



# **CỤC PHÒNG VỆ THƯƠNG MẠI TRUNG TÂM THÔNG TIN VÀ CẢNH BÁO**

**THEO DÕI TÌNH HÌNH XUẤT NHẬP KHẨU MỘT SỐ MẶT HÀNG  
ĐỂ ĐƯA RA CÁC KIẾN NGHỊ KỊP THỜI VỀ SỬ DỤNG VÀ ỨNG  
PHÓ VỚI CÁC BIỆN PHÁP PHÒNG VỆ THƯƠNG MẠI**

---

**THÁNG 02-2024**

## THEO DÕI MẶT HÀNG LINH KIỆN PHỤ TÙNG Ô TÔ XUẤT KHẨU

### I. Tình hình xuất khẩu linh kiện phụ tùng ô tô của Việt Nam sang các thị trường

#### 1. Thị trường linh kiện phụ tùng ô tô toàn cầu năm 2024

Thị trường linh kiện và phụ tùng ô tô toàn cầu trong năm 2024 đã chứng kiến sự tăng trưởng đáng kể, phản ánh xu hướng phát triển mạnh mẽ của ngành công nghiệp ô tô.

Tại Việt Nam, kim ngạch xuất khẩu linh kiện và phụ tùng ô tô đã đạt mức cao nhất từ trước đến nay. Trong 11 tháng đầu năm 2024, tổng kim ngạch xuất khẩu nhóm hàng phương tiện vận tải và phụ tùng đạt 13,76 tỷ USD, tăng gần 13% so với cùng kỳ năm trước (12,01 tỷ USD). Đặc biệt, sản phẩm phụ tùng ô tô xuất khẩu đạt 9,029 tỷ USD, mức cao nhất từ trước đến nay.

Việt Nam hiện có khoảng 350 doanh nghiệp sản xuất, lắp ráp ô tô, trong đó trên 60% là các doanh nghiệp sản xuất linh kiện, phụ tùng. Các sản phẩm chủ lực gồm dây và cáp điện, lốp, chi tiết cơ khí, linh kiện nhựa, trong đó sản phẩm dây cáp điện ô tô chiếm 65% giá trị xuất khẩu. Việt Nam hiện là quốc gia xuất khẩu dây cáp điện ô tô đứng thứ 3 thế giới, sau Trung Quốc và Ấn Độ.

Theo dự báo, quy mô thị trường phụ tùng ô tô toàn cầu sẽ tăng trưởng mạnh mẽ trong những năm tới. Năm 2024, thị trường ước đạt 1,6 nghìn tỷ USD và dự kiến sẽ tăng lên 2,5 nghìn tỷ USD vào năm 2029, với tốc độ tăng trưởng kép hàng năm (CAGR) là 7,2%. Sự tăng trưởng này được thúc đẩy bởi những tiến bộ công nghệ nhanh chóng, các sáng kiến thuận lợi của chính phủ, tập trung vào phụ kiện ô tô và sự phát triển của xe điện (EV).

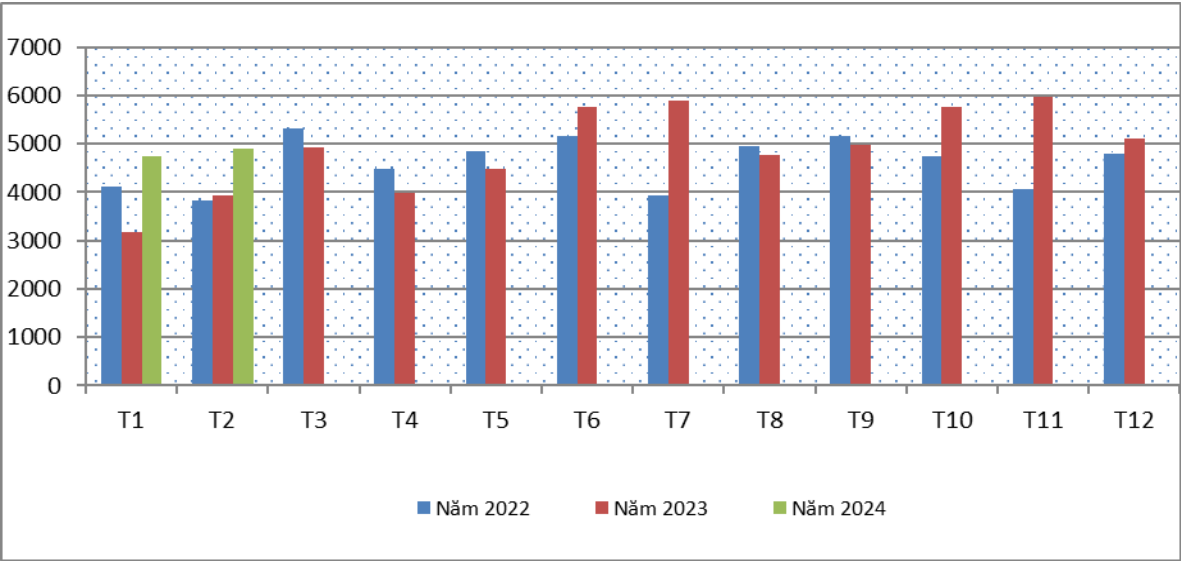
Các doanh nghiệp Việt Nam đang có cơ hội lớn để tham gia sâu hơn vào chuỗi cung ứng linh kiện, phụ tùng ô tô toàn cầu. Tuy nhiên, để tận dụng cơ hội này, các doanh nghiệp cần nâng cao năng lực sản xuất, cải thiện chất lượng sản phẩm và đáp ứng các tiêu chuẩn quốc tế. Việc tham gia các triển lãm quốc tế, như Triển lãm Phụ tùng Ô tô Quảng Châu (AAG 2024), cũng là cơ hội để kết nối với các đối tác toàn cầu và mở rộng thị trường xuất khẩu.

Tổng kết, năm 2024 là một năm đầy triển vọng cho thị trường linh kiện, phụ tùng ô tô toàn cầu, với sự tăng trưởng mạnh mẽ và nhiều cơ hội cho các doanh nghiệp, đặc biệt là tại Việt Nam.

2. Tình hình xuất khẩu

Theo số liệu của Tổng cục Thống kê, sản lượng phụ tùng ô tô xuất trong nước tháng 2/2024 đạt 894,5 nghìn chiếc, tăng 0,8% so với tháng 1/2024 và tăng 30,2% so với tháng 1/2023; chỉ số sản xuất công nghiệp của ngành sản xuất sản phẩm linh kiện phụ tùng ô tô tháng 2/2024 tăng 3% so với tháng trước và tăng 0,2% so với tháng 1/2023. Lũy kế 2 tháng năm 2024, sản lượng phụ tùng ô tô sản xuất trong nước đạt 4.880,2 nghìn chiếc, tăng 11,8% so cùng kỳ năm 2023; chỉ số sản xuất công nghiệp của ngành sản xuất sản phẩm linh kiện phụ tùng ô tô giảm 3,6% so với cùng kỳ năm 2023.

Biểu đồ 1: Kim ngạch xuất khẩu nhóm hàng mã HS 870829 của Việt Nam qua các năm  
( ĐVT: triệu USD)



Theo số liệu thống kê của Tổng cục Hải quan, kim ngạch xuất khẩu máy tính và linh kiện điện tử trong tháng 2/2024 đạt trên 4,47 tỷ USD, tăng 12,15% so với tháng 1/2024 và tăng 13,81% so với tháng 2/2023, chiếm 15,96% tổng kim ngạch xuất khẩu hàng hóa trong tháng. Lũy kế 2 tháng đầu năm 2024, kim ngạch xuất khẩu máy tính và linh kiện điện tử đạt 22,56 tỷ USD, giảm 8,89% so với cùng kỳ năm 2023 và chiếm trên 16,19% tổng kim ngạch xuất khẩu hàng hóa của cả nước.

### 3. Về thị trường xuất khẩu

Trong tháng 2/2024, Trung Quốc là thị trường đứng đầu với kim ngạch xuất khẩu đạt 2,87 tỷ USD, tăng mạnh 70,32% so với tháng 1/2024 và tăng 60,74% so với tháng 1/2023, chiếm 30,15% kim ngạch xuất khẩu.

Hoa Kỳ là thị trường đứng thứ hai với kim ngạch xuất khẩu đạt trên 1,25 tỷ USD, tăng 5,88% so với tháng 1/2024 và giảm 5,79% so với tháng 2/2023, chiếm 27,52% tỷ trọng.

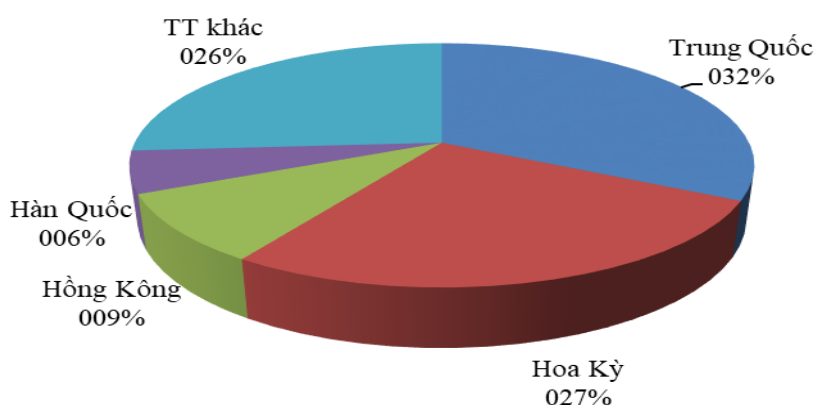
Thị trường EU đạt 345,17 triệu USD, giảm 15,72% so với tháng 1/2024 và giảm 34,34% so với tháng 1/2023, chiếm 8,89% tỷ trọng kim ngạch xuất khẩu.

Trong 2 tháng đầu năm 2024, xuất khẩu linh kiện phụ tùng ô tô của Việt Nam sang các thị trường chủ yếu như Hoa Kỳ, Trung Quốc, Hàn Quốc, EU, Hồng Kông... Kim ngạch xuất khẩu sang 5 thị trường này chiếm 78,1% tổng kim ngạch xuất khẩu linh kiện phụ tùng ô tô của cả nước.

Linh kiện phụ tùng ô tô đã trở thành mặt hàng xuất khẩu chủ lực cho tăng trưởng kinh tế, góp phần ổn định kinh tế vĩ mô, tạo việc làm, nâng cao đời sống cho người lao động, trực tiếp làm tăng giá trị sản xuất, gián tiếp thúc đẩy phát triển ngành liên quan, nâng cao trình độ lao động, nâng cao trình độ sản xuất trong nước, đáp ứng yêu cầu ngày càng cao của thị trường quốc tế.

Hình 2: Cỗ cấu thị trường mặt hàng linh kiện phụ tùng ô tô xuất khẩu tháng 2/2024

(% tính theo kim ngạch, ĐVT: USD)



*Nguồn: Tính toán từ số liệu của Tổng cục Hải quan*

Báo cáo của Ngân hàng Trung ương Hàn Quốc (BOK) vào cuối tháng 5 vừa qua nhận định, Việt Nam đang nổi lên như một thị trường trọng điểm cho các nhà sản xuất chất bán dẫn của Hàn Quốc.

+ Tháng 2/2024, xuất khẩu hàng linh kiện phụ tùng ô tô đạt 2,69 tỷ USD, giảm 5,52% so với tháng 1/2024 và tăng 5,28% so với tháng 1/2023. Lũy kế 2 tháng năm 2024, xuất khẩu chủng loại này đạt 7,51 tỷ USD, giảm 0,76% so với cùng kỳ năm 2023 và chiếm 40,51% tổng kim ngạch xuất khẩu mặt hàng linh kiện phụ tùng ô tô của cả nước.

+ Xuất khẩu hàng linh kiện phụ tùng ô tô tháng 2/2024 đạt 2,78 tỷ USD, tăng 27,64% so với tháng 1/2024 và giảm 15,69% so với tháng 1/2023. Lũy kế 1 tháng năm 2024, xuất khẩu chủng loại này đạt 12,99 tỷ USD, giảm 13,06% so với cùng kỳ năm 2023 và chiếm 60,49% tổng kim ngạch xuất khẩu mặt hàng linh kiện phụ tùng ô tô trong 2 tháng năm 2024.

## **II. Các vụ kiện phòng vệ thương mại của nước ngoài đối với mặt hàng linh kiện phụ tùng ô tô Việt Nam**

### **1. Hoa Kỳ: Khởi xướng điều tra thuế chống bán phá giá tạm thời đối với máy xịt rửa áp lực cao chạy bằng gas hàng nhập khẩu có xuất xứ từ Việt Nam và Trung Quốc**

Vào tháng 1 năm 2024, thuế tạm thời được áp dụng đối với hàng nhập khẩu có nguồn gốc từ Việt Nam.

### **2. Hoa Kỳ: Thuế chống bán phá giá dứt khoát đối với máy cắt cỏ nhập khẩu và các bộ phận từ Việt Nam và Trung Quốc**

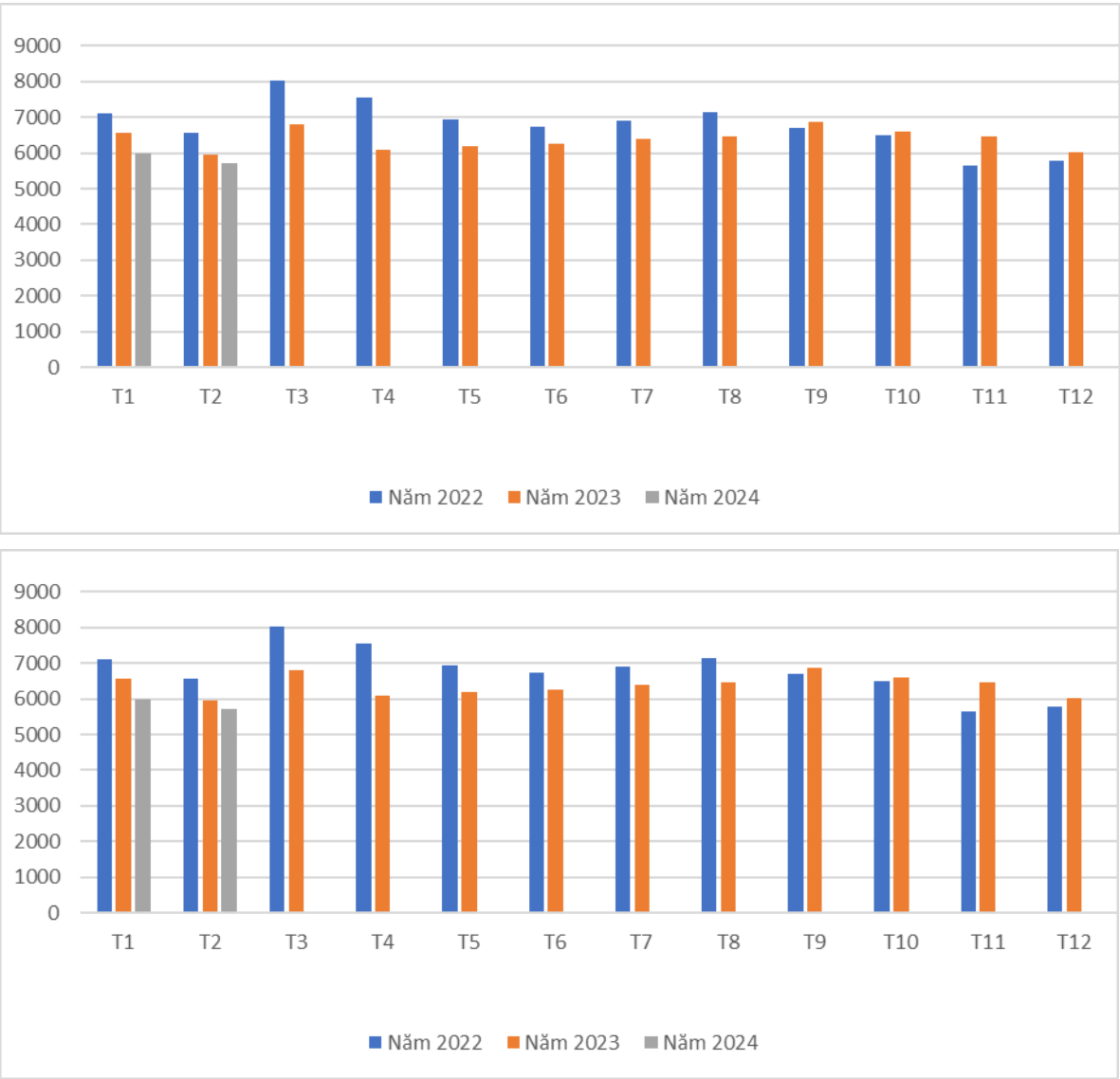
## **III. Phân tích nhập khẩu của một số thị trường chính**

### **1. Tình hình nhập khẩu của các thị trường đối với mặt hàng linh kiện phụ tùng ô tô**

Theo số liệu thống kê của Tổng cục Hải quan, tháng 2/2024 nhập khẩu linh kiện phụ tùng ô tô của nước ta ước đạt trên 5,17 tỷ USD, tăng 2,48% so với tháng 1/2024 và tăng 12,81% so với tháng 2/2023, chiếm 25,82% tổng kim ngạch nhập khẩu hàng hóa trong tháng.

Lũy kế 2 tháng năm 2024, kim ngạch nhập khẩu mặt hàng này đạt trên 34,78 tỷ USD, giảm 12,61% so với cùng kỳ năm 2023 và chiếm 26,15% tổng kim ngạch nhập khẩu hàng hóa của cả nước.

**Biểu đồ 2 : Kim ngạch nhập khẩu nhóm hàng mã HS 870829 của Việt Nam qua các năm**  
(ĐVT: triệu USD)



*Nguồn Tổng cục Hải quan*

Tháng 2/2024 nhập khẩu linh kiện phụ tùng ô tô của khối doanh nghiệp FDI đạt gần 6 tỷ USD, giảm 4,7% so với tháng 1/2024 và giảm 1% so với tháng 2/2023 và chiếm trên 90,56% tổng kim ngạch nhập khẩu. Lũy kế 2 tháng năm 2024, kim ngạch nhập khẩu của khối doanh

nghiệp FDI đạt 26,56 tỷ USD, giảm 13,13% so với cùng kỳ năm 2023 và chiếm 91,6% tổng kim ngạch nhập khẩu mặt hàng này.

| Tháng    | Năm 2020<br>(Triệu USD) | Năm 2021<br>(Triệu USD) | Năm 2023<br>(Triệu USD) | Năm 2024<br>(Triệu USD) | Năm 2024 so<br>2023 | Năm 2024 so<br>2021 | Năm 2024 so<br>2020 (%) |
|----------|-------------------------|-------------------------|-------------------------|-------------------------|---------------------|---------------------|-------------------------|
| Tháng 1  | 4.233,96                | 5.659,34                | 7.120,66                | 6.562,62                | -7,84               | 15,96               | 55,00                   |
| Tháng 2  | 4.532,14                | 4.928,64                | 6.566,06                | 5.947,19                | -9,43               | 20,67               | 31,22                   |
| Tháng 3  | 4.998,59                | 5.960,49                |                         |                         |                     |                     |                         |
| Tháng 4  | 3.901,10                | 5.681,55                |                         |                         |                     |                     |                         |
| Tháng 5  | 4.334,15                | 5.602,01                |                         |                         |                     |                     |                         |
| Tháng 6  | 5.128,36                | 5.737,13                |                         |                         |                     |                     |                         |
| Tháng 7  | 5.600,16                | 6.259,27                | 6.886,19                |                         |                     |                     |                         |
| Tháng 8  | 6.027,37                | 6.959,87                | 7.141,59                |                         |                     |                     |                         |
| Tháng 9  | 6.326,44                | 6.917,59                | 6.711,22                |                         |                     |                     |                         |
| Tháng 10 | 6.194,75                | 6.479,57                | 6.490,45                |                         |                     |                     |                         |
| Tháng 11 | 6.300,44                | 7.800,22                | 5.634,06                |                         |                     |                     |                         |
| Tháng 12 | 6.393,64                | 7.342,40                | 5.786,15                |                         |                     |                     |                         |

## 2. Về thị trường nhập khẩu

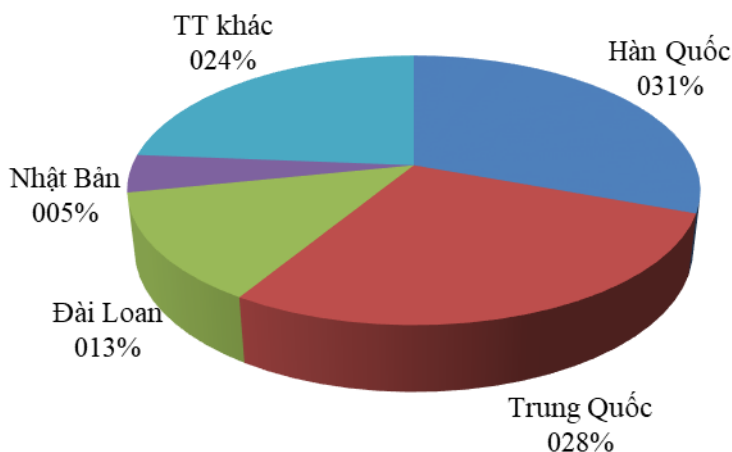
Tháng 2/2024, nhập khẩu mặt hàng này từ thị trường Hàn Quốc đạt kim ngạch cao nhất trên 1,09 tỷ USD, tăng 0,67% so với tháng 1/2024, so với tháng 1/2023 giảm 3,25% và chiếm 33,25% tổng kim ngạch nhập khẩu.

Kim ngạch nhập linh kiện phụ tùng ô tô từ thị trường Trung Quốc đạt trên 1,6 tỷ USD, tăng 3,98% so với tháng 1/2024 và giảm 21,30% so với tháng 2/2023, chiếm 25,78% tỷ trọng.

Thị trường Đài Loan đạt 679,3 triệu USD, tăng 2,67% so với tháng 1/2024 nhưng lại giảm 9,16% so với tháng 2/2023, chiếm 13,2% tỷ trọng nhập khẩu.

Thị trường Nhật Bản đạt 435,98 triệu USD, giảm 22,67% so với tháng 1/2024 và giảm 34,78% so với tháng 2/2023, chiếm 6,02% tỷ trọng nhập khẩu.

### Cơ cấu thị trường máy tính và linh kiện điện tử nhập khẩu tháng 2/2024



+ Tháng 2/2024, nhập khẩu hàng linh kiện phụ tùng ô tô đạt trên 897,76 triệu USD, tăng 10,12% so với tháng 1/2024 và giảm 13,78% so với tháng 2/2023. Lũy kế 2 tháng đầu năm 2024, nhập khẩu chủng loại này đạt 5,54 tỷ USD, giảm 26,28% so với cùng kỳ năm 2023 và chiếm 14,5% tổng kim ngạch nhập khẩu mặt hàng linh kiện phụ tùng ô tô của cả nước.

+ Nhập khẩu hàng linh kiện phụ tùng ô tô tháng 2/2024 đạt 6,80 tỷ USD, tăng 1,21% so với tháng 1/2024 và giảm 11,73% so với tháng 5/2023. Lũy kế 2 tháng năm đầu 2024, nhập khẩu chủng loại này đạt 25,67 tỷ USD, giảm 14,63% so với cùng kỳ năm 2023 và chiếm 78,7% tổng kim ngạch nhập khẩu mặt hàng linh kiện phụ tùng ô tô của cả nước.

## IV. Kết luận

Như phân tích ở trên, có thể thấy rằng kim ngạch xuất khẩu của các sản phẩm thiết bị linh kiện, phụ tùng ô tô của Việt nam sang các nước đặc biệt là Hoa Kỳ có sự giá tăng nhưng chưa ở mức đáng báo động. Tuy nhiên, mặt hàng thiết bị linh kiện, phụ tùng của Việt Nam vẫn có thể có nguy cơ là đối tượng bị điều tra và áp dụng các biện pháp phòng vệ thương mại của nước ngoài. Vì vậy, về phía doanh nghiệp, doanh nghiệp cũng cần phải cân nhắc để có một chiến lược đa dạng hóa thị trường, tránh lệ thuộc quá nhiều vào một thị trường xuất khẩu tránh

rủi ro, ngoài ra cần tìm hiểu các thông tin liên quan, tiếp cận thị trường, doanh nghiệp cũng cần chủ động tìm hiểu quy định cơ bản về phòng vệ thương mại;

Cục Phòng vệ thương mại khuyến cáo các doanh nghiệp sản xuất, xuất khẩu mặt hàng thiết bị linh kiện cần theo dõi diễn biến thị trường để đảm bảo quyền lợi chính đáng của doanh nghiệp; chủ động xác định chiến lược sản xuất, kinh doanh phù hợp với xu hướng chính sách phòng vệ thương mại tại Hoa Kỳ, đa dạng hóa thị trường và sản phẩm xuất khẩu; hợp tác với các cơ quan chức năng của Việt Nam và Hoa Kỳ khi được yêu cầu.

## **THEO DÕI MẶT HÀNG LỚP CAO SU XUẤT KHẨU**

### **I. Lời nói đầu**

Với các lợi thế về nhân công giá rẻ, thuận tiện về giao thông và hệ thống cơ sở hạ tầng, đặc biệt tiếp cận với các hệ thống cảng nước sâu, Việt Nam đã và đang đón nhận cơ hội phát triển khi đón nhận dòng vốn đầu tư FDI mới vào ngành lốp cao su. Tuy nhiên, thách thức lớn mà ngành lốp cao su phải đối mặt là dòng vốn đầu tư vào ngành cao su từ Nhật Bản, Hàn Quốc, Pháp...sang Việt Nam tăng mạnh, khiến mặt hàng cao su và sản phẩm cao su của Việt Nam bị nhiều nước để ý. Vì vậy, mặt hàng lốp cao su của Việt Nam sẽ có thể phải chịu việc kiểm soát chặt chẽ khi nhập khẩu vào nhiều nước trong thời gian tới. Trong tương lai, các doanh nghiệp lốp cao su Việt Nam sẽ tiếp tục phải đối mặt với các rủi ro bị điều tra các biện pháp phòng vệ thương mại (PVTM) khi xuất khẩu sang các thị trường lớn.

### **II. Mô tả sản phẩm, và quy trình sản xuất lốp cao su**

#### **1. Mô Tả Sản Phẩm Lốp Cao Su**

Lốp cao su là một bộ phận quan trọng trong hệ thống bánh xe của các phương tiện giao thông, đặc biệt là xe ô tô, xe máy, xe tải, và các phương tiện khác. Lốp cao su có vai trò bảo vệ và tăng cường độ bám đường, giúp xe vận hành mượt mà, an toàn hơn. Sản phẩm này được làm từ một loại cao su tổng hợp kết hợp với các vật liệu khác như sợi thép, sợi polyeste, và các chất phụ gia khác để tăng cường độ bền, khả năng chống mài mòn và tăng cường hiệu suất khi sử dụng.

Các đặc điểm nổi bật của lốp cao su:

- **Độ bám đường:** Lớp cao su có độ bám đường tốt, đặc biệt trên các bề mặt ướt, giúp cải thiện độ an toàn khi lái xe.
- **Chống mài mòn:** Sản phẩm có khả năng chống mài mòn cao, kéo dài tuổi thọ sử dụng.
- **Khả năng giảm chấn:** Lớp cao su giúp giảm sóc, rung lắc khi di chuyển trên các địa hình gồ ghề.
- **Độ bền cao:** Được thiết kế để chịu được sự khắc nghiệt của thời tiết và các yếu tố môi trường khác.

Lớp cao su có thể được phân thành nhiều loại, bao gồm lớp xe hơi, lớp xe tải, lớp xe máy, và các loại lớp đặc biệt khác cho các phương tiện chuyên dụng.

## 2. Quy Trình Sản Xuất Lớp Cao Su

Quy trình sản xuất lớp cao su trải qua nhiều công đoạn và cần sự kiểm soát chặt chẽ để đảm bảo chất lượng sản phẩm. Dưới đây là các bước chính trong quy trình sản xuất lớp cao su:

### Bước 1: Chuẩn bị nguyên liệu

Nguyên liệu chính để sản xuất lớp cao su gồm:

- **Cao su tự nhiên và cao su tổng hợp:** Được sử dụng để tạo thành lớp vỏ của lốp.
- **Carbon black:** Chất phụ gia giúp tăng độ bền, chống mài mòn và cải thiện tính chất cơ học của lốp.
- **Sợi thép và sợi vải:** Được sử dụng để gia cường cấu trúc của lốp, đảm bảo độ chắc chắn và độ bền khi sử dụng.
- **Hóa chất phụ gia:** Như chất chống oxy hóa, chất làm mềm và chất tạo khuôn để cải thiện đặc tính của lốp.

### Bước 2: Trộn nguyên liệu

Các nguyên liệu cao su, carbon black, chất phụ gia và các thành phần khác sẽ được trộn đều trong máy trộn chuyên dụng. Quá trình này giúp đảm bảo rằng các thành phần hòa trộn hoàn hảo với nhau, tạo ra một hỗn hợp cao su đồng nhất.

### **Bước 3: Định hình lớp**

Hỗn hợp cao su sau khi trộn sẽ được đưa vào khuôn và tạo thành các lớp cấu trúc của lớp. Lớp bao gồm nhiều lớp, như:

- **Lớp vỏ ngoài:** Là lớp tiếp xúc trực tiếp với mặt đường, có tính năng chịu mài mòn cao.
- **Lớp bố thép:** Được gia cường bằng các sợi thép để tăng độ bền, giúp lớp chịu được áp lực cao từ mặt đường và tải trọng của phương tiện.
- **Lớp đệm:** Giúp giảm chấn và tạo độ bám đường tốt hơn.

### **Bước 4: Nung (Vulcanization)**

Lớp được nung ở nhiệt độ và áp suất cao trong một quá trình gọi là vulcanization (lưu hóa cao su). Đây là bước quan trọng để kết dính các thành phần cao su với nhau, làm cho chúng bền vững và có khả năng chịu nhiệt, chịu mài mòn tốt hơn.

### **Bước 5: Kiểm tra chất lượng**

Sau khi hoàn thành quá trình lưu hóa, lớp sẽ được kiểm tra chất lượng kỹ lưỡng. Các chỉ số như độ bền, khả năng chịu lực, độ bám đường, độ mài mòn sẽ được đo lường để đảm bảo sản phẩm đạt tiêu chuẩn.

### **Bước 6: Cắt và hoàn thiện**

Lớp sẽ được cắt gọn gàng theo kích thước chuẩn, kiểm tra lại một lần nữa để loại bỏ các khiếm khuyết nếu có. Sau đó, lớp sẽ được đóng gói và chuẩn bị để xuất xưởng.

## **III. Phân tích tình hình xuất nhập khẩu mặt hàng lớp cao su**

Mặt hàng lớp cao su của Việt Nam gồm những sản phẩm thuộc các mã HS 4012.90. Nhìn chung, thị trường xuất khẩu các mặt hàng lớp cao su thuộc mã HS nêu trên của Việt Nam rất đa dạng.

Đối với mã HS 4012.90.00, kim ngạch xuất khẩu sang các nước được thể hiện qua bảng bên dưới. Có thể thấy, đối với mã này, kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam tương đối thấp, cao nhất chỉ đạt 300 nghìn USD trong năm 2020 và Thái Lan là quốc gia gần như duy nhất nhập khẩu nhiều nhất mã hàng này của Việt Nam.

| Nước nhập khẩu                   | Tháng 2/2024 |
|----------------------------------|--------------|
| World                            | 304          |
| Japan                            | 0            |
| Denmark                          | 0            |
| Thailand                         | 293          |
| United States of America         | 0            |
| Korea, Republic of               | 11           |
| Australia                        | 1            |
| China                            | 0            |
| Czech Republic                   | 0            |
| Germany                          | 0            |
| Lao People's Democratic Republic | 0            |

Đơn vị: Nghìn USD

Nguồn: Trademap

Đối với mã HS 4012.90.10, kim ngạch xuất khẩu sang các nước được thể hiện qua bảng bên dưới. Có thể thấy, kim ngạch xuất khẩu của mã hàng này tương đối lớn, khi xuất khẩu tới 91 triệu USD năm 2020 và hơn 100 triệu USD các năm tiếp theo. Trong những năm gần đây, Hàn Quốc là quốc gia nhập khẩu nhiều mã hàng này nhất, đứng sau là Malaysia.

| Nước nhập khẩu           | Tháng 2/2024 |
|--------------------------|--------------|
| World                    | 91,659       |
| Korea, Republic of       | 42,022       |
| Malaysia                 | 14,537       |
| Japan                    | 689          |
| Thailand                 | 3,182        |
| Singapore                | 1,293        |
| United States of America | 20,594       |
| Australia                | 0            |
| Germany                  | 2,120        |
| Philippines              | 616          |
| Sweden                   | 559          |
| Saudi Arabia             | 650          |
| Taipei, Chinese          | 189          |
| India                    | 174          |
| Belgium                  | 116          |
| Italy                    | 378          |
| New Zealand              | 290          |
| Qatar                    | 0            |
| Indonesia                | 42           |
| South Africa             | 180          |
| Egypt                    | 455          |
| Poland                   | 280          |
| Denmark                  | 94           |
| Mexico                   | 221          |
| Lithuania                | 97           |
| Canada                   | 6            |
| France                   | 66           |
| Brunei Darussalam        | 0            |
| Portugal                 | 0            |

| Nước nhập khẩu           | Tháng 2/2024 |
|--------------------------|--------------|
| World                    | 91,659       |
| Korea, Republic of       | 42,022       |
| Malaysia                 | 14,537       |
| Japan                    | 689          |
| Thailand                 | 3,182        |
| Singapore                | 1,293        |
| United States of America | 20,594       |
| Australia                | 0            |
| Germany                  | 2,120        |
| Philippines              | 616          |
| Sweden                   | 559          |
| Saudi Arabia             | 650          |
| Taipei, Chinese          | 189          |
| India                    | 174          |
| Belgium                  | 116          |
| Italy                    | 378          |
| New Zealand              | 290          |
| Qatar                    | 0            |
| Indonesia                | 42           |
| South Africa             | 180          |
| Egypt                    | 455          |
| Poland                   | 280          |
| Denmark                  | 94           |
| Mexico                   | 221          |
| Lithuania                | 97           |
| Canada                   | 6            |
| France                   | 66           |
| Brunei Darussalam        | 0            |
| Portugal                 | 0            |

Nguồn: Trademap

Mã HS 4012.90.22 là mã hàng có kim ngạch xuất khẩu cao nhất của Việt Nam. Theo đó, kim ngạch xuất khẩu sang các nước được thể hiện qua bảng bên dưới và có xu hướng tăng theo các năm. Cụ thể, năm 2019 Việt Nam xuất khẩu hơn 157 triệu USD, con số này gần như tương đương trong năm tiếp theo, tuy nhiên tăng lên 179 triệu USD trong năm 2021. Đến năm 2022, kim ngạch xuất khẩu tăng vọt lên 302 triệu USD và đạt đỉnh 305 triệu USD trong năm 2023.

Đơn vị: Nghìn USD

| Nước nhập khẩu           | Tháng 2/2024 | Nước nhập khẩu     | Tháng 2/2024 |
|--------------------------|--------------|--------------------|--------------|
| World                    | 156,991      | China              | 960          |
| Korea, Republic of       | 65,971       | Peru               | 0            |
| Japan                    | 22,509       | Belgium            | 0            |
| Malaysia                 | 9,259        | Brunei Darussalam  | 0            |
| United States of America | 43,484       | Italy              | 0            |
| Thailand                 | 8,723        | Egypt              | 91           |
| Singapore                | 2,269        | Netherlands        | 0            |
| Taipei, Chinese          | 1,178        | Cambodia           | 117          |
| Philippines              | 121          | Saudi Arabia       | 1,006        |
| India                    | 666          | South Africa       | 0            |
| Indonesia                | 100          | United Kingdom     | 0            |
| Australia                | 24           | Ghana              | 0            |
| Poland                   | 0            | Myanmar            | 0            |
| Israel                   | 0            | Chile              | 0            |
| Ireland                  | 0            | Iraq               | 0            |
| Germany                  | 34           | Kenya              | 0            |
| Hong Kong, China         | 40           | Mexico             | 61           |
| Canada                   | 144          | Morocco            | 0            |
| Cyprus                   | 18           | Qatar              | 8            |
| New Zealand              | 0            | Russian Federation | 0            |
| United Arab Emirates     | 207          | Togo               | 0            |

Nguồn: Trademap

V. Cảnh báo nguy cơ bị điều tra PVTM trong thời gian tới

Phần lớn doanh nghiệp lớp cao su của Việt Nam bị giảm đơn hàng, doanh thu lao dốc. Theo nhận định xuất khẩu lớp cao su năm tới sẽ tiếp tục gặp khăn do giá nguyên liệu sản xuất

và sản phẩm tăng cao. Hiện, các đơn hàng từ thị trường Hoa Kỳ, EU, Anh đang sụt giảm mạnh, tác động tiêu cực trực tiếp tới hoạt động sản xuất kinh doanh của các doanh nghiệp trong ngành hiện nay. Bên cạnh đó, ngành lốp cao su cũng đang đối diện với vụ việc khởi xướng điều tra của Bộ Thương mại Mỹ (DOC) đối với mặt hàng lốp cao su. Mới đây, Hiệp hội lốp cao su tổ chức khảo sát 52 doanh nghiệp ngành về tình hình đơn hàng, sản xuất kinh doanh. Kết quả cho thấy trong 45 doanh nghiệp hiện xuất khẩu đi Hoa Kỳ có 33 doanh nghiệp ghi nhận doanh thu giảm gần 40% so với các tháng đầu năm. Chỉ có 10 doanh nghiệp cho biết doanh thu tăng so với các tháng trước đó, tuy nhiên mức tăng chỉ khoảng 11%. Điều này xảy ra tương tự với thị trường EU. Cụ thể, trong số 38 doanh nghiệp tham gia thị trường này có tới 24 doanh nghiệp ghi nhận doanh thu giảm trên 41% so với các tháng trước đó. Chỉ có 4 doanh nghiệp cho biết nguồn thu tăng, ở mức 14%. Khoảng 71% doanh nghiệp cho biết tình hình đơn hàng từ nay đến cuối năm sẽ tiếp tục giảm. Theo đánh giá của các doanh nghiệp, với tình hình thị trường như hiện nay, 44% doanh nghiệp cho rằng nguồn thu của doanh nghiệp sẽ giảm khoảng 44% trong cả năm 2024.

Tuy nguồn thu của các doanh nghiệp Việt Nam được dự báo sẽ giảm trong tương lai, nhưng theo nhận định của tác giả, ngành lốp cao su có nguy cơ bị điều tra áp dụng biện pháp PVTM trong tương lai từ Hoa Kỳ. Điều này là do:

***- Hoa Kỳ tăng cường điều tra các mặt hàng xuất khẩu tỷ đô của Việt Nam***

Tính đến nay, Hoa Kỳ là quốc gia khởi xướng nhiều vụ việc PVTM nhất đối với hàng hóa của Việt Nam, lên tới 61 vụ việc. Trong đó có 27 vụ việc CBPG, 10 vụ việc CTC, 22 vụ việc chống lẩn tránh và 2 vụ việc tự vệ. Theo đó, Hoa Kỳ nhằm vào tất cả các mặt hàng xuất khẩu chủ lực của ta, như cá tra, cá ba-sa, tôm nước ấm, ống thép cuộn cacbon...Dù đã điều tra, nhưng với thực trạng kim ngạch xuất khẩu lốp cao su của Việt Nam vẫn đang rất lớn, nên không loại trừ khả năng sẽ tiếp tục có những vụ việc PVTM trong tương lai. Kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam sang Mỹ bắt đầu ở mức 2,8 tỷ USD năm 2018, đã tăng lên 3,6 tỷ USD năm 2019. Đến năm 2020, kim ngạch tiếp tục tăng lên hơn 5 tỷ USD. Hai năm gần đây, kim ngạch vẫn ở mức cao, lần lượt là 5,7 tỷ USD và 5 tỷ USD.

***- Kim ngạch xuất khẩu lốp cao su vẫn tăng***

Hiện nay, lớp cao su đã được Cục PVTM đưa vào Danh sách cảnh báo do kim ngạch xuất khẩu mặt hàng này vẫn tăng trưởng nhanh và thuộc nhóm xuất khẩu tỷ đô của Việt Nam. Trong năm 2018, tổng kim ngạch xuất khẩu đạt 4,6 tỷ USD. Bốn năm sau, kim ngạch đạt 6,5 tỷ USD, đạt mức tăng trưởng khoảng 15%/năm.

