

QUAN HỆ THƯƠNG MẠI VIỆT NAM - NHẬT BẢN

Từ Thanh Thủy*

Quan hệ thương mại Việt Nam - Nhật Bản từ năm 2000 đến nay phát triển với tốc độ cao. Nhật Bản luôn duy trì vị trí là một trong ba thị trường xuất khẩu trọng điểm của Việt Nam sau Mỹ và EU. Nếu kim ngạch xuất nhập khẩu giữa Việt Nam và Nhật Bản năm 2000 đạt 4,872 tỷ USD, thì năm 2005 kim ngạch xuất nhập khẩu 2 nước đã đạt hơn 8,5 tỷ USD; tăng gần 2 lần so với năm 2000. Trong quan hệ thương mại với Nhật Bản, kim ngạch xuất khẩu của ta trong 5 năm trở lại đây luôn đạt tốc độ phát triển khá 11,9%/năm, so với tốc độ tăng trưởng xuất khẩu chung của cả nước thấp hơn (18,25%/năm). Cán cân thương mại năm 2000, 2001 và 2005 giữa Việt Nam với Nhật Bản là dương, trong khi đó cán cân thương mại của cả nước luôn bị thâm hụt.

Các số liệu thống kê cho thấy cả năm 2005, kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam sang Nhật đạt 4,411 tỷ USD (chiếm 13,6% kim ngạch xuất khẩu của cả nước); tăng 25,9% so với năm 2004. Về nhập khẩu, năm 2005 kim ngạch nhập khẩu của Việt Nam từ Nhật Bản đạt 4,093 tỷ USD, đây là năm Nhật Bản xuất khẩu sang Việt Nam lớn nhất từ trước tới nay, tăng 15,2% so với năm 2004. Năm 2005 Việt Nam lại trở lại xuất siêu sang thị trường Nhật Bản, đạt 318,219 triệu USD, xấp xỉ bằng

mức Việt Nam xuất siêu sang thị trường này trong các năm 2000 và 2001.

Sau đây là bảng phân tích về tốc độ tăng trưởng kim ngạch xuất khẩu, nhập khẩu và cán cân thương mại của Việt Nam với thị trường Nhật Bản trong giai đoạn 2000 - 2005. Qua bảng này chúng ta thấy được xu hướng phát triển quan hệ thương mại giữa Việt Nam và Nhật Bản còn nhiều cơ hội phát triển trong những năm tới (xem bảng 1).

1. Về kim ngạch và mặt hàng xuất khẩu

Từ năm 2000 đến năm 2005, kim ngạch xuất khẩu giữa Việt Nam và Nhật Bản tăng bình quân 11%/năm. Chiều hướng gia tăng kim ngạch xuất khẩu với tốc độ cao thể hiện rõ từ năm 2002 đến 2005, kim ngạch xuất khẩu năm 2003 tăng 119,3% so với năm 2002; năm 2004 tăng 120% so với năm 2003; năm 2005 tăng 125,8% so với năm 2004. Sau đây là diễn biến xuất khẩu một số mặt hàng chủ yếu của Việt Nam sang Nhật Bản qua các năm.

Năm 2000, Việt Nam mới xuất khẩu được 16 nhóm mặt hàng vào thị trường Nhật Bản, trong đó 3 nhóm mặt hàng có kim ngạch từ gần 500 triệu USD trở lên là dầu thô, hàng dệt may và hải sản; trên 50 triệu USD là giày dép, máy tính và linh kiện điện tử; trên 30 triệu USD là hàng thủ công mỹ nghệ, xe đạp và phụ tùng xe đạp; trên 10 triệu USD là cà phê, rau quả.

*Tiến sĩ, Viện Nghiên cứu Thương mại

Bảng 1: Kim ngạch xuất nhập khẩu của Việt Nam – Nhật Bản từ 2000 đến 2005

Đơn vị: 1000 USD

| | 2000 | 2001 | 2002 | 2003 | 2004 | 2005 | Tốc độ tăng BQ 2000- 2005 |
|---|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|---------------------------------|
| Kim ngạch XNK cả nước | 30,083,919 | 31,189,600 | 36,451,727 | 45,431,869 | 58,457,148 | 69,420,557 | 18,25 |
| Kim ngạch XK cả nước | 14,448,677 | 15,027,259 | 16,706,124 | 20,176,024 | 26,503,285 | 32,442,234 | 17,6 |
| Kim ngạch NK cả nước | 15,635,242 | 16,162,341 | 19,745,603 | 25,255,845 | 31,953,863 | 36,978,323 | 18,8 |
| Cán cân thương mại cả nước | -1,186,565 | -1,135,082 | -3,039,479 | -5,079,821 | -5,450,578 | -4,536,089 | |
| Kim ngạch XNK Việt Nam- Nhật Bản | 4,872,225 | 4,692,922 | 4,947,791 | 5,903,109 | 7,054,967 | 8,504,155 | 11,9 |
| Trong đó | | | | | | | |
| Kim ngạch XK | 2,621,658 | 2,509,802 | 2,438,144 | 2,909,151 | 3,502,362 | 4,411,187 | 11,0 |
| Kim ngạch NK | 2,250,567 | 2,183,120 | 2,509,647 | 2,993,958 | 3,552,605 | 4,092,968 | 12,75 |
| Cán cân TM | 371 091 | 326 682 | - 71 503 | - 84 807 | - 50 243 | 318 219 | |

