

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



Đơn vị thực hiện:

❖ Cục Công Thương địa phương

❖ Trung tâm Thông tin Công nghiệp và Thương mại

Số 8 năm 2019

Kỳ 2 tháng 4 năm 2019

MỤC LỤC

THỊ TRƯỜNG NỘI ĐỊA	3-7
Thị trường nông, lâm, thủy sản trong kỳ từ ngày 13/4/2019 đến 25/4/2019	
Phát triển bền vững cây ăn quả vẫn gặp nhiều khó khăn	
THỊ TRƯỜNG XUẤT KHẨU	8-17
Xuất khẩu nhóm nông, lâm, thủy sản tiếp tục giảm trong tháng 4/2019	
Xuất khẩu nông, lâm, thủy sản sang thị trường Mỹ có nhiều thuận lợi	
Xuất khẩu hàng thủy sản sang Nga tăng trong quý I/2019	
XÚC TIẾN THƯƠNG MẠI	18-21
Xây dựng và phát huy thương hiệu nông sản Hòa Bình	
Dùng kênh phân phối hiện đại để nâng tầm nông sản thực phẩm Việt Nam	
100 doanh nghiệp đầu tiên của Việt Nam có thể xuất khẩu qua Amazon	
Mời tham gia chương trình xúc tiến thương mại, đưa hàng vào siêu thị Nam Phi	
CHÍNH SÁCH - ĐẦU TƯ	22-24
Từ 1/5/2019, dưa hấu lát rơm sẽ không được xuất khẩu sang Trung Quốc	
Ứng dụng công nghệ thông tin quản lý, truy xuất nguồn gốc các mặt hàng đặc sản Đà Lạt	
THỊ TRƯỜNG NÔNG SẢN THẾ GIỚI	25-27
Nhu cầu nông, lâm, thủy sản chế biến của New Zealand đang tăng nhanh	
TIN VẮN	28

Mọi phản hồi xin 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

Giấy phép xuất bản số 55/GP- XBBT

Tại thị trường trong nước, trong hai tuần cuối tháng 4/2019 giá hầu hết các mặt hàng nông, thủy sản tiếp tục xu hướng giảm hoặc duy trì ổn định ở mức thấp. Trong đó, giá cà phê nhân xô tại các tỉnh Tây Nguyên tiếp tục giảm 400 đ/kg so với giữa tháng 4/2019 xuống còn 31.900 đ/kg, đây là mức giá thấp nhất trong nhiều năm qua. Đáng chú ý, sau thời gian giảm xuống mức thấp, giá cá tra nguyên liệu xuất khẩu tại nhiều địa phương vùng Đồng bằng sông Cửu Long đã tăng từ 500-1.000 đồng/kg do các doanh nghiệp đẩy mạnh thu mua phục vụ chế biến khi đầu ra xuất khẩu cá tra đang có xu hướng khởi sắc. Dự báo, giá cá tra nguyên liệu sẽ còn tăng trong thời gian tới.

Trong lĩnh vực chăn nuôi, sau những nỗ lực dập bệnh dịch tả lợn châu Phi (ASF), một số địa phương đã công bố không chế được dịch. Tuy nhiên, dịch bệnh vẫn diễn biến rất phức tạp gây thiệt hại cho người chăn nuôi và ngành nông nghiệp. Đó là thiệt hại do số vật nuôi phải tiêu hủy, kinh phí nhà nước chi trả vệ sinh tiêu độc, khử trùng và hỗ trợ cá nhân, tổ chức bị thiệt hại do bệnh dịch... Bệnh dịch tả lợn châu Phi

còn có nguy cơ tác động tiêu cực đến hoạt động du lịch và xuất khẩu, nhất là những ngành hàng liên quan hoặc chế biến sản phẩm từ thịt lợn. Trong thời gian tới, bệnh ASF sẽ tiếp tục diễn biến rất phức tạp. Để không chể, ngăn chặn triệt để bệnh ASF nói riêng, giảm tác động tiêu cực từ các loại bệnh dịch trong chăn nuôi cũng như ngành nông nghiệp nói chung, việc sản xuất theo hướng quy mô lớn, áp dụng khoa học - công nghệ cao chính là hướng đi tất yếu.

Trong lĩnh vực xuất khẩu, kim ngạch xuất khẩu nhóm hàng nông, lâm, thủy sản chủ lực trong tháng 4/2019 ước tính đạt 2,95 tỷ USD, giảm 5,9% so với tháng trước. Tính chung trong 4 tháng đầu năm 2019, tổng kim ngạch xuất khẩu nông, lâm, thủy sản ước tính đạt 11 tỷ USD, giảm 1,7% so với cùng kỳ năm 2018. Trong đó, ghi nhận sự tăng trưởng tốt của các mặt hàng chè, cao su, rau quả, gỗ và sản phẩm gỗ. Ở chiều ngược lại, kim ngạch xuất khẩu gạo, cà phê, hạt tiêu, hạt điều tiếp tục xu hướng giảm do cung vượt cầu kéo theo giá xuất khẩu giảm đáng kể. Đáng chú ý, xuất khẩu thủy sản cũng giảm nhẹ 1,3%.

