

BÁO CÁO **HỒ SƠ THỊ TRƯỜNG ĐỨC**



MÃ HOẠT ĐỘNG: EU-15 (Hồ sơ thị trường)

“Hỗ trợ Bộ Công Thương nghiên cứu và tập hợp hồ sơ thị trường của các nước thành viên EU và nghiên cứu về một số ngành liên quan đến xuất khẩu của Việt Nam”

Bản cuối cùng

Hà Nội, tháng 10/2015

**Chuyên gia soạn thảo: Lê Hải Triều
Phạm Thế Phương**

Báo cáo này được thực hiện với sự hỗ trợ tài chính của Liên minh châu Âu. Các quan điểm được trình bày trong báo cáo này, cũng như mọi sai sót và chi tiết chưa chính xác đều thuộc trách nhiệm của các tác giả và không thể hiện quan điểm của Bộ Công Thương hay quan điểm của Phái đoàn Liên minh châu Âu.

MỤC LỤC

| | |
|---|-----------|
| I. Giới thiệu khái quát về thị trường Đức | 3 |
| 1. Thông tin cơ bản | 3 |
| 2. Địa lý..... | 3 |
| 3. Khí hậu..... | 3 |
| 4. Xã hội..... | 3 |
| 5. Thể chế và cơ cấu hành chính..... | 4 |
| 6. Hệ thống pháp luật..... | 6 |
| 7. Lịch sử | 6 |
| 8. Văn hoá..... | 7 |
| 9. Giáo dục..... | 7 |
| 10. Ngày nghỉ lễ tết..... | 8 |
| II. Tình hình phát triển kinh tế thương mại và đầu tư..... | 9 |
| 1. Kinh tế..... | 9 |
| 2. Thương mại..... | 10 |
| 3. Đầu tư..... | 11 |
| 4. Cơ sở hạ tầng kinh tế | 11 |
| 5. Các chỉ số kinh tế, thương mại, đầu tư cơ bản..... | 12 |
| 6. Quan hệ quốc tế | 13 |
| III. Quan hệ hợp tác với Việt Nam | 15 |
| 1. Quan hệ ngoại giao | 15 |
| 2. Quan hệ hợp tác kinh tế - thương mại | 15 |
| 3. Quan hệ hợp tác đầu tư và hợp tác phát triển | 18 |
| IV. Một số điều cần biết khi kinh doanh với thị trường Đức:..... | 20 |
| 1. Các quy định về xuất nhập khẩu..... | 20 |
| 2. Chính sách thuế và thuế suất..... | 21 |
| 3. Quy định về bao gói, nhãn mác | 22 |
| 4. Quy định về kiểm dịch động thực vật..... | 26 |
| 5. Quyền sở hữu trí tuệ | 27 |
| 6. Văn hoá kinh doanh | 30 |
| V. Đánh giá tiềm năng thị trường Đức | 32 |
| VI. Địa chỉ hữu ích..... | 34 |
| VII. Tài liệu tham khảo..... | 37 |

I. Giới thiệu khái quát về thị trường Đức

1. Thông tin cơ bản:

Tên chính thức: Cộng hòa Liên bang Đức

Vị trí địa lý: nằm ở Trung Âu, giáp với biển Baltic và biển Bắc Âu, nằm giữa Hà Lan và Ba Lan, nằm ở phía Nam của Đan Mạch

Diện tích: 357.022km²

Dân số: 80.996.685 người (7/2014)

Thủ đô: Berlin

Ngôn ngữ chính thức: Tiếng Đức

Đơn vị tiền tệ: euro

Thế chế chính phủ: CHLB Đức là nhà nước liên bang. Liên bang cũng như 16 Bang đều có các thẩm quyền riêng

2. Địa lý

- Vị trí địa lý: nằm ở Trung Âu, giáp với biển Baltic và biển Bắc Âu, nằm giữa Hà Lan và Ba Lan, nằm ở phía Nam của Đan Mạch.

- Diện tích: 357.022km²

- Tài nguyên thiên nhiên: Than đá, than non, khí ga tự nhiên, quặng sắt, đồng, nicken, uranium, hợp chất kali, muối, vật liệu xây dựng, gỗ, đất trồng

3. Khí hậu

Nước Đức thuộc về vùng khí hậu ôn hòa Trung Âu, trong khu vực của vùng gió Tây và nằm trong khu vực chuyển tiếp giữa khí hậu biển trong Tây Âu và khí hậu lục địa trong Đông Âu. Ngoài những yếu tố khác, khí hậu chịu ảnh hưởng của dòng hải lưu Golfstream tạo nên những trị khí hậu ấm áp khác thường so với vị trí vĩ độ này.

4. Xã hội

(Số liệu ước 2014 - Nguồn: CIA The World Factbook)

Dân số: 80.996.685 người

Cơ cấu độ tuổi:

- 0-14 tuổi: 13% (nam 5.386.525/ nữ 5.107.336)

- 15-24 tuổi: 10,6% (nam 4.367.713/ nữ 4.188.566)

- 25 – 54 tuổi: 41,7% (nam 17.116.346/ nữ 16.664.995)

- 55 – 64 tuổi: 13,6% (nam 5.463.221/ nữ 5.574.166)

- 65 tuổi trở lên: 21,1% (nam 7.468.552/ nữ 9.659.265)

Tỷ lệ tăng trưởng dân số: -0,18%

Tỷ lệ sinh: 8,42 trẻ/1.000 dân

Tỷ lệ tử: 11,29 người/1.000 dân

Tỷ lệ nhập cư: 1,06 người nhập cư/1.000 dân

Cơ cấu giới tính: 1,06 nam/nữ

Tuổi thọ trung bình: 80,44 tuổi, trong đó:

- Tuổi thọ trung bình đối với nam: 78,15 tuổi
- Tuổi thọ trung bình đối với nữ: 82,86 tuổi (ước năm 2014)

Dân tộc: Người Đức (91,5%), Thổ Nhĩ Kỳ (2,4%), các dân tộc khác (6,1%) (chủ yếu là người Hy Lạp, Italia, Ba Lan, Nga, người Xlavơ ở Croatia, Tây Ban Nha)

Tôn giáo: Đạo Tin lành 34%, Đạo Thiên Chúa 34%, Hồi giáo 3,7%, các tôn giáo khác 28,3%

Ngôn ngữ: Tiếng Đức

5. Thể chế và cơ cấu hành chính

5.1 Thể chế

a. Quốc hội Liên bang (Hạ viện):

Hệ thống bầu cử của Đức tương đối phức tạp, quy định mỗi đảng tranh cử phải giành được ít nhất 5% số phiếu bầu mới được tham gia Quốc hội Liên bang (QHLB). QHLB có các nhiệm vụ:

- Bầu và có thể bãi nhiệm Thủ tướng Liên bang bằng cách bỏ phiếu bất tín nhiệm.
- Lập pháp: Từ năm 1949 đã có khoảng hơn 10.000 dự án luật được đưa ra QHLB và hơn 6.600 luật được thông qua, đa số là các luật sửa đổi.
- Kiểm tra giám sát hoạt động của Chính phủ. Phần công việc kiểm tra của QHLB được công bố trước công luận là do phe đối lập trong QH thực hiện.

Quốc hội Liên bang nhiệm kỳ thứ 18 (2013 – 2017) có 630 đại biểu.

b. Hội đồng Liên bang (Thượng viện):

Hội đồng Liên bang là cơ quan đại diện của 16 bang, không phải do tổng tuyển cử bầu ra mà do Quốc hội các bang cử với số lượng tỉ lệ thuận với dân số của từng bang. Thủ hiến các bang thay nhau làm Chủ tịch Hội đồng Liên bang với thời hạn 1 năm. Chủ tịch Hội đồng liên bang thực hiện các công việc của Tổng thống khi Tổng thống vắng mặt.

c. Tổng thống Liên bang:

Tổng thống là đại diện cho CHLB Đức với tư cách là Nguyên thủ quốc gia. Tổng thống đại diện đất nước đối với quốc tế và bổ nhiệm các thành viên Chính phủ, thẩm phán và quan chức cao cấp. Nhiệm kỳ của Tổng thống là 5 năm và có thể được bầu lại thêm một lần nữa.

d. Thủ tướng Liên bang và Chính phủ:

Thủ tướng là thành viên duy nhất của Chính phủ Liên bang được bầu. Hiến pháp trao cho Thủ tướng quyền tự chọn bộ trưởng là người đứng đầu các cơ quan chính trị quan trọng nhất. Ngoài ra, Thủ tướng quyết định số lượng các bộ và ấn định thẩm quyền của các bộ.

Hệ thống bầu cử của Đức khiến cho từng đảng riêng rẽ rất khó một mình đứng ra thành lập chính phủ. Thông thường, các đảng phải liên minh với nhau. Từ cuộc bầu cử QHLB đầu tiên năm 1949 đến nay, đã có 22 Chính phủ liên minh ở Đức. Chính phủ của Đức nhiệm kỳ 2013

– 2017 là Chính phủ đại Liên minh (CDU/CSU/SPD) gồm 15 Bộ và một cơ quan ngang Bộ là Phủ Thủ tướng.

e. Toà án Hiến pháp Liên bang:

Toà án Hiến pháp Liên bang (TAHPLB) có trụ sở tại thành phố Karlsruhe, gồm 2 toà, mỗi toà có 8 thẩm phán gồm một nửa do QHLB và một nửa do Hội đồng Liên bang bầu. Nhiệm kỳ của mỗi thẩm phán là 12 năm và không được bầu lại. TAHPLB là một cơ quan đặc trưng của nền dân chủ Đức sau chiến tranh. Theo Hiến pháp, TAHPLB có quyền huỷ bỏ những đạo luật nếu xác định rằng những đạo luật đó vi phạm Hiến pháp.

f. Các đảng chính trị:

Ở Đức có khoảng 37 đảng đăng ký hoạt động, nhưng chỉ có một số đảng lớn có ghế trong QHLB và thay nhau cầm quyền. Các chính đảng lớn gồm CDU/CSU (Liên minh Dân chủ Thiên chúa giáo/ Xã hội Thiên chúa giáo), SPD (Xã hội Dân chủ), FDP (Tự do Dân chủ), đảng Xanh và đảng Cánh tả (trước đây là đảng XHCN thống nhất – SED).

- Đảng Xã hội Dân chủ (SPD): là đảng cánh tả lớn nhất và cũng là chính đảng lâu đời nhất ở Đức được thành lập năm 1863. Sau khi bị cấm trong thời kỳ chủ nghĩa phát xít, đảng được tái lập năm 1945. Với chương trình Godesberg năm 1959, đảng chính thức không còn là một đảng công nhân mà là một đảng quần chúng. Niềm tin của đảng là “Tự do, Công bằng và Đoàn kết”.

- Đảng Cánh tả: là đảng kế thừa của Đảng XHCN thống nhất Đức (SED), là đảng lãnh đạo CHDC Đức trước đây. Đảng dựa trên lý tưởng XHCN, ủng hộ phong trào cánh tả và phần nào phong trào dân chủ xã hội.

- Liên minh dân chủ Thiên chúa giáo và xã hội Thiên chúa giáo (CDU/CSU): Đảng Dân chủ Thiên chúa giáo (CDU): là đảng cánh hữu lớn nhất ở Đức, thành lập năm 1945 và có khuynh hướng bảo thủ. Đảng Liên minh xã hội Thiên chúa giáo (CSU) có đường lối bảo thủ tương tự nhưng chỉ hoạt động tại Bang Bayern. Hai đảng này cùng nhau tạo thành một đảng phái chung trong Quốc hội Liên bang Đức, thường được gọi chung là “liên minh” hay “các đảng liên minh”.

- Đảng Dân chủ Tự do (FDP): thành lập năm 1948. Đảng FDP ủng hộ quyền tự do cá nhân, đặc biệt trong các vấn đề kinh tế và quyền công dân. FDP là đối tác Liên minh nhỏ, nhưng tham gia Chính phủ liên bang nhiều nhiệm kỳ. Tại cuộc bầu cử Quốc hội Liên bang tháng 9/2013, đảng FDP đã thất bại thảm hại (4,3%) và lần đầu tiên vắng mặt trong Quốc hội kể từ sau Chiến tranh thế giới thứ 2.

- Đảng Xanh: ra đời từ các phong trào xã hội mới cuối thập kỷ 1970 như phong trào phụ nữ, phong trào hòa bình và phong trào sinh thái. Năm 1983, Đảng được bầu vào Quốc hội Liên bang lần đầu tiên. Năm 1990, đảng Xanh hoà nhập với phong trào nhân dân Đông Đức (Liên minh 90) trở thành Liên minh 90/ Xanh. Đảng Xanh là lực lượng đang nổi lên, ngày càng thu hút nhiều sự ủng hộ do nhu cầu cấp thiết về bảo vệ môi trường và ứng phó với biến đổi khí hậu.

- Các đảng phái khác: một số đảng khác có khuynh hướng cực hữu như Người Cộng hoà (REP), Liên minh Nhân dân Đức (DVU), Dân chủ quốc gia Đức (NPD), v.v...đều là các đảng nhỏ, chưa từng có ai đại diện trong Quốc hội Liên bang trong 60 năm qua, nhưng có thời điểm có chân trong quốc hội một số bang. Các đảng này phát triển khá mạnh ngay sau khi tái thống nhất nước Đức do lợi dụng tâm lý bất bình của người dân với chính sách nhập cư của Chính phủ, song hiện nay có xu hướng suy yếu.

5.2 Cơ cấu hành chính

CHLB Đức là nhà nước liên bang. Liên bang cũng như 16 Bang, trong đó có 3 Bang - thành phố (Berlin, Hamburg, Bremen/Bremehaven) đều có các thẩm quyền riêng. Cấp liên bang có thẩm quyền về chính sách đối ngoại, chính sách Châu Âu, quốc phòng, tư pháp, lao động, xã hội, thuế và y tế. Các Bang có thẩm quyền về trật tự an toàn xã hội, giáo dục phổ thông, đại học cũng như hành chính và cấp địa phương

Thủ đô: Berlin

6. Hệ thống pháp luật

Hành pháp ở cấp liên bang được hình thành bởi chính phủ liên bang do thủ tướng liên bang lãnh đạo. Thủ hiến tiểu bang (*Ministerpräsident*) lãnh đạo hành pháp ở cấp tiểu bang. Các cơ quan hành chính ở cấp liên bang và tiểu bang được điều hành bởi các bộ trưởng đứng đầu các cơ quan nhà nước.

