



ỦY BAN NHÂN DÂN THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH
TRUNG TÂM XÚC TIẾN THƯƠNG MẠI VÀ ĐẦU TƯ (ITPC)

Thị trường
các nước
CPTPP

THỊ TRƯỜNG New Zealand

THÁNG 05/2022

THÔNG TIN THỊ TRƯỜNG

MỤC LỤC

TRỤ SỞ

Trung tâm Xúc tiến
Thương mại và Đầu tư
Thành phố Hồ Chí Minh
ĐC: 51 Đinh Tiên Hoàng,
Quận 1, Tp.HCM
92 Nguyễn Huệ,
Quận 1, Tp.HCM
Tel: (028) 3823 6738
Fax: (028) 3824 2391
Email: itpc@itpc.gov.vn
Website: www.itpc.gov.vn

GIẤY PHÉP XUẤT BẢN

Số 24/GP - XBBT -
STTTT, ngày 18/11/2021
của Sở Thông tin
Truyền thông Tp.HCM



05 TỔNG QUAN VỀ NEW ZEALAND

11 NHỮNG LƯU Ý KHI KINH DOANH TẠI THỊ TRƯỜNG NEW ZEALAND

24 HOẠT ĐỘNG GIAO THƯƠNG GIỮA VIỆT NAM VÀ NEW ZEALAND

42 HOẠT ĐỘNG ĐẦU TƯ GIỮA VIỆT NAM VÀ NEW ZEALAND

44 CÁC SỰ KIỆN XÚC TIẾN THƯƠNG MẠI NỔI BẬT TẠI NEW ZEALAND

46 CÁC ĐỊA CHỈ LIÊN LẠC CẦN THIẾT

Nội dung của báo cáo này dùng cho doanh nghiệp tham khảo, thông tin có thể thay đổi bởi các yếu tố khách quan của thị trường hoặc những thay đổi chính sách từ các cơ quan chức năng New Zealand và quốc tế.

Doanh nghiệp cần tiến hành thẩm định trước khi triển khai dự án kinh doanh hoặc các thỏa thuận thương mại khác.

Vui lòng liên hệ với Trung tâm Xúc tiến Thương mại và Đầu tư khi cần sự hỗ trợ. Để tải bản đầy đủ, doanh nghiệp truy cập website www.itpc.gov.vn.

Báo cáo có sử dụng thông tin và số liệu đã công bố của các tổ chức



BỘ CÔNG THƯƠNG



NEW ZEALAND
CUSTOMS SERVICE
TE MANA ĀRAI O AOTEAROA



MINISTRY OF BUSINESS,
INNOVATION & EMPLOYMENT
MINISTÈRE DU MARCHÉ DE TRAVAIL



**STANDARDS
NEW ZEALAND**
PAERĒWA AOTEAROA



THE WORLD BANK
IBRD • IDA | WORLD BANK GROUP



**WORLD TRADE
ORGANIZATION**

Cùng một số đối tác khác. Xin chân thành cảm ơn,

Đặc biệt chúng tôi cảm ơn sự hợp tác của
Tổng Lãnh sự quán New Zealand tại Thành phố
Hồ Chí Minh trong quá trình thực hiện ấn phẩm này.

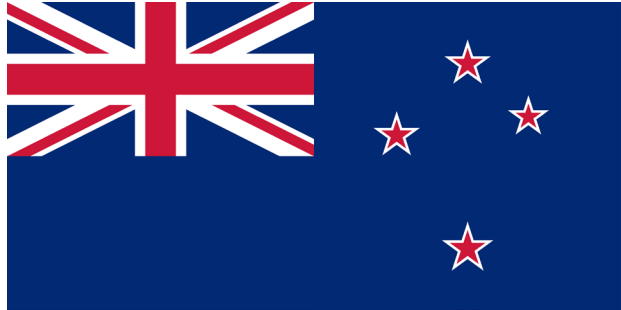
THỊ TRƯỜNG NEW ZEALAND



TỔNG QUAN VỀ NEW ZEALAND

VỊ TRÍ ĐỊA LÝ – VĂN HÓA – XÃ HỘI

New Zealand là đảo quốc ở Nam Thái Bình Dương. New Zealand là một vùng đất rộng lớn và khá biệt lập, cách Australia (láng giềng gần nhất) hơn 1.000 dặm (1.600 km) về phía đông nam. Quốc gia này gồm hai hòn đảo chính đảo Bắc và đảo Nam và một số đảo nhỏ. Thủ đô New Zealand là Wellington. New Zealand quản lý nhóm đảo Tokelau ở Nam Thái Bình Dương và tuyên bố chủ quyền với một phần của lục địa Nam Cực. Niue và quần đảo Cook là các bang tự quản liên kết tự do với New Zealand.



Tên đầy đủ: New Zealand

Thủ đô: Wellington

Quốc khánh: Ngày Waitangi (6 tháng 2) là ngày Quốc khánh của New Zealand.

Thể chế nhà nước: Dân chủ nghị viện theo chế độ quân chủ lập hiến.

Lãnh đạo cấp cao: Bà Jacinda Ardern trở thành thủ tướng vào năm 2017.

Vị trí địa lý: Nằm ở Châu Đại Dương, bao gồm các đảo ở Nam Thái Bình Dương, phía đông nam Australia

Diện tích: Tổng diện tích là 268.838 km²

Hệ thống luật pháp:

New Zealand có hình thức chính phủ theo mô hình của Anh. Quyền lập pháp được trao cho Hạ viện, các thành viên được bầu với nhiệm kỳ ba năm. Đảng chính trị hoặc liên minh các đảng chiếm đa số trong Hạ viện thành lập Chính phủ.

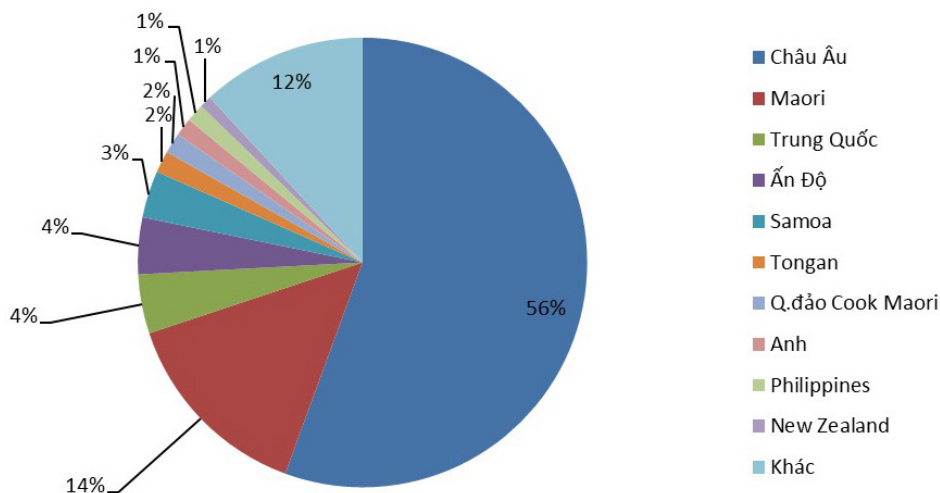
Tài nguyên thiên nhiên: khí tự nhiên, quặng sắt, cát, than, gỗ, thủy điện, vàng, đá vôi.

Hầu hết các khoáng sản, kim loại và phi kim loại đều có ở New Zealand, tuy nhiên chỉ một số ít có số lượng đủ để khai thác thương mại. Trữ lượng nhiều có thể kể đến là vàng (đã từng là mặt hàng xuất khẩu lớn); than đá (vẫn được khai thác ở mức độ đáng kể); cát sắt (được khai thác để xuất khẩu và sử dụng trong nước) và khí đốt tự nhiên. Ngoài ra, các vật liệu xây dựng cũng đang được quan tâm khai thác đá.

Dân số: 5.053.004 (ước tính năm 2022)

New Zealand có đa số người gốc Âu, một thiểu số đáng kể người Maori và một số ít hơn những người đến từ các đảo Thái Bình Dương và châu Á. Trong đó người Châu Âu chiếm 64,1%, Maori 16,5%, Trung Quốc 4,9%, Ấn Độ 4,7%, Samoa 3,9%, Tongan 1,8%, Quần đảo Cook Maori 1,7%, Anh 1,5%, Philippines 1,5%, New Zealand 1%, 13,7% khác (ước tính năm 2018).

Cấu trúc dân tộc



Ngôn ngữ: New Zealand chủ yếu là một quốc gia nói tiếng Anh, tiếng Maori. Hầu như tất cả người Maori đều nói tiếng Anh và khoảng 1/4 trong số họ cũng nói tiếng Maori. Tiếng Maori được dạy tại một số trường học. Các ngôn ngữ không phải tiếng Anh khác được nhiều người nói là tiếng Samoan, tiếng Hindi và tiếng Quan Thoại.

Tôn giáo: Trên danh nghĩa, người New Zealand theo đạo Thiên chúa, với các giáo phái Anh giáo, Công giáo La mã và Trưởng lão là các giáo phái lớn nhất.

Đời sống văn hóa:

New Zealand chịu ảnh hưởng văn hóa chủ yếu từ người châu Âu và người Maori. Các dân tộc nhập cư nhìn chung có xu hướng hòa nhập vào lối sống châu Âu, mặc dù các phong tục truyền thống vẫn được nhiều người Tongans, Samoa và các dân tộc Thái Bình Dương khác gìn giữ.

Nhà nước hỗ trợ và khuyến khích nghệ thuật truyền thống. Creative New Zealand là cơ quan tài trợ nghệ thuật quốc gia, cung cấp các khoản tài trợ hàng năm để hỗ trợ sân khấu, âm nhạc, khiêu vũ hiện đại, múa ba lê, opera và văn học. Ngoài ra, New Zealand

là một trong những quốc gia đầu tiên thành lập quỹ để bồi thường cho các nhà văn bị mất tiền bản quyền đối với những cuốn sách mượn từ thư viện chứ không phải mua. Dân nhạc quốc gia được hỗ trợ bởi chính phủ thông qua Bộ Văn hóa và Di sản. Chính phủ cũng cung cấp thuế và các ưu đãi khác cho ngành công nghiệp phim ảnh, các bộ phim do New Zealand sản xuất đã nhận được sự công nhận ngày càng tăng của quốc tế.

Phong tục xã hội

Nền văn hóa Maori có sự phục hưng trong nghề dệt, chạm khắc gỗ cũng như trong việc xây dựng những ngôi nhà hội họp được chạm khắc và trang trí (whare whakairo). Ẩm thực New Zealand cũng bị ảnh hưởng bởi thức ăn của người nhập cư và nhu cầu của khách du lịch quốc tế. Ẩm thực là sự kết hợp giữa các món ăn truyền thống của Anh với các món ngon địa phương. Hải sản tươi sống phổ biến dọc theo các bờ biển. Ngoài ra phổ biến còn có thịt cừu, thịt nai và bánh nướng thịt. Pavlova (một món bánh ngọt) là một món tráng miệng phổ biến. Theo thời gian, ẩm thực đã mang tính quốc tế hơn, có rất nhiều nhà hàng, quán rượu và quán cà phê ở các thành phố và thị trấn lớn cung cấp một loạt các thực đơn cổ điển và dân tộc. Tại New Zealand có thể kể đến các bữa tiệc truyền thống của người Maori gồm thịt, hải sản và rau được hấp hàng giờ trong lò đất.

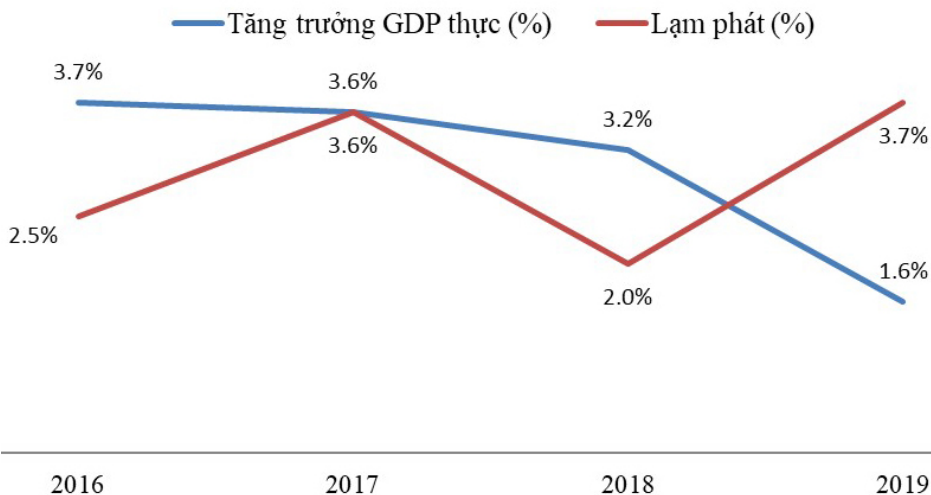
TÌNH HÌNH KINH TẾ

New Zealand có nền kinh tế phát triển, nhưng quy mô tương đối nhỏ. Vào cuối thế kỷ 19 và đầu thế kỷ 20, New Zealand dựa vào xuất khẩu các sản phẩm nông nghiệp, với sản lượng thuộc trong những mức cao nhất trên thế giới. Nhưng sau giữa thế kỷ 20, tốc độ tăng trưởng có xu hướng là một trong những mức chậm nhất giữa các nước phát triển. Trở ngại đối với việc mở rộng kinh tế New Zealand là do sự tăng trưởng chậm lại của nền kinh tế Vương quốc Anh (trước đây thị trường Anh là điểm đến chính của hàng xuất khẩu New Zealand) và việc quốc gia này cuối cùng trở thành thành viên của Cộng đồng Châu Âu. Các mức thuế cao mà các quốc gia công nghiệp EU áp đặt đã chống lại các sản phẩm nông nghiệp của New Zealand (ví dụ: bơ và thịt). Kể từ giữa thế kỷ 20, New Zealand nỗ lực phát triển và đa dạng hóa nền kinh tế của mình bằng cách tìm kiếm thị trường mới và các sản phẩm mới (chẳng hạn như rượu vang và các sản phẩm giấy), mở rộng cơ sở sản xuất và tham gia hoặc hỗ trợ các thỏa thuận thương mại tự do.

