



**TRUNG TÂM XÚC TIẾN THƯƠNG MẠI VÀ ĐẦU TƯ  
THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH**

**THỊ TRƯỜNG THỤY ĐIỂN**

**Thành phố Hồ Chí Minh 2024**

# 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.  
hochiminhcity.gov.vn

## GIẤY PHÉP XUẤT BẢN

Số 01/GP - XBBT -  
STTTT, ngày 03/01/2024  
của Sở Thông tin  
Truyền thông Tp.HCM



- 05 TỔNG QUAN VỀ THỊ TRƯỜNG THỤY ĐIỂN**
- 09 NHỮNG LƯU Ý KHI KINH DOANH TẠI THỊ TRƯỜNG THỤY ĐIỂN**
- 25 HOẠT ĐỘNG GIAO THƯƠNG GIỮA VIỆT NAM VÀ THỤY ĐIỂN**
- 42 HOẠT ĐỘNG ĐẦU TƯ GIỮA VIỆT NAM VÀ THỤY ĐIỂN**
- 43 NHỮNG THUẬN LỢI VÀ KHÓ KHĂN CỦA HÀNG VIỆT TẠI THỊ TRƯỜNG THỤY ĐIỂN**
- 45 CÁC ĐỊA CHỈ LIÊN LẠC CẦN THIẾT**
- 46 CÁC SỰ KIỆN XÚC TIẾN THƯƠNG MẠI NỔI BẬT TẠI THỤY ĐIỂN**

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 Thụy Điển và quốc tế.

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

Vui lòng liên hệ với Trung tâm Xúc tiến Thương mại và Đầu tư Thành phố khi cần sự hỗ trợ. Để tải bản chi tiết, doanh nghiệp truy cập website <http://itpc.hochiminhcity.gov.vn>.

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



**THE WORLD BANK**  
IBRD • IDA | WORLD BANK GROUP



International  
Trade  
Centre



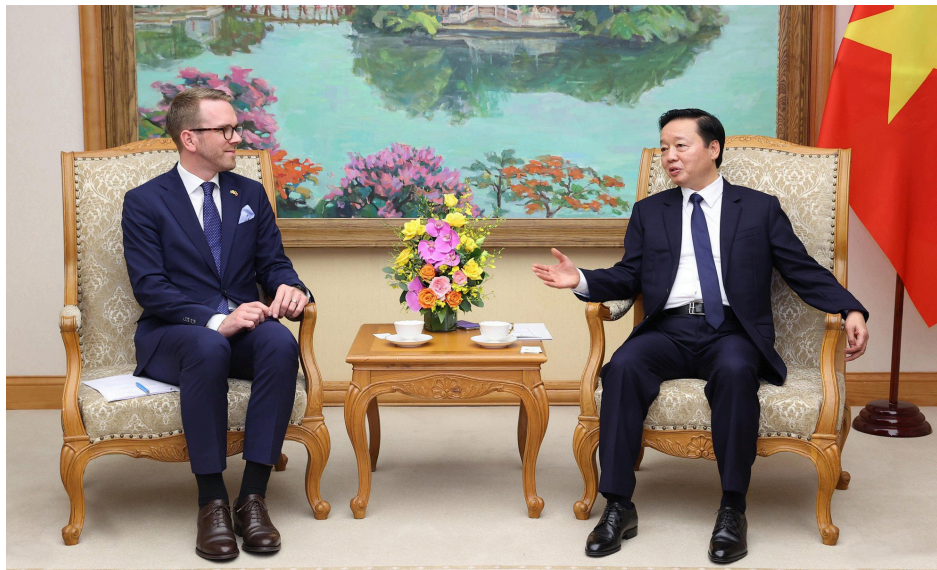
WORLD TRADE  
ORGANIZATION

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 Thụy Điển tại Thành phố Hồ Chí Minh  
trong quá trình thực hiện ấn phẩm này.

# THỊ TRƯỜNG THỤY ĐIỂN



# TỔNG QUAN VỀ THỊ TRƯỜNG THỤY ĐIỂN



Phó Thủ tướng Trần Hồng Hà tiếp và làm việc với ông Andreas Carlson, Bộ trưởng Bộ Cơ sở hạ tầng và nhà ở Thụy Điển.

## VỊ TRÍ ĐỊA LÝ – VĂN HÓA – XÃ HỘI THỤY ĐIỂN

**Tên đầy đủ:** Vương quốc Thụy Điển  
(Kingdom of Sweden)

**Thủ đô:** Stockholm

**Quốc khánh Thụy Điển:** 6/6 (1983)

**Thủ tướng:** Ông Ulf Kristersson

**Vị trí địa lý:** Đất nước Thụy Điển thuộc Bắc Âu, nằm trên bán đảo Scandinavia, phía Tây và Bắc giáp Na Uy, phía Đông giáp Phần Lan, phía Nam giáp biển Baltic và Đan Mạch.

**Diện tích:** Tổng diện tích 450.295 km<sup>2</sup>

- Diện tích mặt đất: 410.335 km<sup>2</sup>.
- Diện tích mặt nước: 39.960 km<sup>2</sup>.

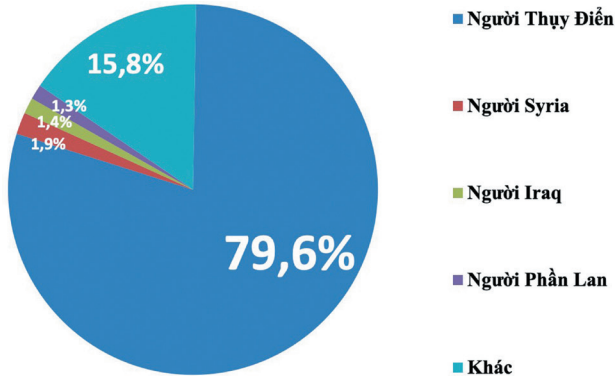
**Dân số:** 10.589.835 (Số liệu cập nhật 2023)



**Tài nguyên thiên nhiên:** Quặng sắt, đồng, chì, kẽm, vàng, bạc, vonfram, urani, asen, fenspat, gỗ, thủy điện.

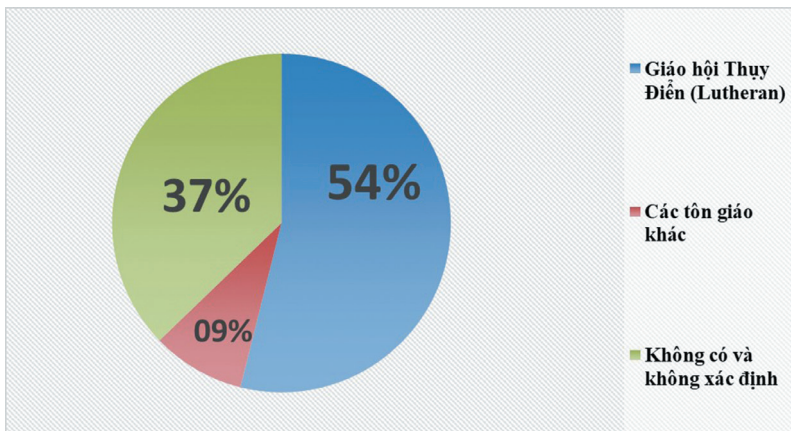
**Dân tộc:** Thụy Điển 79,6%, Syria 1,9%, Iraq 1,4%, Phần Lan 1,3%, khác 15,8%. (ước tính năm 2022)

**Cơ cấu dân tộc**  
(Số liệu ước tính năm 2022)



**Tôn giáo:** Người Thụy Điển 53,9%, các tôn giáo khác (bao gồm Công giáo La Mã, Chính thống giáo, Báp-tít, Hồi giáo, Do Thái và Phật giáo) 8,9%, không có hoặc không xác định 37,2% (ước tính năm 2021)

**Cơ cấu tôn giáo**  
(Số liệu ước tính năm 2021)



**Ngôn ngữ:** Tiếng Thụy Điển là ngôn ngữ chính thức ngoài ra còn có 5 ngôn ngữ thiểu số là tiếng Phần Lan, tiếng Meänkieli, tiếng Sami, tiếng Romani và tiếng Yiddish. Tại Thụy Điển tiếng Anh là ngôn ngữ nước ngoài phổ biến nhất.

**Tiền tệ:** Năm 1995, Thụy Điển gia nhập Liên minh châu Âu nhưng trong cuộc trưng cầu dân ý năm 2003, công dân Thụy Điển đã từ chối sử dụng đồng Euro và đồng tiền của Thụy Điển vẫn là đồng Krona Thụy Điển (viết tắt SEK).

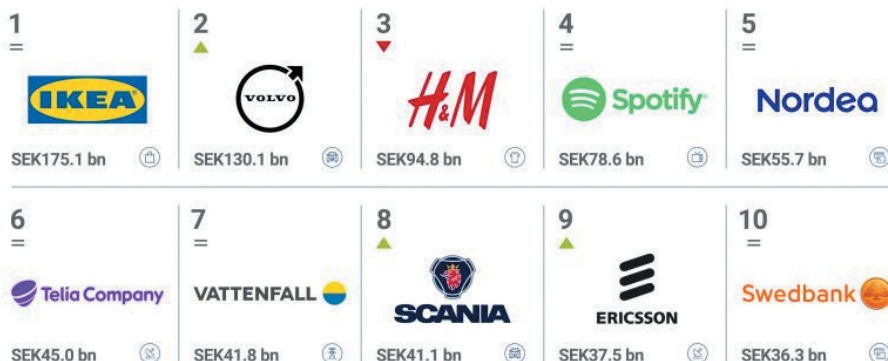


## TÌNH HÌNH KINH TẾ

Thụy Điển là một trong những quốc gia có nền công nghiệp hóa nhất ở châu Âu. Các ngành công nghiệp truyền thống bao gồm sản xuất ô tô, điện tử, máy móc, hóa chất và chế biến thực phẩm. Trong những năm gần đây, Thụy Điển mở rộng phát triển các lĩnh vực có giá trị gia tăng cao như công nghệ sinh học, khoa học sự sống, kỹ thuật tiên tiến, công nghệ nano và công nghệ thông tin, bao gồm phát triển phần mềm. Ngành dịch vụ chiếm khoảng 70% GDP.

Thụy Điển là nơi có nhiều công ty sản xuất hàng đầu thế giới. Để tăng khả năng cạnh tranh, chính phủ Thụy Điển đầu tư vào đổi mới, số hóa và giáo dục. Các công ty sản xuất được chọn tại Thụy Điển.

## Top 10 Most Valuable Swedish Brands 2024

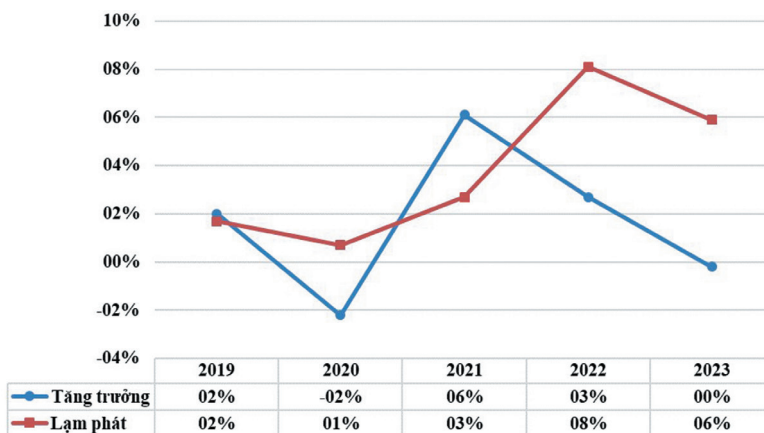


Các thông tin nổi bật về Quốc gia Thụy Điển:

- Thụy Điển là quốc gia Bắc Âu lớn nhất về lãnh thổ và dân số.
- Đây là Quốc gia có mật độ dân số thưa thớt nhất châu Âu.
- Thụy Điển là thành viên EU từ năm 1995 và thành viên NATO từ năm 2024.
- Thụy Điển có chất lượng cuộc sống cao, tinh thần khởi nghiệp và môi trường kinh doanh mạnh mẽ.
- Chi tiêu quốc nội cho R&D cao thứ hai tại EU ( số liệu báo cáo năm 2022).
- Quốc gia hạnh phúc thứ tư trên thế giới (số liệu báo cáo năm 2024).

### Tăng trưởng GDP và mức lạm phát

(Nguồn: IMF, World Economic Outlook Database)



# NHỮNG LƯU Ý KHI KINH DOANH TẠI THỊ TRƯỜNG THỤY ĐIỂN

## THÁCH THỨC THỊ TRƯỜNG



**T**hị trường Thụy Điển là một môi trường kinh doanh phát triển ở Châu Âu và có tính cạnh tranh cao. Người tiêu dùng Thụy Điển luôn tìm kiếm sản phẩm có chất lượng, sự đổi mới và tính bền vững mà sản phẩm mang lại. Để các công ty nước ngoài thành công tại thị trường Thụy Điển, điều cần thiết là phải cung cấp được các sản phẩm hoặc dịch vụ mang lại giá trị gia tăng đáng kể và sản phẩm đó tạo lợi thế riêng biệt so với các sản phẩm hiện có. Điều này có nghĩa là các tính năng của sản phẩm phải thật độc đáo, chất lượng vượt trội, công nghệ tiên tiến hoặc cam kết rõ ràng về tính bền vững đó là những yếu tố tạo nên sự khác biệt quan trọng. Các công ty phải đảm bảo rằng sản phẩm của họ không chỉ đáp ứng các tiêu chuẩn cao của thị trường Thụy Điển mà còn nổi bật trong bối cảnh mà sự đổi mới và chất lượng là tối quan trọng tại Thụy Điển.

Thụy Điển là quốc gia đi đầu trong quá trình số hóa, cả trong khu vực công cũng như trong các ngành công nghiệp cốt lõi của mình. Tuy nhiên, quá trình chuyển đổi số này đi kèm với rủi ro về vấn đề an ninh mạng, do đó đòi hỏi phải có cách tiếp cận chủ động đối với an ninh mạng.

