



Giới thiệu về sự bùng nổ của thương mại điện tử xuất khẩu xuyên biên giới

Chương 2

Amazon Global Selling trải rộng trên 17 thị trường ở nước ngoài bao gồm Bắc Mỹ, Châu Âu, Nhật Bản, Úc và Trung Đông, với 300 triệu tài khoản đang hoạt động và hàng triệu khách hàng doanh nghiệp. Để giúp người bán triển khai hoạt động kinh doanh toàn cầu, chương này sẽ giới thiệu cho bạn nội dung liên quan đến thương mại điện tử xuất khẩu xuyên biên giới và các ví dụ chi tiết đi kèm giúp bạn dễ hiểu hơn.

2. Tại sao bạn muốn kinh doanh thương mại điện tử xuất khẩu xuyên biên giới

Tại sao bạn muốn kinh doanh thương mại điện tử xuất khẩu xuyên biên giới? Sự bùng phát bất ngờ của đại dịch toàn cầu COVID-19 vào năm 2020 đang thúc đẩy hoạt động mua sắm toàn cầu của ngành bán lẻ tiêu dùng, đẩy mạnh thương mại điện tử hóa. Chúng tôi sẽ giới thiệu chính sách hỗ trợ của nhà nước và sở thích của những người tiêu dùng tại các quốc gia khác nhau trong chương dưới đây.

2.1 <u>Tại sao bạn muốn kinh doanh thương mại điện tử xuất khẩu xuyên biên giới</u>	3
2.2 <u>Phụ lục: Giải thích các thuật ngữ sử dụng trong chương này</u>	8

Tài liệu này có bốn chương, nếu bạn muốn học các chương khác, vui lòng tham khảo hướng dẫn tìm kiếm trên [Trang đọc liên quan](#) để tìm nội dung bạn muốn học.

2.1 Tại sao bạn muốn kinh doanh thương mại điện tử xuất khẩu xuyên biên giới

Lời nói đầu:

Sự bùng phát bất ngờ của đại dịch toàn cầu COVID-19 vào năm 2020 đã thúc đẩy xu hướng mua sắm toàn cầu của ngành bán lẻ tiêu dùng, đẩy mạnh thương mại điện tử hóa.

Mua sắm trực tuyến sẽ trở thành trạng thái bình thường mới của người tiêu dùng ở nước ngoài, mang lại sự tăng trưởng mạnh mẽ về không gian cho ngành thương mại điện tử xuất khẩu xuyên biên giới. Lấy Bắc Mỹ làm ví dụ, tính đến ngày 21 tháng 4 năm 2020, đơn đặt hàng thương mại điện tử tại đây đã tăng 129% so với cùng kỳ năm ngoái. Gần một nửa (43,2%) số người được hỏi cho biết họ sẽ mua sắm trực tuyến nhiều hơn. Xét về nhóm tuổi, 48,4% thế hệ Y cho biết họ sẽ tiếp tục mua sắm trực tuyến mạnh mẽ hơn, trong khi đó, có tới 35,8% người ở độ tuổi "truyền thống" là 55 - 74 tuổi thể hiện rằng họ sẽ tham gia vào hàng ngũ mua sắm trực tuyến nhiều hơn.

Dịch bệnh thúc đẩy hành vi của người tiêu dùng từ ngoại tuyến sang trực tuyến



Trong thời kỳ dịch bệnh 32% người tiêu dùng toàn cầu cho biết họ đã chuyển từ mua sắm ngoại tuyến sang mua sắm trực tuyến



Nếu dịch vẫn tiếp tục 43% người tiêu dùng toàn cầu nói rằng họ sẽ mua sắm trực tuyến nhiều hơn

Nguồn:

1. Yotpo <https://www.yotpo.com/blog/survey-how-is-covid-19-changing-consumer-ecommerce-trends>

Giới thiệu về sự bùng nổ của thương mại điện tử xuất khẩu xuyên biên giới - Tại sao bạn muốn kinh doanh thương mại điện tử xuất khẩu xuyên biên giới

Copyright © 2021 Amazon. All rights Reserved.



