

THÔNG TIN THỊ TRƯỜNG VƯƠNG QUỐC HÀ LAN



**TRUNG TÂM HỖ TRỢ HỘI NHẬP QUỐC TẾ
THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH**

Tháng 7/2018

MỤC LỤC

LỜI MỞ ĐẦU	1
I. Khái quát về Hà Lan.....	2
1.1. Thông tin chung.....	2
1.2. Tình hình kinh tế.....	2
1.3. Thông tin thương mại	3
II. Quan hệ thương mại giữa Hà Lan với Việt Nam	4
2.1 Thành tựu thương mại	4
2.2 Các mặt hàng xuất nhập khẩu chính.....	5
III. Một số lưu ý đối với nhà xuất khẩu.....	6
3.1. Quy định về thuế.....	6
3.2. Quy định về tiêu chuẩn kỹ thuật và an toàn vệ sinh thực phẩm, kiểm dịch động thực vật	7
3.3. Tập quán kinh doanh	7
3.4. Nhu cầu thị trường Hà Lan.....	8
3.5. Kênh phân phối.....	9
3.6. Một số địa chỉ hữu ích	9

LỜI MỞ ĐẦU

Hà Lan là một quốc gia nhỏ bé tại khu vực Tây Âu, với diện tích chỉ bằng 1% diện tích EU và bằng 1/8 Việt Nam, tuy nhiên đây lại là một trong những cửa ngõ xuất nhập khẩu của cả châu Âu (cảng Rotterdam là cảng lớn nhất lục địa già) với nền kinh tế phát triển bậc cao, luôn nằm trong nhóm dẫn đầu thế giới về mở cửa tự do.

Tuy hơn một nửa lãnh thổ nằm thấp dưới mặt nước biển nhưng Hà Lan lại là cường quốc xuất khẩu nông sản lớn thứ hai thế giới, luôn dẫn đầu các quốc gia phát triển về dịch vụ logistics, ngân hàng, tài chính cũng như công nghiệp hóa chất, lọc dầu, điện tử; điều này minh chứng cho sự tiên tiến cũng tính đa dạng của toàn nền kinh tế nói chung.

Trên cơ sở quan hệ song phương được đánh giá là rất tốt đẹp có độ tin cậy cao, cùng lợi thế địa danh hải cảng của châu Âu, Hà Lan là một mảnh đất vô cùng tiềm năng, không những đối với các doanh nghiệp xuất khẩu Việt Nam mà còn là cầu nối hữu hiệu giúp đất nước hình chữ S liên kết, trao đổi trên các mặt văn hóa, đầu tư, khoa học kỹ thuật,... với các quốc gia khác thuộc lục địa già.

Nhằm hỗ trợ các doanh nghiệp có được thông tin toàn diện, nổi bật, hiểu rõ quy định chung của Hà Lan liên quan đến các tiêu chuẩn và điều kiện để xuất khẩu hàng hóa sang thị trường này (nhất là trong bối cảnh Hiệp định thương mại tự do Việt Nam-Liên minh châu Âu EVFTA* sắp được ký kết trong thời gian tới), bài viết dưới đây sẽ cung cấp những kiến thức hữu ích nhất giúp quý doanh nghiệp có thể tự tin và thuận lợi hơn khi tiến hành các hoạt động xuất khẩu, kinh doanh tại thị trường Hà Lan.

() Hiệp định Thương mại tự do Việt Nam – EU (EVFTA) là Hiệp định thế hệ mới với mức độ cam kết sâu rộng giữa Việt Nam và 28 nước EU. Hai bên bắt đầu đàm phán Hiệp định từ tháng 6/2012 và kết thúc đàm phán vào tháng 12/2015. Để sớm ký kết và đưa EVFTA vào thực thi, đầu năm 2018, Việt Nam và EU đã thống nhất sẽ tách EVFTA thành hai hiệp định riêng biệt, gồm Hiệp định thương mại tự do và Hiệp định bảo hộ đầu tư. Chi tiết về EVFTA xin vui lòng tham khảo [tại đây](#).*

