

H S TH TR NG ANH

Ng i liên h : Tr n Th Thu Trang

Tel: 04.35742022/244

Email: trangtt@vcci.com.vn

5.2016



H S TH TR NG ANH

M C L C

| | |
|---|----|
| I. GI I THI U CHUNG..... | 1 |
| 1. Các thông tin c b n..... | 1 |
| 2. L ch s | 2 |
| 3. ng l i i ngo i..... | 2 |
| 4. V n hoá xã h i..... | 3 |
| 5. Du l ch | 3 |
| 6. Con ng i..... | 3 |
| 7. V n hóa kinh doanh..... | 4 |
| II. TÌNH HÌNH KINH T | 6 |
| 1. T ng quan..... | 6 |
| 2. Các ngành kinh t m i nh n..... | 7 |
| 3. Các ch s kinh t | 7 |
| III. QUAN H NGO I GIAO – CHÍNH TR V I VI T NAM..... | 8 |
| 1. Các chuy n th m cao c p g n ây..... | 8 |
| 2. Các hi p nh ã ký k t g n ây..... | 9 |
| 3. C ng ng ng i Vi t Nam t i Anh | 9 |
| IV. QUAN H KINH T V I VI T NAM..... | 9 |
| 1. H p tác th ng m i..... | 9 |
| 2. H p tác u t | 10 |
| V. H P TÁC V I VCCI..... | 10 |
| 1. Th a thu n h p tác ã ký k t | 10 |
| 2. Ho t ng ã tri n khai | 11 |
| VI. THÔNG TIN H U ÍCH..... | 12 |
| 1. a ch h u ích | 12 |
| 2. Các thông tin khác | 12 |
| B ng 1. Xu t kh u VN – Anh | 14 |
| B ng 2. Nh p kh u VN – Anh | 15 |

I. GI I THI U CHUNG



1. Các thông tin c b n

| | |
|--------------------|--|
| Tên n c | V ng qu c Anh (The United Kingdom of Great Britain and Northern Ireland) – trong ó Great Britain bao g m Anh, Scotland và x Wales |
| Th ô | London |
| Qu c khánh | Ngày 11/6 (k ni m ngày sinh chính th c c a N Hoàng Elizabeth II) |
| Di n tích | 243.610 km ² |
| Dân s | 64.088.222 (tháng 7/2015) |
| Khí h u | Ôn hoà; có s i u hoà b i các lu ng gió tây nam và lu ng gió B c i Tây D ng; h u h t trong ngày th i t i t u ám |
| Ngôn ng | Ti ng Anh, ti ng x Wales (kho ng 26% dân s x Wales), ti ng Scotland ki u Xent (kho ng 60.000 ng i Scotland) |
| Tôn giáo | o C c (Anglican, Thiên chúa giáo, Giáo h i tr ng lão, h i Giám lý) 59,5%; H i giáo 4,4%; o Hindu 1,3%; các o khác 2%, không theo tôn giáo ho c tôn giáo khác 25,7% (i u tra n m 2011) |
| n v t i n t | B ng Anh (GBP) – T giá 1USD = 0.70 GBP (5/2016) |
| Múi gi | GMT (UTC +0) |
| Th ch | Quân ch l p hi n |
| N hoàng | N hoàng Elizabeth II (Ng i th a k hi n t i thái t Charles - 14/11/1948) |
| Th t ng | David CAMERON (b nhi m t 11 tháng 5 n m 2010). |

2. Lịch sử

Anh đã từng là một thực thể thống nhất cho đến năm 1066. Sự thống nhất giữa Anh và xứ Wales bắt đầu từ năm 1284 với Đạo luật Rhuddlan, và năm 1536 chính thức hoá với Đạo luật Thống nhất. Trong một Đạo luật Thống nhất khác năm 1707, Anh và Scotland thống nhất hình thành nên Vương quốc Anh. Hiệp định pháp lý giữa Anh và Ireland được thực hiện vào năm 1801 và thông qua tên Liên hiệp Vương quốc Anh. Hiệp định Anglo – Irish năm 1921 chính thức công nhận một phần của Ireland; sáu tỉnh phía bắc của Ireland trở thành một phần của Vương quốc Anh và gọi là Bắc Ireland. Năm 1927 tên Vương quốc Anh được thông qua.

Nước Anh (Great Britain), có nền kinh tế công nghiệp và hàng hải thế kỷ 19, đóng vai trò hàng đầu trong phát triển nền dân chủ nghị viện và trong việc thúc đẩy sự tiến bộ về văn hóa và khoa học. Thế kỷ hoàng kim, Vương quốc Anh chiếm lãnh thổ một phần lớn trên trái đất. Năm 1914, sau Thế chiến thứ nhất, sự sụp đổ của đế chế này giảm trong hai cuộc chiến tranh thế giới. Năm 1945, sau Chiến tranh thế giới thứ hai, Vương quốc Anh và Vương quốc Anh tái xây dựng thành một nền kinh tế châu Âu hiện đại và giàu có.

Là một trong những quốc gia thành viên của Ủy ban an ninh Liên hiệp quốc, một thành viên sáng lập của NATO, và thu hút nhiều nhà đầu tư chung, Anh theo đuổi cách tiếp cận toàn cầu về chính sách ngoại giao; nền kinh tế này hiện đang tăng trưởng nhanh chóng và kinh tế chung. Sự cách biệt pháp lý là một vấn đề quan trọng của Anh. Nghị viện Scotland, Quốc hội xứ Wales và Quốc hội Bắc Ireland được thiết lập năm 1999, tuy nhiên Quốc hội Bắc Ireland hiện đang tạm ngừng hoạt động do những tranh cãi về tiến trình hòa bình.

3. Ngoại giao

Anh thực hiện chính sách ngoại giao mang tính toàn cầu. Anh là Ủy viên thường trực Hội đồng bảo an Liên hiệp quốc, thành viên quan trọng trong NATO, thành viên EU, thành viên G8, đồng chủ trì Khung Kinh tế chung gồm 54 nước (chủ yếu là những nước thuộc các nước Anh), và là thành viên của nhiều tổ chức quốc tế quan trọng khác, có tiếng nói quan trọng trên trường quốc tế.

Một tiêu chí chính sách ngoại giao của Anh hiện nay:

- Ưu tiên ngoại giao hàng đầu là các nước và phát triển quan hệ kinh minh chiến lược với Mỹ trong đó NATO là hạt nhân quan trọng;
- Phát triển quan hệ với EU nhưng không lệ thuộc vào Mỹ, tăng cường hợp tác và sự lãnh đạo của Anh tại châu Âu, phát huy vai trò của nền ngoại giao châu Âu và Mỹ;
- Tăng cường quan hệ với các nền kinh tế lớn như nhóm BRIC; hợp tác với các nước vùng Viễn Đông và Trung Đông;
- Tăng cường sự hợp tác với Khung Kinh tế chung;
- Phát huy vai trò của Liên Hiệp Quốc trong các hoạt động gìn giữ an ninh và hòa bình, phát triển quan hệ hữu nghị giữa các quốc gia, hợp tác quốc tế trong các vấn đề kinh tế, xã hội, văn hóa và nhân đạo mang tính toàn cầu, và bảo vệ nhân quyền;
- Ưu tiên trong các vấn đề môi trường và phát triển bền vững.

