



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

**THỊ TRƯỜNG HONG KONG
(TRUNG 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,
P. Tân Định, TP.HCM
92 - 96 Nguyễn Huệ,
P. Sài Gòn, 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 HONG KONG (TRUNG QUỐC)**
- 09 NHỮNG LƯU Ý KHI KINH DOANH TẠI THỊ TRƯỜNG HONG KONG (TRUNG QUỐC)**
- 31 HOẠT ĐỘNG GIAO THƯƠNG GIỮA VIỆT NAM VÀ HONG KONG (TRUNG QUỐC)**
- 45 HOẠT ĐỘNG ĐẦU TƯ GIỮA VIỆT NAM VÀ HONG KONG (TRUNG QUỐC)**
- 46 NHỮNG THUẬN LỢI VÀ KHÓ KHĂN CỦA HÀNG VIỆT TẠI THỊ TRƯỜNG HONG KONG (TRUNG QUỐC)**
- 53 CÁC ĐỊA CHỈ LIÊN LẠC CẦN THIẾT**
- 54 CÁC SỰ KIỆN XÚC TIẾN THƯƠNG MẠI NỔI BẬT TẠI HONG KONG (TRUNG QUỐC)**

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 Hong Kong (Trung 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



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
Lãnh sự quán Trung Quốc tại TP.HCM
trong quá trình thực hiện ấn phẩm này.

THỊ TRƯỜNG HONG KONG (TRUNG QUỐC)



TỔNG QUAN VỀ THỊ TRƯỜNG HONG KONG (TRUNG QUỐC)



VỊ TRÍ ĐỊA LÝ – VĂN HÓA – XÃ HỘI

Tên đầy đủ: Đặc khu hành chính Hong Kong (Trung Quốc) thuộc Cộng hòa Nhân dân Trung Hoa (Hong Kong Special Administrative Region of the People's Republic of China)

Vị trí địa lý: Hong Kong (Trung Quốc) nằm ở địa đầu Đông Nam Trung Quốc, gồm 3 đảo lớn: Hương Cảng, Đại Vũ, Cửu Long và 262 đảo nhỏ. Nằm về phía Đông của đồng bằng châu thổ Châu Giang, giáp với tỉnh Quảng Đông về phía Bắc và nhìn ra Biển Nam Trung Hoa ở phía Đông, Tây và Nam. Cảng biển Victoria nổi tiếng thế giới là cảng nước sâu nằm giữa hai bán đảo Hương Cảng và Cửu Long.

Diện tích: Tổng diện tích 1.108 km²

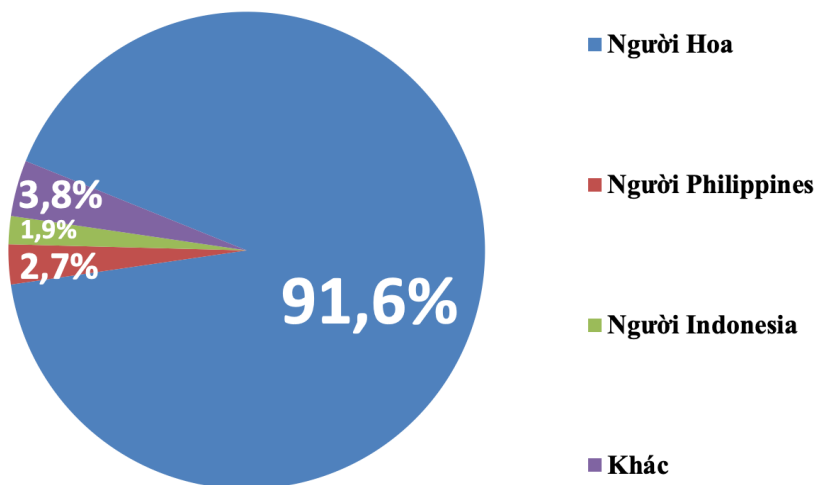
- Diện tích mặt đất: 1.073 km²
- Diện tích mặt nước: 35 km²

Dân số: 7.297.821 (Số liệu ước tính năm 2024)

Tài nguyên thiên nhiên: Hong Kong (Trung Quốc) có tài nguyên thiên nhiên chủ yếu bao gồm đá xây dựng, một số mỏ khoáng sản phi kim loại như đất sét cao lanh, fenspat và cát khai thác từ biển.

Dân tộc: Người Hoa 91,6%, người Philippines 2,7%, người Indonesia 1,9%, các dân tộc khác 3,7% (Số liệu cập nhật năm 2021)

Cơ cấu dân tộc
(Số liệu ước tính năm 2021)

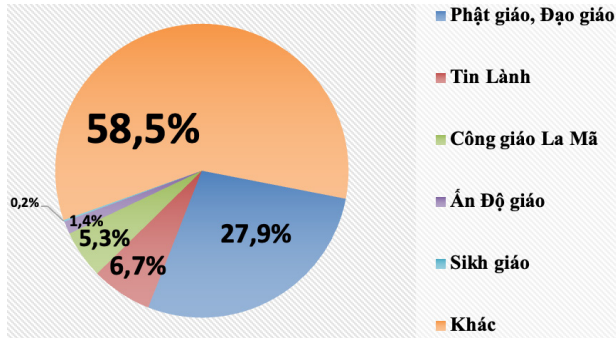


Ngôn ngữ: Ngôn ngữ chính thức và phổ biến nhất tại Hong Kong (Trung Quốc) là tiếng Hoa và tiếng Anh. Trong đó tiếng Quảng Đông (chính thức) chiếm 85,4%, tiếng Anh (chính thức) chiếm 4,5%, tiếng Phổ thông (chính thức) chiếm 2,2%, các phương ngữ tiếng Trung khác chiếm 2,8%, các phương ngữ khác chiếm 2%, trẻ em dưới 5 tuổi hoặc người cảm 3,2% (ước tính năm 2021)

Tôn giáo: Phật giáo hoặc Đạo giáo 27,9%, Tin Lành 6,7%, Công giáo La Mã 5,3%, Hồi giáo 4,2%, Ấn Độ giáo 1,4%, Sikh 0,2%, khác hoặc không theo tôn giáo nào 54,3% (ước tính năm 2016)

Lưu ý: Nhiều người theo Nho giáo, bất kể tôn giáo của họ là gì hoặc không theo tôn giáo nào

Cơ cấu tôn giáo (Số liệu ước tính năm 2016)



Tiền tệ: Đơn vị tiền tệ được chính thức lưu hành tại Hong Kong (Trung Quốc) là đồng đô la Hong Kong (Trung Quốc) (HKD)



TỔNG QUAN NỀN KINH TẾ

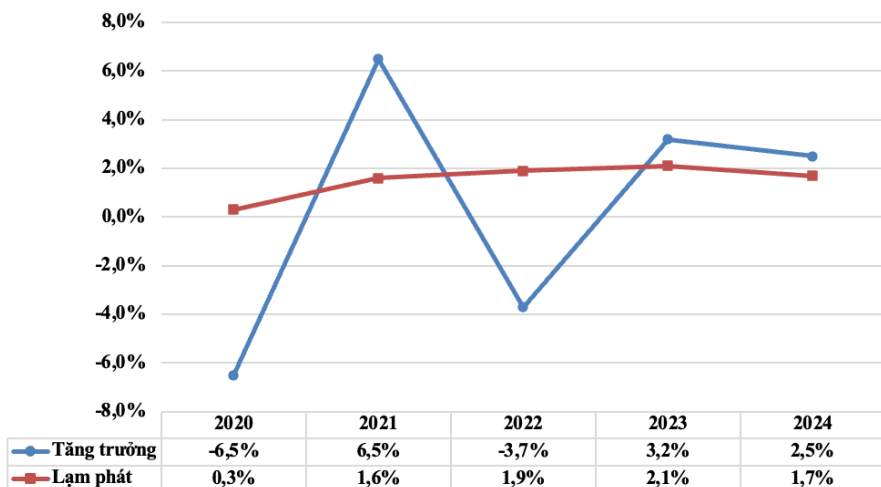
Hong Kong (Trung Quốc) là Đặc khu Hành chính (SAR) của Cộng hòa Nhân dân Trung Hoa (PRC). Hong Kong (Trung Quốc) sở hữu nguồn nhân lực dịch vụ chuyên

nghiệp dồi dào, cơ sở hạ tầng hiện đại và khả năng tiếp cận các trung tâm sản xuất của Trung Quốc đại lục. Trung Quốc đại lục là đối tác thương mại lớn nhất của Hong Kong (Trung Quốc). Nhiều nhà sản xuất Hong Kong (Trung Quốc) có cơ sở sản xuất tại Khu vực Vịnh Lớn bao gồm Quảng Đông - Hong Kong (Trung Quốc) - Ma Cao (GBA) ở Nam Trung Quốc. Trong đó khu vực Vịnh Lớn thì Hong Kong (Trung Quốc) đóng vai trò là trung tâm dịch vụ và thương mại của khu vực. Tổng dân số của Khu vực Vịnh Lớn là hơn 86 triệu người.

Nền kinh tế Hong Kong (Trung Quốc) ngày càng gắn bó chặt chẽ với Trung Quốc đại lục. Hiệp định Đối tác kinh tế Chặt chẽ (CEPA) mang lại cho các sản phẩm và doanh nghiệp Hong Kong (Trung Quốc) quyền tiếp cận ưu đãi vào thị trường đại lục. CEPA vượt ra ngoài các cam kết của Trung Quốc với Tổ chức Thương mại Thế giới (WTO), xóa bỏ thuế quan và cho phép tiếp cận sớm hơn hoặc ưu đãi hơn đối với một số lĩnh vực dịch vụ. Các công ty nước ngoài cũng có thể được hưởng lợi từ CEPA. Đối với thương mại hàng hóa, các nhà đầu tư nước ngoài có thể thiết lập dây chuyền sản xuất tại Hong Kong (Trung Quốc) để sản xuất hàng hóa đáp ứng các yêu cầu về quy tắc xuất xứ của CEPA. Đối với thương mại dịch vụ, các công ty được thành lập tại Hong Kong (Trung Quốc) bởi các nhà đầu tư nước ngoài có thể sử dụng CEPA nếu đáp ứng các tiêu chí đủ điều kiện của một "Nhà cung cấp dịch vụ Hong Kong (Trung Quốc)". Ví dụ, họ phải tham gia hoạt động kinh doanh tại Hong Kong (Trung Quốc) từ 3 đến 5 năm hoặc hợp tác với hoặc mua lại một công ty đủ điều kiện theo CEPA.

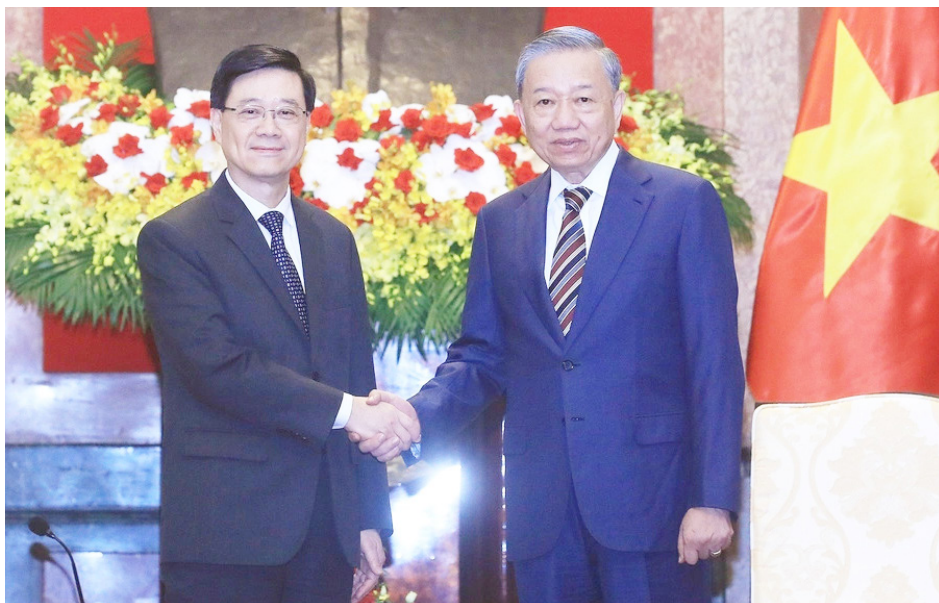
Tăng trưởng GDP và mức lạm phát

(Nguồn: IMF, World Economic Outlook Database)



NHỪNG LƯU Ý KHI KINH DOANH TẠI THỊ TRƯỜNG HONG KONG (TRUNG QUỐC)

THÁCH THỨC THỊ TRƯỜNG



Tổng Bí thư Tô Lâm tiếp Trưởng Đặc khu Hong Kong Lý Gia Siêu.

Thiếu hụt nhân tài: Lực lượng lao động của Hong Kong (Trung Quốc) đã có xu hướng giảm kể từ năm 2019, khi thành phố này trải qua bất ổn xã hội sau khi đưa ra dự luật cho phép dẫn độ cư dân tại Hong Kong (Trung Quốc) sang Trung Quốc Đại lục. Dân số lao động của thành phố đã giảm 0,2% so với cùng kỳ năm 2019 và 1,7% vào năm 2020. Theo thống kê chính thức, năm 2022, lực lượng lao động của thành phố đã giảm thêm 2,4% (tương đương 94.100 người) xuống còn 3,78 triệu người, mức giảm mạnh nhất kể từ năm 1985. Sự suy giảm lực lượng lao động và dòng chảy nhân tài có thể là do các yếu tố cấu trúc bao gồm dân số già hóa, tỷ lệ sinh thấp.

Chính quyền tại Hong Kong (Trung Quốc) nhận thức rõ về tình trạng thiếu hụt nhân tài và đã đưa ra các chương trình thu hút nhân tài nhằm thu hút các chuyên gia đến Hong Kong (Trung Quốc). Vào tháng 12 năm 2022, chính quyền tại Hong Kong (Trung Quốc) đã khởi động Chương trình Thẻ thông hành nhân tài hàng đầu (Top Talent Pass) không giới hạn hạn ngạch để cấp thị thực 2 năm cho những cá nhân có thu nhập cao và tốt

ngành từ 100 trường đại học hàng đầu thế giới. Chính phủ cũng đã đưa ra chương trình nhập khẩu lao động vào tháng 6 để cho phép nhập khẩu tới 20.000 công nhân trong các ngành xây dựng, hàng không và giao thông vận tải địa phương.

➤ **Hong Kong (Trung Quốc) áp dụng hệ thống cấp phép xuất nhập khẩu và kiểm soát đặc biệt**

Mặc dù Hong Kong (Trung Quốc) là một cảng tự do với rất ít thuế nhập khẩu, nhưng vẫn tồn tại nhiều quy định về giấy phép nhập khẩu/ xuất khẩu cho các loại hàng hóa đặc thù. Nếu hàng hóa thuộc danh mục “vật phẩm chiến lược” hoặc “hàng hóa bị kiểm soát” thì cần Giấy phép nhập khẩu/ xuất khẩu (Import/Export Licence) trước khi vận chuyển vào Hong Kong (Trung Quốc).

Với doanh nghiệp Việt Nam, rào cản ở đây là: phải xác định liệu sản phẩm thuộc diện danh mục kiểm soát hay không. Nếu có, doanh nghiệp phải chuẩn bị hồ sơ xin giấy phép, chịu thời gian chờ xét duyệt, đồng thời chịu rủi ro nếu thiếu giấy phép hay hàng hóa có thể bị giữ lại hoặc bị hoàn trả.

➤ **Hong Kong (Trung Quốc) yêu cầu cao về an toàn thực phẩm và kiểm dịch với hàng hóa nông - thủy sản**



Đối với các mặt hàng thực phẩm, nông sản, thủy sản xuất khẩu vào thị trường Hong Kong (Trung Quốc), có những yêu cầu về kiểm dịch, chứng nhận sức khỏe, kiểm tra vi sinh, kim loại nặng, dư lượng hóa chất. Ví dụ, nhập khẩu thực phẩm có mức độ rủi ro cao như thịt, gia cầm, trứng, sữa, đồ đóng hộp từ động vật cần có giấy chứng nhận sức khỏe do cơ quan có thẩm quyền của nước xuất khẩu cấp.

