

BỘ CÔNG THƯƠNG

CỤC XUẤT NHẬP KHẨU

PHÁT TRIỂN THỊ TRƯỜNG UK ĐỐI VỚI NGÀNH HÀNG DỆT MAY



HÀ NỘI

THÁNG 11 NĂM 2022

MỤC LỤC

LỜI MỞ ĐẦU	5
PHẦN I. NHU CẦU THỊ TRƯỜNG UK VỚI HÀNG DỆT MAY	6
1.1. Tổng nhu cầu nhập khẩu	7
1.2. Cơ cấu thị trường nhập khẩu hàng may mặc	7
1.3. Xu hướng tiêu dùng hàng may mặc tại UK	11
1.4. Khả năng cạnh tranh của hàng may mặc Việt Nam tại UK	13
1.5. Triển vọng xuất khẩu hàng dệt may sang thị trường UK	15
PHẦN II. CÁC CAM KẾT, QUY ĐỊNH CỦA THỊ TRƯỜNG UK VỚI HÀNG DỆT MAY	18
2.1. Cam kết về thuế quan	19
2.2. Cam kết về quy tắc xuất xứ	22
2.3. Các cam kết, quy định liên quan khác	23
PHẦN III. KỊCH BẢN KHAI THÁC THỊ TRƯỜNG GIAI ĐOẠN 2022-2025 ĐỐI VỚI CÁC NHÓM SẢN PHẨM DỆT MAY	32
3.1. Kịch bản khai thác thị trường với mặt hàng áo jacket	33
3.2. Kịch bản khai thác thị trường với mặt hàng áo sơ mi	36
3.3. Kịch bản khai thác thị trường với mặt hàng áo thun	39
3.4. Kịch bản khai thác thị trường với mặt hàng quần	42
3.5. Kịch bản khai thác thị trường với mặt hàng bảo hộ lao động	44
3.6. Kịch bản khai thác thị trường với nhóm mặt hàng quần áo lót	47

PHẦN IV. KHUYẾN NGHỊ VỚI DOANH NGHIỆP	49
4.1. Các thông tin hữu ích	50
4.2. Giải pháp thúc đẩy xuất khẩu sang UK	58

BẢNG

Bảng 1.1: Nhập khẩu hàng may mặc từ một số thị trường vào Anh giai đoạn 2017-2021 và 7 tháng đầu năm 2022	9
Bảng 2.1: Lộ trình giảm thuế theo UKVFTA cho một số nhóm hàng dệt may xuất khẩu chủ lực của Việt Nam	20
Bảng 3.1: Các chủng loại hàng dệt may xuất khẩu chủ yếu sang thị trường UK trong 02 năm ưu đãi	33

HÌNH

Hình 1.1: Trị giá nhập khẩu hàng may mặc của Anh giai đoạn 2017-2022	7
Hình 1.2: Cơ cấu thị trường nhập khẩu hàng may mặc của Anh trong giai đoạn 2017-2021 và 7 tháng đầu năm 2022	8
Hình 1.3: Tỷ lệ lạm phát của Anh qua các tháng năm 2021-2022	16
Hình 1.4: Doanh số bán lẻ quần áo của Anh qua các tháng giai đoạn 2019-2022	17
Hình 1.5: Chỉ số niềm tin tiêu dùng ở Anh qua các tháng năm 2021-2022	17
Hình 3.1: Diễn biến kim ngạch xuất khẩu một số chủng loại dệt may trong 02 năm ưu đãi	40

DANH MỤC TỪ VIẾT TẮT

STT	Từ viết tắt	Nghĩa đầy đủ
1	BFC	Hội đồng Thời trang Anh
2	BHLĐ	Bảo hộ lao động
3	CPTPP	Hiệp định Đối tác Toàn diện và Tiến bộ xuyên Thái Bình Dương
4	EC	Ủy ban châu Âu
5	EVFTA	Hiệp định Thương mại tự do giữa Việt Nam và Liên minh châu Âu
6	EC	Ủy ban châu Âu
7	EU	Liên minh châu Âu
8	FTA	Hiệp định Thương mại tự do
9	TRA	Cơ quan phòng vệ thương mại UK
10	UK	Vương quốc Anh và Bắc Ai-len
11	UKCA	Nhãn hiệu chứng nhận hợp chuẩn theo tiêu chuẩn của UK
12	UKVFTA	Hiệp định Thương mại tự do giữa Việt nam và Vương quốc Anh và Bắc Ai-len
13	WTO	Tổ chức Thương mại Thế giới

LỜI MỞ ĐẦU

Cùng với Hiệp định Đối tác Toàn diện và Tiến bộ xuyên Thái Bình Dương (CPTPP) và Hiệp định Thương mại tự do giữa Việt Nam và Liên minh châu Âu (EVFTA), Hiệp định UKVFTA cũng là một FTA thế hệ mới mà Việt Nam tham gia. Vương quốc Anh và Bắc Ai-len (UK) là một trong những đối tác kinh tế quan trọng hàng đầu của Việt Nam, là đối tác thương mại lớn thứ ba của Việt Nam tại châu Âu (sau Đức và Hà Lan). Hiệp định có ý nghĩa to lớn về kinh tế thương mại giữa hai nước, giúp duy trì không gián đoạn trao đổi thương mại giữa Việt Nam và UK, mở cửa thị trường cho hàng hóa của Việt Nam vào UK và ngược lại. Hiệp định đang và sẽ thúc đẩy xuất khẩu các mặt hàng chủ lực của Việt Nam, khi so sánh tương quan với nhiều đối thủ cạnh tranh chính.

UK là thị trường có kim ngạch nhập khẩu đứng thứ 4 thế giới trong khi thị phần xuất khẩu của Việt Nam sang UK mới chiếm khoảng 0,9% trong tổng nhập khẩu của UK, như vậy với dung lượng thị trường còn nhiều dư địa, mức thuế nhập khẩu được xóa bỏ về cơ bản theo cam kết UKVFTA, cơ hội để tăng trưởng xuất khẩu các ngành hàng có thế mạnh của Việt Nam sang thị trường UK là rất lớn.

Để khai thác hiệu quả Hiệp định UKVFTA, thúc đẩy xuất khẩu sang thị trường UK cần khai thác các ngành hàng có thế mạnh, xác định cụ thể được nhóm hàng ưu tiên, thị trường mục tiêu, các phân khúc hàng hoá còn dư địa khai thác, cũng như phương thức tiếp cận, xây dựng hình ảnh, uy tín, thương hiệu hàng hoá Việt Nam tại thị trường UK.

Song song với các ấn phẩm chuyên sâu về cam kết thuế quan, quy tắc xuất xứ của Hiệp định, ấn phẩm này được biên soạn nhằm hướng đến những thông tin về cam kết theo ngành hàng, đánh giá cụ thể cơ hội, tình hình thị trường, khả năng xúc tiến xuất khẩu, phát triển nguồn hàng phù hợp với nhu cầu, định hướng của thị trường, trước mắt trong giai đoạn đến năm 2025. Đây là thời gian đầu thực thi Hiệp định nên nhiều doanh nghiệp có thể còn chưa nắm bắt hết các quy định, chưa có đầy đủ thông tin một cách có hệ thống về các cơ hội thị trường được mở ra nhờ UKVFTA.

PHẦN I:

**NHU CẦU THỊ TRƯỜNG UK
VỚI HÀNG DỆT MAY**

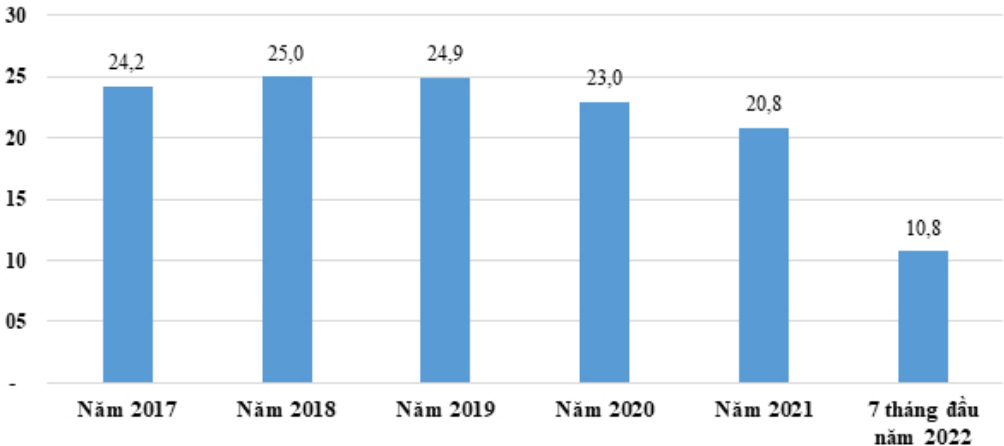


1.1. Tổng nhu cầu nhập khẩu

Hàng may mặc là nhóm hàng mà Vương quốc Anh có nhu cầu nhập khẩu lớn. Theo dữ liệu từ Trung tâm Thương mại Quốc tế, nhập khẩu hàng may mặc vào Anh đạt khoảng 24 đến 25 tỷ USD mỗi năm trong giai đoạn 2017-2019, chiếm 3-4% tổng trị giá nhập khẩu hàng hóa của Anh. Năm 2020 và năm 2021, ảnh hưởng của đại dịch Covid-19 và vấn đề Brexit của Anh cũng đã làm nhập khẩu hàng may mặc của Anh giảm đáng kể, chỉ đạt 22,95 tỷ USD trong năm 2020 và tiếp tục giảm xuống 20,84 tỷ USD trong năm 2021. Tính chung trong giai đoạn 2017-2021, nhập khẩu hàng may mặc của Anh giảm bình quân 3,7%/năm.

Hình 1.1. Trị giá nhập khẩu hàng may mặc của Anh giai đoạn 2017-2022

(Đơn vị tính: Tỷ USD)



Nguồn: Tính toán từ số liệu của Trung tâm Thương mại Quốc tế

Bước sang năm 2022, sự phục hồi của nền kinh tế Anh, kéo theo đó, nhu cầu nhập khẩu đối với hàng hóa nói chung, hàng may mặc nói riêng vào Anh tăng đáng kể với trị giá nhập khẩu hàng may mặc đạt 13,3 tỷ USD trong 7 tháng đầu năm 2022, tăng 23,5% so với cùng kỳ năm 2021.

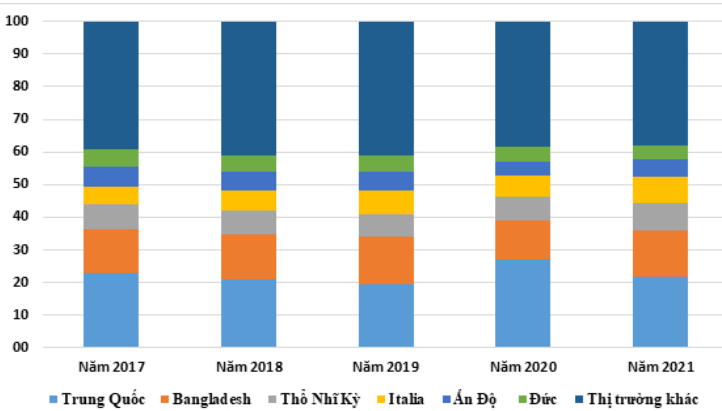
1.2. Cơ cấu thị trường nhập khẩu hàng may mặc

Anh nhập khẩu hàng may mặc chủ yếu từ hơn 200 quốc gia và vùng lãnh thổ, trong đó, Trung Quốc và Bangladesh là 2 thị trường nhập khẩu chính, chiếm khoảng 34-36% tổng trị giá nhập khẩu hàng may mặc.

Thị phần hàng may mặc của thị trường Trung Quốc tại Anh giảm trong giai đoạn 2017-2019 xuống 19,4% năm 2019. Tuy vậy, năm 2020, bất chấp những biến động bởi đại dịch Covid-19, thị phần hàng may mặc của Trung Quốc tại Anh đã tăng vọt lên mức 27,3%, mức cao nhất trong 5 năm trở lại đây.

Năm 2021, thị phần hàng may mặc của Trung Quốc tại Anh lại giảm xuống 21,6% và tăng lên mức 22,95% trong 7 tháng đầu năm 2022.

Hình 1.2. Cơ cấu thị trường nhập khẩu hàng may mặc của Anh trong giai đoạn 2017-2021 và 7 tháng đầu năm 2022



Nguồn: Tính toán từ số liệu của Trung tâm Thương mại Quốc tế

Trái ngược với thị trường Trung Quốc, thị phần hàng may mặc của Bangladesh tại Anh có xu hướng tăng, từ mức 13,65% năm 2018 lên 14,62% trong năm 2019. Ảnh hưởng bởi đại dịch Covid-19 khiến thị phần hàng may mặc của Bangladesh tại Anh giảm, xuống 12,16% trong năm 2020 và 14,15% trong năm 2021. Tuy vậy, trong 7 tháng đầu năm 2022, thị phần hàng may mặc của Bangladesh tại Anh đã tăng vọt lên mức 18,7%, mức cao nhất từ trước đến nay.

Ngoài ra, thị phần hàng may mặc của nhiều thị trường tại Anh cũng đã tăng mạnh trong 5 năm qua, đặc biệt là trong 7 tháng đầu năm 2022 như Thổ Nhĩ Kỳ tăng từ mức 7,4% năm 2018 lên 8,2% năm 2021 và 10,1% trong 7 tháng đầu năm 2022; thị phần của Ý tăng từ mức 5,54% năm 2017 lên 6,64% trong năm 2021 và 8,05% trong 7 tháng đầu năm 2022; thị phần của Pakistan tăng từ 2,88% năm 2017 lên 4,44% trong năm 2021 và 4,67% trong 7 tháng đầu năm 2022; thị phần của Myanmar tăng từ mức 0,88% của năm 2017 lên 1,39% năm 2021 và 1,84% trong 7 tháng đầu năm 2022.

Đáng chú ý, việc Anh rời khỏi EU từ đầu năm 2020 khiến nhập khẩu hàng may mặc từ các thị trường thuộc khu vực EU vào Anh có xu hướng giảm, đặc biệt thị phần hàng may mặc của nhiều thị trường thuộc khu vực EU tại Anh đã giảm mạnh trong 7 tháng đầu năm 2022, với thị phần chỉ còn dao động từ 0,1-1,6%, trừ một số thị trường như Ý, Bồ Đào Nha.

Trong giai đoạn 2017-2021, nhập khẩu hàng may mặc từ các thị trường vào Anh giảm ở nhiều thị trường, trong đó, nhập khẩu từ thị trường Trung Quốc giảm bình quân khoảng 5%/năm, Bangladesh giảm 5%/năm. Ngoài ra, nhập khẩu hàng may mặc từ một số thị trường giảm mạnh như Campuchia giảm 11,9%/năm, Romania giảm 23,4%/năm, Ba Lan giảm 10,2%/năm, Bulgari giảm 15%/năm, Hy Lạp giảm 18,2%/năm...

Trái lại, nhập khẩu hàng may mặc từ một số thị trường khác vào Anh lại tăng trong giai đoạn 2017-2021 như Ý tăng 5,7%/năm, Pakistan tăng 7,3%/năm, Tây Ban Nha tăng 3,3%/năm, Myanma tăng 8,1%/năm, Ai Len tăng 1,7%/năm, Thụy Điển tăng 9,5%/năm, CH Séc tăng 7,9%/năm, Thái Lan tăng 4,5%/năm, Canada tăng 39,2%/năm, Nhật Bản tăng 5,9%/năm...

Tuy vậy, nhập khẩu hàng may mặc từ hầu hết các thị trường khu vực EU đều giảm mạnh trong 7 tháng đầu năm 2022, trừ một số thị trường như Bồ Đào Nha, Romania, Bulgari, Hy Lạp.

Bảng 1.1. Nhập khẩu hàng may mặc từ một số thị trường vào Anh giai đoạn 2017-2021 và 7 tháng đầu năm 2022

Đơn vị tính: triệu USD; %

Thị trường	Năm 2017	Năm 2018	Năm 2019	Năm 2020	Năm 2021	Bình quân giai đoạn 2017-2021	7 Tháng 2022	7T/2022 so với cùng kỳ
Tổng	24.235	25.007	24.906	22.956	20.848	-3,7	13.330	23,5
Trung Quốc	5.528	5.212	4.836	6.206	4.506	-5,0	3.059	57,6
Bangladesh	3.309	3.463	3.642	2.790	3.013	-2,3	2.492	51,4
Thổ Nhĩ Kỳ	1.797	1.810	1.704	1.618	1.717	-1,1	1.344	42,0
Italia	1.342	1.575	1.809	1.524	1.678	5,7	657	-25,9
Ấn Độ	1.469	1.420	1.417	970	1.092	-7,1	929	48,0
Đức	1.277	1.276	1.237	1.042	935	-7,5	217	-55,9

Thị trường	Năm 2017	Năm 2018	Năm 2019	Năm 2020	Năm 2021	Bình quân giai đoạn 2017-2021	7 Tháng 2022	7T/2022 so với cùng kỳ
Pakistan	698	752	726	697	926	7,3	622	17,8
Hà Lan	918	1.230	1.413	1.509	888	-0,8	52	-89,4
Tây Ban Nha	699	766	761	698	795	3,3	40	-89,5
Pháp	904	1.068	1.005	750	738	-5,0	105	-72,9
Campuchia	1.019	1.000	966	743	613	-11,9	550	76,5
Việt Nam	671	693	707	508	462	-8,9	578	133,0
Sri Lanka	659	605	624	473	457	-8,7	425	58,1
Bỉ	606	630	681	659	431	-8,2	10	-95,4
Mi-an-ma	213	309	386	287	291	8,1	245	50,8
Ai-len	177	200	196	185	190	1,7	95	-1,0
Bồ Đào Nha	253	244	198	160	171	-9,4	247	146,6
Indonesia	205	205	182	143	160	-6,0	160	84,5
Đan Mạch	174	181	188	162	156	-2,6	4	-95,2
Romania	421	377	339	174	145	-23,4	180	115,7
Ma Rốc	163	177	154	104	139	-4,0	226	180,3
Thụy Điển	91	119	123	149	131	9,5	8	-88,1
CH Séc	91	97	117	77	123	7,9	11	-84,4
Hồng Kông	159	183	151	259	107	-9,5	65	32,5
Ba Lan	143	169	165	168	93	-10,2	35	-16,5
Thái Lan	69	68	79	65	82	4,5	91	108,0
Mỹ	145	139	129	75	73	-15,6	60	56,1
Ai Cập	93	94	83	64	66	-8,2	53	47,9
Tunisia	70	71	62	44	57	-5,0	131	322,9
Canada	12	16	34	23	44	39,2	23	23,9
CH Moldova	51	48	31	27	40	-5,8	39	74,3
Bulgari	68	65	62	31	36	-15,0	73	220,7
Nhật Bản	24	29	35	29	31	5,9	22	23,9
Áo	41	46	44	47	28	-9,3	3	-84,7
Mauritius	83	64	48	29	28	-23,9	32	75,3
Madagascar	37	41	43	28	26	-8,0	19	43,2
Honduras	28	22	32	24	25	-2,7	15	-1,3

Thị trường	Năm 2017	Năm 2018	Năm 2019	Năm 2020	Năm 2021	Bình quân giai đoạn 2017-2021	7 Tháng 2022	7T/2022 so với cùng kỳ
Hy Lạp	53	65	61	55	24	-18,2	22	49,9
Philippin	28	25	28	20	22	-6,3	29	169,1
Malaysia	28	21	20	19	20	-7,8	19	47,7
Đài Loan	25	16	13	19	19	-7,2	9	10,1
Jordan	7	8	5	8	18	26,0	32	214,9
Thụy Sĩ	4	8	5	6	16	38,6	3	-71,8
UAE	37	31	26	20	14	-21,2	11	28,6

1.3. Xu hướng tiêu dùng hàng may mặc tại UK

Vấn đề Brexit, đặc biệt là đại dịch Covid-19 vào năm 2020 đã tác động đáng kể đến xu hướng tiêu dùng hàng may mặc của Anh. Việc thực hiện giãn cách xã hội để phòng chống dịch đã khiến người tiêu dùng không thể đi làm và phải ở nhà, điều này có nghĩa là người tiêu dùng có ít lý do hơn để mua hàng may mặc.