Ngoài ra, với sự cạnh tranh ngày càng gay gắt trên thị trường nội địa Việt Nam, các doanh nghiệp cũng gấp rút tìm kiếm không gian tăng trưởng mới. Thương mại điện tử xuất khẩu xuyên biên giới, với tư cách là hình thức thương mại chính trong thế hệ tiếp, có thể giúp các doanh nghiệp nhanh chóng tham gia vào thị trường thương mại điện tử toàn cầu, chẳng hạn như thị trường tiêu dùng rộng lớn ở các quốc gia phát triển, lợi nhuận thị trường dự phòng tương đối cao ở các quốc gia đang phát triển, là một thị trường đại dương xanh điển hình.

Với sự trưởng thành dần dần của chuỗi ngành thương mại điện tử xuất khẩu xuyên biên giới, những khó khăn và ngưỡng cửa khi hoạt động thương mại điện tử xuất khẩu xuyên biên giới cũng giảm dần.

- Một mặt, sự trưởng thành của chuỗi ngành được thể hiện qua các dịch vụ hỗ trợ ngày càng phong phú và thông minh của các Marketplace thương mại điện tử xuất khẩu xuyên biên giới. Ngày nay dịch vụ hoàn thiện đơn hàng toàn cầu của thương mại điện tử xuất khẩu xuyên biên giới đã vươn ra toàn thế giới. Cũng có càng nhiều các nhà cung cấp dịch vụ kho nước ngoài và hoàn thiện đơn hàng nội địa chuyên nghiệp.
- Mặt khác, sự chuyên môn hóa về phân công của hệ sinh thái thương mại điện tử xuất khẩu xuyên biên giới ngày càng hoàn thiện hơn. Nhiều mắt xích trong chuỗi hoạt động ngoại thương đều có các công ty dịch vụ chuyên nghiệp.

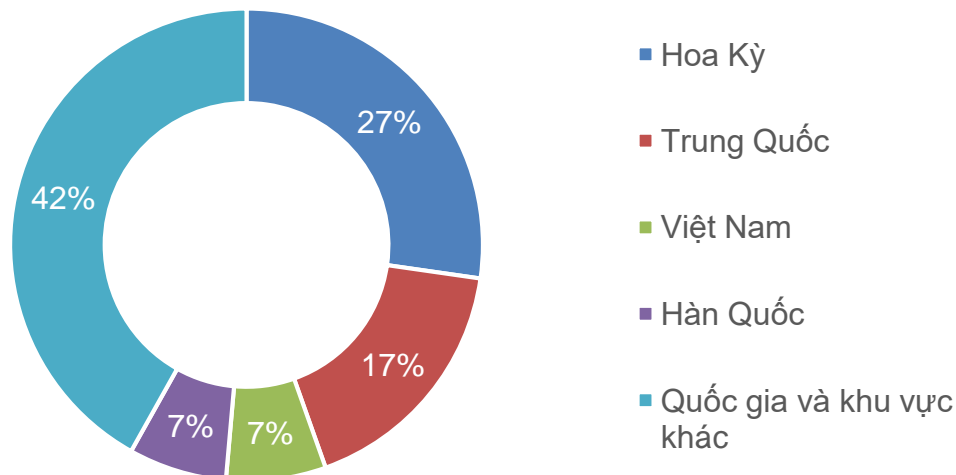
Vì thế:

1. Thương mại điện tử xuất khẩu xuyên biên giới là một lối ra thị trường mới

Do sự chuyển dịch cơ cấu kinh tế Việt Nam, ngành dịch vụ và công nghiệp, gia công điện tử, dệt may, xây dựng cơ bản đã trở thành các ngành trụ cột trong nền kinh tế, sản phẩm xuất khẩu chủ yếu cũng chuyển đổi từ sản phẩm dệt may qua sản phẩm điện tử giá thành cao và cơ khí. Bởi sự chuyển dịch trong xuất khẩu, định hướng xuất khẩu ngành sản phẩm điện tử đã giúp nâng cao giá trị hàng hóa xuất khẩu của Việt Nam, đẩy mạnh thương mại xuất nhập khẩu, vậy nên Việt Nam đã từ một nước nhập khẩu lớn dần trở thành nước xuất siêu.

