



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

THỊ TRƯỜNG HÀN QUỐC

Thành phố Hồ Chí Minh 2025

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 53/GP - XBBT -
STTTT, ngày 27/12/2024
của Sở Thông tin
Truyền thông Tp.HCM



- 05 TỔNG QUAN VỀ THỊ TRƯỜNG HÀN QUỐC**
- 09 NHỮNG LƯU Ý KHI KINH DOANH TẠI THỊ TRƯỜNG HÀN QUỐC**
- 32 HOẠT ĐỘNG GIAO THƯƠNG GIỮA VIỆT NAM VÀ HÀN QUỐC**
- 45 HOẠT ĐỘNG ĐẦU TƯ GIỮA VIỆT NAM VÀ HÀN QUỐC**
- 47 NHỮNG THUẬN LỢI VÀ KHÓ KHĂN CỦA HÀNG VIỆT TẠI THỊ TRƯỜNG HÀN QUỐC**
- 52 CÁC SỰ KIỆN XÚC TIẾN THƯƠNG MẠI NỔI BẬT TẠI HÀN QUỐC**
- 54 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 Hàn Quốc 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



BỘ CÔNG THƯƠNG



kotra

Korea Trade-Investment
Promotion Agency



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 Hàn Quốc tại Thành phố
Hồ Chí Minh trong quá trình thực hiện ấn phẩm này.

THỊ TRƯỜNG HÀN QUỐC



TỔNG QUAN VỀ THỊ TRƯỜNG HÀN QUỐC



Thủ tướng Phạm Minh Chính và Thủ tướng Hàn Quốc Han Duck Soo chứng kiến trao Bản ghi nhớ giữa Bộ Kế hoạch và Đầu tư Việt Nam và Bộ Ngoại giao Hàn Quốc.

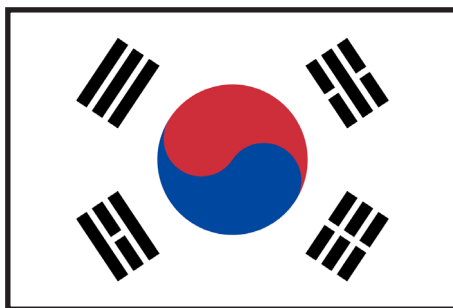
VỊ TRÍ ĐỊA LÝ – VĂN HÓA – XÃ HỘI

Tên đầy đủ: Đại Hàn Dân Quốc

Thủ đô: Seoul

Quốc khánh Hàn Quốc: Ngày 03 tháng 10

Vị trí địa lý: Hàn Quốc là một quốc gia thuộc Đông Á, nằm ở nửa phía nam của bán đảo Triều Tiên. Hàn Quốc là một bán đảo trải dài 1.000 km từ bắc tới nam, ở phần đông bắc của lục địa châu Á, nơi hải phận của bán đảo tiếp giáp với phần cực tây của Thái Bình Dương. Phía bắc bán đảo tiếp giáp với Trung Quốc và Nga. Phía Đông Hàn Quốc giáp với biển Nhật Bản, phía Tây là Hoàng Hải. Ngoài bán đảo chính còn có hơn 3.200 đảo nhỏ.



Diện tích: Tổng diện tích của Hàn Quốc là 99.720 km²

- Diện tích mặt đất: 96.920 km²
- Diện tích mặt nước: 2.800km²

Dân số: 52.081.799 người. (số liệu cập nhật năm 2024)

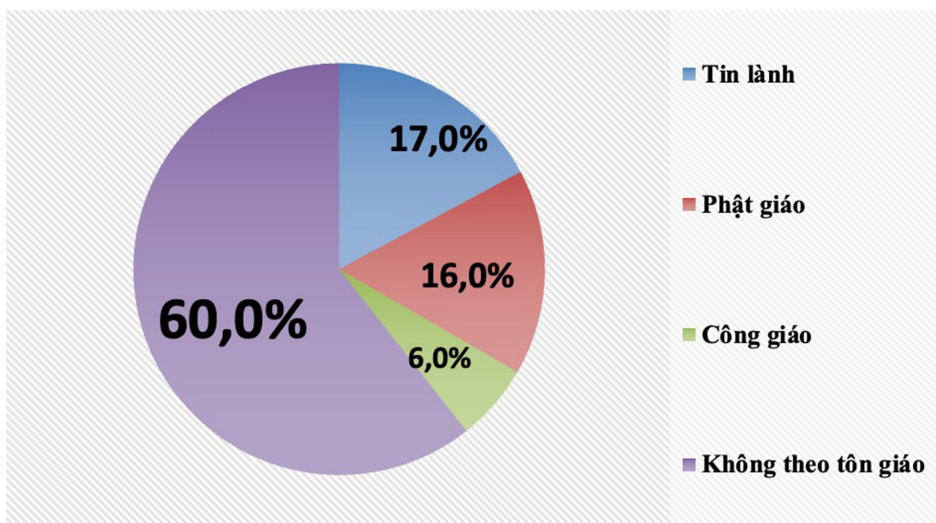
Hàn Quốc với khoảng 70% diện tích đất nước là đồi núi, dân số của đất nước chủ yếu tập trung ở các vùng đất thấp, nơi có mật độ dân số khá cao. Tỉnh Gyeonggi ở phía tây bắc, bao quanh thủ đô Seoul và có cảng Incheon, đây là tỉnh có mật độ dân số đông nhất. Gangwon ở phía đông bắc là nơi có ít dân nhất.

Tài nguyên thiên nhiên: than, vonfram, than chì, molybden, chì, tiềm năng thủy điện.

Dân tộc: người Hàn Quốc chiếm đa số, trừ một nhóm nhỏ người gốc Hoa (khoảng 20.000 người).

Tôn giáo: Tin lành 17%, Phật giáo 16%, Công giáo 6%, không có 60%.

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



Ngôn ngữ: tiếng Hàn Quốc, ngoài ra tiếng Anh cũng được dạy rộng rãi ở các trường phổ thông.

Tiền tệ: Tiền Hàn Quốc là đồng Won được Hàn Quốc sử dụng chính thức ngày 9/6/1962 với tên đầy đủ là Won Đại Hàn Dân Quốc. Mã ISO 4217 của đồng Won là KRW.



TỔNG QUAN NỀN KINH TẾ

Hàn Quốc, nền kinh tế lớn thứ 13 thế giới và là nước đi đầu trong các ngành công nghiệp công nghệ cao. Tuy nhiên, sau khi thoát khỏi đại dịch, tăng trưởng kinh tế của Hàn Quốc tương đối chậm, ghi nhận mức tăng trưởng 4,6% vào năm 2021 và 2,7% vào năm 2022. Nền kinh tế Hàn Quốc đang phải đối mặt với nhiều trở ngại trên nhiều mặt trận, bao gồm nỗ lực kiểm soát chi tiêu của chính phủ, lạm phát và dân số giảm.

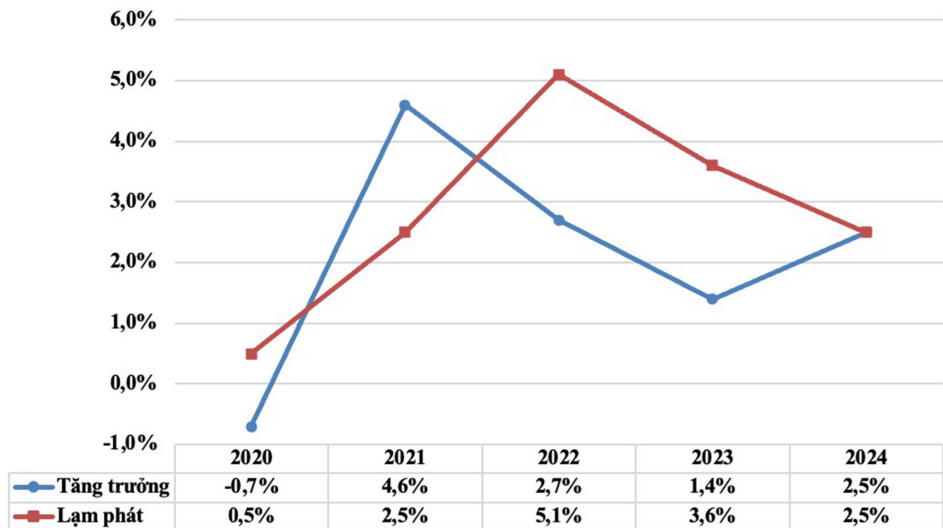
Các ngành công nghiệp mà Chính phủ Hàn Quốc nhắm tới bao gồm chăm sóc sức khỏe (thiết bị y tế, dược phẩm và công nghệ sinh học), hóa chất công nghiệp, linh kiện công nghệ thông tin (IT), sản xuất chất bán dẫn, hàng không vũ trụ và quốc phòng, năng lượng, công nghệ môi trường và giao thông vận tải (bao gồm cả việc phục hồi ngành đóng tàu).

Sự tăng trưởng nhanh chóng của Hàn Quốc trong vài thập kỷ qua phần lớn là nhờ xuất khẩu hàng điện tử và thiết bị viễn thông, giúp quốc gia này có được danh tiếng là trung tâm sản xuất và đổi mới sáng tạo hàng đầu toàn cầu. Quốc gia này nắm giữ vị trí nổi bật trong một số ngành công nghiệp toàn cầu lớn, chẳng hạn như năng lượng hạt nhân, điện tử tiêu dùng và công nghệ sinh học, đồng thời đặt mục tiêu trở thành một thế lực lớn trong một số lĩnh vực khác, bao gồm công nghệ lưới điện thông minh, Internet vạn vật (IoT) và robot.

Chất bán dẫn, là mặt hàng xuất khẩu lớn nhất của Hàn Quốc, phần lớn được hưởng lợi từ nhu cầu cao trên toàn cầu, đặc biệt là từ sự phát triển nhanh chóng của công nghệ trí tuệ nhân tạo. Xuất khẩu chất bán dẫn bộ nhớ đạt 8,8 tỷ USD vào tháng 6 năm 2024, chiếm 65,8% tổng kim ngạch xuất khẩu chất bán dẫn.

Tăng trưởng GDP và mức lạm phát

(Nguồn: IMF, World Economic Outlook Database)



NHỮNG LƯU Ý KHI KINH DOANH TẠI THỊ TRƯỜNG HÀN QUỐC

THÁCH THỨC THỊ TRƯỜNG VỀ RÀO CẢN PHI THUẾ QUAN



Hàn Quốc là một trong những thị trường xuất khẩu quan trọng của Việt Nam, đặc biệt với các ngành hàng như nông sản, thủy sản, dệt may và điện tử. Tuy nhiên, ngoài các yếu tố về thuế quan, doanh nghiệp Việt Nam còn phải đối mặt với nhiều rào cản phi thuế quan khắt khe từ phía Hàn Quốc. Dưới đây là những trở ngại chính mà doanh nghiệp cần lưu ý khi tiếp cận thị trường này.

➤ **Rào cản kỹ thuật và tiêu chuẩn chất lượng**

Hàn Quốc áp dụng các quy định rất nghiêm ngặt về tiêu chuẩn kỹ thuật và chất lượng đối với hàng hóa nhập khẩu. Đối với các sản phẩm nông sản, thực phẩm, yêu cầu về kích thước, hình dáng, màu sắc, hàm lượng dinh dưỡng và phương pháp bảo quản đều được quy định chặt chẽ. Những tiêu chí này đôi khi còn cao hơn so với tiêu chuẩn quốc tế, đòi hỏi doanh nghiệp Việt Nam phải có sự điều chỉnh phù hợp.

Ngoài ra, việc kiểm tra các chỉ tiêu vi sinh, dư lượng thuốc bảo vệ thực vật và kim loại nặng trong thực phẩm nhập khẩu cũng được thực hiện nghiêm ngặt. Nếu phát hiện vi phạm, hàng hóa có thể bị từ chối nhập khẩu hoặc bị trả lại, gây thiệt hại đáng kể về tài chính và uy tín của doanh nghiệp.

➤ **Hạn ngạch nhập khẩu và thuế suất ngoài hạn ngạch**

Mặc dù Hiệp định Thương mại Tự do Việt Nam - Hàn Quốc (VKFTA) đã giúp nhiều mặt hàng được hưởng thuế suất ưu đãi, nhưng một số sản phẩm vẫn bị giới hạn về hạn ngạch nhập khẩu.

Ví dụ, mặt hàng tôm của Việt Nam chịu mức thuế suất nhập khẩu 20% nếu không nằm trong hạn ngạch. Để hưởng thuế suất ưu đãi, doanh nghiệp phải tham gia đấu giá hạn ngạch với mức phí dao động từ 14-16% giá trị lô hàng. Điều này tạo ra sự cạnh tranh gay gắt giữa các doanh nghiệp xuất khẩu, đồng thời làm tăng chi phí xuất khẩu, ảnh hưởng đến khả năng cạnh tranh của sản phẩm Việt Nam trên thị trường Hàn Quốc.

➤ **Thủ tục hành chính và chứng nhận xuất xứ**



Việc xuất khẩu hàng hóa vào Hàn Quốc đòi hỏi doanh nghiệp phải tuân thủ nhiều thủ tục hành chính phức tạp, bao gồm:

Xác định mã HS: Mã HS của hàng hóa tại Hàn Quốc có thể khác so với hệ thống của Việt Nam hoặc các thị trường khác, gây khó khăn trong việc áp mã thuế chính xác.

Giấy chứng nhận xuất xứ (C/O): Để hưởng ưu đãi thuế quan theo VKFTA, doanh nghiệp phải có chứng nhận xuất xứ phù hợp và đáp ứng đầy đủ yêu cầu về nguyên liệu đầu vào, quy trình sản xuất.

Yêu cầu về nhãn mác và bao bì: Hàn Quốc có quy định rất nghiêm ngặt về việc ghi nhãn sản phẩm, đặc biệt là các thông tin liên quan đến thành phần, nguồn gốc nguyên liệu, hạn sử dụng và hướng dẫn sử dụng bằng tiếng Hàn.

Nếu không tuân thủ đúng các quy định này, hàng hóa có thể bị từ chối nhập khẩu hoặc bị xử phạt.

➤ **Yêu cầu về lao động và trách nhiệm xã hội**

Bên cạnh các yếu tố về chất lượng sản phẩm, Hàn Quốc cũng đặc biệt quan tâm đến tiêu chuẩn lao động và trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp xuất khẩu. Các yêu cầu này có thể bao gồm:

Điều kiện làm việc của người lao động, đảm bảo không có lao động cưỡng bức hoặc lao động trẻ em.

Chính sách bảo vệ môi trường trong quá trình sản xuất.

Trách nhiệm đối với cộng đồng và xã hội.

Các tiêu chuẩn này không chỉ tác động đến khả năng xuất khẩu mà còn ảnh hưởng đến hình ảnh và uy tín của doanh nghiệp trên thị trường quốc tế.

Để thành công trong việc xuất khẩu hàng hóa sang Hàn Quốc, doanh nghiệp Việt Nam cần chủ động nắm bắt và tuân thủ các quy định về tiêu chuẩn kỹ thuật, an toàn thực phẩm, kiểm dịch, hạn ngạch nhập khẩu và thủ tục hành chính. Đồng thời, cần đầu tư vào nâng cao chất lượng sản phẩm, cải tiến quy trình sản xuất và xây dựng chiến lược kinh doanh phù hợp để đáp ứng các yêu cầu khắt khe của thị trường này.

Việc hợp tác với các chuyên gia tư vấn, đơn vị kiểm định chất lượng và các tổ chức xúc tiến thương mại cũng là một giải pháp quan trọng để giúp doanh nghiệp vượt qua những rào cản phi thuế quan và mở rộng thị phần tại Hàn Quốc.

CƠ HỘI THỊ TRƯỜNG

Hàn Quốc là một thị trường phát triển nhanh, nơi những ý tưởng và xu hướng mới được thử nghiệm và được thị trường chấp nhận nhanh chóng. Thu nhập người dân Hàn Quốc tăng đang tạo ra nhu cầu về thực phẩm đa dạng và chất lượng. Ngoài ra Hàn Quốc

phụ thuộc rất nhiều vào thực phẩm và nông sản nhập khẩu. Người tiêu dùng tại Hàn Quốc theo dõi chặt chẽ các xu hướng thực phẩm quốc tế. Các nhà bán lẻ hiện đại quy mô lớn cung cấp môi trường tiếp thị hiệu quả hơn cho các sản phẩm nhập khẩu.

