

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

Bài: “6 tháng đầu năm 2024, kim ngạch xuất khẩu hàng hóa của Việt Nam sang Úc tăng trưởng gần 30% so với cùng kỳ”

Thực hiện nhiệm vụ thuộc Kế hoạch hành động triển khai Chương trình hành động thực hiện Chiến lược xuất nhập khẩu hàng hoá đến năm 2030

Hà Nội, 2024

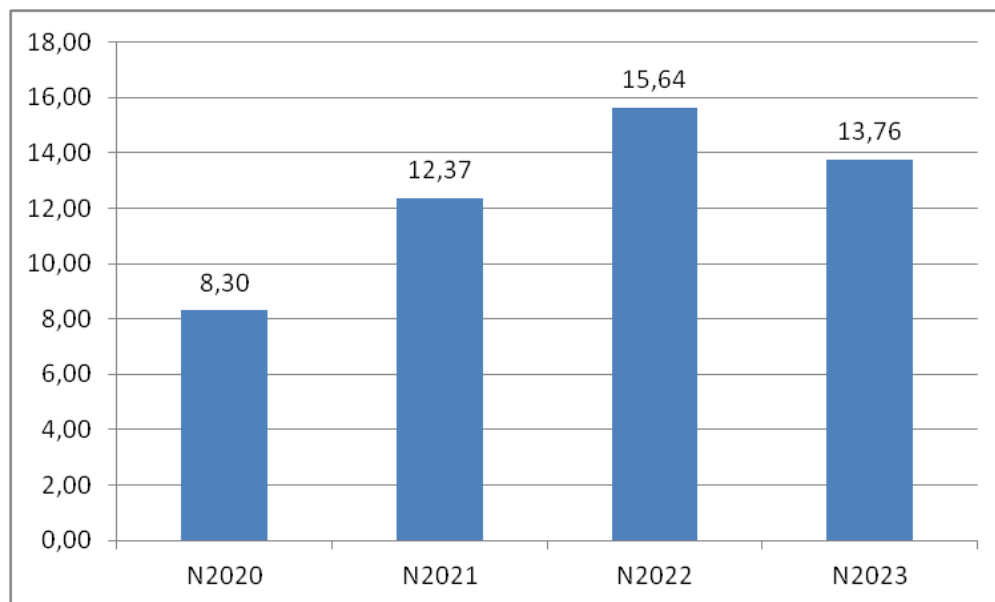
I. Tổng quan về quan hệ thương mại Việt Nam – Úc

Trong thời gian gần đây, quan hệ thương mại giữa Việt Nam và Úc đã chứng kiến sự phát triển mạnh mẽ và toàn diện, phản ánh sự tương tác ngày càng sâu rộng và đa dạng giữa hai nền kinh tế. Nền tảng của mối quan hệ này được củng cố thông qua Hiệp định Thương mại Tự do ASEAN - Australia - New Zealand (AANZFTA) và Hiệp định CPTPP. Nhờ những hiệp định này, các rào cản thương mại được giảm bớt, tạo điều kiện thuận lợi cho doanh nghiệp hai nước tiếp cận thị trường của nhau.

Việt Nam và Úc đã trở thành những đối tác thương mại quan trọng với kim ngạch xuất nhập khẩu ngày càng tăng. Việt Nam xuất khẩu sang Úc nhiều mặt hàng như điện thoại, máy tính, dệt may, giày dép, nông sản và thủy sản, đồng thời nhập khẩu từ Úc các sản phẩm như than đá, quặng sắt, lúa mạch, thịt bò và các sản phẩm sữa.