Chi phí sinh hoạt ở Thụy Điển rất cao, với chi phí thuê lao động đắt đỏ và mức đóng thuế cá nhân, là một trong những mức chi phí cao nhất trên toàn thế giới. Thuế giá trị gia tăng (VAT) là 25% được áp dụng cho việc nhập khẩu hoặc bán hầu hết các sản phẩm.

### ➤ Rào Cản phi thuế quan

Khi xuất khẩu hàng hóa từ Việt Nam sang Thụy Điển, doanh nghiệp có thể gặp một số rào cản phi thuế quan sau:

**Quy định về chất lượng và an toàn:** Thụy Điển nổi tiếng với các quy định nghiêm ngặt về chất lượng và an toàn sản phẩm, đặc biệt là trong các lĩnh vực như thực phẩm, dược phẩm và hàng tiêu dùng. Đối với thực phẩm, các sản phẩm phải tuân thủ quy định của Cơ quan An toàn Thực phẩm Thụy Điển (Livsmedelsverket), nơi kiểm tra tính an toàn và chất lượng của thực phẩm trước khi được phép lưu hành trên thị trường. Doanh nghiệp xuất khẩu cần cung cấp các chứng nhận liên quan, chẳng hạn như chứng nhận an toàn thực phẩm (HACCP) và các kiểm nghiệm độc lập, để chứng minh rằng sản phẩm không chỉ đạt tiêu chuẩn chất lượng mà còn an toàn cho sức khỏe người tiêu dùng. Ngoài ra, trong lĩnh vực hàng tiêu dùng, sản phẩm phải tuân thủ các quy định về hóa chất nguy hiểm theo REACH (Đăng ký, Đánh giá, Cấp phép và Hạn chế Hóa chất) để đảm bảo không chứa các chất độc hại có thể ảnh hưởng đến sức khỏe hoặc môi trường.



Thỏa thuận Xanh châu Âu (EGD) là một gói các hành động nhằm giảm phát thải khí nhà kính và giảm thiểu việc sử dụng tài nguyên trong khi đạt được tăng trưởng.

**Chứng nhận và giấy tờ cho các sản phẩm nhập khẩu:** Nhiều sản phẩm phải có Giấy chứng nhận xuất xứ (C/O) để chứng minh nguồn gốc hàng hóa, điều này không chỉ cần thiết cho việc miễn giảm thuế mà còn nhằm đảm bảo rằng sản phẩm tuân thủ các quy định thương mại quốc tế. Chẳng hạn, đối với các mặt hàng như thủy sản, thực phẩm chế biến, doanh nghiệp cần cung cấp các chứng nhận về chất lượng từ các tổ chức có thẩm quyền, như chứng nhận HACCP hoặc chứng nhận an toàn thực phẩm từ Cơ quan An toàn Thực phẩm Thụy Điển (Livsmedelsverket). Việc thiếu sót hoặc không đầy đủ các giấy tờ này có thể dẫn đến việc hàng hóa không được phép nhập khẩu hoặc phải chịu kiểm tra nghiêm ngặt, gây chậm trễ trong quá trình thông quan. Điều này không chỉ ảnh hưởng đến thời gian giao hàng mà còn làm tăng chi phí vận chuyển và lưu kho.

**Hạn chế nhập khẩu:** Thụy Điển áp dụng các quy định nghiêm ngặt đối với một số loại hàng hóa có thể gây hại đến sức khỏe con người hoặc môi trường. Ví dụ, các sản phẩm chứa hóa chất độc hại hoặc không an toàn cho sức khỏe như một số loại thực phẩm, mỹ phẩm hay hóa chất công nghiệp có thể bị cấm hoặc hạn chế nhập khẩu. Do đó, doanh nghiệp xuất khẩu cần thực hiện nghiên cứu kỹ lưỡng về danh mục hàng hóa bị hạn chế trước khi quyết định xuất khẩu. Việc thiếu hiểu biết về các quy định này có thể dẫn đến việc hàng hóa bị từ chối nhập khẩu hoặc bị thu hồi sau khi đã đến nơi, gây thiệt hại lớn cho doanh nghiệp. Ngoài ra, các yêu cầu về chứng nhận và kiểm định từ các cơ quan chức năng cũng là điều cần thiết để chứng minh rằng sản phẩm không vi phạm các quy định an toàn và bảo vệ môi trường của Thụy Điển.

**Yêu cầu về môi trường:** Thụy Điển có các tiêu chuẩn cao về bảo vệ môi trường, nhằm đảm bảo rằng sản phẩm không gây hại đến sức khỏe con người và hệ sinh thái. Do đó, doanh nghiệp phải chứng minh rằng sản phẩm của họ đáp ứng các quy định môi trường hiện hành. Chẳng hạn, đối với các sản phẩm điện tử, doanh nghiệp cần tuân thủ quy định RoHS (Hạn chế các chất độc hại) và WEEE (Quy định về rác thải điện tử), yêu cầu giảm thiểu các chất độc hại trong sản phẩm và đảm bảo việc thu hồi và xử lý rác thải đúng cách. Đối với hàng hóa thực phẩm, các tiêu chuẩn về nông nghiệp hữu cơ và sử dụng hóa chất cũng rất nghiêm ngặt. Để đáp ứng yêu cầu này, doanh nghiệp nên thực hiện các kiểm tra và chứng nhận môi trường từ các tổ chức độc lập có thẩm quyền.

Để vượt qua những rào cản này, doanh nghiệp nên nghiên cứu kỹ lưỡng thị trường và có thể hợp tác với các đối tác địa phương hoặc cơ quan hỗ trợ xuất khẩu để được tư vấn và hỗ trợ.

## CƠ HỘI THỊ TRƯỜNG

Nền kinh tế của Thụy Điển rất phát triển và đất nước có mức sống cao. Các nguồn tài nguyên kinh tế chính là từ nghề cá, gỗ, khai thác quặng chất lượng cao, thủy điện và

cũng là một ngành du lịch mạnh. Các mặt hàng xuất khẩu quan trọng nhất là thiết bị điện và viễn thông, máy móc, dầu thô, xe ô tô chở khách, giấy, dược phẩm, thực phẩm, sản phẩm dệt may, giày dép, sắt và thép.

Nền kinh tế của Thụy Điển được đặc trưng bởi cam kết mạnh mẽ đối với thương mại tự do, thị trường trong nước cạnh tranh và mức sống cao. Vị trí chiến lược của Thụy Điển, giáp với Na Uy và Phần Lan và được kết nối với Đan Mạch qua Cầu Öresund, tạo điều kiện thuận lợi cho việc tiếp cận dễ dàng đến các thị trường Bắc Âu. Ngoài ra, đường bờ biển rộng lớn của Thụy Điển dọc theo Biển Baltic cung cấp các tuyến đường biển trực tiếp đến các nước Baltic, khiến nơi đây trở thành căn cứ lý tưởng cho các công ty muốn thâm nhập vào các thị trường này.

Thụy Điển có nền kinh tế mở thúc đẩy đổi mới và cạnh tranh. Chính phủ chủ động đầu tư để thúc đẩy tăng trưởng trong các lĩnh vực như công nghệ sinh học và chế biến thực phẩm. Chính phủ mở cửa cho thương mại và nỗ lực hỗ trợ các thị trường đang phát triển, bao gồm các nước vùng Baltic, Ấn Độ và Brazil.

Danh tiếng của Thụy Điển như một trung tâm đổi mới được thể hiện rõ qua vị trí cao của quốc gia này trong Chỉ số đổi mới toàn cầu, Bảng điểm đổi mới châu Âu và Chỉ số đổi mới của Bloomberg.

Thụy Điển được biết đến với môi trường minh bạch và thân thiện với doanh nghiệp. Chính phủ cung cấp nhiều ưu đãi cho các doanh nghiệp nước ngoài, bao gồm các lợi ích về thuế cho các khoản đầu tư quy mô lớn và hỗ trợ cho các hoạt động nghiên cứu và phát triển.

## YÊU CẦU CHỨNG TỪ VÀ CÁC QUY ĐỊNH NHẬP KHẨU

Các chứng từ cần nộp hoặc xuất trình khi làm thủ tục hải quan. Khi làm thủ tục hải quan cần có các chứng từ sau:

- Hoá đơn thương mại;
- Vận đơn;
- Tờ khai hải quan đối với một số hàng cụ thể để xác định giá trị của toàn bộ lô hàng khai báo.

Tờ khai hải quan chỉ bắt buộc khi giá trị của lô hàng vượt quá 3.000 ECU (đơn vị tiền tệ Châu Âu) hay 48.000 Kr.

Ngoài ra, trong một số trường hợp cần phải nộp giấy chứng nhận xuất xứ (hay chứng nhận xuất xứ kèm theo hoá đơn). Giấy chứng nhận xuất xứ là bắt buộc đối với các sản phẩm dệt may theo luật EU và các chứng từ khác.

Quy định về nội dung các chứng từ: Thụy Điển không có quy định cụ thể về mẫu



hoá đơn thương mại, vận đơn hay các chứng từ vận chuyển khác. Theo các quy định của hải quan Thụy Điển và EU, hoá đơn phải có các thông tin sau:

- Tên và địa chỉ của người bán;
- Tên và địa chỉ người mua;
- Ngày viết hoá đơn;
- Số của thùng, bưu kiện hoặc container;
- Số, ký hiệu loại, trọng lượng thực và tổng;
- Tên chỉ mục hàng hoá;
- Khấu trừ của sản phẩm (và loại khấu trừ);
- Các điều kiện về giao hàng và thanh toán.

Các chứng từ gửi hàng có thể được lập bằng tiếng Anh. Việc chuyển hàng vào Thụy Điển cần có vận đơn. Tốt nhất là khi đưa hàng vào Thụy Điển cần có vận đơn hoàn chỉnh đi kèm hoá đơn.

Đối với các hàng nông sản và thực phẩm cần phải có các giấy chứng nhận kiểm dịch. Một số sản phẩm như thực phẩm và hàng dệt may phải tuân theo các qui định về nhập khẩu và nhà nhập khẩu phải xin được giấy phép nhập khẩu trước khi ký chính thức hợp đồng mua bán.

Ngoài ra, trong một số trường hợp nhất định, cơ quan hải quan cũng có thể yêu cầu xuất trình các chứng từ vận chuyển hàng, hoặc phiếu đóng gói.

Vận đơn phải đề tên người nhập khẩu để hãng vận chuyển có thể thông báo tới người nhập hàng khi hàng đến cửa khẩu

Các nhà nhập khẩu thường sử dụng các dịch vụ của các công ty giao nhận vận chuyển để làm các thủ tục hải quan cho hàng hóa. Thực tế, các công ty giao nhận lớn đều có kho riêng được phép tạm lưu hàng dưới sự giám sát của hải quan. Công ty giao nhận cũng có thể thanh toán thuế hải quan và nộp các loại thuế, phí khác. 90% lượng hàng gửi bằng đường hàng không đều thông qua một công ty giao nhận.

Đa số các nhà nhập khẩu thường xuyên đều đăng ký với Cục Hải quan Thụy Điển để được sử dụng Mẫu khai hải quan đơn giản. Các nhà nhập khẩu không đăng ký thì phải nộp tờ khai hải quan đầy đủ và phải trả thuế, phí trước khi nhận hàng.

## THUẾ VÀ PHÍ



## ➤ **Xác định trị giá tính thuế hải quan**

Cơ sở xác định trị giá tính thuế của hàng hóa là trị giá giao dịch của hàng hóa cộng thêm một số chi phí khác như:

- Phí chuyên chở đến địa điểm nhập khẩu vào EU;
- Phí bảo hiểm;
- Phí bốc dỡ hàng;
- Phí trả cho người môi giới;
- Phí bản quyền và phí xin giấy phép mà người mua phải trả theo như điều kiện mua hàng;
- Một phần lợi nhuận mà người bán phải trả trong trường hợp bán cho bên thứ 3.

## ➤ **Phân loại hàng hóa**

Tất cả các loại hàng hoá đều được phân loại và gán mã số theo Hệ thống hài hoà về mô tả và mã hoá hàng hoá (HS).

Phân loại hàng hóa có nghĩa là nhận dạng đúng mã hàng cho hàng hóa của mình. Tất cả các mã này đều có trong quy định về thuế quan của Thụy Điển.

Mã hàng là cơ sở để nhân viên hải quan làm thủ tục thông quan cho hàng hóa, cụ thể hơn chính là để áp thuế hay nhận dạng loại hàng hóa đó cần phải có giấy phép đi kèm hay không. Vì lý do này, việc nhà xuất nhập khẩu nhận biết và sử dụng đúng loại mã hàng hóa là rất quan trọng khi tiến hành thủ tục xuất nhập khẩu.

**Quy định phân loại ràng buộc:** là văn bản pháp luật quy định mã cho một loại hàng hóa nào đó. Quy định này thường có giá trị trong khoảng thời gian 6 tháng kể từ ngày ban hành và chỉ có giá trị đối với đối tượng áp dụng của nó mà thôi. Quy định này có thể được áp dụng trong hoạt động xuất nhập khẩu của tất cả các nước thành viên EU.

Tất cả các quy định phân loại ràng buộc được đăng ký trong một hệ thống cơ sở dữ liệu chung của các nước EU. Khi áp dụng một quy định nào đó phải thừa nhận và tuân thủ trình tự của nó. Để áp dụng phải điền vào một tờ khai đặc biệt tại các cơ quan hải quan Thụy Điển.

## ➤ **Một số loại phí hải quan**

**Phí hoá đơn:** Trong một số trường hợp, hải quan sẽ cân nhắc thu phí phụ thu thêm dựa trên hóa đơn của chuyến hàng. Phí này thường được thu nếu hải quan thấy cần thiết, dựa vào kích cỡ hàng và số lượng hóa đơn.

**Phí kiểm tra hàng:** Khoản phí phụ thu này có thể được thu cho một số loại hàng hóa (ví dụ các loại cây hoặc các sản phẩm tươi sống phục vụ tiêu dùng địa phương) để

tiến hành hoạt động kiểm tra hoặc thử nghiệm cần thiết khi hàng hóa tham gia vào thị trường Thụy Điển.

