

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

**Bài: “Việt Nam nằm trong top 10 thị trường cung ứng hàng hóa lớn nhất
cho thị trường Hồng Kông trong 6 tháng đầu năm 2024”**

*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 – Hồng Kông

Đặc khu Hành chính Hồng Kông (Trung Quốc) là một trung tâm tài chính quan trọng ở khu vực châu Á – Thái Bình Dương. Trong những năm gần đây, thương mại giữa Việt Nam và Hồng Kông đã có những bước phát triển đáng kể, trở thành một trong những mối quan hệ kinh tế quan trọng trong khu vực châu Á. Hồng Kông đã trở thành cầu nối quan trọng giữa Việt Nam và các thị trường quốc tế. Ngược lại, Việt Nam, với nền kinh tế phát triển nhanh và ổn định, đã thu hút nhiều doanh nghiệp Hồng Kông trong các lĩnh vực như sản xuất, dịch vụ và thương mại.

Việt Nam đã trở thành một trong những đối tác thương mại hàng đầu của Hồng Kông tại ASEAN, với các mặt hàng xuất khẩu chính bao gồm máy móc, thiết bị, dụng cụ phụ tùng; máy ảnh, máy quay phim và linh kiện; hàng dệt may; hàng thủy sản; giày dép các loại... Trong khi đó, Hồng Kông xuất khẩu sang Việt Nam chủ yếu là máy vi tính, sản phẩm điện tử và linh kiện, phế liệu sắt thép; máy móc, thiết bị, dụng cụ, phụ tùng khác...

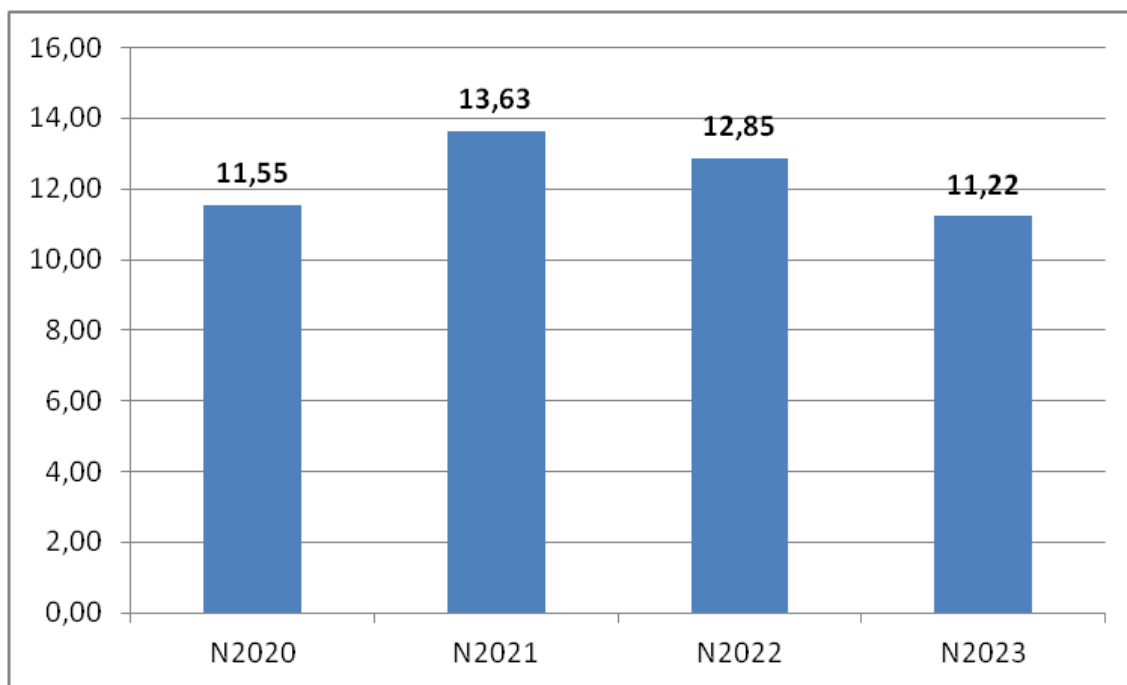
Một yếu tố quan trọng góp phần thúc đẩy thương mại giữa hai bên là các hiệp định thương mại tự do và các cơ chế hợp tác khu vực đã tạo điều kiện thuận lợi cho việc giảm thuế quan, tăng cường dòng chảy thương mại và đầu tư. Ngoài ra, sự phát triển của hạ tầng giao thông và logistics, cùng với các chính sách cải cách kinh tế của Việt Nam, đã thu hút ngày càng nhiều doanh nghiệp Hồng Kông mở rộng hoạt động kinh doanh tại thị trường Việt Nam.

Mối quan hệ thương mại Việt Nam - Hồng Kông không chỉ dừng lại ở việc trao đổi hàng hóa, các sự kiện xúc tiến thương mại và hội nghị đầu tư tổ

chức thường xuyên giữa hai bên đã tạo cơ hội cho doanh nghiệp gặp gỡ, trao đổi và tìm kiếm đối tác chiến lược. Trong bối cảnh kinh tế toàn cầu biến động phức tạp, việc duy trì và phát triển mối quan hệ thương mại chặt chẽ này không chỉ giúp tăng cường lợi ích kinh tế song phương mà còn đóng góp vào sự ổn định và thịnh vượng chung của khu vực.