Một số thông tin đáng chú ý:

- ➔ Trong tháng 4/2019, Việt Nam đã chính thức xuất khẩu lô hàng xoài đầu tiên sang thị trường Mỹ với giá cao hơn khoảng 10% - 15% so với các thị trường khác. Lô xoài 8 tấn, gồm 3 loại xoài: Cát Hòa Lộc, Tượng da xanh và Cát Chu da vàng do Hợp tác xã xoài Mỹ Xương, huyện Cao Lãnh (Đồng Tháp) cung cấp.
- ➔ Tại khu vực cửa khẩu Móng Cái, xuất khẩu trái cây sang thị trường Trung Quốc đạt kết quả khả quan. Trong đó, các sản phẩm được xuất khẩu nhiều nhất là xoài, thanh long, măng cụt và vải sấy.
- ➔ Trong quý I/2019, xuất khẩu tới Mỹ là điểm sáng trong hoạt động xuất khẩu nông, lâm, thủy sản của Việt Nam, với kim ngạch đạt gần 1,7 tỷ USD, tăng 12,1% so với cùng kỳ năm 2018 và chiếm 20,97% tổng kim ngạch xuất khẩu nhóm hàng này của Việt Nam, qua đó tiếp tục là thị trường xuất khẩu các mặt hàng nông, lâm, thủy sản lớn thứ hai của Việt Nam sau thị trường Trung Quốc. Xuất khẩu nông, lâm, thủy sản của Việt Nam sang thị trường Mỹ được dự báo sẽ tiếp tục tăng trưởng khả quan trong thời gian tới.
- ➔ Trong thời gian tới, dự báo xuất khẩu thủy sản sang Nga tiếp tục duy trì tốc độ tăng trưởng khá do nhu cầu tiêu thụ thủy sản tại thị trường này hiện đang liên tục tăng cao. Theo Cơ quan Thống kê Nhà nước Liên bang Nga (Rosstat), trong 3 năm trở lại đây, nhập khẩu nhóm hàng nông, lâm, thủy sản vào Nga tăng liên tục qua các năm, trong đó, năm 2016, nhập khẩu nhóm hàng này vào Nga đạt 12,9 tỷ USD, năm 2017 tăng lên 15,5 tỷ USD và đạt mức 16,4 tỷ USD vào năm 2018 và dự báo lên 17,3 tỷ USD trong năm 2019.

Thị trường nông, lâm, thủy sản trong kỳ từ ngày 13/4/2019 đến 25/4/2019

Trong kỳ từ ngày 13/4 đến 25/4/2019, giá các mặt hàng nông, lâm, thủy sản tăng giảm trái chiều so với kỳ trước.

+ Tại khu vực Đồng bằng sông Cửu Long, giá gạo thành phẩm IR 504 và gạo nguyên liệu OM 5451 tăng 100 đ/kg so với kỳ từ ngày 1/4 đến 12/4/2019, đạt 7.700 – 7.800 đ/kg. Giá cám gạo tăng 450 đ/kg lên mức 5.500 đ/kg. Trên thị trường xuất khẩu, giá gạo 5% tâm chào bán của Việt Nam không thay đổi tuần thứ 5 liên tiếp, ở mức 360 USD/tấn nguồn cung bắt đầu giảm dần.

+ Trong kỳ từ ngày 13/4 đến 25/4/2019, giá cà phê nhân xô tại các tỉnh Tây Nguyên tiếp tục giảm 400 đ/kg, xuống còn 31.900 đ/kg, đây là mức giá thấp nhất trong nhiều năm qua. Trên thị trường thế giới, thị trường đang thiếu vắng sức mua do kỳ nghỉ lễ Phục Sinh kéo dài. Cùng với đó, áp lực của thu hoạch vụ mùa mới kết hợp tồn kho kỷ lục năm 2018 của Braxin tiếp tục đè nặng lên các thị trường cà phê thế giới. Theo Báo cáo từ Tổ chức Cà phê Thế giới (ICO), sản lượng cà phê mùa vụ 2018/19 ước đạt 168,05 triệu bao trong khi tiêu thụ ở mức 164,99 triệu bao, thặng dư 3,06 triệu bao.

+ Thị trường hạt tiêu trong nước không có nhiều biến động trong kỳ vừa qua. Tại khu vực Tây Nguyên, giá tiêu đen dao động trong khoảng 43.000 - 46.000 đ/kg.

+ Sau thời gian giảm xuống mức thấp, giá cá tra nguyên liệu xuất khẩu tại nhiều địa phương vùng ĐBSCL đã tăng từ 500-1.000 đồng/kg trong kỳ từ ngày 13/4 đến 25/4/2019 so với 2 tuần trước. Tại Đồng Tháp, giá cá tra thịt trắng loại 1 đã tăng 1.000 đ/kg, đạt 25.500 đ/kg. Giá cá tra nguyên liệu tăng do nhiều đơn vị, doanh nghiệp đẩy mạnh thu mua phục vụ chế biến khi đầu ra xuất khẩu cá tra tiếp tục khởi sắc. Dự báo, giá cá tra nguyên liệu có nhiều khả năng tăng trong thời gian tới.

