

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

Brazil là nguồn cung hàng hóa lớn thứ 12 của Việt Nam trong 7 tháng đầu năm

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 – Brazil

Trong những năm gần đây, quan hệ thương mại song phương giữa Việt Nam và Brazil đã chứng kiến sự phát triển mạnh mẽ và đầy tiềm năng. Việt Nam, với nền kinh tế đang phát triển nhanh chóng đã trở thành một trong những đối tác quan trọng của Brazil tại khu vực Đông Nam Á. Mọi quan hệ thương mại giữa hai quốc gia không chỉ giới hạn ở việc trao đổi hàng hóa, mà còn mở rộng ra các lĩnh vực đầu tư, hợp tác kỹ thuật.

Về mặt xuất khẩu, Việt Nam đã tận dụng lợi thế của mình trong các ngành công nghiệp chế biến, sản xuất hàng tiêu dùng và nông sản để xuất khẩu sang Brazil, bao gồm các mặt hàng như giày dép, dệt may, và điện tử. Đồng thời, Brazil, với tư cách là nền kinh tế lớn nhất Nam Mỹ, đã cung cấp cho Việt Nam nhiều sản phẩm nông sản, thực phẩm và nguyên liệu công nghiệp như ngô, đậu nành, và bông. Điều này đã giúp cân bằng cán cân thương mại và tạo điều kiện cho sự phát triển bền vững của mối quan hệ kinh tế giữa hai nước.

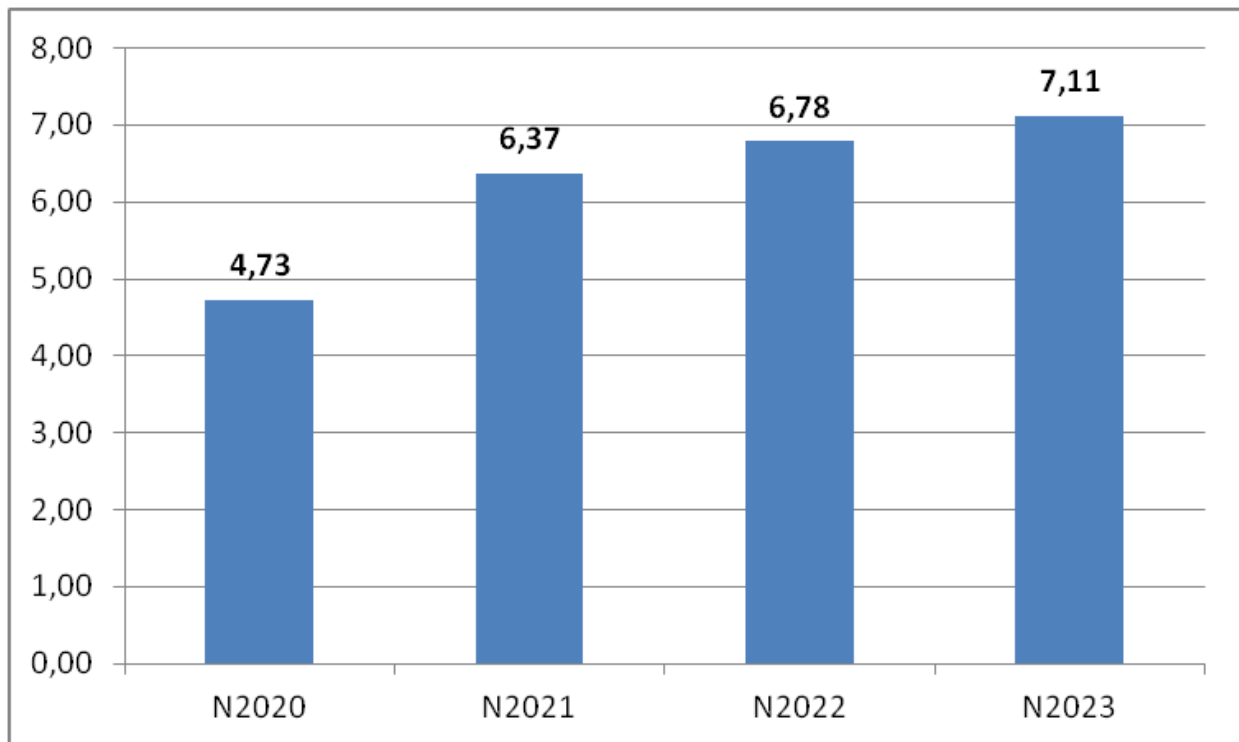
Không chỉ dừng lại ở thương mại hàng hóa, hai quốc gia còn tích cực hợp tác trong lĩnh vực đầu tư và chuyển giao công nghệ. Các doanh nghiệp Brazil đã bắt đầu nhìn thấy tiềm năng lớn tại thị trường Việt Nam, đặc biệt trong các lĩnh vực như năng lượng tái tạo, chế biến thực phẩm và công nghiệp nặng. Ngược lại, Việt Nam cũng đã bước đầu mở rộng đầu tư sang Brazil, đặc biệt trong lĩnh vực chế biến thủy sản và sản xuất hàng tiêu dùng.