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

Đơn vị tính: Tỷ USD

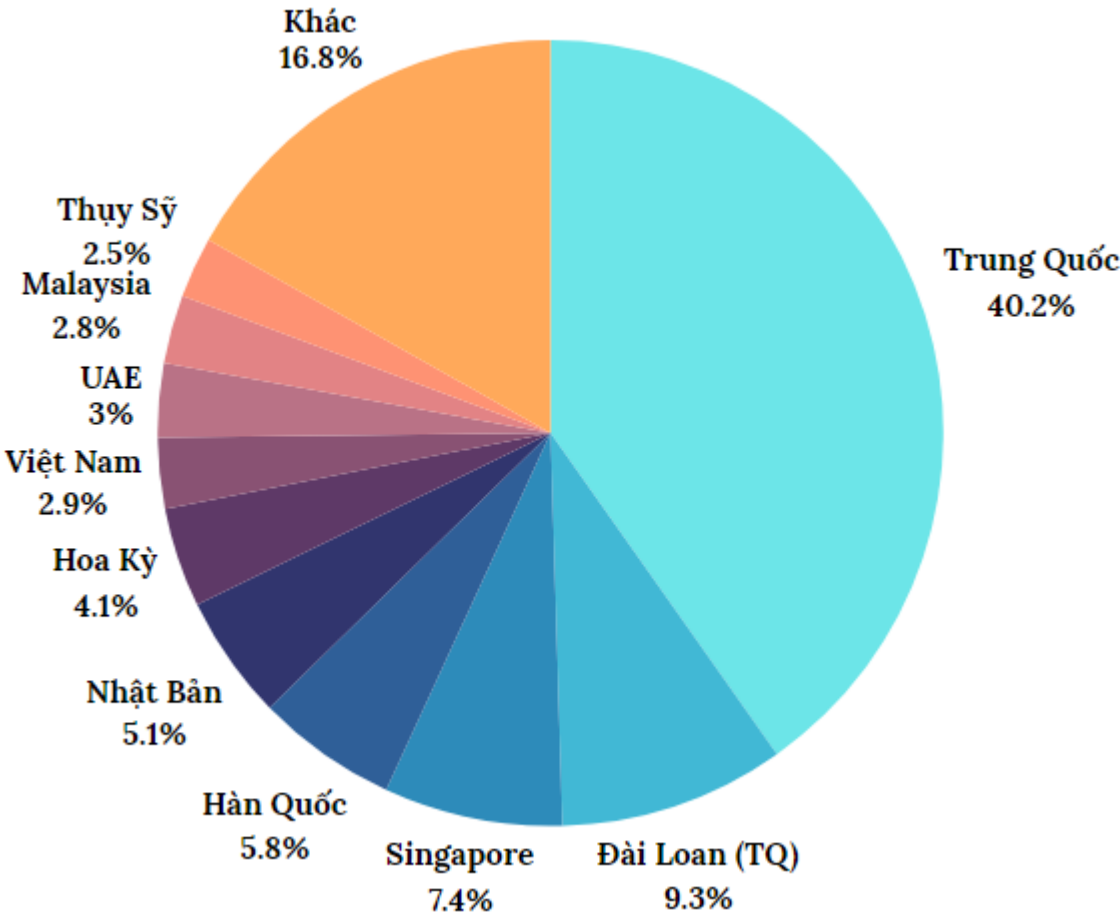


Nguồn: Tổng cục Hải quan

Theo số liệu thống kê từ ITC, trong 6 tháng đầu năm 2024, Việt Nam là nguồn cung hàng hoá lớn thứ 7 của Hồng Kông, chiếm tỷ trọng 2,91% trong tổng kim ngạch nhập khẩu hàng hóa của Hồng Kông, cải thiện hơn so với mức tỷ trọng 2,16% của cùng kỳ năm 2023. Đứng đầu trong danh sách này là các thị trường: Trung Quốc, Đài Loan, Singapore, Hàn Quốc, Nhật Bản.

Biểu đồ 2: Các thị trường nhập khẩu hàng hóa lớn nhất của Hồng Kông trong 6 tháng đầu năm 2024 (Việt Nam xếp thứ 7)

