

PHÁT TRIỂN QUAN HỆ THƯƠNG MẠI VIỆT NAM - TRUNG QUỐC THÀNH HÌNH MẪU CỦA QUAN HỆ HỮU NGHỊ VÀ HỢP TÁC TRONG THẾ KỶ XXI

DOÃN CÔNG KHÁNH

Viện Nghiên cứu Thương mại

Đàn cầu hoá đã tạo lập nền tảng cho việc duy trì tỉ lệ tăng trưởng kinh tế cao và bền vững, chuyển đổi cơ cấu và phát triển xã hội ở nhiều quốc gia đang phát triển (nhưng không phải tất cả). Điều đặc biệt là tiến trình toàn cầu hoá đã mở ra các cơ hội không hạn chế cho sự hợp tác và hội nhập hiệu quả về thương mại, đầu tư, dịch vụ giữa các quốc gia, các cộng đồng, trong đó có Trung Quốc và Việt Nam.

ASEAN và Trung Quốc là những nước đang phát triển ở những thang bậc khác nhau trên quỹ đạo phát triển kinh tế. Tuy nhiên, các nước này cũng đang phải đối mặt với những cơ hội và thách thức trong một thế giới biến đổi từng ngày, từng giờ.

“Nếu không thể đánh bại, hãy hợp tác” điều này hoàn toàn phù hợp với quyết định của các nước Đông Nam Á khi thiết lập một khu vực thương mại tự do (FTA) với Trung Quốc- quốc gia mà

họ từng xem là một đối thủ kinh tế đáng gờm trong những năm gần đây.

Hội nghị thượng đỉnh ASEAN lần thứ 5 tại Brunei (6-11-2001) ghi một dấu mốc quan trọng trong sự hợp tác khu vực giữa Trung Quốc và các nước Đông Nam Á. Các nhà lãnh đạo của ASEAN và Trung Quốc đã đồng ý thành lập khu vực mậu dịch tự do trong vòng 10 năm (*gọi tắt theo tiếng Anh là ACFTA*). Và nếu thành công thì ACFTA sẽ trở thành một hình mẫu mới trong việc hợp tác giữa các quốc gia đang phát triển.

Các nước thường “*thích ứng*” với sự phát triển của Trung Quốc dưới 3 hình thức: (1) *Đầu tư FDI để làm chủ cơ sở sản xuất ở Trung Quốc*; (2) *Xuất khẩu máy móc, thiết bị hiện đại và “vật tư” đầu vào để tham gia tiến trình sản xuất và xuất khẩu của Trung Quốc*; (3) *Xuất khẩu nguyên nhiên liệu, khoáng sản, nông sản, thực phẩm phục vụ nhu cầu sản xuất và tiêu dùng trong nước*. Việt

Nam chủ yếu giao lưu với Trung Quốc thông qua hình thức thứ 3.

Việt Nam – Trung Hoa, núi liền núi, sông liền sông. Thực hiện đường lối đổi mới và chính sách mở cửa, biến biên giới Việt - Trung thành biên giới của hoà bình, hữu nghị, đoàn kết và hợp tác, trong đó phát triển thương mại, mở rộng

giao lưu kinh tế được xem là một trong những “lối mở” hợp quy luật và xu hướng thời đại sau khi hai nước đã gia nhập Tổ chức Thương mại Thế giới. Điều đó có thể thấy rõ khi nhìn vào “bức tranh thống kê” phản ánh động thái quan hệ thương mại giữa hai nước trong thập niên 90 và những năm đầu của thế kỷ XXI.

1. Về quy mô và tốc độ tăng trưởng kim ngạch xuất nhập khẩu hàng hoá thời kỳ 1991-2009

XUẤT NHẬP KHẨU VIỆT NAM – TRUNG QUỐC GIAI ĐOẠN 1991- 2009

Năm	XK của VN sang TQ		NK của VN từ TQ		Cán cân thương mại	
	Quy mô (Triệu USD)	Tốc độ(%)	Quy mô (Triệu USD)	Tốc độ(%)	Quy mô (Triệu USD)	Tỷ lệ so với XK (%)
1991	19,1	-	18,4	-	+0,7	+37
1992	95,6	400,5	31,8	72,8	+63,8	+66,7
1993	135,8	42,0	85,5	168,9	+50,3	+37,0
1994	295,7	117,7	144,2	68,7	+151,5	+51,2
1995	361,9	22,4	329,7	128,6	+32,2	+8,9
1996	340,2	-6,0	329,0	-0,2	+11,2	+3,3
1997	474,1	39,4	404,4	22,9	+69,7	+14,7
1998	440,1	-7,2	515,0	27,3	-74,9	-17,0
1999	746,4	69,6	683,4	32,7	+63,0	+8,4
2000	1.534,0	105,8	1.423,2	105,0	+110,8	+7,2
2001	1.418,1	92,4	1.629,1	114,5	-211,0	-14,9
2002	1.495,5	105,5	2.158,8	132,5	-663,3	-44,4
2003	1.747,7	116,9	3.122,3	144,6	-1.734,6	-99,3
2004	2.735,5	156,5	4.456,5	142,7	-1.721,1	-62,9
2005	2.961,0	108,2	5.778,9	129,7	-2.817,9	-95,2
2006	3.030,0	102,3	7.390,9	127,9	-4.369,0	-144,2
2007	3.200,0	105,6	10.000,0	135,3	-6.800	-212,5
2008	4.500,0	140,6	15.600,0	156,0	11.100	246,7
2009*	5.300,0	117,8	17.200,0	110,3	11.900	224,5

Nguồn: Niên giám thống kê 1995- 2006 và tính toán của nhóm nghiên cứu.

* Số liệu dự ước

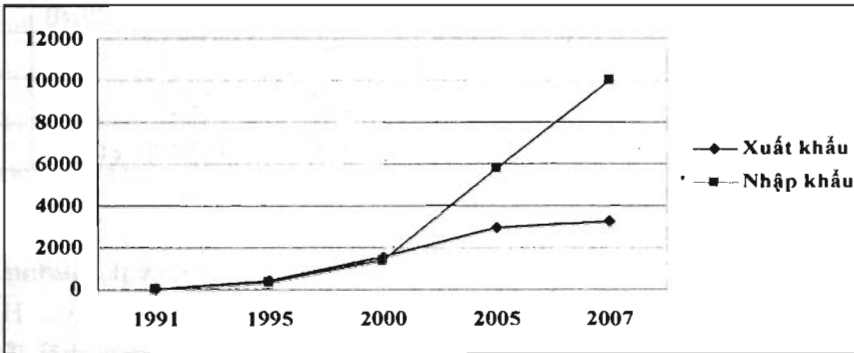
Từ kim ngạch gần 3 tỷ USD vào năm 2000, hai nước đã đưa ra mục tiêu kim ngạch buôn bán hai chiều 5 tỷ USD vào năm 2005 (tăng bình quân hơn 11,1%/năm), nhưng mục tiêu này hầu như đã bị “đổ” ngay từ năm 2003 bởi kim ngạch lên tới 4,87 tỷ USD. Đến năm 2005, kim ngạch buôn bán hai chiều đạt 8,739 tỷ USD (cao gấp 1,75 lần) và đạt nhịp độ tăng trưởng bình quân 19,79%/năm. Năm 2006, với kim ngạch

buôn bán hai chiều đạt 10,421 tỷ USD, “ngưỡng” 10 tỷ USD cũng đã bị vượt qua. Năm 2007 và 2008, các con số tương ứng là 13,2 và 20,1 tỷ USD.

Năm 2009, kim ngạch hai chiều dự ước đạt 22,5 tỷ USD, tạo đà cho việc thực hiện trước thời hạn mục tiêu 25 tỷ USD vào năm 2010 mà lãnh đạo cấp cao hai nước đã xác lập. Dự báo mục tiêu này có nhiều khả năng cũng sẽ bị lạc hậu rất sớm.