Hiện nay, Anh bắt đầu hợp tác quan hệ với các nước ASEAN và châu Á, khu vực trọng tâm của Anh hiện nay chú trọng. Một mặt, Anh có nhu cầu cần có vai trò và vị trí của mình tại các nước trong khu vực trọng tâm hàng ngày càng lớn của Trung Quốc, mặt khác Anh thực sự lợi ích trong phát triển quan hệ hợp tác kinh tế với khu vực này

4. Văn hoá xã hội

Nhà Anh là một trong những nước có tiềm năng văn hóa, khoa học-công nghệ lớn nhất thế giới. Từ nền này đã sản sinh ra nhiều nhà khoa học, nhà kinh tế, nhà văn nổi tiếng thế giới; họ đổ xô vào hàng ngũ những nhân tài nhân loại. Về khoa học có các nhà khoa học như Niu-tơn (Newton, 1642-1727);ác-uyn và học thuyết tiến hóa của loài người (Darwin, 1809-1892), nhà kinh tế học Adam Smith (Adam Smith, 1723-1790) và David Ricardo (David Ricardo, 1772- 1823 nhà xã hội học Robert Owen (Robert Owen 1771-1858)... và nhà thống kê nhân loại đầu tiên John Batesian (1788-1824), nhà văn hiện thực phê phán lớn Charles Dickens (1812-1870), nhà vật lý thiên văn người Anh đầu tiên William Herschel (1738-1822).

Số người biết đọc biết viết chiếm trên 99%. Giáo dục bắt buộc miễn phí 11 năm (từ 5 đến 16 tuổi), có hệ thống trường công và trường tư.

Anh có nhiều trường đại học nổi tiếng, đào tạo nhiều nhân tài khoa học cho nhiều nước trên thế giới. Hai trường đại học nổi tiếng và có lịch sử lâu đời nhất là Oxford và Cambridge (từ thế kỷ XII). Sinh viên tốt nghiệp phổ thông trường này thường đi các công việc quan trọng trong hệ thống chính quyền và ngành kinh doanh.

Mức sống dân cư cao nhất thế giới, trình độ y học (trẻ em, người già và phụ nữ mang thai) miễn phí hoàn toàn. Tuổi thọ trung bình là 77,66 tuổi, nam: 75, nữ: 81 tuổi.

5. Du lịch

Những danh thắng dành cho du lịch, nghệ thuật và giải trí: Tower of London có bảo tàng Anh, tu viện Xanh Pôn, Tháp Bạch Bùn, cung điện Buckingham, Nhà khách quốc tế, Quảng trường Trafalgar, các thành phố Oxford, Cambridge, Manchester, Glasgow...

6. Con người

Người Anh học hỏi người Châu Á trong cách sử dụng ngôn ngữ giao tiếp. Học hỏi riêng rẽ Châu Âu (ngoại trừ Bồ Đào Nha), học hỏi lẫn nhau người giao, khách khí trên thế giới trong giao tiếp. Họ rất sẵn lòng trong kinh doanh, người Anh cần bằng sự nói thẳng bằng sự thẳng thắn và sự nghiêm túc thẳng thắn làm tốt những việc khác. Vì vậy này thường dẫn đến người Anh trong các cuộc họp để tránh khi họ cố gắng tìm cách nói về mặt tiêu cực theo một cách tích cực. Ví dụ thay vì nói “Bạn hơi chậm” thì người Anh sẽ nói “Bạn có vẻ khá nhanh lắm”.

Ngoài việc khách khí thì người Anh cũng dùng những ngôn ngữ theo một cách thức mã hóa dùng để nói những việc không thoải mái bằng những cách tích cực, có thể chấp nhận được. Do vậy “Tôi không đồng ý” trở thành “Tôi nghĩ anh/chị có vài ý kiến tích cực nhé anh/chị đã bao giờ xem xét...” Và nếu thấy sự thích thú với một ý tưởng nào đó thì họ sẽ chào đón bằng “Hmm, đó là một ý tưởng tốt”.

Sự hài lòng rất thấp trong kinh doanh. Thất bại thì tình hình càng khó và công việc thì người Anh càng sử dụng tính hài hước. Vì vậy không nên ý rằng người Anh không xem sự việc nghiêm trọng, chuyện buồn là sự hài hước của sự thất bại là một cách giải tỏa căng thẳng người Anh và giúp cho các tình huống bình ổn. Không bao giờ đánh giá thành phẩm doanh nhân người Anh vì anh ta/chị ta sẽ đồng ý hài hước trong một tình huống không thích hợp. Tính tiêu cực là một công cụ giao tiếp rất quan trọng và cần thiết trong việc đàm phán và trong môi trường kinh doanh.

Sự thất bại khiếm nhã nhưng họ là một khu vực trường người Anh. Những người nói tích cực về chính mình và những lời ca ngợi mình có thể không tin tưởng và học hỏi học hỏi không yêu thích.

7. Văn hóa kinh doanh

Người Anh coi là kín đáo, dè dặt trong lịch sự, cách đàm phán công nghiệp lịch sự. Họ rất nghiêm túc, tính nguyên tắc và bí mật là tính hài hước.

Cách chào hỏi

Người Anh khá dè dặt trong cách chào hỏi. Tránh học hay chép làm thì câu chào hỏi thông thường nhất là “Hello”, “Hi”, “Good morning”. Ngoài ra còn nhiều cách chào hỏi khác.

+ Bật tay: Là cách chào hỏi thông thường nhất giữa người Anh với nhau. Bật tay công thức thành một hình thức giao tiếp khi bắt đầu cuộc đàm phán với một người khác.

+ Hôn: Hôn nhẹ vào má là cách chào nhau của những người bạn thân khi lâu ngày mới gặp nhau.

Lời mời

Những lời mời như “Drop in anytime” (Hãy đến thăm tôi vào bất cứ lúc nào), hay “Come see me soon” (Đến thăm tôi vào một ngày gần nhất nhé) thường là những lời mời thông thường Anh nghĩ khi cần chi tiêu theo nhu cầu. Thông thường nếu cảm thấy cần nên gọi điện trước khi đến thăm người khác. Nếu bạn cảm thấy qua thì phải hay thì mời thì bạn nên trả lời ngay nếu bạn là người có nhu cầu hay không.

Người bạn mời bạn không muốn. Bạn có thể chấp nhận cách nói rằng: “Thank you for inviting me, but I will not be able to come” (Cảm ơn bạn đã mời tôi nhưng tôi sẽ không đến được). Nếu sau khi đã nhận lời mời mà không đi được thì bạn nên gọi điện càng sớm càng tốt thông báo là bạn không đến được và nói lời xin lỗi.