Do vậy, theo ý kiến của tác giả cần giám sát nguy cơ bị điều tra PVTM đối với mặt hàng này. Trong trường hợp những vụ việc mới nảy sinh, tác giả xin khuyến nghị doanh nghiệp một số nội dung sau:

- Trong trường hợp bị điều tra, Hiệp hội, doanh nghiệp liên quan cần xác có chiến lược tham gia, xử lý vụ việc; hợp tác đầy đủ theo yêu cầu của Cơ quan điều tra; thường xuyên phối hợp để nhận được sự hỗ trợ từ cơ quan chức năng của Việt Nam.

- Hiệp hội, doanh nghiệp liên quan cần rà soát lại việc xuất khẩu lớp cao su sang thị trường Hoa Kỳ (tham khảo các mã HS sau: 9403 và 4412), chuẩn bị ứng phó trong trường hợp Hoa Kỳ tiến hành điều tra vụ việc PVTM; chủ động nghiên cứu, nắm vững quy định, thủ tục điều tra PVTM của Hoa Kỳ;

## **VI. Kết luận**

Trong mười năm trở lại đây, tổng kim ngạch xuất khẩu lớp cao su của Việt Nam sang các nước đã đạt được những bước tiến lớn. Tuy nhiên, điều này dẫn tới hệ quả là các sản phẩm lớp cao su của Việt Nam đang gây sự chú ý đối với cơ quan điều tra nước ngoài. Chính vì vậy, để hạn chế rủi ro bị các nước điều tra áp dụng các biện pháp PVTM trong tương lai, các doanh nghiệp gang của Việt Nam nói chung cần tránh tăng trưởng nóng trong một vài thị trường nhất định. Thay vào đó, các doanh nghiệp nên cùng Hiệp hội gang nghiên cứu thâm nhập vào các thị trường mới để có thể duy trì mức tăng trưởng bền vững cho toàn ngành.

## **THEO DÕI MẶT HÀNG GẠCH MEN XUẤT KHẨU**

### **1. Đánh giá chung về tình hình sản xuất trong nước mặt hàng gạch men**

#### **1.1. Quy mô thị trường gạch men trong nước**

Việt Nam đứng thứ năm trong danh sách các nước sản xuất gạch men hàng đầu thế giới với quy mô ước tính đạt 5,16 tỷ USD vào năm 2023 và dự kiến đạt 9,78 tỷ USD vào năm

2028, tăng trưởng với tốc độ CAGR là 31.15% trong giai đoạn dự báo (2023-2028). Thị trường này đã phát triển mạnh mẽ và đạt quy mô lớn, với 4 dòng sản phẩm chính: gạch đất sét nung (Cotto), gạch tráng men (Ceramic), gạch xương sứ (Porcelain) và gạch Granite.

Hiện nay thị trường gạch men và gạch ốp lát Việt Nam đòi hỏi sự đa dạng về mẫu mã và công nghệ sản xuất tiên tiến. Do đó, các công ty đang đầu tư mạnh hơn vào công nghệ, dây chuyền sản xuất kích thước lớn và trang trí in kỹ thuật số để cạnh tranh hiệu quả. Tại Việt Nam, có khoảng hơn 90 công ty vừa và nhỏ tham gia sản xuất, cùng hàng nghìn đơn vị nhỏ lẻ cũng tham gia vào dây chuyền. Đa phần các công ty hiện nay đều sản xuất gạch Ceramic, đây cũng là phân khúc có mức độ cạnh tranh cao nhất trên thị trường. Công suất của thị trường gạch men Việt Nam hiện đạt 750 triệu m<sup>2</sup>/năm; cung ứng cho thị trường nhiều chủng loại sản phẩm. Đặc biệt, không chỉ đáp ứng nhu cầu thị trường trong nước, ngành gạch men ốp lát còn xuất khẩu đến nhiều thị trường quốc tế như ASEAN, Mỹ, Cu Ba...

Ông Đinh Quang Huy - Chủ tịch Hiệp hội Gốm sứ xây dựng Việt Nam - cho hay, việc xuất khẩu ra thế giới là bước tiến lớn của ngành gạch men ốp lát Việt Nam trong thời gian qua. Mặc dù vậy, song hành với tăng trưởng xuất khẩu, mặt hàng này đã và đang đối diện với thách thức lớn trước các biện pháp PVTM từ các thị trường xuất khẩu. Liên tiếp gần đây, gạch men ốp lát đã bị nhiều thị trường xuất khẩu khởi xướng điều tra áp dụng biện pháp PVTM, như Philippines, Malaysia. Đặc biệt, năm 2020, Đài Loan (Trung Quốc) đã khởi xướng điều tra chống bán phá giá đối với gạch men ốp lát xuất khẩu của Việt Nam vào thị trường này. Theo đại diện Hiệp hội Gốm sứ xây dựng Việt Nam, việc bị điều tra áp dụng biện pháp PVTM đối với gạch men ốp lát là điều mà ngành này xác định trong bối cảnh hội nhập của nền kinh tế. Tuy nhiên, PVTM là vấn đề mới, kinh nghiệm ứng phó của doanh nghiệp (DN) còn ít, nên trong nhiều vụ việc DN, ngành sản xuất gặp không ít khó khăn, lúng túng.

Tuy nhiên, ông Đinh Quang Huy cho biết, với sự trợ giúp, hỗ trợ từ cơ quan Nhà nước, trong đó có Bộ Công Thương và chính sự chủ động, hợp tác tích cực của ngành, DN, các vụ việc điều tra PVTM đối với gạch men ốp lát xuất khẩu hầu hết đã có kết quả rất tích cực; các thị trường đều áp thuế ở mức thấp, thậm chí là 0% đối với gạch ốp lát Việt Nam. Như, ngày 9/4/2021, Cơ quan quản lý tài chính Đài Loan (MOF) đã ban hành kết quả sơ bộ vụ việc, theo đó, biên độ phá giá của các DN Việt Nam được xác định ở mức 0% - 28,60%.

## **1.2. Tình hình sản xuất và tiêu thụ trong nước của sản phẩm gạch men**

Giai đoạn trước năm 2020, sản lượng tiêu thụ gạch ốp lát bằng 90-95% sản lượng sản xuất, trong đó tiêu thụ nội địa 80%, 20% là xuất khẩu. Tuy nhiên, trong 4 năm gần đây, sản xuất và tiêu thụ đều giảm mạnh, năm 2023 chỉ đạt 305 triệu m<sup>2</sup>, bằng 85% sản lượng sản xuất. Tháng đầu năm 2024, ước tiêu thụ bằng cùng kỳ, với 166 triệu m<sup>2</sup>.

Quy mô công suất lớn, vượt so với cầu, đầu ra tại thị trường trong nước bị thu hẹp bởi thiếu vắng các dự án bất động sản, nên ngành sản xuất này đang gặp nhiều khó khăn. Bên cạnh đó, một lượng lớn sản phẩm nhập khẩu từ Trung Quốc, Ấn Độ... đổ bộ vào nội địa, cạnh tranh với hàng sản xuất trong nước nên khó khăn càng chồng chất. Dữ liệu thống kê cho thấy, năm 2022-2023, nhập khẩu gạch ốp lát lên tới 100 triệu USD, tương đương 2.400 tỷ đồng, tăng 66% so với năm 2021, riêng nhập khẩu từ Ấn Độ hơn 50 triệu USD (hơn 1.200 tỷ đồng). Theo các doanh nghiệp sản xuất, chi phí nhiên liệu than chiếm tỷ trọng 30% còn giá điện chiếm 8-10% trong chi phí sản xuất, việc tăng giá than và điện thời gian qua đã làm tăng chi phí sản xuất thêm 6%. Nhưng giá bán sản phẩm của các doanh nghiệp lại không tăng. Từ cách đây vài năm, Bộ Xây dựng đã lưu ý tới các ngành sản xuất vật liệu chính yếu như xi măng, gạch ốp lát, kính xây dựng trước thực trạng tổng công suất đầu tư cả 3 lĩnh vực này đều có cung vượt cầu, khiến tiêu thụ thấp hơn sản lượng sản xuất.

## **2. Tình hình xuất khẩu của Việt Nam sang các thị trường**

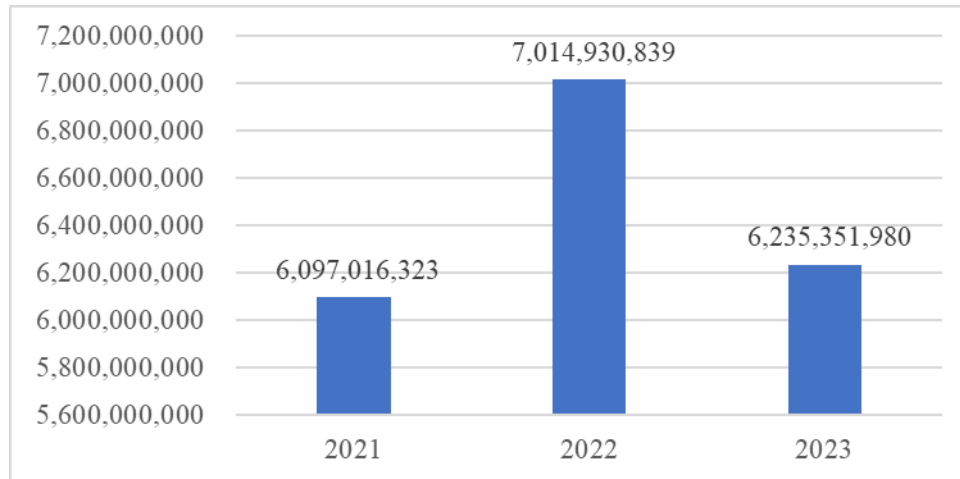
### **2.1. Phân tích nhập khẩu gạch men tại Hoa Kỳ**

Hoa Kỳ và Úc là 2 thị trường duy nhất nhập khẩu sản phẩm gạch men (gồm các mặt hàng thuộc 40 mã HS đã cho). Tuy nhiên, trị giá nhập khẩu vào Úc cho các sản phẩm này chỉ chiếm một phần rất nhỏ so với trị giá nhập khẩu vào Hoa Kỳ. Ngoài ra, kim ngạch xuất khẩu gạch men từ một số nước Đông Nam Á sang Úc là không đáng kể và Việt Nam cũng không xuất khẩu mặt hàng liên quan sang Úc. Do đó báo cáo phân tích tình hình xuất khẩu tháng 2 của mặt hàng Việt Nam sẽ tập trung phân tích thị trường Hoa Kỳ, thị trường mà Việt Nam nằm trong Top 10 nguồn cung ứng chính sản phẩm gạch men.

Trong năm 2021, tổng trị giá nhập khẩu các sản phẩm gạch men (thuộc 40 mã HS đã cho) vào Hoa Kỳ đạt hơn 6,09 tỷ USD. Sang năm 2022, trị giá nhập khẩu sản phẩm gạch men cùng loại vào Hoa Kỳ đạt mức cao nhất 7,01 tỷ USD. Sau đó, trị giá nhập khẩu mặt hàng này vào Hoa Kỳ giảm đến 11,11% vào năm 2023 và đạt 6,23 tỷ USD.

## Trị giá nhập khẩu sản phẩm gạch men vào thị trường Hoa Kỳ từ năm 2021 đến năm 2023

Đơn vị: USD



Nguồn: IHS Markit

Trong nhiều năm gần đây, Ý là quốc gia luôn dẫn đầu về tổng kim ngạch xuất khẩu gạch men cùng loại vào Hoa Kỳ, trị giá xuất khẩu của nước này đạt mức cao nhất là 2,18 tỷ USD vào năm 2022, chiếm 31,08% tổng thị phần. Cũng trong năm 2022, Việt Nam đứng thứ 9 trong Top 10 quốc gia xuất khẩu gạch men sang Hoa Kỳ với thị phần tương đương 1,19%, đạt 83,28 triệu USD. Trị giá xuất khẩu của 10 quốc gia xuất khẩu chính gạch men cùng loại sang thị trường Hoa Kỳ trong đó có Việt Nam chiếm 64,28% tổng thị phần. Tổng trị giá xuất khẩu của các quốc gia khác ngoài Top 10 tương đối cao và đồng đều, đạt 9,71 tỷ USD và chiếm khoảng 35,72% tổng kim ngạch.

Sang đến năm 2023, tổng kim ngạch nhập khẩu gạch men cùng loại của Hoa Kỳ có sự sụt giảm xuống chỉ còn 6,23 tỷ USD. Phần lớn các quốc gia thuộc Top 10 nguồn cung ứng chính cũng sụt giảm về trị giá xuất khẩu. 2 thị trường hàng đầu là Ý và Tây Ban Nha giảm lần lượt 17,7% và 15,02% so với cùng kỳ năm trước đó, đạt 1,79 và 1,51 tỷ USD. Quốc gia có sự sụt giảm lớn nhất về trị giá xuất khẩu là Thổ Nhĩ Kỳ, mức giảm lên tới 29,38% so với năm 2022, xuống còn 430,88 triệu USD và đánh mất vị trí thứ 4 vào tay Ấn Độ sau khi Ấn Độ có kim ngạch xuất khẩu tăng 17,38%. Việt Nam là quốc gia có sự tăng trưởng ấn tượng nhất trong năm 2023 khi kim ngạch nhập khẩu tăng đến 78,97%, đạt hơn 149 triệu USD và đứng thứ sáu trong các thị trường xuất khẩu chính.

## Các nguồn cung ứng chính vào thị trường Hoa Kỳ năm 2022 & 2023

Đơn vị: USD

| Nguồn cung ứng vào Hoa Kỳ | Trị giá NK năm 2022 | Trị giá NK năm 2023 | 2022 so với 2023 | Thị phần năm 2022 | Thị phần năm 2023 |
|---------------------------|---------------------|---------------------|------------------|-------------------|-------------------|
| Tổng NK                   | 7.014.930.839       | 6.235.351.980       | 11,11            |                   |                   |
| Ý                         | 2.180.370.886       | 1.794.490.196       | 17,70            | 31,08             | 28,78             |
| Tây Ban Nha               | 1.788.531.070       | 1.519.953.541       | 15,02            | 25,50             | 24,38             |
| Mê-hi-cô                  | 741.458.188         | 795.437.163         | -7,28            | 10,57             | 12,76             |
| Ấn Độ                     | 532.079.048         | 624.560.249         | -17,38           | 7,58              | 10,02             |
| Thổ Nhĩ Kỳ                | 610.173.925         | 430.881.993         | 29,38            | 8,70              | 6,91              |
| Bra-xin                   | 465.010.483         | 379.870.044         | 18,31            | 6,63              | 6,09              |
| Việt Nam                  | 83.280.338          | 149.045.856         | -78,97           | 1,19              | 2,39              |
| Thái Lan                  | 86.195.428          | 80.044.476          | 7,14             | 1,23              | 1,28              |
| Ma-lai-xi-a               | 87.797.430          | 68.504.603          | 21,97            | 1,25              | 1,10              |
| Pê-ru                     | 52.146.563          | 58.804.531          | -12,77           | 0,74              | 0,94              |

Nguồn: IHS Markit

Trong 2 tháng đầu năm 2024, tình hình xuất khẩu gạch men cùng loại sang Hoa Kỳ ghi nhận mức tăng nhỏ về tổng trị giá nhập khẩu. Tổng kim ngạch nhập khẩu gạch men tháng đầu năm tăng 0,07% so với cùng kỳ năm trước đó, tăng hơn 1,6 triệu USD. Hầu hết các quốc gia thuộc Top 10 nguồn cung ứng chính đều gia tăng về trị giá xuất khẩu, hai nước xuất khẩu cao là Ý và Tây Ban Nha đều gia tăng nhẹ ở mức hơn 4%, lần lượt đạt 719,94 triệu USD và 596,71 triệu USD. Ma-lai-xi-a là quốc gia có mức tăng trưởng ấn tượng nhất lên đến gần 56%, đạt gần 43 triệu USD. Tiếp theo đó là Việt Nam với mức tăng 37%, đạt 69,58 triệu USD về kim ngạch xuất khẩu. Trong các quốc gia có kim ngạch xuất khẩu sụt giảm, Mê-hi-cô và Bra-xin giảm ở mức giao động từ 13,82% đến 15,48%, còn Thổ Nhĩ Kỳ giảm 25,48% trị giá xuất khẩu. Pê-ru có mức sụt giảm cao nhất lên đến 44,38% so với cùng kỳ năm trước đó, chỉ đạt 17,72 triệu USD.

**Bảng 2: Các nguồn cung ứng chính vào thị trường HOA KỲ 2T/2023 & 2T/2024**

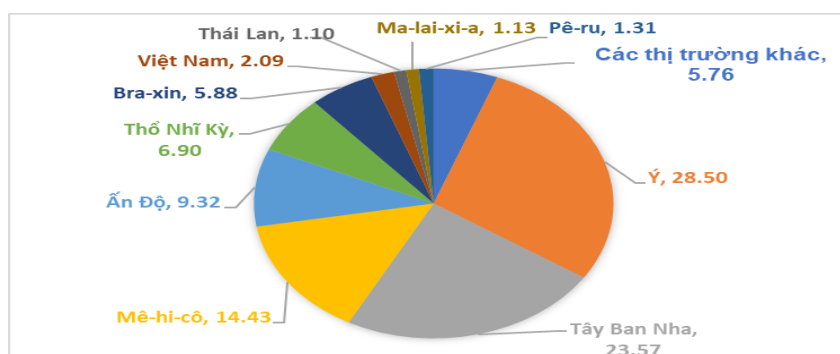
Đơn vị: USD

| Nguồn cung ứng vào Hoa Kỳ | Trị giá NK 2T/2023 | Trị giá NK 2T/2024 | 2T/2024 so với 2T/2023 |
|---------------------------|--------------------|--------------------|------------------------|
| Tổng NK Hoa Kỳ            | 2.428.628.309      | 2.430.247.296      | 0,07                   |
| Ý                         | 692.160.423        | 719.948.537        | 4,01                   |
| Tây Ban Nha               | 572.377.089        | 596.719.045        | 4,25                   |
| Mê-hi-cô                  | 350.481.501        | 302.046.849        | -13,82                 |
| Ấn Độ                     | 226.299.510        | 270.677.975        | 19,61                  |
| Thổ Nhĩ Kỳ                | 167.527.000        | 124.840.344        | -25,48                 |
| Bra-xin                   | 142.902.990        | 120.783.935        | -15,48                 |
| Việt Nam                  | 50.786.618         | 69.583.593         | 37,01                  |
| Thái Lan                  | 26.780.133         | 27.282.725         | 1,88                   |
| Ma-lai-xi-a               | 27.532.532         | 42.900.469         | 55,82                  |
| Pê-ru                     | 31.862.179         | 17.722.649         | -44,38                 |

Nguồn: IHS Markit

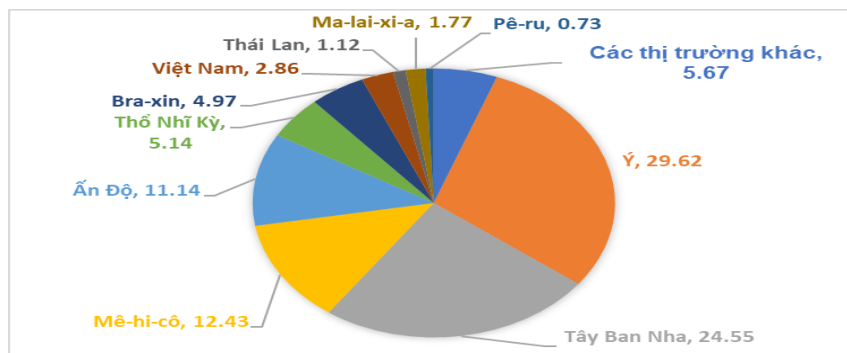
2 tháng đầu năm 2023, Ý dẫn đầu khi chiếm 28,5% tổng thị phần toàn ngành trong khi Tây Ban Nha xếp thứ 2 với thị phần là 23,57%. Sang đến hết nửa đầu năm 2024, vị trí của các quốc gia xuất khẩu hàng đầu không có sự biến động đáng kể, Ý vẫn là nguồn cung ứng lớn nhất với thị phần tăng nhẹ lên mức 29,62%. Hầu hết các quốc gia đều có sự tăng trưởng về thị phần trong tháng đầu năm 2024 trừ Pê-ru, Thổ Nhĩ Kỳ và Bra-xin có sự sụt giảm nhẹ dao động ở mức từ 0,58% đến 1,76%.

### Thị phần các nguồn cung ứng chính nhập khẩu vào Hoa Kỳ 2 tháng đầu năm 2023



Nguồn: IHS Markit

## Thị phần các nguồn cung ứng chính nhập khẩu vào Hoa Kỳ 2 tháng đầu năm 2024



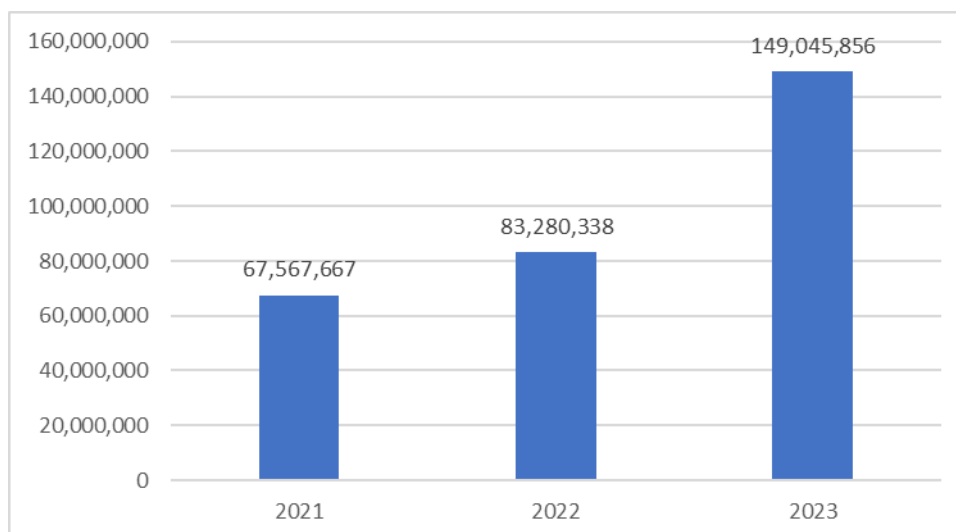
Nguồn: IHS Markit

### 2.2. Phân tích xuất khẩu gạch men của Việt Nam sang Hoa Kỳ

Năm 2021, Việt Nam có trị giá xuất khẩu gạch men đạt 67,56 triệu USD, tương đương với 1,1% thị phần. Sang năm 2022, kim ngạch xuất khẩu tăng 23,25% so với cùng kỳ năm trước đó, đạt hơn 83 triệu USD, giúp thị phần của Việt Nam tăng lên 1,19%. Năm 2023, gạch men Việt Nam tiếp tục thể hiện sự tăng trưởng ấn tượng và đạt kim ngạch lên đến hơn 149 triệu USD sang thị trường Hoa Kỳ, tăng tới gần 80% so với năm 2022. Việt Nam từ nguồn cung ứng đứng thứ chín trong Top 10 nguồn cung ứng chính đã vượt qua Thái Lan và Ma-lai-xi-a đã vươn lên vị trí thứ tư với thị phần chiếm 2,39% toàn ngành.

#### Trị giá xuất khẩu sản phẩm gạch men từ Việt Nam sang Hoa Kỳ từ năm 2021 đến năm 2023

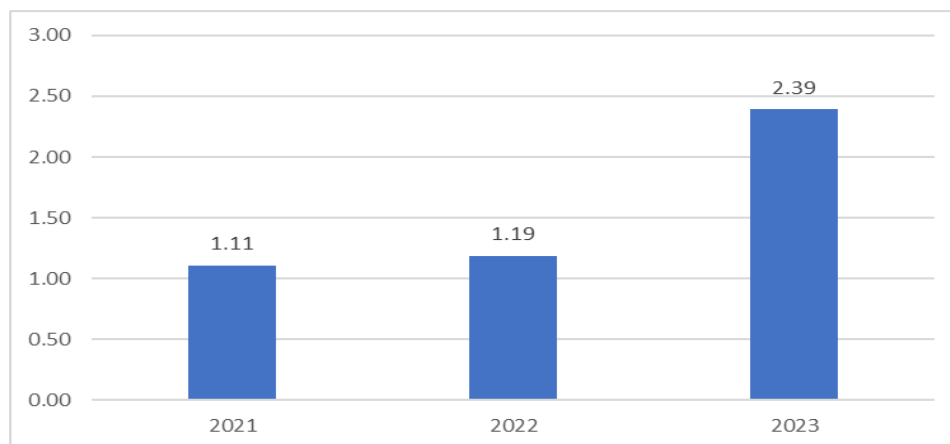
Đơn vị: USD



Nguồn: IHS Markit

### Thị phần xuất khẩu sản phẩm gạch men từ Việt Nam sang Hoa Kỳ từ năm 2021 đến năm 2023

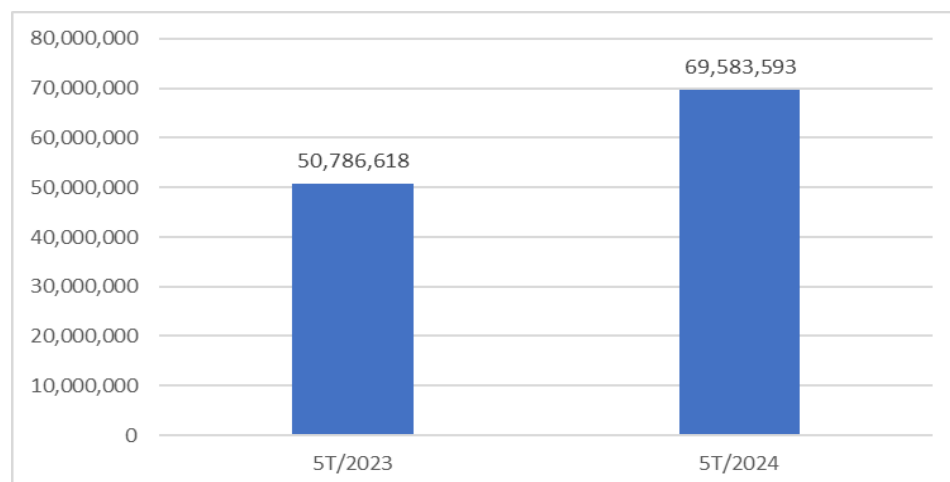
Đơn vị: USD



Nguồn: IHS Markit

2 tháng đầu năm 2024, Việt Nam tiếp tục có sự tăng trưởng mạnh về trị giá xuất khẩu, tăng hơn 37% so với cùng kỳ năm trước đó và đạt 69,58 triệu USD. Với sự tăng trưởng này, thị phần của Việt Nam đạt 2,86%, tiếp tục duy trì vị trí thứ bảy trong Top 10 nguồn cung ứng chính của Hoa Kỳ.

### Trị giá xuất khẩu sản phẩm gạch men từ Việt Nam sang Hoa Kỳ 2T/2023 và 2T/2024



Nguồn: IHS Markit

### **3. Cập nhật thông tin các vụ việc điều tra PVTM đối với mặt hàng gạch men**

Cùng với việc Việt Nam tham gia vào nhiều hiệp định thương mại tự do, các hàng rào thuế quan dần được dỡ bỏ, sản phẩm gạch men trong nước ngày càng trên đà tăng trưởng mạnh nhờ có lợi thế khi sang các thị trường nước ngoài. Dù vậy, sự tăng trưởng xuất khẩu cũng đi kèm với rủi ro về việc bị điều tra phòng vệ thương mại, và ngành gạch men không phải ngoại lệ. Áp lực từ sản phẩm nhập khẩu buộc Chính phủ một số quốc gia phải sử dụng các công cụ chính sách để bảo vệ lợi ích của ngành sản xuất trong nước, trong đó có các biện pháp phòng vệ thương mại - là công cụ được Tổ chức Thương mại thế giới (WTO) cho phép.

#### **3.1. Tình hình áp dụng biện pháp phòng vệ thương mại đối với mặt hàng gạch men của Việt Nam tại các quốc gia trên thế giới**

Tại Argentina, sản phẩm gạch men của Việt Nam đã bị áp thuế chống bán phá giá 31,15% từ năm 2018.

Năm 2019-2021, Philippines và Malaysia sau một thời gian điều tra đều đã quyết định dừng điều tra tự vệ đối với gạch ốp lát nhập khẩu do kết luận không có sự gia tăng nhập khẩu sản phẩm bị điều tra và mối quan hệ nhân quả giữa sự gia tăng nhập khẩu và thiệt hại nghiêm trọng của ngành sản xuất trong nước.

Trong khi đó, năm 2021, Đài Loan (Trung Quốc) đã chính thức áp thuế chống bán phá giá đối với gạch ốp lát có xuất xứ từ Việt Nam, Ấn Độ, Malaysia và Indonesia. Mức thuế được tính toán cho các doanh nghiệp Việt Nam dao động từ 2,23% đến 19,41%. Trong đó, có 6 doanh nghiệp được hưởng thuế chống bán phá giá 0%. Biện pháp chống bán phá giá có hiệu lực trong 5 năm, tức sẽ kéo dài đến tháng 20/2026.

Cũng năm 2021, Indonesia khởi xướng rà soát cuối kỳ để xác định sự cần thiết của việc tiếp tục gia hạn biện pháp tự vệ đối với sản phẩm gạch ốp lát nhập khẩu đang được áp dụng từ năm 2019, trong đó có sản phẩm nhập khẩu từ Việt Nam. Sau rà soát, Indonesia quyết định tiếp tục áp dụng biện pháp tự vệ trong 3 năm đối với gạch ốp lát nhập khẩu, mức thuế tự vệ giảm dần từng năm: năm thứ nhất 17% (tháng 21/2021 - tháng 20/2022); năm thứ hai 15% (tháng 21/2022 - tháng 20/2023); năm thứ ba về 13% (tháng 21/2023 - tháng 20/2024). Như vậy, trong năm 2024 tới đây, khi biện pháp tự vệ hết thời gian có hiệu lực, Indonesia hoàn toàn có thể tiếp tục khởi xướng điều tra gia hạn để áp dụng thêm.

### **3.2. Tình hình áp dụng biện pháp phòng vệ thương mại đối với mặt hàng gạch men (bao gồm 40 mã HS đã cho) của Việt Nam tại thị trường Hoa Kỳ**

Gạch men là một trong những mặt hàng liên tục được Bộ Công Thương cảnh báo về nguy cơ bị điều tra phòng vệ thương mại tại thị trường Hoa Kỳ tháng 7/2020. Đối với gạch men (ceramic tile) xuất khẩu sang Hoa Kỳ, Hoa Kỳ đã chính thức áp dụng thuế chống bán phá giá và chống trợ cấp đối với sản phẩm tương tự nhập khẩu từ Trung Quốc kể từ tháng 4/2020.

Cục Phòng vệ thương mại cho biết, kim ngạch xuất khẩu mặt hàng gạch men của Việt Nam sang Hoa Kỳ đang có xu hướng tăng nhanh, từ 269 nghìn USD năm 2018 lên tới 2,8 triệu USD năm 2019. Trong giai đoạn 12 tháng từ tháng 7 năm 2022 đến tháng 6 năm 2023, kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam sang Hoa Kỳ đã đạt 30,7 triệu USD, tăng 36,6% so với giai đoạn trước. Thị phần của Việt Nam có xu hướng tăng nhưng tỷ trọng kim ngạch của Việt Nam trong tổng kim ngạch nhập khẩu sản phẩm cùng loại của Hoa Kỳ còn nhỏ, mới chỉ chiếm 1,4%.

Dự báo xuất khẩu gạch men của Việt Nam sang thị trường Hoa Kỳ sẽ tiếp tục tăng nhanh trong giai đoạn tới trong bối cảnh xuất khẩu gạch men của Trung Quốc sang Hoa Kỳ giảm mạnh vì bị áp thuế chống bán phá giá và chống trợ cấp. Vì vậy, Cục Phòng vệ thương mại cho rằng cần giám sát việc cấp giấy chứng nhận xuất xứ và khai báo xuất xứ và tiếp tục theo dõi nguy cơ bị điều tra chống lẩn tránh thuế và các biện pháp phòng vệ thương mại đối với mặt hàng này. Các doanh nghiệp xuất khẩu sang Hoa Kỳ cũng cần lưu ý tránh sử dụng các nguyên liệu chính nhập khẩu từ Trung Quốc để sản xuất sản phẩm này.

### **4. Nhận định và kiến nghị dành cho mặt hàng gạch men**

Việc hàng xuất khẩu của Việt Nam phải đối mặt với ngày càng nhiều cuộc điều tra phòng vệ thương mại nước ngoài hơn là một hệ quả tất yếu khi xuất khẩu tăng trưởng nhanh và ta tham gia sâu hơn vào chuỗi giá trị toàn cầu trong bối cảnh tình hình thế giới đang có nhiều biến động. Thời gian qua, các doanh nghiệp gạch men đã có nhận thức tốt hơn về vấn đề phòng vệ thương mại, có sự chuẩn bị để ứng phó kịp thời. Tuy nhiên, hạn chế về nhân sự am hiểu lĩnh vực này, hạn chế về nguồn lực tài chính, cộng thêm những rào cản như về thị trường, ngôn ngữ,... vẫn là những thách thức lớn đặt ra cho doanh nghiệp. Để hỗ trợ doanh nghiệp hiệu quả, Bộ Công Thương đã chủ động phối hợp với các Bộ, ngành, địa phương, hiệp hội, doanh nghiệp

xử lý hiệu quả thông qua các hoạt động đa dạng như: (i) cảnh báo sớm nguy cơ bị điều tra phòng vệ thương mại để doanh nghiệp chủ động xây dựng kế hoạch xử lý; (ii) trao đổi kịp thời với hiệp hội, doanh nghiệp để cung cấp thông tin cập nhật giúp doanh nghiệp nắm được diễn biến vụ việc; (iii) tư vấn pháp lý, quy trình thủ tục điều tra, quy định/thông lệ điều tra của nước khởi kiện và đưa ra các khuyến nghị, hướng xử lý cụ thể cho doanh nghiệp; (iv) trao đổi, tham vấn đưa ra quan điểm của ta về các khía cạnh pháp lý và thực tiễn của vụ việc với Cơ quan điều tra của nước ngoài, đề nghị tuân thủ các quy định của Tổ chức thương mại thế giới (WTO); (v) xem xét khởi kiện các biện pháp phòng vệ thương mại của cơ quan điều tra nước ngoài nếu có dấu hiệu vi phạm các quy định của WTO.

Các hoạt động trên đã đem lại những kết quả tích cực. Đơn cử như trong vụ việc với Đài Loan (Trung Quốc), có 6 doanh nghiệp Việt Nam được hưởng thuế 0% và các doanh nghiệp còn lại được hưởng mức thuế thấp hơn so với cáo buộc ban đầu, hay mức thuế mà Indonesia đưa ra cho giai đoạn 2021-2024 cũng thấp hơn so với mức thuế đã được áp dụng trong giai đoạn 2018-2021 trước đó.

Việt Nam tiếp tục thực hiện các Hiệp định FTA thế hệ mới như CPTPP, EVFTA, UKVFTA, cùng với những lợi thế của ngành gạch men như nguyên liệu dồi dào, dây chuyền sản xuất hiện đại, đội ngũ lao động có tay nghề,... sẽ giúp hàng hóa của ta có lợi thế quan trọng tại các thị trường xuất khẩu. Do vậy, các quốc gia sẽ có xu hướng áp dụng các biện pháp phòng vệ thương mại ngày càng nhiều và hàng xuất khẩu Việt Nam cũng sẽ phải đối mặt với ngày càng nhiều cuộc điều tra phòng vệ thương mại nước ngoài.

Để đảm bảo quyền và lợi ích chính đáng của ngành gạch men trong nước, Cục Phòng vệ thương mại khuyến nghị các doanh nghiệp:

*Một* là, tích cực tìm hiểu quy định pháp luật, thực tiễn điều tra phòng vệ thương mại, chống lẫn tránh của các nước xuất khẩu, đặc biệt là đối với các thị trường mục tiêu.

*Hai* là, thường xuyên cập nhật thông tin cảnh báo sớm từ Bộ Công Thương (Cục Phòng vệ thương mại) để có hành động sớm, kịp thời và có chiến lược xuất khẩu phù hợp, đồng thời thiết lập các kênh thông tin với các đối tác, các Hiệp hội, ngành hàng để kịp thời cập nhật, xử lý các vụ kiện, tình huống phát sinh;

*Ba* là, đa dạng hóa thị trường, đa dạng hóa sản phẩm, tránh tăng trưởng xuất khẩu quá nóng vào một thị trường, đặc biệt là đối với các thị trường thường xuyên sử dụng công cụ phòng vệ thương mại hoặc đã từng điều tra phòng vệ thương mại đối với hàng hoá xuất khẩu của Việt Nam;

*Bốn* là, nâng cao chuỗi giá trị của sản phẩm, đồng thời chuyển dần sang cạnh tranh bằng chất lượng và hạn chế việc cạnh tranh bằng giá; có chiến lược kiểm soát lượng xuất khẩu và giá bán một cách phù hợp để tránh bị coi là bán phá giá, nhận trợ cấp;

*Năm* là, hoàn thiện hệ thống quản trị doanh nghiệp, triển khai hệ thống quản lý, truy xuất nguồn gốc nguyên liệu rõ ràng, minh bạch; áp dụng hệ thống kế toán theo chuẩn quốc tế, lưu giữ đầy đủ hóa đơn, chứng từ để có thể chứng minh không bán phá giá, không trợ cấp, không lẫn tránh khi bị điều tra;

*Sáu* là, hợp tác đầy đủ, toàn diện, cung cấp thông tin, tài liệu theo yêu cầu của cơ quan điều tra nước ngoài khi là đối tượng bị điều tra và phối hợp chặt chẽ với Bộ Công Thương (Cục Phòng vệ thương mại) trong quá trình ứng phó vụ việc để được hướng dẫn, hỗ trợ kịp thời.

## THEO DÕI MẶT HÀNG DỆT MAY XUẤT KHẨU

### 1. Tình hình nhập khẩu mặt hàng

#### a) Phân tích tình hình nhập khẩu các mặt hàng dệt may vào Việt Nam

Sau khi sụt giảm mạnh trong tháng 01/2024 vì có kỳ nghỉ Tết dương lịch và Tết Nguyên đán, bước sang tháng 02/2024, nhập khẩu dệt may nguyên liệu tăng trở lại. Tuy nhiên so với cùng kỳ năm trước, mức tăng chưa phản ánh xu hướng hồi phục vì năm 2022 Tết Nguyên đán diễn ra vào đầu tháng 2.

Theo thống kê từ số liệu của Tổng cục Hải quan, nhập khẩu dệt may nguyên liệu tháng 02/2024 đạt 324,5 nghìn m<sup>3</sup>, trị giá 115,7 triệu USD, tăng 38,9% về lượng và tăng 32,0% về trị giá so với tháng 1/2024; tuy nhiên so với tháng 2/2022 giảm 11,1% về lượng và giảm 14,4% về trị giá.

Tính chung 2 tháng đầu năm 2024, nhập khẩu mặt hàng này đạt 558,2 nghìn m<sup>3</sup>, trị giá 203,4 triệu USD, giảm 29,3% về lượng và giảm 31,7% về trị giá so với cùng kỳ năm 2022.

Về thị trường nhập khẩu, 2 tháng đầu năm 2024, lượng nhập khẩu dệt may nguyên liệu từ các thị trường lớn như: Cameron, EU, Mỹ, Thái Lan, Trung Quốc, Lào... giảm so với cùng kỳ năm 2022. Trong khi đó, lượng nhập khẩu từ một số thị trường châu Phi lại tăng như: Congo, Angola, Suriname, Gabông...

Về chủng loại, 2 tháng đầu năm 2024, lượng nhập khẩu các chủng loại dệt may lớn như: dệt may lim, thông, sồi, dương, hương... giảm so với cùng kỳ năm 2022. Trong khi đó, lượng nhập khẩu một số chủng loại tăng như: dệt may tần bì, gỗ, cao su, vân sam, căm xe, bằng lăng, dổi, mít...

