văn phòng đại diện ở quốc gia mình. Với các quy định này, việc thừa nhận lẫn nhau trong việc chứng nhận, phê duyệt, cấp phép hoặc công nhận dưới hình thức khác giữa các nước thành viên CPTPP được đẩy mạnh.

Chương TBT của Hiệp định đưa ra các yêu cầu về tính minh bạch. Trong đó, để thực thi, các bên có quyền tham gia một cách công bằng vào quá trình xây dựng quy chuẩn, tiêu chuẩn kỹ thuật, và quy trình đánh giá hợp quy của các nước CPTPP khác. Qua đó, các quốc gia đóng góp ý kiến trong trường hợp nhận thấy khả năng gây cản trở thương mại. Ngoài sự tham gia của chính phủ, CPTPP cũng khuyến khích các phương pháp tăng cường tính minh bạch bằng cách sử dụng các công cụ điện tử, hướng tới việc tham gia của cộng đồng.

Đối với một số loại hàng hóa cụ thể, Chương TBT trong CPTPP có Phụ lục về các nguyên tắc ràng buộc các nước thành viên khi ban hành các quy định TBT đối với sáu nhóm hàng hóa là rượu vang và đồ uống chưng cất, các sản phẩm công nghệ thông tin, dược phẩm, thiết bị y tế, mỹ phẩm, thực phẩm đóng gói và phụ gia thực phẩm.

Thương mại điện tử

Một lý do khiến CPTPP được xem là hiệp định thương mại tự do thế hệ mới là vì nó bao hàm những chủ đề rất mới mẻ, ảnh hưởng trực tiếp tới các hoạt động thương mại hàng hóa và dịch vụ của thế kỷ 21, chẳng hạn như Chương về Thương mại điện tử.

Chương Thương mại điện tử trong CPTPP đưa ra những cam kết tập trung vào 3 nhóm chính sau đây:

- + Nhóm các cam kết liên quan tới chính sách về thương mại điện tử
- + Nhóm các cam kết liên quan tới bảo vệ người tiêu dùng
- + Nhóm các cam kết về tôn trọng tự do của các chủ thể tham gia thương mại điện tử

Các nước thành viên CPTPP cũng được trao cho những quyền liên quan đến vấn đề thương mại điện tử, bao gồm:

- + Quyền áp các loại thuế, phí, lệ phí nội địa đối với các “nội dung được truyền bằng phương thức điện tử” theo quy định của Hiệp định
- + Có quyền không áp dụng nghĩa vụ “không phân biệt đối xử” đối với các hoạt động sử dụng các khoản trợ cấp hay tài trợ bởi Chính phủ của một nước thành viên CPTPP khác.
- + Mỗi nước thành viên có thể có những yêu cầu quản lý riêng đối với việc lưu chuyển thông tin bằng các phương thức điện tử; đối với việc sử dụng và đặt máy chủ (bao gồm cả các yêu cầu để đảm bảo an ninh, bảo mật thông tin liên lạc);

Bên cạnh đó, chương về Thương mại điện tử cũng có một nhóm các quy định riêng nhằm hạn chế Nhà nước can thiệp vào quyền tự do tiếp cận thương mại điện tử của doanh nghiệp và người tiêu dùng.

Sở hữu trí tuệ

Sở hữu trí tuệ được coi là một trong những nội dung gây nhiều tranh cãi và cũng khó khăn nhất trong đàm phán TPP trước đây. Điều này cũng là lý do khiến Chương về sở hữu trí tuệ có nhiều Điều, khoản bị tạm dừng thực thi nhất (11 Điều, khoản) trong TPP phiên bản 11 quốc gia. Những cam kết chính trong chương này gồm có 4 nhóm:

- Cam kết chung;
- Cam kết về các tiêu chuẩn bảo hộ quyền sở hữu trí tuệ;
- Cam kết về một số sản phẩm sở hữu trí tuệ đặc thù;
- Cam kết thực thi các quyền sở hữu trí tuệ.

