

# XUẤT KHẨU HÀNG NÔNG SẢN CỦA VIỆT NAM SANG THỊ TRƯỜNG TRUNG QUỐC: HIỆN TRẠNG VÀ MỘT SỐ GIẢI PHÁP THỨC ĐẨY

**Ths. Đỗ Thu Hằng**

*Học viện Ngân hàng*

*Email: mimosa\_1809@yahoo.com*

**GS.TS Đỗ Đức Bình**

*Đại học Kinh tế Quốc dân*

*Trong hơn 26 năm đổi mới, hàng nông sản Việt Nam đã có mặt tại nhiều nước trên thế giới, góp phần vào sự phát triển chung của đất nước. Trong các nước đối tác, Trung Quốc luôn là nước nhập khẩu nông sản lớn nhất của Việt Nam. Đây là một thị trường lớn, đầy tiềm năng nên Việt Nam có cơ hội và điều quan trọng là phải tận dụng cơ hội ra sao để gia tăng kim ngạch xuất khẩu nông sản sang thị trường này.*

*Vì vậy, bài viết sẽ đi vào phân tích và đánh giá đúng thực trạng xuất khẩu hàng nông sản của Việt Nam vào thị trường Trung Quốc. Từ đó đề xuất một số giải pháp và kiến nghị nhằm thúc đẩy xuất khẩu nông sản của Việt Nam sang thị trường Trung Quốc một cách bền vững và hiệu quả.*

**Từ khóa:** xuất khẩu, nông sản, thị trường Trung Quốc

## **1. Khái quát thực trạng xuất khẩu một số mặt hàng nông sản của Việt Nam sang thị trường Trung Quốc (2007- 2012)**

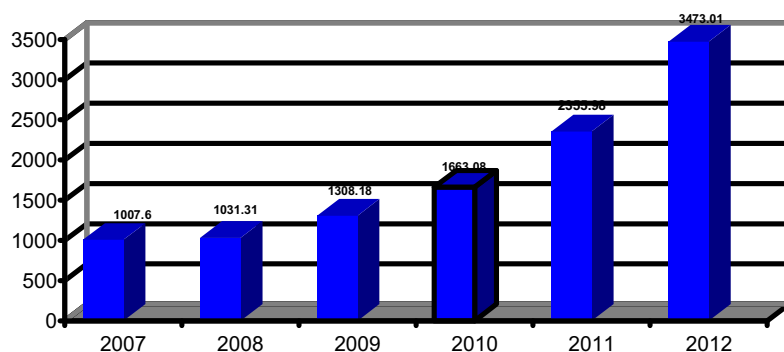
Nông sản là mặt hàng đóng góp giá trị lớn nhất vào kim ngạch xuất khẩu hàng hóa của Việt Nam sang thị trường Trung Quốc. Tỷ trọng giá trị hàng nông sản trong tổng giá trị hàng xuất khẩu có xu hướng ngày càng tăng. Nếu năm 2007, kim ngạch xuất khẩu hàng nông sản của Việt Nam chiếm 22% trong tổng giá trị hàng hóa xuất khẩu sang Trung Quốc, thì năm 2012 con số này tăng lên trên 33,47%. Ước tính chung trong 6 năm (từ 2007-2012) tổng kim ngạch xuất khẩu nông sản sang thị trường Trung Quốc đạt trên 9 tỷ USD, tăng trưởng bình quân cả giai đoạn đạt gần 30%. Nguyên nhân của diễn biến tích cực này do chương trình cắt giảm thuế quan xuống còn 0% của ACFTA bắt đầu có hiệu lực từ năm 2007, nên đã thúc đẩy xuất khẩu hàng nông sản của Việt Nam vào thị trường này.

Tuy nhiên, đối với Trung Quốc hàng nông sản nhập khẩu từ Việt Nam chỉ chiếm 3% kim ngạch hàng nông sản nhập khẩu của nước này. Lý do chính là các doanh nghiệp Việt Nam chưa tận dụng tốt những cơ hội do ACFTA mang lại. Thêm vào đó, tại thị trường Trung Quốc các mặt hàng nông sản của Việt Nam phải chịu sức cạnh tranh gay gắt với hàng hoá đến từ các nước khác trong khu vực, đặc biệt là Thái Lan. Nông sản của Thái Lan có ưu thế vượt trội do chất lượng cao, giống tốt, công nghệ bảo quản hiện đại, khả năng tập trung nguồn hàng lớn.