Đơn vị tính: %

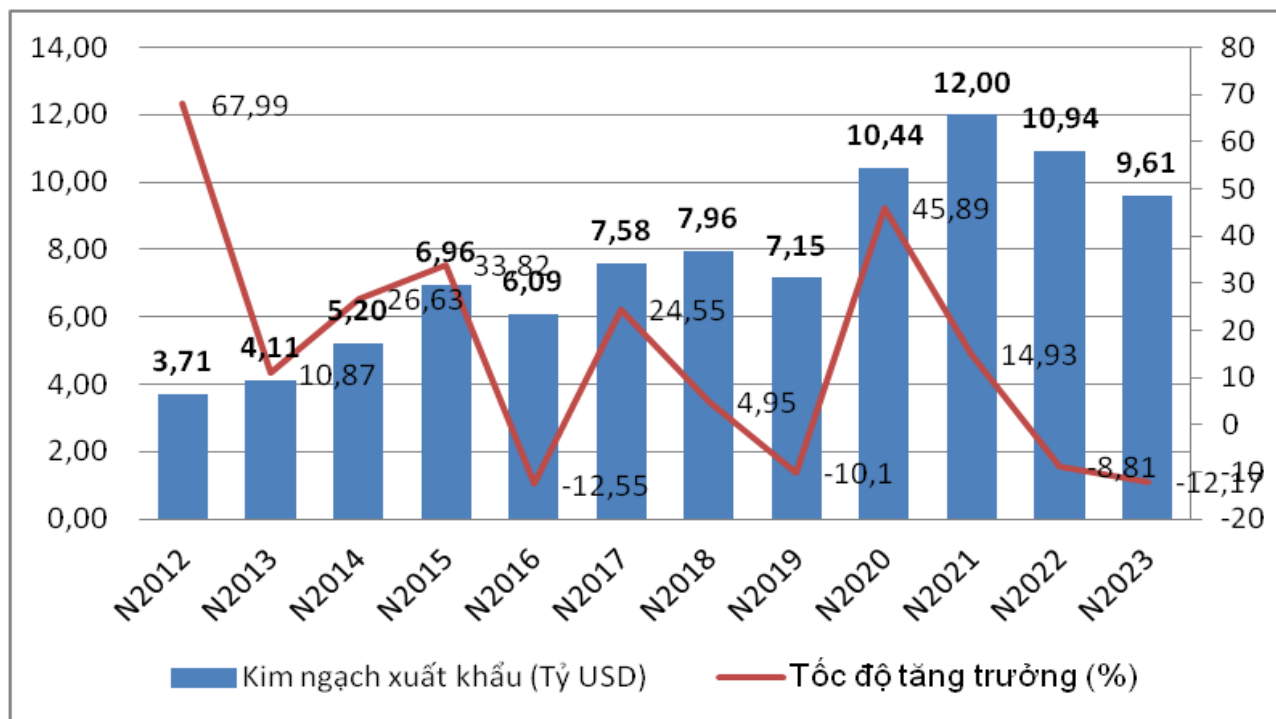


Nguồn: Trademap.org

Trong khi đó, theo số liệu của Tổng cục Hải quan Việt Nam, tổng kim ngạch thương mại hai chiều Việt Nam và Hồng Kông năm 2023 đạt 11,22 tỷ USD, giảm 12,69% so với năm 2022. Trong đó, xuất khẩu đạt 9,61 tỷ USD, giảm 12,17% so với năm 2022; nhập khẩu đạt 1,62 tỷ USD, giảm 15,65% so với năm 2022.