Nguồn: Tổng cục hải quan, Thống kê hải quan các năm

Năm 2001, kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam sang Nhật đã tăng lên gần 0,6 triệu USD với sự xuất hiện thêm một số mặt hàng thuộc nhóm thực phẩm chế biến như đường tinh, mì ăn liền, sản phẩm sữa; nhóm hàng được chế tạo như sản phẩm gỗ, sản phẩm nhựa, đồ chơi trẻ em, dây điện và cáp điện; nhóm nguyên nhiên liệu thêm than đá.

Những mặt hàng mới xuất hiện vào thị trường Nhật Bản đã cho thấy nhóm các sản phẩm gỗ bước đầu vào thị trường Nhật và đạt kim ngạch trên 100 triệu USD; nhóm sản phẩm nhựa với kim ngạch khá lớn đạt hơn 28 triệu USD; sản phẩm sữa đạt trên 15 triệu USD; đồ chơi trẻ em đạt trên 4,5 triệu USD; dầu ăn đạt 2,69 triệu USD; sản phẩm mì ăn liền chưa đạt tới 1 triệu USD; đặc biệt đứng đầu về kim ngạch trong nhóm các mặt hàng mới xuất hiện vào Nhật là nhóm sản phẩm dây điện và cáp điện đạt 145,664 triệu USD. Những sản phẩm truyền thống của Việt Nam vào Nhật Bản đều có kim ngạch xuất khẩu giảm sút so với năm 2000, ví dụ như kim

ngạch xuất khẩu của nhóm hàng thủ công mỹ nghệ bị giảm tới hơn 10 triệu USD; hải sản giảm hơn 13 triệu USD; dệt may giảm 28 triệu USD; máy tính và linh kiện điện tử giảm 27,6 triệu USD; đặc biệt dầu thô giảm 117,7 triệu USD.

Năm 2002, có sự gia tăng mạnh về kim ngạch so với năm 2001 đối với một số sản phẩm thuộc nhóm hàng nông, lâm và hải sản, như cao su tăng 5,22 triệu USD, gấp 2 lần kim ngạch năm 2001; chè tăng 1,3 triệu USD; hạt tiêu có tăng nhưng không nhiều; quế tăng hơn nửa triệu USD; hải sản tăng hơn 80 triệu USD, cũng thuộc nhóm này nhưng các sản phẩm như cà phê, lạc nhân, gạo lại có sự giảm sút cả về sản lượng và cả giá trị (xem chi tiết trong bảng 2). Bên cạnh đó, nhóm hàng thủ công mỹ nghệ tăng trở lại, so với năm 2001 kim ngạch đã tăng hơn 18 triệu USD, đạt trên 43 triệu USD; tương tự, sản phẩm gỗ tăng 28 triệu USD và nhóm sản phẩm máy tính và linh kiện điện tử cũng tăng gần 7 triệu USD và đạt kim ngạch hơn 57 triệu USD.

Năm 2003 kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam sang Nhật Bản tăng 19% so với năm 2002. Trong 24 mặt hàng xuất khẩu chính sang Nhật Bản, có tới 17 mặt hàng có kim ngạch xuất khẩu tăng. Đứng đầu về kim ngạch xuất khẩu là hải sản đạt hơn 651 triệu USD; thứ hai là hàng dệt may đạt 478,2 triệu USD; thứ ba là dầu thô đạt 319,8 triệu USD; thứ tư là dây điện và cáp điện đạt 240,8 triệu USD; tiếp đến sản phẩm gỗ đạt 137,9 triệu USD. Với mặt hàng nông sản, trong năm 2003 riêng mặt hàng gạo có sự gia tăng đột biến về lượng; chúng ta đã xuất khẩu được 46.722 tấn, gấp hơn 9 lần lượng gạo xuất khẩu năm 2002 và kim ngạch đạt trên 8 triệu USD. Năm 2003 là năm đánh dấu xuất khẩu gạo của Việt Nam cho thị trường Nhật Bản bắt đầu gia tăng.

