

BỘ CÔNG THƯƠNG
TRUNG TÂM THÔNG TIN CÔNG NGHIỆP VÀ THƯƠNG MẠI

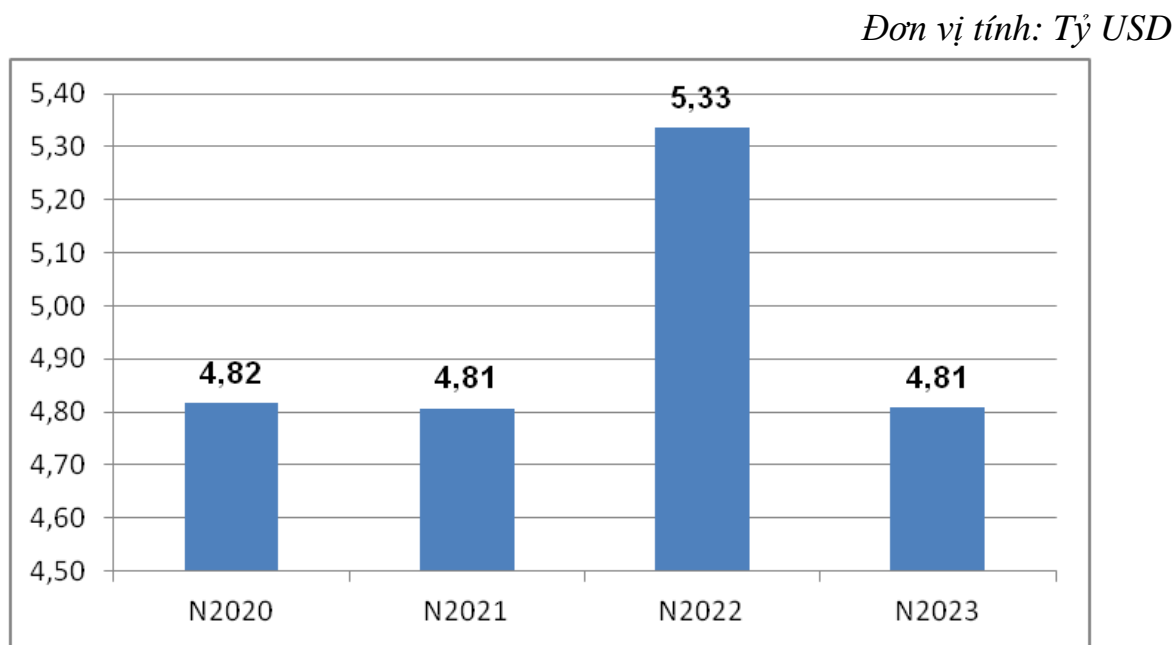
**Xuất khẩu hàng hóa của Việt Nam sang Pháp trong quý I/2024 tăng nhẹ
so với cùng kỳ năm trước**

Hà Nội, 2024

I. Tổng quan về quan hệ thương mại Việt Nam – Pháp

Trong những năm gần đây, quan hệ thương mại giữa Việt Nam và Pháp đã chứng kiến những bước phát triển đáng kể, đặc biệt là sau khi Hiệp định Thương mại tự do Việt Nam và Liên minh Châu Âu (EVFTA) chính thức có hiệu lực. Pháp với vai trò là một trong những nền kinh tế lớn nhất của châu Âu, đã trở thành một đối tác thương mại quan trọng của Việt Nam trong khu vực. Hiệp định Thương mại tự do EVFTA đã trở thành một động lực quan trọng cho quan hệ thương mại hai chiều, thúc đẩy xuất khẩu và nhập khẩu giữa hai nước thông qua việc giảm thiểu các rào cản thương mại và tạo điều kiện thuận lợi hơn cho các doanh nghiệp. Bên cạnh đó, Hiệp định này cũng giúp Việt Nam củng cố vị thế của mình trên thị trường châu Âu, đồng thời mở rộng cánh cửa cho các sản phẩm Pháp vào thị trường Việt Nam.