I. Khái quát về Hà Lan

1.1. Thông tin chung

Tên nước:	Vương quốc Hà Lan (Kingdom of Netherlands);
Thủ đô:	Amsterdam;
Diện tích:	41,543 km ² ;
Dân số:	17.184.010 người (31/12/2017);
Khí hậu:	Ôn đới, khí hậu biển;
Ngôn ngữ:	Tiếng Hà Lan, ngoài ra Tiếng Anh cũng được sử dụng phổ biến tại hầu hết lãnh thổ Hà Lan;
Tôn giáo:	Không theo tôn giáo nào (hơn 50%), đạo Thiên chúa chiếm đa số (23,7%), còn lại Tin lành, Hồi giáo,...;
Đơn vị tiền tệ:	Đồng Euro (EUR) – Tỷ giá 1 EUR = 1.16 USD (7/2018);
Thế chế:	Quân chủ lập hiến;
Nhà vua:	Willem Alexander;
Thủ tướng:	Mark Rutte;

Quan hệ chính trị-ngoại giao giữa Hà Lan với Việt Nam: Việt Nam và Hà Lan chính thức thiết lập quan hệ ngoại giao ngày 09/4/1973; Hà Lan là một trong những nước châu Âu đầu tiên cung cấp viện trợ phát triển và mở Đại sứ quán tại Việt Nam (1976). Trong suốt 45 xây dựng và phát triển quan hệ song phương, Hà Lan đã trở thành đối tác chiến lược phát triển ngành đầu tiên của Việt Nam (Đối tác chiến lược về thích ứng với Biến đổi khí hậu và Quản lý nước-năm 2010). Bên cạnh đó, ngoài hoạt động thương mại, đầu tư đang có bước phát triển mạnh mẽ, mối quan hệ trong những lĩnh vực khác như văn hóa, quốc phòng-an ninh, khoa học giáo dục cũng có những bước tiến vững chắc; tạo ra tiền đề bền vững cho mối quan hệ hữu nghị tốt đẹp giữa hai nước.

Với vị trí địa lý luôn phải đối phó với mối đe dọa lũ lụt từ nước biển dâng, sự chủ động ứng phó và hệ thống đê biển ngăn triều hiện đại của Hà Lan trong suốt hàng chục năm qua là hình mẫu quan trọng cho những quốc gia khác, trong đó có Việt Nam - được dự đoán là một trong 5 nước chịu tác động nặng nề nhất từ biến đổi khí hậu - học tập kinh nghiệm và trao đổi hợp tác

1.2. Tình hình kinh tế

Bảng 1: Tình hình kinh tế Hà Lan trong những năm gần đây

Năm	Tổng GDP (tỷ USD)	GDP bình quân đầu người (USD)	Tăng trưởng GDP (%)	Tỷ lệ lạm phát (%)	Tỷ lệ thất nghiệp (%)
2014	830	49,224	1.42	0.98	7.4

2015	847	50,028	2.26	0.60	6.9
2016	867	50,961	2.15	0.32	6.0
2017	904	52,799	3.29	1.38	4.8

Nguồn: OECD

Hà Lan là đất nước nhỏ, mật độ dân số đông (507 người/km²), tuy nhiên, Hà Lan vẫn được coi là một nền kinh tế rất phát triển với tổng GDP đứng thứ 18 thế giới, đứng thứ 6 trong EU (sau Đức, Pháp, Anh, Ý và Tây Ban Nha), theo xếp hạng của IMF năm 2017; mức tăng GDP từ năm 2008 trở lại đây khá ổn định (trung bình từ 2% đến 3%; ngoại trừ 2 năm 2009, 2012 với mức giảm lần lượt là 3.7% và 1.0%). Tỷ lệ thất nghiệp ở mức tương đối (từ 4% đến 7% số người trong độ tuổi lao động).