Yêu cầu vệ sinh an toàn thực phẩm tại thị trường Hong Kong (Trung Quốc) rất cao, hệ thống cảnh báo nhanh nhạy, công tác hậu kiểm và quy định về nhãn mác nghiêm ngặt. Một khó khăn nữa là thị trường quy mô dân số nhỏ, không thể có được đơn hàng lớn, cộng hưởng với đó là sự cạnh tranh cao. Điều này đặt ra thách thức cho doanh nghiệp Việt Nam vì phải đảm bảo rằng lô hàng đáp ứng các tiêu chuẩn xuất khẩu quốc tế, có chứng nhận hợp lệ và làm việc với đối tác nhập khẩu tại Hong Kong (Trung Quốc) để đảm bảo hồ sơ, kiểm dịch, vận chuyển đúng cách. Nếu không chuẩn bị tốt, có thể xảy ra việc chậm thông quan, bị kiểm tra bổ sung hoặc bị từ chối nhập khẩu.

➤ **Quy định về nhãn mác, an toàn sản phẩm và chống hàng giả khắt khe tại Hong Kong (Trung Quốc)**

Hong Kong (Trung Quốc) có các quy định nghiêm ngặt về nhãn mác cũng như xử lý hàng giả, hàng nhái. Theo Trade Descriptions Ordinance, việc nhập khẩu hoặc bán hàng với nhãn hiệu giả mạo hoặc thông tin sai lệch là vi phạm pháp luật và có thể bị phạt nặng lên tới 5 năm tù.

Với hàng tiêu dùng như đồ chơi, thiết bị điện tử, cũng có yêu cầu về an toàn sản phẩm và tiêu chuẩn kỹ thuật. Ví dụ, đồ chơi phải đảm bảo không chứa vật liệu nguy hiểm.

Với doanh nghiệp Việt Nam, rào cản nằm ở việc: đảm bảo nhãn mác chính xác, không vi phạm bản quyền, đảm bảo vật liệu đóng gói và sản phẩm đáp ứng tiêu chuẩn an toàn, tránh bị xử lý do vi phạm nhãn hiệu hoặc tiêu chuẩn.

➤ **Yêu cầu khai báo thông quan, điện tử và thủ tục hải quan điện tử**

Theo hướng dẫn từ DHL/ TMF Group: khi hàng nhập vào Hong Kong (Trung Quốc), người nhập khẩu phải hoàn tất khai báo nhập khẩu điện tử, vận đơn và nếu khai sai hoặc nộp chậm sẽ phải nộp phạt. Hàng hóa nhập khẩu bị kiểm tra tài liệu và có thể bị kiểm tra thực tế theo cách chọn lọc.

Do vậy, doanh nghiệp Việt Nam cần phối hợp chặt chẽ với bên nhập khẩu tại Hong Kong (Trung Quốc) để đảm bảo hồ sơ chính xác, mã HS đúng, mô tả hàng hóa rõ ràng, tránh tổn thất do khai sai hoặc xử lý chậm.

➤ Các yêu cầu về tiêu chuẩn môi trường và vật liệu đóng gói – xu hướng “xanh” ngày càng tăng tại Hong Kong (Trung Quốc)

Mặc dù Hong Kong (Trung Quốc) không có thuế nhập khẩu, nhưng ngày càng tăng các yêu cầu về môi trường như kiểm soát vật liệu đóng gói nhựa dùng một lần, yêu cầu sử dụng vật liệu tái chế và hạn chế nhựa. Ví dụ Hong Kong (Trung Quốc) đã ban hành lệnh cấm sử dụng “plastic single-use cutlery” như dao, thìa, ống hút từ năm 2024.

Doanh nghiệp Việt Nam khi xuất khẩu hàng hóa tiêu dùng, bao bì phải lưu ý: nếu sử dụng vật liệu nhựa nhẹ nhiều, hoặc đóng gói bao bì nhựa quá mức thì có thể sản phẩm nhập khẩu lại bị từ chối nhập hoặc bị yêu cầu thay đổi. Đây là rào cản phi thuế quan vì thuộc yêu cầu tiêu chuẩn môi trường, chất lượng.

➤ Yêu cầu xuất xứ và tận dụng ưu đãi từ hiệp định thương mại

Với mối quan hệ giữa Việt Nam và Hong Kong (Trung Quốc), theo hiệp định ASEAN – HONG KONG - Free Trade Agreement (AHKFTA), hàng hóa Việt Nam muốn hưởng ưu đãi phải đáp ứng được quy tắc xuất xứ và có giấy chứng nhận xuất xứ (C/O) mẫu AHK hoặc khác theo quy định.

Rào cản nằm ở việc doanh nghiệp phải có hệ thống kiểm soát nội bộ, chứng từ đầy đủ, tuân thủ “vận chuyển trực tiếp” và các tiêu chí xuất xứ. Tái xuất, chuyển tiếp qua nước thứ ba có thể bị loại khỏi ưu đãi, làm mất lợi thế cạnh tranh.

CƠ HỘI THỊ TRƯỜNG

Các lĩnh vực xuất khẩu hàng đầu của các công ty khi kinh doanh tại Hong Kong (Trung Quốc) bao gồm các lĩnh vực sau:

- Lĩnh kiện điện tử;
- Thiết bị y tế và dược phẩm;
- Thiết bị hàng không và sân bay;
- Cơ sở hạ tầng giao thông;
- Dịch vụ tài chính;
- Dịch vụ giáo dục và đào tạo;
- Dịch vụ du lịch và lữ hành;
- Bán lẻ và hàng tiêu dùng như thực phẩm đóng gói, rượu vang, mỹ phẩm;
- Đồ vệ sinh cá nhân.

Các sáng kiến đổi mới và công nghệ đang được chính quyền tại Hong Kong (Trung Quốc) thực hiện, tập trung vào chăm sóc sức khỏe, dịch vụ tài chính, phát triển bền vững và cơ sở hạ tầng, cũng mang đến cơ hội cho các nhà cung cấp công nghệ trên thế giới.

Hong Kong (Trung Quốc) là những cảng miễn thuế, với rất ít rào cản đối với thương mại hàng hóa và dịch vụ và rất ít.

YÊU CẦU CHỨNG TỪ VÀ CÁC QUY ĐỊNH NHẬP KHẨU

Documents for Import & Export Procedures



Doanh nghiệp tham gia xuất nhập khẩu hàng hóa Việt Nam - Hong Kong (Trung Quốc) cần chuẩn bị các giấy tờ sau:

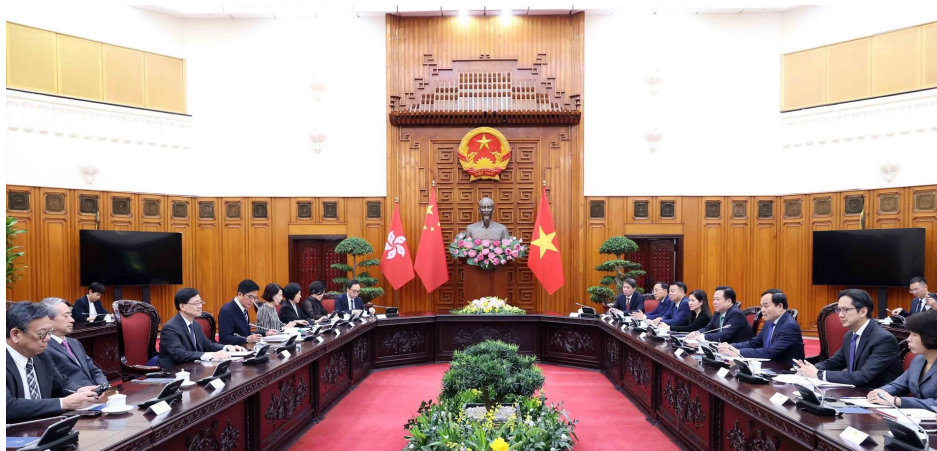
- Hợp đồng mua bán Quốc Tế (International Sales Contract);
- Hóa đơn thương mại (Commercial Invoice);
- Phiếu đóng gói hàng hóa (Packing List);
- Tờ khai hải quan nhập khẩu (Customs Declaration Form);
- Giấy nộp tiền vào ngân sách nhà nước;
- Giấy phép nhập khẩu (tùy mặt hàng nhập khẩu);
- Hóa đơn vận chuyển.

CHÍNH SÁCH THƯƠNG MẠI

Hong Kong (Trung Quốc) là một cảng miễn thuế, không áp dụng thuế hải quan. Chính quyền tại Hong Kong (Trung Quốc) đánh thuế tiêu thụ đặc biệt đối với bốn mặt hàng:

- Rượu mạnh (rượu mạnh chung cất);
 - Thuốc lá;
 - Dầu hydrocarbon;
 - Cồn methyl.
- ❖ Thuế tiêu thụ đặc biệt đối với rượu mạnh chung cất là 100%;
 - ❖ Thuế suất đối với xăng không chì là 0,78 đô la Mỹ/lít;
 - ❖ Thuế đối với rượu vang và bia đã được giảm xuống 0%, có hiệu lực từ ngày 27 tháng 2 năm 2008;
 - ❖ Cuối cùng, một khoản “Thuế Đăng ký Lần đầu” khá cao, dao động từ 35 - 100% giá, được áp dụng cho việc mua xe mới.

CÁC QUY ĐỊNH VỀ NHÃN MẮC VÀ ĐÁNH DẤU



Nguyên Phó Thủ tướng Trần Lưu Quang hội đàm với Trưởng Khu hành chính đặc biệt Hong Kong (Trung Quốc) Lý Gia Siêu.

Các rào cản phi thuế quan của Hong Kong (Trung Quốc) liên quan đến yêu cầu ghi nhãn, tiêu chuẩn và các yêu cầu khác nhìn chung là tối thiểu, nhưng dự kiến sẽ trở nên khắt khe hơn đối với thực phẩm chức năng. Dược phẩm và thuốc không kê đơn (OTC) phải có thông tin về liều lượng và tần suất sử dụng trên nhãn bằng cả tiếng Trung và tiếng Anh.

➤ Ghi nhãn trên sản phẩm thực phẩm

Quy định về ghi nhãn thực phẩm của Hong Kong (Trung Quốc) được xây dựng và quản lý bởi Trung tâm an toàn thực phẩm thuộc Sở thực phẩm và Vệ sinh Môi trường. Theo quy định về thực phẩm và dược phẩm (tại chương 132W), nhãn thực phẩm đóng gói sẵn phải cung cấp những thông tin sau:

- Tên thực phẩm;
- Danh sách thành phần (bao gồm các chất gây dị ứng);
- Ghi rõ ngày "sử dụng trước" hoặc "hạn sử dụng tốt nhất trước";
- Tuyên bố về điều kiện bảo quản đặc biệt hoặc hướng dẫn sử dụng;
- Tên và địa chỉ của nhà sản xuất hoặc nhà đóng gói;
- Số lượng, trọng lượng hoặc thể tích thực phẩm;
- Thông tin Dinh dưỡng.

Nhãn sản phẩm dán được phép khắc phục bất kỳ vấn đề không tuân thủ nào trên nhãn đã có sẵn và có thể được các nhà nhập khẩu tại Hong Kong (Trung Quốc) áp dụng với sự cho phép của nhà sản xuất. Nhãn có thể được cung cấp bằng tiếng Anh, tiếng Trung hoặc cả hai ngôn ngữ. Nếu sử dụng cả hai ngôn ngữ trên thực phẩm đóng gói sẵn, tên thực phẩm, danh sách thành phần và thông tin dinh dưỡng phải được cung cấp bằng cả hai ngôn ngữ. Ghi nhãn cho sản phẩm thực phẩm.

➤ Đối với sản phẩm công nghệ sinh học

Chính quyền tại Hong Kong (Trung Quốc) không yêu cầu ghi nhãn cho các sản phẩm thực phẩm công nghệ sinh học. Năm 2006, chính quyền đã ban hành hướng dẫn về việc tự nguyện ghi nhãn cho các sản phẩm thực phẩm công nghệ sinh học chứa 5% hoặc hơn một thành phần thực phẩm công nghệ sinh học riêng lẻ.

➤ Chứng nhận Hữu cơ

Hong Kong (Trung Quốc) công nhận chứng nhận hữu cơ USDA, vì vậy các sản phẩm được bán tại Hong Kong (Trung Quốc) đều có logo hữu cơ USDA.

➤ Ghi nhãn đối với thiết bị điện tiêu dùng

Chính quyền tại Hong Kong (Trung Quốc) đã ban hành quy định ghi nhãn hiệu quả năng lượng vào tháng 5 năm 2008 cho các thiết bị điện tiêu dùng. Chương trình dán nhãn hiệu quả năng lượng bắt buộc (MEELS) của quy định này nhằm mục đích hỗ trợ

người tiêu dùng lựa chọn các sản phẩm tiết kiệm năng lượng. Theo quy định, sản phẩm của nhà sản xuất hay nhập khẩu phải được đăng ký với Sở dịch vụ cơ điện tại Hong Kong (Trung Quốc) và phải có nhãn năng lượng tuân thủ các yêu cầu kỹ thuật đã chỉ định. Giai đoạn triển khai đầu tiên và thứ hai của quy định bao gồm 5 loại sản phẩm được bán tại thị trường Hong Kong (Trung Quốc):

- Máy điều hòa không khí;
- Tủ lạnh;
- Đèn huỳnh quang compact;
- Máy giặt;
- Máy hút ẩm.

Giai đoạn thứ 3 của MEELS, được triển khai đầy đủ vào tháng 12 năm 2019, đã mở rộng phạm vi áp dụng sang ba loại sản phẩm điện bổ sung, cụ thể là tivi, bình nước nóng điện loại tích trữ và bếp từ. Một Bộ quy tắc thực hành về dán nhãn năng lượng cho sản phẩm đã được phê duyệt và ban hành để cung cấp hướng dẫn thực tế và chi tiết kỹ thuật về các yêu cầu theo Sắc lệnh.

➤ Các quy định khác

Hong Kong (Trung Quốc) quy định việc sử dụng chất tạo ngọt, chất bảo quản, chất tạo màu, tạp chất kim loại và thuốc trừ sâu. Trong trường hợp không có quy định cụ thể, chính quyền tại Hong Kong (Trung Quốc) sẽ tham khảo các tiêu chuẩn Codex hoặc tiến hành đánh giá rủi ro để xác định các yêu cầu nhập khẩu áp dụng.

QUY ĐỊNH VỀ AN TOÀN THỰC PHẨM, KIỂM DỊCH

Cục Vệ sinh thực phẩm và Môi trường thuộc Chính quyền Đặc khu Hành chính tại Hong Kong (Trung Quốc) chịu trách nhiệm thực hiện các chính sách kiểm soát an toàn thực phẩm trên toàn lãnh thổ và thực thi pháp luật về thực phẩm. Cục Vệ sinh thực phẩm và Môi trường sẽ thanh toán theo giá thị trường của bất kỳ mẫu thực phẩm nào được lấy từ nhà nhập khẩu. Do khó khăn trong việc xác định giá tại các cửa khẩu nhập cảnh, Cục sẽ phát hành thông báo lấy mẫu cho nhà nhập khẩu khi thu thập mẫu. Thông báo sẽ nêu rõ các mặt hàng và số lượng mẫu thực phẩm đã được lấy. Nhà nhập khẩu có thể gửi hóa đơn và bản sao thông báo sau đó cho Cục để thanh toán.

Nhà nhập khẩu thực phẩm, thông qua liên lạc chặt chẽ với các nước xuất khẩu, có trách nhiệm đảm bảo rằng các mặt hàng thực phẩm họ mua tuân thủ luật pháp địa phương. Để đảm bảo tiêu chuẩn vệ sinh thực phẩm, các nhà nhập khẩu được khuyến

khích xin giấy chứng nhận y tế do các cơ quan cấp phép của nước xuất xứ cấp kèm theo hàng nhập khẩu, chứng nhận rằng các sản phẩm thực phẩm liên quan phù hợp để sử dụng cho con người.



Để đảm bảo tiêu chuẩn vệ sinh thực phẩm, các nhà nhập khẩu được khuyến khích xin giấy chứng nhận y tế do cơ quan y tế của quốc gia xuất xứ cấp kèm theo hàng nhập khẩu, chứng nhận rằng các sản phẩm thực phẩm liên quan phù hợp để sử dụng cho người. Ngoài ra, còn có các yêu cầu pháp lý hoặc quy định hành chính cụ thể đối với việc nhập khẩu các mặt hàng thực phẩm sau:

- Thịt thú săn, thịt và gia cầm;
- Sữa và đồ uống từ sữa;
- Bánh kẹo đông lạnh;
- Thực phẩm có chứa chất tạo màu;
- Thực phẩm có chứa kim loại;
- Thực phẩm có chứa chất tạo ngọt nhân tạo;
- Thực phẩm có chứa aflatoxin, axit erucic hoặc các chất bị cấm khác;
- Thực phẩm có chứa chất bảo quản hoặc chất chống oxy hóa.

