

**BỘ CÔNG THƯƠNG**  
**TRUNG TÂM THÔNG TIN CÔNG NGHIỆP VÀ THƯƠNG MẠI**

**BÁO CÁO**  
**TÌNH HÌNH THỊ TRƯỜNG LOGISTICS NHẬT BẢN, HÀN QUỐC**  
**SỐ THÁNG 6/2022**

**THUỘC NHIỆM VỤ**  
**“Cập nhật, cung cấp thông tin và cơ sở dữ liệu lĩnh vực Logistics**  
**Việt Nam giai đoạn 2021-2025” năm 2022**

*Hà Nội, năm 2022*

## MỤC LỤC

TÓM TẮT .....	3
<b>1. THỊ TRƯỜNG NHẬT BẢN .....</b>	<b>5</b>
<i>1.1. Tình hình chung .....</i>	<i>5</i>
<i>1.2. Vận tải .....</i>	<i>6</i>
<i>1.3. Ga, cảng, cửa khẩu .....</i>	<i>10</i>
<i>1.4. Các hoạt động logistics khác .....</i>	<i>14</i>
<b>2. THỊ TRƯỜNG LOGISTICS HÀN QUỐC .....</b>	<b>20</b>
<i>2.1. Tình hình chung .....</i>	<i>20</i>
<i>2.2. Vận tải .....</i>	<i>21</i>
<i>2.2.1. Chỉ số phụ vận tải trong CPI của Hàn Quốc .....</i>	<i>21</i>
<i>2.2.2. Vận tải đường bộ .....</i>	<i>22</i>
<i>2.2.3. Vận tải đường biển .....</i>	<i>23</i>
<i>2.2.4. Vận tải đường hàng không .....</i>	<i>23</i>
<i>2.3. Ga, cảng, cửa khẩu .....</i>	<i>26</i>
<i>2.4. Các hoạt động logistics khác .....</i>	<i>26</i>

## DANH MỤC HÌNH

Hình 1: Chỉ số phụ về vận tải trong CPI hàng tháng của Nhật Bản .....	7
Hình 2: Bao bì thân thiện với môi trường được Nippon Express của Nhật Bản sử dụng trong vận chuyển hàng không từ tháng 6/2022 .....	10
Hình 3: Mô phỏng mô hình hoạt động của TradeWaltz® .....	12
Hình 4: Một tàu container siêu lớn cập cảng Yokohama, Nhật Bản .....	13
Hình 5: Dự báo cơ cấu dân số Nhật Bản theo độ tuổi đến năm 2040 .....	16
Hình 6: Trung tâm logistics Yokohama Sachiura Logistics Park tại Nhật Bản	18
Hình 7: Chỉ số phụ vận tải trong CPI của Hàn Quốc các tháng năm 2020-2022 .....	22
Hình 8: Máy bay của Korean Air Cargo tại sân bay Vienna (Áo).....	24
Hình 9: Một người dùng đang thao tác ứng dụng Hi Quote của HMM .....	27
Hình 10: Trung tâm logistics của ESR tại Hàn Quốc .....	28

## TÓM TẮT

### Nhật Bản

- ❖ Giá dầu thô tăng đã đẩy chi phí vận chuyển và các chi phí logistics tăng (ví dụ chi phí đóng gói hàng hóa) tại Nhật Bản, trong khi đồng yên yếu hơn đang làm tăng giá hàng hóa nhập khẩu nói chung. Do đó, chỉ số giá tiêu dùng của nước này (không bao gồm thực phẩm tươi sống có biến động giá lớn) từ tháng 4/2022 đã tăng lên ngưỡng cao nhất trong 7 năm trở lại đây.
- ❖ Các hoạt động dịch vụ trên thị trường nội địa của Nhật Bản có dấu hiệu đáng lo ngại hơn khi Chỉ số niềm tin của người tiêu dùng ở Nhật Bản đã giảm xuống mức thấp nhất trong 18 tháng là 32,1 vào tháng 6 năm 2022 từ mức cao của tháng 5/2022 là 34,1, trong bối cảnh toàn cầu đang có nhiều bất ổn. Tất cả các chỉ số thành phần của chỉ số niềm tin tiêu dùng đều xấu đi: niềm tin vào việc làm (giảm 1,6 điểm so với một tháng trước xuống 37,4), khả năng tiêu dùng (giảm 2,6 điểm xuống 29,8), quan điểm về tăng trưởng thu nhập (giảm 1,4 điểm xuống 35,8) và mức độ sẵn sàng mua hàng hóa lâu bền (giảm 2,6 điểm còn 25,3).
- ❖ *Với sự phát triển của môi trường công nghệ thông tin (CNTT) toàn cầu trong những năm gần đây, Nhật Bản đã có nhiều nỗ lực để thay thế tài liệu giấy bằng dữ liệu điện tử. Công nghệ chuỗi khối cho phép chia sẻ toàn cầu về dữ liệu gốc duy nhất. Là một quốc gia có dân số già, có nhiều hòn đảo và thường bị tác động bởi thiên tai, áp lực về lao động và đặc điểm địa lý của Nhật Bản đòi hỏi phải tiến hành nhanh chóng quá trình số hóa trong lĩnh vực logistics.*
- ❖ Theo một báo cáo sơ bộ do Cơ quan quản lý Cảng Shimizu tỉnh Shizuoka tổng hợp, cảng Shimizu đã xử lý 44.449 TEU container hàng hóa trong tháng 5/2022, giảm 3,7% so với cùng tháng năm 2021. Các lô hàng ở phân khúc nội địa tăng 23,6% lên 8.864 TEU nhưng không đủ bù đắp cho lượng hàng quốc tế.
- ❖ Tiêu chuẩn của Nhật Bản đối với dịch vụ giao hàng tận nhà rất cao. Tất cả mọi hoạt động tại dặm cuối (last mile), từ giao hàng đến đổi trả hàng, hỗ trợ lắp đặt, chăm sóc khách hàng, thậm chí cả phương thức giao hàng trên lề đường hay Mua hàng trực tuyến nhưng giao tại trạm/cửa hàng (BOPIS) đều phải hoàn hảo để khách hàng Nhật Bản luôn hài lòng. Với lối sống kỷ luật cao, khách hàng tại Nhật Bản thường yêu cầu rất khắt khe về dịch vụ chăm sóc khách hàng, thái độ trong cung cấp dịch vụ. Chỉ một sơ suất hoặc chậm trễ nhỏ trong giao hàng cũng có thể khiến các

doanh nghiệp đối mặt với khiếu nại hoặc mất đi tệp khách hàng trung thành của mình.

### Hàn Quốc

- ❖ Chỉ số giá vận tải của Hàn Quốc tiếp tục chuỗi tăng tháng thứ 4 liên tiếp, đạt 119,79 trong tháng 5/2022, cao hơn tháng liền trước và các tháng cùng kỳ năm 2021 và năm 2020. Giá nhiên liệu tăng đẩy chỉ số giá vận tải của nước này tăng theo xu hướng chung của khu vực và thế giới.
- ❖ Các tài xế xe tải của Hàn Quốc đã đạt được thỏa thuận với Chính phủ nước này vào tháng 6/2022, chấm dứt cuộc đình công vô thời hạn mà công đoàn của họ bắt đầu vào ngày 7 tháng 6 năm 2022 để yêu cầu tăng giá cước đủ bù đắp cho giá nhiên liệu đã tăng mạnh trong thời gian qua.
- ❖ Trong tháng 6/2022, thị trường logistics, vận tải Hàn Quốc bị tác động bởi hai yếu tố không thuận lợi là giá nhiên liệu tăng mạnh và đình công trong lĩnh vực vận tải. Chi phí tăng ảnh hưởng xấu đến tiêu dùng và sản xuất, đe dọa làm giảm nhu cầu đối với các dịch vụ logistics.
- ❖ Các sản phẩm ô tô đang giúp gia tăng lượng hàng hóa của hãng vận tải hàng hóa bằng đường không của Hàn Quốc là Korean Air Cargo tại sân bay Vienna-một trong những sân bay bận rộn tại châu Âu. Khối lượng hàng hóa của Korean Air Cargo qua Sân bay Vienna duy trì tăng trưởng trong hai năm qua, bất chấp tác động nặng nề của dịch bệnh COVID-19, với tối đa 13 chuyến bay mỗi tuần từ Hàn Quốc đến thủ đô của Áo.
- ❖ Bộ trưởng Bộ Đất đai, Cơ sở hạ tầng và Giao thông Hàn Quốc (MOLIT) Won Hee-ryong và Bộ trưởng Bộ Giao thông Vận tải Indonesia (MOT) Budi Karya Sumadi ngày 23/6/2022 đã thảo luận về việc hợp tác trong lĩnh vực vận tải và hạ tầng giữa hai quốc gia. Kể từ khi nhậm chức, Tổng thống Indonesia Joko Widodo đã theo đuổi chính sách phát triển cơ sở hạ tầng như một ưu tiên chính sách quan trọng. Trong đó, Chính phủ Indonesia đang thực hiện các dự án phát triển giao thông công cộng tại các thành phố, một phần vì lý do này mà Indonesia đã trở thành thị trường xây dựng nước ngoài lớn nhất của Hàn Quốc trong nửa đầu năm 2022.
- ❖ Hãng vận tải HMM của Hàn Quốc đã giới thiệu một hệ thống kỹ thuật số mới gọi là Hi Quote, được sử dụng để cung cấp báo giá tức thì, xác nhận đặt chỗ và đảm bảo chỗ trống trên các tàu của họ.
- ❖ Tập đoàn bất động sản ESR hoàn thành việc bổ sung nguồn cung 520.000 m<sup>2</sup> nhà kho logistics thuê trước, loại A, 100% tại Hàn Quốc trong nửa đầu năm 2022.

# NỘI DUNG BÁO CÁO

## 1. THỊ TRƯỜNG NHẬT BẢN

### 1.1. Tình hình chung

Giá dầu thô tăng đã đẩy chi phí vận chuyển và các chi phí logistics tăng (ví dụ chi phí đóng gói hàng hóa) tại Nhật Bản, trong khi đồng Yên yếu hơn đang làm tăng giá hàng hóa nhập khẩu nói chung. Do đó, chỉ số giá tiêu dùng của nước này (không bao gồm thực phẩm tươi sống có biến động giá lớn) từ tháng 4/2022 đã tăng lên ngưỡng cao nhất trong 7 năm trở lại đây.

