



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

THỊ TRƯỜNG NAM PHI
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 NAM PHI**
- 09 NHỮNG LƯU Ý KHI KINH DOANH TẠI THỊ TRƯỜNG NAM PHI**
- 33 HOẠT ĐỘNG GIAO THƯƠNG GIỮA VIỆT NAM VÀ NAM PHI**
- 46 HOẠT ĐỘNG ĐẦU TƯ GIỮA VIỆT NAM VÀ NAM PHI**
- 47 NHỮNG THUẬN LỢI VÀ KHÓ KHĂN CỦA HÀNG VIỆT TẠI THỊ TRƯỜNG NAM PHI**
- 51 HIỆP ĐỊNH AFCFTA MỞ RA NHIỀU CƠ HỘI XUẤT KHẨU CHO HÀNG HÓA VIỆT NAM**
- 53 CÁC ĐỊA CHỈ LIÊN LẠC CẦN THIẾT**
- 54 CÁC SỰ KIỆN XÚC TIẾN THƯƠNG MẠI NỔI BẬT TẠI NAM PHI**

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 Nam Phi và quốc tế.

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

Vui lòng liên hệ với Trung tâm Xúc tiến Thương mại và Đầu tư 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



International
Trade
Centre



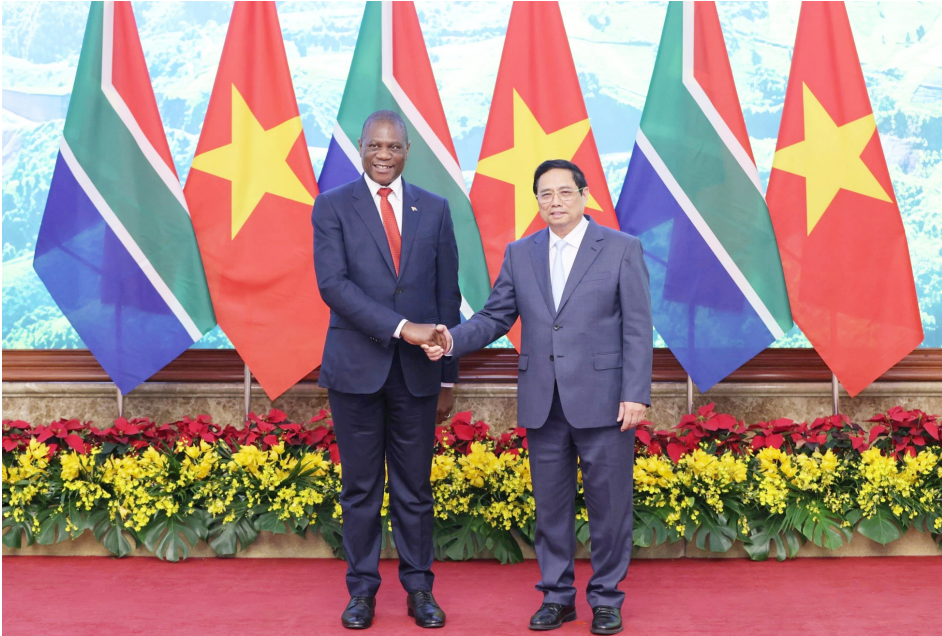
WORLD TRADE
ORGANIZATION

Cùng một số đối tác khác. Xin chân thành cảm ơn,
Đặc biệt chúng tôi cảm ơn sự hợp tác của Đại sứ
quán Nam Phi tại Việt Nam trong quá trình thực hiện
ấn phẩm này.

THỊ TRƯỜNG NAM PHI



TỔNG QUAN VỀ THỊ TRƯỜNG NAM PHI



Thủ tướng Phạm Minh Chính tiếp Phó Tổng thống Cộng hòa Nam Phi Paul Mashatile.

VỊ TRÍ ĐỊA LÝ – VĂN HÓA – XÃ HỘI

Tên đầy đủ: Nước Cộng hòa Nam Phi (Republic of South Africa).

Thủ đô: Có 3 thủ đô như sau:

- Pretoria (thủ đô hành chính);
- Cape Town (thủ đô lập pháp);
- Bloemfontein (thủ đô tư pháp).

Quốc khánh Nam Phi: 27 tháng 4

Tổng thống Nam Phi: Ông Cyril Ramaphosa



Vị trí địa lý: Cộng hòa Nam Phi ở cực nam châu Phi, phía đông bắc giáp Mozambique, Zimbabwe, Botswana, Namibia, phía tây nam giáp Đại Tây Dương và đông nam giáp Ấn Độ Dương.

Diện tích: Tổng diện tích 1.219.090 km², đứng thứ 26 thế giới.

- Diện tích đất liền: 1.214.470 km²;
- Diện tích mặt nước: 4.620 km².

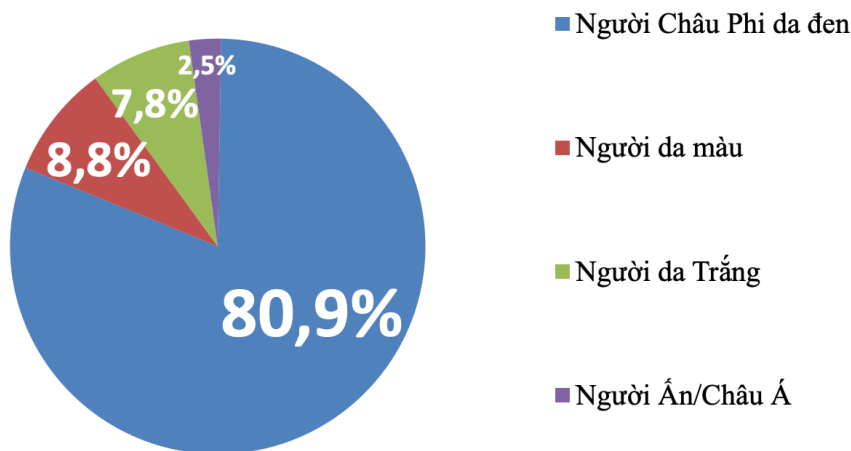
Dân số: 60.442.647 (Số liệu ước tính năm 2024)

Dân cư tập trung dọc theo bờ biển phía nam và đông nam và sâu trong đất liền xung quanh Pretoria. 1/2 diện tích phía đông của đất nước có mật độ dân số cao hơn nửa phía tây.

Tài nguyên thiên nhiên: Vàng, crom, antimon, than đá, quặng sắt, mangan, niken, photphát, thiếc, các nguyên tố đất hiếm, urani, kim cương, bạch kim, đồng, vanadi, muối, khí đốt tự nhiên.

Dân tộc: Người da đen Châu Phi 80,9%, Người da màu 8,8%, Người da trắng 7,8%, Người Ấn Độ/Châu Á 2,6% (ước tính năm 2021)

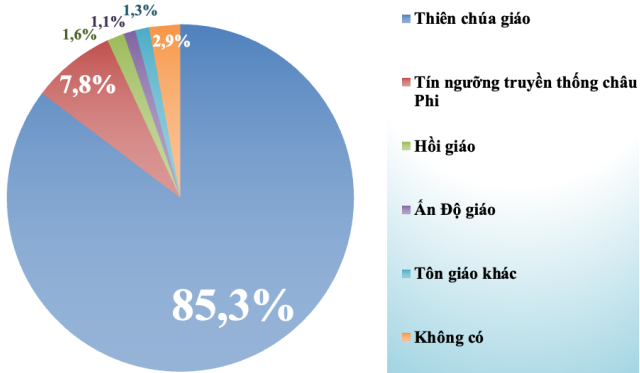
Cơ cấu dân tộc
(Số liệu ước tính năm 2021)



Ngôn ngữ: Tiếng Anh là một trong 11 ngôn ngữ chính thức tại Nam Phi và là ngôn ngữ được sử dụng nhiều nhất trong kinh doanh. Dựa trên dữ liệu mới nhất hiện có, tỷ lệ phần trăm dân số nói từng ngôn ngữ này ngoài gia đình lần lượt là tiếng Zulu (25,1%), tiếng Xhosa (12,8%), tiếng Afrikaans (9,7%), tiếng Sepedi (9,7%), tiếng Anh (16,6%), tiếng Setswana (9,4%), tiếng Sesotho (7,8%), tiếng Xitsonga (2,4%), tiếng Swazi (2,6%), tiếng Venda (2,2%) và tiếng Ndebele (1,3%) và ngôn ngữ ký hiệu.

Tôn giáo: Thiên chúa giáo 85,3%, tín ngưỡng truyền thống châu Phi 7,8%, Hồi giáo 1,6%, Ấn Độ giáo 1,1%, tôn giáo khác 1,3%, không có 2,9% (Số liệu cập nhật năm 2022)

Cơ cấu tôn giáo (Số liệu ước tính năm 2022)



Tiền tệ: Đồng tiền của Nam Phi là Rand Nam Phi (“ZAR”). Đây được cho là đồng tiền được giao dịch nhiều nhất trong số các thị trường mới nổi và tỷ giá hối đoái thường biến động mạnh trên toàn cầu, khiến các nhà nhập khẩu phải phòng ngừa rủi ro mất giá bằng hợp đồng kỳ hạn. Rand là đồng tiền của Khu vực Tiền tệ Chung (CMA) bao gồm Nam Phi, eSwatini (trước đây là Swaziland) và Lesotho. ZAR cũng là đơn vị tiền tệ hợp pháp tại Namibia, với tỷ giá hối đoái cố định so với Đô la Namibia.



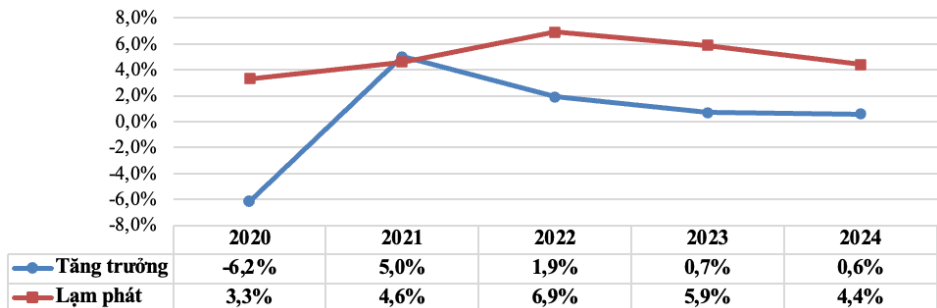
TỔNG QUAN NỀN KINH TẾ

Nam Phi là nền kinh tế lớn nhất và tiên tiến nhất châu Phi. Quốc gia này giàu tài nguyên khoáng sản, trở thành nhà sản xuất và xuất khẩu hàng đầu các kim loại quý như bạch kim, vanadi, mangan và kim cương. Ngoài ra, các sản phẩm liên quan đến công nghiệp nặng như sản xuất sắt, thép và xe cộ, cũng như một số sản phẩm nông nghiệp như trái cây và các loại hạt cũng là những mặt hàng xuất khẩu chủ lực của Nam Phi. Tăng trưởng GDP vẫn chậm trong giai đoạn hậu COVID, một phần do lạm phát dai dẳng, thắt chặt tiền tệ và thiếu điện, với mức tăng trưởng chỉ đạt 0,6% vào năm 2024. Tuy nhiên, Nam Phi là một trong những nền kinh tế phát triển và công nghiệp hóa nhất lục địa châu Phi, Nam Phi vẫn là điểm đến đầu tư được ưa chuộng của các doanh nghiệp. Các ngành sản xuất, khai khoáng và dịch vụ tài chính đều là những lĩnh vực thu hút đáng kể đầu tư trực tiếp nước ngoài.

Nền kinh tế Nam Phi đã trì trệ trong thập kỷ qua, với GDP chỉ tăng trung bình 0,7% trong giai đoạn 10 năm. Một số hạn chế về mặt cơ cấu ở phía cung của nền kinh tế, chẳng hạn như tắc nghẽn cơ sở hạ tầng, môi trường kinh doanh yếu kém và năng suất thấp đã cản trở tăng trưởng kinh tế. Tình trạng thiếu hụt nguồn cung điện đã đặc biệt hạn chế tăng trưởng của Nam Phi trong nhiều năm. Việc cắt điện luân phiên theo lịch trình (sa thải phụ tải) bắt đầu từ năm 2007 và tăng cường vào năm 2022-2023. Mặc dù tình trạng cắt điện lẻ tẻ và ngắn hạn đã xảy ra vào năm 2025, nhưng độ tin cậy và khả năng cung cấp điện đã được cải thiện đáng kể kể từ cuối tháng 3 năm 2024. Sự cải thiện về cung cấp điện được cho là nhờ việc quản lý tốt hơn công ty điện lực quốc gia Eskom và sự ủng hộ chính trị cấp cao từ Tổng thống và Bộ trưởng Điện lực. Việc mở cửa thị trường điện cho sản xuất điện tư nhân đã khuyến khích đầu tư vào lĩnh vực này hơn nữa.

Tăng trưởng GDP và mức lạm phát

(Nguồn: IMF, World Economic Outlook Database)



NHỮNG LƯU Ý KHI KINH DOANH TẠI THỊ TRƯỜNG NAM PHI

THÁCH THỨC THỊ TRƯỜNG



Doanh nghiệp Việt Nam giới thiệu sản phẩm tại Diễn đàn doanh nghiệp Việt Nam - Durban (Nam Phi).

Tỷ giá hối đoái Rand/USD biến động có thể làm tác động đến việc lập kế hoạch, đặc biệt là đối với các công ty nhỏ hoặc mới gia nhập thị trường, ảnh hưởng đến lợi nhuận của doanh nghiệp.

Độ tin cậy về năng lượng: Nam Phi có nguồn cung cấp năng lượng không đáng tin cậy, thường xuyên bị gián đoạn, gây ra tình trạng "Cắt tải" hoặc mất điện nghiêm trọng. Đối với các doanh nghiệp, nguồn điện không ổn định dẫn đến chi phí vận hành tăng cao, đồng thời làm giảm năng suất và lợi nhuận. Tình trạng mất điện ở Nam Phi là một rào cản hàng đầu đối với đầu tư và tăng trưởng, đồng thời là một lực cản nghiêm trọng đối với nền kinh tế.

Chính sách bản địa hóa: Chính phủ Nam Phi liên tục thay đổi yêu cầu bản địa hóa công nghiệp bắt buộc đối với các nhà cung cấp nước ngoài, vốn thường bị coi là yếu tố gây chi phí và rủi ro cho hoạt động kinh doanh tại Nam Phi.

đóng gói, nhãn mác, thông tin về thành phần sản phẩm, cũng như chứng nhận an toàn môi trường. Thực tế cho thấy, nhiều doanh nghiệp Việt Nam gặp khó khăn trong việc đáp ứng đầy đủ các thủ tục kiểm định, thử nghiệm và đánh giá sự phù hợp (conformity assessment) theo tiêu chuẩn của Nam Phi. Đây không chỉ là một thủ tục hành chính, mà còn là rào cản mang tính “kỹ thuật”, khiến chi phí tăng cao và kéo dài thời gian đưa hàng vào thị trường. Do Nam Phi nằm trong khối Liên minh Hải quan Nam Phi (SACU), nhiều quy định kỹ thuật còn chịu ảnh hưởng từ các tiêu chuẩn khu vực, làm gia tăng mức độ phức tạp cho doanh nghiệp xuất khẩu Việt Nam.

