



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

THỊ TRƯỜNG VƯƠNG QUỐC ANH
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 VƯƠNG
QUỐC ANH**

**09 NHỮNG LƯU Ý KHI KINH DOANH TẠI THỊ
TRƯỜNG VƯƠNG QUỐC ANH**

**28 HOẠT ĐỘNG GIAO THƯƠNG GIỮA VIỆT NAM
VÀ VƯƠNG QUỐC ANH**

**42 HOẠT ĐỘNG ĐẦU TƯ GIỮA VIỆT NAM VÀ
VƯƠNG QUỐC ANH**

**45 NHỮNG THUẬN LỢI VÀ KHÓ KHĂN CỦA HÀNG
VIỆT TẠI THỊ TRƯỜNG VƯƠNG QUỐC ANH**

**52 HIỆP ĐỊNH THƯƠNG MẠI TỰ DO GIỮA VIỆT
NAM VÀ LIÊN HIỆP VƯƠNG QUỐC ANH VÀ BẮC
AI-LEN (UKVFTA)**

**53 CÁC SỰ KIỆN XÚC TIẾN THƯƠNG MẠI NỔI
BẬT TẠI VƯƠNG QUỐC ANH**

54 CÁC ĐỊA CHỈ LIÊN LẠC CẦN THIẾT

Nội dung của báo cáo này dùng cho doanh nghiệp tham khảo, thông tin có thể thay đổi bởi các yếu tố khách quan của thị trường hoặc những thay đổi chính sách từ các cơ quan chức năng Vương quốc Anh 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
Tổng Lãnh sự quán Vương quốc Anh tại Thành phố
Hồ Chí Minh trong quá trình thực hiện ấn phẩm này.

THỊ TRƯỜNG VƯƠNG QUỐC ANH



TỔNG QUAN VỀ THỊ TRƯỜNG VƯƠNG QUỐC ANH



VỊ TRÍ ĐỊA LÝ – VĂN HÓA – XÃ HỘI

Tên đầy đủ: Vương quốc Anh

Thủ đô: London

Thủ tướng Vương Quốc Anh: Ông Keir Starmer

Vị trí địa lý: Vương quốc Anh là một đảo quốc lớn nhất châu Âu, bao gồm 4 Vùng (England, Scotland, Wales và Northern Ireland). Vị trí Vương quốc Anh nằm ở phía Tây châu Âu, trong biển Đại Tây Dương. Đất nước bao gồm đảo lớn nhất là đảo Anh (Great Britain) gồm các Vùng England, Scotland và Wales.

Diện tích: Tổng diện tích: 243.610 km²

- Diện tích mặt đất: 241.930 km².
- Diện tích mặt nước: 1.680 km² (bao gồm cả các đảo Rockall và Shetland).



(Tỷ lệ phần trăm diện tích phân chia của bốn khu vực thuộc Vương quốc Anh là: Anh 53%, Scotland 32%, Wales 9% và Bắc Ireland 6%)

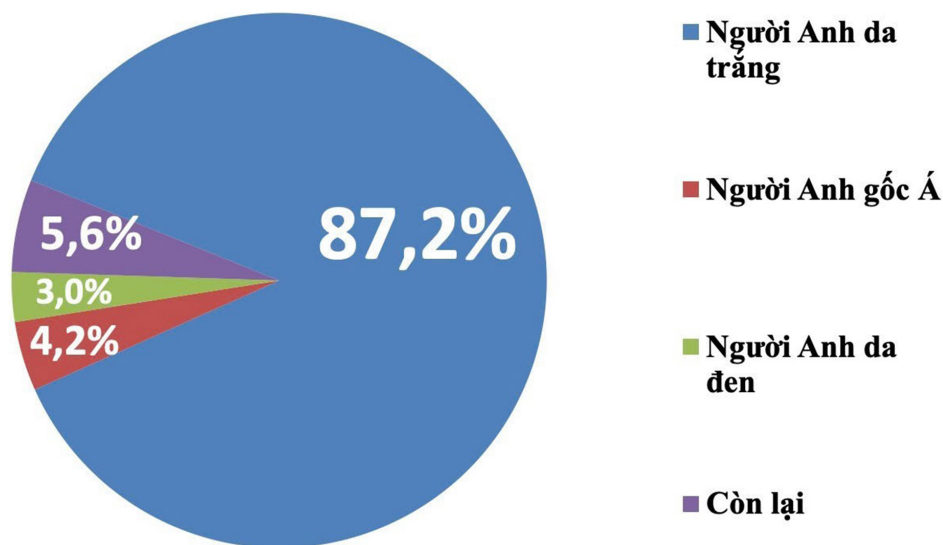
Dân số: 68.459.055 (số liệu cập nhật năm 2024)

Dân cư tập trung ở trong và xung quanh London, với các cụm dân cư ở miền trung nước Anh xung quanh Manchester và Liverpool.

Tài nguyên thiên nhiên: Than đá, dầu mỏ, khí tự nhiên, quặng sắt, chì, kẽm, vàng, muối, đá vôi, đất sét, đá phấn, thạch cao, kali, đá phiến, đá canh tác, cát silic.

Dân tộc: Người da trắng 87,2%, người Anh da đen 3%, người Anh gốc Á: 4,2%, còn lại 5,6% (Số liệu ước tính năm 2019)

Cơ cấu dân tộc
(Số liệu ước tính năm 2019)

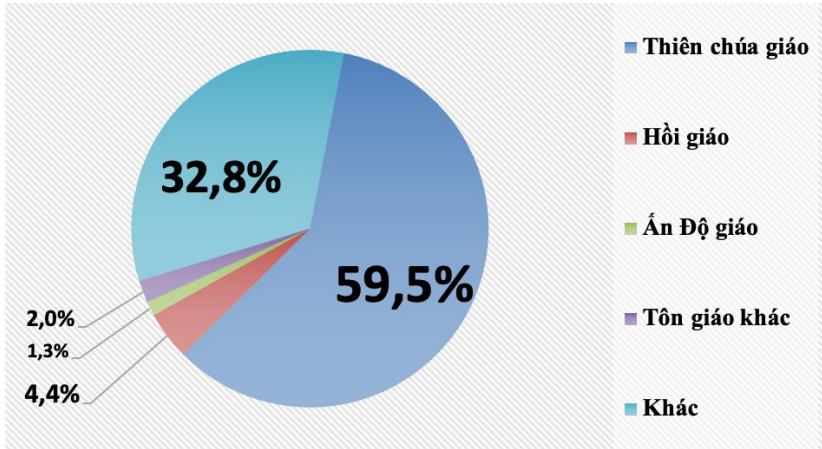


Ngôn ngữ: Tiếng Anh

Các ngôn ngữ sau đây cũng được sử dụng tại Vương quốc Anh: Tiếng Scotland (khoảng 30% dân số Scotland sử dụng ngôn ngữ này), Tiếng Gaelic Scotland (khoảng 60.000 người sử dụng ngôn ngữ này ở Scotland), Tiếng Wales (khoảng 20% dân số Wales sử dụng), Tiếng Ireland (khoảng 10% dân số Bắc Ireland sử dụng), Tiếng Cornwall (khoảng 2.000 đến 3.000 người ở Cornwall sử dụng).

Tôn giáo: Thiên chúa giáo 59,5%, Hồi giáo 4,4%, Ấn Độ giáo 1,3%, khác 32,8% (Số liệu ước tính năm 2019)

Cơ cấu tôn giáo (Số liệu ước tính năm 2019)



Tiền tệ: Bảng Anh là đơn vị tiền tệ chính thức của Vương quốc Anh, đây cũng là đồng tiền có lịch sử phát triển lâu đời và có giá trị cao trên toàn thế giới. Bảng Anh có tên viết tắt là GBP, ký hiệu £ là đơn vị tiền tệ chính thức của Vương Quốc Anh (được sử dụng tại Vương quốc Liên hiệp Anh và Bắc Ireland) và 9 vùng lãnh thổ liên kết.

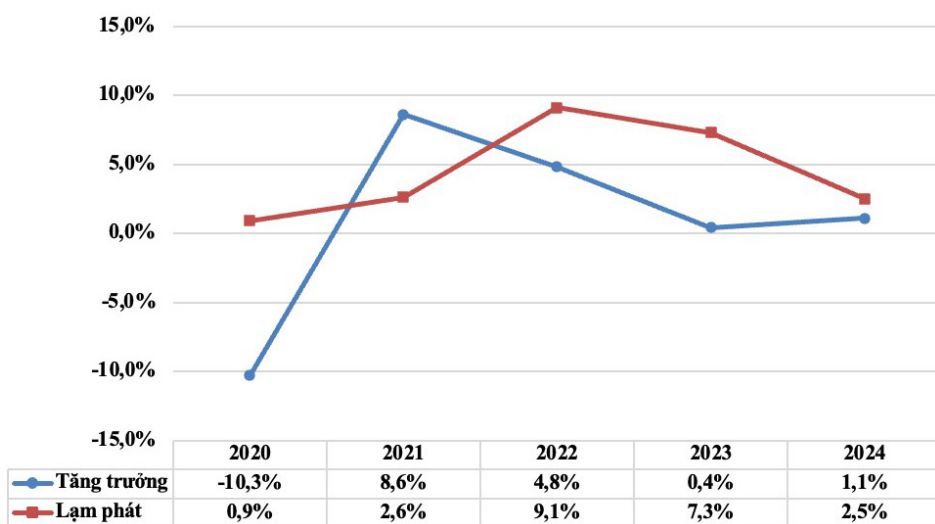


TỔNG QUAN NỀN KINH TẾ

Vương quốc Anh, với dân số 67 triệu người và GDP là nền kinh tế lớn thứ 2 ở châu Âu và lớn thứ 6 trên thế giới. Nền kinh tế của Vương quốc Anh tăng trưởng 1,1% vào năm 2024 và dự báo duy trì ở mức tăng trưởng tương tự vào năm 2025. Dự báo tương lai nền kinh tế dự kiến của Vương quốc Anh sẽ tăng trưởng lên 1,4% vào năm 2026.

Tăng trưởng GDP và mức lạm phát

(Nguồn: IMF, World Economic Outlook Database)



NHỮNG LỰU Ý KHI KINH DOANH TẠI THỊ TRƯỜNG VƯƠNG QUỐC ANH



THÁCH THỨC THỊ TRƯỜNG

Vương quốc Anh chính thức rời khỏi thị trường chung của Liên minh châu Âu kể từ ngày 1 tháng 1 năm 2021. Sau khi rời khỏi EU, Vương quốc Anh đã chuyển các quy định và yêu cầu kỹ thuật hiện hành của EU thành luật của Vương quốc Anh vào năm 2021, điều này đã tạo ra sự liên kết chặt chẽ giữa các quy định, yêu cầu kỹ thuật của Vương quốc Anh và EU.

➤ **Các rào cản thương mại mà Vương Quốc Anh áp dụng với hàng nhập khẩu:**

I. Tiêu chuẩn chất lượng kỹ thuật và TBT (Technical Barriers to Trade)

Vương quốc Anh là một trong những thị trường áp đặt các tiêu chuẩn kỹ thuật rất nghiêm ngặt liên quan đến kích thước, đóng gói, thành phần và khả năng tương thích môi trường. Những hàng hóa như thiết bị điện tử, đồ gia dụng hay vải cần phải đáp ứng

các tiêu chuẩn tương đương với EU trước đây và được kiểm định nghiêm ngặt trước khi nhập khẩu.

Ngoài ra, thị trường này còn rất ưa chuộng sản phẩm “xanh” và bền vững: các lò hàng nông - công nghiệp đều phải chứng minh quy trình sản xuất tuân thủ các tiêu chí xanh, ít phát thải, không dư lượng hóa chất và đảm bảo tuân thủ tiêu chuẩn lao động và bảo vệ tài nguyên.

2. Biện pháp vệ sinh dịch tễ (SPS – Sanitary and Phytosanitary measures)

Các sản phẩm nông sản, thực phẩm và thủy sản xuất khẩu sang thị trường này buộc phải đáp ứng các yêu cầu SPS chặt chẽ như:

- Phải có chứng nhận kiểm dịch thực vật (phytosanitary certificate).
- Kiểm dịch động vật nếu là thực phẩm từ động vật.
- Một số mặt hàng như trái cây, rau củ tươi có thể không cần SPS nếu Anh quy định riêng, nhưng đa phần vẫn yêu cầu chứng nhận rõ ràng.



Việc cấp chứng nhận cho các sản phẩm như thịt, trứng, sữa từ Việt Nam vào Vương quốc Anh từng mất nhiều năm đàm phán do yêu cầu khắt khe về kiểm dịch, tuy nhiên hiện đang dần được hoàn thiện.

Vương quốc Anh vẫn tuân thủ chặt chẽ chính sách của EU về phê duyệt thuốc trừ sâu, quy định và giới hạn dư lượng tối đa (MRL). Việc xuất khẩu thực phẩm và đồ uống

chế biến sang Vương quốc Anh đã bị hạn chế bởi các điều kiện thị trường và luật pháp địa phương liên quan đến các sản phẩm thực phẩm biến đổi gen (GM). Do quan niệm lâu đời ở thị trường Vương quốc Anh về công nghệ sinh học nông nghiệp, các siêu thị và nhà sản xuất thực phẩm của Vương quốc Anh đã xây dựng công thức cho các sản phẩm của họ để loại trừ các thành phần biến đổi gen. Vương quốc Anh vẫn giữ nguyên luật pháp của EU sau Brexit và không có nỗ lực sửa đổi luật pháp để cho phép các sản phẩm biến đổi gen vào thị trường Vương quốc Anh, ngoại trừ các sản phẩm công nghệ sinh học nông nghiệp cụ thể dùng làm thức ăn chăn nuôi cần được phê duyệt. Vương quốc Anh hiện có quyền tự chủ để thiết lập phương pháp tiếp cận chính sách và quy định riêng đối với các sản phẩm công nghệ sinh học nông nghiệp, bao gồm cây trồng và động vật. Vương quốc Anh đang hướng tới mục tiêu chuyển đổi khỏi phương pháp tiếp cận chính sách của EU đối với các sản phẩm công nghệ sinh học nông nghiệp, bắt đầu với các sản phẩm đã chỉnh sửa bộ gen và với ý định giải quyết các sản phẩm biến đổi gen sau đó.

3.Thủ tục hải quan và hành chính

Mặc dù UK-Vietnam Free Trade Agreement (UKVFTA) đã loại trừ 99% thuế quan trong nhiều ngành hàng, thủ tục hải quan vẫn phức tạp:

- Vương quốc Anh đã đưa vào hoạt động mô hình kiểm soát biên giới mới (Border Target Operating Model) từ năm 2024, làm gia tăng thủ tục giấy tờ, kiểm tra phẩm chất và kiểm tra thực địa, gây chậm trễ và phát sinh chi phí không lường trước cho doanh nghiệp xuất khẩu.
- Việc số hóa hồ sơ chưa hoàn chỉnh khiến nhiều doanh nghiệp phải nộp giấy tờ bằng tay, làm tăng áp lực logistics và chi phí kho bãi.

4.Quy tắc xuất xứ (Rules of Origin)

Để được hưởng ưu đãi theo UKVFTA thì hàng hóa xuất khẩu cần đáp ứng các tiêu chí xuất xứ cụ thể, như hàm lượng giá trị khu vực (RVC) và các quy tắc đặc thù theo mã HS như “yarn-forward” đối với dệt may.

Doanh nghiệp có thể sử dụng chứng nhận xuất xứ EUR1 (hoặc khai self certification nếu được) và số EORI để đảm bảo hàng hóa đủ điều kiện hưởng thuế suất ưu đãi.

Yêu cầu liên quan đến bao bì, nhãn mác & tiêu chuẩn môi trường

Vương quốc Anh đặt trọng tâm vào sản phẩm thân thiện môi trường:

- Nhãn mác cần rõ ràng, minh bạch, nơi sản xuất, thành phần, hạn sử dụng, hướng dẫn sử dụng... nhất là đối với sản phẩm hữu cơ hoặc thân thiện môi trường.
- Các tiêu chuẩn về bao bì phải tuân thủ quy định tái chế (Recycling Law) và giới hạn sử dụng chất độc hại như phthalates, BPA, v.v. đặc biệt nếu là hàng tiêu dùng hoặc đồ nhựa.