Một điểm đáng chú ý khác là hai nước đã tăng cường đối thoại chính trị và hợp tác đa phương, tạo nền tảng vững chắc cho sự phát triển quan hệ kinh tế trong tương lai. Trong bối cảnh toàn cầu hóa và sự phụ thuộc lẫn nhau

ngày càng tăng trong các chuỗi cung ứng toàn cầu, thương mại song phương giữa Việt Nam và Brazil không chỉ mang lại lợi ích kinh tế trực tiếp, mà còn đóng góp vào sự ổn định và phát triển bền vững của hai quốc gia. Với những nỗ lực không ngừng của cả hai bên, mối quan hệ này hứa hẹn sẽ tiếp tục phát triển mạnh mẽ trong tương lai, đóng góp vào sự thịnh vượng chung của cả Việt Nam và Brazil.

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

Đơn vị tính: Tỷ USD



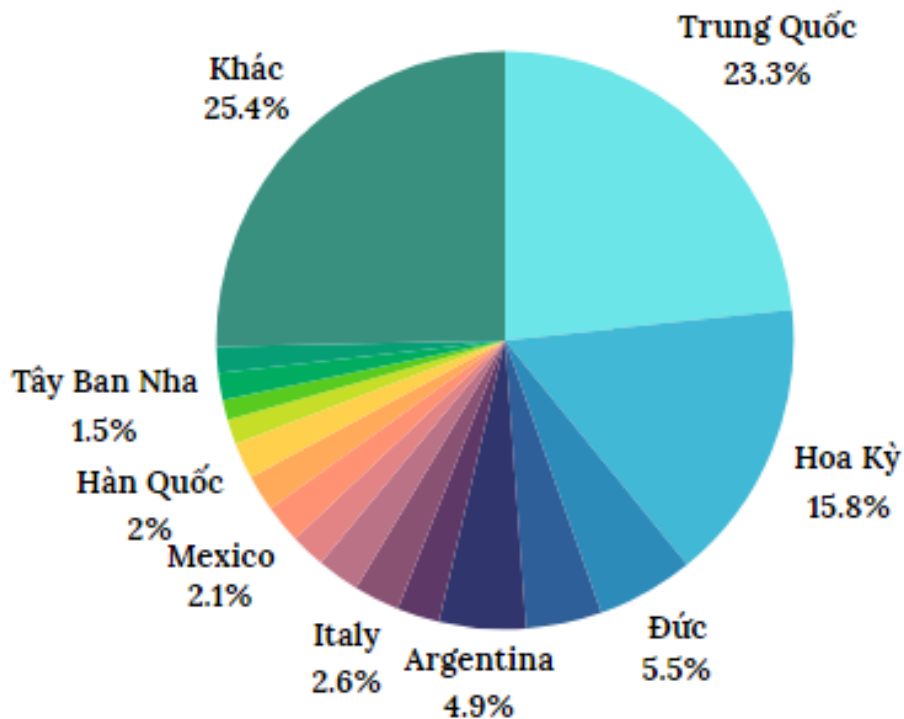
Nguồn: Tổng cục Hải quan

Theo số liệu thống kê từ ITC, trong 6 tháng đầu năm 2024, Việt Nam là nguồn cung hàng hoá lớn thứ 16 của Brazil, chiếm tỷ trọng 1,44% trong tổng kim ngạch nhập khẩu hàng hóa của Brazil, cải thiện hơn so với mức tỷ trọng 1,22% của

cùng kỳ năm 2023. Đứng đầu trong danh sách này là các thị trường: Trung Quốc, Hoa Kỳ, Đức, Nga, Argentina, Ấn Độ, Italy...