➤ **Kiểm dịch và vệ sinh an toàn thực phẩm (SPS) gây khó khăn cho nông sản, thủy sản**

Một trong những thách thức lớn nhất đối với hàng nông sản và thủy sản Việt Nam khi xuất khẩu sang Nam Phi chính là các biện pháp kiểm dịch và vệ sinh dịch tễ. Nam Phi yêu cầu khắt khe về chứng nhận kiểm dịch động thực vật, kiểm soát dư lượng hóa chất, thuốc bảo vệ thực vật và kiểm tra vi sinh. Điều này làm ảnh hưởng đặc biệt quan trọng với các mặt hàng như gạo, hạt tiêu, cà phê, trái cây và hải sản vốn là thế mạnh của Việt Nam. Việc tuân thủ SPS không chỉ làm phát sinh chi phí kiểm nghiệm và chứng nhận, mà còn kéo dài thời gian thông quan nếu có nghi ngờ hoặc phải tái kiểm. Trong nhiều trường hợp, lô hàng có thể bị giữ lại tại cảng, gây tổn thất về tài chính và ảnh hưởng đến uy tín doanh nghiệp.

➤ **Thủ tục hải quan và hành chính phức tạp là rào cản “ẩn” làm tăng chi phí cho nhập khẩu hàng hóa vào Nam Phi**

Nam Phi được biết đến là thị trường có hệ thống quản lý hải quan phức tạp, trong đó các thủ tục giấy tờ, giấy phép nhập khẩu và quy trình kiểm tra thường kéo dài. Ngoài ra, tình trạng tắc nghẽn tại cảng biển, thiếu đồng bộ trong số hóa hồ sơ cũng gây ra nhiều chậm trễ cho quá trình thông quan. Doanh nghiệp Việt Nam thường phải đối mặt với chi phí lưu kho, phí chậm tàu và chi phí hành chính phát sinh. Thực tế này khiến nhiều doanh nghiệp nhỏ khó có đủ nguồn lực để duy trì dòng hàng ổn định vào Nam Phi, mặc dù thuế nhập khẩu theo hiệp định song phương hoặc đa phương có thể đã được ưu đãi.

➤ **Quy định nội địa hóa và yêu cầu địa phương – Thách thức về lợi thế cạnh tranh**

Nam Phi cùng với các nước thành viên trong Liên minh Hải quan Nam Phi (SACU) đã và đang áp dụng một số chính sách khuyến khích hoặc bắt buộc nội địa hóa. Cụ thể,

các doanh nghiệp nhập khẩu có thể phải sử dụng một tỷ lệ sản phẩm hoặc linh kiện được sản xuất trong nước để được hưởng ưu đãi hoặc thuận lợi hơn trong thông quan. Với doanh nghiệp Việt Nam, điều này tạo thêm áp lực vì buộc phải xây dựng chuỗi cung ứng song song tại thị trường sở tại, vốn tốn kém và mất thời gian. Đặc biệt trong các ngành như máy móc, thiết bị, dệt may, việc tuân thủ nội địa hóa trở thành rào cản lớn, làm giảm đáng kể sức cạnh tranh của hàng hóa Việt Nam so với các đối thủ từ những quốc gia đã có liên kết sản xuất tại Nam Phi.

➤ **Biện pháp phòng vệ thương mại, rủi ro pháp lý đối với hàng xuất khẩu**

Nam Phi có truyền thống sử dụng các biện pháp phòng vệ thương mại như thuế chống bán phá giá, thuế chống trợ cấp hoặc hạn ngạch nhập khẩu nhằm bảo vệ ngành sản xuất trong nước. Đây là loại rào cản phi thuế quan khó lường trước, đặc biệt khi hàng hóa Việt Nam tăng trưởng nhanh tại thị trường này. Các sản phẩm có nguy cơ cao bao gồm thép, dệt may, giày dép và một số mặt hàng nông sản. Nếu bị áp dụng biện pháp phòng vệ, hàng hóa Việt Nam sẽ mất lợi thế cạnh tranh ngay lập tức, trong khi việc xử lý qua kênh pháp lý thường kéo dài và tốn kém.

➤ **Thiếu minh bạch thông tin, điều gây bất lợi cho doanh nghiệp nhỏ và vừa**

Một trong những điểm yếu cố hữu của môi trường kinh doanh tại Nam Phi là sự thiếu minh bạch trong quy định và thủ tục. Doanh nghiệp thường khó tiếp cận kịp thời các thay đổi trong chính sách nhập khẩu, dẫn đến tình trạng bị động khi triển khai kế hoạch kinh doanh. Ngoài ra, chi phí ẩn từ phí kiểm tra, phí chứng nhận, hoặc yêu cầu bổ sung giấy tờ không công khai rõ ràng cũng làm tăng chi phí xuất khẩu. Đây là trở ngại đặc biệt nghiêm trọng với các doanh nghiệp nhỏ và vừa của Việt Nam – vốn hạn chế về nguồn lực tài chính và nhân sự để theo sát, cập nhật và tuân thủ toàn bộ các quy định phức tạp của Nam Phi.

CƠ HỘI THỊ TRƯỜNG

Nam Phi là nền kinh tế tiên tiến và phát triển rộng khắp nhất lục địa, Nam Phi mang đến cho các nhà xuất khẩu và nhà đầu tư một nền kinh tế đa dạng và trưởng thành với các lĩnh vực tài chính và dịch vụ đã được chứng minh, cũng như cơ hội tiếp cận ưu đãi với các thị trường xuất khẩu tại Liên minh Châu Âu và Cộng đồng Phát triển Nam Phi (SADC).



Đại diện Công ty Safoco (Việt Nam) giới thiệu sản phẩm tại Diễn đàn doanh nghiệp Việt Nam - Durban (Nam Phi) 2022.

Nam Phi là nền kinh tế phát triển và tiên tiến nhất châu lục. Nền kinh tế Nam Phi mang đến cho các nhà xuất khẩu và nhà đầu tư một nền kinh tế đa dạng, tăng trưởng với các lĩnh vực tài chính và dịch vụ năng động. Nam Phi đã chứng minh khả năng tiếp cận ưu đãi vào các thị trường xuất khẩu ở Liên minh Châu Âu và Khu phát triển Nam Phi. Các tiêu chuẩn thương mại nói chung tại Nam Phi đều được áp dụng được với các tiêu chuẩn ở hầu hết các nền kinh tế phát triển. Nam Phi mang lại nhiều cơ hội và tiếp tục thu hút các nhà đầu tư đang tìm kiếm một vị trí để tiếp cận phần còn lại của lục địa châu Phi.

Một số yếu tố có lợi cho các nhà xuất khẩu nước ngoài:

- Các lĩnh vực tài chính, pháp lý và dịch vụ kinh doanh đầy đủ và rõ ràng;
- Cơ sở hạ tầng giao thông rộng khắp;
- Vị trí của Nam Phi giúp nước này trở thành cửa ngõ để thâm nhập vào các quốc gia và thị trường khác ở Châu Phi cận Sahara.

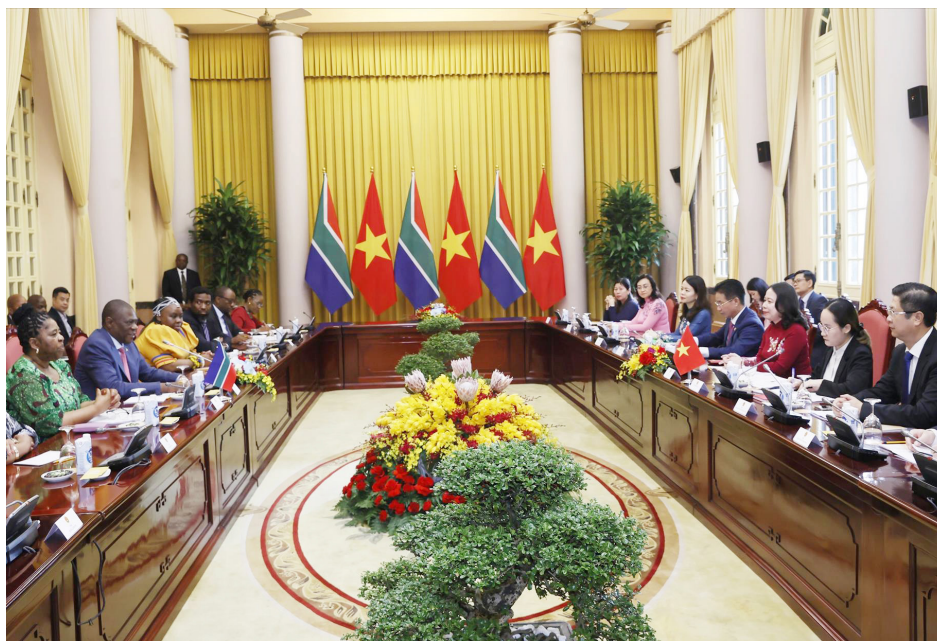
YÊU CẦU CHỨNG TỪ VÀ CÁC QUY ĐỊNH NHẬP KHẨU

Quy trình Nam Phi có quy trình nhập khẩu phức tạp. Cơ quan Thuế vụ Nam Phi (SARS) quy định khoảng 90.000 mã thuế quan sản phẩm được áp dụng nghiêm ngặt đối với tất cả hàng nhập khẩu. Hải quan Nam Phi (Customs SA), một bộ phận của SARS,

yêu cầu nhà nhập khẩu phải đăng ký với cơ quan này và xin mã nhà nhập khẩu từ SARS. Điều này ảnh hưởng đến nhiều nhà nhập khẩu và có thể gây ra sự chậm trễ trong việc thông quan hàng hóa.

Chung từ: SARS sử dụng một Tài liệu hành chính duy nhất (SAD) để tạo điều kiện thuận lợi cho việc thông quan hàng hóa của nhà nhập khẩu, nhà xuất khẩu và thương nhân xuyên biên giới. SAD là một mẫu tờ khai hàng hóa đa năng, bao gồm nhập khẩu, xuất khẩu, vận chuyển xuyên biên giới và quá cảnh. Các yêu cầu sau đây được yêu cầu đối với các lô hàng đến Nam Phi:

- Đối với mục đích cung cấp chứng từ cho hải quan tại Nam Phi, cần có 01 bản sao Vận đơn có thể chuyển nhượng và 02 bản sao không thể chuyển nhượng của Vận đơn. Vận đơn có thể được lập “trực tiếp” hoặc “theo lệnh”.



Phó Chủ tịch nước Võ Thị Ánh Xuân hội đàm Phó Tổng thống Nam Phi Paul Mashatile.

- Mẫu công bố nguồn gốc xuất xứ DA59 được sử dụng trong trường hợp yêu cầu mức thuế suất thấp hơn mức thuế suất chung, cũng như đối với hàng hóa chịu thuế chống bán phá giá hoặc thuế chống trợ cấp. DA59 là mẫu đơn quy định với định dạng, kích thước và nội dung được quy định. Mẫu đơn này không yêu cầu chứng nhận của Phòng Thương mại. 01 bản sao gốc có chữ ký của mẫu đơn phải được đính kèm với hóa đơn thương mại gốc bao gồm hàng hóa yêu cầu khai báo như vậy.

- Cần 04 bản sao và 01 bản sao Hóa đơn thương mại gốc. Nhà cung cấp phải cung cấp trong hóa đơn của mình tất cả dữ liệu cần thiết để nhà nhập khẩu nhập khẩu hợp lệ và để Hải quan Nam Phi xác định giá trị cho mục đích thuế.
- Hóa đơn từ nhà cung cấp sẽ không được chấp nhận là đáp ứng các yêu cầu của quy định hải quan trừ khi chúng nêu rõ, ngoài tên thương mại hoặc tên đọc quyền của hàng hóa, mô tả đầy đủ về bản chất và đặc điểm của hàng hóa cùng với các thông tin cần thiết để đánh giá thuế nhập khẩu và để tổng hợp số liệu thống kê.
- Cần 01 bản sao giấy chứng nhận bảo hiểm cho vận tải đường biển. Thực hiện theo hướng dẫn của nhà nhập khẩu hoặc công ty bảo hiểm trong các vấn đề khác.
- Cần 03 bản sao Phiếu đóng gói. Dữ liệu trong tài liệu này phải thống nhất với dữ liệu trong các tài liệu khác.

Để giảm khả năng bị đánh giá chịu thuế đối với mẫu, người gửi hàng phải ghi rõ như sau: "Mẫu: Không có giá trị thương mại / Giá trị cho mục đích hải quan là xxx đô la."

Cơ quan hải quan Nam Phi không chấp nhận hóa đơn giá trị bằng 0 mà phải ghi rõ giá trị chính xác của lô hàng đang được đề cập.

Giấy phép nhập khẩu: Giấy phép nhập khẩu là bắt buộc đối với các mặt hàng bị hạn chế. Nhà nhập khẩu phải có giấy phép nhập khẩu trước ngày giao hàng. Cơ quan Hải quan Nam Phi có thể áp dụng hình phạt đối với nhà nhập khẩu không xuất trình được giấy phép theo yêu cầu. Giấy phép chỉ có hiệu lực đối với hàng hóa thuộc loại và quốc gia được chỉ định. Giấy phép không được chuyển nhượng và chỉ được sử dụng bởi người được cấp giấy phép. Giấy phép nhập khẩu chỉ có hiệu lực trong năm dương lịch mà giấy phép được cấp.

Hàng hóa bị hạn chế: Giám đốc Kiểm soát Xuất nhập khẩu thuộc Bộ Thương mại và Công nghiệp cấp giấy phép nhập khẩu bắt buộc cho các danh mục hàng hóa bị hạn chế cụ thể. Các danh mục này đã được giảm bớt, nhưng vẫn phải xin đối với hầu hết các mặt hàng đã qua sử dụng/hàng cũ. Trong năm 2020, hoạt động xuất khẩu thuốc đã bị giám sát chặt chẽ, nhưng những biện pháp kiểm soát này đã được dỡ bỏ một phần để tạo điều kiện thuận lợi cho việc xuất khẩu sang các quốc gia láng giềng.

CHÍNH SÁCH THƯƠNG MẠI

Nam Phi là thành viên của Tổ chức Thương mại Thế giới (WTO). Hàng nhập khẩu từ các thành viên WTO khác, phải chịu mức thuế suất tối huệ quốc của quốc gia này. Theo WTO, mức thuế suất MFN trung bình đơn giản áp dụng của Nam Phi là 7,6% vào năm 2023, trong đó các sản phẩm nông nghiệp là 8,5% và các sản phẩm phi nông nghiệp là 7,4%. Tuy nhiên, từng nhóm sản phẩm riêng lẻ có thể có mức thuế suất cao hơn nhiều.

Ví dụ, mức thuế suất MFN trung bình đơn giản áp dụng cho quần áo là 40,9% và đối với hàng dệt may là 17,1%. Nam Phi là thành viên của Liên minh Hải quan Nam Phi (SACU) và áp dụng mức thuế suất đối ngoại tiêu chuẩn cho bên thứ ba.

Ngoài thuế nhập khẩu, hầu hết hàng hóa đều phải chịu thuế GTGT, với mức thuế suất tiêu chuẩn là 15%. Tuy nhiên, thuế GTGT đối với hàng hóa nhập khẩu để sử dụng trong sản xuất hoặc bán lại bởi các thương nhân đã đăng ký có thể được khấu trừ như một khoản giảm thuế đầu vào. Ngoài VAT, hàng hóa nhập khẩu còn phải chịu hai loại thuế khác:

- Thuế hải quan (bao gồm cả thuế theo giá trị bổ sung đối với một số mặt hàng xa xỉ hoặc không thiết yếu);
- Thuế chống bán phá giá và thuế đối kháng.

Việc nộp thuế nhập khẩu và VAT có thể được hoãn lại nếu hàng hóa được gửi tại kho ngoại quan. Chính phủ Nam Phi cũng đã nới lỏng một số quy định về thuế nhập khẩu, chẳng hạn như bãi bỏ yêu cầu người nộp thuế phải có hóa đơn thuế trước khi được khấu trừ thuế đầu vào.