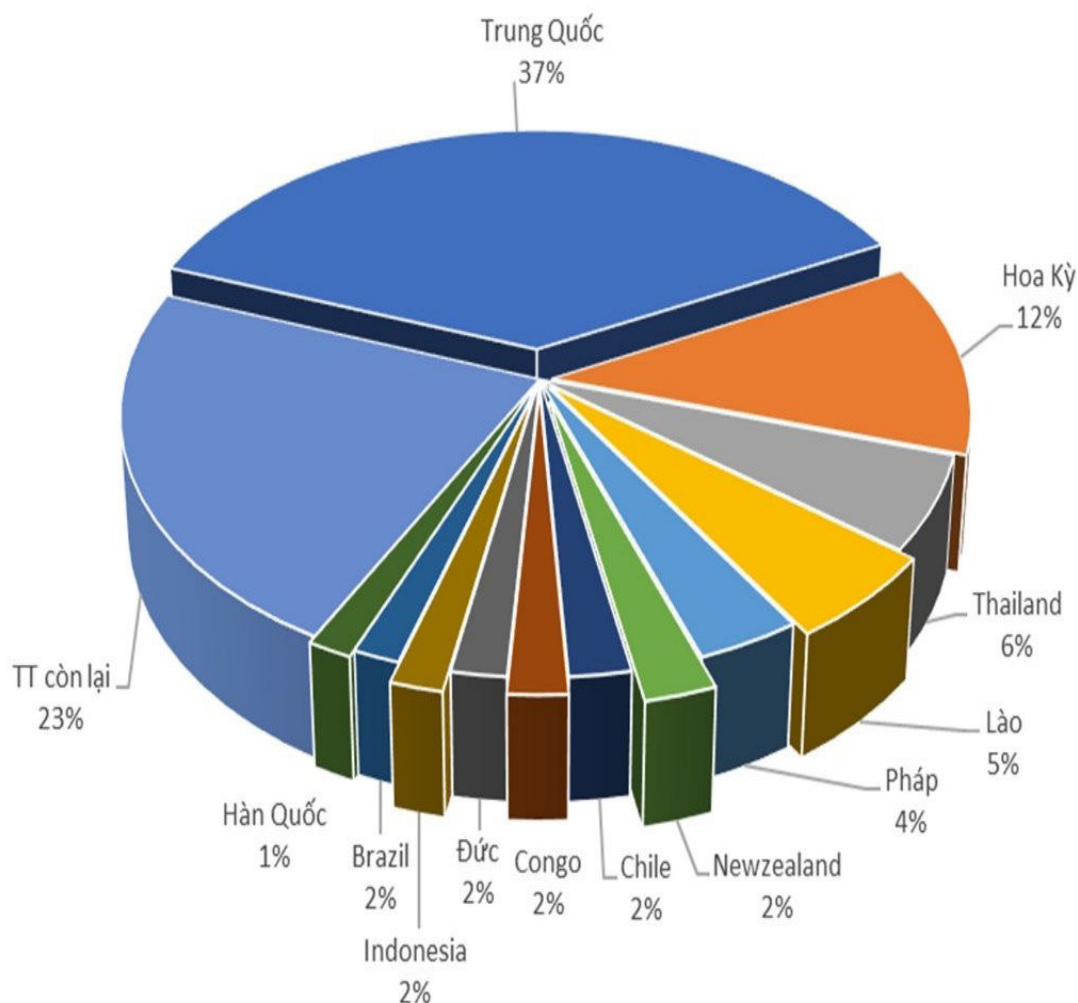
2 tháng đầu năm 2024, giá nhập khẩu bình quân các loại dệt may nguyên liệu của Việt Nam đạt 364,5 USD/m<sup>3</sup>, giảm 3,3% so với cùng kỳ năm 2022. Trong đó, giá nhập khẩu dệt may nguyên liệu từ EU giảm 2,4% so với cùng kỳ năm 2022, xuống còn 302,1 USD/m<sup>3</sup>; Mỹ giảm 5,9%, xuống 429,4 USD/m<sup>3</sup>; Thái Lan giảm 13,0%, xuống còn 205,6 USD/m<sup>3</sup>...

Với những khó khăn trong xuất khẩu dệt may và sản phẩm dệt may khi nhu cầu giảm, dự báo nhập khẩu dệt may nguyên liệu của Việt Nam trong thời gian tới vẫn giảm do nhu cầu yếu của các nhà máy chế biến, cùng với việc các doanh nghiệp trong nước đẩy mạnh xu hướng sử dụng nguyên liệu dệt may rừng trồng trong nước khi sản lượng khai thác tăng và để giảm chi phí đầu vào.

Theo Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn, hai tháng đầu năm 2024, diện tích rừng trồng mới tập trung của cả nước ước đạt 18,8 nghìn ha, tăng 4,8% so với cùng kỳ năm 2022, trong đó, sản lượng dệt may khai thác đạt 1.982,1 nghìn m<sup>3</sup>, tăng 3,1% so với cùng kỳ năm 2022.

b) Phân tích tình hình nhập khẩu mặt hàng dệt may theo thị trường cung ứng:

**Biểu đồ 02: Tỷ trọng kim ngạch nhập khẩu dệt may và sản phẩm dệt may về Việt Nam trong tháng 2/2024**



*Nguồn: Theo tính toán số liệu từ Tổng Cục Hải quan*

Việt Nam nhập khẩu dệt may từ thị trường Mỹ trong năm 2024 đạt 238,06 triệu USD, giảm 31% so với năm 2022 và chiếm 10,8% tổng kim ngạch nhập khẩu G&SP của Việt Nam. Trong đó, ba mặt hàng chính có giá trị nhập khẩu chiếm tới 96,5% tổng kim ngạch dệt may Việt Nam nhập khẩu từ Mỹ trong năm 2024 là dệt may xẻ, dệt may tròn và veneer. Cụ thể, lượng dệt may xẻ nhập khẩu là 355,22 nghìn m<sup>3</sup>, đạt 166,2 triệu USD, giảm 5,4% về lượng và 30,8% về giá trị so với năm 2022, chiếm 69,8% tổng kim ngạch NK DỆT MAY từ Mỹ. Đồng thời, Việt Nam nhập khẩu 214,55 nghìn m<sup>3</sup> dệt may tròn từ Mỹ với giá trị trên 59,31 triệu USD, giảm 43,6% về lượng và 38,6% về giá trị so với năm 2022, chiếm 24,9% tổng kim ngạch NK dệt may từ thị trường này. Lượng veneer nhập khẩu từ Mỹ đạt 2.086 m<sup>3</sup>, trị giá 4,14 triệu USD, giảm 3,3% về lượng nhưng tăng 17,3% về giá trị so với năm 2022, chiếm 1,7% tổng kim ngạch NK dệt may từ Mỹ.

**Hình 1: Lượng (trái) và giá trị (phải) nhập khẩu dệt may nguyên liệu từ Mỹ vào Việt Nam giai đoạn 2020 – 2024**



*Nguồn: Số liệu thống kê từ Tổng cục Hải quan*

Kỳ vọng Trung Quốc sẽ sớm mở cửa lại hoàn toàn nền kinh tế vào quý 2/2024. Trung Quốc là thị trường nhập khẩu dệt may lớn thứ hai của Việt Nam, chiếm 13% tổng giá trị xuất khẩu. Tuy nhiên, 80% tổng kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam sang Trung Quốc trong năm 2022 là dệt may nguyên liệu (mã HS44) với hơn 20 mặt hàng, chủ yếu là dăm gỗ. Hiện dăm dệt may xuất khẩu sang Trung Quốc chủ yếu là các doanh nghiệp nhỏ lẻ, chưa niêm yết trên sàn chứng khoán. Ngược lại, Trung Quốc là thị trường nhập khẩu dệt may chính của Việt Nam, chiếm 37% thị phần vào năm 2022.

Việt Nam nhập khẩu dệt may từ Trung Quốc giảm 16,7% về giá trị so với năm 2022 nhưng vẫn chiếm trên 34,6% tổng kim ngạch nhập khẩu của cả nước. Các mặt hàng nhập chính từ thị trường này trong năm 2024 gồm:

Veneer/ván bóc nhập 168,84 nghìn m3, đạt 202 triệu USD, giảm 17% về lượng và 25% về giá trị so với năm 2022, chiếm 26,6% tổng kim ngạch nhập khẩu dệt may từ thị trường này;

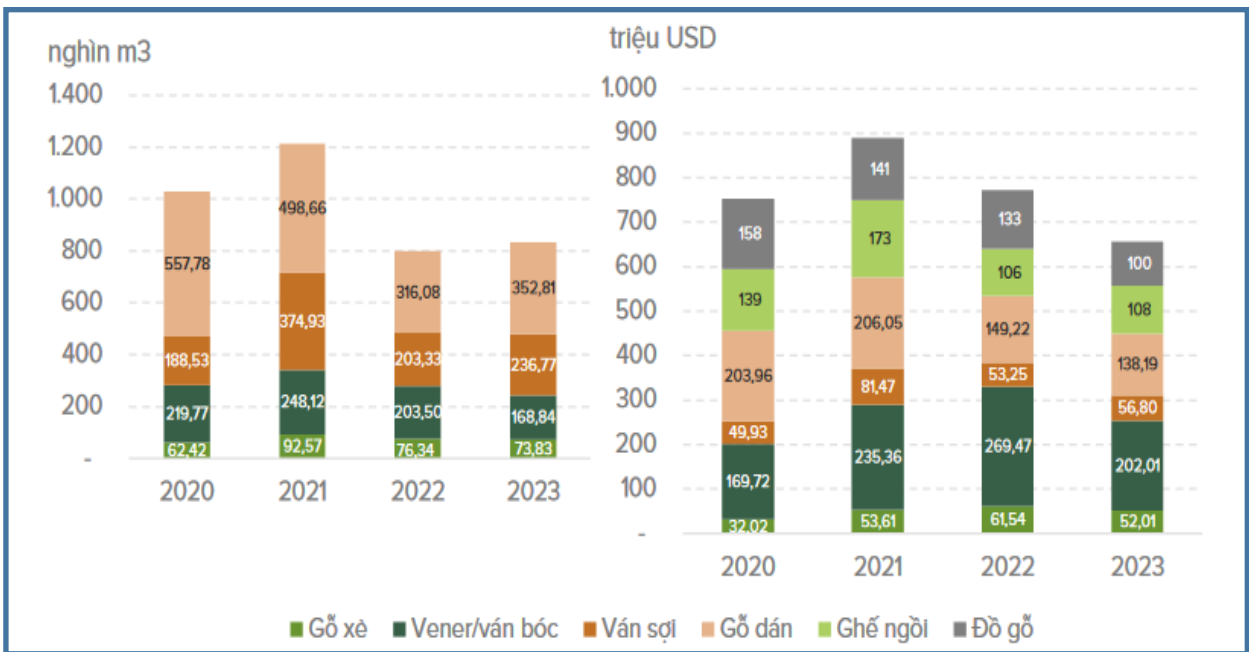
Dệt may dán nhập 352,81 nghìn m3, đạt 138,19 triệu USD, tăng 11,6 % về lượng nhưng lại giảm 7,4% về giá trị, chiếm 18,2 % tổng kim ngạch nhập khẩu dệt may từ thị trường này;

Ván sợi nhập 236,77 nghìn m3, đạt 56,8 triệu USD, tăng 16,4 % về lượng và 6,7% về giá trị, chiếm 7,5 % tổng kim ngạch nhập khẩu dệt may từ Trung Quốc.

Đồ gỗ, kim ngạch nhập khẩu đạt 99,72 triệu USD, tăng 1,6% so với năm 2022, chiếm 14,2% tổng kim ngạch nhập khẩu dệt may từ Trung Quốc;

Ghế ngồi kim ngạch nhập khẩu đạt 107,75 triệu USD, giảm 25,2 %, chiếm 13,1% tổng kim ngạch nhập khẩu DỆT MAY từ Trung Quốc

**Hình 3: Lượng (trái) và giá trị (phải) một số mặt hàng nhập khẩu từ Trung Quốc vào Việt Nam giai đoạn 2020 – 2024**



*Nguồn: Số liệu thống kê từ Tổng cục Hải quan*

## 2. Đánh giá chung về tình hình sản xuất trong nước

### a) Quy mô thị trường mặt hàng dệt may trong nước

Việt Nam đã trở thành một trong những quốc gia sản xuất, xuất khẩu đồ dệt may lớn nhất thế giới. Cùng với sự cạnh tranh quyết liệt với những quốc gia khác, các doanh nghiệp dệt may Việt Nam đang gặp rất nhiều khó khăn tại các thị trường xuất khẩu do những quy định mới về nguồn gốc, xuất xứ sản phẩm, thuế và các định chế thương mại liên quan.

Trong năm 2024, mặc dù kim ngạch xuất khẩu dệt may và sản phẩm có tăng trưởng nhưng chỉ đạt 79% kế hoạch đề ra, cho thấy tiềm ẩn những nguy cơ cần giải quyết. Khó khăn với ngành dệt may có thể kéo dài khi những yếu tố bất lợi vẫn hiện hữu như khủng hoảng địa chính trị lan rộng, suy thoái kinh tế thế giới, các thị trường xuất khẩu chính chưa phục hồi. Cùng với đó, ngành dệt may vẫn đối mặt những thách thức như đơn hàng phải cạnh tranh và yêu cầu về mẫu mã, chất lượng cao. Các rào cản thương mại nước ngoài ngày càng khắt khe, các chứng chỉ về quản lý rừng bền vững hay chứng chỉ giảm phát thải các-bon sau này bắt buộc sản phẩm dệt may khi xuất sang thị trường các nước phải tuân thủ. Nhiều thị trường lớn như EU, Nhật Bản, Hàn Quốc, Mỹ... đã yêu cầu các doanh nghiệp xuất khẩu dệt may phải có chứng chỉ bền vững, minh bạch trong chuỗi nguồn cung đã tác động đến các nhà sản xuất. Một số quốc gia nhập khẩu khác còn yêu cầu doanh nghiệp dệt may Việt Nam phải cung cấp các chứng nhận liên quan nguồn gốc sản phẩm, tình trạng sử dụng lao động, tiền lương, xử lý chất thải,... Hơn thế nữa, các doanh nghiệp xuất khẩu dệt may hiện phải đối diện với những thách thức mới về cam kết quốc tế như tuân thủ quy định của EU về chống phá rừng, trách nhiệm giải trình ngành dệt may để thực hiện đầy đủ các cam kết quốc tế theo luật Lacey (Mỹ), cơ chế điều chỉnh biên giới các-bon (CBAM) do Ủy ban châu Âu (EC) đề xuất... Do vậy, những tháng còn lại của năm 2024, xuất khẩu dệt may và sản phẩm dệt may của Việt Nam sẽ vẫn còn tiếp tục đối mặt với nhiều thách thức. Hiện tại Mỹ đang là thị trường nhập khẩu dệt may và các sản phẩm từ dệt may của Việt Nam nhiều nhất trong các thị trường nhập khẩu, tỷ trọng đạt khoảng 60% mỗi năm. Từ đầu năm 2022 đến nay, các doanh nghiệp xuất khẩu dệt may Việt Nam liên tục phải đối mặt với các vụ kiện chống bán phá giá từ Mỹ, Hàn Quốc,... Gần đây, Cơ quan đại diện thương mại của Mỹ cáo buộc ngành dệt may Việt Nam sử dụng dệt may bất hợp pháp tại thị trường nội địa và trong sản phẩm xuất khẩu vào nước này và Hàn Quốc đang điều tra để đưa ra phán quyết về thuế chống bán phá giá đối với sản phẩm ván ép của các doanh nghiệp.

#### b) Tình hình tiêu thụ mặt hàng dệt may trong nước

Nhu cầu sử dụng hàng hóa, đặc biệt là về hàng hóa không thiết yếu như đồ gỗ, giảm mạnh. Một số nhà nhập khẩu đồ dệt may lớn trên thế giới đã phá sản. Nhiều DN ngành dệt may của Việt Nam phải thu hẹp quy mô sản xuất, một số DN thậm chí phải đóng cửa. Trong mặt hàng gỗ, xuất khẩu viên nén dệt may có mức sụt giảm khá lớn. Vốn được sử dụng nguyên liệu đầu vào là những phụ phẩm tương như bỏ đi, nhưng mỗi năm xuất khẩu viên nén dệt may đóng góp hàng trăm triệu USD trong kim ngạch xuất khẩu dệt may và con số này kỳ vọng đạt 1 tỷ USD trong năm 2024. Thế nhưng, kim ngạch xuất khẩu viên nén dệt may trong năm nay dự kiến giảm 15 - 17% so với năm 2022. Lượng viên nén của Việt Nam xuất sang Hàn Quốc giảm không phải là giảm cầu tại thị trường này mà do các DN Hàn Quốc nhập khẩu viên nén từ các nguồn cung khác. Nhận định chung về bức tranh xuất khẩu của ngành dệt may trong năm 2024 cũng như dự đoán thị trường sắp tới, ngành dệt may đang đứng trước rất nhiều thách thức, đặc biệt là các vấn đề về tranh chấp thương mại, trong đó nổi cộm là kinh doanh dệt may bất hợp pháp; vấn đề bảo đảm môi trường; vấn đề khai dệt may ở những vùng rừng không có chứng nhận an toàn cao... Để cụ thể hóa doanh số xuất khẩu, ngành dệt may đang tập trung vào nhiều vấn đề trọng tâm trong đó đẩy mạnh thị trường, coi đây là một trong hai chân trụ của DN (hạ tầng sản xuất, thị trường) theo hướng phát triển bền vững. Nếu không xây dựng tốt thị trường sẽ ảnh hưởng rất lớn đến doanh số xuất khẩu dệt may trong năm 2024.

### **3. Đánh giá và khuyến nghị**

Việt Nam với vị thế thuộc nhóm các nước có tỷ trọng xuất khẩu dệt may hàng đầu thế giới, ngành dệt may Việt Nam đã mở rộng thị trường xuất khẩu, thâm nhập sâu hơn vào các thị trường quan trọng như Mỹ, EU, Hàn Quốc, Nhật Bản và ngày càng hiện diện nhiều hơn tại các thị trường mới nổi như UAE, Ấn Độ... Với nhiều thế mạnh về phát triển lâm nghiệp, chính sách hỗ trợ doanh nghiệp và các hiệp định thương mại tự do, xuất khẩu dệt may và sản phẩm dệt may của Việt Nam đã đạt được nhiều thành công trên thị trường quốc tế. Ngành dệt may Việt Nam có vị thế thuận lợi để tận dụng nhu cầu mạnh mẽ từ thị trường trong nước và quốc tế. Đồng thời, các doanh nghiệp đang đầu tư công nghệ mới, chuyển đổi kỹ thuật số để phát triển các sản phẩm và dịch vụ mới, nâng cao khả năng cạnh tranh, tăng tính hiệu quả và năng suất hơn. Mặc dù nhiều thuận lợi nhưng ngành dệt may vẫn còn đối mặt với nhiều khó khăn khi các thị trường xuất khẩu chính của Việt Nam ngày càng yêu cầu chặt chẽ việc kiểm soát nguồn gốc dệt may đảm bảo hợp pháp, không làm ảnh hưởng đến suy thoái, mất rừng, sản xuất xanh, giảm phát thải khí nhà kính... Nguy cơ gian lận thương mại, giả xuất xứ sản phẩm hàng hóa

ngày càng gia tăng; cạnh tranh thương mại diễn ra phức tạp cũng là thách thức không nhỏ đối với các doanh nghiệp xuất khẩu đồ dệt may Việt Nam. Ngoài các yếu tố khách quan, năng lực nội tại của các doanh nghiệp cũng còn hạn chế khi phần lớn doanh nghiệp chủ yếu gia công theo đơn hàng và mẫu mã của các nhà phân phối nước ngoài. Sản xuất, xuất khẩu tăng trưởng nhiều năm liên tục nhưng dựa vào lao động và nguyên liệu giá rẻ, giá trị gia tăng của sản phẩm không cao. Đa số các doanh nghiệp có quy mô nhỏ, chưa đủ năng lực xây dựng thương hiệu; sức chống chịu kém trước các biến động bất ngờ và liên tục từ thị trường. Các sản phẩm ít được phân phối trực tiếp đến khách hàng mà phải thông qua các kênh phân phối, doanh nghiệp nước ngoài. Theo đó, để ngành dệt may phát triển bền vững, bên cạnh việc đáp ứng các quy định, tiêu chuẩn về xuất xứ, môi trường, ngành dệt may và nội thất Việt Nam phải chú trọng vào đầu tư cho thiết kế, sáng tạo, nâng cao giá trị gia tăng của sản phẩm. Đáng chú ý, thời gian qua nhiều doanh nghiệp ngành dệt may đã nhanh chóng nghiên cứu xu hướng thị trường và chuyển đổi từ gia công xuất khẩu sang thiết kế các mẫu mã mới, đẹp mắt và có chất lượng tốt, được nhiều khách mua hàng quốc tế đánh giá cao. Đây là tín hiệu tốt cho thấy ngành chế biến dệt may và nội thất Việt Nam đang đi đúng hướng, không chỉ nhằm gia tăng kim ngạch xuất khẩu mà còn từng bước nâng cao vị thế, thương hiệu ngành đồ dệt may Việt Nam trên thị trường quốc tế.

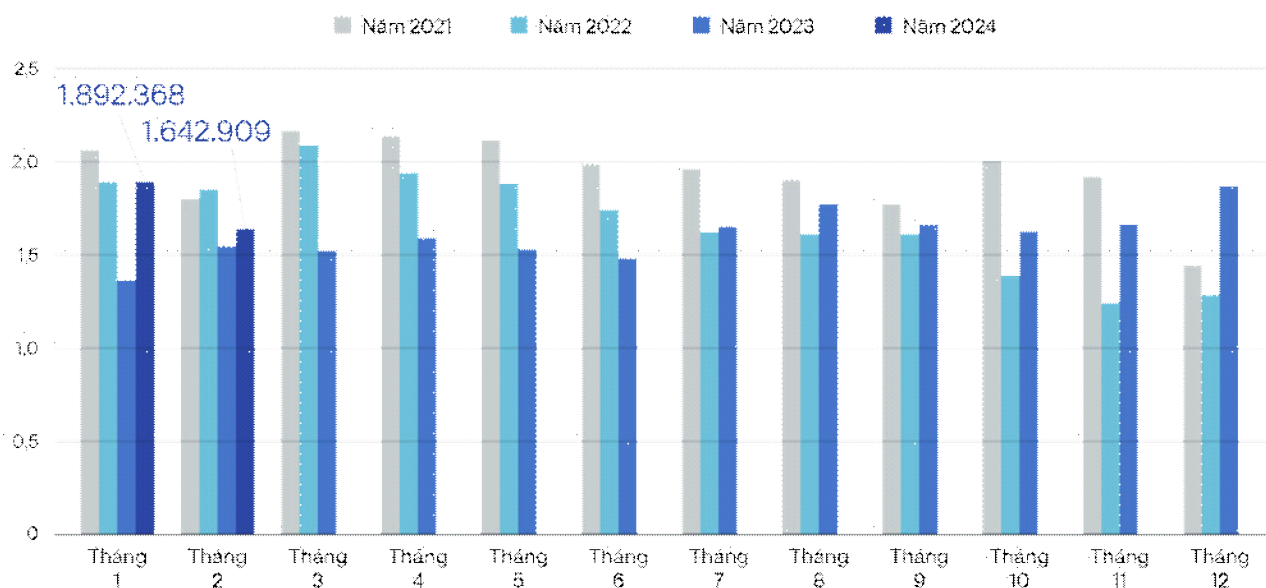
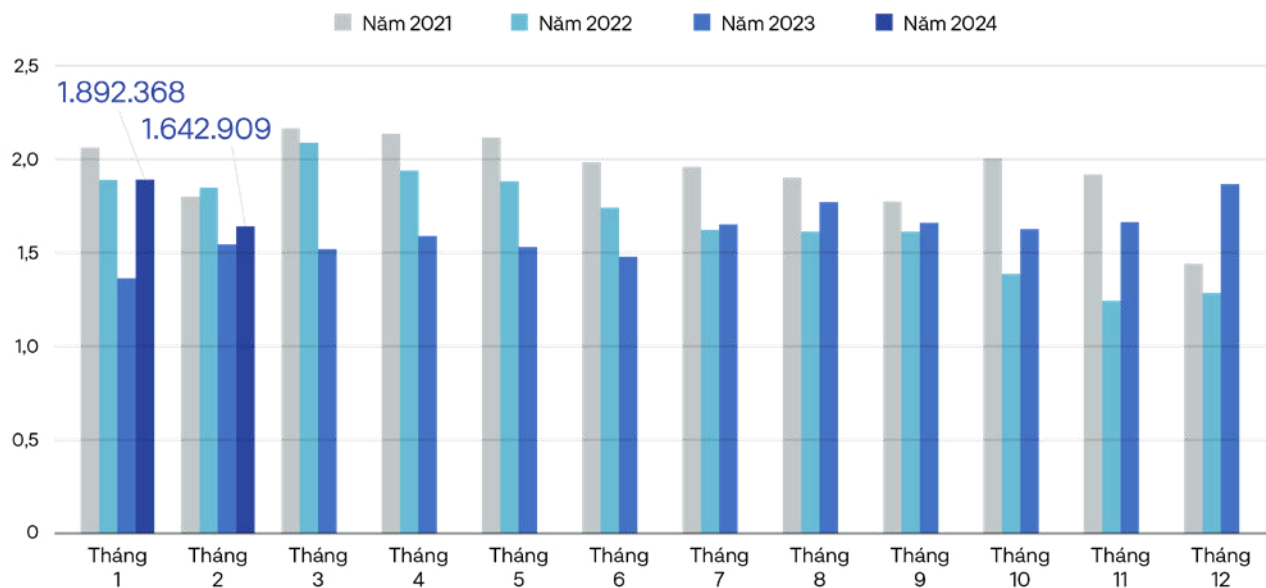
## **THEO DÕI MẶT HÀNG THÉP TẤM XUẤT KHẨU**

### **1. Tổng quan xuất khẩu thép tấm tháng 2 năm 2024**

Tháng 2/2024 ghi nhận sự suy giảm đáng kể về lượng và trị giá xuất khẩu thép tấm của Việt Nam so với tháng trước, với mức giảm lần lượt là 18,1% và 17,6%. Tuy nhiên, nếu so với cùng kỳ năm 2023, xuất khẩu thép tấm lại cho thấy mức tăng trưởng khả quan với lượng tăng 19,3% và trị giá tăng 12,6%. Điều này phản ánh nhu cầu từ một số thị trường quốc tế lớn tiếp tục cải thiện, bất chấp áp lực từ các biện pháp phòng vệ thương mại và sự biến động của thị trường thép toàn cầu.

### **Biểu đồ 1: Tình hình sản xuất thép thô 2021-2024**

*Đơn vị: triệu tấn. Nguồn: VSA.*



## 2. Tình hình xuất khẩu theo thị trường

### 2.1 ASEAN

Khu vực ASEAN chiếm tới 32% thị phần, duy trì vai trò là thị trường xuất khẩu thép tấm lớn nhất của Việt Nam. Nhu cầu ổn định từ các nước trong khu vực, cùng với các ưu đãi thương mại khu vực (AFTA), đã hỗ trợ doanh nghiệp thép Việt Nam duy trì vị thế tại thị trường này.

### 2.2 EU

Xuất khẩu thép tấm sang EU chiếm 28% thị phần, ghi nhận sự phục hồi sau những tác động của các rào cản thương mại và bất ổn kinh tế giai đoạn COVID-19. Mặc dù vậy, các biện pháp bảo hộ tại EU vẫn đặt ra những thách thức lớn đối với doanh nghiệp Việt Nam.

## 2.3 Hoa Kỳ

Mặc dù chỉ chiếm 9% thị phần, xuất khẩu sang Hoa Kỳ tăng đột biến tới 419% so với cùng kỳ năm trước. Đây là kết quả từ các nỗ lực gia tăng chất lượng sản phẩm, đồng thời giảm thiểu rủi ro từ các biện pháp chống bán phá giá thông qua việc tìm kiếm các đối tác chiến lược và tuân thủ quy định xuất khẩu nghiêm ngặt.

## 2.4 Các thị trường nổi bật khác

*Italy:* Dẫn đầu trong khối EU, với mức tăng trưởng 114% so với cùng kỳ. Điều này cho thấy doanh nghiệp thép Việt Nam đã mở rộng thị trường hiệu quả tại quốc gia này.

*Malaysia:* Xuất khẩu tăng tới 625%, phản ánh quan hệ thương mại ngày càng thắt chặt với nước láng giềng này.

## 3. Giá xuất khẩu

Nhìn chung, giá nguyên liệu sản xuất thép từ cuối tháng 1 đến đầu tháng 3 có xu hướng giảm so với cuối năm ngoái. Trước đó, năm 2023 ghi nhận mức giá tăng trong quý I, giảm trong quý II, ổn định trong quý III và có xu hướng tăng trở lại trong quý IV.

- Quặng sắt loại 62% Fe: Ngày 8/3/2024 giao dịch ở mức 117 USD/tấn CFR cảng Thiên Tân, Trung Quốc, giảm 13 USD so với thời điểm giữa tháng 2. Trước đó, giá quặng sắt bình quân quý IV/2023 là khoảng 128-130 USD/ tấn, tăng 30% so với năm 2022 và giá bình quân cả năm 2023 tăng nhẹ so với 2022.

- Than mỡ luyện cốc: Giá than mỡ luyện cốc (Hard coking coal) xuất khẩu tại cảng Australia ngày 8/3/2024 giao dịch ở mức khoảng 251 USD/tấn FOB, giảm 10 USD/tấn so với mức giá giao giữa tháng 2. Giá giao dịch bình quân quý IV/2023 là 269,2 USD/tấn, tăng 4% so với năm 2022. Tuy nhiên, mức giá bình quân cả năm 2023 đạt 223,8 USD/tấn, giảm 24% so với năm 2022.

- Sắt thép vụn: Cuối tháng 2, giá thép phế nội địa tăng nhẹ khoảng 200 – 300 đồng/kg, giữ mức 9.350 đến 9.900 đồng/kg.

- Giá thép phế giao dịch cảng Đông Á ngày 31/1/2024 nhích nhẹ lên mức 382 USD/tấn, giảm 16-18 USD/tấn so với giữa tháng 2.

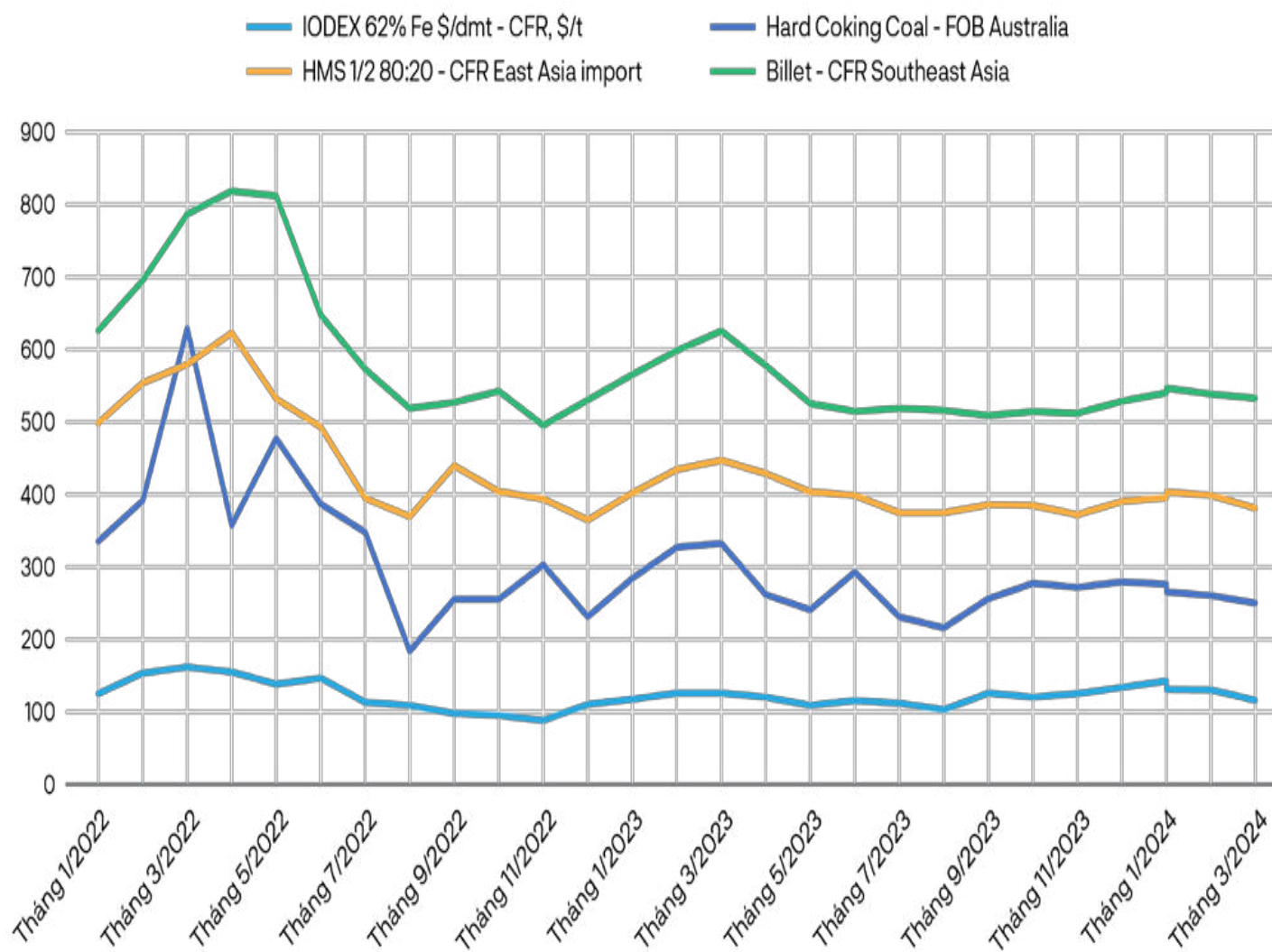
Trước đó, giá thép phế giao dịch cảng Đông Á bình quân đầu quý IV/2023 là 385 USD/tấn, giảm 1% so với cùng kỳ năm 2022. Tính chung giá giao dịch bình quân năm 2023 đạt 403,2 USD/tấn, giảm 14% so với cùng kỳ năm 2022.

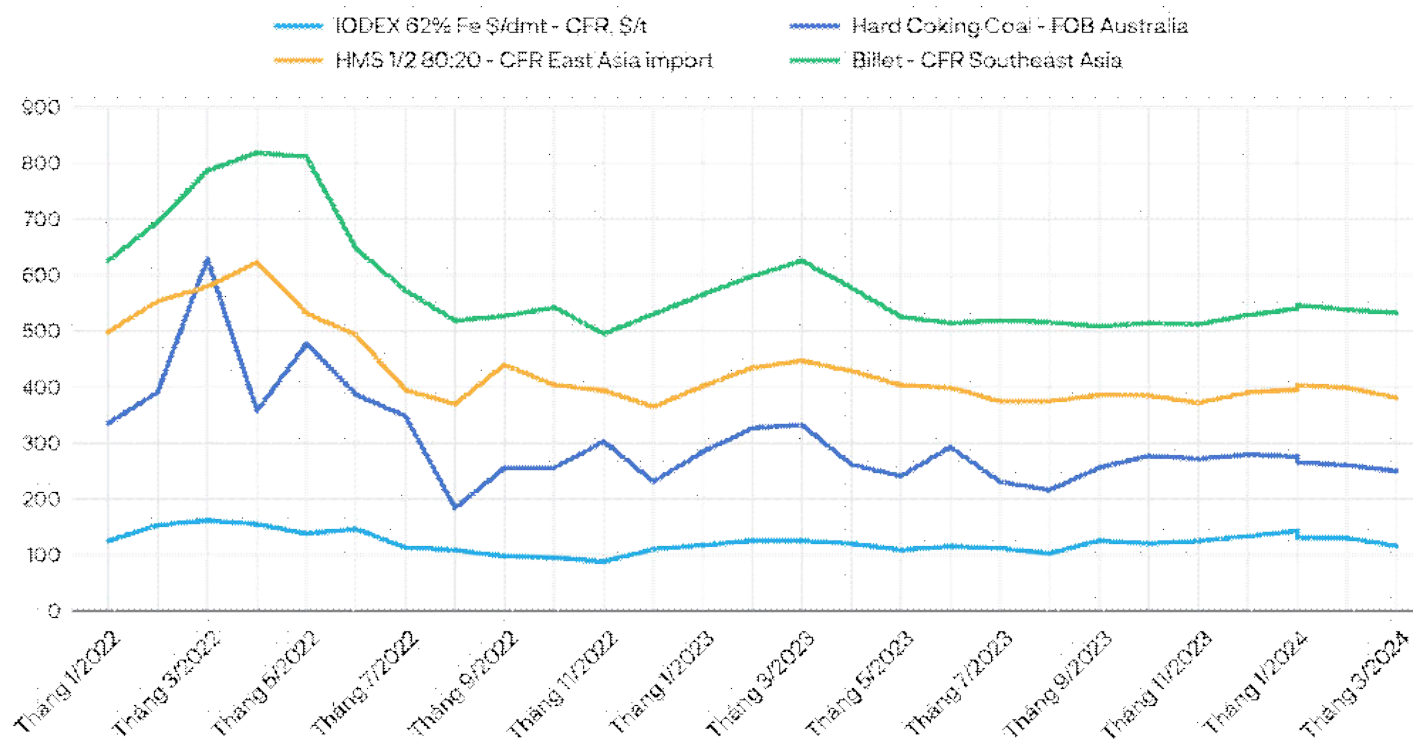
- Điện cực graphite: Trong tháng 2, giá than điện cực loại UHP600 dao động khoảng 6.000 USD/tấn FOB xuất khẩu của Trung Quốc, tương ứng 18.500-nhân dân tệ. Mức giá trên đã giảm liên tục trong 5 tháng trở lại đây, kể từ thời điểm tháng 11/2023.

- Cuộn cán nóng HRC: Giá HRC ngày 8/3/2024 ở mức 575 USD/tấn, CFR Việt Nam, giảm 25 USD/tấn so với giá giao dịch giữa tháng 2 và không thay đổi đáng kể so với đầu năm 2023.

**Biểu đồ 2: Giá nguyên liệu sản xuất thép từ năm 2022 đến đầu tháng 3/2023**

*Đơn vị: USD/tấn. Nguồn: VSA.*





## 4. Dự báo

### 4.1. Sản xuất

Ngành thép Việt Nam tiếp nối xu hướng sản xuất và sử dụng sản phẩm thân thiện môi trường trong chiến lược phát triển bền vững toàn cầu, đặc biệt với cam kết của Chính phủ Việt Nam tại COP26 về phát thải ròng carbon bằng không vào năm 2050.

Triển vọng sản xuất thép của Việt Nam sẽ tăng khoảng 10% năm 2024 và 8% vào năm

2025 khi nhu cầu sử dụng thép các ngành kinh tế trong nước hồi phục trở lại. Dự báo sản xuất thép thành phẩm 2024- 2025 sẽ đạt khoảng 28-30 triệu tấn và nhu cầu tiêu thụ thép trong nước ước đạt khoảng 21-22,5 triệu tấn.

#### - Cơ hội:

+ GDP của Việt Nam dự kiến đạt 6-6.5% năm 2024. Thép vẫn là vật liệu cơ bản của thế giới, Việt Nam là quốc gia đang phát triển, nhu cầu thép phát triển hạ tầng cơ sở tăng. Tiêu thụ thép bình quân đầu người hiện ở mức 240 kg/người và dự kiến tăng lên 290-300 kg/người vào năm 2030.

+ Sản lượng và chất lượng thép đáp ứng nhu cầu tiêu thụ nội địa và xuất khẩu đến hơn quốc gia.

+ Việc các doanh nghiệp chuyển đổi sang công nghệ hiện đại, hiệu quả giúp tiết kiệm chi phí sản xuất và tăng khả năng cạnh tranh khi tham gia thị trường quốc tế. Cùng thời điểm, ngành thép toàn cầu cũng đang hướng đến mục tiêu khí hậu giảm 1,5 độ C.

- Thách thức:

+ Suy thoái kinh tế toàn cầu cùng với lạm phát, thất nghiệp gia tăng khiến nhu cầu thép toàn cầu giảm.

+ Quá trình hội nhập quốc tế và thực hiện các cam kết thương mại trong các hiệp định thương mại tự do (FTA) thế hệ mới đang tạo áp lực chuyển đổi công nghệ.

+ Phát thải hiện tại (37 triệu tấn) cao hơn 1,85 lần, toàn ngành công nghiệp 2050 (20 triệu tấn).

#### **4.2. Tiêu thụ:**

Theo đánh giá của chúng tôi, 2023 – năm “đáy” của ngành thép đã qua, do vậy 2024 sẽ là năm khởi đầu của sự phục hồi, tuy nhiên mức độ phục hồi nhanh hay chậm còn phụ thuộc như vào tăng trưởng của nền kinh tế Trung Quốc, lộ trình giảm lãi suất của Fed, triển vọng nền kinh tế Mỹ...

Tuy vậy, chúng tôi cho rằng những chương trình thúc đẩy nền kinh tế của Chính phủ, trong đó có tháo gỡ khó khăn lĩnh vực bất động sản, hỗ trợ lãi suất, đẩy mạnh đầu tư công... có thể là “cửa sáng” cho ngành thép trong nửa cuối năm 2024.