Giá tôm càng xanh loại 100 con/kg tại Đồng Tháp cũng tăng 20.000 đ/kg lên mức 240.000 đ/kg.

+ Giá cao su trong kỳ từ ngày 13/4 đến 25/4/2019 giảm từ 2,6% - 4% so với kỳ trước, xuống còn 25.000 – 26.000 đ/kg đối với mủ cao su nước và 7.000 – 10.100 đ/kg đối với mủ cao su chén và mủ cao su đông. Mặc dù giảm trong tuần qua song thị trường nhiều khả năng sẽ cải thiện tích



cực trong thời gian tới nhờ sự cải thiện của nền kinh tế Trung Quốc và giá dầu thô thế giới đang gia tăng. Bên cạnh đó, thị trường còn được hỗ trợ bởi yếu tố mùa vụ. Trong quý II/2019, sản lượng cao su tự nhiên toàn cầu ở mức thấp. Trong khi đó, Trung Quốc và Thái Lan đang phải đối mặt với các vấn đề hạn hán, có thể tác động đến sản lượng cao su.

+ Tại khu vực cửa khẩu Móng Cái, xuất khẩu trái cây sang thị trường Trung Quốc đạt kết quả khả quan. Sản phẩm có sức hút mạnh nhất với các đối tác nhập khẩu Trung Quốc là các loại xoài có thương hiệu nổi

tiếng như xoài Cát Chu, Hòa Lộc. Vải sấy, phơi khô được thị trường Trung Quốc rất ưa chuộng, lượng xuất khẩu qua cửa khẩu Móng Cái chỉ bằng khoảng 20% so với cửa khẩu Lạng Sơn, nhưng tiêu thụ rất nhanh và được giá. Lượng quả vải khô xuất khẩu qua cửa khẩu này đạt bình quân 100 tấn/ngày. Sản phẩm trái cây đang được xuất khẩu nhiều nhất là thanh long và măng cụt. Nhu cầu nhập khẩu quả thanh long đối với khách hàng Trung Quốc là không hạn chế về sản lượng, sản lượng xuất khẩu đạt 2.000 tấn/tuần. Trong khi đó, xuất khẩu quả măng cụt đạt trung bình hàng ngày khoảng 70 tấn.

Tham khảo giá nông, lâm, thủy sản tại thị trường trong nước ngày 25/4/2019

Tên hàng	Ngày 25/4/2019 (đ/kg)	So với ngày 12/4/2019 (%)	So với cuối tháng 3/2019 (%)	So với cuối năm 2018 (%)	So với cùng kỳ 2018 (%)
Lúa tươi IR 504	4.800	0,0	0,0	-5,9	-15,8
Gạo nguyên liệu IR 504	6.750	0,0	0,0	-6,9	-17,7
Gạo thành phẩm IR 504	7.700	1,3	1,3	-5,5	-18,9
Gạo nguyên liệu OM 5451	7.800	1,3	4,0	3,3	-13,3
Tấm gạo IR 504	6.500	0,8	-1,5	-17,7	-16,7
Cám gạo	5.500	8,9	14,6	0,0	12,2
Cà phê nhân xô tại Tây Nguyên	31.500	-1,3	-4,8	-5,7	-15,5
Giá nhân điều khô tại Bình Phước	37.000	0,0	-5,1	2,8	-19,6
Giá điều thu hồi nhân dưới 30% tại Đắk Lắk	44.000	0,0	0,0		
Giá điều thu hồi nhân trên 30% tại Đắk Lắk	48.000	0,0	0,0		
Tiêu đen Tây Nguyên và Nam Bộ	46.000	0,0	0,0	-13,2	-27,0
Ngô hạt khô miền trung Tây Nguyên	4.700	0,0	-3,1	-3,1	
Ngô hạt khô miền Bắc	4.600	0,0	-3,2	-3,2	
Sắn lát trữ độ bột 30% tại Tây Nguyên	2.500	0,0	0,0	-10,7	
Sắn lát trữ độ bột 30% tại miền Bắc (mua xô)	2.000	0,0	-4,8	-21,6	
Sắn lát khô Quy Nhơn	5.380	0,0	0,6	-8,0	
Mủ chén, dây khô	10.100	-3,8	3,1	17,4	
Mủ chén ướt	7.000	-4,1	2,9	16,7	
Mủ đông khô	9.100	-4,2	2,2	16,7	
Mủ đông ướt	7.400	-2,6	2,8	17,5	
Mủ cao su nước tại vườn	25.500	-3,8	2,8	8,5	
Mủ cao su nước tại nhà máy	26.000	-3,7	2,8	8,3	
SVR CV	51.850	-3,4	1,2	43,7	26,2
SVR 10	34.222	-3,0	5,6	20,8	10,9
SVR 20	34.121	-3,0	5,6	20,9	11,0
Cá tra thịt trắng loại 1 tại Đồng Tháp	25.500	4,1	-1,9	-20,3	-23,9
Tôm càng xanh (100 con/kg) Đồng Tháp	240.000	9,1	9,1	-7,7	-14,3