5. Biện pháp phòng vệ thương mại & hạn ngạch

Một số ngành sản phẩm Việt Nam xuất khẩu sang thị trường Vương quốc Anh có thể chịu rào cản dưới dạng hạn ngạch và các biện pháp phòng vệ thương mại. Ví dụ: ngành thép từ Việt Nam đang chịu mức giới hạn nhập khẩu đặc biệt (quota cap) theo quyết định của UK Trade Remedies Authority. Nếu vượt quá hạn ngạch sẽ bị áp thuế cao hơn (25%) để bảo vệ ngành sản xuất trong nước.

Ngoài ra, thị trường này có thể áp dụng các biện pháp phòng vệ khác như chống bán phá giá nếu phát hiện sản phẩm cạnh tranh bất hợp pháp.

6. Khó khăn cho doanh nghiệp nhỏ & thủ tục không minh bạch

Các doanh nghiệp vừa và nhỏ (SMEs) ở Việt Nam gặp nhiều trở ngại hơn cụ thể như:

- Chi phí tuân thủ tiêu chuẩn cao, giấy phép, kiểm định, kiểm dịch rất phức tạp và không rõ ràng.
- Không ít doanh nghiệp Việt chưa đủ năng lực tiếp cận các chứng nhận quốc tế như ISO 22000, HACCP, chứng nhận hữu cơ hay green labels mà thị trường này yêu cầu.

CƠ HỘI THỊ TRƯỜNG

Thị trường Vương quốc Anh một thị trường rất cạnh tranh và có tiềm năng phát triển tốt, đồng thời là thị trường đi đầu trong nghiên cứu và phát triển sản phẩm. Các công ty cần nhắc thâm nhập thị trường này với các sản phẩm đã có thương hiệu được thị trường quốc tế công nhận và có lợi thế cạnh tranh (ví dụ: giá cả, chất lượng, thương hiệu).

Nông nghiệp ở Vương quốc Anh là ngành thâm canh, cơ giới hóa cao và hiệu quả theo tiêu chuẩn châu Âu, nhưng chỉ chiếm hơn 0,5% tổng sản phẩm quốc nội (GDP) của Vương quốc Anh. Trong khi nông nghiệp Vương quốc Anh sản xuất 58% nhu cầu thực phẩm của cả nước, vì thế Vương quốc Anh phụ thuộc rất nhiều vào hàng nhập khẩu để đáp ứng nhu cầu đa dạng của người tiêu dùng Vương quốc Anh, nơi khách hàng mong đợi có sẵn tất cả các sản phẩm thực phẩm quanh năm.

Thực phẩm “lành mạnh” và thực phẩm tiện lợi là động lực chính thúc đẩy thị trường thực phẩm và đồ uống có giá trị gia tăng của Vương quốc Anh. Người tiêu dùng Vương quốc Anh ưa chuộng các sản phẩm thực phẩm chất lượng cao, đặc biệt là những sản phẩm được có lợi cho sức khỏe và thể chất cũng như các sản phẩm bảo vệ môi trường và động vật hoang dã và được các chuỗi cung ứng lớn của Vương quốc Anh yêu cầu.

Những sản phẩm thực phẩm sau có triển vọng tại thị trường Vương quốc Anh:

- Sản phẩm chế biến: thực phẩm có lợi cho sức khỏe, thực phẩm ăn nhẹ.

- Trái cây sấy khô và chế biến: nam việt quất, anh đào sấy khô, mận khô, nho khô, quả mọng dại.
- Các loại hạt: hạnh nhân, đậu phộng, hồ đào, quả hồ trăn, quả óc chó.
- Cá và hải sản: cá tuyết, cá minh thái, cá hồi, các sản phẩm cá khác.
- Trái cây và rau tươi: táo, bưởi, khoai lang, nho ăn liền.
- Đồ uống: bia thủ công, rượu mạnh, rượu vang, các sản phẩm có nồng độ cồn thấp.
- Viên gỗ: dùng cho nhiên liệu tái tạo.

YÊU CẦU CHỨNG TỬ VÀ CÁC QUY ĐỊNH NHẬP KHẨU

Nhà xuất khẩu không cần giấy phép nhập khẩu để nhập khẩu phần lớn hàng hóa công nghiệp vào Vương quốc Anh. Tuy nhiên, một số hàng hóa công nghiệp yêu cầu giấy phép nhập khẩu do Chi nhánh cấp phép nhập khẩu (ILB) của Bộ Kinh doanh và Thương mại cấp do các biện pháp kiểm soát được áp dụng ở cấp quốc gia hoặc Liên hợp quốc. ILB công bố các hạn chế này bằng cách ban hành Thông báo cho Người nhập khẩu. Bộ Kinh doanh và Thương mại cung cấp thêm hướng dẫn về



kiểm soát nhập khẩu. Hiện có rất nhiều hàng hóa phải chịu sự kiểm soát nhập khẩu, cho dù chúng bị cấm, chịu hạn ngạch hay nơi nhập khẩu được giám sát bằng giấy phép. Ví dụ về các hàng hóa hiện bị cấm bao gồm vũ khí tấn công (ví dụ: dao bấm),

bình xịt tự vệ (ví dụ: bình xịt hơi cay) và kim cương thô. Việc nhập khẩu vũ khí phải chịu sự giám sát.

CHÍNH SÁCH THƯƠNG MẠI



Giá nhập khẩu đối với các sản phẩm nhập vào Vương quốc Anh thường bao gồm: Chi phí, Bảo hiểm, Cước phí và Thuế, với mức thuế VAT tiêu chuẩn là 20% được đánh tại biên giới trên tổng giá trị.

- Thuế VAT được giảm xuống còn 5% đối với một số hàng hóa và dịch vụ như ghế ô tô cho trẻ em và năng lượng gia đình.
- Thuế VAT được giảm thêm xuống còn 0% đối với một số hàng hóa nhất định như thực phẩm và quần áo trẻ em.

Bạn có thể tìm hiểu thêm thông tin về thuế VAT, bao gồm cách tính thuế VAT đối với hàng ký gửi có giá trị dưới 135 bảng Anh bằng cách truy cập Thuế VAT.

Thuế phải nộp tại thời điểm hàng hóa được nhập khẩu, nhưng đối với các nhà nhập khẩu đã thành lập có thể hoãn thanh toán trung bình 30 ngày.

Kể từ ngày 1 tháng 1 năm 2021, Biểu thuế toàn cầu của Vương quốc Anh (UKGT) áp dụng cho tất cả hàng hóa nhập khẩu vào Vương quốc Anh, trừ khi được áp dụng miễn giảm và định chỉ thuế hoặc được cấp thuế ưu đãi theo các hiệp định thương mại và Chương trình ưu đãi chung (GSP).

Vào ngày 1 tháng 8 năm 2023, Bộ Kinh doanh và Thương mại Vương quốc Anh đã công bố gia hạn vô thời hạn việc công nhận nhãn hiệu CE cho các doanh nghiệp tại Vương quốc Anh. Chính phủ Vương quốc Anh ban đầu đã có kế hoạch giới thiệu Đánh giá sự phù hợp của Vương quốc Anh (UKCA) để thay thế nhãn hiệu CE cho tất cả các hàng hóa được bán tại Vương quốc Anh kể từ tháng 12 năm 2024.

Các doanh nghiệp muốn sản xuất, nhập khẩu, bán hoặc phân phối các chất hoặc hỗn hợp hóa chất tại Vương quốc Anh phải tuân thủ UK REACH, duy trì các mục tiêu và nguyên tắc của EU REACH.

Một số công cụ phòng vệ thương mại (TDI) của EU, bao gồm các biện pháp chống bán phá giá, chống trợ cấp và tự vệ, cũng đã được chuyển sang chế độ khắc phục thương mại của Vương quốc Anh. Vương quốc Anh đã là thành viên của Tổ chức Thương mại Thế giới (WTO) kể từ ngày 1 tháng 1 năm 1995. Sau khi rời khỏi EU, Vương quốc Anh đã có thể thực hiện chính sách thương mại của riêng mình và đàm phán các FTA riêng, đồng thời chuyển đổi các thỏa thuận thương mại hiện có của EU với các bên thứ ba sang chế độ thương mại của mình. Thông tin về các thỏa thuận thương mại và đàm phán thương mại của Vương quốc Anh có thể được tìm thấy tại đây.

Mức thuế quan tối huệ quốc (MFN) trung bình của Vương quốc Anh là 3,9% vào năm 2021 (dữ liệu mới nhất có sẵn). Mức thuế quan MFN trung bình của Vương quốc Anh là 10% đối với các sản phẩm nông nghiệp và 3,0% đối với các sản phẩm phi nông nghiệp vào năm 2021 (dữ liệu mới nhất có sẵn). Vương quốc Anh đã ràng buộc 100% các dòng thuế của mình trong Tổ chức Thương mại Thế giới (WTO), với mức thuế quan ràng buộc WTO trung bình là 5,3%.

Vương quốc Anh có thuế đối với khoảng 5.000 dòng thuế, bao gồm một số sản phẩm nông nghiệp, gốm sứ, hóa chất, bioethanol và xe cộ. Thuế quan đối với một số sản phẩm như chuối, đường mía thô và hàng may mặc, vốn có xu hướng không nhạy cảm với hàng nhập khẩu đối với Vương quốc Anh, được duy trì để cung cấp quyền tiếp cận ưu đãi cho hàng nhập khẩu từ các nước đang phát triển vào Vương quốc Anh so với mức thuế MFN.

Nguồn: GOV.UK

CÁC QUY ĐỊNH VỀ NHÃN MẮC VÀ ĐÁNH DẤU

Dấu UK Conformity Assessed (UKCA) là dấu sản phẩm mới của Vương quốc Anh được sử dụng cho hàng hóa được đưa ra thị trường tại Vương quốc Anh (Anh, xứ Wales và Scotland). Dấu này bao gồm hầu hết các hàng hóa trước đây yêu cầu phải có dấu CE, được gọi là hàng hóa 'phương pháp tiếp cận mới'. Dấu UKCA có hiệu lực vào ngày 1

tháng 1 năm 2021 và hiện đã được chấp nhận. Mặc dù kế hoạch ban đầu là ngừng sử dụng dấu CE tại Vương quốc Anh, nhưng vào ngày 1 tháng 8 năm 2023, Bộ Kinh doanh và Thương mại Vương quốc Anh đã công bố gia hạn vô thời hạn việc sử dụng dấu CE cho các doanh nghiệp.

Chỉ riêng dấu UKCA không thể được sử dụng cho hàng hóa được đưa ra thị trường Bắc Ireland.

Trong hầu hết các trường hợp, doanh nghiệp phải dán nhãn UKCA/CE lên chính sản phẩm hoặc bao bì. Trong một số trường hợp, nhãn có thể được dán trên sách hướng dẫn hoặc tài liệu hỗ trợ khác. Điều này sẽ thay đổi tùy thuộc vào các quy định cụ thể áp dụng cho sản phẩm. Nhãn UKCA/CE phải dễ nhìn thấy và dễ đọc khi dán lên sản phẩm. Nếu không thể, nhãn phải được dán lên bao bì (nếu có) hoặc các tài liệu đi kèm.

Nhãn UKCA/CE chỉ được dán lên sản phẩm bởi nhà sản xuất hoặc đại diện được ủy quyền. Khi dán nhãn UKCA, nhà sản xuất chịu hoàn toàn trách nhiệm về việc sản phẩm tuân thủ các yêu cầu của luật pháp có liên quan. Nhãn UKCA/CE chỉ được sử dụng để chứng minh sự tuân thủ với luật pháp có liên quan của Vương quốc Anh. Không được sử dụng bất kỳ nhãn hiệu hoặc biển báo nào để hiểu sai ý nghĩa hoặc hình thức của nhãn UKCA/CE đối với bên thứ ba. Không được dán các nhãn hiệu khác trên sản phẩm ảnh hưởng đến khả năng hiển thị, khả năng đọc hoặc ý nghĩa của nhãn UKCA/CE. Không được dán nhãn UKCA/CE lên sản phẩm trừ khi có yêu cầu cụ thể về việc này trong luật. Một sản phẩm có thể có thêm các dấu hiệu và nhãn hiệu, miễn là sản phẩm đó đảm bảo:

- Thực hiện một chức năng khác với chức năng của nhãn hiệu UKCA/CE.
- Không có khả năng gây nhầm lẫn với nhãn hiệu UKCA/CE.
- Không làm giảm khả năng đọc và hiển thị của nhãn hiệu UKCA/CE.



QUY ĐỊNH VỀ AN TOÀN THỰC PHẨM, KIỂM DỊCH

➤ Hóa chất nông nghiệp, Quy định về thuốc trừ sâu

Vào tháng 5 năm 2021, các quan chức Vương quốc Anh đã chỉ ra rằng Vương quốc Anh sẽ áp dụng cách tiếp cận dựa trên rủi ro để xem xét và phê duyệt các loại hóa chất

và thuốc trừ sâu nông nghiệp, khi họ thiết lập các chính sách quản lý hậu Brexit. Vào năm 2022, Vương quốc Anh đã thông báo hai biện pháp lên WTO đề xuất hạ thấp MRL quan trọng đối với người trồng trọt, dựa trên các đánh giá rủi ro đã được hoàn thành khi Vương quốc Anh là thành viên của EU. Vào tháng 11 năm 2022, Vương quốc Anh đã chỉ ra rằng họ sẽ tiếp tục áp dụng cách tiếp cận dựa trên rủi ro của EU đối với MRL trong khi phát triển các quy trình quản lý của riêng mình.

HÀNG HÓA NHẬP KHẨU TẠM THỜI

Không thu thuế nhập khẩu hoặc thuế đối với việc nhập khẩu tạm thời hàng hóa được bảo vệ bởi hệ thống này vì các hiệp hội quốc gia cấp Sổ tạm thời ATA đã thiết lập được sự bảo đảm hợp lệ quốc tế. Các hiệp hội quốc gia này được Hải quan chấp thuận và liên kết với chuỗi bảo lãnh quốc tế do Liên đoàn Phòng Thương mại Quốc tế (ICC/WCF) quản lý.



TEMPORARY IMPORT VS ATA CARNET

Khi trình bày các mẫu thương mại cho khách hàng hoặc khách hàng tiềm năng, việc trưng bày các thiết bị chuyên nghiệp để sử dụng tại hội chợ thương mại hoặc vận chuyển thiết bị để cung cấp dịch vụ, Sổ ATA hiện là tài liệu được cộng đồng doanh nghiệp sử dụng rộng rãi nhất cho các hoạt động quốc tế liên quan đến việc tạm nhập hàng hóa. Lưu ý rằng Sổ ATA không được khuyến nghị sử dụng cho hàng hóa dự định bán.

HÀNG HÓA CẤM VÀ HẠN CHẾ NHẬP KHẨU

Có một số hàng hóa không được phép mang vào Vương quốc Anh trong bất kỳ trường hợp nào và một số hàng hóa bị hạn chế. Các hàng hóa sau đây bị cấm hoàn toàn bất kể quốc gia xuất xứ: ma túy bất hợp pháp, vũ khí tấn công như dao bấm và dao tròng lực, bình xịt tự vệ như bình xịt tiêu và CS (Ortho-chlorobenzalmalononitrilegas), vật liệu khiếm nhã và khiêu dâm, kim cương thô và nhập khẩu cá nhân các sản phẩm từ thịt và sữa. Chính phủ Vương quốc Anh cung cấp thông tin mới nhất và đầy đủ về hàng hóa bị cấm hoặc hạn chế.

Có một số hàng hóa bạn không được phép mang vào Vương quốc Anh - chúng sẽ bị hải quan tịch thu, bao gồm:

- Thuốc bị kiểm soát.
- Vũ khí tấn công, ví dụ như dao bấm.
- Bình xịt tự vệ, ví dụ như bình xịt tiêu và khí CS.
- Các loài động vật và thực vật có nguy cơ tuyệt chủng.



- Kim cương thô.
- Vật liệu khiếm nhã và khiêu dâm, chẳng hạn như sách, tạp chí, phim và DVD.