Tuy nhiên, do những quy định điều chỉnh các sản phẩm sở hữu trí tuệ đặc thù như dược phẩm, nông hóa phẩm, giống cây trồng, cũng như quyền lợi và trách nhiệm của các nhà cung cấp dịch vụ mạng,... được hình thành chủ yếu từ đề xuất của phía Hoa Kỳ. Do vậy, khi nước này rút khỏi TPP, phần lớn những cam kết liên quan đến các sản phẩm nêu trên bị tạm ngừng thực thi.

So với những hiệp định về quyền sở hữu trí tuệ mà trước đây Việt Nam tham gia, CPTPP có mức độ bao phủ rộng và yêu cầu khắt khe hơn. Cụ thể:

Đối tượng được bảo hộ: Ngoài các đối tượng truyền thống mà pháp luật mà các nước đang bảo hộ (như chữ, ký hiệu, từ ngữ, hình ảnh), CPTPP còn mở rộng ra cả âm thanh, và khuyến khích các nước bảo hộ cả mùi.

Đối với trường hợp nhãn hiệu nổi tiếng, CPTPP yêu cầu quốc gia thành viên không được lấy tiêu chí số lượng các quốc gia đã bảo hộ nhãn hiệu, đã công nhận nhãn hiệu nổi tiếng hoặc đã nằm trong danh mục nhãn hiệu nổi tiếng để quyết định bảo hộ nhãn hiệu nổi tiếng.

CPTPP yêu cầu 11 nước tham gia phải áp dụng các biện pháp cụ thể để đảm bảo thủ tục hành chính ngắn gọn, minh bạch trong đăng ký, gia hạn nhãn hiệu thương mại,

đảm bảo cơ hội phản hồi của người nộp đơn cũng như cơ hội phản đối của các bên thứ ba, đồng thời khuyến khích các nước sử dụng hệ thống đăng ký nhãn hiệu thương mại điện tử để minh bạch hóa các quy trình này.

Ngoài ra, CPTPP cũng có quy định về cơ chế giải quyết tranh chấp nhằm giải quyết các vấn đề liên quan đến sở hữu trí tuệ giữa quốc gia với quốc gia nhằm đảm bảo 11 nước thành viên thực hiện nghiêm túc các quy định tại Chương này.

Lao động

Với mục tiêu đẩy mạnh phát triển bền vững, tăng trưởng thương mại đầu tư gắn liền với nâng cao lợi ích của người lao động, CPTPP đã bổ sung các quy định về trách nhiệm của các bên tham gia trong việc đảm bảo quyền, lợi ích của người lao động. Cụ thể, CPTPP đặt ra hai yêu cầu chính về lĩnh vực lao động đối với 11 nước tham gia là: (i) hoàn thiện hệ thống pháp luật theo tiêu chuẩn quốc tế và (ii) đảm bảo yếu tố thực thi trong thực tế áp dụng.

Đối với yêu cầu (i), CPTPP đòi hỏi các nước thành viên phải tuân thủ các tiêu chuẩn lao động trong Tuyên bố 1998 của ILO về Các nguyên tắc và các quyền cơ bản tại nơi làm việc (4 nguyên tắc chính) như sau:

- Quyền tự do liên kết và thương lượng tập thể của người lao động và người sử dụng lao động;
- Xóa bỏ lao động cưỡng bức và lao động bắt buộc;
- Cấm sử dụng lao động trẻ em;
- Xóa bỏ mọi hình thức phân biệt đối xử về việc làm và nghề nghiệp

Liên quan đến yêu cầu (ii), CPTPP nhấn mạnh các quốc gia ký kết Hiệp định phải loại bỏ những hành vi có tính liên tục hoặc chuỗi hành vi lặp đi lặp lại có thể gây ảnh hưởng đến hiệu lực thực thi của các quy định pháp luật lao động tại mỗi nước.