Cơ cấu hàng nông sản Việt Nam xuất khẩu vào thị trường Trung Quốc đều có giá trị gia tăng thấp do hầu hết đều là sản phẩm thô hoặc sơ chế. Điều đó phản ánh trình độ yếu kém của Việt Nam trong sản xuất và chế biến hàng nông sản. Tại thị trường Trung Quốc, các mặt hàng nông sản của Việt Nam chủ yếu là nguyên liệu đầu vào cho sản xuất công nghiệp của nước này. Trung Quốc có nhu cầu lớn về

**Hình 1: Kim ngạch xuất khẩu nông sản của Việt Nam sang Trung Quốc giai đoạn 2007- 2012**

Đơn vị tính: triệu USD



Nguồn: Tổng hợp từ báo cáo số liệu xuất khẩu của Việt Nam phân theo nước, vùng lãnh thổ và khối nước qua các năm của Tổng cục Thống kê

loại hàng hoá này, do khả năng chế biến rất lớn và đa dạng nên không hình thành sự cạnh tranh giữa hai nước. Đồng thời, nền kinh tế Trung Quốc phát triển nhanh hơn hẳn Việt Nam về công nghiệp hoá và năng lực cạnh tranh cũng vượt trội Việt Nam. Về tốc độ tăng trưởng kinh tế nhanh, thậm chí quá nhanh của Trung Quốc trong thời gian qua đã dẫn đến nhu cầu nhập khẩu nhiều nguyên, nhiên, vật liệu phục vụ cho phát triển sản xuất trong đó có từ Việt Nam.

Từ bảng 1 ta thấy, cao su thiên nhiên là mặt hàng chiếm tỷ trọng lớn trong tổng kim ngạch xuất khẩu nông sản của Việt Nam sang thị trường Trung Quốc. Hạt điều là mặt hàng xuất khẩu có tốc độ tăng trưởng cao và ổn định trong nhóm hàng nông sản. Mặc dù rau quả Việt Nam là rau quả nhiệt đới, trái

vụ nên được người tiêu dùng Trung Quốc ưa chuộng và có nhu cầu nhập khẩu lớn nhưng tốc độ tăng trưởng còn chậm. Xuất khẩu gạo vào Trung Quốc những năm qua còn rất khiêm tốn. Sản là mặt hàng có kim ngạch xuất khẩu tăng đột biến trong những năm trở lại đây.

Mặc dù hàng nông sản xuất khẩu của Việt Nam vào thị trường Trung Quốc chủ yếu dưới dạng thô, nhưng ngay cả xuất khẩu hàng thô cũng làm chưa thực sự hiệu quả và bền vững. Trung Quốc không phải là thị trường khó tính, có nhu cầu đa dạng từ hàng nông sản cấp thấp nhất đến hàng nông sản cấp cao nhất nên đã hình thành nên thói quen bán hàng “xô” của doanh nghiệp xuất khẩu Việt Nam. Điều này đã và đang tạo ra nguy hại lớn khi Việt Nam xuất khẩu hàng hóa sang các thị trường khó tính hơn

**Bảng 1: Cơ cấu nông sản xuất khẩu của Việt Nam sang Trung Quốc giai đoạn 2007- 2012**

	2007		2008		2009		2010		2011		2012	
	Triệu (USD)	%	Triệu (USD)	%	Triệu (USD)	%	Triệu (USD)	%	Triệu (USD)	%	Triệu (USD)	%
KNXKNS	1007,6	100	1031,31	100	1308,18	100	1663,08	100	2355,98	100	3473,01	100
Rau quả	24,6	2,44	27,2	2,64	48,9	3,74	55,3	3,33	74,9	3,18	146,12	4,21
Hạt điều	94,5	9,38	103,9	10,07	160,7	12,28	177,5	10,67	183,4	7,78	300,39	8,65
Cà phê	15,9	1,58	25,2	2,44	31,5	2,41	24,9	1,49	39,4	1,67	53,17	1,53
Gạo	12,4	1,23	15,9	1,54	1,4	0,11	20,2	1,21	54,6	2,32	160,69	4,63
Chè	7,6	0,75	17,3	1,68	6,7	0,51	16,88	1,01	16,9	0,72	14,8	0,43
Hồ tiêu	0,8	0,08	2,9	0,28	1,9	0,15	5,5	0,33	0,0	0,00	0,0	0,00
Cao su	851,8	84,54	838,8	81,35	1056,9	80,80	856,7	51,51	1420,8	60,31	1937,4	55,78
Sản	-	-	-	-	-	-	506,1	30,45	516	21,91	860	24,77