Chính phủ New Zealand can thiệp nhiều vào nền kinh tế, từ việc các tổ chức nhà nước cạnh tranh trong lĩnh vực ngân hàng - bảo hiểm đến một hệ thống an sinh xã hội. Cho đến đầu những năm 1980, chính sách của chính phủ nhìn chung đã tạm ngừng sự can thiệp, mặc dù vậy vẫn giữ các yếu tố cơ bản của an sinh xã hội. Hầu hết các trợ cấp và ưu đãi thuế cho các nhà xuất khẩu nông sản và sản xuất đã bị bãi bỏ, các doanh nghiệp

chính phủ như Bưu điện đã có định hướng thương mại hơn, ít phụ thuộc hơn vào trợ cấp của chính phủ. Ngoài ra, các chính quyền đã cố gắng tăng tính linh hoạt của thị trường lao động bằng cách sửa đổi luật lao động và khuyến khích nhập cư.

Tăng trưởng GDP và Lạm phát



GDP: 205 tỷ USD (2021)

GDP theo đầu người (USD): 38.000 USD (2021)

Nông lâm nghiệp:

Việc chăn nuôi được thực hiện theo hướng năng suất cao, bao gồm chăn thả cừu rộng rãi và sản xuất sữa quy mô lớn. Bên cạnh lợi thế khí hậu ôn hòa, New Zealand đầu tư nhiều vào cải tạo đất (bao gồm việc sử dụng các loại cỏ châu Âu và bón phân nhập khẩu thường xuyên). Chủ sở hữu trang trại có khả năng quản lý tốt và có tỷ lệ sử dụng vốn trên lao động cao nhất trong nông nghiệp so với bất kỳ nơi nào trên thế giới.

Các trang trại yêu cầu nhiều dịch vụ chuyên biệt như: tài chính, thương mại, vận tải, xây dựng, và đặc biệt là chế biến bơ, pho mát, thịt cừu đông lạnh và các chế phẩm. Nền nông nghiệp của đất nước này xuất khẩu sản phẩm len và các sản phẩm từ sữa đã qua chế biến, đồng thời nhập khẩu nhiều loại hàng hóa tiêu dùng, tư liệu sản xuất hoàn chỉnh, nguyên liệu thô và xăng dầu.

Chăn nuôi gia súc, đặc biệt là chăn nuôi bò sữa, vẫn chiếm tỷ trọng cao, nhưng các lĩnh vực khác như lâm nghiệp (sản xuất giấy và các sản phẩm gỗ khác), làm vườn, đánh bắt cá, nuôi hươu, sản xuất tạo ra sản phẩm ngày càng nhiều, góp phần làm cho nền kinh

tế trở nên cân bằng hơn. Nghề trồng nho cũng phát triển mạnh và nhiều loại rượu vang của New Zealand đã được xếp vào hàng ngon nhất thế giới.

Lĩnh vực sản xuất:

Từ cuối Thế chiến II cho đến đầu những năm 1970, các ngành sản xuất được bảo hộ bằng phí cấp phép nhập khẩu. Một số hoạt động sử dụng nhiều lao động, được bảo hộ nhiều chẳng hạn như lắp ráp ô tô và điện tử tiêu dùng bao gồm sản xuất một số bộ phận và linh kiện nhìn chung có phát triển nhưng không thể duy trì khả năng cạnh tranh.

Giao thông vận tải và viễn thông

Mặc dù New Zealand có thiên nhiên hiểm trở, hầu hết các khu vực sinh sống của New Zealand đều có thể dễ dàng tiếp cận. New Zealand có hệ thống đường giao thông thuận lợi ngay cả ở nông thôn, các thành phố lớn có hệ thống đường cao tốc. Mặc dù địa hình khó khăn ở một số nơi có thể làm cho hành trình chậm hơn, nhưng chênh lệch về thời gian không nhiều.

Trong thế kỷ 19 và thế kỷ 20, New Zealand phụ thuộc vào vận tải biển để buôn bán và di chuyển. Các thị trấn chính nằm ở hoặc gần các bến cảng. Các cảng chính hiện nay là Auckland, Wellington và Lyttelton. Các cảng đáng chú ý khác là Marsden Point, Tauranga, Napier trên Đảo Bắc; Nelson, Westport, Dunedin trên Đảo Nam. Xuất nhập khẩu hàng hóa qua tàu biển đã giảm so với thời kỳ bùng nổ sau Thế chiến thứ hai. Do đó, lao động trong ngành hàng hải cũng giảm theo. New Zealand có phà nội địa chạy trên tuyến đường qua eo biển Cook.

Mạng lưới đường sắt thuộc sở hữu và điều hành của chính phủ cho đến những năm 1990, sau đó có một phần thuộc sở hữu tư nhân. Từ năm 2008, đường sắt chở hàng và chở khách do một doanh nghiệp nhà nước sở hữu và điều hành có tên KiwiRail (Tổng công ty Đường sắt New Zealand). Mạng lưới đường sắt bao gồm một tuyến đường trục chính kéo dài cả hai hòn đảo thông qua các chuyến phà và các tuyến nhánh nối hầu hết các thị trấn. Di chuyển bằng đường sắt chậm, không nhiều hành khách di chuyển bằng hình thức này, nhưng dịch vụ này rất hiệu quả đối với việc vận chuyển hàng hóa quy mô lớn với khoảng cách xa.

New Zealand có địa hình khó khăn đã thúc đẩy việc di chuyển bằng đường hàng không. Hầu hết các thị trấn đều có sân bay và tất cả các trung tâm đô thị lớn đều được kết nối bằng dịch vụ hàng không. Hãng hàng không quốc gia - Air New Zealand phần lớn sở hữu bởi chính phủ. Air New Zealand cùng với một số hãng hàng không nước ngoài đảm nhận dịch vụ quốc tế của đất nước, ngoài ra còn có các nhà ga hàng không quốc tế tại Auckland, Christchurch và Wellington. Hamilton, Palmerston North, Queenstown và Dunedin cũng cung cấp một phần các dịch vụ quốc tế.

Ngành công nghiệp viễn thông của New Zealand đã trải qua nhiều cải cách để biến đất nước này thành một trong những nước đi đầu trong lĩnh vực này. Bưu điện của đất



Tòa nhà Quốc Hội New Zealand ở Wellington

nước ban đầu độc quyền về dịch vụ viễn thông, nhưng lại gây nên nhiều khó khăn và dịch vụ kém. Tập đoàn Viễn thông do nhà nước điều hành của New Zealand tư nhân hóa vào năm 1990. Cáp quang dưới biển băng qua eo biển Cook cung cấp liên kết viễn thông giữa hai hòn đảo chính. Người New Zealand thích nghi với những thay đổi nhanh chóng trong công nghệ thông tin và truyền thông như việc sử dụng điện thoại di động và internet cực kì phổ biến.

NHỮNG LƯU Ý KHI KINH DOANH TẠI THỊ TRƯỜNG NEW ZEALAND

NHẬN ĐỊNH CHUNG VỀ THỊ TRƯỜNG



Chủ tịch nước Nguyễn Xuân Phúc tiếp Đại sứ đặc mệnh toàn quyền New Zealand tại Việt Nam Tredene Dobson

New Zealand có với môi trường kinh doanh rất minh bạch và cởi mở, hệ thống chính trị ổn định, người mua hàng có thu nhập cao. New Zealand luôn xếp hạng cao trong các thước đo về tính trung thực và liêm chính của doanh nghiệp, dù quy mô thị trường nhỏ với dân số khoảng 5 triệu người. Phản ứng nhanh chóng của New Zealand đối với đại dịch COVID-19 đã giúp quốc gia này kiểm soát được cuộc khủng hoảng kinh tế và y tế. Trong bối cảnh COVID-19, nền kinh tế New Zealand vẫn hoạt động tốt hơn dự kiến, bộ Tài chính New Zealand dự báo sẽ tăng trưởng 4,4% vào năm 2023.

Nền tảng của kinh tế New Zealand là xuất khẩu các mặt hàng nông nghiệp như sản phẩm sữa, thịt, lâm sản, trái cây, rau quả và rượu vang. Sữa là mặt hàng xuất khẩu hàng đầu.

New Zealand là một trong số ít quốc gia có mục tiêu không phát thải được ghi trong luật. Đạo luật này nhằm mục đích đạt được mức phát thải ròng bằng không với hầu hết

các loại khí nhà kính vào năm 2050. Đối với hoạt động kinh doanh, thì phải áp dụng các công nghệ mới và các lựa chọn đầu tư tránh ảnh hưởng đến môi trường, ví dụ như xe điện.

CÁC THÁCH THỨC – CƠ HỘI

➤ Thách thức thị trường

New Zealand có các quy định nghiêm ngặt bảo vệ người dân khỏi các rủi ro về an toàn sinh học trên nhiều loại sản phẩm và hàng hóa bao gồm các sản phẩm thực vật, sản phẩm động vật, sản phẩm sinh học và thực phẩm nhập khẩu. Các nhà xuất khẩu nên làm việc chặt chẽ với các đối tác New Zealand trước khi vận chuyển để đảm bảo sản phẩm tuân thủ các quy định và tiêu chuẩn nhập khẩu địa phương.



Thủ tướng Chính phủ Phạm Minh Chính tiếp Đại sứ New Zealand tại Việt Nam Tredene Dobson

Khoảng cách địa lý của New Zealand với các thị trường khác là một điểm cần chú ý (99% hàng hóa đến New Zealand bằng đường biển). Các nhà xuất khẩu nên theo dõi tỷ giá hối đoái và mức phí vận chuyển vì chi phí có thể tương đối cao. Lao động có chi phí khá đắt đỏ ở New Zealand. Mức lương tối thiểu ở New Zealand là 20 đô la New Zealand/ một giờ trước thuế (khoảng 300.000 VNĐ).

➤ Cơ hội thị trường

Năm 2020, chính phủ đưa ra kế hoạch tài trợ cho các dự án phát triển và xây dựng cơ sở hạ tầng sử dụng nhiều lao động ở các quy mô khác nhau ở các địa điểm khác nhau xung quanh New Zealand. Các dự án cơ sở hạ tầng bao gồm kết nối giao thông, đường bộ mới ở Auckland, các dự án khuyến khích đi xe đạp và đi bộ để giúp giảm tắc nghẽn đường ở Auckland. Năm 2021 chính phủ cũng công bố về kế hoạch đầu tư vào các dự án nhà ở xã hội và nhà ở giá cả phải chăng tại ba trung tâm đô thị lớn nhất của New Zealand là Auckland, Wellington và Christchurch. Các dự án này sẽ tạo ra nhu cầu về máy móc và các sản phẩm xây dựng.

Khoảng 92% tổng số hàng hóa (tính theo trọng lượng) được vận chuyển trong New Zealand bằng đường bộ. Các dự án về cơ sở hạ tầng đường sắt bao gồm kế hoạch nâng cấp đường dây và đầu máy. Khi hoàn thành dự án này sẽ giúp vận chuyển hàng hóa trong các khu vực đến các thành phố cảng chính của quốc gia này (Auckland, Tauranga, Wellington và Lyttleton).

Các ngành công nghiệp của New Zealand đang tiếp thu các công nghệ mới nhằm giảm chi phí và tăng năng suất. Kinh doanh nông nghiệp, lĩnh vực kinh doanh hàng đầu của New Zealand là một ví dụ trong đó cơ giới hóa và công nghệ kỹ thuật số được kết nối với sản xuất nông nghiệp.

Quy mô thị trường của New Zealand là lý tưởng cho các công ty mới xuất khẩu và mong muốn thử nghiệm các sản phẩm mới.

➤ Chiến lược thâm nhập thị trường

Để gia nhập thị trường thành công doanh nghiệp xuất khẩu cần có sự kết hợp giữa hiểu biết thị trường, lựa chọn đối tác kinh doanh phù hợp và cung cấp hỗ trợ cho đối tác địa phương. Sự hòa hợp, tin tưởng và giao tiếp rõ ràng của doanh nghiệp xuất khẩu là điều quan trọng để thu hẹp khoảng cách địa lý giữa đôi bên. Mặc dù người dân New Zealand rất cởi mở và có tiếng về tính trung thực. Vì thế doanh nghiệp nên tìm hiểu kỹ về doanh nghiệp hợp tác tại New Zealand trước khi thực hiện hợp đồng là điều quan trọng.

➤ Thuế nhập khẩu

Hải quan New Zealand chịu trách nhiệm thu thuế đối với hàng hóa nhập khẩu. Thuế đối với hàng nhập khẩu của New Zealand thường được tính theo tỷ lệ phần trăm của giá hàng hóa giao trên tàu (FOB). Trong một số trường hợp, thuế được tính dựa trên phí trên một đơn vị trọng lượng, thể tích cụ thể hoặc phép đo khác. Đôi khi thuế nhập khẩu được tính dựa trên sự kết hợp của thuế giá trị và biểu thuế đặc biệt.

Tỷ lệ thuế phải nộp được xác định bằng cách phân loại hàng hóa trong biểu thuế New Zealand, dựa trên hệ thống mã hóa và mô tả hàng hóa.

Hầu hết các mức thuế dao động từ 0 đến 10%. Các mức thuế này chủ yếu áp dụng cho quần áo, giày dép và thảm. Hầu hết các phương tiện chở khách, phần mềm và phần cứng máy tính đều được miễn thuế. Đồ uống có cồn (bao gồm bia, rượu và rượu mạnh), sản phẩm thuốc lá và một số sản phẩm dầu mỏ chịu thuế tiêu thụ đặc biệt cũng áp dụng cho các mặt hàng tương tự được sản xuất trong nước.

➤ **Yêu cầu và chứng từ nhập khẩu**

Các yêu cầu về tài liệu đối với việc xuất nhập khẩu hàng hóa vào New Zealand rất đơn giản. Trang web của Hải quan New Zealand nêu rõ các yêu cầu mà nhà nhập khẩu cần thực hiện. Tờ khai nhập khẩu phải được thực hiện dưới dạng điện tử.