- Nhập khẩu cá nhân các sản phẩm từ thịt và sữa từ hầu hết các quốc gia ngoài EU.
- Các mặt hàng bị hạn chế.
- Một số hàng hóa bị hạn chế - như súng, chất nổ và đạn dược. Bạn cần có giấy phép đặc biệt để mang chúng vào Vương quốc Anh.
Một số sản phẩm thực phẩm và thực vật cũng bị hạn chế nếu chúng:
 - Không sạch sâu bệnh.
 - Không dành cho mục đích sử dụng của riêng bạn.
 - Không được trồng ở EU.
- Nếu bạn mang theo hàng hóa bị nghi ngờ vi phạm quyền sở hữu trí tuệ (ví dụ như bản sao phim hoặc nhạc 'lậu'), chúng có thể bị tịch thu và bạn có thể bị truy tố.
- Kiểm tra xem bạn có cần giấy phép CITES không.
- Bạn có thể cần phải xin giấy phép hoặc chứng chỉ nếu bạn mang theo các mặt hàng được Công ước về buôn bán quốc tế các loài động vật và thực vật hoang dã nguy cấp (CITES) bảo vệ vào Vương quốc Anh. Bao gồm một số loại thực phẩm và sản phẩm làm đẹp, đồ da kỳ lạ, lông thú, nhạc cụ bằng gỗ, đồ lưu niệm du lịch và một số loại thuốc. Kiểm tra xem bạn có cần giấy phép CITES không.

XU HƯỚNG TIÊU DÙNG CỦA NGƯỜI VƯƠNG QUỐC ANH

Giai đoạn trước Covid-19, hành vi tiêu dùng của người dân Vương quốc Anh bị ảnh hưởng bởi nhiều yếu tố từ kinh tế, công nghệ đến môi trường và xã hội. Trong đó, các yếu tố như thương mại điện tử, tiêu dùng bền vững, tác động của mạng xã hội và nhận thức xã hội mới đóng vai trò quan trọng trong việc định hình hành vi tiêu dùng.

➤ Ảnh hưởng của yếu tố kinh tế đến hành vi tiêu dùng

Trước thời điểm xảy ra đại dịch Covid-19, nền kinh tế Vương quốc Anh duy trì sự ổn định tương đối với mức thu nhập khá dụng bình quân đầu người tăng nhẹ, hỗ trợ cho xu hướng tiêu dùng tích cực. Chi tiêu hộ gia đình chiếm tỷ trọng lớn trong GDP, phản ánh vai trò trung tâm của tiêu dùng nội địa trong tăng trưởng kinh tế. Tuy nhiên, giai đoạn hậu trung cầu dân ý Brexit (từ năm 2016 trở đi) đã làm xuất hiện tâm lý thận trọng ở một bộ phận người tiêu dùng, do lo ngại bất ổn kinh tế, biến động tỷ giá GBP và áp lực lạm phát tiềm ẩn. Chi phí sinh hoạt cao, đặc biệt là nhà ở và năng lượng, cũng ảnh hưởng rõ rệt đến cơ cấu chi tiêu, khiến người dân ưu tiên những sản phẩm, dịch vụ thiết yếu và có giá trị sử dụng dài hạn.

➤ Tác động của xã hội và văn hóa đến thói quen tiêu dùng

Trước đại dịch, ta có thể nhận thấy rõ sự chuyển mình trong các giá trị tiêu dùng ở thị trường Vương quốc Anh. Người tiêu dùng ngày càng quan tâm đến yếu tố đạo đức và trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp, thể hiện qua xu hướng ưa chuộng sản phẩm thân thiện với môi trường, có nguồn gốc bền vững, hoặc được sản xuất bởi doanh nghiệp “có trách nhiệm”. Lối sống hiện đại, đề cao tiện ích, hiệu quả và tiết kiệm thời gian khiến các sản phẩm/dịch vụ có tính tiện lợi, giao hàng nhanh, hỗ trợ trực tuyến... được ưa chuộng. Đồng thời, sự đa dạng về sắc tộc, văn hóa trong xã hội cũng tạo nên thị trường tiêu dùng phong phú, nhiều thị trường ngách, mở ra cơ hội cho hàng hóa nhập khẩu hoặc sản phẩm bản địa hóa theo từng cộng đồng dân cư ở Vương quốc Anh.

➤ Vai trò ngày càng tăng của công nghệ trong hành vi tiêu dùng

Công nghệ là một trong những động lực mạnh mẽ định hình thói quen tiêu dùng trước đại dịch. Người dân Vương quốc Anh nhanh chóng tiếp cận và sử dụng các nền tảng mua sắm trực tuyến, biến thương mại điện tử trở thành một kênh tiêu dùng chủ đạo. Các công cụ như ứng dụng so sánh giá, đánh giá sản phẩm, thanh toán không tiếp xúc (contactless payment), ví điện tử và ngân hàng số được sử dụng phổ biến, đặc biệt trong nhóm người tiêu dùng trẻ tuổi. Mạng xã hội như Instagram, Facebook, YouTube cũng đóng vai trò lớn trong việc tạo ra xu hướng mua sắm thông qua influencer, quảng cáo hướng mục tiêu và các chương trình khuyến mãi được cá nhân hóa. Nhờ vậy, hành vi mua sắm trở nên năng động, dễ thay đổi và phụ thuộc nhiều vào trải nghiệm số hóa.

➤ Nhận thức về môi trường và tiêu dùng bền vững

Trong bối cảnh biến đổi khí hậu và ô nhiễm môi trường trở thành mối quan tâm toàn cầu, người tiêu dùng Vương quốc Anh thể hiện xu hướng chuyển dịch mạnh mẽ sang tiêu dùng xanh. Trước dịch Covid-19, đa phần người tiêu dùng đã chủ động giảm sử dụng nhựa một lần, lựa chọn sản phẩm tái chế, thực phẩm hữu cơ, thời trang chậm (slow fashion) và các thương hiệu thể hiện trách nhiệm xã hội. Những yếu tố như bao bì thân thiện với môi trường, quy trình sản xuất ít phát thải, hoặc chứng nhận “fair trade” trở thành tiêu chí quan trọng trong quyết định mua sắm. Chính phủ Vương quốc Anh cũng đóng vai trò tích cực trong thúc đẩy xu hướng này thông qua các chính sách cấm nhựa, thuế môi trường và chiến dịch nâng cao nhận thức cộng đồng.

➤ Đặc điểm cá nhân và tâm lý học người tiêu dùng

Hành vi tiêu dùng tại Vương quốc Anh cũng bị ảnh hưởng mạnh bởi các yếu tố cá nhân như độ tuổi, giới tính, trình độ học vấn và giá trị sống. Nhóm người trẻ (18 - 35 tuổi) thường ưa thích trải nghiệm mua sắm linh hoạt, sử dụng công nghệ, quan tâm đến hình ảnh thương hiệu và các vấn đề xã hội. Trong khi đó, người tiêu dùng trung niên và cao tuổi ưu tiên sự ổn định, chất lượng sản phẩm, độ tin cậy thương hiệu và dịch vụ hậu mãi. Trình độ học vấn cao gắn liền với mức độ nhận thức về quyền lợi tiêu dùng, khả năng phân tích thông tin và xu hướng lựa chọn sản phẩm “có trách nhiệm”. Ngoài ra, tâm lý tiêu dùng trước dịch mang tính tích cực nhưng thận trọng, thể hiện rõ trong các khoản chi lớn như mua nhà, ô tô, hoặc đầu tư vào giáo dục, chăm sóc sức khỏe.



Nhiều mặt hàng nông sản của Việt Nam được bày tại siêu thị Longdan để phục vụ người tiêu dùng thành phố Milton Keynes.

➤ Sự dịch chuyển mạnh mẽ sang tiêu dùng kỹ thuật số

Sau đại dịch, người tiêu dùng tại Vương quốc Anh ngày càng phụ thuộc vào các nền tảng mua sắm trực tuyến, không chỉ trong lĩnh vực bán lẻ mà còn mở rộng sang thực phẩm, dược phẩm, giáo dục, tài chính và dịch vụ giải trí. Hành vi mua sắm “online-first” trở nên phổ biến, đặc biệt ở nhóm tuổi trung niên trở lên, nhóm khách hàng này vốn

trước đây ưu tiên kênh bán lẻ truyền thống. Các dịch vụ như giao hàng trong ngày, click-and-collect, livestream bán hàng, hỗ trợ khách hàng bằng chatbot đã trở thành tiêu chuẩn mới. Thương mại điện tử tiếp tục duy trì mức tăng trưởng cao ngay cả khi các cửa hàng vật lý mở cửa trở lại, cho thấy sự thay đổi mang tính cấu trúc trong hành vi tiêu dùng.

➤ **Gia tăng ý thức về sức khỏe và an toàn**



Nhãn sản phẩm là yêu cầu bắt buộc khi kinh doanh ở Vương Quốc Anh.

Covid-19 đã làm nổi bật tầm quan trọng của sức khỏe cá nhân, dẫn đến sự tăng trưởng đột biến trong chi tiêu cho các sản phẩm chăm sóc sức khỏe, thực phẩm chức năng, thực phẩm hữu cơ, thiết bị theo dõi sức khỏe cá nhân (như smartwatch, máy đo huyết áp, lọc không khí). Người tiêu dùng Anh hậu dịch có xu hướng ưu tiên các sản phẩm có nguồn gốc rõ ràng, chứng nhận an toàn và chế độ dinh dưỡng lành mạnh. Bên cạnh đó, các dịch vụ y tế từ xa, tư vấn dinh dưỡng online, hoặc bài tập thể thao tại nhà cũng phát triển mạnh. An toàn vệ sinh trong khâu vận chuyển – đóng gói – giao hàng tiếp tục là tiêu chí quan trọng khi lựa chọn nhà bán lẻ.

➤ Xu hướng tiêu dùng tiết kiệm, thận trọng

Mặc dù nền kinh tế Vương quốc Anh dần phục hồi sau đại dịch, tâm lý người tiêu dùng vẫn duy trì sự thận trọng nhất định, đặc biệt trong bối cảnh lạm phát cao, chi phí sinh hoạt tăng mạnh (đặc biệt là giá năng lượng, nhà ở, thực phẩm). Người dân có xu hướng:

- Ưu tiên mua hàng thiết yếu, giảm tiêu dùng không cần thiết.
- Tăng cường săn khuyến mãi, sử dụng voucher, so sánh giá trước khi mua.
- Gia tăng tiêu dùng trong các cửa hàng giảm giá như Aldi, Lidl, hoặc các chợ địa phương.

Đây là biểu hiện rõ nét của tâm lý tiết kiệm sau khủng hoảng, tương tự những gì từng xảy ra sau khủng hoảng tài chính 2008.

➤ Tăng cường tiêu dùng xanh và bền vững

Covid-19 không làm gián đoạn mà còn đẩy nhanh quá trình chuyển dịch sang tiêu dùng bền vững tại thị trường này. Người tiêu dùng ngày càng quan tâm đến chuỗi cung ứng xanh, tính đạo đức của doanh nghiệp, và tác động của sản phẩm đến môi trường. Các nhãn hàng muốn tồn tại sau dịch buộc phải công khai chiến lược ESG (Môi trường – Xã hội – Quản trị), đồng thời minh bạch về quy trình sản xuất, vận chuyển và tái chế. Xu hướng mua hàng second-hand, cho thuê đồ dùng (quần áo, nội thất, thiết bị) và sản phẩm không bao bì (refill) cũng phát triển đáng kể.

➤ Hành vi tiêu dùng dựa trên cảm xúc và trải nghiệm cá nhân

Sau thời gian dài giãn cách xã hội, người tiêu dùng có xu hướng quay trở lại các giá trị mang tính cảm xúc và trải nghiệm: họ chi nhiều hơn cho du lịch, trải nghiệm sống, gắn kết gia đình và các hoạt động văn hóa - giải trí, thay vì vật chất đơn thuần. Các thương hiệu thành công là những đơn vị biết cá nhân hóa trải nghiệm khách hàng, tạo sự đồng cảm và xây dựng mối quan hệ lâu dài qua kênh số. Trong bán lẻ, các hình thức như live chat, gợi ý sản phẩm thông minh, loyalty program và dịch vụ hậu mãi tốt trở thành yếu tố giữ chân khách hàng.

➤ Tác động mạnh mẽ của mạng xã hội và cộng đồng số

Thời kỳ hậu Covid-19, người tiêu dùng Vương quốc Anh gắn bó chặt chẽ hơn với các nền tảng số, đặc biệt là TikTok, Instagram, YouTube và các cộng đồng mua sắm

online. Họ chủ động tìm kiếm lời khuyên, đọc đánh giá, và tham khảo cộng đồng trước khi mua. “Social proof” (bằng chứng xã hội) trở thành yếu tố ảnh hưởng lớn tới quyết định mua hàng. Xu hướng “TikTok made me buy it” xuất hiện như một dạng hành vi tiêu dùng bộc phát dựa trên trào lưu. Ngoài ra, các micro-influencers, nhóm cộng đồng chuyên biệt (ví dụ: nhóm mẹ bỉm, nhóm tiêu dùng xanh, nhóm sale-hunter) ngày càng đóng vai trò quan trọng trong việc dẫn dắt xu hướng tiêu dùng.

VĂN HÓA VÀ TẬP QUÁN KINH DOANH TẠI THỊ TRƯỜNG VƯƠNG QUỐC ANH

➤ Văn hóa kinh doanh

Vương quốc Anh là một xã hội đa dạng và đa sắc tộc. Từ Anh đến Scotland, từ xứ Wales đến Bắc Ireland, mỗi vùng đều có bản sắc và đặc điểm văn hóa riêng. Văn hóa kinh doanh tại Vương quốc Anh mang sắc thái lịch sự, nhã nhặn, kỷ luật và đúng giờ. Người Anh nổi tiếng với khiếu hài hước và sự châm biếm, họ có thể sử dụng việc này trong kinh doanh. Khi tham gia vào kinh doanh ở Anh, hiểu và đánh giá cao sự hài hước của người Anh có thể giúp bạn điều hướng các cuộc trò chuyện và xây dựng mối quan hệ với các đối tác Anh của bạn.

Người Vương quốc Anh thích làm việc với những người mà họ có một số mối quan hệ quen biết. Do đó, nên thử sử dụng sự giới thiệu của bên thứ ba để bắt đầu các mối quan hệ kinh doanh. Khi tiến hành kinh doanh tại Vương quốc Anh, tính đúng giờ được đánh giá cao. Người Vương quốc Anh đánh giá cao sự đúng giờ, vì vậy hãy đến sớm hơn vài phút cho các cuộc họp và cuộc hẹn. Ngoài ra, hãy duy trì thái độ lịch sự và chuyên nghiệp trong suốt quá trình tương tác của bạn. Thái độ lịch sự, cách cư xử tốt và tôn trọng không gian cá nhân được đánh giá cao trong môi trường kinh doanh tại Vương quốc Anh.

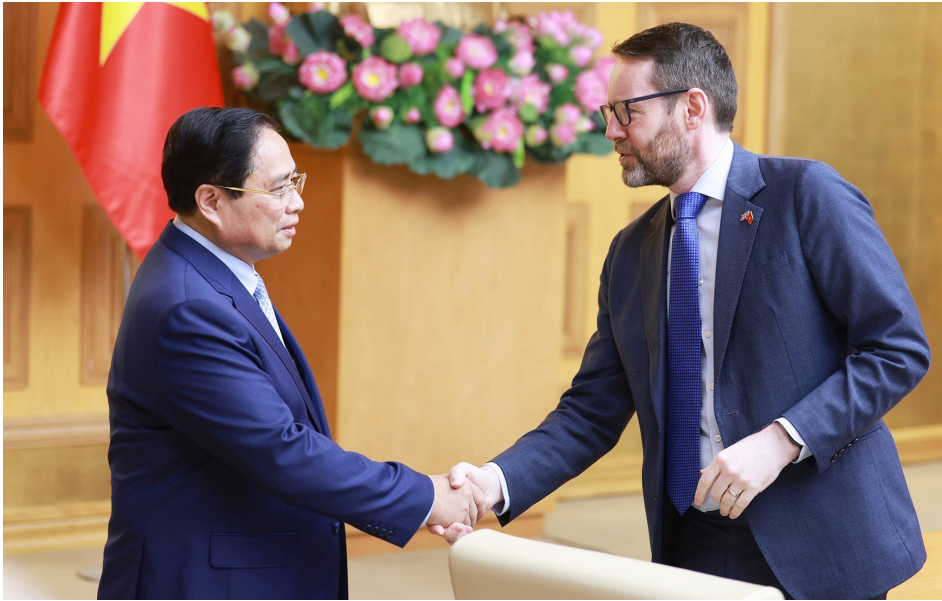
Người Vương quốc Anh nổi tiếng với phong cách giao tiếp kín đáo và gián tiếp. Đừng ngạc nhiên nếu bạn gặp phải mức độ trang trọng và lịch sự trong các cuộc trò chuyện kinh doanh.