Nguồn: Tổng hợp từ số liệu báo cáo của Tổng cục Thống kê

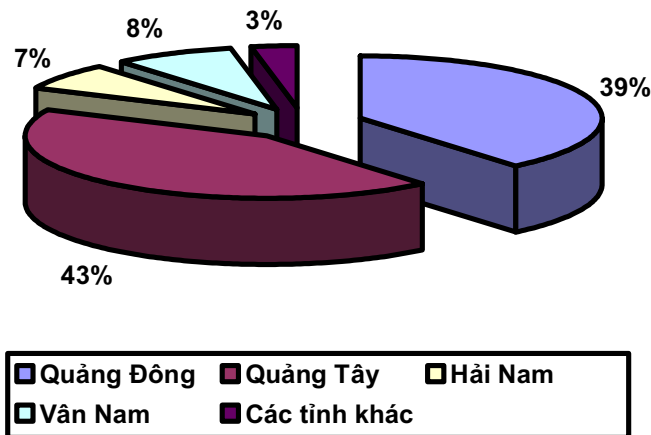
như Mỹ, EU... nơi đòi hỏi sự công khai đầy đủ tiêu chuẩn, chất lượng của hàng hóa.

Nguyên nhân của tình trạng này là do chưa có sự phối hợp đồng bộ giữa các bộ/ ngành trong việc định hướng sản xuất mang tính chất chiến lược bài bản, lâu dài và quy hoạch tổng thể cho hàng nông sản xuất trong cả nước. Do vậy, hàng nông sản xuất khẩu vào thị trường Trung Quốc bị hạn chế và nếu tình hình này còn tiếp tục Việt Nam sẽ khó tăng mạnh xuất khẩu nông sản vào thị trường này giai đoạn 2013- 2020 bởi các chính sách, biện pháp thay đổi khó lường từ phía Trung Quốc. Ngoài ra, hệ thống văn bản pháp lý điều chỉnh quan hệ thương mại giữa Việt Nam - Trung Quốc còn nhiều bất cập. Thủ tục hải quan là vấn đề nổi cộm hiện nay. Hàng nông sản tươi sống của Việt Nam xuất khẩu vào thị trường Trung Quốc gặp khó khăn do hải quan hai bên chưa thống nhất, các chứng chỉ về vệ sinh an toàn thực phẩm chưa được hai bên công nhận lẫn nhau. Bên cạnh đó, các văn bản pháp lý có nhiều nhưng quy định còn sơ sài, không phù hợp với tình hình thực tế. Hiệu lực thi hành luật pháp, tính nghiêm minh trong thực thi của các cấp còn thấp. Phần lớn doanh nghiệp xuất khẩu nông sản Việt Nam sang Trung Quốc đều thiếu thông tin và không cập nhật được những thay đổi trong chính sách nhập khẩu của Trung Quốc nên dẫn tới tình trạng hàng nông sản ách tắc dọc biên giới diễn ra thường xuyên, gây thiệt hại lớn cho Việt Nam. Nguyên nhân của tình trạng này là do sự hiểu

biết của doanh nghiệp Việt Nam về những thủ tục, quy định của Trung Quốc còn hạn chế và những cơ quan nghiên cứu về Trung Quốc chưa làm tốt nhiệm vụ của mình. Thông tin cung cấp cho các doanh nghiệp xuất khẩu thất thường, thiếu cập nhật và khả năng phân tích, dự báo còn hạn chế do trình độ chuyên môn của cán bộ còn yếu. Bên cạnh đó, hệ thống cơ sở hạ tầng phục vụ cho việc đẩy mạnh xuất khẩu hàng hóa sang thị trường Trung Quốc còn yếu kém. Hàng nông sản Việt Nam xuất khẩu vào Trung Quốc qua con đường biên mậu nhưng cơ sở hạ tầng ở vùng biên giới với Trung Quốc còn yếu kém. Đường xá vận chuyển chủ yếu là đường bộ, lại xuống cấp nghiêm trọng, vận chuyển bằng đường sắt, đường thủy chưa phát triển. Cơ sở phục vụ xuất khẩu của Việt Nam vừa yếu vừa thiếu, lượng xe bảo ôn còn ít, kho trữ lạnh tại biên giới chưa được xây dựng. Điều này ảnh hưởng nghiêm trọng đến chất lượng hàng nông sản xuất khẩu. Mặt khác, việc đầu tư xây dựng hệ thống kho chứa và bảo quản sau thu hoạch tại các vùng nông sản tập trung chưa được quan tâm đầy đủ bên kia biên giới có sự biến động mạnh. Ngoài ra, những yếu kém trong xây dựng và phát triển thương hiệu hàng nông sản Việt Nam, cạnh tranh không lành mạnh giữa các chủ thể của Việt Nam xuất khẩu nông sản sang thị trường Trung Quốc,... đã dẫn đến không ít rủi ro, thiệt hại cho cả doanh nghiệp và người dân.