Khi cần mời dùng bữa bạn nên có quà cho chủ nhà. Hoa, sôcôla hay một món quà nhỏ là phù hợp. Bạn có thể gửi thiệp cảm ơn hoặc gửi thiệp chúc mừng kích thích bản thân khi cần mời.

Giao tiếp

Người Anh nói chuyện thẳng thắn, không nói chuyện xã giao, không nói to và không hoa chân múa tay.

Không phải tất cả người Anh đều nói chuyện thẳng thắn nên nói câu hoàn chỉnh và cụ thể câu chuyện nên hỏi rõ ràng.

Hài hước đóng một vai trò quan trọng khi đàm phán trong kinh doanh. Người Anh công nhận hài hước nhưng dùng lịch sự mà mai mỉa châm chọc lịch sự để hạ thấp hoặc thể hiện sự không đồng ý hoặc bày tỏ thái độ coi khinh.

Khi người Anh quyết định ký kết hợp đồng kinh doanh với bạn thì họ thường thẳng thắn và không ngần ngại nói ra suy nghĩ của mình. Họ cũng không ngần ngại nói “không” khi quyết định không hợp tác kinh doanh với bạn, tự nhiên họ sẽ nói với thái độ lịch sự.

Người Anh không thích những cuộc thảo luận ốm, to tiếng. Nếu cuộc tranh luận đang trở nên công kích thì họ sẽ ngừng đàm phán ngay lập tức hoặc xin lỗi và đi ra ngoài.

Thái độ với người khác

Người Anh rất coi trọng sự đúng giờ. Nếu bạn hẹn gặp một người Anh lúc 3 giờ thì chắc chắn anh ta sẽ có mặt đúng giờ. Vì người Anh rất coi trọng thời gian nên họ sẽ chú ý đến giờ giấc rất cẩn thận. Anh ta sẽ mời bạn uống nước hoặc ăn uống. Bạn sẽ coi là bất lịch sự nếu bạn chỉ ngồi một mình vài phút. Nếu bạn không thể đến đúng giờ hãy gọi điện trước cho người bạn hẹn gặp và hỏi anh ta rằng anh ta có phải bận công việc không và nói lời xin lỗi. Sau đây là một vài lưu ý cần nhớ:

+ Bạn nên nắm vững vai trò giám đốc, giáo sư hay các chuyên gia.

- + B n có th n b t c lúc nào trong kho ng th i gian đi n ra b a t i c cocktail ho c t i c chiêu ãi.
- + B n nên i s m h n m t vài phút n u ó là m t cu c h p, m t bu i xem phim, nghe hoà nh c ho c âm c i.
- + N u b n c m i n nhà m t ng i Anh dùng b a lúc 7.30 thì b n không nên n úng gi mà nên n mu n h n t 10 n 15 phút.

Cách n m c

Cách n m c thích h p nh t c a các doanh nhân là qu n áo vét, ho c áo s mi. Tuy nhiên c n l u ý nh ng i u sau trong cách n m c (c bi t i v i các nam doanh nhân)

- + Không bút chì, bút ho c b t c th gì trong túi áo s mi ho c áo vét.
- Tuy nhiên n u mu n có th m t chi c kh n tay l a trong túi áo vét.
- + Không eo cà v t loè lo t
- + Không eo cà v t có s c chéo vì m i ng i s ngh b n là thành viên c a m t t ch c quân i và ng i ta có th s h i b n là cà v t b n eo có ý ngh a gì.

Cách n u ng

Ng i M th ng dùng d a c t th c n sau ó l i chuy n sang d a khác n nh ng ây c coi là hành ng thi u l ch s và không p m t trong v n hoá n u ng c a ng i Anh. Vì v y khi n Anh hãy t p dùng dao b ng tay ph i và l y th c n b ng d a tay trái.

Gi u s c và nh n c a dao luôn h ng xu ng phía d i.

Thông th ng các b a n trong kinh doanh c t ch c m t quán r u và b a n s ch là m t b a n nh . Tuy nhiên nh ng doanh nhân c p cao th ng n nh ng nhà hàng sang tr ng ho c n t i phòng n dành cho quan ch c c p cao c a công ty. B a n th ng c kéo dài t 7 gi n 11 gi t i.

N u b n c m i thì b n là ng i ch ng k t thúc b a n vì ch nhà s không mu n k t thúc b a n tr c.

T ng quà

T ng quà không là m t ph n thu c v n hoá kinh doanh c a ng i Anh. i u này có ngh a là các doanh nhân Anh ít khi nh n quà bi u. Tuy nhiên b n v n có th t ng quà có giá tr nh nh bút, sách, hoa, r u... c bi t tránh t ng nh ng món quà có giá tr l n nh vàng b c, trang s c, g m s ...

Khi t ng hoa, c n tránh t ng nh ng hoa sau: hoa h ng , hoa li tr ng, hoa cúc.

Nh ng i u nên và không nên

- Khi Anh, b n hãy:
- + X p hàng: Ng i Anh luôn x p hàng có tr t t và ch i kiên nh n ví d nh khi i xe bus. N u b n chen l n, xô y thì s b coi là b t l ch s .
- + Hãy nói “Excuse me”
- + Hãy tr ti n tr c khi i: B n nh tr ti n u ng b n g i qu y bar ho c quán r u.
- + Hãy nói “Please” và “Thank you”
- + Hãy che mi ng khi ngáp ho c ho
- + B t tay: Khi c gi i thi u v i m t ng i khác b n nên dùng tay ph i b t tay và b t l y tay ph i c a ng i ó.

+ Hãy nói “sorry”: Bạn vô tình xô vào ai, hãy nói “sorry” thì mới lịch sự không phải là bạn. Vì bạn này đã trở thành một thói quen, một nếp sống. Anh.

+ Hãy mỉm cười

+ Hãy lái xe bên trái

- Và những điều không nên:

+ Không chào tất cả mọi người bằng một nụ hôn. Hôn chỉ dành cho bạn thân hoặc những người hàng xóm.

+ Tránh nói to tiếng công cộng

+ Sự bất lịch sự của bạn lịch sự nhìn ai đó công cộng

+ Không hút thuốc công cộng

+ Không vượt lòng hoặc ôm hôn

+ Không phát ra tiếng “ ” khi đi xong. Nếu bạn không thể kiềm chế thì nên che miệng lại và nói xin lỗi ngay sau đó.

+ Không nói khi mọi người đang nói chuyện. Nếu không bạn sẽ coi là bất lịch sự.

+ Không hình dung câu hỏi cá nhân hoặc câu hỏi quá riêng tư. Người Anh tôn trọng sự riêng tư. Vì vậy, bạn không nên nói những câu như: “Bạn kiếm được bao nhiêu tiền?”, “Bạn nặng bao nhiêu cân?” hay “Tại sao bạn chưa kết hôn?”.