Năm 2004 kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam với Nhật Bản tăng tới 67,6% so với năm 2003. Trong danh mục mặt hàng xuất khẩu chủ yếu có tới 17 mặt hàng vẫn tiếp tục tăng về kim ngạch so với năm 2003, trong đó gạo có kim ngạch tăng gấp 2 lần đạt hơn 16 triệu USD; hạt điều có kim ngạch tăng 79%, đạt hơn 5 triệu USD; nhóm hàng rau quả có sự gia tăng đáng kể, đạt 22,1 triệu USD tăng hơn kim ngạch năm 2003 hơn 5 triệu USD; hải sản kim ngạch đã tăng tới 154 triệu USD; hàng thủ công mỹ nghệ có kim ngạch tăng hơn 50 triệu USD; nhóm sản phẩm gỗ kim ngạch đạt hơn 180 triệu USD; riêng XK than đá của Việt Nam sang Nhật Bản đã tăng mà nguyên nhân chủ yếu là do giá dầu mỏ trên thế giới tăng quá cao, do vậy việc sử dụng than đá để giảm sự căng thẳng về dầu mỏ cho một số ngành tại Nhật Bản ngày càng gia tăng.

Năm 2005, kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam sang Nhật Bản vẫn tăng, đạt 4,4 tỷ USD, tăng 25,9% so với năm 2004 (từ năm 2001 đến nay, lần đầu tiên tốc độ tăng trưởng vượt quá con số 20%). Xuất siêu sang Nhật Bản đạt khoảng 318 triệu USD.

10 mặt hàng có kim ngạch xuất khẩu lớn sang Nhật Bản trong 2005 gồm: Hàng may mặc (đạt 603,9 triệu USD, tăng 13,7 so với năm 2004), trong đó hàng dệt thoi (đạt 477 triệu USD, tăng 7,8%) và hàng dệt kim (đạt 125,5 triệu USD, tăng 16,1%); hải sản kể cả tôm (đạt 819,99 triệu USD, tăng 6,56%, trong đó tôm đông lạnh đạt 452 triệu USD, tăng 0,5%); dầu thô (đạt 572,5 triệu USD, tăng 78,2% do giá dầu thô trên thế giới trong năm 2005 tăng đột biến); dây cáp điện (đạt 472,73 triệu USD, tăng 34,8%); than đá (đạt 169,1 triệu USD, tăng 63,6%); đồ gỗ (240,87 triệu USD, tăng 33,8%); hàng điện tử, máy tính và linh kiện điện tử (đạt 252,54 triệu USD, tăng 18,9%), trong đó hàng linh kiện điện tử mạch in (đạt 119 triệu USD, tăng 7,2%).

Trong những tháng cuối năm 2005, mặc dù Nhật Bản thắt chặt các biện pháp kiểm tra an toàn thực phẩm đối với tôm nhập khẩu vào Nhật Bản, nhưng tôm xuất khẩu của Việt Nam sang thị trường Nhật Bản từ năm 1994 đến nay đã vươn lên đứng vị trí thứ nhất với thị phần nhập khẩu vào Nhật Bản đạt 23,3%, vượt qua đối thủ lâu nay là Ấn Độ (khoảng 21%).

Ngoài ra, trong năm 2005, thị phần đồ gỗ xuất khẩu của Việt Nam vào thị trường Nhật Bản đã tăng từ vị trí thứ 4 lên thứ ba (sau Trung Quốc và Đài Loan), hiện đang chiếm 8% thị phần đồ gỗ của Nhật Bản và đang có xu hướng tăng hơn nữa. Với nhu cầu nhập khẩu đồ gỗ nội thất, ngoại thất của Nhật Bản là hơn 2,2 tỷ USD/năm và mức độ tăng trưởng xuất khẩu gỗ hiện nay cùng với nỗ lực khai thác thị trường, cải tiến sản phẩm của các doanh nghiệp, Việt Nam có thể vươn lên ngang tầm với Đài Loan vào năm 2006. Đây là mặt hàng có triển vọng rất lớn để tăng kim ngạch xuất khẩu vào thị trường Nhật Bản vào năm 2006 và những năm sau này.

10 mặt hàng (không tính dầu thô) có tốc độ tăng trưởng xuất khẩu lớn sang thị

trường Nhật Bản trong năm 2005 gồm: gạo (tăng 232,5% so với năm 2004, đạt kim ngạch xuất khẩu 53,4 triệu USD), mạch điện tử tích hợp và linh kiện điện tử (tăng 93,3% đạt 18,4 triệu USD), đồ nhựa gia dụng (tăng 60,6%, đạt 98,4 triệu USD), than đá (tăng 63,6%, đạt 169,1 triệu USD),

mô tơ loại nhỏ (tăng 47,6% đạt 35,2 triệu USD), dây cáp điện (tăng 34,8%, đạt 472,73 triệu USD), cà phê (tăng 25,86%, đạt 25,94 triệu USD), tơ tằm (tăng 28,5%, đạt 15,7 triệu USD), giày dép (tăng 32,8%, đạt 93,72 triệu USD), đồ gỗ gia dụng (tăng 33,8%, đạt 240,87 triệu USD).