Tòa án Hiến pháp Liên bang Đức tại Karlsruhe giám sát việc tuân thủ hiến pháp. Các tòa án tối cao của Đức là Tòa án Liên bang (*Bundesgerichtshof*) với trụ sở chính tại Karlsruhe, Tòa án Hành chính Liên bang tại Leipzig, Tòa án Lao động Liên bang tại Erfurt, Tòa án Xã hội Liên bang tại Kassel và Tòa án Tài chính Liên bang tại München. Phần lớn việc hành luật là trách nhiệm của các tiểu bang. Các tòa án liên bang gần như luôn luôn là tòa án kháng cáo thượng thẩm và xem xét các quyết định của tòa án tiểu bang theo tính hợp pháp về hình thức và nội dung.

7. Lịch sử

Sau chiến tranh Pháp - Phổ (1870 – 1871), năm 1871, Thủ tướng Phổ Otto von Bismarck (1815 – 1898) đã thực hiện việc thống nhất các nhà nước cát cứ Đức thành Đế chế Đức. Ngày 18/01/1871, Vua Phổ Wilhelm Đế nhất được phong Hoàng đế.

Thất bại trong Chiến tranh thế giới thứ nhất (1914 – 1918), tháng 11/1918, Hoàng đế Wilhelm Đế Nhị tuyên bố thoái vị. Chính thể Đức chuyển sang chế độ Cộng hòa (Cộng hòa Weimar). Tuy nhiên, do các vấn đề bất đồng nội bộ và kinh tế khó khăn, nền dân chủ mới chớm đã kết thúc khi A. Hitler lên nắm quyền vào tháng 01/1933 và thực hiện chế độ độc tài chuyên chế, khủng bố những người bất đồng chính kiến và tàn sát có hệ thống người Do Thái ở châu Âu.

Sau khi thua trận trong Chiến tranh thế giới thứ hai năm 1945, Đức và thủ đô Berlin bị chia thành 4 khu vực quân quản do quân đồng minh Liên Xô, Mỹ, Anh, Pháp quản lý.

- Ngày 7/9/1949, ở phần đất quân quản của đồng minh phương Tây đã tổ chức tuyển cử, bầu Nghị viện Tây Đức và tuyên bố thành lập nước CHLB Đức.

- Ngày 7/10/1949, khu vực quân quản phía đông Đức và phía đông Thủ đô Berlin tiến hành bầu cử, nước CHDC Đức được thành lập.
- Ngày 13/8/1961, bức tường Berlin được dựng lên chia cắt phía Đông và Tây của thành phố.
- Ngày 9/11/1989, chính quyền Đông Đức tuyên bố mở cửa bức tường Berlin, khởi đầu sự sụp đổ của Nhà nước Đông Đức.
- Ngày 3/10/1990, CHDC Đức sát nhập vào CHLB Đức thành nước Đức ngày nay.
- Ngày 24/6/1991, Quốc hội CHLB Đức đã bỏ phiếu chọn Berlin làm Thủ đô của nước Đức thống nhất.

8. Văn hoá

Văn học tiếng Đức có từ thời kỳ Trung cổ, các tác giả Đức được coi là quan trọng nhất bao gồm Johann Wolfgang von Goethe và Friedrich Schiller cũng như Heinrich Heine và Anh em nhà Grimm; trong thế kỷ 20 là những người đoạt Giải thưởng Nobel về văn học Thomas Mann (1929), Hermann Hesse (1946), Heinrich Böll (1972) và Günter Grass (1999).

Trong lãnh vực âm nhạc nước Đức có nhiều nhà soạn nhạc có tiếng trên thế giới mà nổi tiếng nhất là Johann Sebastian Bach và Ludwig van Beethoven. Những nhà soạn nhạc khác có tầm cỡ thế giới là Robert Schumann, Richard Wagner, Johannes Brahms và Richard Strauss.

Đức là một quốc gia có nền âm nhạc hiện đại thuộc vào hàng sống động và đa dạng nhất châu Âu, nhưng nhạc viết bằng tiếng Đức thì lại không có thị trường lớn bên ngoài lãnh thổ các nước nói tiếng này (Đức, Áo, Thụy Sĩ).

Ẩm thực ở Đức rất đa dạng và thay đổi tùy theo vùng. Ẩm thực Đức nổi tiếng trước tiên là các món ăn "nặng" như giò heo luộc với bắp cải ngâm chua (*Sauerkraut*). Ở phía Nam người ta còn dùng nhiều mì sợi các loại. Các món ăn đặc sản còn có xúc xích trắng (*Weißwurst*) ở Bayern hay bao tử heo (*Saumagen*) ở vùng Pfalz. Ngoài ra người Đức rất yêu thích bia (cũng khác nhau tùy theo vùng) và rượu vang. Vì theo điều kiện khí hậu nên trồng và uống rượu vang phổ biến ở phía Tây và Nam của Đức nhiều hơn là ở phía Bắc và Đông.

9. Giáo dục

Hệ thống giáo dục thuộc về trách nhiệm của từng tiểu bang nhưng được phối hợp qua hội nghị liên bang của các bộ trưởng văn hóa.

Tùy theo tiểu bang, tất cả trẻ em đều có nghĩa vụ phải học từ 9 đến 12 năm. Trong khi ở một số bang chương trình phổ thông chỉ kéo dài 12 năm, thì ở các bang khác tới những 13 năm. Sau khi tốt nghiệp bậc trung học (lớp 10), thanh niên ở Đức có nhiều sự lựa chọn. Họ có thể học nghề ở các trường dạy nghề, hay học hết phổ thông để lấy bằng Abitur (tương đương với bằng tốt nghiệp phổ thông ở Việt Nam). Sau Abitur họ có thể chọn học tiếp ở trường đại học (*Universität* hay *Hochschule*) hay trường đại học thực hành (*Fachhochschule*). Chỉ trong những trường hợp đặc biệt bằng tốt nghiệp của trường đại học thực hành (*FH-Diplom*) mới có khả năng được công nhận để tiếp tục làm luận án phó tiến sĩ tại các trường đại học.

Ngược lại bằng cao học (*master*) của một trường đại học thực hành về cơ bản cho phép được tiếp tục làm bằng phó tiến sĩ.

10. Ngày nghỉ lễ tết

Phần lớn các ngày lễ ở Đức đều bắt nguồn từ các ngày lễ của giáo hội giống như lễ Giáng Sinh và lễ Phục Sinh. Trong khi ngày quốc khánh (3/10) và ngày 1/5 được quy định rõ trong luật liên bang là ngày lễ của toàn quốc, thì những ngày lễ còn lại đều do luật của mỗi tiểu bang tự quy định riêng. Ví dụ, trong khi những người ở Bayern được nghỉ lễ thì những người sống ở Berlin vẫn phải đi làm bình thường.

II. Tình hình phát triển kinh tế thương mại và đầu tư

1. Kinh tế

1.1. Tổng quan tình hình phát triển kinh tế

Nền kinh tế Đức - nền kinh tế lớn thứ năm trên thế giới về GDP (ngang giá sức mua) và lớn nhất châu Âu – Đức là một nước xuất khẩu hàng đầu về máy móc, phương tiện vận tải, hóa chất và thiết bị gia đình và lợi ích từ một lực lượng lao động có tay nghề cao. Cũng giống như các nước láng giềng Tây Âu, Đức phải đối mặt với những thách thức đáng kể về dân số để duy trì tăng trưởng bền vững dài hạn. Tỷ lệ sinh thấp và nhập cư giảm đang gia tăng áp lực lên hệ thống phúc lợi xã hội của đất nước và đòi hỏi phải cải cách cơ cấu. Những cải cách của Thủ tướng Đức Gerhard SCHROEDER (1998-2005) là cần thiết để giải quyết thất nghiệp hàng năm cao và tăng trưởng bình quân thấp, góp phần tăng trưởng mạnh và tỷ lệ thất nghiệp giảm. Những tiến bộ này, cũng như trợ cấp chính phủ, đề án giảm giờ làm việc, giúp giải thích sự gia tăng tỷ lệ thất nghiệp tương đối thấp trong cuộc suy thoái 2008-2009 – suy thoái sâu nhất kể từ Thế chiến II và giảm 5,3% trong năm 2014.

Chính phủ Đức đã đưa ra mức lương tối thiểu là khoảng 11,60\$/giờ, có hiệu lực từ năm 2015. Những nỗ lực nhằm khuyến khích và ổn định bắt đầu từ năm 2008 và 2009 và cắt giảm thuế được đưa ra vào nhiệm kỳ thứ hai của Thủ tướng Angela Merkel đã làm tăng tổng thâm hụt ngân sách của Đức – bao gồm cả ngân sách liên bang, bang và chính quyền lên mức 4,1% năm 2010, tuy nhiên việc cắt giảm chi tiêu và thu thuế cao hơn giảm thâm hụt xuống còn 0,8% vào năm 2011, đến năm 2012 Đức đạt thặng dư ngân sách 0,1%.

Ngân sách cân bằng năm 2014. Một sửa đổi hiến pháp vào năm 2009 nhằm giới hạn thâm hụt chính phủ không quá 0,35% GDP mỗi năm cho đến năm 2016 mặc dù mục tiêu này đã đạt được vào năm 2012. Sau thảm họa nổ lò phản ứng hạt nhân ở Fukushima- Nhật Bản vào tháng 3/2011, Thủ tướng Đức Angela Merkel đã công bố vào tháng 5/2011, tám trong số 17 lò phản ứng hạt nhân của nước này sẽ phải đóng cửa ngay lập tức và các nhà máy còn lại sẽ đóng cửa vào năm 2022. Đức hy vọng sẽ thay thế năng lượng điện hạt nhân bằng năng lượng tái tạo, chiếm khoảng 34% tổng tiêu thụ năng lượng, tăng so với mức 9% năm 2000. Trước khi đóng cửa 8 nhà máy, Đức phụ thuộc vào năng lượng hạt nhân, chiếm 23% nguồn cung cấp điện và 46% nguồn sản xuất điện.

1.2. Các ngành kinh tế trọng điểm

Đức là một trong những nước công nghiệp phát triển hàng đầu thế giới, đứng thứ 4 thế giới sau Mỹ, Trung Quốc và Nhật Bản về GDP, đứng thứ hai thế giới về xuất khẩu (năm 2012 xuất 1381 tỷ Euro, +4,5%). Các ngành công nghiệp chủ yếu là: chế tạo xe hơi, chế tạo máy móc, thiết bị, công nghiệp hoá chất, công nghiệp kỹ thuật điện và điện tử. Từ năm 1975 Đức là thành viên của G8.

Cuộc khủng hoảng kinh tế toàn cầu năm 2008 đã có tác động đến kinh tế Đức mà thiệt hại nặng nề nhất là các ngành định hướng xuất khẩu chế tạo máy và thiết bị cũng như ngành sản xuất ô tô. Tuy nhiên, Đức là một trong những quốc gia phục hồi nhanh nhất sau khủng hoảng kinh tế. Năm 2012 tăng trưởng kinh tế Đức đạt 0,6%, năm 2013 - 0,4 %, tuy thấp song đây vẫn là mức tăng trưởng cao hàng đầu trong nhóm các nền kinh tế phát triển. Nhiều

ngành công nghiệp như máy móc, ô tô, điện tử, hoá chất,... đều đạt tăng trưởng sản lượng và xuất khẩu cao.

- Công nghiệp: Các ngành công nghiệp chủ yếu là: Chế tạo xe hơi, chế tạo máy móc, thiết bị, công nghiệp hoá chất, công nghiệp kỹ thuật điện và điện tử.

Đức có nhiều tập đoàn đa quốc gia tầm cỡ thế giới như BASF, Robert Bosch GmbH, E.On, Deutsche Telekom, Siemens AG, Deutsche Bank, v.v... Tuy nhiên, xương sống của kinh tế Đức là các công ty có quy mô vừa và nhỏ (thu hút khoảng 20 triệu lao động).

- Nông nghiệp: Phần lớn diện tích nước Đức dùng cho nông nghiệp, nhưng chỉ có 2-3% dân số Đức làm việc trong ngành này. Vùng bờ biển phía Bắc chuyên nuôi bò sữa và ngựa. Vùng chân núi Alps tập trung chăn nuôi gia cầm, lợn, bò và cừu. Dải đất màu mỡ dọc theo sườn nam vùng đất thấp là nơi gieo trồng lúa mì, lúa mạch, ngũ cốc, củ cải đường, cây ăn trái, khoai tây và nho. Đức nằm trong số các nước sản xuất sữa, chế phẩm sữa và thịt nhiều nhất thế giới. Nông nghiệp ở Đức được điều tiết theo chính sách nông nghiệp của EU.

- Dịch vụ: Phát triển mạnh trong những năm gần đây và hiện đóng góp nhiều nhất vào GDP. Frankfurt là trung tâm tài chính lớn nhất của Đức và cũng là một trong những trung tâm tài chính hàng đầu thế giới.

Đức là một trong những nước có mạng lưới giao thông dày nhất thế giới (đứng thứ 2 sau Mỹ), bao gồm 11.980 km đường cao tốc và 41.386 km đường liên tỉnh. Bên cạnh tài chính ngân hàng, Frankfurt cũng là trung tâm trung chuyển hàng không hàng đầu thế giới (năm 2011 sân bay Frankfurt chuyên chở 53 triệu lượt khách). Hệ thống giao thông đường thủy và đường biển có vị trí rất quan trọng đối với một nền kinh tế hướng xuất khẩu như Đức. Hamburg là cảng biển lớn nhất Đức và cũng là một trong 3 cảng lớn nhất thế giới.