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

Đơn vị tính: Tỷ USD



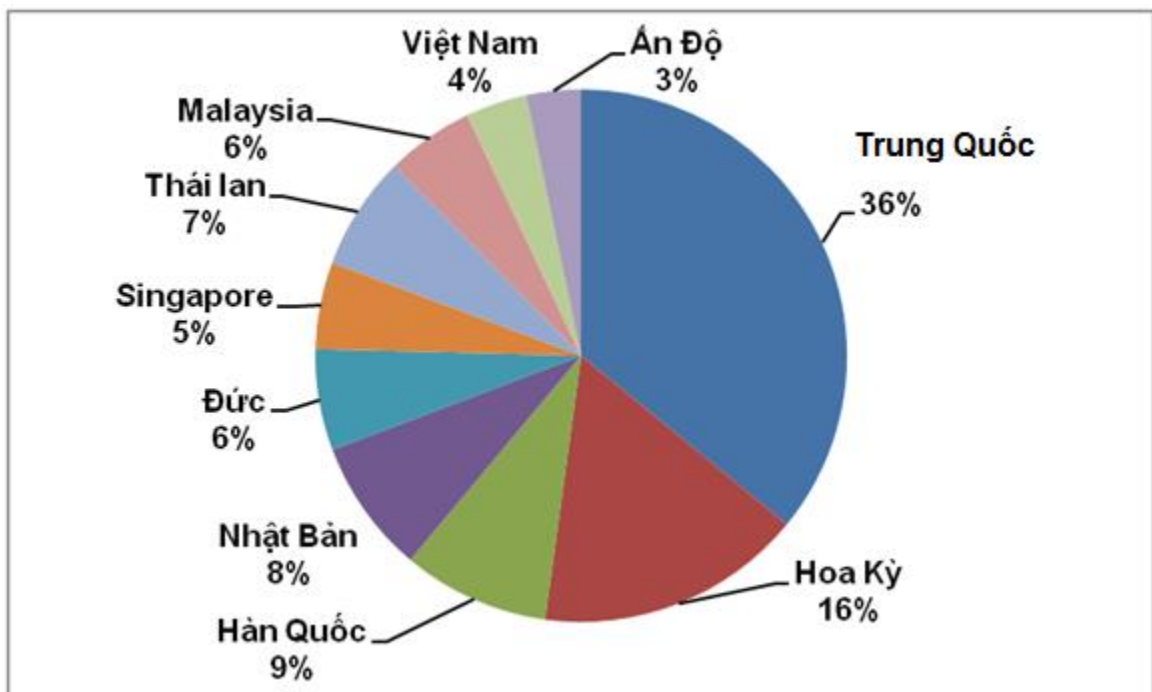
Nguồn: Tổng cục Hải quan

Ngoài ra, các hoạt động đầu tư giữa hai nước cũng gia tăng mạnh mẽ. Úc đã đầu tư vào nhiều lĩnh vực tại Việt Nam, bao gồm giáo dục, nông nghiệp, năng lượng tái tạo và cơ sở hạ tầng. Những dự án này không chỉ mang lại lợi ích kinh tế trực tiếp mà còn góp phần nâng cao chất lượng nguồn nhân lực và cải thiện hạ tầng kỹ thuật của Việt Nam. Các doanh nghiệp Việt Nam không chỉ tận dụng được thị trường rộng lớn của Úc mà còn học hỏi được các kỹ thuật tiên tiến, quy trình sản xuất hiện đại từ đối tác nước bạn.

Có thể thấy, quan hệ thương mại giữa Việt Nam và Úc trong thời gian gần đây không chỉ mở ra nhiều cơ hội phát triển cho cả hai quốc gia mà còn tạo nền tảng vững chắc cho sự hợp tác toàn diện và bền vững trong tương lai. Với tinh thần hợp tác chặt chẽ và cam kết cao từ cả hai phía, chắc chắn rằng mối quan hệ này sẽ tiếp tục phát triển và đem lại nhiều thành tựu đáng kể trong thời gian tới.

Biểu đồ 2: Các thị trường nhập khẩu hàng hóa lớn nhất của Úc trong 5 tháng đầu năm 2024 (Việt Nam xếp thứ 9)