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

Đơn vị tính: Tỷ USD, %

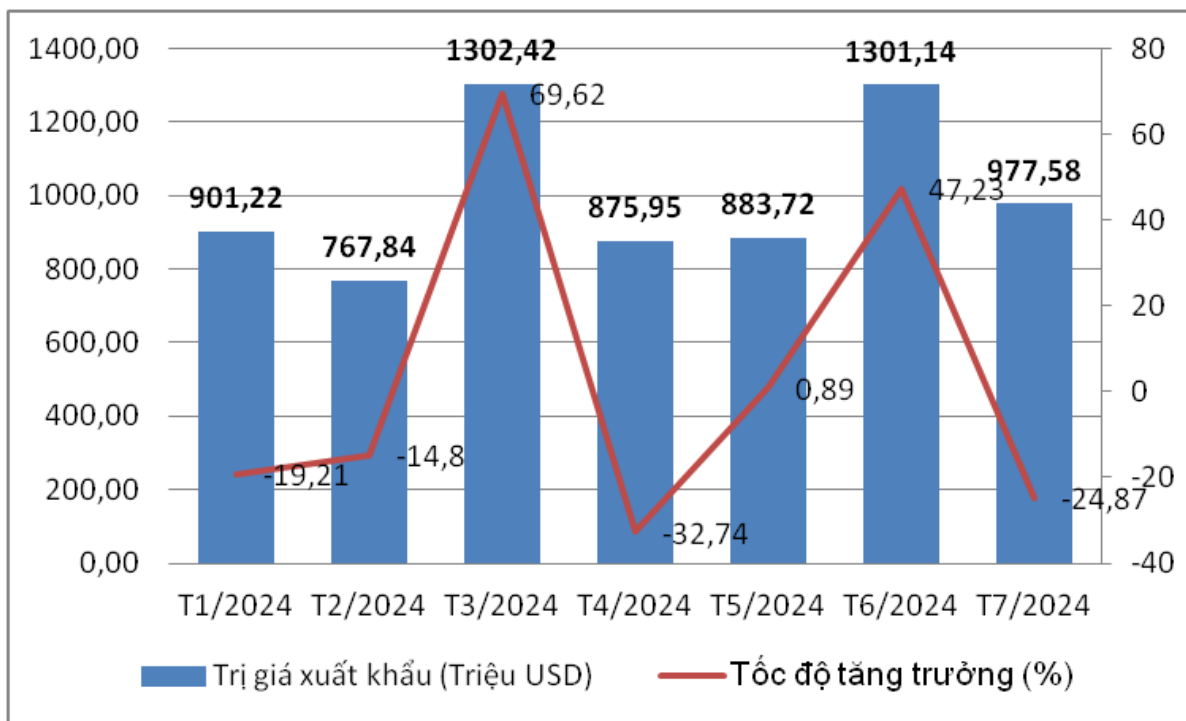


Nguồn: Tổng cục Hải quan

Trong năm 2023, kim ngạch xuất khẩu sang Hồng Kông đạt 9,61 tỷ USD, chiếm 2,71% tỷ trọng trên tổng kim ngạch xuất khẩu hàng hoá của Việt Nam. Trong đó đứng đầu là những nhóm hàng như: máy vi tính, sản phẩm điện tử và linh kiện (5,54 tỷ USD); điện thoại các loại và linh kiện (1,42 tỷ USD); máy móc, thiết bị, dụng cụ, phụ tùng (853,76 triệu USD); máy ảnh, máy quay phim và linh kiện (340,48 triệu USD); hàng dệt may (227,08 triệu USD)...

Biểu đồ 4: Tăng trưởng xuất khẩu hàng hóa từ Việt Nam sang Hồng Kông hàng tháng năm 2024

Đơn vị tính: Triệu USD, %



Nguồn: Tổng cục Hải quan

Riêng trong tháng 7/2024, kim ngạch xuất khẩu hàng hóa của nước ta sang Hồng Kông đạt 977,58 triệu USD, giảm 24,87% so với tháng trước đó nhưng tăng 33,09% so với cùng tháng năm trước. Lũy kế 7 tháng đầu năm 2024, kim ngạch xuất khẩu sang Hồng Kông đạt 6,98 tỷ USD, tăng 40,5% so với cùng kỳ năm trước.

Bảng 1: Kim ngạch xuất khẩu các mặt hàng của Việt Nam sang Hồng Kông trong 7 tháng đầu năm 2024

| Tên nhóm/mặt hàng | Tháng 7/2024 (Triệu USD) | So với Tháng 6/2024 (%) | So với Tháng 7/2023 (%) | 7 Tháng 2024 (Triệu USD) | So với 7 Tháng 2023 (%) | Tỷ trọng 7 Tháng 2024 (%) |
|-------------------|--------------------------|-------------------------|-------------------------|--------------------------|-------------------------|---------------------------|
| Tổng | 977,58 | -24,87 | 33,09 | | 40,5 | 100 |

| | | | | | | |
|--|--------|--------|--------|----------|--------|-------|
| | | | | 6.980,11 | | |
| Máy vi tính, sản phẩm điện tử và linh kiện | 554,28 | -36,86 | 38,55 | 4.507,86 | 70,78 | 64,58 |
| Điện thoại các loại và linh kiện | 146,02 | -13,62 | 10,06 | 818,06 | -0,54 | 11,72 |
| Máy móc, thiết bị, dụng cụ, phụ tùng khác | 134,18 | 18,72 | 77,9 | 674,21 | 45,54 | 9,66 |
| Máy ảnh, máy quay phim và linh kiện | 42,48 | 128,64 | 78,48 | 204,94 | 18,06 | 2,94 |
| Hàng dệt, may | 21,71 | -23,69 | 16,91 | 144,59 | 12,74 | 2,07 |
| Hàng hóa khác | 17,84 | -23,43 | -3,07 | 139,57 | -6,04 | 2,00 |
| Hàng thủy sản | 12,04 | 3,98 | -14,83 | 84,74 | -9,68 | 1,21 |
| Giày dép các loại | 8,59 | -8,68 | -14,99 | 63,24 | -22,9 | 0,91 |
| Sắt thép các loại | 0,10 | | | 48,78 | 267,68 | 0,70 |
| Dây điện và dây cáp điện | 4,90 | 10,02 | 3,71 | 36,40 | 5,32 | 0,52 |
| Hàng rau quả | 4,96 | -33,48 | 8,55 | 33,56 | 15,03 | 0,48 |
| Sản phẩm từ chất dẻo | 5,02 | -12,64 | 57,1 | 32,21 | 62,97 | 0,46 |
| Túi xách, ví, vali, mũ và ô dù | 4,38 | -33,04 | -51,59 | 31,94 | -17,07 | 0,46 |
| Nguyên phụ liệu dệt, may, da, giày | 3,58 | 7 | 22,92 | 28,39 | -5,79 | 0,41 |
| Đá quý, kim loại quý và sản phẩm | 2,82 | -32,11 | -19,43 | 25,41 | -82,09 | 0,36 |
| Đồ chơi, dụng cụ thể thao và bộ phận | 2,56 | -35,8 | -8,45 | 21,42 | 21,38 | 0,31 |
| Gạo | 3,52 | 20,16 | 10,8 | 19,22 | -21,87 | 0,28 |
| Xơ, sợi dệt các loại | 0,96 | -22,66 | -44,15 | 11,02 | 4,66 | 0,16 |
| Hạt điều | 1,02 | 5,21 | -17,09 | 9,47 | -3,92 | 0,14 |
| Sản phẩm từ sắt thép | 1,16 | -37,96 | 140,14 | 8,96 | 34,03 | 0,13 |
| Sản phẩm hóa chất | 0,84 | -79,32 | 21,47 | 8,60 | -4,46 | 0,12 |
| Giấy và các sản phẩm từ giấy | 0,46 | -35,2 | -39,62 | 6,26 | -54,95 | 0,09 |
| Bánh kẹo và các sản phẩm từ ngũ cốc | 0,44 | -46,31 | -31,01 | 4,52 | -1,38 | 0,06 |
| Chất dẻo nguyên liệu | 0,66 | 7,62 | -3,11 | 4,49 | 82,3 | 0,06 |
| Sản phẩm nội thất từ chất liệu khác gỗ | 0,43 | 57,59 | -16,64 | 3,27 | 19,73 | 0,05 |
| Kim loại thường khác và sản phẩm | 0,41 | 98,94 | 117,31 | 2,70 | -5,75 | 0,04 |
| Sản phẩm gốm, sứ | 0,49 | 196,18 | 861,38 | 1,82 | 281,06 | 0,03 |

