

Bản tin THỊ TRƯỜNG SẢN PHẨM NÔNG NGHIỆP

BAN CHỈ ĐẠO BỘ CÔNG THƯƠNG
CHƯƠNG TRÌNH MỤC TIÊU QUỐC GIA XÂY DỰNG NÔNG THÔN MỚI

SỐ 21 NĂM 2020

KỶ 1 THÁNG 11 NĂM 2020

ĐƠN VỊ THỰC HIỆN:



Cục Công Thương địa phương



Trung tâm Thông tin
Công nghiệp và Thương mại

Giấy phép xuất bản:
Số 55/GP-XBBT
Cấp ngày 11/8/2020

Ý kiến phản hồi đề nghị liên hệ:
Trung tâm Thông tin
Công nghiệp và Thương mại

Địa chỉ:
Tầng 6 - 655 Phạm Văn Đồng,
Bắc Từ Liêm - Hà Nội
Tel: (024) 37152585
Fax: (024) 37152574

MỤC LỤC

- 2 **TỔNG QUAN**
THÔNG TIN THỊ TRƯỜNG NỘI ĐỊA
- 3 Thị trường nông, lâm, thủy sản từ ngày 01/11/2020 đến 16/11/2020
- 5 Chương trình OCOP đã đạt được nhiều kết quả tích cực sau 2 năm thực hiện
THÔNG TIN THỊ TRƯỜNG XUẤT KHẨU
- 7 Xuất khẩu nông, lâm, thủy sản dự kiến tăng trưởng khá trong 2 tháng cuối năm 2020
- 11 Xuất khẩu nông, lâm, thủy sản sang thị trường Anh đang phục hồi khá mạnh
- 14 Singapore – thị trường xuất khẩu nông, lâm, thủy sản nhiều tiềm năng của Việt Nam trong khu vực ASEAN
THÔNG TIN SẢN XUẤT - XÚC TIẾN THƯƠNG MẠI
- 18 Yên Bái chú trọng sản xuất nông nghiệp sạch, xây dựng thương hiệu nông sản
- 20 Triển lãm quốc tế trực tuyến về công nghiệp thực phẩm và nông nghiệp tại Algeria
- 20 Ký cam kết thúc đẩy phát triển ngành gỗ Việt Nam theo hướng bền vững
- 21 Danh sách các doanh nghiệp nhập khẩu cà phê Bắc Âu
THÔNG TIN CHÍNH SÁCH - ĐẦU TƯ
- 22 Chính thức ký kết Hiệp định Đối tác kinh tế toàn diện khu vực RCEP
- 23 Theo dõi sát diễn biến cung cầu, giá cả thị trường dịp cuối năm
- 23 Năm 2020, sẽ đấu giá quyền sử dụng hạn ngạch thuế quan nhập khẩu 103.000 tấn đường
THỊ TRƯỜNG NÔNG SẢN THẾ GIỚI
- 24 Giá nông sản thế giới biến động trái chiều
- 25 Nhu cầu hàng nông sản và thực phẩm của Ấn Độ tăng mạnh trong những tháng cuối năm 2020
- 28 **TIN VĂN**

TỔNG QUAN

Tại thị trường trong nước, hoạt động sản xuất nông nghiệp trong thời gian qua nhìn chung chịu ảnh hưởng tiêu cực bởi điều kiện thời tiết không thuận lợi, gây ngập lụt làm một số diện tích lúa và hoa màu bị mất trắng hoặc không thể gieo trồng; nhiều gia súc, gia cầm bị chết, cuốn trôi; hoạt động nuôi trồng và khai thác thủy sản sụt giảm. Sản lượng lúa mùa năm nay ước tính đạt 8,04 triệu tấn, giảm 59,5 nghìn tấn so với vụ mùa trước, trong khi các địa phương trên cả nước đã cơ bản kết thúc sản xuất vụ Hè Thu với sản lượng toàn vụ đạt 10,83 triệu tấn, giảm 119,3 nghìn tấn so với vụ mùa trước. Hoạt động chăn nuôi lợn đang dần được khôi phục, tổng số lợn trong tháng 10/2020 tăng 7,6% so với cùng kỳ năm trước. Tuy nhiên, dịch tả lợn châu Phi hiện nay đang diễn biến phức tạp tại 31 tỉnh, thành phố trực thuộc Trung ương, các cơ quan chuyên ngành cần phối hợp với chính quyền cơ sở xử lý triệt để ổ dịch, kiểm soát, ngăn chặn dịch bệnh lây lan diện rộng.

Về giá cả hàng hóa, giá nhiều loại nông, thủy sản ghi nhận xu hướng tăng trong bối cảnh nhu cầu tiêu thụ được cải thiện trong giai đoạn cuối năm. Trong đó, giá cá tra trong tháng 10 và nửa đầu tháng 11/2020 đã tăng trở lại sau 9 tháng đầu năm ở mức thấp, giá tôm cũng ổn định trở lại do thị trường xuất khẩu đang dần được khôi phục. Tính đến trung tuần

tháng 11/2020, giá cá tra trắng loại 1 tại Đồng Tháp tiếp tục tăng 1.200 đ/kg so với thời điểm cuối tháng 10/2020 lên 23.000 đ/kg – mức cao nhất kể từ tháng 5/2019. Diễn biến này đang có tác động tích cực đến thị trường cá tra nguyên liệu trong nước, giúp người nuôi bước đầu có lãi sau chuỗi ngày khó khăn vì giá giảm thấp dưới giá thành sản xuất. Giá lúa gạo tại các tỉnh Đồng bằng Sông Cửu Long cũng tiếp tục xu hướng tăng do nguồn cung thấp trong khi nhu cầu sôi động trở lại với các đơn hàng mới từ Philippin và Trung Quốc.

Xuất khẩu nhóm nông, lâm, thủy sản trong tháng 10/2020 đạt 3,56 tỷ USD, tăng 10,3% so với tháng 10/2019, cao hơn đáng kể so với mức ước tính tăng 1,2% trước đó và đánh dấu tháng thứ 3 liên tiếp xuất khẩu nhóm hàng này tăng sau nhiều tháng sụt giảm do ảnh hưởng bởi dịch Covid-19. Tính chung trong 10 tháng năm 2020, tổng kim ngạch xuất khẩu nhóm nông, lâm, thủy sản đạt 30,24 tỷ USD, tăng 2,4% so với cùng kỳ năm trước. Trong số các thị trường xuất khẩu chủ lực 10 tháng qua chỉ duy nhất xuất khẩu sang Mỹ tiếp tục duy trì được tốc độ tăng trưởng cao (lên tới 21,9%) và là động lực tăng trưởng chính trong xuất khẩu nông, lâm, thủy sản, trong khi xuất khẩu tới các thị trường còn lại đều sụt giảm so với cùng kỳ năm trước.

MỘT SỐ THÔNG TIN ĐÁNG CHÚ Ý:

► Ngày 15/11/2020, dưới sự chứng kiến của Thủ tướng Chính phủ Nguyễn Xuân Phúc và lãnh đạo các nước thành viên, Hiệp định Đối tác kinh tế toàn diện khu vực (RCEP) đã chính thức được ký kết. Việc ký kết Hiệp định ở thời điểm này được kỳ vọng sẽ hỗ trợ phục hồi kinh tế khu vực sau đại dịch Covid-19.

► Thủ tướng Chính phủ yêu cầu các Bộ, ngành, địa phương và các cơ quan có liên quan theo chức năng, nhiệm vụ được giao tập trung theo dõi sát diễn biến cung cầu, giá cả thị trường các mặt hàng thiết yếu để kịp thời có giải pháp bình ổn thị trường trong những tháng còn lại của năm 2020.

THỊ TRƯỜNG NÔNG, LÂM, THỦY SẢN TỪ NGÀY 01/11/2020 ĐẾN 16/11/2020

Thị trường nông, lâm, thủy sản trong nước kỳ từ ngày 01/11 đến 16/11/2020 tiếp tục sôi động và giá giao dịch vẫn trong xu hướng tăng.

+ Mặt hàng gạo: Giá lúa gạo tại các tỉnh Đồng bằng Sông Cửu Long (ĐBSCL) tiếp tục tăng trong nửa đầu tháng 11/2020 do nguồn cung thấp trong khi nhu cầu sôi động trở lại với các đơn hàng mới từ Philippin và Trung Quốc. Cụ thể, giá gạo thành phẩm xuất khẩu IR 504 ở mức 11.200 đ/kg, tăng 650 đ/kg so với nửa cuối tháng 10/2020; giá gạo nguyên liệu nguyên liệu IR 504 tăng 500 đ/kg lên mức 9.850 đ/kg; gạo nguyên liệu OM 5451 ở mức 9.150 đ/kg; gạo OM 18 ở mức 9.200 đ/kg.

Giá các loại lúa cũng tăng 200 – 400 đ/kg như gạo Jasmine dao động ở mức 6.400 - 6.600 đ/kg; lúa OM 6976 đạt 6.450 đ/kg; Đai thơm 8 có giá 6.800 đ/kg; lúa IR 504 đạt 6.400 đ/kg; OM 5451 đạt 6.400 đ/kg; lúa OM 9577, OM 9582 có giá 6.450 đ/kg; lúa Nhật 7.600 đ/kg; nếp tươi 5.850 đ/kg.

Giá chào bán gạo trắng 5% tấm của Việt Nam trên thị trường quốc tế cũng tăng lên 495- 500 USD/tấn từ 485 – 495 USD/tấn trong nửa đầu tháng 10/2020.

+ Mặt hàng cà phê: Tại các tỉnh Tây Nguyên, giá cà phê nhân xô tăng 4% (tương ứng 1.300 đ/kg) so với nửa cuối tháng 10/2020 lên mức 33.900 đ/kg. Các đợt mưa liên tiếp đang kéo dài thời gian thu hái cà phê nhiều nơi tại Tây Nguyên, nhất là vùng phía Bắc Tây Nguyên gồm 2 tỉnh Gia Lai và Kon Tum. Mưa bão có thể kéo dài đến giữa tháng 12/2020 khiến thu hoạch gặp nhiều khó khăn do thiếu nắng và hạ tầng cơ sở như sân phơi, hệ thống đường sá và cầu cống ảnh hưởng đến vận chuyển cà phê.

+ Mặt hàng hạt tiêu: Giá hạt tiêu đen tại khu vực Tây Nguyên lên mức cao nhất kể từ cuối tháng 11/2018, đạt 56.000 đ/kg, tăng 6,7% (3.500 đ/kg) so với nửa cuối tháng 10/2020. Thị trường hạt tiêu đã khởi sắc trở lại do được hỗ trợ bởi nhu cầu từ những thị trường nhập khẩu chính như Mỹ, Ấn Độ. Bên cạnh đó, Trung Quốc đẩy mạnh mua hạt tiêu sau thời gian nhập khẩu cầm chừng cũng như những tác động tích cực của Hiệp định Thương mại tự do Việt Nam – EU đã và đang mở ra nhiều cơ hội cho ngành hạt tiêu.

+ Mặt hàng thủy sản: Cũng nằm trong xu hướng tăng, giá cá tra thịt trắng loại 1 tại Đồng Tháp trong kỳ từ ngày 01/11 đến 16/11/2020 tiếp tục tăng 1.200 đ/kg so với nửa cuối tháng 10/2020 lên mức 23.000 đ/kg, cao nhất kể từ tháng 5/2019. Sự phục hồi trở lại của xuất khẩu cá tra từ cuối tháng 9/2020 đến nay đang có tác động tích cực đến thị trường cá tra nguyên liệu trong nước, giúp người nuôi bước đầu có lãi sau chuỗi ngày khó khăn vì giá giảm thấp dưới giá thành sản xuất.



Hiện nhiều doanh nghiệp mua cá tra nguyên liệu để chế biến, chuẩn bị phục vụ nhu cầu xuất khẩu. Ngoài ra, giá cá tăng còn do nguồn cung cá tra nguyên liệu tại nhiều

địa phương đang có phần hạn chế vì nhiều người dân đã giảm diện tích nuôi hoặc nuôi với mật độ thấp trong thời gian qua. Dự báo giá cá tra nguyên liệu nhiều khả năng còn tiếp tục tăng trong thời gian tới.

Trong khi đó, giá các mặt hàng thủy sản tại Đà Nẵng biến động trái chiều trong nửa đầu tháng 11/2020. Cụ thể, giá cá ngừ vẫn giảm 8,3% so với nửa cuối tháng 10/2020, mực ống giảm 12,5%, trong khi giá tôm sú lại tăng 4,2%.

+ Mặt hàng cao su: Ngược lại với xu hướng tăng của các mặt hàng nông sản

khác, giá cao su trong kỳ từ ngày 01/11 đến 16/11/2020 đã chấm dứt chuỗi ngày tăng giá liên tiếp từ tháng 7/2020. Cụ thể, giá thu mua mủ cao su của Tổng Công ty Cao su Đồng Nai giảm 1.900 đ/kg so với nửa cuối tháng 10/2020, dao động từ 7.600 – 11.400 đ/kg; giá thu mua mủ cao su loại 1 và loại 2 giảm 18 – 22 đ/độ TSC, xuống còn 303 – 310 đ/độ TSC; giá mủ nước tại vườn cũng giảm 2.000 đ/kg xuống 33.500 đ/kg. Tương tự, giá thu mua cao su của Công ty TNHH MTV Cao su Lộc Ninh giảm với biên độ mạnh hơn, giảm 2.300 – 3.500 đ/kg, xuống còn 7.600 – 10.900 đ/kg.