Đơn vị tính: Tỷ USD, %



Nguồn: Trademap.org

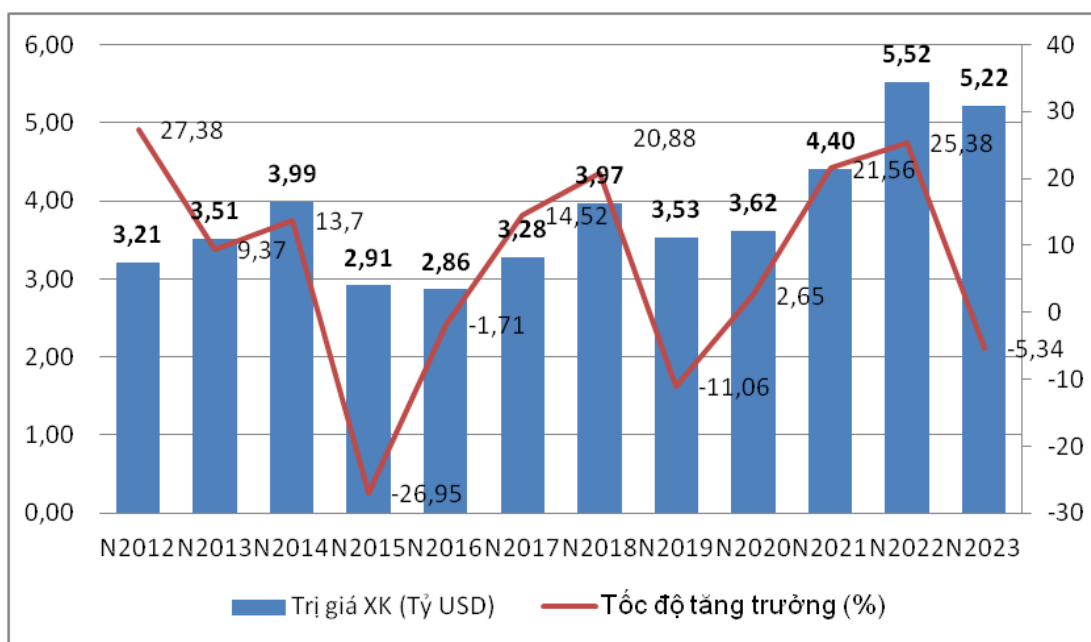
Trong giai đoạn từ 2020-2023, kim ngạch thương mại song phương giữa Việt Nam và Úc đạt trung bình 12,52 tỷ USD. Năm 2023, Úc là đối tác thương mại lớn thứ 10 của Việt Nam (đứng thứ 13 về xuất khẩu và đứng thứ 9 về nhập khẩu). Ở chiều ngược lại, Việt Nam là đối tác thương mại lớn thứ 10 của Úc (đứng thứ 10 về xuất khẩu sang Úc và đứng thứ 10 về nhập khẩu từ Úc).

Đặc biệt, hiện nay Úc là thị trường cung cấp nguyên liệu đầu vào quan trọng cho một số ngành công nghiệp và năng lượng của Việt Nam như than đá (chiếm 45,77% tổng kim ngạch nhập khẩu nhóm hàng này từ thế giới), quặng và các loại khoáng sản (chiếm 44,78%) năm 2023.

Theo số liệu thống kê từ Trademap, trong 5 tháng đầu năm 2024, Việt Nam là nguồn cung hàng hoá lớn thứ 9 của Úc, tăng 14,35% so với cùng kỳ năm 2023, chiếm tỷ trọng 2,6% trong tổng kim ngạch nhập khẩu hàng hóa của Úc, cải thiện từ mức 2,3% của cùng kỳ 2023. Đứng đầu trong danh sách này là các thị trường: Trung Quốc, Hoa Kỳ, Hàn Quốc, Nhật Bản, Đức...

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

Đơn vị tính: Tỷ USD, %



Nguồn: Tổng cục Hải quan

Trong khi đó, theo số liệu của Tổng cục Hải quan Việt Nam, tổng kim ngạch thương mại hai chiều Việt Nam và Úc năm 2023 đạt 13,76 tỷ USD, giảm 12,02% so với năm 2022. Trong đó, xuất khẩu đạt 5,22 tỷ USD, giảm 5,34% so với năm 2022, chiếm tỷ trọng 1,47% trong tổng kim ngạch xuất khẩu hàng hóa của nước ta ra thế giới; nhập khẩu đạt 8,53 tỷ USD, giảm 15,67% so với năm 2022, chiếm tỷ trọng 2,61% trong tổng kim ngạch nhập khẩu hàng hóa của nước ta từ thế giới.

Riêng trong tháng 6/2024, kim ngạch xuất khẩu hàng hóa của nước ta sang Úc đạt 571,23 triệu USD, giảm 8,22% so với tháng trước nhưng tăng 23,89% so với cùng tháng năm trước. Lũy kế 6 tháng đầu năm 2024, kim ngạch xuất khẩu hàng hóa của Việt Nam sang Úc đạt 3,14 tỷ Usd, tăng 28,78% so với cùng kỳ năm trước đó.