Một cuộc khảo sát ở Nhật Bản đối với 105 công ty thực phẩm lớn do Teikoku Databank thực hiện cho thấy việc tăng giá đã được ghi nhận cho tổng số 10.789 mặt hàng trong giai đoạn 5 tháng từ ngày 1 tháng 1 đến ngày 1 tháng 6 năm 2022. Trong số đó, 4.770 mặt hàng đã tăng giá vào tháng 5/2022, trong khi 1.500 mặt hàng được thông báo tăng giá vào tháng 6/2022. Ngoài ra, khảo sát các nhà bán lẻ cũng cho thấy có khoảng 3.300 mặt hàng sẽ tăng giá vào tháng 7 hoặc tháng 8, và 1.100 mặt hàng còn lại sẽ có giá tăng từ tháng 9/2022.

Chi phí vận chuyển tăng do áp lực từ cả giá nhiên liệu, nguồn cung bị gián đoạn, năng lực vận tải hạn chế vì tắc nghẽn cảng, bến và thiếu container vẫn diễn ra trên toàn cầu. Ví dụ, giá dầu hạt cải mà Nhật Bản nhập khẩu từ Canada đã tăng mạnh do nguồn cung giảm và chi phí vận chuyển tăng. Trong khi đó, giá bột mì đang tăng ở nhiều nơi do sự gián đoạn các chuyến hàng lúa mì từ Ukraine

Là một phần của các biện pháp trừng phạt đối với Nga, lệnh cấm vận dầu thô từ Nga đang được nhiều nước ở châu Âu và Bắc Mỹ áp dụng, khiến giá dầu tăng vọt. Hơn nữa, chênh lệch lãi suất ở Nhật Bản và Hoa Kỳ ngày càng tăng đã làm suy yếu đồng Yên Nhật Bản, đồng Yên Nhật vào ngày 7 tháng 6 năm 2022 đã giảm giá xuống mức thấp nhất trong 20 năm là 133 JPY/USD trên thị trường Tokyo.

Cho đến nay, nhóm hàng lương thực, thực phẩm vốn tác động mạnh nhất đến cuộc sống hàng ngày của người tiêu dùng, đặc biệt là nhóm dễ bị “tổn thương”, chủ yếu tăng giá do hai mặt hàng dầu ăn và lúa mì bị khan hiếm nguồn cung. Tuy nhiên, theo phân tích của các chuyên gia thị trường, giá dầu thô tăng và đồng Yên mất giá kể từ đầu năm đang cho thấy đây không phải là sự điều chỉnh tạm thời do giá của một hai nhóm hàng thành phần. Diễn biến trên thị trường xăng dầu, năng lượng thế giới cho thấy chi phí vận chuyển và chi phí logistics khác, bao gồm cả kho bãi, đặc biệt là kho lạnh, thùng lạnh... để bảo quản sản phẩm sẽ gia tăng theo giá năng lượng. Điều này đã khiến nhiều

công ty thực phẩm phải tăng giá bán lẻ để trang trải chi phí bổ sung của họ. Do đó, áp lực chi phí logistics và hệ lụy sau đó là lạm phát giá tiêu dùng là điều khó tránh khỏi trong những tháng tới..

Chỉ số PMI Dịch vụ Nhật Bản do Ngân hàng au Jibun tính toán và công bố đã tăng lên 54,2 vào tháng 6 năm 2022 từ 52,6 vào tháng 5/2022. Đây là tháng thứ ba liên tiếp mở rộng hoạt động dịch vụ và là tốc độ mạnh nhất kể từ tháng 10 năm 2013, trong bối cảnh dỡ bỏ các hạn chế COVID-19 còn lại đối với du khách quốc tế.

Chỉ số PMI Dịch vụ Nhật Bản (Chỉ số Nhà quản lý Mua hàng) dựa trên dữ liệu được thu thập từ một nhóm đại diện gồm hơn 400 công ty thuộc lĩnh vực dịch vụ tư nhân có trụ sở tại Nhật Bản. Chỉ số này theo dõi các biến số như doanh số bán hàng, việc làm, hàng tồn kho và giá cả. Chỉ số trên 50 cho thấy rằng lĩnh vực dịch vụ nói chung đang mở rộng; dưới 50 cho thấy rằng xu hướng đang giảm.

PMI Dịch vụ Nhật Bản của Ngân hàng au Jibun đạt 54,0 vào tháng 6 năm 2022, so với 52,6 vào tháng 5/2022. Đây là tháng thứ ba liên tiếp mở rộng hoạt động dịch vụ và là tốc độ mạnh nhất kể từ tháng 10 năm 2013, trong bối cảnh dỡ bỏ các hạn chế COVID-19 còn lại đối với du khách quốc tế.

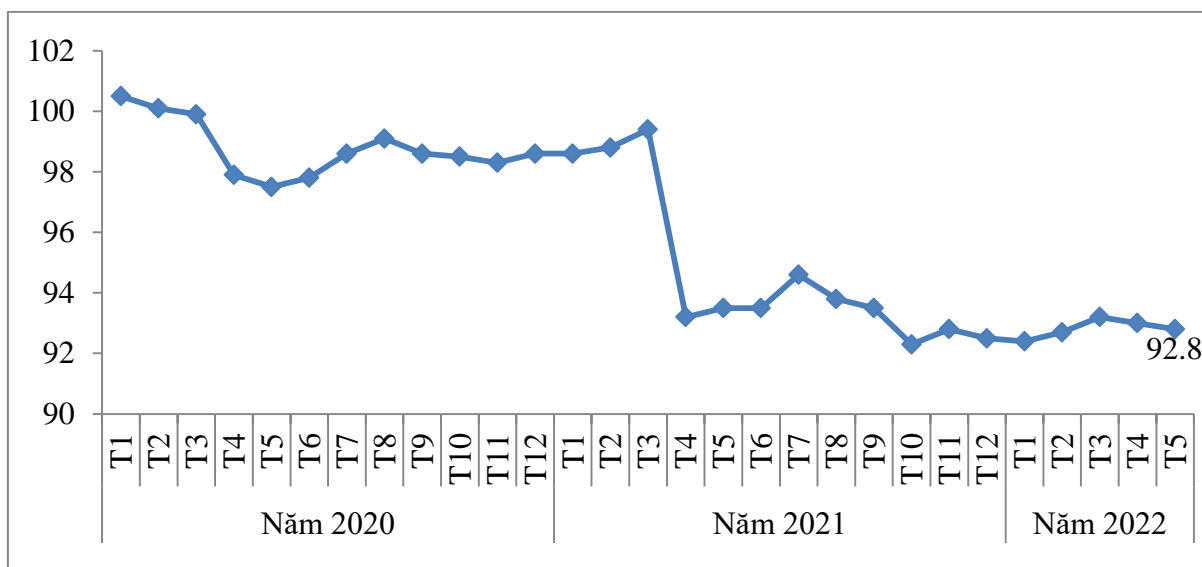
Các hoạt động dịch vụ trên thị trường nội địa của Nhật Bản có dấu hiệu đáng lo ngại hơn khi Chỉ số niềm tin của người tiêu dùng ở Nhật Bản đã giảm xuống mức thấp nhất trong 18 tháng là 32,1 vào tháng 6 năm 2022 từ mức cao của tháng 5/2022 là 34,1, trong bối cảnh toàn cầu đang có nhiều bất ổn.

Tất cả các chỉ số thành phần của chỉ số niềm tin tiêu dùng đều xấu đi: niềm tin vào việc làm (giảm 1,6 điểm so với một tháng trước xuống 37,4), khả năng tiêu dùng (giảm 2,6 điểm xuống 29,8), quan điểm về tăng trưởng thu nhập (giảm 1,4 điểm xuống 35,8) và mức độ sẵn sàng mua hàng hóa lâu bền (giảm 2,6 điểm còn 25,3).

## **1.2. Vận tải**

### **1.2.1. Tình hình chung:**

Theo số liệu từ Cơ quan Thống kê quốc gia Nhật Bản, CPI nhóm vận tải của Nhật Bản giảm xuống còn 92,8 trong tháng 5/2022 (kỳ gốc năm 2015=100), tháng thứ 2 giảm liên tiếp, trái ngược với xu hướng tại nhiều thị trường khác trên thế giới.



**Hình 1: Chỉ số phụ về vận tải trong CPI hàng tháng của Nhật Bản**

(kỳ gốc năm 2015=100)

*Nguồn: Cơ quan Thống kê quốc gia Nhật Bản*

### 1.2.2. Vận tải đường biển:

#### Vận tải tuyến giữa Nhật Bản- Hoa Kỳ:

Theo công ty nghiên cứu thị trường Descartes Datamynes, xuất khẩu hàng đóng container từ Nhật Bản sang Mỹ đã tăng mạnh lên 61.808 TEU trong tháng 5/2022<sup>1</sup> tăng 11,7% so với một tháng trước đó và 11,6% so với một năm trước đó. Như vậy sau 2 năm, đây là lần đầu tiên xuất khẩu hàng đóng container từ Nhật Bản sang Hoa Kỳ tăng trưởng theo tháng. Đồng thời, đây cũng là lần đầu tiên kể từ tháng 7 năm 2019, sản lượng hàng tháng vượt quá 60.000 TEU và là lần thứ ba trong 10 năm qua. Nếu so với tháng 5 năm 2020 thì mức tăng đặc biệt ấn tượng là 83,4%, cho thấy sự hồi phục sau cuộc khủng hoảng vì dịch bệnh COVID-19.

Các chuyến hàng trực tiếp từ Nhật Bản đến Hoa Kỳ đạt 35.526 TEU, giảm 8,4%, trong khi các chuyến hàng vận chuyển ở các nước / khu vực thứ ba tăng 58,4% lên 26.282 TEU, phá vỡ mốc 20.000 TEU trong ba tháng. Họ chiếm 42,5% trong tổng số, vượt qua ngưỡng 40% trong hai tháng liên tiếp.

### 1.2.3. Vận tải đường hàng không và liên phương thức

Theo số liệu thống kê của Nippon Express, lượng hàng hóa hàng không xuất khẩu từ Nhật Bản của hãng trong tháng 4 và tháng 5/2022 đều giảm so với

<sup>1</sup> (số liệu được tính toán dựa trên khối lượng tại các cảng xuất xứ ở Nhật Bản)



tháng 3/2022, thậm chí kết quả của tháng 5 thấp nhất trong 5 tháng đầu năm 2022 với 19,3 nghìn tấn, đồng thời cũng thấp hơn mức của cùng kỳ năm 2021.