Xu hướng hiện nay là người tiêu dùng Hàn Quốc quan tâm đến an toàn vệ sinh thực phẩm.

Hàn Quốc là một nền kinh tế theo định hướng công nghệ tiên tiến, vốn có thể tận dụng và tạo ra nhu cầu công nghệ sáng tạo đáng kể cho đất nước. Hàn Quốc đã thực hiện một số dự án lớn nhằm đưa đất nước thành trung tâm kinh doanh quốc tế của khu vực Đông Bắc Á, cũng như trở thành trung tâm tài chính và hậu cần lớn.

YÊU CẦU CHỨNG TỪ VÀ CÁC QUY ĐỊNH NHẬP KHẨU

Hàn Quốc duy trì hệ thống khai báo nhập khẩu cho phép giải phóng hàng hóa ngay lập tức sau khi chấp nhận tờ khai nhập khẩu được nộp mà không phát sinh gì. Ngoại trừ các mặt hàng có nguy cơ cao liên quan đến sức khỏe cộng đồng và vệ sinh, an ninh quốc gia và môi trường, thường yêu cầu thêm tài liệu và thử nghiệm kỹ thuật, hàng hóa do các công ty không có hồ sơ vi phạm luật thương mại nhập khẩu sẽ được giải phóng sau khi chấp nhận tờ khai nhập khẩu mà không cần kiểm tra Hải quan.

Đối với hàng hóa thuộc diện nhập khẩu thông thường, các chứng từ mà nhà nhập khẩu phải nộp cho cơ quan Hải quan bao gồm:

- Hóa đơn thương mại
- Phiếu đóng gói
- Vận đơn
- Chứng nhận xuất xứ hàng hóa (C/O): Nếu hàng hóa muốn được hưởng ưu đãi thuế quan theo các FTA giữa Việt Nam với Hàn Quốc thì phải nộp loại C/O tương ứng (Với VKFTA là C/O mẫu VK, AKFTA là C/O mẫu AK, RCEP là C/O mẫu RCEP) do cơ quan có thẩm quyền của Việt Nam cấp

Đối với các loại hàng hóa thuộc diện kiểm soát đặc thù, ngoài các chứng từ kể trên, doanh nghiệp sẽ phải nộp thêm một số chứng từ bắt buộc tùy từng loại hàng hóa, chẳng hạn:

- Chứng nhận an toàn KC (KC Safety certification) đối với 03 nhóm hàng hóa, bao gồm:
 - + Đồ điện (thiết bị hình ảnh và âm thanh; sản phẩm chiếu sáng, màn hình máy tính, máy hút bụi, bàn là, máy in, máy rửa bát...),
 - + Đồ gia dụng (nồi áp suất, sàn nhựa PVC, mũ bảo hiểm, ván trượt, giày patin, xe đẩy hàng...)
 - + Sản phẩm cho trẻ em và trẻ sơ sinh (đồ chơi, nôi, xe đẩy, xe đạp, quần áo, đồ dùng học tập...)

- Giấy chứng nhận hun trùng (Fumigation/Heat Treatment Certification) do cơ quan có thẩm quyền nước xuất khẩu cấp, áp dụng đối với các hàng hóa có nguy cơ chứa các vi trùng có hại (mối, mọt, nấm mốc...) hoặc bì đóng gói hàng hóa có nguồn gốc từ gỗ (pallet)...
- Chứng nhận kiểm dịch động vật, thực vật do cơ quan có thẩm quyền nước xuất khẩu cấp, áp dụng đối với các sản phẩm động vật và thực vật chưa qua chế biến.

CHÍNH SÁCH THƯƠNG MẠI



Dệt may là một trong những mặt hàng xuất khẩu chủ lực từ Việt Nam sang Hàn Quốc.

Hàn Quốc áp dụng mức Thuế giá trị gia tăng (VAT) cố định là 10% đối với tất cả hàng nhập khẩu và hàng sản xuất trong nước. Thuế tiêu thụ đặc biệt từ 10% -20% cũng được áp dụng đối với việc nhập khẩu một số mặt hàng xa xỉ và hàng tiêu dùng bền. Thuế quan và thuế phải được thanh toán bằng Won Hàn Quốc trong vòng 15 ngày sau khi hàng hóa đã thông quan.

➤ Định giá hải quan

Thuế được đánh giá trên cơ sở Chi phí-Bảo hiểm-Cước vận chuyển (CIF). Phương thức đánh giá hải quan chính là phương pháp giá trị giao dịch. Có thể sử dụng các phương



pháp khác theo hệ thống phân cấp thẩm định của WTO nếu có nghi ngờ về phương pháp định giá của Hải quan Hàn Quốc đối với giá trị đã nêu.

Thuế giá trị gia tăng là 10% được áp dụng đối với hàng nhập khẩu dựa trên giá trị hải quan cộng với thuế.

Tổng kim ngạch xuất khẩu hàng hóa và dịch vụ đóng góp khoảng 44% vào GDP của quốc gia này vào năm 2023. Trước đây, chính sách thương mại của Hàn Quốc tập trung nhiều vào kiểm soát nhập khẩu và thúc đẩy tăng trưởng xuất khẩu. Tuy nhiên, chính phủ Hàn Quốc đã sửa đổi chính sách thương mại của mình theo hướng trung lập hơn, bao gồm việc ký kết các hiệp định thương mại tự do (FTA) với các quốc gia khác. Tuy nhiên, vẫn còn một số rào cản thương mại đáng chú ý.

Mức thuế quan tối huệ quốc (MFN) của Hàn Quốc là 6,5% trung bình đối với các sản phẩm phi nông nghiệp vào năm 2023. Chính phủ duy trì cơ chế bảo hộ để có thể áp dụng mức thuế quan cao đối với một số sản phẩm nhất định, bảo vệ các ngành công nghiệp địa phương dễ bị cạnh tranh toàn cầu. Ví dụ, một số sản phẩm nông nghiệp phải chịu mức thuế trên 100%. Một số sản phẩm phi nông nghiệp, chẳng hạn như da và giày dép, bị đánh thuế lên tới 16%.

Chính phủ Hàn Quốc duy trì hệ thống hạn ngạch thuế quan được thiết kế để ổn định một số thị trường hàng hóa trong nước. Từ năm 2015, chính phủ đã áp dụng mức thuế 513% đối với gạo nhập khẩu vượt quá hạn ngạch 408.700 tấn một năm để hỗ trợ sản xuất gạo trong nước.

Ngoài thuế quan, hàng nhập khẩu còn phải chịu thuế giá trị gia tăng (VAT) là 10% cố định trên giá thành, cước phí vận chuyển và giá bảo hiểm cộng với thuế hải quan. Thuế tiêu thụ đặc biệt hoặc thuế tiêu dùng cá nhân, dao động từ 10% đến 20%, cũng được đánh vào một số mặt hàng tiêu dùng xa xỉ và bền.

Hàn Quốc duy trì thủ tục và hồ sơ nhập khẩu đơn giản hóa. Hầu hết hàng hóa có thể được nhập khẩu mà không cần giấy phép, ngoại trừ các mặt hàng bị hạn chế vì lý do sức khỏe hoặc an ninh. Tất cả các sản phẩm xuất khẩu hàng đầu của Hồng Kông đều có thể được nhập khẩu tự do vào Hàn Quốc.

Vào năm 2024, để tăng cường cạnh tranh, các mức giảm thuế quan mới sẽ được áp dụng đối với nguyên liệu thô của một số ngành tăng trưởng được lựa chọn, chẳng hạn như chất bán dẫn, pin thứ cấp, ô tô và thép, cùng nhiều ngành khác.

Nguồn: WTO – Đánh giá chính sách thương mại

Đối với hàng Việt Nam nhập khẩu vào Hàn Quốc, có 4 lựa chọn về thuế quan, mỗi lựa chọn tương ứng với một mức thuế và các điều kiện hưởng mức thuế nhất định. Nhà nhập khẩu sẽ căn cứ vào điều kiện cụ thể của hàng hóa để chọn thuế quan phù hợp và có lợi nhất cho mình. Cụ thể:

- **Thuế MFN:** Đây là mức thuế Hàn Quốc áp dụng đối với hàng hóa đến từ các nước thành viên WTO. Mức thuế này do Hàn Quốc quyết định nhưng phải bảo đảm tuân thủ mức cam kết trong WTO và không có điều kiện nào kèm theo. Việt Nam là thành viên WTO, do đó hàng hóa của Việt Nam đương nhiên được hưởng mức thuế này mà không cần đáp ứng điều kiện gì.
- **Thuế AKFTA:** Đây là mức thuế ưu đãi Hàn Quốc dành cho hàng hóa từ các thành viên Hiệp định AKFTA, bao gồm các nước ASEAN. Mức thuế ưu đãi do Hàn Quốc quyết định nhưng không được thấp hơn mức đã cam kết trong AKFTA. Quy tắc xuất xứ để được hưởng mức thuế ưu đãi phải tuân thủ cam kết thống nhất trong AKFTA về quy tắc xuất xứ.
- **Thuế VKFTA:** Đây là mức thuế ưu đãi Hàn Quốc dành cho hàng hóa từ Việt Nam theo Hiệp định VKFTA. Mức thuế ưu đãi do Hàn Quốc quyết định nhưng không được thấp hơn mức đã cam kết trong VKFTA. Quy tắc xuất xứ để được hưởng mức thuế ưu đãi phải tuân thủ cam kết thống nhất trong VKFTA về quy tắc xuất xứ.
- **Thuế RCEP:** Trong RCEP, Hàn Quốc có biểu cam kết thuế quan riêng dành cho hàng hóa từ các nước thành viên ASEAN (trong đó có Việt Nam). Mức thuế ưu đãi RCEP thực tế sẽ do Hàn Quốc quyết định nhưng không được thấp hơn mức đã cam kết trong RCEP. Để được hưởng mức thuế ưu đãi theo Hiệp định RCEP, hàng hóa phải đảm bảo đáp ứng được quy tắc xuất xứ và có chứng nhận xuất xứ theo thủ tục cấp giấy chứng nhận xuất xứ của Hiệp định.

➤ Các loại thuế khác

Ngoài thuế quan nhập khẩu, hàng hóa nhập khẩu vào Hàn Quốc bị áp các loại thuế khác như:

Thuế giá trị gia tăng (VAT): Hàng hóa nhập khẩu vào Hàn Quốc phải chịu thuế VAT là 10% - mức thuế này áp dụng chung cho tất cả các hàng hóa nhập khẩu vào Hàn Quốc.

Thuế tiêu thụ đặc biệt (Excise tax): Một số loại hàng hóa xa xỉ và hàng tiêu dùng lâu bền phải chịu thuế tiêu thụ đặc biệt từ 10% đến 20% khi vào thị trường Hàn Quốc (Ví dụ: đồ trang sức, kim loại quý, đồ golf, đồ lông thú, du thuyền... sẽ chịu mức thuế suất 20%; 15% đối với tủ lạnh, máy giặt, TV... và 10% đối với đồ uống và các sản phẩm sức khỏe...)

Thuế chống bán phá giá, thuế chống trợ cấp và thuế tự vệ: Một số hàng hóa nhập khẩu vào Hàn Quốc sẽ bị áp dụng thuế chống bán phá giá, chống trợ cấp hoặc tự vệ nếu chúng thuộc phạm vi áp dụng của các loại thuế này.

CÁC QUY ĐỊNH VỀ NHÃN MẮC VÀ ĐÁNH DẤU

Hàn Quốc có các yêu cầu cụ thể về nhãn và đánh dấu đối với một số sản phẩm nhất định, chẳng hạn như dược phẩm, cũng như đối với thực phẩm hữu cơ, thực phẩm chức năng và thực phẩm được sản xuất thông qua công nghệ sinh học. Các sửa đổi được đề xuất đối với Đạo luật Tái chế vào tháng 8 năm 2020 và tháng 11 năm 2020 sẽ yêu cầu thử nghiệm trước khi ra mắt vật liệu đóng gói và dán nhãn các sản phẩm điện tử nhỏ để đảm bảo tuân thủ các yêu cầu về bao bì đã chỉ định, mặc dù Đạo luật Tái chế chưa được thông qua. Hàn Quốc yêu cầu thông tin được cung cấp trên nhãn tiếng Anh phải khớp với nhãn tiếng Hàn.

Liên quan đến các yêu cầu nhập khẩu thực phẩm và nông nghiệp, các yêu cầu chung về nhãn và đánh dấu có thể được tìm thấy trên trang web của Cơ quan Nông nghiệp Nước ngoài tại FAIRS Country.

Yêu cầu phải dán nhãn quốc gia xuất xứ đối với các lô hàng thương mại nhập vào Hàn Quốc. Cơ quan Hải quan Hàn Quốc (KCS) công bố danh sách các yêu cầu về nhãn quốc gia xuất xứ theo số Mã Hệ thống Hải hòa.

➤ Yêu cầu về nhãn hiệu xuất xứ

Bộ Thương mại, Công nghiệp và Năng lượng Hàn Quốc (MOTIE) cấp Dấu chứng nhận Hàn Quốc (Dấu KC) cho các mặt hàng thuộc thẩm quyền của mình, trước đây bao gồm các dấu hiệu chứng nhận bắt buộc cho 13 danh mục, nhiều trong số đó trùng lặp về

quy trình và chức năng thử nghiệm. Việc hợp nhất các dấu hiệu này thành Dấu KC đảm bảo rằng các công ty, cả Hàn Quốc và nước ngoài, sẽ tiết kiệm được thời gian và chi phí do giảm sự trùng lặp được đưa vào hệ thống mới.

Các yêu cầu về nhãn hiệu và dấu hiệu tiếp theo đối với các sản phẩm cụ thể, chẳng hạn như dược phẩm và thực phẩm, được quy định cụ thể từ các cơ quan Chính phủ Hàn Quốc chịu trách nhiệm về các mặt hàng này. Nhãn tiếng Hàn, ngoại trừ dấu hiệu xuất xứ phải được hiển thị tại thời điểm thông quan, có thể được gắn tại địa phương trên các sản phẩm, trước hoặc sau khi thông quan.

QUY ĐỊNH VỀ AN TOÀN THỰC PHẨM, KIỂM DỊCH

Hàn Quốc áp dụng Hiệp định về Hàng rào kỹ thuật đối với thương mại (TBT) và Hiệp định về Áp dụng các biện pháp kiểm dịch động thực vật (SPS). Theo đó, tất cả các mặt hàng nông sản và thực phẩm xuất khẩu sang Hàn Quốc phải tuân thủ nghiêm ngặt các quy định về kiểm dịch và an toàn thực phẩm.



Ớt cay là mặt hàng phải kiểm tra khi vào Hàn Quốc.

Ví dụ, với mặt hàng thủy sản, Hàn Quốc yêu cầu kiểm tra dư lượng kháng sinh, hóa chất bảo quản và chỉ chấp nhận những sản phẩm từ các cơ sở đã được cơ quan thẩm

quyền Việt Nam cấp phép xuất khẩu. Trong khi đó, với trái cây tươi, doanh nghiệp phải thực hiện các biện pháp xử lý kiểm dịch như chiếu xạ hoặc hấp hơi nước để đảm bảo không có sinh vật gây hại trước khi xuất khẩu.

Ngày 11/11/2024, Hàn Quốc đã gửi Thông báo số G/SPS/N/KOR/212 lên WTO về việc sửa đổi danh sách đối tượng kiểm dịch. Theo đó, Cơ quan kiểm dịch động thực vật (APQA) và Bộ Nông nghiệp, Lương thực và Nông thôn Hàn Quốc (MAFRA) đã sửa đổi danh sách đối tượng kiểm dịch dựa trên kết quả phân tích rủi ro dịch hại (PRA) phù hợp với quy định tại Điều 4, Điều 6 của Pháp lệnh Bộ trưởng về Luật Bảo vệ thực vật.

APQA thông báo bổ sung 36 loài gây hại vào danh sách kiểm dịch sâu bệnh vào tháng 6 năm 2025.

HÀNG HÓA NHẬP KHẨU TẠM THỜI



Sản phẩm chuối tươi Việt Nam được chính thức phân phối tại chuỗi siêu thị Lotte Mart trên toàn Hàn Quốc.