HÌNH 1. QUAN HỆ XUẤT - NHẬP KHẨU VIỆT NAM -TRUNG QUỐC

Đơn vị: Triệu USD



2. Về cơ cấu hàng hóa xuất khẩu

Hiện nay, Trung Quốc đang là bạn hàng nhập khẩu số 1 về cao su, than đá. Ngoài ra thủy sản, rau quả tươi cũng là mặt hàng có tỷ trọng đáng kể. Một số mặt hàng tiêu dùng của Việt Nam cũng bắt đầu thâm nhập và từng bước mở rộng thị phần trên thị trường Trung Quốc như: giày dép, hàng dệt may, linh kiện điện tử...

Trong 6 năm gần đây, nhìn chung cơ cấu hàng hóa xuất khẩu sang thị trường Trung Quốc đã không ngừng được mở rộng. Cụ thể, ở thời điểm năm 2001,

trong danh mục những mặt hàng chủ yếu của nước ta xuất khẩu sang thị trường Trung Quốc đạt kim ngạch từ 1 triệu USD trở lên tuy gồm 15 mặt hàng, nhưng tổng cộng cũng chỉ đạt 1,156 tỷ USD và chiếm 81,52% tổng kim ngạch xuất khẩu của năm này. Năm 2006, tuy danh mục này cũng chỉ tăng lên 18 mặt hàng, nhưng đã đạt 2,331 tỷ USD và chiếm 76,93% trong tổng kim ngạch xuất khẩu. Số mặt hàng đạt quy mô xuất khẩu 10 triệu USD trở lên năm 2001 chỉ gồm 8 mặt hàng, thì con số này trong năm 2008 đã là 11 mặt hàng.

CÁC MẶT HÀNG XUẤT KHẨU CHỦ YẾU CỦA VIỆT NAM SANG TRUNG QUỐC

Đơn vị: triệu USD

TT	Mặt hàng	2002	2003	2004	2005	2006	2008
. 1	Dầu thô	686.79	847.80	1471.00	1160.16	399.91	603.5
2	Cao su	88.66	147.00	357.00	519.20	851.38	1056.9
3	Thủy sản	195.30	77.80	48.10	61.97	65.05	81.0
4	Rau quả	121.50	67.10	24.90	34.94	24.61	48.9
5	Hạt điều	38.10	52.40	70.20	97.36	94.49	
6	Than đá	44.10	48.87	134.00	370.17	594.76	742.8
7	Dệt may	19.59	28.45	14.80	8.14		53.5
8	Máy tính linh kiện	19.30	22.49	25.90	74.56	73.81	273.8
9	Đồ gỗ	11.30	12.38	35.00	60.34	94.07	145.6
10	Giày dép	7.28	10.91	18.30	28.32	29.70	107.1
11	Sản phẩm nhựa	2.80	7.44	4.70	3.14		12.1
12	Cà phê	3.92	6.90	5.80	7.63		
13	Gạo	1.68	0.29	19.20	11.96	12.44	1.4

Nguồn: Bộ Thương mại (nay là Bộ Công Thương).

Như vậy, đẩy mạnh xuất khẩu sang thị trường Trung Quốc là vấn đề mang tính chiến lược của nước ta hiện nay do Trung Quốc - một nền kinh tế mang tính “công xưởng” của thế giới sẽ còn tiếp tục duy trì tốc độ phát triển cao trong những năm tới. Vấn đề đặt ra là: nếu như cơ cấu hàng hoá xuất khẩu không có những đột phá và bước chuyển mạnh mẽ, xu thế suy giảm tốc độ xuất khẩu sang thị trường này sẽ là điều không thể tránh khỏi.

3. Cơ cấu hàng hoá nhập khẩu của Việt Nam từ thị trường Trung Quốc

- *Giai đoạn 1991 – 1995:* Những mặt hàng nhập khẩu của Việt Nam giai đoạn này chủ yếu là: thuốc bắc, bông, vải sợi, hàng dệt kim và quần áo may sẵn, pin các loại, thuốc lá, xà phòng giặt, nước

giải khát, dầu thực vật, đường sữa, đồ dùng gia đình, xe đạp, giấy... Hàng hóa nhập từ Trung Quốc với khối lượng lớn, chủng loại đa dạng, chất lượng thấp nhưng giá rẻ, phù hợp với thu nhập ở mức thấp nên chỉ sau một thời gian ngắn đã tràn ngập thị trường Việt Nam. Đặc biệt, trong thời kỳ này, hàng hóa nhập lậu qua biên giới với khối lượng lớn đã gây ảnh hưởng nghiêm trọng đến một số ngành sản xuất của Việt Nam như: dệt kim, may mặc, sành sứ, thủy tinh, sản xuất xe đạp...

- *Giai đoạn 1996 – 2000:* Đây là thời kỳ mà kim ngạch nhập khẩu hàng hóa từ Trung Quốc vào Việt Nam tăng tương đối ổn định, tăng 8 lần so với giai đoạn 1991 – 1995. Hàng hóa Trung Quốc xuất

sang Việt Nam rất phong phú và đa dạng (có đến 200 nhóm và mặt hàng, gấp đôi số nhóm và mặt hàng Việt Nam xuất sang Trung Quốc).

CÁC MẶT HÀNG NHẬP KHẨU CHỦ YẾU TỪ TRUNG QUỐC

(tr. USD)

TT	Mặt hàng	2000	2005	2006	2007	2008
1	Xăng dầu	131.6	884.3	555.3	464,0	446,1
2	Máy móc thiết bị, phụ tùng	166.5	817.6	1200.1	2394,0	3769,4
3	Phân bón các loại	24.0	264.3	119.0	588,0	719,9
4	Nguyên phụ liệu may, da giày	23.3	323.6	304.8	1784,0	1904,6
5	Sắt thép	75.1	718.0	1296.2	2335,0	2308,8
6	Linh kiện điện tử, máy tính	20.3	155.4	243.2	517,0	654,3
7	Chất dẻo nguyên liệu	4.1	35.2			
8	Tân dược	4.9	6.3			
10	Vải các loại	37.3	661.2	895.6		
11	Ô tô, Xe máy & Linh kiện, phụ tùng		118.9	101.3	510.0	674,1
12	Hoá chất	61.1	169.9	203.8	522,0	729,2
13	Kim loại thường khác	28.7	71.9			
14	Sợi	17.3	51.5			
15	Giấy	3.7	17.5			

Nguồn: Bộ Thương mại (nay là Bộ Công Thương).

Trong các mặt hàng và nhóm hàng nhập khẩu nêu trên, hàng hóa là máy móc thiết bị chiếm 27,95%, nguyên liệu chiếm 19,7%; hàng tiêu dùng chiếm 47%... Những nhóm hàng có khối lượng nhập lớn trong thời kỳ này là: máy móc nông nghiệp và chế biến nông lâm sản, thiết bị sản xuất xi măng lò đứng, máy móc cho ngành dệt, thiết bị sản xuất phân bón và các loại máy phát điện cỡ nhỏ.

- *Giai đoạn 2001- 2009:* Các số liệu thống kê những năm gần đây cho thấy,

nếu như kim ngạch nhập khẩu hàng hóa từ thị trường Trung Quốc năm 2000 chỉ mới là 1,4 tỷ USD, thì năm 2006 đã đạt 7,391 tỷ USD, tức là đã tăng 31,59%/năm. Đây thực sự là một kỷ lục xét trên nhiều phương diện: tăng cao 1,64 lần nhịp độ tăng trưởng nhập khẩu chung từ thị trường thế giới; tăng cao kỷ lục so với nhịp độ tăng nhập khẩu từ 9 thị trường chủ yếu của nước ta trong giai đoạn này. Năm 2007 và 2008 , nhập siêu từ Trung Quốc vẫn ở mức cao: 9,15 và 11,12 tỷ USD.

Chính vì nhập khẩu hàng hoá từ thị trường này liên tục tăng bùng nổ như vậy, cho nên ngay từ năm 2003, Trung Quốc đã vượt Nhật Bản để trở thành quốc gia xuất khẩu hàng hoá lớn nhất cho nước ta trong bốn năm qua.