**Bảng 1: Xuất khẩu hàng không từ Nhật Bản (Kết quả hàng tháng theo trọng lượng được xử lý như hàng hóa tổng hợp của Nippon Express)**

*Đvt: Tấn*

<b>Tháng</b>	<b>Năm 2022</b>	<b>Năm 2021</b>	<b>Năm 2021 so năm 2020 (%)</b>
<b>1</b>	20.025	22.572	88,7%
<b>2</b>	22.735	23.855	95,3%
<b>3</b>	25.164	28.556	88,1%
<b>4</b>	22.981	29.302	78,4%
<b>5</b>	19.386	21.965	88,3%
<b>6</b>		25.365	
<b>7</b>		24.091	
<b>8</b>		21.551	
<b>9</b>		22.399	
<b>10</b>		24.143	
<b>11</b>		22.417	
<b>12</b>		23.658	
<b>Tổng</b>	90.905	289.874	31,4%

Trái ngược với xuất khẩu, vận chuyển hàng hóa nhập khẩu bằng đường hàng không vào Nhật Bản của hãng Nippon Express trong tháng 5/2022 tăng nhẹ so với cả tháng liền trước và cùng kỳ năm 2021.

**Bảng 2: Nhập khẩu đường hàng không đến Nhật Bản (Kết quả hàng tháng của công ty môi giới hải quan Nippon Express cho hàng hóa bằng đường hàng không đến Nhật Bản):**

Tháng	Năm 2022	Năm 2021	Năm 2021 so năm 2020 (%)
1	40.575	33.517	121,1%
2	32.885	32.437	101,4%
3	39.244	41.848	93,8%
4	32.673	35.529	92,0%
5	33.547	33.108	101,3%
6		36.291	
7		36.778	
8		38.003	
9		39.804	
10		43.195	
11		41.029	
12	145.377	447.144	32,5%

*Nguồn: Thống kê hàng tháng của Nippon Express*

*Các ngành công nghiệp y tế và dược phẩm là một trong số những ngành có yêu cầu kiểm soát nhiệt độ nghiêm ngặt đối với sản phẩm trong quá trình vận chuyển và ngày càng có nhiều sự quan tâm đến các dịch vụ hậu cần thân thiện với môi trường trong lĩnh vực hàng không toàn cầu nói chung và tại Nhật Bản nói riêng.*

Nippon Express Co., Ltd. (Mitsuru Saito, Chủ tịch), một công ty thuộc Tập đoàn Nippon Express Holdings, Inc. (Mitsuru Saito, Chủ tịch), đã trở thành công ty hậu cần Nhật Bản đầu tiên hợp tác với EMBALL'ISO, một công ty Pháp với thành tích đã được chứng minh trong việc vận chuyển vắc xin, bằng cách tung ra dịch vụ vận chuyển hàng không quốc tế mới sử dụng bao bì đẳng nhiệt thân thiện với môi trường do EMBALL'ISO sản xuất.



**Hình 2: Bao bì thân thiện với môi trường được Nippon Express của Nhật Bản sử dụng trong vận chuyển hàng không từ tháng 6/2022**

*Nguồn: Nippon Express*

Là một thước đo quan trọng trong chiến lược tăng trưởng cho các doanh nghiệp cốt lõi, NX Group đã định vị ngành dược phẩm là ngành ưu tiên trong "Kế hoạch kinh doanh của Tập đoàn Nippon Express 2023 - Tăng trưởng năng động" và theo đó đã mở rộng các dịch vụ vận tải có kiểm soát nhiệt độ.

Nippon Express là công ty hậu cần Nhật Bản đầu tiên hợp tác với EMBALL'ISO (trụ sở chính tại Pháp) bằng cách phát triển một dịch vụ mới kết hợp bao bì đẳng nhiệt hiệu suất cao có thể tái sử dụng (không dùng điện) của EMBALL'ISO với vận tải hàng không quốc tế và do đó nâng cao nhiệt độ của nó- dịch vụ vận tải có kiểm soát. Dịch vụ thân thiện với môi trường mới này sẽ giúp giảm lượng khí thải CO<sub>2</sub> của khách hàng trong khi duy trì nghiêm ngặt nhiệt độ cần thiết trong quá trình vận chuyển.

### **1.3. Ga, cảng, cửa khẩu**

*Với sự phát triển của môi trường công nghệ thông tin (CNTT) toàn cầu trong những năm gần đây, Nhật Bản đã có nhiều nỗ lực để thay thế tài liệu giấy bằng dữ liệu điện tử. Công nghệ chuỗi khối cho phép chia sẻ toàn cầu về dữ liệu gốc duy nhất. Là một quốc gia có dân số già, có nhiều hòn đảo và thường bị tác động bởi thiên tai, áp lực về lao động và đặc điểm địa lý của Nhật Bản đòi hỏi phải tiến hành nhanh chóng quá trình số hóa trong lĩnh vực logistics.*

Bộ Đất đai, Cơ sở hạ tầng, Giao thông và Du lịch (MLIT) và Cục Cảng và TradeWaltz vào đầu tháng 6/2022 đã thông báo sẽ phát triển một nền tảng thương mại tiêu chuẩn Nhật Bản. Để đạt được mục tiêu này, Cơ quan quản lý Cảng quốc gia sẽ điều phối CyberPort- một nền tảng số hóa các thủ tục thương

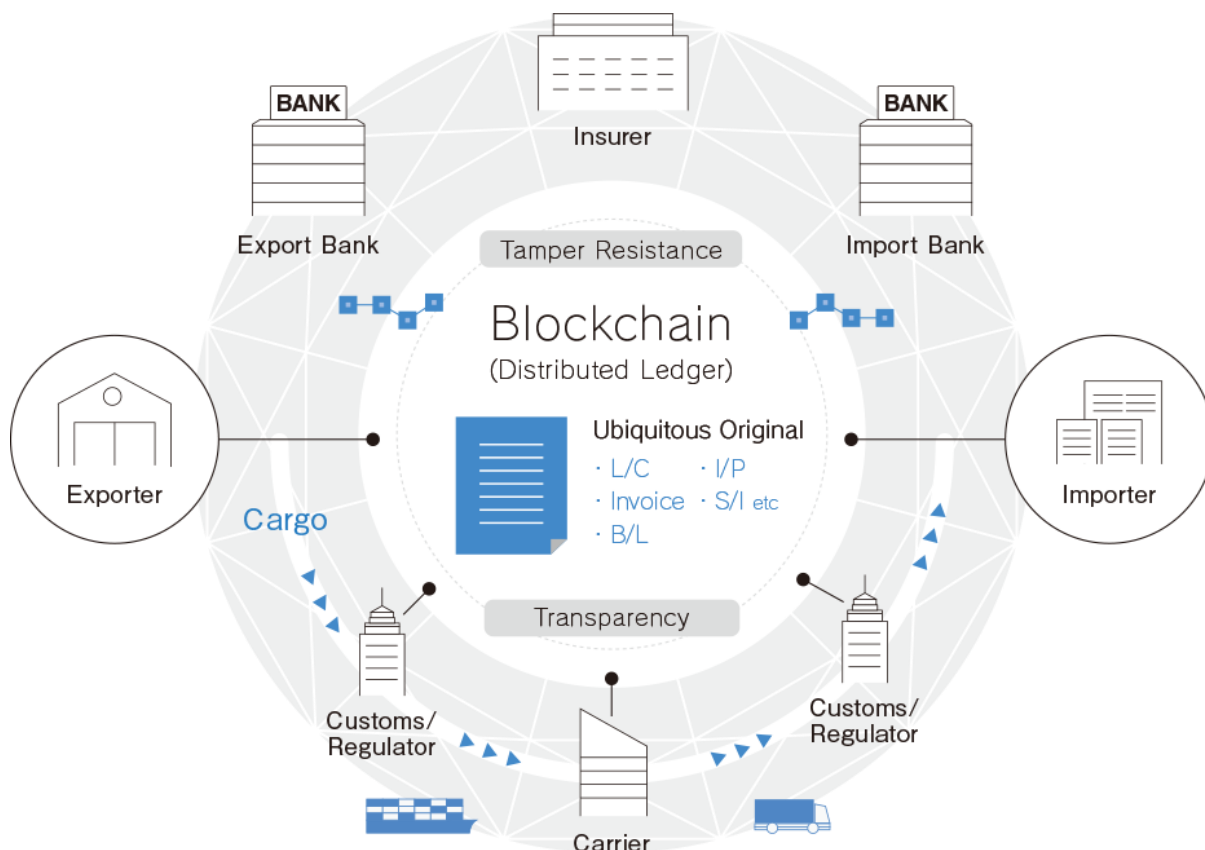
mại liên quan đến cảng biển và tích hợp với TradeWaltz, một nền tảng kinh doanh và tài chính của TradeWaltz.

Để điều phối các dự án số hóa thương mại trong nước, ngày 12 tháng 11 năm 2020, Nhật Bản đã công bố rằng các nỗ lực chung sẽ được thực hiện để thiết lập mối liên kết giữa Hệ thống hợp nhất cảng và hàng hóa tự động Nippon (NACCS) và TradeWaltz. Vào ngày 15 tháng 4 năm 2022, đã có thông báo rằng sự hợp tác sẽ được thực hiện giữa NACCS và CyberPort, theo đó CyberPort sẽ phối hợp với TradeWaltz để cụ thể hóa các hành động cần thiết cho quá trình số hóa được diễn ra nhanh chóng, không chỉ trong thời gian dịch bệnh mà là định hướng dài hạn cho sự phát triển bền vững, giảm phụ thuộc vào lao động và các tác động tự nhiên.

Các giải pháp và hành động sẽ được thực hiện để phát triển các nền tảng thông minh cho chính cộng đồng người Nhật tham gia các hoạt động thương mại, thông qua việc số hóa và tổ chức mạng lưới dữ liệu thương mại, phát triển các thông số kỹ thuật cho các tiêu chuẩn dữ liệu thương mại của Nhật Bản và liên kết với các tiêu chuẩn từ các quốc gia và khu vực khác. Để thúc đẩy các nền tảng thương mại, CyberPort, TradeWaltz và các bên liên quan khác sẽ tiếp tục tích cực tham gia vào các chương trình mà khu vực công và tư nhân đang thúc đẩy để số hóa thương mại.

Trước đó, tại Cuộc họp Ủy ban Kinh doanh lần thứ 50 của Hiệp hội Kho bãi Vật liệu Nguy hiểm Nhật Bản vào ngày 22 tháng 4 năm 2022, Someya từ Tradewaltz Inc., với CyberPort của Bộ Đất đai, Cơ sở hạ tầng, Giao thông và Du lịch, đã thuyết trình về hoạt động kinh doanh, hướng hợp tác trong tương lai và những đóng góp cho hiệu quả quản lý kho vật liệu nguy hiểm tại Nhật Bản.