Tuy nhiên, việc triển khai vắc-xin Covid-19 vào mùa Xuân và mùa Hè năm 2021 ở Anh, đã cho phép mở cửa trở lại và việc quay trở lại nơi làm việc và trường học đã tạo ra nhu cầu đổi mới mạnh mẽ đối với quần áo và giày dép sau hơn một năm khóa cửa kéo dài và phải ở nhà. Những thay đổi về lối sống chẳng hạn như số lượng người tiêu dùng tăng lên để thích nghi với cách sắp xếp làm việc linh hoạt do đại dịch gây ra và sự quan tâm ngày càng tăng đến các hoạt động thể thao và chăm sóc sức khỏe, điều này đã thúc đẩy tăng trưởng cho các sản phẩm quần áo mặc nhà cao cấp và quần áo thể thao.

Bước vào năm 2022, ảnh hưởng của cuộc khủng hoảng địa chính trị giữa Nga và Ukraine khiến lạm phát toàn cầu tăng và giá năng lượng tăng. Áp lực về lạm phát ngày càng tăng lên ngân sách hộ gia đình ảnh hưởng tới các quyết định chi tiêu, với gần một nửa số người tiêu dùng Anh cho biết họ sẽ chi tiêu ít hơn cho các mặt hàng không thiết yếu. Cuộc khảo sát về niềm tin tiêu dùng của người Anh từ nguồn <https://www.retailconomics.co.uk/> cũng cho thấy 76% số người được hỏi thừa nhận rằng họ đã trở nên thận trọng hơn về thói quen chi tiêu của mình trong quý III/2022. Lo ngại về lạm phát và lãi suất tăng đã làm giảm hy vọng về tương lai của nền kinh tế, với gần 3/4 người tiêu dùng kỳ vọng nó sẽ suy yếu trong ba tháng tới.

Theo báo cáo về Triển vọng cho Bán lẻ và Người tiêu dùng Anh năm 2022 từ nguồn <https://www.retailconomics.co.uk/>, hầu hết người tiêu dùng Anh sắp phải trải qua sự siết chặt nhất đối với thu nhập khả dụng của họ. Chi phí hàng ngày để cung cấp năng lượng cho nhà cửa, đổ đầy xăng xe và trả tiền mua thực phẩm hàng tuần đang tăng vọt. Lạm phát của Anh đã ở mức cao nhất trong 4 thập kỷ và dự báo sẽ chạm mức 11%, cùng với cuộc khủng hoảng chi phí sinh hoạt đang diễn ra khiến niềm tin của người tiêu dùng giảm xuống mức thấp kỷ lục. Nghiên cứu cho thấy gần 9/10 người tiêu dùng ở Anh buộc phải giảm chi tiêu để trang trải các khoản cần thiết, cho dù bằng cách mua hàng giảm giá, mua sắm ít thường xuyên hơn hay từ bỏ hoàn toàn một số khoản mua nhất định. Cụ thể, một số khảo sát về hành vi tiêu dùng của người Anh được đưa ra trong báo cáo là:

+ Trong số các danh mục chi tiêu tùy ý, quần áo và giày dép đứng đầu trong những ưu tiên cắt giảm của người tiêu dùng Anh. Các hộ gia đình trung bình đặt mục tiêu cắt giảm 10,6% số lượng mua sắm quần áo của họ.

Để cắt giảm chi tiêu cho tiêu dùng quần áo thời trang, người tiêu dùng Anh đã thực hiện bằng cách mua sắm quần áo mới ít thường xuyên hơn (47%) và thực hiện nhiều nghiên cứu và so sánh giá cả (45%) trước khi quyết định mua hàng.

Không giống như cửa hàng tạp hóa, việc cắt giảm chi tiêu cho thời trang sẽ được thúc đẩy bởi các hộ gia đình có thu nhập từ trung bình đến cao hơn là những hộ gia đình có thu nhập thấp. Đối với các hộ gia đình có thu nhập thấp, khả năng chi trả cho quần áo đã là khó khăn với họ. Ngay cả trong “thời gian bình thường”, họ có ít phạm vi cắt giảm hơn vì họ thường tham khảo qua nhiều cửa hàng để có lựa chọn mua sắm tốt nhất. Người tiêu dùng có thu nhập từ trung bình trở lên có nhiều cơ hội cắt giảm thời trang hơn vì thói quen chi tiêu của họ ít được cân nhắc hơn, bị thúc đẩy hơn và có nhiều khả năng tập trung vào các thương hiệu cao cấp hơn.

+ Khoảng 58% người mua sắm thuộc Thế hệ Z (18-24 tuổi) tại Anh dự định cắt giảm mua hàng may mặc - nhiều hơn bất kỳ nhóm tuổi nào khác.

Như vậy có thể thấy, những tác động từ Brexit, đại dịch và gần đây nhất là ảnh hưởng bởi cuộc khủng hoảng địa chính trị đã khiến xu hướng tiêu dùng quần áo thời trang của Anh thay đổi. Trong đó, người tiêu dùng Anh có xu

hướng cắt giảm chi tiêu đối với hàng may mặc thông qua lựa chọn mua hàng có ưu đãi giảm giá, không mua sắm thường xuyên hoặc so sánh giá cả trước khi quyết định mua hàng. Đặc biệt, người tiêu dùng Anh đang cởi mở hơn trong việc thu hẹp chi tiêu, chuyển đổi thương hiệu và mua sắm qua nhiều cửa hàng để nhận ưu đãi.

1.4. Khả năng cạnh tranh của hàng may mặc Việt Nam tại UK

Việt Nam là thị trường cung cấp hàng may mặc thứ 12 tại Anh, chiếm tỷ trọng khoảng 2,2-2,8% tổng trị giá nhập khẩu hàng may mặc của Anh trong giai đoạn 2017-2021. Tính riêng trong 7 tháng đầu năm 2022, thị phần hàng may mặc của Việt Nam tại Anh đã tăng lên 4,33%.

Tại Anh, hàng may mặc của Việt Nam đang phải cạnh tranh trực tiếp với các thị trường thuộc khu vực châu Á như Trung Quốc, Bangladesh, Thổ Nhĩ Kỳ, Ấn Độ, Pakistan, Campuchia và một số thị trường thuộc khu vực EU như Ý, Đức, Hà Lan, Tây Ban Nha, Pháp. Tuy vậy, thị phần hàng may mặc của các thị trường EU tại Anh đã giảm mạnh trong 7 tháng đầu năm 2022.

Việc Anh rời khỏi EU đồng nghĩa với việc Anh sẽ không được hưởng các lợi ích như các thị trường nội khối EU, đặc biệt là những ưu đãi về thuế quan, các điều kiện, quy chuẩn trong khối EU... Đây cũng là nguyên nhân khiến Anh giảm nhập khẩu hàng may mặc từ các thị trường thuộc khu vực EU, thay vào đó, Anh đã đẩy mạnh nhập khẩu từ thị trường ngoài khối EU.

Anh là quốc gia có số lượng các Hiệp định FTA tương đối lớn. Hiện Anh có các FTA có hiệu lực với hơn 60 quốc gia. Tuy nhiên, con số này hiện không bao gồm tất cả các quốc gia của Hiệp định Đối tác Toàn diện và Tiến bộ xuyên Thái Bình Dương (CPTPP) mà Anh cũng đã nộp đơn xin gia nhập (các cuộc đàm phán gia nhập bắt đầu vào tháng 6 năm 2021). Trong các thành viên của CPTPP, Anh đã có quan hệ đối tác FTA với 7 thành viên (Canada, Chile, Nhật Bản, Mexico, Peru, Singapore và Việt Nam) và đang trong quá trình đàm phán hoặc thực hiện các hiệp định thương mại với thêm hai thành viên (Australia và New Zealand).

Ngoài ra, Chính phủ Anh cũng mong muốn mở các cuộc đàm phán thương mại với Canada, Israel và Mexico để mở rộng các hiệp định thương mại liên tục hiện đang có; và các quốc gia của Hội đồng Hợp tác Vùng Vịnh (Bahrain, Kuwait, Oman, Qatar, Ả-rập Xê-út và UAE).

Như vậy, với các FTA mà Anh đã ký kết và đang đàm phán đã tạo điều kiện cho Anh mở rộng quy mô đối với hàng nhập khẩu, trong đó có hàng may mặc. Đây cũng là thách thức đối với các nước xuất khẩu truyền thống vào Anh, bởi sẽ phải đối mặt ngày càng gay gắt giữa các thị trường cung cấp.

Đối với Việt Nam, mặc dù Việt Nam có lợi thế hơn so với các thị trường trên nhờ có UKVFTA, tuy vậy, hàng may mặc Trung Quốc vẫn có lợi thế lớn hơn nhờ giá cả cạnh tranh hơn tại Anh.

Đối với Bangladesh, hiện Bangladesh vẫn được hưởng ưu đãi miễn thuế đối với hàng hóa nhập khẩu vào Anh do thuộc diện các quốc gia kém phát triển. Nếu đến năm 2026, Bangladesh được đưa ra khỏi diện các quốc gia kém phát triển để tiến lên là quốc gia đang phát triển thì Bangladesh vẫn được hưởng những đặc quyền cho sự chuyển đổi này.

Trong thời gian tới, Anh sẽ tiếp tục giảm nhập khẩu hàng may mặc từ thị trường EU, thay vào đó, Anh sẽ đẩy mạnh nhập khẩu từ thị trường ngoại khối EU, trong đó có Việt Nam. Do đó, để có thể tận dụng hiệu quả lợi ích mà Hiệp định UKVFTA, các doanh nghiệp Việt Nam cần đáp ứng tốt các yêu cầu, tiêu chuẩn đối với hàng dệt may nhập khẩu của Anh. Trong đó, yêu cầu mới nhất mà Chính phủ Anh đưa ra là kể từ ngày 01/01/2023, nhãn hiệu UKCA áp dụng bắt buộc tại Anh với hàng hóa lần đầu tiên đưa ra thị trường thay thế cho các nhãn hàng hóa trước đó đã lưu thông.

UKCA là nhãn hiệu chứng nhận hợp chuẩn theo tiêu chuẩn Anh. Nhãn hiệu này rất quan trọng đối với những doanh nghiệp đang xuất khẩu sản phẩm chế tạo sang thị trường nước này.

Năm 2021, UKCA đã được đưa vào sử dụng, tuy nhiên sau ngày 31/12/2022 bắt buộc mọi hàng hóa chế tạo phải sử dụng nhãn hiệu này để xuất khẩu vào Anh, trừ một số sản phẩm được luật quy định.

Nhãn UKCA có quy định riêng về mẫu mã, hình thức và có thể do doanh nghiệp tự đánh giá hoặc bên thứ 3 đánh giá tùy theo yêu cầu của mặt hàng cụ thể. Dán nhãn hiệu UKCA có 4 đối tượng cần quan tâm, gồm: Nhà sản xuất, nhà tiếp thị sản phẩm, nhà nhập khẩu và nhà phân phối. Không có chi phí nào từ phía Chính phủ Anh liên quan đến dán nhãn hiệu UKCA nếu doanh nghiệp tự công bố.

Các doanh nghiệp sản xuất, xuất khẩu hàng dệt may của Việt Nam cũng cần lưu ý về quyền con người và nhân quyền và mở rộng quyền hạn này để bao gồm các vi phạm liên quan đến các công ước về chống tham nhũng, biến đổi khí hậu và môi trường trong quá trình sản xuất hàng dệt may để xuất khẩu sang thị trường Anh.

Đặc biệt, trong bối cảnh lạm phát tăng cao, người tiêu dùng Anh đang phải đối mặt với sự tăng cao về giá cả hàng hóa, do đó, họ sẽ thắt chặt chi tiêu đối với các mặt hàng không thiết yếu, trong đó có hàng quần áo thời trang. Do đó, nhu cầu nhập khẩu quần áo của Anh sẽ giảm trong thời gian tới, ít nhất đến năm 2023. Để có thể tăng thị phần quần áo tại Anh, các doanh nghiệp Việt Nam sẽ cần phải chú ý nhiều hơn để đáp ứng các yêu cầu từ phía đối tác Anh.

1.5. Triển vọng xuất khẩu hàng dệt may sang thị trường UK

Trong thời gian tới, xuất khẩu hàng dệt may của Việt Nam sang thị trường Anh dự báo sẽ chậm lại do nền kinh tế Anh có dấu hiệu xấu đi, đặc biệt, ảnh hưởng của lạm phát tăng cao sẽ tác động mạnh đến khả năng tiêu dùng của người dân Anh, trong đó có mặt hàng quần áo.

Theo số liệu do Văn phòng Thống kê quốc gia Anh mới công bố, tăng trưởng GDP của Anh đã giảm 0,1% trong quý II/2022. Dịch Covid-19 bùng phát trở lại cùng những vấn đề liên quan tới sức khỏe cộng đồng là nguyên nhân chính khiến kinh tế Anh suy giảm.

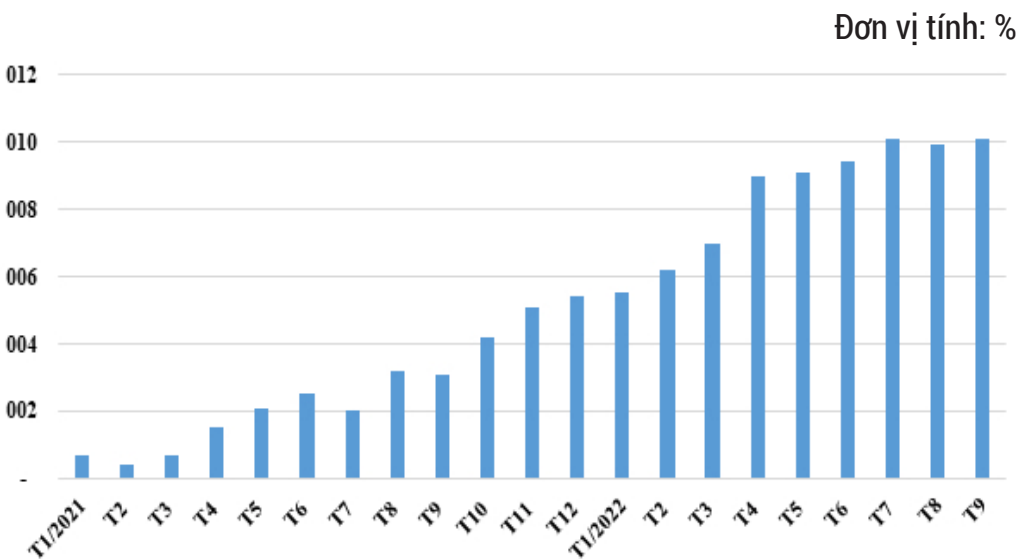
Trong bối cảnh giá năng lượng tăng cao, đẩy tỷ lệ lạm phát của Anh lên mức cao nhất trong 40 năm qua khiến nhiều hộ gia đình ở Anh lâm vào kinh tế khó khăn. Mới đây, Ngân hàng Trung ương Anh (BoE) dự báo, lạm phát của Anh có thể tăng lên hơn 13% trong tháng 10/2022. Trong đó, đóng góp hơn một nửa đà tăng là bởi giá năng lượng. BoE cũng đã cảnh báo, nước này có nguy cơ rơi vào suy thoái kéo dài. Không chỉ BoE, Tổ chức Hợp tác và Phát triển Kinh tế (OECD) cũng cảnh báo nền kinh tế Anh đang trì trệ, với dự báo tăng trưởng GDP bằng 0% trong năm 2023. Đây sẽ là mức thấp nhất trong nhóm các quốc gia có nền công nghiệp phát triển (G7) vào năm tới.

Mặc dù Chính phủ Anh đã có những động thái nhằm hỗ trợ người dân Anh trong bối cảnh lạm phát tăng cao, như mới đây Chính phủ Anh đã cam kết hỗ

trợ 400 Bảng (tương đương 502 USD) cho mỗi gia đình nhằm giúp đỡ hàng triệu người trong việc mua khí đốt và điện sinh hoạt. Tuy nhiên, những nỗ lực này vẫn không đáng kể. Theo BoE, thu nhập của người dân có thể giảm mạnh lần thứ hai kể từ năm 1964, do giá năng lượng và thực phẩm tăng cao. Dự báo, hóa đơn năng lượng trung bình hàng năm của mỗi hộ gia đình có thể tăng khoảng 50%, lên tới 3.000 Bảng (tương đương 3.600 USD) vào mùa Đông năm nay khi mức giá trần năng lượng các nhà cung cấp được phép áp dụng cho khách hàng sẽ được điều chỉnh vào mùa Thu.

