

ĐỒ GỖ PHÒNG NGŨ (HS 940350) - THỊ TRƯỜNG NHẬT BẢN TIẾP CẬN THỊ TRƯỜNG

1. Yêu cầu tiếp cận thị trường Nhật Bản

Để nhập khẩu hàng vào Nhật Bản, doanh nghiệp khai báo với Tổng Cục Hải quan và sẽ nhận giấy phép nhập khẩu sau khi hàng hoá được kiểm tra. Thủ tục được bắt đầu với một tờ khai nhập khẩu và kết thúc bằng việc cấp giấy phép nhập khẩu sau khi kiểm tra, nộp thuế Hải quan và thuế tiêu thụ đặc biệt.

Các tài liệu khác cần thiết cho doanh nghiệp xuất khẩu nước ngoài có thể bao gồm một mẫu khai nhập khẩu (Mẫu Hải quan C-5020) và giấy chứng nhận xuất xứ nếu hàng hoá được hưởng mức giá ưu đãi hoặc gia nhập WTO. Bất kỳ tài liệu bổ sung cần thiết như bằng chứng của việc tuân thủ pháp luật Nhật Bản, tiêu chuẩn, và các quy định tại thời điểm nhập khẩu cũng có thể được áp dụng.

Nhật Bản nghiêm cấm sử dụng rơm rạ làm chất liệu đóng gói hàng hóa. Tài liệu cần thiết để thông quan tại Nhật Bản bao gồm các tài liệu vận chuyển tiêu chuẩn như hoá đơn thương mại, phiếu đóng gói, và vận đơn bản gốc và đã ký, hoặc, nếu vận chuyển bằng đường hàng không là vận đơn hàng không. Vận chuyển hàng không các lô hàng có giá trị lớn hơn 100.000 yên phải bao gồm một hoá đơn thương mại. Hoá đơn thương mại phải mô tả từng mục trong lô hàng. Phiếu đóng gói bao gồm các nội dung chính xác và đo lường của mỗi container, trong đó có trọng lượng thô và tịnh. Luật đo lường Nhật Bản yêu cầu trọng lượng và các đo lường trong phiếu đóng gói phải theo hệ thập phân.

2. Một số thông tin đối với mặt hàng bộ phận đồ nội thất 9403.50

2.1. Thuế suất

Việt Nam được hưởng ưu đãi về thuế suất khi nhập khẩu sản phẩm 9403.50 vào thị trường Nhật Bản. Hiện nay, tất cả các sản phẩm nhập khẩu vào thị trường Nhật theo mã ngạch này đều được hưởng thuế suất 0%.

Để được hưởng ưu đãi, ngoài các hồ sơ nhập khẩu cần thiết như đã đề cập ở trên, doanh nghiệp nộp thêm giấy chứng nhận xuất xứ theo như hướng dẫn tại trang web của Tổng cục hải quan Nhật Bản:

http://www.customs.go.jp/english/origin/rules_of_origin_epa.pdf

2.2. Lưu ý khác

Quy định hải quan và thông tin liên hệ

Doanh nghiệp khai báo và nhận giấy phép nhập khẩu từ Tổng giám đốc Hải quan sau khi thực hiện kiểm tra hàng hoá liên quan cần thiết. Các thủ tục bắt đầu với tờ khai nhập khẩu và kết thúc bằng giấy phép nhập khẩu sau khi kiểm tra, nộp thuế Hải quan và thuế tiêu thụ đặc biệt.

Đối với nhập khẩu bằng đường hàng không, để đủ điều kiện cho hệ thống này, nhà nhập khẩu phải nộp tờ khai sơ bộ trực tuyến (thông qua hệ thống tự động thông quan Nippon Cargo (NACCS)); Hải quan xem xét các tài liệu, vật liệu được gửi trước khi nhập hàng, và cung cấp kết quả kiểm tra. Để biết thêm thông tin về NACCS xem: <http://www.naccs.jp/e/index.html>