II. TÌNH HÌNH KINH TẾ

1. Tổng quan

Kinh tế Anh là nền kinh tế thị trường tự do phát triển nhất, chủ yếu dựa vào khu vực kinh tế tư nhân (chiếm 80% sản lượng và 75% lao động). Trong những năm 80, dưới thời Thủ tướng M. Thatcher, Anh đi đầu các nước phương Tây trong việc chuyển đổi nền kinh tế tư nhân hóa doanh nghiệp nhà nước.

Anh hiện là nền kinh tế lớn thứ 7 thế giới (thứ 2 trong EU sau Đức) với GDP năm 2011 đạt 2.481 tỷ USD, GDP trên đầu người năm 2011 đạt 35.900 USD. Anh nổi bật là một trong những nền kinh tế toàn cầu hóa nhất thế giới, với chính sách tự do thương mại, chi trả bảo hộ (tổng kim ngạch xuất nhập khẩu của Anh năm 2010 hơn 900 tỷ USD). Anh là thành viên quan trọng của các tổ chức kinh tế như OECD, WTO... Thành phố Luân Đôn là một trong những trung tâm tài chính quan trọng nhất thế giới cùng với New York và Tokyo.

Nền nông nghiệp chuyên sâu, cơ khí hóa cao và hiện quy theo các tiêu chuẩn châu Âu, sản xuất khoảng 60% nhu cầu vật thực phẩm và chỉ 2% lượng lao động. Anh có nguồn than, khí gas tự nhiên và dầu trữ dồi dào; ngành sản xuất năng lượng chỉ chiếm 10% GDP, một trong những ngành có lợi nhuận cao nhất bất kể quy mô công nghiệp nào. Vì giá dầu leo thang lên tấc và nhu cầu năng lượng tăng giá trong thị trường sản phẩm là một điều kiện thuận lợi cho các nhà xuất khẩu dầu mỏ của Anh. Các ngành dịch vụ, đặc biệt là ngân hàng, bảo hiểm và dịch vụ thương mại, chiếm 1/3 tổng GDP trong khi công nghiệp đóng góp phần còn lại.

Trong thị trường qua, nền kinh tế đã duy trì tốc độ tăng trưởng kinh tế tương đối cao so với các nước EU, trung bình đạt 6,1% giai đoạn 1990 – 2007 (so với Pháp là 4,3% và Đức là 3,9%); thị trường nội địa, khoảng 5%, thu nhập hàng đầu của EU (tổng thu nhập của EU-27 là 7%); lạm phát thấp và nền kinh tế tăng trưởng từ năm 1959 cho đến trước khủng hoảng tài chính – kinh tế toàn cầu 2008-09, đặc

Ngân hàng Trung ng i u ti t m c 2%. Trong n m 2009, kinh t Anh gi m -4,75% do tác ng c a cu c kh ng ho ng kinh t - tài chính toàn c u. N m 2011, GDP t ng m c khiêm t n là 1,1%.

T c c t ng tr ng kinh t c a Anh n m 2013 c nhìn nh n là t m c m nh nh t k t n m 2007, x p th 7/10 n n kinh t l n nh t th gi i.

Theo d báo c a Qu Ti nt Qu c t (IMF), kinh t Anh t ng tr ng 1,4% trong n m 2013 và s t ng 1,9% trong n m 2014. M c t ng tr ng này t th n nhi u so v i Nh t B n (2% và 1,2%) và c bi t là khu v c ng ti n chung châu Âu (Eurozone), c d báo t ng tr ng ch m c 1% trong n m 2014.

Nhà kinh t V ng qu c Anh Michael Saunders t i Citigroup nh n nh, qua d li u n m 2013 có th th y, Anh ã t c s t ng tr ng v ng ch c trong s n xu t công nghi p nh ng l i có v khiêm t n trong doanh s bán l và ch a có nhi u bi n chuy n trong ngành xây d ng.

N m 2015, nh p t ng tr ng kinh t c a Anh ch m l i v i t l t ng tr ng t 2,1%. Ngành d ch v phát tri n m nh m nh ng s n xu t và xây d ng g p nhi u khó kh n. T l l m phát th p, ch y u là do giá d u gi m, s canh tranh và nh ng b ng Anh gi cho chi phí nh p kh u gi m.

2. Các ngành kinh t m i nh n

Các ngành kinh t m i nh n: ngân hàng, tài chính, b o hi m; s n xu t thép, óng tàu, khai thác than; các ngành công nghi p hoá ch t, i n t ; vi n thông, công ngh cao; d t, may m c.

Ngành d ch v chi m h n 70% trong t ng giá tr GDP c a Anh trong ó ngân hàng, b o hi m và d ch v tài chính kinh doanh là 3 ngành phát tri n m nh nh t. Bên c nh ó ngành ch t o máy c ng t ng nhanh t u nh ng n m 80 ch y u d a vào công ngh tiên ti n và chính sách thu thu n l i.

Ngành vi n thông Anh c coi là ngành t do nh t Châu Âu do ó ã t o ra nhi u c h i “béo b ” cho các nhà s n xu t thi t b c ng nh các nhà cung c p d ch v vi n thông.

3. Các ch s kinh t

| | 2009 | 2010 | 2011 | 2012 | 2013 | 2014 | 2015 |
|------------------------------|---|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|---------------|
| GDP (ppp) | 2.195 t USD | 2.308 t USD | 2.325 t USD | 2.323 t USD | 2.524 t USD | 2.594 t USD | 2.66 t USD |
| T ng tr ng GDP | -4,4% | 1,8% | 0,8% | -0,1% | 1,7% | 2,8% | 2,5% |
| GDP theo u ng i | 35.500 USD | 37.100 USD | 37.100 USD | 36.700 USD | 39,000 USD | 40,200 USD | 41,200 USD |
| GDP theo ngành (2015) | Nông nghi p: 0.6% Công nghi p: 19.7% D ch v : 79.6% | | | | | | |
| L c l ng lao ng | | | 31,76 tri u | 31,9 tri u | 32,32 tri u | | 32,94 tri u |
| T l th t nghi p | | 7,8% | 8,1% | 7,8% | 7,7% | 6,2% | 5,4% |
| T l l m phát | | 3,3% | 4,5% | 2,8% | 2,7% | 1,5% | 0,1% |
| M t hàng nông nghi p | ng c c, h t có d u, khoai tây, rau qu , gia súc, c u, gia c m; cá | | | | | | |
| Các ngành công nghi p | máy công c , thi t b i n, thi t b t ng hóa, thi t b óng tàu ng s t, máy bay, ng c xe và các b ph n, thi t b i n t và thi t b liên l c, kim lo i, hóa ch t, than á, d u khí, s n ph m gi y và gi y, ch bi n th c ph m, d t may, qu n áo, hàng tiêu | | | | | | |