## ➤ Chính sách thuế

### **Thuế nhập khẩu**

Thụy Điển thực hiện chính sách không có rào cản thương mại và quốc gia đi đầu trên thế giới trong chiến dịch chống rào cản thương mại phi thuế quan. Thụy Điển cũng là nước tuân thủ tốt nhất những yêu cầu của thị trường chung EU.

Là một thành viên của Liên minh Châu Âu, do đó thuế nhập khẩu của Thụy Điển áp dụng chung cho tất cả các sản phẩm đến từ các nước không thuộc khối EU. Thuế nhập khẩu từ 5% đến 14,5% cho các sản phẩm công nghiệp. Khi hàng hóa đã qua cửa khẩu hải quan của một nước thành viên EU, hàng hóa có thể tự do di chuyển đến các nước thành viên khác của EU.

### **Thuế giá trị gia tăng**

Thuế giá trị gia tăng (VAT) là 25% được thực hiện từ tháng 01/1992, không phân biệt đó là sản phẩm sản xuất trong nước hay nhập khẩu và áp dụng với hầu hết các dịch vụ và hàng hoá được bán hay sản xuất tại Thụy Điển.

Một số nông sản đặc biệt nhập từ các nước không thuộc EU sẽ áp dụng theo Chính sách Nông nghiệp chung (CAP). Nông sản như ngũ cốc, gạo, sữa và các sản phẩm từ sữa, thịt bò và bê, dầu olive và đường chịu một số loại thuế, phí khác nhau. Các loại thuế này ban hành để cân bằng giá giữa sản phẩm nhập khẩu và sản phẩm sản xuất ở các nước EU.

### **Thuế thu nhập**

Thuế thu nhập doanh nghiệp là 30%. Thuế thu nhập cá nhân tối đa không vượt quá 59% thu nhập chịu thuế. Thụy Điển cũng quy định về một số trường hợp được miễn giảm thuế.

## **CÁC QUY ĐỊNH VỀ NHÃN MẮC VÀ ĐÁNH DẤU**

Thụy Điển yêu cầu các sản phẩm phải có nhãn mác rõ ràng và đầy đủ thông tin, bao gồm thành phần, hướng dẫn sử dụng và bảo quản. Điều này không chỉ giúp người tiêu dùng hiểu rõ về sản phẩm mà còn đảm bảo an toàn sức khỏe. Chẳng hạn, đối với thực phẩm, nhãn mác phải ghi rõ thành phần dinh dưỡng, ngày hết hạn và thông tin về các

chất gây dị ứng nếu có. Đối với hàng hóa tiêu dùng, nhân cũng cần cung cấp thông tin về cách sử dụng an toàn và cách bảo quản để tránh hư hỏng.

## QUY ĐỊNH VỀ AN TOÀN THỰC PHẨM, KIỂM DỊCH

Sau khi Thụy Điển gia nhập Liên minh Châu Âu vào ngày 1 tháng 1 năm 1995, rất nhiều hàng hóa nhập khẩu vào Thụy Điển yêu cầu bắt buộc phải có giấy phép.



Một cửa hàng tại Khu chợ Saluhallen ở Gothenburg, Thụy Điển.

Thông tin đăng ký cấp phép được gửi hàng ngày cho Ủy ban Châu Âu tại Brussels (Bi) phê duyệt. Riêng hàng công nghiệp sẽ do Cơ quan Quản lý Thương mại Quốc gia Thụy Điển cấp giấy phép.

Hầu hết các mặt hàng dệt may và các sản phẩm sắt thép, thủy sản và nông sản yêu cầu giấy phép.

Trước khi nhập khẩu, nhà nhập khẩu nên tìm hiểu các quy định áp dụng đối với mặt hàng của mình. Dưới đây là ví dụ một số mặt hàng cần có giấy phép:

**Hải sản:** Thụy Điển áp dụng luật lệ của EU về hạn chế số lượng nhập khẩu cá Tuna và cá Sardine đóng hộp. Do vậy, nhập khẩu các mặt hàng này cần xin phép Ủy ban Ngư nghiệp Quốc gia;



**Phó Chủ tịch nước Võ Thị Ánh Xuân phát biểu tại buổi Tọa đàm doanh nghiệp Việt Nam – Thụy Điển 2024.**

**Các loại cây và rau quả:** các loại nhiễm sâu bọ và ký sinh trùng không được phép nhập khẩu. Một vài loại rau quả và sản phẩm có nguồn gốc từ thực vật chỉ có thể được nhập khẩu với điều kiện có giấy xác nhận kiểm dịch của Cơ quan Bảo vệ thực vật của nước sản xuất. Giấy xác nhận phải được trình tại thời điểm hàng đến cửa khẩu. Một số mặt hàng bắt buộc phải có giấy xác nhận kiểm dịch là:

- Các loại thân củ, rễ củ, thân ống, thân rễ, ở dạng ngủ, đang phát triển, hoặc đang trở bông;
- Cây và rễ của các loại rau diếp xoăn, trừ rễ thuộc nhóm 12.12 theo Biểu Thuế hải quan chung;
- Các loại cây sống khác (kể cả rễ), cành giâm hay cành ghép; hoa cắt và hoa nụ của các loài như *Argeranthemum*, *Dendranthema*, *Gypsophila* cũng như các loại phong lan từ các nước ngoài châu Âu;
- Rau quả, tươi, hoặc đông lạnh: khoai tây, hành (*allium*), tỏi, rau diếp xoăn, các loại rễ củ, cần tây trắng, củ sắn, củ dong, và củ lan, cây *Artiso Jerrusalem*, khoai lang và các loại củ rễ tương tự;
- Những sản phẩm tươi sau đây: cam quýt từ các nước ngoài châu Âu nhưng không thuộc vùng Địa Trung Hải, táo, lê, mộc qua (*quinces*), mơ, sơ ri, đào (kể cả xuân đào), mận và mận gai từ nước ngoài châu Âu;

- Những loại hạt giống để trồng trọt: ngô (ngô Zea), hướng dương (Helianthus), củ cải (Betavulgaris), cỏ linh lăng (Medicago sativa), cà chua (Lycopersicon lycopersicum), củ cải đường dạng tươi, củ cải Thụy Điển, củ cải dạng tươi và các loại rễ khác làm thức ăn gia súc.  
Ủy ban Nông nghiệp Thụy Điển chịu trách nhiệm cấp phép cho các mặt hàng nói trên.
- Củ cải, đường mía thể rắn, mật mía, siro phải xin giấy phép nhập khẩu của Ủy ban Nông nghiệp Thụy Điển;
- **Cỏ khô:** muốn nhập khẩu cỏ khô phải xin giấy phép nhập khẩu của Ủy ban Nông nghiệp Thụy Điển;
- **Động vật:** Hiệp định Washington tức là Hiệp định Quốc tế về Buôn bán các động thực vật hoang dã có nguy cơ tuyệt chủng (CITES) đã có một số hạn chế hoặc cấm nhập khẩu động thực vật này và các sản phẩm của chúng. Phòng Kiểm tra thú y của Ủy ban Nông nghiệp Thụy Điển cấp giấy phép nhập khẩu liên quan đến các mặt hàng này.
- **Dược phẩm:** dược phẩm được lưu thông tự do từ các nước thành viên khác của EEA có thể được nhập khẩu vào Thụy Điển nhưng không được bán hay tiếp thị trước khi có sự phê chuẩn của Cơ quan Dược phẩm (MPA). Việc nhập khẩu dược phẩm từ các nước ngoài EEA cần có giấy phép sản xuất hoặc lưu thông trên thị trường.
- **Dược phẩm có nguồn gốc từ thiên nhiên:** cần được Cơ quan Dược phẩm chấp nhận cấp phép trước khi nhập khẩu và tiếp thị.
- **Hầu hết các hàng hóa công nghệ phẩm** (các hàng hóa không phải hàng nông sản) được nhập khẩu vào Thụy Điển không cần giấy phép. Tuy nhiên vẫn có những trường hợp ngoại lệ, như sản phẩm sắt và thép nhập khẩu từ các nước ngoài EFTA (HS72), một số sản phẩm từ Trung Quốc; sản phẩm dệt...
- **Hàng mẫu** của những sản phẩm cần phải xin giấy phép nhập khẩu thì cũng phải thông qua các thủ tục xin giấy phép tương tự như đối với các lô hàng có tính chất thương mại. Đối với các hàng mẫu có giá trị thương mại sẽ được tái xuất, việc tạm miễn thuế và các loại phí khác sẽ được xem xét.

## HÀNG HÓA TAM NHẬP

Hàng hoá nhập khẩu vào Thụy Điển không nhằm sử dụng trong nước có thể được miễn nộp thuế nhập khẩu hoặc thuế giá trị gia tăng khi được nhập khẩu trong thời gian ngắn và sau đó sẽ được tái xuất.

Hàng hóa được xuất khẩu đến một nước ngoài Liên minh Châu Âu để chế biến gọi là chế biến thụ động. Chế biến chủ động là hàng hóa nhập vào Liên minh Châu Âu để chế biến tại đây. Trong cả hai trường hợp đều thu thuế trên sản phẩm đã qua chế biến.

Nhà nhập khẩu nộp đơn xin tạm nhập tại Cục Hải quan Thụy Điển và đơn này sẽ được chuyển đến Brussels, nơi đặt trụ sở của Liên minh Châu Âu để xem xét.

Thụy Điển tuân thủ ATA Carnet, đây là một văn kiện hải quan quốc tế được lập nhằm đơn giản hoá các thủ tục hải quan đối với các loại hàng hóa tạm nhập sau:

- Hàng mẫu có giá trị thương mại;
- Hàng hóa dùng để tham gia hội chợ, triển lãm;
- Phim;
- Thiết bị chuyên dụng;
- Các loại máy móc hay thiết bị thay thế trong thời hạn sửa chữa bảo hành. Việc nhập khẩu tạm thời này cần được Phòng Thương mại cho phép.

## HÀNG HÓA CẤM VÀ HẠN CHẾ NHẬP KHẨU

### ➤ Hàng hóa cấm nhập

- Các sản phẩm có chứa thủy ngân, ví dụ nhiệt kế y tế hoặc các sản phẩm điện tử có chứa thủy ngân.
- Các sản phẩm PCB, PCT, ví dụ dầu biến thế;
- Các sản phẩm CFC, HCFC, ví dụ các sản phẩm có chứa bọt cao su, bình xịt (xịt tóc), hoặc bình cứu hỏa có chứa halon;
- Catmi và các sản phẩm có chứa chất catmi.

Việc vận chuyển cần sa, thuốc lá hasit và các chất gây nghiện khác vào Thụy Điển sẽ phải chịu những hình phạt như: ngồi tù hoặc trục xuất. Các loại hàng hoá nằm trong danh mục hàng cấm nhập khẩu sẽ không được lưu kho tại bất cứ kho chứa hay kho hải quan, khu vực lưu kho nào, mà chúng sẽ bị trả lại.

### ➤ Hàng hạn chế nhập khẩu

Đối với một số hàng hoá nhất định như vũ khí, chất gây nổ và chất độc hại chỉ các cá nhân và tổ chức có thẩm quyền mới có quyền nhập khẩu và yêu cầu phải có giấy phép nhập khẩu hoặc sự cho phép đặc biệt. Các chất pha chế vi khuẩn học nhất định chỉ có thể được nhập khẩu bởi Phòng thí nghiệm Vi khuẩn Quốc gia. Thực phẩm có bổ sung Vitamin yêu cầu phải có sự phê chuẩn của Bộ Thương mại Thụy Điển. Các sản phẩm sắt thép cũng yêu cầu phải có giấy phép.

Ngoài ra, ở Thụy Điển, rượu thường bị đánh thuế rất nặng và chỉ được bán ở những cửa hàng đặc biệt.

### ➤ Văn hóa kinh doanh

Phong cách giao tiếp của người Thụy Điển là thích giao tiếp trực tiếp và cởi mở trong giao tiếp. Để duy trì không gian cá nhân, người Thụy Điển có xu hướng giữ khoảng cách tương đối xa khi trò chuyện. Tôn trọng không gian cá nhân riêng tư, vì vậy ở Thụy Điển ngoại trừ việc bắt tay, hãy tránh chạm vào nhau. Người Thụy Điển không sử dụng nhiều ngôn ngữ cơ thể trong giao tiếp. Khi nói chuyện với người Thụy Điển, hãy đảm bảo duy trì giao tiếp bằng mắt.

### ➤ Cử chỉ giao tiếp, chào hỏi trong kinh doanh

Người Thụy Điển có xu hướng gọi mọi người bằng tên riêng bất kể địa vị của họ. Người Thụy Điển giữ ngôn ngữ cơ thể và cử chỉ tay ở mức tối thiểu, thay vì dựa vào các hình thức giao tiếp phi ngôn ngữ. Người Thụy Điển luôn mong đợi được giới thiệu mình với người khác khi gặp mặt.



Ở Thụy Điển, việc mời bạn uống cafe là điều rất nghiêm túc, qua đó đối tác muốn cho bạn cơ hội trong kinh doanh.

Thụy Điển nổi tiếng là một nền văn hóa không coi trọng chủ nghĩa cá nhân và điều này được thể hiện qua cách người Thụy Điển xưng hô với nhau. Khi xưng hô thì bất kể

tuổi tác, giai cấp xã hội và giới tính, người Thụy Điển đều sử dụng ‘du’ (có nghĩa là bạn) khi nói chuyện với một người. Ngoài ra còn có một hình thức lịch sự để xưng hô với ai đó, Ni (tương đương với ‘Sie’ trong tiếng Đức).

Người Thụy Điển không coi chức danh hay trình độ học vấn của bạn là điều đáng khoe khoang. Khi bắt đầu mối quan hệ, người Thụy Điển khá trang trọng trong cách cư xử cho đến khi đối tác trở nên quen thuộc hơn. Mặc dù vậy, họ có xu hướng sử dụng tên riêng ngay từ đầu mối quan hệ.