| | | | | | | |
|--------------------|------|-------|--------|------|--------|------|
| Gỗ và sản phẩm gỗ | 0,22 | 23,37 | -32,65 | 1,66 | -18,06 | 0,02 |
| Sản phẩm từ cao su | 0,34 | 43 | 197,98 | 1,50 | 64,23 | 0,02 |
| Xăng dầu các loại | 1,16 | | | 1,26 | 42,37 | 0,02 |
| Cao su | | | | 0,04 | -32,07 | 0,00 |

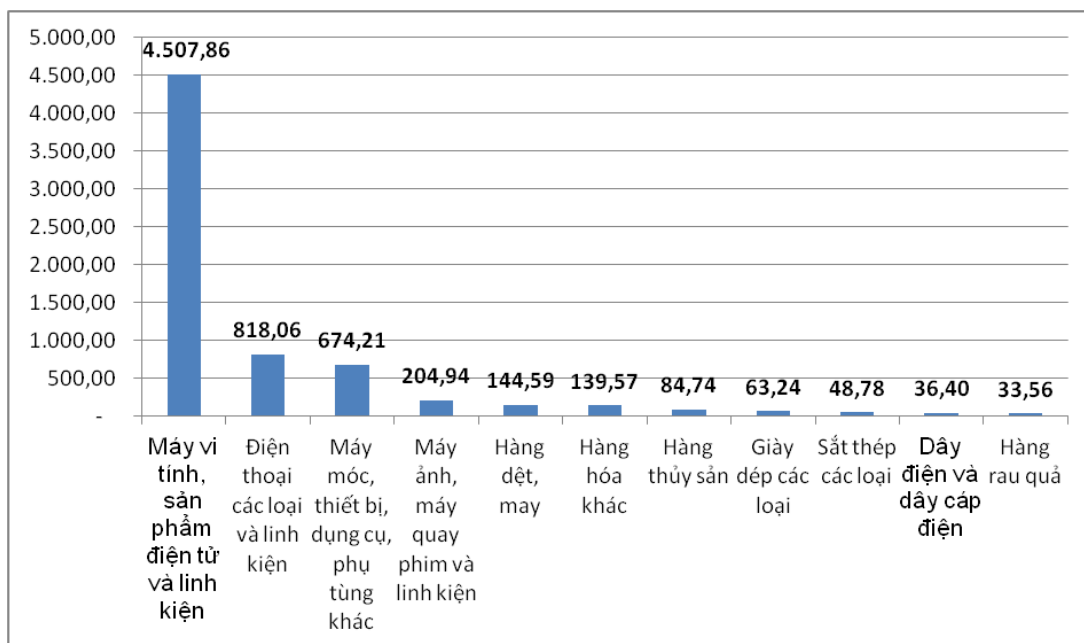
Nguồn: Tổng cục Hải quan

Trong 7 tháng qua, máy vi tính, sản phẩm điện tử và linh kiện là mặt hàng có kim ngạch xuất khẩu sang Hồng Kông lớn nhất, với kim ngạch đạt 4,5 tỷ USD, tăng 70,78% so với cùng kỳ năm 2023, chiếm 64,58% tỷ trọng trong tổng kim ngạch xuất khẩu hàng hóa của nước ta sang Hồng Kông.

Bên cạnh đó, mặt hàng sắt thép mặc dù có kim ngạch xuất khẩu trung bình, chỉ 48,78 triệu USD trong 7 tháng đầu năm nhưng lại là mặt hàng ghi nhận mức tăng trưởng đột biến, lên tới 267,68% so với cùng kỳ năm trước.