Việc lạm phát tăng cao sẽ khiến niềm tin tiêu dùng của người dân Anh giảm, họ cân nhắc trong việc chi tiêu đối với hàng hóa tiêu dùng thiết yếu thay vì chi tiêu cho các loại hàng hóa khác hoặc sẽ chuyển sang tiết kiệm...

Hình 1.3. Tỷ lệ lạm phát của Anh qua các tháng năm 2021-2022



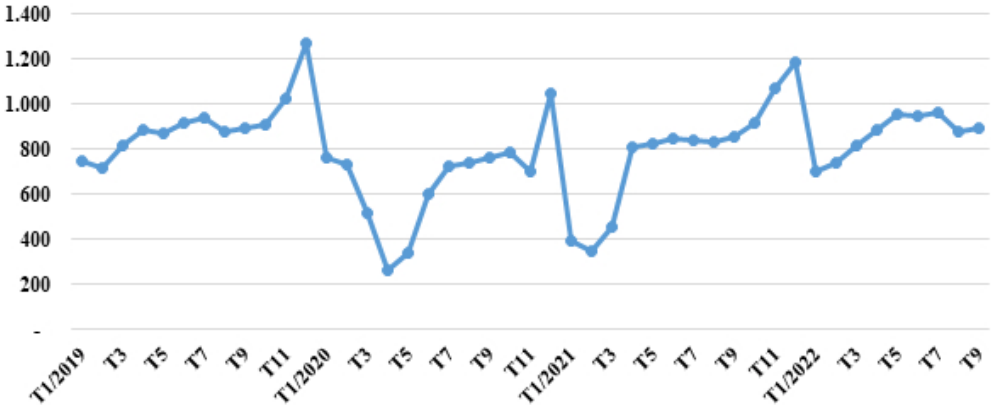
Nguồn: Tradingeconomics

Doanh số bán lẻ quần áo của Anh chứng lại

Theo dữ liệu từ Văn phòng Thống kê Quốc gia Anh, doanh số bán hàng quần áo của Anh đã giảm trong tháng 8 và 9/2022 sau khi tăng liên tục trong các tháng trước đó. Tính riêng trong tháng 9/2022, doanh số bán quần áo của Anh mặc dù tăng nhẹ 2,45% so với tháng 8/2022, lên 897,5 triệu USD, nhưng vẫn giảm 6,8% so với tháng 7/2022.

Hình 1.4. Doanh số bán lẻ quần áo của Anh qua các tháng giai đoạn 2019-2022

Đơn vị tính: triệu USD



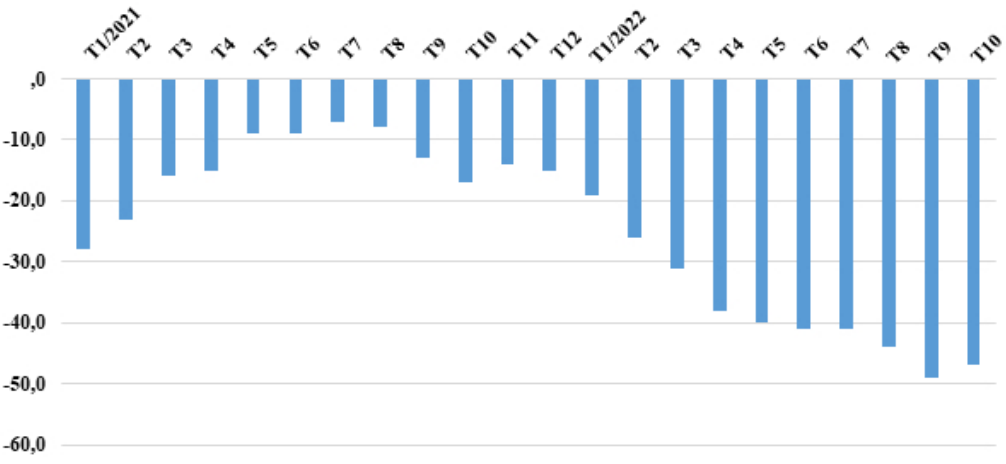
Nguồn: Tính toán từ Văn phòng Thống kê Quốc gia Anh

Niềm tin tiêu dùng của Anh vẫn ở mức thấp

Chỉ số Niềm tin tiêu dùng của Anh tăng nhẹ lên - 47 vào tháng 10/2022, mức cải thiện đầu tiên trong gần một năm, nhưng vẫn ở gần mức thấp kỷ lục -49 đạt được vào tháng 9/2022 khi các hộ gia đình Anh phải đối mặt với cuộc khủng hoảng chi phí sinh hoạt và tăng cao, tình hình chính trị và kinh tế không chắc chắn.

Hình 1.5. Chỉ số niềm tin tiêu dùng ở Anh qua các tháng năm 2021-2022

Đơn vị tính: %



PHẦN II:

CÁC CAM KẾT, QUY ĐỊNH CỦA THỊ TRƯỜNG UK
VỚI HÀNG DỆT MAY



UKVFTA
CHÌA KHÓA XUẤT KHẨU

2.1. Cam kết về thuế quan

Hiệp định UKVFTA được kỳ vọng sẽ giúp Việt Nam và Anh duy trì các điều kiện thương mại ưu đãi và lợi ích kinh tế thông qua các cam kết mở cửa thị trường đã có trong Hiệp định EVFTA.

Về cơ bản, thuế nhập khẩu đối với các mặt hàng xuất khẩu nói chung, mặt hàng dệt may nói riêng, từ Việt Nam vào UK sẽ bằng với thuế nhập khẩu đối với mặt hàng xuất khẩu từ Việt Nam vào EU tại bất kỳ thời điểm nào bắt đầu từ khi UKVFTA có hiệu lực. Cụ thể:

- UK sẽ xóa bỏ thuế quan với 42,5% dòng thuế từ ngày 01 tháng 01 năm 2021; xóa bỏ phần thuế quan còn lại sau 2, 4 hoặc 6 năm. Khi đó, so với Việt Nam, các đối thủ cạnh tranh như Bangladesh, Campuchia, Pakistan sẽ không còn lợi thế cạnh tranh về thuế quan nữa.

- Các mặt hàng có mức thuế 0% ngay khi UKVFTA có hiệu lực tập trung vào mặt hàng nguyên liệu và các sản phẩm may mặc như đồ lót, áo choàng tắm, quần áo ngủ, mặc trong nhà, đồ bơi, khăn tay, khăn choàng và cavat (trừ loại tơ tằm), găng tay, quần tất, quần áo trẻ em, áo blouse hoặc sơ mi dệt kim dành cho nữ hoặc trẻ em gái, một số bộ comple, bộ đồ, áo jackets...

- Thực tế nếu tính cả thời gian được hưởng ưu đãi thuế theo Hiệp định EVFTA thì hàng hoá Việt Nam xuất khẩu sang UK đã được hưởng ưu đãi thuế quan hơn 2 năm. Trong 2 năm này, thuế suất thuế nhập khẩu đối với một số mặt hàng dệt may vẫn còn cao hơn so với thuế suất GSP 9,6% đang được hưởng. Tuy nhiên Hiệp định UKVFTA sẽ mang lại lợi ích dài hạn cho ngành dệt may Việt Nam.

Ngoài ra, cũng tương tự Hiệp định EVFTA, khi một nước đang được UK cho hưởng cơ chế GSP mà ký kết Hiệp định FTA với UK thì cơ chế GSP sẽ tự động kết thúc. Theo Hiệp định UKVFTA, Việt Nam có lộ trình 6 năm để chuyển đổi từ GSP sang UKVFTA. Theo đó, đến hết năm 2022, hàng hóa xuất khẩu của Việt Nam sang UK được phép lựa chọn áp dụng một trong hai mức thuế ưu đãi từ GSP hoặc Hiệp định UKVFTA và áp dụng cơ chế chứng nhận xuất xứ tương ứng. Trong 4 năm tiếp theo, hàng hóa xuất khẩu của Việt Nam sang UK vẫn được phép lựa chọn áp dụng một trong hai mức thuế ưu đãi từ GSP hoặc Hiệp định UKVFTA, tuy nhiên, phải đáp ứng quy định về quy tắc xuất xứ trong Hiệp định UKVFTA. Sau 6 năm kể từ khi Hiệp định UKVFTA có hiệu lực, hàng hóa xuất khẩu của Việt Nam sang UK sẽ hưởng mức thuế và áp dụng quy tắc xuất xứ hoàn toàn theo Hiệp định UKVFTA.

Bảng 2.1. Lộ trình giảm thuế theo UKVFTA cho một số nhóm hàng dệt may xuất khẩu chủ lực của Việt Nam

HS	Mô tả	Thuế GSP	Lộ trình Hiệp định UKVFTA	2021 (%)	2022 (%)	2023 (%)
6201	Áo khoác ngoài, áo choàng cho nam giới hoặc trẻ em trai	9,6% (-1,5%/năm)	B6	9	7,5	6
	trừ 6201.93 Loại khác - Từ sợi nhân tạo		B4 (-2%/năm)	8	6	4
6204	Bộ com-lê, bộ quần áo đồng bộ, áo jacket, blazer cho phụ nữ hoặc trẻ em gái	9,6%	Đa số là A (0% ngay)	0	0	0
	trừ 6204.13 Bộ com lê từ sợi tổng hợp		B4 (-2%/năm)	8	6	4
	6204.32/33 Áo jacket/blazer từ bông/sợi tổng hợp		B2 (-3%/năm)	6	3	0
	6204.39 Áo jacket/blazer từ các vật liệu dệt khác		Đa số là B4 (-2%/năm)	8	6	4
6203	Bộ com lê từ bông/ xơ tái tạo/ vật liệu dệt khác	9,6%	A (0% ngay)	0	0	0
	trừ 6203.19		B2 (-3%/năm)	6	3	0
	6203.31 Áo jacket/ blazer từ len		B6 (-1,5%/năm)	9	7,5	6
	6203.49 Quần từ xơ tái tạo		Đa số B6	9	7,5	6
6202	Bộ com-lê từ len/ sợi tổng hợp	9,6%	B6 (-1,5%/năm)	9	7,5	6
	Áo khoác ngoài, áo choàng cho phụ nữ hoặc trẻ em gái		B4 (-2%/năm)	8	6	4
	trừ 6202.12.90/ 6202.13.90 từ bông/sợi nhân tạo có trọng lượng trên 1kg tính trên quần áo					

HS	Mô tả	Thuế GSP	Lộ trình Hiệp định UKVFTA	2021 (%)	2022 (%)	2023 (%)
6109	Áo phong, áo may ô và các loại áo lót khác, dệt kim hoặc móc	9,6%	B4 (-2%/năm)	8	6	4
6110	Áo bó, áo chui đầu, áo cài khuy (cardigan), gi-lê và các mặt hàng tương tự, dệt kim hoặc móc	9,6%	B4 (-2%/năm)	8	6	4
6104	Bộ com-lê, bộ quần áo đồng bộ, áo jacket, blazers cho phụ nữ hoặc trẻ em gái, dệt kim hoặc móc	9,6%	Đa số là A	0	0	0
trừ 6104.43	Váy từ sợi tổng hợp		B2 (-3%/năm)	6	3	0
6104.63	Quần dài từ sợi tổng hợp					
6104.33	Áo Jacket/blazer từ sợi tổng hợp		B4 (-2%/năm)	8	6	4
6104.53	Chân váy từ sợi tổng hợp					
6210	Quần áo may từ các loại vải thuộc nhóm 5602, 5603, 5903, 5906 hoặc 5907	9,6%	B4 (-2%/năm)	8	6	4
6307	Các mặt hàng đã hoàn thiện khác, kể cả mẫu cắt may	5-9,6	A (0% ngay)	0	0	0
6205	Áo sơ mi nam giới hoặc trẻ em trai	9,6%	Đa số B6	9	7,5	6
trừ 6205.20	từ bông		B4 (-2%/năm)	8	6	4

- Nhóm mặt hàng áo jacket: tùy theo chất liệu, áo jacket có lộ trình giảm thuế khác nhau. Áo jacket từ len đang thuộc lộ trình A, là nhóm được hưởng thuế 0% ngay sau khi Hiệp định có hiệu lực; áo jacket từ các vật liệu dệt khác đang thuộc lộ trình B2, là nhóm được giảm thuế về 0% sau 2 năm kể từ khi Hiệp định có hiệu lực; áo jacket từ bông/sợi tổng hợp đang thuộc lộ trình B4, là nhóm được giảm thuế về 0% sau 4 năm kể từ khi Hiệp định có hiệu lực.

- Nhóm mặt hàng áo sơ mi: đa số thuộc lộ trình B6, là nhóm được giảm thuế về 0% sau 6 năm kể từ khi Hiệp định có hiệu lực.

- Nhóm mặt hàng áo thun, quần: tùy theo chất liệu, mô tả, áo thun và quần có lộ trình giảm thuế khác nhau, một số dòng hàng được hưởng thuế 0% ngay sau khi Hiệp định có hiệu lực, một số dòng giảm về 0% sau 2-4 năm kể từ khi Hiệp định có hiệu lực.

- Nhóm mặt hàng quần lót: thuộc lộ trình A và B4, là nhóm được giảm thuế về 0% ngay khi Hiệp định có hiệu lực hoặc sau 4 năm Hiệp định có hiệu lực

- Nhóm mặt hàng quần áo bảo hộ lao động: thuộc lộ trình A, B2, B4, B6 tùy theo chất liệu, mô tả của mặt hàng.

2.2. Cam kết về quy tắc xuất xứ

Hiệp định UKVFTA quy định tiêu chí xuất xứ cho sản phẩm dệt may là tiêu chí hai công đoạn, nghĩa là (i) công đoạn dệt vải và (ii) công đoạn may thành phẩm phải được thực hiện tại Việt Nam hoặc UK. Với quy định xuất xứ như vậy, vải sử dụng để cắt may phải có xuất xứ từ Việt Nam hoặc UK.

Đây là thách thức không nhỏ của ngành dệt may Việt Nam do hiện nay ngành dệt may chưa chủ động nguồn cung trong nước, vẫn phải chủ yếu dựa vào nhập khẩu vải và nguyên phụ liệu (70%), trong khi các đơn hàng chủ yếu làm gia công và việc sử dụng vải và nguyên liệu theo chỉ định của khách hàng nước ngoài.

Điểm tựa lớn để giải bài toán thiếu hụt vải và hưởng ưu đãi từ các Hiệp định là cam kết về cộng gộp đối với nguyên liệu vải từ Hàn Quốc, Nhật Bản và EU, ngoài ra, Việt Nam có thể sử dụng vải nhập khẩu từ các quốc gia đã và sẽ ký kết FTA với UK để cắt may tại Việt Nam.

Có thể nói, trước mắt, quy tắc xuất xứ của Hiệp định UKVFTA vẫn là thách thức đối với ngành dệt may Việt Nam. Vì vậy, trong ngắn hạn Hiệp định UKVFTA chưa tạo ra một “cú hích” mạnh mẽ cho ngành dệt may Việt Nam như thời kỳ gia nhập WTO hay ký BTA với Hoa Kỳ.

Trong dài hạn, với quy mô thị trường đủ lớn, quy tắc xuất xứ yêu cầu “từ vải trở đi” của UKVFTA kết hợp với nguyên tắc chủ đạo “từ sợi trở đi” của Hiệp định CPTPP sẽ tiếp tục thúc đẩy việc hình thành chuỗi sản xuất khép kín từ thượng nguồn đến cắt may thành phẩm, nâng cao giá trị gia tăng cho

ngành và giảm dần phụ thuộc vào việc nhập khẩu nguyên phụ liệu. Hiệp định UKVFTA kỳ vọng sẽ mang lại lợi ích dài hạn cho ngành dệt may Việt Nam trong gia tăng thị phần xuất khẩu vào thị trường UK, giúp đa dạng hóa thị trường, hạn chế bớt các rủi ro khi thị trường Hoa Kỳ biến động do xung đột thương mại Mỹ - Trung Quốc chưa kết thúc.

2.3. Các cam kết, quy định liên quan khác

2.3.1. Cam kết về TBT

Hiệp định UKVFTA bao gồm các cam kết hạn chế rào cản phi thuế quan đang cản trở dòng chảy thương mại một cách bất hợp lý, tăng tính minh bạch và nâng cao khả năng của các. Bên cạnh đó việc xử lý nhanh chóng và hiệu quả các rào cản phi thuế quan trong thương mại đã tạo điều kiện thuận lợi cho thương mại hai nước phát triển.

Hiệp định UKVFTA được xây dựng dựa trên các cam kết của Hiệp định TBT trong khuôn khổ WTO, cụ thể:

- Việt Nam và UK nhất trí rà soát các quy chuẩn kỹ thuật để đảm bảo phù hợp với các tiêu chuẩn quốc tế liên quan.
- Nhất trí khuyến khích các cơ quan chuẩn hóa của mình tham gia vào việc xây dựng các tiêu chuẩn quốc tế của các cơ quan chuẩn hóa quốc tế có liên quan. Hai bên cùng đồng ý khuyến khích các cơ quan chuẩn hóa của mình sử dụng những tiêu chuẩn quốc tế liên quan làm cơ sở để xây dựng tiêu chuẩn trong nước.

2.3.2. Cam kết về phòng vệ thương mại

Các quy định về phòng vệ thương mại của UK thông qua:

- Đạo luật Thương mại (thông qua ngày 29 tháng 4 năm 2021) quy định vai trò của Cơ quan phòng vệ thương mại UK (TRA) - được thành lập mới từ Cục Điều tra Biện pháp Thương mại (TRID). TRA là cơ quan nhà nước chịu trách nhiệm thực hiện điều tra, tham vấn các bên liên quan và đưa ra kiến nghị với các bộ trưởng và chính phủ về các biện pháp phòng vệ thương mại của UK;
- Đạo luật thuế (Thương mại xuyên biên giới) 2018 (TCTBA 2018)

- Phụ lục 4 và 5 của TCTBA đề cập đến các nguyên tắc về cách thức tiến hành điều tra các biện pháp phòng vệ thương mại và đưa ra các tiêu chí cho các biện pháp vi phạm có liên quan. Theo đó, có ba công cụ chính sách thương mại được đề cập trong luật của UK để chống lại hàng nhập khẩu gây ra hoặc đe dọa thiệt hại cho các ngành sản xuất trong nước, bao gồm:

+ Biện pháp chống bán phá giá: xử lý vấn đề hàng hóa nhập khẩu đang được bán trong UK với giá thấp hơn giá trị thông thường tại quốc gia mà chúng được xuất khẩu.