HÀNG HÓA NHẬP KHẨU TẠM THỜI

Hong Kong (Trung Quốc) là một khu vực thương mại tự do, không áp dụng thuế quan đối với hàng hóa xuất nhập khẩu, bao gồm cả hàng tạm nhập tái xuất. Điều này làm cho thủ tục hải quan trở nên dễ dàng hơn so với nhiều quốc gia khác.

Đối với hầu hết các hàng hóa thông thường nhập khẩu tạm thời vào Hong Kong (Trung Quốc) sẽ không phải đóng thuế nhập khẩu. Tuy nhiên, để đảm bảo quá trình diễn ra suôn sẻ, đặc biệt nếu đó là hàng mẫu, thiết bị chuyên dụng, việc sử dụng sổ ATA Carnet là một lựa chọn hiệu quả để đơn giản hóa thủ tục và tránh các yêu cầu đặt cọc tại cửa khẩu. Bạn cũng cần đảm bảo hàng hóa không nằm trong danh mục hàng cấm hoặc hàng kiểm soát đặc biệt.

HÀNG HÓA CẤM VÀ HẠN CHẾ NHẬP KHẨU



Hong Kong (Trung Quốc) cấm nhập khẩu vũ khí, ma túy nguy hiểm, các sản phẩm thuốc lá điện tử (trừ khi quá cảnh), ngà voi và các loại hàng hóa có thể gây hại như thực phẩm chứa phụ gia độc hại. Hàng hóa bị hạn chế hoặc kiểm soát nhập khẩu bao gồm động vật sống, các chất hóa học nguy hiểm, một số loại thực phẩm và hàng hóa chiến lược đòi hỏi giấy phép hoặc giấy phép đặc biệt.

➤ Hàng hóa bị cấm nhập khẩu các mặt hàng sau:

Vũ khí và chất nổ: Bao gồm súng gây choáng, bình xịt hơi cay, và các vật liệu nổ khác.

Ma túy và các chất cấm: Tất cả các loại ma túy nguy hiểm, thuốc phiện, heroin, cần sa, v.v..

Thuốc lá điện tử: Bị cấm mang lên máy bay hoặc cất giữ, ngoại trừ trường hợp quá cảnh mà không qua kiểm soát nhập cảnh.

Ngà voi và sản phẩm từ ngà voi: Bị cấm nhập khẩu.

Thực phẩm có hại: Thực phẩm chứa phẩm màu, chất tạo ngọt nhân tạo, aflatoxins, chất bảo quản hoặc chất chống oxy hóa bị cấm.

Một số hóa chất: Các hóa chất kiểm soát như anhydride axetic, ephedrine, pseudoephedrine, halon và chlorofluorocarbon (CFC).

Động vật bị bệnh hoặc mang mầm bệnh: Bất kỳ động vật nào có nguy cơ gây hại cho sức khỏe con người, vật nuôi hoặc môi trường đều bị cấm.

➤ Hàng hóa bị hạn chế và kiểm soát

Động vật sống: Việc nhập khẩu động vật có vú, chim, bò sát cần phải có giấy phép trước từ Bộ Nông nghiệp, Thủy sản và Bảo tồn.

Thuốc lá mạnh và rượu mạnh: Chịu thuế tiêu thụ đặc biệt, không bị cấm nhưng cần phải kê khai và nộp thuế.

Thực phẩm và thuốc: Các sản phẩm thực phẩm và thuốc bị hạn chế có thể đòi hỏi giấy phép đặc biệt.

Hàng hóa chiến lược: Ví dụ như sợi carbon prepreg, firewall, firebox, đòi hỏi giấy phép trước khi nhập khẩu.

Chất phóng xạ và thuốc trừ sâu: Bị kiểm soát chặt chẽ và yêu cầu giấy phép.

Cát: Số lượng trên 100 kg bị hạn chế.

XU HƯỚNG TIÊU DÙNG CỦA NGƯỜI DÂN TẠI THỊ TRƯỜNG HONG KONG (TRUNG QUỐC)

Cơ quan Thống kê chính quyền Khu hành chính đặc biệt Hong Kong (Trung Quốc) mới đây đã công bố số liệu bán lẻ mới nhất, theo đó tổng doanh số bán lẻ trong giai đoạn từ tháng 1 - 9 năm 2023 ước tính là 31,8 tỷ HKD, tăng 13% so với cùng kỳ năm ngoái. Cụ thể, các mặt hàng trang sức, đồng hồ và quà tặng cao cấp tăng 27,3% so với cùng kỳ năm trước. Thực phẩm, đồ uống có cồn và thuốc lá tăng 16,5%, quần áo tăng 41,5%; thuốc và mỹ phẩm tăng 50,6%, thuốc đông y tăng 14%...

➤ Xu hướng tiêu dùng của người dân tại thị trường Hong Kong (Trung Quốc) trước khi đại dịch Covid-19 bùng phát

Hong Kong (Trung Quốc) được xem là một trong những trung tâm thương mại và tài chính tiêu dùng sôi động nhất châu Á, với mức sống cao, thu nhập bình quân đầu người thuộc nhóm hàng đầu khu vực. Người dân có sức mua lớn, xu hướng tiêu dùng hiện đại và dễ tiếp cận với các sản phẩm, thương hiệu quốc tế.

Tuy nhiên, bối cảnh tiêu dùng giai đoạn 2018 – 2019 cũng chịu ảnh hưởng bởi biến động kinh tế toàn cầu, tâm lý người tiêu dùng có phần thận trọng hơn. Mặc dù vậy, người dân vẫn duy trì thói quen chi tiêu mạnh cho hàng hóa chất lượng cao, dịch vụ tiện ích và trải nghiệm cá nhân hóa.

□ Xu hướng tiêu dùng hướng đến thương hiệu quốc tế và chất lượng cao

Trước đại dịch, người dân tại thị trường này nổi tiếng là người tiêu dùng tinh tế, nhạy bén với thương hiệu. Các sản phẩm đến từ Nhật Bản, Hàn Quốc, châu Âu và Mỹ được ưa chuộng, đặc biệt trong lĩnh vực mỹ phẩm, thời trang, đồng hồ, thực phẩm chức năng và hàng điện tử. Người tiêu dùng có xu hướng ưu tiên chất lượng và uy tín thương hiệu hơn giá cả, sẵn sàng chi trả cao cho các sản phẩm chính hãng, đặc biệt là hàng nhập khẩu. Việc tiêu dùng hàng xa xỉ trở thành một biểu tượng của phong cách sống và địa vị xã hội, đặc biệt trong giới trẻ thành thị và tầng lớp trung lưu. Các trung tâm thương mại như Harbour City, Times Square, IFC Mall là những điểm đến tiêu dùng sầm uất, phản ánh xu hướng “shopping as lifestyle” – mua sắm không chỉ là nhu cầu vật chất mà còn là hình thức trải nghiệm, giải trí và thể hiện bản thân.

□ Xu hướng sử dụng các sản phẩm công nghệ cao và thương mại điện tử phát triển nhanh

Trước năm 2020, Hong Kong (Trung Quốc) đã đạt tỷ lệ sử dụng Internet và smartphone gần như phổ cập, truy cập Internet thường xuyên. Điều này tạo nền tảng cho sự phát triển mạnh mẽ của thương mại điện tử và thanh toán kỹ thuật số.

Người tiêu dùng đã quen với việc mua sắm trực tuyến trên các nền tảng như Taobao, Tmall, Amazon, HKTVmall, cũng như sử dụng các ứng dụng thanh toán điện tử như AlipayHK, WeChat Pay, PayMe. Tuy nhiên, phần lớn người tiêu dùng vẫn duy trì thói quen “kết hợp” – tức là vừa mua sắm trực tiếp tại cửa hàng để trải nghiệm sản phẩm, vừa tận dụng nền tảng online để so sánh giá và săn khuyến mãi. Xu hướng “O2O – online to offline” phát triển mạnh, trở thành đặc trưng tiêu dùng giai đoạn này.

□ Người tiêu dùng tại thị trường Hong Kong (Trung Quốc) tăng chi tiêu cho trải nghiệm và dịch vụ

Trước đại dịch, mức chi tiêu cho dịch vụ, du lịch và trải nghiệm cá nhân chiếm tỷ trọng ngày càng lớn trong ngân sách tiêu dùng của người tiêu dùng tại đây. Người dân

sẵn sàng bỏ tiền cho du lịch nước ngoài, ẩm thực cao cấp, các khóa học kỹ năng, trải nghiệm văn hóa và giải trí. Theo số liệu của Hong Kong (Trung Quốc) - Tourism Board (2019), hơn 90% người dân tại đây có ít nhất một chuyến du lịch nước ngoài mỗi năm, với Nhật Bản, Hàn Quốc và Đài Loan là các điểm đến phổ biến nhất. Du lịch, ẩm thực và thời trang là ba lĩnh vực thể hiện rõ nhất xu hướng “chi tiêu cho trải nghiệm hơn vật chất”. Đồng thời, giới trẻ tại thị trường Hong Kong (Trung Quốc) thể hiện nhu cầu cao đối với các sản phẩm cá nhân hóa và dịch vụ độc quyền – từ thời trang đặt riêng đến các thương hiệu “boutique” trong nước – phản ánh xu hướng tìm kiếm sự khác biệt trong tiêu dùng.

□ **Xu hướng gia tăng nhận thức về sức khỏe và lối sống cân bằng tại Hong Kong (Trung Quốc)**

Trước đại dịch, dù Hong Kong (Trung Quốc) là một xã hội đô thị hóa cao với cường độ làm việc lớn, song người dân ngày càng quan tâm đến sức khỏe, chế độ ăn uống lành mạnh và chăm sóc bản thân. Thị trường thực phẩm hữu cơ, thực phẩm chức năng, vitamin và các sản phẩm chăm sóc sức khỏe tăng trưởng mạnh. Nhiều thương hiệu quốc tế và nội địa tập trung khai thác nhóm khách hàng quan tâm đến “wellness lifestyle” bao gồm yoga, thể hình, ăn chay, và sử dụng sản phẩm thân thiện môi trường. Xu hướng này đặc biệt rõ rệt ở giới văn phòng và tầng lớp trung lưu trẻ, vốn sẵn sàng chi tiêu nhiều hơn cho sức khỏe thể chất và tinh thần, xem đây là một phần của phong cách sống hiện đại.

Xu hướng lối sống lành mạnh ngày càng được ưa chuộng



Thực Phẩm Hữu Cơ

Thị trường tăng trưởng mạnh



Thể Hình & Yoga

Giới văn phòng quan tâm



Sản Phẩm Xanh

Thân thiện môi trường

□ **Lưu ý:** Sản phẩm nên đóng gói nhỏ 200-300g, bao bì bắt mắt, ghi rõ dinh dưỡng bằng tiếng Hong Kong (Trung Quốc)

Người tiêu dùng tại thị trường Hong Kong (Trung Quốc) ưa dùng sản phẩm tốt cho sức khỏe nhưng phải dễ chế biến. Sản phẩm không nên đóng gói với trọng lượng lớn, chỉ

nên đóng gói nhỏ, khoảng 200-300 gram tùy với từng mặt hàng. Bao bì bắt mắt, ghi rõ thành phần dinh dưỡng, có điểm quan sát trực tiếp sản phẩm và nên sử dụng tiếng Hong Kong (Trung Quốc) trên bao bì.

□ **Tác động của bất ổn xã hội và tâm lý tiêu dùng thận trọng của khách hàng tại Hong Kong (Trung Quốc)**

Từ nửa cuối năm 2019, các cuộc biểu tình chính trị – xã hội đã ảnh hưởng đáng kể đến hoạt động kinh tế và tiêu dùng. Lượng khách du lịch giảm mạnh, doanh số bán lẻ sụt giảm ở hầu hết các ngành hàng, đặc biệt là thời trang, hàng xa xỉ và ẩm thực dịch vụ. Trong giai đoạn này, người tiêu dùng có xu hướng hạn chế chi tiêu lớn, chuyển sang ưu tiên mua sắm thiết yếu, tiết kiệm và cẩn trọng hơn. Tuy nhiên, các mặt hàng liên quan đến công nghệ, tiện ích cá nhân và nhu yếu phẩm gia đình vẫn duy trì ổn định, phản ánh nhu cầu tiêu dùng thực tế trong thời kỳ biến động.

□ **Xu hướng tiêu dùng xanh và bền vững**



Trước năm 2020, xu hướng tiêu dùng bền vững bắt đầu nổi lên trong giới trẻ tại thị trường Hong Kong (Trung Quốc), đặc biệt là những người có học thức và thu nhập cao. Họ quan tâm đến sản phẩm thân thiện môi trường, bao bì tái chế, thời trang “ethical” và các thương hiệu có cam kết xã hội. Dù chưa chiếm tỷ trọng lớn trong tổng chi tiêu, xu hướng này thể hiện sự chuyển dịch về nhận thức tiêu dùng, từ “sở hữu nhiều” sang “sống

có trách nhiệm hơn”. Nhiều doanh nghiệp bán lẻ tại thị trường Hong Kong (Trung Quốc) bắt đầu áp dụng mô hình “green retail”, như giảm bao bì nhựa, khuyến khích khách mang túi cá nhân, hoặc giới thiệu sản phẩm tái chế, nhằm đáp ứng nhu cầu này.

➤ **Sau đại dịch Covid-19, hành vi tiêu dùng của người dân tại thị trường Hong Kong (Trung Quốc) đã có những thay đổi sau**

□ **Chuyển dịch mạnh sang mua sắm trực tuyến và đa kênh**

Sau Covid-19, người tiêu dùng tại đây đã thay đổi rất nhiều hành vi mua sắm: tỷ lệ mua sắm trực tuyến tăng lên rõ rệt và không chỉ là tạm thời. Ví dụ, một khảo sát cho thấy khoảng 87% người tuổi 18 - 34 tại thị trường Hong Kong (Trung Quốc) cho biết họ đã tăng mua sắm online sau đại dịch. Song song, người tiêu dùng cũng ưa chuộng mô hình omnichannel. Xu hướng mua sắm kết hợp giữa online và offline: khách hàng xem sản phẩm online, sau đó tới cửa hàng hoặc nhận tại cửa hàng. Đây trở thành chuẩn mới trong bán lẻ tại Hong Kong (Trung Quốc).

Thương mại điện tử phát triển



Online Research

So sánh giá và săn khuyến mãi



Offline Experience

Trải nghiệm sản phẩm trực tiếp



O2O Model

Kết hợp online to offline

Nền tảng phổ biến: Taobao, Tmall, HKTVmall, AlipayHK, WeChat Pay, PayMe

□ **Người tiêu dùng tại thị trường Hong Kong (Trung Quốc) ưu tiên sức khỏe, vệ sinh và lối sống mới**

Hậu đại dịch, thị trường Hong Kong (Trung Quốc) quan tâm hơn đến các sản phẩm liên quan sức khỏe, vệ sinh và “làm đẹp bản thân” như một phần của lối sống mới. Báo cáo từ Mastercard Economics Institute chỉ ra người tiêu dùng địa phương đang tái định vị chi tiêu: xem mua sắm không chỉ là vật chất, mà còn là “trải nghiệm” và chăm sóc bản thân. Điều này thể hiện qua việc tăng chi tiêu cho mỹ phẩm, chăm sóc da, thực phẩm lành mạnh, và các dịch vụ chăm sóc sức khỏe.

□ Xu hướng tiêu dùng các sản phẩm địa phương tăng lên

Người tiêu dùng tại thị trường này bắt đầu ưu tiên hàng hóa và dịch vụ nội địa hoặc gần địa phương, thay vì hoàn toàn hướng ra quốc tế. Trước hết là do hạn chế đi lại, sau đó là do giá cả, tiện lợi và cảm giác gần gũi hơn. Ví dụ, khoảng 36% người tiêu dùng tại Hong Kong (Trung Quốc) cho biết họ đã chuyển sang chi tiêu “go-local” (hướng tới thương hiệu và dịch vụ địa phương) khi đại dịch vẫn diễn ra. Thêm vào đó, do khách quốc tế (du khách mua sắm) giảm sút, chi tiêu chủ yếu chuyển sang người dân trong thành phố, điều này buộc các thương hiệu và nhà bán lẻ phải thích nghi với nhu cầu nội địa nhiều hơn.