Bắt tay kiểu Thụy Điển ngắn gọn và chặt chẽ, không có cử chỉ hỗ trợ nào như chạm vào vai hoặc cánh tay trên. Giữa nam và nữ, cái bắt tay nhẹ hơn nhiều. Nếu đeo găng tay, hãy tháo găng tay ra trước khi bắt tay. Người Thụy Điển khá kín đáo và do đó, mọi biểu hiện cảm xúc nên được giữ ở mức tối thiểu để không gây bối rối nhưng một nụ cười luôn được chào đón. Danh thiếp thường được trao đổi khi gặp mặt lần đầu.

### ➤ **Gặp gỡ, đàm phán**



Đúng giờ tượng trưng cho sự tôn trọng và cách làm việc hiệu quả ở Thụy Điển. Người Thụy Điển rất thích lập kế hoạch và lịch trình. Không có gì ngạc nhiên khi thấy các thời hạn được đặt ra trong các cuộc họp. Bạn nên sắp xếp thời gian họp kinh doanh của mình đúng lúc. Nên đặt lịch hẹn trước ít nhất hai tuần. Khi lịch họp đã được lên thì bạn không nên thay đổi vào phút chót. Khi tổ chức họp ở Thụy Điển, thông thường bạn sẽ nhận được xác nhận tham dự họp trước.

Thời điểm tốt nhất để sắp xếp cuộc họp không nên là thời gian là đầu ngày. Thời gian lý tưởng là từ 9:00 đến 10:00 sáng và từ 2:00 đến 4:00 chiều. Người Thụy Điển trân trọng thời gian rảnh rỗi của họ, phần lớn thời gian dành cho gia đình. Do đó, các đối tác kinh doanh nên hẹn gặp gỡ các đối tác Thụy Điển của mình sau 4 giờ chiều vào các ngày trong tuần. Không nên lên lịch họp vào các tháng 6, 7 hoặc 8, cũng như từ cuối tháng 2 đến đầu tháng 3 vì đây là thời điểm người Thụy Điển thường đi nghỉ. Trong kỳ nghỉ Giáng sinh, nhiều doanh nhân Thụy Điển cũng không có mặt.

Nếu đối tác kinh doanh người Thụy Điển của bạn đã cung cấp cho bạn số điện thoại của họ, bạn có thể gọi điện thoại sau giờ làm việc chính thức. Tuy nhiên, bạn nên nhớ rằng không làm phiền đối tác kinh doanh người Thụy Điển của mình ngoài giờ làm việc về các vấn đề liên quan đến công việc không khẩn cấp, hãy đợi đến ngày làm việc tiếp theo.

Hãy chuẩn bị kỹ lưỡng khi tham gia đàm phán với người Thụy Điển vì họ nổi tiếng là người phân tích thông tin. Bạn nên cung cấp cho đối tác kinh doanh người Thụy Điển của mình nhiều thông tin bằng văn bản để họ xem xét và nghiên cứu trước. Họ coi trọng đối thoại và ý tưởng về dân chủ và việc thảo luận chi tiết các chủ đề để đạt được thỏa thuận là điều bình thường.

Người Thụy Điển thường che giấu cảm xúc thật của mình. Họ thường nêu rõ mức giá “công bằng” của mình ngay từ đầu và không muốn đàm phán thêm. Để làm ăn với người Thụy Điển, điều quan trọng là phải trung thực và tất cả các thỏa thuận phải được viết và ký vì người Thụy Điển coi hợp đồng bằng văn bản là biên bản ghi nhớ cũng như là bằng chứng của một thỏa thuận.

Khi đàm phán với người Thụy Điển, hãy chuẩn bị cho rất nhiều cuộc thảo luận. Người Thụy Điển nổi tiếng với văn hóa dân chủ trong việc ra quyết định và thảo luận các vấn đề một cách kỹ lưỡng và dài dòng.

### ➤ **Ngôn ngữ trong giao tiếp kinh doanh.**

Nếu bạn có thể nói một vài từ tiếng Thụy Điển, thì đó là một cử chỉ đẹp và người Thụy Điển rất thích điều này. Hầu hết người Thụy Điển sẽ rất ngạc nhiên nếu bạn có thể nói điều gì đó bằng tiếng Thụy Điển (ví dụ: lời chào ‘hej’ [xin chào] hoặc ‘hej då’ [tạm biệt]). Tuy nhiên, hãy nhận ra rằng ngay khi bạn được xác định là người nói tiếng Anh, các đồng nghiệp người Thụy Điển của bạn có thể sẽ chuyển sang giao tiếp bằng tiếng Anh.

Người Thụy Điển hiểu và nói tiếng Anh rất tốt và vì trẻ em ở Thụy Điển học tiếng Anh từ lớp 3 đến trung học. Một ngôn ngữ nước ngoài thứ hai chẳng hạn như tiếng Đức, tiếng Pháp hoặc tiếng Thụy Điển cũng thường được học ở trường.

Hầu như tất cả các doanh nhân Thụy Điển đều có trình độ tiếng Anh tốt và hiếm khi cần đến phiên dịch viên. Bạn nên kiểm tra trước về tình khả dụng và nhu cầu của bất kỳ thiết bị nghe nhìn nào cho cuộc họp của mình.

### ➤ **Người Thụy Điển rất coi trọng trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp**

Thụy Điển là một trong những quốc gia hàng đầu thế giới về trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp (CSR). Các vấn đề như biến đổi khí hậu, giới tính, nhân quyền và chống tham nhũng đều được tính đến khi kinh doanh. Từ những năm 1970, Thụy Điển đã tích cực và nhanh chóng phản ứng với các lời kêu gọi về CSR, hiện nay được coi là một phần quan trọng của kế hoạch chiến lược trong đời sống kinh doanh của Thụy Điển.

### ➤ **Cách tặng quà cho đối tác kinh doanh**

Trong giao dịch kinh doanh ở Thụy Điển, hiếm khi tặng quà khi mới bắt đầu mối quan hệ. Bạn hãy đợi đối tác Thụy Điển tặng quà cho bạn trước. Việc tặng quà cho đối tác phù hợp nhất khi bạn đang kết thúc các giao dịch.

Tại các sự kiện xã hội, người ta thường tặng quà. Ví dụ, khi bạn được mời đến dự tiệc tối, chủ nhà sẽ rất thích hoa, rượu, rượu vang, bánh hoặc sô cô la. Nên tránh tặng hoa cúc, hoa loa kèn trắng, hoa hồng đỏ hoặc hoa lan vì chúng gắn liền với những dịp khác. Gia đình rất quan trọng đối với người Thụy Điển, vì vậy, bạn sẽ rất cảm kích nếu mang theo những món quà nhỏ cho gia đình, ví dụ như kẹo cho trẻ em.

Việc gửi thiệp chúc mừng ngày lễ là rất phù hợp, đặc biệt là để cảm ơn công việc kinh doanh của đối tác kinh doanh bạn nên gửi những tấm thiệp qua đường bưu điện để đối tác có thể nhận vào tuần trước Giáng sinh. Theo thông lệ, các đồng nghiệp và đối tác kinh doanh cũng trao đổi những món quà nhỏ vào dịp Giáng sinh.

### ➤ **Quy định về trang phục công sở**

Thụy Điển là một trong những quốc gia châu Âu có quy định về trang phục thường ngày phổ biến nhất tại nơi làm việc. Tuy nhiên, đối với các cuộc hẹn công việc, bạn nên ăn mặc kín đáo hơn. Bản thân người Thụy Điển thường ăn mặc thời trang khi ra ngoài. Trang phục phù hợp sẽ là bộ vest tối màu và cà vạt đối với nam giới và bộ vest hoặc váy và áo khoác đối với nữ giới. Quần tây cũng được chấp nhận đối với nữ giới ở Thụy Điển.

# HOẠT ĐỘNG GIAO THƯƠNG GIỮA VIỆT NAM VÀ THỤY ĐIỂN



Đại sứ Trần Văn Tuấn phát biểu khai mạc Diễn đàn Doanh nghiệp Việt Nam-Thụy Điển 2024 ngày 6/9 tại Stockholm.

## TỔNG QUAN HOẠT ĐỘNG THƯƠNG MẠI CỦA THỤY ĐIỂN

Tổ chức Thương mại thế giới (WTO) trong ấn phẩm thường niên Trade Profile 2023 ghi nhận về thứ hạng thương mại toàn cầu trong năm 2022 thì Thụy Điển đứng thứ 34 về xuất khẩu và đạt hạng 31 nhập khẩu hàng hóa trên thế giới. Về dịch vụ, Thụy Điển đứng thứ 21 về xuất khẩu và 17 về nhập khẩu.

Với giá trị xuất khẩu chiếm khoảng 1/3 GDP, Thụy Điển phụ thuộc rất nhiều vào thương mại quốc tế tự do để duy trì mức sống. Giá trị xuất khẩu hàng hóa của Thụy Điển năm 2023 đạt hơn 197,90 tỷ USD và nhập khẩu đạt 192,72 tỷ USD, thặng dư gần 5,18 tỷ USD. Về dịch vụ, năm 2023, Thụy Điển xuất khẩu 103,33 tỷ USD, nhập khẩu đạt hơn 106,89 tỷ USD, thâm hụt hơn 3,56 tỷ USD.

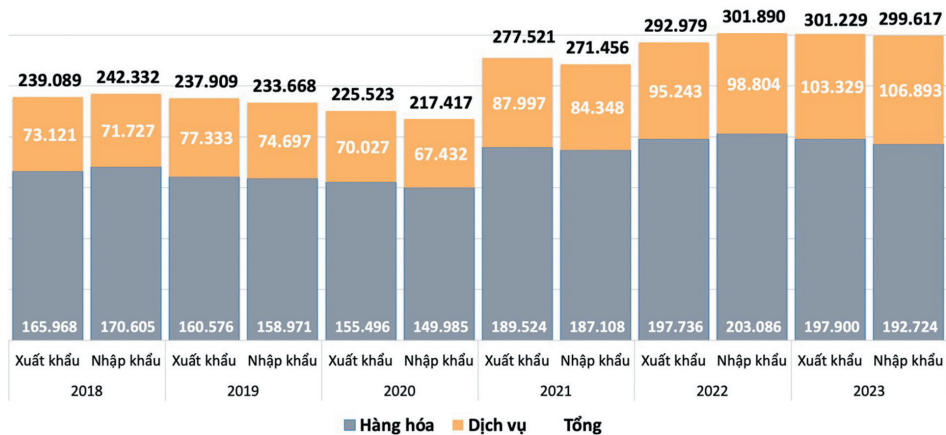
Tổng cán cân thương mại của Thụy Điển hầu như luôn duy trì trạng thái thặng trong suốt giai đoạn 2018 – 2023, mức thâm hụt lớn nhất rơi vào năm 2022 (8,91 tỷ USD). Nói riêng về hàng hóa, cán cân thương mại của Thụy Điển chỉ sụt giảm trong năm 2018

và 2022 với mức kim ngạch hơn 4,63 tỷ USD; còn về dịch vụ, trong giai đoạn 2018-2023, cán cân đạt trạng thái thâm hụt trong 2 năm gần đây, những năm còn lại đều đạt thặng dư.

### Kim ngạch xuất nhập khẩu hàng hóa, dịch vụ của Thụy Điển giai đoạn 2018 - 2023

(Nguồn: Trade Profiles, WTO)

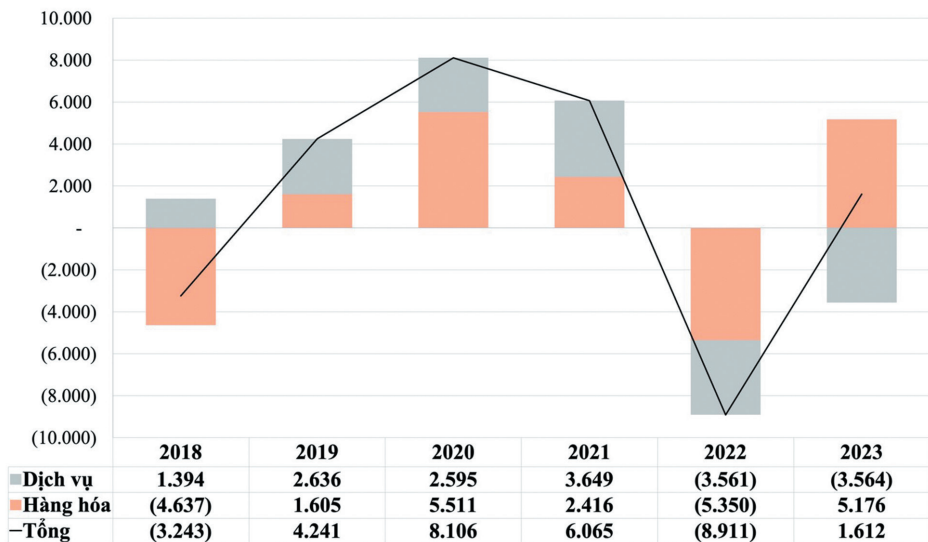
ĐVT: triệu USD



### Cán cân thương mại của Thụy Điển giai đoạn 2018 - 2023

(Nguồn: Trade Profiles, WTO)

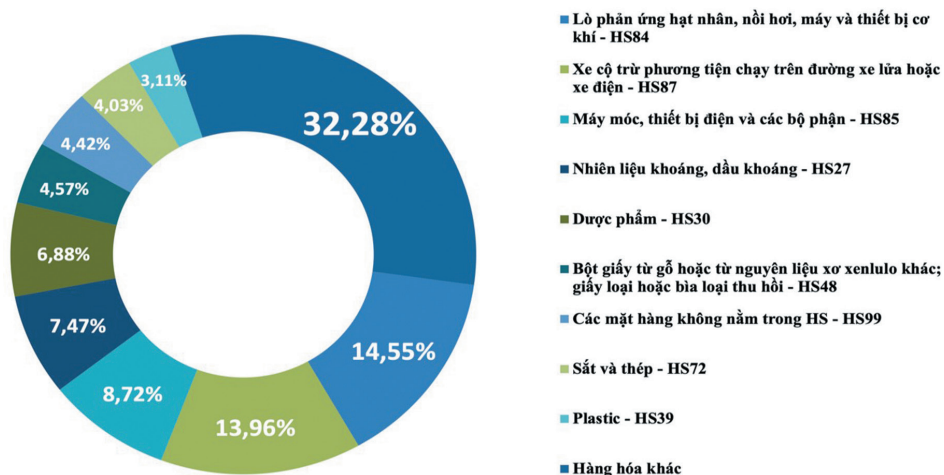
ĐVT: triệu USD



Năm 2023, theo dữ liệu của trademap.org, một số mặt hàng xuất nhập khẩu chủ yếu của Thụy Điển được thể hiện trong biểu đồ dưới đây.