Bộ Nông nghiệp và Lâm nghiệp (MAF) yêu cầu các khai báo của nhà xuất khẩu phải bao gồm tuyên bố rằng bất kỳ trường hợp đóng gói, thùng, thùng chứa bằng gỗ hoặc ván ép đều phải được kiểm tra trước khi giao hàng. Những hàng hóa này phải không có vỏ cây và không có dấu hiệu bị côn trùng và nấm xâm nhập. Tờ khai này phải kèm theo tất cả các vận đơn và các chứng từ vận chuyển khác.

Trái cây, cây trồng và hạt giống phải có giấy chứng nhận của cơ quan có thẩm quyền thích hợp ở nước xuất xứ là các mặt hàng đã được kiểm tra và sạch bệnh. Các giấy chứng nhận phải được chuyển đến người nhận hàng ở New Zealand kèm theo lô hàng. Bộ Nông nghiệp có thể kiểm tra lô hàng khi đến và nếu có dấu hiệu bị côn trùng xâm nhập, lô hàng sẽ được hun trùng hoặc từ chối nhập cảnh.

➤ **Yêu cầu về dán nhãn và ghi nhãn**

New Zealand cấm nhập khẩu tất cả hàng hóa mang nhãn hiệu giả mạo hoặc lừa đảo. New Zealand cũng cấm nhập khẩu bất kỳ hàng hóa nào được sản xuất ở nước ngoài nhưng mang tên hoặc nhãn hiệu của nhà sản xuất hoặc thương nhân New Zealand, tên của một địa điểm ở New Zealand, trừ khi tên được kèm theo một chỉ dẫn xác định về nước xuất xứ.

Các loại thực phẩm chế biến sẵn, pha trộn, hỗn hợp, hoặc thực phẩm phải tuân thủ các quy định chi tiết về ghi nhãn. Sơn có chứa chì, các sản phẩm len, đồ dùng và thiết bị điện, giày dép, thuốc, chế phẩm vệ sinh và các sản phẩm thực phẩm cũng phải được dán nhãn đặc biệt. Các hàng hóa được đóng gói phải có chỉ dẫn về trọng lượng tịnh. Tất cả các trọng lượng và số đo phải được trích dẫn theo đơn vị hệ mét.

New Zealand có tiêu chuẩn ghi nhãn cho thực phẩm biến đổi gen (GM). Theo tiêu

chuẩn, phần dán nhãn phải liệt kê các thành phần cho các sản phẩm thực phẩm, phải bao gồm các từ “biến đổi gen” nếu có vật liệu hoặc protein từ quá trình biến đổi gen. Các doanh nghiệp thực phẩm có trách nhiệm áp dụng nhãn thực phẩm, ghi nhãn lại thực phẩm hoặc bán thực phẩm đáp ứng yêu cầu của tiêu chuẩn này. Quy định này áp dụng cho các nhà sản xuất, nhà đóng gói, nhà nhập khẩu và đôi khi là các nhà bán lẻ.



Cảng Tauranga, New Zealand

➤ **Tạm nhập**

New Zealand chấp nhận các mẫu hàng miễn thuế có giá trị không đáng kể. Ví dụ, các lô hàng nhỏ gồm mẫu thử, bảng giá và các sản phẩm với mục đích quảng cáo được sản xuất ở nước ngoài. Tuy nhiên, các mặt hàng này phải mang tên và địa chỉ của nhà sản xuất nước ngoài. Những mặt hàng này không được thiết kế để quảng cáo hoặc bán sản phẩm của bất kỳ công ty, hãng hoặc cá nhân nào có cơ sở kinh doanh được thành lập tại New Zealand. Phim quảng cáo được nhập tạm thời, miễn thuế.

➤ **Cấm và hạn chế nhập khẩu**

New Zealand duy trì các biện pháp kiểm soát đối với việc nhập khẩu nhiều loại hàng hóa dựa trên các tiêu chí như “bảo vệ cộng đồng”, bảo vệ tầng ôzôn của trái đất, kiểm

soát các chất độc hại và bảo vệ người tiêu dùng. New Zealand cũng duy trì một chế độ kiểm dịch nghiêm ngặt để bảo vệ ngành nông nghiệp và lâm nghiệp khỏi bị nhiễm sâu bệnh hoặc dịch bệnh.

Hải quan New Zealand liệt kê trên trang web các mặt hàng bị cấm và không được nhập khẩu vào New Zealand cũng như danh sách các sản phẩm cần chấp thuận khi nhập khẩu.

➤ Thủ tục Hải quan

Tất cả hàng hóa nhập khẩu vào New Zealand phải được phân loại theo biểu thuế của New Zealand do hải quan New Zealand quản lý. Hải quan New Zealand chịu trách nhiệm thu bất kỳ khoản thuế nào đối với hàng hóa nhập khẩu.

➤ Tiêu chuẩn thương mại

New Zealand đặt ra tiêu chuẩn cho nhiều đối tượng bao gồm thiết kế, an toàn, thông số kỹ thuật, hiệu suất và chất lượng của sản phẩm. Việc áp dụng các tiêu chuẩn này nói



Hội thảo “Xúc tiến Thương mại và Đầu tư với thị trường New Zealand - Tận dụng cơ hội các chuỗi giá trị mới trong khối ASEAN - New Zealand” do ITPC tổ chức

chung là tự nguyện nhưng một số trường hợp là bắt buộc. Việc tuân thủ các tiêu chuẩn này có thể là một yếu tố quan trọng trong việc thúc đẩy bán hàng và chứng nhận sản xuất. New Zealand có hệ thống trọng lượng và thước đo theo hệ mét (m).

□ **Tiêu chuẩn**

New Zealand công nhận các tiêu chuẩn quốc tế như Tổ chức Tiêu chuẩn hóa Quốc tế (ISO), Ủy ban Kỹ thuật Điện Quốc tế (IEC) và Liên minh Viễn thông Quốc tế (ITU).

New Zealand cũng công nhận các tiêu chuẩn khu vực chung do các tổ chức thành viên trong một khu vực cụ thể quy định, chẳng hạn như tiêu chuẩn EN của Liên minh Châu Âu hoặc tiêu chuẩn chung của Úc/New Zealand.

□ **Kiểm tra và Chứng nhận**

Các quy định về sản phẩm của New Zealand dựa trên việc đảm bảo an toàn và có hiệu lực cho tất cả các lĩnh vực công nghiệp. Các lĩnh vực chính bao gồm:

- Các nhà nhập khẩu và nhà cung cấp sản phẩm điện phải đảm bảo sản phẩm của họ được phép bán ở New Zealand và đáp ứng các yêu cầu an toàn cơ bản. Thử nghiệm để đảm bảo đáp ứng các yêu cầu này có thể được thực hiện tại các phòng thử nghiệm địa phương ở các quốc gia mà New Zealand có thỏa thuận về điện và điện tử.
- Cơ quan tiết kiệm năng lượng của New Zealand giám sát việc sử dụng năng lượng của các sản phẩm điện và các thiết bị sử dụng năng lượng như xe có động cơ.
- Bộ quy tắc về tiêu chuẩn thương mại của New Zealand do Bộ Kinh doanh, Đổi mới và việc làm giám sát.
- Medsafe New Zealand là cơ quan quy định các sản phẩm được sử dụng cho mục đích điều trị bao gồm thuốc, các sản phẩm liên quan và thiết bị y tế.
- An toàn thực phẩm được quy định trong Bộ luật Tiêu chuẩn Thực phẩm và Úc New Zealand. Các tiêu chuẩn này nhằm mục đích giảm tỷ lệ mắc bệnh do thực phẩm bằng cách tăng cường an toàn thực phẩm và truy xuất nguồn gốc thông qua chuỗi cung ứng thực phẩm.

NHỮNG LƯU Ý VỀ QUAN HỆ TRONG KINH DOANH TẠI THỊ TRƯỜNG

➤ **Văn hóa kinh doanh**

□ **Những điều nên làm**

- Thể hiện sự tôn trọng với con người và văn hóa Maori.

- Người New Zealand thường mua các sản phẩm nội địa thay vì nhập khẩu để hỗ trợ nền kinh tế. Tiêu chuẩn sản phẩm của họ nhìn chung rất cao với sự chú ý đến từng chi tiết của một cửa hàng hay sản phẩm. Vì vậy, việc đánh giá cao chất lượng các sản phẩm của New Zealand là điều nên làm.
- Trong bất kỳ tình huống nào cho phép, hãy tham gia và đóng góp theo bất kỳ cách nào có thể. Ví dụ: nếu bạn đang đi nhờ xe của người khác, việc đề nghị chia sẻ vào chi phí nhiên liệu là một hành động lịch sự.
- Dọn dẹp rác xả sau các hoạt động của bản thân (đặc biệt là trong các công viên quốc gia) và không xả rác.

□ **Những điều không nên làm**

- Tránh nhàm lẫn giữa người New Zealand với người Úc. Có sự cạnh tranh giữa hai quốc gia khiến dễ có những so sánh bất lợi hoặc gây tranh cãi.
- Cố gắng đừng khen ngợi người New Zealand quá mức vì họ có thể cảm thấy khó xử và trở nên xấu hổ.
- Những trò đùa liên quan đến con cừu không được xem là hài hước ở New Zealand.
- Người New Zealand thích trêu chọc người khác, vì vậy đừng nghiêm trọng hóa những trò đùa của họ.
- Đừng khoe khoang hoặc đưa ra những nhận xét phê trương nhằm gây ấn tượng rằng mình vượt trội hơn người khác.

□ **Các điều chú ý trong cuộc họp**

- Các cuộc họp ở New Zealand tuân theo các quy tắc rất giống với các cuộc họp ở Úc.
- Các cuộc họp đầu tiên thường có mục đích chính là xác định mức độ đáng tin cậy. Trong các cuộc họp đầu tiên này, người New Zealand để tâm nhiều đến mức độ uy tín của đối tác.
- Hãy đặt lịch hẹn cho cuộc họp của bạn trước một vài ngày và cho biết trước mục đích của cuộc họp. Nếu bạn có nội dung hoặc kế hoạch cuộc họp bằng văn bản, hãy chia sẻ với đối tác. Các cuộc họp có thể tốn nhiều thời gian hơn so với kế hoạch.
- Đi trễ là điều không tốt trong môi trường chuyên nghiệp, vì vậy hãy đảm bảo đến đúng giờ hoặc sớm hơn một chút. Nếu bạn chủ trì cuộc họp, bạn phải bắt đầu cuộc họp đúng giờ.
- Danh thiếp thường được trao đổi trong các buổi giới thiệu và cũng được trao đổi khi cần liên hệ với ai đó sau cuộc thảo luận.
- Giới thiệu bản thân bằng tên đầy đủ của bạn và tên mà bạn muốn được người khác gọi.



- Trước khi bạn bắt đầu thảo luận về kinh doanh, hãy dành ra vài phút trò chuyện xã giao. Tốt nhất chỉ nên nói về những chủ đề không mang tính cá nhân (chẳng hạn như thời tiết) để tránh xâm phạm cuộc sống riêng tư.
- Người New Zealand có thể khá hài hước trong suốt các giao dịch, cuộc họp để làm không khí bớt căng thẳng.
- Hãy tạo ấn tượng rằng mọi thứ được quản lý tốt và trong tầm kiểm soát.
- Bất kỳ ai có mặt tại cuộc họp thường được hoan nghênh đưa ra ý kiến của họ, bất kể tuổi tác hoặc thứ bậc. Việc sử dụng vị trí quyền lực như một đòn bẩy trong các cuộc đàm phán không được ủng hộ.
- Hãy nói rõ về ý định của bạn. Hỗ trợ lập trường của bạn bằng các dữ kiện và số liệu, tránh những lập luận hay tuyên bố mà bạn không thể chứng minh.
- Cho dù các cuộc đàm phán có xu hướng mất khá nhiều thời gian, người New Zealand thường luôn giữ vững quan điểm và tập trung với mục tiêu của họ.
- Người New Zealand thường không sử dụng chiến thuật thương lượng, vì vậy hãy đưa ra những con số, giá cả thực tế. Nếu bạn cố gắng mặc cả về giá cả, họ có thể sẽ không muốn kinh doanh với bạn.
- Người New Zealand không thích các chiến thuật bán hàng gây áp lực hay nài ép.
- Hướng đến một thỏa thuận sẽ tạo ra cơ hội kinh doanh tốt hơn trong tương lai, hãy nhấn mạnh các thỏa thuận để đôi bên cùng có lợi.

- Việc ra quyết định có thể là một quá trình tốn thời gian và ý kiến của cấp dưới thường được tham khảo trong quá trình ra quyết định.



Lễ hội Nghệ thuật Biểu diễn Truyền thống Maori.

□ Những điều cần cân nhắc

- Người New Zealand đánh giá cao sự trung thực, thẳng thắn pha chút hài hước. Do đó, hãy ngắn gọn và thẳng thắn trong giao dịch với họ.
- Những ý tưởng quá tham vọng sẽ được coi là những đề xuất không thực tế và thường bị loại bỏ. Nếu bạn muốn truyền đạt năng lực của bản thân hoặc lợi ích của sản phẩm / dịch vụ, hãy chứng minh thay vì chỉ nói suông.
- Người New Zealand nổi tiếng về việc cung cấp hàng hóa chất lượng cao. Họ sử dụng các phương thức sản xuất tốt nhất để mang lại lợi ích cho người tiêu dùng. Do đó, họ có xu hướng không đầu tư vào các dự án không có giá trị hoặc không chất lượng thực sự.
- Sự tin cậy được đánh giá cao trong văn hóa kinh doanh. Nếu đối tác không giữ lời hứa hoặc việc kinh doanh thất bại, điều này sẽ để lại ấn tượng xấu sâu sắc. Tình trạng thường xuyên vắng mặt là điều không được chấp nhận trong kinh doanh ở New Zealand. Người New Zealand mong đợi sự tin cậy ở nhân viên và đồng nghiệp.
- Việc tặng quà tại New Zealand rất được trân trọng mặc dù việc tặng quà trong kinh doanh không phải là tập quán. Nếu bạn quyết định tặng quà, hãy chắc chắn rằng đây

không phải là hối lộ. Ví dụ, tặng quà cho một đối tác kinh doanh trong quá trình chờ đợi quyết định là không phù hợp. Mặt khác, những món quà được trao khi kết thúc một thỏa thuận hoặc kết thúc đàm phán được xem như là lời chúc mừng.