Cơ cấu kinh tế Hà Lan thiên về dịch vụ. Tỷ trọng các ngành trong GDP năm 2017 như sau:

- Ngành dịch vụ: chiếm tỷ trọng 70.4%, trong đó, đóng góp lớn nhất là dịch vụ logistics, tài chính.
- Ngành công nghiệp: chiếm tỷ trọng 27.7%. Các ngành công nghiệp chính: chế biến thực phẩm, hóa chất, lọc dầu, điện tử gia dụng, công nghệ sinh học. Một số tập đoàn công nghiệp lớn trên thế giới có trụ sở tại Hà Lan là: Royal Dutch Shell (dầu khí), Unilever (sản xuất thực phẩm, đồ uống, chất tẩy rửa và chăm sóc cá nhân), Aegon (bảo hiểm); Heineken và Amstel (sản xuất bia).
- Ngành nông nghiệp: chiếm tỷ trọng 1.9%, với các sản phẩm nông nghiệp chính như cà chua, hành tây, khoai tây, rau củ, sữa. Nhờ ứng dụng công nghệ cao, Hà Lan là cường quốc xuất khẩu nông sản lớn thứ hai thế giới.

Hà Lan có độ mở kinh tế lớn, coi trọng ngoại thương, đứng thứ 5 thế giới về mức độ cạnh tranh quốc gia (theo số liệu của Viện Quốc tế về Quản lý phát triển năm 2017). Ngoài ra, Hà Lan còn là một trong những quốc gia đi đầu thế giới về nghiên cứu và phát triển (R&D), và là một trong 3 nền kinh tế sáng tạo nhất toàn cầu năm 2017, theo Chỉ số Sáng tạo Toàn cầu 2018 (Global Innovation Index).

1.3. Thông tin thương mại

Bảng 2: Quan hệ thương mại hàng hóa giữa Hà Lan với các nước

Đơn vị tính: Tỷ USD

Năm	Hà Lan xuất khẩu	Hà Lan nhập khẩu	Tổng kim ngạch	Cán cân
2014	673	590	1,263	83
2015	570	512	1,082	58
2016	571	505	1,076	66
2017	652	574	1,226	58

Nguồn: Trung tâm Thương mại quốc tế (ITC)

Tổng giá trị xuất khẩu năm 2017: 652 tỷ USD; các đối tác xuất khẩu chính là: Đức (22.52%), Bỉ (10.49%), Anh (8.67%), Pháp (8.47%), Ý (3.94%); các sản phẩm chính là: máy móc và thiết bị điện tử, công cụ, dụng cụ, dầu mỏ, dược phẩm, dụng cụ y tế.

Tổng giá trị nhập khẩu năm 2017: 574 tỷ USD; các đối tác nhập khẩu chính là: Trung Quốc (16.27%), Đức (15.07%), Bỉ (8.45%), Hoa Kỳ (6.8%), Anh (4.69%); các sản phẩm nhập khẩu chính lần lượt là: khoáng sản, thiết bị điện tử, máy móc, phương tiện vận tải, dụng cụ y tế.

Trong đó, kim ngạch xuất nhập khẩu giữa Hà Lan với EU chiếm hơn 50% tổng giá trị xuất khẩu-nhập khẩu của đất nước hoa tu-líp.

Hà Lan luôn duy trì cán cân thương mại thặng dư qua các năm.

II. Quan hệ thương mại giữa Hà Lan với Việt Nam

2.1 Thành tựu thương mại

Bảng 3: Quan hệ thương mại song phương Việt Nam- Hà Lan năm 2014 – 2017

Đơn vị tính: Triệu USD

Năm	Việt Nam xuất khẩu	Việt Nam nhập khẩu	Tổng kim ngạch	Cán cân
2014	3,764	552	4,316	3,212
2015	4,761	692	5,453	4,069
2016	6,012	677	6,689	5,335
2017	7,105	668	7,773	6,437

Nguồn: Tổng cục Hải Quan Việt Nam

Kim ngạch thương mại hai chiều hai nước tăng đều trong những năm qua từ 1.7 tỷ USD năm 2007 lên đến 7.77 tỷ USD năm 2017 (tăng khoảng 4 lần trong vòng 1 thập kỷ) trong đó Việt Nam luôn ở vị thế xuất siêu. Hà Lan là thị trường nhập khẩu hàng hóa lớn nhất của Việt Nam tại EU với mức tăng 15-20%/năm.