Trong báo cáo mới đây, các chuyên gia của Chứng khoán SSI (SSI Research) kỳ vọng tổng sản lượng tiêu thụ thép sẽ phục hồi hơn 6% so với cùng kỳ trong năm 2024, trong đó tiêu thụ nội địa đạt mức tăng trưởng gần 7%.

Theo đó, kênh nội địa đã có những dấu hiệu phục hồi đầu tiên vào cuối năm 2023 khi sản lượng tiêu thụ từ tháng 9 đến tháng 11 đã tăng 13% so với cùng kỳ sau khi giảm 20% trong 8 tháng trước đó. Mức tiêu thụ thép trong năm 2024 sẽ được hỗ trợ nhờ tình hình vĩ mô và thị trường bất động sản khởi sắc hơn. Trong chu kỳ trước, tiêu thụ thép xây dựng năm 2013 đã tăng khoảng 3% so với mức đáy năm 2012.

Bên cạnh đó, khối lượng xuất khẩu có thể duy trì tăng trưởng nhờ triển vọng nhu cầu toàn cầu tích cực. Theo Hiệp hội Thép Thế giới, nhu cầu thép thế giới dự kiến sẽ tăng 1,9% trong năm 2024 so với 1,8% trong năm 2023.

Nhu cầu từ các nền kinh tế phát triển dự kiến sẽ tăng 2,8% trong năm 2024 sau khi giảm 1,8% trong năm 2023. Trong đó, nhu cầu của Mỹ và Châu Âu lần lượt tăng 5,8% và 1,6%. Mặt khác, nhu cầu từ hầu hết nước ASEAN dự kiến sẽ tăng tăng 5,2% trong năm 2024, cao hơn mức 3,8% trong năm 2023.

Do vậy, lượng xuất khẩu thép của Việt Nam được kỳ vọng sẽ cải thiện trong quý đầu tiên do chênh lệch giữa giá thép HRC ở Bắc Mỹ và Châu Âu so với giá thép ở Việt Nam ngày càng gia tăng. Ngoài ra, Châu Âu kiểm soát chặt hơn việc nhập thép bán thành phẩm do Nga sản xuất trong năm 2024 cũng sẽ hỗ trợ xuất khẩu thép Việt Nam sang Châu Âu.

## **5. Tình hình xuất khẩu thép tấm theo mã HS:**

### **5.1. Mã HS 7208:**

- *Tình hình xuất khẩu:* Đây là mã hàng có trị giá xuất khẩu lớn nhất trong nhóm thép tấm từ Việt Nam. Trong năm 2023, xuất khẩu đạt hơn 1 tỷ USD, nhưng giảm 13,31% so với năm trước. Các thị trường chính bao gồm Italy, Malaysia và Ấn Độ. Đặc biệt, xuất khẩu sang Tây Ban Nha trong EU tăng trưởng mạnh, nhưng thị phần vẫn chỉ chiếm 4,84%.

- *Thách thức:* Hoa Kỳ không phải là thị trường lớn cho mã này, với tỷ trọng dưới 0,01%. Điều này có thể do các rào cản thương mại hoặc nhu cầu thấp từ thị trường này.

### **5.2. Mã HS 7211:**

- *Tình hình xuất khẩu:* Xuất khẩu mã này giảm mạnh trong năm 2023, chỉ đạt 13,53 triệu USD, giảm 44,8% so với năm 2022. Trong 6 tháng đầu năm 2024, xuất khẩu tiếp tục giảm 48,6% so với cùng kỳ năm trước. Các thị trường chính bao gồm Campuchia, Mexico, Thái Lan và Lào.

- *Thách thức:* EU không nằm trong nhóm 10 thị trường xuất khẩu hàng đầu, và Hoa Kỳ chỉ chiếm 0,39% trong 6 tháng đầu năm 2024.

### **5.3. Mã HS 7225:**

- *Tình hình xuất khẩu:* Năm 2023, xuất khẩu đạt 161,9 triệu USD, giảm 10,21% so với năm trước. Trong 6 tháng đầu năm 2024, trị giá xuất khẩu tiếp tục giảm 39,67% so với cùng kỳ năm 2023. Các thị trường chính không bao gồm Hoa Kỳ, và xuất khẩu sang thị trường này rất ít.

- *Thách thức:* Sự cạnh tranh từ các nhà cung cấp lớn như Canada, Thụy Điển và Đức khiến Việt Nam khó mở rộng thị phần.

#### **5.4. Mã HS 7226:**

- *Tình hình xuất khẩu:* Đây là mã hàng có trị giá xuất khẩu thấp nhất trong nhóm. Năm 2023, xuất khẩu đạt 5,41 triệu USD, giảm nhẹ 2,07%. Tuy nhiên, trong 6 tháng đầu năm 2024, xuất khẩu tăng 27,17% so với cùng kỳ năm trước, đạt 3,75 triệu USD. Đức là thị trường lớn trong EU, chiếm 9,68% tổng trị giá xuất khẩu của Việt Nam.

- *Thách thức:* Hoa Kỳ không phải là thị trường lớn, và xuất khẩu sang đây không ổn định.

### **6. Thông tin vụ việc phòng vệ thương mại**

#### **6.1. Các vụ việc nước ngoài khởi xướng điều tra đối với sản phẩm thép xuất khẩu của Việt Nam**

- Canada khởi xướng điều tra chống bán phá giá đối với mặt hàng dây thép nhập khẩu từ Việt Nam:

Ngày 08 tháng 3 năm 2024, Cơ quan Dịch vụ biên giới Canada (CBSA) đã khởi xướng điều tra áp dụng biện pháp chống bán phá giá (CBPG) đối với mặt hàng dây thép (Wire Rod) có xuất xứ hoặc xuất khẩu từ Trung Quốc, Ai Cập và Việt Nam.

Mã HS: 7213.91.00.42; 7213.91.00.43; 7213.91.00.49; 7213.91.00.50; 7213.91.00.60; 7213.91.00.70; 7213.99.00.11; 7213.99.00.12; 7213.99.00.31; 7213.99.00.32; 7213.99.00.51; 7213.99.00.52; 7227.20.00.20; 7227.20.00.90; 7227.90.00.60; 7227.90.00.70; 7227.90.00.81; 7227.90.00.82; 7227.90.00.83.

CBSA sẽ ban hành kết luận sơ bộ trong vòng 90 ngày kể từ ngày khởi xướng. Theo dự kiến, lịch điều tra của CBSA (Bảng 8).

- Vụ việc đề nghị Mỹ công nhận nền kinh tế thị trường (KTTT) của Việt Nam trong khuôn khổ cuộc rà soát thay đổi hoàn cảnh (CCR)

Ngày 30/01/2024, Chủ tịch VSA sẽ có tiếp tục ký bản đề trình ý kiến lên Mỹ. Trước đó, ngày 11/01/2024, Cục Phòng vệ Thương mại (Bộ Công Thương) đã thông báo kết quả ban đầu ý kiến các bên nộp Bình luận về việc.

Mỹ xem xét Việt Nam là nền kinh tế thị trường trong các vụ việc phòng vệ thương mại lên cổng thông tin điện tử của Mỹ (ngày 21/12/2023), đã có tổng cộng khoảng 56 thư bình luận hợp lệ, trong đó, có khoảng 37 thư ủng hộ Việt Nam từ các tổ chức/doanh nghiệp trong và ngoài nước.

Đặc biệt, từ phía Việt Nam có 18 thư ủng hộ, bao gồm: Liên đoàn Thương mại và Công nghiệp Việt Nam (VCCI), 10 hiệp hội (thép, nhôm, mật ong, thủy sản, gỗ, cao su, da-giày- túi xách, bông sợi, bao bì, in), 5 doanh nghiệp Việt Nam và 2 doanh nghiệp FDI.

Ngày 21/12/2023, sau khi trao đổi với Cục Phòng vệ Thương mại và sự hỗ trợ của văn phòng Luật sư GHC, hiệp hội Thép Việt Nam đã hoàn tất lần 1 bản đề trình ý kiến đại diện của ngành thép Việt Nam về việc đề nghị Mỹ xem xét vấn đề nền kinh tế thị trường đối với Việt Nam.

Ngày 27/11/2023, VSA đã có công văn số 81/2023/HHTVN gửi các doanh nghiệp thành viên về việc triển khai nội dung công việc đề nghị Mỹ xem xét vấn đề nền kinh tế thị trường đối với Việt Nam. Ngày 3/11/2023, VSA đã có công văn số 79/2023/HHTVN gửi các doanh nghiệp thành viên thông báo kết luận nội dung cuộc họp về việc đề nghị Mỹ xem xét vấn đề nền kinh tế thị trường đối với Việt Nam.

Ngày 20/10/2023, Cục Phòng vệ thương mại đã tổ chức cuộc họp với Hiệp hội Thép Việt Nam (VSA) cùng một số doanh nghiệp thép xuất khẩu sang thị trường Mỹ.

## **6.2. Chính sách của thế giới**

- *Những chính sách ảnh hưởng đến ngành thép trong năm 2024:*

Chính sách của Trung Quốc;

Tác động của cơ chế điều chỉnh carbon của EU (CBAM);

Thoả thuận xanh;

Mục tiêu Net Zero của ASEAN;

Định hướng của ASEAN về biến đổi khí hậu;

Công suất sản xuất thép không chắc chắn trong ASEAN.

*- Cơ chế điều chỉnh biên giới carbon của EU:*

EU công bố Quy định thực thi (EU) 2023/1773 liên quan đến nghĩa vụ báo cáo mục đích của cơ chế điều chỉnh biên giới carbon (CBAM) trong giai đoạn chuyển tiếp, có hiệu lực từ ngày 16/9/2023.

Theo đó, quy định thực thi nêu chi tiết các nghĩa vụ báo cáo chuyển tiếp đối với các nhà nhập khẩu hàng hóa CBAM của EU và phương pháp chuyển tiếp để tính toán lượng khí thải tích hợp thải ra trong quá trình sản xuất hàng hóa CBAM.

Để giúp cả các nhà nhập khẩu và nhà sản xuất nước thứ ba, Ủy ban cũng đã công bố hướng dẫn dành cho các nhà nhập khẩu EU và các cơ sở ngoài EU về việc thực hiện thực tế các quy định mới.

Các công cụ công nghệ thông tin chuyên dụng, tài liệu đào tạo, hội thảo trực tuyến và các hướng dẫn sẽ hỗ trợ doanh nghiệp tính toán và báo cáo khi cơ chế chuyển đổi bắt đầu.

Các nhà nhập khẩu sẽ được yêu cầu thu thập dữ liệu quý IV, kể từ ngày 1/10/2023 và báo cáo đầu tiên phải nộp trước ngày 31/1/2024.

Việc áp dụng dần dần CBAM theo thời gian cũng sẽ cho phép thực hiện quá trình chuyển đổi thận trọng, có thể dự đoán và cân đối cho các doanh nghiệp EU và ngoài EU, cũng như cho các cơ quan công quyền.

Trong giai đoạn này, các nhà nhập khẩu hàng hóa trong phạm vi quy định mới sẽ chỉ phải báo cáo lượng phát thải khí nhà kính (GHG) trong hàng nhập khẩu (phát thải trực tiếp và gián tiếp) mà không thực hiện bất kỳ khoản thanh toán hoặc điều chỉnh tài chính nào.

Phát thải gián tiếp sẽ được đề cập trong phạm vi sau giai đoạn chuyển tiếp đối với một số lĩnh vực nhất định (xi măng và phân bón) trên cơ sở phương pháp luận xác định được nêu trong Quy định thực thi và hướng dẫn kèm theo.

Trong năm đầu tiên thực hiện, các công ty sẽ có lựa chọn báo cáo theo ba cách: báo cáo đầy đủ theo phương pháp mới (phương pháp của EU); báo cáo dựa trên hệ thống quốc gia tương đương của nước thứ ba; báo cáo dựa trên các giá trị tham chiếu.

Kể từ ngày 1/1/2025, chỉ phương pháp của EU mới được chấp nhận.

Sau khi hệ thống vĩnh viễn có hiệu lực vào ngày 1/1/2026, các nhà nhập khẩu sẽ phải khai báo hàng năm về số lượng hàng hóa nhập khẩu vào EU trong năm trước đó và lượng khí thải nhà kính liên quan.

Sau đó, nhà nhập khẩu sẽ giao nộp số lượng chứng chỉ CBAM tương ứng. Giá của chứng chỉ sẽ được tính tùy thuộc vào giá đấu giá trung bình hàng tuần của các khoản trợ cấp ETS của EU được biểu thị bằng euro/tấn CO<sub>2</sub> thải ra.

Việc loại bỏ dần việc phân bổ tự do theo EU ETS sẽ diễn ra song song với việc dần dần áp dụng CBAM trong giai đoạn 2026-2034.

*- Mỹ đình chỉ áp thuế với thép, nhôm của EU đến tháng 3/2025*

Ủy ban châu Âu (EC) cho biết EU và Mỹ vừa đạt được thỏa thuận rằng Mỹ sẽ tiếp tục đình chỉ thuế quan đối với thép và nhôm của EU cho đến tháng 3/2025 và EU sẽ không áp dụng lại các biện pháp trả đũa.

Thỏa thuận có hiệu lực trong vòng 15 tháng. Điều này có nghĩa tranh chấp sẽ tạm dừng cho đến khi cuộc bầu cử ở Mỹ và EU hoàn thành.

Hiệp hội thép châu Âu (Eurofer) cho biết việc gia hạn này là tín hiệu tích cực, mở đường cho việc nối lại các cuộc đàm phán.

Tương tự, Hội đồng Rượu chung cất Mỹ cũng cho rằng thỏa thuận đã ngăn chặn việc EU tái áp thuế, cũng như tăng gấp đôi thuế với hàng hóa Mỹ lên 50% trong năm 2024. Hiệp hội mong muốn hai bên sẽ chấm dứt tranh chấp vĩnh viễn.

Theo quy định hạn ngạch, Mỹ không đánh thuế đối với 3,3 triệu tấn thép và 384.000 tấn nhôm nhập khẩu từ EU và Mỹ sẽ áp thuế khi khối lượng nhập khẩu vượt con số này.

EC cho rằng hệ thống hạn ngạch này quá cứng nhắc, ngành nhôm và thép của EU đã phải chịu tổng số thuế lên đến 264 triệu USD trong năm 2022. Trong khi, EU chỉ đơn giản là dỡ bỏ các mức thuế trả đũa.

### **6.3. Nhận định và kiến nghị**

Như vậy có thể thấy trong số các mã HS 7208, 7211, 7225 và 7226, hiện Việt Nam xuất khẩu nhiều nhất là nhóm hàng mã HS 7208, nhóm hàng này cũng có thị phần tăng tại EU trong khi thị phần tại Hoa Kỳ không đáng kể.

Tuy nhiên thép tấm cũng như nhiều sản phẩm sắt thép khác nằm trong danh mục các nhóm hàng bị áp dụng nhiều biện pháp phòng vệ thương mại nhất trên thế giới. Theo đó không chỉ các thị trường phát triển như Hoa Kỳ, EU, Canada mà các thị trường đang phát triển hoặc mới nổi như Ấn Độ, Thái Lan...cũng đã thực hiện các cuộc điều tra áp dụng biện pháp PVTM đối với nhóm hàng này.

Do đó, để bảo vệ quyền lợi hợp pháp của doanh nghiệp xuất khẩu thép tấm của Việt Nam, Cục Phòng vệ thương mại (Bộ Công Thương) khuyến nghị các doanh nghiệp liên quan theo dõi sát diễn biến thị trường, tình hình nhập khẩu của các thị trường, đặc biệt là Hoa Kỳ, EU. Đồng thời, các DN cần chủ động tìm hiểu hoặc liên hệ Cục phòng vệ thương mại để được cung cấp thông tin và nắm vững quy định, trình tự, thủ tục điều tra áp dụng các biện pháp PVTM tại các thị trường xuất khẩu. Đặc biệt, trong bối cảnh hàng từ các nước khác bị áp dụng các biện pháp PVTM (chống bán phá giá, chống trợ cấp), Hoa Kỳ và EU cũng có nhiều khả năng sẽ tăng cường việc giám sát và điều tra chống lẩn tránh các biện pháp PVTM. Do đó các doanh nghiệp thép của Việt Nam cần chuẩn bị đầy đủ giấy tờ, chứng từ chứng minh về xuất xứ hàng hóa hợp pháp, không tiếp tay cho các đối tượng có ý định lẩn tránh thuế.

Ngoài ra, các doanh nghiệp nên hợp tác đầy đủ, cung cấp thông tin cho cơ quan điều tra khi có yêu cầu; có ý kiến kịp thời đối với các kết luận của cơ quan điều tra tại Hoa Kỳ và EU hoặc các vấn đề do các bên liên quan nêu; thường xuyên trao đổi, phối hợp chặt chẽ với Bộ Công Thương trong quá trình xử lý các vụ việc liên quan nếu có.

## THEO DÕI MẶT HÀNG THÉP CUỘN XUẤT KHẨU

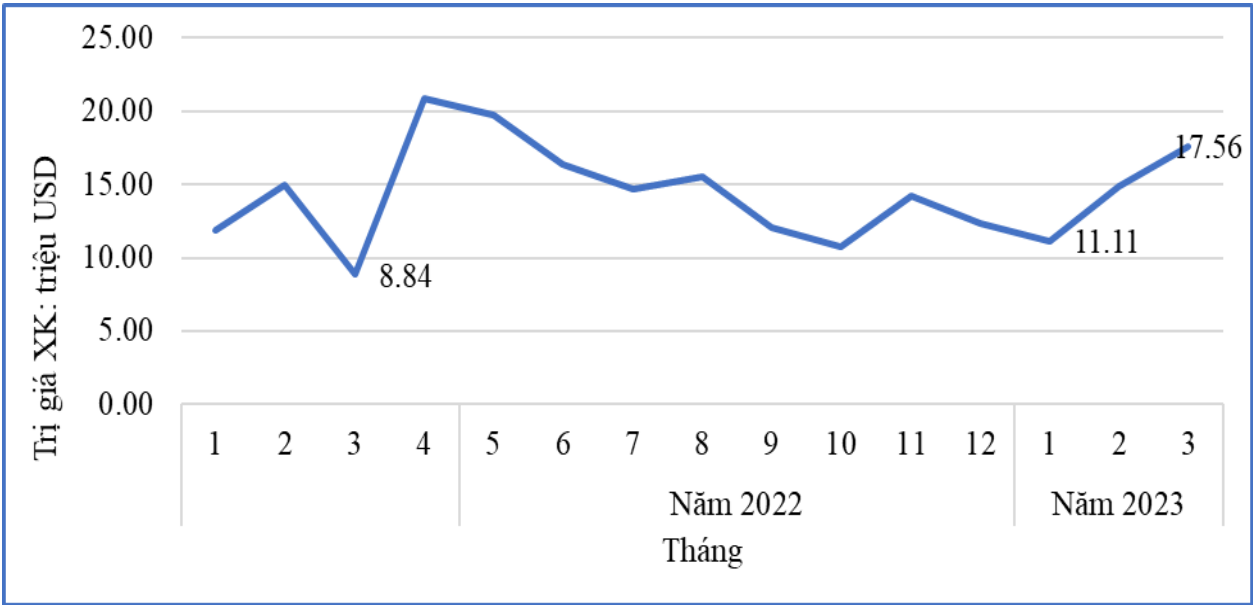
### 1. Tình hình xuất khẩu thép cuộn của Việt Nam sang EU

Trong số các mặt hàng thép thì thép cuộn là mặt hàng được Việt Nam xuất khẩu nhiều nhất đến nay, với kim ngạch xuất khẩu năm 2022 đạt hơn 2,2 tỷ USD, tăng 22,7% so với năm 2021, chiếm 52,5% tổng kim ngạch xuất khẩu sản phẩm thép.

Năm 2023 được dự báo sẽ có nhiều khó khăn hơn cho xuất khẩu do sức cầu trên thị trường thế giới thấp, tuy nhiên số liệu thống kê lại cho thấy xuất khẩu thép sang thị trường EU trong quý I/2023 vẫn tăng so với quý I/2022.

Cụ thể: Theo số liệu thống kê hải quan Việt Nam thì xuất khẩu thép cuộn từ Việt Nam sang EU27 biến động khá mạnh giữa các tháng năm 2022 và 2023. Tháng 2/2023 đạt 17,56 triệu USD, tăng gấp đôi so với cùng tháng năm 2022.

**Biểu đồ 1: Trị giá xuất khẩu thép cuộn (mã HS 4011) từ Việt Nam sang EU 27 theo tháng (năm 2022-2023)**



*Nguồn: Tính toán từ số liệu thống kê Hải quan*

---

Xu hướng tăng của nhập khẩu trong bối cảnh thị trường khó khăn chung có thể khiến hàng từ Việt Nam bị đưa vào diện quan tâm, theo dõi bởi các Hiệp hội ngành hàng sản xuất nội địa tại EU. (Phân tích chi tiết về vấn đề này sẽ được đề cập ở phần dưới).

## **2. Xu hướng thị trường thép cuộn của EU và tình hình nhập khẩu vào EU**

### ***2.1. Đặc điểm và xu hướng thị trường:***

Báo cáo nghiên cứu thị trường của IMARC (2023) cho thấy quy mô thị trường thép cuộn châu Âu đạt 423,6 triệu chiếc vào năm 2022. Dự báo doanh số thị trường sẽ đạt 503,5 triệu chiếc vào năm 2028, với tốc độ tăng trưởng (CAGR) là 3,11% trong giai đoạn 2023-2028.

Tăng trưởng của thị trường thép cuộn Châu Âu được thúc đẩy bởi nhu cầu ngày càng tăng đối với thép cuộn với độ bền và độ tin cậy cao. Hơn nữa, biến đổi khí hậu và trái đất nóng lên cũng thúc đẩy tiêu thụ các sản phẩm lớp ô tô có khả năng thích ứng cao với nhiệt độ và các cú sốc trên đường.

Ngoài ra, xu hướng tiêu dùng bền vững cũng thúc đẩy người tiêu ưu tiên cho các dòng sản phẩm thép cuộn tiên tiến, chất lượng cao và thân thiện với môi trường.

Hơn nữa, mức thu nhập khả dụng ngày càng tăng của tầng lớp trung lưu châu Âu đã làm tăng đáng kể nhu cầu về xe đa dụng (CUV) và xe thể thao đa dụng (SUV), do đó xúc tác cho sự tăng trưởng của thị trường.

Sự góp mặt ngày càng nhiều của các thương hiệu sản xuất thép cuộn lớn như Continental AG, Michelin, Bridgestone, Goodyear, Pirelli, v.v. cũng đang thúc đẩy thị trường. Hơn nữa, do những lo ngại về môi trường ngày càng tăng đối với mức độ ô nhiễm phương tiện giao thông cao cùng với việc Ủy ban Châu Âu đưa ra một số chương trình kiểm soát ô nhiễm đã dẫn đến sự ra đời của xe điện. Do đó, có nhu cầu cao về thép cuộn bền và tương thích cho xe điện và xe tự lái.

Các nhà cung cấp chính trên thị trường này gồm có: MICHELIN, Bridgestone Corporation, Continental AG, Goodyear Tire & Rubber Company, Sumitomo Corporation, Pirelli Tyre S.p.A., Yokohama Tire Corporation, Hankook Tire Co., Ltd., Toyo Tire Corporation, and KUMHO TIRE CO., INC.

## 2.2. Nhập khẩu thép cuộn vào EU từ thế giới và từ Việt Nam:

Theo số liệu của Trung tâm Thương mại quốc tế (ITC) của WT) thì EU nhập khẩu thép cuộn từ khoảng 200 thị trường, trong đó có hơn 60 thị trường cung ứng thường xuyên. Việt Nam hiện đứng thứ 22 về trị giá nguồn thép cuộn cung ứng vào thị trường EU.

Đến nay nguồn cung ứng thép cuộn cho thị trường EU chủ yếu vẫn từ thương mại nội khối với Đức dẫn đầu thị trường. Xét về các thị trường cung ứng ngoại khối, Trung Quốc dẫn đầu với 3,17 tỷ USD, tiếp theo là Ấn Độ (1,08 tỷ USD). Thái Lan, Nhật Bản và Việt Nam lần lượt giữ các vị trí tiếp theo nhưng trị giá đều dưới 1 tỷ USD.

**Bảng 1: Các thị trường dẫn đầu về trị giá thép cuộn (HS 4011) cung ứng cho thị trường EU27 giai đoạn 2019-2022 (bao gồm cả nội khối và ngoại khối) Đvt: tỷ USD**

| STT | Thị trường cung ứng | Năm 2019    | Năm 2020    | Năm 2021    | Năm 2022    |
|-----|---------------------|-------------|-------------|-------------|-------------|
| 1   | Đức                 | 3.08        | 2.76        | 3.57        | 3.87        |
| 2   | Trung Quốc          | 2.12        | 2.00        | 2.49        | 3.17        |
| 3   | CH Séc              | 1.44        | 1.32        | 1.76        | 2.09        |
| 4   | Ba Lan              | 1.64        | 1.53        | 1.91        | 2.00        |
| 5   | Tây Ban Nha         | 1.67        | 1.47        | 1.88        | 1.84        |
| 6   | Pháp                | 1.79        | 1.55        | 1.86        | 1.81        |
| 7   | Hà Lan              | 1.15        | 1.21        | 1.37        | 1.42        |
| 8   | Hungary             | 1.08        | 1.03        | 1.37        | 1.41        |
| 9   | Bỉ                  | 1.21        | 1.10        | 1.35        | 1.40        |
| 10  | Italy               | 1.25        | 1.08        | 1.36        | 1.38        |
| 11  | Slovakia            | 1.09        | 1.02        | 1.24        | 1.35        |
| 12  | Romania             | 1.19        | 1.06        | 1.26        | 1.33        |
| 13  | Thổ Nhĩ Kỳ          | 0.93        | 0.83        | 1.05        | 1.16        |
| 14  | Hàn Quốc            | 0.82        | 0.68        | 0.89        | 1.15        |
| 15  | Ấn Độ               | 0.52        | 0.58        | 0.92        | 1.08        |
| 16  | Thái Lan            | 0.53        | 0.43        | 0.56        | 0.77        |
| 17  | Nhật Bản            | 0.72        | 0.62        | 0.65        | 0.65        |
| 18  | Bồ Đào Nha          | 0.59        | 0.49        | 0.64        | 0.65        |
| 19  | Luxembourg          | 0.53        | 0.46        | 0.58        | 0.60        |
| 20  | Serbia              | 0.35        | 0.32        | 0.41        | 0.47        |
| 21  | Slovenia            | 0.33        | 0.31        | 0.39        | 0.38        |
| 22  | <b>Việt Nam</b>     | <b>0.14</b> | <b>0.15</b> | <b>0.20</b> | <b>0.35</b> |

rằng bên cạnh chỉ tiêu về giá và chi phí sản xuất thì 2 chỉ tiêu thống kê quan trọng khác thường được sử dụng làm cơ sở cho việc theo dõi và đưa vào diện điều tra áp dụng biện pháp phòng vệ, tự vệ thương mại, chính là tốc độ tăng trưởng của nhập khẩu và thị phần.

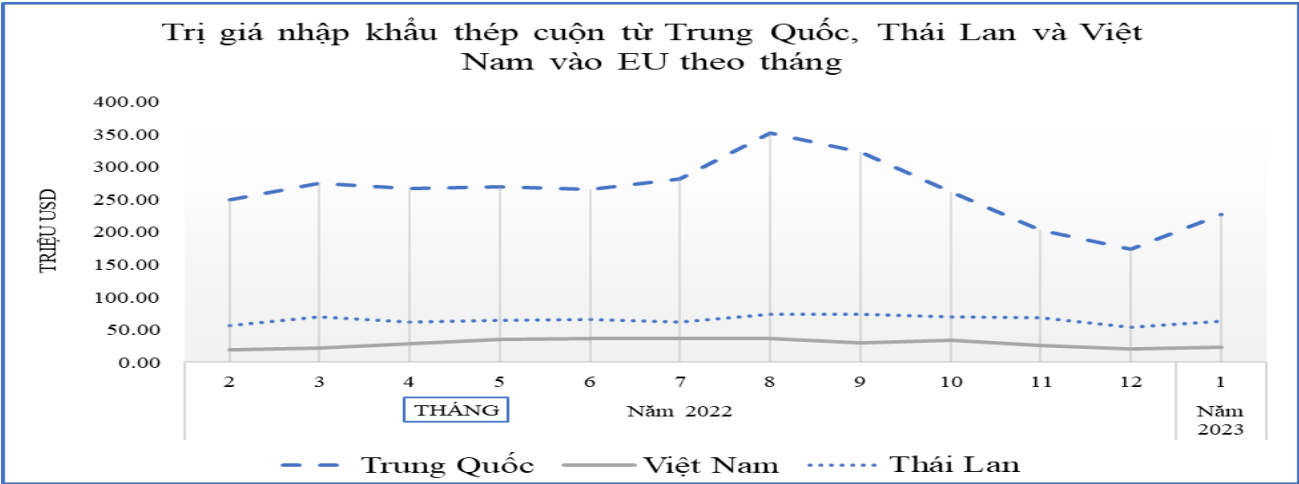
Tuy nhiên, việc rà soát các nguồn số liệu cho thấy trị giá xuất khẩu thép cuộn cao su theo thống kê của Việt Nam có sự chênh lệch so với số liệu của Trung tâm thương mại quốc tế (ITC) của WTO, theo đó thống kê của ITC luôn cao hơn, gây bất lợi cho hàng từ Việt Nam khi các số liệu này được sử dụng để phân tích thị trường và đánh giá xu hướng tăng nhập khẩu từ Việt Nam vào EU cũng như khi tính toán thị phần. Ví dụ:

- + Nếu theo thống kê của ITC (dẫn nguồn từ Cơ quan thống kê châu Âu) thì với trị giá là 22,4 triệu USD, thị phần của hàng nhập khẩu từ Việt Nam vào tháng 1/2023 là 0,87% tổng trị giá nhập khẩu thép vào EU (gồm cả thống kê các nước nội khối nhập khẩu lẫn nhau).
- + Trong khi đó, nếu theo số liệu thống kê hải quan Việt Nam thì tháng 1/2023 chỉ đạt 11,2 triệu USD, tương đương chiếm thị phần 0,44%.

**So sánh xu hướng nhập khẩu thép cuộn từ Trung Quốc, Thái Lan và Việt Nam:**

Theo số liệu thống kê của ITC thì nhập khẩu thép cuộn từ Trung Quốc vào EU có xu hướng sụt giảm trong nửa cuối năm 2022, nhưng mức giảm mạnh hơn hẳn so với nhập khẩu từ Thái Lan và Việt Nam.

**Biểu đồ 2: Trị giá nhập khẩu thép cuộn từ Trung Quốc, Thái Lan và Việt Nam vào EU theo tháng**



Nguồn: ITC

### **3. Thông tin về các biện pháp phòng vệ thương mại đối với thép cuộn nhập khẩu vào EU và những vấn đề cần lưu ý đối với xuất khẩu thép cuộn từ Việt Nam**

Vào ngày 9 tháng 11 năm 2018, Ủy ban châu Âu (sau đây gọi tắt là Ủy ban) đã thông qua Quy định thực thi số hiệu (EU) 2018/1690 để áp thuế chống trợ cấp cuối cùng đối với việc nhập khẩu một số loại lốp xe, mới hoặc lắp lại, bằng cao su, loại dùng cho xe buýt hoặc xe tải và có chỉ số tải vượt quá 121 có xuất xứ từ Trung Quốc và sửa đổi Quy định Thực thi số hiệu (EU) 2018/1579 áp đặt thuế chống bán phá giá dứt khoát và thu thuế tạm thời áp dụng đối với việc nhập khẩu một số loại lốp hơi, mới hoặc lắp lại, bằng cao su được sử dụng cho xe buýt hoặc xe tải, với chỉ số tải trọng vượt quá 121 bắt nguồn từ Cộng hòa Nhân dân Trung Hoa và bãi bỏ Quy định Thực thi (EU) 2018/163 ('Quy định (EU) 2018/1690').

Vào ngày 10 tháng 1 năm 2023, Ủy ban đã công bố các dữ kiện thiết yếu và các cân nhắc dựa về dự định tái áp đặt thuế chống bán phá giá đối với các sản phẩm này từ Trung Quốc.

Vào ngày 30 tháng 1 năm 2023, bằng cách ghi chú vào hồ sơ, Ủy ban đã cung cấp thêm thông tin liên quan đến các phân tích về giá được tính toán khi bán hàng trực tiếp, gián tiếp và cho các loại khách hàng khác nhau.

Vào ngày 30 và 31 tháng 1 năm 2023, Ủy ban cũng đã cung cấp cho Tập đoàn Hankook và Aeolus/Pirelli các tài liệu chứng minh giao dịch bán hàng xuất khẩu của các công ty có liên quan, được sử dụng để tính toán các trường hợp bán cắt giá và bán hàng với giá thấp (bán rẻ).

Vào ngày 31 tháng 1 năm 2023, khi ghi chú vào hồ sơ, Ủy ban đã làm rõ và sửa các mức thuế cuối cùng đối với tất cả các nhà sản xuất xuất khẩu có liên quan, sau một lỗi được phát hiện liên quan đến tính toán thiệt hại cho Tập đoàn Hankook và Aeolus/Pirelli. Nó cũng làm rõ thêm về tình hình pháp lý của Zhongce Rubber Group Co., Ltd.

Trong bất kỳ trường hợp nào, ngay cả khi biên độ cắt giảm sửa đổi, Ủy ban cho rằng hàng nhập khẩu bị điều tra vẫn sẽ có tác động tiêu cực về giá đối với doanh số bán hàng của Liên minh.

Hàng nhập khẩu bán phá giá có thể có tác động đáng kể đến một thị trường mà độ nhạy cảm là rất quan trọng. Trong phần mở đầu của Quy định tạm thời, Ủy ban đã nêu rõ thị trường

thép cuộn tải và xe buýt của Liên minh là một thị trường rất cạnh tranh, do đó chênh lệch giá dù ở mức thấp vẫn có thể có tác động lớn đến lợi thế cạnh tranh giữa các nhà cung ứng trên thị trường.

Ủy ban đã phân tích tác động về giá bằng cách so sánh:

+ Giá bán bình quân gia quyền cho mỗi loại sản phẩm và phân khúc của các nhà sản xuất trong Liên minh được lấy mẫu tính cho các khách hàng không liên quan trên thị trường EU, được điều chỉnh theo mức xuất xưởng; và

+ Giá bình quân gia quyền tương ứng cho mỗi loại sản phẩm và phân khúc hàng nhập khẩu từ các nhà sản xuất xuất khẩu Trung Quốc được lấy mẫu cho khách hàng độc lập đầu tiên trên thị trường EU, được thiết lập trên cơ sở chi phí, bảo hiểm, cước phí (CIF), với các điều chỉnh thích hợp đối với thuế hải quan và bưu chính -chi phí nhập khẩu ('giá nhập khẩu CIF').

Trong khoảng thời gian được xem xét, giá trung bình của ngành sản xuất nội địa ở EU giảm 8% (để có thể cạnh tranh được với hàng nhập khẩu) trong khi chi phí sản xuất/ đơn vị giảm 6%. Các công ty ở cấp độ 3 trong chuỗi cung ứng chứng kiến mức giá bán giảm 5% trong khi chi phí sản xuất đơn vị tăng 1%. Cuối cùng, do hàng nhập khẩu bị bán phá giá, các công ty của EU ở cấp 3 buộc phải bán với giá bằng với chi phí sản xuất của họ, do đó bán mà không có bất kỳ lợi nhuận nào được tính vào và do đó bị thua lỗ. Do đó, hàng nhập khẩu từ Trung Quốc có khối lượng tăng 32 % và giá giảm 11% trong giai đoạn được xem xét.

**Bảng 2: Giá bán trong Liên minh và chi phí sản xuất – Cấp 3: Chỉ dành cho doanh nghiệp vừa và nhỏ**

| EUR/chiếc                                                                                    | 2014       | 2015       | 2016       | Giai đoạn  |
|----------------------------------------------------------------------------------------------|------------|------------|------------|------------|
| Đơn giá                                                                                      | 164        | 164        | 162        | 161        |
| <i>Năm gốc 2014 = 100</i>                                                                    | <i>100</i> | <i>100</i> | <i>99</i>  | <i>98</i>  |
| Chi phí sản xuất trung bình                                                                  | 159        | 170        | 164        | 171        |
| <i>Năm gốc 2014 = 100</i>                                                                    | <i>100</i> | <i>107</i> | <i>103</i> | <i>107</i> |
| <i>Nguồn: Trả lời bảng câu hỏi đã được xác minh của các nhà sản xuất được lấy mẫu của EU</i> |            |            |            |            |

Hơn nữa, trước các tranh luận về chênh lệch giá bán khách quan giữa những sản phẩm được bán trực tiếp cho người mua và các sản phẩm được bán qua trung gian, khiến giá bán của hàng Trung Quốc có vẻ thấp hơn so với giá bán của các nhà cung ứng EU, Ủy ban đã thu thập số liệu và đánh giá xem liệu có bất kỳ vấn đề thương mại tiềm ẩn nào khác cần được giải quyết nhằm mục đích so sánh công bằng trong trường hợp các nhà sản xuất xuất khẩu bán trực tiếp cho khách hàng tại EU nhưng các nhà sản xuất của EU được lấy mẫu trong cuộc điều tra này lại bán thông qua các tổ chức bán hàng có liên quan cho khách hàng của họ hay không.

Cuối cùng, họ đã tiến hành phân tích giá chi tiết của tất cả lô hàng bán của các nhà sản xuất EU được lấy mẫu điều tra, để xác định mô hình giá bán hàng trực tiếp từ nhà máy và bán hàng gián tiếp thông qua các đơn vị bán hàng có liên quan. Việc so sánh cho thấy mặc dù về nguyên tắc, các đơn vị bán hàng có liên quan phải chịu chi phí tiếp thị và hoa hồng khi bán hàng cho khách hàng trong EU, nhưng kết quả điều tra cho thấy những chi phí đó không được chuyển một cách nhất quán trong giá bán cuối cùng.

Do đó, Ủy ban đã kết luận rằng việc bán hàng trực tiếp của nhà sản xuất hoặc bán thông qua các đơn vị bán hàng có liên quan của nhà sản xuất không có tác động rõ rệt đến mức giá bán hàng đó cho khách hàng. Đặc biệt, việc bán thông qua một tổ chức liên quan không dẫn đến giá cao hơn hẳn so với việc bán trực tiếp bởi nhà sản xuất. Theo đó, Ủy ban đã không tìm thấy bất kỳ tác động tiềm ẩn nào đối với các mức giá cần được bù đắp. Do đó, việc so sánh giá bán thực tế của các nhà sản xuất thuộc EU được lấy mẫu điều tra, bán trực tiếp hoặc thông qua các đơn vị bán hàng có liên quan với giá xuất khẩu từ Trung Quốc đã được đảm bảo trong trường hợp này.

Ủy ban cũng đã thực hiện một phân tích chi tiết về các mẫu giá trên mỗi kênh bán hàng được sử dụng bởi ngành sản xuất của EU. Về mặt này, ngành công nghiệp thép của EU đã bán cho người dùng, nhà phân phối, nhà bán lẻ và 'những người khác' theo nhiều tỷ lệ khác nhau. Ủy ban quan sát thấy rằng giá bán cho người dùng cuối cùng của cùng loại sản phẩm thường thấp hơn giá bán cho nhà phân phối và bán lẻ, nhưng cũng có trường hợp ngoại lệ. Sự khác biệt về giá đối với các khách hàng khác nhau không nhất thiết phụ thuộc vào tổng khối lượng bán cho một khách hàng cụ thể. Do đó, Ủy ban đã kết luận rằng không có mô hình rõ ràng nào về giá tính cho các loại khách hàng khác nhau và không cần điều chỉnh thêm để đảm bảo so sánh công bằng, theo quy định của Tòa án chung.

Hiệp hội cao su Trung Quốc (China Rubber Industry Association -CRIA) đã lập luận rằng mức thuế đối với ba công ty là Zhongce Rubber Group Co., Ltd, Weifang Yuelong Rubber Co., Ltd và Hefei Wanli Tire Co., Ltd, cũng nên được giảm xuống do Ủy ban không thực hiện đầy đủ các đoạn 190 -192 của bản án của Tòa án chung.