Biểu đồ 1: Tổng kim ngạch thương mại song phương giữa Việt Nam – Pháp giai đoạn 2020-2023



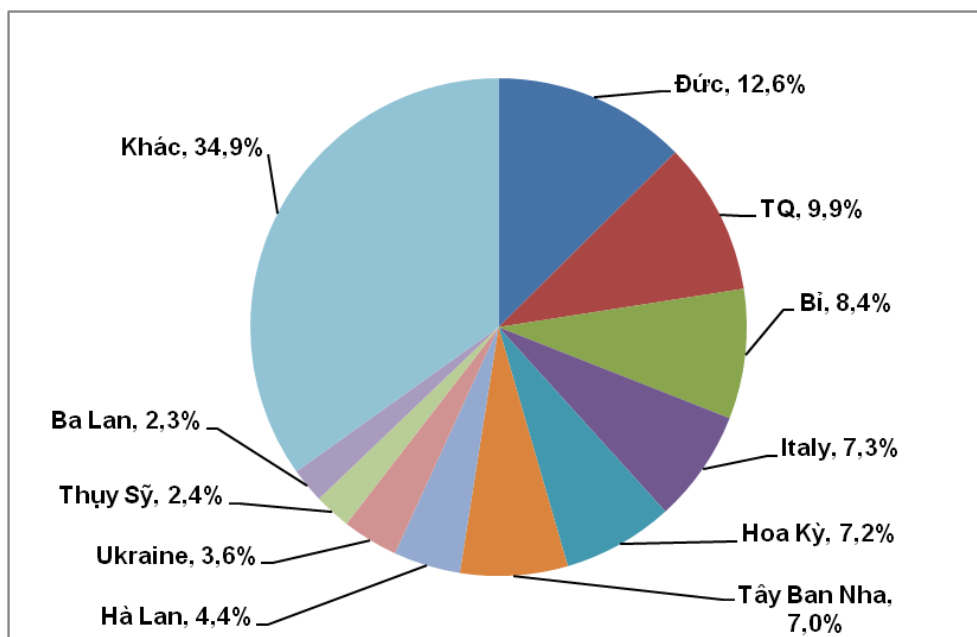
Nguồn: Tổng cục Hải quan

Những năm gần đây, thương mại hai chiều giữa Việt Nam và Pháp nhìn chung tăng trưởng ở mức ổn định, với kim ngạch thương mại đạt trung bình 4,94 tỷ USD trong giai đoạn từ 2020-2023. Việt Nam chủ yếu xuất khẩu sang Pháp các mặt hàng như dệt may, giày dép, thủy sản, và nông sản, trong khi nhập khẩu từ Pháp các sản phẩm công nghiệp như máy móc, thiết bị, dược phẩm, hóa chất.

Tương lai quan hệ thương mại giữa Việt Nam và Pháp hứa hẹn sẽ ngày càng phát triển mạnh mẽ hơn nữa, nhất là khi hai bên tiếp tục khai thác hiệu quả các lợi thế từ EVFTA. Việt Nam và Pháp cũng đang nỗ lực thúc đẩy hợp tác trong các lĩnh vực mới như công nghệ xanh, phát triển bền vững và chuyển đổi số để đối phó với các thách thức toàn cầu như biến đổi khí hậu... Những nỗ lực này không những góp phần vào sự tăng trưởng kinh tế của mỗi quốc gia mà còn củng cố mối quan hệ giữa hai nước, tạo ra một môi trường hợp tác bền vững giữa Việt Nam và Pháp trên nhiều phương diện.

Bảng 1: Các thị trường nhập khẩu hàng hóa lớn nhất của Pháp trong năm 2023 (Việt Nam xếp thứ 22)