Ngày càng có nhiều doanh nhân Hà Lan quan tâm đầu tư và thiết lập các mối quan hệ thương mại với Việt Nam. Theo số liệu của Cục Đầu tư nước ngoài (Bộ Kế hoạch và Đầu tư), tính hết năm 2017, Hà Lan xếp thứ 11/125 quốc gia và vùng lãnh thổ đầu tư tại Việt Nam với 305 dự án trị giá hơn 8 tỷ USD và là nhà đầu tư Châu Âu lớn nhất tại Việt Nam.

Trong năm 2017, kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam vào Hà Lan là 7.1 tỷ USD và kim ngạch nhập khẩu của Việt Nam từ Hà Lan là 668 triệu USD.

Hoạt động xuất khẩu hàng hóa của Việt Nam sang thị trường Hà lan luôn có chiều hướng tăng; cơ cấu hàng hóa xuất, nhập khẩu giữa hai nước không có tính xung đột cạnh tranh mà có tính bổ sung, tương trợ nhau (thế mạnh của Việt Nam là hàng nông sản, dệt may, thực phẩm chế biến; trong khi thế mạnh của Hà Lan lại nghiêng về

máy móc, cơ khí chính xác phục vụ việc xây dựng nhà xưởng hoặc cầu thành dây chuyền sản xuất hàng hóa xuất khẩu).

Tuy vậy, theo thương vụ Việt Nam tại Hà Lan, trong năm 2017, một số mặt hàng nông sản xuất khẩu nổi tiếng của Việt Nam vào đất nước hoa tu líp như cà phê, tiêu, gạo đã chứng kiến mức giảm 20% so với những năm trước với nguyên nhân chính là giá thị trường những mặt hàng này giảm và hàng của Việt Nam bị đánh giá chứa dư lượng thuốc bảo vệ thực vật cao hơn mức cho phép.

2.2 Các mặt hàng xuất nhập khẩu chính

Bảng tổng hợp nhóm hàng xuất khẩu và nhập khẩu chính của Việt Nam trong quan hệ thương mại với Hà Lan

Đơn vị tính: Triệu USD

Tên hàng	Trị giá 2017	Chênh lệch so với năm 2016 (%)	Tỷ trọng so với tổng giá trị (%)
<i>Nhóm hàng xuất khẩu chính của Việt Nam</i>			
Điện thoại các loại và linh kiện	2,062	17.5	29
Máy vi tính, sản phẩm điện tử và linh kiện	1,217	15	17.1
Hàng dệt, may	602	11.8	8
Giày dép các loại	582	-2	8
Máy móc, thiết bị, dụng cụ phụ tùng khác	386	33	5.4
<i>Nhóm hàng nhập khẩu chính của Việt Nam</i>			
Máy móc, thiết bị, phụ tùng	145	5.8	20.7
Linh kiện, phụ tùng ô tô	65	-25	9.3
Sản phẩm hóa chất	41	2.6	5
Dược phẩm	40	9.4	5.6
Sữa và sản phẩm sữa	45	-8	6

Nguồn: Phân tích từ số liệu Tổng cục Hải quan

Các mặt hàng xuất khẩu chính của Việt Nam vào Hà Lan gồm: (i) điện thoại và các loại linh kiện, (ii) máy vi tính, các sản phẩm điện tử, linh kiện, (iii) hàng dệt may, (iv) giày dép các loại, (v) Máy móc, thiết bị, dụng cụ phụ tùng khác.

Các mặt hàng xuất khẩu chủ lực của Hà Lan vào Việt Nam gồm có: (i) máy móc, thiết bị phụ tùng, (ii) linh kiện, phụ tùng ô tô, (iii) hóa chất, (iv) dược phẩm, (v) sữa và sản phẩm sữa.