Các nội dung đã nêu ở trên chỉ mang tính nền tảng, và chủ yếu đặt ra nghĩa vụ cho cơ quan nhà nước ở cấp trung ương và địa phương. Tuy nhiên, khác với Hiệp định thương mại tự do Việt Nam-EU (EVFTA), CPTPP bổ sung cơ chế giải quyết tranh chấp về vấn đề lao động giữa những nước thành viên. Quy định này cho phép quốc gia khởi kiện có thể ngừng cung cấp những ưu đãi thương mại như đã nêu trong Hiệp định cho nước thành viên bị khởi kiện định nếu nước này, theo phán quyết của cơ quan giải quyết tranh chấp, đã không thực thi hoặc thực thi không đầy đủ các nghĩa vụ về bảo đảm tiêu chuẩn lao động như đã cam kết.

Môi trường

CPTPP là Hiệp định thương mại tự do thế hệ mới yêu cầu các quốc gia thành viên phải đảm bảo sự đầy đủ hệ thống pháp luật và thực thi hiệu quả những quy định này. Đồng thời, Hiệp định cũng yêu cầu 11 nước tham gia hợp tác giải quyết những vấn đề môi trường chính bao gồm:

- Bảo vệ tầng ôzôn, thông qua thực hiện các chương trình, chính sách kiểm soát các hợp chất phát thải vào khí quyển;
- Triển khai những biện pháp nhằm ngăn ngừa ô nhiễm môi trường đại dương từ tàu biển;

- Bảo tồn và gìn giữ nguồn tài nguyên thiên nhiên thông qua việc ban hành quy định, cấm, và trừng phạt hoạt động khai thác, giao thương trái phép các loài động thực vật;
- Bảo vệ, khai thác phù hợp nguồn lợi hải sản trong đó nhấn mạnh đến hoạt động bảo tồn lâu dài cá mập, rùa biển, chim biển và động vật có vú ở đại dương

Đồng thời, CPTPP cũng yêu cầu các quốc gia thành viên thực hiện đầy đủ nghĩa vụ với tư cách bên tham gia các Điều ước quốc tế tương ứng với những vấn đề nêu trên bao gồm: Nghị định thư Montreal về các chất làm suy giảm tầng ô-zôn; Công ước quốc tế về ngăn ngừa ô nhiễm từ tàu biển (Công ước Marpol); Công ước quốc tế về buôn bán các loài động thực vật hoang dã đang bị đe dọa (Công ước CITES) và các Công ước, thỏa thuận quốc tế về bảo vệ biển, nguồn cá biển và Chương trình hành động quốc tế ngăn ngừa, ngăn chặn và xóa bỏ hoạt động đánh hải sản bất hợp pháp, không báo cáo và không theo quy định.

Bên cạnh đó, CPTPP còn đề cập đến nghĩa vụ của 11 nước thành viên liên quan đến các vấn đề như bảo tồn đa dạng sinh học, tiếp cận nguồn gen sinh vật; phòng trừ sinh vật ngoại lai nguy hại; thúc đẩy giảm phát thải và xây dựng nền kinh tế bền vững, năng động.

Ngoài ra, cũng như nội dung về lao động, CPTPP đã thiết lập cơ chế giải quyết tranh chấp về vấn đề môi trường giữa những nước thành viên; đây là cách thức giúp các thành viên có thể giám sát lẫn nhau để đảm bảo việc thực thi các cam kết về môi trường của từng nước được thực thi đầy đủ.