Nếu VAT (10%) và thuế quan áp dụng cho một sản phẩm và được đưa vào Hàn Quốc dưới dạng nhập cảnh tạm thời, Hải quan Hàn Quốc sẽ thu một khoản thế chấp bằng tổng số tiền phải trả và sẽ chỉ giải phóng khoản thế chấp này sau khi sản phẩm đã

rời khỏi Hàn Quốc (thường là sau 03 tháng). Hàn Quốc có 3 loại khu vực bảo lãnh, nơi hàng hóa có thể tạm thời nhập cảnh vào Hàn Quốc để lưu trữ, sản xuất, chế biến, bán, xây dựng hoặc triển lãm mà không cần thông quan Hải quan. Ba loại khu vực bảo lãnh là:

- Khu vực bảo lãnh được chỉ định (là khu vực lưu trữ được chỉ định và khu vực kiểm tra Hải quan);
- Khu vực bảo lãnh được cấp bằng sáng chế (kho bảo lãnh, nhà máy bảo lãnh, địa điểm triển lãm được cấp bằng sáng chế, địa điểm xây dựng được cấp bằng sáng chế và cửa hàng bán hàng được cấp bằng sáng chế);
- Khu vực bảo lãnh toàn diện (tất cả thời điểm hoạt động trong năm của khu vực bảo lãnh được cấp bằng sáng chế đều có thể được thực hiện toàn diện tại cùng một địa điểm). Thuế chỉ được thanh toán khi hàng hóa được thông quan Hải quan.

Thời hạn lưu trữ hàng hóa trong kho bảo lãnh được chỉ định là 06 tháng và kho bảo lãnh được cấp bằng sáng chế là 1 năm. Phí lưu kho tương đối cao và khả năng có kho bảo lãnh để duy trì hàng tồn kho bị hạn chế. Thời hạn lưu kho không áp dụng cho việc lưu kho động vật hoặc thực vật sống, hàng hóa dễ hỏng hoặc các hàng hóa khác có thể gây hư hỏng cho hàng hóa khác hoặc kho. Người thu thuế hải quan không chịu trách nhiệm đối với hàng hóa trong khi chúng được lưu kho tại các cơ sở của Hải quan.

Hàng hóa nhập khẩu vào Hàn Quốc cho mục đích triển lãm phải được lưu kho tại khu vực bảo lãnh. Ví dụ, Trung tâm triển lãm Hàn Quốc (COEX) là một khu vực bảo lãnh.

HÀNG HÓA CẤM VÀ HẠN CHẾ NHẬP KHẨU

Súng, ma túy, khiêu dâm, tài liệu phản động, tài liệu phản quốc và hàng giả bị cấm nhập vào Hàn Quốc.

XU HƯỚNG TIÊU DÙNG CỦA NGƯỜI HÀN QUỐC

Trước đại dịch Covid-19, hành vi tiêu dùng của người dân Hàn Quốc chịu ảnh hưởng bởi nhiều yếu tố như sự phát triển công nghệ, nhân khẩu học, văn hóa và chính sách kinh tế. Xu hướng tiêu dùng tại Hàn Quốc mang đậm dấu ấn của công nghệ, tiện ích, xa xỉ phẩm, ảnh hưởng từ K-pop, lối sống lành mạnh và sự quan tâm đến môi trường.

Dưới đây là một số yếu tố ảnh hưởng đến văn hóa tiêu dùng nổi bật tại Hàn Quốc giai đoạn trước năm 2020:

➤ **Sự phát triển mạnh của thương mại điện tử**

Hàn Quốc là một trong những thị trường thương mại điện tử phát triển nhanh nhất thế giới. Trước đại dịch, tỷ lệ mua sắm trực tuyến đã tăng trưởng mạnh, đặc biệt là trong các ngành hàng như thời trang, mỹ phẩm, điện tử và thực phẩm.

Các nền tảng lớn như Coupang, Gmarket, 11st Street ngày càng phổ biến nhờ dịch vụ giao hàng nhanh (Coupang Rocket Delivery), giúp người tiêu dùng có trải nghiệm thuận tiện hơn.

Thanh toán điện tử và ví điện tử như KakaoPay, Naver Pay trở nên phổ biến, thay thế dần tiền mặt.

➤ **Tiêu dùng dựa trên công nghệ & tiện ích**

Sự phát triển của AI, dữ liệu lớn (Big Data) giúp các nền tảng thương mại và thương hiệu cá nhân hóa trải nghiệm mua sắm cho khách hàng.

Xu hướng O2O (Online to Offline) phát triển mạnh: Người tiêu dùng có xu hướng tìm kiếm sản phẩm trực tuyến trước khi mua hàng trực tiếp tại cửa hàng.

Các mô hình siêu thị không người bán như GS25 Unmanned Store hay Emart24 Smart Store bắt đầu xuất hiện, cho thấy xu hướng giảm bớt sự tương tác với nhân viên bán hàng.

➤ **Sự trỗi dậy của ngành mỹ phẩm và chăm sóc sức khỏe**

Trước Covid-19, Hàn Quốc đã nổi tiếng với ngành công nghiệp làm đẹp. Người tiêu dùng, đặc biệt là giới trẻ, có xu hướng quan tâm đến sản phẩm mỹ phẩm thiên nhiên, sạch, không chứa hóa chất độc hại.

Sự phổ biến của "K-Beauty", với những thương hiệu như Innisfree, Laneige, Sulwhasoo, giúp thị trường nội địa tăng trưởng mạnh mẽ.

Làn sóng "Healthy Living" thúc đẩy tiêu dùng thực phẩm chức năng, sản phẩm hữu cơ, đặc biệt là nhân sâm, trà xanh và collagen.

➤ **Xu hướng tiêu dùng xa xỉ và “Channelization”**

Trước đại dịch, người tiêu dùng Hàn Quốc, đặc biệt là giới trẻ và tầng lớp trung lưu, ưu tiên mua hàng xa xỉ hơn bao giờ hết.

Các thương hiệu như Chanel, Louis Vuitton, Gucci trở thành biểu tượng thể hiện đẳng cấp, dẫn đến xu hướng "Channelization" – nghĩa là sẵn sàng chi tiêu mạnh tay để sở hữu hàng hiệu.

Hình thức mua sắm "Resale" (bán lại) cũng phát triển, giúp người tiêu dùng tiếp cận sản phẩm cao cấp với giá tốt hơn.

➤ **Ảnh hưởng từ văn hóa K-pop & K-drama**



Giá buổi xuất khẩu sang Hàn Quốc trung bình đạt 2,4 USD/kg.

Trước Covid-19, làn sóng Hallyu (Hàn lưu) bùng nổ mạnh mẽ, ảnh hưởng trực tiếp đến hành vi tiêu dùng.

Người tiêu dùng dễ bị tác động bởi xu hướng thời trang, mỹ phẩm, thực phẩm mà các idol K-pop hoặc diễn viên nổi tiếng quảng bá.

Các thương hiệu Hàn Quốc hợp tác với celebrities & influencers để ra mắt các sản phẩm phiên bản giới hạn, tạo hiệu ứng FOMO (Fear of Missing Out).

➤ **Sự chuyển dịch trong tiêu dùng thực phẩm & dịch vụ ăn uống**

Sự gia tăng của "HMR" (Home Meal Replacement - bữa ăn thay thế nấu tại nhà): Người tiêu dùng ưa chuộng đồ ăn chế biến sẵn nhưng vẫn đảm bảo dinh dưỡng.

Dịch vụ giao đồ ăn phát triển mạnh với sự thống trị của các ứng dụng như Baemin, Yogiyo, Coupang Eats.

Các quán cà phê theo chủ đề & Instagrammable trở thành điểm đến phổ biến của giới trẻ, thay vì chỉ tập trung vào chất lượng đồ uống.

➤ Tiêu dùng bền vững & bảo vệ môi trường

Trước năm 2020, nhận thức về bảo vệ môi trường bắt đầu gia tăng, người tiêu dùng quan tâm đến bao bì thân thiện với môi trường, sản phẩm tái chế, hạn chế rác thải nhựa.

Các thương hiệu thời trang nhanh như Zara, H&M ra mắt các dòng sản phẩm thời trang bền vững để đáp ứng nhu cầu này.

Người tiêu dùng ưa chuộng các sản phẩm hữu cơ, mỹ phẩm thuần chay (vegan beauty) và thời trang không thử nghiệm trên động vật.

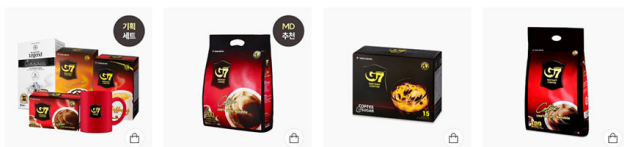
Sau đại dịch Covid-19, hành vi tiêu dùng của người dân Hàn Quốc có nhiều thay đổi rõ rệt, chịu ảnh hưởng bởi các yếu tố như suy thoái kinh tế, sự phát triển mạnh mẽ của công nghệ, nhận thức về sức khỏe và môi trường. Dưới đây là những xu hướng tiêu dùng nổi bật sau đại dịch:

➤ Làm việc từ xa và ảnh hưởng đến hành vi tiêu dùng



BEST SELLER

블랙커피 카피믹스 카푸치노 분쇄커피



Cà phê hòa tan Việt Nam rất được du khách Hàn Quốc ưa chuộng.

Làm việc tại nhà (WFH - Work From Home) dẫn đến xu hướng đầu tư vào nội thất & thiết bị gia đình, đặc biệt là bàn làm việc thông minh, ghế công thái học, đèn chống cận.

Sự phát triển của "Home Café Culture": Người tiêu dùng mua sắm nhiều thiết bị pha chế cà phê như máy pha cà phê capsule, máy xay cà phê chuyên nghiệp để tái tạo trải nghiệm quán cà phê tại nhà.

Tiêu dùng đồ ăn tiện lợi tăng mạnh, đặc biệt là HMR (Home Meal Replacement), ready-to-eat food và đồ ăn healthy tại nhà.

➤ **Ngoài các yếu tố nêu trên, 4 xu hướng mới ở Hàn Quốc doanh nghiệp Việt xuất khẩu cần chú ý**

Thị trường Hàn Quốc hiện có xu hướng thực phẩm giản tiện thay thế bữa ăn gia đình với các sản phẩm ăn liền và sản phẩm tốt cho sức khỏe, xu hướng bảo vệ môi trường, mô hình quản trị ESG trong quy trình sản xuất. Đây là 4 xu hướng tiêu dùng đang rất rõ nét tại thị trường Hàn Quốc mà doanh nghiệp Việt cần lưu ý:

- Thực phẩm tiện ích thay thế bữa ăn, tốt cho sức khỏe, tăng sức đề kháng đang hot trên thị trường Hàn Quốc. Trong đó, xu hướng thực phẩm tiện ích thay thế bữa ăn gia đình với các sản phẩm ăn liền, dễ nấu, dễ ăn đang tăng trưởng nhanh chóng tại Hàn Quốc, nhất là 5 năm trở lại đây. Trong đó, dung lượng thị trường của dòng sản phẩm này hiện đạt gần 2,5 tỷ USD.
- Cùng với đó là sự lên ngôi của sản phẩm tốt cho sức khỏe, tăng sức đề kháng như sản phẩm organic. Với dòng sản phẩm này, doanh nghiệp nên tập trung vào phân khúc sản phẩm dành cho người già và trẻ em. Đây tuy không phải phân khúc có đối tượng tiêu thụ lớn nhưng là thị trường tiềm năng.
- Xu hướng bảo vệ môi trường rất rõ rệt với bao bì đóng gói hạn chế sử dụng nguyên liệu từ nhựa và những quy định về vệ sinh an toàn thực phẩm, quy định, quy trình kiểm dịch. Trước đây sản phẩm tiêu thụ trên thị trường Hàn Quốc được thiết kế cầu kỳ nhưng hiện nay sản phẩm thậm chí không cần nhãn mác.
- Bên cạnh đó là xu hướng tiêu dùng sản phẩm thay thế thịt, bảo vệ môi trường với bao bì đóng gói hạn chế sử dụng nguyên liệu từ nhựa, mô hình quản trị ESG (là một bộ tiêu chuẩn để đo lường các yếu tố liên quan đến phát triển bền vững và ảnh hưởng của doanh nghiệp đến cộng đồng). Người tiêu dùng Hàn Quốc quan tâm đến vấn đề bảo vệ môi trường, kinh tế tuần hoàn, các vấn đề về xã hội như đời sống và môi trường làm việc của người lao động. Đây là những yếu tố doanh nghiệp Hàn Quốc chú ý trong xem xét nhập khẩu sản phẩm.

Sản phẩm xuất khẩu tiêu thụ tốt tại Hàn Quốc, ngoài cần chất lượng, hương vị còn cần yếu tố hỗ trợ như ổn định trong sản xuất, an toàn trong chế biến lưu thông, chữ tín trong cam kết. Có các yếu tố này, doanh nghiệp sẽ thuận lợi trong đàm phán và giữ đối tác lâu dài.

Do đó, các địa phương, hiệp hội và doanh nghiệp cần dành thời gian nghiên cứu, phân tích thị trường để xác định rõ sản phẩm hướng tới phân khúc tiêu dùng nào, sản phẩm cần đạt tiêu chuẩn kỹ thuật và đặc biệt là dư lượng thuốc bảo vệ thực vật tại thị

trường Hàn Quốc. Cùng với nắm rõ xu hướng tiêu dùng, việc hiểu và chọn kênh phân phối phù hợp cũng là điều kiện cần thiết để đưa hàng hóa thâm nhập vào thị trường.

Cùng với đó, các doanh nghiệp cần nắm rõ xu hướng tiêu dùng, việc hiểu và chọn kênh phân phối phù hợp cũng là điều kiện cần thiết để đưa hàng hóa thâm nhập vào thị trường.

Tại Hàn Quốc hiện có 4 kênh tiêu thụ, gồm:

- Các cửa hàng tiện lợi;
- Chuỗi đại siêu thị;
- Chợ truyền thống;
- Kênh thương mại điện tử chiếm 15%, đây là kênh rất tiềm năng bởi có tốc độ tăng trưởng rất nhanh, đạt doanh thu 100 tỷ USD năm 2022.

VĂN HÓA VÀ TẬP QUÁN KINH DOANH TẠI THỊ TRƯỜNG HÀN QUỐC

➤ Văn hóa kinh doanh

Người Hàn Quốc có ý thức rất mạnh mẽ về lòng tự hào dân tộc và sự gắn bó với đất nước, điều này bắt nguồn từ một số thách thức lịch sử mà họ đã phải đối mặt. Đất nước này có sự đồng nhất về mặt dân tộc với hơn 96% người Hàn Quốc có cùng dân tộc Hàn Quốc. Bản sắc chung này tạo nên sự thống nhất trong xã hội và hỗ trợ cho định hướng tập thể của nền văn hóa.

Môi trường kinh doanh tại Hàn Quốc đang phát triển nhanh chóng, các chuẩn mực và phong tục tập quán kinh doanh cũng thay đổi khá nhanh.

Môi trường kinh doanh tại Hàn Quốc rất cạnh tranh nên các mối quan hệ kinh doanh mà người Hàn Quốc duy trì là điều rất quan trọng đối với họ. Việc giới thiệu của bên thứ ba thường rất hiệu quả trong việc thiết lập mối quan hệ và sự tin tưởng ngay từ đầu. Khi đã thiết lập được sự tin tưởng lẫn nhau, người Hàn Quốc sẽ nỗ lực hết mình để đảm bảo sự thành công của đối tác và sự hợp tác. Họ có xu hướng muốn biết nhiều về đối tác của mình. Bạn có thể được hỏi nhiều chi tiết và câu hỏi được hỏi là liên quan hoặc không liên quan đến vấn đề đang thảo luận nhưng hãy cố gắng kiên nhẫn và cung cấp cho họ câu trả lời vì thông tin sẽ mang lại lợi ích cho mối quan hệ kinh doanh của đối tác Hàn Quốc.

Người Hàn Quốc sẽ không mong đợi đối tác sẽ hoàn toàn hiểu về văn hóa của họ, nhưng họ sẽ đánh giá cao sự quan tâm của đối tác kinh doanh về phong tục và nghi thức văn hóa quan trọng đối với đất nước của họ. Người Hàn Quốc thường đánh giá cao nỗ lực của các đối tác kinh doanh nước ngoài trong việc diễn đạt những từ cơ bản bằng tiếng Hàn để thể hiện sự tôn trọng đối với đất nước và văn hóa.