Tuy các mặt hàng được nêu trong bảng là những hàng hóa xuất khẩu chủ lực của Việt Nam vào thị trường Hà Lan, nhưng các sản phẩm có xuất xứ Việt Nam vẫn chiếm thị phần khá khiêm tốn tại vương quốc hoa tu-líp. Theo đó, giá trị hàng xuất khẩu chủ lực của Việt Nam vào thị trường Hà Lan chỉ chiếm khoảng gần 1% tổng giá trị nhập khẩu hàng năm của nước này.

Một số ví dụ cụ thể: thị phần Máy tính và linh kiện chỉ chiếm hơn 1%, tương đương với các quốc gia trong khu vực như Philippine, Malaysia, và chiếm tỷ trọng rất thấp so với nước dẫn đầu là Trung Quốc (hơn 40%); Điện thoại và linh kiện chiếm 3% thị trường, chỉ bằng 1/3 so với Malaysia và Hongkong. Mặt hàng Việt Nam có vị thế lớn nhất tại thị trường Hà Lan là giày mũ da (chiếm thị phần gần tương đương và đứng thứ 2 sau Trung Quốc trong số các nước xuất khẩu ngoài EU).

Những số liệu trên cho thấy những mặt hàng xuất khẩu chủ lực của Việt Nam tại thị trường Hà Lan vẫn còn chiếm thị phần nhỏ so với những quốc gia khác thuộc châu Á; đây là thách thức lớn do hàng xuất khẩu của Việt Nam tương đồng với hàng xuất khẩu từ các nước khác trong Asean và Trung Quốc. Bên cạnh đó, hàng Việt Nam nhập khẩu vào Hà Lan còn phải cạnh tranh với hàng hóa xuất khẩu cùng loại từ các nước khác trong EU với lợi thế về khoảng cách địa lý, tiêu chuẩn chất lượng và thuế. Đây là những thách thức không nhỏ nhất là trong bối cảnh các quốc gia trên thế giới đang áp dụng nhiều biện pháp bảo hộ (nâng tiêu chuẩn về kỹ thuật, đặt nặng vấn đề bảo vệ quyền của người lao động, bảo vệ môi trường) đòi hỏi doanh nghiệp Việt Nam phải nỗ lực đổi mới, thúc đẩy sản xuất bền vững nhằm thích ứng với những yêu cầu khắt khe của thị trường Hà Lan nói riêng, châu Âu nói chung.

III. Một số lưu ý đối với nhà xuất khẩu

3.1. Quy định về thuế

- Thuế xuất nhập khẩu: Hà Lan áp dụng thuế xuất nhập khẩu theo quy định chung của EU;

Trong giai đoạn 2014-2023, Việt Nam vẫn là một trong những nước được EU cho hưởng thuế quan ưu đãi phổ cập GSP.

Ngoài ra, Việt Nam cũng nằm trong danh sách các quốc gia có thể được EU xem xét cho hưởng GSP⁺ (ưu đãi đặc biệt cho sự phát triển bền vững và quản trị tốt) với điều kiện Việt Nam làm đơn và được Ủy ban xem xét, quyết định cho hưởng ưu đãi; tuy nhiên đến thời điểm này, Việt Nam vẫn chưa được hưởng ưu đãi thuế từ chương trình GSP⁺.

- Thuế giá trị gia tăng (VAT): Hà Lan áp dụng hệ thống thuế suất phù hợp với quy định của EU, cụ thể:

+ 21%: là mức thuế tiêu chuẩn, áp dụng cho tất cả các hàng hóa và dịch vụ.

+ 6%: được áp dụng cho những sản phẩm gồm thực phẩm (chế biến sẵn mang đi), nước ngọt, cung cấp nước, một số loại thuốc, một số thiết bị dùng cho người

khuyết tật, nhà ở xã hội, sửa chữa và cải tiến căn hộ, dịch vụ khách sạn, dịch vụ công ích...;

+ 0%: được áp dụng cho mặt hàng tiền xu bằng vàng; nguyên vật liệu tái chế, hoạt động chuyên vận chuyển, chuyên chở trong nội bộ EU hoặc quốc tế;

- Thuế tiêu thụ đặc biệt: Tại Hà Lan, rượu, bia, thuốc lá và dầu khoáng là những mặt hàng phải chịu thuế tiêu thụ đặc biệt (mức thuế suất dao động từ khoảng 30% đến khoảng 65%).