| | | | | | | | |
|----------------------------|--|----------------|----------------|--------------|----------------|----------------|----------------|
| | dùng khác | | | | | | |
| Kim ng ch xu t kh u | | 410,2 t USD | 479,2 t USD | 481 t USD | 475,7 t USD | 480,8 t USD | 442 t USD |
| M t hàng chính | hàng tiêu dùng, nhiên li u, hóa ch t, th c ph m, u ng, thu c lá i tác chính: US 12.7%, Germany 10.5%, Netherlands 7.6%, France 6.5%, Ireland 6.2%, Belgium 4.2% (2014) | | | | | | |
| Kim ng ch nh p kh u | | 563,2 t USD | 639 t USD | 646 t USD | 646 t USD | 680,4 t USD | 617,1 t USD |
| M t hàng chính | hàng tiêu dùng, máy móc, nhiên li u, th c ph m i tác chính: Germany 14.6%, China 8.9%, Netherlands 8%, US 6.8%, France 6.1%, Belgium 5.1%, Italy 4% (2014) | | | | | | |

III. QUAN H NGO I GIAO – CHÍNH TR V I VI T NAM

Vi t Nam và Anh thi t l p quan h ngo i giao c p i s ngày 11/9/1973. Hi n nay quan h Vi t-Anh có th nói ang phát tri n khá r ng trên nhi u l nh v c chính tr , kinh t , giáo d c, qu c phòng... Anh ã ký v i ta h u h t các hi p nh kinh t khung; d ki n a Vi t Nam thành m t trong nh ng n c nh n vi n tr ODA hàng u trong khu v c; cam k t ng h ta s m gia nh p WTO, t ng c ng quan h v i EU và ng c gh U viên không th ng tr c H BA LHQ khoá 2008-09. Chuy n th m chính th c V ng qu c Anh c a Ch t ch n c Tr n c L ng tháng 5/2004 ánh d u m t m c phát tri n quan tr ng trong quan h hai n c. M i quan h này ngày càng phát tri n t t p gi a V ng qu c Anh và Vi t Nam. c bi t k t sau chuy n th m v ng qu c Anh u tiên c a Th t ng Nguy n T n D ng h i u tháng 3/2008.

1. Các chuy n th m cao c p g n ây

Trong nh ng n m qua, hai bên ã trao i nhi u oàn c p cao, n i b t là:

Phía Vi t Nam : Th t ng Võ V n Ki t (1993); Ch t ch Qu c h i Nông c M nh (1994); Th t ng Phan V n Kh i d ASEM-2 và th m Anh (1998); Phó Th t ng V Khoan (2003); B tr ng Ngo i giao Nguy n Dy Niên (2003); Ch t ch n c Tr n c L ng (5/2004), Ch t ch Qu c h i Nguy n V n An (3/2005), Th t ng Nguy n T n D ng (3/2008), Phó Th t ng Tr ng V nh Tr ng (4/2009); Phó Th t ng Hoàng Trung H i (10/2009); Phó Th t ng kiêm B tr ng B Giáo d c và ào t o Nguy n Thi n Nhân (3/2010), Phó Th t ng, B tr ng B Ngo i giao Ph m Gia Khiêm (9/2010), Th tr ng B Ngo i giao Bùi Thanh S n (10/2011), Ch t ch Qu c h i Nguy n Sinh Hùng (7-10/12/2011), T ng Bí Th Nguy n Phú Tr ng (23/1/2013). Phó Th t ng V V n Ninh (4/2014)

Phía Anh: Công t c X York - Hoàng t Andrew (1999, 2006, 2008, 2009 và 10/2010); Công chúa Anne (1995 và 2002); Phó Th t ng John Prescott (2001 và 2004); Ngo i tr ng Anh (1995 và 1997); B tr ng B Kinh doanh, Doanh nghi p và C i cách th ch John Hutton (06/2008), B tr ng B T pháp Jack Straw (9/2008); Th tr ng Th ng tr c BNG Anh Peter Ricketts (13/1/2009); Qu c V khanh B Ngo i giao Bill Rammell d ASEM FMM-9 (5/2009); Th tr ng Khu Tài chính London (7/2009, 3/2011), Qu c V khanh B Phát tri n Qu c t Alan Duncan (6/2010, 5/2011), Qu c V khanh BNG Anh Jeremy Browne (4/2011). B tr ng Ngo i Giao Anh William Hague (4/2012). C u Th t ng Anh Tony Blair (10/2012). c phái viên Th t ng V ng qu c Anh, Huân t c David Terence Puttnam (2/2014). Qu c V khanh B Ngo i giao Anh Hugo Swire (2/2015). C u Th t ng

Anh Tony Blair (3/2015). Th t ng Liên hi p V ng qu c Anh và B c Ireland David Cameron th m chính th c Vi t Nam (7/2015)

2. Các hi p nh ã ký k t g n ây

Ngày 1/8/2002, Vi t Nam và Anh ã ký Hi p nh v B o v và Xúc ti n ut gi a 2 n c.

Ngày 19/7/2007, hai bên ã ký tho thu n thành l p U ban h n h p v kinh t và th ng m i (JETCO) nh m ra các bi n pháp thúc y quan h kinh t , th ng m i và ut song ph ng. Các phiên h p di n ra luân phiên t i Hà N i và London: Phiên h p u tiên di n ra ngày 19/7/2007 t i Hà N i, phiên h p l n th hai t i London ngày 2/12/2008, phiên h p l n th ba vào ngày 9/12/2009 t i Hà N i, phiên h p th t vào ngày 29/11/2010 t i London và phiên th n m ngày 3/11/2011 t i Hà N i.

Nhân chuy n th m Anh c a Phó Th t ng Nguy n Thi n Nhân (9-11/3/2010), hai bên ã ra Tuyên b chung v phát tri n mô hình H p tác Công – T t i Vi t Nam, nh t là trong thu hút ut cho các đ án phát tri n h t ng c s t i Vi t Nam trong th i gian t i.

3. C ng ng ng i Vi t Nam t i Anh

C ng ng ng i Vi t Nam t i Anh hình thành t ut th p k 40 th k XX; hi n có kho ng 40.000 ng i, nhìn chung s ng hoà nh p, n nh, 90% s ng t p trung t i các thành ph l n: London 20.000 ng i, Birmingham 10.000 ng i, Manchester 8.000 ng i...

IV. QUAN H KINH T V I VI T NAM

1. H p tác th ng m i

Quan h th ng m i Vi t Nam và Anh t ng nhanh t nh ng n m 90' n nay. Chính sách th ng m i c a Anh t ng i c i m , không theo ch ngh a b o h . Trong các v n tranh ch p th ng m i gi a ta và EU (v ki n bán phá giá, v h i s n nhi m kháng th , v n GSP, giày m da), Anh th ng có l p tr ng ng h Vi t Nam. Anh c ng ng h Vi t Nam gia nh p T ch c Th ng m i Th gi i WTO.