□ Xu hướng giảm bớt chi tiêu cho hàng xa xỉ, du lịch trải nghiệm

Trước dịch, Hong Kong (Trung Quốc) là một điểm đến mua sắm hàng xa xỉ lớn. Sau dịch, xu hướng này bị ảnh hưởng bởi các yếu tố như lượng khách quốc tế giảm, chi tiêu khách du lịch thay đổi và người tiêu dùng địa phương né tránh chi tiêu lớn. Nhiều cửa hàng truyền thống ở khu trung tâm mua sắm đã phải đóng cửa vì mức chi tiêu không quay lại như trước.

□ Thách thức từ chi phí sinh hoạt, kinh tế đã ảnh hưởng đến sức mua người tiêu dùng Hong Kong (Trung Quốc)

Người dân tại Hong Kong (Trung Quốc) đang đối mặt với áp lực chi phí sinh hoạt cao và sức mua nội địa không hồi phục như trước. Báo cáo từ PwC Hong Kong (Trung Quốc) cho thấy doanh số bán lẻ năm 2024 giảm khoảng 8% so với cùng kỳ và riêng trong các phân khúc như hàng xa xỉ, hàng điện tử bị sụt mạnh. Điều này dẫn tới người tiêu dùng địa phương thận trọng hơn: họ thay đổi cách chi tiêu, ưu tiên hơn nhu yếu phẩm, dịch vụ cần thiết và giảm mua sắm “mức độ cao”.

□ Xu hướng tiêu dùng bền vững và công nghệ trải nghiệm trở thành chuẩn mới

Xu hướng tiêu dùng tương lai: Bền vững & Công nghệ



Người tiêu dùng tại thị trường Hong Kong (Trung Quốc) ngày càng có ý thức về môi trường và trách nhiệm xã hội, họ yêu cầu các thương hiệu minh bạch hơn về nguồn gốc sản phẩm, điều kiện lao động và tác động môi trường. Theo khảo sát do KPMG thực hiện, khoảng 33% người tiêu dùng tại thị trường Hong Kong (Trung Quốc) sẵn sàng trả thêm khoảng 10% cho sản phẩm bền vững.

Cùng lúc đó, công nghệ trải nghiệm như AR/VR, AI trong bán lẻ đang được đưa vào để thu hút người tiêu dùng: từ thử đồ ảo, trải nghiệm mua sắm trong cửa hàng thông minh. Điều này cho thấy người tiêu dùng không chỉ mua sản phẩm mà tìm kiếm trải nghiệm mua sắm hiện đại.

VĂN HÓA VÀ TẬP QUÁN KINH DOANH TẠI THỊ TRƯỜNG HONG KONG (TRUNG QUỐC)



➤ Văn hóa kinh doanh

Hong Kong (Trung Quốc) được mệnh danh là vùng đất của tự do, nền kinh tế tự do nhất thế giới. Nhưng đằng sau sự tự do ấy ẩn sâu trong văn hóa tại đây luôn có một nguyên tắc, một chuẩn mực mang đậm nét văn hóa của người Trung Hoa. Văn hóa kinh doanh tại Hong Kong (Trung Quốc) thường được mô tả là nơi phương Đông gặp phương

Tây, điều này được phản ánh trong hạ tầng kinh tế, giáo dục và văn hóa đường phố. Văn hóa phương Tây vẫn thấm sâu vào Hong Kong (Trung Quốc), cùng tồn tại liền mạch với triết lý và phong tục truyền thống phương Đông.

Dân số tại Hong Kong (Trung Quốc) có ít hơn 2% dân số là người gốc Âu, hơn 90% là người Trung Hoa, đặc biệt là người miền Hoa Nam, như: Quảng Đông, Phúc Kiến, Hải Nam, Triều Châu...

Một khi bạn đã bắt đầu làm việc với một doanh nhân tại đây, điều quan trọng là phải duy trì mối quan hệ.

Người Hoa tại Hong Kong (Trung Quốc) có cái nhìn dài hạn về các mối quan hệ kinh doanh.

Người Hoa tại Hong Kong (Trung Quốc) là những người giao tiếp trực tiếp, mặc dù họ cũng sử dụng giao tiếp phi ngôn ngữ.

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

Tại Hong Kong (Trung Quốc) bắt tay mọi người khi gặp gỡ và chia tay là một hành động lịch sự. Khi bắt tay, mọi người ở đây ít bắt tay chặt hơn so với người phương Tây thông thường. Người có chức vụ cao hơn sẽ được giới thiệu trước những người khác. Nghi thức xã hội truyền thống tại đây đặt người cao tuổi ở vị trí cao hơn so với người trẻ tuổi, với phụ nữ có thứ hạng cao hơn nam giới.

Nghi thức chào hỏi tại Hong Kong (Trung Quốc)



Bắt tay lịch sự

Bắt tay khi gặp gỡ và chia tay, nhưng ít chặt hơn phương Tây. Người có chức vụ cao hơn được giới thiệu trước.

Cách xưng hô với đối tác

Tên Trung Hoa: họ đứng trước, tên riêng đứng sau. Sử dụng danh xưng nghề nghiệp hoặc Ông/Bà/Cô kết hợp với họ.

Hãy lưu ý thứ bậc xã hội

Người cao tuổi có vị trí cao hơn người trẻ, phụ nữ có thứ hạng cao hơn nam giới theo truyền thống.

Tên tiếng Trung bao gồm hai thành phần cụ thể:

- Đầu tiên là họ, kết thúc bằng tên riêng.
- Danh xưng nghề nghiệp hoặc sự kết hợp giữa họ với các danh xưng Ông/Bà/Cô là những dấu hiệu nhận dạng chính xác của người Trung Quốc.

Bạn cần phải đặt lịch hẹn trước từ 1 đến 2 tháng nếu bạn dự định đến Hong Kong (Trung Quốc).

Tránh cố gắng sắp xếp các cuộc họp trong dịp Tết Nguyên đán (cuối tháng 1 hoặc đầu tháng 2) vì nhiều doanh nghiệp sẽ đóng cửa một tuần trong thời gian đó.

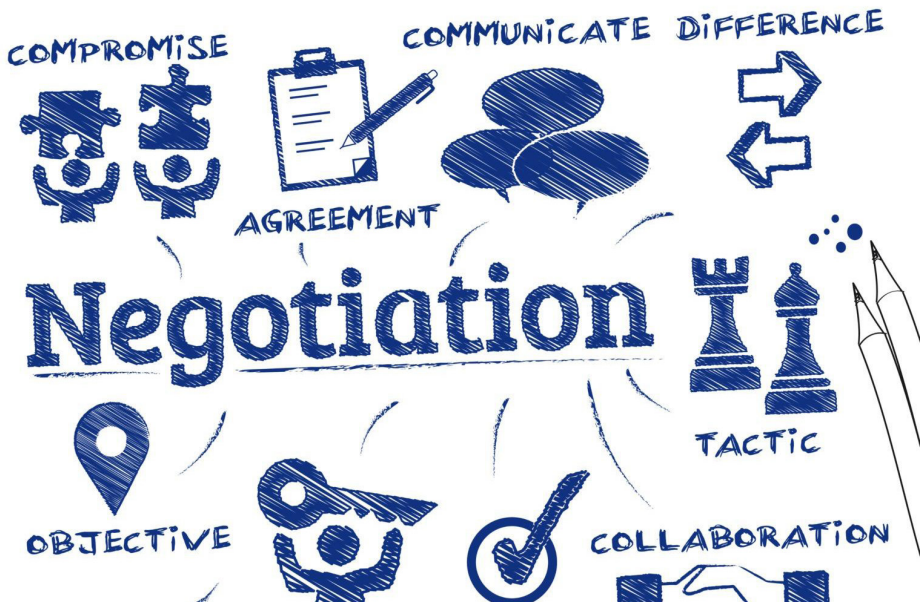
Bạn nên đến họp đúng giờ.

Trước khi cuộc họp chính thức sẽ có một khoảng thời gian trò chuyện trước khi bắt đầu thảo luận công việc.

Khi gặp gỡ các đối tác kinh doanh tại Hong Kong (Trung Quốc), hãy để người cấp cao nhất trong đoàn của bạn dẫn đầu nhóm và được giới thiệu trước.

Khi gặp gỡ lần đầu, hãy chuẩn bị tinh thần cho một cuộc trò chuyện xã giao. Các đồng nghiệp tại Hong Kong (Trung Quốc) của bạn sẽ muốn tìm hiểu bạn đủ kỹ để họ cảm thấy thoải mái khi làm việc với bạn. Đừng ngạc nhiên nếu bạn được hỏi những câu hỏi có thể được coi là cực kỳ riêng tư ở quốc gia của bạn. Người Hoa tại Hong Kong (Trung Quốc) nhìn chung rất tinh tế và cởi mở.

➤ **Gặp gỡ, đàm phán**



Doanh nhân tại Hong Kong (Trung Quốc) với gần trăm năm sống và làm việc với thế giới phương Tây, nên doanh nhân tại Hong Kong (Trung Quốc), đặc biệt là giới hấp thu nền giáo dục phương Tây lại chú ý đến tính khách quan hơn là trực cảm chủ quan của

mình. Quyết định chỉ được thông qua nếu có sự nhất trí của nhóm, trong đó người cao niên có một tiếng nói nặng ký.

Các tài liệu sắp xếp hẹn gặp làm việc với doanh nhân Hong Kong (Trung Quốc) cần được gửi đi từ rất sớm, 2 hay 3 tháng trước khi bạn đến Hong Kong (Trung Quốc) là tốt nhất.

Người dân tại Hong Kong (Trung Quốc) thường đi nghỉ vào dịp hè và dịp Giáng sinh, Phục sinh, Tết Nguyên đán... nên tốt nhất là hẹn làm việc vào các tháng 10, 11 và từ tháng 3 đến tháng 6.

Tuổi tác rất được xem trọng ở Hong Kong (Trung Quốc), do vậy, nếu đối tác của bạn là người gốc Trung Hoa, thì đừng cử người quá trẻ đại diện bạn trong đàm phán. Người trên 50 tuổi có quyền đòi hỏi sự kính trọng.

Khi đàm phán, nhớ trình bày những ý tưởng, yêu cầu một cách tử tốn, kiên nhẫn và khiêm tốn. Một thái độ quá thẳng thừng có thể phản tác dụng và khi để một ai đó bị mất mặt cũng xem như hợp đồng bị đổ bể.

Người dân tại đây rất chuộng tính ngoại giao trong ngôn từ, do vậy khi phát biểu họ thường nói rất dài vì cần phải rào đón kỹ lưỡng trong từng câu, từng chữ.

Trong trao đổi khi họ trả lời “Yes” thì đừng tưởng rằng chữ ấy hàm nghĩa “Tôi đồng ý” mà thật ra nó chỉ tương đương câu “Tôi đang nghe ông nói đây”.

Theo truyền thống Trung Hoa, khi họ trả lời “Chà, việc này khó khăn lắm”, điều đó hàm nghĩa “Không” ở “thể” lịch sự.

Khi đi đến kết luận luôn chuẩn bị hai, ba, giải pháp khác nhau để chọn lựa, đừng đẩy người thương lượng tại Hong Kong (Trung Quốc) đến chân tường bởi một kết luận duy nhất.

Giá khởi điểm của bạn nên có chỗ cho việc thương lượng. Đừng bao giờ đưa ra mức giá tốt nhất ngay từ đầu.

Kinh doanh thường chú trọng đến giá cả hơn là chất lượng.

Nếu bạn ký hợp đồng, ngày ký có thể được xác định bởi một nhà chiêm tinh hoặc một chuyên gia phong thủy. Bởi vì đối tác tại Hong Kong (Trung Quốc) rất quan tâm đến điều này.

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

Tiếng Anh và tiếng Trung là hai ngôn ngữ chính thức tại Hong Kong (Trung Quốc). Tiếng Quảng Đông là ngôn ngữ được sử dụng phổ biến nhất trên lãnh thổ này, mặc dù tiếng Anh là ngôn ngữ của ngành kinh doanh và dịch vụ. Nhân viên khách sạn, nhiều cư dân thành thị tại Hong Kong (Trung Quốc), hầu hết giới trẻ và nhân viên cửa hàng, dịch vụ đều hiểu và nói được tiếng Anh ở một mức độ nào đó.

➤ **Cách trao danh thiếp**

Tại Hong Kong (Trung Quốc) danh thiếp được trao đổi sau phần giới thiệu ban đầu. Hãy dịch một mặt danh thiếp sang tiếng Trung, với các ký tự tiếng Trung được in màu vàng, vì đây là màu may mắn.

Danh thiếp được trao đổi bằng cả hai tay.



Đưa danh thiếp sao cho mặt chữ hướng về phía người nhận.

Kiểm tra danh thiếp cẩn thận trước khi cất vào hộp đựng danh thiếp.

Điều quan trọng là phải đối xử tôn trọng với danh thiếp, không bao giờ viết lên danh thiếp của người khác trừ khi được yêu cầu.

Danh thiếp của bạn nên được giữ gìn trong tình trạng nguyên vẹn.

Đảm bảo danh thiếp của bạn có ghi chức danh công việc.

Điều này giúp các đồng nghiệp tại Hồng Kông hiểu được vị trí của bạn trong hệ thống phân cấp của công ty.

➤ **Trang phục trong kinh doanh**

Người lao động tại Hong Kong (Trung Quốc) tuân theo các tiêu chuẩn kinh doanh truyền thống, yêu cầu trang phục trang trọng khi làm việc. Các doanh nhân, nhân viên tại

Hong Kong (Trung Quốc) kết hợp cà vạt và áo sơ mi trang trọng với vest tối màu hoặc màu trầm. Người dân tại Hong Kong (Trung Quốc) coi đây là cách ứng xử ưa thích của họ. Trong văn hóa này, mọi người ưu tiên lựa chọn màu sắc cho trang phục công sở. Các chuyên gia trong lực lượng lao động mặc trang phục màu đỏ để mang lại may mắn, nhưng trang phục màu trắng lại mang ý nghĩa tang lễ trong xã hội. Một chiếc vòng cổ thời trang kết hợp với một chiếc đồng hồ sang trọng là một lựa chọn tuyệt vời cho phụ kiện trang phục.

➤ **Cách tặng quà cho đối tác**

Tại Hong Kong (Trung Quốc) việc tặng quà cho đối tác có thể bị từ chối một hoặc hai lần trước khi được chấp nhận.

Nếu bạn được mời đến nhà ai đó, hãy mang theo bánh kẹo, trái cây, hoa hoặc rượu nhập khẩu chất lượng tốt để tặng chủ nhà.

Không tặng hoa màu đỏ hoặc trắng.

Không tặng kéo, dao hoặc các dụng cụ cắt khác, vì chúng thể hiện rằng bạn muốn chấm dứt mối quan hệ.

Không tặng đồng hồ, khăn tay hoặc dép rơm, vì chúng gắn liền với đám tang và cái chết.

Không gói quà bằng giấy trắng, xanh hoặc đen.

Vàng và đỏ là những màu may mắn, vì vậy chúng là những màu rất phù hợp để gói quà.

Việc gói quà cầu kỳ là rất quan trọng.

Không tặng số lẻ, vì nhiều món được coi là không may mắn.

Không bao giờ tặng số lượng bốn món.

Số 8 là một con số đặc biệt tốt lành, vì vậy việc tặng số 8 của một món đồ nào đó sẽ mang lại may mắn cho người nhận.

Một món quà nhỏ cho trẻ em luôn được đánh giá cao; tuy nhiên, không tặng mũ màu xanh lá cây.

Luôn tặng quà bằng cả hai tay.

Quà tặng không được mở khi nhận.

HOẠT ĐỘNG GIAO THƯƠNG GIỮA VIỆT NAM VÀ HONG KONG (TRUNG QUỐC)



Bà Hồ Thị Quyên, Phó Giám đốc ITPC phát biểu tại buổi tiếp đoàn Hội đồng Năng suất Hong Kong – Trung Quốc (HKPC) và Ngân hàng Standard Chartered tại Showroom Xuất khẩu 92 - 96 Nguyễn Huệ, Phường Sài Gòn, TP.HCM.

TỔNG QUAN HOẠT ĐỘNG THƯƠNG MẠI CỦA HONG KONG (TRUNG QUỐC)

Trung tâm Thương mại Quốc tế (International Trade Centre) ghi nhận về thứ hạng thương mại toàn cầu trong năm 2024 thì Hong Kong (Trung Quốc) đứng thứ 8 thế giới về xuất khẩu và thứ 8 về nhập khẩu. Hong Kong (Trung Quốc) đã tăng hai bậc để trở thành nền kinh tế cạnh tranh thứ 3 thế giới, đánh dấu năm thứ hai liên tiếp thị trường này tăng hai bậc trong bảng xếp hạng toàn cầu để đạt được vị trí cao nhất kể từ năm 2019.