Như đã giải thích ở trên, Ủy ban đã xác định rằng không có vấn đề bất cập trong so sánh công bằng giữa bán hàng gián tiếp và bán hàng trực tiếp hoặc giữa các loại khách hàng khác nhau. Do đó, doanh số bán hàng trực tiếp của các nhà sản xuất xuất khẩu được lấy mẫu được so sánh, theo từng loại sản phẩm, với doanh số bán hàng của các nhà sản xuất thuộc EU được lấy mẫu để thiết lập biên độ thiệt hại đã được tính toán một cách hợp lý. Điều này cũng được áp dụng cho việc tính thuế còn lại, dựa trên biên độ thiệt hại là 55,1 % đối với Tập đoàn Xingyuan chỉ có bán hàng trực tiếp. Trên cơ sở này, Ủy ban xác định rằng thuế chống bán phá giá và thuế đối kháng còn lại áp dụng cho Công ty TNHH Cao su Weifang Yuelong và Công ty TNHH Thép cuộn Hefei Wanli và thuế chống trợ cấp còn lại áp dụng cho Weifang Yueling sẽ không thay đổi. Do đó, Ủy ban cho rằng những phát hiện của mình phù hợp với các đoạn 190-192 trong phán quyết của Tòa án chung và bác bỏ yêu cầu bồi thường.

Tuy nhiên, Ủy ban cũng đã tìm thấy lỗi trong việc tính mức thuế cố định dựa trên biên độ thiệt hại được thiết lập cho sản phẩm của công ty Aeolus/Pirelli. Do đó, biên độ thiệt hại đã được điều chỉnh từ 29,79% xuống còn 27,56% và tất cả các bên đã được thông báo tương ứng.

Tiếp sau đó, CRIA khiếu nại rằng Ủy ban đã phạm sai lầm khi thiết lập mức thuế đối với sản phẩm của Tập đoàn Hankook. Sau khi phân tích yêu cầu của CRIA, Ủy ban thực sự đã tìm ra lỗi và sửa chữa tỷ lệ thiệt hại của Hankook Group từ 11,18% xuống còn 10,31%.

Trên cơ sở các phân tích, đánh giá cần thiết, vào ngày ngày 4 tháng 4 năm 2023, Ủy ban đã ban hành Quy định thực thi số hiệu (EU) 2023/737 tái áp đặt thuế chống bán phá giá dứt khoát đối với việc nhập khẩu một số loại lốp hơi, mới hoặc đắp lại, bằng cao su, loại dùng cho xe buýt hoặc xe tải, có chỉ số tải trọng vượt quá 121 có nguồn gốc từ Cộng hòa Nhân dân Trung Hoa theo phán quyết của Tòa án chung trong các vụ kiện T-30/19 và T-72/19.

Thuế chống bán phá giá cuối cùng áp dụng bằng đồng euro cho mỗi sản phẩm được mô tả trong đoạn 1 và được sản xuất bởi các công ty liệt kê dưới đây bị tái áp dụng mức thuế như từ ngày 13 tháng 11 năm 2018.

| <b>Công ty</b>                                                                                                                  | <b>Thuế chống bán phá giá (Euro)</b> | <b>Mã TARIC bổ sung</b> |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------|-------------------------|
| GITI Tire (Anhui) Company Ltd; GITI Tire (Fujian) Company Ltd; GITI Tire (Hualin) Company Ltd; GITI Tire (Yinchuan) Company Ltd | 35,74                                | C332                    |
| Chongqing Hankook Tire Co., Ltd; Jiangsu Hankook Tire Co., Ltd                                                                  | 17,37                                | C334                    |
| Aeolus Tyre Co., Ltd, Aeolus Tyre (Taiyuan) Co., Ltd; Qingdao Yellow Sea Rubber Co., Ltd; Pirelli Tyre Co., Ltd                 | 0                                    | C877                    |
| Zhongce Rubber Group Co., Ltd                                                                                                   | 0                                    | C379                    |
| Weifang Yuelong Rubber Co., Ltd                                                                                                 | 4,48                                 | C875                    |
| Hefei Wanli Tire Co., Ltd                                                                                                       | 4,48                                 | C876                    |
| Chaoyang Long March Tyre Co., Ltd                                                                                               | 10,29                                | C338                    |
| Triangle Tyre Co., Ltd                                                                                                          | 10,29                                | C375                    |
| Shandong Wanda Boto Tyre Co., Ltd                                                                                               | 10,29                                | C366                    |
| Qingdao Doublestar Tire Industrial Co., Ltd                                                                                     | 10,29                                | C347                    |
| Ningxia Shenzhou Tire Co., Ltd                                                                                                  | 10,29                                | C345                    |
| Guizhou Tyre Co., Ltd                                                                                                           | 10,29                                | C340                    |
| Shandong Huasheng Rubber Co., Ltd                                                                                               | 10,29                                | C360                    |
| Prinx Chengshan (Shandong) Tire Co., Ltd                                                                                        | 10,29                                | C346                    |
| Shandong Linglong Tyre Co., Ltd                                                                                                 | 10,29                                | C363                    |
| Shandong Jinyu Tire Co., Ltd                                                                                                    | 10,29                                | C362                    |
| Sailun Group Co., Ltd                                                                                                           | 10,29                                | C351                    |
| Shandong Kaixuan Rubber Co., Ltd                                                                                                | 10,29                                | C353                    |
| Weifang Shunfuchang Rubber And Plastic Products Co., Ltd                                                                        | 10,29                                | C377                    |
| Shandong Hengyu Science & Technology Co., Ltd                                                                                   | 10,29                                | C358                    |
| Jiangsu General Science Technology Co., Ltd                                                                                     | 10,29                                | C341                    |
| Shanghai Huayi Group Corp. Ltd; Double Coin Group (Jiang Su) Tyre Co., Ltd                                                      | 10,29                                | C878(1)                 |
| Qingdao GRT Rubber Co., Ltd                                                                                                     | 10,29                                | C350                    |

*Nguồn: Ủy ban châu Âu (EC)*

Bất kỳ khoản thuế chống bán phá giá cuối cùng nào được trả bởi các nhà sản xuất xuất khẩu nêu tại Điều 1(2) và (3) theo Quy định thực thi (EU) 2018/1579 vượt quá mức thuế chống bán phá giá chính thức được quy định tại Điều 1 sẽ được hoàn trả.

Việc hoàn trả hoặc miễn trừ sẽ được yêu cầu từ cơ quan hải quan quốc gia theo luật hải quan hiện hành. Bất kỳ khoản bồi hoàn nào diễn ra sau phán quyết của Tòa án Chung trong các Vụ kiện T-30/19 và T-72/19 sẽ được thu hồi bởi các cơ quan đã hoàn trả số tiền tối đa được quy định tại Điều 1(2) và 1(3).

#### **4. Cảnh báo và khuyến nghị**

Trước tiên có thể thấy trị giá xuất khẩu thép từ Việt Nam sang EU (hay nhập khẩu vào EU từ Việt Nam), dù theo thống kê của Việt Nam hay EU thì đều trong xu hướng tăng trong giai đoạn 2021-2022 và quý I/2023 cũng tăng so với quý I/2022. Nếu như mức tăng của năm 2022 so với năm 2021 có thể được lý giải bởi sự phục hồi của thị trường ô tô sau dịch bệnh COVID-19 thì mức tăng của quý I/2023 so với quý I/2022 trong bối cảnh thị trường thế giới khó khăn chung lại là vấn đề đáng lưu ý đối với ngành sản xuất nội địa của EU.

Thứ hai, các doanh nghiệp cần theo dõi sát sao các diễn biến thị trường cũng như các cảnh báo của Bộ Công Thương (Cục Phòng về Thương mại) để kịp thời nắm bắt tình hình, điều chỉnh kế hoạch kinh doanh, sàng lọc đối tác cung ứng và đối tác hợp tác sản xuất kinh doanh phù hợp, hạn chế nguy cơ bị đưa vào diện điều tra và áp thuế.

Thứ ba, hoàn thiện hệ thống truy xuất nguồn gốc, hệ thống sổ sách kế toán để phục vụ công tác điều tra PVTM (khi xảy ra) và phục vụ lưu trữ chứng từ để hưởng cơ chế tự xác nhận không bị áp thuế chống lẩn tránh.

Thứ tư, hợp tác đầy đủ với cơ quan điều tra nước ngoài, Bộ Công Thương (Cục PVTM) trong suốt thời gian diễn ra vụ việc để đạt hiệu quả kháng kiện tốt nhất. Lưu ý thời hạn do cơ quan điều tra đặt ra, theo dõi sát ngay cả khi đã thuê luật sư.

Thứ năm, tuyệt đối không tham gia, tiếp tay cho các hành vi gian lận xuất xứ, chuyển tải bất hợp pháp: thực tiễn cho thấy, nếu phát hiện các hành vi này, nước nhập khẩu sẽ áp dụng chế tài trừng phạt rất nặng, trong nhiều trường hợp doanh nghiệp sẽ mất toàn bộ thị trường xuất khẩu liên quan. Nếu phát hiện các dấu hiệu vi phạm, doanh nghiệp cần chủ động phối hợp với các cơ quan chức năng để điều tra, ngăn chặn, tránh để hành vi của một vài doanh nghiệp làm ảnh hưởng tới các doanh nghiệp sản xuất, kinh doanh chân chính./.

## THEO DÕI MẶT HÀNG THÉP HÌNH XUẤT KHẨU

### 1. Đánh giá chung về tình hình sản xuất trong nước

#### a) Mặt hàng thép hình

- Thép hình được sản xuất từ thép cacbon hoặc thép hợp kim, có thể được mạ kẽm để tăng khả năng chống ăn mòn.

- Quy trình sản xuất thép hình trải qua các bước:

+ Xử lý quặng: Chọn lọc quặng sắt, than cốc, đá vôi.

+ Tạo dòng thép nóng chảy: Nung nóng nguyên liệu trong lò cao.

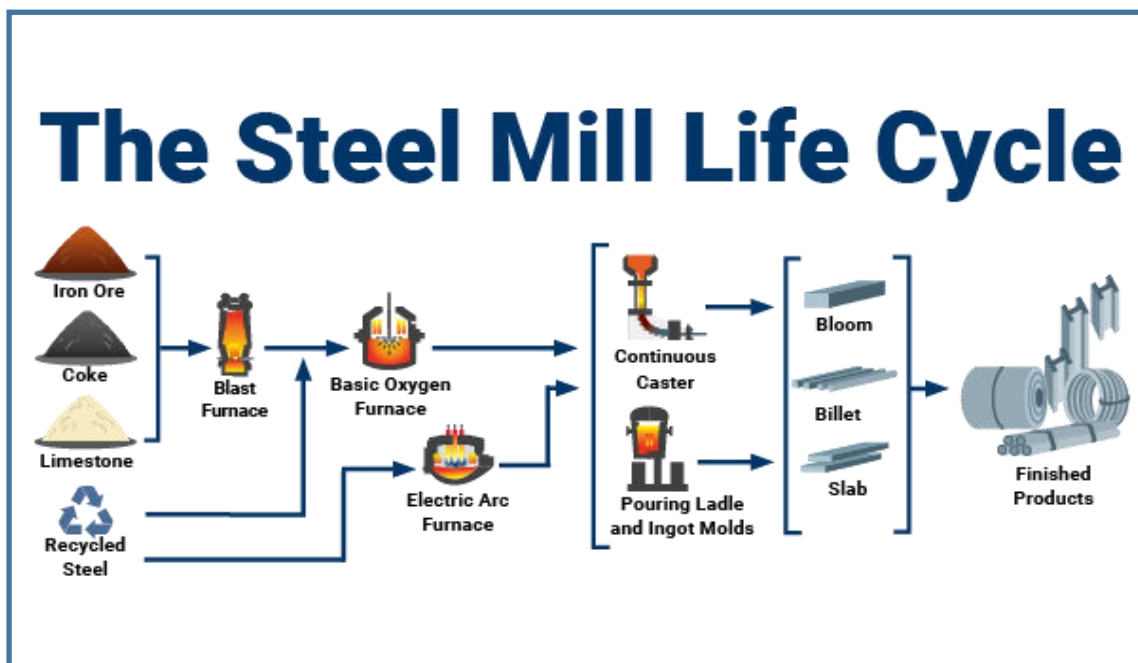
+ Đúc tiếp nhiên liệu: Đúc thành phôi thanh, phôi phiến, phôi bloom.

+ Cán nóng tạo hình: Cán phôi thép qua các con lăn để tạo hình dạng mong muốn.

+ Gia công, hoàn thiện: Cắt, đục lỗ, tạo rãnh theo yêu cầu.

+ Kiểm tra chất lượng: Đảm bảo sản phẩm đạt tiêu chuẩn trước khi xuất xưởng.

Hình 01: Quy trình sản xuất thép hình



- Thép hình I có mặt cắt ngang giống chữ “I” in hoa, được ưa chuộng nhờ khả năng chịu lực dọc và chống uốn tốt. Tuy nhiên, loại thép này thường bị nhầm lẫn với thép hình H. Thép I có cánh ngắn hơn chiều cao thân, trong khi thép H có tỉ lệ gần bằng nhau. Thép hình chữ I làm dầm, cột, xà gồ trong các công trình xây dựng...

Mã HS: 7216.3200

- Thép hình H có tiết diện hình chữ H in hoa, chiều rộng cánh gần bằng chiều cao thân. Thép hình H dùng làm kết cấu chịu lực trong các công trình lớn, cầu đường, nhà xưởng...

Mã HS: 7216.3300

*b) Quy mô thị trường thép hình trong nước*

Trong tháng 2/2024, sản xuất thép thô đạt 1,64 triệu tấn, giảm 13% so với tháng trước và tăng 7% so với tháng 2/2023. Tiêu thụ thép thô đạt gần 1,81 triệu tấn, giảm 5% so với tháng trước nhưng tăng 10% so với cùng kỳ năm 2023. Xuất khẩu thép thô tháng 2 đạt 217.817 tấn, tăng 45% so với tháng 1 và tăng 28% so với tháng 2/2023 (Biểu đồ 10).Tính chung 2 tháng đầu năm 2024, sản xuấtthép thô đạt 3,5 triệu tấn, tăng 20% so với cùng kỳ năm 2023. Tiêu thụ đạt 3,67 triệu tấn,tăng 18% so với cùng kỳ năm 2023. Trong đó, xuất khẩu đạt 426.000 tấn, tăng 36% so với cùng kỳ năm 2023.

**Hình 02: Tình hình sản xuất – bán hàng thép thành phẩm tháng 2/2024**

| Ngành hàng       | Tháng 2/2024     |                  |                 | Tháng 2/2023     |                  |                 | % so với cùng kỳ |                |                |
|------------------|------------------|------------------|-----------------|------------------|------------------|-----------------|------------------|----------------|----------------|
|                  | Sản xuất (tấn)   | Bán hàng (tấn)   | Xuất khẩu (tấn) | Sản xuất (tấn)   | Bán hàng (tấn)   | Xuất khẩu (tấn) | Sản xuất         | Bán hàng       | Xuất khẩu      |
| Thép xây dựng    | 833.152          | 594.811          | 142.631         | 947.429          | 892.403          | 114.537         | ▼ 12,1%          | ▼ 33,3%        | ▲ 24,5%        |
| HRC              | 607.749          | 568.099          | 269.957         | 546.795          | 530.304          | 222.326         | ▲ 11,1%          | ▲ 7,1%         | ▲ 21,4%        |
| Thép cán nguội   | 147.425          | 142.959          | 33.961          | 258.008          | 145.655          | 13.889          | ▼ 42,9%          | ▼ 1,9%         | ▲ 144,5%       |
| Tôn mạ KL &SPM   | 403.978          | 386.020          | 261.335         | 387.392          | 324.517          | 145.020         | ▲ 4,3%           | ▲ 19,0%        | ▲ 80,2%        |
| Ống thép         | 164.292          | 160.855          | 21.630          | 214.461          | 192.814          | 24.419          | ▼ 23,4%          | ▼ 16,6%        | ▼ 11,4%        |
| <b>Tổng cộng</b> | <b>2.156.596</b> | <b>1.852.744</b> | <b>729.514</b>  | <b>2.354.085</b> | <b>2.085.693</b> | <b>520.191</b>  | <b>▼ 8,4%</b>    | <b>▼ 11,2%</b> | <b>▲ 40,2%</b> |

Nguồn: VSA

**Hình 03: Tình hình sản xuất – bán hàng thép thành phẩm 2 tháng đầu năm 2024**

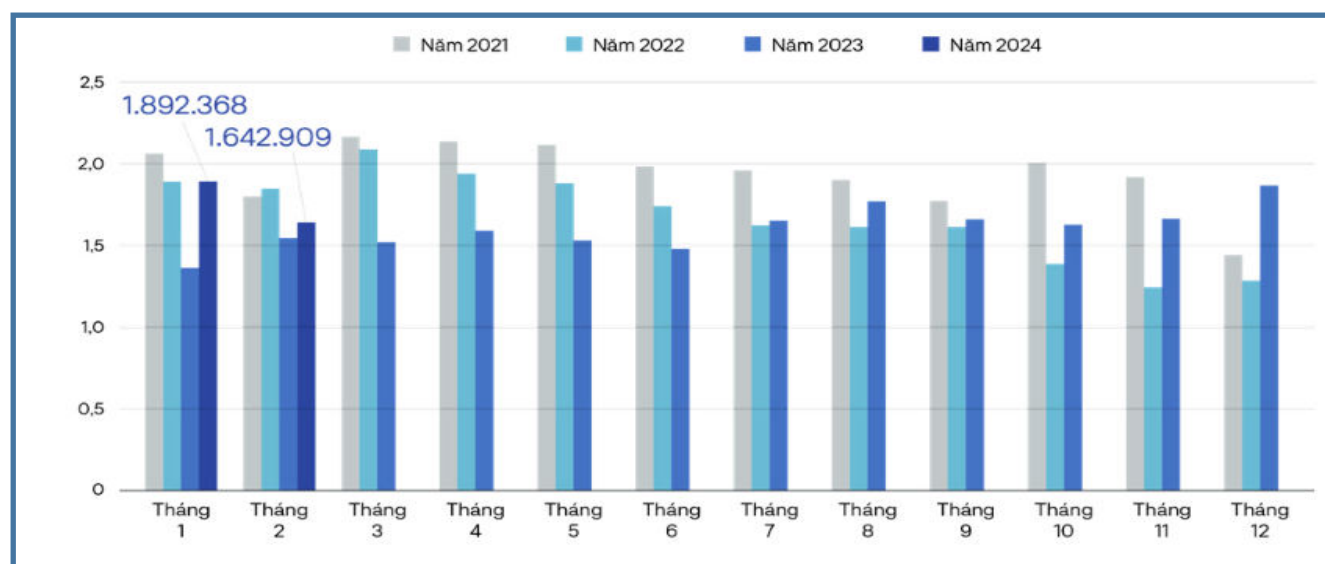
| Ngành hàng       | 2 tháng đầu năm 2024 |                  |                  | 2 tháng đầu năm 2023 |                  |                  | % so với cùng kỳ |                |                |
|------------------|----------------------|------------------|------------------|----------------------|------------------|------------------|------------------|----------------|----------------|
|                  | Sản xuất (tấn)       | Bán hàng (tấn)   | Xuất khẩu (tấn)  | Sản xuất (tấn)       | Bán hàng (tấn)   | Xuất khẩu (tấn)  | Sản xuất         | Bán hàng       | Xuất khẩu      |
| Thép xây dựng    | 1.849.518            | 1.593.903        | 311.768          | 1.823.259            | 1.736.513        | 262.100          | ▲ 1,4%           | ▼ 8,2%         | ▲ 19,0%        |
| HRC              | 1.274.563            | 1.168.513        | 592.302          | 997.751              | 901.992          | 382.385          | ▲ 27,7%          | ▲ 29,5%        | ▲ 54,9%        |
| Thép cán nguội   | 362.206              | 341.608          | 72.146           | 437.764              | 253.003          | 48.690           | ▼ 17,3%          | ▲ 35,0%        | ▲ 48,2%        |
| Tôn mạ KL &SPM   | 844.909              | 826.892          | 529.506          | 632.072              | 567.514          | 261.354          | ▲ 33,7%          | ▲ 45,7%        | ▲ 102,6%       |
| Ống thép         | 365.289              | 349.831          | 46.240           | 394.301              | 392.336          | 54.267           | ▼ 7,4%           | ▼ 10,8%        | ▼ 14,8%        |
| <b>Tổng cộng</b> | <b>4.696.484</b>     | <b>4.280.747</b> | <b>1.551.962</b> | <b>4.285.147</b>     | <b>3.851.358</b> | <b>1.008.796</b> | <b>▲ 9,6%</b>    | <b>▲ 11,1%</b> | <b>▲ 53,8%</b> |

*Nguồn: VSA*

Trong tháng 2, sản xuất thép xây dựng đạt 833.152 tấn, giảm 17% so với tháng trước và giảm 12% so với tháng 2/2023.

**Hình 04: Sản xuất thép thô 2021-2024**

*Đơn vị: tấn*



*Nguồn: VSA*

Nhu cầu thép xây dựng trong tháng 2 vẫn duy trì mức sản lượng tốt trong ngắn hạn, nhưng nhìn chung là chưa cso tín hiệu khởi sắc trong dài hạn. Từ đầu quý IV/2023, các yếu tố

khiến giá được điều chỉnh tăng là có nguyên nhân sâu xa là giá tăng nguyên vật liệu (iron ore, than coke, phế, giá điện), chi phí tài chính (lãi suất ngân hàng,...) và trượt giá USD/VND. Nhà máy phải điều chỉnh tăng giá nhằm bù lại một phần giá tăng nguyên vật liệu, mặc dù nhu cầu vẫn ở mức thấp.

Tại Việt Nam, Posco nổi tiếng với mặt hàng thép hình. Mặt hàng này được sản xuất theo công nghệ và dây chuyền của Hàn Quốc. Loại thép hình này có ưu điểm là kích thước tương đối chuẩn, cân nặng barem cũng không âm quá nhiều so với cân nặng cân thực tế. Ưu điểm của thép Posco có độ bền chắc tốt, thép có khả năng chịu lực cao, kích thước đa dạng phù hợp đáp ứng được nhiều yếu tố khác nhau của công trình. Bề mặt thép xanh, không bị gỉ rỉ, dấu hiệu để nhận biết thép Posco là trên thân cây có ký hiệu PS. Bởi vì có nhiều ưu điểm nên thép PS luôn có giá thành cao hơn so với thép của nhiều hãng khác.

Các sản phẩm thép hình có nguồn gốc Posco hiện nay là: Thép hình I Posco, Thép hình H Posco

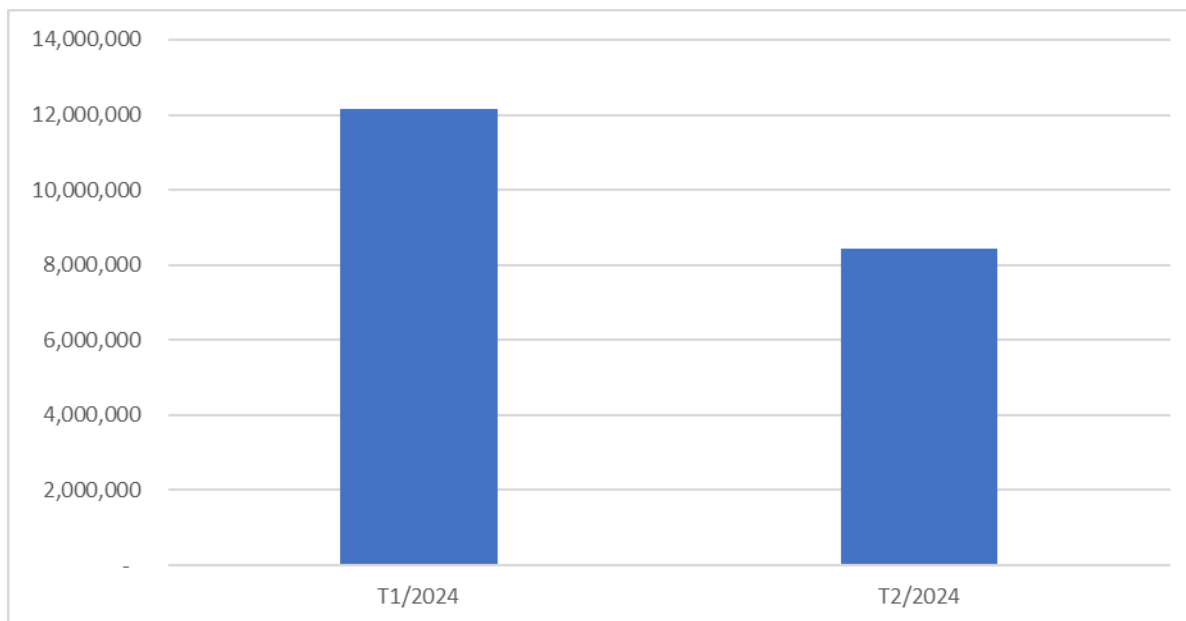
Các kích thước thép hình I Posco: Thép hình I 100 x 55 x 4.5 x 6m, Thép hình I 120 x 64 x 4.8 x 6m, Thép hình I 150 x 75 x 5 x 7 x 12m, Thép hình I 194 x 150 x 6 x 9 x 12m, Thép hình I 200 x 100 x 5.5 x 8 x 12m, Thép hình I 250 x 125 x 6 x 9 x 12m, Thép hình I 294 x 200 x 8 x 12 x 12m, Thép hình I 300 x 150 x 6.5 x 9 x 12m, Thép hình I 350 x 175 x 7 x 11 x 12m, Thép hình I 390 x 300 x 10 x 16 x 12m, Thép hình I 400 x 200 x 8 x 13 x 12m, Thép hình I 450 x 200 x 9 x 14 x 12m, Thép hình I 482 x 300 x 11 x 15 x 12m....

Các kích thước thép H Posco: Thép H 100 x 100 x 6 x 8 x 12m, Thép H 125 x 125 x 6.5 x 9 x 12m, Thép H 150 x 150 x 7 x 10 x 12m, Thép H 175 x 175 x 7.5 x 11 x 12m, Thép H 200 x 200 x 8 x 12 x 12m, Thép H 250 x 250 x 9 x 14 x 12m, Thép H 300 x 300 x 10 x 15 x 12m, Thép H 340 x 250 x 9 x 14 x 12m, Thép H 350 x 350 x 12 x 19 x 12m, Thép H 400 x 400 x 13 x 21 x 12m, Thép H 440 x 300 x 11 x 18 x 12m...

## 2. Tình hình xuất khẩu của Việt Nam sang các thị trường

**Biểu đồ 01: Giá trị xuất khẩu mặt hàng thép hình từ Việt Nam sang các thị trường trong tháng 1, 2 năm 2024**

*Đơn vị: USD*

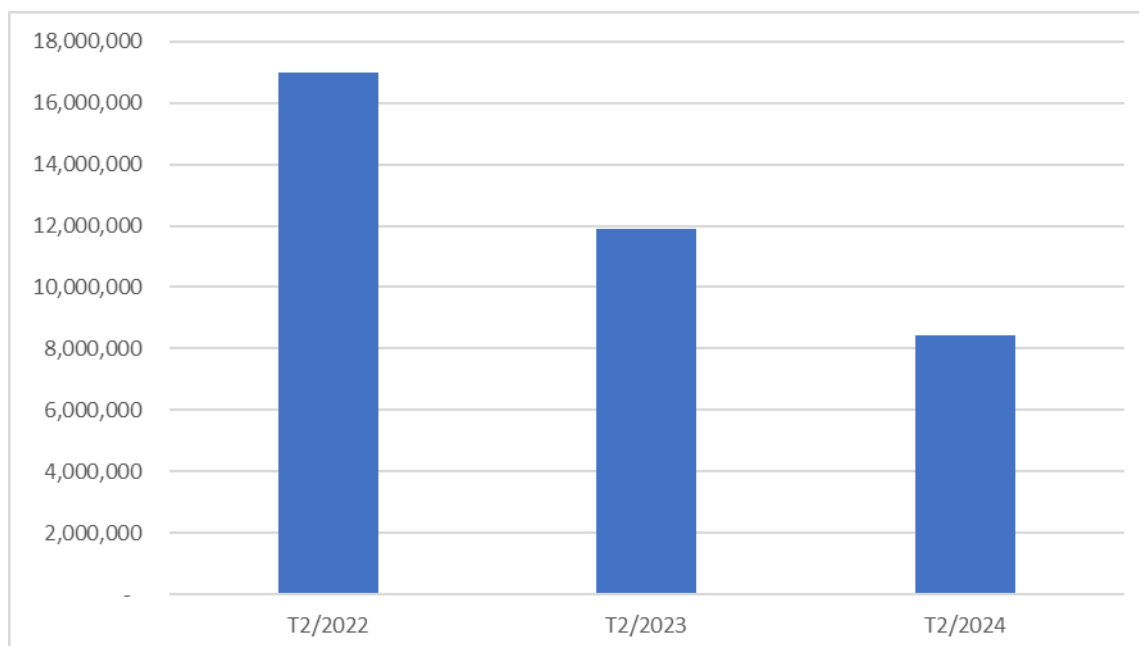


*Nguồn: IHS Markit*

So với tháng 1/2024, tổng giá trị xuất khẩu thép hình từ Việt Nam sang các thị trường giảm 43,68% xuống còn 8.447.876 USD.

**Biểu đồ 02: Giá trị xuất khẩu mặt hàng thép hình từ Việt Nam sang các thị trường trong tháng 2 các năm 2022, 2023, 2024**

*Đơn vị: USD*

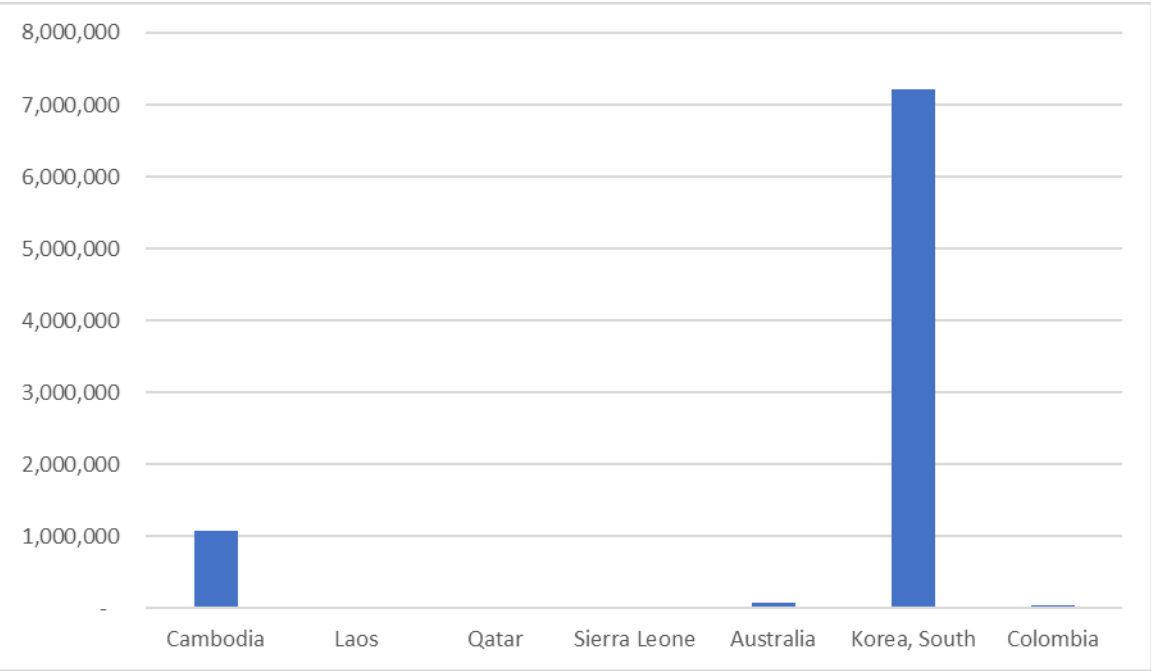


*Nguồn: IHS Markit*

Tháng 2/2022, tổng giá trị xuất khẩu thép hình từ Việt Nam sang các thị trường đạt 16,98 triệu USD. So với tháng 2/2023, tổng giá trị xuất khẩu thép hình từ Việt Nam sang các thị trường giảm mạnh 42,93% xuống còn 11,9 triệu USD. Đến tháng 2/2024, xuất khẩu thép hình sang các nước giảm 40,62% xuống còn 8,4 triệu USD.

**Biểu đồ 03: Giá trị xuất khẩu mặt hàng thép hình từ Việt Nam sang các thị trường trong tháng 2 năm 2024**

*Đơn vị: USD*



*Nguồn: IHS Markit*

Trong tháng 2/2024, tổng giá trị xuất khẩu thép hình từ Việt Nam sang các thị trường đạt 8.447.876 USD, với 02 nước nhập khẩu chính là Hàn Quốc và Campuchia. Hàn Quốc là nhà nhập khẩu thép hình lớn nhất của Việt Nam, với gần 7,2 triệu USD, chiếm 85,3% tổng lượng xuất khẩu. Tiếp đến là Campuchia với khoảng 1 triệu USD, chiếm 12,68% tổng lượng xuất khẩu.

**3. Cập nhật các biện pháp phòng vệ thương mại đối với mặt hàng thép hình**

Ngày 21 tháng 3 năm 2017, Bộ Công Thương ban hành Quyết định số 957/QĐ-BCT về việc áp dụng biện pháp chống bán phá giá tạm thời đối với một số mặt hàng thép hình chữ H

nhập khẩu vào Việt Nam, có xuất xứ Cộng hòa Nhân dân Trung Hoa (bao gồm cả Hồng Kông), có mã HS 7216.33.00, 7228.70.10, 7228.70.90 (mã vụ việc AD03).

Ngày 21 tháng 8 năm 2017, Bộ Công Thương ban hành Quyết định số 3283/QĐ-BCT về việc áp dụng biện pháp chống bán phá giá chính thức đối với sản phẩm thép hình H có xuất xứ từ nước Cộng hòa Nhân dân Trung Hoa.

Ngày 12 tháng 11 năm 2018, Bộ Công Thương ban hành Quyết định số 4243/QĐ-BCT về việc giữ nguyên việc áp dụng biện pháp chống bán phá giá đối với một số mặt hàng thép hình chữ H có xuất xứ từ nước Cộng hòa Nhân dân Trung Hoa.

Ngày 24 tháng 8 năm 2020, Bộ Công Thương ban hành Quyết định số 2251/QĐ-BCT về việc tiến hành điều tra áp dụng biện pháp chống bán phá giá (CBPG) đối với một số sản phẩm thép hình chữ H có mã HS 7216.33.11, 7216.33.19, 7216.33.90, 7228.70.10 và 7228.70.90 có xuất xứ từ Ma-lai-xi-a.

| Thời gian  | Sự kiện                                                                                                                                                                                                          |
|------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 24/08/2020 | Khởi xướng điều tra CBPG (Quyết định số 2251/QĐ-BCT)                                                                                                                                                             |
| 08/09/2020 | Công văn v/v ban hành Bản câu hỏi điều tra đối với nhà sản xuất trong nước, nhà nhập khẩu vụ việc AD12<br>Công văn v/v ban hành Bản câu hỏi điều tra đối với nhà sản xuất, nhà xuất khẩu nước ngoài vụ việc AD12 |
| 02/04/2021 | Áp dụng biện pháp chống bán phá giá tạm thời (Quyết định số 1162/QĐ-BCT)                                                                                                                                         |
| 18/08/2021 | Ban hành quyết định áp thuế CBPG chính thức (Quyết định số 1975/QĐ-BCT) ở mức 10,64%.                                                                                                                            |
| 19/08/2022 | Ban hành kết luận cuối cùng (Quyết định số 1640/QĐ-BCT) về biện pháp chống bán phá giá được gia hạn thêm 05 năm với mức thuế CBPG được áp dụng từ 22,09% đến 33,51%.                                             |

Ngày 05 tháng 12 năm 2023, Bộ Công Thương đã ban hành Quyết định số 3133/QĐ-BCT về việc rà soát lần thứ hai việc áp dụng biện pháp chống bán phá giá đối với một số sản phẩm thép hình chữ H có xuất xứ từ Cộng hòa nhân dân Trung Hoa (mã vụ việc AR02.AD03).

Bộ Công Thương bắt đầu điều tra vụ việc từ tháng 12/2023 trên cơ sở đề nghị của nhóm Công ty Jinxi (Trung Quốc) nộp vào tháng 8/2022.

Ngày 25/11/2024, Bộ Công Thương tiếp tục ban hành Quyết định 3098/QĐ-BCT về kết quả rà soát lần hai đối với biện pháp chống bán phá giá áp dụng cho thép chữ H từ Trung Quốc. Kết luận điều tra cho thấy mức độ bán phá giá của nhóm Công ty Jinxi giảm còn 13,38%.

#### **4. Cảnh báo và kiến nghị**

Thép hình cũng như nhiều sản phẩm sắt thép khác nằm trong danh mục các nhóm hàng bị áp dụng nhiều biện pháp phòng vệ thương mại nhất trên thế giới. Do đó, để bảo vệ quyền lợi hợp pháp của doanh nghiệp xuất khẩu thép của Việt Nam nói chung và thép hình của Việt Nam nói riêng, Cục Phòng vệ thương mại (Bộ Công Thương) khuyến nghị các doanh nghiệp liên quan theo dõi sát diễn biến thị trường, tình hình nhập khẩu của các thị trường. Đồng thời, các doanh nghiệp cần chủ động tìm hiểu hoặc liên hệ Cục Phòng vệ thương mại để được cung cấp thông tin và nắm vững quy định, trình tự, thủ tục điều tra áp dụng các biện pháp phòng vệ thương mại tại các thị trường xuất khẩu. Do đó các doanh nghiệp thép của Việt Nam cần chuẩn bị đầy đủ giấy tờ, chứng từ chứng minh về xuất xứ hàng hóa hợp pháp, không tiếp tay cho các đối tượng có ý định lẩn tránh thuế. Trước năm 2017, Ma-lai-xi-a không sản xuất và xuất khẩu sản phẩm thép hình H sang Việt Nam. Tuy nhiên, sau khi Việt Nam áp dụng thuế CBPG thép hình H với Trung Quốc, kim ngạch xuất khẩu sản phẩm này của Ma-lai-xi-a sang Việt Nam đã tăng đột biến, lên hơn 213 tỷ đồng trong năm 2019 và 848 tỷ đồng trong năm 2020. Do đó, có dấu hiệu về việc thép hình chữ H được sản xuất tại Ma-lai-xi-a sau đó xuất khẩu sang Việt Nam nhằm lẩn tránh thuế CBPG áp dụng đối với thép hình H của Trung Quốc.

Ngoài ra, các doanh nghiệp nên hợp tác đầy đủ, cung cấp thông tin cho cơ quan điều tra khi có yêu cầu; có ý kiến kịp thời đối với các kết luận của cơ quan điều tra hoặc các vấn đề do các bên liên quan nêu. Để ứng phó hiệu quả, các doanh nghiệp sản xuất cần:

Thứ nhất, chủ động thiết lập hệ thống quản lý truy xuất nguồn gốc minh bạch, đảm bảo đáp ứng yêu cầu của nước nhập khẩu, đồng thời lưu giữ đầy đủ sổ sách, chứng từ để chứng minh không bán phá giá khi bị điều tra. Việc đa dạng hóa thị trường xuất khẩu cũng là chiến lược cần thiết nhằm giảm thiểu rủi ro. Trong quá trình ứng phó với các cuộc điều tra phòng vệ thương mại, việc thu thập chứng cứ là bước quan trọng, trong đó doanh nghiệp cần tập trung vào 3 loại chứng cứ chính gồm dữ liệu giá cả, chứng cứ thiệt hại và hồ sơ tài chính.

Thứ hai, việc hợp tác chặt chẽ với cơ quan điều tra cũng là yếu tố quan trọng để bảo đảm quá trình điều tra diễn ra suôn sẻ và công bằng, cùng với tìm kiếm hỗ trợ pháp lý chuyên nghiệp và học hỏi từ các trường hợp thực tế, giúp doanh nghiệp chuẩn bị tốt hơn cho các cuộc điều tra phòng vệ thương mại.

Thứ ba, trước khi một vụ việc phòng vệ thương mại xảy ra, doanh nghiệp cần trang bị những kiến thức cơ bản về phòng vệ thương mại, song song với đa dạng hóa thị trường xuất khẩu, tránh tập trung xuất khẩu quá “nóng” vào một thị trường và cần tập trung cạnh tranh bằng chất lượng hơn là cạnh tranh bằng giá cả.

Thứ tư, thường xuyên cập nhật thông tin với hiệp hội và cơ quan Chính phủ (Cục Phòng vệ thương mại), nhà nhập khẩu về khả năng một vụ việc có thể xảy ra, tham khảo danh sách các mặt hàng cảnh báo nguy cơ bị điều tra lẫn tránh thuế của Cục Phòng vệ thương mại. Trong quá trình ứng phó, doanh nghiệp cần tham gia, hợp tác, cung cấp thông tin đầy đủ cho cơ quan điều tra trong tất cả các giai đoạn của vụ việc, đồng thời phối hợp với hiệp hội và Chính phủ trong toàn bộ diễn biến vụ việc để nhận được sự hỗ trợ cần thiết.