TradeWaltz® không chỉ đơn thuần là số hóa các tài liệu thương mại. Nền tảng này cho phép người dùng chia sẻ những phần thông tin độc nhất, không thể xác thực trên quy mô toàn cầu bằng cách lưu trữ điện tử tài liệu chứng minh về hoạt động thương mại trong sổ cái phân tán. Ngoài ra, bằng cách chuyển đổi các tài liệu thương mại thành dữ liệu thông minh, nó đảm bảo tính xác thực của các tài liệu kỹ thuật số và cho phép các cấp độ ứng dụng dữ liệu nâng cao như luồng thông tin thông suốt giữa các hệ thống của công ty và các biện pháp chống rửa tiền.



**Hình 3: Mô phỏng mô hình hoạt động của TradeWaltz®**

Vào đầu tháng 6/2022, NTT Data Kansai cũng đã ra mắt dịch vụ nền tảng dữ liệu thương mại. Mục tiêu là tăng cường chia sẻ sử dụng các tài liệu thương mại trên điện toán đám mây, B2B TradeCloud giúp các doanh nghiệp liên quan đến thương mại chia sẻ trạng thái công việc với nhau. Bằng cách điều phối thông tin, dịch vụ mới góp phần nâng cao năng suất của các giao dịch thương mại và thúc đẩy chuyển đổi kỹ thuật số (DX).

B2B TradeCloud, một nền tảng phần mềm như một dịch vụ (SaaS) tuân thủ Đạo luật bảo trì sách điện tử sửa đổi, cho phép các doanh nghiệp tham gia thương mại chia sẻ thông tin. Bằng cách truy cập dữ liệu thương mại xuất và nhập trong hệ thống chính của người gửi hàng, nó có thể tự động chuẩn bị các tờ sổ cái thương mại. Nó cũng có thể tự động lưu trữ các quyền xuất và nhập bằng cách liên kết với Hệ thống hợp nhất cảng và hàng hóa tự động Nippon (NACCS).

❖ **Tình hình tại một số cảng biển:**

**Cảng Yokohama**

***Văn phòng Phát triển Khu vực Kanto của Bộ Đất đai, Cơ sở hạ tầng, Giao thông và Du lịch (MLIT) thông báo sẽ vận hành một hệ thống thông tin***

## ***về cảng và bến cảng mới trong năm tài chính này trên cơ sở thử nghiệm tại Cảng Container D1 tại Bến tàu Honmoku***

Để thảo luận về cách thức vận chuyển container hiệu quả hơn với hệ thống, được gọi là Container Fast Pass (COMPAS), văn phòng đã triệu tập cuộc họp của một ủy ban về cải thiện hiệu quả vận tải container tại Cảng Yokohama vào cùng ngày. COMPAS được giới thiệu tại Bến tàu Minami Honmoku của cảng vào ngày 30 tháng 3 năm 2021 và đã được thử nghiệm hai lần cho đến nay tại Bến container BC của Cầu tàu Honmoku.

### **Hình 4: Một tàu container siêu lớn cập cảng Yokohama, Nhật Bản**



*Nguồn ảnh: Yokohama Port Corporation*

### **Cảng Shimizu:**

Theo một báo cáo sơ bộ do Cơ quan quản lý Cảng Shimizu tỉnh Shizuoka tổng hợp, cảng Shimizu đã xử lý 44.449 TEU container hàng hóa trong tháng 5/2022, giảm 3,7% so với cùng tháng năm 2021. Các lô hàng ở phân khúc nội địa tăng 23,6% lên 8.864 TEU nhưng không đủ bù đắp cho lượng hàng quốc tế.

Các chuyến hàng quốc tế giảm 8,7% xuống 35.585 TEU, như vậy lượng hàng container quốc tế trong hai tháng gần đây đều giảm so với cùng kỳ năm 2021. Hàng container đủ tải giảm 5,4% xuống còn 32.170 TEU và giảm ở cả hai chiều, với xuất khẩu giảm 5,8% xuống 14.446 TEU và nhập khẩu giảm 5,1% xuống 17.724 TEU.

### **Cảng Nagoya:**

Theo số liệu của Cơ quan Cảng Nagoya (NPA), đóng góp kinh tế của cảng đã lên tới khoảng 56 nghìn tỷ yên (422,02 tỷ USD) và tạo việc làm cho khoảng 2,16 triệu người trên toàn quốc. Cơ quan quản lý cảng đã ước tính hiệu quả kinh tế mà cảng mang lại cho toàn quốc, tỉnh Aichi và thành phố Nagoya dựa trên số liệu thống kê và khảo sát liên ngành được thực hiện giữa các nhà khai thác cảng và bến cảng.

Tỉnh Aichi thu được hiệu quả kinh tế khoảng 39 nghìn tỷ yên (293,9 tỷ USD), tương đương khoảng 46% tổng sản phẩm của tỉnh. Tại Aichi, khoảng 1,4 triệu lao động đang làm các công việc liên quan đến cảng, chiếm khoảng 38% tổng số lao động của tỉnh. Thu thuế liên quan đến cảng vào khoảng 266,1 tỷ yên (2 tỷ đô la Mỹ), chiếm khoảng 37% tổng nguồn thu thuế của tỉnh.

#### **1.4. Các hoạt động logistics khác**

***Những nỗ lực số hóa lĩnh vực logistics và thương mại hàng hóa tại Nhật Bản:***

##### ***a) Thị trường dịch vụ giao nhận:***

##### ***Đặc điểm thị trường dịch vụ giao hàng dặm cuối tại Nhật Bản***

Tiêu chuẩn của Nhật Bản đối với dịch vụ giao hàng tận nhà rất cao. Tất cả mọi hoạt động tại dặm cuối (last mile), từ giao hàng đến đổi trả hàng, hỗ trợ lắp đặt, chăm sóc khách hàng, thậm chí cả phương thức giao hàng trên lề đường hay Mua hàng trực tuyến nhưng giao tại trạm/cửa hàng (BOPIS) đều phải hoàn hảo để khách hàng Nhật Bản luôn hài lòng. Với lối sống kỷ luật cao, khách hàng tại Nhật Bản thường yêu cầu rất khắt khe về dịch vụ chăm sóc khách hàng, thái độ trong cung cấp dịch vụ. Chỉ một sơ suất hoặc chậm trễ nhỏ trong giao hàng cũng có thể khiến các doanh nghiệp đối mặt với khiếu nại hoặc mất đi tệp khách hàng trung thành của mình.

Cuộc sống bận rộn và các tác động khó lường của nhiều yếu tố bất khả kháng tới chuỗi cung ứng khiến áp lực về thời gian giao hàng tăng lên. Gần đây các nhà cung cấp dịch vụ logistics dặm cuối tại Nhật Bản đang phải đối mặt với khối lượng hàng hóa và chi phí giao hàng cho khách hàng cao, ít linh hoạt hơn với các khoảng thời gian giao hàng và lưu lượng giao thông trên đường nhiều hơn. Ngoài ra, những yêu cầu đặc biệt của thị trường Nhật Bản đòi hỏi những giải pháp đặc biệt phù hợp cho từng phân khúc hàng hóa.

Gần một nửa số hộ gia đình có từ hai người trở lên mua hàng hóa hoặc dịch vụ trực tuyến - mức cao nhất trong mười năm qua ở Nhật Bản, với phần

lớn chi tiêu của người tiêu dùng cho việc đi lại, di chuyển và ăn ở. Hàng hóa liên quan đến giải trí là một danh mục mua hàng trực tuyến có tính phổ biến cao. Doanh thu trên thị trường thương mại điện tử dự kiến đạt 215.113 triệu đô la Mỹ vào năm 2022.

Áp lực đối với các thương hiệu trong việc thực hiện giao hàng đúng thời hạn và liền mạch cũng tăng lên kể từ khi thị trường mở rộng đáng kể vào năm 2020. Dịch bệnh Covid-19 đã thúc đẩy nhu cầu đối với dịch vụ giao hàng tại nhà và chỉ riêng trong năm 2020, quy mô thị trường logistics giao hàng chặng cuối đã lên tới 2,54 nghìn tỷ yên Nhật. Nhu cầu này dự kiến sẽ đạt gần ba nghìn tỷ Yên vào năm 2023.

*Điều gì khiến việc giao hàng chặng cuối ở Nhật Bản trở nên khác biệt và những khó khăn đặc thù của phân khúc này?*

Tất cả các quốc gia đều gặp phải những thách thức logistics đặc thù của họ. Nhưng thị trường Nhật Bản khác với những nơi khác trên thế giới yếu tố nhân khẩu học và công nghệ: Mật độ dân số chênh lệch lớn giữa các địa phương, dân số đang già nhanh chóng, trình độ công nghệ cao, văn hóa tiêu dùng “khắt khe”, và do đó cần được nghiên cứu ở cấp độ chính sách và cơ cấu để thực hiện hiệu quả việc giao hàng chặng cuối.

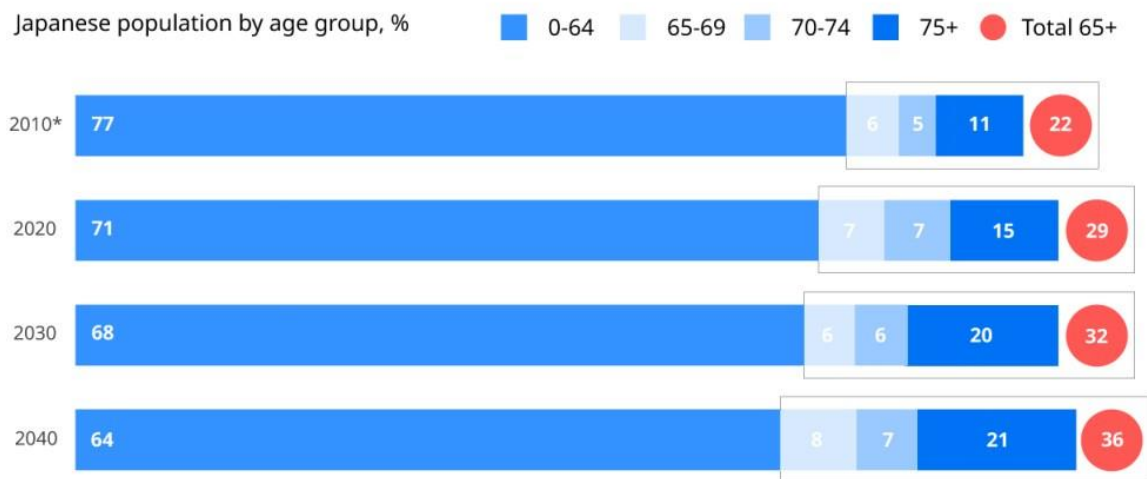
#### (1) Thiếu hụt lao động

Đây là một vấn đề lớn đối với nền kinh tế Nhật Bản và có thể cản trở quá trình phục hồi nhanh chóng trong thời gian tới, nhất là khi dịch bệnh COVID-19 khiến nguồn cung lao động càng thêm thiếu hụt. Ví dụ, một số đối tác giao hàng đã từ chối gia hạn hợp đồng với Ajinomoto, một trong những tập đoàn thực phẩm lớn nhất Nhật Bản, do thiếu nhân lực. Theo các nhà phân tích trong ngành, sẽ có khoảng cách 35% giữa nhu cầu giao hàng và quy mô lực lượng lao động logistics vào năm 2030. Điều này có nghĩa là một phần ba lượng hàng hóa ở Nhật Bản sẽ không được vận chuyển kịp thời nếu nguồn cung dịch vụ này không được bổ sung sớm.