Viện Phát triển Quản lý Quốc tế (International Institute for Management Development – IMD) có trụ sở tại Thụy Sĩ công bố (vào ngày 17 tháng 6 vừa qua), Niên giám năng lực cạnh tranh thế giới 2025 (The World Competitiveness Yearbook – WCY 2025) đã đánh giá 69 nền kinh tế trên toàn thế giới. Trong đó, Hong Kong (Trung Quốc) đã đạt được

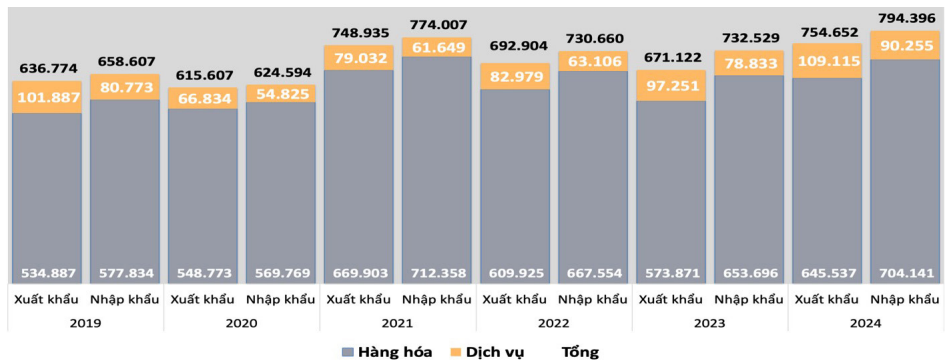
tiến bộ trong tất cả các yếu tố về năng lực cạnh tranh: “Hiệu quả của chính phủ” (thứ 2), “Hiệu quả kinh doanh” (thứ 2), “Hiệu suất kinh tế” (thứ 6) và “Cơ sở hạ tầng” (thứ 7).

Theo số liệu do Cơ quan Thống kê chính quyền Hong Kong (Trung Quốc) công bố ngày 2/5/2025 cho thấy, GDP quý I tăng trưởng 3,1% so với cùng kỳ năm trước, cao hơn kỳ vọng của thị trường là 2,1%, trong khi GDP quý 4/2024 là 2,5%. (TTXVN, Vietnam Plus)

Kim ngạch xuất nhập khẩu hàng hóa, dịch vụ của Hong Kong (Trung Quốc) giai đoạn 2019 – 2024

(Nguồn: WTO)

ĐVT: triệu USD



Giá trị xuất khẩu hàng hóa của Hong Kong (Trung Quốc) năm 2024 đạt gần 645,54 tỷ USD và nhập khẩu đạt 704,14 tỷ USD, thâm hụt hơn 58,60 tỷ USD. Tổng cán cân thương mại của Hong Kong (Trung Quốc) trong suốt giai đoạn 2019 - 2024 luôn duy trì trạng thái thâm hụt với mức thâm hụt tối thiểu là 8,99

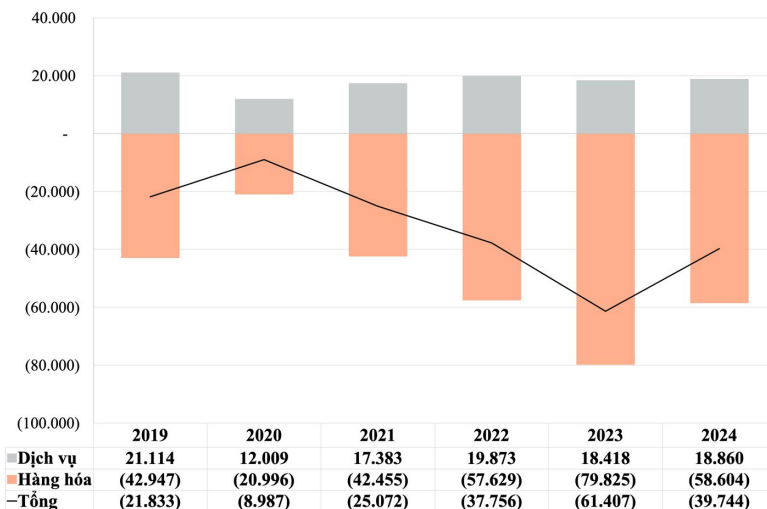


tỷ USD vào năm 2020. Tương tự tổng cán cân thương mại, cán cân hàng hoá của Hong Kong (Trung Quốc) luôn trong tình trạng nhập siêu với mức kim ngạch lớn nhất đạt 79,82 tỷ USD. Ngược lại, về dịch vụ, trong suốt cả giai đoạn, cán cân luôn đạt trạng thái xuất siêu trong với mức thặng dư hơn 12,01 tỷ USD (2020).

Cán cân thương mại của Hong Kong (Trung Quốc) giai đoạn 2019 – 2024

(Nguồn: WTO)

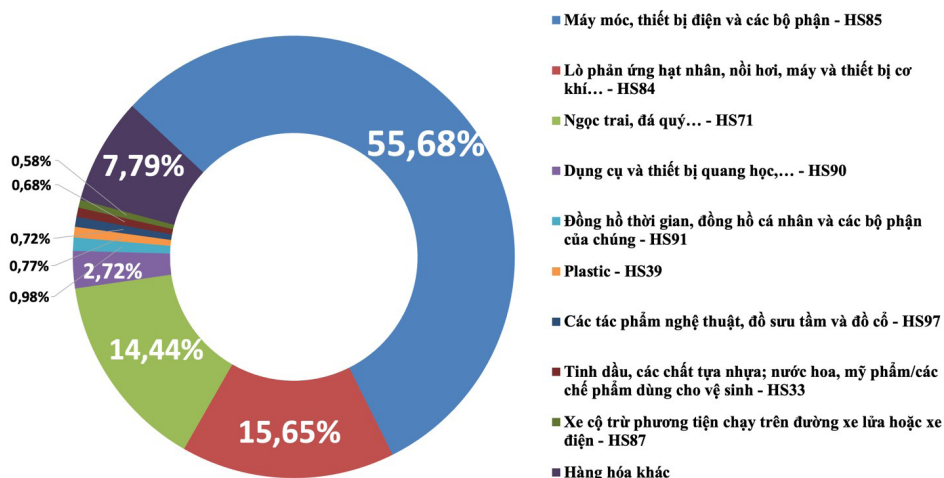
ĐVT: triệu USD



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

Những mặt hàng xuất khẩu chủ yếu của Hong Kong (Trung Quốc) năm 2024

(Nguồn: Trademap)

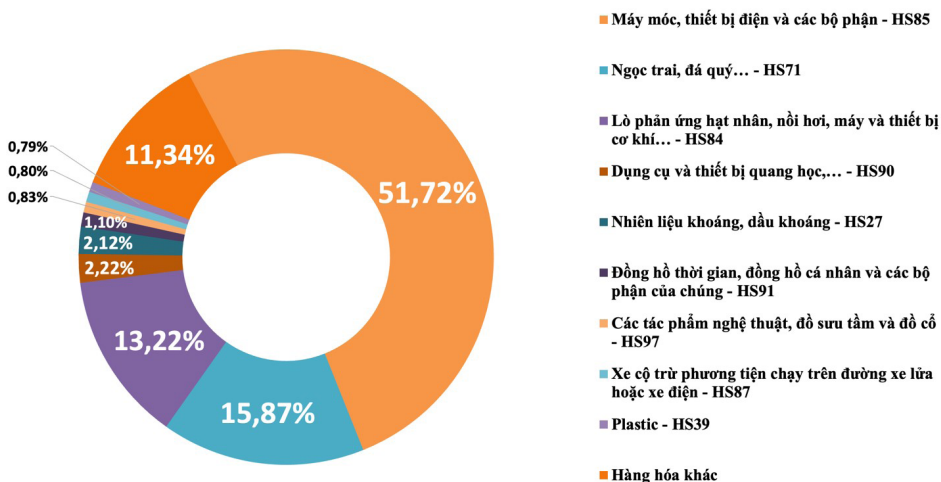


Trong năm qua, 05 mặt hàng xuất khẩu mạnh nhất của Hong Kong (Trung Quốc) bao gồm:

1. Máy móc, thiết bị điện và các bộ phận (chiếm 55,68% tổng lượng xuất khẩu)
2. Lò phản ứng hạt nhân, nồi hơi, máy và thiết bị cơ khí... (chiếm 15,65% tổng lượng xuất khẩu)
3. Ngọc trai, đá quý... (chiếm 14,44% tổng lượng xuất khẩu)
4. Dụng cụ và thiết bị quang học (chiếm 2,72% tổng lượng xuất khẩu)
5. Đồng hồ... (chiếm 0,98% tổng lượng xuất khẩu)

Những mặt hàng nhập khẩu chủ yếu của Hong Kong (Trung Quốc) năm 2024

(Nguồn: Trademap)

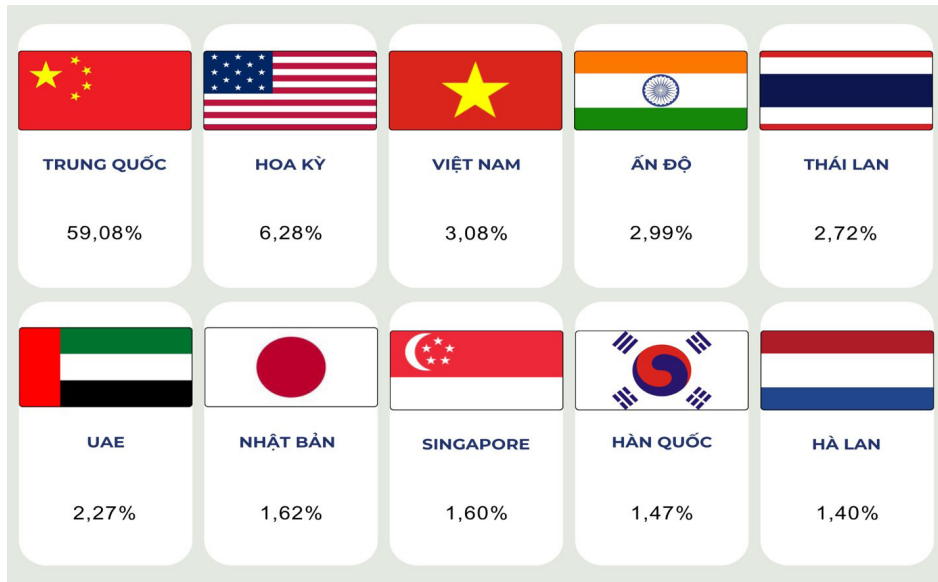


Về nhập khẩu, 05 mặt hàng mà Hong Kong (Trung Quốc) nhập vào nhiều nhất gồm có:

1. Máy móc thiết bị điện và các bộ phận (chiếm 51,72% tổng lượng nhập khẩu).
2. Ngọc trai, đá quý... (chiếm 15,87% tổng lượng nhập khẩu).
3. Lò phản ứng hạt nhân, nồi hơi, máy và thiết bị cơ khí... (chiếm 13,22% tổng lượng nhập khẩu).
4. Dụng cụ và thiết bị quang học... (chiếm 2,22% tổng lượng nhập khẩu).
5. Nhiên liệu khoáng, dầu khoáng... (chiếm 2,12% tổng lượng nhập khẩu).

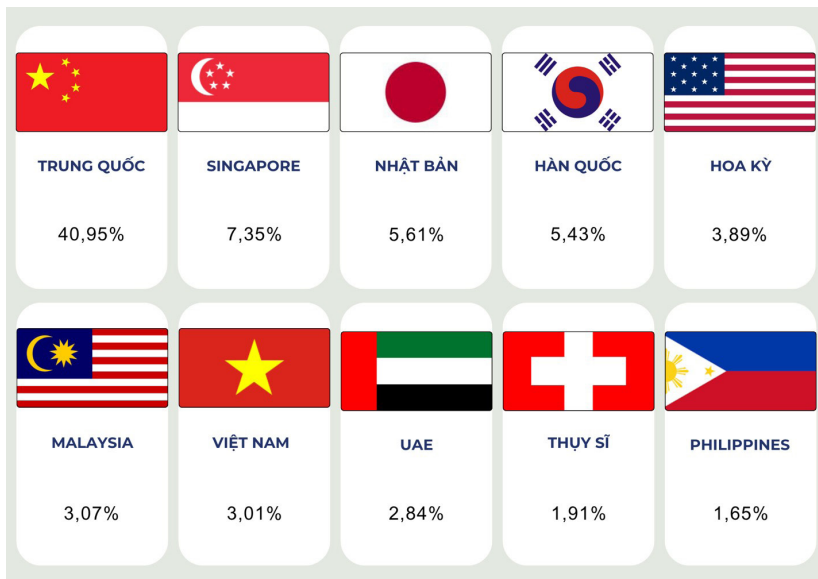
Các thị trường xuất khẩu chính của Hong Kong (Trung Quốc) năm 2024

(Nguồn: Trademap)



Các thị trường nhập khẩu chính của Hong Kong (Trung Quốc) năm 2024

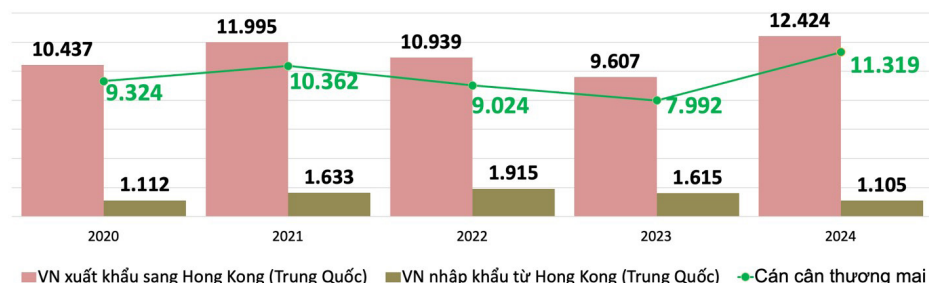
(Nguồn: Trademap)



Kim ngạch xuất khẩu, nhập khẩu và cán cân thương mại Việt Nam - Hong Kong (Trung Quốc) giai đoạn 2020 - 2024

(Nguồn: Cục Hải quan)

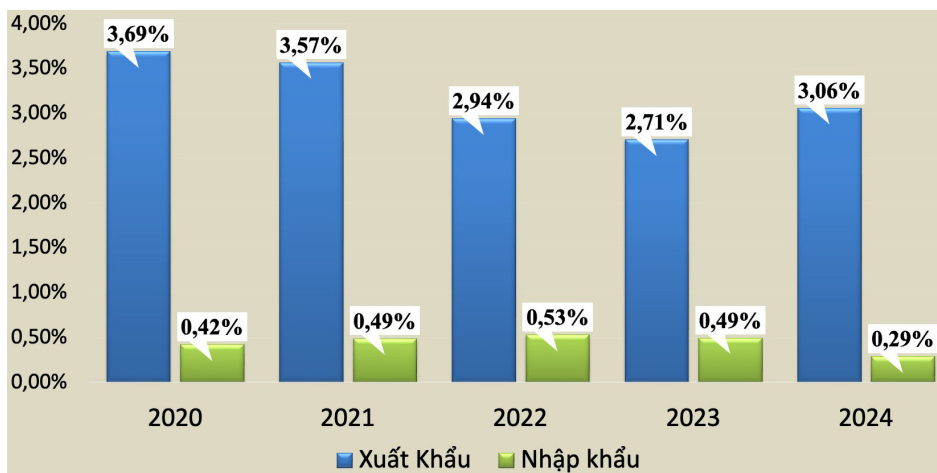
ĐVT: triệu USD



Tỉ trọng kim ngạch xuất nhập khẩu với thị trường Hong Kong (Trung Quốc) so với tổng giá trị xuất nhập khẩu của Việt Nam giai đoạn 2020 - 2024

(Nguồn: 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 8 vào thị trường Hong Kong (Trung Quốc) và là đối tác đứng thứ 3 nhập khẩu hàng hóa từ thị trường Hong Kong (Trung Quốc).

Theo số liệu thống kê của Cục Hải quan, tính riêng năm 2024 tổng giá trị xuất nhập khẩu hàng hóa giữa Việt Nam và Hong Kong (Trung Quốc) đạt 13,53 tỷ USD, tăng 20,55% so với năm 2023. Trong đó, xuất khẩu hàng hóa của các doanh nghiệp Việt Nam sang thị trường Hong Kong (Trung Quốc) đạt 12,42 tỷ USD, tăng 29,32% so với năm 2023, chiếm 3,06% tổng giá trị xuất khẩu của Việt Nam ra thế giới.