Trong nh ng n m qua, xu t kh u c a Vi t Nam sang Anh t ng trung bình 17%/n m, ta liên t c xu t siêu. Nh ng m t hàng xu t ch y u : giày dép (53%), d t may (12%), chè và cà phê (8%), g o (8%), thu s n (3%), cao su... Nh ng m t hàng nh p kh u ch y u t Anh: hàng gia công ch bi n và thi t b công nghi p (38%), hoá ch t (21%), thi t b vi n thông (6%), thu c lá (3%)... Kim ng ch th ng m i song ph ng n m 2015 t h n 5,3 t ô-la, t ng kho ng 25,3% so v i n m 2014, t h n 4,2 t USD. C c u hàng xu t kh u c a Vi t Nam nhìn chung ít thay i k t n m 2000, trong ó hai m t hàng xu t kh u ch l c c a Vi t Nam v n là gi y dép và may m c.

Anh cam k t ti p t c h tr Vi t Nam t ng c ng quan h kinh t và th ng m i v i EU; ng h EU s m công nh n Vi t Nam là n c có n n kinh t th tr ng.

TH NG KÊ KIM NG CH TH NG M I C A VI T NAM V I ANH

(n v : Tri u USD)

| N m | Xu t kh u | Nh p kh u | T ng kim ng ch | M c t ng (%) |
|-------------|-----------|-----------|----------------|--------------|
| 2010 | 1.681 | 511 | 2.192 | 22% |
| 2011 | 2.398 | 646 | 3.044 | 38% |
| 2012 | 3.033 | 542 | 3.575 | 17% |

| | | | | |
|-------------|---------|-------|----------------|-------|
| 2013 | 3.699 | 573 | 4.272 | 19% |
| 2014 | 3.648,5 | 647,4 | 4.295,9 | 0,56% |
| 2015 | 4.648,8 | 734,1 | 5.382,9 | 25,3% |

2. H p tác u t

u t c a Anh t i Vi t Nam:

n v tính: tri u USD

| N m | T ng s d án | T ng v n u t | T ng v n i u l | C p m i trong n m | T ng v n c p m i |
|------|-------------|--------------|----------------|-------------------|------------------|
| 2012 | 163 | 2,7 | | | |
| 2013 | 173 | 2,806.95 | 1,625.52 | 12 | 180.62 |
| 2014 | 194 | 2,837.57 | 1,647.53 | 18 | 24.85 |
| 2015 | 239 | 4,683.79 | | 30 | 1,270.8 |

Ngu n: C c u t n c ngoài - MPI

Các công ty Anh vào Vi t Nam s m (1988-89) nh ng th i gian u ch y u t p trung vào l nh v c d u khí (70% t ng u t). Cho n nay, u t c a Anh ã m r ng ra nhi u l nh v c m i nh ngân hàng, tài chính, công nghi p ch t o, d ch v , may m c... Anh u t nhi u nh t trong l nh v c khai khoáng v i 7 d án, t ng s v n u t là 715,6 tri u USD; tí p theo là l nh v c công nghi p ch bi n, ch t o v i 55 d án, t ng v n ng ký là 714,4 tri u USD, chi m 32,2% v n ng ký; ng th ba là l nh v c kinh doanh b t ng s n v i 548 tri u USD v n ng ký, chi m 25,3%...

Các nhà u t Anh có m t t i 17 a ph ng trong c n c và trong các d án d u khí ngoài kh i. D n u v thu hút v n u t c a Anh là các d án d u khí ngoài kh i v i 712,6 tri u USD (chi m 33%), tí p theo là ng Nai có 10 d án v i t ng s v n ng ký là 598,17 tri u USD (chi m 27,8%), còn l i là các a ph ng khác.

Các công ty l n có m t t i Vi t Nam: Công ty d u khí BP, nhôm BHP Billiton, ng c máy bay Rolls-Royce, vi n thông Vodafone, v n t i P&O, hoá ch t d c GlaxoSmithKline, các ngân hàng HSBC, Standard Chartered, b o hi m Prudential. Ngân hàng Standard Chartered Bank và Ngân hàng HSBC là hai ngân hàng 100% v n n c ngoài u tiên c thành l p t i Vi t Nam.

u t c a Vi t Nam sang Anh: Tính n nay, các doanh nghi p Vi t Nam ã có 2 d án u t sang Anh v i t ng v n u t là 500.000 USD. Trong ó có 1 d án trong l nh v c d ch v c a Cty V i Thu n Ki u tr ng bày và qu ng bá s n ph m Vi t Nam và Liên hi p Hàng h i Vi t Nam u t làm d ch v i lý Hàng h i; 1 d án c a Công ty u t và phát tri n chè m i lý tiêu th chè t i London.

Hi n Anh có 138 v n phòng i di n th ng m i th ng trú và chi nhánh kinh doanh t i Vi t Nam. N m 1998, Anh thành l p Hi p h i doanh nghi p Anh t i Vi t Nam (BBGV) nh m thúc y quan h kinh t v i Vi t Nam và các ho t ng t thi n t i Vi t Nam.

V. H P TÁC V I VCCI

1. Th a thu n h p tác ã ký k t

- Phòng Công Nghi p và Th ng M i Manchester (24/5/2004)
- Phòng Công Nghi p và Th ng M i Liverpool (27/10/2005)

- Phòng Thương mại London (24/5/2005)

2. Hoạt động triển khai

- Thông qua sự quán Anh tại Việt Nam và các Phòng Thương mại của Anh cung cấp các thông tin và hỗ trợ cho các doanh nghiệp Việt Nam và Anh

- Tổ chức các đoàn doanh nghiệp của Anh vào Việt Nam gặp gỡ với các nhà đầu tư Việt Nam

- Các dự án và chương trình hợp tác:

+ Dự án sáng kiến liên kết doanh nghiệp (VBLI) với tổng số vốn hơn 150.000 Bảng Anh do phía Anh tài trợ. Đây là dự án do thành viên Hội Phòng Thương mại và Công nghiệp Việt Nam và Liên đoàn các chủ doanh nghiệp Quận Cầu Giấy Wales (IBLF) từ năm 2000-2003. Mục đích của dự án là cải thiện môi trường làm việc và môi trường sống cho công nhân trong các nhà máy giày và dệt may của Việt Nam.

+ Hợp tác với Sở Quán Anh xây dựng thành viên Hội Phòng Thương mại và Công nghiệp Việt Nam nhằm cung cấp cho các doanh nghiệp các thông tin và hỗ trợ tiếng Anh.