Biểu đồ 2: Các thị trường nhập khẩu hàng hóa lớn nhất của Brazil trong 6 tháng đầu năm 2024 (Việt Nam xếp thứ 16)

Đơn vị tính: %

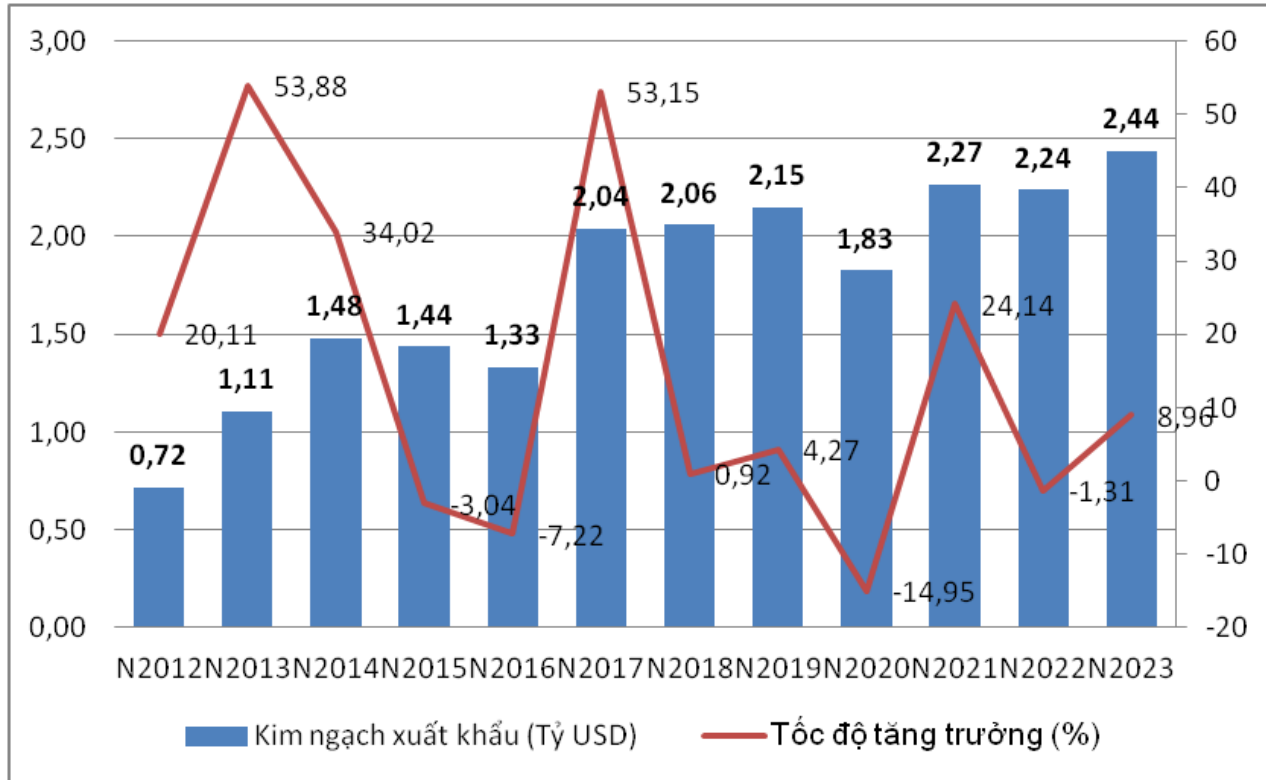


Nguồn: Trademap.org

Trong khi đó, theo số liệu của Tổng cục Hải quan Việt Nam, tổng kim ngạch thương mại hai chiều Việt Nam và Brazil năm 2023 đạt 7,11 tỷ USD, tăng 4,82% so với năm 2022. Trong đó, xuất khẩu đạt 2,44 tỷ USD, tăng 9% so với năm 2022; nhập khẩu đạt 4,7 tỷ USD, tăng 2,78% so với năm 2022.