Ngược lại với xuất khẩu, kim ngạch nhập khẩu hàng hóa từ thị trường Hong Kong (Trung Quốc) vào Việt Nam đã suy giảm trong năm 2024, nhập khẩu đạt mức 1,10 tỷ USD, giảm 31,62% so với cùng kì, chiếm 0,29% giá trị nhập khẩu của Việt Nam từ tất cả các đối tác thương mại.

Trong giai đoạn 2020 – 2024, kim ngạch thương mại song phương giữa Việt Nam và Hong Kong (Trung Quốc) biến thiên từng năm. Tổng giá trị xuất khẩu từ Việt Nam sang thị trường Hong Kong (Trung Quốc) có dấu hiệu chững lại trong năm 2023 nhưng đã phục hồi ngay lập tức vào năm sau đó và tỷ lệ tăng trưởng bình quân luôn đạt 5,8% mỗi năm trong suốt cả giai đoạn, tương tự, nhập khẩu từ thị trường Hong Kong (Trung Quốc) duy trì tỷ lệ trung bình ở mức thấp hơn xuất khẩu, khoảng 4,2%/năm).

MỘT SỐ SẢN PHẨM XUẤT KHẨU CHỦ YẾU CỦA VIỆT NAM SANG THỊ TRƯỜNG HONG KONG (TRUNG QUỐC)

Một số sản phẩm xuất khẩu chủ yếu của Việt Nam sang thị trường Hong Kong (Trung Quốc) năm 2024

(Nguồn: Trademap)



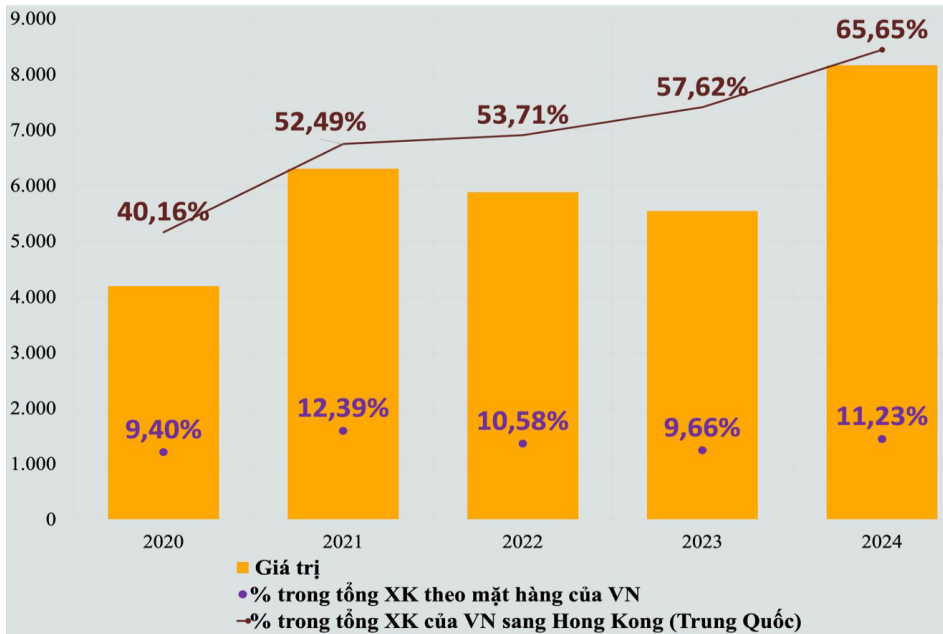
Đứng đầu trong số các mặt hàng xuất khẩu của Việt Nam vào thị trường Hong Kong (Trung Quốc) trong giai đoạn 2020 - 2024 là máy vi tính, sản phẩm điện tử và linh kiện. Theo thống kê của Cục Hải quan, trong năm 2024, kim ngạch xuất khẩu mặt hàng này sang thị trường Hong Kong (Trung Quốc) đạt 8,16 tỷ USD, tăng 47,34% so với cùng kì năm 2023, chiếm 65,65% tổng xuất khẩu sang thị trường này. Thị trường Hong Kong

(Trung Quốc) chiếm 11,23% tổng xuất khẩu sản phẩm cùng loại của Việt Nam. Trong giai đoạn 2020 - 2024, kim ngạch xuất khẩu của mặt hàng này đã bắt đầu tăng trưởng trở lại từ năm 2024.

Kim ngạch xuất khẩu máy vi tính, sản phẩm điện tử và linh kiện của Việt Nam sang thị trường Hong Kong (Trung Quốc)

(Nguồn: Cục Hải quan)

ĐVT: triệu USD

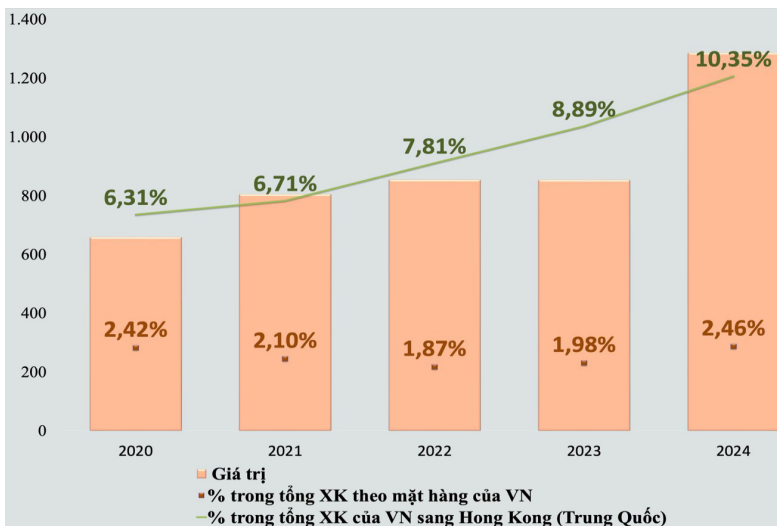


Tiếp theo là máy móc, thiết bị, dụng cụ phụ tùng khác đạt 1,29 tỷ USD vào năm 2024, tăng 50,63% so với năm 2023, chiếm 10,35% tổng xuất khẩu của Việt Nam sang thị trường này, chiếm 2,46% thị phần các sản phẩm tương tự của Việt Nam xuất khẩu ra tất cả các nước. Trong giai đoạn năm 2020 - 2024, kim ngạch xuất khẩu mặt hàng này tăng đều qua các năm, và có tỷ lệ tăng bình quân là +13,49%/năm.

Kim ngạch xuất khẩu máy móc, thiết bị, dụng cụ phụ tùng khác của Việt Nam sang thị trường Hong Kong (Trung Quốc)

(Nguồn: Cục Hải quan)

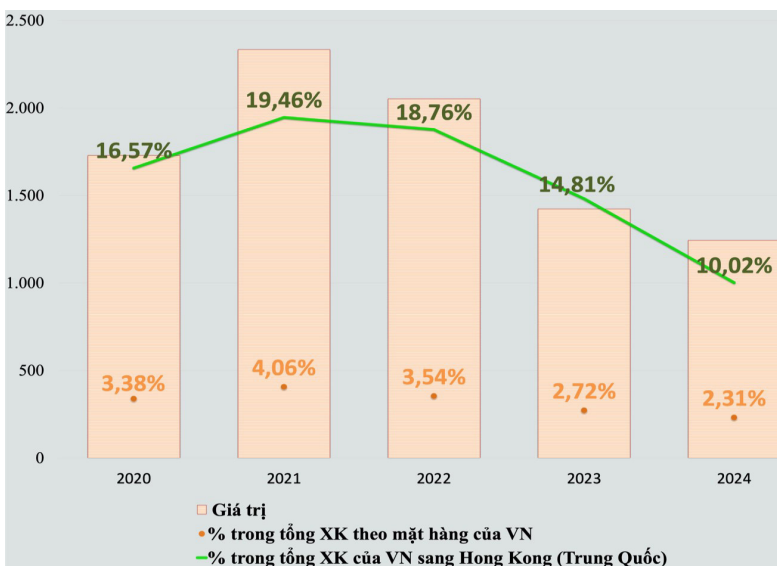
ĐVT: triệu USD



Kim ngạch xuất khẩu điện thoại các loại và linh kiện của Việt Nam sang thị trường Hong Kong (Trung Quốc)

(Nguồn: Cục Hải quan)

ĐVT: triệu USD



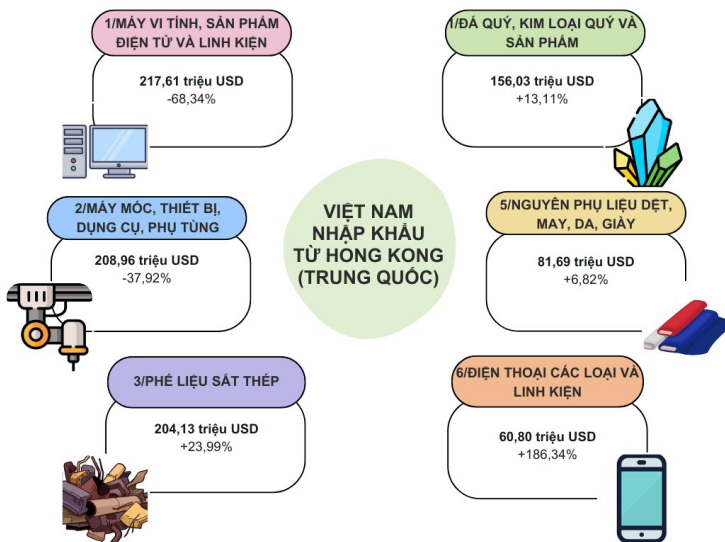
Vị trí thứ 3 trong số những sản phẩm Việt Nam xuất khẩu nhiều nhất sang thị trường Hong Kong (Trung Quốc) năm 2024 là điện thoại các loại và linh kiện, đạt 1,24 tỷ USD, giảm 12,53% so với cùng kì 2023, chiếm 10,02% tổng xuất khẩu của Việt Nam sang nước này, chiếm 2,31% xuất khẩu mặt hàng cùng loại của Việt Nam với tất cả các đối tác thương mại. Trong giai đoạn 2020 - 2024, kim ngạch mặt hàng này chỉ ghi nhận sự tăng trưởng trong năm 2021, từ đó về sau, nhu cầu về mặt hàng này ở thị trường Hong Kong (Trung Quốc) giảm dần qua các năm.

Trong năm 2024, những mặt hàng xuất khẩu sang thị trường Hong Kong (Trung Quốc) ghi nhận sự gia tăng về kim ngạch so với năm 2023, cụ thể là các mặt hàng: sắt thép các loại (125,43%, tăng mạnh nhất trong tất cả các mặt hàng); xăng dầu các loại (94,16%); sản phẩm gốm sứ (89,90%); chất dẻo nguyên liệu (59,20%); máy móc, thiết bị, dụng cụ phụ tùng khác (50,63%)... Tuy nhiên, cũng có một số mặt hàng có lượng kim ngạch giảm như: cao su (-80,23%); đá quý, kim loại quý và sản phẩm (-71,30%); giấy và các sản phẩm từ giấy (-51,41%)...

MỘT SỐ SẢN PHẨM NHẬP KHẨU CHỦ YẾU CỦA VIỆT NAM TỪ THỊ TRƯỜNG HONG KONG (TRUNG QUỐC)

Một số sản phẩm nhập khẩu chủ yếu của Việt Nam từ thị trường Hong Kong (Trung Quốc) năm 2024

(Nguồn: Trademap)

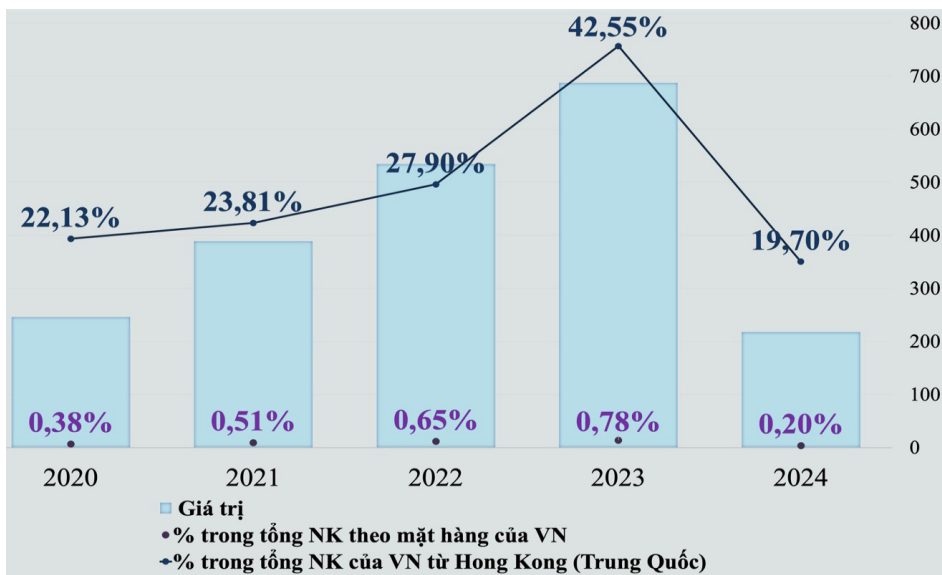


Năm 2024, đứng ở vị trí thứ nhất về kim ngạch nhập khẩu hàng hóa của Việt Nam từ thị trường Hong Kong (Trung Quốc) là máy vi tính, sản phẩm điện tử và linh kiện, đạt 217,61 triệu USD, giảm 68,34% so với cùng kỳ của năm 2023, chiếm 19,70% tổng nhập khẩu từ nước này, chiếm 0,20% giá trị nhập khẩu mặt hàng 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 đã chấm dứt đà tăng từ năm 2023.

Kim ngạch nhập khẩu máy vi tính, sản phẩm điện tử và linh kiện của Việt Nam từ thị trường Hong Kong (Trung Quốc)

(Nguồn: Cục Hải quan)

ĐVT: triệu USD

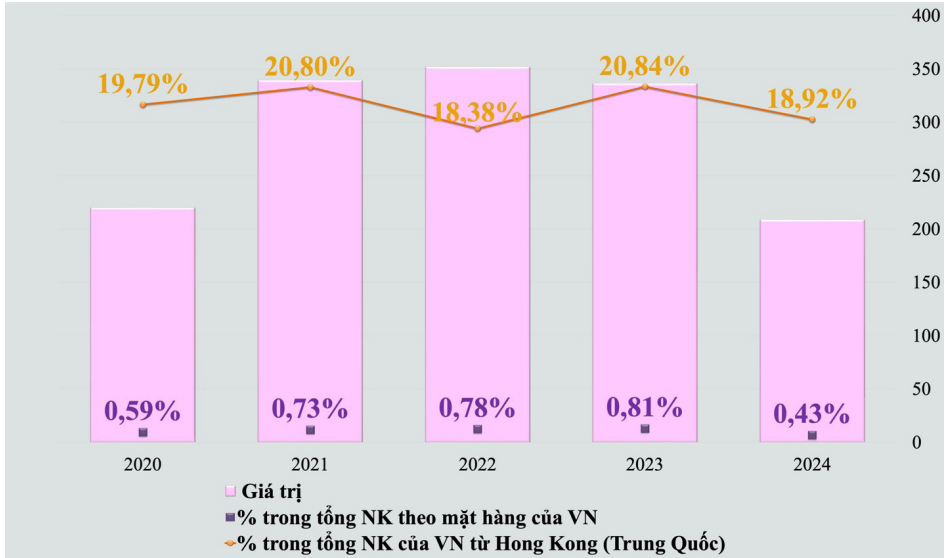


Tiếp theo là máy móc, thiết bị, dụng cụ, phụ tùng khác có kim ngạch đạt 208,96 triệu USD vào năm 2024. Tỷ lệ là -37,92% so với năm 2023, chiếm 18,92% tổng nhập khẩu từ thị trường Hong Kong (Trung Quốc), chiếm khoảng 0,43% tổng giá trị nhập khẩu các mặt hàng cùng loại từ thế giới. Trong giai đoạn 2020 - 2024, nhu cầu nhập khẩu mặt hàng này của nước ta biến thiên từng năm.