2. Thương mại

Xuất khẩu có vai trò rất quan trọng trong nền kinh tế Đức, thu hút khoảng 25% lực lượng lao động. Đức là nước xuất khẩu lớn thứ 2 thế giới (sau Trung Quốc) với giá trị năm 2013 đạt mức kỷ lục trên 1000 tỷ Euro, đồng thời là thị trường nhập khẩu lớn thứ 3 thế giới (sau Mỹ, Trung Quốc) với quy mô khoảng 930 tỷ USD. Hàng chế tạo và công nghệ chiếm 60% kim ngạch xuất khẩu, bao gồm máy móc, hàng điện tử, ô tô, các sản phẩm hoá chất, thực phẩm, hàng dệt may, dụng cụ quang học và điện năng. Các mặt hàng nhập khẩu chủ yếu là máy móc, phương tiện vận chuyển, hoá chất. Đối tác thương mại quan trọng nhất của Đức là EU, Mỹ, Trung Quốc. Thị trường EU chiếm gần 60% xuất khẩu. Xuất khẩu của Đức ra ngoài EU, đặc biệt là các thị trường mới nổi như Trung Quốc, Ấn Độ có xu hướng tăng nhanh.

Đức ủng hộ tự do hoá thương mại. Bên cạnh tập trung vào thị trường EU và Mỹ, Đức cũng tìm cách mở rộng các thị trường đang nổi lên ở châu Á- TBD, Mỹ Latinh và Châu Phi.

Bảng tổng hợp kim ngạch thương mại của Đức từ 2010 – 2014

Đơn vị: triệu USD

| Năm | Nhập khẩu | Xuất khẩu | Tổng kim ngạch |
|------|-----------|-----------|----------------|
| 2010 | 1.056.553 | 1.260.986 | 2.317.539 |
| 2011 | 1.255.618 | 1.474.838 | 2.730.456 |
| 2012 | 1.164.384 | 1.406.499 | 2.570.883 |
| 2013 | 1.189.019 | 1.452.881 | 2.641.900 |
| 2014 | 1.216.259 | 1.508.346 | 2.724.605 |

Nguồn: Trademap 2015

Ngoại thương là một trong những nhân tố chủ yếu trong sự thành công của kinh tế Đức. Xuất khẩu đóng vai trò thiết yếu trong nền kinh tế Đức và là một trong những ngành đem về nhiều ngoại tệ nhất. Các mặt hàng xuất khẩu chính của Đức gồm máy móc, hàng điện tử, ô tô, các sản phẩm hoá chất, thực phẩm, hàng dệt may, dụng cụ quang học và điện năng. Là một nước phụ thuộc nhiều vào ngoại thương nên Đức đồng thời cũng nhập nhiều loại hàng hoá và là nước nhập khẩu nhiều thứ hai thế giới. Các mặt hàng nhập khẩu chủ yếu là máy móc, phương tiện vận chuyển, hoá chất, thuốc lá, lương thực, đồ uống, kim loại và các sản phẩm dầu mỏ.

3. Đầu tư

Đức có môi trường đầu tư hấp dẫn nhờ sở hữu nhiều công nghệ, know-how, có vị trí địa-chính trị ở trung tâm châu Âu, cơ sở hạ tầng chất lượng cao, pháp luật hoàn thiện, nguồn nhân lực chất lượng cao. Do chi phí lao động ngày càng cao, nên Đức có lợi thế thu hút đầu tư trong những ngành sử dụng công nghệ và vốn, mất dần lợi thế trong các ngành sử dụng lao động. Những cải cách về thuế doanh nghiệp ngang bằng với mức bình quân thế giới tạo thuận lợi nhất định cho giảm chi phí đầu tư ở Đức, góp phần giúp Đức duy trì hấp dẫn đầu tư.

Đức cũng là nước đầu tư lớn năm nhiều công nghệ nguồn. Hàng năm, Đức đầu tư ra nước ngoài khoảng 30 – 45 tỷ Euro trong đó chủ yếu tập trung vào các nước EU và Trung Quốc.

Từ năm 1998, Đức đã bắt đầu tập trung cung cấp ODA cho một số nước trọng tâm. Đối tác nhận ODA của Đức gồm khoảng 70 nước, được phân làm hai loại là các nước trọng tâm và các nước đối tác phát triển. Ngân sách ODA hàng năm của Đức khoảng 3-4 tỷ Euro cho nhiều lĩnh vực khác nhau. Hiện nay, viện trợ phát triển của Đức chiếm 0,28% GDP. Đức cam kết dành 0,33% GDP cho viện trợ phát triển và đang phấn đấu đạt mục tiêu năm 0,7% GDP vào năm 2015 cho viện trợ phát triển theo mục tiêu đề ra của LHQ.

4. Cơ sở hạ tầng kinh tế

- Truyền thông - thông tin (2012):

Thuê bao điện thoại: 50,7 triệu thuê bao cố định; 107,7 triệu bao di động

Internet: 20,043 triệu thuê bao; số người sử dụng internet: 65,125 triệu

Đài phát thanh: AM51, FM 787, shortwave 4

Đài truyền hình: 373

Báo chí: Khoảng 350 tờ nhật báo với tổng cộng 24 triệu bản.

- Giao thông (2013)

Sân bay: 539 sân bay

Đường sắt: 41.981 km (trong đó 41.722 km khổ rộng 1,435m; 220 km khổ rộng 1,0m; 39 km khổ rộng 0,75m)

Đường bộ: 645.000 km (trong đó 12.800 km đường cao tốc)

Đường thủy: 7.467 km (hầu hết hàng hóa được chuyên chở trên sông Rhine; Kênh đào Main-Danube nối biển Bắc với biển Đen)

Đường ống: chất lỏng 37 km, khí ga 26.985 km, dầu khí 2.826 km, các sản phẩm tinh lọc 4.479 km, nước 8km

Cảng và hải cảng: Bremen, Bremerhaven, Brunsbuttel, Duisburg, Frankfurt, Hamburg, Karlsruhe, Mainz, Rostock, Wilhemshaven

Tàu buôn:

Tổng cộng: 427 tàu

bao gồm: Tàu xà lan 2, tàu kích thước lớn 6, tàu chở hàng 51, tàu chở thùng hóa chất 15, tàu container 298, tàu chở ga hóa lỏng 6, tàu chở khách 4, tàu chở khách/hàng 24, tàu chở thùng dầu 10, hàng đông lạnh 3, tàu roll on/ roll off 6, tàu chở phương tiện vận tải 1

Số tàu thuộc sở hữu nước ngoài: 6 (Phần Lan 3, Hà Lan 1, Thụy Sĩ 2)

Số tàu đăng ký ở nước khác: 3.420 (2010)

5. Các chỉ số kinh tế, thương mại, đầu tư cơ bản

Một vài thông tin và số liệu:

Đơn vị tiền tệ : Euro (EUR)

Năm tài chính : năm dương lịch

Tổ chức thương mại: EU, WTO, OECD

GDP (ngang giá sức mua) : 3,621 nghìn tỷ đô la (dự tính 2014)

Tỷ lệ tăng trưởng GDP : 1,4% (2014)

GDP Bình quân đầu người (PPP) : 44.700 (2014)

Lực lượng lao động: 44,76 triệu người (2014) trong đó 73,8% dịch vụ, 24,6% công nghiệp, 1,6% nông nghiệp

Tỷ lệ thất nghiệp: 5% (2014)

Tỷ lệ dân dưới mức nghèo: 15,5% (2010)

Ngân sách: Doanh thu: 1,68 nghìn tỷ \$

Chi phí: 1,664 nghìn tỷ đô la (2014)

Nợ quốc gia: 74,7% GDP (2014)

Tỷ lệ lạm phát: 0,9% (2014)

Các sản phẩm nông nghiệp: khoai tây, lúa mì, lúa mạch, củ cải đường, hoa quả, cải bắp; gia súc, lợn, gia cầm

Các ngành công nghiệp: là nước sản xuất áp dụng công nghệ hiện đại nhất và lớn nhất thế giới các sản phẩm sắt, thép, than, xi măng, hóa chất, máy móc, phương tiện giao thông, máy công cụ, điện tử, thực phẩm và đồ uống, đóng tàu; dệt may

Tỷ lệ tăng trưởng sản xuất công nghiệp: 1,3% (ước 2014)

Sản lượng điện: 575,9 tỷ kWh (2012)

Tiêu dùng điện: 582,5 tỷ kWh (2012)

Xuất khẩu điện: 71,43 tỷ kWh (2013)

Nhập khẩu điện: 39,16 tỷ kWh (2013)

Sản xuất dầu: 97.000 bbl/ngày (2013)

Tiêu dùng dầu: 2,403 triệu bbl/ngày (2013)

Xuất khẩu dầu: 376.600 thùng/ngày (2013)

Nhập khẩu dầu: 666.300 thùng/ngày (2013)

Dự trữ dầu: 232,6 triệu thùng (1/1/2013)

Sản xuất khí ga tự nhiên: 11,78 tỷ m³ (2013)

Tiêu thụ khí ga tự nhiên: 88,44 tỷ m³ (2013)

Xuất khẩu khí ga tự nhiên: 18,82 tỷ m³ (2013)

Nhập khẩu khí ga tự nhiên: 94,91 tỷ m³ (2013)

Dự trữ khí ga tự nhiên: 116 tỷ m³ (1/1/2013)

Cán cân tài khoản vãng lai: 257,7 tỷ \$ (ước 2014)

Kim ngạch xuất khẩu: 1,547 nghìn tỷ đô la theo giá FOB (ước 2014)

Hàng xuất khẩu: máy móc, ô tô, hóa chất, máy tính và sản phẩm điện tử, thiết bị điện, dược phẩm, kim loại và sản phẩm kim loại, phương tiện giao thông, thực phẩm, dệt may, cao su và sản phẩm nhựa

Đối tác xuất khẩu: Pháp 9,8%, Anh 7,4%, Hà Lan 6,9%, Hoa Kỳ 6,4%, Áo 5,5%, Trung Quốc 5,4%, Italia 5,2%, Thụy Sĩ 4,6%, Ba Lan 4,1%, Bỉ 4,1% (2013)

Kim ngạch nhập khẩu: 1,319 nghìn tỷ USD theo giá FOB (ước 2014)

Hàng nhập khẩu: máy móc, thiết bị xử lý dữ liệu, phương tiện giao thông, hóa chất, dầu và khí ga, kim loại, thiết bị điện, dược phẩm, thực phẩm, nông sản

Đối tác nhập khẩu: Hà Lan 14,2%, Pháp 7,7%, Bỉ 6,4%, Trung Quốc 6,4%, Italy 5,4%, Anh 4,9%, Áo 4,4%, Nga 4,3%, Ba Lan 4,3%, Thụy Sĩ 4,1%, Cộng hòa Séc 4% (2013)

Dự trữ vàng và ngoại hối: 198,2 tỷ đô la (2013)

Tỷ giá: Euro (EUR)/ USD: 0,7489 (2014)

6. Quan hệ quốc tế

Về đối ngoại, Đức trở thành một nước thực sự có chủ quyền sau khi ký Hiệp ước 2+49 ở Mát-xơ-va vào ngày 12/9/1990, có hiệu lực từ ngày 15/3/1991, kết thúc hoàn toàn tình trạng sau chiến tranh. Hiện Đức là thành viên tích cực và có vai trò quan trọng tại EU, NATO, OECD, LHQ....

Chính sách đối ngoại: Đức ủng hộ một thế giới đa cực, tôn trọng luật pháp quốc tế, đấu tranh cho nhân quyền, đối thoại, phòng ngừa khủng hoảng, tránh sử dụng bạo lực và kiến tạo lòng tin.

Ưu tiên đối ngoại và an ninh:

- Tăng cường quan hệ với EU và một châu Âu ngày càng kết nối với nhau chặt chẽ hơn là trọng tâm trong chính sách đối ngoại của Đức.

- Quan hệ đối tác xuyên Đại Tây dương là cơ sở an ninh của Đức và châu Âu, dựa trên liên minh chính trị và quân sự. Mọi quan hệ với Mỹ có truyền thống lịch sử lâu đời, có nguồn gốc chung về văn hoá (do có nhiều người Đức di cư sang Mỹ trong những thế kỷ trước) cũng như các giá trị khác như dân chủ, nhân quyền...

- Đức thiết lập quan hệ đối tác an ninh bền vững với Nga, tăng cường hợp tác kinh tế, tài chính và xã hội với Nga trên bình diện song phương cũng như đa phương; chú trọng tăng cường hợp tác với Đông Âu.

- Đức kiên quyết chống khủng bố trong khuôn khổ liên minh toàn thế giới; hợp tác với LHQ, Mỹ, EU và Nga trong việc giải quyết xung đột ở Trung Đông; thực hiện chính sách ngoại giao cân bằng trong quan hệ với các nước Trung-Đông, đặc biệt trong mối quan hệ giữa Pa-let-xtin và I-xra-en.

- Ở Châu Á, Trung Quốc là đối tác chiến lược toàn diện của Đức; là thị trường nhập khẩu máy móc nhiều nhất của Đức và nước xuất khẩu lớn thứ 3 vào Đức. Đông Nam Á ngày càng thu hút nhiều quan tâm của Đức. Thủ tướng Đức A. Merkel đã thăm Singapore và Việt Nam năm 2011, thăm Indonesia (7/2012); lần đầu tiên kể từ năm 1986, Tổng thống Đức thăm Myanmar (2/2014).

- Đức quan hệ với Châu Phi ở mức thấp, chủ yếu thông qua hình thức viện trợ nhân đạo và viện trợ phát triển cho một số nước nghèo nhưng cũng bắt đầu hướng tới khu vực này nhằm tranh thủ nguồn năng lượng, đồng thời tìm kiếm sự ủng hộ của các quốc gia châu Phi tại LHQ.