3.2. Quy định về tiêu chuẩn kỹ thuật và an toàn vệ sinh thực phẩm, kiểm dịch động thực vật

Hà Lan không áp dụng riêng các quy định về tiêu chuẩn kỹ thuật, an toàn vệ sinh thực phẩm và kiểm dịch động thực vật mà sử dụng các quy định chung của EU làm căn cứ để xác định chất lượng, tính hợp pháp của những sản phẩm nhập khẩu.

Hà Lan cũng như các nước khác thuộc EU áp dụng 5 loại tiêu chuẩn bắt buộc áp dụng cho từng loại sản phẩm, cụ thể: (i) Tiêu chuẩn về chất lượng sản phẩm (Chứng nhận hệ thống quản lý chất lượng ISO 9000); (ii) Tiêu chuẩn về vệ sinh thực phẩm (Chứng nhận HACCP); (iii) Tiêu chuẩn về an toàn cho người sử dụng (mác CE); (iv) Tiêu chuẩn môi trường (Nhãn sinh thái EU-Ecolabel, Hệ thống quản lý môi trường ISO 14001); (v) Tiêu chuẩn lao động (SA8000).

3.3. Tập quán kinh doanh

- Văn hóa kinh doanh ở Hà Lan có xu hướng trang trọng nhưng không thái quá đối với một cuộc nói chuyện cởi mở;

- Tiếng Anh được sử dụng rộng rãi ở Hà Lan và hầu hết tất cả những người điều hành công ty ở Hà Lan đều sử dụng thông thạo tiếng Anh thương mại. Tiếng Anh thường được sử dụng trong thư tín thương mại;

- Luôn thẳng thắn, trung thực khi trao đổi trong công việc với doanh nhân Hà Lan; tôn trọng ý kiến người khác nhưng luôn làm hết sức để bảo vệ quan điểm của mình là một phần trong văn hóa doanh nghiệp của Hà Lan;

- Luôn sẵn sàng cho các buổi gặp mặt để thảo luận hợp tác kinh doanh; các cuộc nói chuyện thẳng thắn có thể diễn ra ở bất kỳ đâu trong buổi ăn sáng, bữa trưa hoặc những cuộc họp chính thức;

- Chú ý đến việc tặng quà (Nên tặng quà là sôcôla cao cấp, cây cảnh, sách hoặc hoa);

- Luôn thực hiện đúng những gì đã đồng thuận thông qua trao đổi bằng lời nói hoặc cam kết thể hiện trong hợp đồng với đối tác Hà Lan;

- Cởi mở về mọi chủ đề, tham gia các cuộc gặp mặt sau thời gian làm việc là một phần văn hóa của đất nước hoa tulip có thể khiến bạn mở rộng mối quan hệ và tìm kiếm được đối tác mới trong tương lai;

- Luôn mặc trang phục trang trọng, lịch sự, tránh sử dụng trang phục thể thao, thường ngày trong những buổi gặp kinh doanh quan trọng;
- Chú ý sắp xếp lịch hẹn và đảm bảo đúng giờ khi tham gia đàm phán kinh doanh.