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

Đơn vị tính: Tỷ USD, %

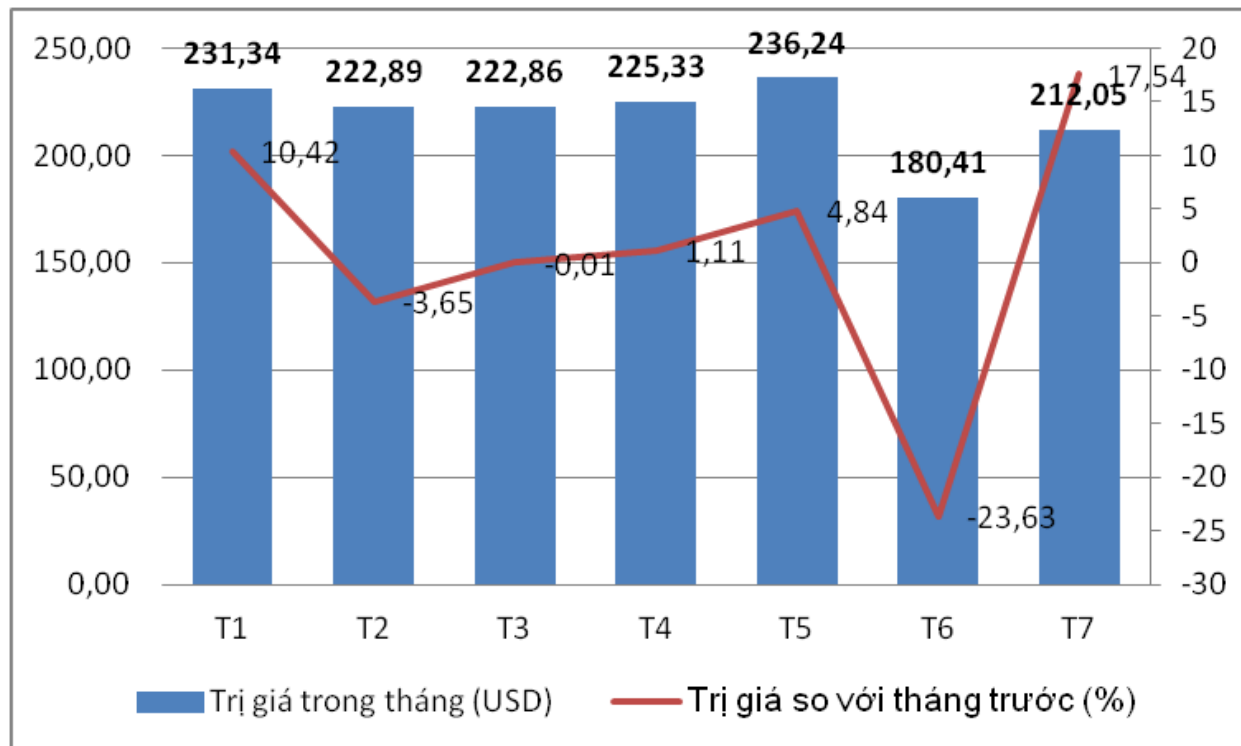


Nguồn: Tổng cục Hải quan

Trong năm 2023, kim ngạch xuất khẩu sang Brazil đạt 2,44 tỷ USD, chiếm 0,69% 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 (572,36 triệu USD); phương tiện vận tải và phụ tùng (349,23 triệu USD); máy vi tính, sản phẩm điện tử và linh kiện (316,27 triệu USD); máy móc, thiết bị, dụng cụ, phụ tùng khác (218,12 triệu USD)...

Biểu đồ 4: Tăng trưởng xuất khẩu hàng hóa từ Việt Nam sang Brazil 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 Brazil đạt 212,05 triệu USD, tăng 17,54% so với tháng trước đó và tăng 14,91% so với cùng tháng năm trước. Lũy kế 7 tháng đầu năm 2024, kim ngạch xuất khẩu sang Brazil đạt 1,53 tỷ USD, tăng 3,92% so với cùng kỳ năm trước, chiếm tỷ trọng 0,67% trong tổng kim ngạch xuất khẩu hàng hóa của nước ta ra thế giới trong 7 tháng đầu năm. Với mức kim ngạch này, Brazil là thị trường xuất khẩu lớn thứ 26 của Việt Nam trên thế giới.

Bảng 1: Kim ngạch xuất khẩu các mặt hàng của Việt Nam sang Brazil 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	212,05	17,54	14,91	1530,47	3,92	100
Điện thoại các loại và linh kiện	50,94	58,08	8,22	373,55	11,27	24,41
Phương tiện vận tải và phụ tùng	30,50	-5,68	18,61	216,56	11,97	14,15
Máy vi tính, sản phẩm điện tử và linh kiện	36,05	61,72	77,28	193,28	-4,11	12,63
Hàng hóa khác	20,22	-11,77	42,74	155,45	-7,42	10,16
Máy móc, thiết bị, dụng cụ, phụ tùng khác	17,67	4,75	30,85	133,09	-2,17	8,70
Sắt thép các loại	0,03	-98,94	-99,9	125,95	-16,09	8,23
Giày dép các loại	16,89	0,52	41,65	102,23	5,27	6,68
Hàng thủy sản	11,15	46,75	24,74	64,41	37,32	4,21
Hàng dệt, may	6,97	3,66	58,5	38,14	1,42	2,49
Xơ, sợi dệt các loại	5,63	26,17	52,81	27,62	7,52	1,80
Túi xách, ví, vali, mũ và ô dù	2,49	-17,37	17,5	19,02	36,48	1,24
Sản phẩm từ cao su	2,62	-0,46	2,53	16,99	8,11	1,11
Kim loại thường khác và sản phẩm	1,87	-50,72	63,59	16,33	2,62	1,07
Cao su	2,82	18,45	200,5	15,48	93,29	1,01
Sản phẩm từ sắt thép	1,54	50,52	110,74	11,83	28,79	0,77
Đồ chơi, dụng cụ thể thao và bộ phận	2,40	36,85	91,47	11,17	47,59	0,73
Vải màn, vải kỹ thuật khác	1,69	143,13	167,3	5,64	-20,79	0,37