- New Zealand đã được toàn cầu công nhận là quốc gia khởi nghiệp nhanh nhất trên thế giới (chỉ 1 ngày).
- New Zealand đứng thứ 1 trong số 180 quốc gia về Chỉ số nhận thức tham nhũng (2017), nhận được số điểm 89 (trên thang điểm từ 0 đến 100). Chỉ số này cho thấy rằng khu vực công của đất nước rất trong sạch.

➤ **Hành vi tiêu dùng**

Xu hướng sử dụng di động ở New Zealand dựa trên dữ liệu của Google Consumer Barometer cho thấy rằng 81% người New Zealand sở hữu điện thoại thông minh và sử dụng điện thoại để trực tuyến thường xuyên như máy tính và máy tính bảng. Trên thực tế, 95% người New Zealand sử dụng Internet hàng ngày, vì vậy mọi doanh nghiệp kể cả doanh nghiệp nhỏ đều cần có sự hiện diện trực tuyến để tiếp cận người tiêu dùng.

□ **Sử dụng Internet để nghiên cứu sản phẩm**

Các nguồn thông tin trực tuyến là chìa khóa trong việc giới thiệu người tiêu dùng đến các sản phẩm và ưu đãi. Khảo sát cho thấy 52% người New Zealand cho biết họ lần đầu tiên nhìn thấy sản phẩm là bằng hình thức trực tuyến trong quá trình mua sắm. Ngoài ra, khảo sát cũng cho thấy người tiêu dùng dựa vào các nguồn thông tin trực tuyến trong toàn bộ quá trình mua hàng. 16% người New Zealand chỉ sử dụng các nguồn trực tuyến để nghiên cứu, trong khi 35% sử dụng cả nguồn trực tuyến và ngoại tuyến.

81% người New Zealand sở hữu điện thoại thông minh, phần lớn (76%) vẫn đang sử dụng máy tính để tiến hành nghiên cứu sản phẩm. Điều này có nghĩa là trong khi bạn ưu tiên nguồn lực cho trang web trở nên thân thiện với thiết bị di động, đừng quên trải nghiệm của khách hàng trên máy tính để bàn. Bất kể thiết bị nào, toàn bộ trải nghiệm người dùng phải mượt mà từ thời điểm họ truy cập trang web của bạn cho đến hết toàn bộ quy trình mua hàng.

Liên quan đến việc nghiên cứu trực tuyến trước khi mua hàng, hơn một nửa (51%) người New Zealand nói rằng họ có thực hiện, 53% người mua sắm sử dụng Internet để so sánh sản phẩm, giá cả hoặc tính năng, với 23% trong số họ sử dụng trang web của nhà hàng, 20% sử dụng trang web của nhà bán lẻ và 39% sử dụng công cụ tìm kiếm. Trình bày rõ ràng các thông tin quan trọng trên web của bạn sẽ giúp người tiêu dùng dễ dàng đưa ra quyết định hơn.

□ **Hành vi người tiêu dùng và điện thoại thông minh**

43% người New Zealand nói rằng họ đôi khi gặp phải sự cố khi truy cập các trang web bằng điện thoại thông minh. Đây là cơ hội lớn cho các nhà tiếp thị, vì 29% người nói rằng họ sẽ không cố tải lại trang web. Vì thế họ sẽ chỉ tìm một trang web khác hoạt động được trên điện thoại của họ. Tạo một trang web có thể tải nhanh trên điện thoại thông minh nên là ưu tiên hàng đầu của tất cả các doanh nghiệp.

Mặc dù hầu hết mọi người vẫn đang sử dụng máy tính của họ để mua hàng thực tế, 43% chủ yếu sử dụng điện thoại thông minh của họ để lấy cảm hứng và khám phá ban đầu. 36% người Kiwi đang sử dụng điện thoại của họ để mua hàng ngoại tuyến ngay lập tức, chẳng hạn như tìm kiếm vị trí cửa hàng. Nếu trang web của bạn không tải đúng cách trên điện thoại của họ, bạn có thể mất doanh số bán hàng đó.

Mặc dù hầu hết mọi người vẫn đang sử dụng máy tính để mua hàng, 43% người được khảo sát cho hay chủ yếu sử dụng điện thoại thông minh để tìm cảm hứng và khám phá trước khi mua hàng. 36% người New Zealand đang sử dụng điện thoại để mua hàng ngoại tuyến ngay lập tức, ví dụ như tìm kiếm vị trí cửa hàng. Nếu trang web của bạn không thể tải được trên điện thoại của khách hàng, bạn sẽ mất doanh số.

□ **Thống kê mua sắm trực tuyến tại New Zealand**

Mặc dù người New Zealand thích tìm hiểu về sản phẩm trước khi thực sự mua hàng, nhưng rõ ràng nghiên cứu trực tuyến thúc đẩy sự chuyển đổi cả trong việc mua trực tiếp tại cửa hàng và trực tuyến. 29% người New Zealand thực hiện nghiên cứu trực tuyến trước khi mua hàng trực tuyến và 9% nghiên cứu ngoại tuyến trước khi mua hàng trực tuyến.

Danh mục phổ biến để mua hàng trực tuyến là du lịch, các nhà bán lẻ trực tuyến như Amazon và các cửa hàng bách hóa. Người New Zealand vẫn thích đến tận nơi để nhận sản phẩm của họ - 69% đến nhận đơn hàng trực tuyến tại cửa hàng, 19% chọn vận chuyển đến nhà. Người New Zealand thích sử dụng máy tính để mua hàng, 79% sẽ sử dụng máy tính, trong khi 16% sẽ sử dụng thiết bị di động của họ.

Dựa trên tất cả dữ liệu này, các nhà tiếp thị nên xem xét các phương pháp tiếp cận vì người tiêu dùng lần đầu tiên biết đến sản phẩm trực tuyến, sau đó sử dụng máy tính thực hiện nghiên cứu và cuối cùng là mua trực tuyến hoặc tại cửa hàng. Sử dụng cả chiến lược quảng cáo trực tuyến và ngoại tuyến là chìa khóa để thu hút đối tượng mục tiêu của bạn.

TIỀN TỆ

Tiền New Zealand đang sử dụng được gọi là đồng đô la New Zealand, hay còn được

gọi là đồng tiền Kiwi do chính người dân nơi đây đặt tên. Lý do có tên như vậy bắt nguồn từ một loại chim chỉ biết chạy ở nơi này tên là Kiwi.



Đồng tiền New Zealand này khá mạnh và được sử dụng rộng rãi trên khắp thế giới.

Đồng tiền New Zealand có ký hiệu đơn vị tiền tệ New Zealand là: NZD, đôi khi là NZ\$. 1 đồng đô la New Zealand bằng 100 xu.

Hiện nay đồng tiền New Zealand có 10 loại mệnh giá khác nhau và 2 loại tiền tệ là tiền giấy và tiền xu là 10 cent, 20 cent, 50 cent, 1 đô, 2 đô, 5 đô, 10 đô, 20 đô, 50 đô và 100 đô. Trong đó:

- Tiền xu New Zealand có 5 mệnh giá: 10 cent, 20 cent, 50 cent, 1 đô và 2 đô.
- Tiền giấy New Zealand cũng có 5 mệnh giá: 5 đô, 10 đô, 20 đô, 50 đô và 100 đô.

Hiện nay tỉ giá tiền New Zealand Dollar so với tiền Việt Nam là:

- 1 Đô La New Zealand = 15.038,78 Việt Nam đồng.(tỉ giá NZD/VND cập nhập vào ngày 05/2022).

Khi bạn tới New Zealand, ngoài hiểu biết về New Zealand dùng tiền gì ra, bạn còn phải biết một số những quy tắc tiêu tiền ở nơi này. Cụ thể như sau:

- Quy tắc làm tròn tiền Thụy Điển. Điều này có nghĩa là khi bạn giao dịch ở New Zealand, kết thúc tiền thừa của bạn có số lẻ từ 1 cent đến 4 cent sẽ được làm tròn xuống. Còn nếu lẻ từ 6 cent đến 9 cent thì sẽ được làm tròn lên.
VD: 3.14 NZD làm tròn xuống 3.10 NZD. Hoặc 5.16 NZD sẽ làm tròn lên 5.2 NZD.
- Khi bạn sử dụng tiền ở đây, bạn cần lưu ý tất cả hàng hóa, dịch vụ nơi đây đều phải chịu thuế và mức thuế này là 15%. Mức thuế này bao gồm trong giá hiển thị và khách du lịch sẽ không được hoàn lại khoản thuế này.
- Ở New Zealand không cho tiền tip. Nếu bạn muốn vẫn có thể tip cho nhân viên.

HOẠT ĐỘNG GIAO THƯƠNG GIỮA VIỆT NAM VÀ NEW ZEALAND



Air New Zealand - hãng hàng không quốc gia của đất nước New Zealand

TỔNG QUAN HOẠT ĐỘNG THƯƠNG MẠI CỦA NEW ZEALAND

Tổ chức Thương mại thế giới (WTO) trong ấn phẩm thường niên Trade Profile 2021 ghi nhận về thứ hạng thương mại toàn cầu trong năm 2020 thì New Zealand đứng thứ 54 về xuất khẩu và 58 về nhập khẩu hàng hóa trên thế giới. Về dịch vụ, New Zealand đứng thứ 50 về xuất khẩu và 52 về nhập khẩu.

Chỉ số tự do kinh tế của New Zealand là 80,6, trở thành nền kinh tế tự do thứ 4 trong năm 2022. New Zealand xếp thứ 2 trong số 39 quốc gia ở khu vực châu Á – Thái Bình Dương, và có chỉ số tự do kinh tế cao hơn so với mức trung bình của khu vực và

thế giới. (Nguồn: Heritage)

Trong 40 năm qua, chính phủ New Zealand đã biến đất nước này từ nền kinh tế nông nghiệp sang nền kinh tế thị trường tự do, công nghiệp hóa và có khả năng cạnh tranh trên toàn cầu. Sự tăng trưởng năng động này đã nâng cao thu nhập thực tế (nhưng lại không tác động đáng kể đến tầng lớp nghèo), đồng thời mở rộng và nâng cao năng lực công nghệ của khu vực công nghiệp.

Thu nhập bình quân đầu người tăng lên trong 10 năm liên tiếp cho đến năm 2007 tính theo sức mua tương đương, nhưng đã giảm trong năm 2008-2009. Chi tiêu tiêu dùng dựa trên nợ đã tăng lên rất mạnh trong nửa đầu thập kỷ, khiến cho cán cân thanh toán bị thâm hụt nặng và đặt ra thách thức cho các nhà hoạch định chính sách. Áp lực lạm phát khiến ngân hàng trung ương nước này tăng dần lãi suất chủ chốt từ tháng 1 năm 2004 cho đến khi lãi suất này nằm trong các mức cao nhất trong khối OECD vào năm 2007 và 2008.

Mở rộng mạng lưới các hiệp định thương mại tự do của New Zealand vẫn là ưu tiên hàng đầu trong chính sách đối ngoại. New Zealand là nước sớm thúc đẩy Hiệp định Đối tác xuyên Thái Bình Dương (TPP) và là quốc gia thứ hai phê chuẩn hiệp định này vào tháng 5 năm 2017. Sau khi Hoa Kỳ rút khỏi TPP vào tháng 1 năm 2017, vào ngày 10 tháng 11 năm 2017, 11 nước còn lại, trong đó có Việt Nam, đã cùng thống nhất về các điều khoản cốt lõi của một hiệp định được sửa đổi mang tên là Hiệp định Đối tác Toàn diện và Tiến bộ xuyên Thái Bình Dương (CPTPP). Tháng 11/2016, New Zealand mở đàm phán nâng cấp FTA với Trung Quốc; Trung Quốc là một trong những đối tác thương mại quan trọng nhất của New Zealand. (Nguồn: CIA)

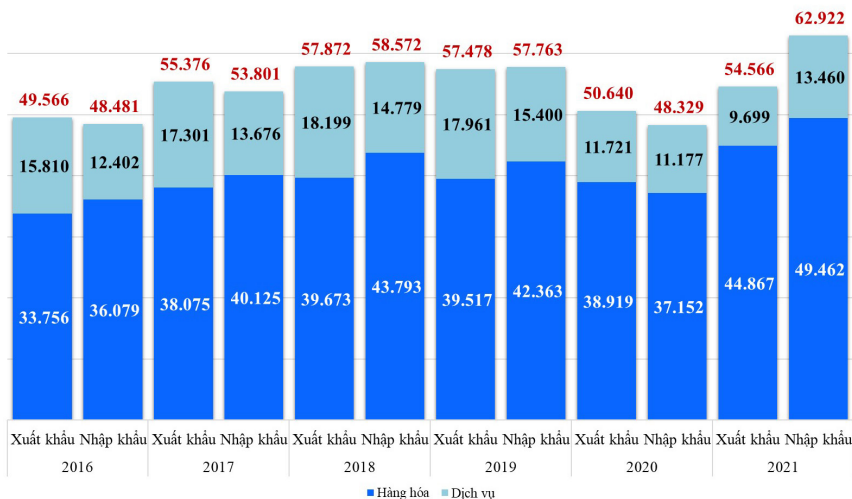
Giá trị xuất khẩu hàng hóa của New Zealand năm 2021 đạt 44,87 tỷ USD và nhập khẩu đạt 49,46 tỷ USD, thâm hụt 4,60 tỷ USD. Về dịch vụ, năm 2021, New Zealand xuất khẩu 9,70 tỷ USD, nhập khẩu đạt 13,46 tỷ USD, thâm hụt 3,76 tỷ USD.

Trong giai đoạn 2016-2021, tổng cán cân thương mại của New Zealand biến động theo từng năm. Trong hai năm 2016 và 2017, mức thặng dư từ dịch vụ đã bù đắp cho thâm hụt của hàng hóa, do đó tổng cán cân của New Zealand đạt thặng dư lần lượt là 1,09 tỷ USD (2016) và 1,58 tỷ USD (2017). Sang hai năm kế tiếp, mức thâm hụt của hàng hóa lớn hơn mức thặng dư của dịch vụ, nên tổng cán cân của New Zealand chuyển sang thâm hụt lần lượt là 700 triệu USD (2018) và 285 triệu USD (2019). Tới năm 2020, cán cân của New Zealand đạt mức thặng dư lớn nhất (2,31 tỷ USD) trong cả giai đoạn 2016-2021, do không bị thâm hụt ở cả hai mảng hàng hóa và dịch vụ. Riêng về hàng hóa, cán cân của New Zealand đa số ở mức âm, trong đó mức thấp nhất rơi vào năm 2021; còn về dịch vụ, cán cân đa số đều đạt mức dương, trong đó mức cao nhất rơi vào năm 2017 (3,62 tỷ USD).