+ Biện pháp chống trợ cấp: xử lý vấn đề hàng hóa nhập khẩu đang được chính phủ nước ngoài trợ cấp.

+ Biện pháp tự vệ: bảo vệ các ngành công nghiệp trong nước trước sự gia tăng không lường trước được của nhập khẩu.

Cần lưu ý một số khác biệt về pháp luật của UK so với EU, cụ thể: Cơ chế phòng vệ thương mại của UK yêu cầu phải bảo đảm cả lợi ích công cộng cũng như lợi ích kinh tế. Về lợi ích công cộng, UK sẽ không áp dụng biện pháp phòng vệ thương mại nếu việc này không phù hợp với lợi ích công cộng. Về việc xem xét lợi ích kinh tế thì UK đánh giá về cả kinh tế và chính trị, để để xác định xem việc áp dụng các biện pháp có vì lợi ích kinh tế của UK hay không.

Do đó, khi xem xét điều này, tính đến yếu tố: Thiệt hại gây ra cho ngành công nghiệp của UK do bán phá giá hàng hoá hoặc nhập khẩu hàng hoá được trợ cấp và lợi ích cho ngành công nghiệp của UK (chỉ đối với các cuộc điều tra bán phá giá và trợ cấp); Thiệt hại gây ra cho ngành công nghiệp của UK do nhập khẩu hàng hóa với số lượng lớn hơn và lợi ích cho các nhà sản xuất đó (chỉ dành cho các cuộc điều tra về biện pháp tự vệ); Ý nghĩa kinh tế của các ngành bị ảnh hưởng và người tiêu dùng ở UK; Có khả năng ảnh hưởng đến các ngành công nghiệp và người tiêu dùng ở UK. Có thể tác động đến các khu vực địa lý cụ thể hoặc các nhóm lợi ích cụ thể ở UK; Hậu quả có thể xảy ra đối với môi trường cạnh tranh và cấu trúc thị trường hàng hóa ở UK.

Điểm lưu ý thứ hai, là sự thay đổi của pháp luật UK thông qua việc ban hành Đạo luật Thuế về thương mại xuyên biên giới. Đạo luật này thay thế Bộ luật Hải quan của EU hiện tại và sửa đổi luật thuế tiêu thụ đặc biệt và thuế giá trị gia tăng hiện hành của UK. Trong luật này, Anh còn áp dụng quy tắc thuế thấp

hơn trong tất cả các cuộc điều tra và xem xét. Quy tắc này là tùy chọn theo quy định của WTO nhưng là bắt buộc theo luật của UK.

2.3.3. Quy định về thủ tục hải quan

Hải quan Anh cho biết những thay đổi trong thủ tục thông quan có hiệu lực từ 1/1/2022. Theo đó, những thay đổi tập trung ở một số lĩnh vực như:

- Thủ tục khai hải quan

Bắt đầu từ năm 2022, tất cả doanh nghiệp bắt buộc phải nộp tờ khai, đồng thời thanh toán các khoản phí liên quan ngay tại thời điểm nhập hàng. Hải quan Anh không chấp nhận việc doanh nghiệp trì hoãn khai báo đối với hàng nhập.

Một số doanh nghiệp đã được bộ phận Hải quan cung cấp ủy quyền cho phép trực tiếp thông quan hàng hóa mà không cần phải cung cấp đầy đủ tờ khai hải quan tại thời điểm xuất hàng. Việc cấp ủy quyền cho một doanh nghiệp có thể lên đến 60 ngày.

Các doanh nghiệp cần sử dụng chính xác mã quốc gia xuất xứ và gửi hàng khi điền thông tin tờ khai. Điều này đồng thời sẽ được áp dụng với các quốc gia thuộc EU, hệ thống sẽ tiến hành xóa mã quốc gia khối EU trong thời gian tới.

- Kiểm soát thông quan

Từ đầu năm 2022, Hải quan Anh sẽ bắt đầu bố trí lực lượng an ninh kiểm soát hàng hóa nhập khẩu từ EU vào quốc gia này. Một số trường hợp hàng hóa sẽ được chuyển đến Cơ sở Biên giới Nội địa trong trường hợp bộ phận an ninh không thể kiểm hàng tại cảng. Do đó, việc nắm bắt các thay đổi đồng thời có sự thích ứng linh hoạt trong hoạt động vận chuyển là vô cùng quan trọng đối với các doanh nghiệp. Trong trường hợp doanh nghiệp không chuẩn bị tờ khai hợp lệ, hàng hóa của họ sẽ không được phép thông quan, thậm chí các hãng tàu có quyền từ chối và không chất hàng tại cảng xuất. Một số nơi yêu cầu doanh nghiệp thông báo ngay cả nghi hàng chỉ quá cảnh tại cảng, họ vẫn có trách nhiệm phải cung cấp đầy đủ chứng từ.

Trong trường hợp doanh nghiệp sử dụng bên thứ ba như công ty giao nhận hàng hóa hoặc chuyển phát nhanh. Hai bên cần thống nhất với nhau và kiểm

tra kỹ các điều khoản về thủ tục khai báo hải quan cũng như các thông tin cần thiết.

- Quy định về nước nhập khẩu:

Theo thông tin nhập khẩu (IIN) ABP/23A - Nhập khẩu len và lông chưa qua xử lý:

- Đối với len và lông theo Mục (a): Nhập khẩu được phép từ bất kỳ nước nào.

- Đối với len và lông theo Mục (b): Việc nhập khẩu được phép từ các đối tác thương mại được liệt kê trong tài liệu do Bộ trưởng Ngoại giao công bố, với sự đồng ý của Bộ trưởng Scotland và xứ Wales đối với: Các nước ngoài EU, các nước EU và EFTA

- Chính phủ Anh quy định chỉ sản phẩm được sản xuất tại cơ sở theo danh sách Chính phủ công bố mới được phép xuất khẩu sang UK. Các nhà nhập khẩu nên kiểm tra, đối chiếu trước danh sách này khi nhập khẩu.

- Đối với len theo Mục (a): Một chứng từ thương mại nêu rõ ít nhất người gửi hàng và người nhận hàng, nước xuất xứ, số lượng và loại len cho mục đích truy xuất nguồn gốc.

- Đối với len và lông theo Mục (b): Lô hàng đi kèm với tờ khai của nhà nhập khẩu theo yêu cầu theo Chương 21 của Phụ lục XV của Quy định 142/2011 của EU được giữ lại.

2.3.4. Quy định tiêu chuẩn kỹ thuật

Tương tự như EU, UK là nước có yêu cầu về các tiêu chuẩn kỹ thuật khá phức tạp, ngoài yêu cầu chỉ thị về kỹ thuật và chi tiết về sản phẩm thì hiện nay UK còn quy định thêm về yêu cầu an toàn, bảo vệ môi trường và sức khỏe người tiêu dùng. Ngoài ra, các sản phẩm muốn nhập khẩu vào thị trường UK còn phải đáp ứng các yêu cầu kỹ thuật theo Tiêu chuẩn hài hòa (Harmonized standards) được quy định bởi Ủy ban Châu Âu - EC.

Về tiêu chuẩn môi trường:

Yêu cầu các mặt hàng xuất khẩu vào UK phải sử dụng các bao bì thân thiện với môi trường, không gây ô nhiễm khi tiêu hủy.

Về tiêu chuẩn của người tiêu dùng:

Hiện UK đang từng bước đẩy cao tiêu chí trách nhiệm xã hội (CSR) của các doanh nghiệp. Người dân có xu hướng ưu tiên các sản phẩm của doanh nghiệp thực hiện tốt CSR và từ chối sử dụng các sản phẩm của các công ty gây hại cho môi trường, xã hội.

Về hàm lượng hóa chất & kim loại nặng:

Các quy định của UK điều chỉnh các hóa chất và kim loại nặng (ở cả dạng nguyên liệu thô và thành phẩm) có trong hầu hết các sản phẩm tiêu dùng được sản xuất hoặc bán ở UK. Ngoài ra, điều này thúc đẩy các phương pháp thay thế đánh giá các chất có thể nguy hiểm.

Quy định này có thể ảnh hưởng đến các nhà nhập khẩu, nhà sản xuất và nhà phân phối các sản phẩm dệt may do được xử lý bằng hóa chất trong quá trình sản xuất nên các bên phải đảm bảo tuân thủ các hạn chế về chất và tuân thủ các nghĩa vụ thông báo hiện hành. Các quy định của UK bao gồm hầu hết các chất hóa học và kim loại nặng ở dạng độc lập, ở dạng hỗn hợp và ở dạng vật phẩm (ví dụ: sản phẩm dệt may). Dưới đây là một số ví dụ về các sản phẩm dệt may có thể chứa các chất bị hạn chế:

- Sản phẩm dệt may có màu sắc rực rỡ, có thể chứa các amin thơm từ thuốc nhuộm azo;
- Trang phục bao gồm các bộ phận bằng nhựa, có thể chứa phthalates;
- Quần áo thể thao, có thể chứa các hợp chất organotin được sử dụng làm chất diệt khuẩn và thuốc trừ sâu trong quần áo và giống như hàng dệt may;
- Các chất bị hạn chế.

Dưới đây là một số ví dụ về các chất bị hạn chế có thể được tìm thấy trong các sản phẩm dệt may: Polybromobiphenyls; Polybrominatedbiphenyls (PBB) (không được sử dụng trong các sản phẩm dệt may dành cho da người); Azocolorant và Azodyes (nói chung, không được ở nồng độ vượt quá 0,1% tính theo trọng lượng khi dùng để tạo màu cho các sản phẩm dệt và da); Tris Phosphate (không được sử dụng trong các sản phẩm dệt may dành cho da

người); Tris phosphin oxide (không được sử dụng trong các sản phẩm dệt may dành cho da người); Nonylphenol ethoxylat (NPE) (nói chung, không được ở nồng độ vượt quá 0,01% trọng lượng của sản phẩm dệt hoặc các bộ phận dệt)

Quy định chung về an toàn sản phẩm (GPSR):

Quy định chung về an toàn sản phẩm năm 2005 (GPSR) nhằm đảm bảo an toàn cho các sản phẩm tiêu dùng tại thị trường UK. Trong trường hợp không có bất kỳ luật cụ thể nào, nó hoạt động như một quy định mặc định áp đặt các yêu cầu và tiêu chuẩn an toàn chung. Luật áp dụng cho hầu hết các sản phẩm tiêu dùng trừ khi sản phẩm bị ảnh hưởng bởi các điều khoản luật cụ thể của UK. Vì vậy, nó cũng có thể ảnh hưởng đến các sản phẩm dệt may. Một ví dụ về các sản phẩm dệt bị ảnh hưởng bởi GPSR là quần áo trẻ em bao gồm dây và dây rút.

Tiêu chuẩn an toàn:

Các nhà nhập khẩu và nhà sản xuất tuân thủ tiêu chuẩn tự nguyện của UK đối với sản phẩm của họ có thể hưởng lợi từ sự phù hợp. Ví dụ: BS EN 14682 - An toàn quần áo trẻ em - Dây và dây rút được tham chiếu theo quy định. Khi các quy định không viện dẫn bất kỳ tiêu chuẩn nào cho sản phẩm của họ, các nhà nhập khẩu và nhà sản xuất vẫn có thể sử dụng các tiêu chuẩn quốc tế hoặc quốc gia khác có liên quan đến sản phẩm.

Về chất lượng sản phẩm:

- Các Quy định về Sản phẩm Dệt may tại UK (Nhãn dán và Thành phần sợi) cho phép người tiêu dùng đưa ra quyết định sáng suốt về việc mua quần áo và hàng dệt may. Những đối tác sản xuất hàng dệt may phải đảm bảo rằng sản phẩm có nhãn thông báo rõ ràng về thành phần sợi dệt có trong sản phẩm (trừ khi có trường hợp ngoại lệ) khi các doanh nghiệp có ý định đưa những sản phẩm dệt may vào thị trường UK.

UK đã không thông qua bất kỳ luật mới nào liên quan đến việc dán nhãn quần áo và dệt may. Do đó, các Quy định về Sản phẩm Dệt may (Ghi nhãn và Thành phần Sợi) vẫn là Quy định số 1007/2011 của EU về Quy định Ghi nhãn Hàng dệt và Thành phần Sợi (quy định này không áp dụng cho Bắc Ireland vì do vẫn tuân theo các quy định của EU)

- Quy định về phạm vi sản phẩm: Sản phẩm dệt may bao gồm: sản phẩm thô, bán thành phẩm, đã gia công, thành phẩm, bán thành phẩm hoặc thành phẩm chỉ bao gồm các sợi dệt. Quy định của UK ảnh hưởng đến hầu hết các sản phẩm dệt may, bao gồm: Các sản phẩm có tỷ trọng sợi dệt từ 80% trở lên; Đồ nội thất, ô dù và tấm che nắng bao gồm 80% hoặc nhiều hơn tính theo trọng lượng là các thành phần dệt; Các thành phần dệt của đệm và lớp trên của tấm trải sàn nhiều lớp, và tấm phủ của hàng cắm trại; Miễn trừ Phụ lục V bao gồm các sản phẩm dệt may không yêu cầu nhãn hoặc đánh dấu, bao gồm: Đồ chơi; Sản phẩm dùng một lần; Sản phẩm dệt dùng làm thiết bị sản xuất, gia công hàng hóa; Quần áo động vật; Cờ và biểu ngữ.

- Quy định về thành phần chất xơ: Theo quy định, chỉ các loại nguyên liệu cụ thể từ Phụ lục I của Quy định (EU) số 1007/2011 mới có thể được sử dụng cho sợi dệt. Ví dụ về sợi dệt được liệt kê thường thấy trong ngành dệt may bao gồm: Len; Polyester; Nylon; Lụa; Bông; Sản phẩm làm từ một sợi dệt.

Các sản phẩm dệt may có thể được coi là được sản xuất độc quyền nếu sản xuất từ một loại sợi dệt có tên hoặc được làm từ hai hoặc nhiều loại sợi dệt khác nhau. Trong trường hợp này, các nhà sản xuất có thể ghi dán nhãn với những cụm từ sau: “100%”; “Thuần khiết”; “Tất cả”.

Những sản phẩm được coi là được sản xuất hoàn toàn từ một loại sợi dệt có tên hoặc có chứa các loại sợi ngoại lai với điều kiện đáp ứng tất cả các điều kiện sau: Xơ ngoại lai chiếm không quá 2% tính theo trọng lượng của sản phẩm và 5% tính theo trọng lượng của sản phẩm dệt trải qua quy trình chải thô; Các sợi dệt phải tuân thủ các quy định sản xuất phù hợp; Các sợi ngoại lai không được tích hợp vào sản phẩm Sản phẩm dệt đa sợi; Các sản phẩm dệt đa sợi nhìn chung phải có tên và tỷ lệ phần trăm theo trọng lượng của tất cả các loại sợi dệt có tên và trình bày theo thứ tự giảm dần; Các sản phẩm len lông cừu và len nguyên chất, sợi trang trí, sợi chống tĩnh điện và các sản phẩm được liệt kê khác có trong Phụ lục IV của quy định EU được giữ lại có các yêu cầu ghi nhãn riêng. Các thông tin khác liên quan đến sản phẩm phải luôn được hiển thị riêng; Sản phẩm nguồn gốc động vật Bất kỳ bộ phận phi dệt nào có nguồn gốc từ động vật phải được thông báo rõ ràng thông qua việc dán nhãn hoặc đánh dấu. Ví dụ: nếu sản phẩm có chứa các bộ phận của động vật thì sản phẩm đó phải được đánh dấu hoặc dán nhãn với cụm từ “chứa các bộ phận không phải là vải và có nguồn gốc từ động vật”. Ngoại trừ các mã chế biến cơ giới hóa, đặc biệt không nên sử dụng chữ viết tắt.

- Điều kiện nhập khẩu đối với len và lông chưa qua xử lý theo (IIN) ABP/23A:

Len được định nghĩa là:

- Len có nghĩa là sợi tự nhiên được nuôi bởi cừu hoặc cừu non.
- Lông động vật loại tốt nghĩa là lông của alpaca, llama, vicuna, lạc đà (kể cả lạc đà một bướu), yak, angora, Tây Tạng, Kashmir hoặc dê tương tự (nhưng không phải dê thông thường), thỏ, (kể cả thỏ Angora), thỏ rừng, hải ly, nutria hoặc xạ hương.
- Lông động vật thô có nghĩa là tất cả các loại lông động vật khác ngoài;
- Lông động vật mịn được ngoại trừ lông lợn;
- Lông ngựa được định nghĩa là lông bờm hoặc đuôi của động vật họ ngựa hoặc họ bò;
- Len và tóc chưa qua xử lý được định nghĩa trong EU 142/2011 là len và tóc, khác với len/tóc:

(i) đã trải qua quá trình giặt tại nhà máy;

(ii) thu được từ quá trình thuộc da;

(iii) được xử lý bằng phương pháp khác để đảm bảo không còn rủi ro không thể chấp nhận được;

(iv) được sản xuất từ động vật không phải động vật thuộc loài lợn, và đã trải qua quá trình giặt tại nhà máy bao gồm ngâm len trong nhiều bể nước, xà phòng và natri hydroxit hoặc kali hydroxit; hoặc

(v) được sản xuất từ động vật không phải động vật thuộc loài lợn, nhằm mục đích vận chuyển trực tiếp đến nhà máy sản xuất các sản phẩm có nguồn gốc từ len cho ngành dệt may và đã trải qua ít nhất một trong các biện pháp xử lý sau: tẩy lông bằng hóa chất bằng vôi tôi hoặc natri sunfua; khử trùng bằng formaldehyde trong buồng kín trong ít nhất 24 giờ; tẩy rửa công nghiệp bao gồm nhúng len vào chất tẩy hòa tan trong nước được giữ ở nhiệt độ 60–70

°C; bảo quản, có thể bao gồm thời gian hành trình, ở 37°C trong tám ngày, 18°C trong 28 ngày hoặc 4°C trong 120 ngày.