#### (2) Tốc độ già hóa dân số nhanh.

Dân số Nhật Bản là hiện già nhất thế giới và đang già đi nhanh chóng. Trên thực tế, vào năm 2040, 36% dân số Nhật Bản được dự đoán sẽ ở độ tuổi trên 65. Điều này gây áp lực rất lớn đối với việc giao hàng ở chặng cuối. Công nghệ tốt hơn sẽ là đòn bẩy hiệu quả để đáp ứng nhu cầu giao hàng mỗi ngày và giảm bớt áp lực cho các doanh nghiệp giao hàng chặng cuối.





\*Figures do not sum to 100% because of rounding.

Source: e-Stat (Japan's portal for government statistics)

### Hình 5: Dự báo cơ cấu dân số Nhật Bản theo độ tuổi đến năm 2040

Nguồn: e-Stat, cổng thông tin thống kê Nhật Bản

(3) Tỷ lệ cao số lần phải quay về và trở lại giao hàng sau khi không gặp được khách hàng

Tại Nhật Bản, nếu khách hàng đặt dịch vụ giao hàng tận nơi, tài xế sẽ không để hàng hóa lại cho đến khi họ có chữ ký của khách trên biên lai giao hàng. Không giống như Hoa Kỳ và các quốc gia khác, tại Nhật Bản các gói hàng không bao giờ bị bỏ lại trước cửa nhà nếu khách hàng không có mặt để nhận. Mặc dù đây là một hoạt động kinh doanh mang tính đặc thù và thể hiện sự tôn trọng cao với khách hàng nhưng nó đã khiến hơn 20% số trường hợp người giao hàng phải quay lại để giao trực tiếp hàng đến người nhận, dẫn đến lượng khí thải carbon dioxide hàng năm là 42.000 tấn. Ngoài việc làm tăng lượng khí thải carbon, điều này còn khiến thời gian lô hàng di chuyển trên đường lâu hơn, tăng thêm một số giờ làm việc đáng kể cho lực lượng lao động vốn đang gặp khó khăn của Nhật Bản.

### ***Công nghệ mới có thể giải quyết những thách thức giao hàng chặng cuối điển hình của Nhật Bản***

Một điều chắc chắn để các thương hiệu Nhật Bản vượt qua những thách thức trong logistics dặm cuối chính là ứng dụng công nghệ. Trí tuệ nhân tạo (AI) và tự động hóa có thể giúp giảm bớt áp lực lên chuỗi cung ứng và đáp ứng nhu cầu giao hàng nhanh chóng. Dưới đây là một số ví dụ về việc công nghệ có thể góp phần giải quyết những thách thức chặng đường cuối cùng của Nhật Bản.

### (1) Tự động hóa để giảm các thao tác thủ công

Phần mềm lập kế hoạch thực hiện điều phối đơn đặt hàng hàng ngày và hàng giờ mà không cần bất kỳ sự can thiệp thủ công nào, đồng thời tạo chỗ cho các đơn đặt hàng theo yêu cầu. Nó giúp các nhà quản lý logistics lập kế hoạch các tuyến đường ngắn nhất, nhanh nhất, cung cấp các lưu ý và cảnh báo về điều kiện giao thông và thời tiết. Đối với một quốc gia đang gặp khó khăn về nhân lực, việc giảm bớt sự can thiệp thủ công sẽ cải thiện năng lực cung ứng dịch vụ giao hàng dặm cuối một cách rõ nét.

### (2). Giảm thời gian trên đường

Thời gian là yếu tố quan trọng, đặc biệt là trong quãng đường cuối cùng. Các thương hiệu nhận được nhiều đơn đặt hàng trong ngày có thể nhanh chóng bị hỏng nếu chúng không được quản lý một cách có hệ thống. Công cụ mã hóa địa lý giúp lập bản đồ và tiếp cận ngay cả những địa chỉ phức tạp nhất một cách nhanh chóng và chính xác để người giao hàng có thể định vị chúng ngay lập tức.

(3) Giảm số đơn hàng phải giao lại nhờ các công cụ quản lý thời gian tốt hơn

Khách hàng có thể chọn những vị trí thuận tiện nhất để nhận đơn đặt hàng hoặc dịch vụ tại nhà với hệ thống phần mềm quản lý thời gian thông minh. Bằng cách này, các công ty giao nhận không chỉ giám sát được quá trình giao hàng của mình mà còn có thể giúp giảm tỷ lệ phải giao hàng lại khi không gặp khách hàng ở những lần trước đó.

### (4) Cải thiện khả năng hiển thị của chuỗi cung ứng

Công cụ hiển thị trực tiếp giúp theo dõi đơn đặt hàng trong thời gian thực và cung cấp thông tin cập nhật trạng thái trực tiếp cho khách hàng, cải thiện khả năng hiển thị chuỗi cung ứng và tăng sự hài lòng của khách hàng. Các bản cập nhật trực tiếp và cảnh báo dự đoán giúp các nhà quản lý logistics nắm được tình hình giao hàng đang diễn ra như thế nào và giúp tránh sự chậm trễ không mong muốn.

Các thương hiệu Nhật Bản chắc chắn sẽ được hưởng lợi từ sự bùng nổ tăng trưởng thương mại điện tử nhưng chỉ khi họ bắt kịp với sự thay đổi của thời đại. Việc áp dụng công nghệ mới nhất và tích cực tìm kiếm các giải pháp để tối ưu hóa logistics dặm cuối sẽ không chỉ giúp doanh nghiệp phát triển mạnh mẽ mà còn có thể giữ chân khách hàng trong bối cảnh cạnh tranh gay gắt hiện nay.

## **b) Thi trường kho bãi:**

*ESR Yokohama Sachiura Logistics Park cung cấp khoảng 720.000m<sup>2</sup> không gian logistics trong bốn giai đoạn của dự án, là trung tâm logistics lớn nhất (theo giá trị) ở Nhật Bản và là một trong những cơ sở logistics lớn nhất từng được phát triển (theo giá trị) ở APAC.*

Ở giai đoạn hai của dự án, Trung tâm phân phối ESR Yokohama Sachiura 2, bắt đầu xây dựng vào tháng 6 năm 2021 và dự kiến hoàn thành vào tháng 1 năm 2023.



**Hình 6: Trung tâm logistics Yokohama Sachiura Logistics Park tại Nhật Bản**

ESR Yokohama Sachiura DC 1 là một trung tâm phân phối bốn tầng, đường dốc đôi với GFA 195.342 mét vuông (59.091 tsubo), tọa lạc tại một vị trí đắc địa ở Thành phố Yokohama thuộc Khu vực Tokyo mở rộng. Thể hiện tiêu chuẩn cao nhất về thông số kỹ thuật của tòa nhà cũng như thiết kế bền vững, lấy con người làm trung tâm, cơ sở được xây dựng để phục vụ thị trường khu vực Tokyo mở rộng đang phát triển mạnh mẽ. Nhu cầu khách thuê tại thị trường Yokohama tăng trên 50% trong một thời gian rất ngắn và đã có được các khách hàng lớn trong nước và quốc tế.

Stuart Gibson, Đồng sáng lập và Đồng Giám đốc điều hành của ESR, cho biết ESR Yokohama Sachiura Logistics Park là dự án quan trọng đối với ESR, thể hiện năng lực, sự đổi mới của tập đoàn với tư cách là nhà phát triển và quản lý hàng bất động sản logistics lớn trong khu vực Châu Á-Thái Bình Dương. Dự án hướng tới tiêu chí bền vững và minh chứng cho tương lai với các tiêu chuẩn

mới cho bất động sản logistics ở Nhật Bản và khu vực, không chỉ vì quy mô và tầm cỡ của nó, mà quan trọng hơn là những đóng góp có ý nghĩa về kinh tế, môi trường và xã hội cốt lõi của dự án.

Ken Sakuramoto từ Công ty Tư vấn Bất động sản Toàn cầu Jones Lang Lasalle (JLL) cũng nhận định việc hoàn thành giai đoạn 1 của ESR Yokohama Sachiura Logistics Park đã đưa loại tài sản này lên một tầm cao mới về chất lượng xây dựng, không gian cộng đồng và đặc điểm môi trường bên ngoài. ESR cũng đi đầu trong thiết kế sáng tạo về chức năng và thẩm mỹ kiến trúc, điều không phải là mô tả thường được liên kết với các trung tâm phân phối. ESR đã giành được một số giải thưởng về thiết kế trong những năm gần đây cho cách tiếp cận sáng tạo để chuyển đổi các tòa nhà công nghiệp thành nơi làm việc đáng mơ ước và sự phát triển mới nhất này sẽ có sức hấp dẫn rộng rãi đối với cơ sở khách hàng thương mại điện tử cốt lõi cũng như đối với các công ty dịch vụ logistics bên thứ 3 (3PL) hỗ trợ thương mại điện tử.