Đơn vị tính: Tỷ USD, %



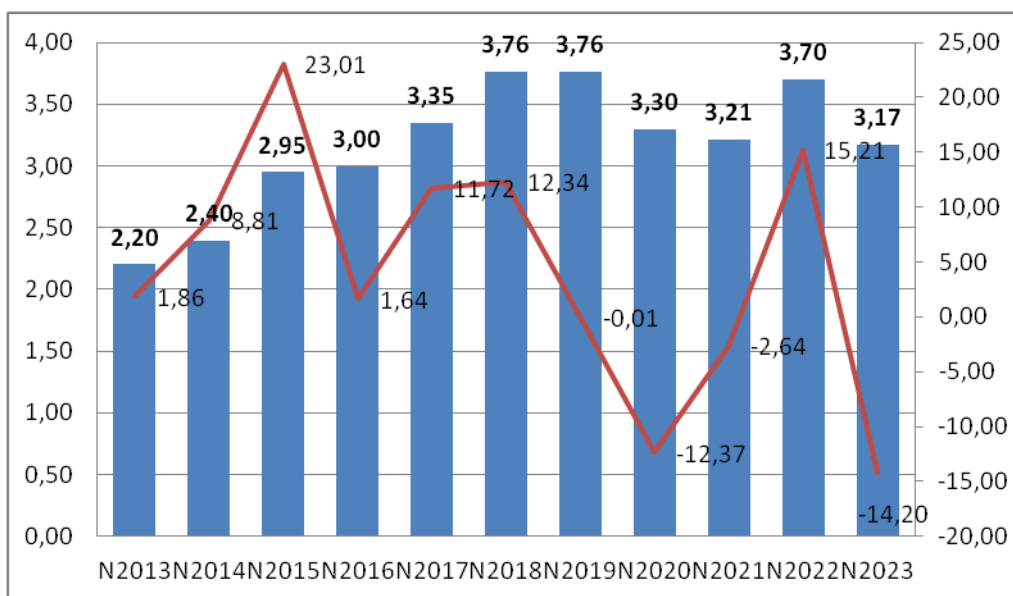
Nguồn: Trademap.org

Theo số liệu thống kê từ Trademap, trong năm 2023, Việt Nam là nguồn cung hàng hoá lớn thứ 22 của Pháp, chiếm tỷ trọng 0,9% trong tổng kim ngạch nhập khẩu hàng hóa của Pháp. Đứng đầu trong danh sách này là các thị trường: Đức, Trung Quốc, Bỉ, Italy, Hoa Kỳ...

Trong khi đó, theo số liệu của Tổng cục Hải quan Việt Nam, tổng kim ngạch thương mại hai chiều Việt Nam và Pháp năm 2023 đạt 4,81 tỷ USD, giảm 9,88% so với năm 2022. Trong đó, xuất khẩu đạt 3,17 tỷ USD, giảm 14,2% so với năm 2022; nhập khẩu đạt 1,63 tỷ USD, giảm 0,11% so với năm 2022.

Biểu đồ 3: Kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam sang Pháp trong giai đoạn 2013 – 2023

Đơn vị tính: Tỷ USD, %



Nguồn: Tổng cục Hải quan

Trong năm 2023, kim ngạch xuất khẩu sang Pháp đạt 3,17 tỷ USD, chiếm 0,89% tỷ trọng trên tổng kim ngạch xuất khẩu hàng hoá của Việt Nam. Trong đó đứng đầu là những nhóm hàng như: điện thoại các loại và linh kiện (561,98 triệu USD); giày dép các loại (518,97 triệu USD); hàng hóa khác (426,77 triệu USD);

hàng dệt, may (413,32 triệu USD); máy móc, thiết bị, dụng cụ, phụ tùng khác (264,38 triệu USD)...

Riêng trong tháng 3/2024, kim ngạch xuất khẩu hàng hóa của nước ta sang Pháp đạt 256,78 triệu USD, tăng 30,26% so với tháng trước đó và giảm 1,29% so với cùng tháng năm trước. Lũy kế 3 tháng đầu năm 2024, kim ngạch xuất khẩu hàng hóa của nước ta sang Pháp đạt 803,39 triệu USD, tăng 0,62% so với cùng kỳ năm trước.