Biểu đồ 5: Nhóm các mặt hàng có kim ngạch xuất khẩu lớn nhất sang thị trường Hồng Kông trong 7 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 Hồng Kông đạt 1,62 tỷ USD, giảm 15,65% so với năm trước. Trong đó,

các nhóm hàng nhập khẩu chủ lực gồm: máy vi tính, sản phẩm điện tử và linh kiện (687,27 triệu USD); máy móc, thiết bị, dụng cụ, phụ tùng khác (336,59 triệu USD); phế liệu sắt thép (164,63 triệu USD); đá quý, kim loại quý và sản phẩm (137,94 triệu USD); nguyên phụ liệu dệt, may, da, giày (76,48 triệu USD), hàng hóa khác (61,57 triệu USD); sản phẩm khác từ dầu mỏ (33,7 triệu USD)...

Trong tháng 7/2024, Việt Nam đã nhập khẩu từ Hồng Kông tổng 91,49 triệu USD, tăng 16,02% so với tháng trước đó và giảm 19,93% so với cùng tháng năm trước. Lũy kế 7 tháng đầu năm 2024, Việt Nam nhập khẩu từ Hồng Kông tổng 654,68 triệu USD, giảm 37,58% so với cùng kỳ 2023. Trong đó, máy vi tính, sản phẩm điện tử và linh kiện là mặt hàng dẫn đầu về kim ngạch nhập khẩu của nước ta từ Hồng Kông trong 7 tháng đầu năm với trị giá nhập khẩu trong tháng 7/2024 đạt 19,56 triệu USD, tăng 48,26% so với tháng trước và giảm 66,72% so với cùng tháng năm trước; trị giá nhập khẩu mặt hàng này trong 7 tháng đầu năm 2024 đạt 139,66 triệu USD, giảm 73,46% so với cùng kỳ năm trước, chiếm tỷ trọng 21,33% trong tổng kim ngạch nhập khẩu hàng hóa của nước ta từ Hồng Kông.

Bảng 2: Kim ngạch nhập khẩu một số mặt hàng của Việt Nam từ Hồng Kông trong 7 tháng đầu năm 2024

| Tên nhóm/mặt hàng | Tháng 7/2024 (Triệu USD) | So với Tháng 6/2024 (%) | So với Tháng 7/2023 (%) | 7 Tháng 2024 (Triệu USD) | So với 7 Tháng 2023 (%) | Tỷ trọng 7 Tháng 2024 (%) |
|--|--------------------------|-------------------------|-------------------------|--------------------------|-------------------------|---------------------------|
| Tổng | 91,49 | 16,02 | -19,93 | 654,68 | -37,58 | 100 |
| Máy vi tính, sản phẩm điện tử và linh kiện | 19,56 | 48,26 | -66,72 | 139,66 | -73,46 | 21,33 |
| Phế liệu sắt thép | 22,16 | 63,35 | 71,49 | 129,82 | 40,61 | 19,83 |
| Máy móc, thiết bị, dụng cụ, phụ tùng khác | 11,00 | -35,02 | -43,38 | 107,35 | -47,71 | 16,40 |
| Đá quý, kim loại quý và sản | 9,00 | -16,42 | 12,91 | 79,55 | 10,12 | 12,15 |

| | | | | | | |
|------------------------------------|-------|--------|--------|-------|--------|------|
| phẩm | | | | | | |
| Nguyên phụ liệu dệt, may, da, giày | 6,17 | 12,88 | 38,92 | 51,64 | 10,9 | 7,89 |
| Điện thoại các loại và linh kiện | 10,55 | 113,74 | | 46,86 | 441,22 | 7,16 |
| Hàng hóa khác | 4,17 | -10,46 | 19,67 | 36,52 | -10,39 | 5,58 |
| Vải các loại | 2,06 | -34,61 | 49,74 | 16,83 | 12,32 | 2,57 |
| Sản phẩm từ chất dẻo | 1,94 | 12,26 | 56,63 | 12,39 | 11,38 | 1,89 |
| Chất dẻo nguyên liệu | 1,71 | 21,72 | 55,78 | 10,59 | 79,11 | 1,62 |
| Sản phẩm từ giấy | 0,96 | -10,22 | 3,9 | 8,40 | 7,39 | 1,28 |
| Kim loại thường khác | 0,57 | -20,83 | 28,13 | 4,84 | 27,16 | 0,74 |
| Sản phẩm hóa chất | 0,28 | 6,84 | -62,72 | 2,40 | -45,66 | 0,37 |
| Sản phẩm khác từ dầu mỏ | 0,20 | -44,42 | 9,88 | 2,00 | 61,6 | 0,31 |
| Sản phẩm từ cao su | 0,14 | -11,29 | 48,89 | 1,52 | 10,57 | 0,23 |
| Xơ, sợi dệt các loại | 0,31 | 40,4 | 120,32 | 1,41 | 12,95 | 0,22 |
| Dây điện và dây cáp điện | 0,25 | 91,79 | -11,75 | 1,28 | -5,76 | 0,19 |
| Hóa chất | 0,21 | 128,53 | 7,29 | 1,06 | -32,47 | 0,16 |
| Sản phẩm từ sắt thép | 0,25 | 457,99 | 480,09 | 0,53 | 79,22 | 0,08 |
| Sắt thép các loại | 0,00 | | | 0,05 | | 0,01 |