Kim ngạch xuất nhập khẩu hàng hóa, dịch vụ của New Zealand giai đoạn 2016 - 2021

(Nguồn: WTO)

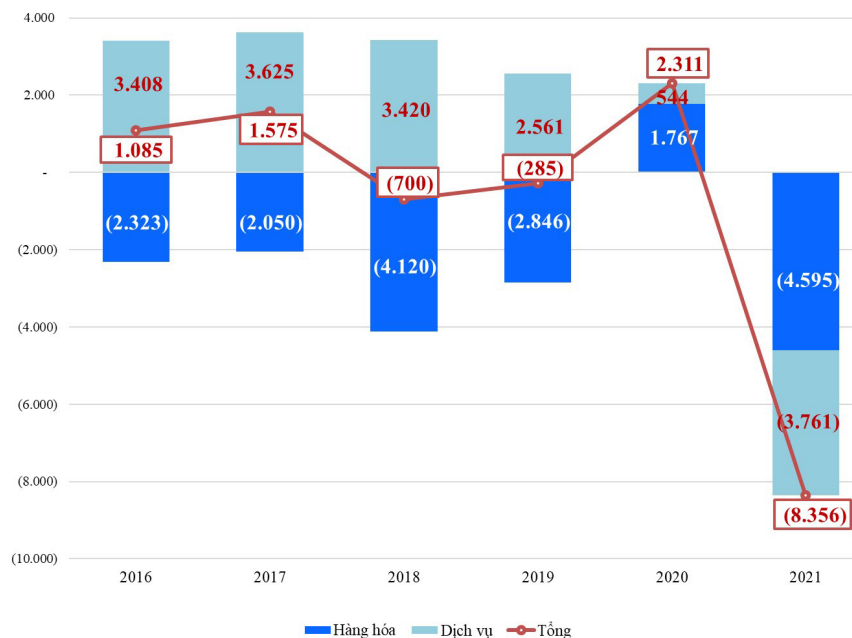
(ĐVT: triệu USD)



Cán cân thương mại của New Zealand giai đoạn 2016 - 2021

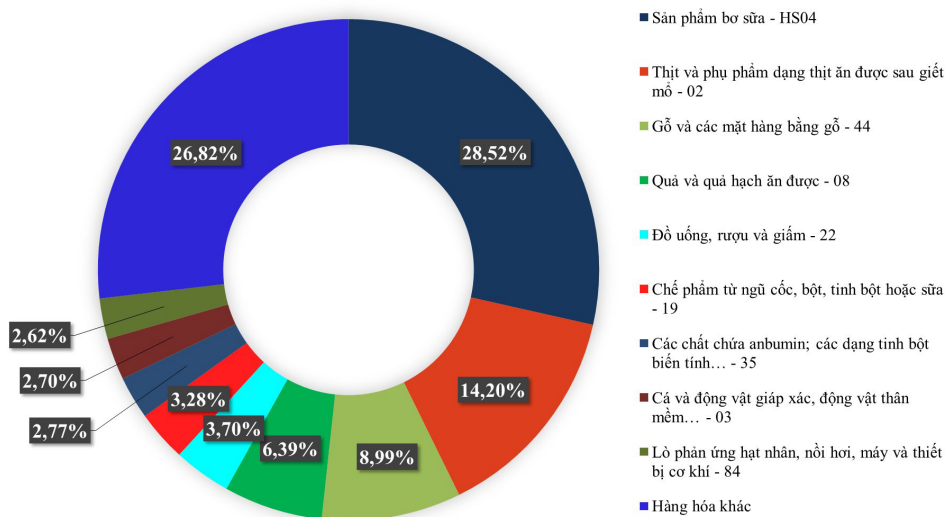
(Nguồn: WTO)

(ĐVT: triệu USD)



Năm 2021, theo dữ liệu của trademap.org, một số mặt hàng xuất nhập khẩu chủ yếu của New Zealand được thể hiện trong biểu đồ dưới đây.

Những mặt hàng xuất khẩu chủ yếu của New Zealand năm 2021



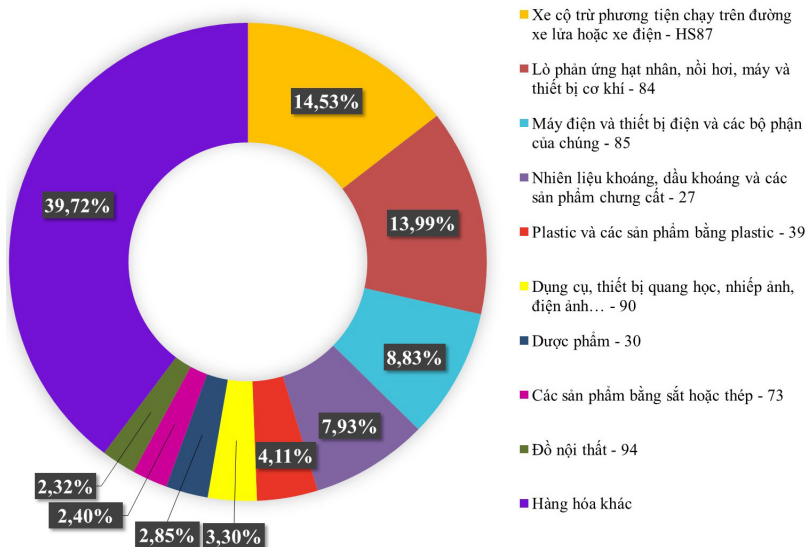
Trong năm qua, 05 mặt hàng xuất khẩu mạnh nhất của New Zealand bao gồm:

1. Sản phẩm bơ sữa (chiếm 28,52% tổng lượng xuất khẩu)
2. Thịt và phụ phẩm dạng thịt ăn được sau giết mổ (chiếm 14,20% tổng lượng xuất khẩu)
3. Gỗ và các mặt hàng bằng gỗ (chiếm 8,99% tổng lượng xuất khẩu)
4. Quả và quả hạch ăn được (chiếm 6,39% tổng lượng xuất khẩu)
5. Đồ uống, rượu và giấm (chiếm 3,70% tổng lượng xuất khẩu)

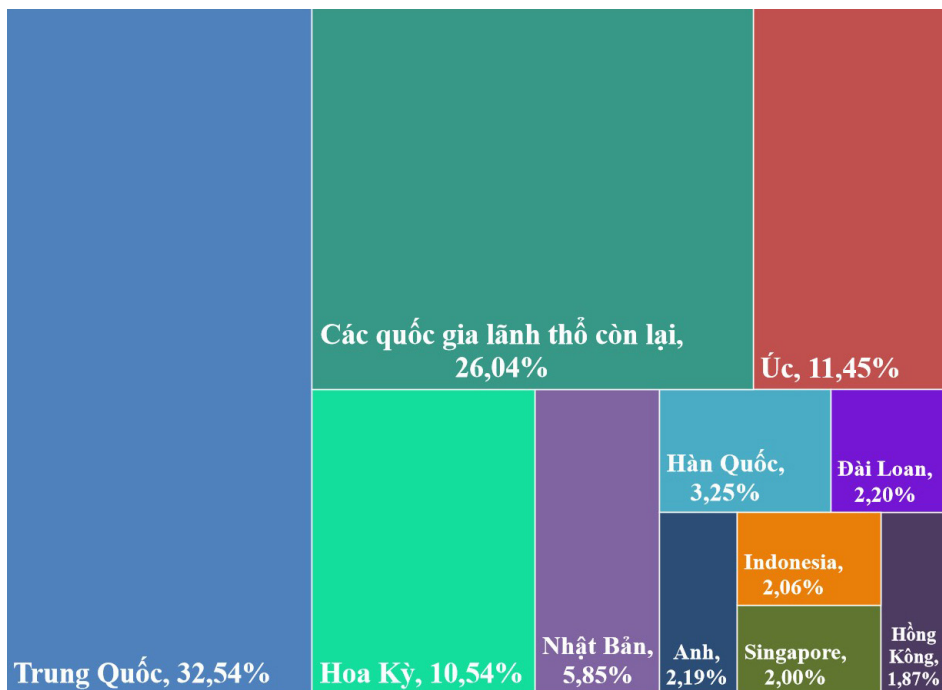
Về nhập khẩu, 05 mặt hàng mà New Zealand nhập vào nhiều nhất gồm có:

1. Xe cộ trừ phương tiện chạy trên đường xe lửa hoặc xe điện (chiếm 14,53% tổng lượng xuất khẩu)
2. Lò phản ứng hạt nhân, nồi hơi, máy và thiết bị cơ khí (chiếm 13,99% tổng lượng xuất khẩu)
3. Máy điện và thiết bị điện và các bộ phận của chúng (chiếm 8,83% tổng lượng xuất khẩu)
4. Nhiên liệu khoáng, dầu khoáng và các sản phẩm chưng cất (chiếm 7,93% tổng lượng xuất khẩu)
5. Plastic và các sản phẩm bằng plastic (chiếm 4,11% tổng lượng xuất khẩu)

Những mặt hàng nhập khẩu chủ yếu của New Zealand năm 2021

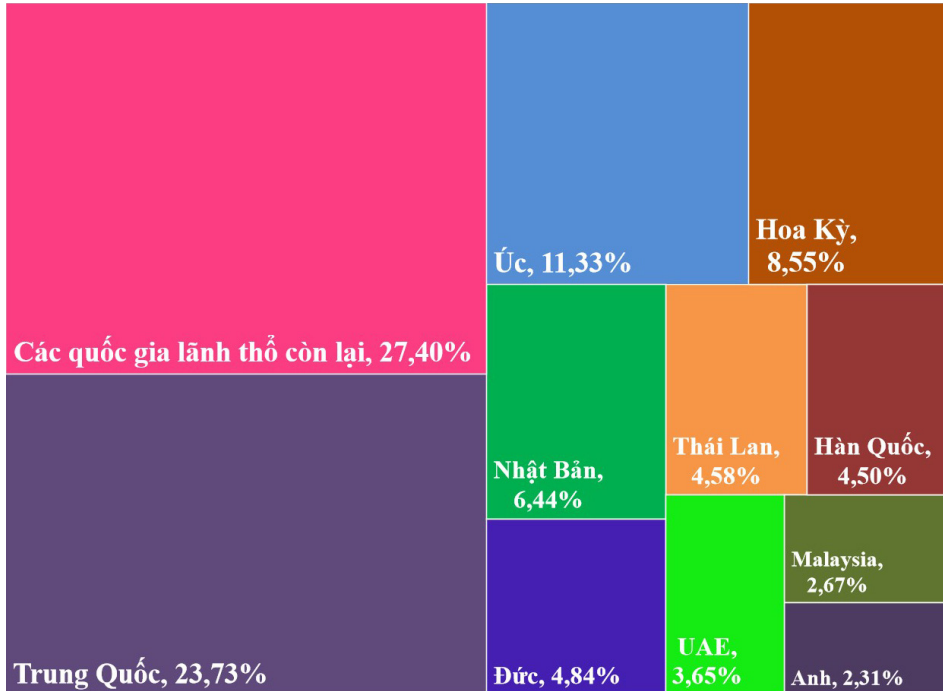


Các thị trường xuất khẩu chính của New Zealand năm 2021



Dữ liệu mới nhất theo từng quốc gia lãnh thổ cho thấy 73,96% sản phẩm xuất khẩu từ New Zealand được đưa vào: Trung Quốc (32,54% tổng sản phẩm toàn cầu), Úc (11,45%), Hoa Kỳ (10,54%), Nhật Bản (5,85%), Hàn Quốc (3,25%), Đài Loan (2,20%), Anh (2,19%), Indonesia (2,06%), Singapore (2,00%) và Hồng Kông (1,87%).

Các thị trường nhập khẩu chính của New Zealand năm 2021



Ở chiều ngược lại, số liệu theo từng quốc gia lãnh thổ cho thấy 72,60% sản phẩm nhập khẩu vào New Zealand có xuất xứ từ: Trung Quốc (23,73% tổng sản phẩm toàn cầu), Úc (11,33%), Hoa Kỳ (8,55%), Nhật Bản (6,44%), Đức (4,84%), Thái Lan (4,58%), Hàn Quốc (4,50%), UAE (3,65%), Malaysia (2,67%) và Anh (2,31%).

Theo thống kê trên trademap.org (Trung tâm thương mại quốc tế ITC), Việt Nam là đối tác cung cấp sản phẩm đứng thứ 15 vào thị trường New Zealand và là đối tác đứng thứ 13 nhập khẩu hàng hóa từ New Zealand.

Theo số liệu thống kê của Tổng cục Hải quan, tính riêng năm 2021 tổng giá trị xuất nhập khẩu hàng hóa giữa Việt Nam và New Zealand đạt 1,34 tỷ USD, tăng 26,7% so với năm 2020. Trong đó, xuất khẩu hàng hóa của các doanh nghiệp Việt Nam sang thị trường New Zealand đạt 701,89 triệu USD, tăng mạnh 40,9% so với năm 2020, chiếm

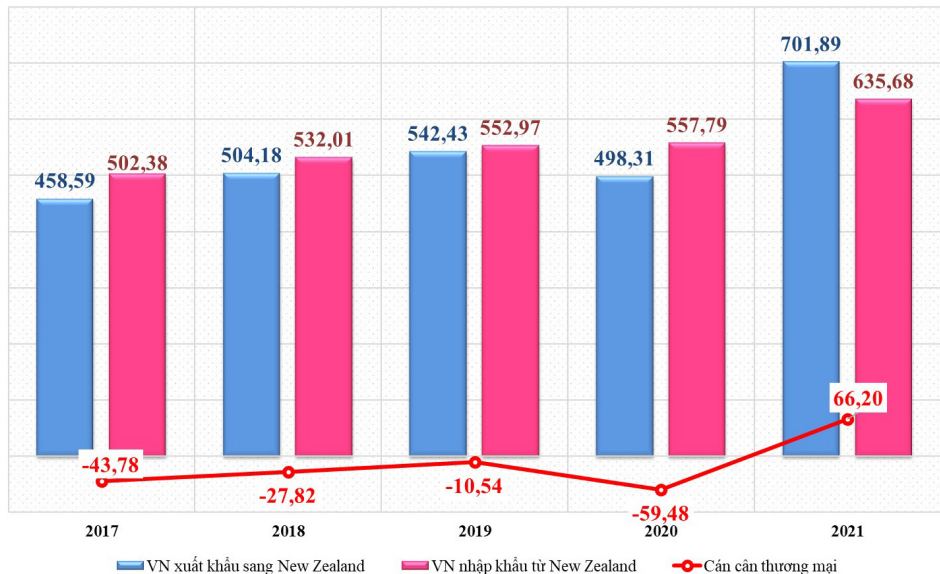
0,21% tổng giá trị xuất khẩu của Việt Nam ra thế giới. Ở chiều ngược lại, nhập khẩu hàng hóa từ New Zealand đạt 635,68 triệu USD, tăng 14% so với cùng kỳ, chiếm 0,19% giá trị nhập khẩu của Việt Nam từ tất cả các đối tác thương mại.