## **THEO DÕI MẶT HÀNG PHÔI THÉP NHẬP KHẨU**

### **1. Tình hình nhập khẩu mặt hàng phôi thép**

#### **a) Mặt hàng phôi thép**

Phôi thép là hợp kim của sắt và Cacbon, chứa hàm lượng Cacbon dưới 2%, hàm lượng Mangan (Mn) dưới 1% và bao gồm một số nguyên tố hóa học khác như Lưu Huỳnh(S), Photpho (P), Silic (Si) và Oxi, thép là vật liệu không thể thiếu trong quá trình xây dựng. Thế nhưng loại vật chất trung gian của quá trình sản xuất ra thép là phôi thép thì khá ít người biết, kể cả các kỹ sư xây dựng.

Hiện nay, 2 phương pháp sản xuất thép được sử dụng trên toàn thế giới đó là sản xuất thông qua lò cơ bản (BOF) và thông qua lò hồ quang điện (EAF). Mặc dù có sự khác biệt về nguyên vật liệu tham gia vào quá trình sản xuất là quặng sắt, than đá, thép phế liệu nhưng mục đích chung đều là tiến hành đúc để tạo ra các loại phôi thép.

70% sản lượng thép trên thế giới được sản xuất thông qua lò Oxi cơ bản gồm:

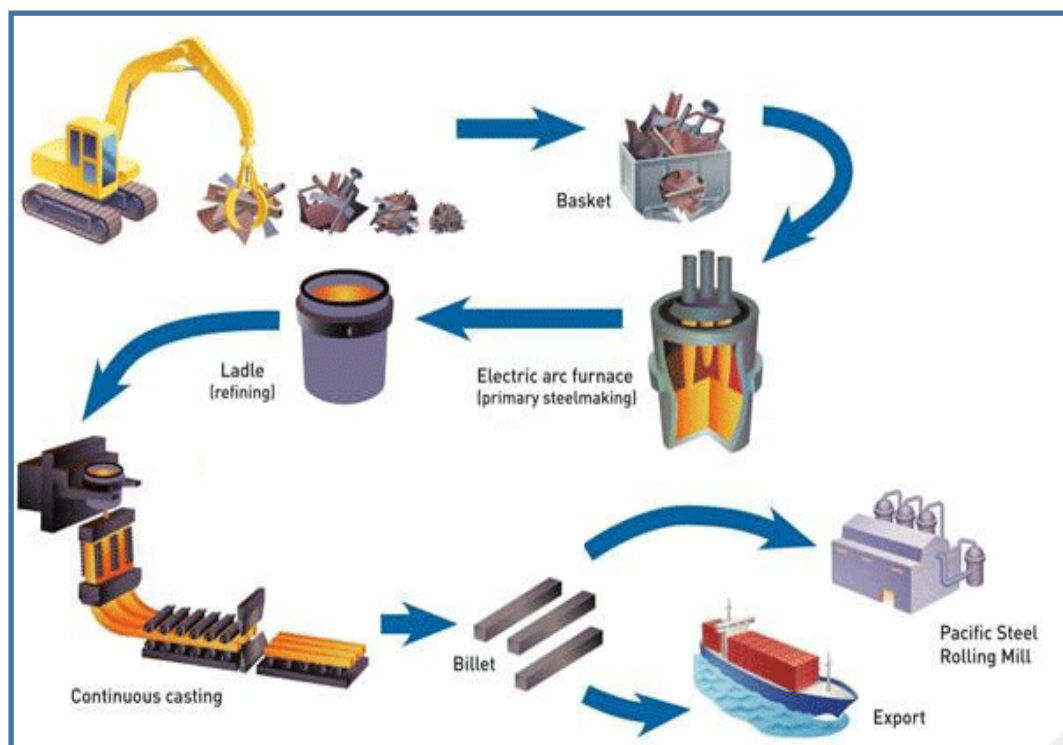
Quặng sau khi được khai thác từ các mỏ sẽ được chuyển về các nhà máy thép, trải qua quá trình luyện gang với các bước như sau:

Quặng kim loại được nung nóng ở một nhiệt độ cao nhất định thông thường là 1300 độ C trở thành các dòng kim loại nóng chảy.

Dòng kim loại này được dẫn tới lò hồ quang điện để xử lý (các tạp chất được tách ra khỏi và các thành phần hoá học trong đó được điều chỉnh

Cuối cùng, dòng kim loại nóng chảy được đúc liên tục để tạo thành các phôi thép

**Quy trình tạo ra phôi thép khép kín:**



Sau đó phôi thép sẽ được cán và gia công thành thép thành phẩm. Đây chính là quy trình chung trong mọi dây chuyền sản xuất sắt tại bất kì nhà máy nào. Do đó, có thể hiểu một cách

Đơn giản nhất phôi thép là sản phẩm của quá trình luyện phôi nằm trong dây chuyền sản xuất sắt thép và là nguyên liệu đầu vào của nhà máy cán thép xây dựng thành phẩm.

Sau khi sản xuất xong phôi thép có thể tồn tại ở 2 trạng thái khác nhau như:

**Trạng thái nóng:** sau khi hình thành phôi thép được duy trì phôi ở 1 nhiệt độ cao để đưa trực tiếp vào nhà máy cán thép nhằm cán ra thép xây dựng thành phẩm.

**Trạng thái nguội:** Nếu muốn chuyển tới các nhà máy khác, phôi thép sẽ được để ở trạng thái nguội. Để thực hiện quá trình cán thép thành phẩm phôi thép phải được làm nóng lại.

Hiện nay ở nước ta, hầu hết các số nhà máy sản xuất thép lớn như Pomina, Việt Nhật Thép Hòa Phát đều không ngừng đầu tư máy móc, dây chuyền công nghệ để xây dựng nên những khu liên hợp sản xuất gang thép khép kín, đồng bộ, tạo ra chuỗi liên hoàn trong sản xuất thép theo công nghệ hiện đại của thế giới.

Phôi thép được chia thành nhiều loại với những mục đích sử dụng khác nhau nhưng chủ yếu là 3 loại dưới đây:

**Phôi thép vuông:** Quy cách phổ biến của loại phôi thép này thường là: 100 x 100, 125 x 125, 150 x 150 chiều dài từ 6 – 12 m. Loại phôi này được sử dụng chủ yếu để sản xuất thép cuộn, thép thanh vằn xây dựng thành phẩm.



**Phôi thép đẹp:** Loại phôi thép này thường có tiết diện cắt ngang mặt hình chữ nhật và đó được đưa qua các loại máy móc để cán thép cuộn cán nóng, thép cuộn cán nguội, thép tấm cán nóng...

Phôi thép Bloom: Xét về đặc điểm phôi thép Bloom gần như billet nhưng lại có kích thước lớn hơn. Nếu không có phôi thép vuông và phôi thép dẹp thì có thể dùng loại này để thay thế.

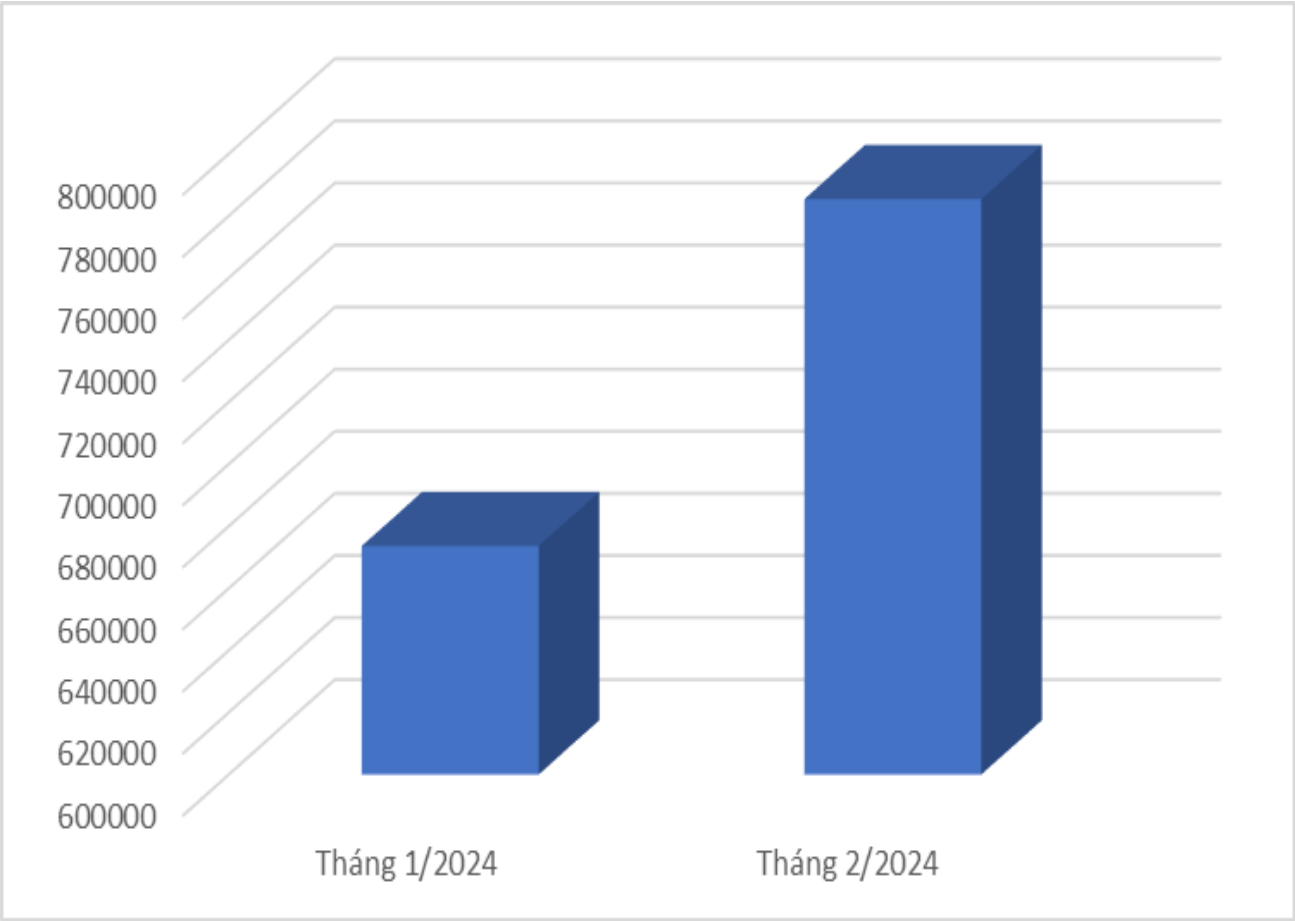
b) Giá trị nhập khẩu mặt hàng phôi thép

Tháng 2/2024 giá trị nhập khẩu mặt hàng phôi thép vào Việt Nam đạt 785.345 USD, hơn tháng 1/2024 với 673.569 USD, tăng 111.776 USD, tương đương 16,6%.

So với cùng kỳ năm trước, tháng 2/2024 tăng 294.765 USD (tương đương 60,1%) so với mức 490.580 USD của tháng 2/2023.

**Giá trị nhập khẩu mặt hàng phôi thép vào Việt Nam từ các thị trường trong tháng 1 và tháng 2 năm 2024**

*Đơn vị: USD*



*Nguồn: IHS Markit*

Tháng 2/2024, tổng giá trị nhập khẩu phôi thép vào Việt Nam đạt 785.345 USD, chủ yếu nhập khẩu từ Trung Quốc, Hàn Quốc, Đài Loan (Trung Quốc) và các nước khác.

Trung Quốc tiếp tục là nguồn cung lớn nhất, chiếm 49,5% tổng giá trị nhập khẩu với 388.812,78 USD. Với lợi thế về chi phí sản xuất thấp và khả năng cung cấp số lượng lớn, Trung Quốc là đối tác quan trọng đối với ngành thép Việt Nam. Khoảng cách địa lý gần gũi và chính sách vận chuyển hiệu quả giúp tiết kiệm chi phí và thời gian, từ đó làm cho phôi thép từ Trung Quốc trở thành lựa chọn phổ biến và thuận tiện cho các doanh nghiệp Việt Nam. Tuy nhiên, dù giá cả cạnh tranh, các doanh nghiệp vẫn cần chú trọng đến vấn đề chất lượng và đảm bảo các tiêu chuẩn kỹ thuật của sản phẩm nhập khẩu.

Hàn Quốc đứng thứ hai với 159.551,50 USD, chiếm 20,3% tổng giá trị nhập khẩu. Mặc dù giá phôi thép nhập khẩu từ Hàn Quốc thường cao hơn so với Trung Quốc, nhưng chất lượng sản phẩm lại vượt trội và đáp ứng được yêu cầu khắt khe của các ngành công nghiệp cần thép chất lượng cao. Sự ổn định trong sản xuất, quy trình kiểm tra nghiêm ngặt và cam kết chất lượng từ các nhà sản xuất Hàn Quốc là yếu tố quan trọng giúp phôi thép Hàn Quốc được ưa chuộng, đặc biệt trong các lĩnh vực yêu cầu tiêu chuẩn chất lượng cao như công nghiệp chế tạo máy móc, xây dựng hạ tầng hoặc sản xuất thiết bị điện tử.

Đài Loan (Trung Quốc) chiếm 14,7% tổng giá trị nhập khẩu, tương đương 115.919,57 USD. Mặc dù chiếm tỷ trọng thấp hơn so với Trung Quốc và Hàn Quốc, phôi thép từ Đài Loan vẫn đóng một vai trò quan trọng trong việc cung cấp sản phẩm chất lượng ổn định với giá cả hợp lý. Các sản phẩm thép từ Đài Loan được biết đến với tính đồng nhất và độ bền cao, tuy nhiên giá cả thường cao hơn so với phôi thép Trung Quốc, do vậy, Đài Loan thường được lựa chọn cho các yêu cầu kỹ thuật đặc biệt hoặc thị trường ngách.

Các nước còn lại, chiếm 15,5% tổng giá trị nhập khẩu, với 121.699,48 USD, đến từ các quốc gia khác như Nhật Bản, Nga, hoặc các nước trong khu vực ASEAN. Đây là những quốc gia cung cấp sản phẩm phôi thép với chất lượng cao nhưng không quá phổ biến như ba đối tác trên. Các doanh nghiệp Việt Nam nhập khẩu phôi thép từ các nước này nhằm đa dạng hóa nguồn cung, giảm thiểu rủi ro và tận dụng các ưu đãi thương mại đặc biệt, hoặc để đáp ứng nhu cầu cụ thể của các phân khúc thị trường yêu cầu sản phẩm có các đặc tính đặc biệt.

| Nguồn nhập khẩu       | Giá trị (USD) | Tỷ trọng (%) |
|-----------------------|---------------|--------------|
| Trung Quốc            | 388.812,78    | 49,5%        |
| Hàn Quốc              | 159.551,50    | 20,3%        |
| Đài Loan (Trung Quốc) | 115.919,57    | 14,7%        |
| Các nước khác         | 121.699,48    | 15,5%        |
| Tổng cộng             | 785.345,00    | 100%         |

## 2. Đánh giá chung về tình hình sản xuất trong nước

Các công ty sản xuất phôi thép trong nước:

| STT | Tên công ty                                         |
|-----|-----------------------------------------------------|
| 1   | Công ty Cổ phần Thép Hòa Phát Hải Dương             |
| 2   | Công ty TNHH Một thành viên Thép Miền Nam - VNSTEEL |
| 3   | Công ty Cổ phần Thép Vicasa - VNSTEEL               |
| 4   | Công ty Cổ phần Thép Thủ Đức - VNSTEEL              |
| 5   | Công ty TNHH Thép Hòa phát Hưng Yên;                |
| 6   | Công ty TNHH Thép đặc biệt Shengli                  |
| 7   | Công ty TNHH Gang thép Hưng nghiệp Formosa          |
| 8   | Công ty Khoáng sản và Luyện kim Việt Trung          |
| 9   | Công ty TNHH Thép Tungho Việt Nam                   |
| 10  | Công ty Cổ phần Thép Pomina                         |
| 11  | Công ty Cổ phần Gang Thép Thái Nguyên               |

Theo số liệu của Hiệp hội Thép Thế giới (Worldsteel), sản lượng thép thô thế giới của 71 quốc gia đạt 148,8 triệu tấn trong tháng 2/2024, tăng 3,7% so với cùng kỳ năm trước. Trong tháng 2/2024, sản xuất thép thô ở nhiều khu vực tăng trưởng hai chữ số như: EU (ngoài EU

27) tăng 32,5%; Nam Mỹ (10,5%)... Ở chiều ngược lại, khu vực Bắc Mỹ và EU (27) lại có xu hướng giảm nhẹ, lần lượt giảm 1,3% và 3,3%.

Cường quốc sản xuất, xuất khẩu thép Trung Quốc trong tháng 2 đưa ra sản lượng 81,2 triệu tấn, tăng 3,5% so với cùng kỳ năm 2023. Sản lượng thép và tồn kho thép của Trung Quốc năm 2023 tương đương mức của năm trước, nhưng tâm lý thị trường nhìn chung suy yếu, do nhu cầu phục hồi vào mùa xuân này dự kiến sẽ vẫn chậm trong bối cảnh ngành bất động sản gặp khó khăn và chính quyền địa phương bước vào chế độ giảm đòn bẩy. Dự kiến việc khởi công xây dựng nhà mới, động lực thúc đẩy nhu cầu thép lớn ở Trung Quốc, sẽ tiếp tục giảm đáng kể trong năm 2024 do doanh số bán nhà kém. Trong tháng 2/2024, sản xuất thép thô ở Thổ Nhĩ Kỳ tăng trưởng tốt nhất với 46,6%, tương ứng 3,1 triệu tấn. Ở chiều ngược lại, sản xuất thép ở Brazil giảm 7,2%, xuống còn 2,5 triệu tấn.

**Bảng 2: Sản lượng thép thô 10 quốc gia có sản lượng thép thô lớn nhất thế giới trong tháng 2/2024**

Đơn vị: triệu tấn. Nguồn: Worldsteel.

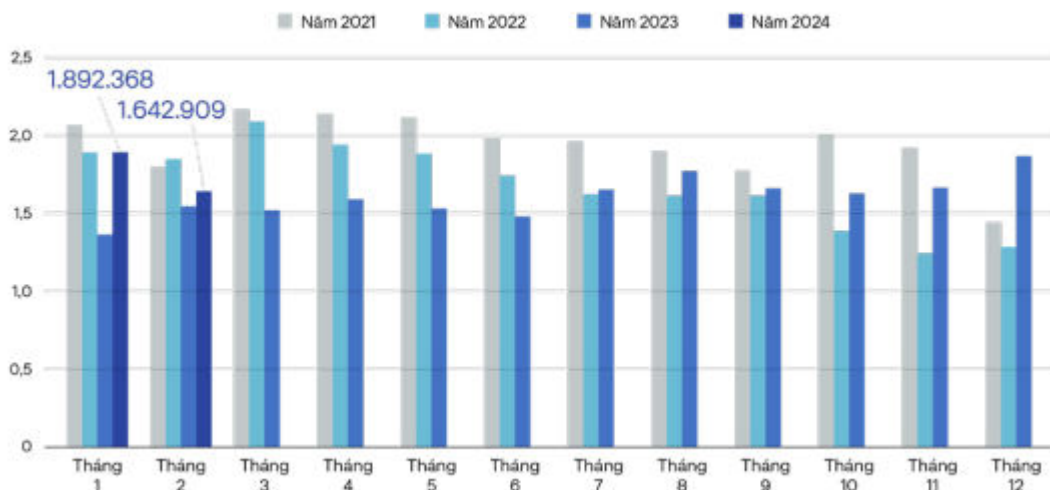
| STT | Quốc gia   | Sản lượng tháng 2/2024 | Thay đổi so với cùng kỳ năm trước | Sản lượng tháng 2/2024 | Thay đổi so với cùng kỳ năm trước |
|-----|------------|------------------------|-----------------------------------|------------------------|-----------------------------------|
| 1   | Trung Quốc | 81,2 (ước tính)        | ▲ 3,5%                            | 168,0                  | ▲ 1,6%                            |
| 2   | Ấn Độ      | 11,8                   | ▲ 11,4%                           | 24,5                   | ▲ 10,0%                           |
| 3   | Nhật Bản   | 7,0                    | ▲ 1,1%                            | 14,3                   | ▲ 0,8%                            |
| 4   | Mỹ         | 6,5                    | ▼ 1,2%                            | 13,0                   | ▼ 2,6%                            |
| 5   | Nga        | 5,7 (ước tính)         | ▼ 4,4%                            | 11,7                   | ▼ 3,2%                            |
| 6   | Hàn Quốc   | 5,1                    | ▼ 1,5%                            | 10,8                   | ▲ 0,2%                            |
| 7   | Thổ Nhĩ Kỳ | 3,1                    | ▲ 46,6%                           | 6,3                    | ▲ 34,5%                           |
| 8   | Đức        | 3,1 (ước tính)         | ▲ 5,5%                            | 6,2                    | ▲ 4,6%                            |
| 9   | Iran       | 2,8                    | ▲ 13,1%                           | 5,5                    | ▲ 6,4%                            |
| 10  | Brazil     | 2,5 (ước tính)         | ▼ 7,2%                            | 4,8                    | ▲ 26,5%                           |

Theo Hiệp hội Thép Việt Nam (VSA), trong tháng 2/2024, sản xuất thép thô đạt 1,64 triệu tấn, giảm 13% so với tháng trước và tăng 7% so với tháng 2/2023. Tiêu thụ thép thô đạt gần 1,81 triệu tấn, giảm 5% so với tháng trước nhưng tăng 10% so với cùng kỳ năm 2023. Xuất khẩu thép thô tháng 2 đạt 217.817 tấn, tăng 45% so với tháng 1 và tăng 28% so với tháng 2/2023.

Tính chung 2 tháng đầu năm 2024, sản xuất thép thô đạt 3,5 triệu tấn, tăng 20% so với cùng kỳ năm 2023. Tiêu thụ đạt 3,67 triệu tấn, tăng 18% so với cùng kỳ năm 2023. Trong đó, xuất khẩu đạt 426.000 tấn, tăng 36% so với cùng kỳ năm 2023.

**Biểu đồ 10: Tình hình sản xuất thép thô 2021-2024**

Đơn vị: triệu tấn. Nguồn: VSA.



### 3. Đánh giá và khuyến nghị

Ngày 18 tháng 12 năm 2016, Bộ Công Thương đã ban hành Quyết định số 2968/QĐ-BCT về việc áp dụng biện pháp tự vệ đối với sản phẩm phôi thép và thép dài nhập khẩu vào Việt Nam. Các sản phẩm thuộc mã HS: 7207.11.00; 7207.19.00; 7207.20.29; 7207.20.99; 7224.90.00; 7213.10.10; 7213.10.90; 7213.91.20; 7214.20.31; 7214.20.41; 7227.90.00; 7228.30.10; 9811.00.00.

Theo quy định của Hiệp định Tự vệ của Tổ chức Thương mại Thế giới (WTO) mà Việt Nam là thành viên, Bộ Công Thương cũng đã quyết định lộ trình áp thuế tự vệ theo hướng giảm dần đối với các mặt hàng phôi thép và thép dài như sau:

| Thời gian có hiệu lực                                                                           | Thuế phôi thép                        |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------|
| Từ ngày 22/3/2016 (ngày Quyết định áp dụng biện pháp tạm thời có hiệu lực) đến ngày 01/8/2016   | 23,3%<br>(mức thuế tạm vệ tạm thời)   |
| Từ ngày 02/8/2016 (ngày Quyết định áp dụng biện pháp chính thức có hiệu lực) đến ngày 21/3/2017 | 23,3%<br>(mức thuế tạm vệ chính thức) |
| Từ ngày 22/3/2017 đến ngày 21/3/2018                                                            | 21,3%                                 |
| Từ ngày 22/3/2018 đến ngày 21/3/2019                                                            | 19,3%                                 |
| Từ ngày 22/3/2019 đến ngày 21/3/2020                                                            | 17,3%                                 |
| Từ ngày 22/3/2020 trở đi                                                                        | 0%<br>(nếu không gia hạn)             |

Ngày 20/03/2020, Bộ Công Thương ban hành Quyết định 918/QĐ-BCT về việc gia hạn áp dụng biện pháp tạm vệ đối với sản phẩm phôi thép và thép dài nhập khẩu với mức thuế và thời gian gia hạn áp dụng biện pháp tạm vệ như sau:

| Thời gian có hiệu lực           | Thuế phôi thép            |
|---------------------------------|---------------------------|
| Từ ngày 22/3/2020 đến 21/3/2021 | 15,3%                     |
| Từ ngày 22/3/2021 đến 21/3/2022 | 13,3%                     |
| Từ ngày 22/3/2022 đến 21/3/2023 | 11,3%                     |
| Từ ngày 22/3/2023 trở đi        | 0%<br>(nếu không gia hạn) |

Ngày 21/03/2023, Bộ Công Thương ban hành Quyết định số 691/QĐ-BCT. Theo Quyết định này, Bộ trưởng Bộ Công Thương không gia hạn áp dụng biện pháp tạm vệ đối với sản phẩm phôi thép có mã HS: 7207.11.00; 7207.19.00; 7207.20.29; 7207.20.99; 7224.90.00; và

9811.00.10 được dẫn chiếu tới mã HS 7224.90.00. Theo đó, tại thời điểm tháng 2 năm 2024, mặt hàng phôi thép nhập khẩu và Việt Nam không phải chịu thuế tự vệ.

Phôi thép là sản phẩm trung gian để làm ra các sản phẩm thép khác được sử dụng rất rộng rãi trong các công trình xây dựng hiện nay, là vật liệu chủ đạo để xây nên những tòa nhà cao tầng, những nhịp cầu bắc qua sông. Quan điểm của Chính phủ Việt Nam luôn khuyến khích đầu tư sản xuất thép từ thượng nguồn, ưu tiên sản xuất trong nước vì thép được coi là nền tảng để sản xuất các sản phẩm công nghiệp, giúp các ngành sản xuất trong nước tự chủ được phần nguyên liệu. Bảo vệ sản xuất thượng nguồn trong nước cũng là bảo vệ công ăn việc làm và tạo nguồn thu ngân sách bền vững cho nhà nước. Bên cạnh đó, thép là mặt hàng có lượng nhập khẩu lớn, lại là ngành công nghiệp cốt lõi, tác động đến nhiều ngành kinh tế khác nhau..

Hiện nay, các quốc gia trên thế giới đang tăng cường áp dụng triệt để các hàng rào kỹ thuật và biện pháp phòng vệ thương mại để bảo vệ ngành sản xuất trong nước. Các rào cản kỹ thuật được áp dụng rõ ràng tại các quốc gia như Thái Lan, Indonesia, Malaysia, Hàn Quốc, Ấn Độ, Úc, Anh.... Trong khi đó, gần như các sản phẩm thép nhập khẩu vào Việt Nam đều có thuế nhập khẩu bằng 0%. Hơn nữa, biện pháp tự vệ đối với mặt hàng phôi thép đã bị dỡ bỏ.

Tình hình nhập khẩu phôi thép hiện tại cho thấy khối lượng nhập khẩu còn rất thấp và khó có khả năng tăng nhanh trong thời gian tới. Phôi thép là sản phẩm trung gian trong chuỗi giá trị của ngành thép, chủ yếu phục vụ nhu cầu sản xuất nội bộ tại các nhà máy thép để chế tạo các sản phẩm hạ nguồn như thép xây dựng, thép tấm, thép cuộn. Chính vì đặc thù này, nhu cầu nhập khẩu phôi thép chỉ tăng khi nguồn cung nội địa không đáp ứng đủ hoặc chi phí sản xuất trong nước vượt quá chi phí nhập khẩu. Tuy nhiên, với mạng lưới sản xuất và phân phối phôi thép nội địa ngày càng phát triển, các doanh nghiệp trong nước có xu hướng ưu tiên sử dụng nguồn nguyên liệu nội địa để tối ưu hóa chi phí và duy trì tính ổn định trong chuỗi cung ứng. Bên cạnh đó, việc nhập khẩu phôi thép thường gặp phải các rào cản như chi phí vận chuyển cao, thuế nhập khẩu, và yêu cầu về chất lượng, khiến việc nhập khẩu trở thành phương án ít được ưu tiên.

Khả năng tăng nhanh khối lượng nhập khẩu phôi thép trong tương lai gần cũng rất thấp do các yếu tố liên quan đến cơ cấu thị trường và chính sách kinh tế. Nền công nghiệp thép nội địa thường được bảo hộ thông qua các chính sách hỗ trợ và ưu đãi dành cho sản xuất trong

nước, từ đó tạo động lực cho các doanh nghiệp tập trung phát triển năng lực nội tại. Ngoài ra, việc phát triển hệ thống sản xuất khép kín, từ sản xuất phôi thép đến sản phẩm hạ nguồn, giúp các doanh nghiệp kiểm soát tốt hơn chi phí, chất lượng và thời gian giao hàng. Điều này càng củng cố xu hướng sử dụng phôi thép nội địa, thay vì phụ thuộc vào nguồn cung quốc tế.

Nhìn chung, việc nhập khẩu phôi thép ở mức thấp góp phần ổn định thị trường thép trong nước, giảm áp lực từ biến động giá trên thị trường quốc tế và đảm bảo sự bền vững cho ngành thép nội địa. Tuy nhiên, để duy trì và phát triển lợi thế này, các doanh nghiệp cần tiếp tục đầu tư vào công nghệ hiện đại, tối ưu hóa chi phí sản xuất, và nâng cao chất lượng sản phẩm để đáp ứng tiêu chuẩn ngày càng khắt khe của thị trường. Đồng thời, ngành thép cũng cần theo dõi sát sao diễn biến thị trường quốc tế, đặc biệt là giá nguyên liệu đầu vào và các thay đổi về chính sách thương mại, nhằm chủ động điều chỉnh chiến lược nhập khẩu hoặc sản xuất phù hợp. Việc này không chỉ giúp bảo vệ vị thế của ngành thép trong nước mà còn tạo điều kiện để mở rộng khả năng cạnh tranh trên thị trường quốc tế.

Hiện nay Việt Nam không còn áp dụng biện pháp tự vệ giá đối với mặt hàng phôi thép nhập khẩu từ Trung Quốc, các doanh nghiệp sản xuất phôi thép trong nước phải đối mặt với thách thức lớn trong việc duy trì sức cạnh tranh và bảo vệ thị phần. Nếu có dấu hiệu cho thấy phôi thép nhập khẩu bị bán phá giá, các doanh nghiệp trong nước cần khẩn trương triển khai các biện pháp nhằm bảo vệ lợi ích của ngành sản xuất nội địa và duy trì sự ổn định của thị trường. Cần thu thập thông tin và bằng chứng chi về hành vi bán phá giá, bao gồm việc so sánh giá nhập khẩu phôi thép với giá thị trường quốc tế, chi phí sản xuất nội địa và giá bán thực tế trong nước. Nếu giá nhập khẩu thấp hơn đáng kể so với chi phí sản xuất thông thường hoặc giá xuất khẩu tại quốc gia sản xuất, đó là dấu hiệu rõ ràng của hành vi bán phá giá. Ngoài ra, các doanh nghiệp cần theo dõi sát khối lượng nhập khẩu, đặc biệt khi có sự gia tăng đột biến về nguồn cung hoặc khi giá bán của phôi thép nhập khẩu thấp bất thường. Những dữ liệu này sẽ là cơ sở quan trọng để xác định tính chất và mức độ vi phạm, đồng thời làm căn cứ đề xuất đối với cơ quan có thẩm quyền.

Sau khi thu thập đầy đủ bằng chứng, các doanh nghiệp hoặc hiệp hội ngành thép cần phối hợp chặt chẽ để yêu cầu Bộ Công Thương khởi xướng cuộc điều tra chống bán phá giá. Hồ sơ đề nghị cần được chuẩn bị kỹ lưỡng, bao gồm các tài liệu chứng minh hành vi bán phá giá, thiệt hại cụ thể mà ngành thép nội địa phải chịu, và mối quan hệ nhân quả giữa hai yếu tố

này. Ví dụ, thiệt hại có thể bao gồm sự sụt giảm doanh thu, lợi nhuận, hay thị phần của các nhà sản xuất nội địa. Trong quá trình điều tra, các doanh nghiệp cần cung cấp thông tin minh bạch về chi phí sản xuất, giá bán và các số liệu kinh doanh khác để hỗ trợ cơ quan chức năng phân tích và xác định bản chất của vấn đề. Nếu kết quả điều tra kết luận rằng có hành vi bán phá giá, các doanh nghiệp có thể yêu cầu áp dụng các biện pháp phòng vệ thương mại như áp thuế chống bán phá giá để điều chỉnh lại giá nhập khẩu về mức hợp lý.

Ngoài các biện pháp pháp lý, doanh nghiệp cần chú trọng vào việc tăng cường nội lực để nâng cao năng lực cạnh tranh. Một trong những chiến lược hiệu quả là đầu tư vào công nghệ sản xuất hiện đại nhằm giảm chi phí, tăng năng suất và cải thiện chất lượng sản phẩm. Khi sản phẩm nội địa có tính cạnh tranh cao về giá và chất lượng, áp lực từ hàng nhập khẩu giá rẻ sẽ giảm đáng kể. Đồng thời, các doanh nghiệp có thể mở rộng sản xuất sang các dòng sản phẩm giá trị gia tăng hoặc tập trung vào các phân khúc thị trường cao cấp để giảm thiểu sự cạnh tranh trực tiếp với hàng nhập khẩu trong các phân khúc giá thấp. Bên cạnh đó, việc đa dạng hóa thị trường tiêu thụ và tìm kiếm cơ hội xuất khẩu mới cũng là một giải pháp hiệu quả để giảm sự phụ thuộc vào thị trường nội địa và đối phó với tác động của hàng nhập khẩu bán phá giá.

Phối hợp với các hiệp hội ngành thép và các đối tác thương mại cũng đóng vai trò quan trọng trong việc đối phó với hàng nhập khẩu bán phá giá. Các hiệp hội ngành thép có thể đại diện cho tiếng nói chung của các doanh nghiệp, thúc đẩy quá trình điều tra và vận động áp dụng các biện pháp phòng vệ thương mại trên quy mô toàn ngành. Hơn nữa, hiệp hội có thể đóng vai trò trung gian trong việc chia sẻ thông tin, tạo diễn đàn để các doanh nghiệp hợp tác và phối hợp trong việc giải quyết vấn đề. Ngoài ra, làm việc với các đối tác thương mại quốc tế có thể giúp phát hiện và ngăn chặn sớm các hành vi cạnh tranh không lành mạnh từ các nhà xuất khẩu.

Hiện tại, Trung Quốc chiếm gần 50% tổng giá trị nhập khẩu phôi thép vào Việt Nam, điều này đồng nghĩa với sự phụ thuộc lớn vào một nguồn cung duy nhất. Mặc dù Trung Quốc có lợi thế về giá cả cạnh tranh và vị trí địa lý gần gũi, nhưng rủi ro từ các yếu tố như biến động chính sách xuất khẩu, chi phí vận chuyển hoặc các thay đổi bất ngờ trong nguồn cung là không thể xem nhẹ. Do đó, các doanh nghiệp sản xuất và nhập khẩu phôi thép cần chủ động tìm kiếm các nguồn cung khác, bao gồm Hàn Quốc, Đài Loan, Nhật Bản hoặc các nước trong khu vực

ASEAN, để đảm bảo sự ổn định trong chuỗi cung ứng. Ngoài ra, việc tận dụng các hiệp định thương mại tự do như RCEP hoặc EVFTA sẽ giúp doanh nghiệp giảm thiểu thuế nhập khẩu và tiết kiệm chi phí đáng kể. Đồng thời, doanh nghiệp nên xây dựng mối quan hệ chiến lược với các nhà cung cấp lớn, không chỉ để đa dạng hóa nguồn cung mà còn đảm bảo chất lượng và ổn định lâu dài.

Bên cạnh việc nhập khẩu, các doanh nghiệp cần chú trọng đầu tư vào sản xuất trong nước để giảm sự phụ thuộc vào nguồn cung bên ngoài và nâng cao tính tự chủ. Việc đầu tư vào công nghệ sản xuất hiện đại sẽ giúp cải thiện năng suất và chất lượng phôi thép, từ đó đáp ứng được nhu cầu đa dạng của thị trường nội địa và giảm bớt sự cạnh tranh về giá với các sản phẩm nhập khẩu. Đặc biệt, doanh nghiệp có thể tận dụng nguồn nguyên liệu trong nước như thép phế liệu để tái chế và sản xuất phôi thép. Điều này không chỉ giúp tiết kiệm chi phí mà còn góp phần bảo vệ môi trường. Ngoài ra, phát triển các ngành công nghiệp phụ trợ, như cung cấp quặng sắt hoặc thiết bị sản xuất, sẽ giúp xây dựng một chuỗi giá trị bền vững, hỗ trợ ngành thép phát triển mạnh mẽ hơn.

Chi phí nhập khẩu là một yếu tố quan trọng trong việc quyết định hiệu quả kinh doanh của các doanh nghiệp. Để giảm thiểu chi phí và đảm bảo hiệu quả, doanh nghiệp cần đàm phán các hợp đồng dài hạn với nhà cung cấp, nhằm ổn định giá cả và tránh rủi ro từ biến động giá thép trên thị trường thế giới. Ngoài ra, việc tối ưu hóa logistics, như sử dụng các cảng trung gian có chi phí thấp hơn hoặc nhập khẩu theo quy mô lớn, cũng là những giải pháp quan trọng giúp giảm chi phí vận chuyển. Các doanh nghiệp nên chủ động theo dõi giá nguyên liệu toàn cầu để đưa ra quyết định nhập khẩu vào thời điểm giá thấp nhất, đồng thời sử dụng các công cụ phái sinh như hợp đồng tương lai để bảo hiểm rủi ro giá cả.

Trong bối cảnh thị trường ngày càng cạnh tranh, việc đáp ứng các yêu cầu chất lượng và theo kịp xu hướng thị trường là điều kiện tiên quyết để doanh nghiệp duy trì vị thế. Các doanh nghiệp nên ưu tiên nhập khẩu từ các thị trường có sản phẩm chất lượng cao như Hàn Quốc và Đài Loan, để phục vụ các ngành công nghiệp yêu cầu khắt khe như xây dựng hạ tầng, chế tạo máy móc và sản xuất thiết bị điện tử. Đồng thời, việc đảm bảo các sản phẩm nhập khẩu đạt tiêu chuẩn quốc tế như ISO hoặc ASTM sẽ giúp doanh nghiệp dễ dàng thâm nhập các thị trường xuất khẩu và nâng cao uy tín thương hiệu. Ngoài ra, xu hướng sử dụng thép xanh và các sản phẩm thân thiện môi trường đang ngày càng được ưa chuộng. Doanh nghiệp nên tích

hợp công nghệ sản xuất bền vững và các giải pháp bảo vệ môi trường để không chỉ đáp ứng yêu cầu của khách hàng mà còn phù hợp với các quy định mới về phát triển bền vững.

## THEO DÕI MẶT HÀNG PHÂN BÓN NHẬP KHẨU

### 1. Tình hình nhập khẩu mặt hàng phân bón DAP, MAP tháng 2 năm 2024

*Tình hình nhập khẩu phân bón chung:*

Theo thống kê sơ bộ của Tổng cục Hải quan, trong tháng 2/2024 cả nước nhập khẩu 281.588 tấn phân bón, tương đương 91,55 triệu USD, giá trung bình 325,1 USD/tấn, giảm cả về lượng, kim ngạch và giá so với tháng 1/2024, với mức giảm tương ứng 32,1%, 33,8% và 2,5%. So với tháng 2/2023 thì tăng 54,3% về lượng, tăng 35,6% kim ngạch nhưng giảm 12% về giá.

Tính chung cả 2 tháng đầu năm 2024 lượng phân bón nhập khẩu của cả nước đạt 687.236 tấn, tương đương trên 226,9 triệu USD, tăng 113,8% về khối lượng, tăng 82,5% về kim ngạch so với 2 tháng đầu năm 2023, giá trung bình đạt 330,2 USD/tấn, giảm 14,6%.