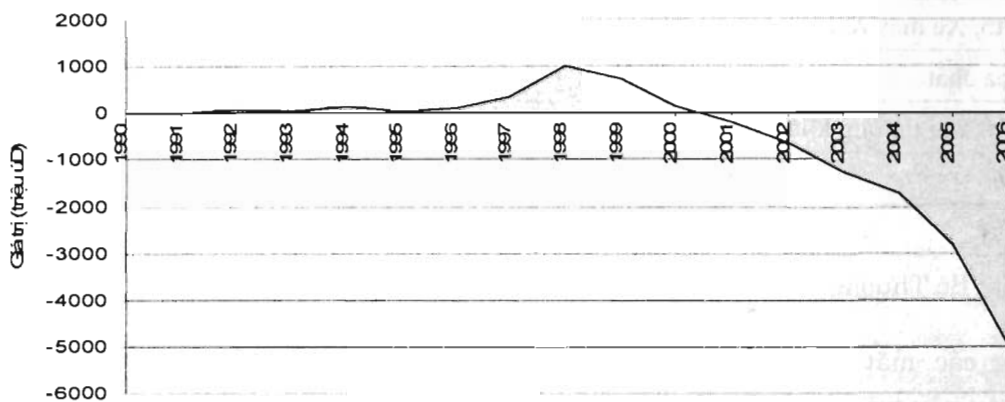
Con số kim ngạch nhập khẩu hàng hoá của nước ta từ thị trường Trung Quốc gấp 3,47 và 3,25 lần kim ngạch xuất khẩu hàng hoá sang thị trường này các năm 2008 và 2009 cho thấy một thực tế là: dù thị trường nước ta còn rất nhỏ, nhưng các doanh nghiệp Trung quốc đã khai thác thị trường Việt Nam

tốt hơn nhiều so với những gì các doanh nghiệp nước ta làm được từ thị trường này. Họ đã trở thành người “lập công đầu” trong việc liên tục hoàn thành rất sớm các mục tiêu mở rộng quy mô buôn bán hai chiều do lãnh đạo Đảng và Nhà nước hai nước đã đặt ra.

4. Về cán cân thương mại giữa Việt Nam với Trung Quốc

Thâm hụt cán cân thương mại Việt Nam - Trung Quốc trong giai đoạn 1990-2006 được thể hiện trong Hình 2.

HÌNH 2: CÁN CÂN THƯƠNG MẠI VIỆT NAM - TRUNG QUỐC GIAI ĐOẠN 1990-2006



Nguồn: Bộ Thương Mại (nay là Bộ Công Thương) và Tổng cục hải quan

Giai đoạn 1991 – 1995, tổng xuất siêu của Việt Nam đối với Trung Quốc là 298,5 triệu USD, chiếm 46,8% so với kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam vào Trung Quốc. Giai đoạn 1996 - 2000, tổng xuất siêu đạt 204,3 triệu USD, chỉ chiếm 5,8%, thấp hơn cả về số tuyệt đối và số tương đối so với giai đoạn trước (tỷ lệ 5,8% này chỉ bằng 1/8 so với giai đoạn

1991 - 1995. Như vậy trong suốt thời kỳ 1991 - 2000, Việt Nam liên tục xuất siêu sang Trung Quốc (chỉ trừ năm 1998 Việt Nam nhập siêu là 74,9 triệu USD chiếm 17% so với kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam vào Trung Quốc của năm này). Tổng xuất siêu của Việt Nam vào Trung Quốc cả thời kỳ 1991 - 2000 là 502,8 triệu USD, chiếm 12% so với tổng kim

ngạch xuất khẩu của Việt Nam vào Trung Quốc và chiếm 0,7% so với kim ngạch xuất khẩu của cả nước thời kỳ này. Đây là thời kỳ tốc độ tăng trưởng xuất siêu bình quân của Việt Nam đối với thị trường Trung Quốc là khá cao (79,5%/năm).

Các kết quả tính toán từ các số liệu thống kê xuất nhập khẩu hàng hoá của Việt Nam với Trung Quốc trong 7 năm gần đây cho thấy, từ xuất phát điểm xuất siêu 110,8 triệu USD, bằng 7,79% kim ngạch nhập khẩu năm 2000, chúng ta đã chuyển sang nhập siêu gần gấp đôi trong năm 2001 (211,0 triệu USD), bằng 14,48% kim ngạch xuất khẩu và đến nay vẫn hầu như liên tục tăng “phi mã”: năm 2002 tăng lên 663,3 triệu USD; năm 2003 tăng gần gấp ba lần (1.734,6 triệu USD); năm 2004 dừng ở mức 1.721,1 triệu USD; năm 2005 tăng gấp 1,64 lần (2.817,9 triệu USD); năm 2006 tiếp tục tăng 1,55 lần và đạt kỷ lục 4.360,9 triệu USD. Năm 2007 và 2008, con số nhập siêu tương ứng là 9,145 – 11,116 tỷ USD. Tính chung lại, trong những năm đầu thập kỷ này, nhịp độ tăng nhập siêu của nước ta từ thị trường Trung Quốc gia tăng khá nhanh.

Đây thực sự là những mức nhập siêu rất cao, bởi chỉ riêng nhập siêu từ thị trường này đã chiếm tỷ trọng khá lớn trong “rổ hàng hoá nhập siêu” của nước ta: năm 2001: 18,58%; năm 2002: 21,91%; năm 2003: 34,34%; năm 2004: 31,58%; năm 2005: 62,12% ; năm 2006 đạt kỷ lục 81,10%. Năm 2007 và 2008 , các con số tương ứng là 65,3 và 61,6 %.

Nếu kể cả thương mại dịch vụ, bao gồm ngân hàng, du lịch, viễn thông và mua điện thì chắc chắn thâm hụt thương mại của Việt Nam còn cao hơn số liệu đã được Hải quan Việt Nam và Hải quan Trung Quốc công bố.

Nếu như thâm hụt thương mại về số lượng đặt ra những vấn đề nghiêm túc về cân đối tài khoản vãng lai giữa hai nền kinh tế thì cơ cấu hàng xuất, nhập khẩu lại cho thấy chất lượng của trao đổi thương mại giữa hai nước ngày càng bất lợi cho phía Việt Nam.

Đánh giá chung có thể nói, bên cạnh những mặt đạt được, vẫn còn một số tồn tại có thể kể tới là :

- Khung khổ pháp lý cho trao đổi thương mại đã được cải thiện đáng kể nhưng vẫn còn một số vấn đề vướng mắc như trong việc thực hiện Hiệp định ACFTA, ký kết các văn bản quy định về kiểm dịch động thực vật, quản lý hàng hoá trao đổi qua biên giới...

- Tuy tốc độ tăng trưởng kim ngạch trao đổi hàng hoá giữa hai nước tương đối nhanh, nhưng kim ngạch xuất nhập khẩu vẫn chiếm tỷ trọng thấp trong tổng kim ngạch xuất nhập khẩu của mỗi nước: khoảng 5% tổng kim ngạch xuất nhập khẩu của Việt Nam và 0,4% tổng kim ngạch xuất nhập khẩu của Trung Quốc.

- Việt Nam chưa tận dụng được cơ hội để khai thác tốt các cơ hội thâm nhập thị trường Trung Quốc trong bối cảnh phía Trung Quốc mở cửa thị trường, thực hiện cam kết chung trong Chương trình thu hoạch sớm, đặc biệt là đối với mặt hàng

nông sản, thủy sản của Việt Nam mà các tỉnh Tây Nam Trung Quốc có nhu cầu lớn.

- Thương mại chưa thật sự gắn với đầu tư và chuyển giao công nghệ. Việt Nam chưa tận dụng được cơ hội đầu tư từ Trung Quốc để xuất khẩu sang thị trường này và các thị trường khác.

- Mặc dầu có lợi thế về vị trí địa kinh tế, nhưng Việt Nam vẫn chưa khai thác triệt để yếu tố này để tăng kim ngạch xuất khẩu. Lượng hàng hoá của Trung Quốc quá cảnh qua Việt Nam vẫn còn nhỏ bé. Đầu tư cho cơ sở hạ tầng giao thông để kết nối với hệ thống giao thông của Trung Quốc vẫn còn hạn chế.

Khả năng tiếp tục gia tăng nhập siêu từ Trung Quốc trong những năm tới là rất lớn. Do vậy, vấn đề tìm kiếm những giải pháp để khắc phục quá trình tăng tốc nhập siêu mà lãnh đạo hai nước đã sớm khẳng định khi quyết định tăng tốc quan hệ thương mại hai chiều lên 25 tỷ USD vào cuối thập kỷ này đã trở thành vấn đề ngày càng bức xúc.