Giai đoạn 2017-2020, cán cân thương mại của Việt Nam luôn ở mức thâm hụt hơn 10 triệu USD do tình trạng nhập siêu liên tục từ New Zealand. Tuy nhiên, đến năm 2021, trạng thái cán cân đã chuyển sang thặng dư 66,2 triệu USD do nước ta tăng lượng hàng xuất khẩu sang nước bạn. Bắt đầu với con số kim ngạch 458,59 triệu USD vào năm 2017, kim ngạch xuất khẩu nước ta sang nước bạn có xu hướng tăng dần qua từng năm trong giai đoạn 2017-2021 (giảm nhẹ vào năm 2020). Hoạt động xuất khẩu đạt hiệu quả cao nhất vào năm 2021 với kim ngạch trị giá 701,89 triệu USD. Tương tự, kim ngạch nhập khẩu từ nước bạn cũng tăng dần đều qua từng năm, đạt cao nhất vào năm 2021.

Kim ngạch xuất khẩu, nhập khẩu và cán cân thương mại Việt Nam - New Zealand giai đoạn 2017 - 2021

(Nguồn: Tổng Cục Hải quan)

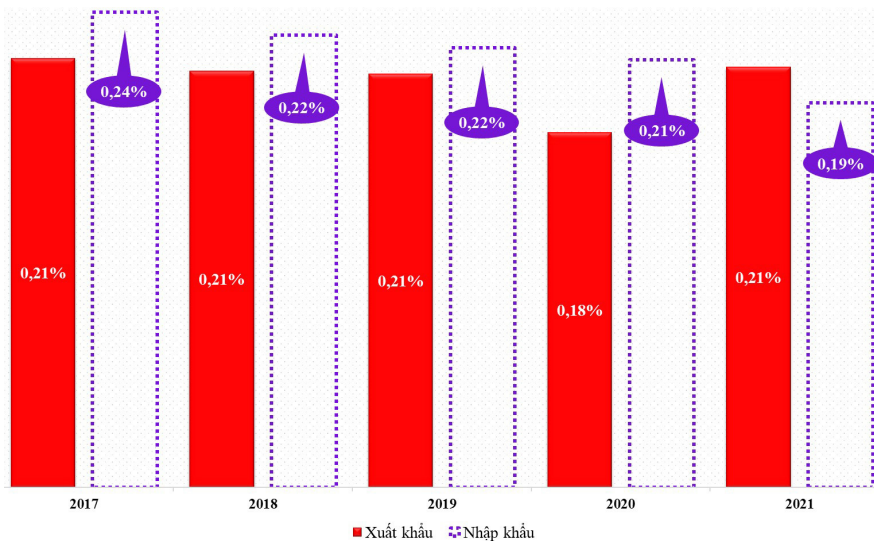
(ĐVT: triệu USD)



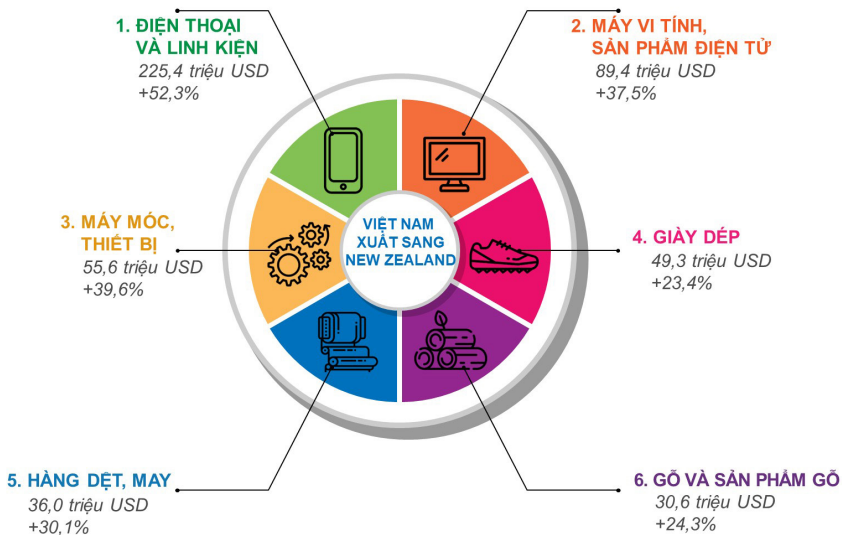
Tỉ trọng kim ngạch xuất nhập khẩu với New Zealand so với tổng giá trị xuất nhập khẩu của Việt Nam giai đoạn 2017 - 2021

(Nguồn: Tổng Cục Hải quan)

(ĐVT: triệu USD)



MỘT SỐ SẢN PHẨM XUẤT KHẨU CHỦ YẾU CỦA VIỆT NAM SANG NEW ZEALAND NĂM 2021

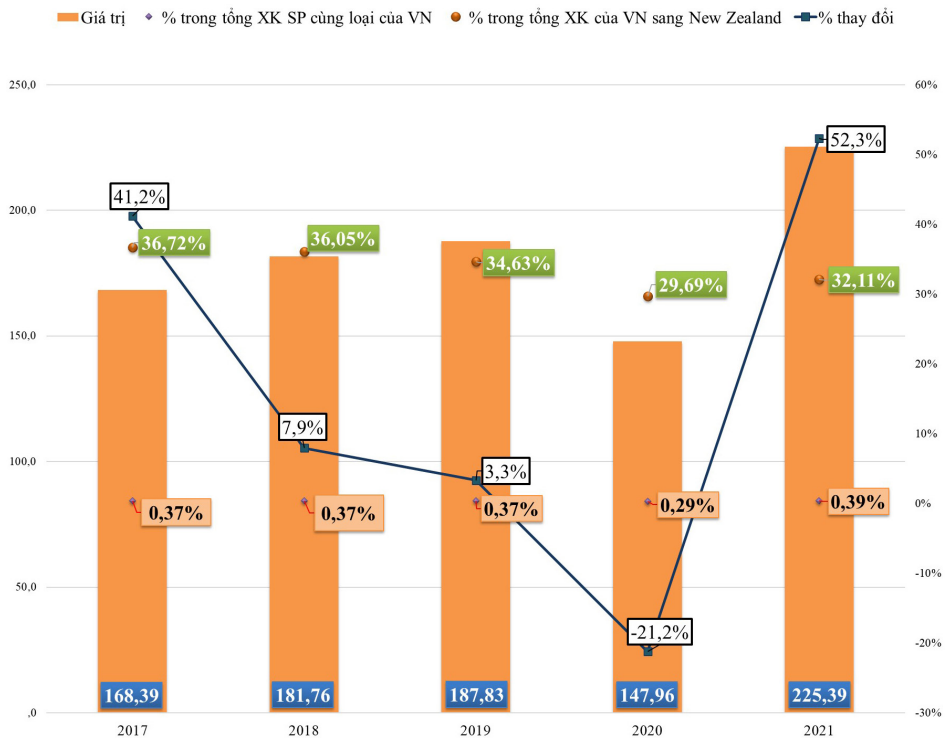


Đứng đầu trong số các mặt hàng xuất khẩu của Việt Nam vào thị trường New Zealand trong giai đoạn 2017 - 2021 là mặt hàng điện thoại các loại và linh kiện. Theo thống kê chính thức của Tổng cục Hải quan, năm 2021, xuất khẩu mặt hàng này sang New Zealand đạt 225,39 triệu USD, tăng 52,3% so với cùng kỳ năm 2020, chiếm 32,11% tổng xuất khẩu sang thị trường này. Thị trường New Zealand chiếm 0,39% tổng xuất khẩu sản phẩm cùng loại của Việt Nam. Giai đoạn 2017 - 2019, tỷ lệ % thay đổi mặt hàng này sang nước bạn luôn đạt con số dương mỗi năm, nhưng sau đó lại giảm xuống vào năm 2020 do tác động của dịch Covid-19, sau đó hồi phục trở lại vào năm 2021. Đây nhìn chung là mặt hàng có tiềm năng.

Kim ngạch xuất khẩu Điện thoại các loại và linh kiện của Việt Nam sang New Zealand

(Nguồn: Tổng Cục Hải quan)

(ĐVT: triệu USD)



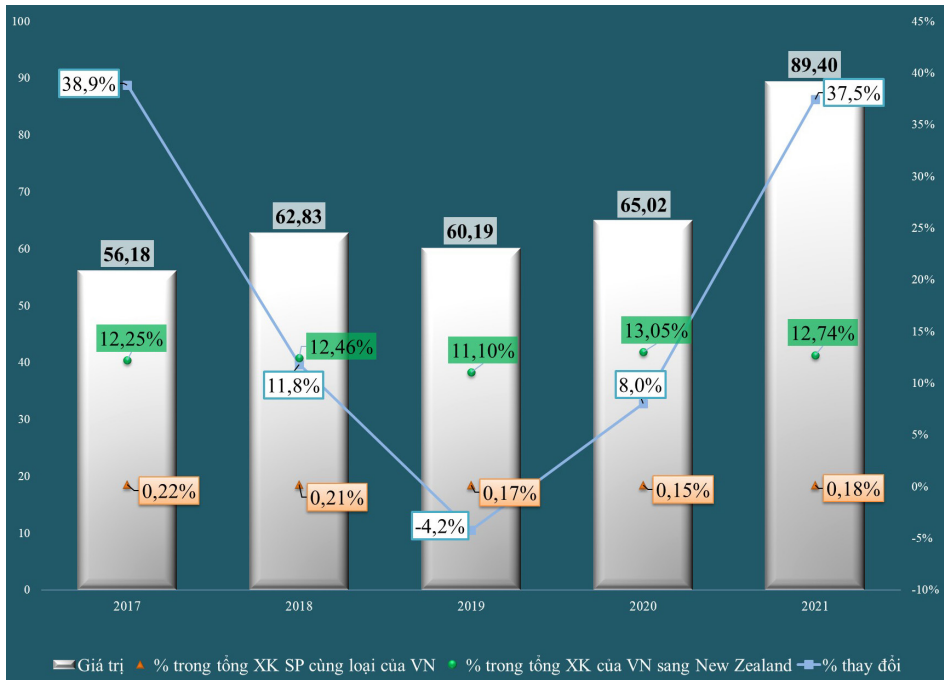
Tiếp theo là mặt hàng máy vi tính, sản phẩm điện tử và linh kiện đạt 89,4 triệu USD vào năm 2021, tăng 37,5% so với năm 2020, chiếm 12,74% tổng xuất khẩu của Việt

Nam sang thị trường này, chiếm 0,18% thị phần các sản phẩm tương tự của Việt Nam xuất khẩu ra tất cả các nước. Ở mặt hàng máy vi tính, sản phẩm điện tử và linh kiện này, tỷ lệ % thay đổi sang nước bạn luôn là con số dương mỗi năm nhưng bị âm nhẹ vào năm 2019, sau đó hồi phục trở lại vào hai năm kế tiếp là 2020 và 2021. Đây cũng là một mặt hàng có tiềm năng để xuất khẩu.

Kim ngạch xuất khẩu Máy vi tính, sản phẩm điện tử và linh kiện của Việt Nam sang New Zealand

(Nguồn: Tổng Cục Hải quan)

(ĐVT: triệu USD)

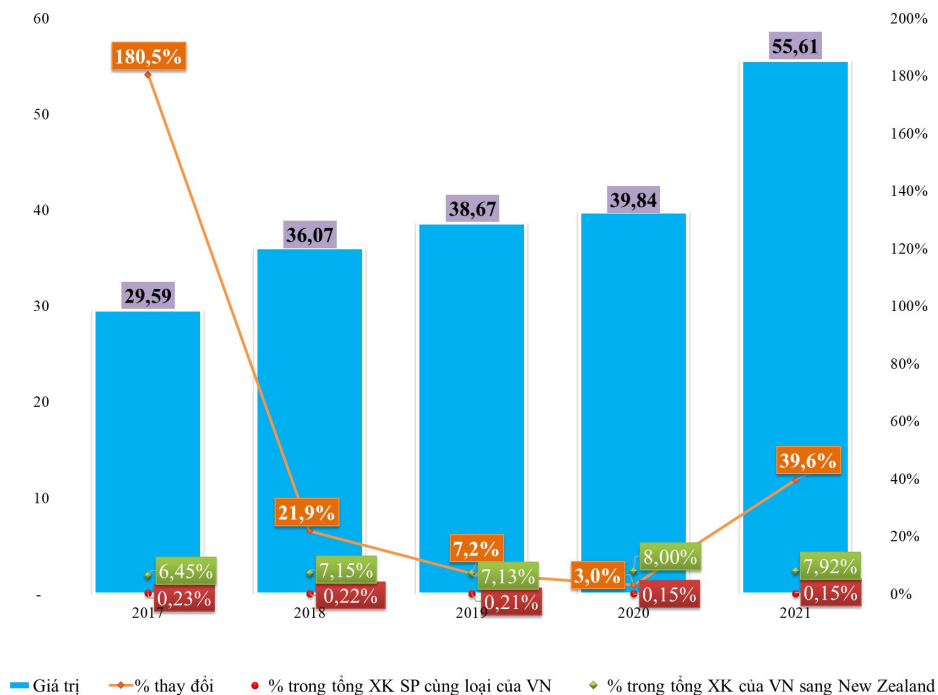


Vị trí thứ 3 trong số những sản phẩm Việt Nam xuất khẩu nhiều nhất sang New Zealand năm 2021 là hàng máy móc, thiết bị, dụng cụ phụ tùng khác, đạt 55,61 triệu USD, tăng 39,6% so với cùng kì 2020, chiếm 7,92% tổng xuất khẩu của Việt Nam sang nước này, chiếm 0,15% xuất khẩu mặt hàng cùng loại của Việt Nam với tất cả các đối tác thương mại. Nhìn chung, kim ngạch của mặt hàng này sang nước bạn có xu hướng tăng dần qua từng năm. Năm 2017, mặt hàng này có tỷ lệ % tăng rất mạnh (180%) so với năm 2016, sau đó từ từ giảm xuống cho đến năm 2020, rồi lấy đà tăng mạnh trở lại vào năm 2021.