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

Phát triển bền vững cây ăn quả vẫn gặp nhiều khó khăn

Trong những năm gần đây, các bộ, ngành và địa phương đã đưa ra hàng loạt giải pháp nhằm phát triển bền vững diện tích cây ăn quả như: Rà soát xây dựng, phát triển các vùng sản xuất cây ăn quả hàng hóa tập trung; tăng cường liên kết giữa sản xuất và tiêu thụ; giải pháp về khoa học và công nghệ; công nghệ sau thu hoạch; chính sách đất đai; mở rộng thị trường, xúc tiến thương mại; đầu tư và tín dụng. Vì vậy, diện tích, chất lượng, sản lượng và giá trị thu nhập từ cây ăn quả cũng tăng lên, đáp ứng tốt nhu cầu thị trường trong nước và xuất khẩu. Nhiều mặt hàng hoa quả đã xuất khẩu đến những thị trường “khó tính” như: Mỹ, Nhật Bản, Hàn Quốc, EU.

cả nước); tổng sản lượng quả đạt hơn 6,6 triệu tấn (chiếm khoảng 67% sản lượng quả cả nước), tăng trên 61% so với năm 2010 (2,5 triệu tấn). Tại các tỉnh phía Nam có 14 loại trái cây có diện tích lớn (trên 10.000ha/loại). Trong đó, xoài có diện tích lớn nhất (80.000ha), tiếp đến là chuối (78.000ha), thanh long (53.000ha), cam (44.000ha), bưởi (44.000 ha), nhãn (35.000ha), sầu riêng (47.000ha), khóm (33.000ha), chanh (27.000ha), chôm chôm (25.000ha), mít (20.000ha), quýt (15.000ha), bơ (14.000ha), măng cầu ta (khoảng 11.000ha). Ở khu vực phía Nam thì các tỉnh ĐBSCL là vùng trồng cây ăn quả chủ lực chiếm khoảng 58% diện tích cây ăn quả toàn miền Nam, tiếp đến là



Riêng trong năm 2018, diện tích cây ăn quả các loại trên cả nước đã đạt 950 nghìn ha, sản lượng đạt 8,8 triệu tấn. Trong đó, sản lượng và chất lượng các loại trái cây chủ lực, có lợi thế của cả nước và từng vùng đều tăng mạnh như: Xoài tăng 5,7%; cam tăng 9,1%; bưởi tăng 12,2%; nhãn tăng 8,4%; vải tăng 60,6%. Bên cạnh đó, cả nước có khoảng 67.580 ha cây ăn quả được cấp giấy chứng nhận VietGAP. Tại khu vực phía Nam, diện tích cây ăn quả ước đạt 596.331ha (chiếm 60% diện tích của

vùng Đông Nam bộ (17%), vùng Duyên hải Nam Trung bộ (15%) và vùng Tây Nguyên (10%).

Nhiều khó khăn trong việc phát triển bền vững cây ăn trái

Mặc dù diện tích trồng cây ăn quả phát triển nhanh, nhưng để phát triển bền vững vẫn còn gặp nhiều khó khăn, hạn chế như sau:

- Việc trồng cây ăn quả, nhất là cây có múi tại nhiều địa phương còn tự phát,

người dân sử dụng giống trôi nổi không rõ nguồn gốc đã làm gia tăng dịch bệnh cũng như làm giảm năng suất, chất lượng quả; tình trạng sản xuất nhỏ, manh mún còn phổ biến. Hiện công tác quản lý giống cây trồng gặp nhiều khó khăn do kinh doanh giống cây trồng thuộc nhóm ngành nghề kinh doanh có điều kiện. Trong khi đó, chưa có văn bản hướng dẫn về việc cấp phép sản xuất cho các tổ chức, cá nhân tham gia vào sản xuất - kinh doanh giống cây trồng, cây công nghiệp, cây ăn quả lâu năm.

Hiện tại nhiều địa phương, đặc biệt là tại các tỉnh phía Bắc như Hưng Yên, Hòa Bình, Hà Giang, Bắc Giang..., diện tích trồng cây ăn quả có múi tăng mạnh và một số huyện đã vượt quy hoạch. Việc phá vỡ quy hoạch sản xuất sẽ dẫn đến những hệ lụy khó lường: Cung vượt cầu, “được mùa, mất giá”, khó kiểm soát dịch bệnh, chất lượng sản phẩm không bảo đảm... Nếu các địa phương không có giải pháp kịp thời, kiểm chế phát triển “nóng” về diện tích, khả năng trong tương lai sẽ lại có những cuộc “giải cứu” trái cây.

- Đầu tư thâm canh, chăm sóc chưa thống nhất theo quy trình kỹ thuật, chất lượng không đồng đều. Khối lượng trái cây đạt chứng nhận GAP, được cấp mã số vùng trồng còn ít, ảnh hưởng đến việc ký kết giao ước thu mua, tiêu thụ, hợp đồng xuất khẩu.

- Biến đổi khí hậu ngày càng rõ nét, tiềm ẩn nhiều nguy cơ đòi hỏi phải có sự đầu tư lớn của nhà nước để thích ứng.