Khi đã thiết lập được sự tin tưởng lẫn nhau, người Hàn Quốc sẽ nỗ lực hết mình để đảm bảo sự thành công của đối tác và tiếp tục nỗ lực xây dựng lòng tin và lòng trung thành cần thiết để hỗ trợ công việc kinh doanh trong tương lai. Văn hóa kinh doanh Hàn Quốc rất phân cấp và quản lý mang tính gia trưởng vì địa vị được xác định theo tuổi tác, chức vụ và mối quan hệ. Đối tác Hàn Quốc của bạn thậm chí có thể hỏi tuổi của bạn để xác định ai là người giỏi hơn trong hai người. Nếu bạn không nắm được cấu trúc phân cấp trong kinh doanh tại Hàn Quốc thì dễ mắc phải sai lầm trong văn hóa kinh doanh của Hàn Quốc.

Văn hóa kinh doanh của Hàn Quốc vẫn mang âm hưởng phân biệt giới tính, khiến phụ nữ dễ bị coi thường và phải làm việc chăm chỉ hơn để được tôn trọng.

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



Ở Hàn Quốc ngày nay, việc bắt tay khi bạn gặp ai đó lần đầu tiên trở nên phổ biến hơn. Tuy nhiên, điều đó không hoàn toàn thay thế cho việc cúi chào, điều này vẫn có thể diễn ra trước hoặc trong khi bắt tay.

Bạn nên lưu ý rằng, không có gì lạ khi phụ nữ Hàn Quốc cúi chào thay vì bắt tay. Đối với các tình huống trang trọng và kinh doanh, phong tục thông thường là phụ nữ Hàn Quốc sẽ giữ khoảng cách nhất định với đàn ông.



Nếu bạn đến thăm Hàn Quốc lần đầu tiên, đừng ngạc nhiên khi thấy nghi thức chào hỏi được chú trọng hơn so với các quốc gia khác. Ở Hàn Quốc, cúi đầu nhẹ là một lời chào bình thường trong khi giữ thẳng tay ở hai bên hoặc gập trước bụng với hai chân khép lại. Đầu của bạn phải cúi xuống, không nhìn lên trên và bạn phải cúi chào bất cứ khi nào chào hỏi hoặc tạm biệt ngoài việc bắt tay. Đừng ngạc nhiên khi thấy rằng cúi chào cũng có thể được sử dụng như một cách để thể hiện lời xin lỗi ngay cả đối với những lỗi nhỏ. Khi sử dụng cách bắt tay ở Hàn Quốc, người cao cấp hơn sẽ chủ động bắt tay và không giống như ở nhiều nước phương Tây, một cái bắt tay mạnh có thể bị coi là khó chịu và thô lỗ đối với nhiều người Hàn Quốc, vì vậy, tốt hơn hết là nên sử dụng một cái bắt tay nhẹ nhàng hơn đối với đồng nghiệp và đối tác kinh doanh. Nhiều người Hàn Quốc sẽ chọn cách đỡ cẳng tay bằng tay kia trong khi bắt tay để thể hiện phép lịch sự tốt.

Quy ước đặt tên của người Hàn Quốc sắp xếp tên theo họ theo sau là tên riêng – Ví dụ: KIM Min Su (nam) hoặc LEE Hyori (nữ).

Xin lưu ý rằng tên tiếng Hàn được viết bằng bảng chữ cái La Mã đều được phiên âm từ các ký tự tiếng Hàn hoặc tiếng Trung gốc. Có nhiều cách khác nhau để biểu diễn các ký tự này bằng tiếng Anh, điều này có thể dẫn đến việc cùng một tên tiếng Hàn được viết với nhiều biến thể chính tả khác nhau. Ví dụ: LEE cũng có thể được viết là RHEE, YI, LI, RI, LEIGH, REE, RHI hoặc NI.

Điều này có thể liên quan đến việc đảo ngược thứ tự sắp xếp tên riêng và họ của họ để phù hợp với quy ước đặt tên Anh-phương Tây: Ví dụ: KIM Min Su có thể được gọi là Min Su KIM.

Nhiều người Hàn Quốc có ‘tên tiếng Anh’ mà họ sử dụng trong bối cảnh quốc tế hóa và sử dụng tiếng Anh khi giao tiếp. Ví dụ: LEE Hyori có thể được gọi là “Michelle”.

Họ phổ biến nhất ở Hàn Quốc là Kim, Park, Lee, Choi và Chung với khoảng một nửa số người Hàn Quốc có một trong năm họ này.

➤ **Gặp gỡ, đàm phán**

- Tại Hàn Quốc, khi hẹn gặp đối tác bạn cố gắng hết sức để đúng giờ và xin lỗi nếu bạn đến muộn.
- Cúi chào doanh nhân cao cấp nhất trước tiên càng thấp càng tốt. Tuy nhiên, hãy để ý xem họ có đưa tay ra chào bạn bằng cách bắt tay không.
- Để giữ thể diện, người Hàn Quốc hiếm khi đưa ra phản hồi tiêu cực thẳng thừng đối với các đề xuất của bạn, ngay cả khi họ không đồng ý. Do đó, hãy tập trung vào những dấu hiệu do dự và chú ý đến những gì chúng có thể ngụ ý. Kiểm tra lại sự hiểu biết của bạn bằng cách đặt những câu hỏi mở.
- Người Hàn Quốc thường dễ tiếp cận và dễ làm ăn. Do đó, nếu bạn thấy việc liên lạc với đối tác kinh doanh người Hàn Quốc của mình ngày càng khó khăn, thì có khả năng là bạn đã không tôn trọng họ hoặc họ không còn hứng thú làm ăn với bạn nữa.
- Hãy dành một vài phút trò chuyện xã giao trước khi đề cập đến công việc.
- Tránh nói đùa với những người có cấp bậc cao hơn bạn.
- Bạn thường được mời trà trong các cuộc họp kinh doanh. Bạn nên đón nhận nó vì điều đó như một cử chỉ tôn trọng.
- Người Hàn Quốc thường có xu hướng lắng nghe, tôn trọng những gì bạn nói. Hãy thể hiện phép lịch sự của họ và chờ đến lượt mình nói mà không ngắt lời.
- Hãy để người có thẩm quyền nhất quyết định và quan sát cách họ chỉ đạo cuộc trò chuyện. Cấp dưới sẽ liên tục nhắc lại họ.
- Các cuộc họp với đối tác Hàn Quốc thường diễn ra nhanh chóng vì người Hàn Quốc không thích lãng phí thời gian.
- Tránh lấp đầy những khoảng khắc im lặng trong quá trình đàm phán, vì đây thường là thời gian để suy ngẫm về những gì đã nói.
- Việc không phản đối hoặc chỉ trích không nhất thiết biểu thị sự đồng ý trong cuộc họp, vì người Hàn Quốc có ý thức duy trì sự hòa hợp và thể diện. Do đó, đừng đưa ra kết luận của bạn dựa trên những câu trả lời không rõ ràng, mà hãy kiểm tra lại ý nghĩa bằng cách đặt những câu hỏi mở cho phép họ có nhiều không gian hơn để đi vào vấn đề của mình.
- Sau đó, hãy nhắc lại mọi điều đã thống nhất trong cuộc họp bằng văn bản.

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

Hầu hết các doanh nhân Hàn Quốc ở các thành phố lớn đều có khả năng sử dụng tiếng Anh tốt nhưng họ vẫn ít khi sử dụng. Vì vậy, nếu bạn biết một số từ, cụm từ tiếng Hàn và có thể diễn đạt thời gian và số bằng tiếng Hàn, điều đó có thể tạo ra sự khác biệt lớn trong cách mọi người nhìn nhận bạn. Thể hiện sự quan tâm đến văn hóa kinh doanh của Hàn Quốc và thể hiện mong muốn học hỏi sẽ giúp bạn tạo được sự thoải mái cho các đối tác tại Hàn Quốc và được mọi người nhớ đến. Các đối tác ở bên ngoài các thành phố lớn tại Hàn Quốc sẽ ít khi làm việc bằng tiếng Anh.

➤ **Cách trao danh thiếp**

Bạn nên chuẩn bị sẵn danh thiếp để trao cho người bạn gặp trong các cuộc họp đầu tiên. Điều này thường diễn ra ngay trước hoặc sau khi bắt tay.

Khi đưa và nhận danh thiếp từ người khác, bạn nên dùng cả hai tay. Dành 30 giây để xem qua và đọc kỹ, ngay cả khi bạn đang gặp nhiều người. Mỗi người sẽ đợi đến lượt mình và trân trọng khoảng thời gian ngắn ngủi bạn dành để chú ý đến tấm danh thiếp trên tay.

Hãy cầm từng tấm danh thiếp khi bạn bình luận về nó. Sau khi đọc xong, hãy đặt tấm danh thiếp trước mặt bạn trên bàn.

Danh thiếp là một phần quan trọng trong nghi thức kinh doanh ở Hàn Quốc và có một nghi thức quan trọng cần ghi nhớ khi sử dụng chúng. Danh thiếp của Hàn Quốc được sử dụng để tìm hiểu về tên, chức vụ và địa vị của người kia và trong các cuộc họp kinh doanh, danh thiếp thường được trao đổi khi bắt đầu cuộc họp và được trao và nhận bằng cả hai tay trong khi đứng để chào hỏi bên kia. Điều quan trọng là danh thiếp phải được đối xử hết sức tôn trọng vì việc viết lên danh thiếp trước mặt người tặng, gấp hoặc làm nhăn danh thiếp hoặc cất danh thiếp ngay sau khi nhận được có thể bị coi là rất thiếu tôn trọng. Nếu bạn là người nước ngoài gặp gỡ các đối tác kinh doanh người Hàn Quốc, bạn nên tạo nhiều hình thức danh thiếp để đại diện cho bản thân, tốt nhất là dịch sang tiếng Hàn ở một mặt để hỗ trợ giao tiếp.

➤ **Trang phục trong kinh doanh**

Theo truyền thống, ngoại hình rất quan trọng khi tiến hành kinh doanh với đối tác Hàn Quốc và người Hàn Quốc có xu hướng ăn mặc trang trọng hơn so với hầu hết các nước phương Tây. Trang phục công sở tại Hàn Quốc khá bảo thủ, chú trọng vào sự phù hợp hơn là thể hiện cá nhân. Đàn ông thường mặc vest công sở tối màu với cà vạt và áo

sơ mi trắng. Phụ nữ ăn mặc có màu sắc nhẹ nhàng hơn. Trong những năm gần đây, đã có sự thay đổi dần dần ở một số công ty địa phương, bao gồm cả các tập đoàn chaebol, nơi văn hóa kinh doanh đã chuyển sang cách tiếp cận giản dị hơn một chút trong kinh doanh.

➤ Cách tặng quà cho đối tác

Văn hóa tặng quà vẫn tồn tại ở Hàn Quốc, đặc biệt là trong các cuộc họp chính thức và các cuộc họp giữa những người rất cao cấp. Ngoài ra, khi đi du lịch nước ngoài, việc tặng quà cho chủ nhà không phải là điều hiếm gặp. Đối với các cuộc họp kinh doanh cấp độ làm việc, tặng quà rất hiếm. Tuy nhiên, việc tổ chức tiệc là điều bắt buộc.



Ông Võ Văn Hoan, Phó Chủ tịch UBND TP.HCM phát biểu tại Hội nghị đối thoại giữa Lãnh đạo Thành phố và Doanh nghiệp Hàn Quốc 2025.

Tặng những món quà nhỏ là một phần của quá trình xây dựng mối quan hệ kinh doanh ở Hàn Quốc. Các mặt hàng từ quốc gia hoặc khu vực của bạn sẽ được đón nhận đặc biệt tốt, cũng như các mặt hàng có gắn logo công ty của bạn. Lưu ý rằng người Hàn Quốc thường từ chối nhận quà một hoặc hai lần như một cử chỉ khiêm tốn.

Bạn nên tặng và nhận quà bằng cả hai tay. Quà tặng phải được gói lại và theo thông lệ, bạn phải đợi cho đến khi người tặng đi khuất mới được mở quà. Quà tặng luôn phải được đáp lại ở mức độ tương tự.

Việc tặng quà rất phổ biến ở Hàn Quốc. Quà tặng thường được tặng như vật kỷ niệm của đất nước và nên nhận bằng cả hai tay để tỏ ra lịch sự. Nếu được mời đến nhà ai đó, hãy mang theo một món quà nhỏ, như rượu hoặc hoa, cho chủ nhà. Lưu ý rằng ở Hàn Quốc, quà tặng thường không được mở trước mặt người tặng để thể hiện sự tôn trọng.

HOẠT ĐỘNG GIAO THƯƠNG GIỮA VIỆT NAM VÀ HÀN QUỐC



Xoài là một trong những mặt hàng trái cây chủ lực Việt Nam xuất khẩu sang Hàn Quốc.

TỔNG QUAN HOẠT ĐỘNG THƯƠNG MẠI CỦA HÀN QUỐC

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 Hàn Quốc đứng thứ 6 về xuất khẩu và đạt hạng 8 nhập khẩu hàng hóa trên thế giới. Về dịch vụ, Hàn Quốc đứng thứ 16 về xuất khẩu và 14 về nhập khẩu.

Chỉ số tự do kinh tế của Hàn Quốc là 74 là nền kinh tế đứng thứ 17 trong năm 2025. Hàn Quốc được xếp hạng thứ 5 trong số 39 quốc gia ở khu vực Châu Á - Thái Bình Dương, và có chỉ số tự do kinh tế cao hơn mức trung bình của thế giới và cả khu vực. (Nguồn: Heritage)

Hàn Quốc đã đạt được thành công đáng kể trong những thập kỷ gần đây khi kết hợp tăng trưởng kinh tế nhanh chóng với giảm nghèo đáng kể, với tổng sản phẩm quốc nội (GDP) thực tế tăng trung bình 5,7% hàng năm từ năm 1980 đến năm 2023. Tổng thu nhập quốc dân (GNI) bình quân đầu người của Hàn Quốc tăng nhanh từ 67 USD vào đầu những năm 1950 lên 33.745 USD vào năm 2023. Hàn Quốc là quốc gia đầu tiên

nhận viện trợ trở thành thành viên của Ủy ban Hỗ trợ Phát triển (DAC) của Tổ chức Hợp tác và Phát triển Kinh tế (OECD) vào năm 2010.

Hàn Quốc là đối tác phát triển chính của Nhóm Ngân hàng Thế giới (WBG) và là một nhà đóng góp quan trọng (từ năm 1977) cho Hiệp hội Phát triển Quốc tế (IDA), quỹ của Ngân hàng Thế giới hỗ trợ các quốc gia nghèo nhất thế giới. Ngày nay, kinh nghiệm của Hàn Quốc mang đến bài học cho các nước đang phát triển về phát triển bền vững, cung cấp cơ sở hạ tầng và dịch vụ tốt hơn để cải thiện cuộc sống của người dân và cách chuyển đổi sang nền kinh tế tri thức năng động. (Nguồn: World Bank)

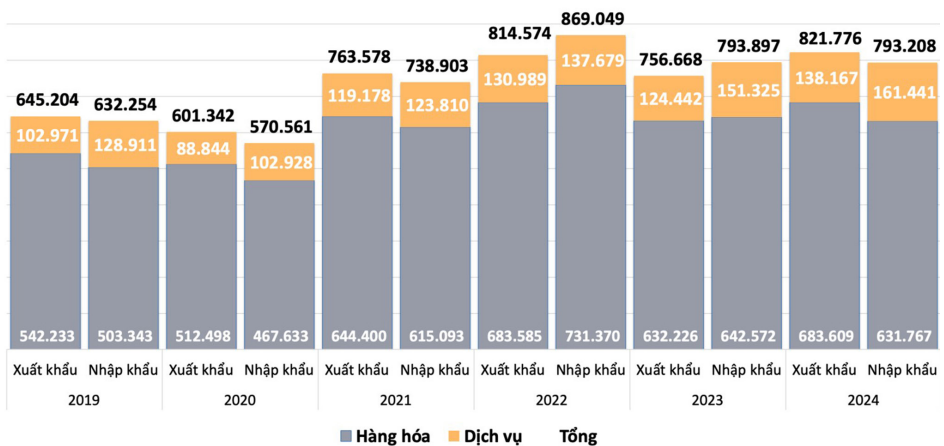
Giá trị xuất khẩu hàng hóa của Hàn Quốc năm 2024 đạt hơn 683,61 tỷ USD và nhập khẩu đạt 631,77 tỷ USD, thâm hụt gần 51,84 tỷ USD. Về dịch vụ, năm 2024, Hàn Quốc xuất khẩu 138,17 tỷ USD, nhập khẩu đạt hơn 161,44 tỷ USD, thâm hụt 23,27 tỷ USD.