Mặc dù có sự thâm hụt cao trong cán cân thương mại với Trung Quốc nhưng đó cũng là điều kiện cho phát triển kinh tế và đẩy mạnh xuất khẩu sang các thị trường khác. Như vậy, dù có bị thâm hụt cao nhưng không phải là điều quá phải lo lắng khi thâm hụt này được bù đắp bằng thặng dư từ các thị trường khác. Tuy nhiên cũng phải nói rằng: Nhập siêu rất lớn ở một số quốc gia châu Á, xuất siêu ở một số quốc gia ngoài khu vực châu Á đã trở thành “căn bệnh cố hữu” của nền kinh tế nước ta.

Cơ cấu thương mại giữa Việt Nam và Trung Quốc là một ví dụ điển hình cho quan hệ Bắc - Nam (khái niệm trong kinh tế học được dùng để chỉ quan hệ thương mại giữa nước phát triển ở phía Bắc bán cầu và nước đang phát triển ở phía Nam), trong đó Việt Nam chủ yếu xuất khẩu nguyên liệu, sản phẩm thô có giá trị gia tăng thấp và nhập những sản phẩm chế tác, có giá trị gia tăng và hàm lượng công nghệ cao hơn do Trung Quốc sản xuất... Những nghịch lý này đặt ra những câu hỏi nghiêm túc về sự phát triển kinh tế của chúng ta: thâm hụt thương mại này có thể tiếp diễn đến mức độ nào và tác động như thế nào tới nền kinh tế Việt Nam (về cán cân thanh toán quốc tế, nhất là cán cân vãng lai, việc làm và thu nhập của lao động Việt Nam...). Có thể dự đoán rằng cuộc cạnh tranh này sắp tới sẽ còn gay gắt hơn, đòi hỏi Việt Nam phải có chính sách và phương án thích hợp.

Xét về phương thức giao dịch, thương mại Việt Nam - Trung Quốc chủ yếu thực hiện qua đường tiểu ngạch. Buôn bán tiểu ngạch tạo thuận lợi cho doanh nghiệp giảm được thuế, tiết kiệm một số chi phí bao bì, chất lượng hàng hoá không đòi hỏi cao, thậm chí tránh được kiểm dịch về an toàn vệ sinh. Tuy nhiên, buôn bán tiểu ngạch có nhiều điểm yếu, điểm yếu nhất là bị động, không ổn định. Yếu tố không chắc chắn trong buôn bán tiểu ngạch khiến thương mại Việt - Trung rủi ro cao và cũng tác động vào các hợp đồng thương mại chính ngạch trong nước. Buôn bán tiểu ngạch diễn ra phụ thuộc chủ yếu vào giá cả, khi giá

tăng dẫn tới hiện tượng tranh mua ở thị trường trong nước, việc tranh mua đối với nhiều loại nông sản gây phá vỡ các hợp đồng của các đối tác đã ký hợp đồng tiêu thụ nông sản với nông dân.

Một số vấn đề đặt ra trong quan hệ hợp tác kinh tế giữa Việt Nam và Trung Quốc trong giai đoạn tới:

Vấn đề thứ nhất, Trung Quốc là một nước lớn, đang phát triển rất nhanh và có sức thu hút toàn cầu. Sự phát triển của Trung Quốc là cơ hội phát triển cho Việt Nam. Việt Nam phải cải cách, phát triển nhanh mới tận dụng được cơ hội này. Chậm trễ thì nguy cơ tụt hậu càng cao và càng tụt hậu càng khó hợp tác, càng nhiều bất lợi.

Trung Quốc phát triển nhanh, ổn định là một cơ hội lớn đối với Việt Nam. Vì rằng với một thị trường rộng lớn, nhu cầu về nhiều mặt hàng mà Việt Nam có lợi thế như khoáng sản, nông sản, vị trí địa lý thuận lợi, quan hệ hợp tác hai bên đang ở vào thời kỳ được đẩy mạnh, thị trường Trung Quốc trong tương lai là nơi tập trung của các công ty hàng đầu thế giới... Các yếu tố này sẽ tạo thuận lợi cho Việt Nam với tư cách là nước láng giềng nhỏ hơn và trình độ phát triển thấp hơn. Tuy nhiên, thách thức cạnh tranh cũng sẽ rất lớn. Việt Nam phải thay đổi, phải nhanh chóng lớn mạnh mới tận dụng được cơ hội này.

Với tốc độ tăng trưởng kinh tế ở mức khá cao và ổn định như hiện nay, cùng một thị trường hơn 1,3 tỷ người tiêu dùng đang trong quá trình chuyển biến mạnh mẽ về cơ cấu tiêu dùng, thị trường

Trung Quốc sẽ vẫn tiếp tục là thị trường trọng điểm, có tầm quan trọng to lớn đối với xuất khẩu của Việt Nam. Với xu hướng tăng trưởng khá nóng như hiện nay, trong vòng 10 năm tới, nhu cầu về năng lượng, về nguyên liệu đầu vào phục vụ sản xuất, tiêu dùng của Trung Quốc sẽ rất cao. Vì vậy, chúng ta cần phát huy những ưu thế về địa lý, về tính chất bổ sung trong cơ cấu hàng hoá giữa hai nước và các nhân tố có lợi khác để đẩy mạnh xuất khẩu sang thị trường Trung Quốc.

Thị trường Trung Quốc đang trong giai đoạn thay đổi mạnh về cơ cấu và xu hướng tiêu dùng, song với một số lượng dân số khổng lồ, với mức thu nhập ngày càng cao do kinh tế tăng trưởng liên tục, dự đoán nhu cầu của thị trường này đối với các mặt hàng xuất khẩu chủ lực của Việt Nam như dầu thô, than đá, thủy hải sản, rau quả, đồ gỗ, hạt điều và các loại hàng nông sản, trong giai đoạn 2007-2015 vẫn là rất lớn. Đặc biệt, nhu cầu đối với nhóm hàng năng lượng như dầu thô, than đá, cao su sẽ ngày càng tăng mạnh. Trong tương lai, từ năm 2015 trở đi, ngoài nhu cầu về cao su, Trung Quốc sẽ tiếp tục gia tăng nhập khẩu Boxit Alumi, các loại quặng, hàng điện tử và nhiều loại hàng tiêu dùng khác. Đây hầu hết là những nhóm hàng hoá mà Việt Nam rất có tiềm năng. Do đó, chúng ta cần tập trung đẩy mạnh chuyển dịch cơ cấu xuất khẩu theo hướng nâng cao giá trị gia tăng các mặt hàng này để khai thác tối đa lợi thế xuất khẩu.

Tận dụng cơ hội từ sự phát triển của Trung Quốc, Việt Nam phải không ngừng nâng cao năng lực cạnh tranh để

cải thiện cán cân thương mại, duy trì tốc độ tăng trưởng xuất khẩu bền vững. Hiện nay, gần 90% hàng xuất khẩu của Việt Nam sang Trung Quốc là hàng nguyên liệu thô trong đó có những mặt hàng đang hạn chế về số lượng và khả năng khai thác như dầu thô, than đá, thủy sản, cao su... Hàng chế biến của Việt Nam chỉ chiếm một tỷ trọng quá nhỏ bé và đang chịu sức ép cạnh tranh ngày càng lớn từ các nước ASEAN và Ấn Độ. Trong điều kiện gia tăng nhập siêu từ Trung Quốc, nếu không cải thiện sức cạnh tranh của hàng hoá xuất khẩu, Việt Nam sẽ khó khăn trong việc cải thiện cán cân thương mại với Trung Quốc trong thời gian tới. Quan hệ thương mại hai nước muốn phát triển trên cơ sở vững chắc và cùng có lợi thì việc khai thác các lợi thế để phát triển theo chiều sâu luôn luôn mang tính quyết định.