- Theo Phụ lục XIV, Chương II, Bảng 2. Điểm 8 và Chương VIII, Điều 25 điểm 2 của Quy định 142/2011 về len và tóc chưa được xử lý của EU phải:

(i) Được đóng gói cẩn thận và khô ráo và phải được gửi trực tiếp đến nhà máy sản xuất các sản phẩm có nguồn gốc để sử dụng bên ngoài chuỗi thức ăn chăn nuôi hoặc nhà máy thực hiện các hoạt động trung gian trong các điều kiện ngăn chặn sự lây lan của các tác nhân gây bệnh. HOẶC

(ii) là len và lông khô và được đóng gói chắc chắn, được sản xuất từ động vật không phải của loài lợn, được dùng để vận chuyển đến nhà máy sản xuất các sản phẩm có nguồn gốc từ lông và lông cho ngành dệt may và đáp ứng tất cả các yêu cầu các yêu cầu sau:

(iii) lô hàng được sản xuất ít nhất 21 ngày trước ngày nhập cảnh vào UK được lưu giữ tại một quốc gia hoặc khu vực đó là: Được liệt kê trong tài liệu do Bộ Ngoại giao xuất bản, với sự đồng ý của các Bộ trưởng Scotland và xứ Wales về thịt tươi của động vật móng guốc tại các liên kết bên dưới. Quốc gia phải được phép nhập khẩu thịt tươi của động vật nhai lại không thuộc diện bảo đảm bổ sung A và F được đề cập trong đó; Các nước ngoài EU; Các nước EU và EFTA; Không mắc bệnh lở mồm long móng, và đối với lông cừu và lông cừu và dê, không mắc bệnh thủy đậu cừu và thủy đậu dê theo các tiêu chí chung cơ bản được liệt kê trong Phụ lục II của Chỉ thị 2004/68; Các sản phẩm phụ của động vật chỉ được lấy từ các nguyên liệu Loại 3 được đề cập trong Điều 10(h) và 10(n) của Quy định 1069/2009 của EU được giữ lại.



PHẦN III:

KỊCH BẢN KHAI THÁC THỊ TRƯỜNG GIAI ĐOẠN 2022-2025 ĐỐI VỚI CÁC NHÓM SẢN PHẨM DỆT MAY



3.1. Kích bản khai thác thị trường với mặt hàng áo jacket

3.1.1. Kết quả xuất khẩu

Trong 02 năm thực thi ưu đãi¹, kim ngạch xuất khẩu áo jacket từ Việt Nam sang UK đạt 382 triệu USD. Trong số các mặt hàng dệt may xuất khẩu sang UK, áo jacket có kim ngạch xuất khẩu lớn nhất, chiếm tới 29,2% tổng kim ngạch xuất khẩu dệt may của Việt Nam sang UK. Trong số các thị trường xuất khẩu áo jacket của Việt Nam, thị trường UK có kim ngạch đứng thứ 08, chiếm 3,3% thị phần.

Riêng trong năm thứ hai ưu đãi, kim ngạch xuất khẩu áo jacket đạt 233 triệu USD, tăng 56,8% so với năm thứ nhất ưu đãi.

Bảng 3.1: Các chủng loại hàng dệt may xuất khẩu chủ yếu sang thị trường UK trong 02 năm ưu đãi

Đơn vị tính: USD

STT	Chủng loại	02 năm ưu đãi	Tỷ trọng
1	Áo Jacket	381,778,377	29.2%
2	Quần	198,721,233	15.2%
3	Áo thun	216,726,375	16.6%
4	Áo sơ mi	84,192,630	6.4%
5	Quần áo trẻ em	92,674,430	7.1%
6	Đồ lót	63,199,040	4.8%
7	Váy	54,222,772	4.2%
8	Quần Short	33,444,681	2.6%
9	Quần áo Vest	24,528,116	1.9%
10	Hàng may mặc	45,195,256	3.5%
11	Áo len	12,509,151	1.0%
12	Áo gile	7,758,484	0.6%
13	Áo nỉ	6,121,432	0.5%
14	Quần áo bơi	8,793,989	0.7%

STT	Chủng loại	02 năm ưu đãi	Tỷ trọng
15	Bộ quần áo	7,359,834	0.6%
16	Găng tay	9,677,153	0.7%
17	Quần áo ngủ	8,493,312	0.7%
18	Áo	8,159,173	0.6%
19	Quần áo BHLĐ	8,754,107	0.7%

Chú thích: Năm thứ nhất ưu đãi: là năm thứ nhất được hưởng ưu đãi thuế quan theo EVFTA và UKVFTA (tháng 08/2021 – tháng 07/2020).

Năm thứ hai ưu đãi: là năm thứ hai được hưởng ưu đãi thuế quan theo EVFTA và UKVFTA (tháng 08/2022 - tháng 07/2021)

02 năm ưu đãi: là 02 năm được hưởng ưu đãi thuế quan theo EVFTA và UKVFTA (tháng 08/2020 - tháng 07/2022)

3.1.2. Dung lượng thị trường và đối thủ cạnh tranh

Theo số liệu từ uktradeinfo.com, trong 08 tháng năm 2022, tổng kim ngạch nhập khẩu các phân nhóm HS có mặt hàng áo jacket của UK từ thế giới là tầm 7 tỷ USD. Các chủng loại nhập khẩu chủ yếu là: HS 611020 (đạt 863 triệu USD, chiếm 12,4% kim ngạch nhập khẩu các phân nhóm HS có mặt hàng áo jacket của UK), HS 611030 (đạt 611 triệu USD, chiếm 8,8%), HS 620342 (đạt 566 triệu USD, chiếm 8,1%),...Cụ thể tình hình cạnh tranh giữa các thị trường trong các chủng loại nhập khẩu chính như sau:

- UK nhập khẩu HS 611020 (Jerseys, pullovers, cardigans, waistcoats and similar articles, of cotton, knitted or crocheted (excl. wadded waistcoats)) từ các thị trường chính là: Bangladesh (đạt 148 triệu USD, chiếm 17,1% kim ngạch nhập khẩu HS 611020), Trung Quốc (đạt 98 triệu USD, chiếm 11,4%), Italy (đạt 91 triệu USD, chiếm 10,5%),...Nhập khẩu từ Việt Nam đạt 12 triệu USD, chiếm 1,4%.

- UK nhập khẩu HS 611030 (Jerseys, pullovers, cardigans, waistcoats and similar articles, of man-made fibres, knitted or crocheted (excl. wadded waistcoats)) từ các thị trường chính là: Trung Quốc (đạt 156 triệu USD, chiếm 25,5% kim ngạch nhập khẩu HS 611030), Bangladesh (đạt 109 triệu USD, chiếm 17,2%), Thổ Nhĩ Kỳ (đạt 88 triệu USD, chiếm 10%),...Nhập khẩu từ Việt Nam đạt 16 triệu USD, chiếm 2,7%.

- UK nhập khẩu HS 620342 (Men's or boys' trousers, bib and brace overalls, breeches and shorts, of cotton (excl. knitted or crocheted, underpants and swimwear)) từ các thị trường chính là: Bangladesh (đạt 159 triệu USD, chiếm 28,1% kim ngạch nhập khẩu HS 620342), Pakistan (đạt 76 triệu USD, chiếm 13,5%), Đức (đạt 60 triệu USD, chiếm 10,5%),...Nhập khẩu từ Việt Nam đạt 6 triệu USD, chiếm 1%.

3.1.3. Kích bản tăng trưởng

Theo cam kết tại Hiệp định EVFTA và UKVFTA, giai đoạn 2021-2025, nhóm mặt hàng áo jacket sẽ là một trong những mặt hàng dệt may sớm được hưởng lợi thuế quan. Cụ thể, áo jacket từ len đang thuộc lộ trình A, là nhóm được hưởng thuế 0% ngay sau khi Hiệp định có hiệu lực; áo jacket từ các vật liệu dệt khác đang thuộc lộ trình B2, là nhóm được giảm thuế về 0% sau 2 năm kể từ khi Hiệp định có hiệu lực; áo jacket từ bông/sợi tổng hợp đang thuộc lộ trình B4, là nhóm được giảm thuế về 0% sau 4 năm kể từ khi Hiệp định có hiệu lực.

Áo jacket là mặt hàng mà Việt Nam có lợi thế và truyền thống về sản xuất hàng xuất khẩu và UK có nhu cầu nhập khẩu hàng năm cao. Tuy nhiên, thị phần xuất khẩu áo jacket của Việt Nam sang UK so với tổng kim ngạch xuất khẩu áo jacket của Việt Nam và tổng kim ngạch nhập khẩu áo jacket của UK từ các thị trường trên thế giới còn khá khiêm tốn.

Hiện nay, các nước châu Âu đang đối mặt với mối lo ngại thiếu năng lượng cho mùa đông, nhu cầu đối với trang phục giữ ấm như áo jacket được dự báo sẽ tăng ổn định. Đây sẽ là nhóm mặt hàng còn nhiều dư địa để thúc đẩy xuất khẩu sang Anh trong thời gian tới.

Trong ngắn và trung hạn, khi người tiêu dùng UK đang có xu hướng giảm chi tiêu vì lạm phát, khó khăn kinh tế, việc tập trung phát triển xuất khẩu các chủng loại áo jacket đáp ứng yêu cầu về kỹ thuật, an toàn, môi trường, thị hiếu người tiêu dùng với giá thành phải chăng sẽ là hướng đi tối ưu cho doanh nghiệp xuất khẩu mặt hàng áo jacket.

Trong dài hạn, khi vấn đề về lạm phát được giải quyết, các doanh nghiệp có thể nghiên cứu phát triển xuất khẩu các chủng loại áo với trị giá gia tăng cao hơn phù hợp thị yếu của thị trường Anh để tận dụng dư địa thị trường.

Do lượng rác thải từ quần áo cũ hàng năm rất lớn, nên Chính phủ cũng như người dân Anh gần đây đã chú trọng tới việc giảm thiểu vứt bỏ mặt hàng này, do đó, xu hướng sắp tới có thể là nghiên cứu, phát triển về các sản phẩm dệt may có độ bền cao, thân thiện với môi trường (ví dụ: hạn chế các sản phẩm có pha nylon,...mà tập trung vào các sản phẩm của nguồn gốc tự nhiên, dễ phân hủy) vì đây vẫn là xu hướng lâu dài, tiềm năng.

Kịch bản tăng trưởng xuất khẩu mặt hàng áo jacket từ Việt Nam sang UK giai đoạn 2022-2025 được dự báo như sau:

Kịch bản 1: Trong kịch bản tích cực khi nhu cầu toàn cầu phục hồi mạnh, chuỗi cung ứng hàng hoá được đảm bảo thông suốt, tăng trưởng xuất khẩu bình quân hàng năm sang UK có thể đạt 20-25%.

Kịch bản 2: Trong kịch bản trung bình khi nhu cầu toàn cầu phục hồi ở mức tương đối, chuỗi cung ứng hàng hoá được cải thiện một phần, tăng trưởng xuất khẩu bình quân hàng năm sang UK có thể đạt 10-12%.

Kịch bản 3: Trong kịch bản kém tích cực khi nhu cầu toàn cầu chưa được cải thiện, chuỗi cung ứng hàng hoá đứt gãy và bị ảnh hưởng bởi nhiều yếu tố bất thường (dịch bệnh, căng thẳng địa chính trị, các biện pháp trừng phạt kinh tế giữa các quốc gia...), kim ngạch xuất khẩu năm 2025 có thể chỉ tăng 5-10% so với năm 2021.



3.2. Kịch bản khai thác thị trường với mặt hàng áo sơ mi

3.2.1. Kết quả xuất khẩu

Trong 02 năm ưu đãi, kim ngạch xuất khẩu áo sơ mi từ Việt Nam sang UK đạt 84 triệu USD. Trong số các mặt hàng dệt may xuất khẩu sang UK, áo sơ mi kim ngạch xuất khẩu lớn thứ 05, chiếm 6,4% tổng kim ngạch xuất khẩu dệt may của Việt Nam sang UK. Trong số các thị trường xuất khẩu áo sơ mi của Việt Nam, thị trường UK có kim ngạch đứng thứ 06, chiếm 2,1% thị phần.

Trong năm thứ hai ưu đãi, kim ngạch xuất khẩu áo sơ mi đạt 48 triệu USD, tăng 35,4% so với năm thứ nhất ưu đãi.

3.2.2. Dung lượng thị trường và đối thủ cạnh tranh

Theo số liệu từ uktradeinfo.com, trong 08 tháng năm 2022, tổng kim ngạch nhập khẩu các phân nhóm HS có mặt hàng áo sơ mi của UK từ thế giới là 8,3 tỷ USD. Các chủng loại nhập khẩu chủ yếu là: HS 610910 (đạt 1,2 tỷ USD, chiếm 14,8% kim ngạch nhập khẩu các phân nhóm HS có mặt hàng áo sơ mi của UK), HS 611020 (đạt 863 triệu USD, chiếm 10,4%), HS 620462 (đạt 504 triệu USD, chiếm 6,1%),...Cụ thể tình hình cạnh tranh giữa các thị trường trong các chủng loại nhập khẩu chính như sau:

- UK nhập khẩu HS 610910 (T-shirts, singlets and other vests of cotton, knitted or crocheted) từ các thị trường chính là: Bangladesh (đạt 378 triệu USD, chiếm 30,8% kim ngạch nhập khẩu HS 610910), Thổ Nhĩ Kỳ (đạt 132 triệu USD, chiếm 10,8%), Ấn Độ (đạt 88 triệu USD, chiếm 7,2%),...Nhập khẩu từ Việt Nam đạt 16,3 triệu USD, chiếm 1,3%.

- UK nhập khẩu HS 611020 (Jerseys, pullovers, cardigans, waistcoats and similar articles, of cotton, knitted or crocheted (excl. wadded waistcoats)) từ các thị trường chính là: Bangladesh (đạt 148 triệu USD, chiếm 17,1% kim ngạch nhập khẩu HS 611020), Trung Quốc (đạt 98 triệu USD, chiếm 11,4%), Italy (đạt 91 triệu USD, chiếm 10,5%),...Nhập khẩu từ Việt Nam đạt 12 triệu USD, chiếm 1,4%.

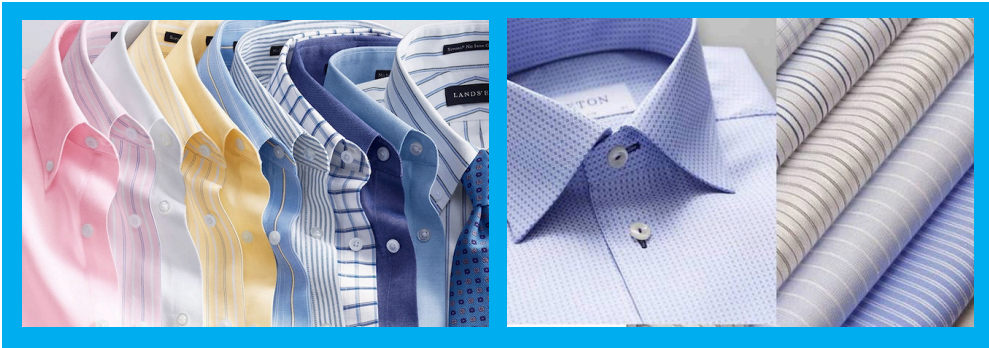
- UK nhập khẩu HS 611030 (Jerseys, pullovers, cardigans, waistcoats and similar articles, of man-made fibres, knitted or crocheted (excl. wadded waistcoats)) từ các thị trường chính là: Trung Quốc (đạt 156 triệu USD, chiếm

25,5% kim ngạch nhập khẩu HS 611030), Bangladesh (đạt 109 triệu USD, chiếm 17,2%), Thổ Nhĩ Kỳ (đạt 88 triệu USD, chiếm 10%),...Nhập khẩu từ Việt Nam đạt 16 triệu USD, chiếm 2,7%.

3.2.3. Kịch bản tăng trưởng

Tính toán theo số liệu 8 tháng đầu năm 2022, kim ngạch nhập khẩu các phân nhóm HS có mặt hàng áo sơ mi chiếm đến 50% tổng kim ngạch nhập khẩu các mặt hàng dệt may của UK. Đây là mặt hàng mà thị trường UK có nhu cầu cao cũng là mặt hàng mà Việt Nam có truyền thống sản xuất, xuất khẩu. Tuy nhiên, tỷ trọng kim ngạch nhập khẩu áo sơ mi từ Việt Nam chỉ chiếm gần 2% tổng kim ngạch nhập khẩu áo sơ mi của UK.

Theo lộ trình cam kết về thuế quan, đa số nhóm mặt hàng áo sơ mi thuộc lộ trình B4, B6, là nhóm được giảm thuế về 0% sau từ 4 đến 6 năm kể từ khi Hiệp định có hiệu lực, có một số dòng hàng được áp thuế 0% ngay khi Hiệp định có hiệu lực.



Trên cơ sở phân tích dung lượng thị trường, lộ trình giảm thuế, có thể thấy còn nhiều dư địa để doanh nghiệp dệt may Việt Nam khai thác, thúc đẩy xuất khẩu áo sơ mi sang thị trường UK.

Thực tế, trong năm thứ hai ưu đãi, kim ngạch xuất khẩu áo sơ mi đạt 48 triệu USD, tăng 35,4% so với năm thứ nhất ưu đãi, đây là mức tăng cao trong các nhóm mặt hàng dệt may của Việt Nam xuất khẩu sang UK.

Nền kinh tế UK hiện đang lâm vào khủng hoảng khi lạm phát cao, thất nghiệp, nền kinh tế bị hạn chế bởi những quy định hậu Brexit, người tiêu dùng UK sẽ nhạy cảm hơn với giá thành hàng hóa nhập khẩu. Do đó, đối với mặt hàng áo

sơ mi, doanh nghiệp xuất khẩu của Việt Nam cần nghiên cứu, đa dạng các dòng sản phẩm theo nhiều mức giá thành, đáp ứng nhu cầu của người tiêu dùng từ phân khúc thu nhập thấp đến phân khúc thu nhập cao, tăng sự cạnh tranh về giá của áo sơ mi Việt Nam trên thị trường UK.

Trong dài hạn, kinh tế UK hồi phục, có thể ưu tiên phát triển xuất khẩu các chủng loại áo sơ mi cao cấp, có giá trị gia tăng cao phù hợp với thị yếu để tận dụng dư địa thị trường.

Kịch bản tăng trưởng xuất khẩu mặt hàng áo sơ mi từ Việt Nam sang UK giai đoạn 2022-2025 được dự báo như sau:

Kịch bản 1: Trong kịch bản tích cực khi nhu cầu toàn cầu phục hồi mạnh, chuỗi cung ứng hàng hoá được đảm bảo thông suốt, tăng trưởng khẩu bình quân hàng năm sang UK có thể đạt mức 20-25%/năm.