Đối với hầu hết hàng hoá, tờ khai phải được thực hiện sau khi hàng hoá đã được đưa vào khu vực kho hải quan (hozei) hoặc nơi được chỉ định khác; các mặt hàng cần sự phê duyệt của Tổng giám đốc Hải quan có thể được khai báo trước khi chúng được đưa đến khu vực hozei. Việc kê khai phải bao gồm chi tiết về số lượng và giá trị của hàng hoá nhập khẩu cũng như hoá đơn, một phiếu đóng gói, bản kê khai cước vận chuyển, giấy chứng nhận bảo hiểm, và chứng nhận xuất xứ. Tài liệu bổ sung có thể được yêu cầu, ví dụ, đối với hàng hóa phải có giấy phép nhập khẩu hoặc giấy chứng nhận y tế. Khi chứng từ đã được xác minh bởi Hải quan, giấy phép nhập khẩu sẽ được cấp.

Thuế hải quan có thể được thanh toán thông qua hệ thống mạng. Chính phủ không tính lệ phí khi sử dụng hệ thống này, tuy nhiên, các tổ chức tài chính tham gia có thể thu phí khác nhau. Hệ thống được quản lý bởi Tổ chức quản lý mạng đa thanh toán Nhật Bản (JAMMO), một tổ chức phi lợi nhuận được thành lập bởi các tổ chức tài chính lớn tại Nhật Bản. Để biết thêm thông tin về chương trình AEO của Nhật Bản xem: <http://www.customs.go.jp/english/aeo/index.htm>

Trang web tham khảo:

- Hải quan Nhật Bản: <http://www.customs.go.jp/english>
- Quy trình Hải quan Nhật: http://www.customs.go.jp/question_e.htm
- Hệ thống Tư vấn Hải Quan tại Nhật, Trụ sở tại Tokyo
http://www.customs.go.jp/zeikan/seido/telephone_e.htm
- Hiệp hội Thuế quan Nhật (Japan Tariff Association)
<http://www.kanzei.or.jp/english>

Các tiêu chuẩn

Yêu cầu về sản phẩm tại Nhật Bản rơi vào hai loại: các quy định kỹ thuật (hoặc các tiêu chuẩn bắt buộc) và các tiêu chuẩn tự nguyện không bắt buộc.

Trang web Tổ chức xúc tiến thương mại Nhật Bản có nhiều văn bản về các tiêu chuẩn và quy định của Nhật Bản, bao gồm cả thủ tục nhập khẩu, thời gian kiểm dịch, yêu cầu kỹ thuật... Trang web này cũng có thông tin pháp luật, pháp lệnh, sửa đổi liên quan tới các tiêu chuẩn và quy định nhập khẩu.

Doanh nghiệp nhập khẩu sản phẩm bộ phận đồ nội thất 940390 nếu là phụ kiện cho đồ chơi, xe mô tô trẻ em ..., đặc biệt là hàng kim loại nặng như sắt ... có thể tham khảo văn bản Hướng dẫn nhập khẩu đồ chơi và phụ kiện đồ chơi 2009. Doanh nghiệp nhập khẩu bộ phận là phụ kiện cho hàng nội thất gia dụng tham khảo các quy định về nhập khẩu sản phẩm là đồ gia dụng 2010. Nếu bộ phận đồ nội thất dùng cho sản phẩm công nghiệp, doanh nghiệp có thể tham khảo các quy định về nhập khẩu sản phẩm công nghiệp 2009.

Để biết thêm thông tin, tham khảo website: <http://www.jetro.go.jp/en/reports/regulations/>

Bảo hiểm trách nhiệm sản phẩm

Nhà nhập khẩu hay phân phối của Nhật Bản thường chịu trách nhiệm về rủi ro sản phẩm thông qua các điều khoản bảo hiểm trách nhiệm sản phẩm riêng của họ.

Các tổ chức tiêu chuẩn

Ủy ban Tiêu chuẩn Công nghiệp Nhật Bản (JISC) đóng một vai trò trung tâm trong các

hoạt động về tiêu chuẩn tại Nhật Bản (<http://www.jisc.go.jp/eng>).