Bảng 1: Kim ngạch xuất khẩu các mặt hàng của Việt Nam sang Úc trong 6 tháng đầu năm 2024

Tên nhóm/mặt hàng	Tháng 6/2024 (Triệu USD)	Trị giá so với tháng trước (%)	So với cùng tháng năm trước (%)	6 Tháng 2024 (Triệu USD)	So với 6 Tháng 2023 (%)	Tỷ trọng 6 Tháng 2024 (%)
Tổng	571,23	-8,22	23,89	3147,44	28,78	100
Máy móc, thiết bị, dụng cụ, phụ tùng khác	149,18	-22,19	294,94	555,36	151,52	17,64
Điện thoại các loại và linh kiện	33,43	-45,16	7,9	396,21	23,52	12,59
Dầu thô	49,67	-29,47	-39,09	345,69	2,79	10,98

Máy vi tính, sản phẩm điện tử và linh kiện	50,14	13,51	45,8	278,60	20,53	8,85
Hàng dệt, may	46,20	10,9	-5,64	258,56	16,11	8,22
Hàng hóa khác	33,93	23,89	12,25	193,81	19,59	6,16
Giày dép các loại	35,00	-0,88	-3,03	179,83	-5,84	5,71
Hàng thủy sản	27,16	4,12	-1,14	153,33	6,34	4,87
Sắt thép các loại	27,06	70,38	47,94	91,16	50,24	2,90
Sản phẩm từ sắt thép	16,49	18,08	-6,23	83,00	11,27	2,64
Phương tiện vận tải và phụ tùng	9,94	17,76	40,19	73,19	91,23	2,33
Gỗ và sản phẩm gỗ	12,85	-1,87	6,53	72,37	23,97	2,30
Hàng rau quả	7,02	14,04	15,47	48,57	33,37	1,54
Sản phẩm từ chất dẻo	8,50	9,07	19,42	47,20	19,78	1,50
Hạt điều	7,41	-6,56	-12,78	45,10	20,96	1,43
Giấy và các sản phẩm từ giấy	7,45	0,67	5,36	43,25	25,46	1,37
Đồ chơi, dụng cụ thể thao và bộ phận	5,90	15,32	-9,85	37,44	24,42	1,19
Cà phê	2,29	-13,37	-55,07	30,56	65,7	0,97
Túi xách, ví, vali, mũ và ô dù	5,42	21,85	-8,93	27,89	6,64	0,89
Kim loại thường khác và sản phẩm	3,66	17,28	0,72	26,49	47,49	0,84
Dây điện và dây cáp điện	5,70	15,62	281	20,02	72,96	0,64

Sản phẩm hóa chất	3,33	45,07	-13,81	18,13	-8,15	0,58
Bánh kẹo và các sản phẩm từ ngũ cốc	3,36	26,38	-12,84	17,37	4,52	0,55
Máy ảnh, máy quay phim và linh kiện	2,33	-33,29	2,7	16,92	12,74	0,54
Sản phẩm nội thất từ chất liệu khác gỗ	3,44	66,98	54,71	14,73	19,69	0,47
Gạo	3,11	64,04	32,02	13,21	23,91	0,42
Canhke và xi măng	0,74	-81,15	-69,45	10,63	-14,17	0,34
Sản phẩm từ cao su	1,76	11,44	-17,21	9,41	7,23	0,30
Chất dẻo nguyên liệu	1,68	-9,94	31,98	8,86	58,43	0,28
Sản phẩm gốm, sứ	1,44	27,02	12,11	7,74	23,9	0,25
Đá quý, kim loại quý và sản phẩm	1,56	83,28	6,68	7,27	-9,09	0,23
Sản phẩm mây, tre, cói và thảm	1,33	45,51	-2,54	6,39	-1,71	0,20
Hạt tiêu	1,54	109,63	28,86	5,22	20,51	0,17
Nguyên phụ liệu dệt, may, da, giày	1,20	216,33	-15,35	3,91	-24,67	0,12

