TẠP CHÍ ĐIỆN TỬ
THƯƠNG HIỆU & CÔNG LUẬN

RCEP mở cơ hội cho doanh nghiệp Việt xuất khẩu vào thị trường Nhật Bản

06:21 06/07/2022

Hiệp định đối tác kinh tế toàn diện khu vực -RCEP có hiệu lực từ 01/01/2022, mở ra khu vực thương mại tự do có quy mô lớn nhất thế giới, với khoảng 30% GDP toàn cầu và thị trường với 1/3 dân số thế giới. Trong đó, Nhật Bản là thị trường trọng điểm có ý nghĩa quan trọng và gắn kết chặt chẽ với Việt Nam.

Tại Hội thảo "Cơ hội từ Hiệp định RCEP - Thúc đẩy xuất khẩu sang thị trường Nhật Bản" do Vụ Thị trường Châu Á - Châu Phi, Bộ Công Thương tổ chức ngày 05/07, ông Nguyễn Duy Kiên, chuyên viên Vụ Thị trường Châu Á - Châu Phi thông tin: Trong những năm qua, Việt Nam đã đóng góp khoảng 3% tổng kim ngạch xuất nhập khẩu vào thị trường Nhật Bản.



Nông sản xuất khẩu sang Nhật Bản. Ảnh internet.

Chỉ trong vòng 10 năm (từ 2009 – 2019), quan hệ thương mại song phương giữa Việt Nam đã tăng trưởng khá ấn tượng, từ 16 tỷ USD lên gần 40 tỷ USD vào

năm 2019 và đạt 42,7 tỷ USD vào năm 2021. Hoạt động xuất, nhập khẩu và vận chuyển hàng hóa từ Việt Nam sang Nhật Bản và ngược lại diễn ra rất thuận lợi.

“Nhật Bản một nước phát triển và đi đầu về công nghiệp cũng như các sản phẩm điện tử nên đang xuất khẩu sang Việt Nam với kim ngạch rất lớn. Ở chiều ngược lại, Việt Nam cũng xuất khẩu những sản phẩm có thế mạnh vào thị trường Nhật Bản như: Thủy sản, nông sản, hàng dệt may và da giày, các sản phẩm từ gỗ. Hiện nay, các FTA giữa Việt Nam và Nhật Bản đang trở thành trợ lực, là đòn bẩy thúc đẩy quan hệ thương mại song phương giữa hai nước”, ông Kiên khẳng định.

Làm rõ hơn những lợi thế từ Hiệp định RCEP khi xuất khẩu vào Nhật Bản, ông Nguyễn Bình An, chuyên viên Vụ Thị trường Châu Á - Châu Phi cũng cho rằng, mục tiêu chính của Hiệp định RCEP đó là tập trung tạo thuận lợi về hàng hóa, nên về sản xuất, Việt Nam có thể đa dạng hóa nguồn nguyên liệu sản xuất đầu vào để thúc đẩy xuất khẩu.

“Việt Nam có thể tận dụng được phế liệu từ rượu, bia hay nguyên liệu dệt may từ Trung Quốc, Hàn Quốc để sản xuất và xuất khẩu sang Nhật Bản. Bên cạnh đó, các quy tắc về xuất xứ hàng hóa không có nhiều khác lạ, bởi doanh nghiệp (DN) Việt Nam đã rất quen thuộc với quy tắc này tại thị trường các nước ASEAN”, ông An nêu rõ.



Vải thiều Việt Nam được ưa chuộng tại Nhật Bản. Ảnh internet.

Do đó, không có cách nào khác là các DN cần nâng cao năng lực cạnh tranh, đặc biệt là trong việc nâng cao tiêu chuẩn hàng hóa xuất khẩu. Cùng với đó, các DN cũng cần nâng cao năng lực trách nhiệm xã hội với các tiêu chuẩn về lao động, tăng cường kiểm soát các công nghệ được nhập khẩu để có công nghệ sản xuất tiên tiến và phù hợp nhất.

Thông tin về thị trường Nhật Bản, bà Nguyễn Thị Ngọc Huệ, Bí thư thứ Nhất, Thương vụ Việt Nam tại Nhật Bản cho biết: Nhìn chung sản phẩm hải sản, nông sản, hoa quả của Việt Nam mới chỉ chiếm một phần rất nhỏ trong cơ cấu nhập khẩu Nhật Bản, nên còn rất nhiều dư địa để các DN xuất khẩu có thể xâm nhập thị trường này. Tuy nhiên, các mặt hàng nông sản tươi sống xuất khẩu vào Nhật Bản vẫn còn gặp nhiều khó khăn như giá cao, thời gian vận chuyển lâu nên khó đảm bảo độ tươi ngon.

“Sản phẩm nông sản tươi sống hoặc qua chế biến xuất khẩu cần phải phù hợp với các tiêu chuẩn, quy định trong Luật Vệ sinh an toàn thực phẩm của Nhật Bản. Hải quan Nhật Bản quy định rất nghiêm ngặt, nếu 01 lô hàng bị phát hiện vi phạm vệ sinh, không những lô hàng đó bị yêu cầu phải tiêu hủy, tần suất kiểm tra sẽ được tăng lên không chỉ với 01 DN mà đối với cả các DN khác cùng nhập khẩu mặt hàng tương tự”, bà Huệ lưu ý.

Bà Quyền Thị Thúy Hà, Trưởng chi nhánh Thương vụ Việt Nam tại Osaka, Nhật Bản khuyến cáo DN Việt khi muốn đưa hàng hóa vào thị trường Nhật Bản: DN phải chuẩn bị kỹ về hồ sơ giới thiệu năng lực cũng như có website riêng và catalog giới thiệu sản phẩm. Sau đó là thông qua các kênh xúc tiến thương mại và qua mạng lưới của thương vụ tại nước ngoài để tiếp cận đối tác. Cơ quan thương vụ sẽ thông qua các chương trình xúc tiến thương mại để thay mặt DN giới thiệu tới các đối tác; hoặc trên cơ sở các thông tin về sản phẩm và các thế mạnh của DN, cơ quan thương vụ sẽ tìm kiếm các đơn vị nhập khẩu có nhu cầu tương ứng.

Q.N (t/h)