Vào tháng 6 năm 2024, Cơ quan Thuế vụ Nam Phi (SARS) đã thông báo rằng tất cả hàng may mặc nhập khẩu, bất kể kích thước kiện hàng, sẽ phải chịu mức thuế hải quan 45% và VAT 15%, cùng mức thuế suất mà các nhà bán lẻ địa phương phải trả cho hàng may mặc nhập khẩu. Động thái này là một phần trong loạt biện pháp mới do Bộ Thương mại, Công nghiệp và Cạnh tranh công bố nhằm thúc đẩy cạnh tranh công bằng hơn giữa các doanh nghiệp địa phương và các công ty thương mại điện tử quốc tế.

Một quy định có hiệu lực từ tháng 4 năm 2025, Nam Phi đã bãi bỏ thuế tiêu thụ đặc biệt 9% đối với điện thoại thông minh có giá trị dưới 2.500 ZAR (137 đô la Mỹ). Mức thuế này hiện chỉ áp dụng cho điện thoại thông minh có giá trị trên 2.500 ZAR.

Nam Phi đã cải cách và đơn giản hóa cơ cấu thuế quan vào năm 1994. Thuế suất đã được giảm từ mức trung bình đơn giản hơn 20% xuống mức trung bình 7,1% vào năm 2020. Bất chấp những cải cách này, các nhà nhập khẩu vẫn phàn nàn rằng biểu thuế vẫn còn quá phức tạp, với gần bốn mươi mức thuế suất khác nhau. Thuế suất chủ yếu nằm trong 8 mức, từ 0 đến 30%, nhưng một số mức cao hơn (ví dụ: hầu hết các mặt hàng may mặc). Hầu như tất cả các loại thuế cụ thể và thuế hỗn hợp của Nam Phi đều được chuyển đổi sang thuế suất theo giá trị hàng hóa (một loại thuế, nghĩa vụ hoặc phí thay đổi dựa trên giá trị của sản phẩm, dịch vụ hoặc tài sản bị đánh thuế), ngoại trừ một số ít lĩnh vực, bao gồm các sản phẩm dệt may. Thuế suất cuối cùng đối với hàng may mặc là 40%, sợi 15%; vải 22%; thành phẩm 30%; và sợi 7,5%. Thuế nhập khẩu đối với xe cộ và linh kiện ô tô sẽ vẫn ở mức 25% đối với xe hạng nhẹ và 20% đối với linh kiện thiết bị gốc đến hết năm 2035.

Tính toán giá trị tính thuế của hàng hóa nhập khẩu vào Nam Phi được tính theo giá FOB (giá giao hàng lên tàu) tại quốc gia xuất khẩu, theo Bộ luật Định giá Hải quan của WTO (trước đây là GATT). Giá trị tính thuế hải quan là giá trị giao dịch, hoặc giá đã trả hoặc phải trả.



Thuế giá trị gia tăng (VAT) là 15%. VAT phải nộp cho hầu hết các mặt hàng nhập khẩu. Tuy nhiên, hàng hóa nhập khẩu để sử dụng trong sản xuất hoặc bán lại bởi các doanh nghiệp đã đăng ký có thể được miễn VAT.

Thuế tiêu thụ đặc biệt được đánh vào thuốc lá, các sản phẩm thuốc lá và các sản phẩm dầu mỏ. Thuế đối với đồ uống có cồn được ấn định theo tỷ lệ phần trăm cố định trên giá bán lẻ. Thuế tiêu thụ đặc biệt theo giá trị được đánh vào một loạt các mặt hàng tiêu dùng "cao cấp". Mức thuế suất theo luật định hiện nay là 10% (ngoại trừ hầu hết máy móc văn phòng, cũng như xe máy, chịu mức thuế 5%).

Hoàn thuế có nhiều quy định khác nhau về hoàn thuế đối với các vật liệu cụ thể được sử dụng trong sản xuất trong nước. Nhà nhập khẩu phải tham khảo các biểu thuế liên quan của Luật Hải quan và Thuế tiêu thụ đặc biệt để xác định xem hàng nhập khẩu tiềm năng có đủ điều kiện được hoàn thuế hay không.

CÁC QUY ĐỊNH VỀ NHÂN MẮC VÀ ĐÁNH DẤU

Nam Phi có một hệ thống tiêu chuẩn quy định được phát triển tốt, giám sát các yêu cầu về nhân và ghi nhãn.

Cơ quan chứng nhận: Cục Tiêu chuẩn Nam Phi (SABS, một cơ quan thuộc Bộ Thương mại, Công nghiệp và Cạnh tranh, hay DTIC) cùng các bộ phận và đại lý được công nhận là cơ quan tiêu chuẩn, phê duyệt và công nhận quốc gia. SABS giám sát việc ghi nhãn và ghi nhãn trong các danh mục sau:

- Hóa chất
- Điện kỹ thuật
- Thực phẩm và Sức khỏe
- Cơ khí và Vật liệu
- Khai khoáng và Khoáng sản
- Dịch vụ
- Vận tải



Sự kiện Ẩm thực Việt Nam nhà hàng Obento tại thành phố Johannesburg Nam Phi.

Trách nhiệm nếu sản phẩm nhập khẩu không có nhãn mác chất lượng hoặc tiêu chuẩn, nhà nhập khẩu cuối cùng sẽ phải chịu trách nhiệm về chất lượng của sản phẩm. Do đó, các nhà nhập khẩu uy tín sẽ muốn loại bỏ trách nhiệm này bằng cách đảm bảo

sản phẩm đang được thảo luận tuân thủ các thông số kỹ thuật liên quan và mang nhãn mác tiêu chuẩn tương ứng.

Nhãn bảo vệ việc đánh dấu và dán nhãn thường xoay quanh các danh mục được liệt kê ở trên để đảm bảo bảo vệ người tiêu dùng và môi trường. Thông thường, nhà nhập khẩu sẽ yêu cầu nhà sản xuất nước ngoài dán nhãn tại thời điểm sản xuất hoặc vận chuyển từ nhà máy. Chỉ trong những trường hợp ngoại lệ, nhà nhập khẩu, nhà bán buôn hoặc nhà bán lẻ ở giai đoạn tách hàng rời mới sẵn sàng dán nhãn và dán nhãn này.

Các yêu cầu về nhãn mác và đánh dấu cũng áp dụng cho hàng dệt may, giày dép và túi xách, trong đó phải dán nhãn cố định để xác định nhà sản xuất và quốc gia xuất xứ. Quy trình này do ITAC quản lý. Các mặt hàng nhập khẩu được kiểm soát khác phải được phê duyệt trước khi nhập khẩu (hóa chất độc hại, dược phẩm, vi khuẩn học, hạt nhân/phóng xạ và nguy hiểm/dễ bay hơi) được nhập khẩu bởi các nhà nhập khẩu đã đăng ký, những người có yêu cầu về nhãn mác và đánh dấu được xác định riêng trong quá trình phê duyệt sản phẩm.

Hướng dẫn An toàn: Các nhà bán lẻ thường yêu cầu hàng hóa hóa kỹ thuật nhập khẩu phải có hướng dẫn an toàn hoặc hướng dẫn sử dụng khác bằng tiếng Anh. Hình ảnh hoặc sơ đồ thường bổ sung cho hướng dẫn sử dụng bằng tiếng Anh. Thực tiễn pháp lý của Nam Phi tuân theo các nguyên tắc của Luật Thương mại Anh, cũng như luật dân sự La Mã - Hà Lan.

Tuyên bố của SA Người dùng thường chỉ ra thông tin chi tiết về đại lý dịch vụ chính thức tại Nam Phi cho sản phẩm và ít phổ biến hơn là nhà nhập khẩu sản phẩm. Hướng dẫn sử dụng này cũng sẽ chỉ ra thông tin về chế độ bảo hành tại Nam Phi.

Đạo luật Bảo vệ Người tiêu dùng Nam Phi (CPA) năm 2011 mang lại cho người tiêu dùng quyền hạn pháp lý lớn hơn khi nộp đơn yêu cầu bồi thường thiệt hại do trách nhiệm sản phẩm. Đạo luật này đặt ra trách nhiệm lớn hơn cho các nhà sản xuất nước ngoài ngoài các nhà phân phối của họ và chuyển gánh nặng chứng minh lớn hơn sang nhà sản xuất, chứ không phải người tiêu dùng, trong trường hợp có người kiện đòi bồi thường thiệt hại. Quy định nghiêm ngặt hơn cho phép tịch thu tài sản của công ty nước ngoài tại Nam Phi để bồi thường bất kỳ thiệt hại nào do sản phẩm gây ra. Các điều khoản của CPA đặc biệt quan trọng khi nói đến việc dán nhãn.

QUY ĐỊNH VỀ AN TOÀN THỰC PHẨM, KIỂM DỊCH

Cục tiêu chuẩn Nam Phi (SABS) là cơ quan chuyên môn theo luật định của Nam Phi chịu trách nhiệm thúc đẩy, duy trì tiêu chuẩn hóa, chất lượng liên quan đến hàng hóa và

cung cấp dịch vụ. SABS là cơ quan chuyên môn của Bộ công Thương. Nhiệm vụ của nó bao gồm:

- Công bố tiêu chuẩn quốc gia.
- Thử nghiệm và chứng nhận sản phẩm, dịch vụ đạt tiêu chuẩn.
- Xây dựng quy chuẩn kỹ thuật (quy chuẩn bắt buộc).
- Giám sát và thực thi pháp luật về đo lường.
- Thúc đẩy sự xuất sắc trong thiết kế.
- Cung cấp đào tạo về các khía cạnh của tiêu chuẩn hóa.
- Giấy phép.

Hàng năm, Bộ thương mại, công nghiệp và cạnh tranh (DTIC) công bố danh sách hàng hóa cần có giấy phép nhập khẩu trong chương trình kiểm soát nhập khẩu hàng năm, bao gồm hàng nhập khẩu từ bất kỳ quốc gia nào.

HÀNG HÓA NHẬP KHẨU TẠM THỜI

Nam Phi có nhiều cơ chế tạo điều kiện thuận lợi cho việc nhập khẩu tạm thời các mặt hàng và dịch vụ chủ yếu là phục vụ cho thương mại.

Nhập cảnh bằng Sổ ATA (còn gọi là Sổ ATA), Nam Phi là thành viên của Công ước ATA. Thông thường, các mặt hàng sau đây đủ điều kiện để nhập cảnh bằng Sổ:

- Hàng mẫu thương mại.
- Hàng hóa cho hội chợ và triển lãm quốc tế.
- Thiết bị chuyên dụng (bao gồm dụng cụ và thiết bị, nhưng không bao gồm hàng hóa để gia công hoặc sửa chữa).

Ủy quyền Nhà xuất khẩu phải cung cấp thư xác nhận rằng nhà xuất khẩu hay chủ sở hữu quyền cho đại lý thông quan làm thủ tục hải quan thay mặt mình và có thể giao hàng cho người nhận hàng được ghi địa chỉ trong đó. Thư này của chủ sổ phải được gửi kèm theo chứng từ sổ. SARS sẽ không xử lý thủ tục thông quan bằng Sổ nếu không có thư này. Không phải trả thuế hoặc VAT cho các lô hàng bằng Sổ. Sổ này được sử dụng để xuất khẩu.

➤ Quy trình nhập cảnh Tạm thời

Thông báo: Tại Nam Phi, đại lý thông quan đại diện cho nhà nhập khẩu hoặc xuất khẩu và được cấp phép thanh toán và thu phí từ các cơ quan chức năng Nam Phi thay mặt cho bên ủy thác. Đại lý thông quan cũng là một đơn vị giao nhận vận tải.

Thanh toán Tạm thời: Quy trình thông quan theo quy định của SARS yêu cầu phải thanh toán "Thanh toán Tạm thời" (PP) có hiệu lực trong thời hạn 06 tháng, lô hàng này phải được xuất khẩu trong thời gian này. Nếu việc xuất khẩu mất nhiều thời gian hơn, đại lý thông quan phải gửi yêu cầu gia hạn chính thức đến Cơ quan Thuế vụ Nam Phi (SARS, Hải quan và Thuế tiêu thụ đặc biệt) trước khi thời hạn 06 tháng kết thúc. Khi nhập khẩu, đại lý thông quan cần đảm bảo số sê-ri của tất cả hàng hóa được phản ánh trên chứng từ (tức là hóa đơn từ người gửi hàng). Hải quan sẽ kiểm tra lô hàng, xác minh số sê-ri và xác nhận chứng từ. Khi xuất khẩu, quy trình tương tự được áp dụng để SARS có thể xác minh hàng hóa đó đang rời khỏi quốc gia. PP sẽ chi trả mọi khoản thuế hải quan và VAT áp dụng cho lô hàng. Sau khi xuất khẩu, đại lý thông quan nộp chứng từ xuất nhập khẩu cho SARS và yêu cầu hoàn tiền. Do đó, PP được thanh lý.



➤ Hàng tạm nhập để sửa chữa và trả lại

Chủ sở hữu hoặc đại lý của hàng hóa phải thông báo cho đại lý vận chuyển và đại lý thông quan tương ứng tại Nam Phi rằng lô hàng đang được đề cập là để sửa chữa, hoặc là lô hàng trả lại để sửa chữa được thực hiện. Đại lý thông quan tại Nam Phi phải đảm bảo số sê-ri được thể hiện trên hóa đơn, khi đó SARS sẽ tiến hành kiểm tra.

Khi nhập khẩu, số sê-ri được ghi trên hóa đơn và việc kiểm tra sẽ do SARS thực hiện. Không phải trả thuế vì thuế đã được nộp cho lần nhập khẩu đầu tiên vào quốc gia này. Tuy nhiên, VAT chỉ phải trả cho chi phí sửa chữa, mặc dù giá trị hàng hóa cũng được khai báo với SARS.

Hoàn thuế Điều khoản trên tuân theo mục hoàn thuế SARS 409.04. Để được hưởng mục hoàn thuế này, nhà nhập khẩu phải tuân thủ các quy định sau:

- Hàng hóa phải được trả lại cho nhà xuất khẩu ban đầu và không có sự thay đổi quyền sở hữu, các đặc tính cơ bản của sản phẩm vẫn giữ nguyên.
- Không có bất kỳ thay đổi nào được thực hiện đối với hàng hóa (tức là chỉ sửa chữa).
- Hàng hóa xuất khẩu dưới sự giám sát của hải quan với chứng từ xuất khẩu SAD 500 và DA65 phải được xuất trình tại thời điểm thông quan nhập khẩu.
- Hàng hóa phải được nhận dạng bằng số sê-ri trên hàng hóa. Nếu không đáp ứng được các quy định này, nhà nhập khẩu sẽ phải nhập hàng hóa dưới dạng thông quan Đã nộp Thuế (DP) (tức là nhập khẩu mới chưa từng được xuất khẩu trước đó).
- Toàn bộ giá trị, bao gồm giá trị xuất khẩu cộng với bất kỳ chi phí sửa chữa nào, phải được khai báo.



Bảo hành: Nếu hàng hóa được sửa chữa theo chế độ bảo hành, chi phí sửa chữa sẽ không phải chịu thuế, với điều kiện nhà nhập khẩu có thể chứng minh được các điều kiện sau:

- Thuế đã được nộp khi nhập khẩu lần đầu hàng hóa liên quan (một lần nữa bằng cách sử dụng số sê-ri);
- Bảo hành có hiệu lực tại thời điểm tái nhập;
- Tất cả các tiêu chí về hoàn thuế mục 409.04 đều được tuân thủ;
- Hải quan có thể yêu cầu thỏa thuận bảo hành đó.

HÀNG HÓA CẤM VÀ HẠN CHẾ NHẬP KHẨU

Nghiêm cấm nhập khẩu các mặt hàng sau vào Nam Phi:

- Thuốc gây nghiện và gây nghiện dưới mọi hình thức;
- Vũ khí, chất nổ và pháo hoa tự động, quân sự và không có số hiệu;
- Chất độc và các chất độc hại khác;
- Thuốc lá có khối lượng trên 2 kg trên 1.000;
- Hàng hóa có mô tả thương mại hoặc nhãn hiệu được áp dụng trái với bất kỳ Đạo luật nào (ví dụ: hàng giả);
- Sao chép bất hợp pháp bất kỳ tác phẩm nào có bản quyền;
- Hàng hóa do nhà tù và trại giam sản xuất.