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

1. Thị hiếu và hành vi tiêu dùng

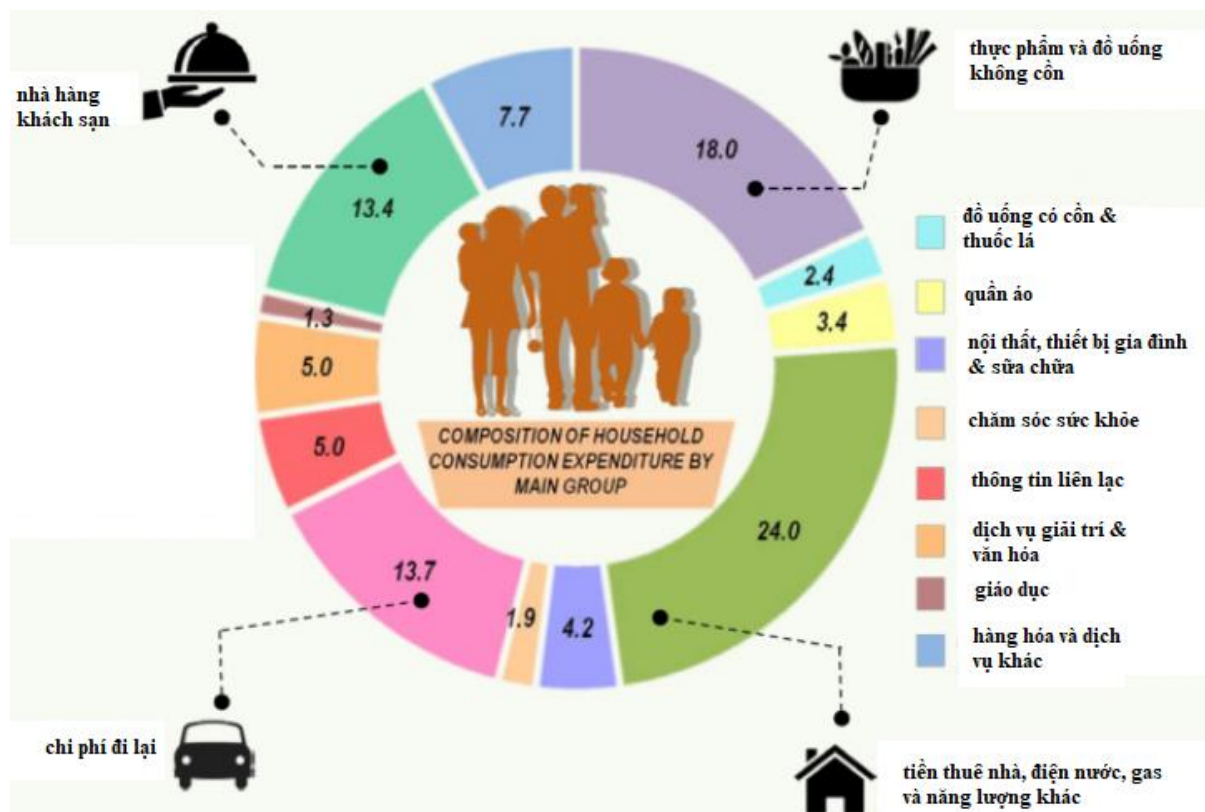
Malaysia là một quốc gia đa sắc tộc, đa tôn giáo. Chính vì vậy, nhu cầu tiêu dùng ở Malaysia vừa đa dạng, nhưng cũng vừa kén chọn.

Người đạo Hồi không ăn thịt heo, và chỉ ăn và sử dụng các hàng hóa có chứng nhận Halal; một số người theo đạo Phật và Hindu không ăn thịt bò. Vì vậy, thịt gà gần như là loại thịt phổ biến nhất ở Malaysia.

Đa số dân cư thành thị thích mua sắm trong các cửa hàng bán lẻ hiện đại, có đủ mặt hàng để tiết kiệm thời gian.

Người dân Malaysia nhạy cảm với giá, thích sản phẩm mới, thích hàng nhập khẩu.

Theo khảo sát năm 2016 của Cục Thống kê Malaysia, tỷ lệ chi tiêu dùng của hộ gia đình Malaysia như sau:



Nguồn: Cục thống kê Malaysia

2. Văn hóa kinh doanh

Cũng chính từ đặc điểm dân tộc và tôn giáo như trên, Malaysia có một văn hóa kinh doanh pha trộn và riêng biệt. Vì vậy, cần tìm hiểu kỹ về đối tác thuộc sắc tộc, tôn giáo nào để có lối ứng xử phù hợp.

Đặc biệt, nếu đối tác là người theo đạo Hồi, cần lưu ý cách chào hỏi, phong tục ăn uống của họ để tránh vi phạm quy định của đạo giáo.

Malaysia có sử dụng tiếng Anh, tiếng Trung trong kinh doanh. Danh thiếp cũng nên có 2 thứ tiếng trên song song, để tạo ấn tượng.