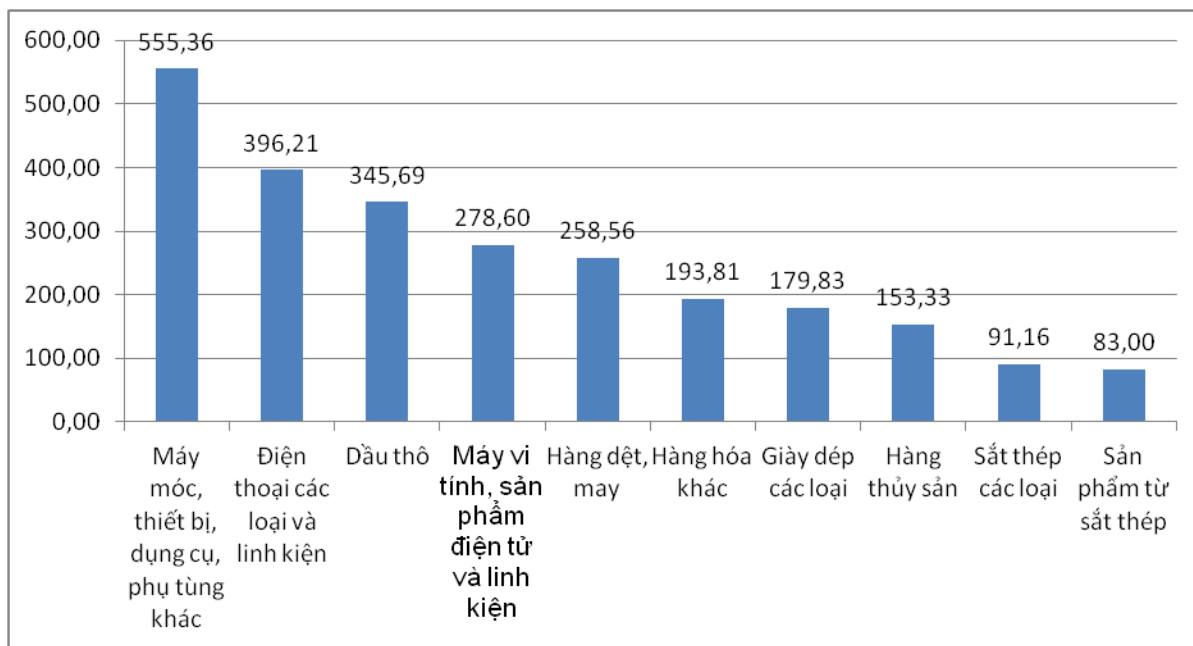
Nguồn: Tổng cục Hải quan

Trong đó, máy móc, thiết bị, dụng cụ, phụ tùng là mặt hàng dẫn đầu về kim ngạch xuất khẩu hàng hóa của nước ta sang Úc với trị giá xuất khẩu trong tháng 6/2024 đạt 149,18 triệu USD, giảm 22,19% so với tháng trước đó nhưng tăng 294,94% so với cùng tháng năm trước. Lũy kế 6 tháng đầu năm, kim ngạch xuất khẩu máy móc, thiết bị, dụng cụ, phụ tùng các loại của nước ta sang Úc đạt 555,36

triệu USD, tăng 151,52% so với cùng kỳ năm trước, chiếm tỷ trọng 17,64% trong tổng kim ngạch xuất khẩu hàng hóa của nước ta sang thị trường Úc.

Biểu đồ 4: Nhóm các mặt hàng có kim ngạch xuất khẩu lớn nhất sang thị trường Úc trong 6 tháng đầu năm 2024

(ĐVT: Triệu USD)



Nguồn: Tổng cục Hải quan

Trong tháng 6/2024, Việt Nam đã nhập khẩu từ Úc tổng 575,68 triệu USD, tăng 1,4% so với tháng trước và giảm 34,38% so với cùng tháng năm trước. Lũy kế 6 tháng đầu năm 2024, Việt Nam nhập khẩu từ Úc tổng 3,68 tỷ USD, giảm 27,16% so với cùng kỳ 2023. Trong đó, than các loại là mặt hàng dẫn đầu về kim ngạch nhập khẩu của nước ta từ Úc trong 6 tháng đầu năm với trị giá nhập khẩu trong tháng 6/2024 đạt 173,97 triệu USD, tăng giảm 22,93% so với tháng trước và giảm 59,81% so với cùng tháng năm trước; trị giá nhập khẩu mặt hàng này trong 6 tháng đầu năm 2024 đạt 1,38 tỷ USD, giảm 27,16% so với cùng kỳ năm trước, chiếm tỷ trọng 37,46% trong tổng kim ngạch nhập khẩu hàng hóa của nước ta từ Úc.