### Những mặt hàng xuất khẩu chủ yếu của Thụy Điển năm 2023

(Nguồn: Trade Map)



Trong năm qua, 05 mặt hàng xuất khẩu mạnh nhất của Thụy Điển bao gồm:

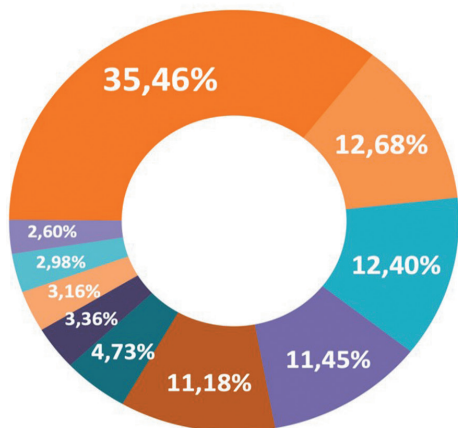
1. Lò phản ứng hạt nhân, nồi hơi, máy và thiết bị cơ khí (chiếm 14,55% tổng lượng xuất khẩu)
2. Xe cộ trừ phương tiện chạy trên đường xe lửa hoặc xe điện (chiếm 13,96% tổng lượng xuất khẩu)
3. Máy móc, thiết bị điện và các bộ phận (chiếm 8,72% tổng lượng xuất khẩu)
4. Nhiên liệu khoáng, dầu khoáng (chiếm 7,47% tổng lượng xuất khẩu)
5. Dược phẩm (chiếm 6,88% tổng lượng xuất khẩu)

Về nhập khẩu, 05 mặt hàng mà Thụy Điển nhập vào nhiều nhất gồm có:

1. Máy móc, thiết bị điện và các bộ phận (chiếm 12,68% tổng lượng nhập khẩu).
2. Lò phản ứng hạt nhân, nồi hơi, máy và thiết bị cơ khí (chiếm 12,40% tổng lượng nhập khẩu).
3. Xe cộ trừ phương tiện chạy trên đường xe lửa hoặc xe điện (chiếm 11,45% tổng lượng nhập khẩu).
4. Nhiên liệu khoáng, dầu khoáng (chiếm 11,18% tổng lượng nhập khẩu).
5. Các mặt hàng không nằm trong HS (chiếm 4,73% tổng lượng nhập khẩu).

## Những mặt hàng nhập khẩu chủ yếu của Thụy Điển năm 2023

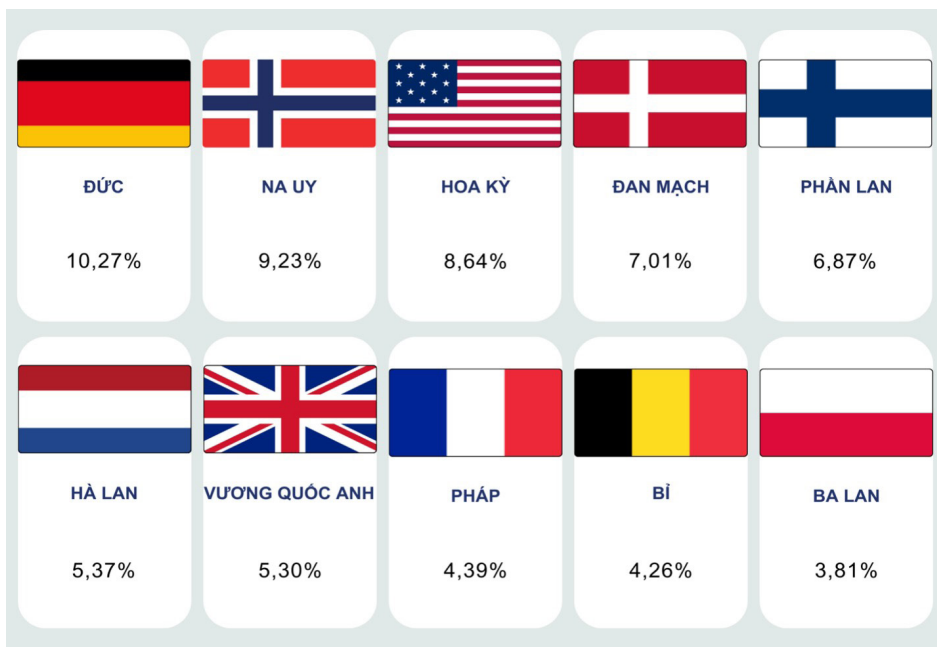
(Nguồn: Trade Map)



- Máy móc, thiết bị điện và các bộ phận - HS85
- Lò phản ứng hạt nhân, nồi hơi, máy và thiết bị cơ khí - HS84
- Xe cộ trừ phương tiện chạy trên đường xe lửa hoặc xe điện - HS87
- Nhiên liệu khoáng, dầu khoáng - HS27
- Các mặt hàng không nằm trong HS - HS99
- Dược phẩm - HS30
- Cá và động vật giáp xác - HS03
- Plastic - HS39
- Sắt và thép - HS72
- Hàng hóa khác

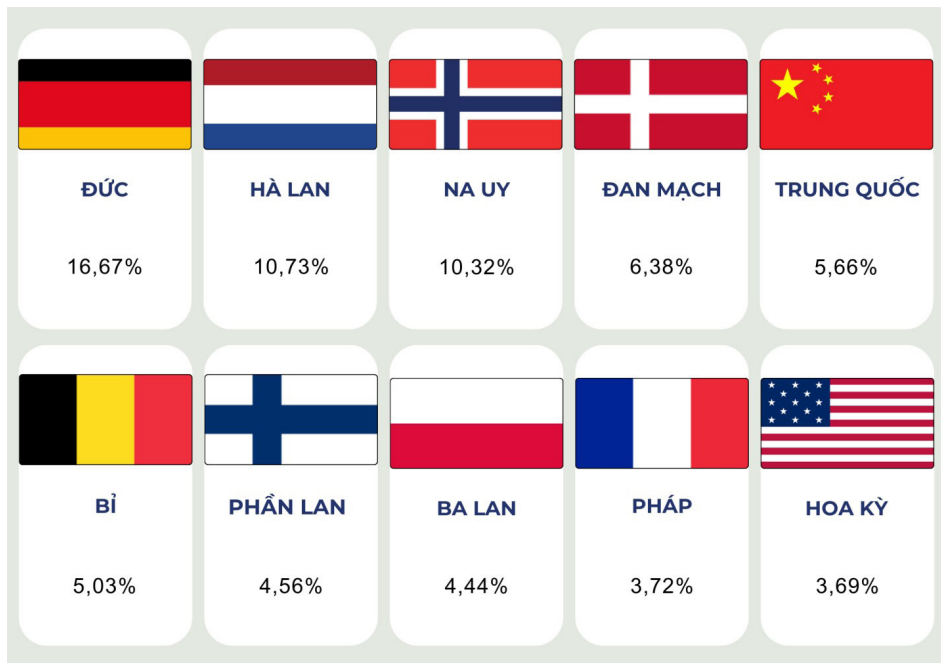
## Các thị trường xuất khẩu chính của Thụy Điển năm 2023

(Nguồn: Trade Map)



## Các thị trường nhập khẩu chính của Thụy Điển năm 2023

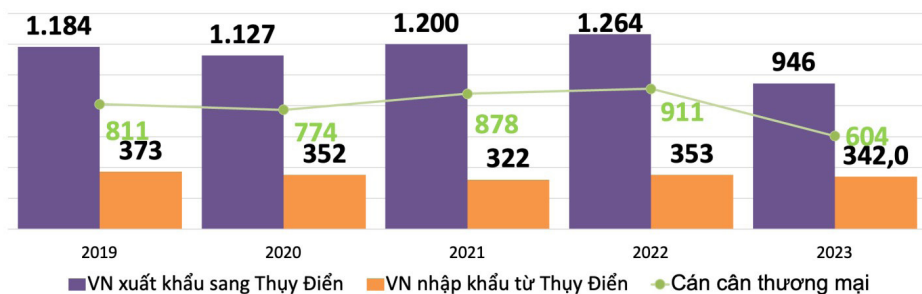
(Nguồn: Trade Map)



## Kim ngạch xuất khẩu, nhập khẩu và cán cân thương mại Việt Nam - Thụy Điển giai đoạn 2019 - 2023

(Nguồn: Tổng Cục Hải quan)

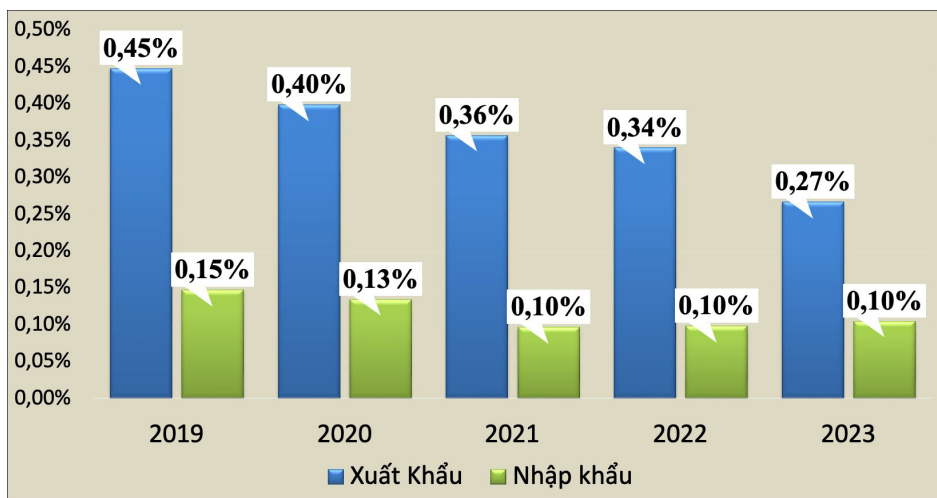
ĐVT: triệu USD



## Tỉ trọng kim ngạch xuất nhập khẩu với Thụy Điển so với tổng giá trị xuất nhập khẩu của Việt Nam giai đoạn 2019 - 2023

(Nguồn: Tổng Cục Hải quan)

ĐVT: triệu USD



Theo thống kê trên trademap.org (Trung tâm thương mại quốc tế ITC), Việt Nam là đối tác cung cấp sản phẩm đứng thứ 25 vào thị trường Thụy Điển và là đối tác đứng thứ 54 nhập khẩu hàng hóa từ Thụy Điển.

Theo số liệu thống kê của Tổng cục Hải quan, tính riêng năm 2023 tổng giá trị xuất nhập khẩu hàng hóa giữa Việt Nam và Thụy Điển đạt 1,29 tỷ USD, giảm 20,4% so với năm 2022. Trong đó, xuất khẩu hàng hóa của các doanh nghiệp Việt Nam sang thị trường Thụy Điển đạt 946,2 triệu USD, giảm 25,2% so với năm 2022, chiếm 0,27% tổng giá trị xuất khẩu của Việt Nam ra thế giới. Ở chiều ngược lại, nhập khẩu hàng hóa từ Thụy Điển đạt 342,0 triệu USD, giảm 3,2% so với cùng kì, chiếm 0,10% giá trị nhập khẩu của Việt Nam từ tất cả các đối tác thương mại.

Trong suốt giai đoạn 2019 - 2023, cán cân thương mại hàng hóa của Việt Nam luôn xuất siêu với mức thặng dư hơn 601 triệu USD; trong đó, mức thặng dư lớn nhất rơi vào năm 2022 với giá trị là 911 triệu USD. Kim ngạch xuất khẩu nước ta sang nước bạn giảm mạnh vào năm 2023 với tỷ lệ trung bình là -4,5% mỗi năm. Tương tự với kim ngạch nhập khẩu từ nước bạn với tỷ lệ trung bình là -1,9%.

Theo số liệu của Tổng cục Hải quan, kim ngạch thương mại song phương giữa Việt Nam - Thụy Điển trong tháng 6/2024 đạt 105,2 triệu USD, giảm 13,1% so với tháng trước, nâng tổng kim ngạch thương mại song phương giữa Việt Nam và Thụy Điển trong 6 tháng đầu năm 2024 lên 695,93 triệu USD, tăng 10,5% so với cùng kỳ năm trước.