- Khâu tổ chức sản xuất chưa thật sự bền vững, các hợp tác xã kiểu mới thành lập chưa nhiều, vùng sản xuất hàng hóa chưa rõ nét và chưa đạt được tiêu chí về hiệu quả; mối liên kết giữa sản xuất, thu mua, chế biến, bảo quản, tiêu thụ chưa được hình thành; doanh nghiệp chưa tham gia vào quá trình sản xuất, chưa đầu tư, khuyến khích nông dân sản xuất theo tiêu chuẩn nhà thu mua yêu cầu; chưa đầu tư xây dựng vùng nguyên liệu, hướng dẫn sản xuất và bao tiêu sản phẩm...

- Diện tích cây ăn quả còn phân tán, nhỏ lẻ, không tập trung. Điều này, gây khó khăn cho đầu tư cơ sở hạ tầng, tổ chức liên kết sản xuất và kiểm soát chất lượng sản phẩm. Hiện chỉ có một số loại quả như thanh long, chuối, cây có múi đang hình thành vùng sản xuất tập trung quy mô tương đối lớn.

Bên cạnh việc sản xuất vẫn còn manh mún, chất lượng sản phẩm chưa cao, thì công nghệ chế biến trái cây cũng còn nhiều hạn chế, tỷ trọng chế biến vẫn còn ở mức thấp.



Những năm gần đây, doanh nghiệp trong và ngoài nước, nhất là các tập đoàn kinh tế lớn trong nước đã quan tâm đầu tư mạnh vào lĩnh vực này. Tiêu biểu như: Tập đoàn TH, Tập đoàn Nafoods, Công ty CP xuất khẩu thực phẩm Đồng Giao (Doveco), Công ty cổ phần Lavifood... đã đầu tư phát triển mạnh cơ sở vật chất chế biến, bảo quản rau quả. Chỉ trong hai năm 2017-2018 các doanh nghiệp trên đã đầu tư xây dựng mới 6 nhà máy chế biến rau quả hiện đại với công suất 150.000 tấn sản phẩm/năm với tổng số vốn đầu tư 5.300 tỷ đồng. Nhiều công nghệ

tiên tiến, thiết bị hiện đại được sử dụng như thiết bị đóng gói của Tetra Pak, công nghệ và thiết bị cô đặc có thu hồi hương, công nghệ và thiết bị sấy lạnh, sấy bom nhiệt...

Tuy nhiên, hiện cả nước mới chỉ có trên 150 cơ sở chế biến rau quả quy mô công nghiệp với tổng công suất thiết kế khoảng 1 triệu tấn sản phẩm/năm, thậm chí sản lượng thực tế cũng chỉ đạt trên 500.000 tấn sản phẩm/năm với tỷ lệ sử dụng công suất thiết kế bình quân là 56,2%. Vì vậy, hiện



chỉ có chưa tới 10% trái cây của Việt Nam được chế biến, còn lại trên 90% là tiêu thụ trong nước và xuất khẩu ở dạng quả tươi. Các sản phẩm được chế biến hiện chủ yếu gồm đồ hộp (dứa, nước trái cây...), đông lạnh (dứa, sầu riêng...), sấy chiên chân không, sấy dẻo, muối..., trong đó tỷ trọng các sản phẩm đồ hộp chiếm 50%. Đa số các nhà máy chế biến hiện có quy mô vừa và nhỏ, chưa có vùng nguyên liệu, việc liên kết giữa sản xuất, bảo quản và chế biến còn nhiều hạn chế, không đảm bảo về chất

lượng, số lượng vùng nguyên liệu. Ngoài ra, sản phẩm chế biến đơn giản dưới dạng thô, chất lượng thấp, nguy cơ mất an toàn thực phẩm cao. Khả năng đầu tư, đổi mới công nghệ chế biến của các nhà máy còn chậm, chưa đáp ứng yêu cầu ngày càng cao của khách hàng, đặc biệt các thị trường khó tính như Nhật Bản, EU, Mỹ... Bên cạnh đó, công nghệ bảo quản sau thu hoạch đối với các loại quả tươi cũng là một trong những điểm yếu lớn, gây hạn chế cho việc vận chuyển trái cây đi xa và xuất khẩu.

Nhằm nâng cao giá trị gia tăng và phát triển bền vững, trong thời gian tới các địa phương cần tiếp tục mở rộng diện tích một số cây ăn quả chủ lực có giá trị xuất khẩu như chuối, xoài, dứa, nhãn... phục vụ tốt nhu cầu tiêu thụ trong nước để hạn chế nhập khẩu và gia tăng xuất khẩu.

Các địa phương cũng cần tập trung nâng cao năng suất, chất lượng, an toàn thực phẩm nhằm giảm giá thành, tăng thu nhập. Đồng thời cũng cần tăng tỷ lệ sản phẩm có chứng nhận (an toàn, GAP, hữu cơ) và đẩy mạnh sản xuất rải vụ thu hoạch; Nâng cao năng lực bảo quản, giảm tổn thất sau thu hoạch cả về số lượng và chất lượng; Tăng cường chế biến sâu các sản phẩm quả, gia tăng giá trị sản xuất, mở rộng thị trường, tăng khối lượng và giá trị xuất khẩu. Cần quan tâm xây dựng thương hiệu, chỉ dẫn địa lý, chứng nhận bảo hộ độc quyền thương hiệu hàng hóa tại Việt Nam cho các loại trái cây đặc sản.