Bảng 2. Mặt hàng xuất khẩu của Việt Nam vào Nhật Bản

| Mặt hàng XK chủ yếu | 2000 | | 2001 | | 2002 | | 2003 | | 2004 | | 2005 | |
|-------------------------------|----------|----------------|-----------|----------------|----------|----------------|----------|----------------|----------|----------------|----------|----------------|
| | SL (tấn) | Giá trị (1000) | SL (tấn) | Giá trị (1000) | SL (tấn) | Giá trị (1000) | SL (tấn) | Giá trị (1000) | SL (tấn) | Giá trị (1000) | SL (tấn) | Giá trị (1000) |
| Cà phê | 26.345 | 20.946 | 40.713 | 17.858 | 34.844 | 15.594 | 24.687 | 18.564 | 28.969 | 20.608 | 29.383 | 25.939 |
| Caosu | 8.149 | 5.669 | 8.499 | 5.229 | 15.440 | 10.447 | 11.536 | 11.993 | 13.274 | 15.092 | 11.521 | 16.435 |
| Chè | 1.859 | 2.946 | 1.223 | 1.655 | 2.967 | 2.988 | 3.547 | 3.850 | 1.083 | 1.357 | 690 | 1.236 |
| Dầu ăn | | | 1.977 | 2.688 | 2.082 | 3.287 | 2.230 | 2.144 | | 2.957 | | 5.342 |
| Hạt điều | 824 | 4.283 | 1.183 | 4.847 | | 5.138 | 747 | 2.854 | 1.155 | 5.118 | 818 | 4.128 |
| Hạt tiêu | 173 | 601 | 380 | 591 | 559 | 635 | 259 | 359 | 281 | 381 | 568 | 793 |
| Lạc nhân | 444 | 241 | 906 | 450 | 858 | 399 | 1.477 | 944 | 57 | 41 | | |
| Gạo | 12.085 | 2.541 | 25.952 | 4.124 | 5.084 | 951 | 46.722 | 8.110 | 75.355 | 16.065 | 196.831 | 53.424 |
| Quế | 400 | 779 | 429 | 959 | 1.117 | 1.513 | 1.631 | 1.897 | 443 | 701 | 500 | 689 |
| Dường tinh | | | 42 | 14 | 25 | 4 | 16 | 8 | 892 | 385 | | |
| Mì ăn liền | | | | 935 | | 183 | | 222 | | 1.486 | | 2.493 |
| Hàng rau quả | | 11.729 | | 14.527 | | 14.528 | | 16.710 | | 22.105 | | 28.991 |
| Giày dép các loại | | 78.150 | | 64.404 | | 53.920 | | 61.605 | | 70.562 | | 93.721 |
| Hải sản | | 488.022 | | 474.755 | | 555.442 | | 651.314 | | 769.546 | | 819.990 |
| Hàng dệt may | | 619.581 | | 591.501 | | 489.950 | | 478.191 | | 531.092 | | 603.902 |
| Hàng thủ công mỹ nghệ | | 35.327 | | 25.159 | | 43.176 | | 48.162 | | 48.860 | | 27.611 |
| SP gốm sứ | | | | | | | | | | | | 20.120 |
| SP đá quý & kim loại quý | | | | | | | | | | | | 12.824 |
| Túi xách, ví, vali, mũ | | | | | | | | | | | | 50.210 |
| Sản phẩm gỗ | | | | 100.391 | | 128.396 | | 137.913 | | 180.016 | | 240.873 |
| Sản phẩm nhựa | | | | 28.372 | | 30.155 | | 42.069 | | 61.287 | | 98.431 |
| Sản phẩm sữa | | | | 15.086 | | 1.160 | | 34 | | - | | |
| Đồ chơi trẻ em | | | | 4.516 | | 3.144 | | 2.417 | | 3.897 | | 3.778 |
| Dây điện và cáp điện | | | | 145.664 | | 174.102 | | 240.794 | | 350.648 | | 472.729 |
| Xe đạp và phụ tùng XD | 992.886 | 34.459 | | 12.118 | | 9.883 | | 2.571 | | 1.313 | | 878 |
| Máy tính và linh kiện điện tử | | 78.421 | | 50.820 | | 57.110 | | 98.850 | | 76.120 | | 252.966 |
| Hàng điện tử | | | | | | | | | | 136.588 | | |
| Dầu thô | 2181.700 | 502.387 | 1.983 | 384.686 | 1269.073 | 249.857 | 154611 | 319.779 | 1103.347 | 321.200 | 1418.369 | 572.542 |
| Than đá | | | 1.117.177 | 35.590 | 1626.486 | 48.502 | 1921.238 | 58.405 | 2846.094 | 103.344 | 2402.038 | 169.085 |