Tổng cán cân thương mại của Hàn Quốc, trong giai đoạn năm 2019-2024, chỉ có năm 2022 và 2023 ghi nhận tình trạng thâm hụt; mức thâm hụt lớn nhất mà Hàn Quốc đạt được là 54,47 tỷ USD vào năm 2022. Nói riêng về hàng hóa, tương tự số liệu của cán cân tổng thể, cán cân thương mại của Hàn Quốc bắt đầu ghi nhận trạng thái nhập siêu trong hai năm 2022 và 2023 với mức kim ngạch hơn 10,35 tỷ USD; còn về dịch vụ, trong suốt giai đoạn 2019-2024, cán cân luôn trong trạng thái nhập siêu, với mức thâm hụt lớn nhất rơi vào năm 2023 (26,88 tỷ USD).

Kim ngạch xuất nhập khẩu hàng hóa, dịch vụ của Hàn Quốc giai đoạn 2019 – 2024

(Nguồn: WTO)

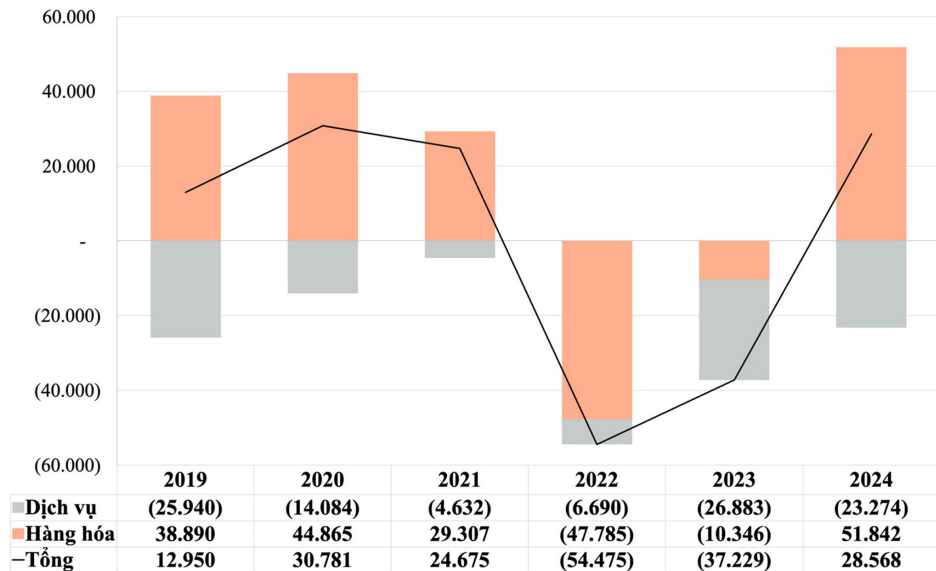
ĐVT: triệu USD



Cán cân thương mại của Hàn Quốc giai đoạn 2019 – 2024

(Nguồn: WTO)

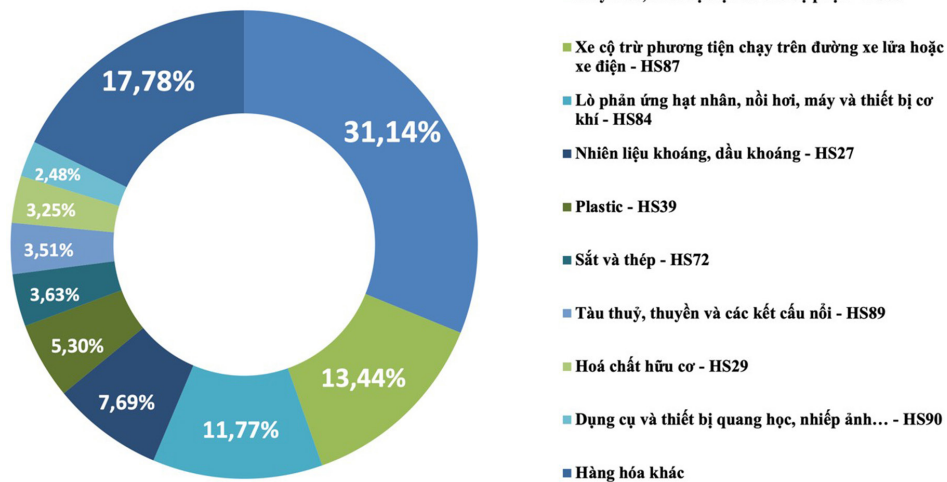
ĐVT: triệu USD



Năm 2024, theo dữ liệu của trademap.org, một số mặt hàng xuất nhập khẩu chủ yếu của Hàn Quốc được thể hiện trong biểu đồ dưới đây.

Những mặt hàng xuất khẩu chủ yếu của Hàn Quốc năm 2024

(Nguồn: Trademap)

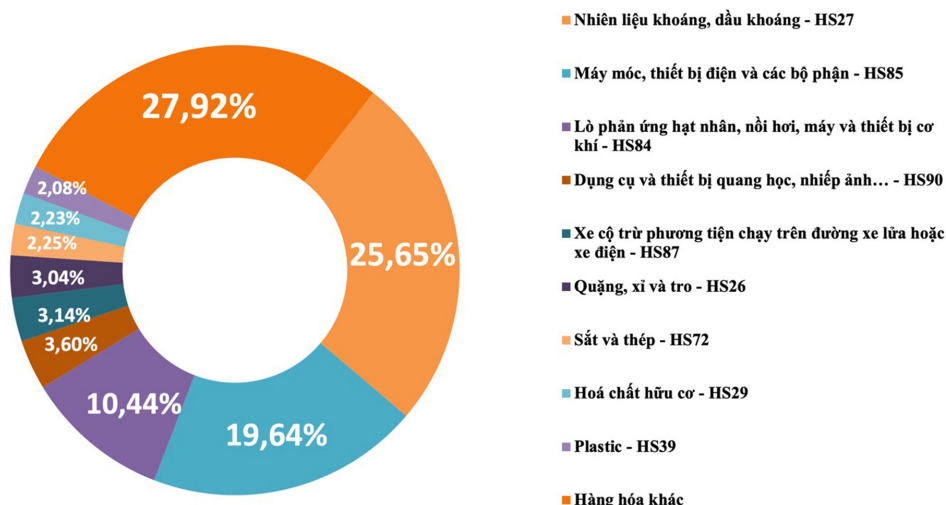


Trong năm qua, 05 mặt hàng xuất khẩu mạnh nhất của Hàn Quốc bao gồm:

1. Máy móc, thiết bị điện và các bộ phận (chiếm 31,14% tổng lượng xuất khẩu)
2. Xe cộ trừ phương tiện chạy trên đường xe lửa hoặc xe điện (chiếm 13,44% tổng lượng xuất khẩu)
3. Lò phản ứng hạt nhân, nồi hơi, máy và thiết bị cơ khí (chiếm 11,77% tổng lượng xuất khẩu)
4. Nhiên liệu khoáng, dầu khoáng (chiếm 7,69% tổng lượng xuất khẩu)
5. Plastic (chiếm 5,30% tổng lượng xuất khẩu)

Những mặt hàng nhập khẩu chủ yếu của Hàn Quốc năm 2024

(Nguồn: Trademap)

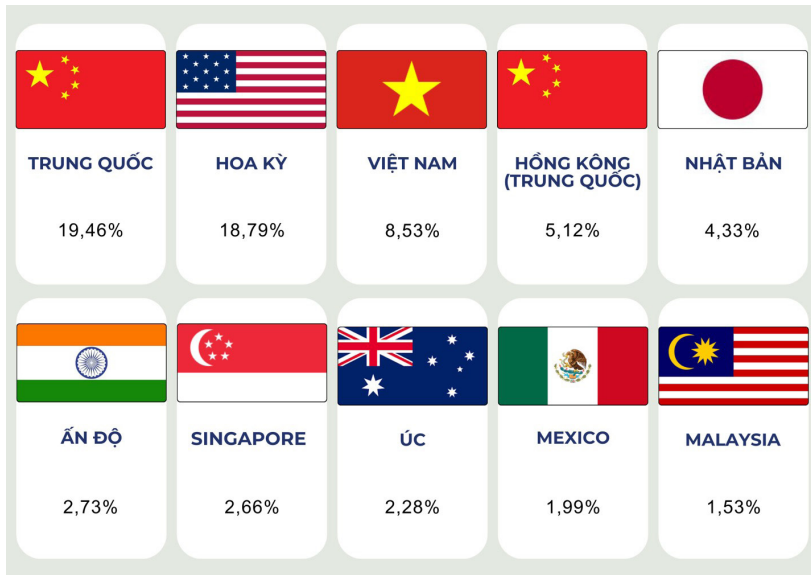


Về nhập khẩu, 05 mặt hàng mà Hàn Quốc nhập vào nhiều nhất gồm có:

1. Nhiên liệu khoáng, dầu khoáng (chiếm 25,65% tổng lượng nhập khẩu).
2. Máy móc, thiết bị điện và các bộ phận (chiếm 19,64% tổng lượng nhập khẩu).
3. Lò phản ứng hạt nhân, nồi hơi, máy và thiết bị cơ khí (chiếm 10,44% tổng lượng nhập khẩu).
4. Dụng cụ và thiết bị quang học, nhiếp ảnh... (chiếm 3,60% tổng lượng nhập khẩu).
5. Xe cộ trừ phương tiện chạy trên đường xe lửa hoặc xe điện (chiếm 3,14% tổng lượng nhập khẩu).

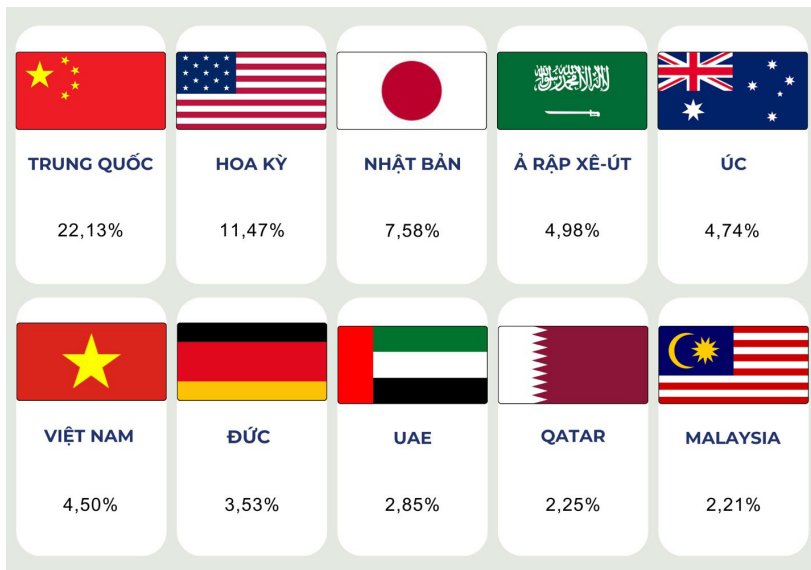
Các thị trường xuất khẩu chính của Hàn Quốc năm 2024

(Nguồn: Trademap)



Các thị trường nhập khẩu chính của Hàn Quốc năm 2024

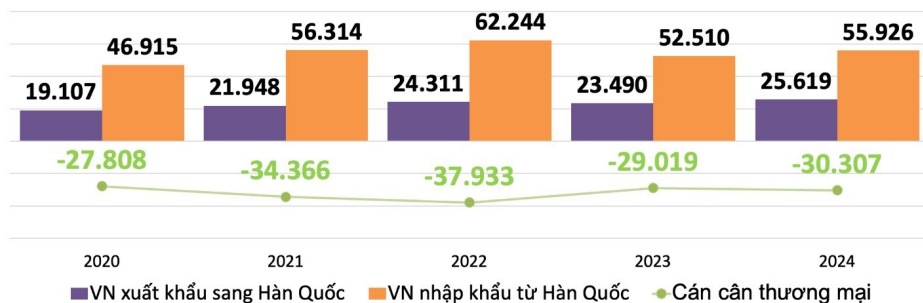
(Nguồn: Trademap)



Kim ngạch xuất khẩu, nhập khẩu và cán cân thương mại Việt Nam - Hàn Quốc giai đoạn 2020 - 2024

(Nguồn: Tổng Cục Hải quan)

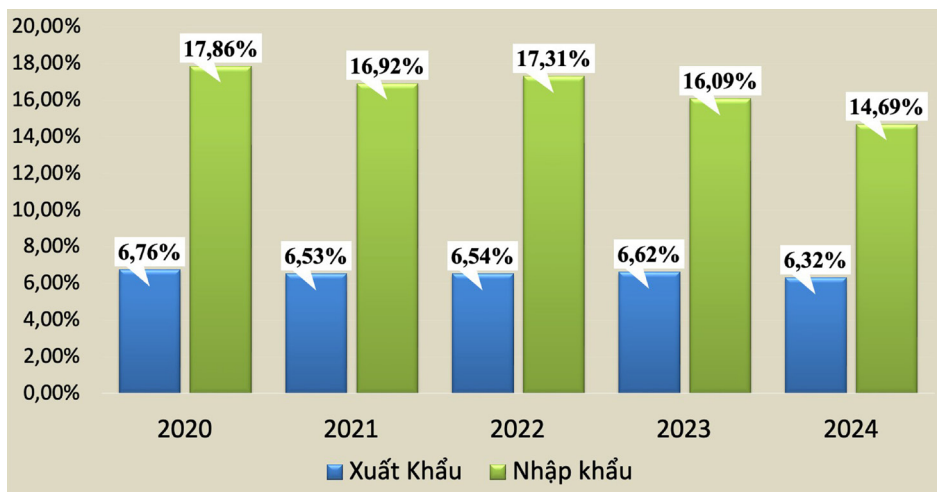
ĐVT: triệu USD



Tỉ trọng kim ngạch xuất nhập khẩu với Hàn Quốc so với tổng giá trị xuất nhập khẩu của Việt Nam giai đoạn 2020 - 2024

(Nguồn: Tổng Cục Hải quan)

ĐVT: triệu USD



Theo thống kê trên trademap.org (Trung tâm thương mại quốc tế ITC) trong năm 2024, Việt Nam là đối tác cung cấp sản phẩm đứng thứ 7 vào thị trường Hàn Quốc và là đối tác đứng thứ 3 nhập khẩu hàng hóa từ Hàn Quốc.

Theo số liệu thống kê của Tổng cục Hải quan, tính riêng năm 2024 tổng giá trị xuất nhập khẩu hàng hóa giữa Việt Nam và Hàn Quốc đạt 81,55 tỷ USD, tăng 7,30% so với năm 2023. Trong đó, xuất khẩu hàng hóa của các doanh nghiệp Việt Nam sang thị

trường Hàn Quốc đạt 25,62 tỷ USD, tăng 9,06% so với năm 2023, chiếm 6,31% tổng giá trị xuất khẩu của Việt Nam ra thế giới. Ở chiều ngược lại, nhập khẩu hàng hóa từ Hàn Quốc đạt 55,93 tỷ USD, tăng 6,51% so với cùng kì, chiếm 14,68% giá trị nhập khẩu của Việt Nam từ tất cả các đối tác thương mại.

Trong suốt giai đoạn 2020 - 2024, cán cân thương mại hàng hóa của Việt Nam luôn duy trì tình trạng nhập siêu; trong đó, mức thâm hụt lớn nhất rơi vào năm 2022 với giá trị là 37,93 tỷ USD. Kim ngạch xuất khẩu từ nước ta sang nước bạn nhìn chung vẫn duy trì sự tăng trưởng với tỷ lệ bình quân là 7,8% mỗi năm. Tương tự, kim ngạch nhập khẩu từ nước bạn vẫn trong đà tăng trưởng với tỷ lệ trung bình là 5,4% mỗi năm.

Thương mại giữa Hàn Quốc và Việt Nam phát triển bùng nổ kể từ khi thiết lập quan hệ ngoại giao vào năm 1992. Kim ngạch thương mại giữa hai nước, chỉ ở mức 500 triệu USD khi mới thiết lập quan hệ ngoại giao, đã tăng hơn 150 lần sau hơn 30 năm.