Trong năm 2019, ngành nông nghiệp phấn đấu nâng diện tích cây ăn quả các loại trên cả nước lên khoảng một triệu ha, tăng 50 nghìn ha so với năm 2018. Trong đó, sẽ tập trung phát triển một số loại cây ăn quả có lợi thế xuất khẩu theo hướng sản xuất hàng hóa, phát huy tối đa lợi thế về điều kiện tự nhiên như: Cam, quýt, chuối, xoài, thanh long, nhãn, vải thiều, na.

Xuất khẩu nhóm nông, lâm, thủy sản tiếp tục giảm trong tháng 4/2019



Trong tháng 4/2019, hoạt động xuất khẩu nhóm nông, lâm, thủy sản nhìn chung vẫn gặp khó khăn trong bối cảnh nhiều mặt hàng chủ lực tiếp tục xu hướng giảm. Theo số liệu ước tính, kim ngạch xuất khẩu 10 mặt hàng nông, lâm, thủy sản chủ lực (bao gồm: thủy sản, rau quả, cà phê, hạt tiêu, hạt điều, chè, gạo, cao su, sắn, gỗ và sản phẩm gỗ) trong tháng 4/2019 đạt 2,95 tỷ USD, giảm 5,9% so với tháng trước và giảm 1,4% so với tháng 4/2018. Nếu không tính mặt hàng gỗ và sản phẩm gỗ thì kim ngạch xuất khẩu nhóm hàng này trong tháng 4/2019 giảm tới 6,7% so với tháng 3/2019 và giảm 8,6% so với tháng 4/2018.

So với tháng trước, ước tính kim ngạch xuất khẩu hầu hết các mặt hàng trong nhóm nông, lâm, thủy sản đều giảm, ngoại trừ xuất khẩu rau quả tăng mạnh tới 20,7% lên 1,39 tỷ USD. Trong tháng 4/2019, Việt Nam đã chính thức xuất khẩu lô hàng xoài đầu tiên sang thị trường Mỹ với giá cao hơn khoảng 10% - 15% so các thị trường khác. Lô xoài 8 tấn, gồm 3 loại xoài: Cát Hòa Lộc, Tượng da xanh và Cát Chu da vàng do Hợp tác xã xoài Mỹ Xương, huyện Cao Lãnh (Đồng Tháp) cung cấp. Đây được kỳ vọng sẽ là cơ hội lớn để rau quả Việt Nam mở rộng thị

trường trong bối cảnh tốc độ tăng trưởng của ngành đang chậm lại do gặp khó khăn ở thị trường Trung Quốc. Như vậy, cùng với thanh long, chôm chôm, nhãn, vải và vú sữa, hiện đã có 6 loại trái cây được chính thức cấp phép xuất khẩu sang thị trường Mỹ.

Trong khi đó, xuất khẩu thủy sản ước tính giảm 9,3% so với tháng trước xuống 620 triệu USD, gạo giảm 14,2% xuống 256 triệu USD, cà phê giảm 21,3% xuống 235 triệu USD, cao su giảm 21% xuống 114 triệu USD ...

Tính chung trong 4 tháng đầu năm 2019, tổng kim ngạch xuất khẩu nông, lâm, thủy sản ước tính đạt 11 tỷ USD, giảm 1,7% so với cùng kỳ năm trước và nếu không tính mặt hàng gỗ và sản phẩm gỗ thì kim ngạch xuất khẩu nhóm hàng này trong 4 tháng qua ước giảm 7,8%. Trong đó, ghi nhận sự tăng trưởng tốt của các mặt hàng chè, cao su, rau quả hay gỗ và sản phẩm gỗ. Xuất khẩu rau quả đã có dấu hiệu hồi phục với kim ngạch xuất khẩu trong 4 tháng tăng 5,5% lên 1,39 tỷ USD sau khi giảm trong những tháng đầu năm vì nhu cầu giảm từ phía Trung Quốc, bởi thời điểm thu hoạch của Trung Quốc cũng trùng với thời điểm thu hoạch một số loại trái cây Việt Nam.

Ở chiều ngược lại, kim ngạch xuất khẩu gạo, cà phê, hạt tiêu, hạt điều tiếp tục xu hướng giảm do cung vượt cầu kéo theo giá xuất khẩu giảm đáng kể. Đáng chú ý, xuất khẩu thủy sản cũng giảm nhẹ 1,3%.