Nguồn: Báo cáo của Hải quan qua các năm

Trong khi đó, mặt hàng mây tre xuất khẩu của Việt Nam sang thị trường Nhật Bản đang có xu hướng chững lại. Bên cạnh nguyên nhân khách quan là do nhu cầu nhập khẩu mặt hàng này của Nhật Bản đang giảm đều (từ năm 2002 đến nay,

hàng năm nhu cầu tiêu dùng của Nhật Bản giảm khoảng 9 - 10%), chúng ta cũng phải tự nhận thấy nguyên nhân chủ quan là mẫu mã còn nghèo nàn và giá cả chưa cạnh tranh được với Trung Quốc và Philipin, về độ bền (như mỗi mọt, độ bóng,

chất lượng các mẫu nổi...) các sản phẩm của ta còn kém so với một số nước khác. Do đó, các doanh nghiệp Việt Nam cần phải chú trọng hơn nữa đến việc cải tiến mẫu mã để kích cầu tiêu dùng, đặc biệt cần tăng cường sáng tạo việc kết phối nguyên liệu trên một sản phẩm để làm tăng giá trị sản phẩm và tạo ra sản phẩm mới.

Điều rất đáng mừng là kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam không chỉ tăng về kim ngạch đơn thuần mà đang có những bước phát triển tương đối rõ nét về cơ cấu mặt hàng xuất khẩu. Gần đây, Việt Nam đã xuất khẩu được hoa tươi, hàng may

mặc cao cấp, thực phẩm chế biến...v.v.. sang thị trường Nhật Bản. Cùng với sự phát triển về mặt hàng xuất khẩu, tỷ lệ gia công nội địa trong sản phẩm xuất khẩu, tỷ lệ kim ngạch xuất khẩu thành phẩm trong tổng kim ngạch xuất khẩu cũng ngày càng được nâng cao (đặc biệt đối với sản phẩm thủy sản, cơ khí...), đây là sự biến đổi cơ bản trong cơ cấu hàng kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam. Để thấy rõ được sự biến đổi đáng kể trong cơ cấu hàng xuất khẩu giữa Việt Nam và Nhật Bản, chúng ta sẽ xem số liệu phân tích trong bảng 3 dưới đây.

Bảng 3. Cơ cấu xuất khẩu của Việt Nam sang Nhật Bản

Đơn vị: triệu USD

| | 1995 | 2000 | 2001 | 2002 | 2003 | 2004 | 2005 |
|-------------------------------|--------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|
| Tổng kim ngạch | 1.461 | 2.621,7 | 2.509,8 | 2.438,1 | 2.909,2 | 3.502,4 | 4.411,2 |
| Tỷ trọng (%) | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |
| Cà phê | 35,25 | 20,95 | 17,86 | 15,59 | 18,56 | 20,61 | 25,94 |
| Tỷ trọng (%) | 2,41 | 0,8 | 0,71 | 0,64 | 0,64 | 0,59 | 0,59 |
| Cao su | 6,06 | 5,67 | 5,23 | 10,45 | 11,99 | 15,09 | 16,44 |
| Tỷ trọng (%) | 0,41 | 0,22 | 0,21 | 0,43 | 0,41 | 0,43 | 0,37 |
| Hạt điều | - | 4,28 | 4,85 | 5,14 | 2,85 | 5,12 | 4,13 |
| Tỷ trọng (%) | - | 0,16 | 0,19 | 0,21 | 0,98 | 0,15 | 0,09 |
| Gạo | 92,7 | 2,54 | 4,12 | 0,95 | 8,11 | 16,07 | 53,42 |
| Tỷ trọng (%) | 6,35 | 0,97 | 0,16 | 0,04 | 0,28 | 0,46 | 1,21 |
| Hàng rau quả | 5,45 | 11,73 | 14,53 | 14,53 | 16,71 | 22,10 | 28,99 |
| Tỷ trọng (%) | 0,37 | 0,45 | 0,58 | 0,6 | 0,57 | 0,63 | 0,66 |
| Hải sản | 336,86 | 488,02 | 474,76 | 555,44 | 651,31 | 769,55 | 819,99 |
| Tỷ trọng (%) | 23,06 | 18,61 | 18,92 | 22,78 | 22,39 | 21,97 | 18,59 |
| Dệt may | - | 619,58 | 591,50 | 489,95 | 478,19 | 531,09 | 603,09 |
| Tỷ trọng (%) | - | 23,63 | 23,57 | 20,1 | 16,43 | 15,16 | 13,67 |
| Hàng TCMN | 28,26 | 35,33 | 25,16 | 43,18 | 48,16 | 48,86 | 27,61 |
| Tỷ trọng (%) | 1,93 | 1,35 | 1,0 | 1,77 | 1,66 | 1,4 | 0,62 |
| Sản phẩm gỗ | - | - | 100,39 | 128,40 | 137,91 | 180,01 | 240,87 |
| Tỷ trọng (%) | - | - | 4,0 | 5,27 | 4,74 | 5,14 | 5,46 |
| Sản phẩm nhựa | - | - | 28,37 | 30,16 | 42,07 | 61,29 | 98,43 |
| Tỷ trọng (%) | - | - | 1,13 | 1,24 | 1,45 | 1,75 | 2,23 |
| Đồ chơi trẻ em | - | - | 4,52 | 3,14 | 2,42 | 3,90 | 3,78 |
| Tỷ trọng (%) | - | - | 0,18 | 0,13 | 0,08 | 0,11 | 0,9 |
| Dây điện và cáp điện | - | - | 145,66 | 174,10 | 240,79 | 350,65 | 472,73 |
| Tỷ trọng (%) | - | - | 5,8 | 7,1 | 8,28 | 10,0 | 10,72 |
| Máy tính và linh kiện điện tử | - | 78,42 | 50,82 | 57,11 | 98,85 | 208,71 | 252,97 |
| Tỷ trọng (%) | - | 3,0 | 2,02 | 2,34 | 3,4 | 5,96 | 5,73 |
| Dầu thô | 1.162,88 | 502,39 | 384,69 | 249,86 | 319,78 | 321,20 | 572,54 |
| Tỷ trọng (%) | 79,59 | 19,16 | 15,33 | 10,25 | 11,0 | 9,17 | 12,98 |
| Than đá | - | - | 35,95 | 48,50 | 58,41 | 103,34 | 169,09 |
| Tỷ trọng (%) | - | - | 1,43 | 1,99 | 2,0 | 2,95 | 3,83 |