Các loại hàng nhập khẩu bị kiểm soát chính như sau:

Hàng đã qua sử dụng: ITAC có thể cấp giấy phép nhập khẩu đối với hàng đã qua sử dụng hoặc hàng thay thế nếu không được sản xuất trong nước, do đó tạo ra lệnh cấm thực tế đối với hầu hết hàng đã qua sử dụng. Mặc dù được thiết kế để bảo vệ ngành sản xuất quần áo, xe cơ giới, máy móc và nhựa trong nước, những hạn chế này hạn chế nhập khẩu nhiều loại hàng đã qua sử dụng giá rẻ từ Hoa Kỳ và Châu Âu. Chất thải, phế liệu, tro và cặn bã: mục tiêu của việc kiểm soát nhập khẩu đối với những mặt hàng này là bảo vệ sức khỏe con người và môi trường theo Công ước Basel.

Các chất độc hại khác: Chính phủ Nam Phi kiểm soát việc nhập khẩu các chất như hóa chất làm suy giảm tầng ôzôn, theo Công ước Montreal và các hóa chất được sử dụng trong sản xuất ma túy bất hợp pháp, theo Công ước Liên hợp quốc năm 1988. Hàng hóa phải tuân thủ các thông số kỹ thuật về chất lượng: hạn chế này cho phép giám sát các thông số kỹ thuật sản xuất nhằm tăng cường an toàn cho phương tiện (chẳng hạn như trong trường hợp lớp xe) hoặc bảo vệ tính mạng con người.

Bộ Nông nghiệp, Lâm nghiệp và Thủy sản (DAFF) yêu cầu và cấp giấy chứng nhận vệ sinh - kiểm dịch thực vật cho việc nhập khẩu gia cầm, thịt bò, thịt lợn (bao gồm cả mỡ lợn), da sống, lông và lông động vật và các sản phẩm mật ong. Các sản phẩm khác yêu cầu giấy phép nhập khẩu bao gồm cá và các sản phẩm từ cá, phế phẩm, sản phẩm dầu mỏ, súng và đạn dược, thiết bị đánh bạc và các nguyên tố hóa học phóng xạ.

XU HƯỚNG TIÊU DÙNG CỦA KHÁCH HÀNG NAM PHI

Trước thời điểm đại dịch Covid-19, hành vi tiêu dùng tại Nam Phi phản ánh rõ nét đặc điểm của một nền kinh tế mới nổi với dân số trẻ, tốc độ đô thị hóa nhanh nhưng đồng thời chịu ảnh hưởng sâu sắc từ sự bất bình đẳng xã hội. Thị trường tiêu dùng Nam Phi vì vậy mang tính phân hóa mạnh, song cũng cho thấy những xu hướng hiện đại đang hình thành, đặc biệt ở nhóm dân cư thành thị và tầng lớp trung lưu đang gia tăng:

➤ **Tiêu dùng tại Nam Phi chịu ảnh hưởng mạnh bởi sự phân hóa trong thu nhập**

Một trong những yếu tố nổi bật là sự phân tầng tiêu dùng theo thu nhập. Ở nhóm có thu nhập cao và trung lưu, nhu cầu tiêu dùng vượt xa mức thiết yếu, hướng đến các sản phẩm cao cấp, hàng nhập khẩu, dịch vụ giáo dục, giải trí và công nghệ. Ngược lại, phần lớn người dân thu nhập thấp vẫn tập trung chi tiêu vào nhu yếu phẩm cơ bản như lương thực, điện, nước và vận tải công cộng. Sự chênh lệch này tạo ra một thị trường vừa có nhu cầu cho hàng xa xỉ, vừa duy trì mức chi tiêu tiết kiệm, gắn liền với sinh tồn.

➤ **Sự trỗi dậy của tầng lớp trung lưu và tiêu dùng đô thị**

Quá trình đô thị hóa nhanh chóng cũng là động lực thúc đẩy tiêu dùng. Trước năm 2020, đa số người dân ở Nam Phi sống tại khu vực đô thị, tạo điều kiện cho sự phát triển của hệ thống bán lẻ hiện đại. Các chuỗi siêu thị lớn như Shoprite, Pick n Pay, Woolworths và Massmart ngày càng mở rộng, đáp ứng nhu cầu ngày càng cao về chất lượng, sự tiện lợi và an toàn thực phẩm. Bên cạnh đó, người tiêu dùng đô thị sẵn sàng chi trả cho các sản phẩm công nghệ, điện thoại thông minh và dịch vụ trực tuyến.

➤ **Tiêu dùng thực phẩm và văn hóa ẩm thực đặc trưng**

Trong lĩnh vực thực phẩm và đồ uống, chi tiêu của hộ gia đình Nam Phi vẫn dành tỷ trọng lớn cho nhu yếu phẩm, đặc biệt là ngô, bánh mì, thịt đỏ, thịt gà, bia và rượu. Thói quen tiêu dùng này vừa mang tính truyền thống, vừa phản ánh thu nhập hạn chế của một bộ phận lớn dân cư. Tuy nhiên, ở đô thị, xu hướng tiêu dùng hiện đại hơn đã xuất hiện, với sự phát triển của thực phẩm chế biến sẵn, đồ ăn nhanh và các chuỗi quốc tế như KFC, McDonald's hay Nando's. Đặc biệt, thị trường bia và rượu vẫn giữ vai trò trọng yếu, gắn liền với văn hóa xã hội của người Nam Phi.

➤ Ảnh hưởng của công nghệ và sự phát triển thương mại điện tử

Trước đại dịch, thương mại điện tử tại Nam Phi được đánh giá là phát triển nhanh nhất trong khu vực châu Phi, dù tỷ trọng vẫn còn nhỏ trong tổng doanh thu bán lẻ. Các nền tảng như Takealot, Superbalist hay Zando đã mở rộng đáng kể, tập trung vào các nhóm sản phẩm thời trang, điện tử, sách và mỹ phẩm. Người trẻ, đặc biệt là thế hệ Millennials và Gen Z, là động lực chính của xu hướng này, nhờ sự phổ biến của điện thoại thông minh và mạng xã hội.

➤ Ảnh hưởng văn hóa và cộng đồng



Ngoài yếu tố công nghệ, văn hóa cộng đồng cũng định hình hành vi tiêu dùng. Người dân có xu hướng ủng hộ các thương hiệu nội địa và tin tưởng những sản phẩm mang tính “locally made”. Âm nhạc, thể thao và văn hóa đường phố ảnh hưởng mạnh đến lựa chọn của giới trẻ, trong khi các sự kiện thể thao như bóng đá, rugby hay cricket lại thúc đẩy tiêu thụ thực phẩm và đồ uống. Đây là minh chứng cho sự gắn kết giữa tiêu dùng và bản sắc văn hóa xã hội tại Nam Phi.

➤ Xu hướng tiêu dùng xa xỉ và thể hiện đẳng cấp

Một xu hướng khác đáng chú ý là sự nổi lên của tiêu dùng xa xỉ ở nhóm thu nhập cao. Người giàu tại Nam Phi thể hiện xu hướng mua sắm phô trương với xe sang, thời

trang quốc tế hay bất động sản cao cấp. Đây là dạng tiêu dùng mang tính biểu tượng, thể hiện địa vị xã hội trong bối cảnh phân hóa giàu nghèo rõ nét.

➤ **Quan tâm ngày càng nhiều đến sức khỏe & môi trường**

Bên cạnh đó, tầng lớp trung lưu mới nổi cũng ngày càng quan tâm đến sức khỏe và môi trường. Trước Covid-19, nhu cầu về thực phẩm hữu cơ, ăn uống lành mạnh, mỹ



phẩm thiên nhiên và bao bì thân thiện môi trường bắt đầu tăng trưởng, dù còn ở giai đoạn sơ khai. Một số nhà bán lẻ như Woolworths đã sớm khai thác xu hướng này bằng việc phát triển dòng sản phẩm organic và eco-friendly, tạo bước đi tiên phong trong lĩnh vực tiêu dùng bền vững.

➤ **Sau đại dịch Covid-19, hành vi tiêu dùng tại Nam Phi đã thay đổi sâu sắc**

Người tiêu dùng Nam Phi đã chi tiêu tiết kiệm và ưu tiên nhu cầu thiết yếu

Sau đại dịch, người tiêu dùng Nam Phi trở nên thận trọng hơn trong chi tiêu do ảnh hưởng của suy thoái kinh tế, thất nghiệp và thu nhập giảm sút. Hộ gia đình ưu tiên dành phần lớn ngân sách cho nhu yếu phẩm như thực phẩm, điện, nước và y tế, trong khi hạn

ché mua sắm các mặt hàng không thiết yếu. Xu hướng “value for money” (chú trọng giá trị so với giá cả) ngày càng chiếm ưu thế, tạo lợi thế cho các nhà bán lẻ giá rẻ như Shoprite và Checkers.

Theo Alisdair Sinclair, Giám đốc Điều hành Mondelez International tại Nam Phi, tình hình kinh tế tại Nam Phi sẽ ngày càng khó khăn hơn đối với người tiêu dùng khi giá điện và nhiên liệu liên tục tăng cao khiến chi phí thực phẩm tăng cao.

Vì vậy, mặc dù theo báo cáo Tình hình bán lẻ Quốc gia của NielsenIQ, giá trị trên mỗi người mua đã tăng trong thời kỳ đại dịch, nhưng doanh số bán hàng theo đơn vị (khối lượng) lại không theo kịp, đây là một cảnh báo rõ ràng về áp lực lạm phát đối với người tiêu dùng.

Những mặt hàng thiết yếu trước đây như sữa tươi, bánh Vienna, ngũ cốc ăn sáng, bơ thực vật, phô mai và xà phòng đã chứng kiến sự sụt giảm về số lượng bán ra. Chi tiêu cho việc làm đẹp, giải trí và quần áo cũng giảm.

Theo TradeIntelligence, 98% người mua sắm ở Nam Phi mua hàng hiệu nội địa và 64% người mua sắm mua hàng hiệu nội địa mỗi khi họ mua sắm thực phẩm, đồ gia dụng và các sản phẩm chăm sóc cá nhân.

Thương mại điện tử bùng nổ mạnh mẽ tại Nam Phi

Đại dịch đã trở thành cú hích thúc đẩy thương mại điện tử tại Nam Phi. Người tiêu dùng quen dần với mua sắm trực tuyến, từ thực phẩm, thời trang đến thiết bị điện tử. Các nền tảng như Takealot, Checkers Sixty60, Woolies Dash ghi nhận mức tăng trưởng mạnh. Đồng thời, phương thức thanh toán kỹ thuật số (SnapScan, Zapper, ngân hàng trực tuyến) cũng được sử dụng phổ biến hơn, dù việc tiếp cận vẫn hạn chế ở khu vực nông thôn.

Người tiêu dùng Nam Phi ngày càng lựa chọn mua sắm trực tuyến vì sự tiện lợi, đặc biệt là sau đại dịch. Với danh mục sản phẩm trực tuyến đa dạng hơn, người mua sắm có thể kiểm tra giá cả, đọc đánh giá và đưa ra quyết định mua hàng ngay tại nhà. Lối sống thay đổi cũng tạo điều kiện cho sự thay đổi này trong hành vi mua sắm, ví dụ, ngày càng nhiều người tiêu dùng thích sự tiện lợi khi nhận hàng tại nhà và các lợi ích tiết kiệm thời gian khác.

Phân tích hành vi người tiêu dùng trong bốn năm qua (2021–2024) bằng dữ liệu từ khảo sát người tiêu dùng mới nhất của Guzzle, năm 2024, 55,9% số người được hỏi xác định Guzzle là nền tảng chính của họ để tìm kiếm các giao dịch trực tuyến, tăng từ 51% vào năm 2023, 49% vào năm 2022 và 45% vào năm 2021. Từng chiếm ưu thế, các catalogue in truyền thống và chương trình khuyến mãi tại cửa hàng đã giảm xuống còn 15,8% vào năm 2024, giảm từ 18% vào năm 2023. Tìm kiếm trên Google và mạng xã hội vẫn ổn định ở mức 11,8% vào năm 2024. Sự thay đổi này nhấn mạnh tầm quan trọng ngày càng tăng của các kênh kỹ thuật số trong việc khám phá giao dịch của người tiêu dùng.

Sức khỏe và an toàn trở thành ưu tiên hàng đầu của người tiêu dùng Nam Phi

Đại dịch khiến người dân quan tâm hơn đến sức khỏe và hệ miễn dịch. Nhu cầu tiêu thụ thực phẩm bổ sung, vitamin, khoáng chất, probiotic tăng cao. Bên cạnh đó, xu hướng tiêu dùng thực phẩm hữu cơ, ít chế biến, sản phẩm “clean label”, những sản phẩm có thông tin minh bạch, được làm từ thành phần tự nhiên, dễ nhận diện, nguồn gốc bền vững, không chứa các phụ gia tổng hợp hay các chất không tốt cho sức khỏe,... ngày càng rõ nét ở tầng lớp trung lưu. Ngoài thực phẩm, các sản phẩm chăm sóc cá nhân, khử trùng và vệ sinh gia đình cũng trở thành những mặt hàng thường xuyên trong giỏ mua sắm.

Xu hướng phân cực trong xu hướng tiêu dùng tại Nam Phi

Đại dịch làm trầm trọng thêm sự phân hóa giàu nghèo vốn đã tồn tại tại Nam Phi. Trong khi phần lớn người dân giảm chi tiêu, một bộ phận lại gia tăng mua sắm xa xỉ như xe sang, đồng hồ, thời trang cao cấp và bất động sản. Xu hướng tiêu dùng phô trương (conspicuous consumption) tiếp tục duy trì ở nhóm này, trái ngược hoàn toàn với đa số dân số phải cắt giảm ngân sách.

Xu hướng phân cực tiêu dùng tại Nam Phi

Đại đa số dân số

Cắt giảm chi tiêu nghiêm túc

Ưu tiên nhu yếu phẩm

Nhạy cảm với giá cả

Nhóm người thu nhập cao

Tăng mua sắm xa xỉ

Xe sang, đồng hồ cao cấp

Tiêu dùng phô trương

"Người tiêu dùng Nam Phi nằm trong số những người nhạy cảm với giá nhất thế giới" - Ged Nooy, NielsenIQ

Theo Giám đốc Điều hành NielsenIQ Ged Nooy, người tiêu dùng Nam Phi nằm trong số những người nhạy cảm với giá nhất thế giới. Áp lực lạm phát càng làm tăng thêm khó khăn cho người tiêu dùng do đại dịch gây ra. Người tiêu dùng phải đối mặt với việc cắt giảm nhân sự, thanh lý, giảm lương và mất đi các khoản thưởng. Mặc dù tình hình đã trở lại bình thường, nhưng tình trạng thất nghiệp vẫn còn tràn lan và áp lực lạm phát gia tăng đã dẫn đến sự nhạy cảm về giá cả và sự mất lòng trung thành ngày càng tăng về mặt sở thích thương hiệu trên nhiều ngành hàng.