Giữ vững phương pháp tiếp cận bền vững trên toàn danh mục đầu tư của ESR, ESR Yokohama Sachiura DC 1 có một loạt các tính năng lấy con người làm trọng tâm như KLÜBB Lounge, KLÜBB Skydeck, trung tâm chăm sóc trẻ em ban ngày được gọi là "BARNKLÜBB" ngoài các cửa hàng bán lẻ và không gian thân thiện với phụ nữ. Những điều này không chỉ giúp khách hàng của ESR thu hút và giữ chân nhân tài mà họ cần - đặc biệt là các bậc phụ huynh có con nhỏ đang làm việc - mà còn tăng cường phúc lợi cho người lao động tại chỗ và năng suất của lực lượng lao động của họ, giải quyết một số vấn đề cấp bách nhất của Nhật Bản, bao gồm tình trạng thiếu lao động, cơ hội việc làm cho các bà mẹ tài năng và không gian trung tâm chăm sóc trẻ ban ngày.

Nhật Bản rất thiếu các trung tâm chăm sóc trẻ em vào giờ làm việc. Danh sách chờ đợi để được nhập học và chi phí cao đối là áp lực với hầu hết các gia đình có con nhỏ. Để thúc đẩy môi trường làm việc thân thiện với các gia đình, tại tất cả các trung tâm phân phối của ESR Nhật Bản có diện tích trên 100.000 m<sup>2</sup> tại GFA, các trung tâm chăm sóc trẻ em ban ngày "BARNKLÜBB" được phát triển. Tiên phong trong việc xác định và giúp giải quyết các nhu cầu và vấn đề xã hội, ESR đã tìm cách đưa các bà mẹ quan tâm đến thị trường lao động trở lại nơi làm việc, cũng như đóng góp tích cực cho môi trường và xã hội, mang lại lợi ích cho cộng đồng và nền kinh tế địa phương.

Được điều hành bởi các nhà cung cấp dịch vụ chăm sóc trẻ em được cấp phép và được cung cấp miễn phí, các BARNKLÜBB của ESR hỗ trợ các gia đình cân bằng giữa việc nuôi dạy con cái với làm việc bên ngoài, qua đó tạo ra sự hòa nhập, đa dạng và linh hoạt hơn cho lao động trong lĩnh vực logistics tại Nhật Bản.

## 2. THỊ TRƯỜNG LOGISTICS HÀN QUỐC

### 2.1. Tình hình chung

*Trong tháng 6/2022, thị trường logistics, vận tải Hàn Quốc bị tác động bởi hai yếu tố không thuận lợi là giá nhiên liệu tăng mạnh và đình công trong lĩnh vực vận tải. Chi phí tăng ảnh hưởng xấu đến tiêu dùng và sản xuất, đe dọa làm giảm nhu cầu đối với các dịch vụ logistics.*

Giá tiêu dùng ở Hàn Quốc tăng 6% so với cùng kỳ năm ngoái vào tháng 6 năm 2022, tăng với tốc độ nhanh nhất kể từ tháng 11 năm 1998, do giá hàng hóa công nghiệp, dịch vụ, nông sản và hóa đơn tiện ích tiếp tục tăng thêm áp lực lạm phát trong bối cảnh nguyên liệu thô ngày càng tăng. giá cả. Như vậy giá tiêu dùng đã tăng cao hơn so với mức tăng 5,4% trong tháng 5 và vượt quá kỳ vọng với mức tăng 5,9%.

Tỷ lệ lạm phát của đất nước cũng giữ trên mục tiêu 2% của ngân hàng trung ương trong tháng thứ 15 liên tiếp, giữ áp lực lên Ngân hàng Trung ương Hàn Quốc (BOK) để thắt chặt chính sách hơn nữa để hạn chế tăng trưởng giá cả. BOK đã tăng lãi suất cơ bản thêm 25 điểm phần trăm lên 1,75% vào tháng 5/2022, lần tăng lãi suất thứ năm kể từ tháng 8 năm 2021 và báo hiệu nhiều đợt tăng lãi suất hơn trong những tháng tới.

Chỉ số PMI Sản xuất của Hàn Quốc đã giảm xuống mức thấp nhất trong ba tháng là 51,3 vào tháng 6 năm 2022 từ mức 51,8 vào tháng 4, nhưng đánh dấu tháng tăng trưởng thứ 21 liên tiếp. Sản lượng thu hẹp với tốc độ nhanh nhất kể từ tháng 11 năm ngoái, trong bối cảnh lượng đơn đặt hàng mới tăng nhẹ hơn, trong khi nhu cầu nước ngoài giảm lần thứ tư liên tiếp, mặc dù tốc độ giảm đã giảm xuống mức thấp nhất trong chuỗi này.

Trong khi đó, việc làm giảm trong tháng thứ hai liên tiếp, với lượng công việc tồn đọng tăng với tốc độ vừa phải, tuy nhiên là mức thấp nhất kể từ tháng Ba. Về giá cả, lạm phát chi phí đầu vào tăng nhanh thứ tư trong lịch sử khảo sát, do giá nguyên liệu đầu vào tăng mạnh.

Cuối cùng, tâm lý suy yếu xuống mức thấp nhất trong 8 tháng, trong bối cảnh chuỗi cung ứng liên tục bị gián đoạn và áp lực lạm phát.

### ***Hàn Quốc và Indonesia thảo luận về hợp tác trong vận tải***

Bộ trưởng Bộ Đất đai, Cơ sở hạ tầng và Giao thông Hàn Quốc (MOLIT) Won Hee-ryong và Bộ trưởng Bộ Giao thông Vận tải Indonesia (MOT) Budi Karya Sumadi ngày 23/6/2022 đã thảo luận về việc hợp tác trong lĩnh vực vận tải và hạ tầng giữa hai quốc gia.

Kể từ khi nhậm chức, Tổng thống Indonesia Joko Widodo đã theo đuổi chính sách phát triển cơ sở hạ tầng như một ưu tiên chính sách quan trọng. Trong đó, chính phủ Indonesia đang thực hiện các dự án phát triển giao thông công cộng tại các thành phố, một phần vì lý do này mà Indonesia đã trở thành thị trường xây dựng nước ngoài lớn nhất của Hàn Quốc trong nửa đầu năm 2022.

Trong bối cảnh đó, hai bộ trưởng đã xem xét tiến độ của các dự án cơ sở hạ tầng giao thông ở Indonesia do các công ty Hàn Quốc tham gia và trao đổi về cách thức hỗ trợ các quan hệ đối tác trong dự án như vậy.

Bộ trưởng Sumadi yêu cầu MOLIT khuyến khích các công ty Hàn Quốc đầu tư vào các dự án giao thông ở Indonesia, bao gồm cả MRT Jakarta Giai đoạn 4. Đáp lại, Bộ trưởng Won đã chia sẻ tình trạng của các dự án vận tải đường sắt đang được thực hiện với các công ty Hàn Quốc. Đối với MRT Jakarta Giai đoạn 4, tập đoàn Hàn Quốc đã ký một biên bản ghi nhớ với PT. MRT Jakarta đưa ra kế hoạch đầu tư cho dự án dựa trên nghiên cứu khả thi mà dự án trước đây đã tiến hành gần đây. Đối với LRT Giai đoạn 2 và Giai đoạn 3, Bộ trưởng Won nhấn mạnh việc tư vấn vận hành mà các công ty Hàn Quốc đang cung cấp cùng với các nghiên cứu khả thi mà họ đang tiến hành cho các dự án. Tại cuộc họp song phương, Bộ trưởng Won đã đề nghị Indonesia ủng hộ việc Hàn Quốc đăng cai tổ chức Đại hội ITS thế giới 2026 ở Gangneung và World Expo 2030 ở Busan.

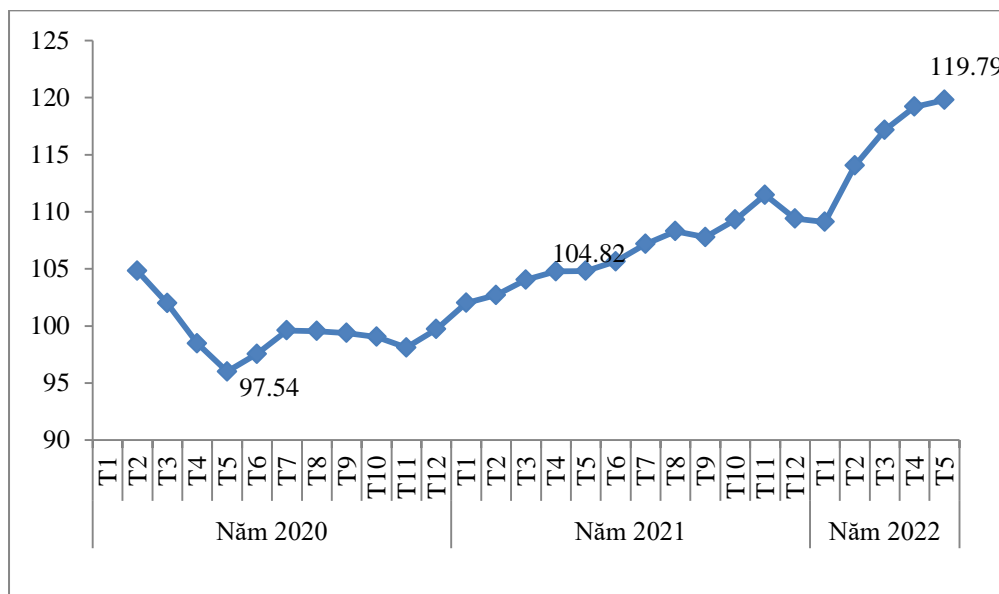
Sau cuộc gặp song phương, hai Bộ trưởng đã ký biên bản ghi nhớ (MOU) khẳng định hợp tác trong lĩnh vực giao thông vận tải nói chung. Biên bản ghi nhớ, sẽ làm mới Biên bản ghi nhớ hiện có giữa các bộ, sẽ mở rộng các lĩnh vực hợp tác để bao gồm các phương tiện di chuyển mới và cơ sở hạ tầng hỗ trợ của nó. Theo Biên bản ghi nhớ, hai bên sẽ nối lại cuộc họp hợp tác giao thông vận tải song phương hiện đang bị tạm dừng kể từ ngày 19. Sau MOU MOLIT-MOT, ITS Hàn Quốc và ITS Indonesia, các hiệp hội thương mại ITS của hai quốc gia, đã ký kết MOU của riêng mình với sự chứng kiến của hai Bộ trưởng GTVT.

## **2.2. Vận tải**

### **2.2.1. Chỉ số phụ vận tải trong CPI của Hàn Quốc**

Chỉ số giá vận tải của Hàn Quốc tiếp tục chuỗi tăng tháng thứ 4 liên tiếp, đạt 119,79 trong tháng 5/2022, cao hơn tháng liền trước và các tháng cùng kỳ năm 2021 và năm 2020. Giá nhiên liệu tăng đẩy chỉ số giá vận tải của nước này tăng theo xu hướng chung của khu vực và thế giới.