*Về cơ cấu tỉnh nhập khẩu nông sản của Việt Nam tại Trung Quốc*

**Hình 2: Các tỉnh nhập khẩu nông sản chính của Việt Nam tại Trung Quốc năm 2012 .**



Nguồn: Tổng cục Hải quan Trung Quốc

Hàng hóa Việt Nam chủ yếu xuất khẩu sang các tỉnh thuộc miền Tây Nam, Nam Trung Quốc như Quảng Tây, Quảng Đông, Vân Nam, Hải Nam, Trùng Khánh, Quý Châu, Tứ Xuyên... từ đó hàng hóa đi sâu vào lục địa của Trung Quốc. Hai tỉnh Q u a n g Tây, Vân Nam là hai tỉnh duy nhất có đường chung biên giới với Việt Nam vì vậy đây là cửa ngõ giao thông quan trọng cho việc buôn bán giao thương giữa hai nước Việt Nam-Trung Quốc nói riêng và của Trung Quốc với ASEAN nói chung. Vì thế, kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam sang hai tỉnh này chiếm 20% tổng kim ngạch mậu dịch của hai nước Việt Nam-Trung Quốc. Ở các thị trường khác, nhất là Bắc Kinh, Thượng Hải... các loại nông sản của Việt Nam hầu như chưa vào được.

Hàng nông sản của Việt Nam xuất khẩu sang Trung Quốc phần lớn phục vụ nhu cầu tiêu dùng ở các vùng nông thôn với nhóm người tiêu dùng có thu nhập trung bình và thu nhập thấp. Vì đa số mặt hàng xuất khẩu chủ lực Việt Nam như chè, cà phê, hạt tiêu, hạt điều mới chỉ dừng lại ở những sản phẩm thô hoặc chỉ qua sơ chế. Trên thực tế mặt hàng xuất khẩu của các doanh nghiệp Việt Nam mới chỉ cạnh tranh được trên thị trường cấp trung bình và cấp thấp, còn ở thị trường cấp cao thì chưa thể cạnh tranh được với hàng hóa của Trung Quốc nói riêng và các nước trên thế giới nói chung. Theo số liệu của Vụ châu Á – Thái Bình Dương, Bộ công thương Việt Nam: Khoảng 79% hàng hóa Việt Nam xuất khẩu sang thị trường Trung Quốc được tiêu dùng bởi nhóm người có thu nhập thấp, 20% được tiêu dùng với nhóm có thu nhập trung bình, còn lại 1% (những mặt hàng cao cấp) được tiêu thụ bởi nhóm người có thu nhập cao.

Giao thương Việt Nam – Trung Quốc tồn tại ba loại hình chủ yếu là chính ngạch, tiểu ngạch và buôn bán dân gian. Theo quy định của Việt Nam, những hàng hóa xuất nhập khẩu theo giấy phép của Bộ Công thương được gọi là chính ngạch. Những hàng hóa xuất nhập khẩu do Ủy ban nhân dân các tỉnh biên giới cấp phép được gọi là tiểu ngạch. Đối với đối tượng xuất nhập khẩu tiểu ngạch chủ yếu là cư dân hai nước mua bán hàng hóa với quy mô nhỏ, tính chất, mức độ đơn giản, được gọi là xuất nhập khẩu tiểu ngạch và cũng phải đặt dưới sự quản lý

thống nhất của cả nước về quy chế xuất nhập khẩu. Còn trao đổi hàng hóa nhỏ phục vụ nhu cầu sinh hoạt của nhân dân các xã vùng biên giới được gọi là buôn bán nhân dân hay buôn bán dân gian.