➤ Cử chỉ giao tiếp, chào hỏi trong kinh doanh

Các cuộc tiếp xúc đầu tiên Người Vương quốc Anh thường giao tiếp qua email và sau đó tham gia vào các hình thức giao tiếp trực tiếp khác, bao gồm các cuộc họp trực tiếp và cuộc gọi hội nghị. Tốt hơn là gửi email trực tiếp cho người có liên quan, bằng chức danh, họ tên đầy đủ của họ và sử dụng giọng điệu trang trọng. Người Vương quốc Anh muốn tìm hiểu về bạn và hiểu những gì có lợi cho họ trước khi thiết lập một cuộc họp. Do đó,

email yêu cầu họp ban đầu phải giải quyết các nhu cầu cụ thể của bộ phận cụ thể và nêu rõ mục tiêu của cuộc họp. Email phải được gửi trước ít nhất vài ngày.

Điều quan trọng là phải đến đúng giờ hoặc thậm chí đến sớm một chút. Việc đến muộn sẽ gây ảnh hưởng xấu trong môi trường chuyên nghiệp và các cộng sự nước ngoài chắc chắn phải thông báo cho các đối tác người Vương quốc Anh của họ về sự chậm trễ của họ bằng cách giải thích và xin lỗi. Các cuộc họp cũng được lên lịch trước và chương trình nghị sự dự kiến sẽ được chia sẻ trước cuộc họp. Các cuộc họp thường tuân theo chương trình nghị sự. Tuy nhiên, nếu có những vấn đề khác cần thảo luận, người Vương quốc Anh có thể dành thời gian cho họ vào cuối buổi.



Thủ tướng Phạm Minh Chính và Đại sứ Vương quốc Anh tại Việt Nam Iain Frew.

Duy trì giao tiếp bằng mắt trực tiếp trong khi giới thiệu được đón nhận nồng nhiệt. Khi gặp người khác giới, phụ nữ có xu hướng đưa tay ra trước. Nếu ai đó tự giới thiệu mình là "Bà" hoặc "Ông" bằng họ của họ, thì nên sử dụng các hình thức này cho đến khi được yêu cầu sử dụng tên của họ.

➤ **Gặp gỡ, đàm phán**

Không nên trao đổi về các chủ đề cá nhân để tránh xâm phạm vào cuộc sống riêng tư của các đối tác người Vương quốc Anh của bạn. Trong khi người Vương quốc Anh

có xu hướng khá trang trọng, đặc biệt là trong giai đoạn đầu của cuộc đàm phán, sự hài hước được sử dụng rất nhiều để làm dịu bối cảnh. Bạn cũng nên đáp lại điều này để tạo ra bầu không khí tốt cho cuộc thảo luận.



Bà Alex Smith, đại diện Tổng Lãnh sự quán Anh (trái) và bà Võ Thị Trung Trinh, Giám đốc Trung tâm Chuyển đổi số TP.HCM ký kết bản ghi nhớ hợp tác trong lĩnh vực khoa học công nghệ, đổi mới sáng tạo.

Điều quan trọng là phải đưa ra lập luận của bạn bằng các sự kiện, số liệu thực tế và tránh mọi tuyên bố cường điệu. Đề nghị của bạn nên nhấn mạnh vào các kịch bản đôi bên cùng có lợi. Người Vương quốc Anh có thể sẽ giữ bí mật về đề nghị cuối cùng của họ, do đó bạn không nên tiết lộ ý định của mình quá sớm. Người Vương quốc Anh có thể thận trọng và không có khả năng cam kết bất cứ điều gì ngay lập tức, vì vậy bạn không nên mong đợi các quyết định cuối cùng được đưa ra trong các cuộc họp đầu tiên. Tuy nhiên, bạn có thể chủ động và đặt những câu hỏi gợi ý. Điều này sẽ khuyến khích các đối tác người Vương quốc Anh của bạn có quyết định trong một khung thời gian cụ thể. Mặc dù có tính trang trọng, người Vương quốc Anh thường thích có cách tiếp cận thoải mái về kinh doanh, do đó tốt hơn là tạo ấn tượng rằng mọi thứ đều được quản lý tốt và trong tầm kiểm soát. Nếu các đối tác người Vương quốc Anh của bạn quan tâm đến việc tìm hiểu thêm về đề nghị của bạn, rất có thể họ sẽ chấp nhận hoặc đề xuất một cuộc họp tiếp theo hoặc một bữa trưa hay tối kinh doanh.

Các cuộc đàm phán tại Vương quốc Anh thường được tiến hành với thái độ lịch sự, gián tiếp và tránh xung đột. Hãy chuẩn bị kỹ lưỡng dữ liệu, phân tích chi phí và thái độ chuyên nghiệp. Hãy chú ý đến những sắc thái của ngôn ngữ và giọng điệu được sử dụng trong quá trình đàm phán, vì các chuyên gia người Anh có thể sử dụng cách nói bóng gió và gợi ý thay vì phản đối hoặc gợi ý trực tiếp. Hãy kiên nhẫn và tập trung vào việc xây dựng mối quan hệ trong suốt quá trình đàm phán.

Quá trình ra quyết định thường mất thời gian và các giám đốc điều hành cấp cao luôn ghi nhớ ngân sách hàng năm của công ty, đặc biệt là trước khi tham gia vào một thỏa thuận lớn.

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

Tiếng Anh là ngôn ngữ chính thức của Vương quốc Anh và là ngôn ngữ kinh doanh chính của nước này. Tuy nhiên, tiếng Wales là ngôn ngữ chính thức của xứ Wales.

➤ **Cách trao danh thiếp**

Danh thiếp thường được trao đổi trong cuộc gặp đầu tiên và bạn phải luôn tỏ ra trân trọng với danh thiếp nhận được. Mặc dù việc trao đổi danh thiếp đang trở nên ít phổ biến hơn, nhưng nó vẫn có ý nghĩa quan trọng tại các hội nghị và trong những bối cảnh trang trọng. Khi trao đổi danh thiếp, hãy thực hiện một cách tôn trọng và hãy liếc nhìn đối tác một cách lịch sự. Hãy nhớ gọi mọi người bằng tên và họ của họ.

➤ **Trang phục trong kinh doanh**

Quy định về trang phục khi làm việc với đối tác tại Vương quốc Anh là trang trọng, yêu cầu sự chuẩn mực đối với cả nam và nữ. Nam giới được yêu cầu mặc vest tối màu với áo sơ mi và cà vạt trong khi phụ nữ thường mặc vest công sở, váy hoặc áo cánh. Phụ kiện thường được đeo. Trang phục công sở giản dị hoặc áo phông và quần jean được chấp nhận trong các lĩnh vực ít trang trọng hơn (ví dụ: ngành công nghiệp sáng tạo, CNTT).

Ở Vương quốc Anh, trang phục công sở thiên về tính trang trọng và bảo thủ, đặc biệt là trong các ngành như tài chính, đầu tư, dịch vụ chuyên nghiệp và thực phẩm và đồ uống. Nam giới mặc vest tối màu với áo sơ mi và cà vạt, trong khi phụ nữ nên chọn váy hoặc quần áo. Ăn mặc phù hợp thể hiện sự chuyên nghiệp và tôn trọng môi trường kinh doanh.

➤ **Cách tặng quà cho đối tác**

Ở Vương quốc Anh việc tặng quà không nhất thiết và đây là một phần của văn hóa kinh doanh. Một số công ty được khuyến khích không chấp nhận bất kỳ loại quà tặng nào trong khi những công ty khác bị ngăn cấm làm như vậy vì lý do pháp lý. Nếu được tặng quà, điều quan trọng là phải đảm bảo rằng món quà không quá đắt để bị coi là hối lộ hoặc quá rẻ để bị coi là xúc phạm. Quà tặng phù hợp bao gồm: thiệp chúc mừng của công ty, bút, sách hoặc quà lưu niệm từ quốc gia của khách. Kết thúc đàm phán thành công cũng là dịp chấp nhận được để trao đổi quà tặng. Quà tặng thường được mở ngay lập tức.

HOẠT ĐỘNG GIAO THƯƠNG GIỮA VIỆT NAM VÀ VƯƠNG QUỐC ANH

TỔNG QUAN HOẠT ĐỘNG THƯƠNG MẠI CỦA VƯƠNG QUỐC ANH



Bộ Công thương và Đại sứ Vương quốc Anh tại Việt Nam ký kết MOU phòng chống hàng hóa giả mạo và xâm phạm quyền sở hữu trí tuệ theo cam kết.

Tổ chức Thương mại thế giới (WTO) trong ấn phẩm thường niên Trade Profile 2023 ghi nhận về thứ hạng thương mại toàn cầu trong năm 2022 thì Vương quốc Anh đứng thứ 15 về xuất khẩu và đạt hạng 6 nhập khẩu hàng hóa trên thế giới. Về dịch vụ, Vương quốc Anh đứng thứ 2 về xuất khẩu và 5 về nhập khẩu.

Chỉ số tự do kinh tế của Vương quốc Anh là 69,3 là nền kinh tế đứng thứ 33 trong năm 2025. Vương quốc Anh được xếp hạng thứ 18 trong số 44 quốc gia ở khu vực Châu Âu, và có chỉ số tự do kinh tế cao hơn mức trung bình của thế giới và cả khu vực. (Nguồn: Heritage)

Vương quốc Anh là nền kinh tế lớn thứ 2 ở châu Âu và lớn thứ 6 trên thế giới. Trong những năm gần đây, chính phủ Anh đã thực hiện một số cải cách kinh tế và quy định để thu hút các doanh nghiệp và nhà đầu tư nước ngoài.

Vương quốc Anh có một nền kinh tế phát triển, đi đầu trong cuộc Cách mạng Công nghiệp thế kỷ 19. Sau gần 40 năm phục hồi về mặt kinh tế sau chiến tranh cộng với việc

trở thành thành viên của Cộng đồng Kinh tế Châu Âu (cuối cùng là Liên minh Châu Âu [EU]), nền kinh tế Anh đã cải thiện đáng kể khả năng cạnh tranh của mình. Tốc độ tăng trưởng kinh tế trong những năm 1990 khá khả quan so với các nước công nghiệp hàng đầu khác. Đóng góp của ngành sản xuất vào tổng sản phẩm quốc nội (GDP) đã giảm xuống còn khoảng một phần năm tổng số, với dịch vụ là nguồn tăng trưởng lớn nhất.

Kể từ năm 2008, khi Vương quốc Anh áp dụng chính sách thắt lưng buộc bụng, từ bỏ các khoản đầu tư lớn vào nhiều chương trình xã hội, thu nhập thực tế khả dụng của người dân hầu như không tăng và sức mua giảm đáng kể. Ba cú sốc lớn - Brexit, đại dịch COVID-19 và cuộc chiến ở Ukraine - đã khiến nền kinh tế Anh thêm bất ổn, khiến nước này rơi vào cảnh nợ nần chồng chất. Đặc biệt, Brexit đã cắt giảm 1/4 đầu tư nước ngoài trong 5 năm và việc chia tay Liên minh châu Âu đã làm phức tạp triển vọng kinh tế.

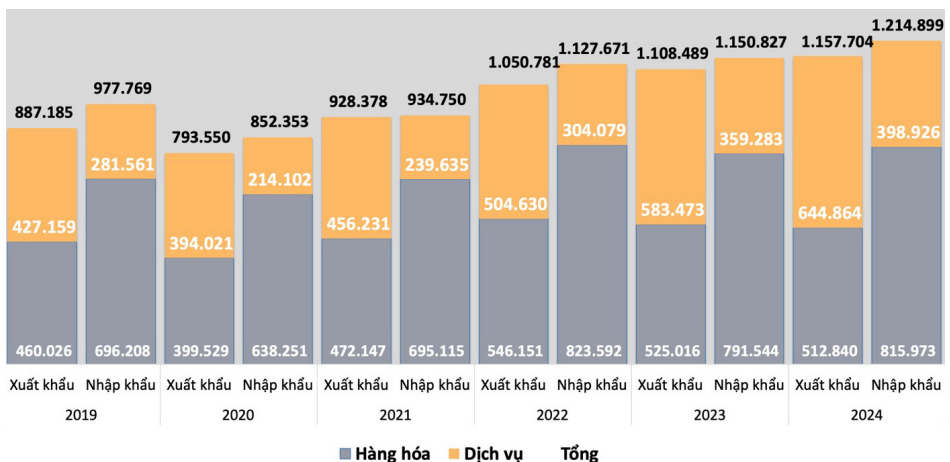
Chính phủ đã huy động được 280 tỷ bảng Anh để hỗ trợ người dân trong thời kỳ đại dịch, nhưng cuộc khủng hoảng năng lượng sau đó đã khiến chi phí sinh hoạt tăng mạnh và nợ công thậm chí còn cao hơn.

Năm 2024, tổng giá trị xuất khẩu hàng hóa của Vương quốc Anh đạt 512,84 tỷ USD, trong khi kim ngạch nhập khẩu lên tới 815,97 tỷ USD, dẫn đến mức thâm hụt thương mại hàng hóa gần 303,13 tỷ USD. Ở lĩnh vực dịch vụ, quốc gia này ghi nhận kim ngạch xuất khẩu đạt 644,86 tỷ USD, nhập khẩu ở mức 398,92 tỷ USD, tạo ra thặng dư thương mại lên đến 245,94 tỷ USD.

Kim ngạch xuất nhập khẩu hàng hóa, dịch vụ của Vương quốc Anh giai đoạn 2019 - 2024

(Nguồn: WTO)

ĐVT: triệu USD



Trong giai đoạn 2019 - 2024, cán cân thương mại tổng thể của Vương quốc Anh liên tục duy trì trạng thái nhập siêu. Mức thâm hụt cao nhất ghi nhận vào năm 2019, ở mức 90,58 tỷ USD. Riêng mảng hàng hóa, Vương quốc Anh liên tục nhập siêu kể từ năm 2019, với giá trị thâm hụt hàng năm luôn vượt mức 222,97 tỷ USD. Ngược lại, lĩnh vực dịch vụ lại là điểm sáng trong cán cân thương mại, khi liên tục duy trì mức thặng dư trên 145,60 tỷ USD trong suốt giai đoạn này, đỉnh điểm là mức 245,94 tỷ USD vào năm 2024.

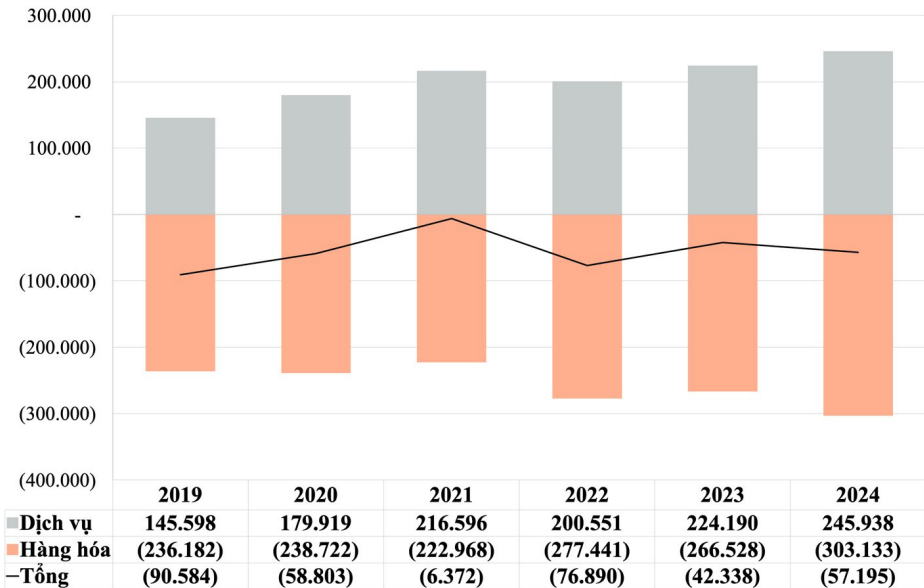


Nông sản Việt Nam được bày bán tại các siêu thị Anh.