Việt Nam cần tận dụng lợi thế về vị trí địa kinh tế để phát triển các loại hình khác như vận tải quá cảnh, du lịch, thu hút FDI. Một thực tế là, trong vài ba năm tới, hàng hoá và dịch vụ Việt Nam rất khó thâm nhập vào thị trường khu vực phát triển của Trung Quốc do tính chất tương đồng và hạn chế sức cạnh tranh của hàng hoá nước ta hiện tại. Quan hệ thương mại giữa Việt Nam và Trung Quốc chủ yếu là quan hệ thương mại Việt Nam với các tỉnh Tây Nam Trung Quốc. Đây không phải là thị trường phát triển đòi hỏi hàng hoá chất lượng cao, do đó không phải là hướng để ta đầu tư phát triển xuất khẩu trong tương lai. Trước tình hình đó cần tranh

thủ để phát triển các lĩnh vực khác như làm nơi trung chuyển cho hàng hoá của Trung Quốc, phát triển thương mại thông qua phát triển du lịch.

Vấn đề thứ hai, Trung Quốc là một công xưởng lớn, là nơi tập trung các công ty và tập đoàn lớn của thế giới, là mạng kết nối toàn cầu. Muốn hợp tác hiệu quả với Trung Quốc, Việt Nam phải tìm cách thâm nhập vào hệ thống kinh doanh toàn cầu, chuỗi giá trị toàn cầu, lựa chọn những ưu thế của mình để phát triển. Giải pháp là thu hút đầu tư từ các công ty hàng đầu thế giới.

Việt Nam cần có sự chuẩn bị để thâm nhập vào hệ thống kinh doanh của các TNC của Trung Quốc, tham gia vào các chuỗi giá trị mang tính khu vực và toàn cầu. Việt Nam có thể tận dụng sự dịch chuyển sản xuất từ Trung Quốc và các nước trong khu vực về một số lĩnh vực dệt may, da giày, điện tử, chế biến nông sản. Tuy nhiên, yếu tố quyết định của sự tận dụng này là tăng cường thu hút đầu tư nước ngoài, cải thiện chất lượng lao động, tạo ra sự liên kết hiệu quả giữa các nhà sản xuất trong nước và đầu tư nước ngoài, cải cách hành chính, phát triển cơ sở hạ tầng.

Vấn đề thứ ba, Trung Quốc có tiềm lực kinh tế hùng mạnh, có năng lực cạnh tranh vượt trội so với Việt Nam, vì vậy cần coi Trung Quốc là một thị trường hơn là đối thủ cạnh tranh, từ đó tranh thủ sự phát triển và đặc thù thị trường để hợp tác kinh tế thương mại. Những lợi thế của Việt Nam về địa kinh tế và chính trị cần được tận dụng triệt để. Hợp

tác thay cho cạnh tranh, đối đầu, phòng thủ.

Trong ngắn hạn, Việt Nam khó có thể cạnh tranh được với Trung Quốc ở nhiều lĩnh vực, nhất là công nghệ. Nhưng với một thị trường rộng lớn, nhiều trình độ phát triển khác nhau, sự thay đổi trong cơ cấu kinh tế và thị trường, Việt Nam có thể tiếp cận thị trường này để làm lợi cho mình. Ngược lại, nếu coi Trung Quốc là đối thủ cạnh tranh, chúng ta sẽ có tâm lý đối phó, bị động.

Chiến lược tồn tại và phát triển bên cạnh Trung Quốc của Việt Nam cần phải được xây dựng trên tinh thần làm cho Việt Nam khác với Trung Quốc chứ không phải làm thế nào để Việt Nam có thể cạnh tranh với Trung Quốc. Khai thác những ưu thế của Việt Nam với tư cách là một nước nhỏ và linh hoạt. Nhiều nước và vùng lãnh thổ nhỏ bên cạnh Trung Quốc đã thành công khi làm khác với Trung Quốc như Nhật Bản, Hàn Quốc, Hồng Kông, Đài Loan...

Chẳng hạn, chúng ta không được giống họ về mặt cấu trúc của một nền kinh tế hàng hoá, tức là cấu trúc sản phẩm. Với một cộng đồng sản xuất và tiêu thụ lớn như vậy chúng ta không đủ sức cạnh tranh. Nói đúng hơn đó là đối thủ không thể cạnh tranh được. Nhiệm vụ của những người hoạch định chính sách kinh tế Việt Nam là phải đưa ra được những chiến lược hàng hoá phù hợp, cho phép chúng ta có thể tăng cường hợp tác với Trung Quốc, tránh hoặc giảm bớt nguy cơ đối đầu về thương

mại và dịch vụ với họ trong những lĩnh vực ta có ít ưu thế.

Vấn đề thứ tư, hợp tác với Trung Quốc cần tính đến lợi ích thương mại với các đối tác khác. Không vì lợi ích ngắn hạn tại Trung Quốc mà bỏ mất cơ hội ở các thị trường khác. Phải xây dựng chiến lược đối tác thương mại lâu dài và linh hoạt.

Việt Nam luôn phải quán triệt tinh thần thị trường Trung Quốc là một bộ phận của thị trường thế giới. Do đó phát triển quan hệ thương mại với Trung Quốc phải tính đến quan hệ với các thị trường khác. Vấn đề này ta chưa quan tâm đúng mức. Thực tế là, hoạt động nghiên cứu dự báo của ta về các thị trường và mối quan hệ của chúng còn rất hạn chế, chính vì vậy ta thường bị động, chạy theo lợi ích ngắn hạn.

Việt Nam đang có nhiều lợi thế để phát triển kinh tế đối ngoại với Trung Quốc và các nước lớn trên thế giới. Với những cải cách kinh tế trong những năm qua, tư cách thành viên WTO trong những năm tới, vị trí địa kinh tế thuận lợi cho đầu tư, du lịch, thương mại, vận tải..., Việt Nam có thể trở thành tâm điểm của sự chú ý quốc tế. Trước hết là ưu thế trong cạnh tranh thu hút FDI. Đang có dấu hiệu dòng FDI đổ ngày càng nhiều vào Việt Nam. Trong 3 tháng đầu năm 2007, Việt Nam đã thu hút được 2,5 tỷ USD vốn FDI. Tiếp đến là ưu thế về quy mô thị trường với thu nhập đang tăng nhanh. Cuối cùng là môi trường chính trị ổn định.

Việt Nam đang có vị trí ngày càng cao trong nền chính trị thế giới. Uy tín của Việt Nam sẽ tạo điều kiện để đa dạng hoá mối quan hệ kinh tế thương mại, có những lựa chọn đối tác phù hợp và hiệu quả. Tuy nhiên cũng cần tính đến các mối quan hệ với các đối tác khác, nhất là các nước lớn, các nước láng giềng. Trong bối cảnh gia tăng các mối quan hệ kinh tế đa phương và song phương, cần xây dựng chiến lược đối tác thương mại trên cơ sở những phân tích và dự báo chiến lược đúng đắn. Không quá tập trung vào một thị trường, phải có quan điểm chiến lược dài hạn.

Vấn đề thứ năm, trong quan hệ với Trung Quốc, Việt Nam cần tính đến lợi ích tổng thể để có sự phối hợp hành động. Chạy theo lợi ích ngắn hạn, cục bộ sẽ bị thiệt thòi với Trung Quốc, ở vào thế bị động, đánh mất cơ hội dài hạn.

Trong quan hệ thương mại với Trung Quốc, các doanh nghiệp Việt Nam chưa có chiến lược kinh doanh dài hạn. Các mặt hàng xuất khẩu của ta sang Trung Quốc là các nhóm hàng có nguồn gốc tài nguyên thiên nhiên như khoáng sản, nông sản, thủy sản. Nhiều mặt hàng thuộc quản lý của Nhà nước, các nhóm hàng phụ thuộc nhiều vào điều kiện tự nhiên và rất dễ biến động. Đối với nhóm hàng khoáng sản, doanh nghiệp có tâm lý là tranh thủ để khai thác nhanh, xuất nhanh vì trữ lượng và khả năng khai thác có hạn. Đối với nhóm hàng nông sản, thủy sản phụ thuộc nhiều vào thời tiết, kỹ thuật canh tác và giá cả thất thường nên kinh doanh với thị trường Trung Quốc tiềm ẩn nhiều rủi ro. Đây

cũng là một trong những lý do khiến doanh nghiệp nước ta thường chạy theo lợi ích trước mắt. Vụ “chè vàng” hay xuất khẩu khoáng sản thô ở các tỉnh phía Bắc trong các năm 2003, 2004, 2005 là thực tế đã chứng minh cho điều này.