Bảng 2: Kim ngạch xuất khẩu các mặt hàng của Việt Nam sang Pháp trong 3 tháng đầu năm 2024

Tên nhóm/mặt hàng	Tháng 3/2024 (Triệu USD)	So với Tháng 2/2024 (%)	So với Tháng 3/2023 (%)	3 Tháng/2024 (Triệu USD)	So với 3 Tháng/2023 (%)	Tỷ trọng 3 Tháng/2024 (%)
Tổng	256,78	30,26	-1,29	803,39	0,62	100,00
Điện thoại các loại và linh kiện	39,33	33,33	20,69	155,58	-5,22	19,36
Giày dép các loại	40,63	28,79	-18,26	122,66	-9,68	15,27
Hàng hóa khác	30,26	62,69	0,82	102,01	2,58	12,70
Hàng dệt, may	24,76	23,19	-19,97	86,28	-2,6	10,74
Máy móc, thiết bị, dụng cụ, phụ tùng khác	28,49	58,6	41,46	69,98	12,47	8,71
Máy vi tính, sản phẩm điện tử và linh kiện	20,29	52,92	25,67	53,82	12,53	6,70
Gỗ và sản phẩm gỗ	11,70	45,03	14,42	33,80	22,12	4,21
Phương tiện vận tải và phụ tùng	4,32	-79,42	-62,58	28,46	-9	3,54
Túi xách, ví, vali, mũ và ô dù	7,32	34,09	-37,15	22,18	-7,6	2,76

Tên nhóm/mặt hàng	Tháng 3/2024 (Triệu USD)	So với Tháng 2/2024 (%)	So với Tháng 3/2023 (%)	3 Tháng/2024 (Triệu USD)	So với 3 Tháng/2023 (%)	Tỷ trọng 3 Tháng/2024 (%)
Cà phê	9,36	112,81	61	20,06	36,72	2,50
Hạt điều	5,30	51,97	9,69	13,68	29,78	1,70
Sản phẩm từ chất dẻo	5,40	72,97	-7,96	13,48	-0,47	1,68
Hàng rau quả	4,82	57,28	83,05	11,67	35,6	1,45
Hàng thủy sản	2,91	-6,62	-51,47	10,37	-27,85	1,29
Sản phẩm mây, tre, cói và thảm	3,44	51,94	21,5	9,86	16,65	1,23
Bánh kẹo và các sản phẩm từ ngũ cốc	3,36	56,42	55,92	9,30	26,81	1,16
Đá quý, kim loại quý và sản phẩm	3,42	69,76	9,34	8,21	-8,45	1,02
Đồ chơi, dụng cụ thể thao và bộ phận	2,05	17,79	-37,17	6,95	-7,54	0,86
Sản phẩm từ cao su	2,06	13,76	-4,33	5,04	17,67	0,63
Nguyên phụ liệu dệt, may, da, giày	1,53	29,57	-18,67	4,64	8,14	0,58
Sản phẩm từ sắt thép	1,44	35,13	-25,45	4,57	-12,01	0,57
Hạt tiêu	1,51	106,92	-27,27	3,88	2,04	0,48
Sản phẩm gốm, sứ	1,06	127,86	8,53	2,79	26,8	0,35
Cao su	1,46	205,25	121,83	2,14	13,28	0,27
Dây điện và dây cáp điện	0,42	63,56	30,18	1,08	4,41	0,13
Gạo	0,14	-50,61	-78,34	0,90	19,28	0,11