Người tiêu dùng Nam Phi thích việc “Tiêu dùng tại nhà” và dịch vụ giao hàng phát triển

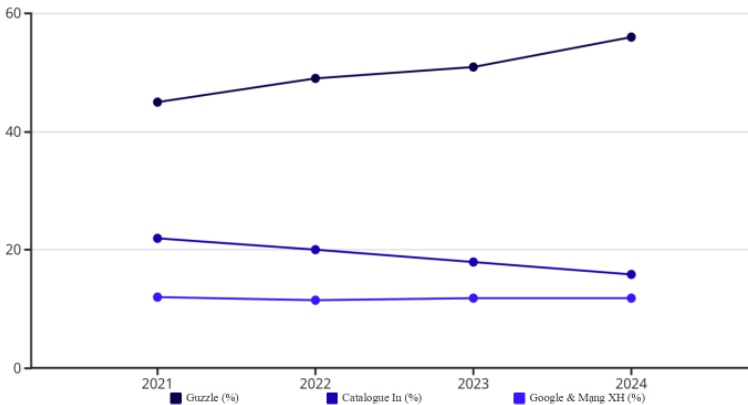
Hạn chế đi lại và giãn cách xã hội làm thay đổi thói quen ăn uống và mua sắm. Người dân Nam Phi ngày càng quen thuộc với những thức ăn chế biến sẵn và dịch vụ giao đồ ăn qua ứng dụng như Uber Eats, Mr D Food, Bolt Food đã phát triển một cách nhanh chóng trong giai đoạn hậu Covid-19. Bên cạnh đó, người dân cũng chi tiêu nhiều hơn cho thiết bị bếp, nội thất và giải trí tại nhà.

Khách hàng Nam Phi thích du lịch nội địa và nhu cầu trải nghiệm bền vững

Ngành du lịch quốc tế bị gián đoạn, khiến du lịch nội địa và staycation (du lịch tại chỗ) trở thành lựa chọn phổ biến. Người tiêu dùng cũng quan tâm nhiều hơn đến trải nghiệm xanh, du lịch gắn với cộng đồng, dịch vụ thân thiện môi trường, phản ánh xu hướng dịch chuyển sang tiêu dùng bền vững sau đại dịch.

Xu hướng tiêu dùng số và ảnh hưởng của mạng xã hội đối với người tiêu dùng Nam Phi

Xu hướng tìm kiếm giao dịch trực tuyến



Dữ liệu khảo sát Guzzle (2021-2024) cho thấy sự chuyển dịch rõ rệt từ catalogue in truyền thống sang nền tảng kỹ thuật số trong việc tìm kiếm giao dịch.

Đại dịch thúc đẩy mạnh mẽ quá trình số hóa hành vi tiêu dùng. Người dân Nam Phi dành nhiều thời gian hơn trên mạng xã hội như Facebook, Instagram, TikTok, và xu hướng social commerce (mua sắm qua mạng xã hội) bắt đầu hình thành. Giới trẻ đặc biệt bị ảnh hưởng bởi KOLs và influencers, từ thời trang, mỹ phẩm đến thực phẩm.



➤ Văn hóa kinh doanh

Mặc dù xã hội Nam Phi là một xã hội đa sắc tộc, nhưng tính kiên nhẫn, khoan dung và sáng tạo là những giá trị chủ đạo trong văn hóa kinh doanh tại đây. Văn hóa kinh doanh của người dân tương tự như văn hóa phương Tây là hướng đến hiệu quả và sự cạnh tranh. Tuy nhiên, những yếu tố chính định hình văn hóa kinh doanh của Nam Phi vẫn là tinh thần kinh doanh, thành tích cá nhân và sự nhạy cảm văn hóa.

➤ Cử chỉ giao tiếp, chào hỏi trong kinh doanh

Một cái bắt tay chặt là chuẩn mực trong văn hóa kinh doanh Nam Phi, với giao tiếp bằng mắt trực tiếp với đối tác. Một số phụ nữ tại Nam Phi không bắt tay, chỉ gật đầu, do đó hãy đợi người phụ nữ đưa tay ra trước. Khi chào hỏi phụ nữ, nên tránh dùng từ “Cô”.

Khi làm việc với đối tác tại Nam Phi bạn luôn lịch sự khi chào hỏi người lớn tuổi trước. Hãy sử dụng chức danh và họ khi xưng hô với những người bạn chưa từng gặp trước đây, nhưng thường thì các đối tác kinh doanh đã xưng hô bằng tên riêng ngay sau lần gặp mặt hoặc giới thiệu đầu tiên.

➤ **Gặp gỡ, đàm phán**

Hầu hết người Nam Phi thích gặp mặt trực tiếp hơn là gọi điện thoại hoặc email. Việc đặt lịch hẹn là cần thiết trong đời sống kinh doanh ở Nam Phi và cần được đặt trước, bao gồm cả việc xác nhận sắp xếp chỗ đậu xe và lối vào văn phòng hoặc địa điểm họp.

Nhìn chung, đúng giờ rất được coi trọng trong văn hóa kinh doanh Nam Phi. Tại Nam Phi các cuộc họp chính thức thường diễn ra đúng như dự kiến.

Người Nam Phi có xu hướng nói chuyện rất thẳng thắn trong các cuộc đàm phán kinh doanh và thích cách giao tiếp trực tiếp tương tự từ các đối tác kinh doanh tiềm năng. Việc bạn thiếu quyết đoán hoặc rõ ràng có thể bị hiểu là thiếu cam kết hoặc là dấu hiệu của sự thiếu trung thực.

Hầu hết người Nam Phi đều mong muốn duy trì mối quan hệ kinh doanh hài hòa, khéo léo và trình bày quan điểm của mình một cách gián tiếp. Tuy nhiên, người Nam Phi lại là những người giao tiếp trực tiếp hơn. Sự im lặng thường là dấu hiệu cho thấy tình hình đã trở nên khó chịu. Sự hài hước thường được sử dụng để giảm bớt căng thẳng trong quá trình đàm phán. Trong các cuộc thảo luận, việc ngắt lời người khác đang nói, cũng như thể hiện sự thiếu kiên nhẫn đối với quá trình ra quyết định, được coi là bất lịch sự. Sau một cuộc họp, bạn nên gửi một lá thư tóm tắt những gì đã được quyết định và các bước tiếp theo sẽ là gì.

Người Nam Phi muốn chốt giao dịch ngay lập tức nhưng nhìn chung họ cởi mở trong các cuộc đàm phán. Bạn nên luôn đưa ra số tiền thực tế trong báo giá, nhưng nên chừa một chút khoảng trống cho việc giảm giá và bạn nên chuẩn bị tinh thần điều chỉnh lại đề nghị một chút. Đừng vội vàng trong giao dịch. Trong hợp đồng, hãy đặt ngày giao hàng và giá cố định kèm theo các quy định thanh toán. Thường sẽ có các khoản khấu trừ giá cho việc thanh toán đúng hạn được ghi rõ trên hóa đơn. Mặc cả không phải là thói quen trong đàm phán tại Nam Phi.

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

Tiếng Anh và tiếng Afrikaans là ngôn ngữ chính trong kinh doanh tại Nam Phi. Khi tiến hành họp hay đàm phán bạn hãy đề cập với bên kia nếu bạn không hiểu tiếng Afrikaans và yêu cầu cuộc trò chuyện được tổ chức bằng tiếng Anh. Tại Nam Phi, đối tác sẽ luôn luôn đánh giá cao nếu bạn biết một số lời chào hoặc cụm từ của ngôn ngữ địa phương.

➤ **Cách trao danh thiếp**

Ở Nam Phi, việc trao đổi danh thiếp là một thông lệ thường thấy trong giao tiếp kinh doanh, việc này diễn ra trong quá trình giới thiệu và bạn phải tôn trọng danh

thiếp của đối tác trao. Việc khen ngợi danh thiếp của đối tác Nam Phi là một hành động lịch sự.

➤ **Trang phục trong kinh doanh**

Trang phục công sở phổ biến tại Nam phi là vest công sở tối màu cho nam và vest hoặc váy công sở tối màu cho nữ. Khi các cuộc họp kinh doanh được tổ chức trên cơ sở xã hội, bạn có thể ăn mặc thoải mái hơn, nhưng vẫn giữ được sự trang trọng.

Trong các văn phòng công ty hoặc lĩnh vực dịch vụ tài chính, quy định về trang phục khá nghiêm ngặt, việc chọn một bộ vest hoặc váy luôn là một lựa chọn tốt khi gặp gỡ khách hàng và đối tác kinh doanh. Ăn mặc chỉnh tề ở nơi công cộng và giữ gìn giày dép cẩn thận. Hầu hết người Nam Phi đều tự hào về đôi giày dép tốt, sạch sẽ và ngay cả những người xuất thân từ hoàn cảnh nghèo khó nhất cũng rất nỗ lực ăn mặc đẹp khi đi họp, dù là đến ngân hàng, bác sĩ hay gặp giáo viên của con mình. Mặc dù người Nam Phi ăn mặc rất thoải mái trong thời gian rảnh rỗi, nhưng họ vẫn bắt buộc phải mặc trang phục công sở phù hợp khi tham dự các sự kiện chính thức hoặc họp kinh doanh. Ở các công ty nhỏ hơn, quy định về trang phục thường nới lỏng hơn, nhưng quần short và dép xỏ ngón vẫn không được chấp nhận làm trang phục công sở. Do thời tiết mùa hè ở Nam Phi thường rất ẩm áp, nam giới thường mặc áo sơ mi ngắn tay hoặc dài tay, đôi khi không mặc áo khoác vest. Cà vạt thường được tháo ra nếu không phải trong các cuộc họp kinh doanh chính thức.

➤ **Cách tặng quà cho đối tác**

Việc trao đổi quà tặng không phải là một thói quen kinh doanh tại Nam Phi. Hành động tặng quà cho đối tác tại Nam Phi không được coi là hối lộ, do đó bạn nên luôn nhận quà để thể hiện phép lịch sự với đối tác.

HOẠT ĐỘNG GIAO THƯƠNG GIỮA VIỆT NAM VÀ NAM PHI



Công ty Cổ phần Gsp pharm, Việt Nam và Công ty TNHH Hóa dược Mothopo, Nam Phi đã ký kết Thỏa thuận hợp tác.

Trung tâm Thương mại Quốc tế (International Trade Centre) ghi nhận về thứ hạng thương mại toàn cầu trong năm 2024 thì Nam Phi đứng thứ 38 thế giới về xuất khẩu và thứ 40 về nhập khẩu. Chỉ số tự do kinh tế của Nam Phi là 57,3 là nền kinh tế đứng thứ 103 trong năm 2025. Nam Phi được xếp hạng thứ 10 trong số 47 quốc gia ở khu vực Châu Phi cận Sahara và có chỉ số tự do kinh tế thấp hơn mức trung bình của thế giới nhưng lại cao hơn mức trung bình cả khu vực. (Nguồn: Heritage)

Mức tăng trưởng GDP của thị trường này trong giai đoạn hậu COVID tương đối thấp, một phần do lạm phát dai dẳng, thắt chặt tiền tệ và thiếu điện, với mức tăng trưởng chỉ đạt 0,6% vào năm 2024. Tuy nhiên, là một trong những nền kinh tế phát triển và công nghiệp hóa nhất lục địa châu Phi, Nam Phi vẫn là điểm đến đầu tư được ưa chuộng của các doanh nghiệp. Các ngành sản xuất, khai khoáng và dịch vụ tài chính đều thu hút đáng kể đầu tư trực tiếp nước ngoài.

Nam Phi là thành viên của Tổ chức Thương mại Thế giới (WTO). Ngoài ra, Nam Phi là thành viên của Liên minh Hải quan Nam Phi (SACU) và áp dụng mức thuế quan tiêu chuẩn đối với bên thứ ba. (Nguồn: HKDT Research)

Năm 2024, tổng giá trị xuất khẩu hàng hóa của Nam Phi đạt 110,08 tỷ USD, trong khi kim ngạch nhập khẩu lên tới 123,47 tỷ USD, dẫn đến mức thâm hụt thương mại hàng hóa gần 13,39 tỷ USD. Ở lĩnh vực dịch vụ, quốc gia này ghi nhận kim ngạch xuất khẩu đạt 15,76 tỷ USD, nhập khẩu ở mức 19,52 tỷ USD



Bánh mì là món ăn rất được thực khách Nam Phi yêu thích vì hương vị tươi ngon, cân bằng.

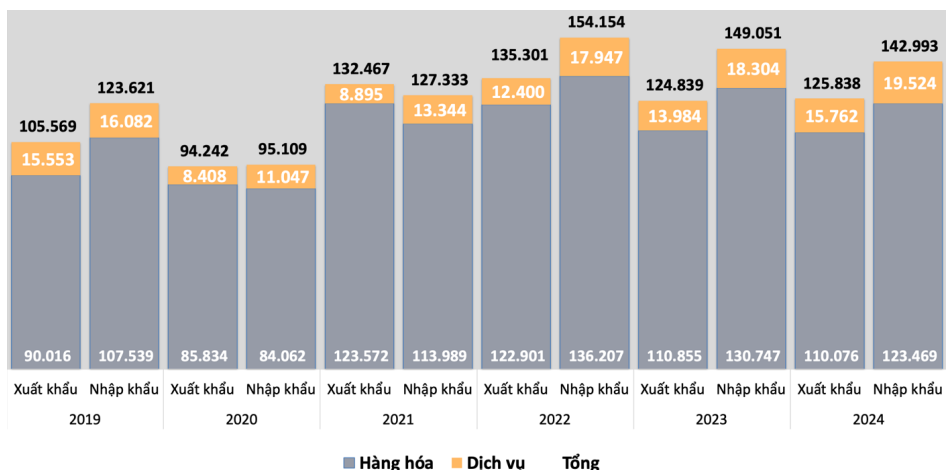
và tương tự hàng hoá, mức thâm hụt thương mại ở lĩnh vực dịch vụ đã lên đến 3,76 tỷ USD.

Trong suốt giai đoạn 2019 – 2024, cán cân thương mại tổng thể của Nam Phi chỉ đạt trạng thái xuất siêu vào năm 2021 (5,13 tỷ USD). Mức thâm hụt cao nhất được ghi nhận vào năm 2023, với 24,21 tỷ USD. Riêng mảng hàng hóa lại là điểm sáng trong cán cân thương mại, Nam Phi đã đạt trạng thái xuất siêu trong 2 năm liền từ 2020-2021 rồi tiếp tục đã nhập siêu vào các năm sau đó, với giá trị thâm hụt hàng năm luôn vượt mức 13,31 tỷ USD. Ngược lại, lĩnh vực dịch vụ, khi liên tục duy trì mức thâm hụt trên 529 triệu USD trong suốt giai đoạn này, đỉnh điểm là mức 5,55 tỷ USD vào năm 2023.