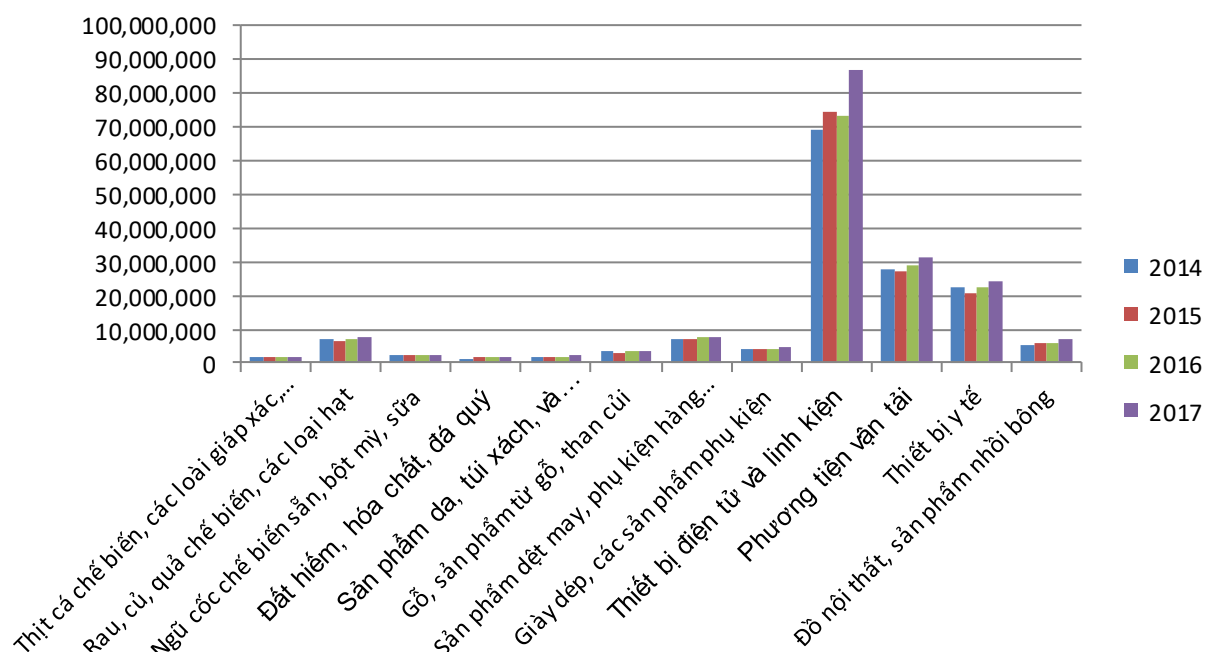
3.4. Nhu cầu thị trường Hà Lan

Qua số liệu cập nhật của website Trung tâm Thương mại quốc tế cho thấy trong giai đoạn từ năm 2015 đến năm 2017, Hà Lan có nhu cầu ổn định và theo chiều hướng tăng về các mặt hàng: (i) Thịt cá chế biến, các loài giáp xác, thân mềm; (ii) Rau, củ, quả chế biến, các loại hạt; (iii) Ngũ cốc chế biến sẵn, bột mỳ, sữa; (iv) Đất hiếm, hóa chất, đá quý; (v) Nhựa và hạt nhựa; (vi) Sản phẩm da, túi xách, và những vật phẩm tương tự; (vii) Gỗ, sản phẩm từ gỗ, than củi; (viii) Sản phẩm dệt may, phụ kiện hàng dệt may; (ix) Giày dép, các sản phẩm phụ kiện; (x) Thiết bị điện tử và linh kiện; (xi) Phương tiện vận tải; (xii) Dụng cụ, thiết bị y tế; (xiii) Đồ nội thất, sản phẩm nhồi bông.

Đơn vị tính: Giá trị nhập khẩu (Ngàn USD)

Năm	2014	2015	2016	2017
Mặt hàng				
Thịt cá chế biến, các loài giáp xác, thân mềm	1,966,185	2,012,566	1,728,268	1,743,907
Rau, củ, quả chế biến, các loại hạt	6,820,777	6,650,063	7,213,955	7,851,980
Ngũ cốc chế biến sẵn, bột mỳ, sữa	2,121,212	2,080,404	2,176,809	2,540,953
Đất hiếm, hóa chất, đá quý	1,444,200	1,487,623	1,866,206	1,872,969
Sản phẩm da, túi xách, và những vật phẩm tương tự	1,748,335	1,887,821	1,989,891	2,159,765
Gỗ, sản phẩm từ gỗ, than củi	3,438,830	3,156,536	3,284,399	3,633,455
Sản phẩm dệt may, phụ kiện hàng dệt may	7,385,769	7,198,149	7,430,559	7,652,898
Giày dép, các sản phẩm phụ kiện	4,180,268	4,187,194	4,301,856	4,593,819
Thiết bị điện tử và linh kiện	68,904,807	74,748,917	73,248,224	86,848,123
Phương tiện vận tải	27,763,536	26,942,347	28,866,206	31,141,490
Thiết bị y tế	22,512,863	20,934,369	22,387,744	24,167,256
Đồ nội thất, sản phẩm nhồi bông	5,478,074	5,667,377	6,116,266	7,125,955