Nguồn : Báo cáo của Hải quan các năm

2. Về kim ngạch và mặt hàng nhập khẩu

Kim ngạch nhập khẩu giữa Việt Nam và Nhật Bản giai đoạn 2001- 2005 có tốc độ tăng trung bình đạt 12,75%, cao hơn tốc độ tăng của xuất khẩu trong cùng thời kỳ. Nguyên nhân là do quan hệ thương mại giữa hai nước trong 3 năm 2002, 2003 và 2004 Việt Nam luôn nhập siêu, chủ yếu là sự gia tăng một số nguyên phụ liệu như chất dẻo nguyên liệu, clinker, đặc biệt là sự gia tăng về kim ngạch nhập khẩu máy móc, thiết bị phụ tùng (năm 2002 kim ngạch nhóm hàng này tăng gần gấp 2 lần kim ngạch năm 2000). Nhật Bản là thị trường thường đứng đầu với các nhóm

hàng như linh kiện điện tử và vi tính, máy móc và thiết bị phụ tùng, sắt thép các loại v.v... Bên cạnh đó, chúng ta đã chú trọng hơn việc nhập khẩu từ thị trường này các nguyên phụ liệu phục vụ cho gia công và sản xuất hàng xuất khẩu như nguyên phụ liệu (NPL) dệt may, da; NPL dược phẩm; chất dẻo nguyên liệu; vải và sợi các loại; hoá chất và các SP hoá chất v.v... Đây là những nguyên phụ liệu có chất lượng cao tạo điều kiện cho các sản phẩm của Việt Nam đạt chất lượng tốt trên thị trường trong nước và thế giới. Sau đây là kim ngạch của một số mặt hàng nhập khẩu chủ yếu của Việt Nam với Nhật Bản.

Bảng 4. Kim ngạch và một số mặt hàng nhập khẩu chủ yếu của Việt Nam với Nhật Bản

| | 2000 | 2002 | 2003 | 2004 | 2005 |
|--------------------------------|-----------|-----------|-----------|------------|------------|
| Tổng kim ngạch | 2,250,567 | 2,509,647 | 2,993,958 | 3,552,605 | 4,092,968 |
| Mặt hàng NK chính | | | | | |
| - Dược phẩm | 5.693,5 | 7.464,7 | 5.047 | 3.682 | 5.724,2 |
| - Linh kiện điện tử và vi tính | 456.700 | 227.000 | 284.450 | 428.055 | 484.868 |
| - Máy móc thiết bị phụ tùng | 459.099,3 | 702.890 | 833.912 | 933.261 | 1.063.021 |
| - NPL dệt may da | 194.028,3 | 149.741 | 157.059 | 164.081 | 155.140 |
| - NPL dược phẩm | 3.084,1 | | | 1.258 | 1.289 |
| - Phân bón các loại | 21.603 | 24.850 | 20.240 | 34.529 | 31.894,7 |
| - Chất dẻo nguyên liệu | | 44.548 | 58.275 | 89.281 | 107.669 |
| - Clinker | | 964,4 | 1.597 | 1.463 | 941,2 |
| - Sắt thép các loại | 140.218,4 | 287.943 | 309.334 | 437.171 | 480.236 |
| - Kim loại thường khác | | | | 56.970 | 78.963 |
| - Xăng dầu các loại | 12.712,5 | 3.254 | - | 10.068 | 23.732,8 |
| - Hoá chất & các SP hoá chất | | | | 86.985 | 140.006 |
| - Thuốc trừ sâu, nguyên liệu | | | | - | 23.437,9 |
| - Vải sợi các loại | | | | 167.531 | 219.979 |
| - Bột giấy và giấy các loại | | | | 18.135 | 18.525 |
| - Cao su tổng hợp | | | | 8.840 | 13.173 |
| - Gỗ và NPL gỗ | | | | 5.135 | 5.670 |
| - Ôtô CK, SKD | 68.866,7 | 158.300 | 21.707 | 206.339(1) | 228.930(1) |
| - Ôtô nguyên chiếc | 13.231,7 | 20.141 | 21.619 | 21.723 | 33.533 |
| - Xe máy CKD. IKD | 15.976,6 | 40.704 | | 206.339(2) | 4.211 (2) |
| - Linh kiện phụ tùng xe máy | | | | 25.950 | 60.780 |