Cán cân thương mại của Vương quốc Anh giai đoạn 2019 - 2024

(Nguồn: WTO)

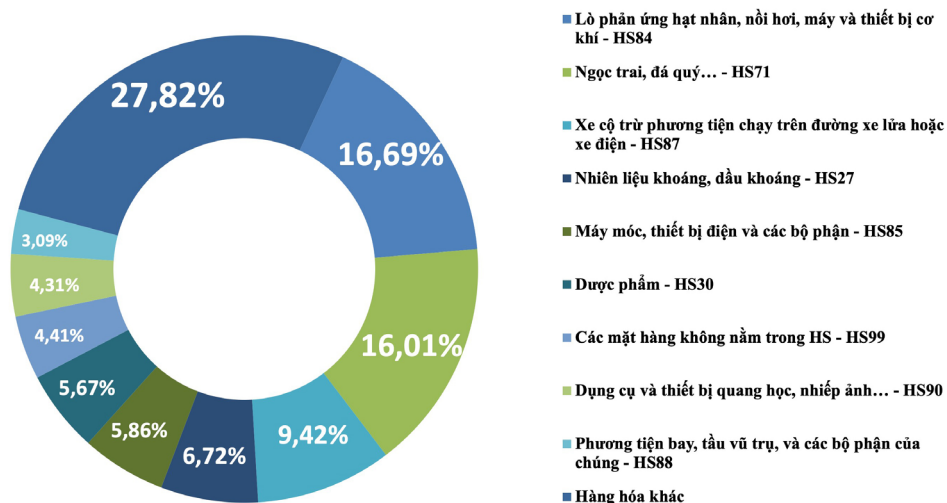
ĐVT: triệu USD



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

Những mặt hàng xuất khẩu chủ yếu của Vương quốc Anh năm 2024

(Nguồn: Trademap)



Trong năm qua, 05 mặt hàng xuất khẩu mạnh nhất của Vương quốc Anh bao gồm:

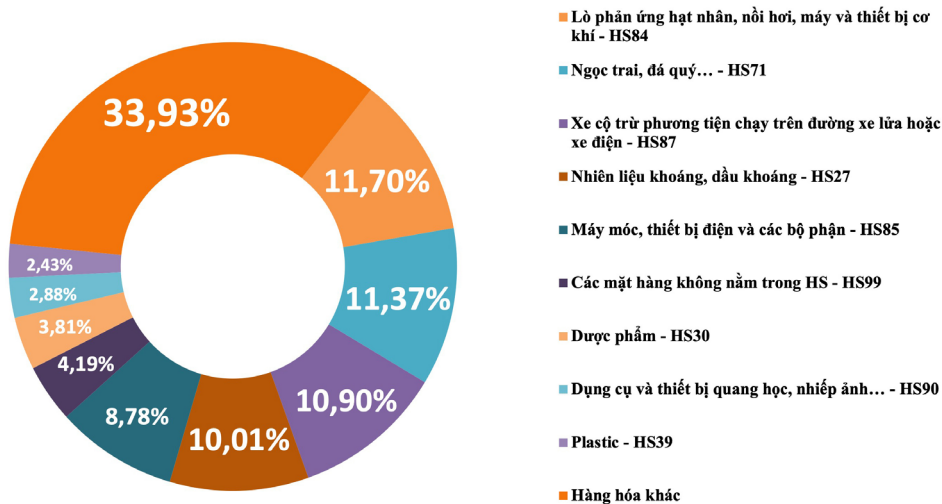
1. Lò phản ứng hạt nhân, nồi hơi, máy và thiết bị cơ khí (chiếm 16,69% tổng lượng xuất khẩu)
2. Ngọc trai, đá quý... (chiếm 16,01% tổng lượng xuất khẩu)
3. Xe cộ trừ phương tiện chạy trên đường xe lửa hoặc xe điện (chiếm 9,42% tổng lượng xuất khẩu)
4. Nhiên liệu khoáng, dầu khoáng (chiếm 6,72% tổng lượng xuất khẩu)
5. Máy móc, thiết bị điện và các bộ phận (chiếm 5,86% tổng lượng xuất khẩu)

Về nhập khẩu, 05 mặt hàng mà Vương quốc Anh nhập vào nhiều nhất gồm có:

1. Lò phản ứng hạt nhân, nồi hơi, máy và thiết bị cơ khí (chiếm 11,70% tổng lượng nhập khẩu).
2. Ngọc trai, đá quý... (chiếm 11,37% tổng lượng nhập khẩu).
3. Xe cộ trừ phương tiện chạy trên đường xe lửa hoặc xe điện (chiếm 10,90% tổng lượng nhập khẩu).
4. Nhiên liệu khoáng, dầu khoáng (chiếm 10,01% tổng lượng nhập khẩu).
5. Máy móc, thiết bị điện và các bộ phận (chiếm 8,78% tổng lượng nhập khẩu).

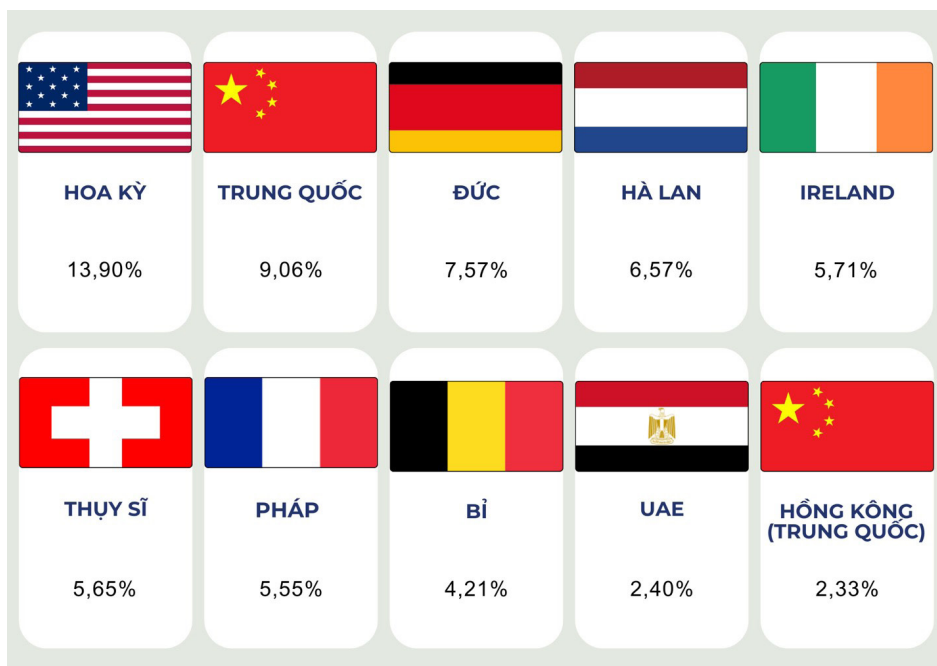
Những mặt hàng nhập khẩu chủ yếu của Vương quốc Anh năm 2024

(Nguồn: Trademap)



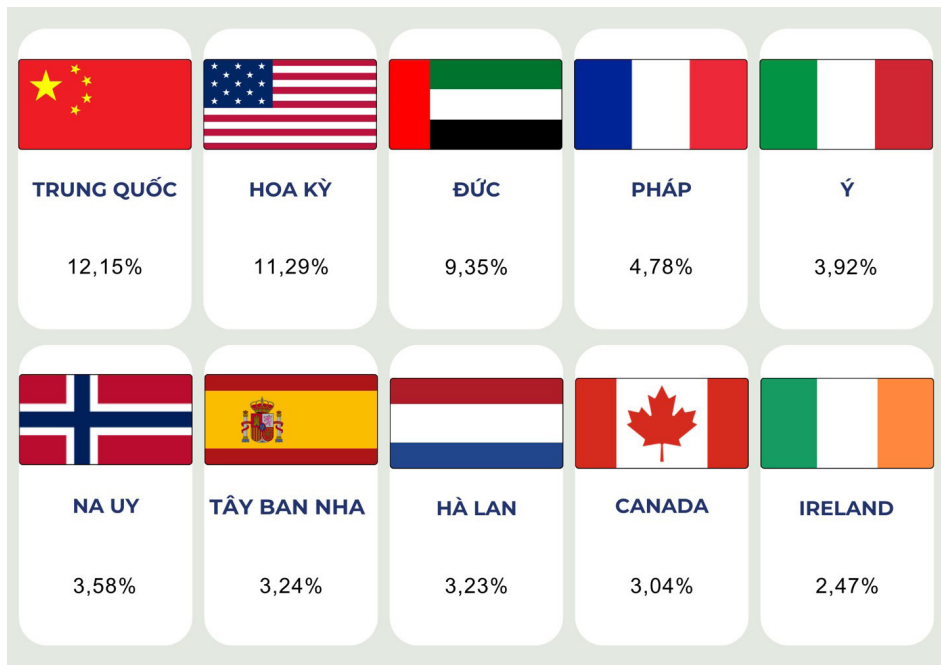
Các thị trường xuất khẩu chính của Vương quốc Anh năm 2024

(Nguồn: Trademap)



Các thị trường nhập khẩu chính của Vương quốc Anh năm 2024

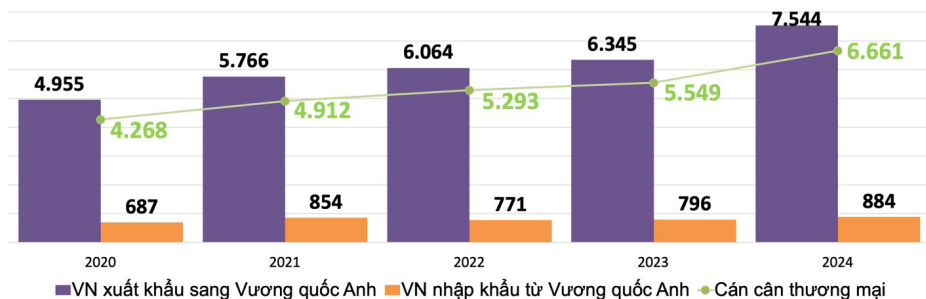
(Nguồn: Trademap)



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

(Nguồn: Cục Hải quan)

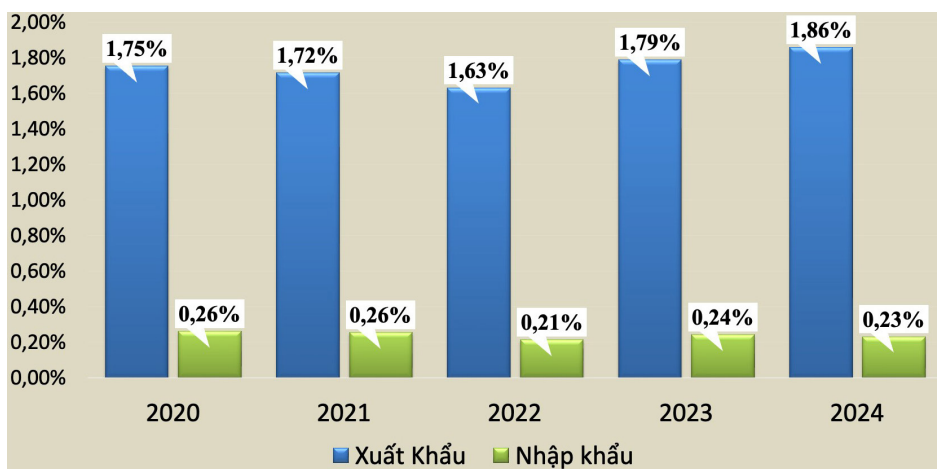
ĐVT: triệu USD



Tỉ trọng kim ngạch xuất nhập khẩu với Vương quốc Anh 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 21 vào thị trường Vương quốc Anh và là đối tác đứng thứ 48 nhập khẩu hàng hóa từ Vương quốc Anh.

Theo số liệu thống kê của Tổng cục Hải quan, tính riêng năm 2024 tổng giá trị xuất nhập khẩu hàng hóa giữa Việt Nam và Vương quốc Anh đạt 8,34 tỷ USD, tăng 18,04% so với năm 2023. Trong đó, xuất khẩu hàng hóa của các doanh nghiệp Việt Nam sang thị trường Vương quốc Anh đạt 7,54 tỷ USD, tăng 18,91% so với năm 2023, chiếm 1,86% tổng giá trị xuất khẩu của Việt Nam ra thế giới. Mức tăng trưởng tích cực này cho thấy doanh nghiệp Việt Nam đã có bước thích nghi tốt với các tiêu chuẩn cao của thị trường Anh, đồng thời tận dụng hiệu quả cơ hội từ UKVFTA. Đây là tín hiệu tích cực cho chiến lược thâm nhập sâu hơn vào thị trường các nước phát triển. Ngược lại với xu hướng xuất khẩu, kim ngạch nhập khẩu hàng hóa từ Vương quốc Anh vào Việt Nam duy trì ở mức thấp, năm 2024, nhập khẩu đạt mức cao nhất là 884 triệu USD, tăng 11,06% so với cùng kì, chiếm 0,23% giá trị nhập khẩu của Việt Nam từ tất cả các đối tác thương mại, tuy nhiên vẫn chỉ bằng khoảng 11,7% giá trị xuất khẩu. Tăng trưởng thương mại của Việt Nam với thị trường Anh năm 2024 cao hơn trung bình tăng trưởng thương mại với Liên minh châu Âu (16,8%), các nước châu Âu (17,2%) và thế giới (15,4%). Đặc biệt, kể từ khi UKVFTA có hiệu lực từ đầu năm 2021, đã góp phần thúc đẩy giao thương mạnh mẽ, dù thời gian này bị tác động nặng nề bởi dịch bệnh, biến động kinh tế, chính trị toàn cầu.

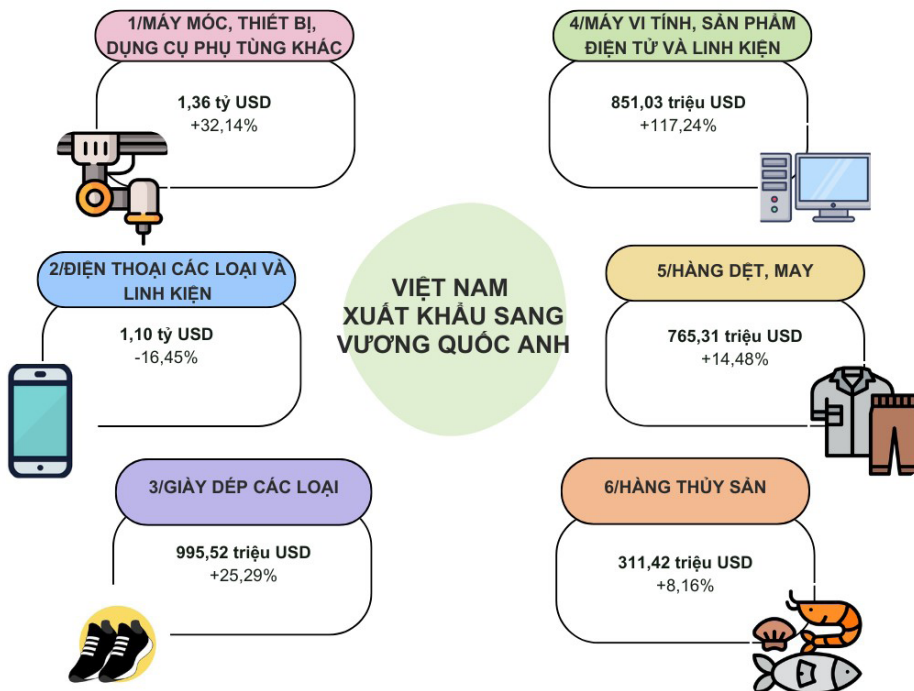
Trong giai đoạn 2020 - 2024, kim ngạch thương mại song phương giữa Việt Nam và Vương quốc Anh duy trì xu hướng tăng trưởng ổn định. Tổng giá trị xuất khẩu từ Việt Nam sang Vương quốc Anh tăng đều qua từng năm với tỷ lệ bình quân là 11,3% mỗi năm, trong khi nhập khẩu từ Anh giữ ở mức thấp và ít biến động (trung bình 7,2%/năm). Việt Nam liên tục xuất siêu với mức thặng dư gia tăng đều đặn trong suốt giai đoạn với mức giá trị tối thiểu là 4,27 tỷ USD.