**Hình 7: Chỉ số phụ vận tải trong CPI của Hàn Quốc các tháng năm 2020-2022**



*Nguồn: Cơ quan Thống kê quốc gia Hàn Quốc*

Giá nhiên liệu tăng mạnh đang ảnh hưởng trực tiếp đến chi phí logistics và đời sống của người dân Hàn Quốc.

### 2.2.2. Vận tải đường bộ

Các tài xế xe tải của Hàn Quốc đã đạt được thỏa thuận với chính phủ nước này vào tháng 6/2022, chấm dứt cuộc đình công vô thời hạn mà công đoàn của họ bắt đầu vào ngày 7 tháng 6 năm 2022 để yêu cầu tăng giá cước đủ bù đắp cho giá nhiên liệu đã tăng mạnh trong thời gian qua. Công đoàn của những người vận chuyển hàng hóa cho biết họ đã nhiều lần yêu cầu các điều kiện làm việc an toàn hơn và giá cả hợp lý và họ “không có lựa chọn nào khác ngoài việc đình công khi các yêu cầu của họ không được đáp ứng”.

Công đoàn đã tổ chức vòng đàm phán thứ năm với Bộ Đất đai, Cơ sở hạ tầng và Giao thông vận tải Hàn Quốc (MOLIT) tại Gyeonggi. Họ đã đạt được thống nhất về việc duy trì hệ thống giá ở ngưỡng an toàn đủ để các tài xế xe tải tiếp tục vận chuyển ở container và xi măng. Các bên cũng bắt đầu thảo luận về việc áp dụng hệ thống này cho nhiều loại hàng hóa khác nhau.

Công đoàn đã yêu cầu bãi bỏ điều khoản ngừng hoạt động đối với hệ thống giá an toàn và cải tiến hệ thống này để tăng số lượng mặt hàng.

Chính phủ Hàn Quốc cũng đồng ý mở rộng hệ thống trợ giá dầu, hỗ trợ và hợp tác với công đoàn trong việc hợp lý hóa giá cước vận tải tại nước này.

### 2.2.3. Vận tải đường biển

Theo số liệu mới nhất được công bố vào tháng 6/2022 thì thương mại hàng hóa đóng container (thường gọi tắt là thương mại hàng container) giữa Hàn Quốc với 8 thị trường chính (quốc gia và vùng lãnh thổ) ở châu Á đã giảm 5,3% xuống 345.700 TEU trong tháng 4/2022 từ mức 365.100 TEU một năm trước đó.

Tuy nhiên, nếu so với tháng trước thì thương mại hàng container vẫn tăng 2% từ 339.200 TEU.

Trong đó, hàng đóng container xuất khẩu từ Hàn Quốc đạt 171.800 TEU, giảm 7%, giảm so với cùng kỳ năm 2021, trong khi nhập khẩu từ 8 thị trường chính giảm 3% xuống 173.800 TEU.

Tổng cộng 263.149 TEU hàng hóa đóng trong container đã được vận chuyển bằng phà giữa Hàn Quốc và Trung Quốc trong 5 tháng đầu năm 2022, tăng 1,6% so với cùng kỳ năm 2021. Các biện pháp hạn chế đi lại để phòng chống dịch tại Thượng Hải khác đã cản trở giao thông đường bộ, do đó, rất khó để chuyển tiếp các chuyến hàng đến Mông Cổ hoặc kết nối với Đường sắt xuyên Trung Quốc (TCR) và tạo ra những kết quả trái chiều giữa các tuyến vận chuyển. Cụ thể” lượng hàng thông qua các tuyến Incheon-Uy Hải và -Dandong sụt giảm, lần lượt giảm 14,8% xuống 16.966 TEU và 40,7% xuống 3.650 TEU. Ngược lại, tăng trưởng đã đạt được trên tuyến Incheon-Qingdao với 27.987 TEU, tăng 3,4%. Các tuyến Incheon-Yantai và -Dalian tăng nhiều hơn, với khối lượng tăng lần lượt là 37,7% lên 20.737 TEU và 32,8% lên 6.613 TEU.

### 2.2.4. Vận tải đường hàng không

Các sản phẩm ô tô đang giúp gia tăng lượng hàng hóa của hãng vận tải hàng hóa bằng đường không của Hàn Quốc là Korean Air Cargo tại sân bay Vienna-một trong những sân bay bận rộn tại châu Âu. Khối lượng hàng hóa của Korean Air Cargo qua Sân bay Vienna duy trì tăng trưởng trong hai năm qua, bất chấp tác động nặng nề của dịch bệnh COVID-19, với tối đa 13 chuyến bay mỗi tuần từ Hàn Quốc đến thủ đô của Áo.

Korean Air Cargo sử dụng Sân bay Quốc tế Vienna làm như một cửa ngõ giao thương hàng hóa giữa Châu Á và Châu Âu, với tệp khách hàng là các doanh nghiệp cần vận chuyển các sản phẩm phục vụ sản xuất ô tô ở Trung và Đông Âu. Hàng điện tử và dược phẩm cũng chiếm một tỷ trọng đáng kể trong khối lượng hàng hóa vận chuyển trên tuyến này.

Một trong những ưu điểm của tuyến là tính kết nối cao, bởi sân bay Vienna cung cấp dịch vụ trung chuyển nhanh chóng đến mạng lưới đường cao



tốc Châu Âu với mạng lưới trung chuyển đường bộ toàn diện đến khoảng 23 quốc gia, trong thời gian 36 giờ bằng xe tải.



**Hình 8: Máy bay của Korean Air Cargo tại sân bay Vienna (Áo)**

*Nguồn: Korean Air cargo*

Khi hãng hàng không này bắt đầu hoạt động vận chuyển hàng hóa đến Vienna vào năm 2004, hãng đã sử dụng B747-400F, với B747-8Fs và 777Fs được bổ sung từ năm 2012. Từ đó, khối lượng vận chuyển đã liên tục tăng, thậm chí vẫn tăng 40% trong đại dịch Covid-19, từ 27.700 tấn vào năm 2019 lên 39.800 tấn vào năm 2021.

Michael Zach, Phó chủ tịch kinh doanh & tài chính, xử lý mặt đất & vận hành hàng hóa tại Sân bay Quốc tế Vienna cho biết: “Vận tải hàng không ngày càng trở nên quan trọng trong lĩnh vực ô tô, điện tử và dược phẩm. Việc đóng cửa không phận đối với Nga hoặc tắc nghẽn tại các cảng biển Trung Quốc làm tăng nhu cầu về năng lực đáng tin cậy, đặc biệt là giữa châu Á và châu Âu, trong đó có nguồn hàng công nghiệp quan trọng từ Hàn Quốc”.

Park Joonseok, Giám đốc hàng hóa khu vực Áo, Đông Âu của Korean Air Cargo, cho biết công ty mong đợi sự gia tăng hơn nữa về nhu cầu vận chuyển (tính theo tấn) giữa Seoul-Incheon và Châu Âu.

***Bộ Đất đai, Cơ sở hạ tầng và Giao thông vận tải Hàn Quốc (MOLIT, Bộ trưởng Won Hee-ryong), Bộ Ngoại giao (MOFA, Bộ trưởng Park Jin) và Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch (MCST, Bộ trưởng là Park Bo Gyoon)***

***thông báo đã đạt được thỏa thuận với chính phủ Nhật Bản để nối lại các chuyến bay quốc tế giữa Gimpo và Haneda từ ngày 29 tháng 6 năm 2022.***

Kể từ khi ra mắt vào năm 2003, mạng lưới Gimpo-Haneda đã được quảng bá như một tuyến bay phổ biến kết nối Hàn Quốc và Nhật Bản dành cho doanh nhân hai nước. Trước dịch bệnh, đây được gọi là 'tuyến đường bay vàng' vì tỷ lệ lấp đầy chỗ ngồi trung bình đạt 98% trong mùa cao điểm nhờ khả năng tiếp cận từ các sân bay đến các thành phố thủ đô, nhưng hoạt động của tuyến đã bị tạm dừng kể từ tháng 3 năm 2020 do bùng phát đại dịch COVID-19.

\* Số chuyến bay theo lịch trình trước đại dịch: vào năm 2019 có tổng cộng 84 chuyến bay mỗi tuần (21 chuyến bay hàng tuần do các hãng hàng không như Korean Air, Asiana Airlines, Japan Airlines, All Nippon Airways thực hiện)

Ngay sau khi nhậm chức, Tổng thống Hàn Quốc Yoon Seok-yeol đã có cuộc gặp với người đứng đầu Liên minh Nghị sĩ Hàn Quốc-Nhật Bản vào ngày 11 tháng 5 năm 2022, để bày tỏ ý muốn khôi phục quan hệ Hàn-Nhật và nhấn mạnh sự cần thiết phải nối lại các chuyến bay giữa Gimpo và Haneda sớm nhất có thể để tạo điều kiện thuận lợi cho trao đổi song phương giữa hai nước.

Trong bối cảnh đó, MOLIT vào tháng 5/2022 đã hoàn tất công tác chuẩn bị để nối lại các chuyến bay quốc tế tại sân bay Gimpo và tiếp tục phối hợp chặt chẽ với Bộ Đất đai, Cơ sở hạ tầng, Giao thông và Du lịch, Bộ Ngoại giao Nhật Bản cùng với cơ quan Ngoại giao Hàn Quốc để khởi động lại kết nối Gimpo - Haneda trong thời gian sớm nhất có thể.

Các nhà chức trách hàng không của Hàn Quốc và Nhật Bản đã tổ chức một cuộc họp trực tuyến vào ngày 21 tháng 6 năm 2022 và đạt được thỏa thuận mở lại tuyến Gimpo-Haneda bắt đầu từ ngày 29 tháng 6 năm 2022 khởi đầu là 8 chuyến bay mỗi tuần.

Hơn nữa, hai nước có kế hoạch tăng dần số lượng các chuyến bay, dựa trên việc theo dõi nhu cầu giao thông hàng không và sự sẵn sàng của các hãng hàng không.

Ngoài ra, do việc cấp thị thực cho các chuyến lưu trú ngắn hạn với mục đích du lịch vốn tạm dừng từ tháng 4 năm 2020 đã được khôi phục từ tháng 6/2022, du khách có thể đáp chuyến bay Gimpo-Haneda để đi tham quan Hàn Quốc.