Tham khảo giá nông, lâm, thủy sản tại thị trường trong nước ngày 16/11/2020

Tên hàng	Ngày 16/11/2020 (đ/kg)	So với ngày 27/10/2020 (%)	So với đầu năm 2020 (%)	So với cùng kỳ 2019 (%)
Gạo NL IR 504	9.850	5,3	49,2	50,4
Gạo thành phẩm IR 504	11.200	6,2	49,3	50,3
Tấm gạo IR 504	10.100	11,0	57,8	44,3
Cám vàng	6.700	1,5	39,6	11,7
Cà phê nhân xô tại Tây Nguyên	33.900	4,0	5,6	1,5
Hạt điều W240 tại Bình Phước	27.000	0,0	-89,4	-89,4
Hạt điều W 320 tại Bình Phước	28.000	0,0	-88,6	-88,6
Tiêu đen Tây Nguyên và Nam Bộ	56.000	6,7	33,3	34,9
Cá tra thịt trắng loại 1 tại Đồng Tháp	23.000	5,5	9,5	15,0
Cá ngừ vằn tại Đà Nẵng	55.000	-8,3	-21,4	22,2
Mực ống tại Đà Nẵng (17 - 24 cm/con)	140.000	-12,5	0,0	-12,5
Tôm sú tại Đà Nẵng (25 - 30 con/kg)	250.000	4,2	-21,9	-21,9
Tôm chân trắng tại Đà Nẵng (60 con/kg)	120.000	0,0	0,0	-7,7
Giá cao su dạng nước tại Bình Phước (đ/độ TSC)	300	-11,8		
Giá cao su dạng thô tại Bình Phước	12.000	0,0		
Giá thu mua cao su của Tổng Công ty Cao su Đồng Nai				
Loại 1 (đ/độ TSC)	310	-5,5	3,3	20,2
Loại 2 (đ/độ TSC)	303	-6,8	2,0	18,8
Mủ nước tại vườn	33.500	-5,6	3,4	20,5
Mủ chén dây khô	11.400	-14,3	-8,8	8,6
Mủ chén dây vừa	10.400	-15,4	-9,6	9,5
Mủ đông khô	9.200	-17,1	-10,7	10,8
Mủ đông vừa	7.600	-20,0	-12,6	13,4
Mủ dây khô	10.800	-15,0	-9,2	9,1
Giá thu mua cao su của Công ty TNHH MTV Cao su Lộc Ninh				
Mủ cao su nước tại vườn (đ/độ TSC)	300	-10,4	4,5	14,9
Mủ cao su nước tại nhà máy (đ/độ TSC)	305	-10,3	4,5	14,7
Mủ chén, dây khô	10.900	-24,3	-11,4	-5,2
Mủ chén ướt	7.600	-23,2	-10,6	-5,0
Mủ đông khô	9.900	-23,8	-10,8	-4,8

Nguồn: Trung tâm Thông tin Công nghiệp và Thương mại tổng hợp

CHƯƠNG TRÌNH OCOP ĐÃ ĐẠT ĐƯỢC NHIỀU KẾT QUẢ TÍCH CỰC SAU 2 NĂM THỰC HIỆN



Chương trình Mỗi xã một sản phẩm (OCOP) được bắt nguồn từ tỉnh Quảng Ninh dựa trên quá trình khảo sát thực tiễn của chương trình OVOP (Mỗi làng một sản phẩm). Sau khi đánh giá chi tiết thành quả bước đầu, ngày 7/5/2018, Thủ tướng Chính phủ đã ban hành Quyết định số 490/QĐ-TTg phê duyệt chương trình OCOP giai đoạn 2018 - 2020 để triển khai rộng khắp trên phạm vi cả nước.

Chương trình OCOP đã đem lại những kết quả tích cực

Sau hơn 2 năm triển khai thực hiện, đến nay Chương trình OCOP đã lan tỏa mạnh mẽ trên phạm vi cả nước, nhận được sự ủng hộ của các cấp, các ngành, các địa phương, phát huy sức mạnh và vai trò của cộng đồng trong bảo tồn và phát triển sản phẩm truyền thống của địa phương và đã góp phần mang lại những hiệu quả rõ nét trong chuyển dịch cơ cấu kinh tế, tạo ra hướng đi mới trong sản xuất, kinh doanh các sản phẩm truyền thống ở khu vực nông thôn.

Chương trình OCOP cũng được xem là một trong những giải pháp hiệu quả để thực hiện chương trình mục tiêu quốc gia về xây dựng nông thôn mới. Theo đó, chương trình tạo phong trào khởi nghiệp mạnh mẽ, hình thành nhiều vùng sản xuất nông sản sạch, nông nghiệp ứng dụng công nghệ cao gắn với các chuỗi giá trị sản phẩm. Từ đó góp phần chuyển dịch

cơ cấu kinh tế tại khu vực nông thôn và là giải pháp quan trọng để thực hiện nhóm tiêu chí về sản xuất, thu nhập, hộ nghèo trong xây dựng nông thôn mới nâng cao và nông thôn mới kiểu mẫu.

Theo kết quả triển khai và thực hiện Chương trình OCOP, tính đến ngày 12/10/2020, 61/63 tỉnh, thành phố trong cả nước đã phê duyệt Đề án, Kế hoạch OCOP cấp tỉnh; 47 tỉnh, thành phố tổ chức đánh giá, xếp hạng, công nhận cho tổng số 2.088 sản phẩm OCOP đạt từ 3 sao trở lên. Theo đó, hạng 3 sao có 1.366 sản phẩm, hạng 4 sao có 674 sản phẩm và 48 sản phẩm đề nghị Trung ương đánh giá và phân hạng 5 sao. Dự kiến đến hết năm 2020 sẽ có 3.843 sản phẩm được chuẩn hóa OCOP (vượt gần 1,6 lần so với mục tiêu 2.400 sản phẩm). Trong đó, nhóm thực phẩm có 2.218 sản phẩm, nhóm đồ uống có 397 sản phẩm, nhóm thảo dược có 264 sản phẩm...

Các sản phẩm thuộc Chương trình OCOP đến nay đã được quảng bá rộng rãi tới nhiều địa phương trên cả nước, được phân phối rộng rãi ở các chuỗi siêu thị, giúp kinh tế vùng nông thôn phát triển thông qua loạt chương trình xúc tiến thương mại, kết nối cung cầu.

Từ việc đẩy mạnh triển khai chương trình OCOP tại các địa phương trong cả nước, các sản phẩm đặc sản mang đặc trưng của mỗi địa phương, vùng miền đã dần được khẳng định thương hiệu, nâng cao chất lượng và được nhiều người biết đến như: Chả lụa, bánh tét (Trà Vinh); hành, tỏi (Lý Sơn, Quảng Ngãi); lạp xưởng (Bắc Kạn); gà đồi Thanh Chương, các sản phẩm tảo xoắn, đậu tương lên men, đông trùng hạ thảo của tỉnh Nghệ An; gạo sạch Lệ Thủy, khoai gieo Lâm Hưởng, tỏi đen Quang Minh, dưa gỗ Quảng Thủy... của tỉnh Quảng Ngãi; hoặc ở Tuyên Quang có các sản phẩm: Chè Shan tuyết huyện Na Hang, lạp Chiêm Hóa, cam Hàm Yên, chè Yên Sơn...

Sau khi được đánh giá, xếp hạng, nhiều sản phẩm OCOP đã được các đơn vị phân phối, bán lẻ, bán thương mại điện tử như: BigC, Vinmart, VNPost... ký kết hợp đồng tiêu thụ với số lượng lớn. Doanh thu bán sản phẩm trong năm của các nhóm sản phẩm đã được đánh giá xếp hạng đều tăng đáng kể.

Thực tế cho thấy, việc đưa các sản phẩm OCOP tiêu thụ tốt và mở hướng vào siêu thị hiện đang được các bộ, ngành, địa phương quan tâm thực hiện. Trong đó, Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn đã ký kết kế hoạch phối hợp hành động trong triển khai chương trình OCOP với nhiều cơ quan, doanh nghiệp. Đồng thời, xây dựng sàn giao dịch điện tử và cung ứng sản phẩm OCOP theo yêu cầu của khách hàng... Trong khi đó, Bộ Công Thương đã thực hiện hàng loạt hội nghị kích cầu, xúc tiến thương mại, hội chợ quảng bá, xây dựng các điểm bán hàng OCOP trên toàn quốc để thông qua đó góp phần thúc đẩy tiêu thụ hàng hóa Việt Nam ở thị trường trong nước cũng như xuất khẩu, nhất là trong giai đoạn hoạt động sản xuất và tiêu thụ hàng hóa gặp nhiều khó khăn do ảnh hưởng bởi dịch Covid-19.

Mặc dù đề án Chương trình OCOP tại nhiều địa phương đã và đang đạt được những kết quả tương đối tích cực, nhưng nhìn chung việc triển khai thực hiện vẫn còn gặp nhiều vướng mắc và bộc lộ một số hạn chế.

Về hạn chế, đó là số sản phẩm xếp hạng 4 sao và 5 sao hiện vẫn còn khá khiêm tốn so với tiềm năng, lợi thế của nhiều địa phương về thổ nhưỡng, nguồn nhân lực dồi dào, nhiều làng nghề truyền thống...; mặc dù được sự quan tâm và hỗ trợ của các cơ quan quản lý nhưng tại nhiều địa phương, việc triển khai chương trình vẫn còn chậm, chưa thu hút được sự tham gia nhiệt tình của người dân, doanh nghiệp và HTX; hệ thống các chính sách, cơ chế hỗ trợ chủ thể phát triển sản phẩm tuy khá đầy đủ, nhưng vẫn còn thiếu đồng bộ, chưa được xác định rõ ràng, dẫn đến còn gây lúng túng và khó khăn cho các địa phương trong việc thực hiện; vẫn còn nhiều nông sản, sản phẩm đặc trưng dù

đã khẳng định được thương hiệu trên thị trường nhưng vẫn chưa được chứng nhận sản phẩm OCOP hoặc chưa đăng ký tham gia chương trình ...

Về khó khăn, một trong những trở ngại lớn hiện nay chính là nhiều địa phương chưa đảm bảo được nguồn hàng thường xuyên, sản lượng ổn định, gây khó trong việc ký kết hợp đồng tiêu thụ; quy mô sản xuất của nhiều đơn vị còn nhỏ, đầu tư cho công nghệ còn thấp, không thu hút được nguồn vốn lớn đầu tư cho chế biến sâu, nâng cao giá trị gia tăng cho sản phẩm, do đó giá trị sản phẩm khó có thể đạt được thứ hạng cao trong Chương trình OCOP cho dù nhiều sản phẩm rất độc đáo.

Việc liên kết giữa doanh nghiệp phân phối sản phẩm và đơn vị sản xuất sản phẩm OCOP chưa bền vững, tiêu thụ sản phẩm vẫn còn qua nhiều khâu trung gian dẫn tới sức cạnh tranh chưa cao.

Công tác tuyên truyền quảng bá và thông tin truyền thông định hướng giới thiệu sản phẩm OCOP còn hạn chế. Do vậy, nhiều sản phẩm OCOP rất khó khăn trong việc tìm đường vào các kênh phân phối lớn và chưa được nhiều người tiêu dùng biết tới cho dù nhiều sản phẩm OCOP có chất lượng cao.

Trong bối cảnh nông nghiệp nước ta đối mặt với nhiều khó khăn, thách thức chung về năng suất, chất lượng, hiệu quả và sức cạnh tranh còn thấp, việc tổ chức sản xuất và tiêu thụ sản phẩm OCOP hướng tới xuất khẩu là rất quan trọng, do đó cần sớm có những biện pháp nhằm khắc phục những khó khăn, hạn chế và triển khai hiệu quả hơn nữa Chương trình OCOP trong thời gian tới.



THÔNG TIN THỊ TRƯỜNG XUẤT KHẨU

XUẤT KHẨU NÔNG, LÂM, THỦY SẢN DỰ KIẾN TĂNG TRƯỞNG KHÁ TRONG 2 THÁNG CUỐI NĂM 2020



Theo số liệu của Tổng cục Hải quan, hoạt động xuất khẩu 10 mặt hàng chủ lực thuộc nhóm nông, lâm, thủy sản (bao gồm gạo, rau quả, hạt tiêu, hạt điều, cà phê, chè, sắn và các sản phẩm từ sắn, cao su, thủy sản, gỗ và sản phẩm gỗ) trong tháng 10/2020 đạt 3,56 tỷ USD, tăng 10,3% so với tháng 10/2019, cao hơn so với mức ước tính tăng 1,2% trước đó và đánh dấu tháng thứ 3 liên tiếp xuất khẩu nhóm hàng này tăng sau nhiều tháng sụt giảm do ảnh hưởng bởi dịch Covid-19. Nguyên nhân chính khiến xuất khẩu nông, lâm, thủy sản ghi nhận tốc độ tăng trưởng tích cực hơn so với ước tính nhờ sự cải thiện rõ rệt trong mức tăng trưởng xuất khẩu của tất cả các mặt hàng. Đáng chú ý nhất là sự bứt phá của gỗ và sản phẩm gỗ với

mức tăng tới 23,6% lên 1,28 tỷ USD; thủy sản tăng 10,3% lên 918,9 triệu USD; hạt tiêu tăng 31,2% lên 53,76 triệu USD.

Trong đó, xuất khẩu sang hầu hết các thị trường chủ lực như Mỹ, Trung Quốc, EU, Hàn Quốc... đều ghi nhận tốc độ tăng khá. Tuy nhiên, vẫn xuất hiện một số thị trường sụt giảm về kim ngạch như Nhật Bản hay Philippin.

Tính chung trong 10 tháng năm 2020, tổng kim ngạch xuất khẩu nhóm nông, lâm, thủy sản đạt 30,24 tỷ USD, tăng 2,4% so với cùng kỳ năm trước, chiếm 13,2% trên tổng kim ngạch xuất khẩu hàng hóa của cả nước, thấp hơn so với tỷ trọng chiếm 13,5% trong 10 tháng năm 2019. Trong đó, chỉ có 3 mặt hàng duy trì tốc

độ tăng trưởng về kim ngạch là gạo (tăng 9,5%), sắn và các sản phẩm từ sắn (tăng 2,8%), gỗ và sản phẩm gỗ (tăng 14,1%); Các mặt hàng còn lại đều sụt giảm về giá trị so với cùng kỳ năm trước. Hạt tiêu và rau quả là 2 mặt hàng xuất khẩu giảm mạnh nhất trong 10 tháng qua, lần lượt giảm tới 14,3% và 12,2%.

Xét về thị trường, 5 thị trường xuất khẩu nhóm nông, lâm, thủy sản chính tiếp tục là Mỹ, Trung Quốc, EU, Nhật Bản và Hàn Quốc với kim ngạch xuất khẩu đạt 21,58 tỷ USD, chiếm 71,4% tỷ trọng trên tổng kim ngạch xuất khẩu nhóm hàng này. Trong nhóm các thị trường xuất khẩu chủ lực chỉ duy nhất xuất khẩu sang Mỹ tiếp tục duy trì được tốc độ tăng trưởng cao (lên tới 21,9%) và là động lực tăng trưởng chính trong xuất khẩu nông, lâm, thủy sản, trong khi xuất khẩu tới các thị trường còn lại đều sụt giảm so với cùng kỳ năm trước.