Ghi chú (1): Linh kiện ô tô; (2): Xe máy nguyên chiếc

Nguồn: Báo cáo của Hải quan các năm

3. Các biện pháp để tăng xuất khẩu hàng hoá Việt Nam sang thị trường Nhật Bản

Năm 2006, nền kinh tế Nhật Bản dự kiến đạt tốc độ tăng trưởng GDP tiếp tục ở

mức cao (dự kiến 3%). Nền kinh tế Nhật Bản tiếp tục phục hồi dựa trên nhu cầu mua sắm thiết bị và tiêu dùng được cải thiện tình hình nhập khẩu các mặt hàng máy móc thiết bị, thực phẩm tiếp tục gia

tăng. Điều này rất thuận lợi cho hàng Việt Nam xuất sang Nhật. Sau đây là một số biện pháp để gia tăng quan hệ thương mại giữa Việt Nam và Nhật Bản.

* Cải thiện hành lang pháp lý

Sớm đàm phán ký kết Hiệp định đối tác kinh tế Việt Nam - Nhật Bản (VJEPA) để tạo điều kiện thuận lợi tối đa cho hàng xuất khẩu của Việt Nam vào Nhật Bản. Song song với việc ký kết VJEPA, ta cần tiến hành một số việc sau:

+ Tìm khả năng có thể nhận được ưu đãi của Nhật Bản dành cho Việt Nam thông qua việc giảm thuế.

+ Tìm khả năng đề nghị Nhật Bản thúc đẩy việc ký Nghị định thư cho phép nhập khẩu quả có hạt của Việt Nam. Cụ thể, quả thanh long, cam, xoài, nhãn của Việt Nam ngon và được nhiều người biết đến. Việt Nam có thể xuất sang một số nước EU và Mỹ. Tuy nhiên, Nhật Bản hiện không cho các loại quả tươi này được nhập khẩu vào, vì theo luật kiểm dịch Nhật Bản các loại quả này nằm trong danh sách cấm nhập khẩu do có khả năng chứa ruồi đục quả. Tuy vậy, tại Nhật Bản có đề ra trường hợp ngoại lệ: cho phép các nước có Nghị định thư song phương với Nhật Bản được xuất khẩu các loại quả này vào Nhật Bản, Hiện Philipin, Thái Lan và một vài nước Đông Nam Á khác đã được phép xuất khẩu các loại trái cây này vào Nhật.

Vậy vấn đề đặt ra đối với trái cây Việt Nam là:

Thứ nhất, phải thực sự cải thiện tình hình trồng trọt để đảm bảo các loại trái cây này không bị dịch bệnh thì mới có khả năng khai thông vấn đề, có thể phân thành 2 giai đoạn, trong đó giai đoạn đầu khoanh vùng sản xuất, đảm bảo nghiêm ngặt vấn đề dịch bệnh để có thể đạt được sự thoả thuận của Nhật Bản cho phép

nhập khẩu sản phẩm ở những vùng đã khoanh. (Theo một số chuyên gia về an toàn thực phẩm Nhật Bản, thông thường để các loại rau quả có thể xuất khẩu sang Nhật phải mất khoảng 8 - 10 năm chuẩn bị. Riêng đối với trường hợp Việt Nam, có thể rút ngắn còn 3 - 4 năm nếu có hỗ trợ từ phía Nhật Bản).

Thứ hai, trong thời gian tới, thông qua sự hỗ trợ của Chính phủ Nhật Bản, Việt Nam sẽ cử một số chuyên gia sang Nhật Bản học tập kinh nghiệm, đồng thời Nhật Bản cũng sẽ hỗ trợ chuyển giao công nghệ, máy móc xử lý côn trùng gây hại trong hoa quả. Việt Nam thông qua Dự án nâng cao năng lực kiểm dịch thực vật do Nhật Bản hỗ trợ trong khuôn khổ hợp tác kỹ thuật để tiếp thu được kỹ thuật kiểm dịch thực vật do Nhật Bản hỗ trợ trong khuôn khổ hợp tác kỹ thuật để tiếp thu được kỹ thuật kiểm dịch và nhanh chóng xuất khẩu được sang thị trường Nhật Bản.