Sản phẩm mây, tre, cói và thảm	0,40	90,8	198,68	1,96	179,91	0,13
Nguyên phụ liệu dệt, may, da, giày	0,13	-50,28	-37,78	1,55	-32,58	0,10
Sản phẩm nội thất từ chất liệu khác gỗ	0,05		-52,42	0,21	5,38	0,01

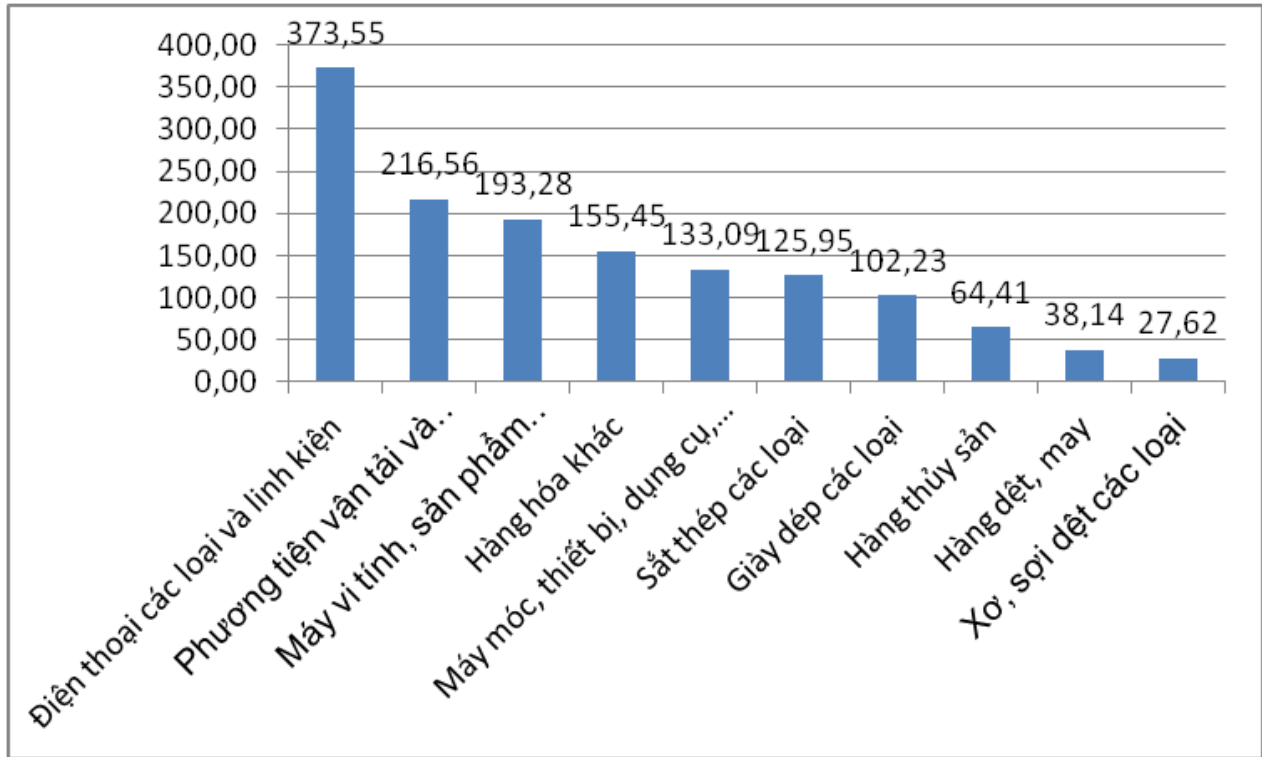
Nguồn: Tổng cục Hải quan

Trong 7 tháng qua, điện thoại các loại và linh kiện là mặt hàng có kim ngạch xuất khẩu sang Brazil lớn nhất, với kim ngạch đạt 373,55 triệu USD, tăng 11,27% so với cùng kỳ năm 2023, chiếm 24,41% tỷ trọng trong tổng kim ngạch xuất khẩu hàng hóa của nước ta sang Brazil.