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

(Nguồn: WTO)

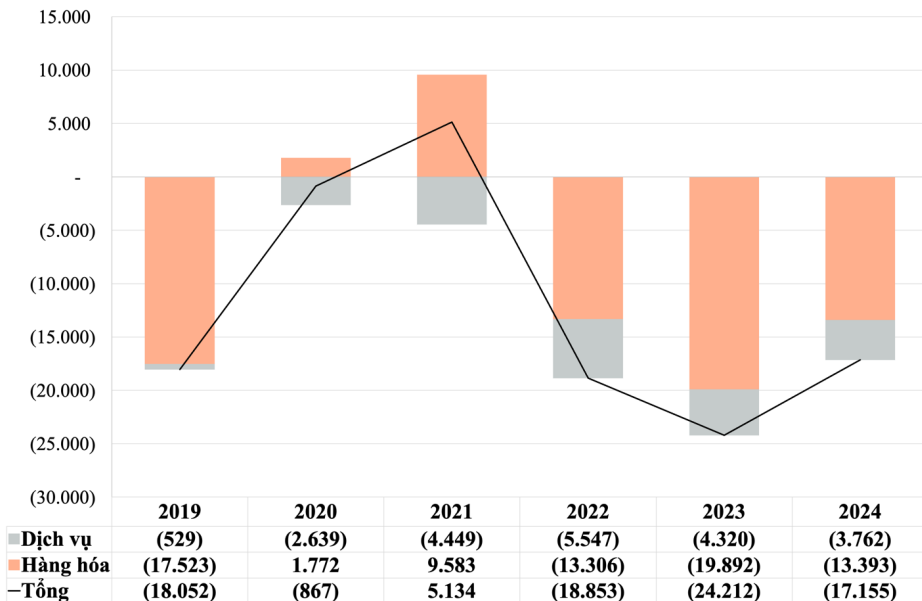
ĐVT: Triệu USD



Cán cân thương mại của Nam Phi giai đoạn 2019 – 2024

(Nguồn: WTO)

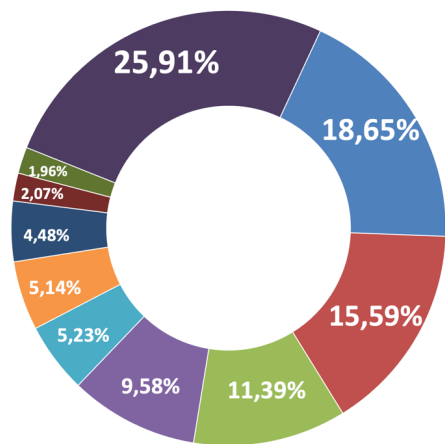
ĐVT: Triệu USD



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

Những mặt hàng xuất khẩu chủ yếu của Nam Phi năm 2024

(Nguồn: Trademap)



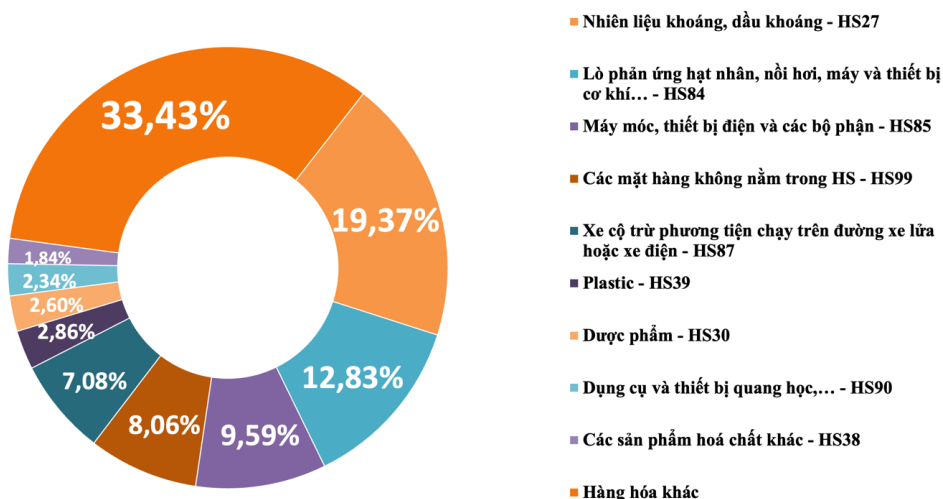
- Ngọc trai, đá quý... - HS71
- Quặng, xỉ và tro - HS26
- Xe cộ trừ phương tiện chạy trên đường xe lửa hoặc xe điện - HS87
- Nhiên liệu khoáng, dầu khoáng - HS27
- Sắt và thép - HS72
- Lò phản ứng hạt nhân, nồi hơi, máy và thiết bị cơ khí... - HS84
- Trái cây và các loại hạt ăn được; vỏ trái cây họ quyết cam và dưa - HS08
- Máy móc, thiết bị điện và các bộ phận - HS85
- Nhôm và các sản phẩm từ nhôm - HS76
- Hàng hóa khác

Trong năm qua, 05 mặt hàng xuất khẩu mạnh nhất của Nam Phi bao gồm:

1. Ngọc trai, đá quý... (chiếm 18,65% tổng lượng xuất khẩu)
2. Quặng, xỉ và tro (chiếm 15,59% tổng lượng xuất khẩu)
3. Xe cộ trừ phương tiện chạy trên đường xe lửa hoặc xe điện (chiếm 11,39% tổng lượng xuất khẩu)
4. Nhiên liệu khoáng, dầu khoáng (chiếm 9,58% tổng lượng xuất khẩu)
5. Sắt và thép (chiếm 5,23% tổng lượng xuất khẩu)

Những mặt hàng nhập khẩu chủ yếu của Nam Phi năm 2024

(Nguồn: Trademap)

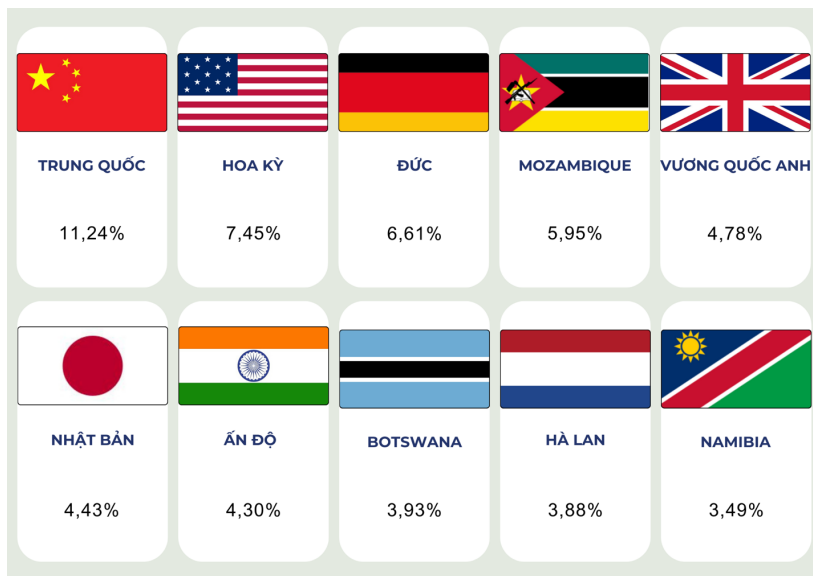


Về nhập khẩu, 05 mặt hàng mà Nam Phi nhập vào nhiều nhất gồm có:

1. Nhiên liệu khoáng, dầu khoáng (chiếm 19,37% tổng lượng nhập khẩu).
2. Lò phản ứng hạt nhân, nồi hơi, máy và thiết bị cơ khí (chiếm 12,83% tổng lượng nhập khẩu).
3. Máy móc, thiết bị điện và các bộ phận (chiếm 9,59% tổng lượng nhập khẩu).
4. Các mặt hàng không nằm trong Hệ thống hài hòa mô tả và mã hóa hàng hóa (chiếm 8,06% tổng lượng nhập khẩu).
5. Xe cộ trừ phương tiện chạy trên đường xe lửa hoặc xe điện (chiếm 7,08% tổng lượng nhập khẩu).

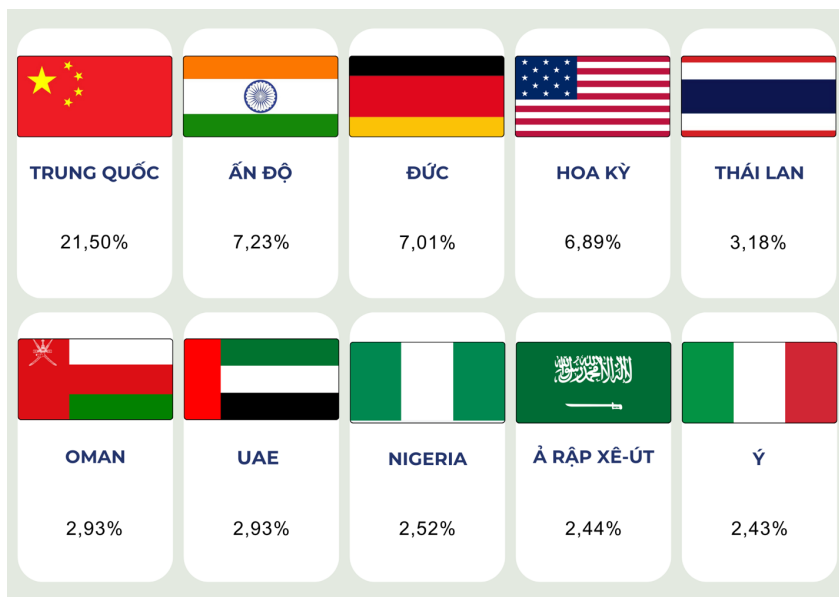
Các thị trường xuất khẩu chính của Nam Phi năm 2024

(Nguồn: Trademap)



Các thị trường nhập khẩu chính của Nam Phi năm 2024

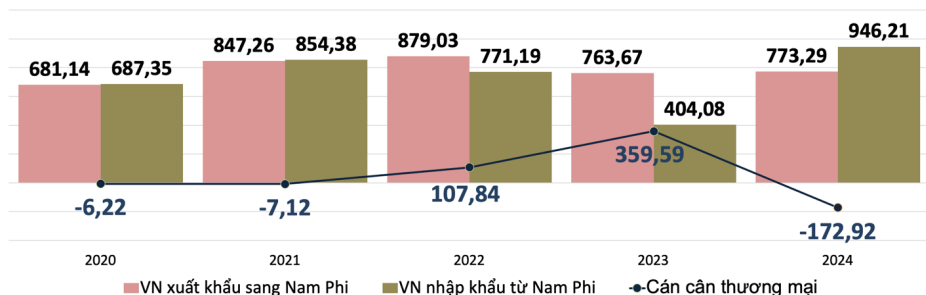
(Nguồn: Trademap)



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

(Nguồn: Cục Hải quan)

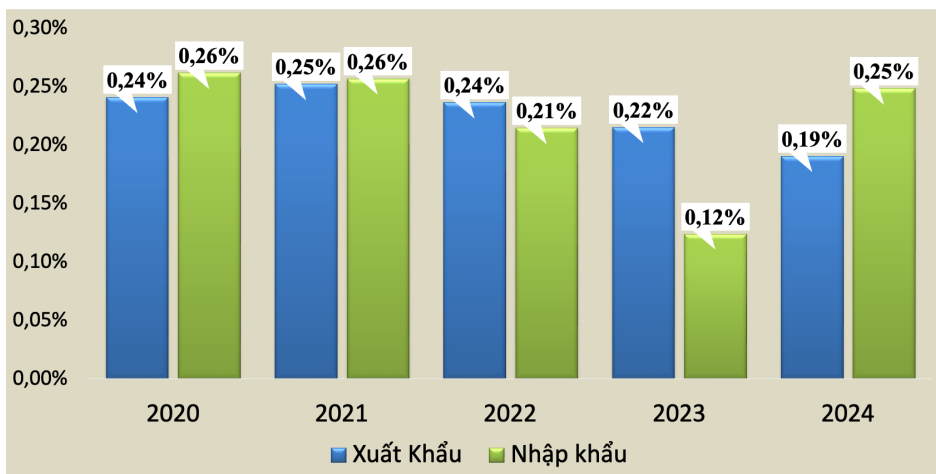
ĐVT: Triệu USD



Tỉ trọng kim ngạch xuất nhập khẩu với Nam Phi 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 23 vào thị trường Nam Phi và là đối tác đứng thứ 27 nhập khẩu hàng hóa từ Nam Phi.

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 Nam Phi đạt 1,72 tỷ USD, tăng 42,25% so với năm 2023. Trong đó, xuất khẩu hàng hóa của các doanh nghiệp Việt Nam sang thị trường

Nam Phi đạt 773,29 triệu USD, tăng 1,26% so với năm 2023, chiếm 0,19% tổng giá trị xuất khẩu của Việt Nam ra thế giới.

Ngược lại với xu hướng xuất khẩu, kim ngạch nhập khẩu hàng hóa từ Nam Phi vào Việt Nam có tăng trưởng mạnh trong năm 2024, nhập khẩu đạt mức cao nhất là 946,21 triệu USD, tăng 134,17% so với cùng kì, chiếm 0,26% 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 Nam Phi biến thiên từng năm. Tổng giá trị xuất khẩu từ Việt Nam sang Nam Phi có dấu hiệu chững lại trong 3 năm gần đây nhưng nhìn chung tỷ lệ tăng trưởng bình quân luôn đạt 25,3% mỗi năm trong suốt cả giai đoạn, trong khi nhập khẩu từ thị trường Nam Phi lại có xu hướng tăng mạnh trong năm qua, nhưng vẫn duy trì tỷ lệ trung bình ở mức thấp 4,1%/năm).

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

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

1/Điện thoại các loại và linh kiện 200,61 triệu USD -8,53%		4/Máy móc, thiết bị, dụng cụ phụ tùng 66,88 triệu USD +0,46%		
2/Giày dép các loại 115,99 triệu USD +4,70%		VIỆT NAM XUẤT KHẨU SANG NAM PHI	5/Phương tiện vận tải và phụ tùng 54,28 triệu USD +105,52%	
3/Máy vi tính, sản phẩm điện tử, linh kiện 101,02 triệu USD +6,18%			6/Hàng dệt, may 31,79 triệu USD +10,90%	

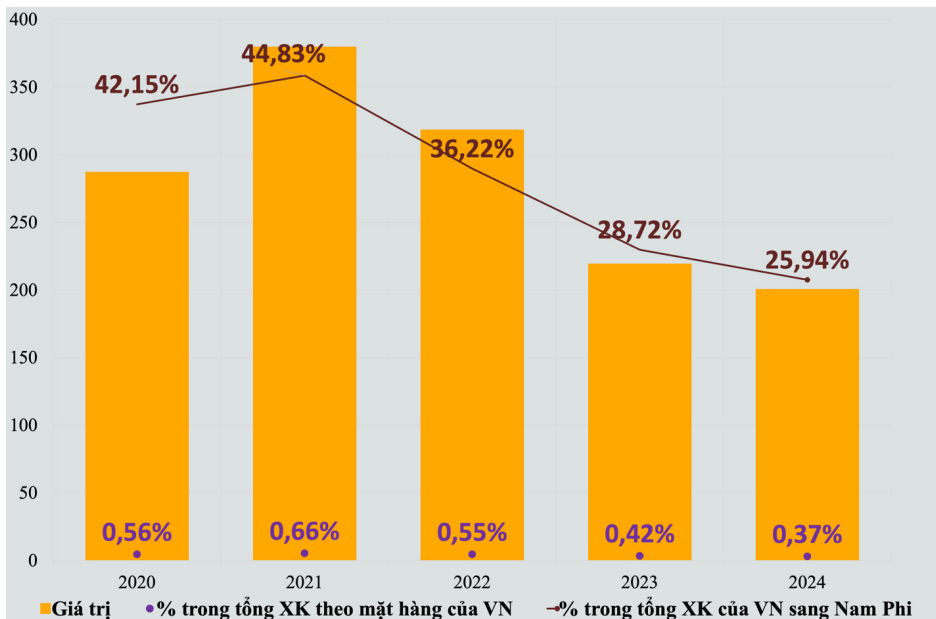
Đứng đầu trong số các mặt hàng xuất khẩu của Việt Nam vào thị trường Nam Phi trong giai đoạn 2020 - 2024 là điện thoại các loại và linh kiện. Theo thống kê của Cục Hải quan, trong năm 2024, kim ngạch xuất khẩu mặt hàng này sang Nam Phi đạt 200,61 triệu USD, giảm 8,53% so với cùng kì năm 2023, chiếm 25,94% tổng xuất khẩu sang

thị trường này. Thị trường Nam Phi chiếm 0,37% tổng xuất khẩu sản phẩm cùng loại của Việt Nam. Trong suốt giai đoạn 2020–2024, kim ngạch xuất khẩu của mặt hàng này bắt đầu giảm từ năm 2021.