# MỘT SỐ SẢN PHẨM XUẤT KHẨU CHỦ YẾU CỦA VIỆT NAM SANG THỤY ĐIỂN

## Một số sản phẩm xuất khẩu chủ yếu của Việt Nam sang Thụy Điển năm 2023

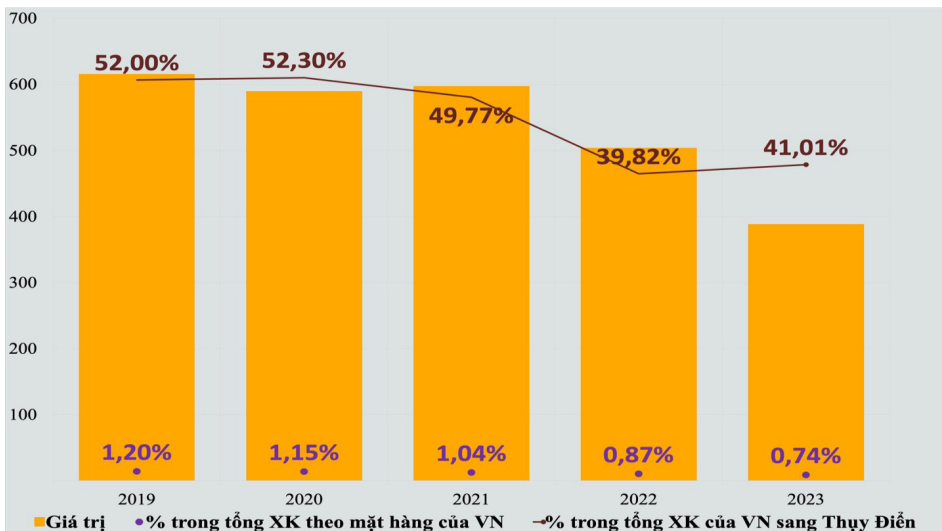
(Nguồn: Tổng Cục Hải quan)



## Kim ngạch xuất khẩu điện thoại và linh kiện của Việt Nam sang Thụy Điển

(Nguồn: Tổng Cục Hải quan)

ĐVT: triệu USD



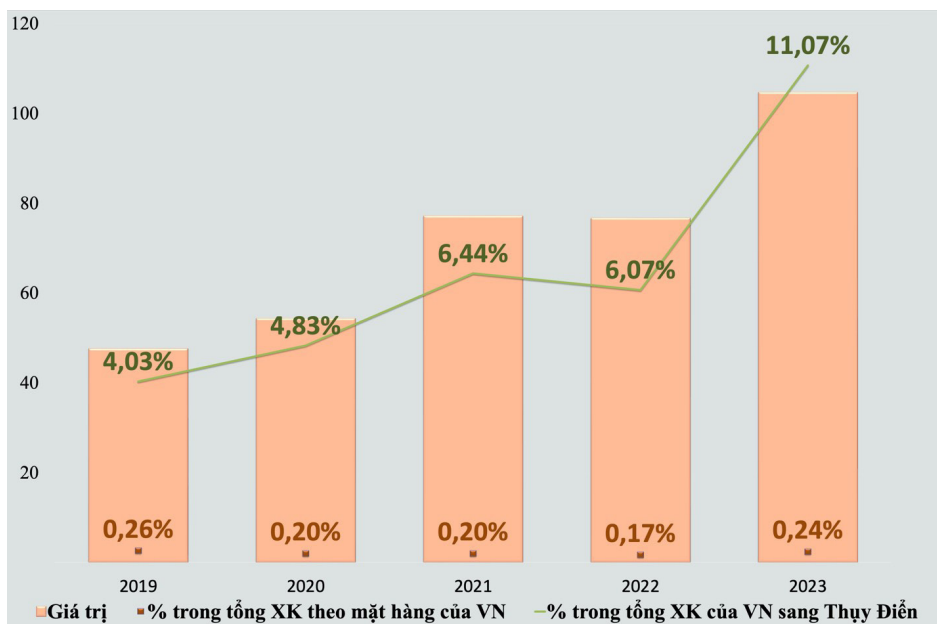
Đứng đầu trong số các mặt hàng xuất khẩu của Việt Nam vào thị trường Thụy Điển trong giai đoạn 2019 - 2023 là mặt hàng điện thoại các loại và linh kiện. Theo thống kê của Tổng cục Hải quan, năm 2023, xuất khẩu mặt hàng này sang Thụy Điển đạt 388,03 triệu USD, giảm 22,93% so với cùng kì năm 2022, chiếm 41,01% tổng xuất khẩu sang thị trường này. Thị trường Thụy Điển chiếm 0,74% tổng xuất khẩu sản phẩm cùng loại của Việt Nam. Kim ngạch xuất khẩu mặt hàng này chỉ ghi nhận sự tăng trưởng vào năm 2021.

Tiếp theo là mặt máy móc, thiết bị, dụng cụ phụ tùng khác đạt 104,72 triệu USD vào năm 2023, tăng 36,48% so với năm 2022, chiếm 11,07% tổng xuất khẩu của Việt Nam sang thị trường này, chiếm 0,24% thị phần các sản phẩm tương tự của Việt Nam xuất khẩu ra tất cả các nước. Ngược lại điện thoại các loại và linh kiện, kim ngạch mặt hàng này chỉ ghi nhận sự sụt giảm vào năm 2022, với tỷ lệ tăng trưởng bình quân mỗi năm là 25,03%.

### Kim ngạch xuất khẩu máy móc, thiết bị, dụng cụ phụ tùng khác của Việt Nam sang Thụy Điển

(Nguồn: Tổng Cục Hải quan)

ĐVT: triệu USD

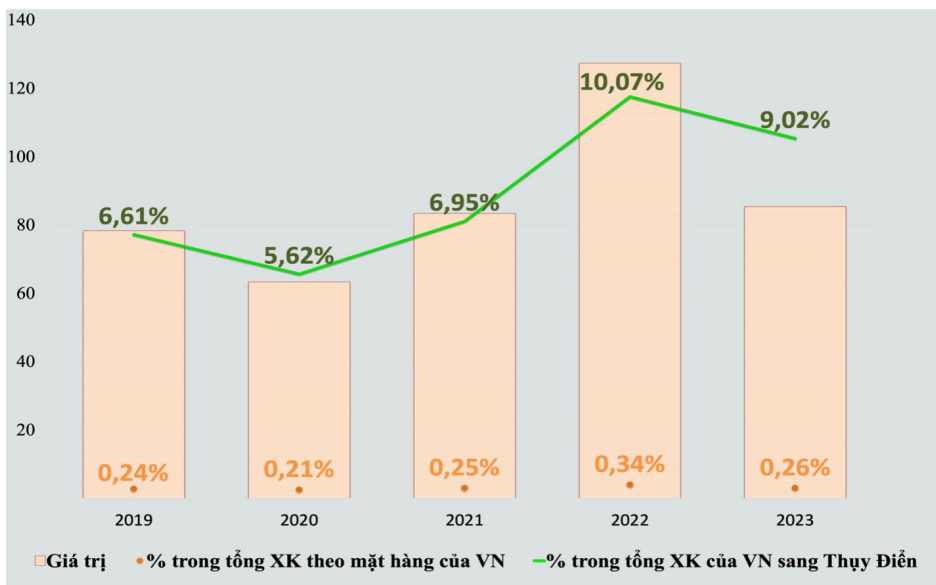


Vị trí thứ 3 trong số những sản phẩm Việt Nam xuất khẩu nhiều nhất sang Thụy Điển năm 2023 là hàng dệt, may, đạt 85,38 triệu USD, giảm 32,96% so với cùng kỳ 2022, chiếm 9,02% tổng xuất khẩu của Việt Nam sang nước này, chiếm 0,26% xuất khẩu mặt hàng cùng loại của Việt Nam với tất cả các đối tác thương mại. Trong giai đoạn 2019-2023, kim ngạch mặt hàng này có sự biến động.

### Kim ngạch xuất khẩu hàng dệt may của Việt Nam sang Thụy Điển

(Nguồn: Tổng Cục Hải quan)

ĐVT: triệu USD



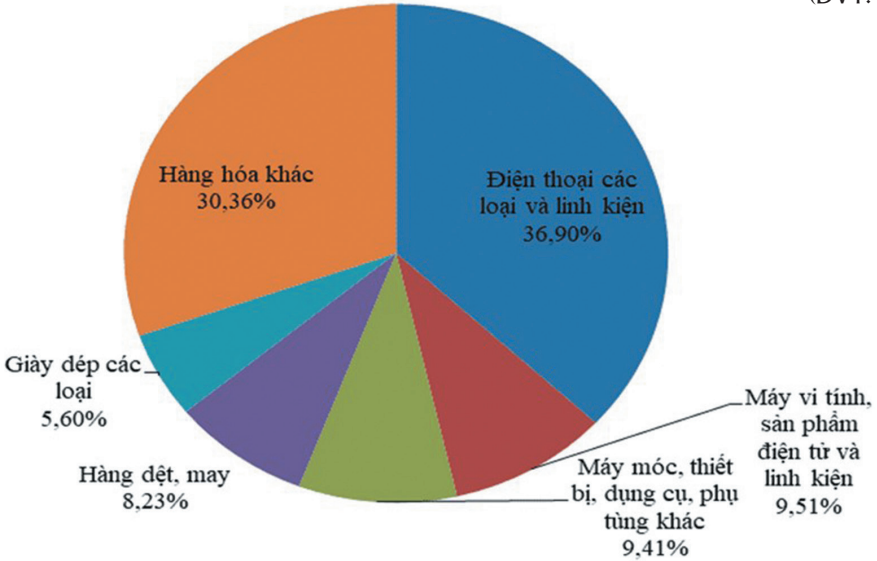
Trong năm 2023, chỉ có 2 mặt hàng xuất khẩu sang Thụy Điển ghi nhận được sự tăng lên về kim ngạch so với năm 2022, cụ thể là các mặt hàng: máy móc, thiết bị, dụng cụ phụ tùng khác (36,48%, tăng mạnh nhất trong tất cả các mặt hàng), máy vi tính, sản phẩm điện tử và linh kiện (5,81%). Tuy nhiên, cũng có một số mặt hàng có lượng kim ngạch giảm như sản phẩm từ sắt thép (-87,55%), kim loại thường khác và sản phẩm (-68,05%), giày dép các loại (-47,75%),...

Về xuất khẩu, kim ngạch xuất khẩu hàng hóa của Việt Nam sang Thụy Điển trong tháng 6/2024 đạt 76,39 triệu USD, giảm nhẹ 2,82% so với tháng trước đó, nhưng tăng 8,13% so với tháng cùng kỳ năm 2023. Tính chung 6 tháng đầu năm 2024, kim ngạch xuất khẩu hàng hóa sang thị trường này đạt 510,83 triệu USD, tăng 11,5% so với cùng kỳ năm trước, chiếm 2,07% tỷ trọng trên tổng kim ngạch xuất khẩu sang thị trường EU. Trong đó, 3 mặt hàng xuất khẩu có kim ngạch cao nhất là: Điện thoại các loại và linh

kện (chiếm tỷ trọng 36,90%); Máy vi tính, sản phẩm điện tử và linh kiện (chiếm tỷ trọng 9,51%) và Máy móc, thiết bị, dụng cụ, phụ tùng khác (chiếm tỷ trọng 9,14%).

**Tỷ trọng các mặt hàng có kim ngạch xuất khẩu lớn nhất sang thị trường Thụy Điển trong 6 tháng đầu năm 2024**

(ĐVT: %)



**XU HƯỚNG TIÊU DÙNG CỦA NGƯỜI THỤY ĐIỂN**

Xu hướng tiêu dùng của người dân Thụy Điển hiện nay có một số đặc điểm nổi bật:

**Chất lượng và bền vững:** Người tiêu dùng Thụy Điển đặc biệt quan tâm đến chất lượng và sự bền vững của sản phẩm. Họ thường tìm kiếm các sản phẩm được sản xuất từ nguyên liệu tái chế và có quy trình sản xuất giảm thiểu tác động đến môi trường. Điều này không chỉ thể hiện qua việc lựa chọn thực phẩm hữu cơ mà còn cả trong các mặt hàng tiêu dùng hàng ngày như quần áo, đồ gia dụng và mỹ phẩm. Các thương hiệu được đánh giá cao không chỉ dựa vào chất lượng sản phẩm mà còn cả cam kết về bảo vệ môi trường và trách nhiệm xã hội. Thụy Điển có một thị trường mạnh mẽ cho các sản phẩm xanh và nhiều công ty đã áp dụng các tiêu chuẩn bền vững nghiêm ngặt để thu hút người tiêu dùng. Hơn nữa, người dân cũng thường tìm hiểu kỹ về nguồn gốc sản phẩm, ưu tiên các nhãn hiệu có minh bạch về quy trình sản xuất, từ đó tạo ra một cộng đồng tiêu dùng thông thái và có trách nhiệm.

**Xu hướng tiêu dùng có ý thức:** Nhiều người dân Thụy Điển đã nhận ra rằng mỗi quyết định mua sắm không chỉ ảnh hưởng đến cá nhân mà còn có tác động sâu rộng đến xã hội và môi trường. Họ ưu tiên lựa chọn các thương hiệu có trách nhiệm xã hội, thường xuyên nghiên cứu và tìm hiểu về các chính sách môi trường, điều kiện làm việc của công nhân, cũng như cam kết của thương hiệu đối với sự phát triển bền vững. Sự gia tăng của các phong trào như tiêu dùng công bằng và mua sắm xanh cho thấy người tiêu dùng Thụy Điển không chỉ muốn sở hữu sản phẩm tốt mà còn mong muốn ủng hộ các giá trị tích cực. Họ sẵn sàng trả giá cao hơn cho những sản phẩm đáp ứng các tiêu chí này, từ đó tạo ra áp lực lên các nhà sản xuất để cải thiện quy trình sản xuất và đảm bảo trách nhiệm xã hội. Thay vì chỉ tập trung vào giá cả, người tiêu dùng Thụy Điển giờ đây đang tìm kiếm những trải nghiệm mua sắm có ý nghĩa, góp phần vào một tương lai bền vững hơn. Người tiêu dùng Thụy Điển quan tâm đến các thương hiệu và sản phẩm, thường không ngần ngại trả nhiều tiền hơn cho những sản phẩm thân thiện với môi trường.

**Xu hướng dùng các sản phẩm địa phương sản xuất:** Nhiều người Thụy Điển hiện nay lựa chọn mua sắm từ các nhà sản xuất trong nước, từ thực phẩm tươi sống như trái cây, rau củ đến các sản phẩm thủ công như quần áo và đồ nội thất. Điều này không chỉ giúp hỗ trợ nền kinh tế địa phương mà còn giảm thiểu khí thải carbon do vận chuyển hàng hóa từ các nơi khác. Người tiêu dùng cũng thường xuyên tìm kiếm các thị trường nông sản địa phương và các cửa hàng bán lẻ nhỏ, nơi họ có thể tìm thấy những sản phẩm độc đáo và chất lượng cao. Ngoài ra, việc ủng hộ hàng hóa địa phương còn tạo ra cảm giác cộng đồng, giúp người tiêu dùng cảm thấy mình đang góp phần vào sự phát triển bền vững và bảo tồn văn hóa địa phương. Nhờ đó, phong trào này không chỉ thúc đẩy kinh tế mà còn tăng cường sự gắn kết xã hội giữa người tiêu dùng và nhà sản xuất.