Trong 2 tháng cuối năm 2020, mặc dù còn nhiều khó khăn trong bối cảnh dịch Covid-19 vẫn đang căng thẳng trên thế giới cộng với các rào cản thương mại tại nhiều thị trường gia tăng, nhưng dự kiến hoạt động xuất khẩu nông, lâm, thủy sản sẽ tiếp tục duy trì tốc độ tăng trưởng khá nhờ nhu cầu tiêu thụ và tích trữ hàng hóa tăng trong dịp cuối năm và tác động rõ nét hơn của Hiệp định Thương mại tự do Việt Nam – châu Âu (EVFTA).

Trong trung và dài hạn, hoạt động xuất khẩu nhóm nông, lâm, thủy sản được kỳ vọng sẽ bứt phá trước những cơ hội rộng mở khi Việt Nam ngày càng tham gia sâu hơn vào dòng chảy thương mại toàn cầu thông qua việc ký kết hàng loạt các FTA thế hệ mới. Mới đây nhất, Hiệp định Đối tác kinh tế toàn diện khu vực (RCEP) mà Việt Nam là thành viên đã chính thức được ký kết vào ngày 15/11/2020, mang lại cơ hội lớn cho Việt Nam khi quy mô thị trường của các quốc gia tham gia Hiệp định là rất lớn. RCEP có sự tham gia của 15 nước, gồm 10 quốc gia thành viên của ASEAN cùng với Trung Quốc, Nhật Bản, Hàn Quốc, Australia và New Zealand. RCEP sẽ có thời gian hai năm kể từ ngày ký kết thỏa thuận để xây dựng chi tiết các điều khoản trước khi thỏa thuận chính thức có hiệu lực.

Riêng đối với các sản phẩm nông nghiệp, RCEP là thị trường không quá khó tính (ngoại trừ Australia, Nhật Bản, New Zealand) và có nhu cầu cao đối với các sản phẩm thế mạnh của Việt Nam như nông sản vùng nhiệt đới và thực phẩm chế biến. Tuy nhiên, trong khu vực kinh tế RCEP, có nhiều đối tác có cơ cấu sản phẩm tương tự hàng Việt Nam, có năng lực cạnh tranh cao như Thái Lan, Indonesia, Trung Quốc... Do đó, đây là giai đoạn các cơ quan quản lý và doanh nghiệp trong nước cần có sự chuẩn bị tốt nhất để có thể đạt được những kết quả cao từ Hiệp định này.

Một số thị trường xuất khẩu nông, lâm, thủy sản trong tháng 10 và 10 tháng năm 2020 (ĐVT: Nghìn USD)

Thị trường	Tháng 10/2020	Tỷ trọng (%)	So với tháng 10/2019 (%)	10 tháng năm 2020	Tỷ trọng (%)	So với 10 tháng năm 2019 (%)
Tổng	3.555.071	100,00	10,33	30.237.864	100,00	2,43
Mỹ	1.118.542	31,46	36,51	8.286.770	27,41	21,91
Trung Quốc	788.854	22,19	1,08	6.360.805	21,04	-4,11
Liên minh EU	297.201	8,36	6,49	2.859.061	9,46	-2,90
Đức	75.239	2,12	25,34	729.841	2,41	-1,24
Hà Lan	75.006	2,11	3,44	693.237	2,29	8,45
Italia	34.530	0,97	-6,48	343.051	1,13	-6,96
Bỉ	29.371	0,83	52,77	279.624	0,92	2,55
Tây Ban Nha	23.022	0,65	-26,95	260.769	0,86	-18,25

Thị trường	Tháng 10/2020	Tỷ trọng (%)	So với tháng 10/2019 (%)	10 tháng năm 2020	Tỷ trọng (%)	So với 10 tháng năm 2019 (%)
Pháp	31.100	0,87	9,35	260.120	0,86	-13,71
Ba Lan	8.606	0,24	-6,13	90.195	0,30	21,91
Đan Mạch	6.960	0,20	22,86	63.119	0,21	2,65
Bồ Đào Nha	4.169	0,12	-13,29	49.998	0,17	-23,54
Thụy Điển	3.739	0,11	-26,10	33.743	0,11	-10,61
Hy Lạp	2.367	0,07	-25,14	30.523	0,10	-12,74
Rumani	1.487	0,04	49,20	12.156	0,04	9,86
Phần Lan	717	0,02	61,32	5.558	0,02	-19,08
Cộng Hoà Séc	603	0,02	26,78	4.538	0,02	-22,70
Áo	284	0,01	2,72	1.403	0,00	-8,88
Hungary				1.185	0,00	-77,95
Nhật Bản	280.733	7,90	-7,29	2.534.140	8,38	-1,40
Hàn Quốc	165.339	4,65	2,98	1.541.103	5,10	-0,55
Philippin	43.320	1,22	-17,03	1.075.094	3,56	-0,29
Anh	82.135	2,31	16,42	632.970	2,09	-7,00
Canada	65.287	1,84	14,93	515.560	1,71	11,62
Australia	70.435	1,98	23,00	501.048	1,66	6,24
Malaysia	47.052	1,32	1,44	491.757	1,63	0,84
Thái Lan	53.937	1,52	-0,99	489.557	1,62	6,07
Nga	37.623	1,06	1,49	350.483	1,16	-0,13
Đài Loan	41.122	1,16	10,09	336.193	1,11	3,75
Gana	46.392	1,30	48,64	263.804	0,87	52,24
Hồng Kông	37.972	1,07	40,64	257.229	0,85	-4,84
Bờ Biển Ngà	19.161	0,54	-52,23	184.479	0,61	-17,16
Singapore	18.587	0,52	-3,95	176.796	0,58	-1,96
Ấn Độ	16.320	0,46	-47,26	169.868	0,56	-46,06
UAE	17.118	0,48	11,09	154.336	0,51	1,35
Pakixtan	17.535	0,49	11,36	106.076	0,35	-4,93
Indonesia	9.738	0,27	27,38	101.178	0,33	18,30
Ixraen	9.362	0,26	-4,78	98.362	0,33	-15,64
ả Rập Xê út	9.710	0,27	25,12	93.739	0,31	5,46
Angiêri	4.566	0,13	-48,02	88.198	0,29	-13,07
Ai Cập	8.945	0,25	74,43	77.629	0,26	-11,33
Irắc	3.751	0,11	110,30	73.221	0,24	-55,66
Campuchia	5.725	0,16	-27,08	66.861	0,22	36,31
Mexico	9.696	0,27	-16,02	63.213	0,21	-49,20
Lào	3.117	0,09	-77,45	60.042	0,20	-34,25
Ukraina	6.693	0,19	14,79	51.111	0,17	10,01
New Zealand	6.996	0,20	20,65	49.155	0,16	-11,62
Braxin	7.730	0,22	1,59	44.907	0,15	-26,67
Thổ Nhĩ Kỳ	6.365	0,18	2,84	43.433	0,14	-17,73
Thụy Sĩ	3.632	0,10	52,64	36.350	0,12	47,17
Chilê	3.257	0,09	9,49	35.012	0,12	1,34

Nguồn: Tính toán từ số liệu của Tổng cục Hải quan

Riêng với thị trường Mỹ, trong tháng 10/2020, kim ngạch xuất khẩu nông, lâm, thủy sản sang thị trường này đạt 1,12 tỷ USD, tăng 36,5% so với tháng 10/2019 và chiếm 31,5% tổng kim ngạch xuất khẩu nhóm hàng này. Trong đó, xuất khẩu nhiều mặt hàng đạt tốc độ tăng trưởng cao như cà phê (tăng 69,3%); thủy sản (tăng 21,7%); gỗ và sản phẩm gỗ (tăng tới 49,6%). Như vậy, kim ngạch xuất khẩu nông, lâm, thủy sản sang Mỹ trong 10 tháng năm 2020 đã đạt 8,29 tỷ USD, tăng 21,9% so với cùng kỳ năm trước và chiếm 27,4% tỷ trọng trên tổng kim ngạch xuất khẩu nhóm hàng này.

Đáng chú ý nhất trong số các mặt hàng xuất khẩu sang Mỹ thời gian qua là gỗ và sản phẩm gỗ có mức tăng trưởng xuất khẩu lên tới 32,3% so với cùng kỳ năm trước, đạt 5,58 tỷ USD. Đây là mức tăng trưởng rất cao trong bối cảnh các doanh nghiệp xuất khẩu gặp rất nhiều khó khăn do ảnh hưởng của dịch Covid-19, đưa Mỹ trở thành thị trường có mức tăng trưởng xuất khẩu gỗ và sản phẩm gỗ cao nhất trong nhóm các thị trường xuất khẩu chủ lực. Tốc độ tăng trưởng này gần bằng với mức tăng trưởng 35,1% cùng kỳ năm trước – giai đoạn căng thẳng thương

mại giữa Mỹ-Trung Quốc gia tăng và cao gần gấp đôi so với các mức tăng trưởng cùng kỳ của năm 2018 (tăng 17,4%) và năm 2017 (tăng 17,9%). Trong đó, nhiều mặt hàng gỗ xuất khẩu sang Mỹ ghi nhận mức tăng trưởng mạnh, nhất là các mặt hàng mà phía Trung Quốc đang bị Mỹ áp thuế chống bán phá giá và chống trợ cấp dẫn đến việc các doanh nghiệp Mỹ dịch chuyển đơn hàng sang Việt Nam nhằm bù đắp một phần thiếu hụt nguồn cung từ thị trường Trung Quốc.

Ngoài ra, xuất khẩu thủy sản sang Mỹ cũng tăng 10% lên 1,35 tỷ USD và là thị trường duy nhất trong nhóm 5 thị trường xuất khẩu thủy sản hàng đầu có mức tăng trưởng hai con số, chiếm tỷ trọng 19,4% trên tổng kim ngạch xuất khẩu thủy sản của Việt Nam. Xuất khẩu thủy sản sang thị trường này chỉ giảm trong tháng 4 và tháng 5/2020 – giai đoạn vào đỉnh dịch Covid-19, nhưng sau đó hồi phục mạnh nhờ xuất khẩu tôm tăng cao.

Đối với các mặt hàng còn lại, xuất khẩu gạo, rau quả, cà phê sang Mỹ trong 10 tháng qua tăng từ 10-20% so với cùng kỳ năm trước, trong khi xuất khẩu chè, hạt tiêu, hạt điều và cao su giảm.



XUẤT KHẨU NÔNG, LÂM, THỦY SẢN SANG THỊ TRƯỜNG ANH ĐANG PHỤC HỒI KHÁ MẠNH

Theo số liệu của Tổng cục Hải quan, kim ngạch xuất khẩu nhóm hàng nông, lâm, thủy sản của Việt Nam sang thị trường Anh trong 10 tháng năm 2020 giảm 7% so với cùng kỳ năm 2019, đạt 632,97 triệu USD do tác động của đại dịch Covid-19.

Tuy nhiên, xuất khẩu sang thị trường Anh đang có sự phục hồi mạnh trở lại. Cụ thể, trong tháng 10/2020, kim ngạch xuất khẩu nông, lâm, thủy sản của Việt Nam sang thị trường Anh tăng 14,5% so với tháng 9/2020 và tăng 16,4% so với cùng kỳ năm 2019, đạt 82,14 triệu USD. Trong đó, kim ngạch xuất khẩu thủy sản tăng tới 41,4% so với cùng kỳ năm 2019, đạt 39,85 triệu USD; kim ngạch xuất khẩu gỗ và sản phẩm gỗ đạt 27,36 triệu USD, tăng 9,2% so với cùng kỳ năm 2019; đặc biệt, kim ngạch xuất khẩu rau quả sang thị trường Anh tăng tới 123,6%. Ngoài ra, xuất khẩu hạt điều sang thị trường Anh tăng 10,6% về lượng nhưng giảm 3,2% về kim ngạch. Ngược lại, kim ngạch xuất khẩu cà phê sang thị trường này giảm mạnh 44,3%, hạt tiêu giảm 20,1%, cao su giảm 33,7%.

Tính chung 10 tháng năm 2020, thủy sản là mặt hàng có kim ngạch xuất khẩu lớn nhất sang thị trường Anh và đây cũng là mặt hàng có mức tăng trưởng cao lên tới 25,1% so với cùng kỳ năm 2019, đạt 297,91 triệu USD và chiếm 47,07% tổng kim ngạch xuất khẩu nông, lâm, thủy sản của Việt Nam sang thị trường này.

Bên cạnh đó, kim ngạch xuất khẩu hạt tiêu và hàng rau quả của Việt Nam sang thị trường Anh cũng tăng lần lượt là 1,5% và 27,4% so với 10 tháng năm 2019.

Trong khi đó, kim ngạch xuất khẩu các mặt hàng khác như gỗ và sản phẩm gỗ, hạt điều, cà phê, cao su sang thị trường này đều giảm mạnh so với cùng kỳ năm 2019.



Anh được đánh giá là thị trường nhiều tiềm năng đối với nông, lâm, thủy sản của Việt Nam. Với mức sống cao, người tiêu dùng Anh không chỉ lựa chọn những sản phẩm chất lượng cao, tiện lợi mà còn chú ý đến các tiêu chí về môi trường và xã hội của sản phẩm. Để thâm nhập được vào thị trường Anh, doanh nghiệp cần cung cấp sản phẩm có chất lượng tốt, khả năng đáp ứng nguồn hàng đều đặn và khả năng cải tiến phát triển sản phẩm để bắt kịp thị hiếu của người tiêu dùng nước này.

Ngay sau khi Hiệp định thương mại tự do Việt Nam - EU (EVFTA) có hiệu lực, hàng hóa xuất khẩu của Việt Nam sang các nước EU trong đó có Anh đã có sự tăng trưởng khá tích cực.