Bảng 2: Kim ngạch nhập khẩu một số mặt hàng của Việt Nam từ Úc trong 6 tháng đầu năm 2024

Tên nhóm/mặt hàng	Tháng 6/2024 (Triệu USD)	So với tháng trước (%)	So với cùng tháng năm trước (%)	6 Tháng 2024 (Triệu USD)	So với 6 Tháng 2023 (%)	Tỷ trọng 6 Tháng 2024 (%)
Tổng	575,68	1,4	-34,38	3684,47	-14,5	100
Than các loại	173,97	-22,93	-59,81	1380,19	-27,16	37,46
Quặng và khoáng sản khác	96,88	-25,51	21,65	665,87	40,48	18,07
Kim loại thường khác	102,36	15,25	139,68	460,74	100,78	12,50
Hàng hóa khác	84,61	69,7	-19,33	388,56	-20,86	10,55
Bông các loại	24,56	65,69	-34,73	224,01	-24,04	6,08
Lúa mì	34,15	224,32	-75,34	201,00	-68	5,46
Phế liệu sắt thép	15,69	8195,93	2389,61	64,63	27,16	1,75
Hàng rau quả	12,33	56,77	8,52	57,35	-23,38	1,56
Sữa và sản phẩm sữa	6,09	-28,81	6,24	54,68	92,27	1,48
Thức ăn gia súc và nguyên liệu	5,84	-18,96	49,84	44,79	48,71	1,22
Khí đốt hóa lỏng	1,85	-64,52		39,24		1,07
Dược phẩm	4,63	-21,59	92,31	26,70	58,67	0,72
Máy móc, thiết bị, dụng cụ, phụ tùng khác	2,55	-6,35	-37,5	13,74	0,76	0,37
Sản phẩm hóa chất	2,39	15,31	10,32	13,60	-10,26	0,37
Sắt thép các loại	0,76	-12,06	-77,49	8,93	-54,65	0,24
Nguyên phụ liệu dệt, may, da, giày	1,77	7,07	57,26	8,55	5,92	0,23
Chế phẩm thực phẩm khác	1,31	-4,85	38,25	6,95	-12,47	0,19
Dầu mỡ động, thực vật	0,62	-56,81	-6,35	6,65	24,86	0,18
Sản phẩm khác từ dầu mỏ	0,76	-23,08	-48,1	5,72	-19,38	0,16
Đá quý, kim loại quý và sản phẩm	1,17	58,46	-14,3	5,22	-31,49	0,14
Chất dẻo nguyên liệu	0,27	-3,22	-28,06	2,31	-15,5	0,06
Gỗ và sản phẩm gỗ	0,38	47,15	-72,06	2,27	-45,7	0,06
Sản phẩm từ sắt thép	0,66	6,11	336,37	2,24	-41,81	0,06

Hóa chất	0,07		5,5	0,51	22,68	0,01
----------	------	--	-----	------	-------	------

Nguồn: Tổng cục Hải quan

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

Việc đẩy mạnh các hoạt động thúc đẩy xuất khẩu của Việt Nam sang thị trường Úc đóng vai trò vô cùng quan trọng trong chiến lược phát triển kinh tế của nước ta. Úc, với nền kinh tế phát triển và nhu cầu tiêu thụ đa dạng, mang lại nhiều cơ hội tiềm năng cho các doanh nghiệp Việt Nam. Để khai thác hiệu quả những tiềm năng này, chúng ta cần thực hiện một loạt các biện pháp toàn diện và đồng bộ.

Về phía các cơ quan quản lý Nhà nước, để tăng cường xuất khẩu hàng hóa sang thị trường Úc, các cơ quan quản lý nhà nước cần triển khai một loạt giải pháp nhằm tạo điều kiện thuận lợi cho các doanh nghiệp và nâng cao năng lực cạnh tranh của hàng hóa Việt Nam trên thị trường quốc tế. Trước hết, việc hoàn thiện cơ chế, chính sách và pháp luật là yếu tố then chốt. Các chính sách xuất khẩu cần được điều chỉnh để phù hợp với cam kết quốc tế và các hiệp định thương mại tự do (FTA) mà Việt Nam đã ký kết với Úc. Việc này không chỉ đảm bảo tính minh bạch, công bằng mà còn tạo ra môi trường pháp lý thuận lợi, giúp các doanh nghiệp tự tin mở rộng hoạt động kinh doanh.

Bên cạnh đó, các cơ quan quản lý cần hỗ trợ doanh nghiệp nâng cao chất lượng sản phẩm xuất khẩu. Điều này có thể được thực hiện thông qua việc khuyến khích đầu tư vào nghiên cứu và phát triển (R&D), ứng dụng các công nghệ mới để cải thiện quy trình sản xuất. Đồng thời, tổ chức các chương trình đào tạo, nâng cao năng lực quản lý chất lượng cho doanh nghiệp, giúp họ đáp ứng các tiêu chuẩn khắt khe của thị trường Úc. Những hỗ trợ này không chỉ nâng cao giá trị gia tăng của sản phẩm mà còn tăng cường uy tín của hàng hóa Việt Nam trên trường quốc tế.