Tại LHQ, Đức ủng hộ cải cách HĐBA/LHQ theo hướng cân đối hơn giữa các khu vực. Đức đã và đang là thành viên của các tổ chức quan trọng của LHQ. Gần đây nhất, Đức là thành viên không thường trực HĐBA/LHQ nhiệm kỳ 2011 – 2012; Hội đồng Nhân quyền LHQ nhiệm kỳ 2012 – 2015,...

Ngoài ra, chính sách văn hoá và giáo dục đào tạo đối ngoại là một phần trong chính sách đối ngoại của Đức, phần lớn được các tổ chức như Viện Göt, Cơ quan trao đổi hàn lâm Đức DAAD, Quỹ Alexander von Humboldt, Viện quan hệ nước ngoài và UNESCO của Đức thực hiện.

III. Quan hệ hợp tác với Việt Nam

1. Quan hệ ngoại giao

Việt Nam và CHLB Đức thiết lập quan hệ ngoại giao ngày 23/9/1975. Từ đó đến nay, quan hệ hữu nghị và hợp tác giữa hai nước ngày càng phát triển tích cực, sâu rộng, hiệu quả và toàn diện.

Trao đổi đoàn cấp cao

Đoàn ta thăm bạn: Thủ tướng Võ Văn Kiệt (1993); Chủ tịch Quốc hội Nông Đức Mạnh (1993); Thủ tướng Phan Văn Khải (2001); Tổng Bí thư Nông Đức Mạnh (2004); Thủ tướng Nguyễn Tấn Dũng (2008). Phó Thủ tướng, Bộ trưởng Ngoại giao Phạm Gia Khiêm thăm Đức (9/2010); Bộ trưởng Ngoại giao Phạm Bình Minh (9/2012); Chủ tịch Quốc hội Nguyễn Sinh Hùng (3/2013).

Đoàn bạn thăm ta: Thủ tướng Helmut Kohl (1995); Chủ tịch Quốc hội Wolfgang-Thierse (2001); Thủ tướng Gerhard Schroeder (2003 và 2004); Chủ tịch Hội đồng Liên bang Matthias Platzeck (2005); Tổng thống Horst Koehler (2007); Chủ tịch Hội đồng Liên bang Harald Ringstorff (2007); Phó Thủ tướng kiêm Bộ trưởng Ngoại giao Frank-Walter Steinmeier (2008); Bộ trưởng Ngoại giao Guido Westerwelle (2011); Thủ tướng Angela Merkel (2011); Phó Thủ tướng, Bộ trưởng Kinh tế P. Roesler (9/2012).

Từ nhiều năm nay Đức là một trong những đối tác quan trọng nhất của ta ở Châu Âu. Sự tin cậy và hiểu biết lẫn nhau giữa hai nước ngày càng được tăng cường thông qua duy trì trao đổi đoàn cấp cao và cơ chế tham vấn chính trị giữa hai Bộ Ngoại giao (cấp Thứ trưởng và cấp Vụ trưởng Vụ khu vực) được thiết lập từ 2008. Trong chuyến thăm Việt Nam của Thủ tướng Đức Angela Merkel (tháng 10/2011), Thủ tướng hai nước đã ký Tuyên bố chung Hà Nội về việc thiết lập quan hệ Đối tác chiến lược, trong đó đề ra các mục tiêu và biện pháp cụ thể tăng cường hợp tác trong các lĩnh vực ưu tiên; hai bên cũng thiết lập cơ chế họp Nhóm Điều hành chiến lược trong khuôn khổ Tham vấn chính trị cấp Thứ trưởng Ngoại giao đã họp lần thứ nhất tại Berlin (9/2012).

Ngày 13/3/2013, Hiệp định miễn thị thực cho người mang hộ chiếu ngoại giao đã được ký kết giữa Chính phủ Việt Nam và Chính phủ Đức và bắt đầu có hiệu lực từ ngày 01/11/2013.

2. Quan hệ hợp tác kinh tế - thương mại

Hai nước đã ký một số Hiệp định tạo cơ sở pháp lý cho quan hệ hợp tác kinh tế như: Hiệp định tránh đánh thuế hai lần; Hiệp định Khuyến khích và Bảo hộ đầu tư, các hiệp định hàng hải, hàng không.

- Thương mại

Đức là đối tác thương mại lớn nhất của Việt Nam ở Châu Âu, chiếm 19% xuất khẩu của ta sang EU (bằng cả Anh và Pháp cộng lại); và cũng là cửa ngõ trung chuyển quan trọng của hàng hoá Việt Nam sang các thị trường khác ở châu Âu. Với sự phục hồi nhanh của kinh tế Đức, trao đổi thương mại song phương năm 2013 tăng mạnh bất chấp tác động tiêu cực của khủng hoảng nợ châu Âu, đạt 7,1 tỷ USD (tăng khoảng 12 % so với năm 2012).

Đức ủng hộ EU sớm công nhận quy chế kinh tế thị trường cho Việt Nam, thúc đẩy đàm phán Hiệp định thương mại tự do (FTA) Việt Nam-EU nhằm tăng cường tối đa kinh tế, thương mại giữa hai nước.

Việt Nam được Đức xếp hạng đối tác thương mại thứ 40/144 nước xuất khẩu hàng hoá vào Đức, hạng 55/144 nước nhập khẩu hàng hoá từ Đức và hạng 47/144 nước đối tác thương mại chính trên kim ngạch hai chiều.

Các mặt hàng Việt Nam xuất khẩu chủ yếu sang Đức theo thứ tự tổng trị giá là giày dép, hàng dệt may, cà phê hạt, đồ gỗ, thủy sản, đồ da v.v., và nhập từ Đức chủ yếu là máy móc, thiết bị kỹ thuật, ô tô, máy dệt, dược phẩm, hoá chất.

**Các mặt hàng chủ yếu Việt Nam xuất khẩu sang CHLB Đức
Năm 2014 và 3 tháng 2015**

| STT | Mặt hàng chủ yếu | Trị giá (USD) | |
|-----|--|---------------|----------------|
| | | Năm 2014 | Tháng 1-3/2015 |
| 1 | Hàng thủy sản | 237.314.127 | 50.433.820 |
| 2 | Hàng rau quả | 10.361.495 | 3.229.603 |
| 3 | Hạt điều | 43.262.597 | 11.600.422 |
| 4 | Cà phê | 502.741.300 | 134.615.217 |
| 5 | Chè | 3.562.932 | 895.515 |
| 6 | Hạt tiêu | 45.954.216 | 12.733.593 |
| 7 | Bánh kẹo và các sản phẩm từ ngũ cốc | 12.403.841 | 2.400.782 |
| 8 | Sản phẩm hóa chất | 5.847.889 | 1.129.793 |
| 9 | Sản phẩm từ chất dẻo | 119.675.216 | 29.200.464 |
| 10 | Cao su | 60.178.146 | 8.428.285 |
| 11 | Sản phẩm từ cao su | 25.718.679 | 4.951.796 |
| 12 | Túi xách, ví, vali, mũ, ô, dù | 140.625.588 | 39.337.968 |
| 13 | Sản phẩm mây, tre, cói và thảm | 30.331.272 | 8.286.509 |
| 14 | Gỗ và sản phẩm gỗ | 114.860.892 | 38.146.928 |
| 15 | Giấy và các sản phẩm từ giấy | 2.058.088 | 491.228 |
| 16 | Hàng dệt, may | 758.664.493 | 131.075.731 |
| 17 | Giày dép các loại | 600.059.925 | 148.906.521 |
| 18 | Nguyên phụ liệu dệt, may, da, giày | 15.377.463 | 3.787.596 |
| 19 | Sản phẩm gốm, sứ | 14.229.576 | 3.395.743 |
| 20 | Đá quý, kim loại quý và sản phẩm | 5.029.694 | 751.624 |
| 21 | Sắt thép | | 72.81.840 |
| 22 | Sản phẩm từ sắt thép | 102.290.456 | 23.265.969 |
| 23 | Kim loại thường khác và sản phẩm | 6.157.060 | 1.069.629 |
| 24 | Máy vi tính, sản phẩm điện tử và linh kiện | 335.941.833 | 138.081.601 |
| 25 | Điện thoại các loại và linh kiện | 1.355.023.209 | 429.753.505 |
| 26 | Máy ảnh, máy quay phim và linh kiện | 10.188.617 | 1.706.687 |
| 27 | Máy móc, thiết bị, dụng cụ phụ tùng | 177.643.776 | 52.810.504 |

Hồ sơ thị trường Đức

| | | | |
|----|--------------------------------------|------------|------------|
| | khác | | |
| 28 | Phương tiện vận tải và phụ tùng | 41.595.569 | 22.455.554 |
| 29 | Đồ chơi, dụng cụ thể thao và bộ phận | 38.170.665 | 5.865.026 |

Nguồn: Tổng cục Hải quan, 2015

Trong những mặt hàng xuất khẩu sang CHLB Đức, có 23 mặt hàng có kim ngạch nhập khẩu từ 10 triệu USD trở lên, trong đó có 12 mặt hàng đạt từ 50 triệu USD trở lên. Đức là thị trường nhập khẩu đứng thứ 5 của Việt Nam (sau Hoa Kỳ, Trung Quốc, Nhật Bản và Hàn Quốc). Mặt hàng chủ yếu mà Việt Nam xuất khẩu sang Đức gồm có Điện thoại các loại và linh kiện, Hàng dệt may, Giày dép các loại, Cà phê, Máy vi tính, sản phẩm điện tử và linh kiện, Hàng thủy sản, Máy móc, thiết bị, dụng cụ phụ tùng khác, Túi xách, ví, vali, mũ, ô, dù, Sản phẩm từ chất dẻo, Gỗ và sản phẩm gỗ, và Sản phẩm từ sắt thép.

**Các mặt hàng chủ yếu Việt Nam nhập khẩu từ CHLB Đức
Năm 2014 và 3 tháng năm 2015**

| STT | Mặt hàng chủ yếu | Trị giá (USD) | |
|-----|--|---------------|------------|
| | | Năm 2014 | 1-3/2015 |
| 1 | Sữa và sản phẩm sữa | 50.939.158 | 11.049.043 |
| 2 | Bánh kẹo và các sản phẩm từ ngũ cốc | 3.435.508 | 1.251.982 |
| 3 | Chế phẩm thực phẩm khác | 3.445.933 | 1.022.784 |
| 4 | Thức ăn gia súc và nguyên liệu | 6.743.209 | 1.183.350 |
| 5 | Nguyên phụ liệu thuốc lá | 8.614.351 | 321.906 |
| 6 | Quặng và khoáng sản khác | 6.016.068 | 1.060.769 |
| 7 | Sản phẩm khác từ dầu mỏ | 4.960.083 | 958.15 |
| 8 | Hóa chất | 47.802.912 | 11.679.964 |
| 9 | Sản phẩm hóa chất | 142.657.042 | 28.775.136 |
| 10 | Nguyên phụ liệu dược phẩm | 7.055.219 | 1.749.631 |
| 11 | Dược phẩm | 189.149.508 | 41.164.078 |
| 12 | Phân bón các loại | 7.286.190 | 1.668.875 |
| 13 | Chất thơm, mỹ phẩm và chế phẩm vệ sinh | 9.877.411 | 2.758.648 |
| 14 | Thuốc trừ sâu và nguyên liệu | 46.905.182 | 9.109.096 |
| 15 | Chất dẻo nguyên liệu | 59.386.429 | 15.836.907 |
| 16 | Sản phẩm từ chất dẻo | 39.985.354 | 9.512.759 |
| 17 | Cao su | 5.309.316 | 1.486.663 |
| 18 | Sản phẩm từ cao su | 14.036.968 | 2.991.113 |
| 19 | Gỗ và sản phẩm gỗ | 36.807.123 | 8.033.599 |
| 20 | Giấy các loại | 8.144.386 | 1.627.147 |
| 21 | Sản phẩm từ giấy | 2.956.581 | 593.5 |
| 22 | Vải các loại | 44.631.852 | 9.883.049 |
| 23 | Nguyên phụ liệu dệt, may, da, giày | 30.577.867 | 7.166.534 |
| 24 | Sắt thép các loại | 43.336.212 | 2.954.066 |

Hồ sơ thị trường Đức

| | | | |
|----|--|---------------|-------------|
| 25 | Sản phẩm từ sắt thép | 66.134.791 | 13.254.218 |
| 26 | Kim loại thường khác | 24.120.812 | 4.648.806 |
| 27 | Sản phẩm từ kim loại thường khác | 6.301.979 | 1.922.182 |
| 28 | Máy vi tính, sản phẩm điện tử và linh kiện | 88.481.443 | 23.167.188 |
| 29 | Máy móc, thiết bị, dụng cụ, phụ tùng khác | 1.178.120.879 | 285.776.685 |
| 30 | Dây điện và dây cáp điện | 15.211.073 | 928.888 |
| 31 | Ô tô nguyên chiếc các loại | 83.392.183 | 13.870.429 |
| 32 | Linh kiện, phụ tùng ô tô | 72.701.995 | 18.884.377 |
| 33 | Phương tiện vận tải khác và phụ tùng | 125.355.675 | 1.732.271 |

Nguồn: Tổng cục Hải quan, 2015

Trong quan hệ thương mại với Đức, Việt Nam luôn ở vị thế xuất siêu và quy mô xuất siêu có xu hướng tăng lên.

Các mặt hàng Việt Nam nhập khẩu từ Đức theo thứ tự tổng trị giá là: Máy móc, thiết bị, dụng cụ, phụ tùng khác; Dược phẩm; Sản phẩm hóa chất; Phương tiện vận tải khác và phụ tùng; Máy vi tính, sản phẩm điện tử và linh kiện; Ô tô nguyên chiếc các loại; Linh kiện, phụ tùng ô tô; Sản phẩm từ sắt thép; Chất dẻo nguyên liệu; và Sữa và sản phẩm sữa.