Trong thời điểm EVFTA có hiệu lực từ tháng 8/2020 đến cuối năm 2020, hàng hóa Việt Nam xuất khẩu sang thị trường Anh vẫn hưởng những ưu đãi được cam kết trong các điều khoản của EVFTA. Tuy nhiên, đến hết năm 2020, tất cả những cam kết liên quan đến quyền lợi và trách nhiệm của Anh trong EU sẽ chính thức kết thúc, đồng nghĩa với việc hàng hóa xuất khẩu tới thị trường này sẽ không còn hưởng lợi từ EVFTA. Do đó, một Hiệp định thương mại song phương Vương quốc Anh - Việt Nam đang được xúc tiến và có thể được ký kết trong thời gian tới.

Xuất khẩu các mặt hàng nông, lâm, thủy sản của Việt Nam sang thị trường Anh trong tháng 10 và 10 tháng năm 2020 (ĐVT: Lượng: tấn; Kim ngạch: nghìn USD)

Tên hàng	Tháng 10/2020		So với tháng 9/2020 (%)		So với tháng 10/2019 (%)		10 tháng năm 2020		So với 10 tháng năm 2019 (%)	
	Lượng	Kim ngạch	Lượng	Kim ngạch	Lượng	Kim ngạch	Lượng	Kim ngạch	Lượng	Kim ngạch
Tổng kim ngạch		82.135		14,5		16,4		632.970		-7,0
Hàng thủy sản		39.849		6,8		41,4		297.910		25,1
Gỗ và sản phẩm gỗ		27.355		22,3		9,2		188.335		-27,8
Hạt điều	1.644	8.861	0,4	4,1	10,6	-3,2	13.585	78.107	0,0	-15,2
Cà phê	1.694	3.179	155,5	103,0	-54,1	-44,3	25.953	44.269	-38,2	-33,3
Hạt tiêu	420	1.143	0,2	-1,8	-11,4	-20,1	4.704	13.465	15,9	1,5
Hàng rau quả		1.514		105,2		123,6		8.823		27,4
Cao su	210	235	228,1	234,3	-32,9	-33,7	1.671	2.062	-30,1	-28,9

Nguồn: Tính toán từ số liệu của Tổng cục Hải quan

Xuất khẩu thủy sản sang thị trường Anh

Từ đầu năm 2020 đến nay, Anh là một trong những thị trường xuất khẩu thủy sản chính của Việt Nam ít bị ảnh hưởng bởi dịch Covid-19.

Trong đó, mặt hàng tôm chiếm gần 70% tổng kim ngạch xuất khẩu thủy sản của Việt Nam sang thị trường Anh trong 9 tháng đầu năm 2020, với kim ngạch đạt 179 triệu USD, tăng mạnh 19,1% so với cùng kỳ năm 2019.

Ngoài ra, kim ngạch xuất khẩu nhiều mặt hàng khác sang thị trường Anh cũng tăng mạnh so với 9 tháng năm 2019 như: Cá tra, basa tăng 27,3%, cá đông lạnh tăng 96,7%, ghẹ tăng 63,1%, cá khô tăng 103,7%, đặc biệt Surimi tăng tới 520,8%...

Về mặt hàng tôm, Anh hiện đứng thứ 6 về thị trường xuất khẩu tôm của Việt Nam với sản phẩm chủ yếu là tôm thẻ chân trắng (tôm tươi đông lạnh, tôm xiên que tươi đông lạnh, tôm chân trắng bỏ đầu tươi đông lạnh, tôm chân trắng tẩm bột chiên, tôm chân trắng luộc đông lạnh...). Thời gian tới, thị trường Anh được dự báo vẫn sẽ đẩy mạnh nhập khẩu tôm nước ấm từ Việt Nam, Ấn Độ... để thay thế cho tôm nước lạnh nhập khẩu từ Greenland và Đông Canada do hạn ngạch khai thác tại đây giảm, giá bán lại tăng. Trong phân khúc bán lẻ tại Anh, tôm nước ấm phổ biến nhất, chiếm đến 61% tổng doanh số bán tôm (34% trong số đó là các sản



phẩm đông lạnh); tôm nước lạnh chiếm 37% (trong đó 39% là các sản phẩm đông lạnh). Tôm các loại ở Anh được bán qua kênh nhà hàng dịch vụ nhanh (chiếm 45% tổng doanh số), tiếp đó 26% được bán trong các nhà hàng dịch vụ, 13% được bán tại các quán bar, 11% phục vụ du lịch và giải trí và 5% phục vụ công sở, trường học. Người tiêu dùng Anh ngày càng ưa chuộng tôm hấp tẩm gia vị ướp lạnh, hoặc tôm nguyên liệu tẩm gia vị đông lạnh, tôm sushi. Những người bận rộn thường thích tôm hấp, bỏ vỏ, chế biến.

Việt Nam trong nhiều năm qua đã là nguồn cung tôm lớn nhất cho thị trường Anh, chiếm khoảng 24% tổng trị giá nhập

khẩu tôm của nước này. Đặc biệt, xuất khẩu tôm của Việt Nam sang thị trường Anh có thuận lợi khi từ tháng 8/2020 đến hết năm 2020 vẫn được hưởng các ưu đãi thuế giống như xuất khẩu sang các thị trường khác trong khối EU. Nhìn chung mặt hàng tôm chế biến xuất khẩu của Việt Nam trên thị trường Anh đang có lợi thế cao hơn về giá bán và chất lượng so với các thị trường cung cấp khác, đây là cơ hội để Việt Nam tiếp tục đẩy mạnh xuất khẩu tôm sang thị trường này trong thời gian tới.

Với mức tăng trưởng cao, Anh cũng là thị trường nổi bật nhất trong xuất khẩu cá tra của Việt Nam trong năm 2020. Mặc dù thị trường Anh nhập khẩu cá tra từ nhiều quốc gia như Đức, Indonesia, Hà Lan, Thái Lan..., nhưng từ đầu năm 2020 đến nay thị trường này đã tăng nhập khẩu lượng cá tra đông lạnh trực tiếp từ Việt Nam, thay vì nhập khẩu qua một số cảng hay một số thị trường trung gian tại EU như trước đó.

Xuất khẩu một số mặt hàng thủy sản của Việt Nam sang thị trường Anh trong 9 tháng đầu năm 2020

Mặt hàng	9 tháng năm 2020			So với 9 tháng năm 2019 (%)		
	Lượng (tấn)	Trị giá (nghìn USD)	Giá XKBQ (USD/tấn)	Lượng	Trị giá	Giá XKBQ
Tôm các loại	19.788	178.991	9.046	22,0	19,1	-2,4
Cá tra, basa	14.598	51.528	3.530	28,1	27,3	-0,6
Cá đông lạnh	3.387	14.988	4.426	96,7	96,7	0,0
Cá ngừ các loại	852	5.163	6.059	-3,2	5,6	9,1
Ghẹ các loại	1.193	3.366	2.821	185,8	63,1	-42,9
Mực các loại	200	1.133	5.671	-57,1	-59,1	-4,6
Cua các loại	26	830	31.399	-33,1	31,3	96,2
Nghêu các loại	189	412	2.182	-51,7	-52,0	-0,5
Surimi	39	239	6.198	671,3	520,8	-19,5

Nguồn: Tính toán từ số liệu của Tổng cục Hải quan

Xuất khẩu rau quả sang Anh:

Trong 9 tháng đầu năm 2020, xoài là loại trái cây được xuất khẩu nhiều nhất của Việt Nam sang thị trường Anh với kim ngạch đạt 1,3 triệu USD, tăng 63,9% so với cùng kỳ năm 2019 và chiếm 18% tổng kim ngạch xuất khẩu rau quả của Việt Nam sang thị trường này.

Ngoài ra, kim ngạch xuất khẩu hạt dẻ cười, dứa, óc chó, trái cây chế biến... của Việt Nam sang thị trường Anh cũng tăng mạnh so với cùng kỳ năm 2019.

Hiện nay, xu hướng tiêu dùng các thực phẩm hữu cơ tại Anh đang tăng lên. Doanh số bán thực phẩm hữu cơ của nước này đã tăng 4,5% trong năm 2019, lên mức kỷ lục 2,45 tỷ bảng Anh và đánh dấu mức tăng trưởng năm thứ 8 liên tiếp. Dự kiến trong năm 2020 đạt hơn 2,5 tỷ bảng Anh. Đây là điều mà các doanh nghiệp Việt Nam cần

chú ý để đẩy mạnh xuất khẩu sang thị trường Anh trong thời gian tới.

Một số loại rau quả xuất khẩu của Việt Nam sang thị trường Anh trong 9 tháng đầu năm 2020 (ĐVT: nghìn USD)

Tên hàng	9 tháng năm 2020	So với 9 tháng năm 2019 (%)	Tỷ trọng 9T/2020 (%)	Tỷ trọng 9T/2019 (%)
Xoài	1.291	63,9	18,0	12,8
Dứa	817	-34,7	11,4	20,4
Hạt dẻ cười	748		10,4	0,0
Gừng	551	-13,9	7,7	10,4
Dừa	475	305,8	6,6	1,9
Ngô	407	-5,3	5,7	7,0
Óc chó	401	1.505,9	5,6	0,4
Sà	394	-32,8	5,5	9,6
Trái cây chế biến	203	7.237,0	2,8	0,0
Mít	190	90,6	2,7	1,6
Khoai môn	182	-38,0	2,5	4,8

Nguồn: Tính toán từ số liệu của Tổng cục Hải quan

SINGAPORE – THỊ TRƯỜNG XUẤT KHẨU NÔNG, LÂM, THỦY SẢN NHIỀU TIỀM NĂNG CỦA VIỆT NAM TRONG KHU VỰC ASEAN



Theo số liệu của Tổng cục Hải quan, kim ngạch xuất khẩu nhóm hàng nông, lâm, thủy sản của Việt Nam sang thị trường Singapore trong tháng 10/2020 đạt 18,59 triệu USD, tăng 13,4% so với tháng 9/2020 nhưng giảm 4% so với cùng kỳ năm 2019. Trong đó, kim ngạch xuất khẩu nhiều mặt hàng tăng so với tháng 9/2020 như: Thủy sản tăng 9,5%, gạo tăng 11,2%, rau quả tăng 22,4%, gỗ và sản phẩm gỗ tăng 46,8%.

Tính chung 10 tháng năm 2020, kim ngạch xuất khẩu nhóm hàng nông, lâm, thủy sản của Việt Nam sang thị trường Singapore đạt 176,8 triệu USD, giảm 2% so với cùng kỳ năm 2019. Những mặt hàng có kim ngạch xuất khẩu giảm như: Thủy sản giảm 3,7%, gỗ và sản phẩm gỗ giảm 47,1%, hạt điều giảm 18%, cà phê giảm 24,6%. Ở chiều ngược lại, kim ngạch xuất khẩu một số mặt hàng sang thị trường Singapore vẫn tăng trưởng khả quan như: Gạo tăng mạnh 21,7% so với 10 tháng năm 2019, rau quả tăng 5,3%, hạt tiêu tăng 15,4%, cao su tăng 29,9%.

Trong bối cảnh đại dịch Covid-19, Singapore được xem là một trong những thị trường xuất khẩu nông, lâm, thủy sản tiềm năng nhất của Việt Nam bởi các yếu tố như:

+ Ngành bán lẻ, chế biến thực phẩm đang phát triển của Singapore phụ thuộc vào nhiều loại sản phẩm và nguyên liệu thực phẩm nhập khẩu. Do những hạn chế về địa lý, Singapore phụ thuộc khá lớn vào thực phẩm nhập khẩu, đặc biệt là các mặt hàng chủ lực như gạo, lúa mì và protein động vật. Theo Cơ quan Lương thực Singapore, nước này nhập khẩu khoảng 90% nhu cầu lương thực trong năm 2019 từ hơn 170 quốc gia. Doanh thu bán lẻ trên thị trường thực phẩm đóng gói ở Singapore tăng trưởng 12,6%, tương đương hơn 286,8 triệu USD trong giai đoạn từ năm 2015 - 2019. Đến năm 2024, doanh thu bán lẻ trên thị trường thực phẩm đóng gói ở Singapore dự kiến đạt 2,8 tỷ USD, tăng trưởng 6,8% tương đương 181,2 triệu USD. Các sản phẩm

tăng trưởng cao dự báo gồm: Đồ nướng, bánh kẹo, kem và món tráng miệng đông lạnh, đồ ăn nhẹ có vị mặn, ngũ cốc ăn sáng, bánh quy ngọt ăn nhẹ và đồ trái cây ăn nhẹ, sản phẩm từ sữa, thịt và hải sản chế biến.

Trong 9 tháng đầu năm 2020, do ảnh hưởng của dịch Covid-19 nên kim ngạch

nhập khẩu một số mặt hàng thực phẩm đồ uống của Singapore có sự sụt giảm so với cùng kỳ năm 2019 như: Đồ uống giảm 16,8%, thủy, hải sản giảm 13,1%, cà phê, chè, ca cao, gia vị... giảm 5,2%. Tuy nhiên, kim ngạch nhập khẩu rau và trái cây tăng khá mạnh 12,2%, thịt và chế phẩm từ thịt tăng 16,9%.

Kim ngạch nhập khẩu một số mặt hàng nông, lâm, thủy sản của Singapore trong 9 tháng đầu năm 2020 (tỷ giá: 1 SGD = 0,74 USD)

Hàng hóa	9 tháng năm 2020		9 tháng năm 2019		9T/2020 so với 9T/2019
	Nghìn SGD	Nghìn USD	Nghìn SGD	Nghìn USD	(%)
Đồ uống	2.278.690	1.686.231	2.737.849	2.026.008	-16,8
Rau và trái cây	1.811.620	1.340.599	1.614.453	1.194.695	12,2
Thịt và chế phẩm từ thịt	1.193.824	883.430	1.021.434	755.861	16,9
Thủy hải sản (Ngoại trừ động vật có vú ở biển) & chế phẩm	917.469	678.927	1.055.991	781.433	-13,1
Cà phê, chè, ca cao, gia vị...	865.001	640.101	912.134	674.979	-5,2
Cao su thô	277.019	204.994	378.085	279.783	-26,7

Nguồn: Cục Thống kê Singapore

+ Thu nhập và mức sống của người dân Singapore ở mức cao thúc đẩy nhu cầu đa dạng hóa sản phẩm, đặc biệt là đối với các sản phẩm chất lượng cao.