Vấn đề thứ sáu, phát triển quan hệ kinh tế với Trung Quốc trên cơ sở đảm bảo an ninh quốc gia, chủ quyền lãnh thổ, xử lý tốt các vấn đề tranh chấp thương mại, bảo vệ môi trường...

Trong hoạt động kinh doanh thương mại với Trung Quốc, buôn bán tiểu ngạch qua biên giới tuy đang mang lại lợi ích kinh tế rõ rệt, nhưng đây là hình thức thương mại cấp thấp trong thương mại quốc tế, thiếu tính ổn định và chứa đựng trong đó những yếu tố của kinh tế ngầm, bất hợp pháp, gây ảnh hưởng bất lợi đối với an sinh xã hội. Nạn buôn lậu hàng hoá làm tràn ngập thị trường những hàng kém chất lượng, hàng độc hại, thậm chí cả những loại ma túy tinh chế... gây thiệt hại cho nền kinh tế nói chung và doanh nghiệp kinh doanh thương mại nói riêng, và từ đó có khả năng đưa đến sự bất ổn cho an ninh quốc gia. Nạn buôn bán bất hợp pháp vận chuyển hàng hoá qua biên giới không kiểm soát được từng nơi, từng lúc, tình trạng xuất nhập cảnh trái phép... là những hành vi xâm phạm đến cả chủ quyền quốc gia cần phải được hạn chế và ngăn chặn.

Phát triển thương mại với Trung Quốc cũng cần tính đến các yếu tố môi trường và phát triển bền vững. Xuất khẩu Việt Nam sang Trung Quốc chủ

yếu là tài nguyên và sản phẩm có nguồn gốc đa dạng sinh học. Nếu không được quản lý tốt, chạy theo lợi ích trước mắt sẽ có nguy cơ suy thoái môi trường và cạn kiệt tài nguyên thiên nhiên. Bên cạnh đó, Trung Quốc phát triển nhanh (nóng) cũng sẽ ảnh hưởng đến môi trường Việt Nam. Mở cửa biên giới, tự do hoá thương mại theo các Hiệp định quốc tế và khu vực kéo theo việc di nhập các sản phẩm, hàng hoá không thân thiện với môi trường và sức khoẻ con người vào nước ta.

Trong quan hệ với Trung Quốc, ta cũng cần tính đến vấn đề tranh chấp thương mại. Với quy mô thương mại hiện nay, các tranh chấp thương mại sẽ gia tăng, đặc biệt là các biện pháp tự vệ (theo WTO) để hạn chế hàng nhập khẩu vào nước ta gây mất ổn định thị trường và thiệt hại cho Việt Nam.

Định hướng hợp tác trong lĩnh vực thương mại

Với phương châm là tận dụng tối đa cơ hội từ sự phát triển của Trung Quốc để tăng kim ngạch xuất khẩu, hạn chế nhập siêu, quản lý tốt thương mại biên mậu, xử lý tốt các vấn đề tranh chấp thương mại, trao đổi thương mại trên cơ sở quan hệ kinh doanh thương mại bình đẳng theo đúng khuôn khổ WTO, những định hướng lớn phát triển thương mại Việt Nam với Trung Quốc trong giai đoạn đến năm 2015 là:

a) Định hướng xuất khẩu

Định hướng xuất khẩu của Việt Nam sang thị trường Trung Quốc giai đoạn

2009-2015 phải phù hợp với định hướng phát triển xuất khẩu của Việt Nam giai đoạn 2006-2010 là "Phát triển xuất khẩu với tốc độ tăng trưởng cao và bền vững, làm động lực thúc đẩy tăng trưởng GDP. Đẩy mạnh xuất khẩu các mặt hàng có lợi thế cạnh tranh, đồng thời tích cực phát triển các mặt hàng khác có tiềm năng thành những mặt hàng xuất khẩu chủ lực mới, theo hướng nâng cao hiệu quả xuất khẩu. Chuyển dịch cơ cấu xuất khẩu theo hướng đẩy mạnh xuất khẩu những mặt hàng có giá trị gia tăng cao; tăng sản phẩm chế biến, chế tạo, sản phẩm có hàm lượng công nghệ và chất xám cao, giảm dần tỷ trọng hàng xuất khẩu thô".

Những định hướng lớn:

- Tận dụng cơ hội từ sự tăng trưởng của Trung Quốc, sự thiếu hụt về nguyên liệu và một số hàng hoá khác như nông sản, thuỷ sản để tăng cường xuất khẩu sang thị trường này. Trước hết phải củng cố và đẩy mạnh xuất khẩu những mặt hàng chủ lực đang xuất khẩu và đã đứng chân được tại thị trường Trung Quốc. Từng bước nâng cao chất lượng, tăng hàm lượng chế biến, giảm xuất khẩu thô.

- Khai thác tiềm năng xuất khẩu những mặt hàng mới theo hướng đầu tư từ các nguồn vốn trong nước và vốn FDI. Tận dụng cơ hội của mở cửa thương mại và đầu tư để thu hút FDI, đẩy mạnh xuất khẩu, tham gia vào chuỗi giá trị hàng hoá của khu vực. Phấn đấu tăng tỷ trọng hàng công nghiệp xuất khẩu trong cơ cấu hàng hoá xuất khẩu sang Trung Quốc. Đẩy mạnh hợp tác thương

mại theo hướng hợp tác đầu tư với các doanh nghiệp Trung Quốc.

- Nghiên cứu xây dựng các điểm tăng trưởng xuất khẩu mới trong giai đoạn 2010-2015 và xây dựng chương trình ở cấp quốc gia để thực hiện điểm tăng trưởng xuất khẩu này.

- Rà soát các chính sách, biện pháp hạn chế, cản trở xuất khẩu để có phương án tháo gỡ tạo môi trường thuận lợi cho xuất khẩu.

Trong giai đoạn 2010-2015, dự báo tốc độ tăng trưởng xuất khẩu hàng hoá sang Trung Quốc bình quân đạt mức 12%, đến năm 2010 đạt kim ngạch xuất khẩu 5,4 tỷ USD và 9 tỷ USD vào năm 2015.

Định hướng xuất khẩu một số nhóm hàng:

- Nhóm hàng nhiên liệu, khoáng sản: trong giai đoạn trước năm 2010, kim ngạch xuất khẩu nhóm này vẫn tăng. Trong giai đoạn 2010-2015, kim ngạch xuất khẩu dầu thô và than đá sẽ giảm do chính sách chung của ta về hạn chế xuất khẩu nhiên liệu; tuy nhiên giai đoạn này sẽ có các mặt hàng mới như Boxit Alumina từ Lâm Đồng và Đắc Nông và quặng sắt tinh luyện tham gia xuất khẩu sẽ làm cho kim ngạch xuất khẩu nhóm hàng này không sụt giảm nhiều. Thị trường cho nhóm hàng này chính là các tỉnh giáp biên giới là Tây Nam và Quảng Đông Trung Quốc.

- Nhóm hàng nông, lâm thuỷ sản: sẽ có xu hướng tăng với tốc độ chậm. Tỷ trọng xuất khẩu nhóm hàng này trong tổng kim ngạch xuất dự kiến sẽ tăng từ 9% (năm 2009) lên 18,5% (năm 2010) và

23,5% (năm 2015). Trong thời gian tới, thị trường Trung Quốc vẫn tiếp tục có nhu cầu nhập khẩu rất lớn nhóm hàng này, ta lại có tiềm năng đẩy mạnh xuất khẩu và ít chịu sức ép cạnh tranh từ Trung Quốc hoặc nước khác. Tuy nhiên ta cũng sẽ gặp khó khăn về khả năng mở rộng quy mô nuôi, trồng và chủ yếu phải dựa vào gia tăng hàm lượng chế biến để nâng cao giá trị xuất khẩu. Thị trường chủ yếu cho các mặt hàng này là các tỉnh Tây và Tây Nam Trung Quốc và các tỉnh, thành phố Đại Liên, Thanh Đảo.