Hợp đồng với Malaysia thường ngắn gọn, không quá nhiều điều khoản chi tiết, vì nếu hợp đồng có quá nhiều chi tiết, họ sẽ cho rằng như thế là thiếu sự tin tưởng lẫn nhau.

Người Malaysia thích kinh doanh cùng với những người mà họ biết và họ quý mến. Do vậy nên phát triển mối quan hệ cá nhân với các đối tác Malaysia.

3. Các tiêu chuẩn riêng của thị trường

a) Thuế nội địa

Tháng 5 năm 2018, Malaysia ra thông báo sẽ giảm thuế hàng hóa và dịch vụ (GST) – một loại thuế tương tự thuế VAT – từ 6% xuống còn 0% kể từ ngày 01/6/2018. Đây là lời hứa lúc tranh cử của Tân thủ tướng Malaysia, ông Mahathir Mohamad.

Tuy nhiên từ ngày 1 tháng 9 năm 2018, Malaysia bắt đầu áp dụng lại hệ thống thuế doanh thu và dịch vụ (SST) thay thế cho hệ thống GST cũ, theo đó:

- Dịch vụ sẽ bị đánh thuế 6%.

- Hàng hóa: sẽ bị đánh thuế từ 6 – 10% tùy mặt hàng. Một số mặt hàng không bị đánh thuế SST gồm có: động vật sống, thực phẩm thường ngày như sữa, kem, gạo, một số loại rau quả, dầu ăn, bánh mì, xe đạp, xe lăn, mô tô dưới 250 cc, ...

b) Chứng nhận Halal

Với trên 60% dân số là người Hồi giáo, tiêu chuẩn Halal trở thành một tiêu rất quan trọng mà nhà xuất khẩu cần nắm bắt khi xuất khẩu sang Malaysia.

Halal là gì?

Halal bắt nguồn từ tiếng Ả rập có nghĩa là được phép, cho phép theo luật Shariah.

Theo quy định của luật pháp Malaysia (năm 2011 và sửa đổi năm 2012), Halal được nghĩa như sau:

- Thực phẩm và hàng hóa được mô tả là Halal – hay thực phẩm và hàng hóa người Đạo Hồi có thể ăn hoặc sử dụng được – có nghĩa là sản phẩm đó:
 - o không chứa bất kỳ bộ phận/phần nào của động vật bị cấm theo luật Shariah, và được giết mổ theo đúng quy định của luật Shariah và sắc dụ Hồi giáo.
 - o Không chứa bất kỳ vật nào không thuần khiết theo luật Shariah và sắc dụ Hồi giáo.
 - o Không bị nhiễm độc theo luật Shariah và sắc dụ Hồi giáo.
 - o Không có độc hoặc gây nguy hiểm cho sức khỏe;
 - o Được sơ chế, chế biến hoặc sản xuất bằng các dụng cụ không nhiễm các vật chất không thuần khiết theo luật Shariah và sắc dụ Hồi giáo.
 - o Trong quá trình chuẩn bị, chế biến, và lưu trữ không được tiếp xúc ở khoảng cách gần/hoặc pha trộn với bất kỳ thực phẩm nào không đáp ứng tiêu chuẩn thứ nhất và thứ hai như trên.
- Dịch vụ được mô tả là halal – hay dịch vụ mà người Đạo Hồi có thể sử dụng được – có nghĩa là dịch vụ có liên quan đến thực phẩm và hàng hóa phù hợp với luật Shariah.

Chứng nhận Halal là gì?

Đây là quá trình xem xét đánh giá độc lập, khách quan của cơ quan/ tổ chức được cấp phép để xác nhận rằng những sản phẩm/dịch vụ cụ thể có đủ tiêu chuẩn Halal hay không.

Chứng nhận Halal vào Malaysia dựa trên chuẩn mực nào?

Tiêu chuẩn được sử dụng làm chuẩn mực để đánh giá Chứng nhận Halal cho sản phẩm xuất khẩu vào Malaysia dựa trên hướng dẫn của Bộ Phát triển Hồi giáo Malaysia - JAKIM.

Những sản phẩm nào mới có thể đăng ký Chứng nhận Halal?