Kim ngạch xuất khẩu Máy móc, thiết bị, dụng cụ phụ tùng khác của Việt Nam sang New Zealand

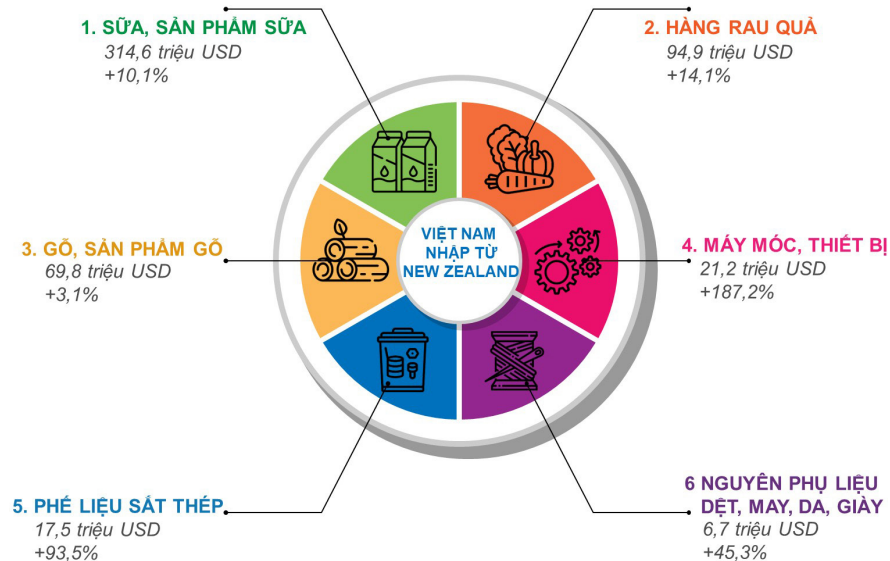
(Nguồn: Tổng Cục Hải quan)

(ĐVT: triệu USD)



Trong năm 2021, đa số các mặt hàng xuất khẩu của Việt Nam sang New Zealand đều ghi nhận sự tăng mạnh về kim ngạch so với năm 2020, cụ thể là các mặt hàng: sản phẩm nội thất từ chất liệu khác gỗ (55,0%, tăng mạnh nhất trong tất cả các mặt hàng), sản phẩm từ chất dẻo (33,5%), hàng dệt, may (30,1%), gỗ và sản phẩm gỗ (24,3%), giày dép các loại (23,4%), cà phê (15,7%)... Tuy nhiên, có một mặt hàng có lượng kim ngạch giảm, đó là quặng và khoáng sản khác (-38,4%).

MỘT SỐ SẢN PHẨM XUẤT KHẨU CHỦ YẾU CỦA VIỆT NAM SANG NEW ZEALAND NĂM 2021

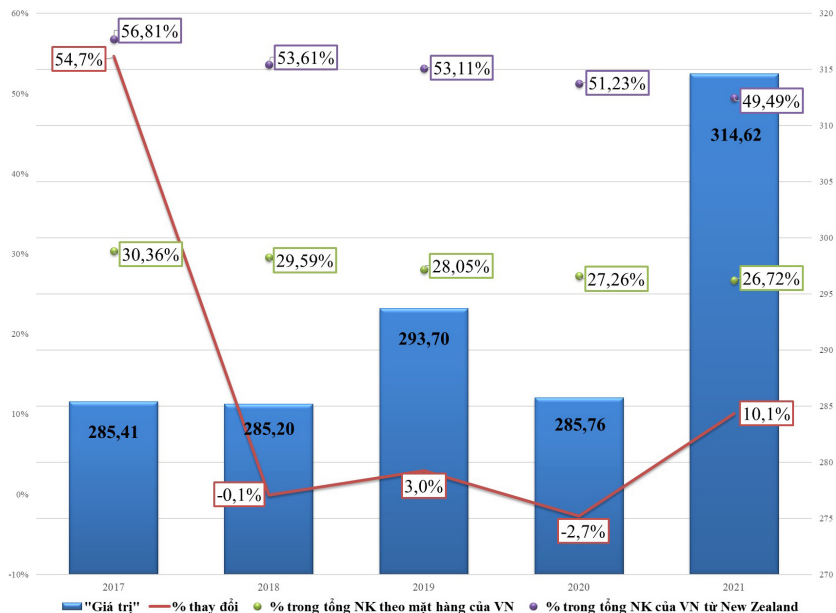


Năm 2021, đứng ở vị trí thứ nhất về kim ngạch nhập khẩu hàng hóa của Việt Nam từ New Zealand là mặt hàng sữa và sản phẩm sữa, đạt 314,62 triệu USD, tăng 10,1% so với cùng kỳ của năm 2020, chiếm 49,49% tổng nhập khẩu từ nước này, chiếm 26,72% giá trị nhập khẩu mặt hàng cùng loại của Việt Nam từ tất cả các nước. Đây là loại mặt hàng có lượng kim ngạch biến động qua từng năm: trong đó, lượng kim ngạch lớn nhất rơi vào năm 2019 với trị giá 293,7 triệu USD. Mặt hàng này chiếm tỷ trọng lớn so với tổng nhập khẩu từ New Zealand và tổng nhập khẩu theo mặt hàng của Việt Nam trong suốt giai đoạn 2017-2021, do đó có thể nhận thấy đây là mặt hàng quan trọng từ nước bạn. Trên thực tế, New Zealand là quốc gia mà nước ta nhập khẩu sữa nhiều nhất trên thế giới trong năm 2021, sau đó tới Hoa Kỳ.

Tiếp theo là mặt hàng hàng rau quả có kim ngạch đạt 94,92 triệu USD vào năm 2021. Tỷ lệ tăng là 14,1% so với năm 2020, chiếm 14,93% tổng nhập khẩu từ New Zealand, chiếm khoảng 6,41% tổng giá trị nhập khẩu các mặt hàng cùng loại từ thế giới. Kim ngạch nhập khẩu mặt hàng này từ New Zealand trong giai đoạn 2017 – 2021 có chiều hướng tăng dần qua từng năm và chưa có dấu hiệu chững lại. Theo số liệu chính thức của Tổng cục Hải quan, New Zealand là quốc gia mà nước ta nhập khẩu rau quả nhiều thứ 5 trên thế giới năm 2021, xếp sau Myanmar (106,85 triệu USD), Úc (135,84 triệu USD), Hoa Kỳ (308,25 triệu USD) và Trung Quốc (461,91 triệu USD).

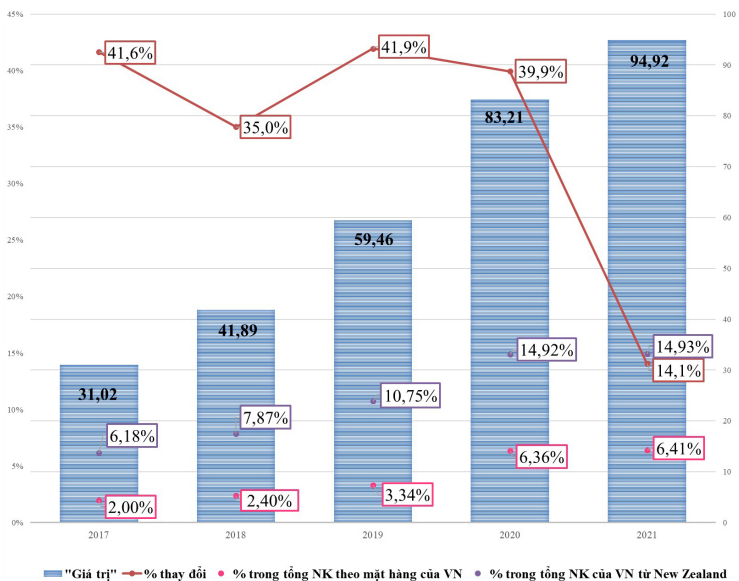
Kim ngạch nhập khẩu Sữa và sản phẩm sữa của Việt Nam từ New Zealand

(Nguồn: Tổng Cục Hải quan) (ĐVT: triệu USD)



Kim ngạch nhập khẩu Hàng rau quả của Việt Nam từ New Zealand

(Nguồn: Tổng Cục Hải quan) (ĐVT: triệu USD)

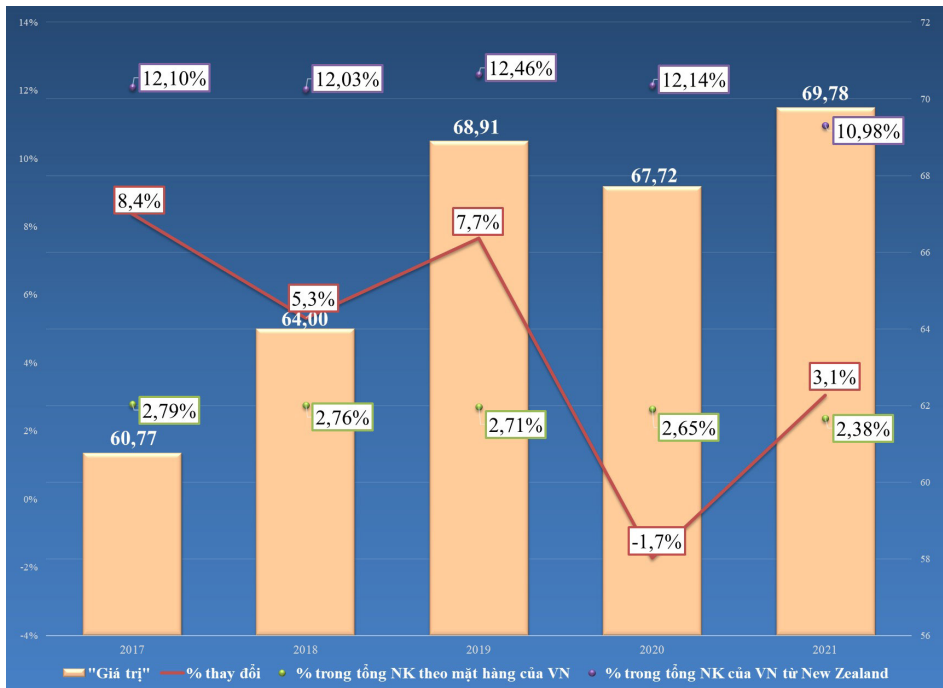


Mặt hàng hàng gỗ và sản phẩm gỗ đứng vị trí thứ 3, đạt 69,78 triệu USD năm 2021, tăng 3,1% so với cùng kì năm 2020, chiếm 10,98% giá trị nhập khẩu của Việt Nam từ nước này, tương đương 2,38% giá trị nhập khẩu so với mặt hàng cùng loại từ các đối tác thương mại khác. Nhìn chung trong cả giai đoạn 2017 - 2021, kim ngạch của mặt hàng này có xu hướng tăng dần qua từng năm, trong đó tỷ lệ % tăng mạnh nhất rơi vào năm 2019 với lượng kim ngạch đạt 68,91 triệu USD.

Kim ngạch nhập khẩu Gỗ và sản phẩm gỗ của Việt Nam từ New Zealand

(Nguồn: Tổng Cục Hải quan)

(ĐVT: triệu USD)



TRIỂN VỌNG TĂNG XUẤT KHẨU HÀNG HÓA CÔNG NGHIỆP CHẾ BIẾN CHẾ TẠO SANG NEW ZEALAND

Nền kinh tế New Zealand chủ yếu hoạt động theo cơ chế kinh tế thị trường, thị trường nội địa có dung lượng nhỏ, New Zealand phụ thuộc lớn vào thương mại quốc tế và đầu tư nước ngoài, hoạt động kinh tế dựa vào xuất khẩu nông nghiệp và làm vườn. Có khoảng 85 - 90% sản lượng sữa, thịt, trái cây và rau của New Zealand được xuất khẩu.

Trong 6 tháng đầu năm 2021, New Zealand nhập khẩu các mặt hàng công nghiệp từ Việt Nam đều tăng mạnh như các mã HS 90, HS 84, HS 85, HS 94... có mức tăng trên 70% so với cùng kỳ năm 2020. Đặc biệt, thị phần các mã HS 85, HS 64 của Việt Nam tại thị trường New Zealand chiếm tỷ trọng cao như mã HS 85, New Zealand nhập khẩu từ Việt Nam trong 6 tháng đầu năm 2021 đạt 181,48 triệu USD, tăng 54,0% so với cùng kỳ năm 2020, chiếm 12,5% thị phần nhập khẩu nhóm HS 85 của New Zealand, chỉ đứng sau Trung Quốc. Trong nhóm hàng này Việt Nam đang cạnh tranh mạnh với nguồn cung từ Trung Quốc, Australia, Mỹ.



Nguyên Thủ tướng Nguyễn Xuân Phúc tại đầu cầu Hà Nội tại hội nghị trực tuyến cấp cao Việt Nam - New Zealand

New Zealand nhập khẩu mã HS 64 trong 6 tháng đầu năm 2021 từ Việt Nam đạt 39,7 triệu USD, tăng 57,6% so với cùng kỳ năm 2020, chiếm 36,5% thị phần nhập khẩu mã HS 64 của New Zealand.