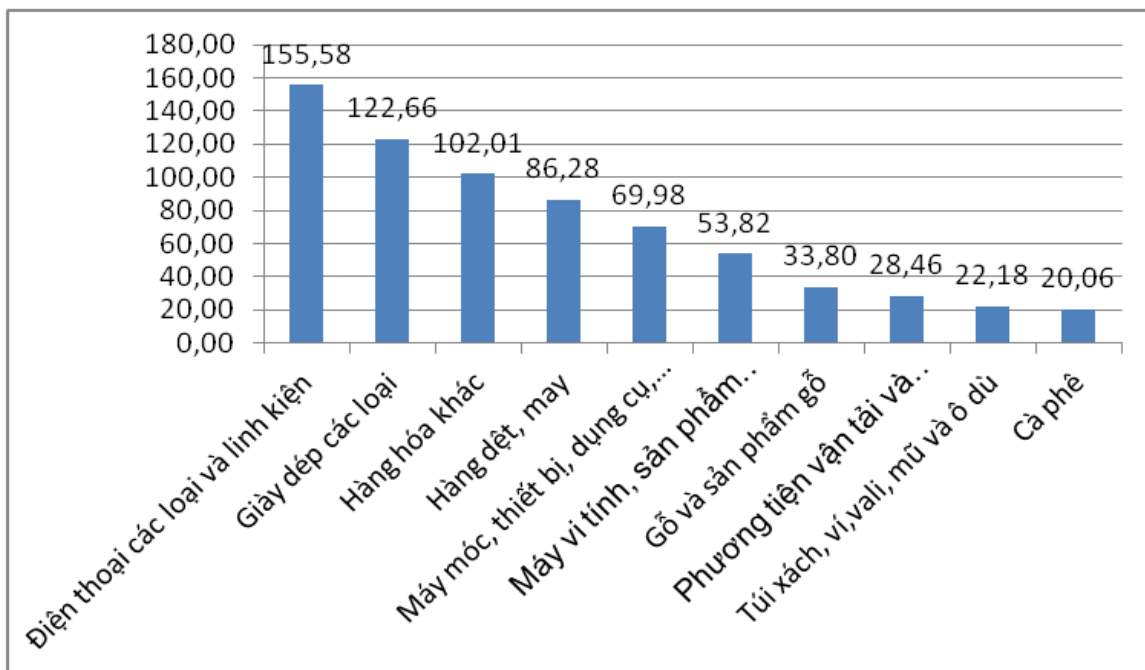
Nguồn: Tổng cục Hải quan

Trong 3 tháng qua, máy ví tính, điện thoại các loại và linh kiện là mặt hàng có kim ngạch xuất khẩu sang Pháp lớn nhất, với kim ngạch đạt 155,58 triệu USD,

giảm 5,22% so với cùng kỳ năm 2023, chiếm 19,36% tỷ trọng trong tổng kim ngạch xuất khẩu hàng hóa của nước ta sang Pháp.

Biểu đồ 4: Nhóm các mặt hàng có kim ngạch xuất khẩu lớn nhất sang thị trường Pháp trong ba tháng đầu năm 2024

(ĐVT: Triệu USD)



Nguồn: Tổng cục Hải quan

Ở chiều ngược lại, trong năm 2023, kim ngạch nhập khẩu hàng hóa của Việt Nam từ Pháp đạt 1,63 tỷ USD, giảm 0,11% so với năm trước. Trong đó, các nhóm hàng nhập khẩu chủ lực gồm: dược phẩm (435,76 triệu USD); hàng hóa khác (295,86 triệu USD); máy móc, thiết bị, dụng cụ (239,27 triệu USD); phương tiện vận tải và phụ tùng (117,23 triệu USD); gỗ và sản phẩm gỗ (99,18 triệu USD)...

Trong tháng 3/2024, Việt Nam đã nhập khẩu từ Pháp tổng 138,51 triệu USD, tăng 11,04% so với tháng trước đó và tăng 2,67% so với cùng tháng năm trước. Lũy kế 3 tháng đầu năm 2024, Việt Nam nhập khẩu từ Pháp tổng 422,15 triệu USD, tăng 11,83% so với cùng kỳ 2023. Trong đó, dược phẩm là mặt hàng

dẫn đầu về kim ngạch nhập khẩu của nước ta từ Pháp trong 3 tháng đầu năm với trị giá nhập khẩu trong tháng 3/2024 đạt 52,56 triệu USD, tăng 78,13% so với tháng trước và tăng 36,4% so với cùng tháng năm trước; trị giá nhập khẩu mặt hàng này trong 3 tháng đầu năm 2024 đạt 126,19 triệu USD, tăng 7,8% so với cùng kỳ năm trước, chiếm tỷ trọng 29,89% trong tổng kim ngạch nhập khẩu hàng hóa của nước ta từ Pháp.