Kịch bản 2: Trong kịch bản trung bình khi nhu cầu toàn cầu phục hồi ở mức tương đối, chuỗi cung ứng hàng hoá được cải thiện một phần, tăng trưởng xuất khẩu bình quân hàng năm sang UK có thể đạt 10-15%/năm.

Kịch bản 3: Trong kịch bản kém tích cực khi nhu cầu toàn cầu chưa được cải thiện, chuỗi cung ứng hàng hoá đứt gãy và bị ảnh hưởng bởi nhiều yếu tố bất thường (dịch bệnh, căng thẳng địa chính trị, các biện pháp trừng phạt kinh tế giữa các quốc gia...), kim ngạch xuất khẩu năm 2025 có thể chỉ tăng 5-10% so với năm 2021.

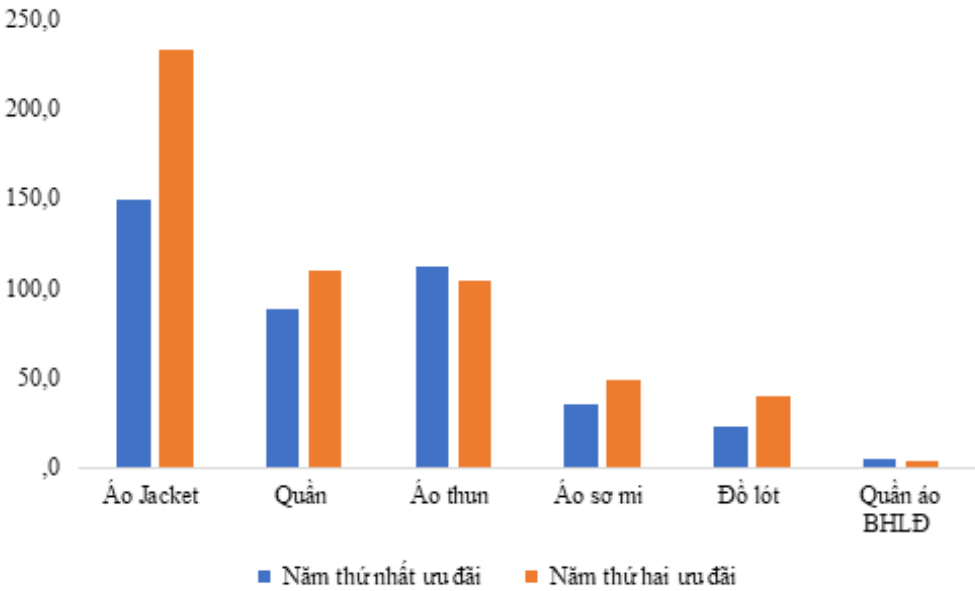
3.3. Kịch bản khai thác thị trường với mặt hàng áo thun

3.3.1. Kết quả xuất khẩu

Trong 02 năm ưu đãi, kim ngạch xuất khẩu áo thun từ Việt Nam sang UK đạt 217 triệu USD. Trong số các mặt hàng dệt may xuất khẩu sang UK, áo thun có kim ngạch xuất khẩu lớn thứ 02, chiếm 16,6% tổng kim ngạch xuất khẩu dệt may của Việt Nam sang UK. Trong số các thị trường xuất khẩu áo thun của Việt Nam, thị trường UK có kim ngạch đứng thứ 08, chiếm 1,9% thị phần.

Trong năm thứ hai ưu đãi, kim ngạch xuất khẩu áo thun đạt 104 triệu USD, giảm 7,1% so với năm thứ nhất ưu đãi.

Hình 3.1: Diễn biến kim ngạch xuất khẩu một số chủng loại dệt may trong 02 năm ưu đãi



3.3.2. Dung lượng thị trường và đối thủ cạnh tranh

Theo số liệu từ uktradeinfo.com, trong 08 tháng năm 2022, tổng kim ngạch nhập khẩu các phân nhóm HS có mặt hàng áo thun của UK từ thế giới là 8,7 tỷ USD. Các chủng loại nhập khẩu chủ yếu là: HS 610910 (đạt 1,2 tỷ USD, chiếm 14,1% kim ngạch nhập khẩu các phân nhóm HS có mặt hàng áo thun của UK), HS 611020 (đạt 863 triệu USD, chiếm 9,9%), HS 611030 (đạt 611 triệu USD, chiếm 7%),...Cụ thể tình hình cạnh tranh giữa các thị trường trong các chủng loại nhập khẩu chính như sau:

- UK nhập khẩu HS 610910 (T-shirts, singlets and other vests of cotton, knitted or crocheted) từ các thị trường chính là: Bangladesh (đạt 378 triệu USD, chiếm 30,8% kim ngạch nhập khẩu HS 610910), Thổ Nhĩ Kỳ (đạt 132 triệu USD, chiếm 10,8%), Ấn Độ (đạt 88 triệu USD, chiếm 7,2%),...Nhập khẩu từ Việt Nam đạt 16,3 triệu USD, chiếm 1,3%.
- UK nhập khẩu HS 611020 (Jerseys, pullovers, cardigans, waistcoats and similar articles, of cotton, knitted or crocheted (excl. wadded waistcoats)) từ các thị trường chính là: Bangladesh (đạt 148 triệu USD, chiếm 17,1% kim

ngạch nhập khẩu HS 611020), Trung Quốc (đạt 98 triệu USD, chiếm 11,4%), Italy (đạt 91 triệu USD, chiếm 10,5%),...Nhập khẩu từ Việt Nam đạt 12 triệu USD, chiếm 1,4%.

- UK nhập khẩu HS 620462 (Women's or girls' trousers, bib and brace overalls, breeches and shorts of cotton (excl. knitted or crocheted, panties and swimwear)) từ các thị trường chính là: Bangladesh (đạt 174 triệu USD, chiếm 34,6% kim ngạch nhập khẩu HS 620342), Thổ Nhĩ Kỳ (đạt 85 triệu USD, chiếm 16,8%), Pakistan (đạt 46 triệu USD, chiếm 9%),...Nhập khẩu từ Việt Nam đạt 3 triệu USD, chiếm 0,5%.

3.3.3. Kịch bản tăng trưởng

Mặc dù áo thun là mặt hàng dệt may có kim ngạch xuất khẩu lớn thứ 2 của Việt Nam sang UK, tuy nhiên, tỷ trọng kim ngạch nhập khẩu áo thun từ Việt Nam của UK chỉ chiếm khoảng gần 4% tổng nhu cầu nhập khẩu áo thun mỗi năm của thị trường này. Áo thun được đánh giá là mặt hàng dệt may UK có nhu cầu nhập khẩu thường xuyên, ổn định, ở mức cao, do đó, đây là mặt hàng tiềm năng để Việt Nam có thể tận dụng ưu đãi thuế, gia tăng thị phần xuất khẩu trong thời gian tới.

Theo cam kết, tùy theo chất liệu, mô tả, áo thun có lộ trình giảm thuế khác nhau, một số dòng hàng được hưởng thuế 0% ngay sau khi Hiệp định có hiệu lực, một số dòng giảm về 0% sau 2-4 năm kể từ khi Hiệp định có hiệu lực. Tức là trong giai đoạn từ năm 2021-2025, phần lớn các dòng hàng áo thun đã được ưu đãi thuế khi nhập khẩu vào UK. Đây là điểm thuận lợi đối với hoạt động xuất khẩu áo thun Việt Nam sang UK trong giai đoạn này. Dòng sản phẩm áo thun cần hướng tới xuất khẩu trong thời gian tới là các sản phẩm thiết yếu, mẫu mã, chất lượng cạnh tranh với giá thành phải chăng.



Kịch bản tăng trưởng xuất khẩu mặt hàng áo thun từ Việt Nam sang UK giai đoạn 2022-2025 được dự báo như sau:

Kịch bản 1: Trong kịch bản tích cực khi nhu cầu toàn cầu phục hồi mạnh, chuỗi cung ứng hàng hoá được đảm bảo thông suốt, tăng trưởng xuất khẩu bình quân hàng năm sang UK có thể đạt mức 20-25%/năm.

Kịch bản 2: Trong kịch bản trung bình khi nhu cầu toàn cầu phục hồi ở mức tương đối, chuỗi cung ứng hàng hoá được cải thiện một phần, tăng trưởng xuất khẩu bình quân hàng năm sang UK có thể đạt 10-15%/năm.

Kịch bản 3: Trong kịch bản kém tích cực khi nhu cầu toàn cầu chưa được cải thiện, chuỗi cung ứng hàng hoá đứt gãy và bị ảnh hưởng bởi nhiều yếu tố bất thường (dịch bệnh, căng thẳng địa chính trị, các biện pháp trừng phạt kinh tế giữa các quốc gia,..), kim ngạch xuất khẩu năm 2025 có thể chỉ tăng 5-10% so với năm 2021.

3.4. Kịch bản khai thác thị trường với mặt hàng quần

3.4.1. Kết quả xuất khẩu

Trong 02 năm ưu đãi, kim ngạch xuất khẩu quần từ Việt Nam sang UK đạt 199 triệu USD. Trong số các mặt hàng dệt may xuất khẩu sang UK, quần có kim ngạch xuất khẩu lớn thứ 03, chiếm 15,2% tổng kim ngạch xuất khẩu dệt may của Việt Nam sang UK. Trong số các thị trường xuất khẩu quần của Việt Nam, thị trường UK có kim ngạch đứng thứ 09, chiếm 1,7% thị phần.

Trong năm thứ hai ưu đãi, kim ngạch xuất khẩu quần đạt 110 triệu USD, tăng 23,9% so với năm thứ nhất ưu đãi.



3.4.2. Dung lượng thị trường và đối thủ cạnh tranh

Theo số liệu từ uktradeinfo.com, trong 08 tháng năm 2022, tổng kim ngạch nhập khẩu các phân nhóm HS có mặt hàng quần của UK từ thế giới là tầm 8,9 tỷ USD. Các chủng loại nhập khẩu chủ yếu là: HS 610910 (đạt 1,2 tỷ USD, chiếm 13,8% kim ngạch nhập khẩu các phân nhóm HS có mặt hàng quần của UK), HS 611020 (đạt 863 triệu USD, chiếm 9,7%), HS 611030 (đạt 611 triệu USD, chiếm 6,9%),...Cụ thể tình hình cạnh tranh giữa các thị trường trong các chủng loại nhập khẩu chính như sau:

- UK nhập khẩu HS 610910 (T-shirts, singlets and other vests of cotton, knitted or crocheted) từ các thị trường chính là: Bangladesh (đạt 378 triệu USD, chiếm 30,8% kim ngạch nhập khẩu HS 610910), Thổ Nhĩ Kỳ (đạt 132 triệu USD, chiếm 10,8%), Ấn Độ (đạt 88 triệu USD, chiếm 7,2%),...Nhập khẩu từ Việt Nam đạt 16,3 triệu USD, chiếm 1,3%.

- UK nhập khẩu HS 611020 (Jerseys, pullovers, cardigans, waistcoats and similar articles, of cotton, knitted or crocheted (excl. wadded waistcoats)) từ các thị trường chính là: Bangladesh (đạt 148 triệu USD, chiếm 17,1% kim ngạch nhập khẩu HS 611020), Trung Quốc (đạt 98 triệu USD, chiếm 11,4%), Italy (đạt 91 triệu USD, chiếm 10,5%),...Nhập khẩu từ Việt Nam đạt 12 triệu USD, chiếm 1,4%.

- UK nhập khẩu HS 611030 (Jerseys, pullovers, cardigans, waistcoats and similar articles, of man-made fibres, knitted or crocheted (excl. wadded waistcoats)) từ các thị trường chính là: Trung Quốc (đạt 156 triệu USD, chiếm 25,5% kim ngạch nhập khẩu HS 611030), Bangladesh (đạt 109 triệu USD, chiếm 17,2%), Thổ Nhĩ Kỳ (đạt 88 triệu USD, chiếm 10%),...Nhập khẩu từ Việt Nam đạt 16 triệu USD, chiếm 2,7%.

3.4.3. Kịch bản tăng trưởng

Theo cam kết, tùy theo chất liệu, mô tả, các dòng hàng thuộc nhóm quần có lộ trình giảm thuế khác nhau, một số dòng hàng được hưởng thuế 0% ngay sau khi Hiệp định có hiệu lực, một số dòng giảm về 0% sau 2-4 năm kể từ khi Hiệp định có hiệu lực.

Trong số các mặt hàng dệt may xuất khẩu sang UK, quần có kim ngạch xuất khẩu lớn thứ 03, nhưng chỉ chiếm tỷ trọng rất nhỏ (gần 2% tổng kim ngạch nhập khẩu mặt hàng quần của UK). Mỗi năm, nhu cầu nhập khẩu quần của thị trường UK cũng khá cao và ổn định.

Trước đây, mặt hàng dệt may nhập khẩu của nước này nhằm vào các loại hàng cao cấp, điều này sẽ thay đổi trong thời gian tới. Trong ngắn và trung hạn, khi người tiêu dùng UK đang có xu hướng giảm chi tiêu vì lạm phát, khó khăn kinh tế, đối tượng doanh nghiệp Việt Nam cần hướng tới sẽ là các sản phẩm quần ứng dụng, chất liệu tốt, giá thành phù hợp.

Nắm bắt định hướng phát triển bền vững, kinh tế tuần hoàn của Hội đồng thời trang Anh (BFC), về lâu dài, các doanh nghiệp có thể nghiên cứu, phát triển các sản phẩm quần thời trang sử dụng chất liệu hữu cơ, nguyên liệu tự nhiên như thuốc nhuộm từ trái cây, tái chế quần áo từ rác thải bã cà phê, các sản phẩm dệt may sinh thái, đảm bảo hạn chế sử dụng chất độc hại và giảm ô nhiễm nước và không khí.

Kịch bản tăng trưởng xuất khẩu mặt hàng quần từ Việt Nam sang UK giai đoạn 2022-2025 được dự báo như sau:

Kịch bản 1: Trong kịch bản tích cực khi nhu cầu toàn cầu phục hồi mạnh, chuỗi cung ứng hàng hoá được đảm bảo thông suốt, tăng trưởng xuất khẩu bình quân hàng năm sang UK có thể đạt mức 20-25%/năm.

Kịch bản 2: Trong kịch bản trung bình khi nhu cầu toàn cầu phục hồi ở mức tương đối, chuỗi cung ứng hàng hoá được cải thiện một phần, tăng trưởng xuất khẩu bình quân hàng năm sang UK có thể đạt 10-15%/năm.

Kịch bản 3: Trong kịch bản kém tích cực khi nhu cầu toàn cầu chưa được cải thiện, chuỗi cung ứng hàng hoá đứt gãy và bị ảnh hưởng bởi nhiều yếu tố bất thường (dịch bệnh, căng thẳng địa chính trị, các biện pháp trừng phạt kinh tế giữa các quốc gia,..), kim ngạch xuất khẩu năm 2025 có thể chỉ tăng 5-10% so với năm 2021.

3.5. Kịch bản khai thác thị trường với mặt hàng bảo hộ lao động

3.5.1. Kết quả xuất khẩu

Trong 02 năm ưu đãi, kim ngạch xuất khẩu quần áo bảo hộ lao động (BHLĐ) từ Việt Nam sang UK đạt 9 triệu USD, chiếm 0,7% tổng kim ngạch xuất khẩu dệt may của Việt Nam sang UK. Trong số các thị trường xuất khẩu quần áo BHLĐ của Việt Nam, thị trường UK chiếm thị phần không đáng kể, đạt 0,7%.

Trong năm thứ hai ưu đãi, kim ngạch xuất khẩu quần áo BHLĐ đạt 4 triệu USD, giảm 32,8% so với năm thứ nhất ưu đãi.

3.5.2. Dung lượng thị trường và đối thủ cạnh tranh

Theo số liệu từ uktradeinfo.com, trong 08 tháng năm 2022, tổng kim ngạch nhập khẩu các phân nhóm HS có mặt hàng quần áo BHLĐ của UK từ thế giới là tầm 4,3 tỷ USD. Các chủng loại nhập khẩu chủ yếu là: HS 611030 (đạt 611 triệu USD, chiếm 14,1% kim ngạch nhập khẩu các phân nhóm HS có mặt hàng quần áo BHLĐ của UK), HS 620342 (đạt 566 triệu USD, chiếm 13,1%), HS 620462 (đạt 504 triệu USD, chiếm 11,7%),...Cụ thể tình hình cạnh tranh giữa các thị trường trong các chủng loại nhập khẩu chính như sau:

- UK nhập khẩu HS 611030 (Jerseys, pullovers, cardigans, waistcoats and similar articles, of man-made fibres, knitted or crocheted (excl. wadded waistcoats)) từ các thị trường chính là: Trung Quốc (đạt 156 triệu USD, chiếm 25,5% kim ngạch nhập khẩu HS 611030), Bangladesh (đạt 109 triệu USD, chiếm 17,2%), Thổ Nhĩ Kỳ (đạt 88 triệu USD, chiếm 10%),...Nhập khẩu từ Việt Nam đạt 16 triệu USD, chiếm 2,7%.

- UK nhập khẩu HS 620342 (Men's or boys' trousers, bib and brace overalls, breeches and shorts, of cotton (excl. knitted or crocheted, underpants and swimwear)) từ các thị trường chính là: Bangladesh (đạt 159 triệu USD, chiếm 28,1% kim ngạch nhập khẩu HS 620342), Pakistan (đạt 76 triệu USD, chiếm 13,5%), Đan Mạch (đạt 60 triệu USD, chiếm 10,5%),...Nhập khẩu từ Việt Nam đạt 6 triệu USD, chiếm 1%.

- UK nhập khẩu HS 620462 (Women's or girls' trousers, bib and brace overalls, breeches and shorts of cotton (excl. knitted or crocheted,



panties and swimwear)) từ các thị trường chính là: Bangladesh (đạt 174 triệu USD, chiếm 34,6% kim ngạch nhập khẩu HS 620342), Thổ Nhĩ Kỳ (đạt 85 triệu USD, chiếm 16,8%), Pakistan (đạt 46 triệu USD, chiếm 9%),...Nhập khẩu từ Việt Nam đạt 3 triệu USD, chiếm 0,5%.

- Thị phần hàng xuất khẩu của Việt Nam tại UK không đáng kể so với các đối thủ cạnh tranh khác.