Trong những năm đầu trao đổi thương mại, do các chính sách của nhà nước ta chưa theo kịp với xu thế phát triển của hàng hóa nên nhiều hàng hóa của Việt Nam phải xuất khẩu qua con đường biên mậu vì xuất khẩu chính thức khi đó còn khó khăn. Về phía bạn, chính phủ Trung Quốc dành cho các thị trấn của họ như: Hà Khẩu, Bằng Tường, Đông Hưng... được hưởng chính sách ưu đãi miễn giảm thuế khi xuất khẩu một số lượng hàng hóa với giá trị nhất định. Những chính sách đó đã khuyến khích thương mại tiểu ngạch phát triển một cách nhanh chóng, mang lại hiệu quả to lớn cho phát triển kinh tế khu vực biên giới. Giai đoạn này, Chính phủ và Bộ Thương mại Việt Nam (Bộ Công thương bây giờ) đã ban hành nhiều văn bản điều hành về trao đổi hàng hóa qua biên giới như: Quy chế tạm thời về việc tổ chức và quản lý chợ biên giới; khuyến khích các thành phần kinh tế tham gia buôn bán với thị trường Trung Quốc. Nhờ đó, buôn bán tiểu ngạch phát triển không ngừng, giai đoạn này chiếm tới 70% tổng kim ngạch buôn bán giữa hai nước. Tuy nhiên, chính sách của hai Nhà nước với hai loại hình thương mại này có những điểm khác nhau. Phía Trung Quốc khuyến khích phát triển tiểu ngạch nhằm mục đích phát triển kinh tế, xã hội ở những vùng sâu, vùng xa của mình thông qua các biện pháp như: Giảm thuế ưu đãi, hoàn thuế xuất khẩu cho những mặt hàng thông quan bằng tiểu ngạch. Trong khi đó phía Việt Nam cho rằng, xuất khẩu biên mậu đưa lại rủi ro cho các doanh nghiệp trong khâu đánh giá chất lượng sản phẩm, giao dịch và thanh toán không phù hợp với tập quán quốc tế.

Kể từ khi Trung Quốc gia nhập WTO (sau tháng 12/2001) và tham gia khu vực mậu dịch tự do A S E A N - Trung Quốc đã và đang làm cho các chính sách biên mậu của Trung Quốc phải thay đổi để phù hợp với các quy định quốc tế. Vì vậy, thương mại giữa hai nước theo con đường biên mậu có xu hướng giảm, chỉ còn chiếm khoảng 20% kim ngạch song phương (Nguồn: Bộ Công thương). Thay vào đó, thương mại chính ngạch giữa hai nước tăng lên.



Nhìn chung, trong quá trình trao đổi thương mại song phương, hình thức trao đổi giữa hai nước cũng thay đổi theo xu thế phát triển chung, từ trao đổi hàng hóa theo hình thức tiểu ngạch là chủ yếu, đến nay, quan hệ buôn bán qua đường chính ngạch đã được bảo đảm bằng cam kết chính thức giữa các Chính phủ và đang đóng vai trò ngày càng quan trọng. Tuy nhiên, một nhược điểm lớn xuất phát từ thói quen, tập quán trao đổi biên mậu của các doanh nghiệp xuất khẩu Việt Nam vẫn còn tồn tại. Chỉ riêng hạn chế này cũng đủ để doanh nghiệp Việt Nam, đặc biệt là doanh nghiệp xuất khẩu nông sản, không tận dụng được lợi thế do ACFTA mang lại. Quy chế biên mậu của Trung Quốc có dành ưu đãi giảm thuế bằng 50% thuế suất thông thường đối với hàng hóa nhập khẩu từ Việt Nam. Bù lại lợi ích đó, quy chế biên mậu chỉ cho phép một số doanh nghiệp đầu mối của địa phương và cư dân các tỉnh phía Nam Trung Quốc gồm Vân Nam và Quảng Tây khi giao dịch với các nhà xuất khẩu nước ta. Thông thường, mọi thủ tục nhập khẩu kể cả kiểm dịch, cấp phép, thanh toán và thị trường tiêu thụ đều hoàn toàn phụ thuộc vào nhà nhập khẩu Trung Quốc. Doanh nghiệp xuất khẩu của nước ta hầu như ít hiểu về luật lệ, chính sách của Trung Quốc và dễ dàng bị phía đối tác gây sức ép, nhất là đối với những chủng loại hàng hóa mang tính thời vụ như rau quả, nông sản tươi sống hiệu quả xuất khẩu thấp và rủi ro, thiệt hại thường thuộc về phía Việt Nam.

