TẠP CHÍ ĐIỆN TỬ
THƯƠNG HIỆU & CÔNG LUẬN

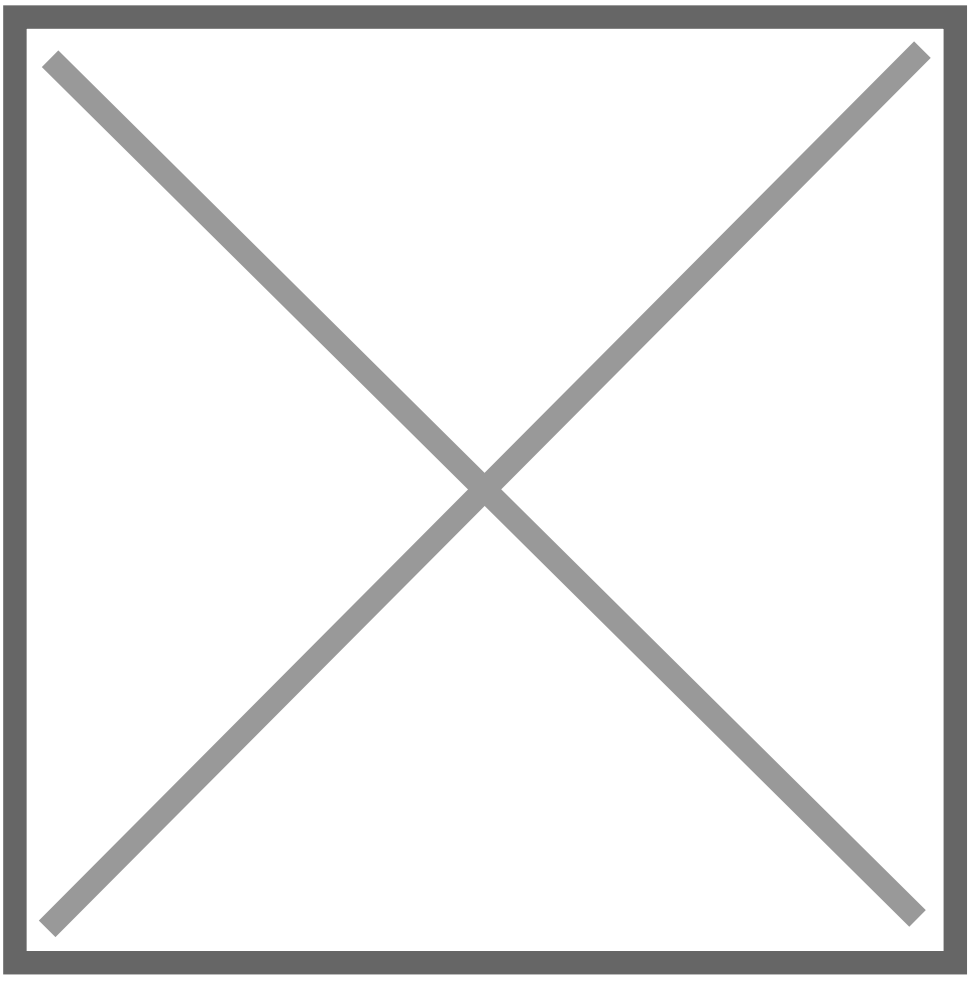
Xuất khẩu hàng hóa sang nhiều thị trường tăng trên 30%

00:28 07/09/2014



Trong 7 tháng năm 2014, kim ngạch xuất khẩu hàng hóa của Việt

Trong 7 tháng năm 2014, kim ngạch xuất khẩu hàng hóa của Việt Nam sang Bỉ, Brazil và Ai Cập đều tăng trên 30% so với cùng kỳ năm trước.



Xuất khẩu hàng hóa sang Bỉ đạt 1,06 tỷ USD

Theo Trung tâm Thông tin công nghiệp và thương mại - Bộ Công Thương (VITIC), trong 7 tháng qua, kim ngạch xuất khẩu hàng hóa Việt Nam sang Bỉ đạt 1,06 tỷ USD, tăng 42,87% so với cùng kỳ năm trước.

Bỉ là một thị trường quan trọng trong khu vực EU đối với hàng xuất khẩu của Việt Nam. Hầu hết những mặt hàng mà Bỉ nhập khẩu đều là những mặt hàng có thế mạnh trong xuất khẩu của Việt Nam như giày dép, dệt may, thủy sản, túi xách... Đây cũng là thị trường lớn về nhập khẩu mặt hàng đá xây dựng, đồ gỗ, than đá, cao su và cà phê của Việt Nam.

Mặt hàng có giá trị xuất khẩu lớn nhất sang Bỉ trong 7 tháng qua là giày dép, trị giá 385,28 triệu USD, tăng 32,37% so với cùng kỳ năm trước. Trong năm 2013, giày dép cũng là mặt hàng xuất khẩu lớn nhất của Việt Nam sang Bỉ, đạt kim ngạch 516,4 triệu USD, chiếm 38,9% thị phần, tăng 27,64% so với năm 2012.