+ Mặt khác, Singapore cũng là thị trường chiến lược để Việt Nam tiếp cận các thị trường khác bởi đây là trung tâm dịch vụ, là nơi đặt trụ sở của các công ty lớn về thực phẩm và nông sản quốc tế. Đặc biệt, Singapore đã ký kết 13 Hiệp định thương mại tự do (FTA) song phương với các đối tác quan trọng và 12 FTA đa phương đã có hiệu lực thực thi. Trong đó, Singapore và Việt Nam cùng là thành viên của Hiệp định Đối tác Toàn diện và Tiến bộ xuyên Thái Bình Dương (CPTPP), một hiệp định thương mại tự do thế hệ mới với nhiều điều khoản tiến bộ, cam kết mở cửa thị trường sâu rộng.

Mặc dù vậy, Singapore được đánh giá là thị trường khó tính nhất khu vực ASEAN. Để tăng xuất khẩu vào thị trường Singapore, sản phẩm phải chịu sự kiểm soát nghiêm ngặt về tiêu chuẩn an toàn vệ sinh thực phẩm, chất lượng, mẫu mã và bao bì, các chỉ dẫn bằng tiếng Anh, thời

hạn sản phẩm và các chứng nhận HACCP, Halal... Ngoài ra, thị trường Singapore có tính cạnh tranh cao và rất nhạy cảm về giá cả, sự cạnh tranh giữa các nguồn cung cấp khá lớn.

Xu hướng ngành bán lẻ Singapore:

+ Theo Euromonitor, lĩnh vực bán lẻ thực phẩm của Singapore dự báo tiếp tục khởi sắc trong thời gian tới do nhu cầu tăng mạnh đối với các sản phẩm cao cấp và sự quan tâm đến nấu ăn tại nhà ngày càng tăng.

+ Các xu hướng tốt cho sức khỏe tiếp tục được ưa chuộng trong năm 2020. Ngoài ra, Chính phủ Singapore đang tăng cường nỗ lực thúc đẩy việc ăn uống và sinh hoạt lành mạnh.

+ Mua sắm hàng hóa trực tuyến sẽ tiếp tục phát triển mạnh mẽ do tác động của đại dịch Covid-19.

+ Sự không trung thành với thương hiệu hoặc chuyển đổi thương hiệu ngày càng gia tăng. Theo báo cáo của Nielsen's Insight, ngày càng có nhiều người tiêu dùng sẵn sàng dùng thử các nhãn hiệu

mới hoặc chuyển sang các sản phẩm thực phẩm và đồ uống có chất lượng và giá cả phù hợp.

+ Tại Singapore, sự tiện lợi là yếu tố được quan tâm hàng đầu, đặc biệt là đối với người tiêu dùng làm việc eo hẹp về thời gian. Sở thích là hướng đến các nhà bán lẻ tạp hóa hiện đại cung cấp dịch vụ mua sắm tiện lợi cho người tiêu dùng (với một số cửa hàng hoạt động 24 giờ).

+ Ngày càng có nhiều cửa hàng bán lẻ đặc sản độc lập bán các sản phẩm thực phẩm cao cấp dành cho người sành ăn hoặc thực phẩm hữu cơ và lành mạnh tự nhiên.

+ Singapore đang trải qua mức bão hòa cao về các cửa hàng tiện lợi. Do nhiều cửa hàng tiện lợi nằm gần nhau nên sự cạnh tranh rất gay gắt. Để giảm chi phí, nhiều cửa hàng tiện lợi đang sử dụng công nghệ tiên tiến để thí điểm các cửa hàng/ki-ốt không người.

Xuất khẩu các mặt hàng nông, lâm, thủy sản của Việt Nam sang thị trường Singapore trong tháng 10 và 10 tháng năm 2020

(ĐVT: Lượng: tấn; Trị giá: nghìn USD)

Tên hàng	Tháng 10/2020		So với tháng 9/2020 (%)		So với tháng 10/2019 (%)		10 tháng năm 2020		So với 10 tháng năm 2019 (%)	
	Lượng	Trị giá	Lượng	Trị giá	Lượng	Trị giá	Lượng	Trị giá	Lượng	Trị giá
Tổng kim ngạch		18.587		13,4		-4,0		176.796		-2,0
Hàng thủy sản		7.336		9,5		-16,6		78.007		-3,7
Gạo	10.232	5.759	7,6	11,2	-7,6	3,9	93.329	51.321	16,7	21,7
Hàng rau quả		3.352		22,4		25,5		28.546		5,3
Gỗ và sản phẩm gỗ		1.422		46,8		2,9		11.441		-47,1
Hạt điều	60	422	-21,1	-16,3	9,1	0,3	500	3.116	-3,7	-18,0
Hạt tiêu	13	49	-76,4	-67,1	-81,9	-74,9	956	2.254	24,3	15,4
Cà phê	44	184	10,0	16,7	-57,7	-46,8	543	1.859	-25,1	-24,6
Cao su	40	63					161	252	22,0	29,9

Nguồn: Tính toán từ số liệu của Tổng cục Hải quan

Xuất khẩu gạo của Việt Nam sang thị trường Singapore

Hiện nay, xuất khẩu gạo của Việt Nam sang thị trường Singapore chiếm phần lớn là gạo thơm với 59,8% tỷ trọng, kế đến gạo trắng chiếm 27,8%, còn lại là gạo giống Nhật, gạo nếp và gạo lứt.

Mỗi năm, Singapore nhập khẩu khoảng 420.000 tấn gạo để tiêu thụ trong nước, Singapore cũng có nhiều thương nhân quốc tế, vận chuyển khoảng 10 triệu tấn gạo đến nhiều nước, chủ yếu ở châu Phi và Trung Đông. Doanh thu từ kinh doanh gạo tại Singapore ước đạt 273 triệu USD trong năm 2020, tăng 9% so với năm 2019. Mức tiêu thụ bình quân đầu người là 22,5 kg/năm vào năm 2020, nhưng dự báo giảm xuống 19,6 kg/năm vào năm 2025.

Việt Nam và Myanmar xuất khẩu gạo thơm với giá cả khá cạnh tranh tại thị trường Singapore. Yếu tố này cộng thêm việc người tiêu dùng Singapore tăng cường tích trữ lương thực, thực phẩm và làm việc tại nhà trong thời điểm dịch Covid-19 đã tác động tích cực tới nhu cầu nhập khẩu gạo của nước này.



Chủng loại gạo xuất khẩu của Việt Nam sang thị trường Singapore trong 9 tháng đầu năm 2020

(ĐVT: Lượng: tấn; Trị giá: nghìn USD; giá XKBQ: USD/tấn)

Chủng loại	9 tháng năm 2020			So với 9 tháng năm 2019 (%)			Tỷ trọng (%)	
	Lượng	Trị giá	Giá XKBQ	Lượng	Trị giá	Giá XKBQ	9T/2020	9T/2019
Gạo thơm	50.115	28.189	562	31,8	32,8	0,8	59,8	55,1
Gạo trắng	23.341	11.270	483	-0,1	7,6	7,7	27,8	33,8
Gạo nếp	5.152	3.043	591	103,6	122,3	9,2	6,1	3,7
Gạo giống Nhật	4.753	2.924	615	5,0	2,1	-2,7	5,7	6,6
Gạo lứt	476	494	1.039	-19,5	-35,1	-19,3	0,6	0,9

Nguồn: Tính toán từ số liệu của Tổng cục Hải quan

Xuất khẩu hàng rau quả của Việt Nam sang thị trường Singapore:

Trước đây Singapore chủ yếu nhập khẩu rau củ tươi từ Malaysia, nhưng thời gian gần đây bắt đầu quan tâm nhiều đến thị trường Việt Nam. Các nhà nhập khẩu Singapore hướng đến một số loại nông sản tươi gồm cà chua, cà tím, ngô ngọt, mướp đắng, ngồng cải, cải thìa, nấm, măng tây... nên đây là cơ hội để nông sản Việt thâm nhập nhiều hơn vào thị trường quan trọng bậc nhất trong khu vực để từ đây vươn ra nhiều thị trường khác trên thế giới. Thực tế cho thấy, trong 9 tháng đầu năm 2020 những mặt hàng rau quả có kim ngạch xuất khẩu lớn nhất của Việt Nam sang thị trường Singapore là: Ớt (8,89 triệu USD), khoai lang (3,88 triệu USD), thanh long (2,73 triệu USD)...

Đáng chú ý, 9 tháng đầu năm 2020, kim ngạch xuất khẩu trái vải sang thị trường Singapore đạt 146 nghìn USD, tăng 2.691% so với cùng kỳ năm 2019.

Tại Singapore, vải thiều luôn được coi là trái cây cao cấp và có mức giá cao so với các loại trái cây khác trên thị trường nhưng người dân Singapore hàng năm luôn tiêu thụ quả vải với số lượng lớn.

Xuất khẩu vải thiều của Việt Nam sang thị trường Singapore cũng thu được nhiều kết quả tích cực và được người tiêu dùng nước này ưa chuộng nhờ vào chất lượng và mức giá cạnh tranh.

Việc trái vải thiều được tiêu thụ tốt tại thị trường Singapore sẽ là tiền đề để Việt Nam tiếp tục đẩy mạnh xuất khẩu nhiều mặt hàng rau quả có thể mạnh khác sang thị trường Singapore trong thời gian tới.

Một số loại rau quả xuất khẩu của Việt Nam sang thị trường Singapore trong 9 tháng đầu năm 2020

Tên hàng	9 tháng năm 2020 (nghìn USD)	So với 9 tháng năm 2019 (%)	Tỷ trọng 9T/2020 (%)	Tỷ trọng 9T/2019 (%)
Ớt	8.890	-17,8	35,9	44,8
Khoai lang	3.876	38,0	15,7	11,6
Thanh long	2.728	-11,1	11,0	12,7
Chanh	1.549	3,6	6,3	6,2
Sản phẩm chế biến đậu sốt cà chua	1.318	128,4	5,3	2,4
Củ dền	1.079	22,6	4,4	3,6
Chuối	644	-25,6	2,6	3,6
Dừa	491	64,9	2,0	1,2
Dừa lười	384	161,0	1,6	0,6
Cà chua	383	91,5	1,5	0,8
Mứt	260	189,8	1,0	0,4

Nguồn: Tính toán từ số liệu của Tổng cục Hải quan

YÊN BÁI CHÚ TRỌNG SẢN XUẤT NÔNG NGHIỆP SẠCH, XÂY DỰNG THƯƠNG HIỆU NÔNG SẢN

Xây dựng nông thôn mới của Yên Bái đang trên đường bứt tốc mà tiền đề là sản xuất nông, lâm nghiệp. Những cây trồng chủ lực: Lúa, ngô, chè, dâu tằm tơ, quế, tre măng Bát Độ... đã hình thành các vùng chuyên canh lớn tạo ra những sản phẩm hàng hóa đặc trưng của từng vùng. Đi cùng với các cơ sở chế biến nông sản thực phẩm. Yên Bái hiện có 427 hợp tác xã (HTX) nông nghiệp, 3.260 tổ hợp tác, đã thúc đẩy nông nghiệp phát triển ngày càng mạnh mẽ hơn.

Chương trình mỗi xã một sản phẩm (OCOP) đã ghi danh nhiều sản phẩm danh tiếng của Yên Bái: Chè Suối Giàng, gạo nếp Tú Lệ, mật ong, sơn tra Mù Cang Chải, bưởi Đại Minh, quế Văn Yên, dâu tằm tơ Trấn Yên... đã mang lại nguồn thu cho người dân hàng trăm tỷ đồng hàng năm. Đây chính là những sản phẩm OCOP đầu tiên mang thương hiệu Yên Bái. Chỉ riêng bưởi Đại Minh mỗi năm cho thu khoảng 70- 90 tỷ đồng.

Tổng số xã đạt chuẩn nông thôn mới của Yên Bái hiện là 66 xã. Kế hoạch hết năm 2020 là 75/150 xã. Đây có thể coi là kỳ tích chưa từng có, một sự tăng tốc vượt bậc mà nông nghiệp Yên Bái đã đạt được, đó là kết quả về sự phát triển kinh tế xã hội của tỉnh Yên Bái, làm thay đổi căn bản nông nghiệp, nông thôn và nông dân.



Ngành nông nghiệp Yên Bái trong những năm qua có tốc độ phát triển vượt bậc, tạo ra những kỳ tích mới không chỉ về năng suất, sản lượng mà cả về chất lượng. Các vùng sản xuất hàng hóa phát triển ổn định mang lại những giá trị kinh tế cao cho người dân.

Theo đó, tổng diện tích lúa hai vụ của tỉnh Yên Bái là 41.548 ha, năng suất trung bình hàng năm đạt từ 50 - 55 tạ/ha, sản lượng lương thực có hạt hàng năm đạt 314.000 tấn. Những cánh đồng trọng điểm lúa: Mường Lò, Đại Phú An, Mường Lai, Minh Quân đạt từ 60 - 65 tạ/ha. Giá trị sản xuất nông nghiệp giai đoạn 2016 - 2020 bình quân hàng năm đạt 3.247 tỷ đồng, tăng 228 tỷ đồng so với giai đoạn 2011 - 2015 (tăng 7,55%). Giá trị bình quân thu nhập trên mỗi ha năm 2019 đạt 61 triệu đồng/ha, năm 2020 ước đạt 65 triệu đồng/ha. Nhiều giống lúa thơm ngon nổi tiếng đặc trưng của vùng núi cao như: Nếp Tú Lệ, Sóng Cù, ĐS1, J02, Hương Chiêm, Bắc thơm...

Đàn gia súc chính của Yên Bái phát triển tốt, nếu giai đoạn 2011-2015 là 594.875 con, thì giai đoạn 2016 - 2020 là 633.476 con, tăng 38.601 con, tăng 6,5%. Sản lượng thịt hơi xuất chuồng giai đoạn 2016 - 2020 đạt 47.24 tấn, tăng 15.071 tấn so với giai đoạn 2011- 2015, dự kiến năm 2020 đàn lợn đạt 658.000 con, sản lượng thịt hơi xuất chuồng đạt 55.800 tấn.