JISC đưa ra kế hoạch mỗi tháng về việc chuẩn bị các bản dự thảo JIS mới và sửa đổi trên trang web: <http://www.jisc.go.jp/eng/jis-act/drafts-preparation.html>.

Hiện tại các tiêu chuẩn JIS được xem xét và điều chỉnh 5 năm một lần.

Chứng nhận

Hệ thống Chứng nhận Nhật Bản cho các cơ quan chứng nhận sản phẩm theo JIS (JASC) là một chương trình công nhận theo quy định của Luật tiêu chuẩn công nghiệp Nhật Bản (JIS), và được điều hành bởi cơ quan Jasc thuộc METI. JASC công nhận các cơ quan chứng nhận sản phẩm trong khu vực tư nhân và cho phép họ xác nhận các công ty để các công ty này có thể đặt nhãn JIS trên các sản phẩm của họ. Danh sách các tổ chức Nhật Bản và nước ngoài được Jasc công nhận mang "dấu JIS" có trên trang web JISC tại <http://www.jisc.go.jp/eng/jis-mark/acc-insp-body.html>. Danh sách này cung cấp thông tin liên lạc cũng như các lĩnh vực chứng nhận cho các tổ chức thí nghiệm này của JIS.

Hai cơ quan công nhận phi chính phủ chính ở Nhật Bản là cơ quan hành chính hợp nhất (IAJapan - Viện Công nghệ và Đánh giá Quốc gia) và Ban công nhận Đánh giá sự phù hợp của Nhật Bản (JAB). IAJapan thực hiện một số chương trình công nhận bao gồm hệ thống công nhận thí nghiệm quốc gia Nhật Bản (JNLA) và Hệ thống Dịch vụ Hiệu chuẩn Nhật Bản (JCSS).

Trang web của IAJapan: <http://www.nite.go.jp/asse/iajapan/en/index.html> cung cấp danh sách các phòng thí nghiệm được công nhận theo chương trình của mình, và các phòng thí nghiệm được công nhận bởi JAB có thể được tìm thấy tại <http://www.jab.or.jp/english/index.html>.

Ghi nhãn và đóng dấu

Nhật Bản công nhận hai hệ thống ghi nhãn là JIS và JAS.

Ký hiệu JIS (Tiêu chuẩn Công nghiệp Nhật Bản) "tự nguyện", do Bộ Kinh tế, Thương mại và Công nghiệp (METI) quản lý, áp dụng cho gần 600 sản phẩm công nghiệp khác nhau và bao gồm hơn 8.500 tiêu chuẩn.

Ngoài ra, sản phẩm gia công từ lâm nghiệp tuân theo Các tiêu chuẩn nông nghiệp Nhật Bản (JAS) do Bộ Nông nghiệp, Lâm nghiệp và Thủy sản (MAFF) quản lý.

Thông tin thêm về hệ thống đóng dấu JAS có thể được tìm thấy tại trang web của MAFF: <http://www.maff.go.jp/e/jas/index.html>.

Thông tin chi tiết về ghi nhãn sản phẩm có thể được tìm thấy trên trang web của Vụ tiêu dùng Nhật Bản: <http://www.caa.go.jp/en/index.html>.

Khuyến nghị

- Cách tốt nhất và dễ thành công nhất khi bán sản phẩm thủ công mỹ nghệ tại thị trường Nhật là doanh nghiệp tìm được đối tác có người thiết kế sản phẩm.
- Ngoài ra, doanh nghiệp có thể liên hệ trực tiếp với các nhà sản xuất hay phân phối đồ nội thất Nhật Bản để chào hàng bộ phận đồ nội thất. Tuy nhiên cách tiếp cận thông qua tổ chức trung gian hoặc người thứ ba vẫn nên được ưu tiên hơn.
- Người Nhật hiện nay cũng rất nhạy cảm với giá cả và chất lượng, do đó doanh nghiệp có thể áp dụng các chiến lược giá (khuyến mãi, giảm giá ...) hoặc tăng cường nâng



cao chất lượng để tiếp cận thị trường tùy theo điều kiện. Nếu có thể, chiến lược nâng cao chất lượng nên được ưu tiên.