## **2. Một số giải pháp thúc đẩy xuất khẩu nông sản của Việt Nam sang Trung Quốc theo hướng bền vững**

Thứ nhất, duy trì và tận dụng tốt sự phát triển quan hệ hợp tác toàn diện giữa Việt Trung Quốc tạo đà mới cho hoạt động trao đổi thương mại giữa hai nước. Hợp tác kinh tế thương mại Việt - Trung trong thời gian qua đã mang nội dung và phương thức mới, thể hiện tinh thần hợp tác, bình đẳng cùng có lợi và bước đầu tuân theo các quy luật của kinh tế thị trường. Tuy nhiên, mối quan hệ hợp tác toàn diện Việt - Trung vẫn còn có trở ngại, nhất là vấn đề biên Đông, đây là một tồn tại lịch sử rất phức tạp đòi hỏi hai Đảng, hai Chính phủ và nhân dân hai nước phải rất nỗ lực giải quyết trên tinh thần tôn trọng Công ước quốc tế về biên để đưa quan hệ hai nước ổn định, bền vững.

Thứ hai, Chính phủ cần xây dựng chiến lược xuất khẩu hàng nông sản nói chung, sang thị trường Trung Quốc nói riêng nhằm góp phần cải thiện thâm hụt cán cân thương mại. Tiếp tục hoàn thiện cơ chế, chính sách để tạo môi trường kinh doanh thuận lợi, thúc đẩy sản xuất và xuất khẩu nông sản. Đẩy mạnh hoạt động xúc tiến thương mại giữa hai nước. Đồng thời, Chính phủ Việt Nam cần có những chính sách và giải pháp cụ thể để khuyến khích và bảo vệ quyền lợi các doanh nghiệp đẩy mạnh xuất khẩu nông sản vào thị trường Trung Quốc.

Thứ ba, xây dựng tiêu chuẩn chất lượng hàng nông sản xuất khẩu. Chính phủ cần quan tâm đầy đủ hơn tới xây dựng thương hiệu cho sản phẩm nông sản xuất khẩu. Xây dựng hệ thống tiêu chuẩn quốc gia cho các sản phẩm nông sản xuất khẩu, thành lập các cơ quan chuyên môn có đủ tư cách và năng lực để kiểm tra, giám sát chất lượng sản phẩm xuất khẩu. Nâng cao chất lượng sản phẩm nông nghiệp và đầu tư thích ứng cho công nghệ sau thu hoạch.

Thứ tư, cải thiện hệ thống cơ sở hạ tầng. Nâng cao vai trò điều phối của Nhà nước trong việc phát triển cơ sở hạ tầng giao thông đường biển, đường sông, đường bộ, đường hàng không, phát triển vận tải đa phương thức. Cần xây dựng quy hoạch tổng thể, đồng bộ hệ thống các cửa khẩu đường bộ và đường thủy, cửa khẩu quốc tế, cửa khẩu quốc gia, để từ đó tập trung đầu tư đúng mức. Những ưu tiên về tài chính trước hết nên tập trung cho kết cấu hạ tầng như cửa khẩu, kho tàng, bến bãi, hệ thống hạ tầng kỹ thuật và cụm dân cư biên giới.

Thứ năm, tăng cường liên kết giữa các nhà để nâng cao sức cạnh tranh cho hàng nông sản xuất khẩu. Để xuất khẩu nông sản bền vững vào thị trường Trung Quốc theo đường chính ngạch, đòi hỏi phải áp dụng các quy trình canh tác tiên tiến vào sản xuất nông nghiệp để nâng cao chất lượng nông sản xuất khẩu. Liên kết 4 “nhà” là một trong những hướng đi triển vọng giúp khắc phục những tồn tại trong sản xuất nông nghiệp hiện nay. Đồng thời, nâng cao vai trò của hiệp hội ngành hàng. Hiệp hội giữ vai trò trung gian trong chủ trương, điều phối và thực hiện liên kết doanh nghiệp để tạo ra sức mạnh cho các doanh nghiệp chủ động trong kinh doanh, thậm chí có thể tham gia điều tiết thị trường, giá cả.