Với lợi thế của một tỉnh miền núi là rừng và đất rừng, hiện Yên Bái có 433.596 ha rừng các loại, trong đó rừng trồng 217.537 ha, bình quân mỗi năm trồng 15.000 ha bằng các giống cây: Keo, quế, bạch đàn, sơn tra... Giá trị sản xuất lâm nghiệp giai đoạn 2011- 2015 mỗi năm bình quân đạt 1.304 tỷ đồng, giai đoạn 2016- 2010 đạt 1.617 tỷ đồng, tăng 313 tỷ đồng, tăng 24%. Rừng đã mang lại thu

nhập lớn cho người nông dân nên Yên Bái không còn đất trống đồi núi trọc, tỷ lệ che phủ rừng đạt 63%. Đến nay diện tích rừng trồng của Yên Bái lớn nhất các tỉnh miền núi phía Bắc.

Hiện Yên Bái đang trở thành trung tâm sản xuất và chế biến ván bóc, ván ghép thanh, gỗ dăm, gỗ thanh. Bình quân mỗi năm Yên Bái khai thác hơn 550.000 m³ rừng trồng, chế biến xuất khẩu gần 300.000 m³ ván bóc và hàng trăm mét khối gỗ dán, gỗ ghép thanh xuất khẩu sang các thị trường: Trung Quốc, Hàn Quốc, Đài Loan...

Tỉnh Yên Bái hiện có 7.740 ha chè, trong đó có 7.150 ha đang thu hái, sản lượng chè búp tươi mỗi năm đạt 70.000-75.000 tấn, chế biến trên 20.000 tấn chè khô tiêu thụ nội địa và xuất khẩu. Thực hiện tái cơ cấu lại ngành nông nghiệp, hàng ngàn ha chè xấu, chè già, chè chất lượng thấp trong tỉnh được phá bỏ, thay thế những giống chè chất lượng cao: LDP1, LDP2, Bát Tiên, Shan tuyết... Giống chè Shan tuyết được nhân rộng trồng ở các xã vùng cao Yên Bái, nhiều nhà máy chè công nghệ cao chế biến ra những sản phẩm có giá từ 2-3 triệu đồng/kg.

Hiện nay, người dân không dùng sử dụng thuốc bảo vệ thực vật, chất lượng chè Yên Bái ngày càng nâng cao, giá trị sản phẩm mang lại lợi nhuận cho người trồng chè ngày một cao hơn. Cây chè trở thành trụ cột kinh tế của tỉnh Yên Bái và ngày càng phát huy giá trị to lớn, nâng cao đời sống cho cả chục ngàn hộ trồng và chế biến chè.

Yên Bái cơ cấu lại nông nghiệp gắn với xây dựng nông thôn mới:

Cơ cấu lại nông nghiệp gắn với xây dựng nông thôn mới, phát triển toàn diện trên cơ sở tiềm năng, lợi thế của một tỉnh miền núi với độ che phủ rừng trên 60%, Yên Bái đang tiến bước vững chắc thành tỉnh phát triển khá của vùng trung du và miền núi phía Bắc. Tỉnh sẽ dẫn chuyển dịch cơ cấu kinh tế theo hướng giảm tỷ trọng khu vực nông, lâm nghiệp, tăng tỷ trọng khu vực công nghiệp - xây dựng và dịch vụ.



Trong những năm qua, Yên Bái đã hình thành, mở rộng quy mô, nâng cao chất lượng, hiệu quả các vùng sản xuất tập trung chuyên canh, thâm canh cao sản có quy mô lớn gắn với thị trường tiêu thụ ổn định cho các sản phẩm nông, lâm nghiệp chủ lực như quế (gần 78.000 ha), măng tre Bát Độ (trên 6.600 ha), sơn tra (gần 10.000 ha), lúa đặc sản chất lượng cao (3.000 ha), vùng trồng dâu nuôi tằm (gần 1.000 ha), vùng cây ăn quả (gần 10.000 ha), chè (trên 8.000 ha), vùng gỗ nguyên liệu (trên 220.000 ha)...

Tháng 9/2020, Thủ tướng Chính phủ ban hành Quyết định số 1421/QĐ-TTg phê duyệt nhiệm vụ lập quy hoạch tỉnh Yên Bái thời kỳ 2021 - 2030, tầm nhìn đến năm 2050. Mục tiêu đến năm 2030, Yên Bái trở thành tỉnh phát triển khá trong vùng trung du và miền núi phía Bắc, với lâm nghiệp, nông nghiệp ứng dụng khoa học - công nghệ hiện đại có năng suất và chất lượng cao kết hợp với công nghiệp chế biến, du lịch; là tỉnh hình mẫu về phát triển lâm nghiệp của cả nước, điển hình về giảm nghèo bền vững với hệ thống kết cấu hạ tầng kinh tế - xã hội đồng bộ, hiện đại.

Việc phát triển nền nông nghiệp sản xuất hàng hoá lớn, ứng dụng công nghệ cao, nông nghiệp hữu cơ là xu hướng sản xuất tất yếu trong những năm tới. Do vậy, cần triển khai thực hiện đồng bộ các giải pháp để tăng năng suất, chất lượng, tạo lợi thế cạnh tranh của sản phẩm nông nghiệp của tỉnh Yên Bái trên thị trường.

TRIỂN LÃM QUỐC TẾ TRỰC TUYẾN VỀ CÔNG NGHIỆP THỰC PHẨM VÀ NÔNG NGHIỆP TẠI ALGERIA

Trong bối cảnh đại dịch Covid - 19, các hội chợ, triển lãm quốc tế truyền thống chưa mở cửa trở lại, Algeria đã triển khai kế hoạch tổ chức các hội chợ, triển lãm trực tuyến tạo cơ hội giao thương giữa các doanh nghiệp trên thế giới và nước này.

Triển lãm quốc tế trực tuyến về ngành công nghiệp thực phẩm và nông nghiệp do Công ty Tổ chức sự kiện, triển lãm và thương mại Andalus (TSEE) phối hợp với các cơ quan báo chí Algeria đồng tổ chức sẽ diễn ra từ ngày 01 - 31/12/2020 với sự tham gia của các doanh nghiệp Algeria và nước ngoài (Việt Nam, Đức, Thổ Nhĩ Kỳ, Jordan, Ucraina ...).

Với thời gian 31 ngày, triển lãm trực

tuyến là cơ hội tốt để quảng bá hàng nông sản, thực phẩm các nước. Để tham gia triển lãm nhằm tìm kiếm đối tác, các doanh nghiệp Việt Nam có thể truy cập và đăng ký trực tiếp với Ban tổ chức theo đường link sau: <https://expo.andalus-tsee.com> hoặc gửi email đến bà Amel Benmansour, Giám đốc truyền thông Hội chợ (Directrice Communication).

E-mail : expo@andalus-tsee.com; andalus.tsee@gmail.com

Hoặc liên hệ với Thương vụ Việt Nam tại Algeria, email: dz@moit.gov.vn.

Thời gian đăng ký chậm nhất là 30/11/2020. Chi phí tham gia: Miễn phí

KÝ CAM KẾT THúc ĐẨY PHÁT TRIỂN NGÀNH GỖ VIỆT NAM THEO HƯỚNG BỀN VỮNG

Ngày 09/11/2020, tại Thành phố Hồ Chí Minh, các Hiệp hội gỗ trong cả nước đã ký cam kết thúc đẩy phát triển ngành gỗ Việt Nam theo hướng bền vững. Cam kết nhằm tuân thủ nghiêm ngặt các quy định pháp luật của Việt Nam, thực hiện đầy đủ các cam kết Quốc tế mà Chính phủ Việt Nam đã ký liên quan đến phát triển bền vững, tăng trưởng xanh, biến đổi khí hậu, bảo vệ môi trường, bảo tồn đa dạng sinh học cũng như thể hiện trách nhiệm xã hội, môi trường trong các hoạt động sản xuất kinh doanh.

Tham gia ký cam kết có Hiệp hội Gỗ và Lâm sản Việt Nam cùng với các Hiệp hội gỗ Bình Định, Bình Dương, Đồng Nai, Thành phố Hồ Chí Minh, Thanh Hóa, Chi hội Gỗ dán và Chi hội Dăm gỗ. Các Hiệp hội cùng cam kết tuân thủ đầy đủ Nghị định 102/2020/NĐ-CP (Nghị định VNTLAS) ngày 1/9/2020 của Chính phủ Quy định Hệ thống bảo đảm gỗ hợp pháp của Việt Nam (VNTLAS) để đảm bảo toàn bộ các hoạt động nhập khẩu, xuất khẩu,

khai thác, vận chuyển, mua bán, chế biến gỗ được thực thi hợp pháp.

Ngoài ra, các Hiệp hội kêu gọi cộng đồng doanh nghiệp tăng cường sử dụng gỗ rừng trồng trong nước, sản phẩm làm từ gỗ rừng trồng trong nước và gỗ nhập khẩu từ nguồn rủi ro thấp; ưu tiên nguồn gỗ nguyên liệu được khai thác từ các diện tích rừng được quản lý bền vững; thúc đẩy phát triển thị trường nội địa theo hướng sử dụng gỗ hợp pháp, đẩy mạnh thực hiện truy xuất nguồn gốc gỗ, kêu gọi chuyển đổi từ gỗ nguyên liệu đầu vào từ nguồn rủi ro nhập khẩu sang gỗ rừng trồng trong nước, sản phẩm gỗ từ rừng trồng, và từ gỗ nhập khẩu từ nguồn rủi ro thấp.

Các Hiệp hội có trách nhiệm phối hợp chặt chẽ với các cơ quan chức năng phát hiện, ngăn chặn và loại bỏ các hành vi gian lận thương mại và đầu tư núp bóng trong ngành gỗ, kêu gọi các hoạt động thương mại và đầu tư minh bạch, có trách nhiệm, đem lại giá trị cao cho ngành.

GIAO THƯƠNG:

DANH SÁCH CÁC DOANH NGHIỆP NHẬP KHẨU CÀ PHÊ BẮC ÂU

Thương vụ Việt Nam tại Thụy Điển mới đây đã giới thiệu thông tin về Danh sách các doanh nghiệp nhập khẩu cà phê Bắc Âu.

Cụ thể:

1. Các nhà nhập khẩu quy mô lớn

Coop Norge (Na Uy)

Joh. Johannson Kaffe (Na Uy)

BKI (Đan Mạch)

NAF Trading (Đan Mạch)

Merrild (Đan Mạch)

2. Các nhà nhập khẩu chuyên biệt

Collaborative Coffee Source (Na Uy)

Nordic Approach (Na Uy)

Ally Coffee (Thụy Điển)

Pezo Imports (Thụy Điển)

Coffee Please (Thụy Điển)

Kahls Kaffe (Thụy Điển)

Zoegas Kaffe (Thụy Điển)

3. Các nhà rang xay lớn

Friele-Jacobs Douwe Egberts (Na Uy)

Arvid Nordquist (Thụy Điển)

Löfbergs (Thụy Điển)

Guldrutans Kafferosteri (Thụy Điển)

Kaffekompaniet (Thụy Điển)

KW Karlberg (Thụy Điển)

Ostindia Rosteriet (Thụy Điển)

Impact Roasters (Đan Mạch)

4. Các nhà rang xay nhỏ

Kafferäven (Thụy Điển)

Drop Coffee Roasters (Thụy Điển)

Johan & Nyström (Thụy Điển)

Lindvalls Kaffe (Thụy Điển)

Sultankaffe Rosteri (Thụy Điển)

Lippe (Na Uy)

Solberg & Hansen (Na Uy)

La Cabra Coffee Roasters (Đan Mạch)

Coffee Collective (Đan Mạch)

Bonnen Kafferisteri (Đan Mạch)

Amokka Coffee Roasters (Đan Mạch)

5. Các đại lý

Inge Karlsson Handels (Thụy Điển)

Bjørn R Paasche Agentur (Na Uy)

6. Các tập đoàn bán lẻ lớn

Norgesgruppen (Na Uy)

Coop Norway (Na Uy)

Reitangruppen (Na Uy)

Coop Denmark (Đan Mạch)

Salling Group (Đan Mạch)

ICA (Thụy Điển)

Axfood (Thụy Điển)

Kooperativa Förbundet (Thụy Điển)

Một số lễ hội cà phê lớn:

Trondheim Coffee Festival (Na Uy)

Danish Coffee Festival (Đan Mạch)

Stockholm Coffee Festival (Thụy Điển)



CHÍNH THỨC KÝ KẾT HIỆP ĐỊNH ĐỐI TÁC KINH TẾ TOÀN DIỆN KHU VỰC RCEP

Ngày 15/11/2020, Hiệp định Đối tác kinh tế toàn diện khu vực (RCEP) đã chính thức được ký kết trong khuôn khổ Hội nghị Cấp cao ASEAN 37 được tổ chức bởi Việt Nam - Chủ tịch ASEAN 2020.

Trước đó, ngày 4/11/2020, RCEP đã hoàn tất sau 8 năm đàm phán với 15 thành viên gồm 10 quốc gia ASEAN và 5 đối tác gồm: Trung Quốc, Nhật Bản, Hàn Quốc, Australia và New Zealand.

"Khuôn khổ hợp tác mới của Hiệp định RCEP sẽ góp phần đẩy mạnh tiến trình xây dựng cộng đồng kinh tế ASEAN 2025, từ đó ASEAN sẽ trở thành đối tác năng động, mạnh mẽ, hợp tác vì sự thịnh vượng chung", Thủ tướng Nguyễn Xuân Phúc phát biểu sau khi Hiệp định được ký kết.

Theo Thủ tướng Chính phủ, lễ ký kết "là niềm tự hào, là thành quả to lớn của việc các nước ASEAN với vai trò trung tâm của mình đã cùng với các nước đối tác đặt nền móng cho một giai đoạn hợp tác mới, mang tính toàn diện, lâu dài hướng tới tương lai, phù hợp với trình độ phát triển và mang lại lợi ích cho tất cả các nước trong khu vực".

Các cuộc đàm phán về RCEP bắt đầu diễn ra vào cuối năm 2012, tại Hội nghị Cấp cao ASEAN lần thứ 21 diễn ra tại Phnom Penh (Campuchia). Đây là FTA được đề xuất giữa 10 quốc gia thành viên ASEAN và 6 đối tác đối thoại bao gồm Trung Quốc, Nhật Bản, Hàn Quốc, Ấn Độ, Australia, và New Zealand.