Theo số liệu thống kê của Cục Hải quan, 6 tháng đầu năm 2025, thương mại hai chiều Việt Nam và Vương quốc Anh đạt hơn 4,3 tỷ USD, tăng 9,6%, trong đó xuất khẩu của Việt Nam đạt gần 3,4 tỷ USD, tăng 8,2% và nhập khẩu từ Anh đạt 461,6 triệu USD, tăng 23,1%.

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

Một số sản phẩm xuất khẩu chủ yếu của Việt Nam sang Vương quốc Anh năm 2024

(Nguồn: Cục Hải quan)

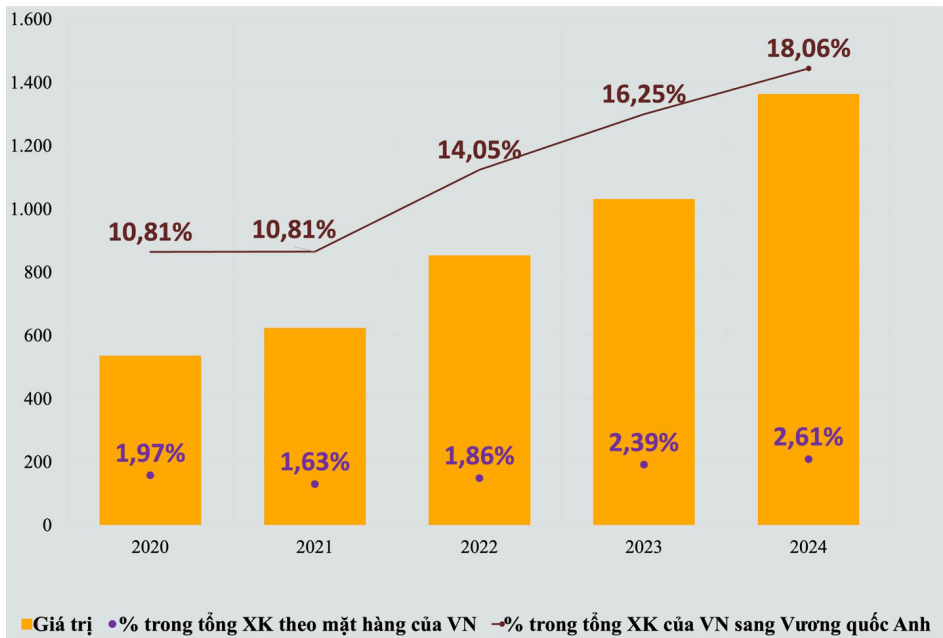


Đứng đầu trong số các mặt hàng xuất khẩu của Việt Nam vào thị trường Vương quốc Anh trong giai đoạn 2020 - 2024 là máy móc, thiết bị, dụng cụ phụ tùng khác. Theo thống kê của Tổng cục Hải quan, trong năm 2024, kim ngạch xuất khẩu mặt hàng này sang Vương quốc Anh đạt 1,36 tỷ USD, tăng 32,14% so với cùng kì năm 2023, chiếm 18,06% tổng xuất khẩu sang thị trường này. Thị trường Vương quốc Anh chiếm 2,61% tổng xuất khẩu sản phẩm cùng loại của Việt Nam. Trong suốt giai đoạn 2020-2024, kim ngạch xuất khẩu của mặt hàng này nhìn chung là tăng trưởng qua các năm.

Kim ngạch xuất khẩu máy móc, thiết bị, dụng cụ phụ tùng khác của Việt Nam sang Vương quốc Anh

(Nguồn: Cục Hải quan)

ĐVT: triệu USD

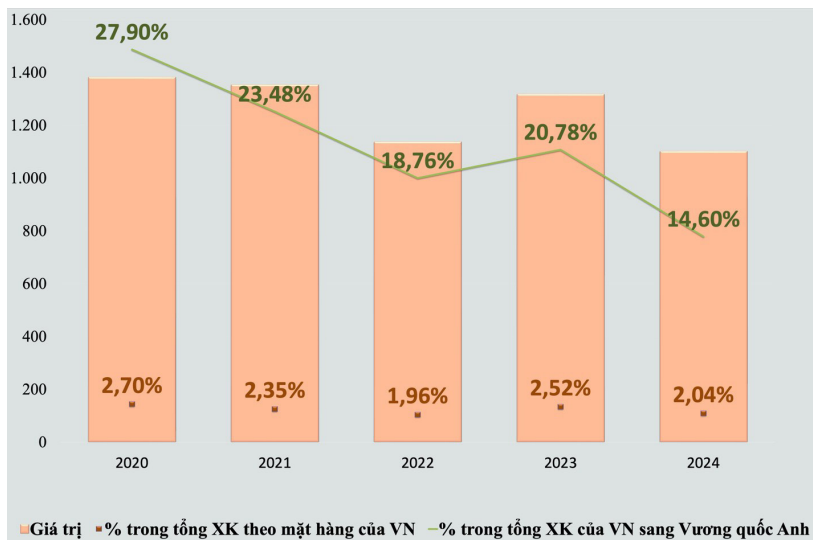


Tiếp theo là điện thoại các loại và linh kiện đạt 1,10 tỷ USD vào năm 2024, giảm 16,45% so với năm 2023, chiếm 14,60% tổng xuất khẩu của Việt Nam sang thị trường này, chiếm 2,04% thị phần các sản phẩm tương tự của Việt Nam xuất khẩu ra tất cả các nước. Trong giai đoạn năm 2020-2024, kim ngạch xuất khẩu mặt hàng này tăng trưởng không ổn định, và có tỷ lệ thay đổi bình quân là -9,80%/năm.

Kim ngạch xuất khẩu điện thoại các loại và linh kiện của Việt Nam sang Vương quốc Anh

(Nguồn: Cục Hải quan)

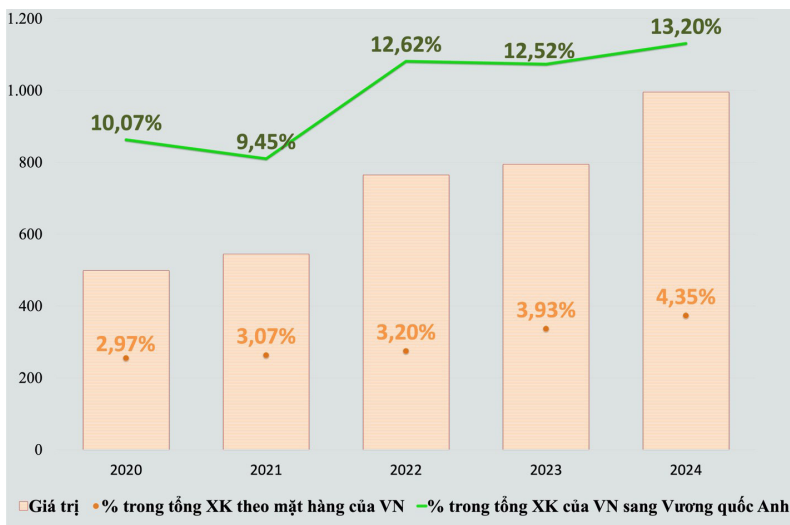
ĐVT: triệu USD



Kim ngạch xuất khẩu giày dép các loại của Việt Nam sang Vương quốc Anh

(Nguồn: Cục Hải quan)

ĐVT: triệu USD



Vị trí thứ 3 trong số những sản phẩm Việt Nam xuất khẩu nhiều nhất sang Vương quốc Anh năm 2024 là giày dép các loại, đạt 995,52 triệu USD, tăng 25,29% so với cùng kì 2023, chiếm 13,20% tổng xuất khẩu của Việt Nam sang nước này, chiếm 4,35% xuất khẩu mặt hàng cùng loại của Việt Nam với tất cả các đối tác thương mại. Trong giai đoạn 2020-2024, kim ngạch mặt hàng này tăng đều qua từng năm.

Trong năm 2024, những mặt hàng xuất khẩu sang Vương quốc Anh ghi nhận sự gia tăng về kim ngạch so với năm 2023, cụ thể là các mặt hàng: máy vi tính, sản phẩm điện tử và linh kiện (117,24%, tăng mạnh nhất trong tất cả các mặt hàng); cao su (77,99%); hàng rau quả (53,70%);... Tuy nhiên, cũng có một số mặt hàng có lượng kim ngạch giảm như: điện thoại các loại và linh kiện (-16,45%); xơ, sợi dệt các loại (-14,97%); phương tiện vận tải và phụ tùng (-10,84%).

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

Một số sản phẩm nhập khẩu chủ yếu của Việt Nam từ Vương quốc Anh năm 2024

(Nguồn: Cục Hải quan)

<p>1/Máy móc, thiết bị, dụng cụ, phụ tùng</p> <p>201,36 triệu USD -3,59%</p>			<p>4/Sản phẩm hóa chất</p> <p>56,48 triệu USD +15,53%</p>	
<p>2/Dược phẩm</p> <p>92,75 triệu USD +13,97%</p>		<p>VIỆT NAM NHẬP KHẨU TỪ VƯƠNG QUỐC ANH</p>		<p>5/Sản phẩm từ chất dẻo</p> <p>37,59 triệu USD +84,95%</p>
<p>3/Phương tiện vận tải khác & phụ tùng</p> <p>59,45 triệu USD +337,41%</p>				<p>6/Nguyên phụ liệu dệt, may, da, giấy</p> <p>36,84 triệu USD -7,19%</p>

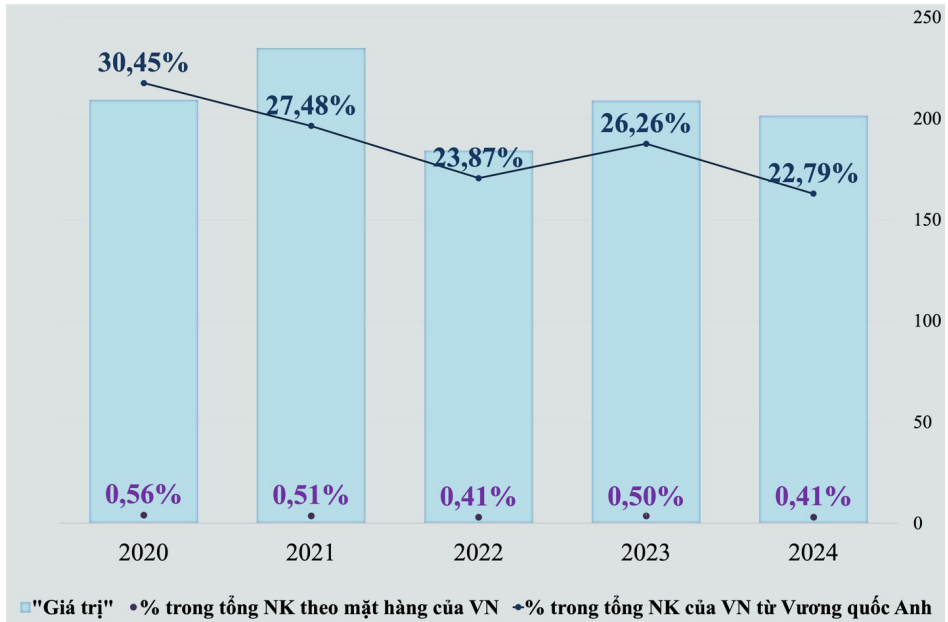
Năm 2024, đứng ở vị trí thứ nhất về kim ngạch nhập khẩu hàng hóa của Việt Nam từ Vương quốc Anh là máy móc, thiết bị, dụng cụ, phụ tùng khác, đạt 201,36 triệu USD, giảm nhẹ 3,59% so với cùng kì của năm 2023, chiếm 27,79% tổng nhập khẩu từ nước này, chiếm 0,41% giá trị nhập khẩu mặt hàng cùng loại của 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 máy móc, thiết bị, dụng cụ, phụ tùng khác của Việt Nam từ Vương quốc Anh

(Nguồn: Cục Hải quan)

ĐVT: triệu USD



Tiếp theo là được phẩm có kim ngạch đạt 92,75 tỷ USD vào năm 2024. Tỷ lệ là +13,97% so với năm 2023, chiếm 10,50% tổng nhập khẩu từ Vương quốc Anh, chiếm khoảng 2,11% tổng giá trị nhập khẩu các mặt hàng cùng loại từ thế giới. Nhu cầu nhập khẩu mặt hàng này của nước ta có xu hướng tăng trưởng trở lại trong năm 2024.

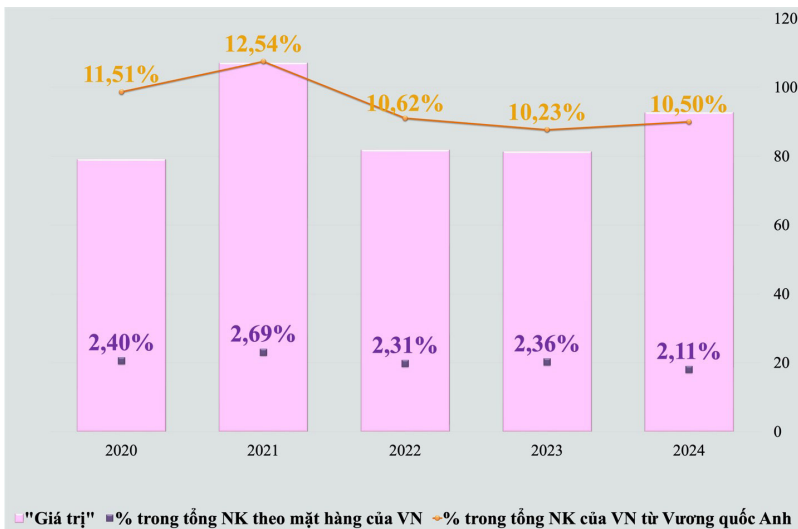


Hiện nay mặt hàng tôm đang chiếm 70% tổng kim ngạch mà xuất khẩu thủy sản Việt Nam sang Vương quốc Anh.

Kim ngạch nhập khẩu dược phẩm của Việt Nam từ Vương quốc Anh

(Nguồn: Cục Hải quan)

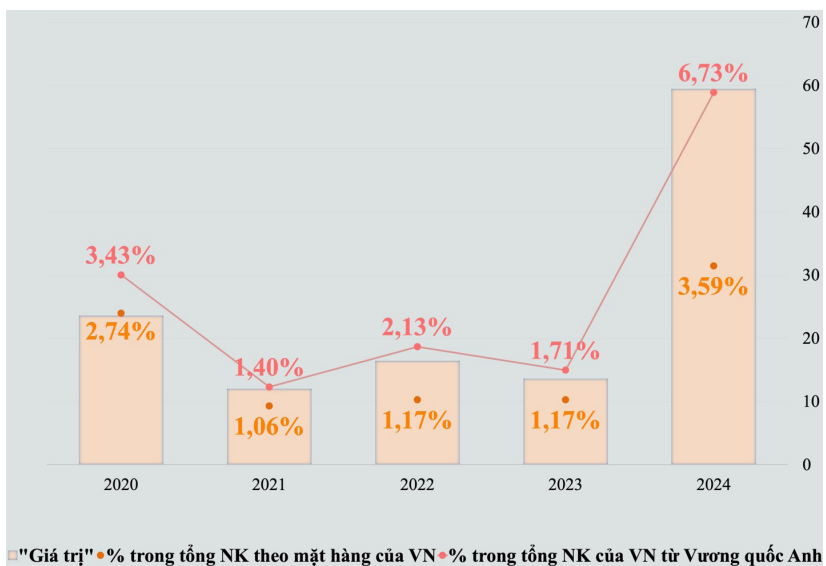
ĐVT: triệu USD



Kim ngạch nhập khẩu phương tiện vận tải khác và phụ tùng của Việt Nam từ Vương quốc Anh

(Nguồn: Cục Hải quan)

ĐVT: triệu USD



Phương tiện vận tải khác và phụ tùng là mặt hàng đứng vị trí thứ 3, đạt 59,45 tỷ USD năm 2024, tăng mạnh với tỷ lệ 337,41% so với cùng kì năm 2023, chiếm 6,73% giá trị nhập khẩu của Việt Nam từ nước này, tương đương 3,59% giá trị nhập khẩu so với mặt hàng cùng loại từ các đối tác thương mại khác. Giai đoạn 2020 - 2024, kim ngạch của mặt hàng này có sự tăng trưởng rõ rệt vào năm 2024 và tỷ lệ thay đổi bình quân của mặt hàng này dao động quanh mức 56,14%.