- Nhóm hàng công nghiệp: do gặp thuận lợi về mở rộng quy mô sản xuất, đồng thời nâng cao giá trị gia tăng nhờ đổi mới công nghệ (đặc biệt thông qua hoạt động của các dự án đầu tư trực tiếp nước ngoài sẽ bắt đầu đi vào hoạt động trong giai đoạn này) nên xuất khẩu có xu hướng tăng nhanh cả về tốc độ tăng trưởng và tỷ trọng xuất khẩu trong tổng kim ngạch xuất khẩu, dự kiến tỷ trọng chiếm khoảng từ 8,5% (năm 2009) lên 18% (năm 2010) và 27% (năm 2015).

Tuy nhiên, ta cần chú trọng những mặt hàng mà Trung Quốc gặp khó khăn về nguyên liệu nhưng có nhu cầu nhập khẩu lớn như dây điện và dây cáp điện các loại, sản phẩm gỗ cao cấp. Thị trường chủ yếu của mặt hàng này là các tỉnh Tây, Tây Nam và miền Đông Trung Quốc.

- Nhóm những mặt hàng mới: đây là nhóm mặt hàng tạo nên những điểm tăng trưởng xuất khẩu mới sang Trung Quốc. Ngoài những mặt hàng khoáng sản như Boxit Alumina, quặng sắt và

những mặt hàng ta có thể phát triển từ những mặt hàng tiềm năng của ta thì nhóm các mặt hàng được các nhà đầu tư nước ngoài sản xuất ra là cực kỳ quan trọng. Trong đó các sản phẩm mà các nước và vùng lãnh thổ như Nhật Bản, Hàn Quốc, Đài Loan, Singapore, Úc, Pháp, Đức hiện đang xuất khẩu vào Trung Quốc nay có nhu cầu chuyển giao đầu tư tại Việt Nam để sản xuất và xuất khẩu những sản phẩm có chất lượng cao mà thị trường Trung Quốc có nhu cầu nhập khẩu rất lớn như: các loại sản phẩm cao su, sản phẩm nhựa, công nghệ viễn thông, phần mềm tin học, máy vi tính, linh kiện điện tử, nhôm và các sản phẩm từ nhôm, giấy cao cấp, kính và gương kính cao cấp, sợi hoá học, tân dược.

Dự kiến kim ngạch xuất khẩu các mặt hàng hiện các nước đang xuất khẩu vào Trung Quốc do FDI đầu tư sản xuất tại Việt Nam mang lại: năm 2010 đạt khoảng 420-450 triệu USD; năm 2015 đạt khoảng 900-1000 triệu USD.

Thị trường nhóm mặt hàng này chủ yếu là các tỉnh Vân Nam, Quảng Tây và các tỉnh miền Đông Trung Quốc.

Định hướng khu vực thị trường xuất khẩu

Định hướng xuất khẩu vào khu vực hiện có nhu cầu nhập khẩu lớn và ta đang xuất khẩu mạnh hoặc chưa tiếp cận được vào khu vực kém phát triển để có thể đẩy mạnh hàng xuất khẩu của ta khi mà trình độ tiêu thụ tại khu vực miền Tây và Tây Nam Trung Quốc

không đòi hỏi quá cao so với các đô thị khác ở Trung Quốc, và cũng không cao như các thị trường khác như khu vực Âu - Mỹ. Bên cạnh đó cần nghiên cứu xu hướng mở rộng xuất khẩu sang thị trường một số tỉnh phát triển miền Đông Trung Quốc. Một số thị trường chủ yếu:

- Quảng Tây, Vân Nam và các tỉnh/ thành phố miền Tây Trung Quốc (Tứ Xuyên, Trùng Khánh, Quý Châu)

- Các tỉnh miền Đông Trung Quốc như: Quảng Đông, Phúc Kiến, Hải Nam, Thượng Hải, Bắc Kinh, Chiết Giang, Sơn Đông.

- Đại Liên, Thanh Đảo (đối với thủy hải sản)

b) Định hướng nhập khẩu

Trong giai đoạn 2009-2015, nhập khẩu của Việt Nam từ thị trường Trung Quốc vẫn tăng mạnh do mở cửa thương mại và nhu cầu về nguyên liệu, thiết bị, máy móc của ta vẫn còn lớn. Sẽ có sự chuyển giao công nghệ từ Trung Quốc sang Việt Nam trong những ngành sử dụng nhiều lao động như dệt may, da giày, lắp ráp điện tử. Dự báo, tốc độ tăng nhập khẩu vẫn ở mức cao từ nay cho đến 2015, trong đó giai đoạn 2009-2010 tăng cao hơn. Dự kiến tốc độ tăng trưởng xuất khẩu bình quân cho cả giai đoạn khoảng 12%/năm.

Định hướng chung cho từng nhóm hàng nhập khẩu từ Trung Quốc trong giai đoạn 2007-2015 như sau:

- Nhóm hàng nguyên nhiên liệu, vật tư: Chiếm tỷ trọng lớn khoảng 50% trong

tổng kim ngạch nhập khẩu từ Trung Quốc giai đoạn 2001-2006 và sẽ tiếp tục tăng nhưng chậm và chiếm tỷ trọng khoảng 60% trong giai đoạn 2009-2015. Do nhóm hàng này là nhóm hàng nguyên nhiên liệu thiết yếu phục vụ cho sản xuất, tiêu dùng, phát triển kinh tế của nước ta, đồng thời là các sản phẩm mà trong nước chưa sản xuất được hoặc sản xuất nhưng không đủ đáp ứng nhu cầu trong nước.

- Nhóm hàng công nghiệp: trong giai đoạn 2009-2015, Việt Nam sẽ tiếp tục nhập khẩu nhiều mặt hàng công nghiệp từ Trung Quốc và tỷ trọng nhập khẩu nhóm hàng này trong tổng nhập khẩu từ Trung Quốc sẽ tăng từ 25% lên 30%. Mặt hàng nhập khẩu chủ yếu là: hoá chất, phân bón, sắt thép, máy móc, thiết bị phụ tùng, ô tô...

- Nhóm hàng tiêu dùng: nhóm hàng này có khả năng tăng nhập khẩu và chiếm tỷ trọng từ 15% do nhập khẩu ô tô dự báo sẽ tăng mạnh trong giai đoạn tới.

Trong giai đoạn 2009-2015, việc nhập khẩu hàng hoá từ Trung Quốc sẽ tiếp tục tăng mạnh. Do đó ta cần phải có định hướng cụ thể về hoạt động nhập khẩu hàng hoá từ Trung Quốc để đảm bảo chất lượng hàng hoá nhập khẩu, lành mạnh hoá thị trường nhập khẩu bằng việc xây dựng các quy chuẩn cụ thể cho các loại hàng hoá, công nghệ, máy móc cụ thể khi nhập khẩu vào Việt Nam và giao cho các cơ quan, đơn vị có chức năng xây dựng, quản lý các quy chuẩn này tiến hành quản lý chặt theo các tiêu chuẩn quốc tế sẽ được xây dựng.

c) Định hướng về xử lý nhập siêu

Do nhu cầu của Việt Nam về nhập khẩu các loại hàng hoá từ Trung Quốc còn rất lớn và cùng với việc miễn giảm thuế theo khuôn khổ ACFTA, hàng nhập khẩu từ Trung Quốc sẽ tiếp tục tăng mạnh. Trong khi đó xuất khẩu của nước ta tăng có mức độ và các giải pháp hạn chế nhập siêu chưa thể phát huy tốt hiệu quả thì tình hình nhập siêu từ Trung Quốc giai đoạn 2009-2015 chưa thể có sự thay đổi lớn, thậm chí còn tăng đến 2015. Như vậy, vấn đề đặt ra là không phải tìm cách hạn chế nhập siêu bằng mọi giá mà khống chế mức nhập siêu trong giới hạn cho phép, tức là mức nhập siêu không ảnh hưởng lớn đến ổn định kinh tế vĩ mô như nợ nước ngoài, cán cân thanh toán.