Đặc biệt, kể từ khi Hiệp định Thương mại tự do Hàn Quốc - Việt Nam (FTA) được ký kết vào năm 2014, kim ngạch thương mại giữa hai nước đã tăng hơn 2,5 lần, từ mức 30 tỷ USD lên 80 tỷ USD. Gần đây, việc xuất khẩu các sản phẩm liên quan đến “K-beauty” và “K-food” ngày càng tăng do ảnh hưởng của làn sóng Hàn Quốc (Hallyu).

MỘT SỐ SẢN PHẨM XUẤT KHẨU CHỦ YẾU CỦA VIỆT NAM SANG HÀN QUỐC

Một số sản phẩm xuất khẩu chủ yếu của Việt Nam sang Hàn Quốc năm 2024

(Nguồn: Tổng Cục Hải quan)

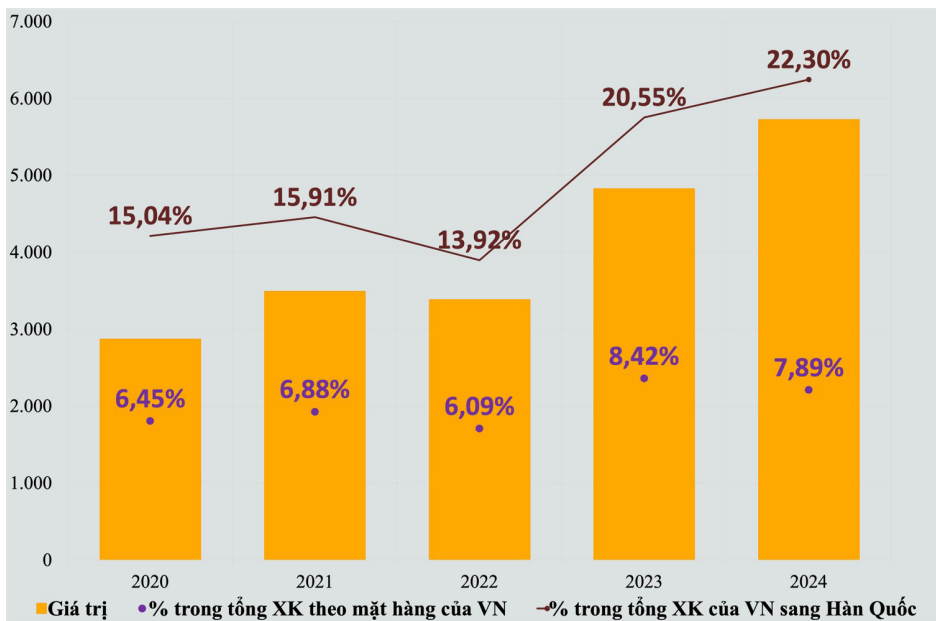


Đứng đầu trong số các mặt hàng xuất khẩu của Việt Nam vào thị trường Hàn Quốc trong giai đoạn 2020 - 2024 là mặt hàng máy vi tính, sản phẩm điện tử và linh kiện. Theo thống kê của Tổng cục Hải quan, trong năm 2024, kim ngạch xuất khẩu mặt hàng này sang Hàn Quốc đạt 5,73 tỷ USD, tăng 18,64% so với cùng kì năm 2023, chiếm 22,30% tổng xuất khẩu sang thị trường này. Thị trường Hàn Quốc chiếm 7,89% tổng xuất khẩu sản phẩm cùng loại của Việt Nam. Trong suốt giai đoạn 2020-2024, kim ngạch xuất khẩu của mặt hàng này nhìn chung là tăng trưởng qua các năm.

Kim ngạch xuất khẩu máy vi tính, sản phẩm điện tử và linh kiện của Việt Nam sang Hàn Quốc

(Nguồn: Tổng Cục Hải quan)

ĐVT: triệu USD

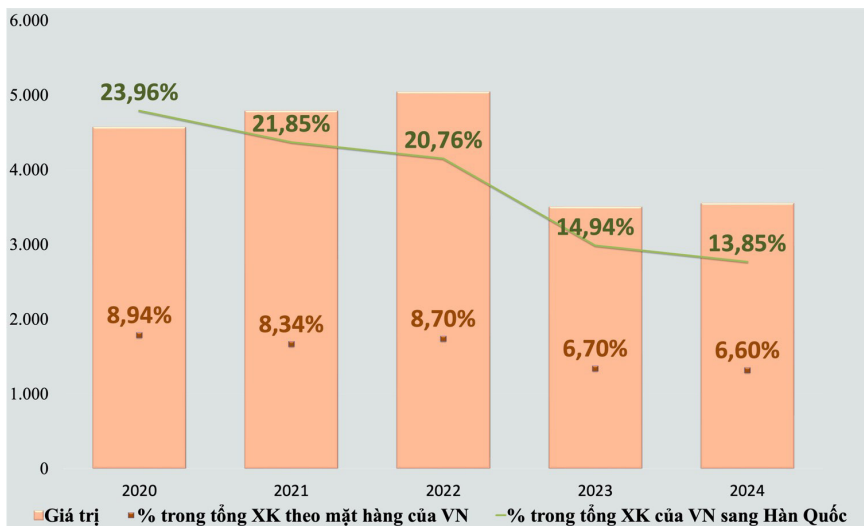


Tiếp theo là mặt hàng điện thoại các loại và linh kiện đạt 3,56 tỷ USD vào năm 2024, tăng 1,33% so với năm 2023, chiếm 13,85% tổng xuất khẩu của Việt Nam sang thị trường này, chiếm 6,60% thị phần các sản phẩm tương tự của Việt Nam xuất khẩu ra tất cả các nước. Trong giai đoạn năm 2020-2024, kim ngạch xuất khẩu mặt hàng này bắt đầu suy giảm từ năm 2022, và có tỷ lệ thay đổi bình quân là -6,03%.

Kim ngạch xuất khẩu điện thoại các loại và linh kiện của Việt Nam sang Hàn Quốc

(Nguồn: Tổng Cục Hải quan)

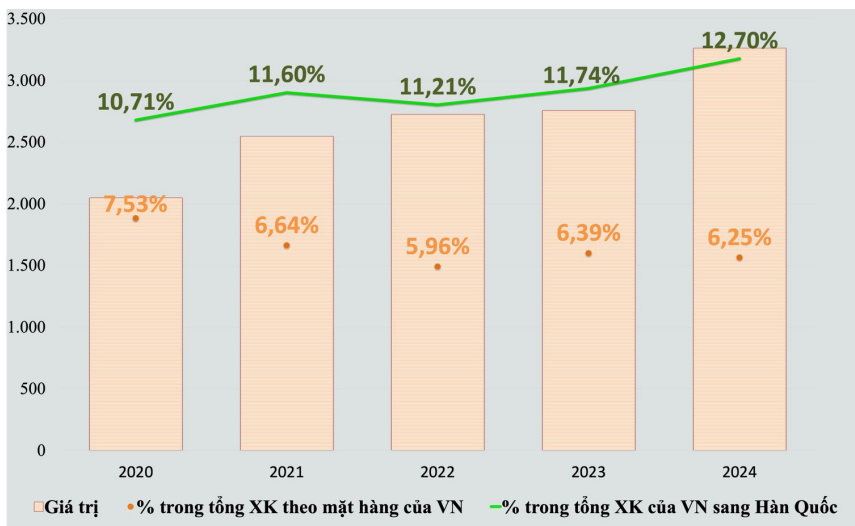
ĐVT: triệu USD



Kim ngạch xuất khẩu máy móc, thiết bị, dụng cụ phụ tùng khác của Việt Nam sang Hàn Quốc

(Nguồn: Tổng Cục Hải quan)

ĐVT: triệu USD



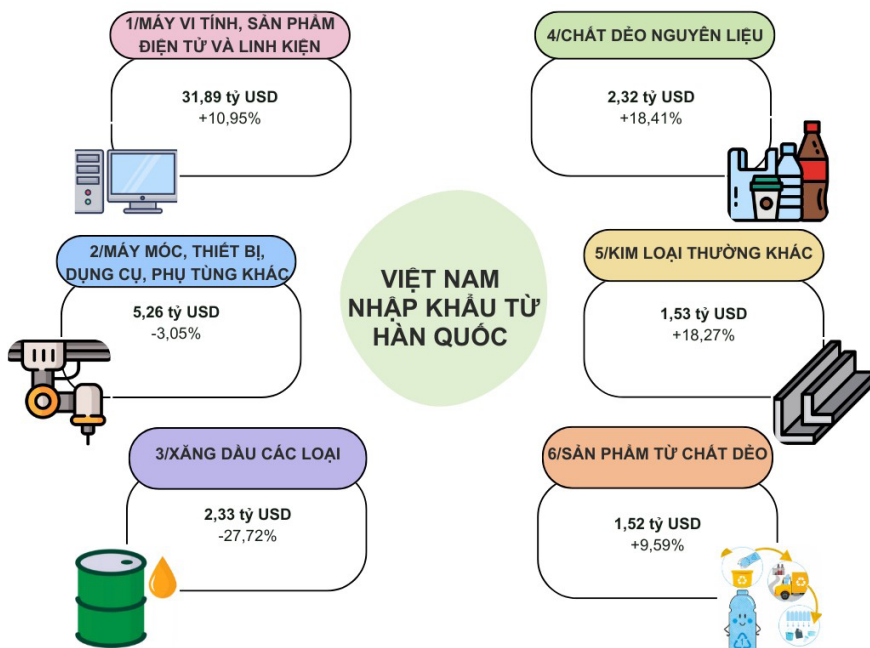
Vị trí thứ 3 trong số những sản phẩm Việt Nam xuất khẩu nhiều nhất sang Hàn Quốc năm 2024 là máy móc, thiết bị, dụng cụ phụ tùng khác, đạt 3,26 tỷ USD, tăng 18,26% so với cùng kì 2023, chiếm 12,70% tổng xuất khẩu của Việt Nam sang nước này, chiếm 6,25% xuất khẩu mặt hàng cùng loại của Việt Nam với tất cả các đối tác thương mại. Trong giai đoạn 2020-2024, kim ngạch mặt hàng này tăng đều qua từng năm.

Trong năm 2024, những mặt hàng xuất khẩu sang Hàn Quốc ghi nhận sự gia tăng về kim ngạch so với năm 2023, cụ thể là các mặt hàng: phân bón các loại (154,47%, tăng mạnh nhất trong tất cả các mặt hàng); hạt tiêu (77,79%); hàng rau quả (39,40%); vải mảnh, vải kỹ thuật khác (33,25%);... Tuy nhiên, cũng có một số mặt hàng có lượng kim ngạch giảm như: sắn và các sản phẩm từ sắn (-69,06%); than các loại (-29,46%); hoá chất (-15,10%); sắt thép các loại (-15,05%);...

MỘT SỐ SẢN PHẨM NHẬP KHẨU CHỦ YẾU CỦA VIỆT NAM TỪ HÀN QUỐC

Một số sản phẩm nhập khẩu chủ yếu của Việt Nam từ Hàn Quốc năm 2024

(Nguồn: Tổng Cục Hải quan)

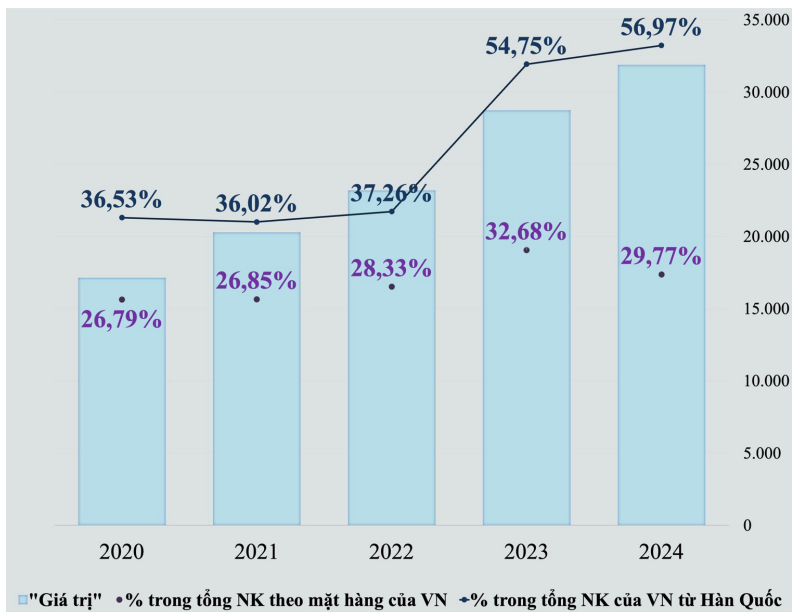


Năm 2024, đứng ở vị trí thứ nhất về kim ngạch nhập khẩu hàng hóa của Việt Nam từ Hàn Quốc là mặt hàng máy vi tính, sản phẩm điện tử và linh kiện, đạt 31,89 tỷ USD, tăng 10,95% so với cùng kỳ của năm 2023, chiếm 56,97% tổng nhập khẩu từ nước này, chiếm 29,77% giá trị nhập khẩu mặt hàng cùng loại của Việt Nam từ tất cả các nước. Với giai đoạn 2020-2024, kim ngạch nhập khẩu mặt hàng này của Việt Nam luôn trong đà tăng trưởng. Ngoài ra, trong số các đối tác thương mại của Việt Nam, Hàn Quốc giữ vị trí thứ 2 về kim ngạch nhập khẩu mặt hàng này của nước ta, đứng đầu là Trung Quốc với mức kim ngạch gần 34,59 tỷ USD.

Kim ngạch nhập khẩu máy vi tính, sản phẩm điện tử và linh kiện của Việt Nam từ Hàn Quốc

(Nguồn: Tổng Cục Hải quan)

ĐVT: triệu USD

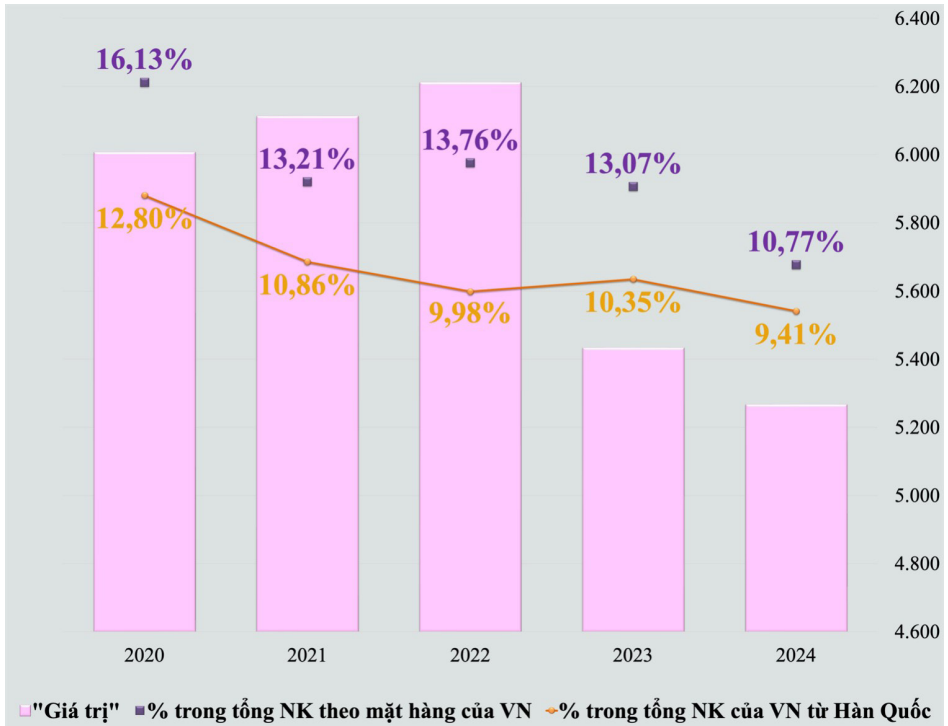


Tiếp theo là mặt hàng máy móc, thiết bị, dụng cụ, phụ tùng khác có kim ngạch đạt 5,27 tỷ USD vào năm 2024. Tỷ lệ giảm nhẹ là 3,05% so với năm 2023, chiếm 9,41% tổng nhập khẩu từ Hàn Quốc, chiếm khoảng 10,77% tổng giá trị nhập khẩu các mặt hàng cùng loại từ thế giới. Từ năm 2022 đến nay, nhu cầu nhập khẩu mặt hàng này của nước ta có xu hướng giảm dần qua từng năm. Tương tự mặt hàng trên, Trung Quốc giữ vị trí đầu tiên về kim ngạch xuất khẩu mặt hàng máy móc, thiết bị, dụng cụ, phụ tùng khác sang nước ta với hơn 28,96 tỷ USD, theo sau Hàn Quốc.