**Người tiêu dùng Thụy Điển yêu thích sản phẩm công nghệ và thương mại điện tử:** Với sự gia tăng sử dụng công nghệ, nhiều người Thụy Điển đã chuyển sang mua sắm trực tuyến không chỉ vì tính tiện lợi mà còn vì sự đa dạng về sản phẩm mà các nền tảng này cung cấp. Họ có thể dễ dàng so sánh giá cả, tìm kiếm các sản phẩm độc đáo và đặt hàng từ bất kỳ đâu, giúp tiết kiệm thời gian và công sức. Nhiều trang web thương mại điện tử cũng đã tối ưu hóa trải nghiệm người dùng, cung cấp các thông tin chi tiết về sản phẩm, đánh giá từ khách hàng và dịch vụ giao hàng nhanh chóng, điều này càng làm tăng sự hấp dẫn của việc mua sắm trực tuyến. Bên cạnh đó, các hình thức thanh toán linh hoạt và an toàn như ví điện tử cũng góp phần tạo ra một môi trường mua sắm thuận tiện hơn.

Người Thụy Điển rất tinh ý trong cách tiêu dùng, coi trọng chức năng và chất lượng cũng như thiết kế và xây dựng thương hiệu trong các quyết định mua hàng của họ. Đồng thời, họ là những người mua sắm nhiệt tình và đi du lịch nhiều nơi để trải nghiệm việc mua sắm các sản phẩm mới, độc, lạ.

**Thực phẩm hữu cơ và ăn chay:** Ở Thụy Điển, người tiêu dùng đang ưu tiên lựa chọn thực phẩm hữu cơ, không chỉ vì những lợi ích về sức khỏe mà còn do những cam kết của sản phẩm đối với môi trường. Người Thụy Điển cho rằng thực phẩm hữu cơ



thường không chứa hóa chất độc hại và được sản xuất theo phương pháp bền vững, điều này thu hút những người tiêu dùng có ý thức về sức khỏe và môi trường. Ngoài ra, chế độ ăn chay cũng ngày càng trở nên phổ biến, với nhiều nhà hàng và cửa hàng cung cấp các lựa chọn thuần chay hấp dẫn. Người dân Thụy Điển thường tìm kiếm những sản phẩm thay thế thịt từ thực vật, như đậu, hạt và các loại rau củ, không chỉ để cải thiện sức khỏe cá nhân mà còn để giảm thiểu tác động đến môi trường và động vật. Người Thụy Điển quan tâm đến các khái niệm về thực phẩm và đồ uống lành mạnh và đây là một thị trường rất tiềm năng. Các lựa chọn thay thế xanh chắc chắn rất phổ biến đối với người Thụy Điển và 23% là người ăn chay trường, ăn chay hoặc ăn chay thuần (Theo nghiên cứu từ Food & Friends).

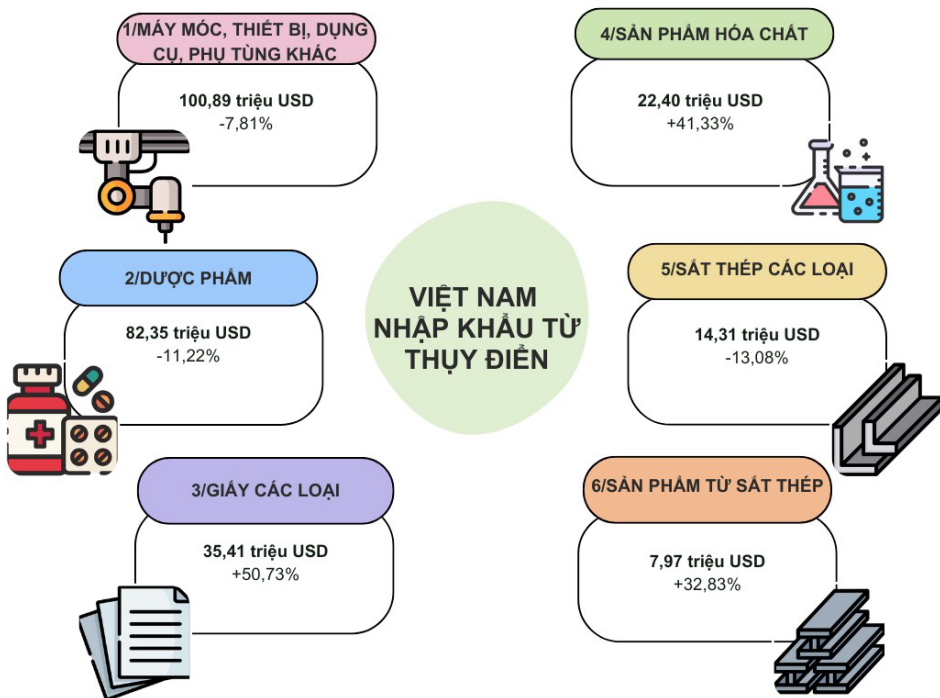
Những xu hướng này phản ánh một phần giá trị văn hóa và lối sống của người dân Thụy Điển, với sự chú trọng vào sự bền vững, sức khỏe và chất lượng cuộc sống. Đối với thực phẩm, người tiêu dùng Thụy Điển ngày càng có xu hướng tiêu thụ thực phẩm hữu cơ. Dự báo đến năm 2030, tiêu thụ thực phẩm hữu cơ tại quốc gia này sẽ tăng gấp 3 lần so với hiện tại, đây là cơ hội cho các lĩnh vực sản xuất thực phẩm hữu cơ tại Việt Nam thâm nhập vào thị trường tiềm năng này.

Trung bình, người tiêu dùng Thụy Điển có nguồn lực và sức mua cao hơn nhiều so với hầu hết người tiêu dùng châu Âu khác. (Theo báo cáo từ Ngân hàng Santander)

## MỘT SỐ SẢN PHẨM NHẬP KHẨU CHỦ YẾU CỦA VIỆT NAM TỪ THỤY ĐIỂN

### Một số sản phẩm nhập khẩu chủ yếu của Việt Nam từ Thụy Điển năm 2023

(Nguồn: Tổng Cục Hải quan)

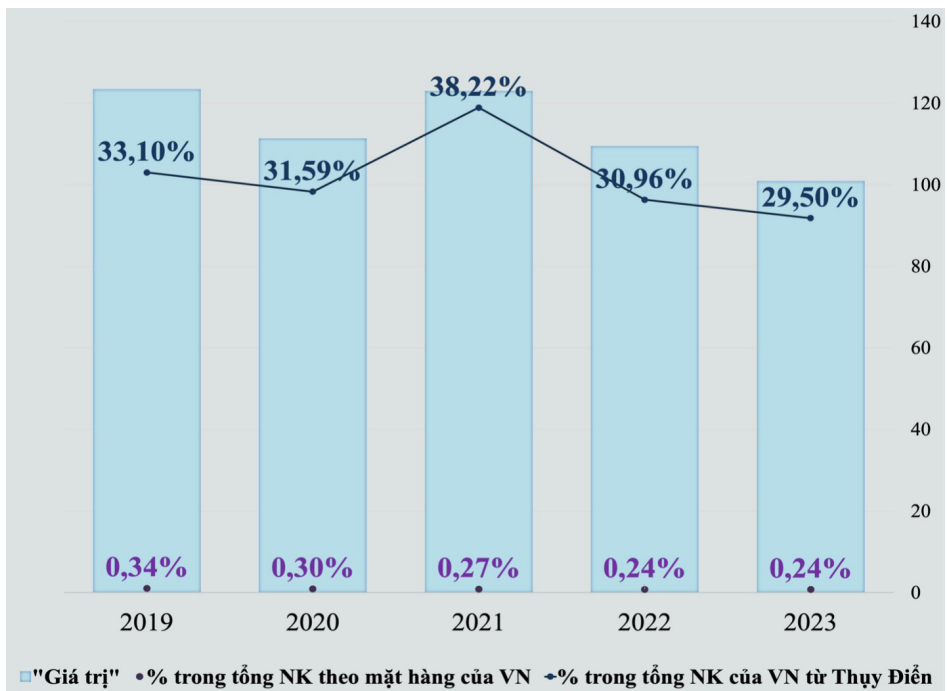


Năm 2023, đứng ở vị trí thứ nhất về kim ngạch nhập khẩu hàng hóa của Việt Nam từ Thụy Điển là mặt hàng máy móc, thiết bị, dụng cụ, phụ tùng khác, đạt 100,89 triệu USD, giảm 7,81% so với cùng kì của năm 2022, chiếm 29,50% tổng nhập khẩu từ nước này, chiếm 0,24% giá trị nhập khẩu mặt hàng cùng loại của Việt Nam từ tất cả các nước. Nhìn chung, trong giai đoạn 2019-2023, năm 2021 là năm duy nhất ghi nhận sự tăng trưởng về kim ngạch nhập khẩu mặt hàng này.

### Kim ngạch nhập khẩu máy móc, thiết bị, dụng cụ, phụ tùng khác của Việt Nam từ Thụy Điển

(Nguồn: Tổng Cục Hải quan)

ĐVT: triệu USD

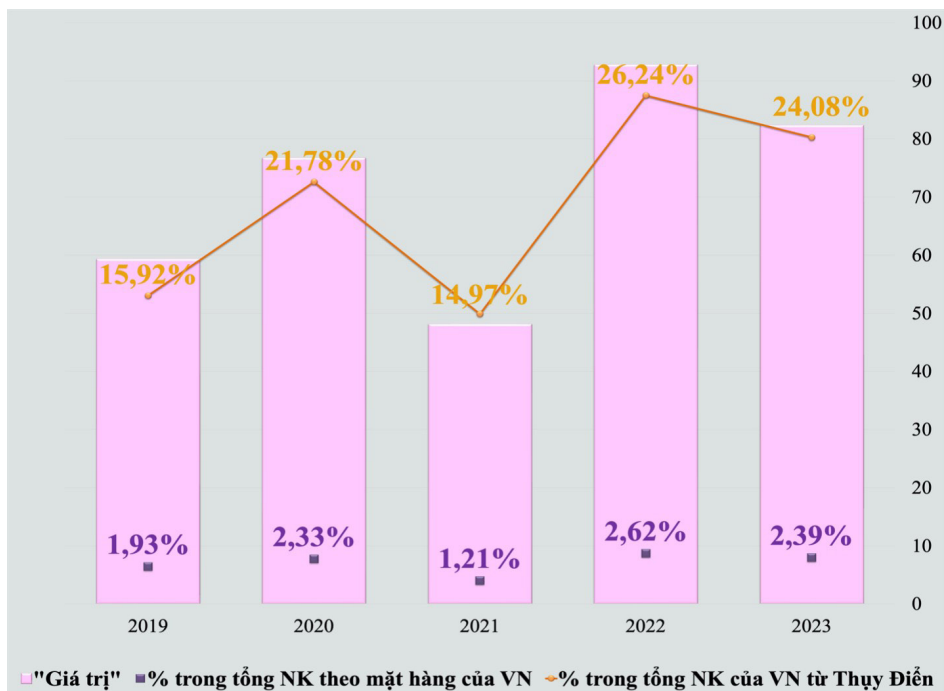


Tiếp theo là mặt hàng dược phẩm có kim ngạch đạt 82,35 triệu USD vào năm 2023. Tỷ lệ giảm là 11,22% so với năm 2022, chiếm 24,08% tổng nhập khẩu từ Thụy Điển, chiếm khoảng 2,39% tổng giá trị nhập khẩu các mặt hàng cùng loại từ thế giới. Trong giai đoạn 2019-2023, kim ngạch nhập khẩu mặt hàng này biến động theo từng năm.

## Kim ngạch nhập khẩu dược phẩm của Việt Nam từ Thụy Điển

(Nguồn: Tổng Cục Hải quan)

ĐVT: triệu USD

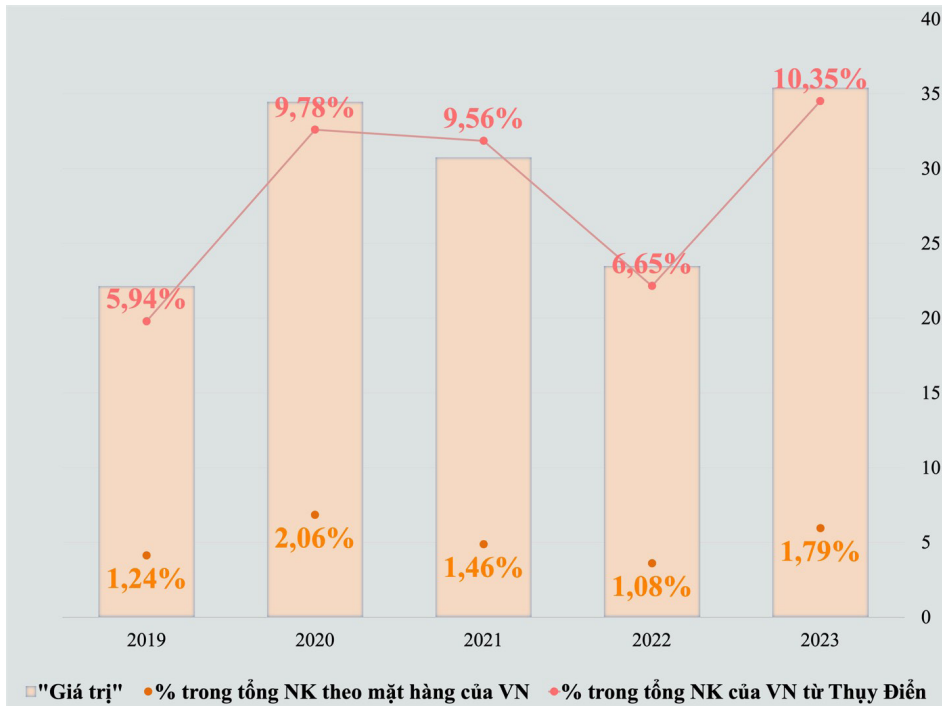


Mặt hàng giấy các loại đứng vị trí thứ 3, đạt 35,41 triệu USD năm 2023, tăng 50,73% so với cùng kỳ năm 2022, chiếm 10,35% giá trị nhập khẩu của Việt Nam từ nước này, tương đương 1,79% giá trị nhập khẩu so với mặt hàng cùng loại từ các đối tác thương mại khác. Nhìn chung trong giai đoạn 2019 - 2023, kim ngạch của mặt hàng này tăng giảm không ổn định, với tỷ lệ trung bình là 78,25%.