Kim ngạch nhập khẩu máy móc, thiết bị, dụng cụ, phụ tùng khác của Việt Nam từ thị trường Hong Kong (Trung Quốc)

(Nguồn: Cục Hải quan)

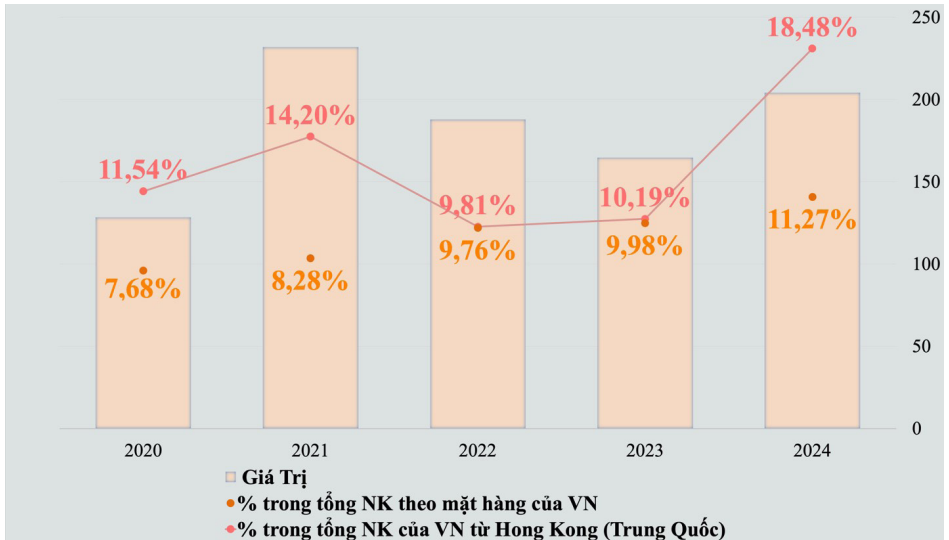
ĐVT: triệu USD



Kim ngạch nhập khẩu phế liệu sắt thép của Việt Nam từ thị trường Hong Kong (Trung Quốc)

(Nguồn: Cục Hải quan)

ĐVT: triệu USD



Phế liệu sắt thép là mặt hàng đứng vị trí thứ 3, đạt 204,13 triệu USD năm 2024, tăng với tỷ lệ 23,99% so với cùng kì năm 2023, chiếm 18,48% giá trị nhập khẩu của Việt Nam từ nước này, tương đương 11,27% giá trị nhập khẩu so với mặt hàng cùng loại từ các đối tác thương mại khác. Trong giai đoạn 2020 - 2024, giá trị thương mại giữa Việt Nam với nước bạn chỉ suy giảm vào năm 2023 và tỷ lệ thay đổi bình quân của mặt hàng này dao động quanh mức 30,12%.



Việt Nam đã xuất khẩu được thịt gà sang Hong Kong (Trung Quốc).

Trong năm 2024, các mặt hàng nhập khẩu của Việt Nam từ thị trường Hong Kong (Trung 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: điện thoại các loại và linh kiện (mặt hàng tăng mạnh nhất với tỷ lệ tăng trưởng là 186,34%); chất dẻo nguyên liệu (73,24%); kim loại thường khác (53,71%)... trong khi đó, một số mặt hàng có ghi nhận sự sụt giảm về kim ngạch nhập khẩu như: sản phẩm khác từ dầu mỏ (-89,72%); sắt thép các loại (-87,63%); máy vi tính, sản phẩm điện tử và linh kiện (-68,34);...

Hong Kong (Trung Quốc) là thị trường xuất khẩu thịt lớn nhất của Việt Nam trong 9 tháng đầu năm 2025 khi chiếm tới gần 56% tổng kim ngạch xuất khẩu mặt hàng này.

Trong đó xuất khẩu sang thị trường Hong Kong (Trung Quốc) là nhiều nhất, chiếm 42,23% về lượng và chiếm 55,92% về trị giá trong tổng xuất khẩu thịt và các sản phẩm

thịt của cả nước trong quý III/2025, đạt 2,14 nghìn tấn, trị giá 14,82 triệu USD, giảm 14,8% về lượng và giảm 13,7% về trị giá so với quý II/2025; So với quý III/2024 giảm 13,3% về lượng và giảm 4,6% về trị giá.

Trong quý III/2025, các chủng loại thịt và các sản phẩm từ thịt xuất khẩu chủ yếu gồm: Thịt khác và phụ phẩm dạng thịt ăn được sau giết mổ của động vật khác, tươi, ướp lạnh hoặc đông lạnh (chủ yếu là thịt ếch đông lạnh) được xuất khẩu chủ yếu sang Bỉ, Pháp, Hoa Kỳ, Tây Ban Nha...; thịt lợn tươi, ướp lạnh hoặc đông lạnh (chủ yếu là thịt lợn sữa nguyên con đông lạnh và thịt lợn nguyên con đông lạnh) được xuất khẩu chủ yếu sang thị trường Hong Kong (Trung Quốc). Thịt và phụ phẩm ăn được sau giết mổ của gia cầm tươi, ướp lạnh hoặc đông lạnh (chủ yếu là chân gà đông lạnh) được xuất khẩu chủ yếu sang Trung Quốc, Hong Kong (Trung Quốc), Lào... Trong đó, xuất khẩu chân gà đông lạnh tăng trưởng tốt so với cùng kỳ năm 2024.

Trong 9 tháng năm 2025, xuất khẩu các chủng loại thịt và các sản phẩm từ thịt xuất khẩu của Việt Nam đạt 16,7 nghìn tấn, trị giá 86,54 triệu USD, giảm 0,8% về lượng, nhưng tăng 16,2% về trị giá so với 9 tháng năm 2024. Hong Kong (Trung Quốc), Trung Quốc, Bỉ, Pháp, Hoa Kỳ, Canada, Singapore, Tây Ban Nha... là những thị trường xuất khẩu thịt lớn của Việt Nam.

Trong kỳ, Việt Nam xuất khẩu thịt và các sản phẩm thịt tới 25 thị trường. Trong đó Hong Kong (Trung Quốc) vẫn là thị trường xuất khẩu thịt và các sản phẩm thịt lớn nhất của Việt Nam, chiếm 50,52% tỷ trọng về lượng, đạt 3.600 tấn với kim ngạch 25,13 triệu USD. So với cùng kỳ năm trước (YoY), lượng thịt và sản phẩm thịt xuất khẩu sang thị trường Hong Kong (Trung Quốc) tăng 6,5%, giá trị cũng tăng 26,5%.

Việt Nam chủ yếu xuất khẩu sang thị trường này là thịt lợn sữa nguyên con đông lạnh và thịt lợn nguyên con đông lạnh.

Hong Kong (Trung Quốc) là thị trường tăng tiêu dùng hàng hóa từ Việt Nam, với kim ngạch nhập khẩu hàng Việt 7 tháng 2025 qua tăng thêm gần 2,4 tỷ USD so với cùng kỳ năm trước. Cụ thể, xuất khẩu sang thị trường Hong Kong (Trung Quốc) trong 7 tháng năm 2025 đạt 9,42 tỷ USD, tăng 33,7%, tương ứng tăng 2,37 tỷ USD so với cùng kỳ năm trước.

HOẠT ĐỘNG ĐẦU TƯ GIỮA VIỆT NAM VÀ HỒNG KONG (TRUNG QUỐC)



Hội nghị Xúc tiến Đầu tư Hồng Kông - Thành phố Hồ Chí Minh do ITPC phối hợp tổ chức.

Theo số liệu năm 2023 của Cục Thống kê Hong Kong (Trung Quốc), tổng kim ngạch trao đổi thương mại giữa Việt Nam và Hong Kong (Trung Quốc) đạt 31,3 tỷ USD, Việt Nam là đối tác thương mại lớn thứ 2 trong ASEAN (sau Singapore) và lớn thứ 7 trên toàn cầu của Hong Kong (Trung Quốc).

Đáng chú ý, tính riêng trong năm 2023, Hong Kong (Trung Quốc) đã vươn lên trở thành nhà đầu tư nước ngoài lớn thứ 3 tại Việt Nam, với tổng vốn đầu tư đăng ký đạt 4,68 tỷ USD, chiếm 12,8% tổng vốn đầu tư vào Việt Nam, chỉ đứng sau Singapore và Nhật Bản.

Xu hướng này tiếp tục được duy trì trong 7 tháng đầu năm 2024, khi Hong Kong (Trung Quốc) trở thành nhà đầu tư FDI lớn thứ 2 của Việt Nam, với hơn 2,19 tỷ USD, chiếm 12,2% tổng vốn đầu tư, gấp hơn 2 lần so với cùng kỳ năm trước.

Về đầu tư, theo số liệu đầu tư của Cục Đầu tư nước ngoài, Bộ Kế hoạch và đầu tư Việt Nam, trong 11 tháng đầu năm 2024, Hong Kong (Trung Quốc) là nhà đầu tư FDI lớn thứ 4 ở Việt Nam, trong đó có 335 dự án được cấp mới, với vốn đăng ký cấp mới đạt hơn 1,95 tỷ USD.

Phát triển công nghệ cao, công nghệ sản xuất thông minh là một trong những lĩnh vực được chính quyền Hong Kong (Trung Quốc) quan tâm đẩy mạnh và dành nhiều đầu tư. Đầu tư cho các ngành năng lượng xanh cũng là xu hướng được các nhà đầu tư Hong Kong (Trung Quốc) quan tâm trong thời gian gần đây.

NHỮNG THUẬN LỢI CƠ HỘI VÀ KHÓ KHĂN THÁCH THỨC ĐỐI VỚI HÀNG VIỆT TẠI THỊ TRƯỜNG HONG KONG (TRUNG QUỐC)



Khách tìm hiểu về sản phẩm ống hút gạo của Việt Nam tại Hội chợ Thực phẩm quốc tế Hong Kong (Trung Quốc).

CƠ HỘI - THUẬN LỢI

Hong Kong (Trung Quốc) là một hòn đảo nhỏ với dân số hơn 7 triệu người, nền kinh tế chủ yếu dựa vào thương mại và dịch vụ, rất hạn chế trong sản xuất, tự cung tự cấp và trồng trọt chăn nuôi nên lương thực, thực phẩm họ phụ thuộc gần như 100% vào nhập khẩu. Do vậy, đây là thị trường rất tiềm năng cho doanh nghiệp Việt Nam khai thác. Dù dân số khiêm tốn với 7,39 triệu người nhưng nền kinh tế Hong Kong (Trung Quốc) phát triển rất mạnh, GDP bình quân đầu người đạt tới 49.613USD/người/năm. Đặc biệt, sản xuất nông sản, thực phẩm tại Hong Kong (Trung Quốc) rất hạn chế và phải nhập khẩu. Do vậy, đây thị trường rất tiềm năng cho doanh nghiệp Việt Nam khai thác.

Với lợi thế gần nhau về địa lý, lại có sự gần gũi về văn hóa, lịch sử, quan hệ thương mại, kinh doanh, đầu tư... nên những năm gần đây, hợp tác Việt Nam - Hong Kong (Trung Quốc) không ngừng được gắn kết và phát triển.

Điểm quan trọng, thói quen tiêu dùng của người tiêu dùng tại Hong Kong (Trung Quốc) có nhiều nét tương đồng với người dân Việt Nam, do vậy khá thuận lợi cho doanh nghiệp trong sản xuất; khả năng tiêu thụ sản phẩm chất lượng tốt cao. Đây cũng là thị trường có tính kết nối, hàng hoá Việt Nam xuất khẩu được vào thị trường Hong Kong (Trung Quốc) có thể đi khắp thế giới.

Hoá đơn xuất khẩu vào thị trường Hong Kong (Trung Quốc) được coi như thể xanh đưa hàng hoá thâm nhập vào các thị trường nhập khẩu khác, kể cả với thị trường khó tính.

Hong Kong (Trung Quốc) có thể mạnh là cửa ngõ kết nối về đầu tư, thương mại, tài chính, logistics giữa Trung Quốc với khu vực và thế giới thông qua các sáng kiến "Vành đai, Con đường", "Khu vực Vịnh Lớn Hong Kong (Trung Quốc) - Quảng Châu - Macao". Đây là nhân tố quan trọng sẽ giúp thúc đẩy quan hệ kinh tế giữa hai bên cũng như giữa các nước ASEAN với nền kinh tế Đông Á và thế giới.

Ngoài thị trường tiêu thụ nội địa, Hong Kong (Trung Quốc) còn là một trung tâm thương mại, du lịch và một trung tâm trung chuyển lớn của khu vực nên Hong Kong (Trung Quốc) luôn được coi là một thị trường rất tiềm năng đối với ngành hàng lương thực, thực phẩm của Việt Nam. Do đó, cơ hội hợp tác, kinh doanh đầu tư của doanh nghiệp Việt Nam vào Hong Kong (Trung Quốc) cũng rất lớn.

Hong Kong (Trung Quốc) luôn là đối tác tiềm năng, đáng tin cậy của doanh nghiệp, nhất là doanh nghiệp Việt Nam đang có ý định mở rộng kinh doanh ra nước ngoài. Bởi Hong Kong (Trung Quốc) không chỉ đem đến một môi trường kinh doanh ổn định mà còn giúp doanh nghiệp Việt mở rộng - kết nối với thị trường tiềm năng khác bao gồm 9 thành phố thuộc Khu vực Vịnh Lớn Hong Kong (Trung Quốc) - Quảng Châu - Macao.

Hàng hóa Việt Nam khá được ưa chuộng tại thị trường có tính tương đồng trong văn hóa tiêu dùng của người tiêu dùng tại thị trường Hong Kong (Trung Quốc). Người tiêu dùng tại đây rất thích các sản phẩm như gạo, mì, bún, phở, hạt điều, hạt tiêu, cà phê, hải sản, một số loại hoa quả như thanh long, sầu riêng, xoài, chuối..... Ngoài ra, các sản phẩm như dệt may, đồ nội thất, một số đồ thủ công mỹ nghệ cũng được ưa chuộng tại Hong Kong (Trung Quốc).

Do cơ cấu đặc trưng của nền kinh tế, Hong Kong (Trung Quốc) nhập khẩu đến 90% sản phẩm dành cho tiêu dùng nội địa. Đây là thị trường tiềm năng cho hàng hóa của các nước xuất khẩu nói chung và hàng hóa Việt Nam nói riêng, đặc biệt đối với những hàng hóa chất lượng cao. Nhiều mặt hàng gia dụng của Việt Nam như mây tre lá, gốm sứ, gạo... được ưa chuộng tại Hong Kong (Trung Quốc).

Thị trường Hong Kong (Trung Quốc) tuy rất mở với hàng nhập khẩu, thậm chí không đánh thuế quan, tuy nhiên khâu hậu kiểm cực kỳ gắt gao và đặc biệt bảo vệ người tiêu dùng. Hàng hoá bị người tiêu dùng phản ánh tới cơ quan chức năng có thể bị phong toả, mất uy tín, thậm chí mất luôn thị trường.

Bên cạnh chất lượng sản phẩm tại Hong Kong (Trung Quốc), người Hong Kong (Trung Quốc) giàu, ăn rất sang nhưng lại rất khiêm tốn trong mua sắm. Bởi đặc thù nhà ở của họ rất nhỏ, cho nên họ mua cái gì cũng rất ít.

Thị trường Hong Kong (Trung Quốc) có yêu cầu nghiêm ngặt về chất lượng, an toàn thực phẩm cũng như thị hiếu tiêu dùng sản phẩm có thương hiệu, bao bì và mẫu mã sản phẩm phong phú, đòi hỏi doanh nghiệp khi xuất khẩu sang thị trường này cần nắm bắt đầy đủ thông tin liên quan, nỗ lực đáp ứng yêu cầu theo thị hiếu tiêu dùng của thị trường.

Thị trường Hong Kong (Trung Quốc) có quá nhiều sự lựa chọn cũng như sự cạnh tranh rất khốc liệt. Sản phẩm chỉ hơn nhau về hương vị, màu sắc nhưng giá tiền chênh nhau một chút cũng sẽ là lựa chọn ưu tiên của người dân. Đặc biệt chất lượng sản phẩm vẫn là ưu tiên hàng đầu của người tiêu dùng Hong Kong (Trung Quốc). Người tiêu dùng Hong Kong (Trung Quốc) không tham hàng rẻ, chất lượng kém, họ chú trọng ăn cho sức khỏe chứ không phải ăn cho vui vẻ. Nếu sản phẩm tốt cho sức khỏe là họ mua rất nhiều và mua lâu dài.