Nguồn: Tổng cục Hải quan

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

Đối với các cơ quan quản lý nhà nước, để đẩy mạnh các hoạt động thúc đẩy xuất khẩu của Việt Nam sang thị trường Hồng Kông, các cơ quan quản lý nhà nước cần triển khai một loạt biện pháp đồng bộ, hiệu quả và có tầm nhìn chiến lược. Trước hết, việc tăng cường các hoạt động xúc tiến thương mại cần được ưu tiên. Cơ quan quản lý cần tổ chức nhiều hội chợ, triển lãm, và sự kiện thương mại quốc tế để quảng bá sản phẩm Việt Nam, tạo cơ hội kết nối giữa doanh nghiệp trong nước và các nhà nhập khẩu Hồng Kông. Bên cạnh đó, cần phát huy vai trò của các cơ quan thương vụ Việt Nam tại Hồng Kông trong việc cung cấp thông tin thị trường, hỗ trợ doanh nghiệp Việt Nam tiếp cận và mở rộng thị trường.

Một biện pháp quan trọng khác là nâng cao chất lượng sản phẩm xuất khẩu, đảm bảo đáp ứng các tiêu chuẩn khắt khe của thị trường Hồng Kông. Các cơ quan quản lý cần hợp tác với các doanh nghiệp trong việc nâng cao công nghệ sản xuất, cải tiến quy trình kiểm định chất lượng, và đảm bảo các sản phẩm đạt được chứng nhận quốc tế cần thiết. Điều này không chỉ giúp sản phẩm Việt Nam có sức cạnh tranh mạnh mẽ hơn mà còn xây dựng niềm tin vững chắc từ phía người tiêu dùng Hồng Kông.

Ngoài ra, việc tối ưu hóa các thủ tục hành chính liên quan đến xuất khẩu cũng là yếu tố không thể thiếu. Cơ quan quản lý nhà nước cần đơn giản hóa các quy trình cấp phép, giảm thiểu thời gian xử lý hồ sơ, và tăng cường áp dụng công nghệ thông tin trong quản lý xuất nhập khẩu. Điều này sẽ tạo điều kiện thuận lợi cho doanh nghiệp trong quá trình xuất khẩu, giúp tiết kiệm chi phí và thời gian, từ đó nâng cao hiệu quả kinh doanh.

Đồng thời, việc tăng cường hợp tác song phương giữa Việt Nam và Hồng Kông cũng cần được đẩy mạnh. Các cơ quan quản lý cần chủ động trong việc đàm phán, ký kết các hiệp định thương mại tự do, các thỏa thuận bảo hộ đầu tư, và các cơ chế hợp tác kinh tế khác. Những thỏa thuận này sẽ tạo ra một khung pháp lý rõ ràng, bảo vệ quyền lợi của doanh nghiệp hai bên, và tạo ra môi trường kinh doanh minh bạch, ổn định.

Cuối cùng, không thể bỏ qua việc đào tạo nguồn nhân lực chất lượng cao, am hiểu về thị trường Hồng Kông và có khả năng thích ứng nhanh với những biến động của thị trường. Các cơ quan quản lý cần hỗ trợ các chương trình đào tạo, cung cấp thông tin và kiến thức về quy định thương mại quốc tế, văn hóa kinh doanh tại Hồng Kông, và kỹ năng thương thảo quốc tế. Nhờ đó, các doanh nghiệp

Việt Nam sẽ có thể tự tin hơn khi tiếp cận thị trường Hồng Kông, đồng thời khai thác triệt để các cơ hội kinh doanh mà thị trường này mang lại.

Những biện pháp này, nếu được thực hiện một cách đồng bộ và hiệu quả, sẽ không chỉ thúc đẩy xuất khẩu của Việt Nam sang Hồng Kông mà còn góp phần quan trọng vào việc nâng cao vị thế của Việt Nam trên thị trường quốc tế.

Đối với các doanh nghiệp, để đẩy mạnh các hoạt động xuất khẩu sang thị trường Hồng Kông, các doanh nghiệp Việt Nam cần triển khai nhiều biện pháp chiến lược, linh hoạt và sáng tạo nhằm tận dụng tối đa tiềm năng của thị trường này. Trước hết, doanh nghiệp cần đầu tư mạnh mẽ vào nghiên cứu thị trường, nắm bắt sâu sắc nhu cầu, xu hướng tiêu dùng và thị hiếu của người tiêu dùng Hồng Kông. Thông qua việc phân tích dữ liệu, khảo sát thị trường, và hợp tác với các đối tác địa phương, doanh nghiệp sẽ có thể xây dựng chiến lược sản phẩm phù hợp, từ đó tăng cường khả năng cạnh tranh trên thị trường.