## Kim ngạch nhập khẩu giấy các loại của Việt Nam từ Thụy Điển

(Nguồn: Tổng Cục Hải quan)

ĐVT: triệu USD



Trong năm 2023, các mặt hàng nhập khẩu của Việt Nam từ Thụy Điển đều ghi nhận cả hai tăng trưởng cũng như giảm sút về kim ngạch so với năm 2022. Trong đó, các mặt hàng ghi nhận sự tăng trưởng về kim ngạch nhập khẩu là: sản phẩm từ chất dẻo (mặt hàng tăng mạnh nhất với tỷ lệ tăng trưởng là 57,44%), giấy các loại (50,73%), sản phẩm hoá chất (41,33%)... trong khi đó, một số mặt hàng có ghi nhận sự sụt giảm về kim ngạch nhập khẩu như điện thoại các loại và linh kiện (-64,01%), máy vi tính, sản phẩm điện tử và linh kiện (-43,84%), chất dẻo nguyên liệu (-26,82%)...

Trong tháng 6/2024, kim ngạch nhập khẩu hàng hóa của Việt Nam từ Thụy Điển đạt 28,81 triệu USD, giảm mạnh 32,18% so với tháng trước đó và giảm 11,86% so với tháng 6/2023. Tính chung trong 6 tháng đầu năm 2024, kim ngạch nhập khẩu từ thị trường này đạt 185,10 triệu USD, tăng 7,8% so với cùng kỳ năm trước và chiếm 2,4% tỷ trọng trên tổng kim ngạch nhập khẩu từ thị trường EU. Trong đó, 3 mặt hàng nhập khẩu có kim ngạch cao nhất là: Máy móc, thiết bị, dụng cụ, phụ tùng khác (chiếm tỷ trọng 32,35%); Dược phẩm (chiếm tỷ trọng 28,51%) và Giấy các loại (chiếm tỷ trọng 10,03%).

**Kim ngạch nhập khẩu một số mặt hàng của Việt Nam từ Thụy Điển  
trong tháng 6 và 6 tháng đầu năm 2024**

(Nguồn: Tổng Cục Hải quan)

Tên nhóm/mặt hàng	6 tháng năm 2024 (Nghìn USD)	So với cùng kỳ năm 2023 (%)	Tỷ trọng (%)
<b>Tổng KNNK</b>	<b>185.095</b>	<b>7,84</b>	<b>100,00</b>
Máy móc, thiết bị, dụng cụ, phụ tùng khác	59.879	16,38	32,35
Dược phẩm	52.762	25,82	28,51
Giấy các loại	18.573	31,02	10,03
Sắt thép các loại	6.682	-16,38	3,61
Sản phẩm từ sắt thép	4.458	35,03	2,41
Sản phẩm từ chất dẻo	3.392	-0,5	1,83
Máy vi tính, sản phẩm điện tử và linh kiện	3.290	65,52	1,78
Gỗ và sản phẩm gỗ	2.353	-49,69	1,27
Sản phẩm khác từ dầu mỏ	1.702	5,24	0,92
Chất dẻo nguyên liệu	1.320	3,08	0,71
Hàng hóa khác	25.397	-19,87	13,72

## HOẠT ĐỘNG ĐẦU TƯ GIỮA VIỆT NAM VÀ THỤY ĐIỂN



Lễ ký các Biên bản Ghi nhớ (MoU) hợp tác giữa Thương vụ Việt Nam tại Thụy Điển.

Về đầu tư, theo số liệu từ Bộ Kế hoạch Đầu tư, tính đến cuối tháng 6/2024, Thụy Điển có 111 dự án đầu tư tại Việt Nam với tổng số vốn đăng ký đạt 742,65 triệu USD, xếp hạng thứ 29 trong số 143 quốc gia, vùng lãnh thổ đầu tư tại Việt Nam. Rất nhiều công ty Thụy Điển đang ngày càng quan tâm đến việc mở rộng kinh doanh và đầu tư tại thị trường Việt Nam.

# NHỮNG THUẬN LỢI CƠ HỘI VÀ KHÓ KHĂN THÁCH THỨC ĐỐI VỚI HÀNG VIỆT TẠI THỊ TRƯỜNG THỤY ĐIỂN

## CƠ HỘI - THUẬN LỢI

**N**hìn chung, Việt Nam và Thụy Điển có rất nhiều điểm tương đồng về mục đích phát triển đất nước, có cơ cấu kinh tế bổ trợ lẫn nhau, các mặt hàng xuất nhập khẩu không cạnh tranh với nhau.

Hiện người tiêu dùng Thụy Điển rất quan tâm đến vấn đề an toàn thực phẩm và bảo vệ môi trường, nên các sản phẩm xuất khẩu sang thị trường này sẽ phải đảm bảo các tiêu chuẩn về bền vững và bảo vệ môi trường. Đối với thực phẩm, người tiêu dùng ngày càng có xu hướng tiêu thụ thực phẩm hữu cơ. Dự báo đến năm 2030, tiêu thụ thực phẩm hữu cơ tại quốc gia này sẽ tăng gấp 3 lần so với hiện tại, đây là cơ hội cho các lĩnh vực sản xuất thực phẩm hữu cơ tại Việt Nam thâm nhập vào thị trường tiềm năng này.

Bắc Âu lại là các thị trường “tinh hoa” và “dẫn đầu” trong nhiều xu hướng lớn của thế giới. Họ đi đầu trong các lĩnh vực như bảo vệ môi trường, chống biến đổi khí hậu, chăm sóc sức khỏe tuổi già, thúc đẩy lối sống chất lượng cao, hài hòa với thiên nhiên, và phát triển bền vững. Các quốc gia này có hệ thống xã hội gắn kết, phúc lợi cao, và đặt trọng tâm vào việc tiêu dùng thông minh, điều này tạo ra tiềm năng cho các sản phẩm Việt Nam chất lượng cao phục vụ cho thị trường này.

## KHÓ KHĂN - THÁCH THỨC

Khoảng cách địa lý giữa hai nước rất lớn trong khi chưa có đường bay thẳng từ Việt Nam, cũng như chưa có các hợp tác về cảng biển và cảng hàng không. Điều này làm cho chi phí vận chuyển hàng tăng.

Thụy Điển cũng là một thị trường có dân số ít, chỉ hơn 10 triệu người. Mặc dù thị trường nhỏ nhưng lại có yêu cầu cao đối với hàng hóa tiêu dùng trong nước, vì vậy các doanh nghiệp tại đây chủ yếu nhập khẩu hàng hóa từ các đại lý phân phối tại trung tâm EU.

Thách thức từ quy định chống phá rừng mới của EU đối với ngành lâm nghiệp Thụy Điển. Quy định này yêu cầu các công ty trong chuỗi cung ứng sản phẩm liên quan đến gỗ, gia súc, cacao, cà phê, dầu cọ, cao su và đậu nành phải chứng minh rằng sản phẩm của họ không góp phần vào tình trạng phá rừng toàn cầu. Không chỉ có các nhà sản xuất



**Bộ trưởng Bộ Công Thương Nguyễn Hồng Diên tiếp bà Ann Mäwe - Đại sứ Thụy Điển tại Việt Nam.**

và nhập khẩu gỗ chịu ảnh hưởng, mà mọi doanh nghiệp tham gia vào chuỗi cung ứng sản phẩm gỗ cũng phải tuân thủ quy định này.

Hàng hóa Việt Nam xuất khẩu sang thị trường Bắc Âu nếu muốn hưởng ưu đãi thuế quan trước hết phải tuân thủ các quy định về xuất xứ từ giai đoạn sản xuất nguyên liệu. Tuy nhiên, hầu hết các mặt hàng xuất khẩu chủ lực của Việt Nam lại chưa chủ động được nguồn nguyên liệu nên đây sẽ là một khó khăn, thách thức đối với doanh nghiệp Việt Nam.

Ngoài chứng nhận xuất xứ, doanh nghiệp Việt Nam cũng phải tuân thủ các quy định khắt khe khác, ví dụ như, các nước Bắc Âu là vấn đề môi trường, tiêu chuẩn kỹ thuật.

Các nước Bắc Âu đặc biệt quan tâm đến vấn đề bảo vệ môi trường và an toàn của người sử dụng.

## CÁC ĐỊA CHỈ LIÊN HỆ CẦN THIẾT

### ➤ Đại sứ quán Việt Nam tại Thụy Điển

Địa chỉ: Örbý Slottsväg 26, 12571 Älvsjö, Stockholm, Sweden  
Điện thoại: +46 (0) 8 5562 1070; +46 (0) 8 5562 1071 (Lãnh sự)  
Fax: +46 (0) 8 5562 1080  
Email: info@vietnamemb.se  
Website: <https://vnembassy-stockholm.mofa.gov.vn>

### ➤ Thương vụ Việt Nam tại Thụy Điển (kiêm nhiệm Đan Mạch, Phần Lan, Ai-xơ-len,

Na uy, Lát-vi-a)  
Địa chỉ: Upplandsgatan 38, 113 28 Stockholm  
Điện thoại: +46 (0) 8 322 666  
Fax: +46 (0) 8 321 580  
Email: se@moit.gov.vn

### ➤ Đại sứ quán Thụy Điển tại thủ đô Hà Nội

Địa chỉ: Trung tâm thương mại Daeha, tầng 15, 360 Kim Mã, Quận Ba Đình, Hà Nội  
Điện thoại: +84 24 372 604 00  
Fax: +84 24 372 604 10  
Website: [swedenabroad.se/en/embassies/vietnam-hanoi](http://swedenabroad.se/en/embassies/vietnam-hanoi)  
Fb: <https://www.facebook.com/SwedeninVN/>  
Email: emb.hanoi@maec.es

### ➤ Tổng Lãnh sự quán Thụy Điển tại Thành phố Hồ Chí Minh

Địa chỉ: 146-E15 Nguyễn Văn Hưởng, Phường Thảo Điền, Quận 2, Thành phố Hồ Chí Minh  
Điện thoại: + 84 28 351 923 34 / 35  
Fax: + 84 28 351 923 37  
Email: [generalconsulatesweden@gmail.com](mailto:generalconsulatesweden@gmail.com)

## CÁC SỰ KIỆN XÚC TIẾN THƯƠNG MẠI NỔI BẬT TẠI THỤY ĐIỂN

Thời gian	Tên sự kiện	Địa điểm	Lĩnh vực ngành hàng - Quy mô
<b>06 – 08/12/2024</b>	Fitness Festivalen 2024	<b>Stockholm Fair, Stockholm</b>	Sức khỏe & Thể hình 20.000 - 50.000 lượt khách tham quan Hơn 500 nhà triển lãm
<b>14 – 16/1/2025</b>	Formex - Stockholm 2025	<b>Stockholm Fair, Stockholm</b>	Nhà & Văn phòng 50.000 - 200.000 lượt khách tham quan Hơn 500 nhà triển lãm
<b>01 – 09/2/2025</b>	Boat Fair Gothenburg 2025	<b>The Swedish Exhibition and Congress Centre, Gothenburg</b>	Du lịch & Lữ hành Hậu cần & Vận tải 12.500 lượt khách tham quan 270 Nhà triển lãm
<b>04 – 08/2/2025</b>	Stockholm Furniture Fair 2025	<b>Stockholm Fair, Stockholm</b>	Nhà & Văn phòng 20.000 - 50.000 lượt khách tham quan Hơn 500 nhà triển lãm

<b>05 – 06/2/2025</b>	International Conference on Recent Innovations in Engineering and Technology 2025	<b>Connect Hotel Arlanda, Märsta</b>	Kỹ thuật công nghiệp CNTT & Công nghệ 2.000 – 5.000 đại biểu
<b>06 – 09/3/2025</b>	Antiques Fair 2025	<b>Stockholm Fair, Stockholm</b>	Nghệ thuật & Thủ công mỹ nghệ 7.000 lượt khách tham quan 250 nhà triển lãm
<b>15 – 16/7/2025</b>	International Conference on Agricultural and Natural Resources Engineering 2025	<b>Stockholm Fair, Stockholm</b>	Nông nghiệp & Lâm nghiệp 2.000 – 5.000 đại biểu
<b>24 – 25/9/2025</b>	Fastfood & Cafe & Restaurant Expo 2025	<b>Malmo Massan, Malmö</b>	Dịch vụ khách hàng 5.000 - 20.000 lượt khách tham quan 150 nhà triển lãm
<b>30/9 – 02/10/2025</b>	Senior Fair 2025	<b>Stockholm Fair, Stockholm</b>	Hậu cần & Vận tải Sức khỏe & Thể dục 20.000 - 50.000 lượt khách tham quan Hơn 500 nhà triển lãm
<b>09 – 10/10/2025</b>	Skin & Cosmetics 2025	<b>Nacka Strand Fair, Stockholm</b>	Thời trang & Làm đẹp 3.000 lượt khách tham quan 1.000 nhà triển lãm

## **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](mailto:itpc@itpc.gov.vn); [info@itpc.gov.vn](mailto:info@itpc.gov.vn)

Website: [www.itpc.hochiminhcity.gov.vn](http://www.itpc.hochiminhcity.gov.vn)