3.5.3. Kịch bản tăng trưởng

Đây là nhóm mặt hàng mà Việt Nam có lợi thế về sản xuất hàng xuất khẩu và thuộc lộ trình giảm thuế A, B2, B4, B6 tùy theo chất liệu, mô tả của mặt hàng nhưng UK không có nhu cầu nhập khẩu nhiều bằng các thị trường khác. Năm 2021, xuất khẩu mặt hàng này sang UK còn giảm mạnh 57,5% so với năm 2020.

Doanh nghiệp xuất khẩu cần chú ý tìm hiểu, nghiên cứu các ngách thị trường, tập trung sản xuất chủng loại hàng hoá đáp ứng nhu cầu để mặt hàng quần áo BHLĐ tiếp cận tốt hơn với thị trường UK. Nếu như trong bối cảnh dịch bệnh Covid-19, thị trường UK có nhu cầu chủng loại quần áo BHLĐ cho ngành y tế thì khi sản xuất, kinh doanh được phục hồi, chủng loại quần áo BHLĐ cho ngành công nghiệp dự báo sẽ thu hút nhiều đơn hàng hơn.

Kịch bản tăng trưởng xuất khẩu mặt hàng quần áo BHLĐ từ Việt Nam sang UK giai đoạn 2022-2025 được dự báo như sau:

Kịch bản 1: Trong kịch bản tích cực khi nhu cầu toàn cầu phục hồi mạnh, chuỗi cung ứng hàng hoá được đảm bảo thông suốt, tăng trưởng xuất khẩu trung bình trong giai đoạn có thể ở mức trên 15%/năm.

Kịch bản 2: Trong kịch bản trung bình khi nhu cầu toàn cầu phục hồi ở mức tương đối, chuỗi cung ứng hàng hoá được cải thiện một phần, tăng trưởng xuất khẩu trung bình trong giai đoạn có thể ở mức 8-10%/năm.

Kịch bản 3: Trong kịch bản kém tích cực khi nhu cầu toàn cầu chưa được cải thiện, chuỗi cung ứng hàng hoá đứt gãy và bị ảnh hưởng bởi nhiều yếu tố bất thường (dịch bệnh, căng thẳng địa chính trị, các biện pháp trừng phạt kinh tế giữa các quốc gia...), kim ngạch xuất khẩu mặt hàng này sang thị trường UK có thể chỉ tăng dưới 5%/năm.

3.6. Kịch bản khai thác thị trường với nhóm mặt hàng quần áo lót

3.6.1. Kết quả xuất khẩu

Trong 02 năm ưu đãi, kim ngạch xuất khẩu đồ lót từ Việt Nam sang UK đạt 63 triệu USD, chiếm 4,8% tổng kim ngạch xuất khẩu dệt may của Việt Nam sang UK. Trong số các thị trường xuất khẩu đồ lót của Việt Nam, thị trường UK có kim ngạch đứng thứ 10, chiếm 1,5% thị phần.



Trong năm thứ hai ưu đãi, kim ngạch xuất khẩu đồ lót đạt 40 triệu USD, tăng 71% so với năm thứ nhất ưu đãi.

3.6.2. Dung lượng thị trường và đối thủ cạnh tranh

Theo số liệu từ uktradeinfo.com, trong 08 tháng năm 2022, tổng kim ngạch nhập khẩu các phân nhóm HS có mặt hàng đồ lót của UK từ thế giới là tầm 5 tỷ USD. Các chủng loại nhập khẩu chủ yếu là: HS 610910 (đạt 1,2 tỷ USD, chiếm 24,7% kim ngạch nhập khẩu các phân nhóm HS có mặt hàng đồ lót của UK), HS 611030 (đạt 611 triệu USD, chiếm 12,3%), HS 620342 (đạt 566 triệu USD, chiếm 11,4%),...Cụ thể tình hình cạnh tranh giữa các thị trường trong các chủng loại nhập khẩu chính như sau:

- UK nhập khẩu HS 610910 (T-shirts, singlets and other vests of cotton, knitted or crocheted) từ các thị trường chính là: Bangladesh (đạt 378 triệu USD, chiếm 30,8% kim ngạch nhập khẩu HS 610910), Thổ Nhĩ Kỳ (đạt 132 triệu USD, chiếm 10,8%), Ấn Độ (đạt 88 triệu USD, chiếm 7,2%),...Nhập khẩu từ Việt Nam đạt 16,3 triệu USD, chiếm 1,3%.

- UK nhập khẩu HS 611030 (Jerseys, pullovers, cardigans, waistcoats and similar articles, of man-made fibres, knitted or crocheted (excl. wadded waistcoats)) từ các thị trường chính là: Trung Quốc (đạt 156 triệu USD, chiếm 25,5% kim ngạch nhập khẩu HS 611030), Bangladesh (đạt 109 triệu USD, chiếm 17,2%), Thổ Nhĩ Kỳ (đạt 88 triệu USD, chiếm 10%),...Nhập khẩu từ Việt Nam đạt 16 triệu USD, chiếm 2,7%.

- UK nhập khẩu HS 620342 (Men's or boys' trousers, bib and brace overalls, breeches and shorts, of cotton (excl. knitted or crocheted, underpants and swimwear)) từ các thị trường chính là: Bangladesh (đạt 159 triệu USD, chiếm 28,1% kim ngạch nhập khẩu HS 620342), Pakistan (đạt 76 triệu USD, chiếm 13,5%), Đan Mạch (đạt 60 triệu USD, chiếm 10,5%),...Nhập khẩu từ Việt Nam đạt 6 triệu USD, chiếm 1%.

3.6.3. Kịch bản tăng trưởng

Theo cam kết mặt hàng đồ lót thuộc lộ trình giảm thuế A và B4, là nhóm được giảm thuế về 0% ngay khi Hiệp định có hiệu lực hoặc sau 4 năm Hiệp định có hiệu lực. Tức là trong giai đoạn năm 2021-2025, hầu hết các sản phẩm đồ lót của Việt Nam xuất khẩu sang thị trường UK đều được hưởng lợi ưu đãi thuế quan.

Đây cũng là nhóm mặt hàng mà Việt Nam có lợi thế về sản xuất hàng xuất khẩu và UK có nhu cầu nhập khẩu hàng năm. Theo số liệu tính toán trong 8 tháng đầu năm 2023, tỷ trọng xuất khẩu các mã HS thuộc nhóm quần áo lót chiếm khoảng 12,6% tổng kim ngạch nhập khẩu nhóm mặt hàng này của UK. Trên cơ sở phân tích dung lượng thị trường, năng lực cạnh tranh, trong giai đoạn 2021-2025, các doanh nghiệp dệt may của Việt Nam có nhiều cơ hội để tận dụng ưu đãi thuế quan, đẩy mạnh khai thác, mở rộng thị phần xuất khẩu nhóm mặt hàng này sang thị trường UK.

Kịch bản tăng trưởng xuất khẩu mặt hàng đồ lót từ Việt Nam sang UK giai đoạn 2022-2025 được dự báo như sau:

Kịch bản 1: Trong kịch bản tích cực khi nhu cầu toàn cầu phục hồi mạnh, chuỗi cung ứng hàng hoá được đảm bảo thông suốt, xuất khẩu đến năm 2025 có thể tăng trên 50% so với kim ngạch xuất khẩu năm 2021.

Kịch bản 2: Trong kịch bản trung bình khi nhu cầu toàn cầu phục hồi ở mức tương đối, chuỗi cung ứng hàng hoá được cải thiện một phần, xuất khẩu đến năm 2025 có thể tăng từ 30-40% so với kim ngạch xuất khẩu năm 2021.

Kịch bản 3: Trong kịch bản kém tích cực khi nhu cầu toàn cầu chưa được cải thiện, chuỗi cung ứng hàng hoá đứt gãy và bị ảnh hưởng bởi nhiều yếu tố bất thường (dịch bệnh, căng thẳng địa chính trị, các biện pháp trừng phạt kinh tế giữa các quốc gia,..), kim ngạch xuất khẩu năm 2025 có thể chỉ tăng từ 10-15% so với kim ngạch xuất khẩu năm 2021.

PHẦN IV: KHUYẾN NGHỊ VỚI DOANH NGHIỆP



4.1. Các thông tin hữu ích

4.1.1. Quy định về nhãn mác

Chính phủ Anh yêu cầu hàng hóa phải có nhãn mác thể hiện nguồn gốc, cân nặng, kích thước và thành phần cấu tạo của sản phẩm để bảo vệ lợi ích người tiêu dùng. Nhãn mác hay nhãn hiệu phải gắn với bất cứ một mặt hàng nào đem ra bán lẻ. Nếu như sản phẩm không thể gắn hay đóng dấu nhãn mác thì những thông tin về hàng hóa phải được ghi trên phiếu đóng gói đi kèm sản phẩm hoặc ghi trên một tờ riêng giới thiệu về sản phẩm. Mặc dù đơn vị mét vẫn được dung để đo kích thước và khối lượng hàng hóa nhưng việc sử dụng nhãn mác với cả đơn vị đo bằng mét và đơn vị đo tiêu chuẩn vẫn được cho phép sử dụng ở Anh.

Về cơ bản, theo quy định của Anh, nhãn hàng dệt may phải thể hiện hàm lượng chất xơ, bao gồm lông thú và các bộ phận khác của động vật. Nếu một sản phẩm bao gồm 2 hoặc nhiều thành phần có hàm lượng chất xơ khác nhau thì phải thể hiện hàm lượng của từng thành phần. Chỉ một số tên nhất định có thể được sử dụng cho sợi dệt và những tên này được liệt kê trong Quy định cùng với danh sách các sản phẩm không bắt buộc phải ghi hàm lượng sợi. Ngoài ra doanh nghiệp cũng cần tìm hiểu về cách đăng ký tên hàng dệt may mới hoặc những chi tiết liên quan đến sản xuất.

Mặc dù đã rời khỏi EU, một số luật nhất định (chính thức được gọi là «luật EU được giữ lại-bảo lưu») sẽ vẫn được áp dụng cho đến khi chúng được thay thế bằng luật mới của UK; điều này có nghĩa là vẫn có các tham chiếu đến các quy định của EU trong hướng dẫn về ghi nhãn đối với hàng dệt may vào UK, ít nhất là cho đến nay (cuối năm 2022).

Nhà sản xuất hoặc nhà nhập khẩu vào UK có trách nhiệm đảm bảo rằng các sản phẩm dệt may có nhãn ghi rõ hàm lượng chất xơ trên mặt hàng hoặc trên bao bì trong trường hợp đóng gói nhiều gói.

Nhãn phải bằng tiếng Anh. Nhãn phải bền, dễ đọc, dễ thấy và dễ tiếp cận. Nếu sản phẩm được cung cấp cho người bán buôn, chỉ dẫn này có thể có trong các tài liệu kinh doanh - ví dụ như hóa đơn. Một sản phẩm dệt bao gồm hai hoặc nhiều sợi chiếm 85% thành phẩm phải được đánh dấu bằng sợi theo sau là tỷ lệ phần trăm - ví dụ: 'bông 80%, polyester 15%, nylon 5%'.

- Nếu một sản phẩm bao gồm hai hoặc nhiều thành phần có hàm lượng sợi khác nhau - ví dụ: áo khoác có lớp lót - thì phải thể hiện thành phần của từng thành phần. Bất kỳ chất trang trí nào chiếm từ 7% trở xuống của sản phẩm đều bị loại trừ khỏi chỉ dẫn về hàm lượng chất xơ. Từ 'tinh khiết' chỉ nên được sử dụng khi quần áo chỉ được tạo thành từ một loại sợi. Không được sử dụng từ 'lụa' để mô tả kết cấu của bất kỳ loại xơ nào khác - ví dụ: 'lụa axetat' không được phép.

Chỉ một số tên nhất định có thể được sử dụng cho sợi dệt và những tên này được liệt kê trong Phụ lục I của Quy định (EU) số 1007/2011 về tên sợi dệt cũng như việc ghi nhãn và đánh dấu liên quan đến thành phần sợi của các sản phẩm. Danh sách này có thể được cập nhật mới khi có sự tiến bộ về công nghệ tạo ra các loại sợi mới.

- Các doanh nghiệp cũng cần lưu ý rằng có các điều khoản đặc biệt liên quan đến phương pháp ghi nhãn bắt buộc đối với các sản phẩm áo nịt ngực, hàng dệt thêu và in khắc, hàng dệt nhung và nhung (hoặc hàng dệt giống nhung hoặc nhung), và các tấm trải sàn và thảm trong đó lớp lót và cọc được cấu tạo từ các chất liệu khác nhau.

- Các sản phẩm dệt may được bán trong các gói gồm nhiều sản phẩm riêng lẻ chẳng hạn như khăn trải sàn, khăn lau, khăn tay, lưới búi tóc và lưới trùm tóc, găng tay rửa mặt, khăn choàng mặt cùng loại và thành phần sợi có thể được ghi nhãn chung thay vì ghi nhãn riêng lẻ (trên bao bì của gói).

Đặc biệt, từ ngày 01/01/2023, Anh bắt đầu áp dụng bắt buộc nhãn hiệu UKCA (nhãn hiệu chứng nhận hợp chuẩn theo tiêu chuẩn của UK) cho hầu hết các sản phẩm công nghiệp nhập khẩu vào Anh, thay thế cho nhãn hiệu CE của Liên minh châu Âu (EU).

Trên thực tế, nhãn hiệu UKCA đã được Anh xây dựng lại và có hiệu lực từ ngày 01/01/2021, nhưng để các doanh nghiệp có thời gian điều chỉnh theo các yêu cầu mới, phía Anh vẫn chấp nhận sử dụng nhãn hiệu CE trong thời gian chuyển đổi (đến hết năm 2022). Như vậy, nhãn hiệu UKCA là yêu cầu bắt buộc với hầu hết các sản phẩm công nghiệp lưu thông và sử dụng tại Anh từ đầu năm 2023. Do đó, doanh nghiệp cần kịp thời chuyển sang đáp ứng tiêu chuẩn theo nhãn hiệu UKCA để không bỏ lỡ cơ hội kinh doanh tại một trong những thị trường có nhu cầu rất lớn trong việc nhập khẩu các sản phẩm công nghiệp.

Các nhà nhập khẩu và nhà sản xuất các sản phẩm dệt may phải đảm bảo rằng nội dung nhãn hoặc nhãn hiệu có trên sản phẩm hoặc bao bì của sản phẩm phải là chính xác. Việc ghi nhãn và đánh dấu trên các sản phẩm đó phải bền (đối với nhãn, nhãn phải được gắn chắc chắn), dễ tìm và dễ đọc. Nếu ở dạng in, nhãn và nội dung của nhãn hiệu phải được in thống nhất về kiểu dáng, kích thước và phong chữ. Nếu việc chào bán và mua hàng được thực hiện thông qua các phương tiện điện tử, thông tin ghi nhãn bắt buộc vẫn phải được cung cấp trước khi người tiêu dùng mua hàng.

Thông tin liên quan đến kích thước và cung cấp hướng dẫn chăm sóc không bắt buộc theo quy định. BS EN 13402 là tiêu chuẩn tự nguyện cung cấp hệ thống định cỡ linh hoạt và thông tin ghi nhãn kích cỡ cho người tiêu dùng có thể sử dụng. Ngôn ngữ Nhãn dán phải được ghi bằng tiếng Anh.

4.1.2. Cách phân loại hàng dệt may nhập khẩu và những lưu ý trong thực tiễn

Một trong những khó khăn lớn cho các doanh nghiệp nước ngoài là xác định các chi tiết dù rất nhỏ trong sản phẩm của họ có ảnh hưởng đến việc phân loại hàng dệt may nhập khẩu vào UK. Quan điểm, nhận thức và thói quen khác nhau về văn hóa trang phục có thể dẫn đến những hiểu nhầm hoặc hiểu không rõ về cách phân loại hàng hóa dệt may khi đưa vào thị trường UK, và điều này trong thực tiễn đã dẫn đến những “rắc rối” nhất định cho các doanh nghiệp xuất khẩu. Trong trường hợp các loại quần áo là trang phục dân tộc không phổ biến tại UK, việc phân loại cũng có những đặc thù riêng mà các doanh nghiệp cần lưu ý.

Sau đây là hướng dẫn phân loại với các nhóm hàng dệt may phổ biến khi nhập khẩu vào UK:

- Quần áo dệt được phân loại theo Chương 61 nếu được làm từ vải dệt kim hoặc móc. Chương 62 bao gồm quần áo nếu chúng được làm từ vải dệt thoi hoặc vải không dệt, ví dụ như nỉ.

- Hàng may mặc có phần đóng phía trước bên trái hoặc bên phải được phân loại là quần áo nam giới hoặc trẻ em trai. Những loại có vạt trước từ phải qua trái được xếp vào loại quần áo phụ nữ và trẻ em gái. Điều này áp dụng trừ khi đường cắt của quần áo nói rõ rằng nó được thiết kế cho giới tính này hay giới tính khác.



- Trường hợp quần áo không thể xác định được dành cho cả hai giới, chúng phải được phân loại trong các nhóm bao gồm quần áo phụ nữ hoặc trẻ em gái.
- Quần áo người lớn hàng ngày
- Áo cánh và áo sơ mi cho phụ nữ và trẻ em gái
- Sơ mi-blouse được phân loại vào nhóm 6106 hoặc 6206. Chúng được định nghĩa là trang phục: được thiết kế để che phần trên của cơ thể; với một lỗ mở toàn bộ hoặc một phần từ đường viền cổ áo - thường ở phía trước; có tay áo; thường có cổ áo; không có túi dưới thắt lưng;
- Áo cánh được phân loại theo nhóm 6106 được dệt kim hoặc móc phải: trọng lượng nhẹ; có thiết kế lạ mắt và thường có kiểu dáng rộng rãi; với bất kỳ loại đường viền cổ áo hoặc ít nhất là dây đeo vai; có nút hoặc các phương tiện buộc khác, trừ khi được cắt rất thấp (đường viền cổ áo nằm dưới đường thẳng tưởng tượng được vẽ giữa hai bên nách); có hoặc không có đồ trang trí như cà vạt, jabots, cravat, ren hoặc thêu; với trung bình ít nhất 10 mũi khâu trên centimet tuyến tính (cm) theo cả hai hướng. Phần lớn những điều trên cũng áp dụng cho áo cánh thuộc nhóm 6206. Tuy nhiên, chúng không nhất thiết phải có lỗ ở đường viền cổ áo.