Trong năm 2024, các mặt hàng nhập khẩu của Việt Nam từ Vương quốc Anh 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: phương tiện vận tải khác và phụ tùng (mặt hàng tăng mạnh nhất với tỷ lệ tăng trưởng là 337,41%); cao su (163,07%); điện thoại các loại và linh kiện (162,03%);... trong khi đó, một số mặt hàng có ghi nhận sự sụt giảm về kim ngạch nhập khẩu như: nguyên phụ liệu dược phẩm (-99,60%); nguyên phụ liệu dược phẩm (-53,50%);...

HOẠT ĐỘNG ĐẦU TƯ GIỮA VIỆT NAM VÀ VƯƠNG QUỐC ANH



Ông Iain Frew, Đại sứ Vương quốc Anh tại Việt Nam phát biểu tại Tuần lễ công nghệ Anh tại Đông Nam Á 2025.

Tính đến tháng 10/2024, Vương quốc Anh có hơn 580 dự án đầu tư trực tiếp tại Việt Nam, với tổng vốn đầu tư đăng ký đạt trên 4,4 tỷ USD, đứng thứ 15 trong số gần 150 quốc gia và vùng lãnh thổ có đầu tư trực tiếp tại Việt Nam.

Nếu tính chung trong mối quan hệ thu hút đầu tư FDI vào Việt Nam trong hơn 3 năm vừa qua, Vương quốc Anh là một điểm sáng với sự tăng trưởng các dự án đầu tư rất tích cực. Trong hơn 3 năm vừa qua, tổng số dự án đăng ký của Vương quốc Anh vào Việt Nam tăng hơn gấp rưỡi từ mức 380 dự án vào cuối năm 2020 lên 584 án sau 9 tháng đầu năm 2024 với tổng số vốn là 4,5 tỷ USD. Các dự án đầu tư của Vương quốc Anh vào Việt Nam trải khắp trong rất nhiều lĩnh vực quan trọng từ công nghiệp chế biến, chế tạo, dịch vụ tài chính, ngân hàng, năng lượng tái tạo, y tế, dược phẩm...

Hiện có hơn 400 doanh nghiệp Vương quốc Anh đang hoạt động tại Việt Nam, từ các tập đoàn đa quốc gia đến doanh nghiệp vừa và nhỏ. Các công ty lớn, như HSBC đã hoạt động tại Việt Nam hơn 155 năm, Standard Chartered hơn 120 năm. Các doanh nghiệp khác, như Prudential, Unilever, AstraZeneca, KPMG cũng đã đánh dấu 30 năm

hoạt động liên tục và đóng góp tích cực cho nền kinh tế Việt Nam. Những quan hệ hợp tác bền chặt này là minh chứng cho tầm nhìn dài hạn của Vương quốc Anh, coi Việt Nam là điểm đến chiến lược cho đầu tư chất lượng cao, đổi mới sáng tạo và tăng trưởng bền vững.

Bên cạnh các lĩnh vực truyền thống, Việt Nam và Vương quốc Anh đang tích cực tìm kiếm cơ hội mở rộng hợp tác trong các lĩnh vực mới, phù hợp với xu thế phát triển của thế giới và ưu tiên phát triển của Việt Nam, như trung tâm tài chính, đổi mới sáng tạo, công nghệ thông tin, chuyển đổi số, chuyển đổi xanh, tài chính xanh, năng lượng tái tạo, lao động, đào tạo nhân lực bán dẫn, kết nối và ngoại giao nhân dân cũng được cả hai bên quan tâm và thúc đẩy.

TP Hồ Chí Minh, với chiến lược xây dựng thành phố thông minh, đang tập trung mạnh mẽ vào phát triển hạ tầng số và đẩy mạnh chuyển đổi số. Thành phố hiện đang triển khai các dự án sử dụng công nghệ cao như Internet vạn vật (IoT), dữ liệu lớn (big data), và các giải pháp AI để cải thiện chất lượng cuộc sống cho cư dân, đồng thời nâng cao năng lực quản lý của chính quyền địa phương. Chính sự phát triển này đã tạo ra nhiều cơ hội hợp tác cho Vương quốc Anh, quốc gia có thế mạnh về công nghệ số và chuyển đổi số. Một trong những cơ hội hợp tác đáng chú ý là trong lĩnh vực quản lý dữ liệu và xây dựng các hệ thống thông minh giúp tối ưu hóa các dịch vụ công cộng. Với sự giúp đỡ từ các đối tác Anh, TP Hồ Chí Minh có thể triển khai các nền tảng công nghệ tiên tiến để thu thập và phân tích dữ liệu, từ đó cung cấp các dịch vụ công hiệu quả hơn, giảm thiểu chi phí và nâng cao chất lượng cuộc sống của người dân. Vương quốc Anh, với các công ty như Encompass và CyberCube, có thể đóng góp các giải pháp về an ninh mạng và quản lý dữ liệu, giúp TP Hồ Chí Minh bảo vệ thông tin và đảm bảo an toàn cho các hệ thống công nghệ.

Không chỉ dừng lại ở hợp tác về mặt công nghệ, mối quan hệ giữa Vương quốc Anh và Việt Nam còn mở ra cơ hội to lớn về đầu tư và chuyển giao công nghệ. Các doanh nghiệp Anh, đặc biệt là trong các lĩnh vực như công nghệ tài chính (FinTech), bảo mật thông tin (Cybersecurity) và trí tuệ nhân tạo (AI), đều đang tìm kiếm các thị trường mới để phát triển. Với sự phát triển mạnh mẽ của nền kinh tế số và môi trường kinh doanh thuận lợi, Việt Nam là một điểm đến lý tưởng cho các nhà đầu tư quốc tế.

Với một môi trường đầy tiềm năng như vậy, Biên bản ghi nhớ giữa Tổng Lãnh sự quán Anh và Trung tâm Chuyển đổi số Thành phố Hồ Chí Minh đã được ký kết. Thỏa thuận này mở ra cơ hội hợp tác sâu rộng trong các lĩnh vực chuyển đổi số, quản lý dữ liệu và an ninh mạng, hứa hẹn sẽ giúp thúc đẩy sự phát triển của cả hai bên. Sự kiện này cũng là minh chứng cho cam kết của cả Việt Nam và Vương quốc Anh trong việc xây dựng một tương lai số mạnh mẽ, nơi công nghệ và đổi mới sáng tạo đóng vai trò trung tâm trong sự phát triển kinh tế và xã hội.

Một lĩnh vực hợp tác đầy tiềm năng khác giữa Vương quốc Anh và Việt Nam là giáo dục và đào tạo kỹ thuật số. Vương quốc Anh đã và đang trở thành một trung tâm hàng đầu trong việc cung cấp các chương trình đào tạo về khoa học dữ liệu, AI, an ninh mạng, và các công nghệ tiên tiến khác. Những chương trình đào tạo này không chỉ giúp các cá nhân và tổ chức ở Việt Nam nắm bắt được các xu hướng công nghệ mới mà còn góp phần nâng cao năng lực cạnh tranh của Việt Nam trong bối cảnh toàn cầu hóa và cuộc cách mạng công nghiệp 4.0.

Các đại học Anh, như Đại học Newcastle, đã hợp tác với các tổ chức tại Việt Nam để cung cấp các khóa học, chương trình đào tạo và chứng chỉ quốc tế. Thông qua những chương trình này, các chuyên gia Việt Nam có thể tiếp cận những kiến thức và kỹ năng mới nhất trong lĩnh vực công nghệ, từ đó giúp họ phát triển các giải pháp sáng tạo cho các thách thức trong ngành công nghiệp, y tế, giáo dục và sản xuất.

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

CƠ HỘI – THUẬN LỢI



Thương hiệu cà phê Việt Nam thu hút sự quan tâm của khách hàng tại hội chợ Food and Drink Expo 2023 ở Vương quốc Anh.

Vương quốc Anh hiện là đối tác thương mại lớn thứ 3 của Việt Nam tại châu Âu và Việt Nam là bạn hàng lớn nhất của Vương quốc Anh ở Đông Nam Á. Thị trường Anh có tiềm năng tốt, là một trong những nền kinh tế hàng đầu thế giới, có khoảng 68 triệu dân với mức thu nhập bình quân đầu người cao 34.632 Bảng/người/năm 2023, cộng đồng dân cư đa dạng (cộng đồng người gốc Á hơn 5,5 triệu người).

Quan hệ kinh tế thương mại Việt Nam - Vương quốc Anh được hỗ trợ rất lớn từ thực thi Hiệp định UKVFTA và CPTPP, đưa thương mại song phương vượt 8 tỷ USD, nhưng dư địa tăng xuất khẩu, nhập khẩu còn lớn.

Tỷ trọng kim ngạch xuất nhập khẩu với Vương quốc Anh mới chiếm khoảng 6,8% trong tổng kim ngạch xuất nhập khẩu của Việt Nam ra thế giới; trong khi đó, Việt Nam chỉ chiếm 0,4% tổng kim ngạch hàng nhập khẩu của Vương quốc Anh với đối tác. Các sản phẩm xuất khẩu chủ lực của Việt Nam sang Anh như dệt may, da giày, cơ khí, thủy

sản đều ghi nhận mức tăng trưởng từ 12% đến 19%. Đặc biệt, thủy sản như tôm và cá tra đã được hưởng lợi lớn nhờ thuế nhập khẩu về 0%, giúp mặt hàng tôm chiếm tới 70% kim ngạch xuất khẩu thủy sản sang Anh, còn cá tra chiếm 20%, đây là lợi thế rất lớn cho thủy sản Việt Nam, tạo động lực thúc đẩy các doanh nghiệp Việt mở rộng sự hiện diện tại thị trường Anh. Tỷ lệ tận dụng ưu đãi theo giấy chứng nhận xuất xứ (C/O) đã đạt trên 30%, cho thấy sự tăng trưởng ổn định và khả năng thích nghi tốt của doanh nghiệp với các lợi thế từ UKVFTA.



Kết nối B2B giữa doanh nghiệp Vương quốc Anh và doanh nghiệp Việt Nam.

Việt Nam là nước có tiềm năng sản xuất nông sản và hoa quả nhiệt đới, vì thế có cơ hội lớn để xuất khẩu vào Vương quốc Anh, 1 trong 10 thị trường lớn nhất thế giới với kim ngạch nhập khẩu thực phẩm hàng năm lên tới 65,5 tỷ USD. Hiện nay, một số mặt hàng nông sản của Việt Nam đã hiện diện tại thị trường Anh. Điển hình là cà phê, hạt điều và hạt tiêu được tiêu thụ khá tốt trong các siêu thị lớn. Gạo và trái cây như nhãn, vải, thanh long cũng đã có mặt, nhưng chủ yếu được bán tại các siêu thị phục vụ cộng đồng người Việt và một phần cộng đồng người gốc Á chứ chưa thâm nhập được các siêu thị lớn của Anh. Theo số liệu tổng hợp được từ ITC's Trade Map, hiện nay có một số mặt hàng xuất khẩu quan trọng của Việt Nam đang đứng đầu phân khúc thị trường Anh. Ví dụ, sản phẩm tiêu, hạt điều tách vỏ, giấy dếp, cà phê; thủy sản đang đứng ở vị trí thứ 5 và may mặc đang đứng

ở vị trí thứ 6. Trong năm 2023 vừa qua, với những nỗ lực của rất nhiều những cơ quan hữu quan trong nước đã đưa một số mặt hàng nông sản của Việt Nam xuất khẩu chính ngạch của thị trường Anh, ví dụ một số loại hoa quả, cam, quýt, bưởi, vải, sầu riêng.

Đáng chú ý, trong năm 2023, nhiều trái cây đặc sản lần đầu xuất khẩu chính ngạch sang Anh như cam Canh, bưởi Diễn, cam Cao Phong, quýt Cao Phong, bưởi đỏ Tân Lạc, sầu riêng Ri6, vải u hồng, vải thiều không hạt... nhận được phản hồi tích cực từ thị trường. Một số nông sản thực phẩm và trái cây tươi đã có mặt tại các chuỗi siêu thị cao cấp và trung lưu của Anh như Whole Food, Marks & Spencer (M&S), Waitrose...

Việc thực thi cùng lúc cả 2 FTA còn giúp doanh nghiệp trong nước có cơ hội học hỏi trong các ngành công nghệ như AI, năng lượng sạch... Cùng với đó, thúc đẩy thu hút đầu tư từ các doanh nghiệp Vương quốc Anh vào Việt Nam, đặc biệt là trong các lĩnh vực công nghệ cao, năng lượng tái tạo. Lợi ích to lớn nhất mà CPTPP mang lại chính là quy tắc xuất xứ khu vực. Các doanh nghiệp Vương quốc Anh cũng có thể tận dụng yếu tố này và các doanh nghiệp Việt Nam cũng có thể tận dụng để tăng cường xuất khẩu sang thị trường của nhau.

Thống kê của VASEP cho thấy, hiện mặt hàng tôm đang chiếm 70% tổng kim ngạch xuất khẩu thủy sản Việt Nam sang Anh, còn mặt hàng cá tra cũng chiếm 20%. Hai mặt hàng chủ lực này của Việt Nam đã chiếm 90% trong tổng số kim ngạch xuất khẩu trung bình trong ba năm vừa qua, với giá trị từ 300- 350 triệu USD trong một năm, tức là chiếm khoảng 4% tổng kim ngạch xuất khẩu của thủy sản Việt Nam ra toàn cầu là con số rất ấn tượng.

Sự xuất hiện ngày càng dày đặc của các sản phẩm Việt Nam tại các chuỗi siêu thị lớn, uy tín như Mark & Spencer, UNIQLO, NEXT, PRIMAK, Tesco, Sainsbury's hay Whole Food đã chứng tỏ sức hút không thể phủ nhận của hàng Việt. Không chỉ chinh phục người tiêu dùng Anh bằng các sản phẩm thời trang, hàng tiêu dùng Việt Nam còn tạo nên cơn sốt trong lĩnh vực thực phẩm. Các loại nông sản, hải sản, mì, phở khô, trái cây tươi... đã trở nên quen thuộc trên bàn ăn của nhiều gia đình Anh. Việc các chuỗi siêu thị lớn như Tesco, Sainsbury's hay các siêu thị thực phẩm cao cấp như Whole Food lựa chọn nhập khẩu và phân phối các sản phẩm Việt Nam là một minh chứng rõ ràng cho chất lượng và sự đa dạng của hàng hóa Việt Nam.

Bên cạnh đó, các siêu thị người Việt và siêu thị chuyên kinh doanh hàng châu Á cũng đóng vai trò quan trọng trong việc giới thiệu và phân phối các sản phẩm đặc trưng của Việt Nam đến người tiêu dùng Anh. Tại đây, người tiêu dùng có thể dễ dàng tìm thấy các sản phẩm gạo, trà, cà phê, bánh kẹo đặc sản vùng miền, bánh đa nem, bánh tráng, mì, phở, bún khô cũng như các loại rau xanh, rau thơm, trái cây tươi... Giá cả hợp lý luôn là một yếu tố thu hút người tiêu dùng. Hàng hóa Việt Nam với mức giá cạnh tranh so với các sản phẩm cùng loại đã tạo ra lợi thế cạnh tranh trên thị trường Anh.

Hàng hóa Việt Nam vẫn còn rất nhiều dư địa để xuất khẩu vào thị trường này, nhưng các doanh nghiệp của chúng ta chưa khai thác hết. Nguyên nhân chính là doanh nghiệp Việt chưa thực sự tập trung xây dựng thương hiệu riêng và còn thiếu chiến lược tiếp cận thị trường Anh một cách hiệu quả.