Bảng 3: Kim ngạch nhập khẩu một số mặt hàng của Việt Nam từ Pháp trong 3 tháng đầu năm 2024

Tên nhóm/mặt hàng	Tháng 3/2024 (Triệu USD)	So với Tháng 2/2024 (%)	So với Tháng 3/2023 (%)	3 Tháng 2024 (Triệu USD)	So với 3 Tháng 2023 (%)	Tỷ trọng 3 Tháng 2024 (%)
Tổng	138,51	11,04	2,67	422,15	11,83	100
Dược phẩm	52,56	78,13	36,4	126,19	7,8	29,89
Hàng hóa khác	22,38	13,54	-10,6	69,25	1,97	16,41
Phương tiện vận tải khác và phụ tùng	7,18	18,35	-20,96	53,47	48,7	12,67
Máy móc, thiết bị, dụng cụ, phụ tùng khác	12,15	-60,37	-23,89	51,75	50,5	12,26
Gỗ và sản phẩm gỗ	6,89	-5,51	0,04	21,98	21,28	5,21
Chất thơm, mỹ phẩm và chế phẩm vệ sinh	6,19	43,28	-20,86	14,69	-22,54	3,48
Sản phẩm hóa chất	4,85	18,4	6,4	12,28	-15,08	2,91
Máy vi tính, sản phẩm điện tử và linh kiện	2,21	-49,57	3,23	10,15	104,02	2,40
Sữa và sản phẩm sữa	3,54	184,25	-51,3	7,40	-52,68	1,75
Sắt thép các loại	1,64	-44,68	15,21	6,54	70,62	1,55
Đá quý, kim loại quý và sản phẩm	1,76	-41,18	38,15	6,38	122,03	1,51

Thức ăn gia súc và nguyên liệu	2,29	50,66	-14,77	5,63	-17,3	1,33
Chất dẻo nguyên liệu	2,53	103,96	73,21	5,60	19,59	1,33
Chế phẩm thực phẩm khác	2,69	383,02	72,98	4,70	0,9	1,11
Hóa chất	1,49	15,85	51,81	4,08	5,61	0,97
Sản phẩm từ chất dẻo	1,12	-31,56	-21,04	3,86	-1,22	0,92
Cao su	1,20	67,28	-5,38	3,09	-10,28	0,73
Sản phẩm từ sắt thép	1,48	115,51	67,29	2,71	-1,27	0,64
Vải các loại	0,75	0,52	-4,51	2,17	-35,39	0,51
Ô tô nguyên chiếc các loại	0,94	66,25		2,07		0,49
Sản phẩm từ cao su	0,68	190,81	145,99	1,79	65,33	0,42
Dây điện và dây cáp điện	0,55	-12,6	-61,79	1,78	-57,57	0,42
Thuốc trừ sâu và nguyên liệu	0,62	107,16	-56	1,56	-14,45	0,37
Nguyên phụ liệu dệt, may, da, giày	0,45	-25,97	23,85	1,35	6,97	0,32
Kim loại thường khác	0,32	-37,62	702,59	0,95	135,86	0,22
Nguyên phụ liệu dược phẩm	0,04	-73,13	-79,8	0,33	-37,59	0,08
Quặng và khoáng sản khác	0,00	-100		0,31	976,86	0,07
Giấy các loại	0,00	-100	-100	0,09	-71,84	0,02

Nguồn: Tổng cục Hải quan

II. Đẩy mạnh các hoạt động thúc đẩy xuất khẩu của nước ta sang thị trường Pháp

Kể từ khi thiết lập quan hệ song phương đến nay, Việt Nam và Pháp luôn tạo dấu ấn trong quan hệ thương mại với những con số xuất khẩu ấn tượng. Đặc biệt, với việc EVFTA đi vào thực thi, quan hệ thương mại giữa hai nước đang phát triển theo hướng có lợi cho Việt Nam và xu hướng này sẽ còn tiếp tục trong thời gian tới

nhờ cơ cấu hàng xuất khẩu của Việt Nam phù hợp với phân khúc thị trường tầm trung và thấp tại Pháp. Việc đẩy mạnh xuất khẩu sang thị trường Pháp - một trong những nền kinh tế lớn của Liên minh Châu Âu (EU), đòi hỏi các chiến lược toàn diện và bài bản từ phía Việt Nam. Pháp không chỉ là một thị trường có nhu cầu cao về chất lượng sản phẩm mà còn có các tiêu chuẩn khắt khe về môi trường và xã hội. Để tăng cường xuất khẩu sang Pháp, các cơ quan Nhà nước và các doanh nghiệp Việt Nam cần tăng cường thực hiện một số giải pháp sau:

Đầu tiên, việc nâng cao chất lượng sản phẩm theo tiêu chuẩn của EU là vô cùng cần thiết. Các sản phẩm xuất khẩu từ Việt Nam cần tuân thủ nghiêm ngặt các quy định về an toàn thực phẩm, quản lý chất lượng và bảo vệ môi trường của EU. Điều này không chỉ giúp tăng tính cạnh tranh của hàng hóa Việt Nam trên thị trường Pháp mà còn góp phần xây dựng thương hiệu và hình ảnh quốc gia trên trường quốc tế. Các nhà cung cấp Việt Nam cần tiếp tục nỗ lực trong việc duy trì chất lượng. Dù giá cả rất quan trọng nhưng doanh nghiệp cần tuân thủ, tôn trọng và tự đặt mình vào các tiêu chuẩn quốc tế để đáp ứng những yêu cầu ngày càng cao của người tiêu dùng và có thể cạnh tranh với hàng hóa đến từ nhiều quốc gia khác. Ngoài ra, các doanh nghiệp cũng cần tiếp tục nâng cao hệ thống quản lý chất lượng của các nhà máy bằng cách đạt được những chứng nhận quốc tế và tuân thủ các tiêu chuẩn về thuốc bảo vệ thực vật, phẩm màu, phụ gia thực phẩm...

Thứ hai, việc tận dụng Hiệp định Thương mại Tự do Việt Nam - EU (EVFTA) là yếu tố then chốt. EVFTA mở ra cơ hội để giảm thiểu các rào cản thuế quan và phi thuế quan đối với hàng hóa xuất khẩu của Việt Nam. Các doanh nghiệp cần được trang bị đầy đủ thông tin về các quy định và lợi ích mà hiệp định mang lại để có thể tối ưu hóa lợi thế này, từ đó thâm nhập sâu rộng hơn vào thị trường Pháp.

Thứ ba, công tác xúc tiến thương mại là một trong những chiến lược quan trọng trong việc đẩy mạnh xuất khẩu hàng hóa của nước ta sang Pháp. Các chiến dịch quảng bá sản phẩm phải được thiết kế phù hợp với văn hóa và thị hiếu của người tiêu dùng Pháp. Sự tham gia vào các hội chợ thương mại, triển lãm quốc tế tại Pháp là rất cần thiết để tăng khả năng nhận diện thương hiệu và xây dựng mối quan hệ đối tác bền vững. Các cơ quan chức năng cần tổ chức các hoạt động xúc tiến xuất khẩu phù hợp với nhu cầu hỗ trợ phát triển thị trường xuất khẩu của từng ngành hàng với từng giai đoạn cụ thể. Cần có những chiến lược để thu hút người tiêu dùng. Cùng với đó, cần có giá bán hợp lý để có thể đưa hàng hóa vào các siêu thị đối tác tiềm năng.

Cuối cùng, việc hỗ trợ doanh nghiệp, đặc biệt là các doanh nghiệp vừa và nhỏ trong nước, để hiểu rõ và thích ứng với yêu cầu của thị trường Pháp là không thể thiếu. Các cơ quan quản lý Nhà nước cần tạo điều kiện thuận lợi nhất về môi trường đầu tư, kinh doanh, cơ sở hạ tầng, các khu công nghiệp; tăng cường cải cách hành chính tạo điều kiện cho các doanh nghiệp châu Âu nói chung và các doanh nghiệp Pháp nói riêng để khuyến khích các doanh nghiệp Pháp đến Việt Nam hợp tác, đầu tư, nhất là tận dụng lợi thế do EVFTA mang lại.

Có thể nói, thông qua việc triển khai hiệu quả các biện pháp này, Việt Nam không chỉ có thể tăng cường xuất khẩu sang Pháp mà còn góp phần củng cố vị thế của mình trên bản đồ kinh tế thế giới, tận dụng tốt cơ hội từ các hiệp định thương mại quốc tế để thúc đẩy tăng trưởng kinh tế bền vững.