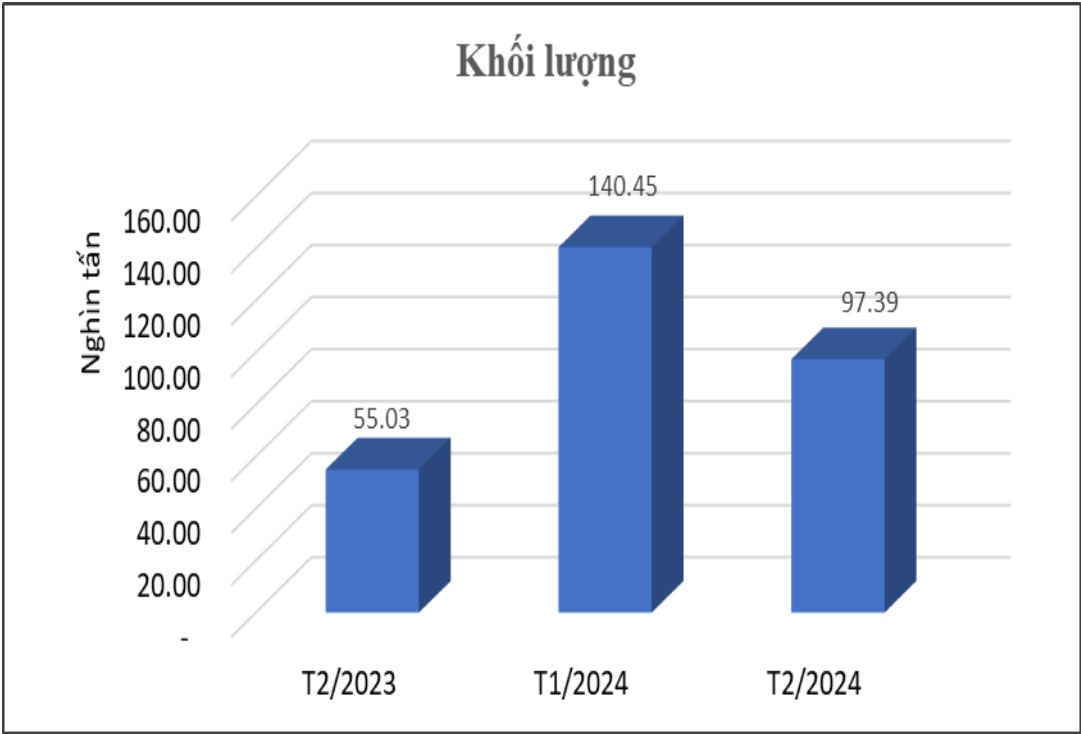
Trong tháng 2/2024 nhập khẩu phân bón từ thị trường chủ đạo Nga giảm 32% về lượng, giảm 28% về kim ngạch nhưng tăng 6% về giá so với tháng 1/2024, đạt 48.872 tấn, tương đương 31,55 triệu USD, giá 645,5 USD/tấn; so với tháng 2/2023 thì tăng rất mạnh 4.396% về lượng, tăng 4.066% kim ngạch nhưng giảm 7,3% về giá. Tính chung cả 2 tháng đầu năm, nhập khẩu phân bón từ thị trường Nga chiếm 17,6% trong tổng lượng và chiếm 33,2% trong tổng kim ngạch nhập khẩu phân bón của cả nước, đạt 120.803 tấn, tương đương 75,35 triệu USD, giá trung bình 623,7 USD/tấn, tăng mạnh 3.661% về lượng, tăng 3.454% về kim ngạch nhưng giảm 5,5% về giá so với 2 tháng đầu năm 2023.

Tiếp sau đó là thị trường Trung Quốc chiếm 42,4% trong tổng lượng và chiếm 28,2% trong tổng kim ngạch, đạt 291.224 tấn, tương đương 64,08 triệu USD, giá trung bình 220 USD/tấn, tăng 84,2% về lượng, tăng 11,6% kim ngạch nhưng giảm 39,4% về giá so với 2 tháng đầu năm 2023.

Thị trường Lào đứng thứ 3 đạt 49.361 tấn, tương đương 13,52 triệu USD, giá 273,9 USD/tấn, chiếm 7,2% trong tổng lượng và chiếm 6% trong tổng kim ngạch nhập khẩu phân bón của cả nước, tăng 98% về lượng, tăng 25,4% kim ngạch nhưng giảm 36,7% về giá so với 2 tháng đầu năm 2023.

Tình hình nhập khẩu mặt hàng phân bón DAP và MAP vào Việt Nam tháng 2 năm 2024 như sau:

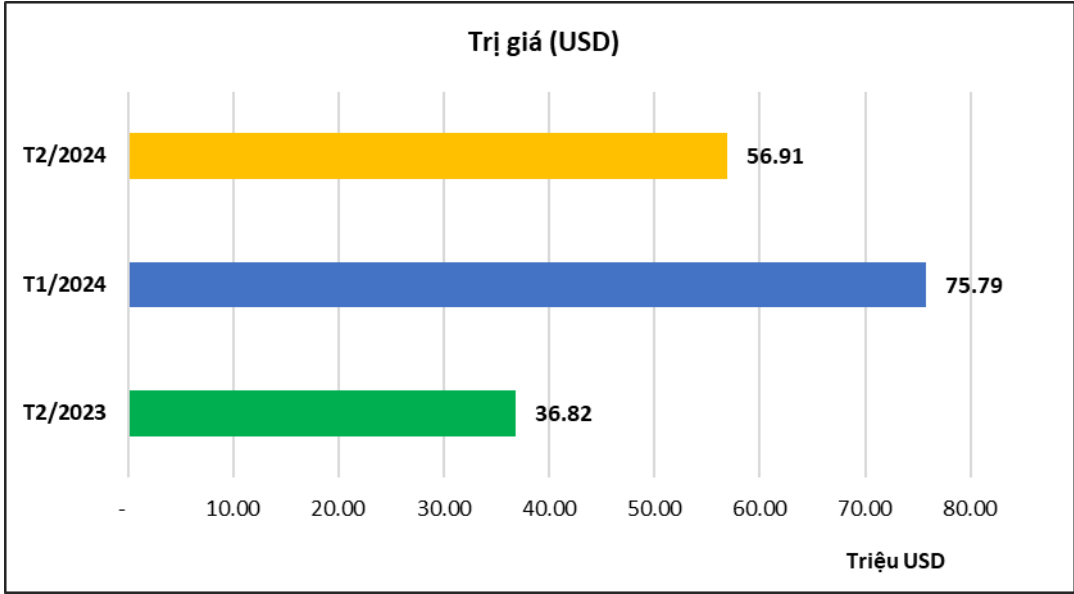
**Hình 1 – Khối lượng nhập khẩu mặt hàng phân bón DAP và MAP vào Việt Nam trong tháng 2 các năm 2023, 2024**



*Nguồn: IHS Markit*

Biểu đồ trên thể hiện sự biến động về lượng nhập khẩu phân bón DAP, MAP vào Việt Nam trong năm 2023 và tháng 2 năm 2024. Lượng nhập khẩu mặt hàng phân bón DAP, MAP vào Việt Nam từ các thị trường trong tháng 2 năm 2023 và tháng 2 năm 2024 lần lượt là 55,03 nghìn tấn và 97,39 nghìn tấn. Lượng nhập khẩu mặt hàng phân bón này vào Việt Nam trong tháng 2 năm 2024 đã tăng hơn 42,35 nghìn tấn so với cùng kỳ năm 2023 (tăng 77%) nhưng lại giảm gần 43 nghìn tấn so với tháng 1 năm 2024 (giảm 30,66%).

**Hình 2 – Trị giá nhập khẩu mặt hàng phân bón DAP, MAP vào Việt Nam trong tháng 2 các năm 2023, 2024**



*Nguồn: IHS Markit*

Tháng 1 năm 2024, giá trị nhập khẩu tăng lên 75,79 triệu USD. Đến tháng 2 năm 2024, giá trị nhập khẩu giảm còn 56,91 triệu USD, tương đương giảm khoảng 25% so với tháng trước và tăng gần 54,6% so với cùng kỳ năm 2023.

**Bảng 1- Trị giá và khối lượng nhập khẩu mặt hàng phân bón DAP, MAP vào Việt Nam từ các thị trường trong tháng 2 năm 2024**

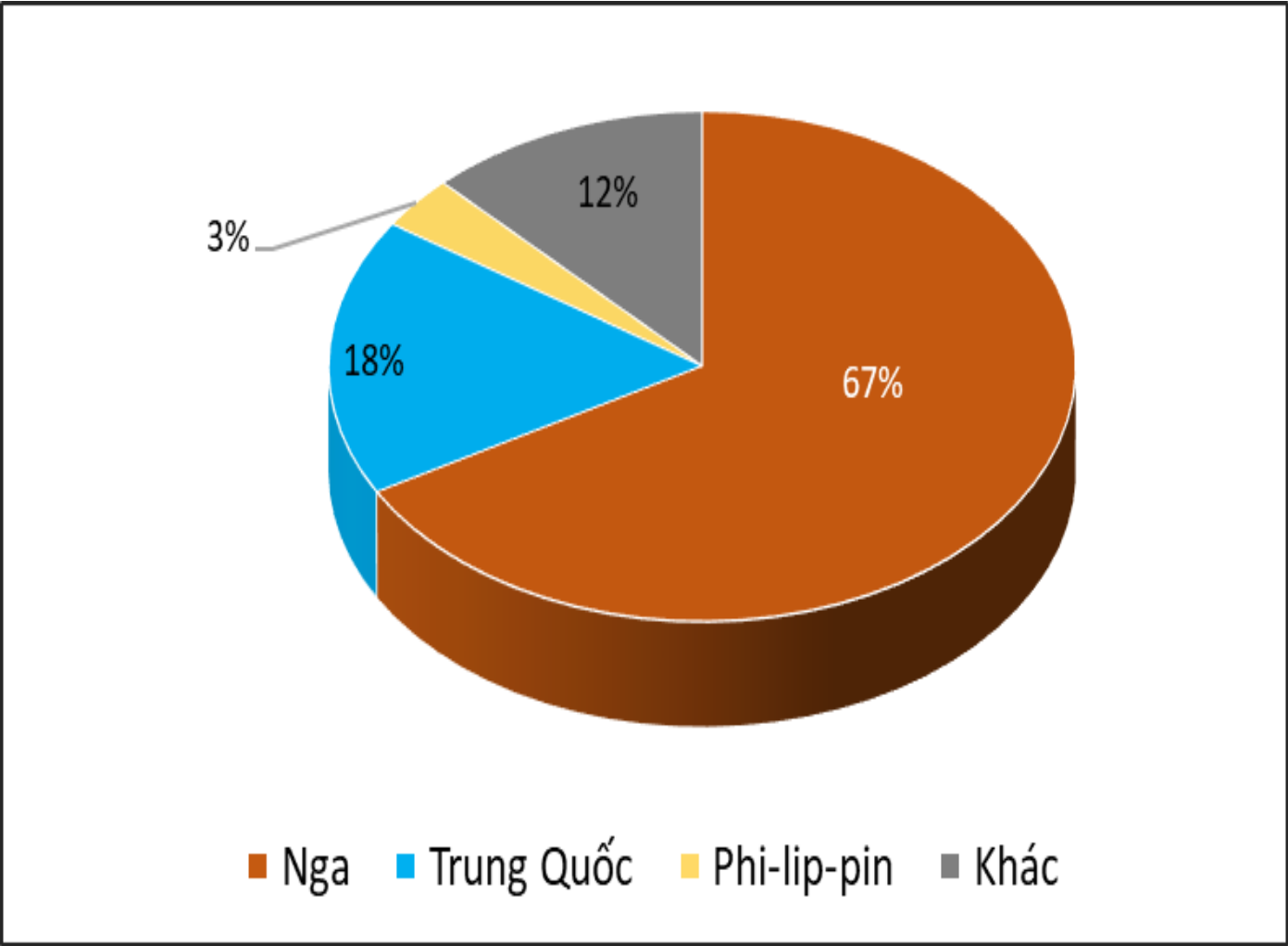
| Thị trường  | Trị giá (USD) | Sản lượng (kg) |
|-------------|---------------|----------------|
| Nga         | 38.009.652,82 | 58.816.520,00  |
| Trung Quốc  | 10.022.164,23 | 22.355.442,50  |
| Phi-lip-pin | 1.918.125,00  | 4.125.000,00   |
| Na-uy       | 1.465.259,16  | 2.259.610,00   |
| Bỉ          | 1.432.762,38  | 3.079.259,40   |
| Hà Lan      | 1.326.558,49  | 2.818.342,28   |
| Hàn Quốc    | 523.210,55    | 782.789,42     |

| Thị trường            | Trị giá (USD)        | Sản lượng (kg)       |
|-----------------------|----------------------|----------------------|
| Đức                   | 290.051,25           | 371.000,00           |
| Italy                 | 270.003,97           | 455.201,22           |
| Hoa Kỳ                | 267200,5             | 219604,4             |
| Tây Ban Nha           | 229.771,02           | 158.090,88           |
| Ba Lan                | 221.891,62           | 88.202,45            |
| Ấn Độ                 | 153004,36            | 84794,99             |
| Pháp                  | 150.883,15           | 307.099,29           |
| Vương quốc Anh        | 146143,1             | 161709,09            |
| Nhật Bản              | 113.277,15           | 1.009.800,00         |
| Úc                    | 73.408,22            | 34.817,67            |
| Bun-ga-ri             | 66.613,30            | 52.105,00            |
| Peru                  | 57.000,00            | 42.000,00            |
| Hy Lạp                | 28.595,76            | 12.659,65            |
| Đài Loan - Trung Quốc | 28099,94             | 2200                 |
| Jordan                | 26.640,00            | 24.000,00            |
| Thổ Nhĩ Kỳ            | 23.313,00            | 16.311,41            |
| Triều Tiên            | 18.640,00            | 80.000,00            |
| Israel                | 15.600,00            | 1.625,00             |
| Malaysia              | 10.812,00            | 24.181,33            |
| Thái Lan              | 10000                | 4013,01              |
| Slovenia              | 7.441,28             | 875,00               |
| Việt Nam              | 259,65               | 1482,47              |
| <b>Tổng</b>           | <b>56.906.381,90</b> | <b>97.388.736,46</b> |

*Nguồn: IHS Markit*

Về cơ cấu thị trường nhập khẩu mặt hàng phân bón DAP vào Việt Nam tháng 2 năm 2024, nhập khẩu từ Nga đạt 38 triệu USD, chiếm đến 67% tổng trị giá nhập khẩu từ tất cả các thị trường. Tiếp đến là Trung Quốc với 10 triệu USD, chiếm 18%. Nhập khẩu từ Phi-líp-pin đứng ở vị trí thứ ba với khoảng 2 triệu USD, chiếm tỷ trọng nhỏ khoảng 3%. Nhập khẩu từ các thị trường khác chỉ đạt 7 triệu USD; chiếm gần 12%. Các số liệu này cho thấy trong 2 tháng đầu năm 2024 Nga vẫn là nguồn cung phân bón DAP, MAP lớn nhất của Việt Nam.

**Hình 3 – Tỷ trọng nhập khẩu mặt hàng phân bón vào Việt Nam từ các thị trường trong tháng 2 năm 2024**



*Nguồn: IHS Markit*

Theo đánh giá của các chuyên gia, trong năm 2023, trong tháng 2 năm 2024, thị trường phân bón DAP và MAP trên thế giới tiếp tục đối mặt với những biến động đáng kể. Nguồn cung phân bón được dự báo sẽ ngày càng thắt chặt, do hai nhà cung cấp lớn của thế giới là

Trung Quốc và Nga hạn chế xuất khẩu. Theo Cục thống kê Trung Quốc, tính đến tháng 11/2023 tổng sản lượng phân bón của quốc gia này đã cao hơn 11% so với sản lượng cả năm trước, đạt gần 5 triệu tấn. Tuy nhiên, mặc dù sản lượng phân bón nội địa tăng nhưng nhiều khách hàng trước đây mua phân bón của Trung Quốc đã phải chuyển sang những nguồn cung ứng khác. Trong vài năm qua, Trung Quốc thực thi lệnh hạn chế xuất khẩu phân bón và kéo dài thời gian kiểm tra xuất khẩu để duy trì sự ổn định giá trong nước. Những hạn chế đó đã khiến cho quốc gia này trở thành địa chỉ cung ứng không đáng tin cậy đối với những nước châu Á trước đây vẫn dựa vào nguồn cung phân bón của Trung Quốc. Đặc biệt, lệnh cấm xuất khẩu phân lân của Trung Quốc đã đóng vai trò quan trọng trong việc đẩy giá DAP trên toàn thế giới tăng hơn 26% từ giữa tháng 7/2023. Trung Quốc là nước xuất khẩu phân lân lớn nhất thế giới và cũng là quốc gia cung ứng urê hàng đầu.

Điều này có thể khiến giá phân bón trong năm 2024 tăng nhẹ so với các năm trước. Về chính sách thuế, từ ngày 7/9/2022, phân bón DAP và MAP nhập khẩu vào Việt Nam không còn phải chịu thuế tự vệ, tạo điều kiện thuận lợi cho việc nhập khẩu các loại phân bón này.

Như vậy, mặc dù Việt Nam có năng lực sản xuất phân bón DAP và MAP, nhưng do nhu cầu trong nước cao và biến động của thị trường quốc tế, việc nhập khẩu từ các nước, đặc biệt là Trung Quốc, vẫn đóng vai trò quan trọng trong việc đảm bảo nguồn cung phân bón cho nông nghiệp trong nước. Bên cạnh đó, Việt Nam cần phải xem xét đến các yếu tố có thể ảnh hưởng đến nguồn cung nhập khẩu phân bón nói chung và mặt hàng DAP và MAP nói riêng như sau:

*Biến động giá nguyên liệu và chi phí sản xuất:* Giá nguyên liệu đầu vào như amoniac và photphoric acid tăng cao sẽ làm tăng chi phí sản xuất DAP, dẫn đến giá bán cao hơn.

*Tỷ giá hối đoái:* Biến động tỷ giá giữa đồng Việt Nam và các ngoại tệ mạnh có thể ảnh hưởng đến giá nhập khẩu DAP. Nếu đồng Việt Nam mất giá so với USD, chi phí nhập khẩu sẽ tăng lên.

*Chi phí vận chuyển và logistics:* Sự gia tăng chi phí vận chuyển quốc tế, do giá nhiên liệu tăng hoặc các vấn đề về chuỗi cung ứng, có thể làm tăng giá thành DAP nhập khẩu.

*Nhu cầu thị trường nội địa:* Nhu cầu sử dụng DAP trong nước tăng cao, đặc biệt trong các mùa vụ quan trọng, có thể tạo áp lực lên nguồn cung và giá cả.

## 2. Đánh giá chung về tình hình sản xuất phân bón trong nước

Trong tháng 2 năm 2024, Việt Nam đã xuất khẩu tổng cộng 171.741 tấn phân bón, đạt giá trị trên 72,5 triệu USD, tuy tăng 13,7% về khối lượng và 11,53% về kim ngạch so với cùng kỳ năm 2023 nhưng lại giảm 4,71% về khối lượng và 0,51% về kim ngạch so với tháng 1/2024. Trong khi đó, giá xuất khẩu trung bình được tính ở mức 422 USD/tấn, tăng 4,4% so với tháng trước nhưng giảm 1,91% so với cùng kỳ 2023.

Tính chung 2 tháng đầu năm 2024, khối lượng và trị giá kim ngạch xuất khẩu phân bón đạt 351.962 tấn và 145,41 triệu USD, tăng 26,48% về khối lượng và 12,77% so với cùng kỳ 2023.

Về cơ cấu xuất khẩu, Campuchia, Hàn Quốc và Malaysia vẫn là các thị trường xuất khẩu phân bón lớn nhất của Việt Nam trong tháng 2 năm 2024.

Về năng lực sản xuất, các nhà máy sản xuất phân bón DAP và MAP tại Việt Nam có tổng công suất thiết kế khoảng 720.000 tấn/năm. Tuy nhiên, do nhu cầu thị trường và các yếu tố khác, sản lượng thực tế chỉ đạt khoảng 400.000-500.000 tấn/năm, trong khi mức tiêu thụ trong nước chỉ đạt khoảng 200.000 tấn/năm. Điều này dẫn đến tình trạng tồn kho cao, buộc các nhà máy phải giảm hoặc tạm ngừng sản xuất.

So với nguồn nhập khẩu, Việt Nam vẫn phụ thuộc vào phân bón DAP và MAP từ các thị trường như Trung Quốc và các nước khác để đáp ứng nhu cầu trong nước. Mặc dù các doanh nghiệp trong nước khẳng định có năng lực sản xuất tốt với giá bán cạnh tranh, nhưng tình trạng thiếu hụt nguồn cung và biến động giá cả vẫn xảy ra, dẫn đến việc phải tổ chức các cuộc họp khẩn để tìm giải pháp ổn định thị trường.

Như vậy, mặc dù Việt Nam có năng lực sản xuất phân bón DAP và MAP đáng kể, nhưng do hạn chế về công nghệ, chi phí sản xuất và biến động thị trường, việc nhập khẩu từ các nước khác vẫn đóng vai trò quan trọng trong việc đáp ứng nhu cầu phân bón trong nước.

### Ø Các công ty sản xuất phân bón DAP, MAP trong nước:

- Tập đoàn Hóa chất Việt Nam (Vinachem):

+ Sản phẩm: Phân DAP, NPK, Kali, và các loại phân bón hóa học khác.

+ Nhà máy nổi bật: Nhà máy DAP Đình Vũ (Hải Phòng) – sản xuất DAP; Nhà máy DAP Lào Cai – sản xuất DAP.

+ Công ty trực thuộc: Công ty Cổ phần DAP – VINACHEM; Công ty Cổ phần DAP 2– VINACHEM.

- Công ty Cổ phần Hóa chất và Phân bón Hóa chất Đức Giang

+ Sản phẩm: DAP, phân bón vi lượng và hóa chất.

Nhìn chung, trong tháng 2 năm 2024, sản xuất phân bón DAP và MAP tại Việt Nam sản xuất DAP tại Việt Nam tập trung chủ yếu ở các tỉnh phía Bắc, đặc biệt là Hải Phòng và Lào Cai, với sự đóng góp chính từ các nhà máy thuộc Công ty Cổ phần DAP - VINACHEM như: DAP Đình Vũ (Hải Phòng) với công suất thiết kế 330.000 tấn/năm và DAP Lào Cai với công suất thiết kế 330.000 tấn/năm. Tổng công suất của hai nhà máy này đạt khoảng 660.000 tấn/năm, đáp ứng 70-80% nhu cầu DAP trong nước.

- Hải Phòng: Nhà máy DAP số 1 - Hải Phòng, thuộc Công ty Cổ phần DAP-VINACHEM, là một trong những cơ sở sản xuất DAP lớn nhất cả nước. Doanh nghiệp này hiện chiếm khoảng 30% thị phần phân bón DAP trên toàn quốc.

- Lào Cai: Nhà máy DAP số 2 - Lào Cai, cũng thuộc Công ty Cổ phần DAP - VINACHEM, đóng góp đáng kể vào tổng sản lượng DAP trong nước.

### 3. Đánh giá & khuyến nghị

Từ các phân tích ở phần 1 và 2 trên, có thể thấy nhập khẩu hiện tại là không đáng kể so với sản xuất trong nước, do đó hiện tại nhập khẩu phân bón DAP và MAP chưa ảnh hưởng nhiều đến ngành sản xuất phân bón trong nước.

Tuy nhiên, với các biến động khó lường trước của thị trường thế giới, trong thời gian tới, Bộ Công Thương cùng với các doanh nghiệp cần tiếp tục bám sát diễn biến của thị trường, đặc biệt là diễn biến **tăng lượng nhập khẩu** để nghiên cứu, đề xuất chính sách, hoặc biện pháp can thiệp kịp thời nhằm đảm bảo sự lành mạnh của thị trường, tạo điều kiện sự phát triển bền vững của các doanh nghiệp trong nước.

Ø Thông tin vụ việc:

Ngày 12 tháng 5 năm 2017, căn cứ Hồ sơ yêu cầu áp dụng biện pháp tự vệ của ngành sản xuất trong nước, quy định của WTO và Pháp lệnh Tự vệ, Bộ Công Thương đã ban hành Quyết định số 1682A/QĐ-BCT khởi xướng vụ việc điều tra áp dụng biện pháp tự vệ toàn cầu đối với phân bón DAP và MAP nhập khẩu vào Việt Nam.

Ngày 04 tháng 8 năm 2017, trên cơ sở Kết luận điều tra sơ bộ cho thấy hàng hóa nhập khẩu đã gây ra thiệt hại nghiêm trọng cho sản xuất trong nước, Bộ Công Thương đã ban hành Quyết định số 3044/QĐ-BCT về việc áp dụng biện pháp tự vệ tạm thời đối với phân bón DAP và MAP nhập khẩu, với mức thuế tự vệ tạm thời là 1.855.790 đồng/tấn và có hiệu lực từ ngày 19 tháng 8 năm 2017 đến ngày 06 tháng 3 năm 2018.

Ngày 20/10/2021, Cơ quan điều tra nhận được hồ sơ yêu cầu rà soát cuối kỳ việc áp dụng biện pháp tự vệ đối với một số sản phẩm phân bón DAP, MAP nhập khẩu bởi đại diện ngành sản xuất trong nước gồm ba công ty: CTCP DAP- Vinachem, CTCP DAP số 2- Vinachem và CTCP hóa chất Đức Giang. Bộ Công Thương quyết định không gia hạn áp dụng biện pháp tự vệ đối với sản phẩm phân bón DAP, MAP nhập khẩu theo Quyết định 1845/QĐ-BCT. Như vậy, từ ngày 7/9/2022, biện pháp tự vệ hết hạn, mức thuế về 0 đồng/tấn. Những thay đổi này có những tác động nhất định đến tình hình hoạt động của ngành sản xuất phân bón DAP, MAP trong nước.

Việc áp dụng thuế tự vệ theo lộ trình giảm dần một mặt tạo môi trường công bằng cho sản xuất trong nước phát triển nhưng cùng với đó cũng hướng tới việc duy trì thị trường cạnh tranh để mang tới lợi ích cho người sử dụng phân bón. Các biện pháp phòng vệ thương mại, trong đó có biện pháp tự vệ, là các biện pháp có tính chất dài hạn nhằm đem lại một môi trường cạnh tranh công bằng giữa hàng hóa sản xuất trong nước và hàng hóa nhập khẩu.

### ***Diễn biến vụ việc:***

| Thời gian  | Sự kiện                                                                                                                 |
|------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 12/05/2017 | Khởi xướng điều tra                                                                                                     |
| 04/08/2017 | Quyết định áp dụng biện pháp tự vệ tạm thời                                                                             |
| 02/03/2018 | Quyết định áp dụng biện pháp tự vệ chính thức                                                                           |
| 21/03/2018 | Thông báo về Hướng dẫn thực hiện việc miễn trừ áp dụng biện pháp tự vệ                                                  |
| 12/10/2018 | Thông báo tiếp nhận đơn yêu cầu miễn trừ áp dụng biện pháp tự vệ                                                        |
| 31/05/2019 | Thông báo công khai về việc tiếp nhận hồ sơ yêu cầu rà soát cuối kỳ                                                     |
| 02/07/2019 | Cục PVTM đã nhận được Hồ sơ yêu cầu từ Công ty Cổ phần DAP - Vinachem và Công ty Cổ phần số 2 – Vinachem (Bên yêu cầu)  |
| 10/07/2019 | Ban hành Công văn đề nghị bên yêu cầu bổ sung một số thông tin liên quan                                                |
| 02/08/2019 | Cục PVTM đã nhận được hồ sơ bổ sung thông tin theo yêu cầu                                                              |
| 13/08/2019 | Cơ quan điều tra xác nhận hồ sơ đã đầy đủ, hợp lệ theo quy định                                                         |
| 03/09/2019 | Ban hành Quyết định 2700/QĐ-BCT rà soát cuối kỳ                                                                         |
| 18/09/2019 | Ban hành Công văn số 817/PVTM-P2 v/v bản câu hỏi rà soát cuối kỳ cho các công ty SX trong nước và các công ty nhập khẩu |
| 07/10/2019 | Ban hành Công văn số 874/PVTM-P2 v/v thông báo nộp hồ sơ đề nghị miễn trừ                                               |
| 13/01/2020 | Tổ chức buổi tham vấn để các bên liên quan có thể trình bày các quan điểm liên quan tới vụ việc                         |
| 03/03/2020 | Quyết định gia hạn áp dụng biện pháp tự vệ                                                                              |
| 28/01/2022 | Quyết định rà soát cuối kỳ biện pháp tự vệ (Quyết định 117/QĐ-BCT)                                                      |
| 14/09/2022 | Quyết định không gia hạn áp dụng biện pháp tự vệ (Quyết định 1845/QĐ-BCT)                                               |

Ø Thông tin chính sách và thị trường:

Trong tháng 2 năm 2024, thị trường phân đạm toàn cầu ghi nhận những biến động quan trọng về cung cầu và giá cả, ảnh hưởng trực tiếp đến chiến lược kinh doanh của các doanh nghiệp trong ngành.

Sản lượng và tiêu thụ: Ngân hàng Rabobank ước tính sản lượng phân đạm toàn cầu năm 2024 đạt 109 triệu tấn, trong khi nhu cầu tiêu thụ khoảng 108 triệu tấn, cho thấy cung vượt cầu nhẹ.

Giá phân đạm: Giá phân đạm trong những tháng đầu năm 2024 có xu hướng tăng, do nhu cầu phục hồi và giá nguyên liệu đầu vào tăng.

Hạn chế xuất khẩu: Trung Quốc và Nga tiếp tục hạn chế xuất khẩu phân bón, dẫn đến nguồn cung toàn cầu thắt chặt và có thể khiến giá phân bón tăng nhẹ trong năm 2024.

Giá nguyên liệu đầu vào: Giá khí tự nhiên, nguyên liệu chính trong sản xuất phân đạm, dự kiến tăng trong năm 2024, ảnh hưởng đến chi phí sản xuất và giá bán phân đạm.

Doanh nghiệp cần cập nhật thường xuyên thông tin về biến động giá cả và chính sách xuất khẩu từ các nhà cung cấp lớn để điều chỉnh chiến lược kinh doanh phù hợp.

## **Phụ lục – Thông tin về mặt hàng phân bón**

### ***1. Mô tả mặt hàng Phân bón***

Mặt hàng nghiên cứu là các loại phân bón vô cơ phức hợp hoặc hỗn hợp với hai thành phần chính là Đạm (Ni-tơ hoặc N) và Lân (P2O5), trong đó lượng Ni-tơ chiếm ít nhất 7% và lượng P2O5 chiếm ít nhất 30%.

*Các sản phẩm này thuộc các mã HS:*

3105.1020; 3105.1090; 3105.2000; 3105.3000; 3105.4000; 3105.5100; 3105.5900; 3105.9000

### **Ø Phân bón DAP (diammonium phosphate):**

Phân bón DAP có các đặc tính như sau:

- Công thức hóa học:  $(\text{NH}_4)_2\text{HPO}_4$ ;

- Hình dạng: dạng hạt;
- Hàm lượng lân trong 1 kg DAP có giá trị bằng 2,8 kg supe lân hoặc lân nung chảy;
- DAP là loại phân trung tính, lân trong DAP tan nhanh trong nước nên cây dễ hấp thu;
- Màu sắc: vàng, xanh, đen, nâu.

#### Ø **Phân bón MAP (monoammonium phosphate):**

Phân bón MAP có các đặc tính như sau:

- Công thức hóa học:  $\text{NH}_4\text{H}_2\text{PO}_4$ ;
- Khối lượng phân tử: 115,02g/mol;
- Nhiệt độ nóng chảy:  $190^\circ\text{C}$ ;
- Hình dạng: dạng bột;
- Màu sắc: trắng trong, trắng ngà, trắng xanh.

## 2. **Quy trình sản xuất phân bón**

#### Ø **Nguyên liệu đầu vào:**

Phân bón DAP và MAP đều là phân lân amoni, sản xuất từ phản ứng giữa axit photphoric ( $\text{H}_3\text{PO}_4$ ) và amoniac ( $\text{NH}_3$ ).

*Nguyên liệu chính:*

- Axit photphoric ( $\text{H}_3\text{PO}_4$ ): Chiết xuất từ quặng apatit hoặc photphorit qua quá trình hòa tan với axit sulfuric.
- Amoniacc ( $\text{NH}_3$ ): Dạng lỏng hoặc khí, cung cấp nguồn đạm.
- Nước và phụ gia: Điều chỉnh độ ẩm, kiểm soát pH.

#### Ø **Quy trình sản xuất chung:**

- *Giai đoạn 1: Chuẩn bị nguyên liệu*

- + Axit photphoric được lọc để loại bỏ tạp chất, đưa về nồng độ phù hợp.
- + Amoniac được hóa lỏng để dễ dàng kiểm soát trong quá trình phản ứng.

*- Giai đoạn 2: Phản ứng tạo phân DAP/MAP*

Tùy theo tỷ lệ amoniac sử dụng, sản phẩm thu được sẽ là MAP ( $\text{NH}_4\text{H}_2\text{PO}_4$ ) hoặc DAP ( $(\text{NH}_4)_2\text{HPO}_4$ ).

*- Giai đoạn 3: Cô đặc và tạo hạt*

- + Dung dịch DAP/MAP sau phản ứng được cô đặc bằng nhiệt.
- + Quá trình tạo hạt bằng tạo viên trong lò quay hoặc phun sấy.
- + Các hạt phân được sấy khô để ổn định kích thước và độ bền.

*- Giai đoạn 4: Sàng lọc và đóng gói*

- + Kiểm tra kích thước hạt đạt tiêu chuẩn (1-4 mm).
- + Loại bỏ hạt quá nhỏ hoặc quá to.
- + Đóng gói thành phẩm vào bao bì (25kg, 50kg).

**Ø Quy trình sản xuất DAP:**

DAP được sản xuất từ quặng apatit, amoniac và  $\text{H}_3\text{PO}_4$ . Axit  $\text{H}_3\text{PO}_4$  được lấy từ phân xưởng sản xuất photphoric,  $\text{NH}_3$  được lấy từ khu lưu trữ amoniac, nước công nghệ được đưa sang thiết bị phản ứng kiểu ống. Tại thiết bị này, toàn bộ  $\text{H}_3\text{PO}_4$  và khoảng 70% lượng  $\text{NH}_3$  cần thiết được đưa vào trong thiết bị phản ứng trung hoà để trung hoà sơ bộ và tạo ra bùn amoni photphat với 22% nước. Bùn này sau đó được đưa tới thiết bị tạo hạt DAP.

Tại thiết bị tạo hạt DAP, bùn được phân phối đều vào thiết bị tạo hạt, và 30%  $\text{NH}_3$  còn lại cũng được cấp vào thiết bị này. Đây là thiết bị vên thùng quay, bên trong thùng có lắp các cánh vào thân hình trụ. Do lực trọng trường, bùn di chuyển về đầu phía sau và được vên thành viên. Các hạt DAP ẩm sau đó được đưa tới thiết bị sấy thùng quay, tại đây nước trong hạt

DAP ẩm bị bay hơi và phản ứng tạo DAP còn tiếp tục trong suốt quá trình sấy. Hạt DAP đáp ứng tiêu chuẩn kỹ thuật được đưa sang công đoạn đóng bao.

Trong quá trình sản xuất, bụi và một số khí độc thoát ra như  $\text{NH}_3$ , HF,  $\text{SiF}_4$  ở tất cả các nguồn phát thải như thiết bị trung hoà sơ bộ, thiết bị tạo hạt, máy sấy, gầu tải, sàng phân loại, thiết bị làm nguội DAP đều được thu lại và được xử lý bằng hệ thống xử lý ướt.

#### Ø Quy trình sản xuất MAP:

Quá trình sản xuất phân bón MAP đi từ 2 nguyên liệu chính là Amoniac và axit photphoric ( $\text{H}_3\text{PO}_4$ ) 50%. Axit  $\text{H}_3\text{PO}_4$  50% được gia nhiệt tới  $60^\circ - 70^\circ\text{C}$  nhờ thiết bị gia nhiệt axit với tác nhân nhiệt là hơi nước ở điều kiện áp suất (P) 10 3atm. Axit  $\text{H}_3\text{PO}_4$  sau gia nhiệt được bơm cao áp bơm lên ống phản ứng ở điều kiện nhiệt độ  $60^\circ - 70^\circ\text{C}$ , áp suất 13atm.

Amoniac được nhập về bằng xe bồn và được nạp vào bồn chứa Amoniac hình cầu có khả năng chịu áp suất cao. Amoniac lỏng được bơm sang thiết bị hóa hơi amoniac. Tại đây amoniac lỏng được gia nhiệt hóa hơi bằng hơi nước tới điều kiện áp suất cao 13atm, nhiệt độ  $40^\circ - 50^\circ\text{C}$ . Khí Amoniac được đẩy tự nhiên tới ống phản ứng tiếp xúc trực tiếp với axit  $\text{H}_3\text{PO}_4$  để tạo thành sản phẩm MAP trong điều kiện áp cao 6-10 atm, nhiệt độ  $180^\circ - 200^\circ\text{C}$ . Sản phẩm sau đó được phân loại để đạt cỡ hạt nhỏ hơn 2 mm rồi chứa trong xilo trước khi đi đóng bao và được chứa trong kho thành phẩm.

## THEO DÕI MẶT HÀNG VÁN GỖ MDF NHẬP KHẨU

### 1. Tình hình nhập khẩu mặt hàng Ván gỗ MDF

Ván MDF là loại gỗ công nghiệp rất phổ biến ở nước ta, xuất hiện trong hầu hết các sản phẩm nội thất với giá phù hợp cùng chất lượng ổn định.

MDF – Medium Density Fiberboard hay còn gọi là ván ép sợi gỗ, ván sợi mật độ trung bình,... Có thể nói khi nhắc đến ván ép công nghiệp làm nội thất, rất nhiều người sẽ nghĩ ngay đến ván MDF. Loại ván sợi này không chỉ thuyết phục người dùng bởi ngoại hình đa dạng, đẹp mắt mà còn với mức giá phù hợp với khả năng chịu lực tương đối tốt. Như tên gọi, loại ván này có cấu tạo chính từ sợi gỗ, bột gỗ và được phân loại theo khả năng chống ẩm, theo xuất xứ hoặc theo bề mặt phủ.



#### Cấu tạo:

**Sợi gỗ (fiber):** Sợi gỗ thường được sản xuất từ các loại gỗ mềm như gỗ thông, keo hoặc bạch đàn. Các sợi gỗ này được nghiền nhỏ đến kích thước nhất định.

**Keo dán (adhesive):** Keo được sử dụng để kết dính các sợi gỗ lại với nhau. Loại keo phổ biến nhất là keo urea formaldehyde (UF), do có chi phí thấp và hiệu quả cao. Ngoài ra, còn có thể sử dụng keo melamine urea formaldehyde (MUF) hoặc phenol formaldehyde (PF) tùy vào yêu cầu kỹ thuật và mục đích sử dụng của ván MDF.

**Chất phụ gia (additives):** Để cải thiện các đặc tính vật lý và cơ học của ván MDF, người ta thêm vào các chất phụ gia như chất chống ẩm, chất chống mối mọt, chất chống cháy hoặc các loại bột khoáng chất.

#### Phân loại:

Nhằm đáp ứng đa dạng nhu cầu của người dùng, ván MDF cũng được sản xuất theo nhiều tiêu chuẩn với tính chất, đặc điểm khác nhau.

Phân loại theo tính chất: Ván ép lõi xanh chống ẩm và ván thường

Phân loại theo xuất xứ: MDF Thái Lan, Trung Quốc, Đài Loan đang là những sản phẩm được quan tâm và sử dụng rộng rãi ở nước ta

Phân loại theo bề mặt: Phổ biến là MDF phủ melamine, laminate và acrylic

Quy trình sản xuất ván ép công nghiệp MDF

Quy trình sản xuất ván MDF yêu cầu sự chính xác và kiểm soát chặt chẽ ở mỗi công đoạn để đảm bảo sản phẩm đạt chất lượng cao, đồng thời phải tuân thủ các quy định về an toàn lao động và bảo vệ môi trường.

Mỗi doanh nghiệp, nhà máy khác nhau sẽ có quy trình sản xuất khác nhau, nhưng để tạo ra được một sản phẩm đạt chất lượng thì cần tuân thủ các bước sau:

1/Chuẩn bị nguyên liệu:



Thu gom gỗ: Sử dụng các loại gỗ mềm như gỗ thông, bạch đàn, cao su, hoặc các loại gỗ tái chế, phế phẩm từ công nghiệp chế biến gỗ.

Xử lý gỗ: Gỗ được bóc vỏ, chặt thành khúc và băm nhỏ thành dăm gỗ.

## 2/Xử lý và tinh chế dăm gỗ:

Nghiền dăm gỗ: Dăm gỗ được đưa vào máy nghiền để tạo ra các sợi gỗ có kích thước nhỏ hơn.

Tách bột gỗ: Các sợi gỗ sau khi nghiền được đưa vào máy tách bột để loại bỏ các tạp chất và các thành phần không đạt yêu cầu.