Tháng 11/2019, Ấn Độ đã chính thức rút khỏi RCEP do các vấn đề chưa được giải quyết, đặc biệt là liên quan tới thuế nông nghiệp.

Sau khi Ấn Độ rút khỏi Hiệp định, khu vực RCEP có 2,2 tỉ dân, chiếm 30% dân số thế giới và gần 30% GDP toàn cầu. Việc ký kết dự kiến sẽ tạo ra một khu vực thương mại tự do lớn nhất thế giới, đồng thời, gửi đi toàn thế giới thông điệp tích cực về việc ủng hộ thương mại đa phương, trong bối cảnh bảo hộ thương mại đang trở lại tại một số quốc gia.

Việc ký kết Hiệp định ở thời điểm này cũng được kỳ vọng sẽ hỗ trợ phục hồi kinh tế khu vực sau đại dịch Covid-19.

Việc ký kết được diễn ra trực tuyến tại tất cả các quốc gia RCEP, theo thứ tự các nước thành viên ASEAN sẽ ký trước (theo thứ tự bảng chữ cái, bắt đầu từ Brunei và kết thúc bằng Việt Nam), sau đó tới các nước đối tác (cũng theo thứ tự chữ cái, bắt đầu từ Australia, kết thúc bằng New Zealand).

THEO DÕI SÁT DIỄN BIẾN CUNG CẦU, GIÁ CẢ THỊ TRƯỜNG DỊP CUỐI NĂM

Văn phòng Chính phủ đã có văn bản truyền đạt ý kiến chỉ đạo của Thủ tướng Chính phủ Nguyễn Xuân Phúc về điều hành giá cả những tháng còn lại năm 2020.

Cụ thể, Thủ tướng Chính phủ yêu cầu các Bộ, ngành, địa phương và các cơ quan có liên quan theo chức năng, nhiệm vụ được giao tập trung theo dõi sát diễn biến cung cầu, giá cả thị trường các mặt hàng thiết yếu để kịp thời có giải pháp bình ổn thị trường phù hợp theo thẩm quyền, nhất là đối với một số mặt hàng thiết yếu có nhu cầu tiêu dùng cao vào dịp cuối năm và các hàng hóa nhu yếu phẩm phục vụ sinh hoạt của người dân miền Trung đang khắc phục hậu quả thiên tai, lũ lụt; chủ động chuẩn bị các nguồn hàng dự trữ đáp ứng nhu cầu tiêu dùng thường tăng cao

vào cuối năm (dịp Tết Dương lịch, Noel, mùa cưới hỏi, Tết Nguyên đán) để hạn chế tăng giá.

Phối hợp chặt chẽ, hiệu quả, hài hòa giữa các chính sách tài khóa, chính sách tiền tệ và các chính sách kinh tế vĩ mô khác nhằm hướng đến mục tiêu kiểm soát lạm phát, thúc đẩy tăng trưởng sớm hồi phục. Kiểm soát lạm phát cơ bản bình quân năm 2020 ở mức dưới 3%.

Kiểm soát chặt chẽ đối với công tác kê khai giá; tăng cường công tác kiểm tra, thanh tra việc chấp hành các quy định pháp luật về giá và kiểm soát chặt chẽ yếu tố hình thành giá đối với các hàng hóa, dịch vụ do Nhà nước định giá, hàng hóa, dịch vụ mua sắm từ nguồn ngân sách nhà nước, hàng hóa, dịch vụ công ích, dịch vụ sự nghiệp công.

NĂM 2020, SẼ ĐẤU GIÁ QUYỀN SỬ DỤNG HẠN NGẠCH THUẾ QUAN NHẬP KHẨU 103.000 TẤN ĐƯỜNG

Tiếp nối thành công của những năm trước, năm 2020, Bộ Công Thương sẽ đấu giá quyền sử dụng hạn ngạch thuế quan nhập khẩu 103.000 tấn đường (mã HS 17.01).

Theo đó, đối tượng tham gia đấu giá là thương nhân sử dụng đường thô để sản xuất đường tinh luyện và thương nhân trực tiếp sử dụng đường làm nguyên liệu sản xuất. Thương nhân sản xuất đường chỉ được đăng ký tham gia đấu giá quyền sử dụng chủng loại đường thô. Thương nhân sử dụng đường làm nguyên liệu sản xuất chỉ được đăng ký tham gia đấu giá quyền sử dụng chủng loại đường tinh luyện.

Số lượng đường tham gia đấu giá là đường thô (mã HS 17.01): 72.000 tấn; Đường tinh luyện (mã HS 17.01): 31.000 tấn. Giá khởi điểm với đường thô là 2.400.000 đồng/tấn; Đường tinh luyện: 2.400.000 đồng/tấn.

Phiên đấu giá sẽ được tổ chức tại Phòng họp tầng 2, Bộ Công Thương, 23 Ngô Quyền, Hoàn Kiếm, Hà Nội vào ngày 2/12/2020. Thời hạn nhận hồ sơ tham gia đấu giá là từ 8h00 ngày 13/11/2020 đến 17h00 ngày 24/11/2020.

Chương trình đấu giá quyền sử dụng hạn ngạch thuế quan nhập khẩu đường được Bộ Công Thương triển khai với tinh thần công khai, minh bạch, mang lại hiệu quả cho cả doanh nghiệp và ngân sách nhà nước.

Lần đầu tiên thí điểm tổ chức vào năm 2016, chương trình mang lại 138 tỷ đồng cho ngân sách nhà nước. Doanh nghiệp cũng được hưởng lợi khi có lợi nhuận từ việc bán đường tinh luyện và đường thô. Việc tổ chức vào quý cuối năm cũng được đánh giá là thời điểm phù hợp, vì doanh nghiệp mía đường trong nước đã xong mùa vụ nên không ảnh hưởng nhiều đến sản xuất.

THỊ TRƯỜNG NÔNG SẢN THẾ GIỚI

GIÁ NÔNG SẢN THẾ GIỚI BIẾN ĐỘNG TRÁI CHIỀU

Trong kỳ từ ngày 01/11 - 16/11/2020, thị trường nông sản thế giới có nhiều biến động với sự sụt giảm của giá lúa mì, ca cao, cao su... trong khi giá tăng ở các mặt hàng như: Cà phê, đường, gỗ, đậu tương.

Kết thúc phiên giao dịch ngày 16/11/2020, giá lúa mì kỳ hạn tháng 12/2020 giảm 3,8% so với cuối tháng 10/2020, đạt 598,3 UScent/bushel; tương tự, giá lúa mạch giảm 3,7%, xuống còn 295,8 UScent/bushel.

Trong khi đó, giá đậu tương kỳ hạn tháng 1/2021 trên sàn Chicago – Mỹ tăng lên mức cao nhất 4 năm, đạt 1.149 UScent/bushel, tăng 6,3% so với cuối tháng 10/2020. Giá đậu tương tại Mỹ tăng mạnh do dự báo nguồn cung cuối niên vụ tại Mỹ sẽ chạm mức thấp nhất 7 năm.

Giá cà phê cũng tăng mạnh trong nửa đầu tháng 11/2020, với giá cà phê Arabica kỳ hạn tháng 12/2020 đóng cửa phiên giao dịch ngày 16/11/2020 tăng 9,2% (tương ứng 5,6 UScent/lb) lên 112,2 UScent/lb; giá cà phê Robusta kỳ hạn tháng 1/2021 tăng mạnh hơn, tăng tới 9,2% (118 USD/tấn) lên 1.394 USD/tấn. Braxin – nước xuất khẩu cà phê lớn nhất thế giới đã xuất khẩu 4,1 triệu bao cà phê trong tháng 10/2020, tăng 11,5% so với cùng kỳ năm trước và là kỷ lục trong một tháng. Doanh số xuất khẩu tăng mạnh là nhờ nhu cầu về cà phê tăng cao trở lại trên thị trường thế giới, cùng với đó các doanh nghiệp xuất khẩu của nước này đã khắc phục được một số khó khăn về mặt hậu cần liên quan đến việc thiếu hụt vận chuyển hàng hóa trong thời gian qua. Tuy nhiên, thị trường vẫn có những lo ngại khi nguồn cung cà phê niên vụ 2020/21 của Việt Nam vẫn chưa tăng do mưa nhiều tại các khu vực trồng chính đã làm gián đoạn việc thu hoạch.



Trên thị trường đường, giá đường thô kỳ hạn tháng 3/2021 đóng cửa phiên giao dịch ngày 13/11/2020 đạt 15 UScent/lb, tăng 1,3% so với cuối tháng 10/2020. Ấn Độ – nhà xuất khẩu đường hàng đầu thế giới đặt mục tiêu xuất khẩu 6 triệu tấn đường trong niên vụ này.

Ngược lại, giá cao su tại Nhật Bản giảm 6,9% so với cuối tháng 10/2020 sau cuộc thăm dò của các công ty sản xuất và dịch vụ tại Nhật Bản cho thấy, nền kinh tế lớn thứ 3 thế giới vẫn trong tình trạng khó khăn trong những tháng tới. Tuy nhiên, thị trường được dự báo sẽ vững giá trong thời gian tới do nhu cầu của Trung Quốc đang phục hồi mạnh và nguồn cung tại các nước sản xuất chính ở khu vực Đông Nam Á khó có thể tăng mạnh do thời tiết khắc nghiệt.

Trên thị trường gạo, lượng mưa giảm dần khi bước vào mùa đông và đồng Baht mạnh hơn đã đẩy giá gạo trắng 5% tấm của Thái Lan lên 470 - 485 USD/tấn từ mức 435 - 440 USD/tấn trong nửa cuối tháng 10/2020.

Ngược lại, giá gạo đỏ 5% tấm của Ấn Độ đã giảm 6 - 7 USD/tấn xuống còn 366 - 370 USD/tấn, mức thấp nhất kể từ cuối tháng 3/2020. Giá gạo của nước này giảm do nguồn cung vụ mùa mới đang tăng trong khi nhu cầu không có nhiều cải thiện.

Tham khảo giá một số nông sản thế giới đến ngày 16/11/2020

Hàng hóa	ĐVT	Ngày 16/11/2020	So với ngày 27/10/2020 (%)	So với đầu năm 2020 (%)	So với cùng kỳ năm 2019 (%)
Ngô CBOT	UScent/bushel	421,0	0,4	8,7	12,6
Lúa mì CBOT	UScent/bushel	598,3	-3,8	6,1	18,3
Lúa mạch	UScent/bushel	295,8	-3,7	-3,7	-5,5
Đậu tương	UScent/bushel	1.149,3	6,3	21,7	25,2
Khô đậu tương	USD/tấn	389,2	0,0	28,2	29,5
Dầu đậu tương	UScent/bushel	36,5	6,1	6,5	16,2
Hạt cải	CAD/tấn	560,1	2,2	15,9	21,4
Ca cao	USD/tấn	2.365,0	-5,1	-8,7	-5,9
Đường thô	UScent/lb	15,0	1,3	6,3	19,0
Nước cam	UScent/lb	122,6	7,1	26,3	25,0
Cà phê Robusta	USD/tấn	1.394,0	9,2	8,3	1,2
Cà phê Arabica	UScent/lb	112,2	5,2	-5,7	5,5
Gỗ xẻ	USD/1000 board feet	578,3	15,0	38,9	47,6
Gạo đỏ 5% tấm Ấn Độ	USD/tấn	370,0	-1,9	1,1	0,0
Gạo trắng 5% tấm Thái Lan	USD/tấn	485,0	10,2	11,5	18,9
Cao su Toccom	JPY/kg	159,1	-6,9	-21,0	-10,2

Nguồn: Trung tâm Thông tin Công nghiệp và Thương mại tổng hợp

NHU CẦU HÀNG NÔNG SẢN VÀ THỰC PHẨM CỦA ẤN ĐỘ TĂNG MẠNH TRONG NHỮNG THÁNG CUỐI NĂM 2020

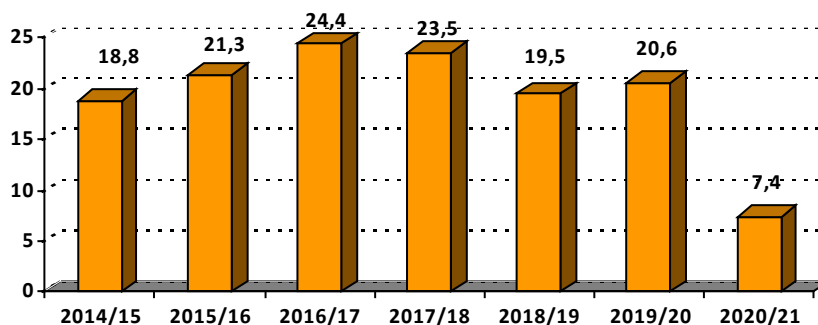
Mặc dù Ấn Độ là nước nông nghiệp lớn, tuy vậy, hàng năm, nhập khẩu hàng nông sản và thực phẩm vào quốc gia này vẫn đạt mức khá cao. Theo dữ liệu từ Cơ quan Phát triển Xuất Nhập khẩu Nông sản và Thực phẩm chế biến (Apeda) (thuộc Bộ Thương mại và Công nghiệp Ấn Độ), nhập khẩu hàng nông sản và thực phẩm chế biến vào Ấn Độ đạt mức cao trong những niên vụ gần đây, dao động trong khoảng

từ 18-25 tỷ USD. Niên vụ 2019/20, nhập khẩu hàng nông sản và thực phẩm vào Ấn Độ đạt 20,6 tỷ USD, tăng 6,1% so với niên vụ trước đó.

Trong 5 tháng đầu niên vụ 2020/21 (từ tháng 4 đến tháng 8/2020), do ảnh hưởng của dịch Covid-19 khiến nhập khẩu hàng nông sản và thực phẩm vào Ấn Độ giảm, chỉ đạt 7,4 tỷ USD, giảm 15,9% so với cùng kỳ niên vụ 2019/20.