Tuy nhiên, song song với việc Vương quốc Anh chính thức gia nhập Hiệp định Đối tác Toàn diện và Tiến bộ xuyên Thái Bình Dương (CPTPP), cạnh tranh vào thị trường này sẽ trở nên khốc liệt hơn. Do Vương quốc Anh cam kết mở cửa thị trường mới (ngoài cam kết trong UKVFTA) đối với một số sản phẩm Việt Nam, trong đó có hạn ngạch thuế quan đối với gạo thơm, cá ngừ, mật ong, cũng tạo lợi thế cạnh tranh cho nhiều quốc gia thành viên CPTPP khác cũng có những sản phẩm nông nghiệp chất lượng cao và đang tìm cách thâm nhập thị trường Anh.

Thị trường Anh có những đòi hỏi khắt khe về tính bền vững của sản phẩm. Trong đó, Luật về chống mất rừng và suy thoái rừng có thể ảnh hưởng hạn chế xuất khẩu các sản phẩm gỗ, cà phê, cao su, dầu thực vật, đậu tương, da... Bên cạnh đó, Chính phủ Vương quốc Anh hiện đang nghiên cứu quy trình lập pháp để thành lập CBAM (Cơ chế điều chỉnh biên giới carbon). Thuế Carbon sẽ được áp dụng ở Anh từ năm 2027. Do đó, các doanh nghiệp Việt Nam cần chuẩn bị lộ trình phù hợp cho CBAM Vương quốc Anh và duy trì khả năng cạnh tranh trên thị trường Vương quốc Anh bằng cách: Tiến hành đánh giá kỹ lưỡng lượng khí thải carbon của mình; thực hiện các biện pháp giảm lượng khí thải carbon của doanh nghiệp; hợp tác với các nhà cung cấp ít carbon hơn; đầu tư vào công nghệ sạch hơn...

Việc tuân thủ các quy định của Vương quốc Anh và châu Âu về chống mất rừng và suy thoái rừng; yêu cầu về chứng chỉ xanh và thương mại công bằng (fair trade); xu hướng tiêu dùng sản phẩm hữu cơ và cho người ăn kiêng... cũng là những yếu tố khiến doanh nghiệp phải tăng đầu tư, kéo theo chi phí sản xuất và giá thành sản phẩm tăng.

Mặt khác, nông sản Việt cũng phải cạnh tranh khốc liệt với hàng từ Thái Lan, Malaysia hay các nước nhiệt đới vùng Mỹ Latinh, châu Phi.

Trong năm 2024 trong bối cảnh xung đột Biển Đỏ gây trở ngại lớn đối với xuất khẩu hàng hóa sang Anh bằng đường biển khi hành trình tàu kéo dài thêm từ 10 - 15 ngày và cước tàu tăng, với nhóm hàng nông sản, rau quả tươi sẽ bị ảnh hưởng trong thời gian tới. Thêm vào đó, nhu cầu thị trường Anh giảm do kinh tế suy thoái, lạm phát cao và người dân thắt chặt chi tiêu khi chi phí sinh hoạt tăng và lo ngại tình hình kinh tế bấp bênh. Chỉ số niềm tin tiêu dùng (CCI) tại nước này liên tục ở mức âm trong những tháng gần đây.

Doanh nghiệp Việt Nam vẫn còn hạn chế trong việc tìm kiếm và phân tích thông tin. Trong khi nguồn thông tin miễn phí về doanh nghiệp Anh đều có trên trang companieshouse.gov.uk

NHỮNG KHUYẾN NGHỊ CHO DOANH NGHIỆP VIỆT KHI XUẤT KHẨU SẢN PHẨM VÀO THỊ TRƯỜNG VƯƠNG QUỐC ANH

Doanh nghiệp Việt Nam phải đặc biệt chú ý đến yêu cầu về không sử dụng bao bì nhựa, cũng như minh bạch chuỗi cung ứng và khả năng truy xuất nguồn gốc sản phẩm bằng các công cụ số hóa.

Doanh nghiệp cần kiểm soát chặt chẽ toàn bộ quy trình sản xuất, đảm bảo truy xuất nguồn gốc này, đảm bảo chất lượng vệ sinh an toàn thực phẩm. Điểm nữa là cần đẩy mạnh liên kết chuỗi sản xuất, chuỗi cung ứng từ khâu sản xuất đến khâu tiêu thụ rồi xuất khẩu.

Các doanh nghiệp cần nghiên cứu, tìm kiếm những đối tác phát triển để thu hút đầu tư của doanh nghiệp Anh vào trong dây chuyền sản xuất cụ thể của doanh nghiệp, qua đó tận dụng vốn, công nghệ của đối tác, đồng thời xác định rõ phân khúc thị trường của sản phẩm để có nghiên cứu rất là chuyên sâu, có kế hoạch bài bản để nghiên cứu về thị hiếu, xu hướng thị trường.



Khóa họp lần thứ 14 Ủy ban hỗn hợp về Hợp tác kinh tế và thương mại Việt Nam - Vương quốc Anh.

Tiêu chuẩn hóa là một yêu cầu gần như tiên quyết của các doanh nghiệp khi muốn xuất khẩu sang Vương quốc Anh. Đặc điểm thứ hai là xu hướng tiêu dùng bền vững, thân thiện với môi trường. Giảm phát thải là một chương trình nghị sự ưu tiên của Chính phủ

Anh đã được chuyển vào chính sách thương mại, đã được chuyển vào ý thức của các doanh nghiệp và được chuyển vào ý thức của người tiêu dùng Anh. Điểm tiếp theo đó là yêu cầu về chuỗi cung ứng, truy xuất nguồn gốc sản phẩm bằng các công cụ số hóa.

Ngay cả với những đối tác truyền thống, việc kiểm tra tình hình tài chính vẫn là điều cần thiết để tránh rủi ro trong khâu thanh toán. Tránh tình trạng do chủ quan trong khâu kiểm tra tài chính, doanh nghiệp xuất khẩu đã gặp rủi ro lớn khi đối tác lâu năm tại Vương quốc Anh lâm vào tình trạng phá sản.

Các doanh nghiệp xuất khẩu cần nghiên cứu, nắm bắt nhu cầu thị trường, trong đó đó xu hướng tiêu dùng sản phẩm hữu cơ, thân thiện môi trường gắn với phát triển bền vững ngày càng tăng tại Vương quốc Anh. Doanh nghiệp cần chuẩn bị kỹ lưỡng để đáp ứng các yêu cầu này và nổi bật trong môi trường cạnh tranh cao, chẳng hạn như cải tiến bao bì đến áp dụng các tiêu chuẩn quốc tế như Viện Tiêu chuẩn Anh (BSI) hay ISO để tăng sức cạnh tranh tại thị trường này. Sản phẩm đạt tiêu chuẩn BSI được đánh giá cao về chất lượng và an toàn, dễ dàng thuyết phục nhà nhập khẩu và người tiêu dùng Anh, giảm thiểu rủi ro khi bị từ chối tại các cửa khẩu do không đáp ứng tiêu chuẩn kỹ thuật hoặc an toàn. Hơn nữa, tiêu chuẩn BSI được công nhận rộng rãi, giúp sản phẩm tiếp cận không chỉ thị trường Anh mà cả châu Âu.



Doanh nghiệp nên sử dụng chất liệu tái chế, dễ phân hủy. Thông tin rõ ràng về tên sản phẩm, thành phần, hướng dẫn sử dụng, xuất xứ. Màu sắc tinh tế, tông nhã nhặn, tránh màu đỏ và các màu sắc sỡ sẽ phù hợp với thị hiếu người tiêu dùng Anh.

Các doanh nghiệp xuất khẩu cũng cần liên tục cập nhật các quy định, chính sách liên quan đồng thời dẫn quy định mới của Vương quốc Anh về kiểm soát biên giới đối với thực vật và sản phẩm thực vật BTOM. Theo đó, tất cả thực vật và sản phẩm thực vật nhập khẩu vào Anh phải có chứng nhận kiểm dịch thực vật, các yêu cầu đối với giấy chứng nhận kiểm dịch thực vật khác nhau tùy thuộc vào loại thực vật hoặc sản phẩm thực vật, trong khi hệ thống kiểm soát biên giới sẽ bao gồm các cơ chế SPS (vệ sinh và kiểm dịch thực vật) nhằm kiểm soát nhập khẩu không chỉ trong trồng trọt mà còn đối với một số loại thực phẩm. Từ tháng 4/2024, hộ chiếu thực vật là yêu cầu bắt buộc đối với nhiều loại thực vật, sản phẩm thực vật tại Vương quốc Anh và được số hóa cho người dùng. Hệ thống hộ chiếu thực vật mới giúp các doanh nghiệp buôn bán thực vật và sản phẩm thực vật xuất khẩu dễ dàng hơn.

Để cạnh tranh, đặc biệt trong thời đại công nghệ hiện nay, các doanh nghiệp cần liên tục nâng cao trình độ khoa học kỹ thuật trong nông nghiệp để tạo ra sản phẩm không chỉ ngon, chất lượng ổn định, mà còn có thời gian bán hàng trên kệ (shelf life) dài. Theo ông, dung lượng thị trường hàng nông sản Việt ở Anh tăng hay không phụ thuộc lớn vào shelf life của sản phẩm bởi các nhà phân phối sẽ không mặn mà với thời gian bán hàng trên kệ ngắn.

HIỆP ĐỊNH THƯƠNG MẠI TỰ DO GIỮA VIỆT NAM VÀ LIÊN HIỆP VƯƠNG QUỐC ANH VÀ BẮC AI-LÊN (UKVFTA)

Hiệp định Thương mại Tự do Việt Nam - Vương quốc Anh (UKVFTA) đã chính thức hoàn tất đàm phán vào ngày 11/12/2020 và ký kết vào tối 29/12/2020. Theo đó, Hiệp định gồm 9 điều khoản; 01 Phụ lục sửa đổi một số điều của lời văn EVFTA; 01 thư song phương trao đổi giữa Việt Nam và UK; 01 Nghị định thư về quy tắc xuất xứ và các Bản Chú giải.

Hai bên thỏa thuận cắt giảm ngay 65% số dòng thuế khi hiệp định EVFTA có hiệu lực. Điều này đồng nghĩa với việc tăng lên tới 99% số dòng thuế được cắt giảm sau từ 6-9 năm. Việc cắt giảm thuế khẩu đối với các sản phẩm như quần áo, vải và giày dép - có nghĩa là khách hàng và doanh nghiệp đều được hưởng lợi từ giá cả thấp hơn. Thuế quan sẽ được giảm theo lộ trình quy định như nhau các khoản cắt giảm hàng năm kể từ khi hiệp định có hiệu lực.

Với những cam kết như vậy, các nhà xuất khẩu của Vương quốc Anh hay của Việt Nam đều được hưởng lợi, cụ thể là:

➤ **Đối với hàng hóa xuất khẩu từ Vương quốc Anh vào Việt Nam:**

48,5% số dòng thuế được xóa bỏ vào ngày 01 tháng 01 năm 2021;

91,8% số dòng thuế sẽ được xóa bỏ vào ngày 01 tháng 01 năm 2027;

98,3% số dòng thuế được xóa bỏ từ ngày 01 tháng 01 năm 2029;

1,7% số dòng thuế được tự do hóa một phần thông qua hạn ngạch thuế quan (lượng hạn ngạch là phù hợp với các cam kết WTO của Việt Nam và các thuế trong hạn ngạch sẽ được xóa bỏ vào năm 2031) hoặc không được hưởng ưu đãi

➤ **Đối với hàng hóa nhập khẩu vào Vương quốc Anh từ Việt Nam:**

85,6% số dòng thuế được xóa bỏ vào ngày 01 tháng 01 năm 2021;

99,2% số dòng thuế sẽ được xóa bỏ vào ngày 01 tháng 01 năm 2027;

0,8% số dòng thuế được tự do hóa một phần thông qua hạn ngạch thuế quan (với thuế suất ưu đãi đối với các sản phẩm trong hạn ngạch là 0%)

CÁC ĐỊA CHỈ LIÊN HỆ CẦN THIẾT

➤ Đại sứ quán Việt Nam tại Vương quốc Anh

Địa chỉ: 12-14 Đường Victoria, London W8 5RD

Điện thoại: 020 7937 1912 Fax: 020 7937 1912

Email: consular@vietnamembassy.org.uk

Website: vietnamembassy.org.uk

➤ Thương vụ Việt Nam tại Vương quốc Anh (Kiêm nhiệm Ai-len)

Địa chỉ: 12 - 14 Đường Victoria, Kensington, London W8 5RD

Điện thoại: +44 794 739 2328 Email: uk@moit.gov.vn

➤ Đại sứ quán Vương quốc Anh tại thủ đô Hà Nội

Địa chỉ: Tòa nhà Central, tầng 4, số 31 Hai Bà Trưng, Phường Cửa Nam, Hà Nội

Điện thoại: +84 24 3936 0500 Fax: +84 24 3936 0561

Email: DIT.Vietnam@fcdo.gov.uk

Fb: <https://www.facebook.com/ukinvietnam/>

➤ Tổng Lãnh sự quán Vương quốc Anh tại Thành phố Hồ Chí Minh

Địa chỉ: 25 Lê Duẩn, Phường Sài Gòn, Thành phố Hồ Chí Minh

Điện thoại: +84 28 3825 1380 / +84 24 3936 0500/+44 20 7008 5000

Fax: +84 28 3822 1971 (Phòng Thương mại và Quản lý)

+84 28 3829 5257 (Phòng Lãnh sự)

Email: DIT.Vietnam@fcdo.gov.uk

➤ Hiệp hội Doanh nghiệp Anh quốc tại Việt Nam (BritCham)

Email: enquiries@britchamvn.com

Website: <https://britchamvn.com/>

Fb: <https://www.facebook.com/britchamvn/>

X: <https://x.com/britchamvn?lang=en>

□ Hồ Chí Minh

Địa chỉ: 25 Lê Duẩn, Phường Sài Gòn

Điện thoại: +84 28 3829 8430

□ Hà Nội:

Địa chỉ: 28A Trần Hưng Đạo, Phường Cửa Nam, Hà Nội

Điện thoại: +84 24 3633 0244

CÁC SỰ KIỆN XÚC TIẾN THƯƠNG MẠI NỔI BẬT TẠI VƯƠNG QUỐC ANH

Thời gian	Tên sự kiện	Địa điểm	Lĩnh vực ngành hàng - Quy mô
02 – 03/9/2025	The London Textile Fair 2025 (TLTF)	Business Design Centre, London	Thời trang 5.270 lượt tham quan 475 nhà triển lãm
03 – 04/10/2025	The Property Investor Show 2025	ExCeL London, London	Xây dựng & Thi công 20.000 lượt tham quan Hơn 500 nhà triển lãm
11 – 13/10/2025	Salon International 2025	ExCeL London, London	Thời trang & Làm đẹp 20.000 lượt tham quan Hơn 500 nhà triển lãm
04 – 06/11/2025	World Travel Market London 2025	ExCeL London, London	Du lịch & Lữ hành 51.500 lượt tham quan 5.000 nhà triển lãm
12 – 13/11/2025	The Business Show London 2025	ExCeL London, London	Dịch vụ kinh doanh 10.000 lượt tham quan Hơn 500 nhà triển lãm

01 – 04/2/2026	Spring Fair	NEC, Birmingham	Nhà & Văn phòng 50.000 lượt tham quan 2.500 nhà triển lãm
30/3 – 01/4/2026	International Food & Drink Event (IFE)	ExCeL London, London	Thực phẩm & Đồ uống 27.000 lượt tham quan 1.350 nhà triển lãm
24 – 25/6/2026	Business Travel Show Europe	ExCeL London, London	Du lịch & Lữ hành 20.000 lượt tham quan Hơn 500 nhà triển lãm
16 – 17/9/2026	Natural & Organic Food Show	ExCeL London, London	Thực phẩm & Đồ uống 10.000 lượt tham quan Hơn 500 nhà triển lãm
04 – 05/10/2026	Professional Beauty London	ExCeL London, London	Thời trang & Làm đẹp 10.000 lượt tham quan Hơn 500 nhà triển lãm



HIỆP ĐỊNH THƯƠNG MẠI TỰ DO

UKVFTA

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