## 3/Tạo hỗn hợp keo và sợi gỗ:

Trộn keo: Sợi gỗ sau khi tách bột được trộn với keo UF hoặc MUF tùy thuộc vào yêu cầu chất lượng của sản phẩm. Ngoài ra, có thể thêm các chất phụ gia khác như chất chống ẩm, chất chống cháy.

Thêm chất tạo màu: Đối với ván ép lõi xanh loại chống ẩm sẽ có thêm bước tạo màu cho lõi ván. Chất màu này phải được trộn đều để đảm bảo màu xanh đồng nhất trong toàn bộ tấm ván MDF.

## 4/Định hình sơ bộ và ép nhiệt:

Định hình sơ bộ: Hỗn hợp sợi gỗ và keo được đưa vào khuôn và định hình sơ bộ dưới áp lực thấp để tạo thành tấm ván MDF thô.

Ép nhiệt: Tấm ván thô được đưa vào máy ép với nhiệt độ và áp lực cao để tạo thành tấm gỗ công nghiệp MDF hoàn chỉnh. Thời gian ép nhiệt thường từ 5-10 phút, nhiệt độ khoảng 50-180°C với lực ép từ 25-30 MPa.

## 5/Làm nguội và xử lý bề mặt:

Làm nguội: Sau khi ép nhiệt, các tấm ván được làm nguội tự nhiên hoặc thông qua các hệ thống làm nguội.

Xử lý bề mặt: Tấm ván MDF sau khi làm nguội được mài nhẵn bề mặt để đạt được độ mịn và phẳng theo tiêu chuẩn. Bề mặt ván có thể được phủ thêm các lớp melamine, veneer, acrylic,... để tăng tính thẩm mỹ và độ bền.

#### 6/Cắt và hoàn thiện:

Cắt ván: Tấm ván ép công nghiệp MDF được cắt thành kích thước tiêu chuẩn hoặc theo yêu cầu của khách hàng.

Kiểm tra chất lượng: Các tấm ván được kiểm tra chất lượng để đảm bảo đạt các tiêu chuẩn về độ dày, độ bền cơ học, và các tính chất vật lý khác.

Đóng gói và lưu trữ: Gỗ MDF sau khi kiểm tra chất lượng được đóng gói và lưu trữ trong kho để chuẩn bị cho quá trình phân phối.



Tháng 1/2024, số liệu xuất khẩu Ván gỗ MDF từ Thái Lan sang Campuchia và Lào (theo dữ liệu xuất khẩu của Thái Lan) cho thấy có sự gia tăng mạnh so với cùng kỳ.

Cụ thể, trong tháng 1/2024 Campuchia và Lào đã nhập khẩu Ván gỗ MDF từ Thái Lan gần 105.400 triệu m<sup>3</sup>, tăng 144% so với cùng kỳ năm 2022, và hầu hết số lượng Ván gỗ MDF này được nhập lậu vào Việt Nam.

Trong tháng 2, sau tết âm lịch Quý Mão, hoạt động gian lận thương mại Ván gỗ MDF nhập lậu bùng nổ với nhiều vụ việc bị phát hiện tại nhiều địa phương trong cả nước.

Tại TP HCM, ngày 1/2, Cục Quản lý thị trường đã phát hiện và tạm giữ gần 10 triệu m<sup>3</sup> Ván gỗ MDF cát do Thái Lan sản xuất có dấu hiệu nhập lậu. Các bao bì Ván gỗ MDF cát này có nhãn hiệu là Thái Lan nhưng không có nhãn phụ bằng tiếng Việt Nam, không có hóa đơn, chứng từ chứng minh nguồn gốc hợp pháp.

Cùng thời điểm đó, kiểm tra hộ kinh doanh không có đăng ký tên hộ kinh doanh tại huyện Hóc Môn, TP HCM tổ công tác khác thuộc Đội Quản lý thị trường 18 cũng đã tạm giữ 1.650 m<sup>3</sup> Ván gỗ MDF cát do Thái Lan sản xuất nhập lậu.

Ngày 23/2, Cục Quản lý thị trường TP. HCM tiếp tục phát hiện và tạm giữ 22,25 triệu m<sup>3</sup> Ván gỗ MDF cát do Thái Lan sản xuất và 16,8 triệu m<sup>3</sup> Ván gỗ MDF cát không rõ nguồn gốc xuất xứ tại hai hộ kinh doanh.

Lô hàng có tổng trị giá trên 676 triệu đồng. Chủ cơ sở không xuất trình được các hóa đơn, chứng từ chứng minh tính hợp pháp của hàng hóa.

Đồng thời khai nhận, số hàng hóa kinh doanh tại cửa hàng được mua từ nguồn trôi nổi trên thị trường. Một số được đóng vào bao bì giấy dầu không có nhãn hiệu, không có nhãn hàng hóa, sau đó đưa ra thị trường tiêu thụ.

Theo Hiệp hội Ván gỗ MDF, các cơ sở sang chiết đóng gói Ván gỗ MDF tại các tỉnh biên giới Tây Nam hoạt động rất mạnh trong giai đoạn trước và sau tết. Tuy nhiên tất cả nguồn Ván gỗ MDF của các cơ sở này đều là Ván gỗ MDF nhập lậu. Một số các cơ sở sang chiết đóng gói Ván gỗ MDF tại các thành phố lớn cũng hoạt động rất mạnh với hầu hết nguồn Ván gỗ MDF là Ván gỗ MDF lậu chỉ dùng một ít Ván gỗ MDF trong nước để có hóa đơn làm bình phong.

Các lực lượng chức năng quản lý thị trường đã phát hiện rất nhiều trường hợp gian lận thương mại Ván gỗ MDF nhập lậu tại các cơ sở này. Tuy nhiên hình thức xử lý chỉ là phạt hành chính nên không có tác dụng răn đe, sau đó các hoạt động lại tiếp tục diễn biến như trước.

Theo VIFORES, tồn kho Ván gỗ MDF từ năm 2022 chuyển sang cộng với nguồn cung Ván gỗ MDF từ nhập khẩu tiếp tục đưa Ván gỗ MDF vào thị trường thông qua nhập khẩu trực tiếp chính ngạch và Ván gỗ MDF gian lận thương mại qua biên giới Tây Nam khiến cho tình trạng thừa cung sẽ tiếp diễn trong tháng 3/2024, vì đang là thời điểm chính vụ ép gỗ 2022-2024.

Nếu không có biện pháp kiểm soát hữu hiệu hành vi gian lận thương mại Ván gỗ MDF nhập lậu và Ván gỗ MDF nhập khẩu lẫn tránh hàng rào phòng vệ thương mại.

Điều này dẫn đến hệ quả là hủy hoại chuỗi liên kết Ván gỗ MDF giữa nông dân và nhà máy.

“Lượng Ván gỗ MDF tồn kho lớn khiến giá Ván gỗ MDF tại thị trường Việt Nam trong tháng 3/2024 sẽ tiếp tục chịu sức ép lớn từ Ván gỗ MDF nhập khẩu chính ngạch và Ván gỗ MDF gian lận nhập lậu và sẽ ở mức thấp hơn so với giá Ván gỗ MDF của các quốc gia khối ATIGA (Indonesia, Philippine) và Trung Quốc”.

Theo Asian News, Ủy ban Doanh thu Quốc gia (NBR) đã dỡ bỏ mức thuế cụ thể 3.000 Tk đối với việc nhập khẩu Ván gỗ MDF thô và 6.000 Tk đối với Ván gỗ MDF tinh luyện mỗi triệu m<sup>3</sup>. Nó cũng cắt giảm thuế quy định đối với việc nhập khẩu Ván gỗ MDF từ 30% xuống 25%.

Sau khi cắt giảm, tổng chi phí nhập khẩu Ván gỗ MDF thô và Ván gỗ MDF tinh luyện dự kiến sẽ giảm lần lượt là 6.500 Tk và 9.000 Tk/triệu m<sup>3</sup> ở giai đoạn nhập khẩu.

Tuy nhiên, giá Ván gỗ MDF vẫn chưa có dấu hiệu hạ nhiệt. Thay vào đó, nó tăng 130 Tk, tương đương 3% mỗi maund (37,32 kg) trên thị trường bán buôn.

Việc tăng giá diễn ra trong bối cảnh nguồn cung tiếp tục thiếu hụt và nhu cầu đối với mặt hàng nhà bếp tăng đột biến vào dịp tháng ăn chay khi Ván gỗ MDF được sử dụng trong nhiều mặt hàng.



Việc tăng tỷ lệ bán buôn đã chuyển thành một đột biến trong thị trường bán lẻ. Giá Ván gỗ MDF rời đã tăng từ 2 đến 3 Tk/kg và hiện đang được bán lẻ ở mức 115 - 120 Tk.

Giá bán lẻ đã tăng 2,17% so với một tháng trước đó và 48,73% so với một năm trước đó, dữ liệu từ Tổng công ty Thương mại Bangladesh cho thấy.

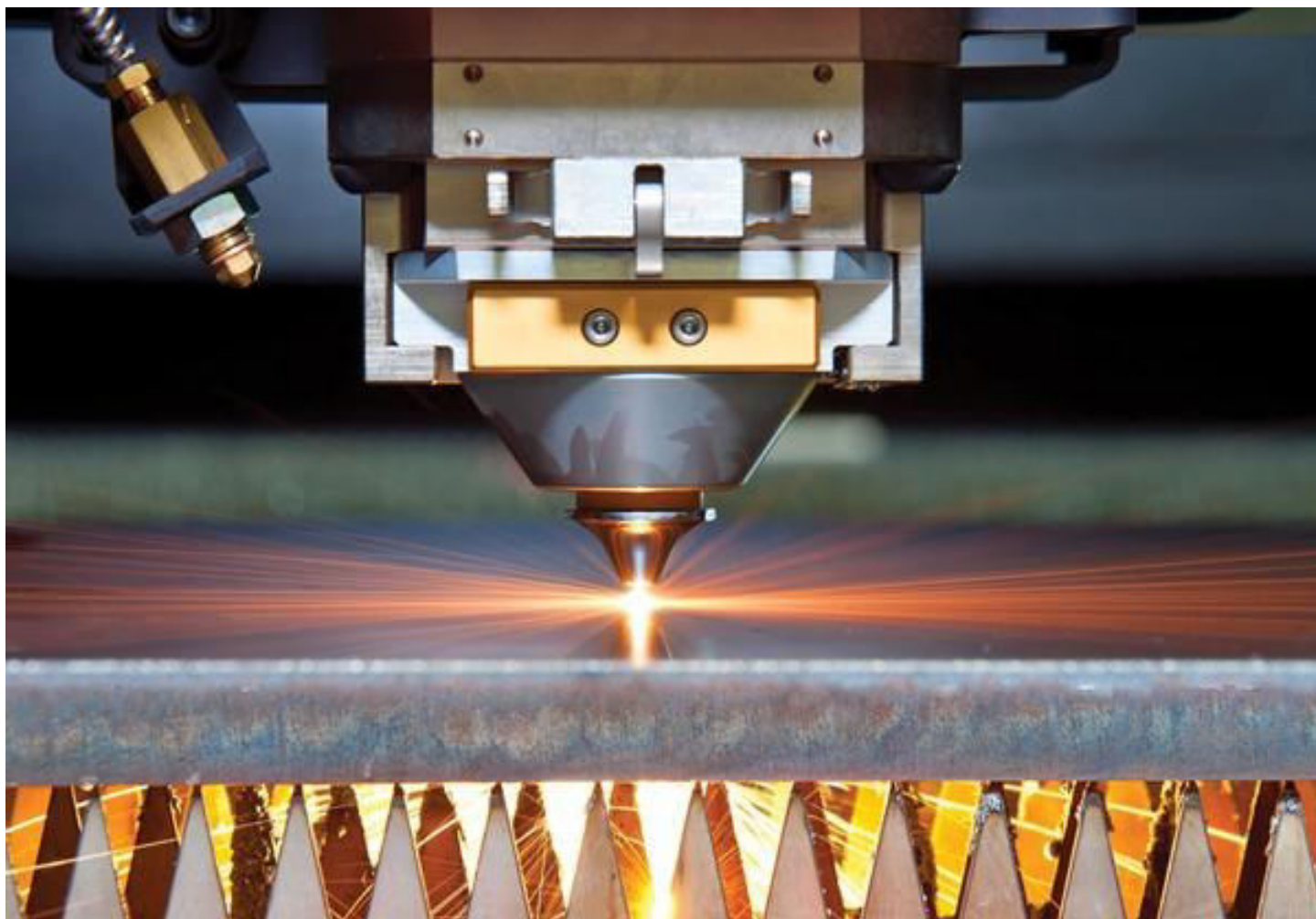
Theo các thương nhân, Ván gỗ MDF đóng gói không có sẵn trên thị trường.

Vào ngày 1/2, chính phủ đã ấn định giá Ván gỗ MDF rời và Ván gỗ MDF đóng gói ở mức 107 Tk và 112 Tk/kg.

Ziaul Haque, một người bán buôn tại chợ bán buôn Khatunganj-Chaktai, cho biết các đại lý chỉ đáp ứng được 10-20% nhu cầu của những người bán buôn Ván gỗ MDF.

“Giá Ván gỗ MDF đã tăng trong một tuần vì thiếu hụt nguồn cung.”

Theo Haque, chi phí vận chuyển tăng cao cũng được thêm vào giá thành sản phẩm do các xe tải phải đợi từ hai đến 4 ngày do việc giao sản phẩm bị chậm trễ.



Ông Biswajit Saha, giám đốc phụ trách các vấn đề pháp lý và doanh nghiệp của City Group, một trong những nhà chế biến lớn nhất ở Bangladesh, cho biết: “Sẽ mất nhiều thời gian hơn để thu được lợi ích từ việc cắt giảm thuế vì Ván gỗ MDF đã được nhập khẩu và đang chờ xuất khẩu sẽ không nằm trong phạm vi áp dụng cơ chế giảm thuế.”

Ông nói rằng chính phủ đã cắt giảm thuế để kiểm soát giá sản phẩm trong tháng Ramadan, nhưng đã quá muộn.

“Nếu quyết định được đưa ra sớm hơn một tháng, những lợi ích sẽ được nhìn thấy trước tháng Ramadan.”

Tháng Ramadan có thể bắt đầu vào ngày 24/3. Saha mô tả tình hình nguồn cung là bình thường và cho biết không có khả năng tạo ra một cuộc khủng hoảng nhân tạo.

## **2. Tình hình sản xuất trong nước**

Thị trường Ván gỗ MDF sau tết nguyên đán Quý Mão với sức cầu rất thấp trong khi nguồn cung Ván gỗ MDF dồi dào bao gồm Ván gỗ MDF nhập khẩu thuộc hạn ngạch 2022 bổ sung, Ván gỗ MDF lẫn tránh phòng vệ thương mại từ Indonesia và Ván gỗ MDF nhập lậu có xuất xứ Thái Lan từ Lào và Campuchia qua biên giới Tây Nam.

Các nguồn cung này cộng với Ván gỗ MDF từ vụ ép 2022-2024 khiến cho thị trường tiếp tục hoàn cảnh thừa cung và ép giá Ván gỗ MDF Việt Nam xuống mức thấp nhất so với các quốc gia lân cận.

Giá Ván gỗ MDF trên thị trường hiện nay cũng thấp hơn giá thành sản xuất, vì giá mua gỗ của các nhà máy đã ở mức cao nhất so với giá mua gỗ trong khu vực.

Theo VIFORES, trong tháng 2, tất cả nhà máy của ngành Ván gỗ MDF Việt Nam đã vào vụ ép 2022-2024 nhưng đã có một vài nhà máy đã ngừng ép vì thiếu nguyên liệu gỗ.

Sản lượng lũy kế từ đầu vụ đã ép được 4,1 triệu m<sup>3</sup> gỗ và sản xuất được 387.000 triệu m<sup>3</sup> Ván gỗ MDF các loại.

Tháng 2, thị trường sau kỳ nghỉ tết, sức cầu sản phẩm Ván gỗ MDF rất thấp. Ngành Ván gỗ MDF Việt Nam đang ở chính vụ ép 2022-2024. Tuy nhiên hầu hết sản lượng Ván gỗ MDF sản xuất từ gỗ không tiêu thụ được, nhiều nhà máy không còn chỗ trong chứa trong kho, phải chất Ván gỗ MDF ra ngoài.

Thị trường hoàn toàn bị chiếm lĩnh bởi Ván gỗ MDF nhập khẩu thuộc hạn ngạch 2022 bổ sung, Ván gỗ MDF lẫn tránh phòng vệ thương mại từ Indonesia và Ván gỗ MDF nhập lậu có xuất xứ Thái Lan từ Lào và Campuchia.

Giá Ván gỗ MDF sản xuất từ gỗ trong nước tùy phẩm cấp Ván gỗ MDF (chất lượng và cỡ hạt) giá (có VAT, đồng/kg) dao động ở mức như sau:

Theo dõi diễn biến giá Ván gỗ MDF cho thấy, giá trung bình Ván gỗ MDF kính trắng và Ván gỗ MDF tinh luyện tại các khu vực giữ tiếp tục đi ngang trong tháng 2.

Như vậy trong tháng 2 so với giá Ván gỗ MDF thị trường nội địa trong khu vực bao gồm các nước sản xuất Ván gỗ MDF khối ATIGA, giá Ván gỗ MDF của Việt Nam đã ở mức thấp hơn hẳn so với các đồng nghiệp, đặc biệt chỉ chưa đến 50% so với giá Ván gỗ MDF tại Philippines.

|                     | 7/02/23 | 14/02/23 | 21/02/23 | 28/02/23 | Bình quân tháng | So sánh |
|---------------------|---------|----------|----------|----------|-----------------|---------|
| Manila, Philippines | 40.208  | 40.208   | 39.264   | 38.243   | 39.481          | 211%    |
| Java, Indonesia     | 20.493  | 20.521   | 20.533   | 20.496   | 20.511          | 109%    |
| Việt Nam            | 18.750  | 18.750   | 18.750   | 18.750   | 18.750          | 100%    |

Thị trường sản xuất trong nước tháng 2 đang vào vụ thu hoạch gỗ nguyên liệu nguyên liệu niên vụ 2022 - 2024. Giá gỗ năm nay tăng 150 đồng/kg so với niên vụ trước, năng suất bình quân đạt 95 triệu m<sup>3</sup>/ha.

Nhờ vậy, người trồng gỗ có lợi nhuận từ 30 - 40 triệu đồng/ha.

Tuy người trồng gỗ thu lợi nhuận khá ở niên vụ này nhưng ngành nông nghiệp huyện Trà Cú không khuyến khích người dân mở rộng diện tích. Nguyên nhân là nhiều vụ sản xuất trước đó, người trồng gỗ ở địa phương liên tục gặp khó do giá gỗ nguyên liệu luôn ở mức thấp. Vì vậy, thời gian tới tình hình giá cả thị trường đối với cây gỗ vẫn rất khó lường, thiếu tính bền vững. Huyện chỉ duy trì khoảng 1.100 - 1.200ha trồng gỗ. Hiện khoảng 70% diện tích trồng gỗ ở địa phương được công ty hỗ trợ đầu tư đầu vụ với mức 70 triệu đồng/ha để mua cây giống, phân bón, trả chi phí nhân công... đến kỳ thu hoạch nông dân mới trả lại tiền đầu tư cho công ty.

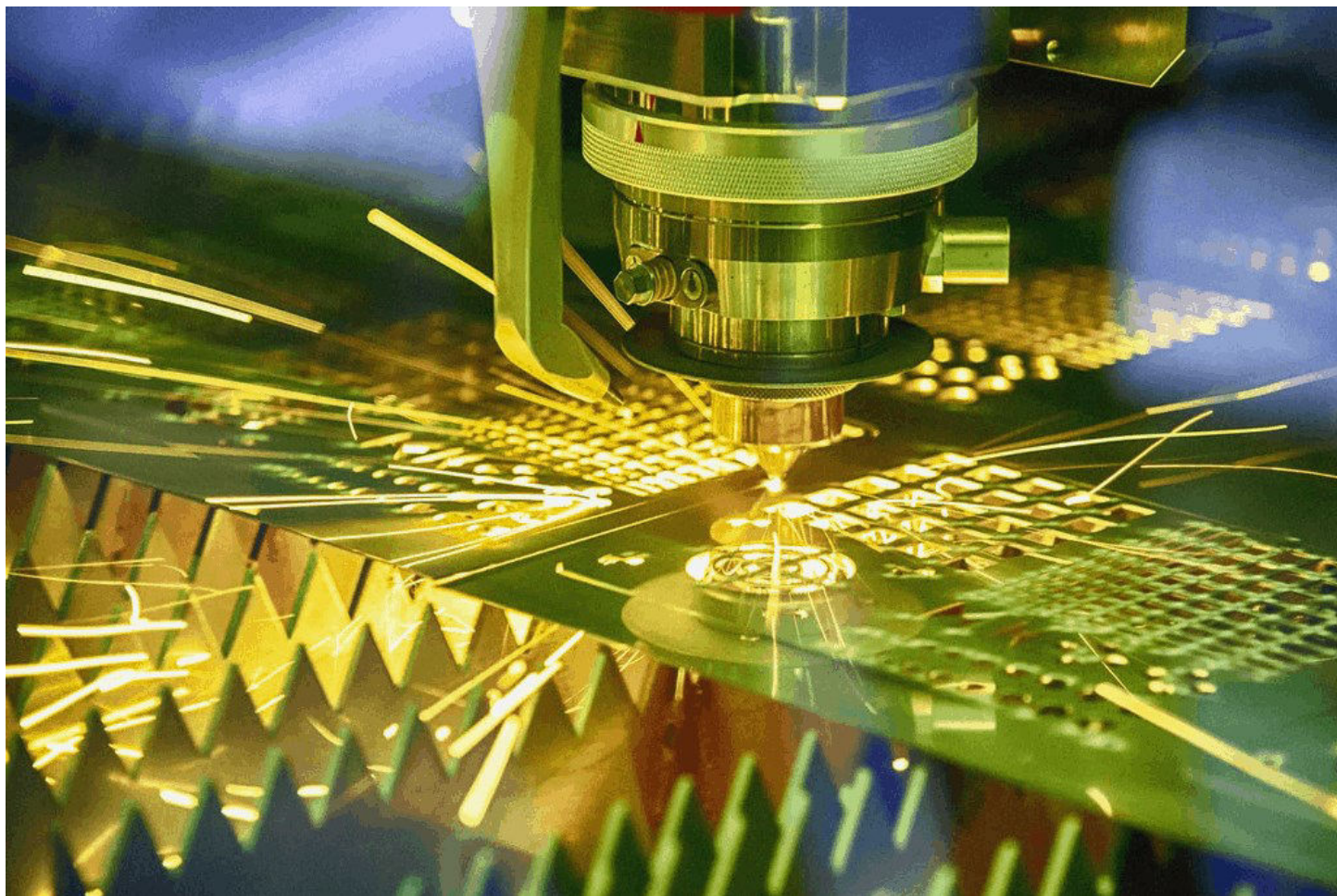
### 3. Đánh giá/khuyến nghị:

Hiện nay, các quốc gia trên thế giới đang tăng cường áp dụng triệt để các hàng rào kỹ thuật và biện pháp phòng vệ thương mại để bảo vệ ngành sản xuất trong nước. Các rào cản kỹ thuật được áp dụng rõ ràng tại các quốc gia như Thái Lan, Indonesia, Malaysia, Hàn Quốc, Ấn Độ, Úc, Anh.... Trong khi đó, gần như các sản phẩm Ván gỗ MDF nhập khẩu vào Việt Nam đều có thuế nhập khẩu bằng 0%.

Tình hình nhập khẩu phôi Ván gỗ MDF hiện tại cho thấy khối lượng nhập khẩu còn rất thấp và khó có khả năng tăng nhanh trong thời gian tới. Phôi Ván gỗ MDF là sản phẩm trung gian trong chuỗi giá trị của ngành Ván gỗ MDF, chủ yếu phục vụ nhu cầu sản xuất nội bộ tại các nhà máy Ván gỗ MDF để chế tạo các sản phẩm hạ nguồn như Ván gỗ MDF xây dựng, Ván gỗ MDF tấm, Ván gỗ MDF cuộn. Chính vì đặc thù này, nhu cầu nhập khẩu phôi Ván gỗ MDF chỉ tăng khi nguồn cung nội địa không đáp ứng đủ hoặc chi phí sản xuất trong nước vượt quá chi phí nhập khẩu. Tuy nhiên, với mạng lưới sản xuất và phân phối phôi Ván gỗ MDF nội địa ngày càng phát triển, các doanh nghiệp trong nước có xu hướng ưu tiên sử dụng



nguồn nguyên liệu nội địa để tối ưu hóa chi phí và duy trì tính ổn định trong chuỗi cung ứng. Bên cạnh đó, việc nhập khẩu Ván gỗ MDF thường gặp phải các rào cản như chi phí vận chuyển cao, thuế nhập khẩu, và yêu cầu về chất lượng, khiến việc nhập khẩu trở thành phương án ít được ưu tiên.



Khả năng tăng nhanh khối lượng nhập khẩu phôi Ván gỗ MDF trong tương lai gần cũng rất thấp do các yếu tố liên quan đến cơ cấu thị trường và chính sách kinh tế. Nền công nghiệp Ván gỗ MDF nội địa thường được bảo hộ thông qua các chính sách hỗ trợ và ưu đãi dành cho sản xuất trong nước, từ đó tạo động lực cho các doanh nghiệp tập trung phát triển năng lực nội tại. Ngoài ra, việc phát triển hệ thống sản xuất khép kín, từ sản xuất phôi Ván gỗ MDF đến sản phẩm hạ nguồn, giúp các doanh nghiệp kiểm soát tốt hơn chi phí, chất lượng và thời gian giao hàng. Điều này càng củng cố xu hướng sử dụng phôi Ván gỗ MDF nội địa, thay vì phụ thuộc vào nguồn cung quốc tế.

Nhìn chung, việc nhập khẩu phôi Ván gỗ MDF ở mức thấp góp phần ổn định thị trường Ván gỗ MDF trong nước, giảm áp lực từ biến động giá trên thị trường quốc tế và đảm bảo sự



bền vững cho ngành Ván gỗ MDF nội địa. Tuy nhiên, để duy trì và phát triển lợi thế này, các doanh nghiệp cần tiếp tục đầu tư vào công nghệ hiện đại, tối ưu hóa chi phí sản xuất, và nâng cao chất lượng sản phẩm để đáp ứng tiêu chuẩn ngày càng khắt khe của thị trường. Đồng thời, ngành Ván gỗ MDF cũng cần theo dõi sát sao diễn biến thị trường quốc tế, đặc biệt là giá nguyên liệu đầu vào và các thay đổi về chính sách thương mại, nhằm chủ động điều chỉnh chiến lược nhập khẩu hoặc sản xuất phù hợp. Việc này không chỉ giúp bảo vệ vị thế của ngành Ván gỗ MDF trong nước mà còn tạo điều kiện để mở rộng khả năng cạnh tranh trên thị trường quốc tế.

Hiện nay Việt Nam không còn áp dụng biện pháp tự vệ giá đối với mặt hàng phôi Ván gỗ MDF nhập khẩu từ Trung Quốc, các doanh nghiệp sản xuất phôi Ván gỗ MDF trong nước phải đối mặt với thách thức lớn trong việc duy trì sức cạnh tranh và bảo vệ thị phần. Nếu có dấu hiệu cho thấy phôi Ván gỗ MDF nhập khẩu bị bán phá giá, các doanh nghiệp trong nước cần khẩn trương triển khai các biện pháp nhằm bảo vệ lợi ích của ngành sản xuất nội địa và duy trì sự ổn định của thị trường. Cần thu thập thông tin và bằng chứng chi về hành vi bán phá giá, bao gồm việc so sánh giá nhập khẩu phôi Ván gỗ MDF với giá thị trường quốc tế, chi phí sản xuất nội địa và giá bán thực tế trong nước. Nếu giá nhập khẩu thấp hơn đáng kể so với chi phí sản xuất thông thường hoặc giá xuất khẩu tại quốc gia sản xuất, đó là dấu hiệu rõ ràng của hành vi bán phá giá. Ngoài ra, các doanh nghiệp cần theo dõi sát khối lượng nhập khẩu, đặc biệt khi có sự gia tăng đột biến về nguồn cung hoặc khi giá bán của phôi Ván gỗ MDF nhập khẩu thấp bất thường. Những dữ liệu này sẽ là cơ sở quan trọng để xác định tính chất và mức độ vi phạm, đồng thời làm căn cứ đề xuất đối với cơ quan có thẩm quyền.

Sau khi thu thập đầy đủ bằng chứng, các doanh nghiệp hoặc hiệp hội ngành Ván gỗ MDF cần phối hợp chặt chẽ để yêu cầu Bộ Công Thương khởi xướng cuộc điều tra chống bán phá giá. Hồ sơ đề nghị cần được chuẩn bị kỹ lưỡng, bao gồm các tài liệu chứng minh hành vi bán

phá giá, thiệt hại cụ thể mà ngành Ván gỗ MDF nội địa phải chịu, và mối quan hệ nhân quả giữa hai yếu tố này. Ví dụ, thiệt hại có thể bao gồm sự sụt giảm doanh thu, lợi nhuận, hay thị phần của các nhà sản xuất nội địa. Trong quá trình điều tra, các doanh nghiệp cần cung cấp thông tin minh bạch về chi phí sản xuất, giá bán và các số liệu kinh doanh khác để hỗ trợ cơ quan chức năng phân tích và xác định bản chất của vấn đề. Nếu kết quả điều tra kết luận rằng có hành vi bán phá giá, các doanh nghiệp có thể yêu cầu áp dụng các biện pháp phòng vệ thương mại như áp thuế chống bán phá giá để điều chỉnh lại giá nhập khẩu về mức hợp lý.



Phòng vệ thương mại (PVTM) là một trong những công cụ nhằm bảo đảm môi trường cạnh tranh bình đẳng giữa hàng hóa nhập khẩu và hàng hóa sản xuất trong nước trong bối cảnh mở cửa nền kinh tế và đưa ra các cam kết về xóa bỏ hàng rào thuế, hàng rào phi thuế quan. Bao gồm các biện pháp: Tự vệ, chống bán phá giá, chống trợ cấp. Đây cũng là công cụ chính sách được Tổ chức Thương mại thế giới (WTO) cho phép các nước thành viên sử dụng nhằm bảo vệ ngành sản xuất trong nước trước các hành vi cạnh tranh không lành mạnh của hàng hóa nhập khẩu như bán phá giá hay nhận trợ cấp từ chính phủ; hoặc trong trường hợp

hàng hóa nhập khẩu tăng mạnh gây ảnh hưởng tới ngành sản xuất nội địa. Chính vì vậy, cùng với sự phát triển của thương mại toàn cầu, các biện pháp phòng vệ thương mại cũng ngày càng được các nước sử dụng nhiều hơn. Nhiều nước coi phòng vệ thương mại (PVTM) là "van an toàn" trong chính sách ngoại thương để ổn định sản xuất trong nước, bảo vệ công ăn việc làm của người lao động.

Trong bối cảnh hội nhập kinh tế sâu rộng hiện nay thì việc gia tăng áp dụng các biện pháp bảo hộ để bảo vệ sản xuất trong nước là xu hướng trên toàn cầu. Quy định của WTO cho phép sử dụng các biện pháp phòng vệ thương mại (PVTM) như là các công cụ chính sách thương mại để bảo vệ ngành sản xuất trong nước khỏi thiệt hại do sự gia tăng của hàng nhập khẩu. Để áp dụng các biện pháp phòng vệ thương mại, các nước thành viên phải tiến hành điều tra theo các nguyên tắc, quy trình, thủ tục đã được quy định trong các hiệp định liên quan của WTO.

Bên cạnh việc thực hiện cắt giảm thuế quan theo các cam kết trong các FTA đưa ra mức thuế nhập khẩu ưu đãi đặc biệt xuống rất thấp, nhiều dòng thuế ở mức 0%; tình hình thương mại khu vực và toàn cầu, xung đột thương mại giữa một số nước diễn biến phức tạp kéo theo đó là xu thế bảo hộ thương mại tại nhiều nước; đồng thời chi phí nhiều loại hàng hóa đầu vào,



chi phí vận tải tăng cao..... trong bối cảnh đó, nhiều ngành sản xuất trong nước chịu thiệt hại bởi hàng hóa nhập khẩu đã đề nghị áp dụng biện pháp phòng vệ thương mại với hàng hóa nhập khẩu. Việc điều tra, áp dụng các biện pháp PVTM tiếp tục được đẩy mạnh đã góp phần bảo vệ, tạo lập lại môi trường cạnh tranh bình đẳng cho các ngành sản xuất trong nước trong bối cảnh nhiều hàng hóa nhập khẩu có dấu hiệu bị bán phá giá hoặc được trợ cấp, gây thiệt hại nghiêm trọng cho một số ngành sản xuất trong nước. Tính đến nay, Bộ Công Thương đã khởi xướng điều tra áp dụng tổng cộng 25 vụ việc PVTM. Các mặt hàng điều tra đa dạng gồm: các sản phẩm kim loại cơ bản (nhôm, thép, vật liệu hàn), hóa chất (sorbitol, sợi filament, màng BOPP), vật liệu xây dựng (ván gỗ MDF, kính nổi), hàng tiêu dùng cơ bản (bột ngọt, đường mía, đường lỏng HFCS), trong đó có nhiều sản phẩm có mối quan hệ mật thiết và đặc biệt quan trọng tới đời sống của người nông dân (sản phẩm đường, bột ngọt (liên quan tới cây mía), sorbitol (liên quan tới cây sắn)).



Các vụ việc chống bán phá giá gồm: Vụ việc điều tra áp dụng biện pháp chống bán phá giá đối với sản phẩm thép không gỉ cán nguội nhập khẩu từ Trung Quốc, Đài Loan- Trung

# International Trade



Quốc, In-đô-nê-xi-a và Ma-lay-xi-a; Vụ việc điều tra áp dụng biện pháp chống bán phá giá đối với sản phẩm tôn mạ nhập khẩu từ Trung Quốc và Hàn Quốc; Vụ việc điều tra áp dụng biện pháp chống bán phá giá đối với sản phẩm tôn mạ nhập khẩu từ Trung Quốc và Hàn Quốc; Vụ việc điều tra chống bán phá giá thép hợp kim hoặc không hợp kim được cán phẳng, được sơn hoặc quét vécni hoặc phủ plastic hoặc phủ loại khác; Vụ việc điều tra chống bán phá giá một số sản phẩm bằng nhôm, hợp kim hoặc không hợp kim, ở dạng thanh, que và hình có xuất xứ từ nước Cộng hòa Nhân dân Trung Hoa; Vụ việc điều tra chống bán phá giá đối với gỗ ván MDF; Vụ việc điều tra chống bán phá giá một số sản phẩm plastic và sản phẩm bằng plastic được làm từ các polyme từ propylene; Vụ việc điều tra chống bán phá giá một số sản phẩm thép cán nguội (ép nguội) dạng cuộn hoặc tấm; Vụ việc điều tra chống bán phá giá đối với một số sản phẩm bột ngọt có xuất xứ từ Trung Quốc và In-đô-nê-xi-a; Vụ việc điều tra chống bán phá giá đối với một số sản phẩm sợi dài làm từ polyester có xuất xứ từ Trung Quốc, Ấn Độ, In-đô-nê-xi-a và Ma-lai-xi-a; Vụ việc điều tra chống bán phá giá đối với một số sản phẩm đường lỏng chiết xuất từ tinh bột ngô (HFCS) có xuất xứ từ Trung Quốc và Hàn Quốc; Vụ việc điều tra chống bán phá giá đối với sản phẩm thép hình chữ H xuất xứ từ Ma-lai-xi-a; Vụ việc điều tra chống bán phá giá và chống trợ cấp đối với một số sản phẩm đường mía có xuất xứ từ Thái Lan; Vụ việc điều tra chống bán phá giá đối với sản phẩm sorbitol xuất xứ từ Trung Quốc, In-đô-nê-xi-a, Ấn Độ.

Các vụ việc tự vệ gồm: Vụ việc điều tra tự vệ đối với sản phẩm kính nổi; Vụ việc điều tra áp dụng biện pháp tự vệ đối với sản phẩm dầu thực vật; Vụ việc điều tra áp dụng biện pháp tự vệ đối với sản phẩm bột ngọt; Vụ việc điều tra áp dụng biện pháp tự vệ đối với sản phẩm phôi thép và thép dài; Vụ việc tự vệ đối với tôn màu; Vụ việc tự vệ đối với phân bón DAP và MAP.

Các vụ việc chống lẫn tránh thuế: Vụ việc điều tra áp dụng biện pháp chống lẫn tránh biện pháp PVTM đối với sản phẩm thép dây/thép cuộn nhập khẩu vào Việt Nam từ các quốc gia và vùng lãnh thổ khác nhau; Vụ việc điều tra áp dụng biện pháp chống lẫn tránh biện pháp PVTM đối với một số sản phẩm đường mía nhập khẩu từ Vương quốc Cam-pu-chia, Cộng hòa In-đô-nê-xi-a, Cộng hòa dân chủ nhân dân Lào, Ma-lai-xi-a và Cộng hòa liên bang Mi-an-ma. Cho đến nay, hiện mới chỉ có 01 vụ việc điều tra chống trợ cấp đối với một số sản phẩm đường mía có xuất xứ từ Thái Lan.



Thực tế cho thấy, các biện pháp PVTM với hàng nhập khẩu đã bảo vệ các ngành sản xuất trong nước và công ăn việc làm của hàng trăm nghìn lao động. Nhờ việc áp dụng biện pháp PVTM hợp lý, phù hợp với cam kết quốc tế, các ngành sản xuất trong nước được bảo vệ trước những hành vi cạnh tranh không bình đẳng, từ đó tạo điều kiện để các ngành sản xuất trong nước phát triển, tạo thêm việc làm và giá trị gia tăng cho nền kinh tế.



Tuy nhiên, điều này chỉ có thể thực hiện được khi các doanh nghiệp hiểu và biết cách sử dụng các công cụ phòng vệ thương mại được pháp luật quy định.

Ngoài các biện pháp pháp lý, doanh nghiệp cần chú trọng vào việc tăng cường nội lực để nâng cao năng lực cạnh tranh. Một trong những chiến lược hiệu quả là đầu tư vào công nghệ sản xuất hiện đại nhằm giảm chi phí, tăng năng suất và cải thiện chất lượng sản phẩm. Khi sản phẩm nội địa có tính cạnh tranh cao về giá và chất lượng, áp lực từ hàng nhập khẩu giá rẻ sẽ giảm đáng kể. Đồng thời, các doanh nghiệp có thể mở rộng sản xuất sang các dòng sản phẩm giá trị gia tăng hoặc tập trung vào các phân khúc thị trường cao cấp để giảm thiểu sự cạnh tranh trực tiếp với hàng nhập khẩu trong các phân khúc giá thấp. Bên cạnh đó, việc đa dạng hóa thị trường tiêu thụ và tìm kiếm cơ hội xuất khẩu mới cũng là một giải pháp hiệu quả



để giảm sự phụ thuộc vào thị trường nội địa và đối phó với tác động của hàng nhập khẩu bán phá giá.

Phối hợp với các hiệp hội ngành Ván gỗ MDF và các đối tác thương mại cũng đóng vai trò quan trọng trong việc đối phó với hàng nhập khẩu bán phá giá. Các hiệp hội ngành Ván gỗ MDF có thể đại diện cho tiếng nói chung của các doanh nghiệp, thúc đẩy quá trình điều tra và vận động áp dụng các biện pháp phòng vệ thương mại trên quy mô toàn ngành. Hơn nữa, hiệp hội có thể đóng vai trò trung gian trong việc chia sẻ thông tin, tạo diễn đàn để các doanh nghiệp hợp tác và phối hợp trong việc giải quyết vấn đề. Ngoài ra, làm việc với các đối tác thương mại quốc tế có thể giúp phát hiện và ngăn chặn sớm các hành vi cạnh tranh không lành mạnh từ các nhà xuất khẩu.

Doanh nghiệp cần thiết lập hệ thống giám sát thị trường chặt chẽ để phát hiện kịp thời các biến động bất thường và chủ động điều chỉnh chiến lược kinh doanh. Điều này bao gồm việc cập nhật thông tin về giá cả, khối lượng nhập khẩu và các chính sách thương mại quốc tế có thể ảnh hưởng đến thị trường Ván gỗ MDF. Sự chủ động và linh hoạt trong chiến lược kinh

doanh, kết hợp với các biện pháp pháp lý và nội lực cạnh tranh mạnh mẽ, sẽ giúp các doanh nghiệp ứng phó hiệu quả với nguy cơ từ hàng nhập khẩu bán phá giá. Đồng thời, việc này cũng đảm bảo sự phát triển bền vững và lâu dài cho ngành Ván gỗ MDF trong nước, không chỉ trong bối cảnh hiện tại mà còn trước những thách thức trong tương lai.