Tiếp theo, việc nâng cao chất lượng sản phẩm là yếu tố cốt lõi. Doanh nghiệp cần chú trọng đầu tư vào công nghệ sản xuất hiện đại, cải tiến quy trình quản lý chất lượng và đảm bảo sản phẩm đáp ứng được các tiêu chuẩn quốc tế cũng như các yêu cầu khắt khe từ phía thị trường Hồng Kông. Việc đạt được các chứng nhận quốc tế về chất lượng, an toàn thực phẩm, và bảo vệ môi trường không chỉ giúp sản phẩm Việt Nam được người tiêu dùng Hồng Kông tin tưởng mà còn tạo điều kiện thuận lợi để thâm nhập vào các thị trường khác trong khu vực.

Bên cạnh đó, việc xây dựng thương hiệu mạnh mẽ và chiến lược marketing hiệu quả là không thể thiếu. Doanh nghiệp cần đầu tư vào việc xây dựng hình ảnh thương hiệu, quảng bá giá trị cốt lõi của sản phẩm thông qua các kênh truyền thông, mạng xã hội và các sự kiện thương mại quốc tế. Một thương hiệu uy tín,

được người tiêu dùng Hồng Kông nhận diện và yêu thích sẽ giúp sản phẩm Việt Nam duy trì vị thế cạnh tranh và gia tăng doanh số xuất khẩu.

Ngoài ra, doanh nghiệp cần tích cực mở rộng mạng lưới đối tác và khách hàng tại Hồng Kông thông qua các hoạt động giao lưu thương mại, hợp tác với các đại lý phân phối uy tín và tham gia các hiệp hội doanh nghiệp tại Hồng Kông. Việc thiết lập mối quan hệ bền vững với các đối tác địa phương sẽ giúp doanh nghiệp Việt Nam hiểu rõ hơn về thị trường, đồng thời tạo ra những cơ hội kinh doanh mới và tăng cường sự hiện diện của sản phẩm Việt Nam tại Hồng Kông.

Cuối cùng, việc nâng cao năng lực quản lý và đào tạo nhân lực cũng là yếu tố quan trọng. Doanh nghiệp cần đầu tư vào việc nâng cao trình độ quản lý, cập nhật kiến thức về thương mại quốc tế, và đào tạo đội ngũ nhân viên có khả năng thích ứng nhanh với thị trường quốc tế. Một đội ngũ nhân sự chuyên nghiệp, có kiến thức sâu về thị trường Hồng Kông sẽ giúp doanh nghiệp tối ưu hóa chiến lược xuất khẩu, đồng thời giải quyết kịp thời các thách thức trong quá trình kinh doanh.

Những biện pháp này, nếu được thực hiện một cách hiệu quả và đồng bộ, sẽ giúp doanh nghiệp Việt Nam không chỉ gia tăng xuất khẩu sang thị trường Hồng Kông mà còn tạo ra nền tảng vững chắc cho sự phát triển bền vững và mở rộng ra các thị trường quốc tế khác.

Về định hướng thúc đẩy quan hệ thương mại giữa hai nước trong thời gian tới: Ngày 1/8/2024, tại Hà Nội, Cục Xúc tiến thương mại và Hội đồng Phát triển Thương mại Hồng Kông đã trao đổi văn kiện hợp tác, trong đó có Bản ghi nhớ (MOU) hợp tác trong xúc tiến thương mại, dưới sự chứng kiến của Phó Thủ tướng Trần Lưu Quang cùng với Trưởng Khu Hành chính Đặc biệt Hồng Kông (Trung Quốc) Lý Gia Siêu và các cơ quan Bộ, ban ngành liên quan.

Nội dung bản ghi nhớ hợp tác bao gồm: Cập nhật, trao đổi thông tin về chính sách thương mại, chia sẻ số liệu thị trường, cơ hội đầu tư và các thông tin thị trường liên quan.

Phối hợp tổ chức và hỗ trợ các đoàn kinh tế và thương mại của hai bên, thúc đẩy hợp tác trong các lĩnh vực thương mại thuộc lĩnh vực quản lý của Bộ Công Thương Việt Nam.

Phối hợp tổ chức các chương trình hội thảo, triển lãm tại thị trường của mỗi bên và khuyến khích sự tham gia của cộng đồng doanh nghiệp mỗi bên.

Hỗ trợ doanh nghiệp hai bên kết nối, tối ưu hoá tiềm năng hợp tác trong xúc tiến thương mại; tháo gỡ khó khăn, vướng mắc trong hợp tác hai bên.

Hỗ trợ chia sẻ kinh nghiệm thực tế; trao đổi các chương trình đào tạo kỹ thuật nhằm giúp các cộng đồng doanh nghiệp Việt Nam và Hồng Kông (Trung Quốc) đặc biệt trong việc thúc đẩy ứng dụng công nghệ thông tin và chuyển đổi số trong xúc tiến thương mại.

Việc ký kết MOU sẽ giúp hai bên tạo cơ chế hợp tác ổn định, bài bản và bền vững đặc biệt trong việc phối hợp thiết lập kế hoạch triển khai các hoạt động xúc tiến thương mại trong thời gian tới. Đồng thời góp phần thúc đẩy quan hệ hợp tác giữa Cục xúc tiến thương mại và Hội đồng Phát triển Thương mại Hồng Kông nói riêng và tăng cường mối quan hệ hợp tác kinh tế, thương mại Việt Nam – Hồng Kông (Trung Quốc) nói chung.