- Áo cánh và áo sơ mi không được có: túi dưới thắt lưng; một dây thắt lưng có gân hoặc các phương tiện thắt chặt khác ở dưới cùng của quần áo. Nếu quần áo có túi dưới thắt lưng, chúng có thể được phân loại là áo chui đầu hoặc áo len chui đầu thuộc nhóm 6110 khi dệt kim hoặc móc, hoặc áo jacket thuộc nhóm 6104 hoặc 6204. Nếu quần áo có phương tiện thắt chặt ở đáy quần áo hoặc trung bình ít hơn mười mũi khâu trên một cm dài, chúng có thể được phân loại vào nhóm 6102 hoặc 6110 nếu dệt kim hoặc móc hoặc như áo khoác gió thuộc nhóm 6202 nếu không dệt kim hoặc móc.

- Áo sơ mi nam hoặc bé trai; Sơ mi dành cho nam giới hoặc trẻ em trai được phân loại vào nhóm 6105 hoặc 6205. Chúng được định nghĩa là quần áo có: buộc trái qua phải ở phía trước hoặc có vạt trái qua phải; tay áo dài hoặc ngắn. Nếu áo sơ mi có các vòng thắt lưng và thắt lưng, thì cần phải xem xét các đặc điểm cơ bản của quần áo và cách mặc chúng. Trong một số trường hợp, chúng có thể được phân loại như áo jacket trong nhóm 6103 hoặc 6203 hoặc áo len dệt kim vào nhóm 6110. Nếu quần áo có túi dưới thắt lưng, nó có thể được phân loại là áo khoác hoặc áo len đan, chúng nên được phân loại vào nhóm 6101, 6201 hoặc 6110, nếu chúng có: thắt lưng có gân; các phương tiện thắt chặt khác ở dưới cùng của quần áo; trung bình ít hơn 10 mũi khâu trên mỗi cm tuyến tính. Nếu quần áo không có tay áo, nó có thể được phân loại theo các nhóm: 6109; 6110; 6114; 6211

- Áo khoác và blazer: Nếu lớp vỏ ngoài của áo khoác hoặc áo cộc tay có 3 tấm trở lên (2 trong số đó ở phía trước) được khâu lại với nhau theo chiều dọc, thì chúng được phân loại theo các nhóm: 6103; 6104; 6203; 6204. Tuy nhiên, các sản phẩm may mặc tương tự có phần thắt ở đáy chẳng hạn như áo gió và các sản phẩm may mặc tương tự được phân loại ở nơi khác dưới các nhóm riêng của chúng.

- Áo sơ mi và áo chui đầu: được phân loại vào nhóm 6110 nếu chúng: là quần áo dệt kim hoặc móc dùng để che phần trên của cơ thể; có bất kỳ loại đường viền cổ áo; thường có các mối hàn hoặc đường gân hoặc các hình thức thắt chặt khác ở đáy, xung quanh lỗ, đầu ống tay áo hoặc lỗ nách. Chúng có thể được làm bằng bất kỳ loại vật liệu dệt kim hoặc móc nào, kể cả vải nhẹ hoặc dệt kim mịn, bằng bất kỳ loại sợi dệt nào. Chúng có thể có bất kỳ hình thức trang trí nào, kể cả ren hoặc thêu.

Nhóm 6110 cũng bao gồm: áo ghi lê và áo len có lỗ mở hết chiều dài ở phía trước; quần áo làm từ chất liệu nhẹ với phương pháp thắt chặt ở phía dưới, chẳng hạn như dây rút hoặc dây thắt lưng có gân; quần áo trùm qua đầu; không có lỗ mở hoặc dây buộc ở đường viền cổ áo; với một phần mở ở đường viền cổ áo được đóng lại bằng các nút hoặc các phương tiện buộc khác

Nhóm 6110 không bao gồm: áo cánh của phụ nữ hoặc trẻ em gái; anoraks, áo gió, áo khoác gió và các mặt hàng tương tự; quần áo tương tự như áo chui đầu nhưng dài hơn, thường được phân loại là váy

- Áo chui đầu và áo chui đầu nhẹ dệt kim cuộn mịn, áo polo hoặc cổ rùa được đặc biệt bao gồm trong các phân nhóm 6110 20 10 hoặc 6110 30 10.

- Đan mịn có nghĩa là ít nhất 12 mũi trên mỗi cm theo cả hai hướng. Những sản phẩm may mặc này thường được dệt kim trong áo đơn. Chúng nhẹ và phải vừa vặn.

- Áo parkas, áo có mũ trùm đầu, áo gió, áo khoác gió và các mặt hàng tương tự được phân loại theo nhóm 6101, 6102, 6201 hoặc 6202. Các nhóm này loại trừ các sản phẩm may mặc làm từ các loại vải như nỉ hoặc các sản phẩm không dệt khác được phân loại vào nhóm 6210. Nếu chúng được làm từ vải dệt kim hoặc móc có lớp phủ không tế bào nhìn thấy được trên một bề mặt, thì chúng được phân loại vào nhóm 6113. Nếu chúng được làm từ vải dệt thoi có lớp phủ không tế bào nhìn thấy được trên một bề mặt, thì chúng được phân loại vào nhóm 6210. Parkas được định nghĩa là quần áo bên ngoài vừa vặn rộng rãi được thiết kế để bảo vệ khỏi lạnh, gió và mưa: có tay áo dài; thay đổi về chiều dài từ giữa đùi đến đầu gối; được làm từ vải không nhẹ, dệt kim; có mũ trùm đầu; có lỗ mở hoàn toàn ở phía trước được buộc chặt bằng khóa kéo, đinh tán hoặc Velcro; có lớp lót, thường được chần hoặc bằng lông mô phỏng; có dây rút hoặc thiết bị thắt chặt khác ở thắt lưng (không phải thắt lưng); tính năng túi bên ngoài; Anoraks cũng tương tự, nhưng chỉ có chiều dài từ dưới thắt lưng đến tối đa là giữa đùi. Chúng phải có: mũ; một lỗ mở hoàn toàn ở phía trước được buộc chặt bằng khóa kéo, đinh tán hoặc Velcro, thường được che bởi một nắp bảo vệ; một lớp lót, có thể được chần bông hoặc đệm; áo dài tay

Ngoài ra, anoraks thường có ít nhất một trong các đặc điểm sau: một cơ chế thắt chặt chẳng hạn như dây rút ở thắt lưng và hoặc ở dưới cùng của quần áo; đầu tay áo ôm sát, đàn hồi hoặc thắt chặt theo một cách nào đó; cổ áo; túi.



- Liên quan đến áo choàng che nắng, thuật ngữ 'và các sản phẩm tương tự' bao gồm quần áo có các đặc điểm của áo choàng tắm ngoại trừ mũ trùm đầu hoặc lớp lót.

- Windcheaters là quần áo được thiết kế để bảo vệ khỏi những tác động thời tiết và kéo dài đến hông hoặc ngay bên dưới. Được làm từ vải dệt khít, chúng không có mũ nhưng có: áo dài tay; một lỗ mở hoàn chỉnh ở phía trước được buộc chặt bằng khóa kéo; một lớp lót không được chần bông hoặc đệm; cổ áo; một phụ kiện thắt chặt ở phần dưới của quần áo, thường là ở phía dưới

- Áo khoác gió hay được gọi chung là áo bludông. Thường là kiểu cắt vừa vặn, rộng rãi và kéo dài đến thắt lưng hoặc ngay bên dưới. Họ có tay áo dài có thể kéo dài xuống dưới đáy quần áo. Chúng có thể, nhưng không nhất thiết, bảo vệ thời tiết. đường viền cổ áo vừa khít, có hoặc không có cổ áo; mở hoàn toàn hoặc một phần ở phía trước với bất kỳ hình thức buộc nào; đầu tay áo, vừa khít, đàn hồi hoặc thắt chặt; thắt chặt ở dưới cùng của quần áo. Áo khoác gió cũng có thể có túi ngoài, lớp lót hoặc mũ trùm đầu.

- Liên quan đến áo khoác gió, thuật ngữ “và các mặt hàng tương tự” bao gồm các sản phẩm may mặc có các đặc điểm nêu trên ngoại trừ một trong các đặc điểm sau: không có đường viền cổ áo vừa vặn; không hở ở phía trước với đường viền cổ áo vừa vặn hoặc khác; một lỗ ở phía trước không có dây hoặc phụ kiện để buộc chặt.

- Áo khoác ngoài, áo choàng choàng, áo choàng không tay và các mặt hàng tương tự che phủ cơ thể ít nhất đến giữa đùi. Chúng phải đáp ứng kích thước tiêu chuẩn tối thiểu cho nam và nữ. Đo từ đường nối cổ áo ở gáy (đốt sống thứ bảy) đến mép dưới cùng với quần áo được đặt phẳng.

- Áo phông, áo sơ mi và áo vest: không có sự phân biệt giữa áo thun nam và nữ, chúng đều được phân loại vào nhóm 6109. Nhóm này cũng bao gồm các dạng áo vest và áo vest khác.

- Áo phông có thể là: áo dệt kim hoặc móc nhẹ; bông hoặc sợi nhân tạo; bằng vải cộc hoặc vải bông; có hoặc không có túi; với tay áo dài hoặc ngắn vừa vặn; không có nút hoặc dây buộc; không có cổ áo; không mở ở đường viền cổ áo. Chúng có thể có một hoặc nhiều màu và có trang trí dưới dạng quảng cáo, hình ảnh hoặc chữ khắc các từ được tạo ra thông qua in ấn, đan hoặc các quy trình tương tự khác. Tuy nhiên, trang trí không được ren. Phần dưới của quần áo thường có viền và không có bất kỳ phương tiện thắt chặt hoặc dây thắt lưng có gân nào.

- Áo lót và áo vest bao gồm những sản phẩm may mặc như vậy ngay cả khi là của một thiết kế lạ mắt; mặc bên cạnh cơ thể; không có cổ áo; có hoặc không có tay áo (bao gồm cả những người có dây đeo vai).

- Hàng may mặc thuộc nhóm 6109 không được có bất kỳ hình thức nào sau đây: mở ở đường viền cổ áo và thường được phân loại vào nhóm 6105 hoặc 6106; dây thắt lưng có gân, dây rút hoặc các phương tiện thắt chặt khác ở phía dưới. Tuy nhiên, nếu đó là quần áo không tay của nam giới, nó có thể được phân loại vào nhóm 6114.

- Trang phục dài kéo dài đáng kể dưới thắt lưng và không cần trang phục khác để mặc ở phần dưới của cơ thể phải được phân loại là trang phục. Có những độ dài cụ thể phải được xem xét khi đưa ra lựa chọn này.

- Váy và váy xẻ là quần áo được thiết kế để che phần dưới của cơ thể. Thông thường bắt đầu từ thắt lưng và có thể kéo dài đến mắt cá chân hoặc thấp hơn và được mặc kết hợp với quần áo phía trên. Chúng được phân loại theo nhóm 6104 hoặc 6204. Trong trường hợp váy cũng có nẹp, chúng vẫn thường được phân loại là váy. Nếu quần áo cũng có yếm ở phía trước và hoặc phía sau, thì chúng vẫn được phân loại là váy với điều kiện là chúng không thể mặc được nếu không có thêm phần thân trên. Nếu chúng có thể tự mặc được thì chúng được phân loại là váy. Váy xẻ tà là váy dù che riêng phần chân nhưng vẫn rủ xuống như váy và có đường cắt cũng như độ rộng khác biệt rõ ràng với quần đùi hoặc quần dài.

4.2. Giải pháp thúc đẩy xuất khẩu sang UK

Trong thời gian tới, để tận dụng hiệu quả UKVFTA, mở rộng thị phần hàng may mặc tại UK, một số giải pháp mà các doanh nghiệp sản xuất, xuất khẩu hàng dệt may của Việt Nam có thể thực hiện bao gồm:

(i) Trong UKVFTA, UK và Việt Nam cam kết cơ chế cộng gộp xuất xứ mở rộng cho phép hàng hóa của hai bên được sử dụng nguyên liệu có xuất xứ từ các nước thành viên EU (cũng như Công quốc Andorra và Cộng hòa San Marino) để sản xuất ra sản phẩm cuối cùng xuất khẩu sang nước bên kia và được hưởng thuế suất ưu đãi của Hiệp định UKVFTA. Ngoài ra, cơ chế cộng gộp xuất xứ với Hàn Quốc đối với hàng dệt may vẫn được áp dụng tương tự như trong EVFTA.

Do vậy, các doanh nghiệp Việt Nam cần nâng cao năng lực sản xuất, chế biến sâu, tìm kiếm nguồn nguyên liệu xuyên khu vực hoặc phát triển các nguồn nguyên liệu từ trong nước. Đồng thời, doanh nghiệp cần chủ động tìm hiểu, tham gia các hoạt động tập huấn chuyên sâu để có thể hiểu rõ, hiểu đúng và tự tin áp dụng các quy định về quy tắc xuất xứ.

(ii) Các doanh nghiệp cũng cần nắm bắt nhu cầu từng thị trường trong từng tình hình cụ thể để phát triển và sản xuất các mặt hàng phù hợp.

Chẳng hạn, trong giai đoạn Covid-19 bùng nổ, các doanh nghiệp đã sẵn sàng tiếp nhận các đơn hàng có giá trị gia tăng thấp, chuyển đổi từ veston cao cấp, sơ mi cao cấp,...sang quần áo BHLĐ, may đồ dệt kim, sơ mi truyền thống. Khi UK gỡ bỏ các biện pháp giãn cách thì nhu cầu cho các mặt hàng truyền

thống sẽ tăng trở lại, do đó doanh nghiệp cần linh hoạt trong việc xây dựng kế hoạch sản xuất để có thể tận dụng được tình hình đẩy mạnh xuất khẩu, tránh tình trạng tình trạng thiếu hụt nguồn cung cho những đơn hàng lớn. Còn hiện tại, trong bối cảnh giá năng lượng tại UK tăng cao do căng thẳng giữa Nga - Ukraine, nhu cầu đối với áo len, áo jacket, chăn, bút tất của thị trường UK có thể tăng do người dân tăng cường mặc áo ấm, dày trước lo ngại thiếu khí đốt cho mùa đông, các doanh nghiệp dệt may cần nắm bắt thông tin này để đáp ứng đúng nhu cầu của thị trường này trong tình hình mới.

(iii) Trong bối cảnh lạm phát cao tại khu vực UK, người tiêu dùng UK thắt chặt chi tiêu làm sụt giảm đơn hàng tạm thời, các doanh nghiệp cần theo dõi sát tình hình, lựa chọn đơn hàng phù hợp, duy trì sản xuất, đảm bảo việc làm cho người lao động trong thời gian trước mắt, không nên quá lo lắng ký đơn hàng dài hơi với giá thấp.

(iv) Doanh nghiệp nên tham gia và cập nhật thường xuyên vào hệ thống cơ sở dữ liệu ngành công nghiệp chế biến, chế tạo và công nghiệp hỗ trợ Việt Nam trong các lĩnh vực cơ khí chế tạo ô tô, điện tử, dệt may và da giày do Bộ Công Thương hoàn thiện, vì đây là kênh thông tin hữu hiệu, mạng lưới kết nối doanh nghiệp, nhà đầu tư, giữa nhà cung cấp Việt Nam và các tập đoàn đa quốc gia, tổ chức các nhân trong nước và nước ngoài liên quan đến ngành công nghiệp chế chế tạo và công nghiệp hỗ trợ.

(v) Hiệp hội Dệt may Việt Nam cần tiếp tục là cầu nối giữa các doanh nghiệp dệt may với các cơ quan quản lý Nhà nước để phản ánh những vướng mắc về cơ chế chính sách, thủ tục hành chính, kiểm tra chuyên ngành, thuế, hải quan,... để kịp thời xem xét, tạo thuận lợi nhất cho các doanh nghiệp tận dụng cam kết ưu đãi từ UKVFTA.



(vi) Trong dài hạn, nâng cao chất lượng sản phẩm là yếu tố then chốt để đảm bảo tăng trưởng bền vững của xuất khẩu.

Để làm được điều này, các doanh nghiệp cần đầu tư đổi mới hoạt động sản xuất và nâng cao chất lượng nguồn nhân lực:

- Thứ nhất, các doanh nghiệp cần nâng cao năng lực sản xuất theo hướng dịch chuyển phương thức từ gia công cắt may thuê lên FOB (mua nguyên liệu - sản xuất - bán thành phẩm) và ODM (thiết kế - sản xuất - bán thành phẩm) nhằm đáp ứng những thay đổi quan trọng trên thị trường dệt may thế giới, tiến đến xây dựng chuỗi giá trị khép kín từ nguyên liệu, sản xuất đến tiêu thụ sản phẩm để tối ưu hoá lợi nhuận và tận dụng nguồn nhân lực. Doanh nghiệp cần đẩy mạnh hơn nữa sự hợp tác, liên kết trong sản xuất để xây dựng chuỗi liên kết trong nước, giữa doanh nghiệp dệt và may, giữa doanh nghiệp sản xuất sợi với doanh nghiệp dệt nhuộm, giữa các doanh nghiệp may với nhau.

- Thứ hai, doanh nghiệp cần tập trung nguồn lực đổi mới công nghệ, cắt giảm chi phí sản xuất, cải tiến mẫu mã, đa dạng hoá sản phẩm theo thị hiếu tiến tới chọn lọc một số sản phẩm cao cấp để xây dựng thương hiệu nhằm cá nhân hóa nhu cầu của một bộ phận khách hàng có khả năng chi trả cao. Ngoài ra, doanh nghiệp phải tuân thủ tuyệt đối các yêu cầu về mặt chất lượng, kỹ thuật của đối tác đối với hàng hóa xuất khẩu, đặc biệt nâng cao tiêu chuẩn về môi trường và thực hiện trách nhiệm xã hội; tuân thủ những cam kết về môi trường trong UKVFTA và các FTAs khác. Việc triển khai các chương trình theo yêu cầu của các thị trường xuất khẩu như xanh hóa, số hóa cũng cần được chú trọng bởi đây là xu hướng tất yếu cần sớm được triển khai.

- Thứ ba, sản xuất sản phẩm may mặc có chất lượng và giá trị cao đòi hỏi đội ngũ nhân lực giỏi chuyên môn, sáng tạo, có khả năng thích ứng với những chuyển giao công nghệ, vì vậy việc đào tạo phát triển nguồn nhân lực đáp ứng cách mạng công nghiệp 4.0 cần được đặc biệt chú trọng. Hiệp hội, doanh nghiệp có thể kết hợp với các cơ sở đào tạo thiết kế bài giảng theo hướng công nghệ gắn liền thực tiễn, đào tạo nguồn nhân lực phù hợp với yêu cầu phát triển.