Khi xuất khẩu thực phẩm sang thị trường Hong Kong (Trung Quốc) thì phải chọn hàng hóa đạt chất lượng cao nhất, người tiêu dùng tại thị trường (Trung Quốc) họ tiêu thụ những thực phẩm gọi là "tinh hoa nhất của thế giới" họ rất chú trọng về sức khỏe cho nên đối với thực phẩm tuyệt đối phải an toàn và đạt những giá trị dinh dưỡng cao nhất và đặc biệt là trên bao bì sản phẩm phải luôn bắt mắt với nhiều màu sắc và thể hiện đầy đủ các thông tin về sản phẩm đặc biệt là nó có lợi gì cho sức khỏe hay không? Nếu mà bao bì để tiếng phổ thông Trung Quốc thì sản phẩm đó họ sẽ không mua khi đóng gói bao bì sản phẩm nên đặc biệt chú ý là đóng gói trọng lượng nhỏ gọn vì Hong Kong (Trung Quốc) đất chật người đông cho nên phần lớn chỉ ở những ngôi nhà có diện tích rất nhỏ thậm chí những người được coi là đại gia rất giàu nhưng cũng hiếm khi ở được những căn nhà rộng lớn chỉ khoảng sáu chục mét vuông trở lại và hầu hết là những cái căn hộ thì có diện tích khoảng vài chục mét vuông, cho nên là mua những sản phẩm về sử dụng thì những sản phẩm này phải phải được đóng trong bao bì có trọng lượng rất nhỏ sử dụng một lần ăn đối với những sản phẩm mà đóng có trọng lượng lớn thì rất khó bán (vd: gạo đóng trong bao 50kg là không ai mua luôn, bao vài trăm gram hoặc vài kg là sẽ bán chạy...)

➤ Những lưu ý với doanh nghiệp khi xuất hàng sang thị trường Hong Kong (Trung Quốc)

Khi sản phẩm của bạn chẳng may bị lỗi do trong quá trình vận chuyển hay là một lý do gì đó mà ảnh hưởng đến sản phẩm thì các bạn nên tìm gặp những người đã mua sản phẩm và phải bồi thường cho người ta ngay những sản phẩm mới hoặc là một khoản tiền gấp vài lần trị giá sản phẩm, tránh trường hợp để họ chụp ảnh của sản phẩm bị lỗi đưa trên mạng hoặc gửi lên Ủy ban bảo vệ người tiêu dùng nước này, khi ấy sản phẩm sẽ bị phong tỏa và không được bán ra thị trường ngay lập tức, sản phẩm của bạn sẽ bị tẩy chay và bị kiểm tra và phạt rất nặng và sản phẩm này gần như là hết đường bán ở thị trường Hong Kong (Trung Quốc)....



Phiên thảo luận về chủ đề “Xúc tiến hợp tác đầu tư giữa Hồng Kông và Thành phố Hồ Chí Minh trên các lĩnh vực” tại Hội nghị Xúc tiến Đầu tư Hồng Kông - Thành phố Hồ Chí Minh.

Tại thị trường Hong Kong (Trung Quốc) nếu sản phẩm có hạn sử dụng quá dài thì người tiêu dùng cho rằng sản phẩm nhiều chất bảo quản. Nếu hạn sử dụng quá ngắn họ chê không để được lâu, nên doanh nghiệp cần lưu ý vấn đề này. Sản phẩm càng khó mua, khó tìm, đặc sắc, có lợi cho sức khỏe, chủng loại phong phú... càng được ưu tiên lựa chọn.

Do người dân tại thị trường Hong Kong (Trung Quốc) bị tiểu đường và huyết áp cao rất nhiều, nên sản phẩm cần có gắng giảm lượng đường ở mức phù hợp. Xu hướng hiện nay họ quan tâm tới sản phẩm hữu cơ, sản phẩm ăn kiêng nhiều hơn.

Bên cạnh đó, mẫu mã bao bì phải bắt mắt và hấp dẫn. Họ không biết nhiều tiếng Anh nên trên bao bì phải có chữ Trung Quốc. Trên sản phẩm phải có thành phần dinh dưỡng (7 thành phần cơ bản), nguồn gốc xuất xứ, trọng lượng và hạn sử dụng đầy đủ.

Trong phương thức thanh toán, đối tác nhập khẩu tại Hong Kong (Trung Quốc) sử dụng hình thức thanh toán rất linh hoạt (theo phương thức T/T, L/C, DP...) và rất sòng phẳng, đa số là 30% ký quỹ, 70% sẽ được trả sau khi có bộ chứng từ chứng minh tàu đã cập cảng Hong Kong (Trung Quốc).

Một lưu ý khác, có nhiều cách tiếp cận thị trường: liên kết với các tập đoàn phân phối hàng hóa, tham gia hội chợ triển lãm chuyên ngành tại thị trường này, tham gia các sàn thương mại điện tử lớn...

CÁC HOẠT ĐỘNG XÚC TIẾN THƯƠNG MẠI VÀ ĐẦU TƯ CỦA ITPC ĐỂ HỖ TRỢ CHO DOANH NGHIỆP VIỆT XÂM NHẬP THỊ TRƯỜNG HONG KONG (TRUNG QUỐC)

Hong Kong (Trung Quốc) hiện là đối tác thương mại lớn thứ 7, nhà đầu tư FDI lớn thứ 5 của Việt Nam, trong khi Việt Nam là đối tác thương mại lớn thứ 2 trong ASEAN, lớn thứ 7 thế giới của Hong Kong (Trung Quốc).

Ngày 17/12/2024, Trung tâm Xúc tiến Thương mại và Đầu tư TP.HCM (ITPC) phối hợp cùng Phòng Thương mại Trung Quốc tại Hong Kong (Trung Quốc) (CGCC), Phòng Thương mại Hong Kong (Trung Quốc) - Việt Nam (HKVCC), Liên minh Doanh nhân Vùng Vịnh Quảng Đông - Hong Kong (Trung Quốc) - Ma Cao (GBA Alliance), Ủy ban Xúc tiến Thương mại Quốc tế Trung Quốc chi nhánh Quảng Châu (CCPIT Guangzhou) và Văn phòng Kinh tế và Thương mại Hong Kong (Trung Quốc) tại Singapore (HKETO) tổ chức “Diễn đàn Đầu tư - Thương mại Thành phố Hồ Chí Minh và Khu vực Vịnh Lớn Quảng Đông - Hong Kong - Ma Cao”, diễn đàn được tổ chức tại Thành phố Hồ Chí Minh.

Diễn đàn nhằm thúc đẩy giao lưu và hợp tác đa lĩnh vực giữa Trung Quốc, đặc biệt là Khu vực Vịnh Lớn Quảng Đông – Hong Kong (Trung Quốc) – Ma Cao (GBA), với Việt Nam nói chung và TP.HCM nói riêng.

TP.HCM với vai trò đầu tàu kinh tế của cả nước, đang tích cực mở rộng không gian phát triển, nâng cao chất lượng hạ tầng và năng lực cạnh tranh để tạo đà bứt phá trong giai đoạn mới. Phó Chủ tịch UBND TP.HCM Nguyễn Văn Dũng đề xuất nhiều hướng hợp tác tiềm năng giữa TP.HCM và khu vực Vịnh lớn, bao gồm:

- Phát triển trung tâm tài chính khu vực trên cơ sở học hỏi kinh nghiệm từ thị trường Hong Kong (Trung Quốc);
- Đẩy mạnh hợp tác về năng lượng tái tạo và tài chính xanh;
- Tăng cường đầu tư hạ tầng giao thông và đô thị thông minh;
- Thúc đẩy chuyển đổi số, công nghệ tài chính, thanh toán xuyên biên giới;
- Mở rộng liên kết chế biến – xuất khẩu nông sản giữa Đồng bằng sông Cửu Long và các thành phố trong vùng Vịnh lớn.



Nguyễn Văn Dũng, Phó Chủ tịch Ủy ban Nhân dân TP.HCM phát biểu tại Diễn đàn Đầu tư - Thương mại TP.HCM và khu vực Vịnh lớn Quảng Đông - Hồng Kông - Ma Cao (GBA Alliance) 2025 do ITPC phối hợp tổ chức.

Chủ tịch Liên minh Doanh nhân Vùng vịnh Quảng Đông - Hồng Kông (Trung Quốc) - Ma Cao tại Việt Nam (GBA Alliance) cho biết, Liên minh GBA đã và đang tận dụng thế mạnh về công nghệ, tài chính, sản xuất và đổi mới sáng tạo để hỗ trợ các doanh nghiệp Việt Nam tiếp cận thị trường Trung Quốc và xây dựng quan hệ đối tác lâu dài. Thông qua chi nhánh Việt Nam, Liên minh cũng đã tổ chức các diễn đàn xúc tiến đầu tư - thương mại mang đến cho các doanh nghiệp Việt Nam những thông tin giá trị về xu hướng thị trường, chính sách và cơ hội, đồng thời, thúc đẩy đầu tư song phương, kết nối các doanh nghiệp Việt Nam với các đối tác chiến lược và thúc đẩy hợp tác trong các lĩnh vực tiềm năng như chuyển đổi số, kinh tế xanh và phát triển đô thị thông minh.

Bên cạnh đó nhằm thúc đẩy hơn nữa mối quan hệ hợp tác song phương tốt đẹp giữa Việt Nam nói chung và Thành phố Hồ Chí Minh nói riêng với Đặc khu Hành chính Hong

Kong (Trung Quốc), Trung tâm Xúc tiến Thương mại và Đầu tư Thành phố (ITPC) đã phối hợp cùng Hiệp hội Chủ hàng Hong Kong (Hong Kong Shipper's Council) tổ chức “Hội thảo xúc tiến đầu tư và thương mại giữa Việt Nam và Hong Kong lĩnh vực logistics” vào sáng 01/3/2023 tại khách sạn Sofitel.

Thành phố Hồ Chí Minh là một địa phương có nhiều đóng góp quan trọng trong việc khẳng định mối quan hệ hợp tác đầu tư kinh doanh giữa Việt Nam và Hong Kong (Trung Quốc). Thành phố có nhiều thế mạnh và điều kiện thuận lợi về mọi mặt, đồng thời có nhiều chính sách thu hút đầu tư hiệu quả để sẵn sàng chào đón các doanh nghiệp đến đầu tư kinh doanh.

Ông Lý Gia Siêu, Trưởng Đặc khu Hành chính Hong Kong (Trung Quốc), cho biết kinh nghiệm của Hong Kong (Trung Quốc) - một trong những trung tâm tài chính thế giới - có thể hỗ trợ TP.HCM xây dựng trung tâm tài chính. Hong Kong (Trung Quốc) có thị trường chứng khoán với vốn hóa 4.000 tỷ USD, hơn 2.000 công ty niêm yết. Đây cũng là lĩnh vực mà đặc khu này và TP.HCM có tiềm năng hợp tác. Bên cạnh phát triển trung tâm tài chính, Trưởng Đặc khu Lý Gia Siêu muốn tăng hợp tác với Việt Nam về thương mại, đầu tư, tài chính ngân hàng, du lịch, hàng không và các lĩnh vực đang tăng trưởng như đổi mới và công nghệ (I&T), phát triển bền vững và tài chính xanh. Sự kiện đã tiếp đón hơn 30 doanh nghiệp Hong Kong (Trung Quốc) và Việt Nam hoạt động trong lĩnh vực xuất nhập khẩu.

CÁC ĐỊA CHỈ LIÊN HỆ CẦN THIẾT

➤ **Lãnh sự quán Việt Nam tại Hong Kong (Trung Quốc)**

Địa chỉ: Tầng 12 và tầng 15, Great Smart Tower, 230 đường Wan Chai, Wan Chai, Hong Kong (Trung Quốc)

Điện thoại: (+852) 2834 0200; 2834 0233; 2834 0255

Điện thoại bảo hộ công dân: (+852) 6923 4922

Fax: (+852) 2834 0009

Email: vnconsul.hongkong@mofa.gov.vn

Website: <https://vnconsulate-hongkong.mofa.gov.vn/>

➤ **Văn phòng Thương mại Việt Nam tại Hong Kong (Trung Quốc)**

Địa chỉ: Tầng 17, Tòa nhà Golden Star, 20 Đường Lockhart, Wan Chai, Hong Kong (Trung Quốc)

Điện thoại: (+852) 2865-3218; (+852) 2527-0495 Fax: (+852) 2865-3808

➤ **Thương vụ Việt Nam tại Hong Kong (Trung Quốc)**

Địa chỉ: 17/F, Golden Star Building, No. 20-24 Lockhart Road, Wan Chai, Hong Kong (Trung Quốc)

Điện thoại: 0085-2-2865-3218

Fax: 0085-2-2865-3808

Email: hk@moit.gov.vn

➤ **Hội đồng Xúc tiến Thương mại Hong Kong (Trung Quốc), (Hong Kong Trade Development Council - HKTDC)**

Địa chỉ: Phòng 701-702, Tòa nhà văn phòng Saigon Tower, 29 Lê Duẩn, TP.HCM.

Điện thoại: 028 3823 5883

Email: hochiminh.city.office@hktdc.org

Website: <http://www.hktdc.com/>

Facebook: <https://www.facebook.com/HKTDC.Hochiminh>

➤ **Hiệp hội Doanh nghiệp Hong Kong (Trung Quốc) tại Việt Nam *Trụ sở chính tại Thành phố Hồ Chí Minh***

Địa chỉ: Sunwah Pearl, Tầng 6, Tòa nhà Golden House, 90 Nguyễn Hữu Cảnh.

Điện thoại: (+84) 7308 2168

Email: hcmc@hkbav.org

Văn phòng chi nhánh Hà Nội

Địa chỉ: Tầng 4, Tòa nhà Toserco, 273 Kim Mã, Hà Nội.

Điện thoại: (+84) 24 3926 4730

Email : hanoi@hkbav.org

CÁC SỰ KIỆN XÚC TIẾN THƯƠNG MẠI NỔI BẬT TẠI HONG KONG (TRUNG QUỐC)

Thời gian	Tên sự kiện	Địa điểm	Lĩnh vực ngành hàng - Quy mô
02 – 06/3/2026	Hong Kong (Trung Quốc) International Diamond, Gem & Pearl Show 2026	AsiaWorld-Expo	Thời trang & Làm đẹp ~20.000 lượt khách tham quan +500 đơn vị triển lãm
04 – 08/3/2026	HKTDC Hong Kong (Trung Quốc) International Jewellery Show 2026	Hong Kong (Trung Quốc) Convention and Exhibition Centre	Thời trang & Làm đẹp ~20.000 lượt khách tham quan +500 đơn vị triển lãm
12 – 14/3/2026	APLF Leather & Materials+ 2026	Hong Kong (Trung Quốc) Convention and Exhibition Centre	May mặc & Kỹ thuật Công nghiệp ~50.000 lượt khách tham quan +500 đơn vị triển lãm
12 – 14/3/2026	Fashion Access 2026	Hong Kong (Trung Quốc) Convention and Exhibition Centre	Thời trang & Làm đẹp ~20.000 lượt khách tham quan +500 đơn vị triển lãm

13 – 16/4/2026	Hong Kong (Trung Quốc) Electronics Fair - Spring Edition 2026	Hong Kong (Trung Quốc) Convention and Exhibition Centre	Điện & Điện tử 66.000 lượt khách tham quan 3.000 đơn vị triển lãm
27 – 30/4/2026	Hong Kong (Trung Quốc) Gifts & Premium Fair 2026	Hong Kong (Trung Quốc) Convention and Exhibition Centre	Nhà & Văn phòng ~20.000 lượt khách tham quan +500 đơn vị triển lãm
27 – 30/4/2026	Hong Kong (Trung Quốc) International Printing & Packaging Fair 2026	AsiaWorld-Expo	Đóng gói & Bao bì ~50.000 lượt khách tham quan +500 đơn vị triển lãm
11 – 13/5/2026	HKTDC Hong Kong (Trung Quốc) International Medical and Healthcare Fair 2026	Hong Kong (Trung Quốc) Convention and Exhibition Centre	Y tế & Dược phẩm ~50.000 lượt khách tham quan +500 đơn vị triển lãm
13 – 15/8/2026	HKTDC Food Expo PRO 2026 (FoodExpoPRO)	Hong Kong (Trung Quốc) Convention and Exhibition Centre	Thực phẩm & Đồ uống ~50.000 lượt khách tham quan +500 đơn vị triển lãm
17 – 21/9/2026	Jewellery & Gem WORLD Hong Kong (Trung Quốc) 2026	Hong Kong (Trung Quốc) Convention and Exhibition Centre	Thời trang & Làm đẹp ~50.000 lượt khách tham quan +500 đơn vị triển lãm

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



Địa chỉ: 51 Đinh Tiên Hoàng, Phường Tân Định, TP.HCM

92 - 96 Nguyễn Huệ, Phường Sài Gòn, TP.HCM

Điện thoại: (028) 3823 6738 - 3910 1309

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

Website: www.itpc.hochiminhcity.gov.vn