Thực phẩm, thực phẩm chức năng, mỹ phẩm, dược phẩm, thức ăn chăn nuôi, thức ăn thủy sản, các sản phẩm chăm sóc cá nhân.

Ai cấp chứng nhận Halal?

Một cơ quan chứng nhận Halal ở nước ngoài được công nhận.

Ở Việt Nam, cơ quan chứng nhận Halal được Bộ Phát triển Hồi giáo Malaysia công nhận là **Halal Certification Agency Vietnam (HCA)**, với thông tin liên hệ như sau:

Địa chỉ	Liên hệ	Dấu Halal
Trụ sở chính Hải Vân Tower 129B Trần Đăng Ninh, Phường Dịch Vọng, Quận Cầu Giấy, Hà Nội	Dr. Hj. Mohammed Omar Tổng giám đốc Tel: 024. 62693741 Fax: 024. 62671285 Email: omar@halal.vn , contact@halal.vn Website: www.halal.vn	 Sản phẩm sau khi chứng nhận Halal được mang dấu Halal trực tiếp trên sản phẩm và/hoặc bao bì của sản phẩm.
Văn phòng tại Tp.HCM: E1-12A Block A, Sky Center, Số 5B Phở Quang, Phường 2, Quận Tân Bình, TP Hồ Chí Minh.	Tel: 028. 35471152 Fax: 028. 35471162 info@halal.vn	
Văn phòng tại Cần Thơ: Lầu 5, Tòa nhà STS Tower, 11B Đại lộ Hòa Bình, Quận Ninh Kiều, Viet Nam	Tel: 0292. 3819990 Fax: 0292. 3819991 CT@halal.vn	

6. Các Địa chỉ hữu ích hỗ trợ nhà Xuất khẩu

- Đại Sứ Quán Việt Nam tại Malaysia

No. 4 Persiaran Stonor 50450, Kuala Lumpur

Điện thoại: (603) 21484534 | Fax: (603) 2148 3270

Email: daisevn@putra.net.my

Website: <http://www.mofa.gov.vn/vnemb.my/vi/nr070625164659/>

Phòng thương vụ Malaysia – MATRADE

Tầng 7, Wisma Sime Darby, Jalan Raja Laut, 50350 Kuala Lumpur.

Điện thoại: (603) 2694-7259

Số Tổng đài: 1 800 88 7280

Email: info@hq.matrade.gov.my

website: <http://www.matrade.gov.my>

Tài liệu tham khảo:

1. Tổng cục hải quan Việt Nam, 2016, Niên giám thống kê Hải quan về hàng hóa xuất nhập khẩu Việt Nam (Bản tóm tắt), 107 trang.
2. Tổng cục hải quan Việt Nam, 2017, Niên giám thống kê Hải quan về hàng hóa xuất nhập khẩu Việt Nam (Bản tóm tắt), 117 trang.
3. Bộ công thương Việt Nam, 2018, Báo cáo xuất nhập khẩu năm 2017, Nhà xuất bản Bộ công thương, 191 trang.
4. Tóm lược Hiệp định Đối tác Xuyên Thái Bình Dương (TPP), 2016, VCCI, 168 trang.
5. Cơ sở dữ liệu của Ngân hàng thế giới (WB), 10/2018, <https://data.worldbank.org/country/malaysia>
6. Central Intelligence Agency, The World FactBook, 10/2018, <https://www.cia.gov/library/publications/the-world-factbook/geos/my.html>
7. Cơ quan thống kê Malaysia, 10/2018, <https://www.dosm.gov.my/>
8. Bộ Thương mại Quốc tế và Công nghiệp Malaysia, 10/2018, <http://www.miti.gov.my/>
9. Cơ quan Halal của Malaysia, 10/2018, <http://www.halal.gov.my/v4/>
10. Văn phòng chứng nhận halal Việt Nam, 10/2018, <https://halal.vn/>
11. Hệ thống cơ sở dữ liệu của ITC, 10/2018, <https://www.trademap.org/>
12. Báo cáo thường niên: Malaysia - thực phẩm bán lẻ, 6/2018, Bộ Nông nghiệp Hoa Kỳ, 28 trang.