3. Quan hệ hợp tác đầu tư và hợp tác phát triển

3.1. Quan hệ hợp tác đầu tư

Là nền kinh tế hướng tới xuất khẩu, Đức coi Việt Nam là thị trường có tiềm năng phát triển nhanh ở châu Á (chỉ sau Trung Quốc và Ấn Độ). Nhiều tập đoàn hàng đầu của Đức (Siemens, Metro, Mercedes-Benz, Deutsche Bank, Allianz...) đã mở các cơ sở và cam kết đầu tư lâu dài ở Việt Nam.

Tính đến tháng 12/2013, Đức có 215 dự án còn hiệu lực với tổng vốn đầu tư đăng ký là 1,16 tỷ USD, đứng thứ 22 trên tổng số 101 quốc gia và vùng lãnh thổ đầu tư tại Việt Nam. Hầu hết các dự án của Đức tập trung vào: (i) lĩnh vực công nghiệp chế biến, chế tạo với 76 dự án, tổng vốn đầu tư đăng ký là 525,08 triệu USD, chiếm 49,1% vốn đầu tư đăng ký; (ii) lĩnh vực sản xuất, phân phối điện, khí nước với 4 dự án có tổng vốn đăng ký 306,66 triệu USD, chiếm 29,15% tổng vốn đăng ký; (iii) lĩnh vực bán buôn, bán lẻ và sửa chữa với 24 dự án và tổng vốn đầu tư 78,15 triệu USD.

Vốn đầu tư của Đức tập trung vào (i) hình thức 100% vốn nước ngoài, chiếm 69% tổng vốn đầu tư đăng ký; (ii) hình thức liên doanh chiếm 30,1% tổng vốn đầu tư đăng ký; (iii) còn lại là hình thức công ty cổ phần và hợp đồng hợp tác kinh doanh.

Đức có dự án đầu tư tại 30 tỉnh, thành phố của cả nước, hầu hết tập trung ở các thành phố lớn, có điều kiện cơ sở hạ tầng tương đối phát triển như TP HCM (70 dự án, 173 triệu USD), Ninh Thuận (2 dự án, 156,7 triệu USD), Đồng Nai, Hà Nội, Đà Nẵng...

Một số tập đoàn đa quốc gia của Đức đã có đầu tư tại Việt Nam như: Daimler-Chrysler (sản xuất ô tô Mercedes-Benz), B.Braun (sản xuất thiết bị y tế), Messer (tách hóa lỏng khí phục vụ luyện kim)...

Tính đến nay, các doanh nghiệp Việt Nam đã có 7 dự án đầu tư còn hiệu lực tại Đức với tổng vốn đầu tư 5,35 triệu USD. Một số dự án tiêu biểu là Công ty Liên doanh Nhà Việt (VietHaus) có tổng vốn đầu tư là 9,4 triệu USD; dự án Chi nhánh Vietinbank tại Đức, cấp phép ngày 19/1/2011, tổng vốn đăng ký là 7,5 triệu USD; dự án mua và sửa chữa bất động sản làm trụ sở phục vụ Văn phòng đại diện của Vietinbank với tổng số vốn đăng ký trên 2 triệu USD; dự án kinh doanh thương mại, dịch vụ của công ty Nam Bằng có tổng vốn đầu tư là gần 1,4 triệu USD¹¹... Tuy các dự án đầu tư không nhiều và tổng vốn đầu tư chưa cao nhưng đã thể hiện quan tâm của các doanh nghiệp Việt Nam với thị trường EU nói chung và Đức nói riêng, mở đường cho các doanh nghiệp Việt Nam thâm nhập thị trường Đức và EU.

3.2. Quan hệ hợp tác phát triển

Đức là một trong những nước viện trợ nhiều và thường xuyên ODA cho Việt Nam. Từ năm 1990 đến nay, Đức đã cung cấp khoảng 1,5 tỷ USD cho các dự án ODA tại Việt Nam thông qua hợp tác kỹ thuật và hợp tác tài chính. Hợp tác kỹ thuật được thực hiện dưới hình thức cung cấp viện trợ không hoàn lại cho các dự án. Hợp tác tài chính bao gồm cả hai hình thức viện trợ không hoàn lại (khoảng 40%) và tín dụng ưu đãi (khoảng 60%). Tín dụng ưu đãi của Đức có mức ưu đãi cao với lãi suất thấp 0,75%/năm, thời gian vay 40 năm, 10 năm ân hạn. 3 lĩnh vực ưu tiên hợp tác giữa Đức và Việt Nam là: Hỗ trợ cải cách kinh tế và xây dựng kinh tế thị trường, bảo vệ và sử dụng bền vững tài nguyên thiên nhiên (kể cả cấp thoát nước và xử lý nước thải, rác thải) và y tế.

Tại kỳ họp đàm phán về hợp tác phát triển giữa Chính phủ Việt Nam và Đức tháng 7/2013 tại Bonn, hai bên nhất trí điều chỉnh các lĩnh vực ưu tiên trong giai đoạn tới là năng lượng, môi trường và đào tạo nghề; Chính phủ Đức đã cam kết dành cho Việt Nam 76,7 triệu Euro ODA trong thời gian tới.

Một số dự án lớn sử dụng ODA của Chính phủ Đức là: Dự án tuyến tàu điện ngầm số 2 tại Tp Hồ Chí Minh (240,75 triệu Euro); Dự án Nâng cao hiệu quả năng lượng khu vực nông thôn (100 triệu Euro); Dự án Nhà máy điện gió Phú Lạc (35 triệu Euro).

IV. Một số điều cần biết khi kinh doanh với thị trường Đức

1. Các quy định về xuất nhập khẩu

1.1. Chứng từ nhập khẩu

Các yêu cầu về chứng từ

Hóa đơn: Hóa đơn này đôi khi được yêu cầu từ nhà nhập khẩu. Yêu cầu bắt buộc phải có ít nhất 2 bản copy Hóa đơn thương mại

Không quy định mẫu và bắt buộc có ít nhất 2 bản copy. Hóa đơn phải bao gồm:

- Tên và địa chỉ của cả người mua và người bán
- Phương pháp đóng gói
- Số và mã vạch
- Số container
- Miêu tả hàng hóa (gồm miêu tả code hàng hóa)
- Trọng lượng hàng hóa
- Giá FOB (điều khoản thương mại quốc tế incoterms 1990)
- Vận tải
- Bảo hiểm và chi phí khác

Vận đơn/ hóa đơn hàng không;

Không có những quy định đặc biệt. Hóa đơn đặt hàng có thể được chấp nhận;

Chứng nhận xuất xứ: Điều này là bắt buộc đối với các hàng hóa đặc biệt và phải được ban hành bởi một cơ quan có thẩm quyền;

Danh sách đóng gói;

Các yêu cầu về sức khỏe cộng đồng;

Chăn nuôi (ngoài ngựa, chó và mèo), thực phẩm, sản phẩm động vật, thực vật và các sản phẩm thực vật là đối tượng kiểm soát và quy định chi tiết và nhập khẩu phải kèm theo chứng nhận đặc biệt. Các yêu cầu đặc biệt phải được kiểm tra từ nhà nhập khẩu;

Nhập khẩu thuốc và dược phẩm phải được kiểm soát chặt chẽ;

Thuốc trừ sâu và các chất hóa học nguy hiểm nhìn chung bị hạn chế bởi luật. Các chất này phải được chứng nhận và đăng ký với chính phủ Đức sau khi kiểm tra để xác định xem sản phẩm nào là an toàn đối với thương mại thông thường.

1.2. Các hạn chế về nhập khẩu:

Việc cấm và hạn chế các mặt hàng được áp dụng trong những lĩnh vực sau:

- Vũ khí và đạn dược (vũ khí, vũ khí bán bán, mặt hàng bị cấm)
- Pháo hoa
- Văn hóa phẩm có nội dung bất hợp pháp
- Nội dung khiêu dâm
- Thực phẩm
- Chất ma túy
- Thuốc
- Chó dữ
- Hàng giả (hàng vi phạm bản quyền)
- Bảo vệ thực vật
- Thuốc bảo vệ chống lại bệnh động vật(vật nuôi, các sản phẩm làm từ động vật)

Nên nhớ rằng việc cấm và hạn chế lưu chuyển hàng hóa trong phạm vi EU. Một số mặt hàng đòi hỏi chứng nhận nhập khẩu đặc biệt như:

- Các sản phẩm từ nông nghiệp
- Thực phẩm
- Dệt may

Một số mặt hàng nhập khẩu bị hạn chế về định lượng (ví dụ: thịt) và/hoặc yêu cầu hoặc chứng nhận nhập khẩu đặc biệt hoặc xác nhận mà nhà sản xuất được chứng nhận xuất xứ xuất khẩu (ví dụ hàng may mặc sản xuất từ các nước đang phát triển). Những quy định nhập khẩu đặc biệt cũng có thể áp dụng đối với những sản phẩm dưới sự kiểm soát độc quyền (ví dụ như các loại thuốc). Kiểm soát tỷ giá là trách nhiệm của Ngân hàng trung ương Châu Âu và được giám sát bởi các ngân hàng.

2. Chính sách thuế và thuế suất

2.1. Thuế nhập khẩu

Đức áp dụng biểu thuế quan chung (CET) đối với hàng hóa nhập khẩu từ các nước khác.

- Phương pháp định giá tính thuế nhập khẩu:

Thuế nhập khẩu được tính bằng cách lấy giá trị hàng hóa nhập khẩu tính theo giá CIF nhân với thuế suất của loại hàng hóa đó. Trong đó, giá trị hàng hóa nhập khẩu tính theo giá CIF bao gồm: tiền hàng, các chi phí (đóng gói, làm thủ tục xuất khẩu, nộp thuế xuất khẩu (nếu có), lập bộ chứng từ xuất khẩu, cước vận tải, phí bảo hiểm...).

2.2. Thuế giá trị gia tăng (VAT)

Hàng hóa nhập khẩu vào Đức thường phải chịu thuế giá trị gia tăng. Thuế suất này khác nhau đối với từng loại hàng và nước xuất khẩu. Đối với sản phẩm nông nghiệp thuế suất là 7% còn đối với hàng công nghiệp mức thuế này là 16% giá trị hàng nhập cộng với phí thông quan và chi phí vận chuyển tới địa chỉ đầu tiên trong nước.

Trong quy định về miễn thuế giá trị gia tăng thì hàng mẫu, hàng quảng cáo cho hội chợ hay triển lãm... nói chung là các mặt hàng tạm nhập thì không phải chịu thuế giá trị gia tăng. Ngoài ra những hoạt động như chăm sóc sức khỏe, giáo dục, bảo hiểm cũng được miễn thuế giá trị gia tăng.

Các loại thuế suất tiêu biểu cho các loại mặt hàng như sau:

- Mức VAT chuẩn là 19%
- Giảm từ 7% đối với các sản phẩm nông nghiệp và thực phẩm
- 8% cho các loại thiết bị sử dụng trong thể thao, thuốc men, sách, chiếu bóng, dịch vụ vận tải hành khách, khách sạn và nhà nghỉ, hoạt động vui chơi giải trí, các hoạt động thể thao, vườn bách thú, bảo tàng, và các tổ chức hoặc các hoạt động tương tự.

2.3. Thuế thu nhập

Có 2 mức thuế:

- Đối với các doanh nghiệp như công ty chứng khoán hoặc công ty trách nhiệm hữu hạn thì phải chịu thuế thu nhập doanh nghiệp. Mức thuế thu nhập doanh nghiệp chuẩn là 15% đối với tất cả các thu nhập chịu thuế của doanh nghiệp.
- Đối với các công ty hợp danh hoặc thuộc quyền sở hữu duy nhất thì các thành viên không chịu thuế thu nhập doanh nghiệp nhưng phải chịu thuế thu nhập cá nhân.

2.4. Các loại thuế khác đánh vào hàng nhập khẩu:

Thuế chống bán phá giá

Thuế chống bán phá giá là thuế đánh vào các sản phẩm được bán ở Đức với mức giá thấp hơn so với mức giá được bán ở nước sản xuất (hay còn gọi là mức giá thị trường).

Thuế tiêu thụ đặc biệt

Thuế tiêu thụ đặc biệt đánh vào sản phẩm dầu mỏ, rượu, đồ uống có cồn, thuốc lá, cà phê và sản phẩm từ cà phê, dầu thô (tất cả đều theo mức thuế của EU), và rác thải, điện, một số nguồn năng lượng, nước ngọt (theo mức thuế của quốc gia). Mức thuế cao hơn mức chung của EU có thể áp cho các loại hàng sau: giấy dếp, cao su, nhựa, kim loại, da sơ chế và một số thiết bị điện.

Thuế chống trợ cấp

Thuế chống trợ cấp là thuế dùng để trừng phạt đối với các loại hàng hóa nhập khẩu vào Đức được hưởng trợ cấp của Chính phủ nước xuất khẩu khiến cho chúng ảnh hưởng tới hàng hóa nội địa của Đức và của các nước thành viên EU.

3. Quy định về bao gói, nhãn mác

Quy định về bao gói

Bao bì là một bộ phận không thể thiếu của hàng hóa, đặc biệt là hàng hóa xuất nhập khẩu và vấn đề xử lý phế thải bao bì sau khi sản phẩm được sử dụng đang được đặt ra một cách cấp thiết nhằm mục đích hạn chế tối thiểu phế thải bao bì từ nguồn rác sinh hoạt để bảo vệ môi trường.

Ở Đức bao gói sản phẩm được quy định trong Sắc lệnh về bao gói sản phẩm quốc gia (“Verpackungsverordnung”).

Điều đầu tiên được chú ý trong Sắc lệnh này là phải tránh phế thải bao bì. Ngoài ra có những điều khoản bổ sung về bao bì tái sử dụng, vật liệu tái sinh và các quy trình khác về phế thải bao bì

Sắc lệnh về bao gói của Đức không đưa ra những quy định ngặt nghèo về nguyên vật liệu sản xuất bao bì. Việc sử dụng một số vật liệu nhất định để sản xuất bao bì có thể được tài trợ về mặt tài chính.