Thứ ba, đề nghị Nhật Bản tạo điều kiện thuận lợi hơn cho mặt hàng mực ống đông lạnh hiện đang chịu chế độ hạn ngạch. Hiện Nhật Bản vẫn duy trì 9 loại còta thủy sản đối với hàng của tất các nước và 2 loại còta nhập khẩu song phương. Thời gian gần đây còta nhập khẩu mực ống phân bố cho Việt Nam chỉ ở mức hạn chế. Do vậy, trước mắt Việt Nam nên nhanh chóng đề nghị Chính phủ Nhật dành thêm còta nhập khẩu mực ống cho mình.

* Hỗ trợ, xúc tiến thương mại

- Cần tăng cường hơn nữa hoạt động xúc tiến thương mại tại Nhật Bản, chọn các ngành hàng phù hợp để có chiến lược đẩy mạnh xuất khẩu sang Nhật Bản, góp phần tạo lập mạng lưới các đối tác tiêu thụ hàng nhập khẩu từ Việt Nam với số lượng lớn và ổn định.

- Tổ chức thật tốt và hiệu quả cao các chương trình xúc tiến thương mại quốc gia. Ngoài các hoạt động xúc tiến thương mại trong chương trình xúc tiến thương mại quốc gia, các địa phương, các ngành phải có chương trình riêng của mình.

- Trước mắt làm cho được trong năm 2006 việc đặt Show Room ở địa điểm phù hợp (ngoài Đại sứ quán Việt Nam tại Nhật) tại Tokyo và tại Osaka. Sớm thành lập Trung tâm Thương mại Việt Nam tại Tokyo.

- Tăng cường hoạt động và nâng cao hiệu quả của chương trình xây dựng thương hiệu hàng Việt Nam tại Nhật Bản.

- Chủ động, tích cực mời các công ty Nhật Bản tham dự các hội chợ hàng xuất khẩu tổ chức tại Việt Nam, trước hết là EXPO 2006 tổ chức tại Hà Nội và thành phố Hồ Chí Minh và các hội chợ hàng xuất khẩu lớn khác.

Hiện nay, mặt hàng thủ công mỹ nghệ của Việt Nam tại Nhật Bản đang bị ép giá do sự cạnh tranh không lành mạnh giữa các doanh nghiệp Việt Nam với nhau, do đó về lâu dài, để bảo vệ quyền lợi cũng như thống nhất về giá, Bộ Thương mại phối hợp với các hiệp hội gỗ Việt Nam khuyến khích các doanh nghiệp chủ động bàn bạc với nhau để giữ giá trước khi ký kết hợp đồng với Nhật Bản. Bên cạnh đó, Thương vụ Việt Nam tại Nhật Bản tích cực hỗ trợ các doanh nghiệp Việt Nam trong việc lựa chọn đại lý nhập khẩu và tiêu thụ hàng tại Nhật.

- Quảng cáo xúc tiến thương mại trên các phương tiện thông tin đại chúng. Chi phí quảng cáo tại Nhật thường khá cao, do

vậy các doanh nghiệp Việt Nam nên sử dụng hình thức quảng cáo có chi phí thấp hơn như sử dụng quảng cáo trên các kênh truyền hình địa phương và khu vực, các tờ nhật báo có chi phí thấp hơn. Dùng loại quảng cáo như vậy có thể có ích đối với những hàng hoá được phân phối rộng rãi trong phạm vi một khu vực cụ thể và có thể tiếp cận một đối tượng người tiêu dùng cụ thể.

- Công tác xúc tiến thương mại cần đặc biệt quan tâm đến khu vực vùng Kansai và Kyushu (50% trao đổi thương mại của hai khu vực này là với châu Á).

*** Biện pháp đối với doanh nghiệp xuất khẩu:**

- Thị trường Nhật Bản nổi tiếng là khó tính nên yêu cầu về chất lượng và mẫu mã sản phẩm là rất cao. Công tác nâng cao chất lượng và mẫu mã là việc làm thường xuyên nếu muốn xâm nhập sâu vào thị trường này.

- Hàng nông sản, đặc biệt là rau quả là mặt hàng Việt Nam có thế mạnh nhưng chưa khai thác triệt để; nhu cầu của thị trường Nhật Bản đối với mặt hàng này rất lớn nhưng yêu cầu về vệ sinh an toàn thực phẩm rất cao. Vì vậy, cần thực hiện các giải pháp sau:

+ Các doanh nghiệp cần chú trọng đầu tư nâng cao khả năng đảm bảo tính vệ sinh an toàn thực phẩm. Nâng cao sức cạnh tranh của các mặt hàng, trước hết là dệt may và đồ gỗ thông qua việc nâng cao chất lượng và giảm giá thành

+ Các doanh nghiệp nên mạnh dạn sử dụng hình thức đại lý, đại lý độc quyền trong xuất khẩu hàng vào Nhật Bản.