- Cuối tháng 5/2004, đã tổ chức thành công đoàn doanh nghiệp do Chủ tịch Phòng Thương mại và Công nghiệp Việt Nam dẫn đầu đi tháp tùng Chủ tịch Quốc hội Trương Tấn Sang và làm việc tại Anh. Tổng giá trị các tho thu nhập hàng năm ký kết trong các lĩnh vực tín dụng, xuất nhập khẩu trong chuyến thăm này đạt trên 300 triệu USD. Qua chuyến thăm này, Phòng Thương mại và Công nghiệp Việt Nam đã đưa ra một số kiến nghị trong đó có xu hướng hình thành Hiệp hội doanh nghiệp Việt Nam tại Anh. Bởi vì hiện nay, các doanh nghiệp Việt Nam tại Anh là những nhà đầu tư và nhà sản xuất và là nguồn nhân lực cho các doanh nghiệp trong nước trong việc tiếp cận và buôn bán với các doanh nghiệp Anh.

- Năm 2006, Phòng Thương mại và Công nghiệp Việt Nam theo chủ đề của Thủ tướng Chính phủ đã tổ chức thành công “Ngày hội Việt Nam tại Vương quốc Anh”.

- 3/2008, Phòng Thương mại và Công nghiệp Việt Nam theo chủ đề của Thủ tướng Chính phủ đã tổ chức đoàn hơn 100 doanh nghiệp tháp tùng Thủ tướng Nguyễn Tấn Dũng thăm và làm việc chính thức tại Vương quốc Anh, CHLB Đức và Ai Len.

- 6/2011, tổ chức đoàn 20 doanh nghiệp thăm và làm việc tại Anh, Pháp, Thụy Sĩ từ ngày 12-21/6/2011 và tổ chức các Liên đoàn doanh nghiệp song phương với các nước trên. Tại Anh, VCCI đã hợp tác với Phòng Thương mại London tổ chức Liên đoàn doanh nghiệp thu hút sự quan tâm của nhiều doanh nghiệp bản địa nhằm tìm hiểu về thị trường Việt Nam. Bên cạnh đó, các doanh nghiệp hai bên đã có những trao đổi sâu sắc về kinh doanh hợp tác và có kế hoạch triển khai các hợp tác này trong tương lai gần.

- 18/11/2011, VCCI phối hợp với Phòng Thương mại London (LCCI), Thủ tướng Anh tổ chức buổi “Gặp gỡ doanh nghiệp Việt Nam – Vương quốc Anh” với sự tham gia của đoàn 20 doanh nghiệp bản địa hoạt động trong các lĩnh vực tuyển dụng lao động, giáo dục và đào tạo, sản xuất vòng bi chuyên dụng, xe máy nước – nước thải, dịch vụ tài chính, chăm sóc sức khỏe, cung cấp thiết bị phòng thí nghiệm, nông nghiệp, ngành công nghệ thông tin trong quản lý, thương mại điện tử.

- 13/11/2012, VCCI phối hợp với Phòng Thương mại London (LCCI), Hội Sở Quán Anh tại Việt Nam, Tập đoàn Harvey Nash tổ chức buổi “Gặp gỡ doanh nghiệp Việt Nam – Vương quốc Anh” với sự tham gia của đoàn doanh nghiệp bản địa hoạt động trong các lĩnh vực đào tạo, phần mềm, công nghệ thông tin, truyền thông, cung cấp dịch vụ pháp lý tài chính, xe máy nước thải, bảo vệ môi trường ...

- Năm 2013, tiếp tục phối hợp với Phòng Thương mại London (LCCI), Hội Sở Quán Anh tại Việt Nam, Tập đoàn Harvey Nash tổ chức buổi “Gặp gỡ doanh nghiệp Việt Nam – Vương quốc Anh”

VI. THÔNG TIN H U ÍCH

1. a ch h u ích

| n v - a ch | Tel/Fax | Email/Website |
|---|---|--|
| <i>Vi t Nam</i> | | |
| Ban Quan h qu c t , VCCI <i>S 9 ào Duy Anh, Hà N i</i> | T: 84-4-3542022 ext 307 | haint@vcci.com.vn trangttt@vcci.com.vn |
| <i>i s quán Anh t i Vi t Nam 31 Hai Ba Trung Str., Centre Building, Hanoi</i> | | |
| <i>Ph n Lan</i> | | |
| <i>i s quán Vi t Nam t i Anh và B c Ai-len (kiêm nhi m Ai-len) Victoria Road 12-14, London W8-5rd, UK</i> | T: +44 (0) 93 71 912 F: +44 (0) 93 76 108 | embassy@vietnamembassy.org.uk |
| <i>Th ng v Vi t Nam t i Anh (kiêm nhi m Ailen) 29 Chepstow Place, London W2, 4TT, United Kingdom</i> | T: + 44 207 727 0883 F: + 44 207 243 0471 | viet_trade_uk@hotmail.com uk@mot.gov.vn |

2. Các thông tin khác

2.1. Các công c tr c tuy n, mi n phí h tr doanh nghi p khi giao th ng v i th tr ng EU

2.1.1 B n th ng m i (trade map)

<http://www.trademap.org>

B n th ng m i (trademap) c phát tri n b i Trung tâm th ng m i qu c t ITC, cung c p:

- C s d li u tr c tuy n, liên t c c p nh t t các c quan th ng kê c p qu c gia
- Ch a phân tích d li u th ng m i c a h n 5600 s n ph m gi a 220 qu c gia/vùng lãnh th trên th gi i
- Giao di n s d ng thân thi n, xu t báo cáo theo nh d ng mong mu n (word, excel, pdf) – minh h a th d dàng cho vi c phân tích
- Mi n phí s d ng cho các n c ang phát tri n

B n th ng m i (Trade map) c a Trung tâm th ng m i qu c t (ITC) s giúp b n ánh giá, phân tích tỉ m n ng h p tác th ng m i v i th tr ng EU; tìm ki m m t hàng và i tác phù h p, ánh giá c nh tranh và a d ng hóa ngu n cung c p; truy xu t thông tin liên quan v thu quan, rào c n th ng m i.. qua ó xây d ng chi n l c kinh doanh phù h p.