Năm 2020, tổng kim ngạch xuất khẩu đạt 282,65 tỷ USD (tăng 7%), trong đó giá trị xuất khẩu sang Hoa Kỳ đạt 77,08 tỷ USD (tăng 25,7% so với cùng kỳ), xuất khẩu sang Trung Quốc đạt 48,9 tỷ USD (tăng gần 18% so với cùng kỳ), sang Nhật Bản đạt gần 19,3 tỷ USD, sang Hàn Quốc đạt 19 tỷ USD. Nhìn từ đối tác thương mại, kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam và Châu Á đạt 140,25 tỷ USD, tăng 3,4%.¹

Biểu đồ phân bố kim ngạch thương mại xuất khẩu Việt Nam năm 2020



Do sự bùng nổ chiến tranh thương mại Hoa Kỳ - Trung Quốc, trong quý 1 năm 2020 xuất khẩu của Việt Nam sang Hoa Kỳ tăng mạnh 40%. Lĩnh vực thương mại điện tử trong năm 2021 sẽ có 42 triệu người dùng trực tuyến, giúp Việt Nam trở thành thị trường thương mại điện tử lớn thứ 2 tại Đông Nam Á, mà quy mô trong năm 2025 sẽ tăng trưởng 43%.²

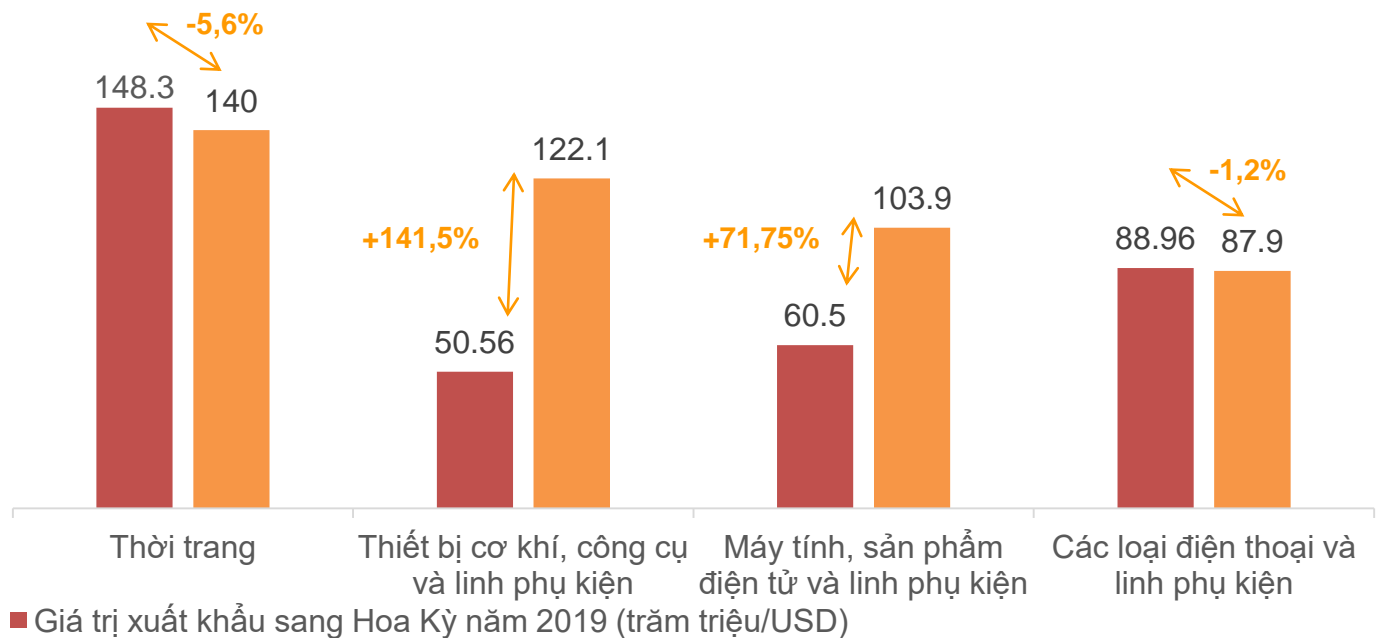
Nguồn:

1. Nguồn số liệu: Tổng cục Thống kê
2. Nguồn số liệu: Báo cáo nghiên cứu của Google và Temasek

2. Thị trường xuất khẩu lớn mạnh và ổn định

1) Hoa Kỳ là thị trường xuất khẩu lớn mạnh và ổn định nhất của Việt Nam ¹

Việt Nam xuất khẩu nhiều loại sản phẩm sang Hoa Kỳ, trong đó lượng hàng dệt may là nhiều nhất. Năm 2020, mặc dù chịu ảnh hưởng từ dịch bệnh Covid, xuất khẩu có phần đi xuống (giảm 5,6%), nhưng vẫn đạt gần 14 tỷ USD, chiếm 46,9% trên tổng giá trị xuất khẩu hàng dệt may trong cả năm của Việt Nam. Trong đó có nhiều loại sản phẩm có giá trị xuất khẩu đều đạt trên 1 tỷ USD: thiết bị cơ khí, công cụ và linh phụ kiện (12,21 tỷ USD, tăng 141,5%), máy tính, sản phẩm điện tử và linh phụ kiện (10,39 tỷ USD, tăng 71,7%), các loại điện thoại và linh phụ kiện (8,79 tỷ USD, giảm 1,2%) v.v..



2) Trung Quốc là đối tác thương mại lớn nhất của Việt Nam tại Châu Á và trên thế giới, đứng thứ hai là thị trường xuất khẩu Hoa Kỳ.

Việt Nam có hai nhóm sản phẩm xuất khẩu sang Trung Quốc đạt trên 10 tỷ USD, lần lượt là điện thoại và linh phụ kiện (12 tỷ USD), máy tính, sản phẩm điện tử và linh phụ kiện (11 tỷ USD), giá trị xuất khẩu các sản phẩm sợi, giày, đồ dùng gia dụng, sản phẩm nước, rau củ quả đều đạt trên 1 tỷ USD. ²

3) Hàn Quốc, Nhật Bản cũng là đối tác thương mại truyền thống tại Châu Á với kim ngạch thương mại trị giá chục tỷ USD của Việt Nam.

Nguồn:

1/ 2. Nguồn số liệu: Hải quan Việt Nam

Giới thiệu về sự bùng nổ của thương mại điện tử xuất khẩu xuyên biên giới - Tại sao bạn muốn kinh doanh thương mại điện tử xuất khẩu xuyên biên giới

Copyright © 2021 Amazon. All rights Reserved.



3. Chính sách thúc đẩy thương mại điện tử xuyên biên giới phát triển mạnh mẽ

Sự xuất hiện của Gen Z sẽ thúc đẩy thương mại điện tử xuyên biên giới Việt Nam phát triển mạnh mẽ trong 5 năm tới.

Chính phủ Việt Nam nhận định rằng thương mại điện tử vô cùng quan trọng trong giúp đỡ doanh nghiệp Việt Nam xuất khẩu và tiêu thụ trong nước, gia nhập chuỗi giá trị toàn cầu.

Năm 2021, Bộ Công thương đã ưu tiên đẩy nhanh kế hoạch tổng thể phát triển thương mại điện tử quốc gia chắc chắn, thực tế, hiệu quả (năm 2021-2025) do Bộ soạn thảo trình Thủ tướng Chính phủ ký, mục tiêu hoàn thiện hệ thống sinh thái phát triển thương mại điện tử và kinh tế số, áp dụng các biện pháp đúng đắn thúc đẩy doanh nghiệp thương mại điện tử bước lên tầm cao mới, tích lũy và tăng cường thực hiện phát triển thương mại điện tử quốc gia vững mạnh.