Ước tính xuất khẩu các mặt hàng nông, lâm, thủy sản tháng 4 và 4 tháng đầu năm 2019

(ĐVT: Lượng: Nghìn tấn; Trị giá: Nghìn USD)

Mặt hàng	Ước tháng 4/2019		Ước 4 tháng/2019		Ước tháng 4/2019 so với T3/2019 (%)		Ước tháng 4/2019 so với T4/2018 (%)		Ước 4T/2019 so với 4T/2018 (%)	
	Lượng	Trị giá	Lượng	Trị giá	Lượng	Trị giá	Lượng	Trị giá	Lượng	Trị giá
Tổng KNXK		19.900		78.760		-12,6		7,5		5,8
Nhóm NLTS		2.950		11.004		-5,9		-1,4		-1,7
Tỷ trọng		14,8		14,0						
Thủy sản		620		2.412		-9,3		-9,0		-1,3
Rau quả		440		1.389		20,7		26,7		5,5
Hạt điều	32	244	112	885	0,1	-2,4	-0,2	-21,1	5,0	-16,9
Cà phê	140	235	629	1.085	-18,6	-21,3	-14,4	-24,7	-13,5	-22,6
Chè	10	16	37	62	7,8	-6,9	5,0	0,9	5,1	14,3
Hạt tiêu	32	80	103	270	-9,3	-10,6	19,3	-6,4	18,6	-12,2
Gạo	620	256	2.025	866	-10,6	-14,2	-13,7	-29,5	-7,9	-21,7
Sản và các sp từ sản	240	95	919	351	-11,3	-9,6	23,4	16,5	-15,5	-4,4
- Sản	42	10	197	39	-31,8	-28,1	-18,4	-19,4	-58,2	-60,3
Cao su	80	114	421	564	-22,7	-21,0	13,4	12,7	26,1	15,1
Gỗ và sản phẩm gỗ		850		3.120		-3,7		22,5		17,8
- Sản phẩm gỗ		565		2.181		-8,5		18,2		17,8

- Thủy sản – mặt hàng xuất khẩu lớn nhất trong nhóm nông, thủy sản:

Kim ngạch xuất khẩu thủy sản trong tháng 4/2019 ước đạt 620 triệu USD, giảm 9,3% so với tháng trước và giảm 9% so với tháng 4/2018. Tính chung trong 4 tháng đầu năm 2019, tổng kim ngạch xuất khẩu thủy sản ước đạt 2,4 tỷ USD, giảm 1,3% so với cùng kỳ năm trước do nhu cầu tiêu thụ của các thị trường xuất khẩu lớn như EU, Trung Quốc hay Hàn Quốc ở mức thấp.

Riêng trong quý I/2019, theo số liệu của Tổng cục Hải quan, tổng kim ngạch xuất khẩu thủy sản đạt 1,79 tỷ USD, tăng nhẹ 1,6% so với cùng kỳ năm trước. Trong đó, Nhật Bản là thị trường xuất khẩu lớn nhất với kim ngạch đạt 306,59 triệu USD, chiếm 17,1% trong tổng kim ngạch xuất khẩu thủy sản của cả nước, tăng 16,1% so với cùng kỳ năm 2018. Xuất khẩu thủy sản sang Nhật Bản tăng khá bởi theo các cam kết của Nhật Bản tại CPTPP, đa số mặt hàng thủy sản có

thể mạnh của Việt Nam được hưởng thuế suất 0% ngay sau khi hiệp định có hiệu lực.

Xuất khẩu sang thị trường Mỹ đứng thứ 2 với 283,02 triệu USD, chỉ tăng 4,4%, chiếm 15,8 %. Một trong những nguyên nhân hạn chế đà tăng trưởng xuất khẩu thủy sản sang Mỹ là do Mỹ đã tăng nhập khẩu vào cuối năm 2018 nên hàng tồn kho còn nhiều, dẫn đến giảm mua vào đầu năm 2019. Hiện thuế nhập khẩu vào Mỹ đang có chiều hướng thuận lợi cho cả tôm và cá tra nên nhiều khả năng tăng trưởng xuất khẩu thủy sản sang thị trường này sẽ khởi sắc hơn trong thời gian tới.

Xuất khẩu thủy sản sang EU giảm 11,2%, đạt 268,25 triệu USD, chiếm 15,1% do bị ảnh hưởng bởi “thê vàng” từ tháng 10/2017 và đến nay vẫn chưa được gỡ bỏ. Đây có thể coi là sức ép để ngành thủy sản Việt Nam phải thay đổi theo các chuẩn mực khai thác quốc tế.



vào kiểm tra thực hiện 4 nhóm khuyến nghị đề nghị Việt Nam tiếp tục khắc phục để chống khai thác IUU.

Xuất khẩu thủy sản sang Trung Quốc trong 4 tháng qua đạt 196,59 triệu USD, chiếm 11%, giảm 2,2% so với cùng kỳ năm trước. Hiện Trung Quốc đang đẩy mạnh việc nuôi và chế biến thủy sản nhằm phục vụ nhu cầu nội địa, đồng thời tăng cường các hàng rào

Theo thông tin từ Hội nghị triển khai các giải pháp cấp bách khắc phục cảnh báo thẻ vàng của Ủy ban châu Âu diễn ra ngày 23/4/2019 do Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn tổ chức, cần có những giải pháp quyết liệt để Việt Nam có thể tháo gỡ thẻ vàng của Ủy ban châu Âu (EC) đối với hải sản Việt Nam trong thời gian tới. Dự kiến cuối tháng 5, đầu tháng 6/2019, Đoàn Thanh tra của Tổng vụ các vấn đề về Biên và Thủy sản của EC (DG-Mare) tiếp tục

kỹ thuật đối với sản phẩm thủy sản của Việt Nam cũng như hạn chế nhập khẩu tiểu ngạch.