Trong Sắc lệnh này, bao bì được chia ra làm 3 loại:

Bao bì vận chuyển (Transport Packaging)

Bao gồm một số loại như: thùng, container, sọt, bao tải, pallet, thùng các tông... và các loại bao bì tương tự dùng để bảo vệ hàng hóa tránh hư hỏng trong quá trình vận chuyển từ nơi sản xuất đến nơi phân phối hoặc để vận chuyển an toàn.

Bao gói thứ hai (Secondary packaging)

Là loại bao bì được sử dụng thêm để đóng gói sản phẩm đảm bảo cho sản phẩm được giữ vệ sinh, tránh bị nhiễm bẩn cũng như được tăng độ bền. Loại bao bì này không cần phải chuyển tới người tiêu dùng cuối cùng. Bao bì này thường là bao nhựa, hộp carton,... nói chung là những loại bao tương tự được sử dụng trong quá trình bán hàng. Bao bì loại này có tác dụng như sau:

Giúp hàng hóa có thể bán được trên cơ sở tự phục vụ;

Tránh hoặc giảm rủi ro mất cắp;

Phục vụ cho mục đích quảng cáo.

Bao gói hàng hóa (Sales packaging)

Là loại bao gói cho từng đơn vị sản phẩm và được đưa đến tay người tiêu dùng cuối cùng.

Những loại bao bì sau đây được quy định một cách cụ thể:

1) Bao bì cho đồ uống

Đây là loại bao bì tiếp xúc trực tiếp với thực phẩm ở dạng lỏng, chủ yếu là đồ uống trừ sữa chua và rượu kefir.

2) Bao bì có thể tái sử dụng:

Là loại bao bì có thể tái sử dụng trong vài lần.

Cần chú ý rằng ba loại bao bì trên không nhất thiết phải áp dụng cho tất cả các loại sản phẩm, một số chỉ có một hoặc hai loại bao bì như trên.

Quy định về chấp nhận mang bao bì trở về

Vấn đề quan trọng trong Sắc lệnh về bao bì đối với các công ty ở những nước đang phát triển là quy định phải chấp nhận mang trở về bao bì mà mình đã đóng gói, nếu bao bì đó không thể tái chế hoặc tái sử dụng.

Những nhà xuất khẩu ở các nước đang phát triển (trừ khi chính họ vận chuyển hàng hóa đến Đức) sẽ không phải chịu trách nhiệm nhưng những nhà nhập khẩu của Đức thì phải chịu chi phí. Khi đó, nhà nhập khẩu sẽ yêu cầu nhà xuất khẩu lần sau sử dụng các loại bao bì phù hợp với Sắc lệnh về bao bì - đó là những bao bì có thể tái chế hoặc tái sử dụng.

Những nhà sản xuất và phân phối nước ngoài có thể thuê một bên thứ ba thực hiện nghĩa vụ này, có nghĩa là những bao bì đã qua sử dụng không nhất thiết phải mang về nước xuất xứ.

Các tổ chức xử lý rác thải

Nếu doanh nghiệp không muốn tự xây dựng hệ thống thu hồi phế thải bao bì nhằm tái chế hoặc tái sử dụng, thì họ có thể thuê một tổ chức chuyên nghiệp khác làm cho mình. Những tổ chức chuyên thu thập và xử lý rác thải tiêu biểu nhất của Đức và phạm vi hoạt động của họ bao gồm:

- Duales System Deutschland GmbH (DSD): tất cả các loại bao bì. DSD được độc quyền trong việc cấp nhãn Green Dot. những quyền này bao gồm những đảm bảo cho việc sẽ thu thập và tái chế rác thải.

- RESY GmbH, ở Darmstadt: giấy và bìa các tông. Đây là tổ chức nổi tiếng nhất trong việc thu hồi và xử lý bao bì vận chuyển bằng giấy và bìa các tông;
- Interseroh AG, ở Cologne: bìa các tông, giấy, gỗ, bột polixetiren, và nhựa.
- Vereinigung für Werstoffrecycling GmbH (VfW): giấy, gỗ, kim loại;
- Verpackungsrücknahmesystem Deutschland (VRSD): giấy, bìa các tông, gỗ.

Nhãn hiệu xanh “Green Dot”

Hệ thống DSD (Duales System Deutschland) là một hệ thống về tái sử dụng và tái chế bao bì quan trọng nhất ở Đức. Đây là một chương trình liên kết hoạt động thương mại (với sự hỗ trợ lớn từ Chính phủ Liên bang) để giải quyết vấn đề phế thải bao bì một cách hiệu quả và thu thập rác thải với chi phí thấp nhất có thể cho các thành viên tham gia. Các doanh nghiệp sẽ phải trả phí để được phép in chữ Green Dot (der Grüne Punkt) lên bao bì và phải ký hợp đồng về việc này. Hệ thống DSD được duy trì dựa trên đóng góp tài chính của các doanh nghiệp. Mức đóng góp này phụ thuộc vào



- Số lượng bao bì bán ra hàng năm ở thị trường Đức
- Thành phần của bao bì

Chỉ những công ty nào đảm bảo sẽ thu hồi và tái chế bao bì mới được sử dụng Green Dot.

Các vật liệu quy định trong hệ thống Green Dot

Gồm tất cả các loại vật liệu quy định trong hệ thống DSD: thủy tinh, giấy và giấy bìa, thiếc, nhôm, nhựa, thùng giấy đóng đồ uống, những vật liệu đóng gói tự nhiên hoặc tổng hợp.

Quy định về nhãn mác

Với mục đích đảm bảo an toàn cho người sử dụng, nhãn mác trở nên rất quan trọng trong việc lưu thông hàng hóa trên thị trường Đức. Nhãn hàng hóa ở Đức phải bao gồm các thông tin cơ bản sau:

- Tên sản phẩm (điều kiện vật chất hoặc cách xử lý cụ thể)
- Tên/địa chỉ của nhà sản xuất, đóng bao, người bán hoặc người nhập khẩu bằng tiếng Đức
- Nước xuất xứ
- Thành phần theo thứ tự giảm dần về trọng lượng
- Trọng lượng và khối lượng theo hệ đo lường mét
- Chất phụ gia theo tên các loại
- Điều kiện bảo quản đặc biệt
- Thời gian sử dụng
- Hướng dẫn cách sử dụng đặc biệt

Ví dụ cụ thể đối với từng loại hàng hóa như sau:

Đối với các sản phẩm có nguồn gốc hữu cơ

Tại Đức hiện nay áp dụng quy định số 2092/91 của EU về nhãn mác cho sản phẩm hữu cơ. Quy định này ở Đức được gọi là ‘Bundesland’. Nhãn mác sản phẩm nông nghiệp hữu cơ EU

được ghi trên rất nhiều sản phẩm nhập khẩu vào Đức. Là một trong những thị trường lâu đời nhất của EU, Đức có rất nhiều các nhãn mác khác nhau trên thị trường. hiện nay có 8 tổ chức sản xuất sản phẩm hữu cơ, và cả 8 tổ chức này đều sở hữu những nhãn mác được bảo hộ về mặt pháp lý của riêng mình. Rất nhiều nhãn mác đã quen thuộc với người tiêu dùng, tiêu biểu là Bioland, Naturland và Demeter. Ở một số khía cạnh, tiêu chuẩn của các tổ chức này nghiêm ngặt hơn so với tiêu chuẩn trong quy định của EU. Ngoài ra, chính phủ Đức cũng cấp nhãn mác “Bio-Siegel” – là nhãn mác quốc gia.



Nhãn mác quốc gia

Năm 2001, Chính phủ Đức đã đưa ra một nhãn mác hữu cơ quốc gia gọi là Bio-Siegel. Các tiêu chuẩn áp dụng cho nhãn mác này dựa trên quy định số 2092/91 của EU đối với sản phẩm có nguồn gốc hữu cơ. Việc cung cấp nhãn mác này là một sự thành công của Chính phủ Đức thể hiện qua khoảng 12.000 sản phẩm có nguồn gốc hữu cơ đã được dán nhãn này ngay trong năm đầu tiên cung cấp.

Sự thành công này có được một phần nhờ việc sử dụng nhãn mác này hoàn toàn miễn phí. Những tiêu chuẩn thì phù hợp với những quy định của EU. Điều này khiến cho việc sử dụng nhãn mác này khác so với các nhãn mác khác là không phải thêm bất cứ yêu cầu bổ sung nào. Trên thực tế, điều này có nghĩa là, nếu một sản phẩm được sản xuất và được quản lý theo những quy định của EU thì nó sẽ được cấp nhãn mác Bio – Siegel. Điều này áp dụng cho tất cả các loại sản phẩm có nguồn gốc hữu cơ nhập khẩu vào Đức, kể cả từ các nước thành viên hay không thành viên.

Đối với sản phẩm dệt may

Hàng ngày, các sản phẩm như vải sợi, quần áo, đồ đạc... được sản xuất với sự hỗ trợ của các chất hóa học nhằm tăng độ bền đẹp cho sản phẩm. Những chất này không được ảnh hưởng đến sức khỏe của con người. Điều này có nghĩa là, ở mức độ tối thiểu, các sản phẩm phải tuân thủ theo đúng những quy định đặt ra đối với các sản phẩm dệt ví dụ như chất nhuộm hữu cơ (azo-dyes).



Để có thể đảm bảo sản phẩm không có hại cho sức khỏe người tiêu dùng nhà cung cấp có thể đề nghị một viện độc lập kiểm tra sản phẩm của mình. TOXPROOF là một chương trình như vậy. Nó được thành lập bởi viện kiểm tra độc lập có tên là TÜV Rheinland của Đức. Sản phẩm được kiểm tra phù hợp sẽ được dán nhãn mác TOXPROOF. Nhãn mác này sẽ chứng minh là sản phẩm của bạn không ảnh hưởng đến sức khỏe của người tiêu dùng.

Nhãn TOXPROOF áp dụng cho các loại sản phẩm dệt. Một số sản phẩm đã được cấp nhãn TOXPROOF là quần áo, đồ dùng gia đình, tấm phủ ghế ô tô, rèm, và thảm...

Nhãn TOXPROOF được cấp bởi Viện Kiểm tra TÜV Rheinland Đức - một viện nghiên cứu độc lập. Nhãn hiệu này là nhãn hiệu nổi tiếng nhất ở Đức hiện nay và cũng được các nhà sản xuất trên thế giới áp dụng. Hàng trăm loại sản phẩm đã được kiểm tra và dán nhãn này. Nếu muốn sản phẩm được dán nhãn TOXPROOF®, quá trình thực hiện như sau:

- Xuất trình mẫu và tài liệu về sản phẩm
- Phạm vi kiểm tra chính xác sẽ được thiết lập sau khi kiểm tra mẫu và tài liệu. tùy theo yêu cầu mà TÜV Rheinland sẽ thông báo phạm vi và chi phí kiểm tra chính xác. những cuộc kiểm tra cần thiết sẽ được thực hiện sau khi được sự chấp thuận từ bên yêu cầu kiểm tra.
- Sau khi cuộc kiểm tra kết thúc thành công, một hợp đồng sẽ được thảo ra và bạn sẽ có quyền sử dụng nhãn mác này.

Đối với các sản phẩm da

Nhãn S-G nhằm đảm bảo sản phẩm không có hại cho sức khỏe người tiêu dùng. những nguyên liệu tự nhiên như da và lông thú phải được xử lý và nhuộm đúng cách để có thể đáp ứng được những yêu cầu đặt ra. Ngoài ra, những chất hóa học dùng để nhuộm và xử lý này cũng phải được sử dụng để bảo quản sản phẩm trong quá trình lưu kho hay chuyên chở.



Để bảo vệ người tiêu dùng khỏi những ảnh hưởng gây hại cho sức khỏe từ những sản phẩm da thuộc, phải kiểm tra xem các sản phẩm này có dùng các chất hóa học phù hợp hay không, và chỉ được chứa một mức độ tối thiểu cho phép hoặc không được chứa các chất có hại. Tiêu chuẩn SG là tiêu chuẩn đặt ra các hàm lượng chất có hại này thấp hơn cả quy định của quốc gia. Những sản phẩm da thuộc đôi khi cũng gồm cả một số nguyên vật liệu mà không chỉ giới hạn ở đồ da mà còn một số thành phần được làm từ sợi dệt, sợi tổng hợp, một số thành phần từ sợi xenlulo....

Các sản phẩm có thể được cấp nhãn SG là những sản phẩm da thuộc như:

- Giày dép
- Đồ da
- Quần áo da
- Các nguyên liệu cần thiết cho việc sản xuất đồ da thuộc

4. Quy định về kiểm dịch động thực vật

Sản phẩm từ động thực vật để được nhập vào Đức phải qua các giai đoạn kiểm tra và kiểm dịch hết sức nghiêm ngặt. Nếu bị phát hiện không an toàn về vệ sinh thực phẩm sẽ bị tiêu hủy ngay tại cửa khẩu. Ngoài những quy định về kiểm dịch động thực vật như trong các quy định chung của EU, Đức cũng đặt ra một số các tiêu chuẩn bổ sung. Do Đức là một quốc gia rất coi trọng đến vệ sinh an toàn thực phẩm nên các quy định của Đức khắt khe hơn so với các quy định chung của EU.

Vi dụ, Ủy ban châu Âu EC đã đưa ra mức mycotoxins giới hạn trong một số loại thực phẩm trong quy định số 1525/98. Quy định này áp dụng trực tiếp cho các loại sản phẩm xuất khẩu

vào EU. Bên cạnh hoà hợp về tiêu chuẩn, Đức cũng đặt ra một số tiêu chuẩn riêng. Những tiêu chuẩn này được viện Mykotoxin-Höchstmengenverordnung (MHmV) đưa ra vào ngày 02 tháng 06 năm 1999. Cơ quan có thẩm quyền là Bộ y tế liên bang

Aflatoxins B1, B2, G1, G2 và M1 trong các loại thực phẩm và mức tối đa cho phép

| Hàng hóa | Mức tối đa cho phép (mg/kg) | | |
|--|------------------------------------|-----------|--------------------|
| | B1 | M1 | B1+B2+G1+G2 |
| Tất cả các loại hàng hóa khác (ngoài hàng hóa như trong quy định của EU) | 2 | | 4 |
| Sữa và các sản phẩm từ sữa | | 0.05 | |
| Enzymes và enzyme điều chế được sử dụng trong thực phẩm | | | 0.05 |

Việc kiểm tra, kiểm dịch động thực vật được tiến hành trước hết ở các giấy tờ liên quan đến lô hàng xuất khẩu: 100% giấy tờ này sẽ được kiểm tra ngay tại cửa khẩu. Sau đó, 100% sản phẩm sẽ được kiểm tra thực tế. Giai đoạn cuối cùng là kiểm tra vật lý, tức là kiểm tra về mẫu và lượng thuốc tồn dư trên sản phẩm có nguồn gốc từ động, thực vật. Kiểm tra này với mức từ 20-50% lô hàng.