Xúc tiến thương mại và mở rộng thị trường là một giải pháp quan trọng khác. Các cơ quan quản lý nên tổ chức các hội chợ thương mại, triển lãm quốc tế và các sự kiện xúc tiến thương mại tại Úc để quảng bá sản phẩm Việt Nam. Hỗ trợ doanh nghiệp trong việc tìm kiếm đối tác, xây dựng mạng lưới kinh doanh và ký kết các hợp đồng thương mại với đối tác Úc cũng là một phần không thể thiếu trong chiến lược này. Đồng thời, việc nghiên cứu và phân tích thị trường Úc, cung cấp thông tin về xu hướng tiêu dùng, quy định pháp lý và rào cản thương mại sẽ giúp doanh nghiệp nắm bắt kịp thời và điều chỉnh chiến lược kinh doanh phù hợp.

Tăng cường hợp tác quốc tế và ký kết các hiệp định thương mại tự do (FTA) với Úc cũng là yếu tố quan trọng giúp giảm thiểu thuế quan và tạo điều kiện thuận lợi cho hàng hóa Việt Nam tiếp cận thị trường này. Các cơ quan quản lý cần chủ động đàm phán, tháo gỡ các rào cản thương mại phi thuế quan và tạo môi trường kinh doanh thuận lợi. Bên cạnh đó, việc cung cấp các gói hỗ trợ tài chính, tín dụng ưu đãi cho các doanh nghiệp xuất khẩu sẽ giúp họ có thêm nguồn lực để mở rộng sản xuất và nâng cao chất lượng sản phẩm.

Cuối cùng, việc giải quyết các rào cản thương mại là nhiệm vụ quan trọng không thể bỏ qua. Các cơ quan quản lý cần hỗ trợ doanh nghiệp trong việc giải quyết các vấn đề liên quan đến thủ tục hải quan, thuế quan và các rào cản kỹ thuật khác. Tăng cường đàm phán, tháo gỡ các rào cản thương mại phi thuế quan sẽ tạo điều kiện thuận lợi cho hàng hóa Việt Nam vào thị trường Úc một cách thuận lợi và hiệu quả.

Đối với các doanh nghiệp, để tăng cường xuất khẩu hàng hóa sang thị trường Úc, các doanh nghiệp Việt Nam cần triển khai một loạt giải pháp chiến lược và toàn diện, nhằm nâng cao năng lực cạnh tranh và đáp ứng các tiêu chuẩn cao của thị trường này. Trước hết, doanh nghiệp cần đầu tư mạnh mẽ vào nghiên cứu và phát triển (R&D), áp dụng công nghệ tiên tiến và cải tiến quy trình sản xuất.

Việc này không chỉ giúp nâng cao chất lượng sản phẩm mà còn giảm chi phí sản xuất, tăng hiệu quả kinh doanh. Các doanh nghiệp cần đảm bảo sản phẩm của mình đạt các tiêu chuẩn chất lượng quốc tế và tuân thủ các quy định nghiêm ngặt về an toàn thực phẩm, môi trường và xã hội của Úc.

Thứ hai, việc xây dựng và phát triển thương hiệu là yếu tố không thể thiếu. Doanh nghiệp cần tập trung vào chiến lược marketing toàn diện, từ việc xây dựng hình ảnh thương hiệu đến các chiến dịch quảng bá sản phẩm tại thị trường Úc. Tham gia các hội chợ thương mại quốc tế, triển lãm chuyên ngành, và các sự kiện xúc tiến thương mại sẽ giúp tăng cường sự nhận diện và uy tín của sản phẩm Việt Nam. Ngoài ra, doanh nghiệp cũng nên tận dụng các kênh truyền thông kỹ thuật số, mạng xã hội để tiếp cận và tương tác với người tiêu dùng Úc một cách hiệu quả.

Tiếp theo, doanh nghiệp cần nắm vững thông tin về thị trường Úc, bao gồm các xu hướng tiêu dùng, thói quen mua sắm, và sở thích của người tiêu dùng. Việc nghiên cứu và phân tích thị trường sẽ giúp doanh nghiệp xác định đúng nhu cầu, từ đó phát triển các sản phẩm phù hợp, đáp ứng mong đợi của khách hàng. Đồng thời, doanh nghiệp cũng nên xây dựng mối quan hệ đối tác chiến lược với các nhà phân phối, bán lẻ, và các đối tác kinh doanh tại Úc để mở rộng mạng lưới kinh doanh và tăng cường kênh phân phối.