Việt Nam xuất khẩu cà phê sang Bỉ tăng mạnh, với 79.731 tấn, trị giá 155,91 triệu USD, tăng 162,68% về lượng và tăng 141,8% về trị giá so với cùng kỳ năm trước. Đây cũng là mặt hàng có giá trị xuất khẩu lớn thứ hai sang Bỉ.

Trong số các mặt hàng có tốc độ tăng trưởng về kim ngạch thì sản phẩm từ sắt thép có tốc độ tăng trưởng mạnh nhất, tăng 338,55%, kim ngạch đạt 30,55 triệu USD. Tiếp đến là sắt thép, tăng 191,81%, trị giá 10,58 triệu USD.

Việt Nam xuất khẩu ngày càng nhiều qua các cảng biển và cảng hàng không của Bỉ sang thị trường châu Âu. Nếu mặt hàng nào đã thành công tại thị trường Bỉ thì sẽ thành công trong thâm nhập thị trường EU. Điều đó cũng đồng nghĩa với việc tất cả các tiêu chuẩn về ATVSTP, kỹ thuật, yêu cầu cao về chất lượng hàng hóa... đều được đặt ra một cách nghiêm khắc.

Để đẩy mạnh xuất khẩu sang thị trường Bỉ, theo ý kiến của các chuyên gia, ngoài việc tăng cường sự hiện diện của sản phẩm thông qua các hội chợ, doanh nghiệp Việt Nam cần chuyển mình một cách mạnh mẽ, từ cạnh tranh về giá sang cạnh tranh về năng suất, chất lượng để giữ được chữ tín trên thị trường Bỉ nói riêng và thị trường Liên minh châu Âu (EU) nói chung.

Đẩy mạnh xuất khẩu sang thị trường Brazil và Ai Cập

Cũng trong 7 tháng đầu năm nay, kim ngạch thương mại hai chiều giữa Việt Nam và Brazil đạt 1,745 tỷ USD, trong đó giá trị xuất khẩu của Việt Nam sang Brazil đạt 770,36 triệu USD, tăng 29,14% so với cùng kỳ năm ngoái; kim ngạch nhập khẩu đạt 974,7 triệu USD, tăng 41,4% so với cùng kỳ.

Hầu hết các mặt hàng xuất khẩu của Việt Nam sang thị trường Brazil đều có mức tăng trưởng ấn tượng. Dẫn đầu là mặt hàng điện thoại các loại và linh kiện, trị giá 228,43 triệu USD, chiếm 29,6% tỷ trọng, tăng 109,08% so với cùng kỳ năm trước.

Tiếp theo, thủy sản đạt 71,51 triệu USD, tăng 18,14%; hàng dệt may đạt 38,38 triệu USD, tăng 40,43%; sản phẩm từ sắt thép tăng 20,49%; túi xách, vali, mũ, ô, dù tăng 41,99%; sản phẩm từ cao su tăng 25,96%; tăng mạnh nhất là nhóm hàng xơ, sợi dệt các loại tăng 112,3% so với cùng kỳ năm trước.

Cũng như thị trường Brazil, trong những năm gần đây, xuất khẩu hàng hóa của Việt Nam sang Ai Cập liên tục tăng trưởng mạnh. Ai Cập hiện là thị trường xuất khẩu lớn thứ 2 của Việt Nam tại châu Phi. Đây cũng là thị trường được xác định còn rất nhiều tiềm năng.

Trong 7 tháng năm 2014, kim ngạch xuất khẩu hàng hóa Việt Nam sang thị trường Ai cập đạt 203,71 triệu USD, tăng 45,85% so với cùng kỳ năm trước. Các mặt hàng của Việt Nam xuất khẩu sang Ai Cập gồm: Nông sản, thủy sản, cà phê, xơ, sợi dệt, máy móc, thiết bị và phụ tùng…

Trong đó, đạt kim ngạch xuất khẩu lớn nhất vẫn là mặt hàng thủy sản, trị giá 39,06 triệu USD, tăng 2,16% so với cùng kỳ năm trước, chiếm gần 20% tỷ trọng trong cơ cấu hàng xuất khẩu.

Mặt hàng có giá trị lớn thứ hai là hạt tiêu, đạt 28,31 triệu USD, tăng 31,02%; tiếp đến là xơ, sợi dệt các loại trị giá 25,41 triệu USD, tăng 49,32% so với cùng kỳ năm trước.

Một số mặt hàng đạt mức tăng trưởng xuất khẩu khá cao sang thị trường Ai Cập là phương tiện vận tải và phụ tùng tăng 36,45%; máy móc, thiết bị, dụng cụ và phụ tùng khác tăng 39,06%; xuất khẩu cà phê tăng 21,04%; xuất khẩu sắt thép tăng khá mạnh, 46,56%.

Ai Cập là thành viên của các tổ chức kinh tế khu vực, được coi là cửa ngõ của các nước châu Phi và Ả-rập... Chính vì vậy, các doanh nghiệp Việt Nam hoàn toàn có thể tập trung khai thác, đẩy mạnh hơn nữa hoạt động xuất khẩu hàng hóa, đồng thời thông qua thị trường Ai Cập, xuất khẩu sang các nước Bắc Phi.

Theo Chinhphu.vn