## **3. Một số kiến nghị đối với các doanh nghiệp**

### **sản xuất, xuất khẩu nông sản**

Thứ nhất, tăng cường nghiên cứu thị trường Trung Quốc. Mỗi doanh nghiệp phải xây dựng một bộ phận chuyên trách nghiên cứu thị trường có năng lực, có khả năng thu thập và xử lý thông tin, có những kênh nghiên cứu riêng của mình về thị trường Trung Quốc.

Thứ hai, doanh nghiệp cần chủ động đầu tư xây dựng các vùng trồng nông sản tập trung, chuyên canh phục vụ cho sản xuất và xuất khẩu của doanh nghiệp và tăng cường áp dụng khoa học công nghệ vào sản xuất và chế biến nông sản xuất khẩu. Để gia tăng năng lực cạnh tranh và nâng cao hiệu quả xuất khẩu, doanh nghiệp cần chú trọng ứng dụng những kết quả nghiên cứu khoa học (giống mới, quy trình canh tác tiên tiến, công nghệ sinh học). Đồng thời, tăng tỷ trọng đầu tư đổi mới công nghệ, thiết bị chế biến đạt tiêu chuẩn quốc tế và quyết tâm theo đuổi mục tiêu xuất khẩu nông sản đã được chế biến sâu vào thị trường Trung Quốc để đảm bảo xuất khẩu

bền vững và nâng cao hiệu quả kinh doanh của doanh nghiệp.

Thứ ba, xây dựng, phát triển và bảo vệ thương hiệu. Doanh nghiệp cần chú trọng đầu tư cả về tài chính và trí tuệ cho việc xây dựng thương hiệu. Đăng ký bản quyền tại thị trường Trung Quốc để tránh tranh chấp pháp lý khi quyền sở hữu nhãn hiệu bị xâm phạm; nâng cao chất lượng sản phẩm để giữ uy tín cho thương hiệu. Tại thị trường Trung Quốc, nếu không đăng ký thương hiệu, chắc chắn sản phẩm Việt Nam sẽ gặp ngay vắn nạn hàng nhái, hàng giả vốn rất nhức nhối ở Trung Quốc.

Thứ tư, doanh nghiệp cần nâng cao chất lượng nguồn nhân lực. Đối với doanh nghiệp kinh doanh xuất khẩu nông sản vào Trung Quốc, cách tốt nhất để hiểu biết sâu về thị trường Trung Quốc là gửi cán bộ đi đào tạo ở Trung Quốc hoặc tuyển dụng những người đã có kinh nghiệm học tập và làm việc ở Trung Quốc, am hiểu phong tục, tập quán, văn hóa, luật pháp của Trung Quốc. Các doanh nghiệp nên tổ

#### **Tài liệu tham khảo:**

1. Báo cáo, *Quan hệ kinh tế Thương mại Việt Nam – Trung Quốc*, Vụ Châu Á – Thái Bình dương, Bộ Thương mại (04/05/2004).
2. Bộ Tài chính (2003), “*Danh mục các mặt hàng cắt giảm thuế quan theo Chương trình thu hoạch sớm EHP*”.
3. Bộ Thương mại, *Báo cáo Tổng kết tình hình thực hiện kế hoạch phát triển thương mại năm 2004 – 2005 – 2006 và phương hướng nhiệm vụ*, tại các Hội Nghị Thương Mại Toàn Quốc của Bộ Thương Mại các năm 2004, 2005, 2006.
4. Bộ Thương Mại, *Quy hoạch phát triển thương mại tại các vùng cửa khẩu biên giới phía Bắc Việt Nam đến năm 2010*.
5. Đỗ Đức Bình - Nguyễn Thường Lạng (2009), *Giáo trình Kinh tế quốc tế*, Nhà xuất bản Lao động xã hội.
6. Ngô Thị Tuyết Mai (2007), *Nâng cao sức cạnh tranh một số mặt hàng nông sản xuất khẩu chủ yếu của Việt Nam trong điều kiện hội nhập kinh tế quốc tế*.
7. Đỗ Tiến Sâm – Furuta Moto (2002), “*Chính sách đối ngoại rộng mở của Việt Nam và quan hệ Việt Nam – Trung Quốc*”, Nhà xuất bản KHXH.
8. Tổng cục Hải Quan, Báo cáo số liệu xuất nhập khẩu.
9. Tổng cục Thống kê, Niên giám thống kê các năm.
10. Vụ Châu Á – Thái Bình Dương, Bộ thương mại (2007), *Dự thảo đề án phát triển xuất nhập hàng hoá với Trung Quốc giai đoạn 2007 – 2015*.