Phụ lục: Giải thích các thuật ngữ trong chương này

Khu vực hải quan:

Khu vực hải quan là viết tắt của “biên giới hải quan”, là vùng lãnh thổ thực hiện thống nhất pháp lệnh hải quan. Trong trường hợp thông thường, khu vực hải quan và biên giới quốc gia là đồng nhất. Tuy nhiên, ở một số quốc gia và khu vực, khu vực hải quan không hoàn toàn đồng nhất với biên giới quốc gia, ví dụ như nếu một quốc gia có cảng tự do hoặc khu vực tự do, nghĩa là nó không nằm trong khu vực hải quan của quốc gia đó. Tại thời điểm này, khu vực hải quan nhỏ hơn biên giới quốc gia; mà ở các quốc gia đã ký kết liên minh thuế quan, lãnh thổ của họ sẽ trở thành khu vực hải quan thống nhất.

Thuế quan:

Thuế quan là loại thuế do cơ quan hải quan chính phủ đặt ra, đánh thuế đối với các nhà xuất nhập khẩu khi nhập khẩu và xuất khẩu hàng hóa đi qua khu vực hải quan của một quốc gia.

Khai báo hải quan:

Khai báo hải quan là thủ tục khai báo với cơ quan hải quan trước khi vận chuyển hàng hóa xuất nhập khẩu.

Thuế giá trị gia tăng (VAT):

VAT là tên viết tắt của Thuế giá trị gia tăng (Value Added Tax), là loại thuế giá trị gia tăng sau bán hàng thường được sử dụng ở các nước EU, tức là thuế lợi tức tính trên giá bán hàng hóa. Ví dụ, khi hàng hóa vào Anh (theo luật của EU), hàng hóa phải nộp thuế nhập khẩu; khi hàng hóa được bán ra, người bán có thể hoàn thuế giá trị gia tăng nhập khẩu (IMPORT VAT), sau đó nộp thuế bán hàng tương ứng thuế (VAT BÁN HÀNG) dựa trên doanh số bán hàng.

ASIN (mã định danh sản phẩm Amazon):

ASIN (Amazon Standard Identification Number), một mã số duy nhất cho các sản phẩm của chính Amazon, được hệ thống Amazon tạo tự động và người bán không cần phải tự thêm vào. Nếu là sách, mã ASIN tương đương với số ISBN chung trên toàn thế giới.

Thường nằm trong "Product Details" hoặc "Product Information".

Tài liệu liên quan

Giới thiệu về sự bùng nổ của thương mại điện tử xuất khẩu xuyên biên giới

- Thương mại điện tử xuất khẩu xuyên biên giới là gì
- Tại sao bạn muốn kinh doanh thương mại điện tử xuất khẩu xuyên biên giới
- Những điều cần biết về thương mại điện tử xuất khẩu xuyên biên giới và những hiểu lầm thường gặp
- Trường hợp thành công của thương mại điện tử xuất khẩu xuyên biên giới

Để biết thêm các khóa học thực tế về vận hành thương mại điện tử xuất khẩu xuyên biên giới của người bán, vui lòng tham khảo "Học viện nhà bán hàng" của Amazon.

Cách thức tìm kiếm: Amazon Seller Central > Hiệu suất > Học viện nhà bán hàng > Tìm kiếm tên tài liệu học tập

Link dẫn: Học viện nhà bán hàng [Marketplace Bắc Mỹ](#), [Marketplace Châu Âu](#), [Marketplace Nhật Bản](#)

Tham khảo nhiều bài học hơn:

- Tìm hiểu về nhiều dự án và nguồn lực trên Amazon, tìm kiếm "Dự án Amazon"