Trị giá nhập khẩu hàng nông sản và thực phẩm chế biến vào Ấn Độ qua các niên vụ

* Ghi chú: một niên vụ được tính từ tháng 4 năm nay đến tháng 3 năm sau (Đvt: tỷ USD)



Nguồn: Apeda

Trong 5 tháng đầu niên vụ 2020/21, Ấn Độ nhập khẩu hàng nông sản và thực phẩm từ 189 thị trường, trong đó, Indonesia và Achantina là hai nguồn cung lớn nhất, chiếm 31,2% tổng trị giá nhập khẩu nhóm hàng này vào Ấn Độ. Đáng chú ý, nhập khẩu nông sản và thực phẩm vào Ấn Độ từ nhiều thị trường giảm trong 5 tháng đầu niên vụ 2020/21, tuy vậy, nhập khẩu từ một số thị trường vẫn tăng mạnh so với cùng kỳ niên vụ trước đó, như Indonesia tăng 60,7%, Braxin tăng 53,9%, Myanma tăng 95,7%, Nga tăng 55,7%... Việt Nam hiện là nguồn cung hàng nông sản và thực phẩm lớn thứ 16 vào Ấn Độ, chiếm 1,4% tổng trị giá nhập khẩu nhóm hàng này của Ấn Độ, nhập khẩu hàng nông sản và thực phẩm từ Việt Nam vào Ấn Độ giảm 16,6% trong 5 tháng đầu niên vụ 2020/21 so với cùng kỳ niên vụ trước đó.

Trong cơ cấu nhóm hàng nông sản và thực phẩm chế biến nhập khẩu vào Ấn Độ 5 tháng đầu niên vụ 2020/21, nước này chủ yếu nhập khẩu dầu thực vật, chiếm gần 52,6% tổng trị giá nhập khẩu, tiếp đến là trái cây tươi chiếm 8,2%, hạt điều chiếm 7%, hạt đậu (đậu lăng, đậu Hà Lan) chiếm 7%, các loại gia vị chiếm 5%... Nhập khẩu nhóm hàng nông sản và thực phẩm vào Ấn Độ giảm trong 5 tháng đầu niên vụ 2020/21 so với cùng kỳ niên vụ trước là do giảm nhập khẩu ở các nhóm mặt hàng như: Trái cây tươi giảm 17,2%, hạt điều giảm 30,2%, các loại gia vị giảm 35,7%, bông thô giảm 81,5%... Mặc dù vậy, nhập khẩu một số nhóm mặt hàng vẫn tăng trong 5 tháng đầu niên vụ 2020/21 như: Hạt có dầu khác tăng 162,3%, lá cây thuốc lá chưa qua chế biến tăng 519%, hạt Niger tăng 79,1%, dầu thầu dầu tăng 43,3%...

Một số mặt hàng nông sản và thực phẩm chế biến nhập khẩu vào Ấn Độ 5 tháng đầu niên vụ 2020/21 (từ tháng 4/2020 đến tháng 8/2020)

Mặt hàng	Ấn Độ nhập khẩu từ thế giới				Thị phần hàng Việt Nam tại Ấn Độ (%)			
	Niên vụ 2020/21		So sánh với cùng kỳ niên vụ 2019/20 (%)		Niên vụ 2020/21		Niên vụ 2019/20	
	Lượng (tấn)	Trị giá (nghìn USD)	Lượng	Trị giá	Lượng	Trị giá	Lượng	Trị giá
Tổng		7.438.820		-15,9		1,40		1,41
Dầu thực vật	5.001.439	3.912.004	-24,2	-2,4	-	-	-	-
Trái cây tươi	267.486	609.255	-33,3	-17,2	0,24	0,25	0,68	0,60
Hạt điều	389.030	521.855	-33,2	-30,2	0,53	2,29	0,20	0,69
Đậu lăng, đậu Hà Lan	614.938	519.138	-49,3	-3,2	-	-	0,02	0,03
Gia vị	103.542	374.150	-12,7	-35,7	22,78	18,61	24,63	12,08
Đường	681.978	216.841	57,2	58,2	-	-	-	-
Hạt có dầu khác	312.339	188.076	115,2	162,3	-	-	-	-
Bông thô	75.720	151.639	-82,7	-81,5	0,09	0,05	0,01	0,00
Các mặt hàng được chế biến khác	-	104.196		-40,3		1,45		0,87
Sản phẩm ca cao	26.483	90.269	-35,9	-26,6	-	-	-	-
Hạt mè	49.710	69.938	-19,4	-21,7	-	-	-	-
Bột khô đậu (hạt đay)	251.741	69.309	-15,2	-2,9	0,06	0,21	0,19	0,77
Hải sản	33.334	65.423	40,8	-1,5	3,85	3,36	26,32	12,68
Trái cây / Hạt giống rau	5.915	57.724	-21,5	-6,4	0,06	0,34	0,06	0,32
Chế phẩm ngũ cốc	32.835	57.316	-3,4	5,4	0,30	0,67	0,61	0,56
Cà phê	29.880	49.184	-20,6	-14,0	30,14	28,96	51,68	52,35
Chè	10.223	34.103	-10,4	-4,6	5,34	4,52	4,90	2,42
Ngũ cốc khác	91.694	26.925	-40,7	-28,5	-	-	-	-
Sản phẩm từ sữa	8.774	26.328	49,6	60,8	0,34	0,68	0,53	0,98

Mặt hàng	Ấn Độ nhập khẩu từ thế giới				Thị phần hàng Việt Nam tại Ấn Độ (%)			
	Niên vụ 2020/21		So sánh với cùng kỳ niên vụ 2019/20 (%)		Niên vụ 2020/21		Niên vụ 2019/20	
	Lượng (tấn)	Trị giá (nghìn USD)	Lượng	Trị giá	Lượng	Trị giá	Lượng	Trị giá
Trái cây và nước trái cây đã qua chế biến	12.303	25.005	-50,3	-41,9	0,08	0,25	1,22	2,12
Lá cây thuốc lá đã qua chế biến	-	10.784		-20,0		-		-
Rau chế biến	5.668	7.539	-63,6	-54,4	0,54	0,37	0,00	0,02
Lá cây thuốc lá chưa qua chế biến	3.780	7.535	977,8	519,0	-	-	-	-
Cây và hoa trang trí	924	6.267	-73,6	-65,7	0,05	0,04	0,00	0,01
Hạt Niger	2.807	3.522	3,1	79,1	-	-	-	-
Nhựa cây	219	1.018	-51,3	-31,6	-	-	0,11	0,03
Gạo Non-Basmati	1.009	1.017	-52,7	-37,0	2,48	1,41	-	0,00
Sản phẩm gia cầm	-	844		-59,7		-		0,46
Đậu phộng	739	801	-36,7	-15,3	-	0,02	-	-
Dầu thầu dầu	31	652	-50,6	43,3	-	-	-	-
Thịt khác	103	619	-80,3	-74,0	-	-	-	-
Hạt Guar	203	501	-65,6	-63,2	-	-	-	-
Rau tươi	660	501	-76,8	-63,8	-	0,02	-	-
Thịt đã qua chế biến	59	404	15,7	43,3	-	-	-	-
Dầu vỏ hạt điều	828	392	-84,4	-80,2	-	-	77,97	74,90
Sản phẩm xay xát	657	376	-62,9	-61,3	-	-	-	-
Thịt cừu / thịt dê	10	101	-86,5	-88,9	-	-	-	-
Nhuễn thể	1.593	89	-93,3	-91,4	-	-	-	-

Nguồn: Apeda

Nhu cầu nông sản và thực phẩm của Ấn Độ tăng mạnh trong quý cuối năm

Ấn Độ là thị trường lớn ở khu vực Trung Nam Á với gần 1,4 tỷ dân, có tiềm năng tiêu thụ đa dạng các sản phẩm nông sản, thực phẩm. Năm 2020, mặc dù nền kinh tế Ấn Độ bị ảnh hưởng nghiêm trọng bởi đại dịch Covid-19, khiến hoạt động mua sắm của người dân Ấn Độ giảm đáng kể, tuy vậy, theo thường lệ, trong quý cuối năm, nhu cầu hàng hóa nói chung, hàng nông sản và thực phẩm nói riêng của Ấn Độ sẽ tăng lên để phục vụ cho các mùa Lễ, hội cuối năm như các Lễ kỷ niệm Dussehra, Diwali và Durga Puja của người Hindu kéo dài qua các ngày Lễ Giáng sinh và năm mới. Đây là cơ hội để các quốc gia và vùng lãnh thổ có thế mạnh về sản xuất nông nghiệp đẩy mạnh xuất khẩu hàng nông sản và thực phẩm vào Ấn Độ.

Các doanh nghiệp sản xuất, kinh doanh muốn đẩy mạnh xuất khẩu hàng nông sản và thực phẩm sang thị trường Ấn Độ cần phải tăng cường đa dạng hóa các sản phẩm để tăng sức cạnh tranh của các sản phẩm nông sản và thực phẩm Việt Nam tại thị trường Ấn Độ. Trong đó, Việt Nam nổi tiếng với xuất khẩu nhiều loại gia vị, hương liệu thực phẩm như tiêu đen, hồi, thảo quả... Các doanh nghiệp Việt Nam có thể chế biến sâu hơn và đóng gói thành sản phẩm gia vị masala đơn vị hoặc đa vị có thương hiệu rõ ràng. Đây là mặt hàng có nhu cầu rất lớn tại Ấn Độ. Các loại gia vị, hương liệu masala của Pakistan từ lâu đã chiếm lĩnh thị trường Ấn Độ nhưng đang gặp khó khăn vì lệnh cấm giao thương Ấn Độ - Pakistan. Vì thế, thị trường gia vị, hương liệu thực phẩm tại Ấn Độ vẫn đang bỏ ngỏ. Các doanh nghiệp Việt Nam có thể tận dụng cơ hội này để thâm nhập sâu hơn vào thị trường Ấn Độ.

► Ngày 03/11/2020, Cục Trồng trọt - Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn phối hợp với Hiệp hội Lương Thực Việt Nam (VFA) tổ chức cuộc thi Gạo ngon Việt Nam lần II năm 2020 tại TP. HCM. Sau khi đoạt giải gạo ngon nhất thế giới năm 2019, gạo ST25 đã đạt giải nhất "Cuộc thi gạo ngon Việt Nam lần II" năm 2020 và chuẩn bị tham dự "Cuộc thi gạo ngon thế giới năm 2020" diễn ra tại Mỹ vào tháng 12/2020.

► Chỉ số giá thực phẩm của FAO (FFPI) trong tháng 10/2020 đạt mức cao nhất từ đầu năm 2020 và tăng tháng thứ 5 liên tiếp, đạt trung bình 100,9, tăng 3 điểm (3,1%) so với tháng 9 và 5,7 điểm (6%) so với cùng kỳ năm 2019. Giá đường, sữa, ngũ cốc và dầu thực vật tăng mạnh là động lực chính đẩy chỉ số FFPI tăng mạnh, đồng thời chỉ số giá thịt giảm nhẹ trong tháng thứ 2 liên tiếp. Theo đó, chỉ số giá ngũ cốc của FAO đạt trung bình 111,6 điểm trong tháng 10/2020, tăng 7,5 điểm so với tháng 9 và cao hơn tới 15,8 điểm (16,5%) so với cùng kỳ năm 2019.

► Bất chấp tình trạng lũ lụt nghiêm trọng trong tháng 10/2020, xuất khẩu gạo của Campuchia trong 10 tháng năm 2020 đạt 536.305 tấn, tăng 17% so với cùng kỳ năm ngoái. Trong đó, xuất khẩu gạo của Campuchia sang các thị trường châu Âu đạt 174.391 tấn, tăng 32%; xuất khẩu sang Trung Quốc đạt 194.441 tấn, tăng 36%.

► Hiệp hội Chế biến và Xuất khẩu Thủy sản (VASEP) trích dẫn số liệu thống kê của Eurostat cho thấy, tổng nhập khẩu thịt/thăn cá ngừ hấp của EU trong nửa đầu năm 2020 đã đạt mức cao nhất từ trước tới nay với 110.370 tấn. Trong đó, Trung Quốc là nguồn cung cấp lớn nhất các sản phẩm cá ngừ sang thị trường EU

và phần lớn các lô hàng được miễn thuế theo hạn ngạch thuế quan tự trị (ATQ), cho phép nhập khẩu tối đa 30.000 tấn thịt/thăn cá ngừ hấp nhập khẩu vào EU từ các nước không có thỏa thuận thương mại với EU như Trung Quốc, Việt Nam hay Thái Lan... Trong khi đó, Việt Nam là một trong những nguồn cung chính có mức sụt giảm lớn nhất trong nửa đầu năm 2020, với khối lượng giảm 1.600 tấn so với cùng kỳ năm 2019. Mặc dù các nhà xuất khẩu Việt Nam đã giảm 10% giá trung bình xuất khẩu xuống còn 3.947 EUR/tấn, nhưng vẫn cao hơn các nguồn cung khác như Trung Quốc (3.447 EUR/tấn).

► Theo số liệu thống kê từ Cơ quan Hải quan Nga, nhập khẩu trái bưởi tươi của nước này trong 8 tháng đầu năm 2020 đạt 71.600 tấn, trị giá 57 triệu USD, giảm hơn 17% về lượng và giảm 18,5% về trị giá so với cùng kỳ năm 2019. Trong số các thị trường cung cấp chính trái bưởi tươi cho thị trường Nga trong 8 tháng đầu năm 2020, nhập khẩu từ Việt Nam tăng mạnh 683,2% về lượng và tăng gần 356% về trị giá so với cùng kỳ năm 2019, đạt 19 tấn, trị giá 71.000 USD.

► Chính phủ Thái Lan đã chấp thuận các cơ chế đảm bảo giá đối với lúa gạo và cao su, trị giá 61,9 tỷ Baht. Trong đó, 51,2 tỷ Baht dành cho cơ chế bảo đảm giá lúa trong niên vụ 2020/21 và 10 tỷ Baht dành cho cơ chế đảm bảo giá cao su trong niên vụ 2019/20. Hai cơ chế này sẽ do Ngân hàng Nông nghiệp và Hợp tác Nông nghiệp Thái Lan (BAAC) triển khai. Theo dự kiến cơ chế bảo đảm giá lúa niên vụ 2020/21 dự kiến triển khai từ tháng 10/2020 – 5/2021; đối với cao su, giai đoạn 2 của chương trình dự kiến kéo dài từ tháng 10/2020 – 3/2021.