5. Quyền sở hữu trí tuệ

Bảo hộ đối với sáng chế

Luật Sáng chế của Đức được sửa đổi năm 2005 có sự kết hợp hài hoà giữa pháp luật của Đức và pháp luật quốc tế về bảo hộ sáng chế. Các điều kiện để một giải pháp hữu ích được cấp bằng sáng chế theo quy định pháp luật của Đức, của các nước thành viên EU cũng tương tự như quy định của pháp luật Việt Nam.

Nhằm khuyến khích các tác giả sáng chế, các doanh nghiệp áp dụng hệ thống thang điểm khi đánh giá các giải pháp kỹ thuật và theo đó xác định mức thù lao cho tác giả sáng chế, có sự phân biệt giữa trường hợp tác giả đồng thời là nhân viên của công ty với trường hợp không phải là nhân viên công ty; Ngoài khoản thù lao trả cho tác giả lần đầu, nếu sáng chế được áp dụng và mang lại lợi nhuận cho công ty thì tác giả được hưởng tiếp một khoản thù lao theo tỷ lệ % với lợi nhuận thu được. Nhìn chung các doanh nghiệp không quan niệm tiền lương trả cho tác giả là khoản thù lao để trả cho sáng chế mà người đó tạo ra, vì như vậy sẽ không khuyến khích được khả năng sáng tạo của người lao động. Đây là kinh nghiệm tốt Việt nam có thể tham khảo khi xây dựng chế độ trả thù lao cho tác giả sáng chế.

Các trường hợp cấp li-xăng bắt buộc thuộc thẩm quyền của Nhà nước, nhưng kể từ sau chiến tranh thế giới đến nay, Đức chưa có giải pháp kỹ thuật nào bị cấp phép bắt buộc.

Luật sáng chế người lao động của Đức hiện đang được tiến hành sửa đổi, theo chiều hướng quy định phương thức tính thù lao cho tác giả sáng chế một cách đơn giản hơn, nhưng phương án sửa đổi chưa được chấp nhận vì chưa được sự ủng hộ từ phía đại diện của giới

chủ doanh nghiệp và người lao động, vì cả 2 phía đều cho rằng chưa bảo vệ được quyền lợi của họ.

Bảo hộ kiểu dáng công nghiệp

Luật kiểu dáng công nghiệp của Đức đã được sửa đổi nhằm thực hiện thông tư của EU. Các điều kiện để một đối tượng được cấp bằng kiểu dáng công nghiệp theo quy định pháp luật của Đức, của các nước thành viên EU cũng tương tự như quy định của pháp luật Việt Nam; tuy nhiên, khác với quy trình xét nghiệm giải pháp kỹ thuật để cấp bằng sáng chế, tính mới và tính độc đáo về kiểu dáng của sản phẩm không được cơ quan đăng ký kiểm tra khi tiến hành xem xét để cấp bằng kiểu dáng công nghiệp, vì quy mô các kiểu dáng công nghiệp được bảo hộ rất lớn.

Về yêu cầu đối với tính độc đáo về thẩm mỹ khi xem xét để bảo hộ kiểu dáng công nghiệp, từ năm 2004, pháp luật của Đức đã bỏ quy định về yêu cầu này đối với kiểu dáng công nghiệp, vì cho rằng đây là một khái niệm phức tạp, khó đánh giá, trong khi Đức đang muốn hạ thấp tiêu chí để bảo hộ kiểu dáng công nghiệp.

Về vấn đề đồng bảo hộ, trong Luật của Đức cũng như của EU đều không loại trừ khả năng một đối tượng có thể đồng thời vừa được bảo hộ dưới danh nghĩa kiểu dáng công nghiệp, vừa được bảo hộ theo quy định của Luật bản quyền, trong đó điển hình nhất là việc bảo hộ kiểu dáng hàng dệt may.

Bảo hộ nhãn hiệu:

Luật nhãn hiệu Đức dựa trên cơ sở và là sự chuyển hoá Luật của EU. Về cơ bản, Luật bảo hộ nhãn hiệu của các nước thành viên EU là giống nhau và đáp ứng với các yêu cầu của Hiệp định TRIPS. Các dấu hiệu được bảo hộ dưới danh nghĩa nhãn hiệu theo quy định của Luật nhãn hiệu Đức cũng tương tự như quy định của pháp luật Việt Nam; tại Đức, kể từ năm 1995, âm thanh cũng được bảo hộ dưới danh nghĩa là nhãn hiệu.

Đức quy định cho việc đăng ký bảo hộ nhãn hiệu ở 3 cấp độ:

- Bảo hộ nhãn hiệu cấp quốc gia: thực hiện trên cơ sở đạo luật về bảo hộ nhãn hiệu và các ký hiệu khác ban hành năm 1995; nhãn hiệu quốc gia chỉ được bảo hộ trong phạm vi của quốc gia;
- Bảo hộ nhãn hiệu cấp châu Âu (nhãn hiệu cộng đồng): thực hiện trên cơ sở Nghị định châu Âu số 40/49 về nhãn hiệu cộng đồng được ban hành năm 1994, đến nay đã được sửa đổi nhiều lần; nhãn hiệu cộng đồng được bảo hộ trong phạm vi lãnh thổ của tất cả các nước thành viên của EU;
- Bảo hộ nhãn hiệu cấp quốc tế: thực hiện thông qua một đăng ký duy nhất tại WIPO và được áp dụng theo quy định của Thỏa ước Madrid về đăng ký nhãn hiệu quốc tế; nhãn hiệu cấp quốc tế được bảo hộ tại trên 60 nước trên thế giới.

Các thuật ngữ “*hàng giả*”, *hàng nhái*” hay “*nhãn hiệu nhái*” không phải là các khái niệm pháp lý. Đạo luật về bảo hộ Sở hữu trí tuệ và đấu tranh chống hàng giả/hàng nhái có hiệu lực từ tháng 7/1990 đã tạo tiền đề tốt cho việc bảo vệ quyền lợi của chủ sở hữu nhãn hiệu, với 4 nội dung chính:

- Mở rộng quyền yêu cầu tịch thu hàng vi phạm tại biên giới, không chỉ đối với hàng xâm phạm nhãn hiệu và bản quyền mà còn áp dụng đối với hàng xâm phạm tất cả các đối tượng sở hữu trí tuệ;
- Mở rộng quyền tiêu huỷ hàng vi phạm không chỉ đối với hàng xâm phạm nhãn hiệu và bản quyền, mà còn áp dụng đối với hàng xâm phạm tất cả các đối tượng sở hữu trí tuệ;
- Mở rộng quyền yêu cầu cung cấp thông tin về hàng xâm phạm không chỉ nhằm mục đích đưa ra yêu cầu bồi thường thiệt hại cho chủ sở hữu, mà còn quy định quyền của chủ sở hữu được yêu cầu cung cấp các thông tin về xuất xứ và về các kênh phân phối hàng xâm phạm;
- Các quy định về xử phạt hình sự được xiết chặt hơn, có thể bị xử phạt tù tới 5 năm, không chỉ đối với người xâm phạm quyền mà còn áp dụng đối với người thực thi quyền.

Về vấn đề hài hoà các quy định pháp luật về nhãn hiệu: Ngày 29/4/2004, Liên minh Châu Âu đã ban hành Định hướng 2004/48/EG về việc thực thi các quyền bảo hộ sở hữu trí tuệ. Đây là công cụ pháp lý thiết lập những quy định bảo hộ tối thiểu, thống nhất của Châu Âu trong việc chống làm hàng giả, hàng nhái. Bản định hướng của EU áp dụng những quy định cao hơn và thống nhất việc thực thi Hiệp định TRIPS tại các nước thành viên. Trọng tâm của nó nhằm hướng vào các trường hợp vi phạm phục vụ cho mục đích kinh doanh công nghiệp hoặc vi phạm gây thiệt hại lớn cho chủ nhãn hiệu. Điểm mới của văn bản này là có thêm các quy định về cung cấp chứng cứ và quyền được yêu cầu cung cấp các thông tin, theo đó, Toà có thể yêu cầu không chỉ người vi phạm pháp luật mà cả người thứ ba phải cung cấp các thông tin về xuất xứ và các kênh phân phối sản phẩm, nếu người này cũng tham gia vào vụ việc ở quy mô kinh doanh; quy định việc thu hồi các hàng hoá vi phạm, loại bỏ hoàn toàn hàng vi phạm ra khỏi kênh thương mại, tiêu huỷ hoàn toàn hàng vi phạm và các phương tiện để sản xuất hàng vi phạm. Theo quy định của Bản định hướng, cho đến năm 2006, tất cả các nước thành viên EU đều phải chuyển hoá xong văn bản định hướng vào hệ thống luật quốc gia.

Bảo hộ quyền tác giả

Bảo hộ quyền tác giả có nhiều điểm khác biệt so với việc bảo hộ các đối tượng SHCN (khác biệt về đối tượng bảo hộ, thời điểm phát sinh quyền, phạm vi quyền tác giả được bảo hộ, cơ chế đăng ký, các yếu tố cản trở việc bảo hộ quyền, thời hạn bảo hộ,...).

Vấn đề đồng bảo hộ cũng được đặt ra trong lĩnh vực quyền tác giả: một sản phẩm vừa có thể được bảo hộ trên phương diện bản quyền, vừa có thể được bảo hộ trên phương diện nhãn hiệu hoặc kiểu dáng công nghiệp.

Pháp luật Đức mở ra cơ chế để bảo hộ đối với các tác phẩm, nếu như chúng không được bảo hộ theo cơ chế quyền tác giả thì có thể áp dụng quy định của Luật chống cạnh tranh không lành mạnh để bảo hộ, nếu đáp ứng đủ 2 yếu tố: phải có hành vi cạnh tranh không lành mạnh và đối tượng hoặc sản phẩm đó phải có tính đặc thù, đặc trưng cho khả năng cạnh tranh, ví dụ: việc lợi dụng uy tín sản phẩm của người khác để làm lợi cho mình, gây nhầm lẫn cho người tiêu dùng.

Luật bản quyền quy định tác giả có quyền đòi hỏi được hưởng thù lao xứng đáng với tác phẩm do mình sáng tạo ra, nhất là đối với tác giả của các chương trình phần mềm máy tính, vì chúng thường mang lại lợi nhuận rất lớn.

Trong lĩnh vực quyền tác giả không có yếu tố cản trở việc bảo hộ tác phẩm, ngay cả khi tác phẩm có nội dung bị cấm, bị coi là vi phạm pháp luật về hình sự hoặc trái với thuần phong mỹ tục.

Các tín hiệu truyền qua vệ tinh ở Đức không được coi là một loại hình đặc thù phải có cơ chế bảo hộ riêng, đối tượng này cũng được coi như chương trình phát sóng, không phân biệt phát qua vệ tinh hay phát trên mặt đất.

Đức có một số tổ chức lớn có chức năng quản lý tập thể quyền tác giả như: Hiệp hội của các nhạc sỹ, Hiệp hội của các nghệ sỹ biểu diễn, Hiệp hội của các nhà xuất bản các tác phẩm âm nhạc... Việt Nam có thể tham khảo kinh nghiệm từ mô hình của Hội quản lý quyền trình diễn âm nhạc và nhân bản cơ giới (GEMA).

6. Văn hoá kinh doanh

Là đất nước có nền kinh tế hùng mạnh với thu nhập bình quân đầu người cao vào bậc nhất châu Âu, người Đức đòi hỏi rất cao về chất lượng và sản phẩm dịch vụ. Họ có sở thích và thói quen sử dụng các sản phẩm có nhãn hiệu nổi tiếng thế giới, vì cho rằng những nhãn hiệu này gắn liền với chất lượng sản phẩm và sẽ đảm bảo an toàn cho người sử dụng, mặc dù giá của chúng đắt hơn hoặc đắt hơn nhiều so với các sản phẩm cùng loại khác.

Hiện nay, xu hướng tiêu dùng trên thị trường Đức đang có những thay đổi như: không thích sử dụng đồ nhựa và thích dùng đồ gỗ; thích ăn thủy hải sản hơn thịt; yêu cầu về mẫu mốt và kiểu dáng hàng hóa thay đổi nhanh, đặc biệt đối với những mặt hàng thời trang (quần áo, giày dép,...). Cùng với sự phát triển mạnh mẽ của khoa học công nghệ, sở thích và thói quen tiêu dùng trên thị trường này thay đổi rất nhanh. Ngày nay, người tiêu dùng Đức cần nhiều chủng loại hàng hóa với số lượng lớn và có vòng đời ngắn, giá rẻ hơn với các điều kiện về dịch vụ bán hàng cũng như sau bán hàng tốt hơn, thay vì sử dụng những sản phẩm có chất lượng cao, giá đắt, vòng đời sản phẩm dài như trước đây. Tuy nhiên, chất lượng hàng hóa vẫn là yếu tố quyết định đối với phần lớn các mặt hàng được tiêu thụ trên thị trường này. Ví dụ một số sản phẩm tiêu biểu:

- *Đối với hàng may mặc*: Người Đức chỉ mua hàng may mặc không có chứa chất nhuộm có nguồn gốc hữu cơ (Azo-dyes). Khách hàng Đức đặc biệt quan tâm tới chất lượng và thời trang của loại sản phẩm này. Nhiều khi yếu tố thời trang lại có tính quyết định cao hơn so với giá cả. Đối với mặt hàng này, nhu cầu thay đổi nhanh chóng, đặc biệt về mẫu mốt.