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

(Nguồn: Cục Hải quan)

ĐVT: Triệu USD

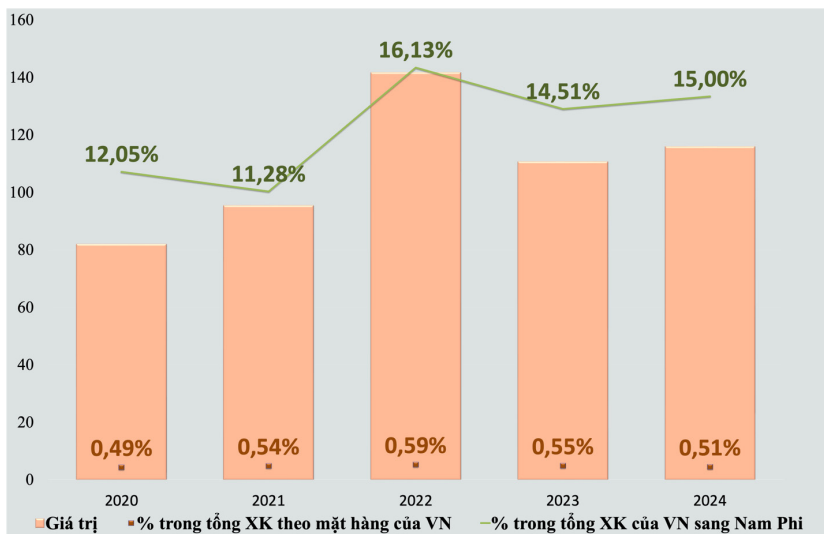


Tiếp theo là giày dép các loại đạt 115,99 triệu USD vào năm 2024, tăng 4,70% so với năm 2023, chiếm 15,00% tổng xuất khẩu của Việt Nam sang thị trường này, chiếm 0,51% thị phần các sản phẩm tương tự của Việt Nam xuất khẩu ra tất cả các nước. Trong giai đoạn năm 2020–2024, kim ngạch xuất khẩu mặt hàng này tăng trưởng không ổn định, và có tỷ lệ thay đổi bình quân là +5,06%/năm.

Kim ngạch xuất khẩu giày dép các loại của Việt Nam sang Nam Phi

(Nguồn: Cục Hải quan)

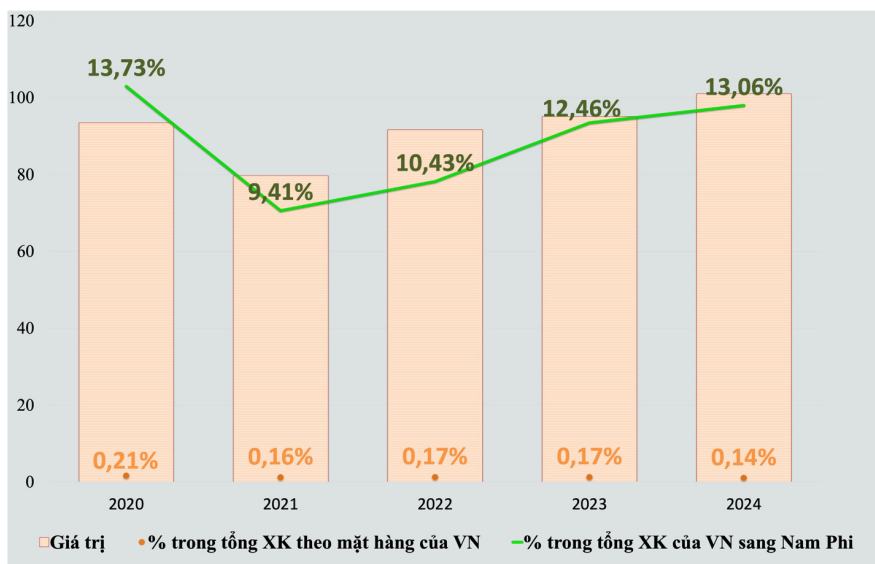
ĐVT: Triệu USD



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

(Nguồn: Cục Hải quan)

ĐVT: Triệu USD

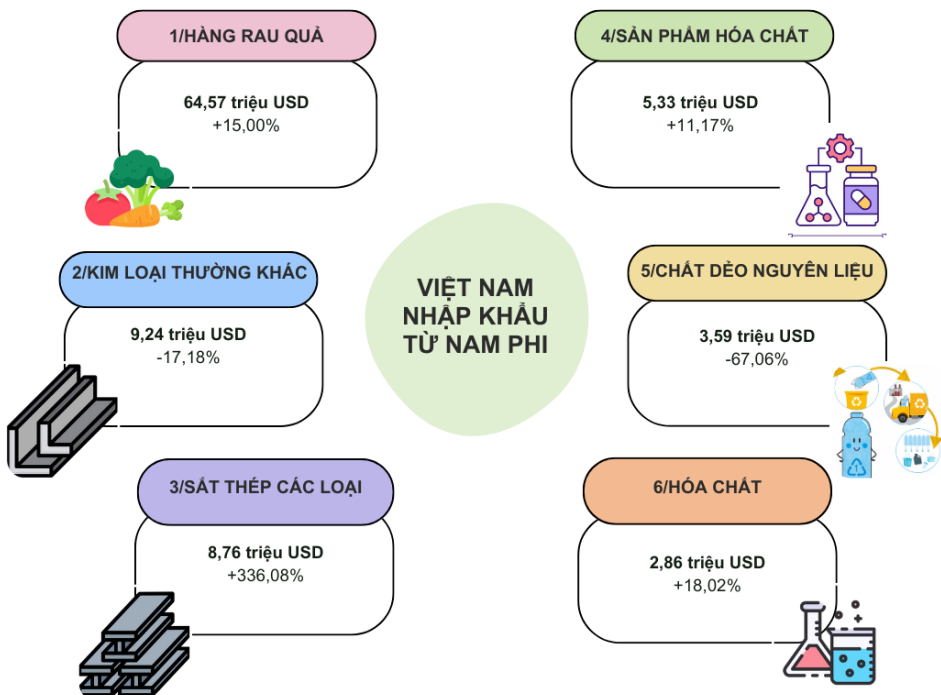


Vị trí thứ 3 trong số những sản phẩm Việt Nam xuất khẩu nhiều nhất sang Nam Phi năm 2024 là máy vi tính, sản phẩm điện tử và linh kiện, đạt 101,02 triệu USD, tăng 6,18% so với cùng kì 2023, chiếm 13,06% tổng xuất khẩu của Việt Nam sang nước này, chiếm 0,14% xuất khẩu mặt hàng cùng loại của Việt Nam với tất cả các đối tác thương mại. Trong giai đoạn 2020 - 2024, kim ngạch mặt hàng này chỉ ghi nhận sự sụt giảm trong năm 2021.

Trong năm 2024, những mặt hàng xuất khẩu sang Nam Phi ghi nhận sự gia tăng về kim ngạch so với năm 2023, cụ thể là các mặt hàng: phương tiện vận tải và phụ tùng (105,52%, tăng mạnh nhất trong tất cả các mặt hàng); hạt tiêu (47,29%); gỗ và sản phẩm gỗ (28,97%);... Tuy nhiên, cũng có một số mặt hàng có lượng kim ngạch giảm như: cà phê (-68,45%); bánh kẹo và các sản phẩm từ ngũ cốc (-12,01%); sản phẩm từ sắt thép (-8,87%);...

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

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

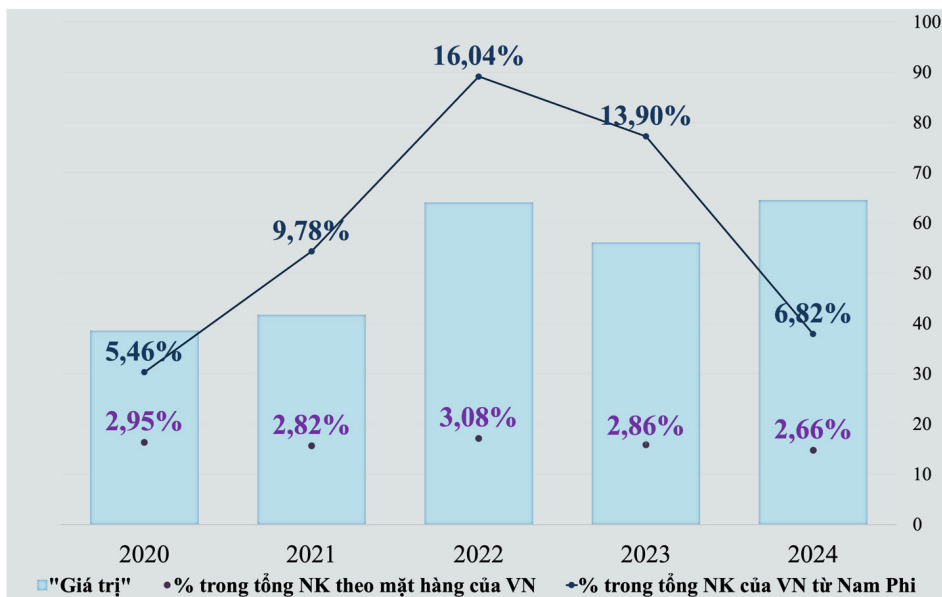


Năm 2024, đứng ở vị trí thứ nhất về kim ngạch nhập khẩu hàng hóa của Việt Nam từ Nam Phi là hàng rau quả, đạt 64,57 triệu USD, tăng 15,00% so với cùng kỳ của năm 2023, chiếm 6,82% tổng nhập khẩu từ nước này, chiếm 2,66% giá trị nhập khẩu mặt hàng cùng loại của Việt Nam từ tất cả các nước. Với giai đoạn 2020-2024, kim ngạch nhập khẩu mặt hàng này của Việt Nam biến thiên từng năm.

Kim ngạch nhập khẩu hàng rau quả của Việt Nam từ Nam Phi

(Nguồn: Cục Hải quan)

ĐVT: Triệu USD

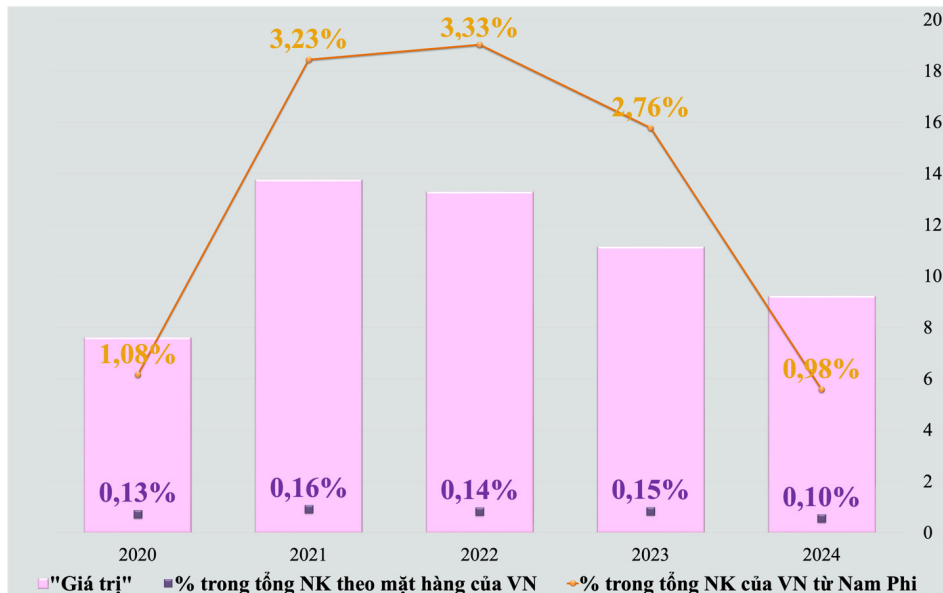


Tiếp theo là kim loại thường khác có kim ngạch đạt 9,24 triệu USD vào năm 2024. Tỷ lệ là -17,18% so với năm 2023, chiếm 0,98% tổng nhập khẩu từ Nam Phi, chiếm khoảng 0,10% tổng giá trị nhập khẩu các mặt hàng cùng loại từ thế giới. Trong giai đoạn 2020-2024, nhu cầu nhập khẩu mặt hàng này của nước ta có xu hướng tăng trưởng trở lại từ năm 2021.

Kim ngạch nhập khẩu kim loại thường khác của Việt Nam từ Nam Phi

(Nguồn: Cục Hải quan)

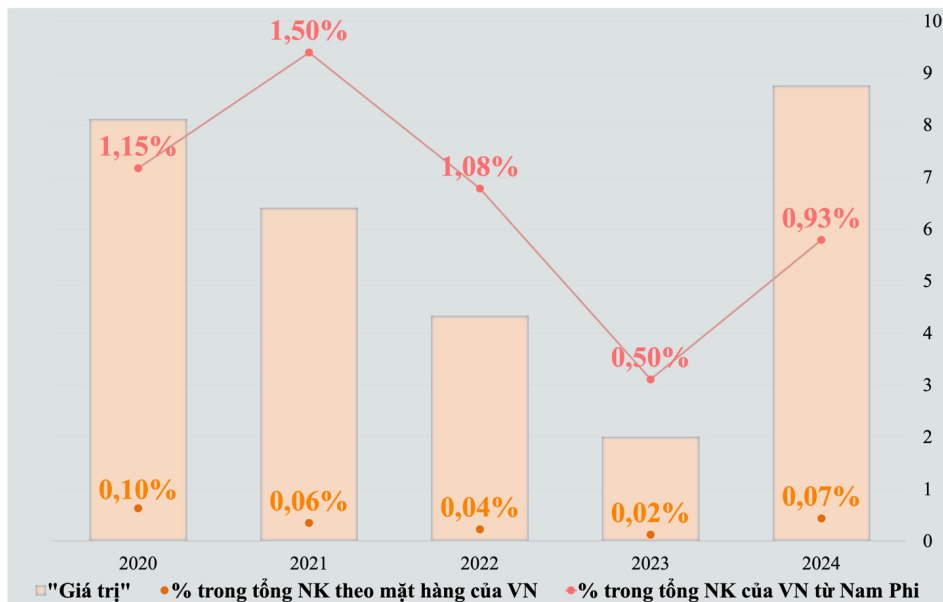
ĐVT: Triệu USD



Kim ngạch nhập khẩu sắt thép các loại của Việt Nam từ Nam Phi

(Nguồn: Cục Hải quan)

ĐVT: Triệu USD



Sắt thép các loại là mặt hàng đứng vị trí thứ 3, đạt 8,76 triệu USD năm 2024, tăng mạnh với tỷ lệ 336,08% so với cùng kỳ năm 2023, chiếm 0,93% giá trị nhập khẩu của Việt Nam từ nước này, tương đương 0,07% 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 nhìn chung là giảm nhưng đã bật tăng mạnh trở lại vào năm 2024 và tỷ lệ thay đổi bình quân của mặt hàng này dao động quanh mức 44,79%.

Trong năm 2024, các mặt hàng nhập khẩu của Việt Nam từ Nam Phi 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: sắt thép các loại (mặt hàng tăng mạnh nhất với tỷ lệ tăng trưởng là 336,08%); gỗ và sản phẩm gỗ (92,99%); hoá chất (18,02%);... trong khi đó, một số mặt hàng có ghi nhận sự sụt giảm về kim ngạch nhập khẩu như: đá quý, kim loại quý và sản phẩm (-79,70%); chất dẻo nguyên liệu (-67,06%); kim loại thường khác (-17,18)...

HOẠT ĐỘNG ĐẦU TƯ GIỮA VIỆT NAM VÀ NAM PHI



Bà Nomalungelo Gina, Thứ trưởng Bộ Thương mại, CN và Cạnh tranh Nam Phi phát biểu tại Tọa đàm Hợp tác kinh tế Việt Nam - Nam Phi.

Về đầu tư, theo số liệu từ Bộ Kế hoạch Đầu tư, tính đến tháng 4/2024, Nam Phi có 19 dự án đầu tư tại Việt Nam với tổng số vốn đăng ký đạt 871 nghìn USD.

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

CƠ HỘI – THUẬN LỢI

Nam Phi có vị trí chiến lược tại châu Phi, Việt Nam có thể coi Nam Phi như một thị trường cửa ngõ để thúc đẩy xuất khẩu hàng hóa sang các nước còn lại của lục địa, một thị trường với hơn 1,3 tỷ dân. Nam Phi là nước có ảnh hưởng lớn về kinh tế và là cửa ngõ giao thương cả đường biển và đường hàng không đi đến các nước miền Nam Châu Phi. Việc hàng hóa Việt Nam thâm nhập được thị trường Nam Phi sẽ có khả năng và cơ hội mở rộng thị trường sang 14 nước thành viên Cộng đồng phát triển miền Nam Châu Phi (SADC) và trong đó có 5 nước thuộc Liên minh thuế quan miền Nam Châu Phi (SACU).