Cần phải có cách nhìn nhận vấn đề nhập siêu một cách tổng thể, trên tất cả các thị trường và phân tích sâu sắc ảnh hưởng của nó đối với tăng trưởng kinh tế và ổn định kinh tế vĩ mô. Cân bằng cán cân thương mại là cần thiết nhưng không phải là mục đích cuối cùng. Kinh nghiệm các nước đang công nghiệp hoá cho thấy, nhiều nước nhập siêu với tỷ trọng lớn như Thái Lan (1992-1995), Hàn Quốc (những năm 80 thế kỷ XX), nhưng kinh tế vẫn tăng trưởng cao và không gây bất ổn đến kinh tế vĩ mô. Thực tế cho thấy, Việt Nam nhập siêu lớn với Trung Quốc nhưng lại xuất siêu với các nước khác như EU và Hoa Kỳ mà phần lớn những mặt hàng có kim ngạch cao như dệt may, da giày là những mặt

hàng có dấu vào nhập khẩu từ Trung Quốc. Như vậy, vấn đề đặt ra là làm thế nào để nhập khẩu hiện tại thúc đẩy xuất khẩu trong dài hạn, tức là nhập khẩu cạnh tranh. Do đó, xử lý vấn đề nhập siêu một cách chủ động và bền vững chỉ có thể trên cơ sở *đẩy mạnh xuất khẩu và phát triển sản xuất các mặt hàng thay thế nhập khẩu*. Đồng thời đẩy mạnh xuất khẩu dịch vụ, thu hút đầu tư từ Trung Quốc để bù đắp sự thâm hụt thương mại, không gây nên những biến động bất lợi đối với kinh tế vĩ mô. Bên cạnh đó cần tiếp tục hoàn thiện chính sách quản lý nhập khẩu để hạn chế nhập khẩu công nghệ, thiết bị lạc hậu, ô nhiễm môi trường, hàng hoá chất lượng thấp.

d) Định hướng phát triển biên mậu

Phấn đấu đến năm 2010, tiến tới lãnh mạnh hoá và nâng cao hiệu quả hoạt động của biên mậu Việt - Trung để góp phần phát triển kinh tế, thương mại của các tỉnh giáp biên giới Việt - Trung. Phấn đấu xây dựng các trung tâm hàng hoá tại các tỉnh giáp biên giới Việt - Trung để phục vụ cho hoạt động xuất nhập của cả nước qua biên giới Việt Nam- Trung Quốc. Cần xây dựng cơ chế điều tiết, quản lý biên mậu linh hoạt, hiệu quả từ Trung ương đến địa phương. Phát huy tối đa lợi thế về địa lý và điều kiện tự nhiên biên giới với Trung Quốc để phát triển hoạt động biên mậu giữa hai nước. Phát triển biên mậu Việt - Trung theo hướng văn minh, hiện đại, góp phần chống buôn lậu, đồng thời kết hợp với bảo vệ môi trường, đảm bảo an

ninh quốc phòng, trật tự an toàn xã hội khu vực biên giới. Theo đó cần :

- Thoả thuận với phía Trung Quốc để từng bước áp dụng các quy định, tiêu chuẩn thống nhất cho hàng hoá xuất nhập khẩu qua biên giới của hai nước nhằm đưa hoạt động biên mậu vào nề nếp và ổn định.

- Xây dựng và nâng cấp cơ sở hạ tầng thương mại tại các tỉnh giáp biên giới Việt - Trung như đường giao thông, trung tâm thương mại, kho bãi, thông tin,..

- Xây dựng cơ chế điều tiết, quản lý biên mậu linh hoạt, hiệu quả từ Trung ương đến địa phương.

- Phát huy tối đa lợi thế về địa lý và điều kiện tự nhiên biên giới với Trung Quốc để phát triển hoạt động biên mậu giữa hai nước.

- Phát triển biên mậu Việt - Trung theo hướng văn minh, hiện đại, góp phần chống buôn lậu, đồng thời kết hợp với bảo vệ môi trường, đảm bảo an ninh quốc phòng, trật tự an toàn xã hội khu vực biên giới.

(e) Định hướng hợp tác phát triển thương mại dịch vụ

Thương mại dịch vụ sẽ phát triển nhanh, có tốc độ tăng trưởng cao và ổn định. Thương mại dịch vụ giai đoạn 2009-2015 sẽ phát triển mạnh hơn so với thương mại hàng hoá. Trong nhóm dịch vụ thương mại thì dịch vụ vận tải, kho ngoại quan và cảng biển sẽ phát triển rất nhanh, đặc biệt là du lịch. Dự kiến, hàng quá cảnh của Trung Quốc qua cảng Hải Phòng có thể sẽ lên tới 1 triệu tấn vào năm 2010 và 5 triệu tấn vào năm 2015.

(f) Định hướng phát triển cơ sở hạ tầng thương mại

- Tăng cường hợp tác xây dựng cơ sở hạ tầng cho hoạt động thương mại như đường giao thông, các khu kinh tế cửa khẩu, nâng cấp các cảng chu chuyển.

- Đẩy mạnh hợp tác về ngân hàng, thanh toán, kết cấu hạ tầng về thông tin.

- Đầu tư cho công tác hải quan, kiểm định hàng hoá xuất nhập khẩu

Một số giải pháp

- Tiếp tục hoàn thiện khung khổ pháp lý cho hợp tác thương mại với Trung Quốc: rà soát lại những hiệp định đã ký kết giữa hai bên để có những điều chỉnh phù hợp với các cam kết quốc tế (WTO, ACFTA), đồng thời nâng cao tính hiệu lực của các điều khoản đã cam kết. Điều chỉnh và bổ sung các chính sách giữa Việt Nam và Trung Quốc theo hướng tạo cơ chế mở hơn nữa cho hoạt động thương mại trên các hành lang; hoàn thiện chính sách thuế tạo môi trường thuận lợi cho thương mại và đầu tư như áp dụng chính sách ưu đãi tài chính đối với vùng kinh tế cửa khẩu, cải thiện hệ thống thanh toán, tăng cường sự phối hợp trao đổi định kỳ các biện pháp quản lý và giám sát buôn bán biên giới.

- Tranh thủ vị thế thuận lợi có được sau khi gia nhập WTO và bối cảnh hội nhập khu vực để thu hút đầu tư nước ngoài để phát triển xuất khẩu và thay thế nhập khẩu. Đây là giải pháp quan trọng nhất để nâng cao khả năng cạnh tranh của hàng xuất khẩu và cải thiện cán cân thương mại với Trung Quốc.

Trước hết cải thiện môi trường đầu tư để thu hút FDI từ các công ty xuyên quốc gia vào các lĩnh vực công nghệ cao, cơ sở hạ tầng và công nghiệp chế biến. Tuy nhiên, Việt Nam cần có chính sách để kiểm soát việc nhập khẩu công nghệ lạc hậu, ô nhiễm môi trường.

- Chuyển dịch cơ cấu hàng hoá xuất khẩu để tận dụng lợi thế cạnh tranh trong quan hệ thương mại với Trung Quốc. Nỗ lực chuyển dịch cơ cấu công nghiệp, nhanh chóng xác lập lợi thế so sánh trong những ngành liên quan đến máy móc. Phát huy lợi thế so sánh để khai thác khu vực thị trường mở ASEAN - Trung Quốc. Củng cố, đẩy mạnh xuất khẩu những mặt hàng chủ lực đang xuất khẩu và đã đứng chân được tại thị trường Trung Quốc, tiếp tục nghiên cứu mở rộng mặt hàng để có đầu tư dài hạn..

- Mở rộng các hình thức hợp tác thúc đẩy phát triển thương mại với Trung Quốc như đẩy mạnh hợp tác xây dựng cửa khẩu và đường thông thương, tăng cường hợp tác kỹ thuật và đầu tư, du lịch, hợp tác xây dựng "Hai hành lang một vành đai kinh tế", kết hợp phát triển mậu dịch biên giới với hợp tác kinh tế, tăng cường hợp tác chống buôn lậu và gian lận thương mại, hợp tác về đào tạo nguồn nhân lực,...

- Đổi mới phương thức hoạt động thương mại, đẩy mạnh xúc tiến thương mại và đầu tư, phát triển các dịch vụ hỗ trợ phát triển thương mại, nghiên cứu các điều kiện về khả năng thực hiện Hiệp định thương mại tự do song phương