H ng d n s d ng : <http://legacy.intracen.org/marketanalysis/Docs/Trademap/TradeMap-Userguide-EN.pdf>

2.1.2. Website h tr xu t kh u sang kh i Liên minh Châu Âu (EU Export Helpdesk)

<http://exporthelp.europa.eu>

- EU Export Helpdesk là công c hoàn toàn mi n phí do Phái oàn Châu Âu cung c p, h tr vi c xu t kh u sang th tr ng các n c trong liên minh EU, thông qua vi c cung c p:

- Các thông tin v yêu c u c a th tr ng v tiêu chu n s n ph m, th t c thu quan t i các n c trong liên minh Châu Âu
- Các thông tin v thu nh p kh u, quy ch t i hu qu c, u ãi thu xu t c ng nh các h ng m c khác nh nh m c cho phép, yêu c u gi y phép nh p kh u, các bi n pháp ch ng bán phá giá ..
- Th ng kê v dòng giao d ch th ng m i gi a EU và các n c khác
- Các th a thu n h p tác th ng m i gi a EU và các n c phát tri n, các yêu c u v h s và ch ng nh n xu t x c n thi t thâm nh p th tr ng EU
- Danh b các c quan ch c n ng liên quan c a các n c EU, danh b doanh nghi p

2.2. Website tham kh o

Website B Ngo i giao Vi t Nam

http://www.mofa.gov.vn/vi/cn_vakv/euro/

Website CIA – The World Factbook

<https://www.cia.gov/library/publications/the-world-factbook/index.html>

B ng 1. Xu t kh u VN – Anh

XUẤT KHẨU NƯỚC/VÙNG LÃNH THỜ - MẶT HÀNG CHỦ YẾU
Tháng 12 năm 2015

| Nước/Mặt hàng chủ yếu | ĐVT | Số liệu tháng báo cáo | | Cộng dồn đến hết tháng báo cáo | |
|--|-----|-----------------------|--------------------|--------------------------------|----------------------|
| | | Lượng | Trị giá (USD) | Lượng | Trị giá (USD) |
| ANH | | | 406.195.335 | | 4.648.790.640 |
| Hàng thủy sản | USD | | 19.365.394 | | 200.497.512 |
| Hàng rau quả | USD | | 880.759 | | 6.415.288 |
| Hạt điều | Tấn | 1.024 | 7.729.256 | 14.075 | 101.667.979 |
| Cà phê | Tấn | 3.641 | 6.924.633 | 32.093 | 65.282.722 |
| Hạt tiêu | Tấn | 232 | 2.500.091 | 4.755 | 40.072.967 |
| Bánh kẹo và các sản phẩm từ ngũ cốc | USD | | 1.823.990 | | 18.116.840 |
| Sản phẩm từ chất dẻo | USD | | 7.919.128 | | 96.234.831 |
| Cao su | Tấn | 247 | 260.904 | 2.144 | 2.904.182 |
| Sản phẩm từ cao su | USD | | 966.172 | | 7.265.276 |
| Túi xách, ví, vali, mũ, ô, dù | USD | | 7.600.177 | | 66.986.740 |
| Sản phẩm mây, tre, cói và thảm | USD | | 1.068.820 | | 9.350.803 |
| Gỗ và sản phẩm gỗ | USD | | 31.738.404 | | 287.143.118 |
| Giấy và các sản phẩm từ giấy | USD | | 299.255 | | 2.527.688 |
| Xơ, sợi dệt các loại | Tấn | 1.638 | 1.513.119 | 17.101 | 16.990.327 |
| Hàng dệt, may | USD | | 67.958.153 | | 700.167.161 |
| Giày dép các loại | USD | | 62.643.369 | | 693.587.418 |
| Nguyên phụ liệu dệt, may, da, giày | USD | | 974.085 | | 12.221.181 |
| Sản phẩm gốm, sứ | USD | | 2.200.451 | | 21.866.062 |
| Đá quý, kim loại quý và sản phẩm | USD | | 132.734 | | 1.938.680 |
| Sắt thép các loại | Tấn | 105 | 249.671 | 3.475 | 6.958.241 |
| Sản phẩm từ sắt thép | USD | | 4.608.354 | | 39.063.055 |
| Kim loại thường khác và sản phẩm | USD | | 960.419 | | 7.678.984 |
| Máy vi tính, sản phẩm điện tử và linh kiện | USD | | 42.165.265 | | 305.698.956 |
| Điện thoại các loại và linh kiện | USD | | 104.630.341 | | 1.687.551.911 |
| Máy móc, thiết bị, dụng cụ phụ tùng khác | USD | | 7.209.851 | | 50.316.568 |
| Dây điện và dây cáp điện | USD | | 150.086 | | 2.146.887 |
| Phương tiện vận tải và phụ tùng | USD | | 2.583.922 | | 30.464.511 |
| Đồ chơi, dụng cụ thể thao và bộ phận | USD | | 6.410.960 | | 44.853.637 |

Bảng 2. Nhập khẩu VN – Anh

**NHẬP KHẨU NƯỚC ANH /VÙNG LÃNH THỔ - MỸ THÀNH CHỈ Y U
THÁNG 12 NĂM 2015**

| Nước/Mặt hàng chủ yếu | ĐVT | Số liệu tháng báo cáo | | Cộng dồn đến hết tháng báo cáo | |
|--|-------|-----------------------|-------------------|--------------------------------|--------------------|
| | | Lượng | Trị giá (USD) | Lượng | Trị giá (USD) |
| ANH | | | 63.981.028 | | 734.107.664 |
| Hàng thủy sản | USD | | 1.834.218 | | 18.222.809 |
| Thực phẩm gia súc và nguyên liệu | USD | | 150.652 | | 2.190.450 |
| Nguyên phụ liệu thuốc lá | USD | | | | 179.646 |
| Hóa chất | USD | | 282.601 | | 5.375.341 |
| Sản phẩm hóa chất | USD | | 3.573.531 | | 46.234.540 |
| Nguyên phụ liệu dược phẩm | USD | | 405.548 | | 5.483.493 |
| Dược phẩm | USD | | 5.750.327 | | 135.342.362 |
| Thuốc trừ sâu và nguyên liệu | USD | | 438.973 | | 8.022.505 |
| Chất dẻo nguyên liệu | Tấn | 194 | 948.933 | 2.658 | 12.329.270 |
| Sản phẩm từ chất dẻo | USD | | 891.833 | | 13.519.109 |
| Cao su | Tấn | 72 | 201.692 | 436 | 1.165.264 |
| Sản phẩm từ cao su | USD | | 345.547 | | 3.838.081 |
| Vải các loại | USD | | 425.466 | | 7.251.548 |
| Nguyên phụ liệu dệt, may, da, giày | USD | | 1.191.224 | | 16.798.243 |
| Phế liệu sắt thép | Tấn | 257 | 52.819 | 17.326 | 5.029.391 |
| Sắt thép các loại | Tấn | 82 | 176.751 | 1.193 | 2.134.248 |
| Sản phẩm từ sắt thép | USD | | 1.227.930 | | 19.018.716 |
| Kim loại thường khác | Tấn | 10 | 66.706 | 1.218 | 3.096.995 |
| Máy vi tính, sản phẩm điện tử và linh kiện | USD | | 524.778 | | 8.801.285 |
| Điện thoại các loại và linh kiện | USD | | 1.001.182 | | 3.986.210 |
| Máy ảnh, máy quay phim và linh kiện | USD | | 187.220 | | 2.396.668 |
| Máy móc, thiết bị, dụng cụ, phụ tùng khác | USD | | 25.252.164 | | 204.581.646 |
| Ô tô nguyên chiếc các loại | Chiếc | 105 | 5.410.113 | 1.274 | 51.673.172 |
| Phương tiện vận tải khác và phụ tùng | USD | | 3.563.577 | | 66.933.421 |