Nhóm hàng này của Việt Nam tại New Zealand có thị phần đứng thứ 2 sau Trung Quốc, chiếm thị phần 64,2%. New Zealand nhập khẩu nhóm hàng công nghiệp tăng mạnh nhưng tổng hàng hóa xuất khẩu của Việt Nam sang thị trường New Zealand vẫn còn rất hạn chế so với khả năng xuất khẩu của nước ta, khi kim ngạch xuất khẩu sang thị trường New Zealand dao động quanh mức 0,3% tổng kim ngạch xuất khẩu sang các thị trường, thị phần hàng hóa của Việt Nam tại thị trường New Zealand cũng còn thấp so với tiềm năng chỉ chiếm khoảng 1,6% tổng nhu cầu nhập khẩu của New Zealand.

Xu hướng nhập khẩu sản phẩm công nghiệp của New Zealand từ các thị trường trên thế giới tăng trưởng bình quân giai đoạn 2016 -2020 ở mức thấp 0,6% trong khi tốc độ

tăng trưởng bình quân nhập khẩu từ Việt Nam tăng 9,4%. Với nhu cầu cao các sản phẩm công nghiệp chế biến, chế tạo cùng với những kết quả đã đạt được trong thời gian qua và triển vọng hợp tác thương mại giữa Việt Nam và New Zealand sau khi Hiệp định CPTPP được ký kết và đặc biệt là Hiệp định RCEP ký kết ngày 15/11/2020 sẽ nâng quan hệ thương mại giữa hai bên lên tầm cao mới.

THỰC ĐẢY HỢP TÁC, GIAO THƯƠNG KINH TẾ VIỆT NAM – NEW ZEALAND



Đối thoại Nông nghiệp cấp cao Việt Nam - New Zealand lần 2 được tổ chức trực tuyến ngày 6/4/2022

Về hợp tác song phương, Việt Nam và New Zealand cùng là thành viên tích cực của các hiệp định thương mại tự do (FTA) thế hệ mới như Hiệp định Đối tác Toàn diện và Tiến bộ xuyên Thái Bình Dương (CPTPP) và Hiệp định Đối tác kinh tế khu vực (RCEP). Riêng Hiệp định Đối tác kinh tế khu vực (RCEP) được ký trong khuôn khổ Hội nghị cấp cao ASEAN lần thứ 37 đã mang tới nhiều cơ hội hợp tác thành công mới cho cả Việt Nam và New Zealand. Việc tận dụng cơ hội các chuỗi giá trị mới trong khối ASEAN – New Zealand chính là cơ hội cho doanh nghiệp (DN) Việt Nam mở rộng thị trường, đẩy mạnh xuất khẩu cũng như tham gia vào các chuỗi cung ứng mới.

Mặc dù bị ảnh hưởng nặng nề bởi đại dịch Covid-19 nhưng kim ngạch xuất khẩu hai chiều giữa New Zealand và Việt Nam vẫn giữ được tốc độ tăng trưởng tốt. Hiện tại, hai nước đang hướng đến hoàn thành mục tiêu đưa kim ngạch thương mại hai chiều năm nay lên mức 2 tỷ USD.

Chia sẻ tại hội thảo tăng cường hợp tác kinh tế giữa hai nước diễn ra tại TP.HCM, ông Joseph Nelson – Tổng Lãnh sự Tổng Lãnh sự quán New Zealand tại TP.HCM cho biết, ngành công nghiệp chính của New Zealand bao gồm chế biến thực phẩm, dệt, máy móc, thiết bị vận tải, tài chính, du lịch, khai thác mỏ. Điểm đặc biệt của New Zealand là sự kết hợp của những yếu tố như sự quan tâm, khả năng tìm tòi, khám phá, sáng tạo và cam kết hoàn thành những gì đã hứa. Đó chính là những giá trị được thiết lập để tạo nên sự khác biệt của New Zealand.

Về môi trường đầu tư, ông Joseph Nelson cho biết, DN Việt Nam và New Zealand có nhiều cơ hội hợp tác hết sức tiềm năng, cụ thể như trong lĩnh vực thực phẩm và đồ uống, các sản phẩm từ sữa như bò sữa và các loại sữa khác (dê, cừu, hươu); rượu vang (rượu vang cổ điển ở các vùng trồng nho đặc biệt có thổ nhưỡng và điều kiện khí hậu độc đáo); trái cây (nổi tiếng với Kiwi, táo, quả mọng, anh đào...) đang rất được ưa chuộng. Hay như, thịt cừu và thịt bò cùng với các loại hải sản như trai, sò điệp, hàu, cá trắng và cá hồi từ New Zealand cũng rất được săn đón ở nước ngoài.



Tham tán Nông nghiệp New Zealand tại Việt Nam Sai Tongbor và Thứ trưởng Bộ NN&PTNT Lê Quốc Doanh trao đổi nhằm thúc đẩy các lĩnh vực hợp tác chung.



Cảng Taranaki ở New Zealand

Ngoài ra, DN hai nước còn có thể mở rộng hợp tác trong lĩnh vực giải pháp và dịch vụ ngành nông nghiệp như: Tư vấn nâng cao giá trị và năng suất các ngành trồng trọt, thủy sản, thực phẩm và đồ uống; bảo vệ thực vật, trừ sâu bọ; sản phẩm thân thiện với môi trường trong kiểm soát động vật và côn trùng không để lại dư lượng trên mặt đất và chuỗi thức ăn; kiểm nghiệm chất lượng thực phẩm... “Các giải pháp trong sản xuất thực phẩm, đồ uống cũng được đánh giá sẽ mang lại nhiều tiềm năng hợp tác cho DN hai nước. Ví dụ như hệ thống xử lý nguyên liệu khô; đầu nối cho ngành thực phẩm/sữa; hệ thống sản xuất (thiết kế, chế tạo, tích hợp, tự động hóa) và điện công nghiệp cho một loạt các thiết bị bằng thép không gỉ như hệ thống sưởi ấm, làm mát, chế biến phục vụ các ngành công nghiệp chế biến sữa, nước trái cây, mật ong và thực phẩm lỏng...” - ông Joseph Nelson nói.

Nguồn: Tổng hợp từ Báo điện tử Đảng Cộng sản Việt Nam, VietnamPlus và Thời báo Tài chính Việt Nam

HOẠT ĐỘNG ĐẦU TƯ GIỮA VIỆT NAM VÀ NEW ZEALAND



Ông Joseph Nelson - Tổng Lãnh sự, Tổng Lãnh sự quán New Zealand tại TP.HCM phát biểu tại Hội thảo “Xúc tiến Thương mại và Đầu tư với thị trường New Zealand - Tận dụng cơ hội từ các chuỗi giá trị mới trong khối ASEAN - New Zealand” do ITPC tổ chức.

Việt Nam-New Zealand có nhiều lợi thế bổ sung và tiềm năng hợp tác thương mại, đầu tư trên nhiều lĩnh vực, đặc biệt là nông nghiệp. Đây là nhận định của các đại biểu tại hội thảo Xúc tiến thương mại và đầu tư với thị trường New Zealand do Trung tâm Xúc tiến Thương mại và Đầu tư Thành phố Hồ Chí Minh (ITPC) phối hợp với Tổng Lãnh sự quán New Zealand tại Thành phố Hồ Chí Minh tổ chức.

Ông Trần Phú Lữ, Phó Giám đốc phụ trách ITPC, cho biết từ khi thiết lập quan hệ ngoại giao (1975) đến nay, quan hệ song phương giữa hai nước Việt Nam và New Zealand đã phát triển không ngừng và mở rộng trên tất cả các lĩnh vực chính trị, kinh tế, thương mại, đầu tư, an ninh quốc phòng, giáo dục đào tạo, du lịch...; trong đó, hợp tác kinh tế, thương mại Việt Nam-New Zealand đã có bước phát triển mạnh mẽ và ổn định.

Về hợp tác đầu tư, New Zealand có 42 dự án còn hiệu lực với tổng vốn đăng ký 209,5 triệu USD, đứng thứ 38/138 quốc gia và vùng lãnh thổ đã có đầu tư nước ngoài tại Việt Nam. Trong đó đầu tư lớn nhất vào lĩnh vực kinh doanh bất động sản,

giáo dục đào tạo và công nghiệp chế biến chế tạo. Riêng tại Thành phố Hồ Chí Minh, New Zealand có 26 dự án đầu tư với tổng số vốn đăng ký là 82,8 triệu USD, đứng thứ 47/105 quốc gia và vùng lãnh thổ đầu tư vào thành phố. “Việt Nam và New Zealand cùng là thành viên tích cực của các hiệp định thương mại tự do thế hệ mới như Hiệp định Đối tác Toàn diện và Tiến bộ xuyên Thái Bình Dương (CPTPP) và Hiệp định Đối tác kinh tế khu vực (RCEP) đã mang tới nhiều cơ hội hợp tác cho cả hai bên. Việc tận dụng cơ hội các chuỗi giá trị mới trong khối Asean-New Zealand là cơ hội cho doanh nghiệp Việt Nam mở rộng được thị trường, đẩy mạnh xuất khẩu, tham gia vào các chuỗi cung ứng mới trong khu vực”.

Chia sẻ về cơ hội hợp tác đầu tư, kinh doanh giữa hai nước, ông Joseph Nelson, Tổng Lãnh sự New Zealand tại Thành phố Hồ Chí Minh cho biết New Zealand có thể mạnh phát triển các ngành công nghiệp chế biến thực phẩm, dệt, máy móc, thiết bị vận tải, tài chính, du lịch, khai thác mỏ.

New Zealand cũng là một trong số nước có chất lượng cuộc sống cao nhất trên thế giới và là quốc gia đa văn hóa, nơi mà mọi người đều có thể phát triển. Môi trường đầu tư New Zealand được đánh giá cao về tính minh bạch và không tham nhũng, hệ thống pháp lý đơn giản, được thiết kế tốt và cập nhật thường xuyên, được xem là “miền đất hứa” dành cho các nhà đầu tư quốc tế.

Nguồn: VietnamPlus

CÁC SỰ KIỆN XÚC TIẾN THƯƠNG MẠI NỔI BẬT TẠI NEW ZEALAND

Thời gian	Tên sự kiện	Địa điểm	Lĩnh vực ngành hàng
22 – 24/5/2022	Autumn Gift & Homeware Fair	Auckland New Zealand	Nghệ thuật & Thủ công
18 – 19/6/2022	NZ Hair & Beauty Expo	Auckland New Zealand	Thời trang & Làm đẹp
23/6/2022	Future of Financial Services New Zealand	Auckland New Zealand	Ngân hàng & Tài chính Công nghệ thông tin
21 – 23/7/2022	Arise Conference	Wellington New Zealand	Giáo dục & Đào tạo
28 – 31/7/2022	The Auckland Food Show	Auckland New Zealand	Đồ ăn & Thức uống
26 – 27/9/2022	Management Skills for New Managers, Team Leaders and Supervisors	Wellington New Zealand	Giáo dục & Đào tạo

14 – 16/10/2022	Canterbury Home Show	Christchurch New Zealand	Nhà & Văn phòng
01 – 02/11/2022	Leadership Development for Women Conference	Auckland New Zealand	Giáo dục & Đào tạo
05 – 06/11/2022	Wellington Go Green Expo	Wellington New Zealand	Môi trường & Chất thải Đồ ăn & Thức uống
30/11 – 03/12/2022	Fieldays	Ohaupo New Zealand	Nông nghiệp & Lâm nghiệp

CÁC ĐỊA CHỈ LIÊN HỆ CẦN THIẾT

➤ Đại sứ quán Việt Nam tại New Zealand

Địa chỉ: Level 21 Grand Plimmer Tower, 2-6 Gilmer Terrace, Wellington 6011

Điện thoại Tổng đài: (64-4) 473 5912

Phòng Lãnh sự: (64-4) 473 5912 – máy lẻ 700

Fax: (64-4) 473 5913

Email: embassyvn.nz@gmail.com

Website: vietnamembassy-newzealand.org

➤ Thương vụ Việt Nam tại New Zealand

Địa chỉ: 90-92 Dixon Street, Wellington 6011

Hòm thư: PO Box 11095, Manners Street, Wellington 6142

Điện thoại: +64-4-8033775

Fax: +64-4-8033777

Email: nz@moit.gov.vn

Website: <http://www.moit.gov.vn>

➤ Đại sứ quán New Zealand tại thủ đô Hà Nội

Địa chỉ: Lầu 5, số 63 đường Lý Thái Tổ, quận Hoàn Kiếm, Hà Nội, Việt Nam

Điện thoại: +84(24)38241481

Fax: +84(24)38241480

Email: nzembassy.hanoi@mft.net.nz

Giờ làm việc: Từ thứ Hai đến thứ Sáu, 8h30 sáng – 12h00 sáng và 1h00 chiều – 5h00 chiều.

➤ Tổng Lãnh sự quán New Zealand tại Thành phố Hồ Chí Minh

Địa chỉ: Phòng 804, Lầu 8, The Metropolitan Building

Số 235 đường Đồng Khởi, Quận 1, TP.HCM, Việt Nam

Điện thoại: +84 9018 07770

Fax: +84 28 38226905

Email: Nzconsulate.Hcmc@nzte.govt.nz

Giờ làm việc: Từ thứ Hai đến thứ Sáu, 8h30 sáng – 12h00 sáng và 1h00 chiều – 5h00 chiều.

➤ **Phòng Thương Mại New Zealand (NZCHAM) tại Việt Nam**

Địa chỉ: Phòng 804, Lầu 8, The Metropolitan Building

Số 235 đường Đồng Khởi, Quận 1, TP.HCM, Việt Nam

Điện thoại: +84-8-3822 6907

Fax: +84-8-3822 6905

TRUNG TÂM XÚC TIẾN THƯƠNG MẠI VÀ ĐẦU TƯ TP.HCM - ITPC

Địa chỉ: 51 Đinh Tiên Hoàng, Phường Đa Kao, Quận 1, Tp.HCM

92 Nguyễn Huệ, Phường Bến Nghé, Quận 1, Tp.HCM

ĐT: (028) 3823 6738 - 3910 1309

Fax: (028) 3824 2391

Email: itpc@itpc.gov.vn; info@itpc.gov.vn

Website: www.itpc.gov.vn