Nguồn: Trung tâm Thương mại quốc tế (ITC)



Các tập đoàn bán lẻ và người dân có tư tưởng cởi mở với hàng hóa nhập khẩu. Cơ quan quản lý, doanh nghiệp phân phối hay người tiêu dùng nước này đều không có sự phân biệt sản phẩm nội địa hay sản phẩm nguồn gốc từ những quốc gia khác; họ chỉ quan tâm đến việc liệu các sản phẩm có đáp ứng đầy đủ các tiêu chuẩn của Liên minh châu Âu hay không.

Bên cạnh đó, người tiêu dùng Hà Lan rất ưa thích những sản phẩm mới lạ. Các sản phẩm tươi sống đóng gói nhỏ có khả năng bảo quản lâu, thực phẩm hữu cơ đang ngày càng được người dân nước này quan tâm.

3.5. Kênh phân phối

Kênh phân phối tại thị trường Hà Lan có tính tập trung rất lớn, hai tập đoàn bán lẻ lớn của nước này là Albert Heijn and Jumbo Supermarkets chiếm đến hơn 50% thị phần tại xứ sở hoa tu líp. Các chuỗi đại siêu thị là kênh phân phối chính hàng thực phẩm tại Hà Lan kiểm soát đến 80% thị phần (20% còn lại do các cửa hàng tiện lợi đảm nhận). Các siêu thị, cửa hàng tiện lợi phát triển với mật độ dày đặc, gần khu dân cư nên rất tiện cho người dân đến mua sắm.

3.6. Một số địa chỉ hữu ích

Thương vụ Việt Nam tại Hà Lan

Địa chỉ: 261 Laan van Nieu oost-indie, 2593 BR, The Hague, The Netherlands
Tel: (317)038-15594

Fax: (317)038-14205

Email: nl@moit.gov.vn

Cơ quan Kiểm tra thú y

Địa chỉ: 1 2273 BZ Voorburg

Tel: +31 70 3578811 Tel: +31 20 6557050 (Schiphol airport)

Fax: +31 20 6557067 (Schiphol airport)

Bộ Nông nghiệp, thiên nhiên và ngư nghiệp

Địa chỉ: 73 2594 AC Den Haag

Tel: +31 70 378 4062

Fax: +31 70 378 6185

Cơ quan Nhập khẩu Nông nghiệp

Đại chỉ: 29739 2502 LS Den Haag

Tel: +31 70 3708 708

Fax: +31 70 3461 400

Cơ quan Nhập khẩu sản phẩm sữa

275 2288 EA Rijswijk (ZH)

Tel: +31 70 340 9911

Fax: +31 70 340 9949

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Bộ Công Thương, 2018, *Báo cáo Xuất nhập khẩu Việt Nam 2017*, NXB Công Thương, Hà Nội;
2. Phòng Thương mại và Công nghiệp Việt Nam, 2016, *Hồ sơ thị trường Hà Lan*;
3. Tổng cục Hải quan, 2017, *Niên giám thống kê Hải quan về hàng hóa xuất khẩu, nhập khẩu năm 2016 (bản tóm tắt)*;
4. Tổng cục hải quan, Thống kê sơ bộ về tình hình xuất nhập khẩu của Việt Nam với các nước đối tác cộng gộp hết năm 2017;
5. Website của Liên minh châu Âu về thống kê <http://trade.ec.europa.eu/tradehelp/statistics>;
6. Website của Trung tâm Thương mại quốc tế <http://www.intracen.org/>;
7. Website của hãng nghiên cứu thị trường Iam Asterdam <https://www.iamsterdam.com/>
8. Website của hãng nghiên cứu thị trường OEC <https://atlas.media.mit.edu/en/>;
9. Website của OECD <http://www.oecd.org>