Kim ngạch nhập khẩu máy móc, thiết bị, dụng cụ, phụ tùng khác của Việt Nam từ Hàn Quốc

(Nguồn: Tổng Cục Hải quan)

ĐVT: triệu USD

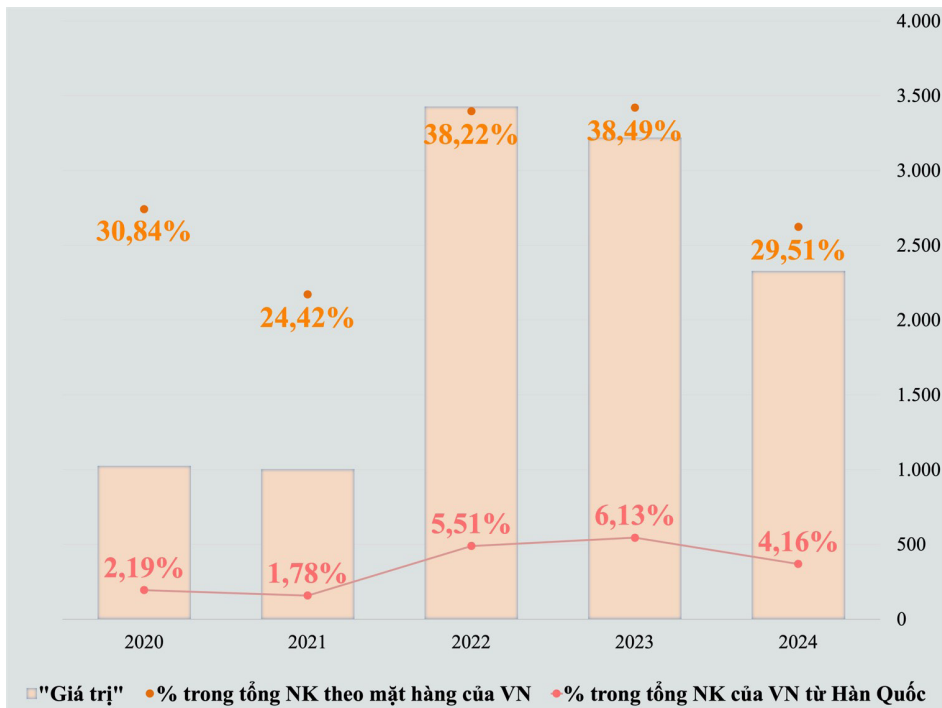


Xăng dầu các loại là mặt hàng đứng vị trí thứ 3, đạt 2,33 tỷ USD năm 2024, giảm 27,54% so với cùng kì năm 2023, chiếm 4,16% giá trị nhập khẩu của Việt Nam từ nước này, tương đương 29,51% giá trị nhập khẩu so với mặt hàng cùng loại từ các đối tác thương mại khác. Giai đoạn 2020 - 2024, kim ngạch của mặt hàng này có sự tăng trưởng rõ rệt vào năm 2022 với tỷ lệ 241,97% nhưng ngay sau đó, từ năm 2022 về sau, nhu cầu về mặt hàng này của nước ta đã giảm dần. Tỷ lệ thay đổi bình quân của mặt hàng xăng dầu các loại của nước ta quanh mức 31,83%. Hơn thế nữa, Hàn Quốc là nước xếp vị trí đầu tiên về kim ngạch xuất khẩu mặt hàng xăng dầu các loại sang nước ta, vị trí thứ 2 thuộc về Singapore với mức kim ngạch 2,29 tỷ USD, theo sau là Malaysia với 1,64 tỷ USD.

Kim ngạch nhập khẩu xăng dầu các loại của Việt Nam từ Hàn Quốc

(Nguồn: Tổng Cục Hải quan)

ĐVT: triệu USD



Trong năm 2024, các mặt hàng nhập khẩu của Việt Nam từ Hàn Quốc đều ghi nhận cả hai tăng trưởng cũng như giảm sút về kim ngạch so với năm 2023. Trong đó, các mặt hàng ghi nhận sự tăng trưởng về kim ngạch nhập khẩu là: khí đốt hoá lỏng (mặt hàng tăng mạnh nhất với tỷ lệ tăng trưởng là 991,40%); ô tô nguyên chiếc các loại (103,37%); thuốc trừ sâu và nguyên liệu (61,49%);... trong khi đó, một số mặt hàng có ghi nhận sự sụt giảm về kim ngạch nhập khẩu như: bông các loại (-67,94%); máy ảnh, máy quay phim và linh kiện (-49,42%); gỗ và sản phẩm gỗ (-48,28%); quặng và khoáng sản khác (-43,86%);...

HOẠT ĐỘNG ĐẦU TƯ GIỮA VIỆT NAM VÀ HÀN QUỐC



Diễn đàn hợp tác đầu tư Việt Nam - Hàn Quốc 2024.

Tính đến cuối tháng 1 năm 2025, Hàn Quốc vẫn duy trì vị thế là nhà đầu tư lớn nhất tại Việt Nam với tổng vốn đầu tư lên tới 92,11 tỷ USD và 10.128 dự án còn hiệu lực. Không chỉ tập trung vào các lĩnh vực sản xuất công nghiệp chế biến chế tạo, vốn đầu tư của Hàn Quốc mở rộng sang các lĩnh vực mới như xây dựng, bất động sản, phân phối, bán lẻ...

Sự hiện diện mạnh mẽ của các tập đoàn hàng đầu như Samsung, SK, LG, CJ, Lotte,... không chỉ khẳng định cam kết dài hạn của Hàn Quốc đối với thị trường Việt Nam mà còn góp phần quan trọng vào sự phát triển kinh tế và chuyển dịch công nghệ của đất nước. Có khoảng 10 nghìn doanh nghiệp Hàn Quốc đang hoạt động tại Việt Nam, tạo ra hơn 900 nghìn việc làm, đóng góp tích cực vào phát triển kinh tế-xã hội Việt Nam.

➤ Một số tập đoàn, công ty Hàn Quốc đang đầu tư và kinh doanh tại Việt Nam

Tập đoàn Samsung hiện đang là đối tác của 310 công ty Việt Nam trong chuỗi sản xuất của mình. Ngoài ra, Samsung có 2.500 kỹ sư, nghiên cứu viên tại Trung tâm Nghiên

cứu và Phát triển (R&D) của Samsung tại Hà Nội, trong đó có cả bộ phận nghiên cứu trí tuệ nhân tạo bằng các ngôn ngữ ngoài tiếng Việt.

Tập đoàn Hyosung, tính từ năm 2007, Tập đoàn đã và đang đầu tư vào Việt Nam gần 5,1 tỷ USD với 8 công ty và 1 chi nhánh. Đến nay, tổng số lao động của Tập đoàn tại Việt Nam khoảng 9.000 người, doanh thu năm 2023 đạt 3,5 tỷ USD.

Tập đoàn Lotte bắt đầu đầu tư kinh doanh tại Việt Nam từ năm 1996, đến năm 2018, doanh thu của Tập đoàn tại Việt Nam đạt 6,7 tỷ USD. Chưa dừng lại, Lotte đã khởi công xây dựng thành phố thông minh Thủ Thiêm vào tháng 9/2022 và đang đầu tư dự án phức hợp Lotte Mall Tây Hồ tại Hà Nội.

Tập đoàn CJ đầu tư vào Việt Nam từ năm 1998 với tổng vốn đầu tư là 1 tỷ USD, hiện có 24 công ty thành viên, doanh thu 2023 đạt 1,4 tỷ USD, với 11,2 nghìn lao động.

Tập đoàn Posco đã thành lập 4 chi nhánh về thép tại Việt Nam, đầu tư 1,8 tỷ USD. Năm 2003, doanh thu đạt 1,7 tỷ USD. Sản lượng thép làm ra khoảng 1,8 triệu tấn/năm với trên 2.100 lao động. Doanh thu năm 2023 của Tập đoàn đạt 59 tỷ USD, lợi nhuận 2,7 tỷ USD, 34.000 lao động. Trong 14 năm liên tiếp, Tập đoàn được bầu chọn là "nhà sản xuất thép cạnh tranh nhất thế giới".

Tập đoàn LG tại Việt Nam với tổng vốn đầu tư đăng ký của LG tại Việt Nam là 8,02 tỷ USD, doanh thu ước tính năm 2023 là 13,97 tỷ USD. Các dự án của LG đều đặt tại Hải Phòng. LG cũng đang vận hành trung tâm R&D tại Hà Nội và Đà Nẵng với hơn 1.000 nhân lực.

Hàn Quốc đang chọn các nước để dịch chuyển luồng sản xuất và Việt Nam đang nổi lên như điểm đến hấp dẫn. Hiện, cơ sở sản xuất và đầu tư vào thị trường của các doanh nghiệp Hàn Quốc đang ngày càng được mở rộng ở Việt Nam. Việt Nam và Hàn Quốc là hai đối tác thương mại quan trọng, nằm trong Top 3 các thị trường xuất khẩu của nhau. 90% các doanh nghiệp Hàn Quốc đã vào Việt Nam là các doanh nghiệp vừa và nhỏ. Tuy nhiên, trong tương lai, các doanh nghiệp Hàn Quốc còn muốn hợp tác liên doanh, chuyển giao công nghệ, kinh nghiệm sản xuất cho doanh nghiệp Việt. Các doanh nghiệp nhỏ và vừa Hàn Quốc sẵn sàng hợp tác với các doanh nghiệp nhỏ và vừa Việt Nam.

Hiện nay các doanh nghiệp Hàn Quốc đầu tư vào Việt Nam là rất lớn, song ở chiều ngược lại, các nhà đầu tư Việt Nam sang Hàn Quốc còn rất ít.

NHỮNG THUẬN LỢI CƠ HỘI VÀ KHÓ KHĂN THÁCH THỨC ĐỐI VỚI HÀNG VIỆT TẠI THỊ TRƯỜNG HÀN QUỐC

CƠ HỘI - THUẬN LỢI



Ông Shin Choong Il, Tổng Lãnh sự Hàn Quốc tại TPHCM phát biểu tại Hội nghị đối thoại giữa Lãnh đạo Thành phố và Doanh nghiệp Hàn Quốc 2025.

Vị trí địa lý thuận lợi cũng là một lợi thế cạnh tranh của Việt Nam. Khoảng cách địa lý ngắn và tần suất vận chuyển hàng hóa cao giúp giảm thiểu chi phí logistics, từ đó tăng cường khả năng cạnh tranh của hàng hóa Việt Nam tại thị trường Hàn Quốc.

Việc tận dụng tối đa các hiệp định thương mại giữa Việt Nam và Hàn quốc là một trong những yếu tố giúp hàng hóa Việt Nam ngày càng được người tiêu dùng Hàn Quốc ưa chuộng. Hầu hết các mặt hàng xuất khẩu chủ lực của Việt Nam như dệt may, thủy sản, đồ gỗ đều có tỷ lệ tận dụng chứng nhận xuất xứ ưu đãi (C/O) rất cao, đạt trên 80% đến 90%.

Hàn Quốc hiện là thị trường xuất khẩu hàng rau quả lớn thứ 2 của Việt Nam sau Trung Quốc. Theo thống kê của Tổng cục Hải quan Việt Nam, trong 11 tháng năm 2024, kim ngạch xuất khẩu hàng rau quả của Việt Nam sang Hàn Quốc đạt 298,07 triệu USD, tăng 40,11% so với cùng kỳ năm 2024. Hàn Quốc có dân số khoảng 51

triệu người. Đây được coi là thị trường tiềm năng đối với các nhà xuất khẩu của Việt Nam. Trước đây, những mặt hàng của Việt Nam xuất sang Hàn Quốc đa phần là xuất thô, nhưng thời gian gần đây đã chuyển sang hàng giá trị gia tăng và hàng chế biến sâu. Theo dữ liệu từ Viện Kinh tế nông thôn Hàn Quốc (KREI), kim ngạch nhập khẩu trái cây tươi của Hàn Quốc đã tăng vọt lên mức kỷ lục 1,45 tỉ USD vào năm 2024, đánh dấu mức tăng 20,1% so với năm trước. Các chuyên gia dự báo xu hướng nhập khẩu trái cây tại Hàn Quốc sẽ tiếp tục tăng mạnh. KREI ước tính tổng lượng trái cây nhập khẩu, bao gồm các loại tươi, khô và đông lạnh, sẽ tăng 6,8% lên 817.000 tấn vào năm 2025, đến năm 2034 sẽ đạt 865.000 tấn, phản ánh tốc độ tăng trưởng trung bình hằng năm là 0,6%.



Trái chuối của Việt Nam trên kệ hàng trong siêu thị Hàn Quốc.

Trong đó các sản phẩm thế mạnh của Việt Nam xuất khẩu sang thị trường Hàn Quốc vẫn tăng trưởng tốt bất chấp những tác động tiêu cực nền kinh tế thế giới tác động, cụ thể: cà phê (141 triệu USD, tăng 22%); thủy sản (810 triệu USD, tăng 2%); đặc biệt là hàng rau quả tươi (đạt 319 triệu USD, tăng 40%).

Người tiêu dùng Hàn Quốc ngày càng ưa trái cây nhiệt đới giàu dinh dưỡng, tạo cơ hội cho bưởi Việt Nam cạnh tranh với các sản phẩm từ Mỹ (cam, táo) và Thái Lan (sầu riêng, chôm chôm). Giá bưởi xuất khẩu sang Hàn Quốc trung bình đạt 2,4 USD/kg, cao hơn 30% so với giá tại Trung Quốc (1,8 USD/kg), cho thấy giá trị gia tăng đáng kể mà thị trường Hàn Quốc mang lại.

Cà phê là mặt hàng rất tiềm năng cho xuất khẩu của Việt Nam trong thời gian tới. Hàn Quốc được đánh giá là thị trường lớn thứ 2 thế giới về tiêu thụ mặt hàng này, quy mô thị trường đạt 6,5 tỷ USD. Tuy nhiên, cà phê Việt Nam xuất khẩu sang Hàn Quốc đa phần là cà phê nguyên liệu và sản phẩm hòa tan, đóng lon. Phân khúc thị trường cho những sản phẩm này chỉ đạt 2,5 tỷ USD và tăng không nhiều. Dòng sản phẩm cà phê uống trong cửa hàng có quy khoảng 4 tỷ USD đây là thị trường đích chúng ta có thể thâm nhập.

Những mẫu cà phê Robusta chế biến lên men đặc sản của vùng đất đỏ bazan tại Việt Nam đã gây bất ngờ cho người tiêu dùng ở đất nước Hàn Quốc. Thị trường Hàn Quốc đã quen với cà phê Arabica, với hương vị nhẹ và chua thanh và hương vị hoa quả. Tuy nhiên, Fine Robusta Việt Nam, với hương vị đậm đà và hậu vị ngọt, đang mang đến trải nghiệm mới mẻ nhưng dễ chấp nhận cho người tiêu dùng.

Thói quen của người Hàn lâu nay là 100% Arabica. Nhưng khi các mẫu cafe Robusta của Việt Nam chế biến lên men đã làm cho người tiêu dùng Hàn Quốc bất ngờ với hương vị độc đáo của cafe Việt này.

Thực tế, thực phẩm chế biến chiếm tỷ trọng khá cao trong nhóm hàng nông, thủy sản của Việt Nam xuất khẩu sang Hàn Quốc. Năm 2022, quốc gia này nhập khẩu 40 tỷ USD sản phẩm nông, thủy sản, tuy nhiên Việt Nam mới chiếm dưới 3% thị phần, đạt 1,4 tỷ USD, do vậy còn nhiều dư địa để tăng xuất khẩu mặt hàng này.

KHÓ KHĂN - THÁCH THỨC

Tiêu chuẩn chất lượng sản phẩm tại Hàn Quốc thường cao hơn cả châu Âu và Hoa Kỳ. Để thành công tại thị trường này, doanh nghiệp Việt Nam cần không ngừng nâng cao chất lượng sản phẩm, đáp ứng những yêu cầu khắt khe về an toàn vệ sinh thực phẩm, bảo vệ môi trường và các tiêu chuẩn kỹ thuật khác.