Bên cạnh đó, mặt hàng cao su tuy có tỷ trọng xuất khẩu thấp nhưng lại là mặt hàng có tăng trưởng xuất khẩu mạnh mẽ trong 7 tháng đầu năm 2024, với mức tăng trưởng đạt 93,29% so với cùng kỳ, tương đương trị giá xuất khẩu đạt 15,48 triệu USD, chiếm tỷ trọng 1,01% trong tổng kim ngạch xuất khẩu hàng hóa của nước ta sang Brazil.

Biểu đồ 5: Nhóm các mặt hàng có kim ngạch xuất khẩu lớn nhất sang thị trường Brazil 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 Brazil đạt 4,67 tỷ USD, tăng 2,78% so với năm trước. Trong đó, các nhóm hàng nhập khẩu chủ lực gồm: ngô (1,22 tỷ USD); thức ăn gia súc và nguyên liệu (916,24 triệu USD); quặng và khoáng sản khác (648,69 triệu USD); đậu tương (586,08 triệu USD); bông các loại (411,78 triệu USD)...

Trong tháng 7/2024, Việt Nam đã nhập khẩu từ Brazil tổng 414,72 triệu USD, tăng 43,71% so với tháng trước đó và tăng 10,5% so với cùng tháng năm trước. Lũy kế 7 tháng đầu năm 2024, Việt Nam nhập khẩu từ Brazil tổng 3,06 tỷ USD, tăng 28,1% so với cùng kỳ 2023, chiếm 1,44% tỷ trọng trong tổng kim ngạch nhập khẩu hàng hóa của Việt Nam từ thế giới. Với mức kim ngạch nhập khẩu này, Brazil là nguồn ứng hàng hóa lớn thứ 12 của Việt Nam trong 7 tháng đầu năm 2024.

Trong đó, bông các loại là mặt hàng dẫn đầu về kim ngạch nhập khẩu của nước ta từ Brazil trong 7 tháng đầu năm với trị giá nhập khẩu trong tháng 7/2024 đạt 88,52 triệu USD, tăng 16,31% so với tháng trước và tăng 211,39% so với cùng tháng năm trước; trị giá nhập khẩu mặt hàng này trong 7 tháng đầu năm 2024 đạt 609,03 triệu USD, tăng 133,6% so với cùng kỳ năm trước, chiếm tỷ trọng 19,88% trong tổng kim ngạch nhập khẩu hàng hóa của nước ta từ Brazil.

Bảng 2: Kim ngạch nhập khẩu một số mặt hàng của Việt Nam từ Brazil 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	414,72	43,71	10,5	3.063,42	28,1	100
Bông các loại	88,52	16,31	211,39	609,03	133,6	19,88
Quặng và khoáng sản khác	77,94	0,32	10,9	509,82	45,3	16,64
Thức ăn gia súc và nguyên liệu	32,94	-43,13	-77,84	404,27	-14,24	13,20
Ngô	19,52	1347,37		402,69	-12,43	13,15
Đậu tương	94,89	903,9	144,13	394,61	10,15	12,88
Lúa mì	5,78	13,17		293,15	205,93	9,57
Hàng hóa khác	61,40	93,83	61,81	254,78	10,3	8,32
Nguyên phụ liệu dệt, may, da, giày	12,53	13,22	29,73	76,90	83,23	2,51
Chất dẻo nguyên liệu	5,73	61,28	-6,89	36,16	35,94	1,18
Gỗ và sản phẩm gỗ	5,07	2,33	-16,17	32,58	17,68	1,06
Nguyên phụ liệu thuốc lá	6,77	3,88	-73,85	29,33	-26,72	0,96
Máy móc, thiết bị, dụng cụ, phụ	1,28	-28,54	-25,35	9,46	-43,29	0,31

tùng khác						
Hàng rau quả	0,83	8,16	-42,53	5,70	-2,58	0,19
Kim loại thường khác	1,30			1,87	284,98	0,06
Hóa chất	0,23	107,5	120,95	1,68	35	0,05

Nguồn: Tổng cục Hải quan

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

Đối với các cơ quan quản lý nhà nước, để đẩy mạnh xuất khẩu của Việt Nam sang thị trường Brazil, các cơ quan quản lý nhà nước cần thực hiện một loạt các biện pháp chiến lược và có hệ thống. Trước hết, cần thiết lập và củng cố các cơ chế hợp tác song phương giữa Việt Nam và Brazil thông qua việc ký kết các hiệp định thương mại tự do (FTA). Những hiệp định này không chỉ giúp giảm thiểu các rào cản thương mại mà còn tạo điều kiện thuận lợi cho doanh nghiệp Việt Nam tiếp cận thị trường Brazil với mức thuế suất ưu đãi hơn.