Việt Nam và Nam Phi có nhiều tiềm năng để tiếp tục mở rộng quy mô thương mại song phương, bởi cơ cấu hàng xuất nhập khẩu giữa Việt Nam và Nam Phi cơ bản không cạnh tranh trực tiếp mà có tính bổ sung cho nhau. Đây là điều kiện thuận lợi để cộng đồng doanh nghiệp hai nước xây dựng, củng cố và đa dạng hóa chuỗi cung ứng hàng hóa, đặc biệt đối với những ngành hàng, mặt hàng mà một bên có thế mạnh, bên kia có nhu cầu và ngược lại, như: hàng dệt may, da giày, thủy hải sản, hàng gia dụng, nông sản, cà phê, hóa chất, dược phẩm của Việt Nam hay các sản phẩm về linh phụ kiện ô tô, khoáng sản (than, ti-tan, đất hiếm...), da thuộc, trái cây... của Nam Phi.

Cả Việt Nam và Nam Phi đều có những đặc sản về rau củ quả có chất lượng và giá trị thương mại cao, đã được xuất khẩu đến nhiều nước trên thế giới. Nam Phi nổi tiếng về các loại quả có múi như cam, chanh, quýt hay bơ, nho trong khi Việt Nam lại có các loại hoa quả nhiệt đới như vải, nhãn, xoài, thành long. Ngoài ra, cùng loại hoa quả nhưng do thời tiết trong năm ngược nhau nên hoa quả tươi của hai nước hoàn toàn có thể xuất khẩu sang thị trường của nhau mà không sợ có sự cạnh tranh.

Nam Phi là nước giàu tài nguyên thiên nhiên, khoáng sản (như vàng, kim cương ...), đồng thời cũng có nền nông nghiệp và công nghiệp tương đối phát triển. Tại Nam Phi, ngành công nghiệp khai thác mỏ, chế tạo và thương mại có thể sánh ngang với các nước ở Châu Âu, Châu Mỹ và Châu Á. Hàng năm, Nam Phi sản xuất khoảng 4 triệu tấn crôm (chiếm 3/5 lượng giao dịch crôm trên thị trường thế giới), là nước xuất khẩu vàng lớn nhất thế giới (ngành công nghiệp khai thác vàng đóng góp khoảng 2% tổng GDP của Nam Phi), là nước sản xuất rượu vang lớn thứ 4 thế giới. Ngoài ra, Nam Phi còn là cửa ngõ quan trọng để hàng thủy, hải sản Việt Nam thâm nhập thị trường khu vực. Điểm tích

cực là một số doanh nghiệp Việt Nam đang nghiên cứu cơ hội để không chỉ nhập khẩu hàng hóa từ Nam Phi mà tính tới khả năng đầu tư sản xuất, tận dụng lợi thế về nguồn nguyên liệu và các chính sách ưu đãi về thuế để sản xuất và xuất khẩu hàng hóa sang châu Âu, Mỹ...

Dung lượng thị trường các nước khu vực phía Nam châu Phi khá lớn, giàu tiềm năng đối với các mặt hàng xuất khẩu chủ lực của Việt Nam. Riêng về nông sản, xuất khẩu nông sản của Việt Nam sang thị trường này mới chỉ chiếm khoảng 1,2% so với tổng kim ngạch nhập khẩu của Nam Phi. Nhiều mặt hàng thế mạnh của Việt Nam như cà phê, hạt tiêu, tôm... đã tạo dựng được chỗ đứng tại Nam Phi, được đông đảo người tiêu dùng ưa chuộng.



Siêu thị SHOPRITE tại Nam Phi.

Ngoài ra, với vai trò là nền kinh tế đầu tàu dẫn dắt khu vực SADC, điều đáng quan tâm là hệ thống siêu thị bán lẻ của Nam Phi không chỉ phục vụ thị trường trong nước mà còn phục vụ nhiều quốc gia lân cận trong Cộng đồng Phát triển miền Nam châu Phi.

Nam Phi là nước tương đối phát triển về thương mại, có nhiều tập đoàn siêu thị lớn như Woolworths, Checkers, Spar...và công ty thương mại điện tử Takealot lớn nhất châu Phi.

Do đó, để có được nguồn cung hàng lớn và bền vững, các nhà sản xuất, các công ty xuất khẩu Việt Nam cần tìm cách thâm nhập vào hệ thống các chuỗi bán lẻ ở Nam Phi thông qua các hợp đồng sản xuất, gia công, cung ứng sản phẩm.

Thị trường bán lẻ tại Nam Phi đang duy trì đà tăng trưởng tốt, là cơ hội tốt cho hàng tiêu dùng Việt Nam. Hệ thống phân phối hàng hóa Nam Phi phát triển bài bản và có tính kết nối cao tới các nước miền Nam châu Phi.

Các sản phẩm chế biến của Việt Nam đã đứng vững và có mặt trong các hệ thống siêu thị dành cho những người có thu nhập cao ở Nam Phi và tiềm năng của thị trường này còn rất lớn.

Ở chiều ngược lại, Việt Nam nhập khẩu nhiều sản phẩm chất lượng tốt của Nam Phi, gồm khoáng sản, than, hóa chất, đá quý, gỗ và một số nông sản, trái cây tươi... Ngoài ra Việt Nam có cơ hội nhập khẩu các sản phẩm chất lượng tốt (như hàng nông sản đạt tiêu chuẩn xuất châu Âu) với giá cả cạnh tranh của Nam Phi để đáp ứng nhu cầu ngày càng tăng của thị trường trong nước, như thịt bò, thịt thú rừng, trái cây (nho, lê, táo), hoa quả đóng hộp, hay nguồn nguyên nhiên liệu cho sản xuất công nghiệp như nguyên liệu hoá chất, khoáng sản... Nam Phi còn có nguồn gỗ nguyên liệu dồi dào để sản xuất các mặt hàng đồ gỗ nội, ngoại thất nên các doanh nghiệp của Việt Nam có thể xem xét đầu tư nhà máy sản xuất tại Nam Phi và sử dụng nguyên liệu tại chỗ nhằm tạo ra những sản phẩm có lợi cạnh tranh đáng kể mang thương hiệu Việt Nam nhưng có chứng nhận xuất xứ từ SADC để tiến vào thị trường châu Âu.

Tiềm năng hợp tác khai thác du lịch song phương lớn. Người dân Nam Phi có thói quen du lịch nhiều đợt, dài ngày với mức chi tiêu tương đối cao.

KHÓ KHĂN - THÁCH THỨC

Hiện tại thì tỷ trọng thực phẩm chế biến, mặt hàng có nhu cầu thị trường và có giá trị gia tăng cao của Việt Nam lại chiếm tỷ trọng nhỏ tại thị trường Nam Phi. Hiện các doanh nghiệp Việt Nam mới chỉ quan tâm đến mảng thị trường trung cấp và cao cấp với thị phần nhỏ tại Nam Phi, chưa quan tâm thích đáng đến mảng thị phần giá rẻ, yêu cầu chất lượng không quá cao của đa phần dân số Nam Phi.

➤ **Hàng Việt đang đối mặt với những khó khăn và thách thức sau tại thị trường Nam Phi**

Thứ nhất, hàng Việt Nam phải cạnh tranh với hàng Trung Quốc và các nước châu Á khác đã và đang thâm nhập sâu vào thị trường châu Phi nói chung và Nam Phi nói riêng; một số mặt hàng là thế mạnh của Việt Nam nhưng không/chưa phù hợp với thị hiếu người tiêu dùng Nam Phi, như gạo và hải sản đông lạnh.

Thứ hai, tập quán thanh toán của phía Nam Phi (thích thanh toán bằng chuyển tiền trực tiếp, ít chấp nhận mở L/C) làm tăng thêm độ rủi ro cũng như tâm lý e ngại cho doanh nghiệp Việt Nam khi định hướng làm ăn lâu dài, thường chỉ thiên về ngắn hạn và theo vụ việc.

Thứ ba, vấn đề an ninh-an toàn, thiếu hụt điện làm tăng rủi ro về tiến độ thực hiện hợp đồng và bất ổn giá cả.

Thứ tư, khoảng cách địa lý xa xôi trong bối cảnh đứt gãy chuỗi cung hiện nay cũng gây trở ngại ngắn hạn trong giao thương hàng hóa giữa hai bên (hiện hai bên chủ yếu giao hàng qua đường biển, trước đây giá cước tàu biển cho một container 20 feet từ Việt Nam sang Nam Phi chưa đến 1.500 USD thì nay lên 3.200 USD, đó là chưa kể thời gian vận chuyển và giải phóng hàng cũng kéo dài hơn).

➤ **Nam Phi cũng áp thuế chống bán phá giá sản phẩm Việt Nam tại Nam Phi**

Lốp xe Việt Nam bị Nam Phi áp thuế chống bán phá giá lên hơn 41%

Thông tin chung về vụ việc, Cục Phòng vệ thương mại cho biết ngày 20/9/2024, ITAC đã khởi xướng điều tra vụ việc theo đề nghị của nguyên đơn - Hiệp hội Các nhà sản xuất lốp xe Nam Phi. Hàng hóa bị điều tra là lốp xe ô tô, xe buýt và xe tải thuộc mã HS 4011.10.01, 4011.10.03, 4011.10.05, 4011.10.07, 4011.10.09, 4011.20.16, 4011.20.18 và 4011.20.26. Thời kỳ điều tra CBPG là từ 01/11/2022 - 31/5/2024; thời kỳ điều tra lẩn tránh thuế CBPG là từ 01/08/2022 - 31/7/2024.

HIỆP ĐỊNH AfCFTA MỞ RA NHIỀU CƠ HỘI XUẤT KHẨU CHO HÀNG HÓA VIỆT NAM



Thép cuộn chống ăn mòn rộng đường vào Liên minh thuế quan Nam Phi.

Hiệp định AfCFTA chính thức bắt đầu vào đầu năm 2021, khi các quốc gia thành viên tham gia thành lập một thị trường chung bao gồm cả lĩnh vực thương mại và lĩnh vực đầu tư với tổng GDP là 3,4 nghìn tỷ USD.

AfCFTA được ra đời với mục đích loại bỏ thuế quan đối với 90% thương mại hàng hóa nội bộ châu Phi, giảm các hàng rào phi thuế quan, tự do hóa thương mại dịch vụ, phát triển sự công nhận lẫn nhau về các tiêu chuẩn, thúc đẩy phát triển toàn diện và bền vững, đồng thời tạo điều kiện thuận lợi cho việc di chuyển vốn và con người giữa các quốc gia. AfCFTA được cấu trúc theo từng giai đoạn, khiến Hiệp định này có thể tiến hóa theo thời gian.

Cụ thể, với AfCFTA, nhiều cuộc đàm phán khác đã được lên kế hoạch trong các lĩnh vực như chính sách cạnh tranh, đầu tư, quyền sở hữu trí tuệ và thương mại điện tử. AfCFTA được xây dựng dựa trên các Hiệp định và nguyên tắc của Tổ chức Thương mại Thế giới (WTO), điều này rất quan trọng vì có tới 11 thành viên của Liên minh châu Phi chưa phải là thành viên WTO.

Theo Ủy ban Kinh tế Liên Hợp Quốc về châu Phi (UNECA), sau khi được triển khai đầy đủ, AfCFTA có tiềm năng tăng thương mại nội khối lên 52,3% so với thời điểm trước khi ký kết Hiệp định.

Theo thông tin trên website chính thức của AfCFTA, tính tới tháng 3/2023, 54 trong số 55 quốc gia thành viên của Liên minh châu Phi đã ký kết AfCFTA (Eritrea chưa tham gia ký kết). Tính đến tháng 4/2023, 46 trong số 54 bên ký kết (81,5%) đã hoàn tất thủ tục phê chuẩn Hiệp định và nộp lưu chiểu.

Châu Phi kì vọng nhờ tác động tích cực của AfCFTA, 30 triệu người sẽ có cơ hội thoát khỏi mức nghèo cùng cực. Bên cạnh đó, thu nhập trước năm 2035 được trông đợi sẽ tăng 7% so với hiện tại, tương đương 450 tỷ đô la Mỹ.

CÁC ĐỊA CHỈ LIÊN HỆ CẦN THIẾT

➤ Đại sứ quán Việt Nam tại Nam Phi

Địa chỉ: 87 Brooks Street, Brooklyn, Pretoria

Mã bưu chính: 13692 Hatfield 0028, South Africa

Điện thoại: (27-12) 362 8119 / 362 8118

Fax: (27-12) 362 8115

Email: embassy@vietnam.co.za

➤ Thương vụ Việt Nam tại Nam Phi (kiêm nhiệm Namibia, Zimbabwe, Botswana, Lesotho, Eswatini, Mozambique)

Địa chỉ: 198 Silver Oak Ave, Waterkloof, Pretoria, South Africa

Điện thoại: (27-12) 346 8083

Số fax: (27-12) 346 8507

Email: za@mot.gov.vn

➤ Đại sứ quán Nam Phi tại Việt Nam

Địa chỉ: tầng 3, toà nhà Central Building, 31 Hai Bà Trưng.

Điện thoại: 04-39362000

Fax: 04-39361991

Email: political.hanoi@foreign.gov.za; consular.hanoi@foreign.gov.za

political@saembassy-hanoi.com

CÁC SỰ KIỆN XÚC TIẾN THƯƠNG MẠI NỔI BẬT TẠI NAM PHI

Thời gian	Tên sự kiện	Địa điểm	Lĩnh vực ngành hàng - Quy mô
28 – 30/10/2025	Automechanika Johannesburg 2025	Johannesburg Expo Centre, Johannesburg	Ô tô 20.000 lượt tham quan +500 đơn vị triển lãm
09 – 12/2/2026	Investing in African Mining Indaba	Cape Town International Convention Centre, Cape Town	Kỹ thuật công nghiệp 600 lượt tham quan +500 đơn vị triển lãm
03 – 05/3/2026	Africa Energy Indaba (AEI)	Cape Town International Convention Centre, Cape Town	Năng lượng +100 lượt tham quan +500 đơn vị triển lãm
08 - 10/3/2026	Hostex	Sandton Convention Centre, Johannesburg	Thực phẩm & Đồ uống Dịch vụ khách sạn 12.000 lượt tham quan 250 đơn vị triển lãm

25 – 26/3/2026	South African Pharmaceutical Exhibition (SAPHEX)	Sandton Convention Centre, Johannesburg	Y tế & Dược phẩm Kỹ thuật Công nghiệp 3.000 lượt tham quan 150 đơn vị triển lãm
02 – 06/4/2026	Rand Show	Johannesburg Expo Centre, Johannesburg	Giải trí & Truyền thông 50.000 lượt tham quan +500 đơn vị triển lãm
13 – 15/4/2026	World Travel Market Africa	Cape Town International Convention Centre, Cape Town	Du lịch & Lữ hành 6.000 lượt tham quan 600 đơn vị triển lãm
10 – 12/6/2026	The Big 5 Construct South Africa	Gallagher Convention Centre, Johannesburg	Xây dựng & Thi công 8.500 lượt tham quan 250 đơn vị triển lãm
14 – 16/7/2026	Allfashion Sourcing	Cape Town International Convention Centre, Cape Town	Thời trang & Làm đẹp +5.000 lượt tham quan + 500 đơn vị triển lãm
25 – 26/7/2026	International Conference on Agricultural and Biological Science (ICABS)	Emperors Palace, The Palace Of Dreams, Kempton Park	Nông/Lâm nghiệp, Khoa học & Nghiên cứu 500 - 1.000 người tham dự



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