Cũng giống như những quốc gia khó tính khác, các sản phẩm nhập khẩu vào Hàn Quốc có sự kiểm soát chặt chẽ vấn đề liên quan đến an toàn thực phẩm, đặc biệt là dư lượng thuốc bảo vệ thực vật. Thị trường Hàn Quốc là một thị trường rất khó tính so với các thị trường khác. Sản phẩm muốn kinh doanh tại Hàn Quốc cần phải được kiểm soát chặt chẽ từ vùng nguyên liệu như kiểm soát dư lượng thuốc bảo vệ thực vật.

Đặc biệt, một trong những khó khăn lớn mà doanh nghiệp Việt Nam gặp phải khi thâm nhập thị trường Hàn Quốc là thiếu thông tin về thị trường. Việc thiếu hiểu biết về xu hướng tiêu dùng, nhu cầu của khách hàng, cũng như các quy định pháp luật liên quan khiến doanh nghiệp gặp nhiều khó khăn trong việc đưa sản phẩm ra thị trường. Việc xây dựng và phát triển thương hiệu tại một thị trường mới là một quá trình đòi hỏi nhiều thời

gian và nguồn lực vì vậy doanh nghiệp Việt cần có chiến lược xây dựng thương hiệu hiệu quả để tạo dựng được lòng tin của người tiêu dùng Hàn Quốc.

Ba công ty xuất khẩu thực phẩm của Việt Nam đã xuất lô hàng tới cảng Busan và Incheon vào tháng 1 và tháng 2/2024 bị kiểm định không phù hợp theo tiêu chuẩn của Hàn Quốc, các lô hàng sẽ bị trả lại hoặc tiêu hủy.

Ngày 18/03/2024, Thương vụ Việt Nam tại Hàn Quốc nhận được thư của Bộ An toàn Thực phẩm và Dược phẩm Hàn Quốc đã thông báo về việc tái chỉ định các thực phẩm nhập khẩu phải kiểm tra khi vào Hàn Quốc.

Theo đó, đối với sản phẩm nhập khẩu từ Việt Nam, mặt hàng thực phẩm cần kiểm tra là: Ớt cay (Cayenne, Capsicum, Chili Pepper, Red Pepper, Tabasco), hạng mục kiểm tra gồm 7 thuốc trừ sâu (Diniconazole, Tolfenpyrad, Tricyclazole, Permethrin, Dimethoate, Isoprothiolane, Metominostrobin).

Tại Việt Nam có 08 cơ sở đã được MFDS phê duyệt gồm: Trung tâm chất lượng Nông lâm thủy sản vùng I (NAFIQAD I); NAFIQAD II; NAFIQAD III; NAFIQAD IV; NAFIQAD V; NAFIQAD VI; Công ty TNHH Intertek Việt Nam - Phòng thí nghiệm chi nhánh Cần Thơ; Công ty TNHH SGS Việt Nam - Phòng Thí nghiệm Thực phẩm.

Việc kiểm tra nhằm nâng cao nhận thức về trách nhiệm an toàn thực phẩm của các nhà nhập khẩu và đảm bảo an toàn cho người tiêu dùng thực phẩm nhập khẩu.

Mặc dù là thị trường cung cấp hàng rau quả lớn thứ 5 cho Hàn Quốc, nhưng thị phần các nhóm hàng rau quả của Việt Nam trong tổng nhập khẩu của Hàn Quốc vẫn ở mức thấp. Trong nhóm rau củ, nhóm Rau, chưa nấu chín hoặc đã hấp hoặc luộc trong nước, đông lạnh (trừ khoai tây) mã HS 071080 là nhóm sản phẩm có tỷ trọng cao nhất, chiếm 5% trong tổng kim ngạch nhập khẩu của Hàn Quốc trong 9 tháng đầu năm 2024, các nhóm sản phẩm khác đều chiếm tỷ trọng dưới 1%.

Trong nhóm trái cây và các loại hạt (trừ hạt điều), chỉ có nhóm Trái cây và các loại hạt đông lạnh, chưa nấu chín hoặc đã nấu chín bằng cách hấp hoặc luộc trong nước, có hoặc không thêm đường... mã HS 81190 chiếm tỷ trọng 10,62%, các nhóm sản phẩm khác đều chiếm tỷ trọng rất thấp.

Với 50 triệu dân, Hàn Quốc là thị trường nhiều tiềm năng đối với hàng rau quả của Việt Nam, trong khi đây cũng là một trong những thị trường có vị trí địa lý gần với Việt Nam nên thời gian vận chuyển nhanh. Hiện có 6 loại quả tươi của Việt Nam được phép xuất khẩu vào Hàn Quốc là dứa, dưa, chuối, thanh long, xoài và bưởi.

Tuy nhiên để đẩy mạnh xuất khẩu hàng rau quả sang thị trường Hàn Quốc, các doanh nghiệp xuất khẩu cần chú ý người tiêu dùng Hàn Quốc đặt tính an toàn của nông sản, thực phẩm lên hàng đầu, sau đó mới tới chất lượng, mùi vị, hình thức bên ngoài và giá cả. Hàn Quốc là được xem là thị trường “khó tính” nhất châu Á về điều kiện đối với hàng nông sản nhập khẩu. Các loại rau quả tươi nhập khẩu phải có giấy chứng nhận kiểm



Khách tham quan gian hàng trong Cụm gian hàng chung TPHCM tại Hội chợ quốc tế Seoul Cafe Show, Hàn Quốc 2024 do ITPC đồng tổ chức.

dịch thực vật do cơ quan chức năng của Hàn Quốc ban hành. Trải qua quy trình 8 bước như đăng ký vùng trồng, phân loại, xử lý hơi nước nóng, đóng gói và dán nhãn cũng như kiểm tra trước khi thông quan, kiểm tra và chứng nhận xuất khẩu, kiểm tra nhập khẩu và những yêu cầu khác. Đối với các loại rau quả chế biến, nhà máy cung cấp cần phải đạt được giấy chứng nhận xuất khẩu do phía Hàn Quốc cấp sau khi họ đã kiểm tra dây chuyền sản xuất, máy móc thiết bị chế biến, kho lưu giữ bảo quản sản phẩm.

Để xuất khẩu được nông sản sang thị trường này, sản phẩm của các địa phương, hiệp hội và doanh nghiệp cần đạt tiêu chuẩn kỹ thuật và đặc biệt là dư lượng thuốc bảo vệ thực vật (hệ thống PLS) tại thị trường Hàn Quốc.

Trong lịch sử, đã có nhiều sản phẩm của Việt Nam đã phải thu hồi tại Hàn Quốc. Đơn cử như sản phẩm xoài của Việt Nam được đóng gói trong bao 5kg bị phát hiện tồn dư chất Permethrin – hoạt chất chuyên dùng để trừ bọ xít, sâu ăn lá, sâu đục bông, đục trái...

Hay như mặt hàng ốt đông lạnh của Việt Nam Nam cũng đã bị thu hồi do phát hiện dư lượng PLS vượt ngưỡng cho phép khi Bộ An toàn Thực phẩm và Dược phẩm Hàn Quốc (MFDS) kiểm tra ngẫu nhiên sản phẩm ốt đông lạnh nhập khẩu từ Việt Nam.

CÁC HOẠT ĐỘNG XÚC TIẾN THƯƠNG MẠI VÀ ĐẦU TƯ CỦA ITPC TẠI THỊ TRƯỜNG HÀN QUỐC ĐỂ HỖ TRỢ CHO DOANH NGHIỆP VIỆT XÂM NHẬP THỊ TRƯỜNG NÀY



Khách hàng Hàn Quốc thưởng thức cà phê đặc sản Việt Nam.

Ngày 29/4/2024, Trung tâm Xúc tiến Thương mại và Đầu tư Thành phố (ITPC) tổ chức Cụm gian hàng chung Thành phố Hồ Chí Minh tại Hội chợ quốc tế Seoul Cafe Show, Hàn Quốc 2024. Đây là dịp nhằm tạo cơ hội cho doanh nghiệp tham gia đẩy mạnh quảng bá, giới thiệu sản phẩm, đưa hàng Việt đến với người dân Hàn Quốc và quốc tế, tạo cơ hội giao thương, quảng bá các sản phẩm có chất lượng của Việt Nam trong lĩnh vực thực phẩm, đồ uống.

Hội chợ quốc tế Seoul Cafe Show là sự kiện thường niên được tổ chức từ năm 2002 đến nay. Đây là sự kiện rất được mong đợi của các tổ chức, doanh nghiệp thuộc lĩnh vực cà phê, trà, thức uống giải khát, bánh mì, đồ ngọt, nguyên phụ liệu ngành thực phẩm, máy

móc dụng cụ chế biến, nhượng quyền thương hiệu, thiết bị nhà bếp... Theo số liệu thống kê, Seoul Cafe Show năm 2023 có tổng diện tích triển lãm gần 38.000 m², với sự tham gia của 675 nhà triển lãm, từ 3.750 thương hiệu đến từ 35 quốc gia tham gia. Hội chợ cũng đón tiếp hơn 127.546 lượt khách tham quan đến từ 75 quốc gia và vùng lãnh thổ.

Bên cạnh đó nhằm tăng cường, phát triển quan hệ hợp tác giữa Thành phố Hồ Chí Minh và các địa phương trọng điểm của Hàn Quốc, góp phần nâng cao hiệu quả hội nhập kinh tế quốc tế, thúc đẩy kinh tế phát triển nhanh và bền vững. Trong năm 2024 Trung tâm Xúc tiến Thương mại và Đầu tư Thành phố (ITPC) chủ trì, phối hợp Sở Văn hóa và Thể thao, Sở Du lịch, Sở Ngoại vụ, Sở Công Thương và các Sở, ngành liên quan tổ chức các hoạt động giao lưu kết nối giao thương giữa doanh nghiệp Thành phố Hồ Chí Minh và doanh nghiệp Hàn Quốc, các nhà phân phối, nhà nhập khẩu Hàn Quốc trong khuôn khổ chuyến thăm và làm việc của đoàn lãnh đạo TP.HCM tại Nhật và Hàn Quốc.

CÁC SỰ KIỆN XÚC TIẾN THƯƠNG MẠI NỔI BẬT TẠI HÀN QUỐC

Thời gian	Tên sự kiện	Địa điểm	Lĩnh vực ngành hàng - Quy mô
11 – 3/9/2025	K-Beauty Expo 2025 (KBE)	KINTEX (Korea International Exhibition Center), Goyang-si	Thời trang & Làm đẹp 10.000 lượt tham quan Hơn 500 nhà triển lãm
17 – 19/9/2025	K-Hospital+Health Tech Fair 2025	COEX Convention Center, Seoul	Y tế & Dược phẩm CNTT & Công nghệ 20.000 lượt tham quan 300 nhà triển lãm
21 – 24/10/2025	Korea Electronics Show 2025	COEX Convention Center, Seoul	Điện & Điện tử 70.000 lượt tham quan 500 nhà triển lãm
22 – 24/10/2025	Korea Auto Industry & Green TransporTech Show 2025	KINTEX (Korea International Exhibition Center), Goyang-si	Ô tô 9.236 lượt tham quan 500 nhà triển lãm

04 – 07/2/2026	Korea Build Week (KBW)	KINTEX (Korea International Exhibition Center), Goyang-si	Xây dựng & Thi công 60.000 lượt tham quan 1000 nhà triển lãm
19 – 22/3/2026	Korea International Medical & Hospital Equipment Show (KIMES)	COEX, Seoul	Y tế & Dược phẩm 20.000 lượt tham quan Hơn 500 nhà triển lãm
31/03 – 03/04/2026	KOREA PACK	KINTEX (Korea International Exhibition Center), Goyang-si	Đóng gói & Bao bì 60.000 lượt tham quan 1.300 nhà triển lãm
08 – 10/4/2026	Electronics Manufacturing Korea (EMK)	COEX Convention Center, Seoul	Điện & Điện tử 13.000 lượt tham quan 320 nhà triển lãm
22 – 24/4/2026	World IT Show (WIS)	COEX Convention Center, Seoul	CNTT & Công nghệ 32.400 lượt tham quan 311 nhà triển lãm
17 – 19/6/2026	Korea Ocean Expo	Incheon	Ô tô & Xe hơi Môi trường & Chất thải 10.000 lượt tham quan Hơn 500 nhà triển lãm

CÁC ĐỊA CHỈ LIÊN HỆ CẦN THIẾT

➤ Đại sứ quán Việt Nam tại Hàn Quốc

Địa chỉ: 123 Bukchon-ro, Jongno-gu, Seoul, Hàn Quốc

Điện thoại: +82-2-7399.399

Fax: +82-2-720.4684

Email: vietnamembassyseoul@gmail.com

Website: vnembassy-seoul.mofa.gov.vn

➤ Thương vụ Việt Nam tại Hàn Quốc

Địa chỉ: Tầng 6, Số 1003, Tòa nhà Sunwah, 89 Seosomun-ro, Jung-gu, Seoul 04516, Hàn Quốc

Điện thoại: +82-2-364.3661

Fax: +82-2-364.3664

Email: kr@moit.gov.vn

➤ Đại sứ quán Hàn Quốc tại thủ đô Hà Nội

Địa chỉ: SQ4 Khu Ngoại Giao Đoàn, Nguyễn Xuân Khoát, Xuân Tảo, Bắc Từ Liêm, Hà Nội

Điện thoại: +84-24-3831-5111

Fax: +84-24-3831-5117

Website: <https://overseas.mofa.go.kr/vn-vi/index.do>

Email: korembviet@mofa.go.kr

Fb: https://www.facebook.com/KoreanEmbassyinVietnam/?locale=vi_VN

➤ Tổng Lãnh sự quán Hàn Quốc tại Thành phố Hồ Chí Minh

Địa chỉ: 107 Đường Nguyễn Du, Quận 1, Thành phố Hồ Chí Minh, Việt Nam

Điện thoại:

• Số tổng đài : +84-(0)28-3822-5757 (Trả lời tự động)

• Phòng Visa : +84-(0)28-3824-3311

• Phòng Hành Chính : +84-(0)28-3829-7577

• Phòng Hộ chiếu/ Hợp pháp hóa Lãnh sự : +84-(0)28-3829-1207

• Phòng Visa : +84-(0)28-3823-0251

Email: hcm02@mofa.go.kr

Website: <https://overseas.mofa.go.kr/vn-hochiminh-vi/index.do>

➤ **Cơ quan Xúc tiến Thương mại và Đầu tư Hàn Quốc (KOTRA)**

□ **Tại Hà Nội**

Địa chỉ: Tầng 20, Tòa nhà Charmvit, 117 Trần Duy Hưng, Quận Cầu Giấy, Hà Nội

Điện thoại: +84 24 3946 0511

Email: kotrahanoikbc@gmail.com

□ **Tại Thành phố Hồ Chí Minh**

Địa chỉ: Tầng 7, Diamond Plaza, 34 Lê Duẩn, phường Bến Nghé, Quận 1, TP.HCM

Điện thoại: +84 28 3822 3944

Email: kotra.sgn@gmail.com

➤ **Hiệp hội Thương mại Hàn Quốc tại Việt Nam (KOCHAM)**

□ **Tại Hà Nội**

Địa chỉ: 13F, Charmvit Tower 117 Trần Duy Hưng DTR, Hà Nội

Điện thoại: +84 24 3555 3341

Email: info@kochamvietnam.com

□ **Tại Thành phố Hồ Chí Minh**

Địa chỉ: Tầng 10, Tòa nhà COBI 1, 69 Hoàng Văn Thái, Quận 7, TP.HCM

Điện thoại: +84 28 3837 9154

Email: kocham@kocham.kr

CÁC NƯỚC CÓ QUAN HỆ ĐỐI TÁC CHIẾN LƯỢC TOÀN DIỆN VỚI VIỆT NAM (CẬP NHẬT 2025)

TRUNG QUỐC

5/2008



LIÊN BAN NGA

7/2012



ẤN ĐỘ

9/2016



HÀN QUỐC

12/2022



HOA KỲ

9/2023



NHẬT BẢN

11/2023



AUSTRALIA

3/2024



PHÁP

10/2024



MALAYSIA

11/2024



NEW ZEALAND

2/2025



INDONESIA

10/3/2025



SINGAPORE

12/3/2025



THÁI LAN

16/5/2025



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.hochiminhcity.gov.vn