Thứ hai, cần đẩy mạnh công tác xúc tiến thương mại và quảng bá sản phẩm Việt Nam tại Brazil thông qua việc tổ chức các triển lãm, hội chợ, và sự kiện xúc tiến thương mại. Việc tham gia tích cực vào các sự kiện này không chỉ giúp các doanh nghiệp tiếp cận khách hàng tiềm năng mà còn góp phần nâng cao nhận thức về chất lượng và thương hiệu hàng hóa Việt Nam tại thị trường Brazil. Bên cạnh đó, cơ quan quản lý nhà nước cần hỗ trợ doanh nghiệp trong việc nghiên cứu thị trường, tìm hiểu các quy định pháp lý và tiêu chuẩn kỹ thuật của Brazil để đảm bảo hàng hóa xuất khẩu đáp ứng được các yêu cầu khắt khe của nước này.

Thứ ba, cần nâng cao năng lực cạnh tranh của hàng hóa Việt Nam thông qua việc thúc đẩy đổi mới công nghệ, nâng cao chất lượng sản phẩm, và cải thiện quy trình sản xuất. Các cơ quan quản lý nhà nước cần hỗ trợ các doanh nghiệp trong

việc tiếp cận nguồn vốn, ứng dụng công nghệ mới, và nâng cao năng lực quản lý để tạo ra các sản phẩm có chất lượng cao, giá cả cạnh tranh và đáp ứng được thị hiếu của người tiêu dùng Brazil.

Cuối cùng, các cơ quan quản lý nhà nước cần xây dựng một hệ thống thông tin thương mại hiệu quả, cung cấp thông tin kịp thời và chính xác về thị trường Brazil cho các doanh nghiệp. Việc cập nhật thường xuyên các biến động của thị trường, xu hướng tiêu dùng, và thay đổi trong chính sách nhập khẩu của Brazil sẽ giúp các doanh nghiệp Việt Nam nắm bắt cơ hội, điều chỉnh chiến lược kinh doanh phù hợp, và giảm thiểu rủi ro khi tham gia thị trường này. Với các biện pháp đồng bộ và hiệu quả từ các cơ quan quản lý nhà nước, tiềm năng xuất khẩu của Việt Nam sang Brazil sẽ được khai thác tối đa, góp phần vào sự phát triển kinh tế bền vững của đất nước.

Đối với các doanh nghiệp, để thúc đẩy mạnh mẽ xuất khẩu của Việt Nam sang thị trường Brazil, các doanh nghiệp cần áp dụng một loạt các biện pháp chiến lược và toàn diện. Trước hết, các doanh nghiệp cần đầu tư mạnh mẽ vào nghiên cứu thị trường để hiểu rõ hơn về nhu cầu, sở thích của người tiêu dùng Brazil, cũng như nắm bắt những quy định pháp lý, tiêu chuẩn chất lượng, và các rào cản thương mại tại đây. Việc có cái nhìn sâu sắc về thị trường sẽ giúp doanh nghiệp xây dựng chiến lược sản phẩm phù hợp, từ đó tăng khả năng cạnh tranh và thâm nhập sâu hơn vào thị trường.

Thứ hai, đổi mới và nâng cao chất lượng sản phẩm là yếu tố then chốt. Các doanh nghiệp cần tập trung vào việc nâng cao chất lượng sản phẩm, đảm bảo rằng hàng hóa không chỉ đáp ứng các tiêu chuẩn kỹ thuật của Brazil mà còn phù hợp với

thị hiếu tiêu dùng địa phương. Điều này có thể đạt được thông qua việc cải tiến quy trình sản xuất, áp dụng công nghệ tiên tiến, và nâng cao trình độ quản lý chất lượng. Đồng thời, doanh nghiệp cũng cần chú trọng đến việc xây dựng thương hiệu và phát triển các sản phẩm có giá trị gia tăng cao, đáp ứng nhu cầu ngày càng đa dạng và phức tạp của thị trường Brazil.

Thứ ba, chiến lược tiếp cận thị trường hiệu quả là yếu tố không thể thiếu. Doanh nghiệp cần tận dụng tối đa các kênh phân phối truyền thống cũng như các kênh thương mại điện tử để mở rộng mạng lưới phân phối tại Brazil. Bên cạnh đó, việc hợp tác với các đối tác địa phương, như nhà phân phối, đại lý và chuỗi cửa hàng, sẽ giúp doanh nghiệp dễ dàng hơn trong việc tiếp cận khách hàng tiềm năng và mở rộng thị phần. Đặc biệt, các doanh nghiệp cần tích cực tham gia các hội chợ thương mại quốc tế, triển lãm sản phẩm, và các sự kiện xúc tiến thương mại để giới thiệu sản phẩm và thương hiệu của mình đến với thị trường Brazil.