Bên cạnh đó, việc nâng cao năng lực quản lý và vận hành cũng là một yếu tố quan trọng. Doanh nghiệp cần cải thiện quy trình quản lý, từ quản lý chuỗi cung ứng, logistics đến quản lý nhân sự. Việc áp dụng các hệ thống quản lý chất lượng, quản lý rủi ro và quản lý tài chính hiệu quả sẽ giúp doanh nghiệp hoạt động bền vững và ổn định. Đặc biệt, việc đào tạo và phát triển nhân viên, nâng cao kỹ năng và kiến thức chuyên môn sẽ tạo ra đội ngũ nhân sự chất lượng cao, sẵn sàng đáp ứng các yêu cầu của thị trường Úc.

Cuối cùng, doanh nghiệp cần tận dụng các chính sách hỗ trợ từ chính phủ và các tổ chức xúc tiến thương mại. Tham gia các chương trình hỗ trợ tài chính, tín dụng ưu đãi, và các quỹ bảo hiểm xuất khẩu sẽ giúp doanh nghiệp giảm bớt rủi ro và có thêm nguồn lực để mở rộng hoạt động kinh doanh. Đồng thời, doanh nghiệp cũng nên tích cực tham gia các hoạt động kết nối, hợp tác với các đối tác quốc tế, nhằm học hỏi kinh nghiệm và tận dụng cơ hội từ các thị trường phát triển.

Tóm lại, việc tăng cường xuất khẩu hàng hóa sang thị trường Úc đòi hỏi các doanh nghiệp Việt Nam phải có chiến lược kinh doanh linh hoạt, sáng tạo và hiệu quả. Sự đầu tư bài bản vào công nghệ, quản lý chất lượng, xây dựng thương hiệu, và mở rộng mạng lưới kinh doanh sẽ giúp doanh nghiệp không chỉ tiếp cận thành công thị trường Úc mà còn nâng cao vị thế của hàng hóa Việt Nam trên trường quốc tế, góp phần thúc đẩy sự phát triển bền vững của nền kinh tế nước nhà.

Về định hướng hợp tác phát triển kinh tế, thương mại của hai nước trong thời gian tới, phát biểu trong Diễn đàn Doanh nghiệp Việt Nam – Australia vào tháng 3 vừa qua tại thành phố Melbourne, Thủ tướng Phạm Minh Chính cho rằng: hợp tác kinh tế, thương mại, đầu tư là trụ cột quan trọng trong quan hệ song phương. Những kết quả đạt được là rất đáng trân trọng song vẫn còn khiêm tốn so với tiềm năng, không gian hợp tác giữa hai nước. Do đó, Thủ tướng mong muốn các hiệp hội và cộng đồng doanh nghiệp, nhà đầu tư của hai nước đẩy mạnh hơn nữa hợp tác. Thủ tướng Phạm Minh Chính khẳng định chính phủ hai nước sẽ tiếp tục tạo mọi điều kiện thuận lợi cho hoạt động hợp tác này. Chính phủ Việt Nam sẽ bảo vệ quyền, lợi ích hợp pháp, chính đáng của các doanh nghiệp, nhà đầu tư; tiếp tục thúc đẩy 3 đột phá chiến lược (thể chế, hạ tầng và nhân lực), cải cách, đơn giản hóa thủ tục hành chính, cắt giảm chi phí cho nhà đầu tư. Thủ tướng Phạm Minh Chính đề nghị trong hợp tác, hai bên tập trung thúc đẩy các động lực tăng trưởng truyền thống như đầu tư, xuất khẩu, tiêu dùng, trong đó Việt Nam có thị trường

100 triệu dân, nhiều mặt hàng của Australia được người Việt Nam ưa chuộng và Việt Nam cũng có lợi thế về nhiều mặt hàng như nông sản, hàng điện tử, may mặc... Thủ tướng cũng đề nghị hai bên hợp tác thúc đẩy các động lực mới như chuyển đổi số, chuyển đổi xanh, kinh tế tuần hoàn, kinh tế tri thức, kinh tế chia sẻ trên nền tảng đổi mới sáng tạo và khoa học công nghệ.