- *Thủy hải sản*: Người Đức không mua những sản phẩm thủy hải sản nhập khẩu bị nhiễm độc do tác động của môi trường hoặc do chất phụ gia không được phép sử dụng. Đối với sản phẩm thủy hải sản đã qua chế biến, người Đức chỉ dùng những sản phẩm đóng gói có ghi rõ họ tên sản phẩm, nơi sản xuất, các điều kiện bảo quản và sử dụng, mã số và mã vạch. Người tiêu dùng tẩy chay các loại thủy hải sản nhập khẩu có chứa khuẩn Salmonella, độc tố

Hồ sơ thị trường Đức

Lustamine, nhiễm V.Parahaemoliticus, nhiễm V.Cholerae. Người Đức ngày càng ăn nhiều thủy hải sản vì họ cho rằng sẽ giảm được béo mà vẫn khỏe mạnh.

Một đặc điểm quan trọng ở thị trường Đức đó là người tiêu dùng rất chú trọng đến các khía cạnh môi trường và xã hội liên quan đến sản xuất hàng hóa. Thị phần hàng thực phẩm thân thiện với môi trường trên cả hai phương diện (giảm lượng hóa chất trong thực phẩm và không gây ô nhiễm môi trường) dự kiến sẽ tăng lên nhanh chóng. Bao bì có khả năng tái sinh và ngay cả việc quảng cáo được tiến hành theo cách thức thân thiện môi trường luôn giành được sự ưu ái của người tiêu dùng. Bên cạnh đó, người Đức còn trở nên khắt khe hơn trong việc lựa chọn hàng hóa xuất phát từ quan điểm đạo đức. Hàng hóa có được sản xuất với sự phân chia thu nhập công bằng cho người lao động thực sự, trong những điều kiện lao động phù hợp, không lạm dụng lao động trẻ em... đang là mối quan tâm lớn của thị trường.

V. Đánh giá tiềm năng thị trường Đức

CHLB Đức không chỉ là đối tác song phương trực tiếp với Việt Nam mà đây còn là một trong số ít đối tác chiến lược của Việt Nam, Đức cũng là cửa ngõ cho hàng Việt Nam sang thị trường các nước Liên minh Châu Âu (EU). Việt Nam xuất khẩu sang Đức những mặt hàng như điện thoại các loại và linh kiện, dệt may, da giày, thủy sản, cà phê..., đồng thời nhập khẩu từ thị trường này những mặt hàng như máy móc thiết bị, hóa chất, sản phẩm công nghệ cao... Các doanh nghiệp Việt Nam đã bắt đầu có sự hiện diện ở Đức, trong đó có FPT, Vietinbank đã tạo cơ sở thanh toán cho các doanh nghiệp Việt Nam khi làm ăn tại Đức.

Việt Nam và Đức hiện đang có những cơ hội rất tốt để khai thác các tiềm lực hợp tác. Đặc biệt, với giai đoạn hiện nay khi Việt Nam và EU đang nỗ lực khẩn trương kết thúc đàm phán Hiệp định thương mại tự do thì việc đẩy mạnh kết nối giữa các doanh nghiệp Việt Nam và Đức sẽ giúp làm sâu sắc hơn quan hệ đối tác chiến lược Việt Nam – Đức. Đức là một trong những đối tác thương mại lớn của Việt Nam và là một trong những nền kinh tế dẫn đầu Châu Âu, Hiệp định FTA Việt Nam – EU sẽ tạo điều kiện thuận lợi cho hàng Việt Nam thâm nhập thị trường Đức cũng như thị trường các nước EU.

Đức nằm ở trung tâm EU, giáp biên với Pháp, Thụy Sĩ, Áo, CH Séc, Ba Lan, Bỉ, Luc-xăm-bua và cách Việt Nam khoảng 11 giờ bay thẳng, là điểm đến hấp dẫn cho hàng hóa Việt Nam và thuận lợi cho hàng Việt Nam sang các thị trường Châu Âu khác. Bên cạnh đó, hiện có khoảng 1.000 người Đức sống và làm việc ở Việt Nam, trong khi có tới 120.000 người Việt Nam sống và làm việc ở Đức, là cầu nối hiệu quả cho các hoạt động hợp tác kinh doanh và đầu tư giữa hai nước.

Giải pháp thâm nhập thị trường Đức

Các doanh nghiệp cần phân tích thông tin tại văn phòng về xu hướng thị trường Đức, xu hướng tiêu dùng, tìm hiểu về những sản phẩm phù hợp, các yêu cầu của thị trường về tiêu chuẩn và chất lượng sản phẩm. Các doanh nghiệp Việt Nam cũng nên tham gia những hội chợ thương mại uy tín tại Đức như một kênh giới thiệu và phân phối hàng hóa hữu hiệu. Ngoài ra, các doanh nghiệp cần tham dự những diễn đàn và các sự kiện giao thương để nắm bắt thông tin thị trường và tiếp cận đối tác tiềm năng; quan tâm tới đối thủ cạnh tranh và sản phẩm cạnh tranh, văn hóa kinh doanh ở thị trường Đức...

Sau khi Hiệp định FTA Việt Nam – EU được ký kết, mức thuế nhập khẩu vào EU nói chung và Đức nói riêng sẽ ưu đãi toàn diện, ổn định hơn. Việc giảm thuế sẽ giúp hàng hóa của các doanh nghiệp Việt Nam có lợi thế về giá. Tuy nhiên, chất lượng hàng hóa sẽ trở thành yếu tố cạnh tranh chính. Do đó, doanh nghiệp sẽ gặp phải nhiều rào cản khi xuất khẩu bởi đây là thị trường khó tính nên các tiêu chuẩn, quy chuẩn an toàn cho sản phẩm nhập khẩu luôn được cập nhật, bổ sung với các hệ thống kiểm soát rất phức tạp. Vì vậy, doanh nghiệp trong nước phải nâng cao hiểu biết về chuyên môn thương mại quốc tế, đổi mới chiến lược kinh doanh. Cùng với đó, tập trung xuất khẩu những mặt hàng chuyên biệt và có chất lượng, tạo nguồn hàng lớn với giá cả cạnh tranh và đặc biệt chú ý đến việc đầu tư xây dựng thương hiệu, cải tiến mẫu mã và có chiến lược kinh doanh dài hạn.

Hồ sơ thị trường Đức

Hàng năm, Đức chi khoảng 550 tỷ USD cho nhập khẩu hàng tiêu dùng. Hàng hóa nhập khẩu vào Đức không chỉ phục vụ cho thị trường Đức mà còn tiếp tục được xuất khẩu sang 27 nước thành viên EU và các nước Châu Âu khác. Chính vì vậy, Đức có thể được hỗ trợ trong việc chuyển giao công nghệ tốt hơn nhất là với những hàng hóa tiêu dùng của Việt Nam như dệt may, giày dép, thủy sản sẽ có thêm nhiều cơ hội tại EU.

Bên cạnh đó, khi Đức trở thành một trong những đối tác thương mại lớn của Việt Nam và là một trong những nền kinh tế lớn nhất của EU sẽ bảo đảm sự thuận lợi cho hàng Việt Nam thâm nhập thị trường Đức cũng như thị trường các nước EU. Mặc dù vậy, theo các chuyên gia thương mại, hiện hàng xuất khẩu của Việt Nam mới chỉ chiếm khoảng 0,2% nhu cầu nhập khẩu của thị trường này nên cơ hội cho hàng Việt xuất khẩu sang thị trường Đức còn rất lớn. Hai nước cũng đã ký kết một loạt hiệp định quan trọng như: Hiệp định tránh đánh thuế hai lần, Hiệp định khuyến khích và bảo hộ đầu tư, các hiệp định hợp tác trong lĩnh vực hàng hải, hàng không... tạo cơ sở pháp lý quan trọng cho việc tăng cường quan hệ kinh tế - thương mại song phương. Ngoài ra, cộng đồng hơn 125.000 người Việt đang sinh sống tại Đức cũng là cơ hội lớn cho doanh nghiệp đẩy mạnh xuất khẩu.

VI. Địa chỉ hữu ích

Địa chỉ Đại sứ quán Việt Nam tại CHLB Đức

Địa chỉ: Elsenstrasse 3, 12435, Berlin

Điện thoại : +49 (30) 536 30 108

Fax: +49 (30) 536 30 200

Địa chỉ Tổng Lãnh sự quán Việt Nam tại Frankfurt, CHLB Đức

Địa chỉ: Villa Hanoi, Kennedy Allee 49, 60596 Frankfurt am Main

Điện thoại : +49 (69) 795 336 50

Fax: +49 (69) 795 336 511

Thương vụ Việt Nam tại CHLB Đức

Rosa – Luxembourg str.7, 10178 Berlin – Mitte, Germany

Tel: 49-30 229 – 2374 / -8198

Fax: 49-30 229 – 1812 / -2374

Email: viettrade.berlin@t-online.de; nguyenminhgon@yahoo.com

Tham tán thương mại: Ông Nguyễn Minh Gòn

Cơ quan kinh tế Liên bang - Bundesamt für Wirtschaft (BAW)

P.O.Box 51 71

65726 Eschborn

Tel: 06196-404 0

Fax: 06196-942 260

Internet: <http://www.bawi.de>

e-mail: bawi@rhein-main.net

BfAI - Cơ quan liên bang cung cấp thông tin cho các hoạt động ngoại thương

E-mail: info@bfai.com

Internet: <http://www.bfai.com/>

Hệ thống tiêu chuẩn DIN

Deutsches Institut für Normung eV (DIN)

E-mail: peter.anthony@din.de

Internet: <http://www.din.de/>

Cơ quan Nông nghiệp và thực phẩm liên bang

Bundesanstalt für Landwirtschaft und Ernährung - BLE

P.O.Box 18 02 03 60083 Frankfurt/Main

Adickesallee 40 60322 Frankfurt/Main

Tel: 069-156 40

Fax: 069-156 4444

Internet: <http://www.dainet.de>

e-mai: webadmin@ffm.ble.bund400.de

Hồ sơ thị trường Đức

Hiệp hội chế biến và nhà buôn cá quốc gia

E-mail: bvfisch@t-online.de

Internet: <http://www.fischinfo.de/>

Ủy ban thủy hải sản Châu Âu

Frequency: biennial (Bremen 2004)

E-mail: info@fishinternational.de

Internet: <http://www.fishinternational.com/>

Hiệp hội nông nghiệp hữu cơ Naturland Đức

E-mail: naturland@naturland.de

Internet: <http://www.naturland.de>

Hiệp hội kinh doanh Hoa quả Đức (DFHV)

E-mail: bonn@dfhv.de

Internet: <http://www.dfhv.de>

Fruchthandel - Tạp chí thương mại

Ngôn ngữ: Tiếng Đức

Những chủ đề chính: rau quả tươi, lạc nhân, hoa quả và khoai tây sấy

E-mail: info@fruchthandel.de

Internet: <http://www.fruchthandel.de>

ANUGA - một trong những hội trợ hàng đầu thế giới của Đức về công nghiệp đồ uống và thực phẩm

Địa điểm: Cologne, Germany

E-mail: anuga@koelnmesse.de

Internet: <http://www.anuga.com>

Fruit Logistica - trung bày quốc tế cho những ngành liên quan đến kinh doanh rau quả: các quốc gia đang phát triển là nhóm tiêu biểu

Địa điểm: Berlin, Germany

E-mail: central@messe-berlin.de

Internet: <http://www.fruitlogistica.com>

BCS ÖKO-GARANTIE GMBH – Cơ quan cấp chứng nhận hữu cơ

E-mail: info@bcs-oeko.de

Internet: <http://www.bcs-oeko.de>

Nguồn cung cấp giá cả thị trường

Zentrale Markt- und Preisberichtsstelle für Erzeugnisse der Land-, Forst- und Ernährungswirtschaft GmbH (ZMP)

E-mail: info@zmp.de

Internet: <http://www.zmp.de>

Các hiệp hội kinh doanh đồ gỗ
Gesamtverband Holzhandel e.V.
E-mail: info@gdholz.de
Internet: <http://www.holzhandel.de>

Các ấn phẩm thương mại
Holz-Zentralblatt
DRW-Verlag Redaktion Holz-Zentralblatt
E-mail: info@holz-zentralblatt.com
Internet: <http://www.holz-zentralblatt.com>

Holz Journal
Zentrale Markt- und Preisberichtsstelle (ZMP) GmbH
E-mail: info@zmp.de
Internet: <http://www.zmp.de>

EUWID
E-mail: info@euwid.de
Internet: <http://www.euwid.de>

VII. Tài liệu tham khảo

Số liệu thống kê xuất nhập khẩu của Việt Nam với Đức của Tổng Cục Hải quan và Bản đồ thương mại (Trademap) của Trung tâm thương mại quốc tế (ITC).

Thông tin tổng quan về Đức của CIA The World Factbook
<https://www.cia.gov/library/publications/resources/the-world-factbook/>

Thông tin về quy định nhập khẩu vào Đức có tại: <http://www.austrade.gov.au>

Thông tin về quan hệ ngoại giao Việt Nam – Đức trên website của Bộ Ngoại giao Việt Nam

Trang web của Cục Xúc tiến thương mại: www.vietrade.gov.vn

Trang web của Bộ Công Thương: www.moit.gov.vn



Mọi thông tin xin liên hệ:

Cục Xúc tiến thương mại

Phòng Nghiên cứu Phát triển thị trường

Địa chỉ: 20 Lý Thường Kiệt, Hoàn Kiếm, Hà Nội

Tel: 84.4.4.39347628, số máy lẻ 174; 193

Fax: 84.4.39348142

Email: nctt@vietrade.gov.vn

Website: <http://www.vietrade.gov.vn>