MCST đang có kế hoạch thúc đẩy sự hồi sinh của du lịch trong nước bằng cách mở các gian hàng phục vụ khách du lịch nước ngoài tại Sân bay Gimpo sau khi các chuyến bay nối lại giữa các thành phố thủ đô. Ngoài ra, Bộ

này dự kiến sẽ tổ chức các cuộc họp giao ban về du lịch Hàn Quốc tại các thành phố lớn của Nhật Bản vào nửa cuối năm nay, đồng thời tham gia các hội chợ du lịch địa phương ở Nhật Bản để tạo điều kiện khôi phục mạng lưới du lịch giữa Hàn Quốc và Nhật Bản, từ đó thúc đẩy các tour du lịch của du khách từ Nhật Bản và tái thiết thị trường du lịch trong nước.

### **2.3. Ga, cảng, cửa khẩu**

Đình công trong lĩnh vực vận tải như trình bày ở trên đã gây ra tình trạng chậm trễ tại các cảng của Hàn Quốc và buộc các nhà sản xuất phải giảm quy mô sản xuất.

Bộ Thương mại, Công nghiệp và Năng lượng Hàn Quốc ước tính cuộc đình công đã dẫn đến việc gián đoạn sản xuất và vận chuyển ô tô, thép và hóa dầu trị giá 1,6 nghìn tỷ won, tương đương khoảng 1,25 tỷ USD chỉ trong sáu ngày đầu tiên.

Cuộc đình công của những người lái xe tải gây áp lực thêm lên đối với chuỗi cung ứng toàn cầu vốn đang gặp khó vì dịch bệnh và xung đột địa chính trị, nhất là khi các công ty Hàn Quốc là nhà cung cấp chính cho các thành phần và vật liệu quan trọng như chất bán dẫn và thép.

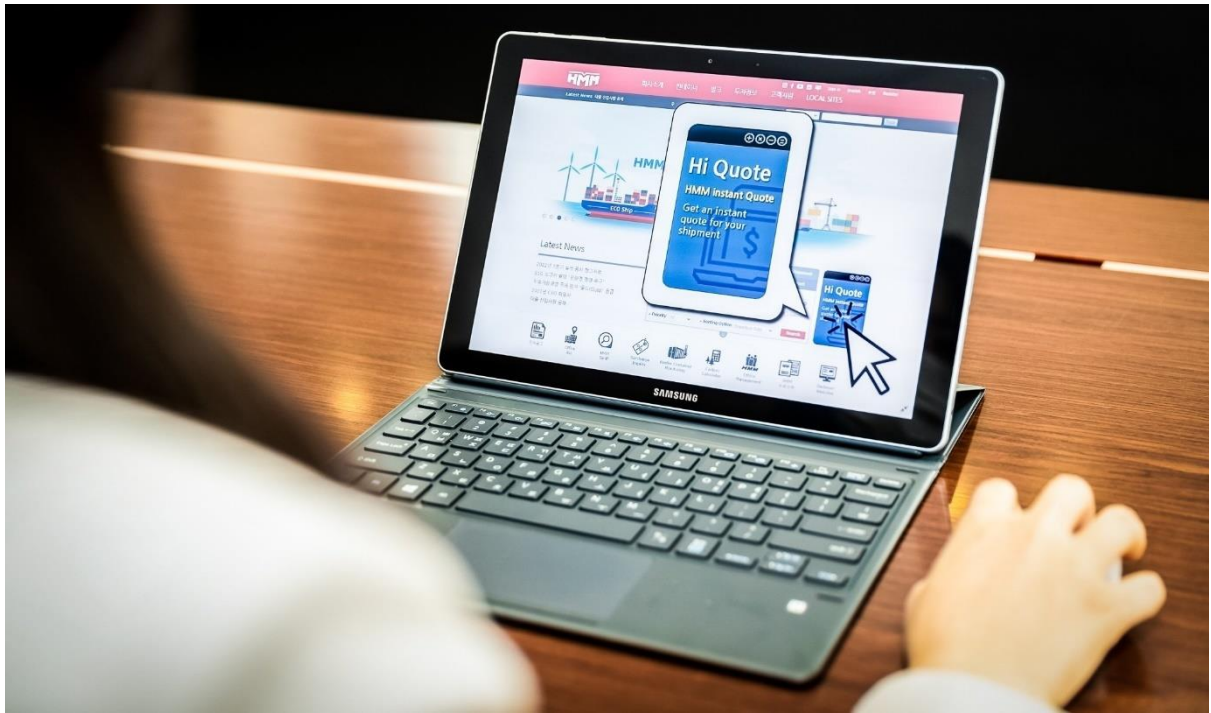
Hãng Hyundai Motors cho biết họ đã phải cắt giảm sản lượng tại một trong những nhà máy trong nước vì cuộc đình công. Posco, nhà sản xuất thép lớn nhất Hàn Quốc, cho biết họ đã tạm dừng hoạt động tại một số cơ sở vì hết chỗ để chứa sản phẩm. Công ty Hankook Tire cũng phải cắt giảm các lô hàng hàng ngày.

### **2.4. Các hoạt động logistics khác**

***Hãng vận tải HMM của Hàn Quốc đã giới thiệu một hệ thống kỹ thuật số mới gọi là Hi Quote, được sử dụng để cung cấp báo giá tức thì, xác nhận đặt chỗ và đảm bảo chỗ trống trên các tàu của họ.***

Người dùng sẽ nhận được báo giá ngay lập tức về giá cước giao ngay được cập nhật trên cơ sở thời gian thực.

HMM cho biết xác nhận đặt chỗ (booking) được gửi trực tiếp trong hệ thống trong vòng vài phút. Các booking đã được xác nhận thông qua dịch vụ Hi Quote sẽ được đảm bảo không gian hàng hóa sau khi quá trình trực tuyến hoàn tất, đối với hàng hóa có các cuộc gọi trực tiếp giữa các cảng.



**Hình 9: Một người dùng đang thao tác ứng dụng Hi Quote của HMM**

Đối với giai đoạn mới ra mắt, dịch vụ kỹ thuật số được cung cấp cho các loại hàng hóa xuất khẩu đóng trên các container khô từ Hàn Quốc đến Châu Âu, Đông Nam Á, Tây Nam Á, Nam Mỹ và Úc. Dịch vụ cho các tuyến nối với Hoa Kỳ và Canada sẽ được bổ sung vào cuối năm 2022.

Trong trung và dài hạn, công ty sẽ xem xét tích hợp mạng lưới logistics nội địa vào Hi Quote, đồng thời áp dụng các giải pháp giá cước vận chuyển bằng Trí tuệ nhân tạo (AI).

***Tập đoàn bất động sản ESR hoàn thành việc bổ sung nguồn cung 520.000 m2 nhà kho logistics thuê trước, loại A, 100% tại Hàn Quốc trong nửa đầu năm 2022***

ESR Group Limited ("ESR" Mã chứng khoán SEHK: 1821), nhà quản lý tài sản thực lớn nhất của APAC vào cuối tháng 6/2022 đã thông báo rằng ESR-Kendall Square, nền tảng của ESR ở Hàn Quốc, đã hoàn thành tổng cộng 520.000 m2 của khu logistics Hạng A, 100% diện tích nhà kho thuê trước, tại Hàn Quốc trong nửa đầu năm 2022.

Nguồn cung kho bãi mới hoàn thành gồm bảy nhà kho, tọa lạc tại vị trí đắc địa trên toàn khu vực Thủ đô Seoul mở rộng, đã đạt được hợp đồng cho thuê 100% với những người thuê có uy tín, bao gồm một trong những công ty thương mại điện tử lớn nhất tại Hàn Quốc, chi nhánh logistics của một nhà sản xuất điện tử lớn toàn cầu, công ty dịch vụ chuyển phát nhanh toàn cầu, nhà cung cấp dịch vụ logistics quốc tế lớn và các khách hàng hàng đầu khác.



**Hình 10: Trung tâm logistics của ESR tại Hàn Quốc**

Các bất động sản logistics mới hoàn thành càng củng cố thị phần của ESR tại Thành phố Gwangju, khu vực bất động sản logistics đang eo hẹp nhất về nguồn cung ở Seoul, ở Yongin và ở Incheon, và đóng vai trò là trung tâm logistics chính ở Seoul. Tất cả các bất động sản logistics này đều được xây dựng với các thông số kỹ thuật và thiết kế tốt trong phân khúc này, bao gồm lối đi dốc thẳng tới tất cả các tầng nhà kho, bãi xe tải rộng để lưu thông nội bộ hiệu quả hơn, trọng tải sàn cao, khoảng sáng gầm cao, qua đó tiếp tục củng cố vị trí hàng đầu của ESR-Kendall trong bối cảnh thị trường logistics Seoul đang mở rộng.

ESR-Kendall Square là chủ sở hữu logistics lớn nhất tại Hàn Quốc với tài sản được quản lý ("AUM") ước tính 9,2 tỷ USD và ước tính khoảng 4,4 triệu m<sup>2</sup> GFA cho đến nay. Ngoài ra, phương pháp tiếp cận bền vững đối với các khoản đầu tư và hoạt động của công ty đã được toàn ngành bất động sản logistics công nhận. Trong Đánh giá Tiêu chuẩn Bền vững Bất động sản toàn cầu ("GRESB") năm 2021, liên doanh phát triển đầu tiên của ESR-Kendall Square ("ESR-KS I") được vinh danh là "Nhà lãnh đạo Khu vực" trong Tiêu chuẩn Phát triển ở hạng mục lĩnh vực bất động sản công nghiệp.

Với kiến trúc đẳng cấp thế giới và thiết kế lấy con người làm trung tâm mà các tài sản cao cấp nhất của Tập đoàn thể hiện, ESR Yokohama Sachiura DC 1 được trang bị một loạt các yếu tố và tính năng bền vững toàn diện, bao gồm cả năng lượng mặt trời tự tiêu thụ trên mái nhà 5MW hệ thống phát điện,

hệ thống sinh học, chiếu sáng thân thiện với môi trường và các tính năng tiết kiệm năng lượng.

Cơ sở đã được trao một số chứng chỉ về tính bền vững, bao gồm chứng nhận Hạng A từ CASBEE (Hệ thống đánh giá toàn diện về hiệu quả môi trường được xây dựng), chứng nhận ABINC (Hiệp hội đổi mới kinh doanh trong sự hài hòa và cộng đồng) và xếp hạng cao nhất là 5 sao từ BELS (Hệ thống dán nhãn hiệu quả năng lượng cho tòa nhà-nhà ở).