Thứ tư, doanh nghiệp cần chú trọng đến việc xây dựng mối quan hệ bền vững với các đối tác Brazil. Điều này không chỉ giúp tăng cường sự tin tưởng và hỗ trợ lẫn nhau trong kinh doanh mà còn tạo ra những cơ hội hợp tác dài hạn. Việc nắm bắt và duy trì mối quan hệ tốt với đối tác địa phương sẽ giúp doanh nghiệp giảm thiểu rủi ro, tận dụng tối đa các cơ hội từ các hiệp định thương mại song phương giữa Việt Nam và Brazil.

Cuối cùng, doanh nghiệp cần tăng cường năng lực quản lý rủi ro và linh hoạt trong việc điều chỉnh chiến lược kinh doanh khi đối diện với các biến động của thị trường Brazil. Việc dự báo và ứng phó kịp thời với những thay đổi về chính sách thương mại, tỷ giá hối đoái, hay nhu cầu thị trường sẽ giúp doanh nghiệp duy trì sự ổn định và phát triển bền vững khi mở rộng hoạt động xuất khẩu sang Brazil. Với sự chuẩn bị kỹ lưỡng và chiến lược hợp lý, các doanh nghiệp Việt Nam sẽ có thể

khai thác tối đa tiềm năng của thị trường Brazil, góp phần quan trọng vào sự tăng trưởng xuất khẩu của đất nước.

Về định hướng thúc đẩy quan hệ thương mại giữa hai nước trong thời gian tới: Ngày 10/4/2024, tại Trụ sở Chính phủ, Thủ tướng Chính phủ Phạm Minh Chính đã tiếp Bộ trưởng Ngoại giao Cộng hòa liên bang Brazil Mauro Vieira thăm chính thức Việt Nam. Tại cuộc gặp, Thủ tướng Phạm Minh Chính bày tỏ hài lòng trước những bước phát triển quan trọng trong quan hệ hợp tác toàn diện Việt Nam và Brazil gần đây; đề nghị hai bên tiếp tục phối hợp chặt chẽ để thúc đẩy trao đổi đoàn các cấp, nhất là lãnh đạo cấp cao giữa hai nước.

Thủ tướng đánh giá hợp tác kinh tế thương mại là lĩnh vực có tiềm năng to lớn giữa hai nước khi Brazil tiếp tục là đối tác thương mại lớn nhất của Việt Nam tại khu vực Mỹ Latinh và là đối tác thương mại lớn thứ hai tại khu vực châu Mỹ với kim ngạch song phương liên tục gia tăng trong những năm qua và đạt 7,11 tỷ USD vào năm 2023.

Theo đó, Thủ tướng Chính phủ Phạm Minh Chính đề nghị Chính phủ Brazil sớm công nhận Quy chế Kinh tế của Việt Nam, đồng thời đề nghị phía Brazil tiếp tục phối hợp với các nước thành viên khối Thị trường chung Nam Mỹ (MERCOSUR) sớm thúc đẩy để sớm khởi động đàm phán Hiệp định Tự do Thương mại giữa Việt Nam - MERCOSUR, góp phần tiếp tục nâng cao giá trị trao đổi thương mại song phương giữa hai nước, hướng tới hợp tác lâu dài giữa các doanh nghiệp hai nước và đưa quan hệ Việt Nam - Brazil lên một tầm cao mới.

Bộ trưởng Mauro Vieira cũng đã báo cáo với Thủ tướng Chính phủ về các nội dung hội đàm với Bộ trưởng Ngoại giao Bùi Thanh Sơn; cho biết hai bên đã trao đổi sâu rộng về các vấn đề cùng quan tâm, đề xuất các biện pháp cụ thể và

thống nhất chương trình hợp tác song phương Việt Nam - Brazil thời gian tới, nhất là trong các lĩnh vực hai bên cùng có thế mạnh và quan tâm như nông nghiệp, khoa học công nghệ, chuyển đổi năng lượng, năng lượng sinh học, cùng với các lĩnh vực hợp tác khác mà hai bên có nhu cầu và thế mạnh như sản xuất lương thực thực phẩm Halal, văn hóa, thể thao - đào tạo bóng đá, du lịch, giáo dục đào tạo, an ninh - quốc phòng, giao lưu nhân dân; cũng như tăng cường ủng hộ tham vấn lẫn nhau tại các diễn đàn đa phương và tổ chức quốc tế.