Ngoài ra, xuất khẩu thủy sản sang các đối tác của Việt Nam trong CPTPP cũng ghi nhận tốc độ tăng trưởng tốt 14,6% so với cùng kỳ năm 2018, đạt 502 triệu USD; trong đó, xuất khẩu sang Nhật Bản, Canada, Mexico và Malaysia tăng trưởng khả quan. Mexico tăng 36,3%, Malaysia tăng gần 33%.

Một số thị trường xuất khẩu thủy sản lớn nhất của Việt Nam trong quý I năm 2019

Thị trường	Tháng 3/2019 (nghìn USD)	So với tháng 3/2018 (%)	Quý I năm 2019 (nghìn USD)	So với quý I năm 2018 (%)
CPTPP	196.426	17,8	502.021	14,6
Nhật Bản	126.733	21,7	306.587	16,1
Canada	17.925	8,6	48.200	11,7
Australia	16.546	-0,2	43.077	1,4
Mexico	9.854	36,7	38.318	36,3
Malaysia	14.599	49,6	32.270	32,8
Singapore	7.364	-21,4	24.304	-8,6
NewZealand	1.893	-14,2	5.075	4,7
Chile	1.302	62,1	3.723	-9,4
Brunei	210	18	468	-4,7
Mỹ	104.934	-2,4	283.025	4,4
EU	108.513	-11,7	268.245	-11,2
Trung Quốc	75.699	-18,5	196.590	-2,2
Hàn Quốc	66.482	-9,7	173.140	-3,1
Thái Lan	26.542	19,3	70.803	11
Hồng Kông	13.595	-10,3	40.007	-4,1
Philippin	10.099	52,8	28.680	33,5
Đài Loan	9.813	35,9	25.522	24,9
Nga	8.496	7,9	21.645	13,6

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

Xuất khẩu gạo trong tháng 4/2019 ước tính đạt 620 nghìn tấn, trị giá 256 triệu USD, giá xuất khẩu bình quân trong tháng 4 tiếp tục giảm 4% so với tháng trước xuống 413 USD/tấn do nguồn cung dồi dào và Trung Quốc chưa tăng nhập khẩu trở lại. Tính chung trong 4 tháng đầu năm 2019, tổng lượng gạo xuất khẩu ước tính đạt 2,03 triệu tấn, trị giá 866 triệu USD, giảm 7,9% về lượng và giảm 21,7% về trị giá so với cùng kỳ năm trước, giá gạo xuất khẩu bình quân đứng ở mức 428 USD/tấn, giảm 14,9%.

Trong 4 tháng qua, Philippin là thị trường xuất khẩu gạo lớn nhất của Việt Nam với lượng gạo xuất khẩu sang thị trường này chiếm khoảng 38% thị phần. Tuy nhiên, giá gạo xuất khẩu bình quân sang Philippin đã giảm khoảng 13% xuống 393 USD/tấn. Tại Philippin, giá gạo tiêu thụ tại thị trường này đã có xu hướng giảm liên tục kể từ đầu năm, và trong thời gian tới có khả năng giảm sâu hơn khi việc thực thi qui tắc và quy định (IRR) của luật gạo mới được tiến hành. Luật thuế mới được Tổng thống Philippin thông qua cuối tháng 2/2019 sẽ tự do hóa quy trình nhập khẩu gạo và hạn chế vai trò nhập khẩu của Cơ quan Thực phẩm Quốc gia Philippin (NFA). Thay vì hệ thống cũ, các doanh nghiệp Philippin sẽ đóng mức thuế nhập khẩu 35% khi mua gạo

từ các nhà cung cấp Đông Nam Á, khoản thuế này giúp tăng ngân sách chính phủ và tài trợ cho quỹ tăng khả năng cạnh tranh ngành gạo. Với việc luật tự do hóa nhập khẩu gạo được thông qua, có khả năng trong năm 2019 lượng gạo nhập khẩu của Philippin có thể tăng mạnh lên mức cao kỷ lục 4 triệu tấn.

Đối với Trung Quốc, kể từ đầu năm 2018 đến nay, Trung Quốc đã áp dụng nhiều rào cản làm ảnh hưởng đến việc nhập khẩu gạo từ Việt Nam như tăng thuế nhập khẩu gạo nẹp từ 5% lên 50% hay kiểm soát chặt nhập khẩu gạo tằm. Có thể nói các rào cản chính sách từ phía Trung Quốc là nguyên nhân ảnh hưởng đến xuất khẩu gạo của Việt Nam và không phải do kinh tế Trung Quốc giảm tốc hay đồng Nhân dân tệ mất giá. Hiện khả năng đẩy mạnh xuất khẩu sang Trung Quốc trong ngắn hạn vẫn đang gặp nhiều trở ngại, nhất là việc Trung Quốc có thể giải phóng kho dự trữ. Tuy nhiên, xuất khẩu gạo của Việt Nam vào Trung Quốc vẫn được kỳ vọng sẽ tăng trở lại sau khi Trung Quốc công bố 22 doanh nghiệp được phép xuất khẩu gạo vào thị trường này và trong cả năm 2019, Trung Quốc tuyên bố sẽ tiếp tục nhập khẩu 5,3 triệu tấn gạo.



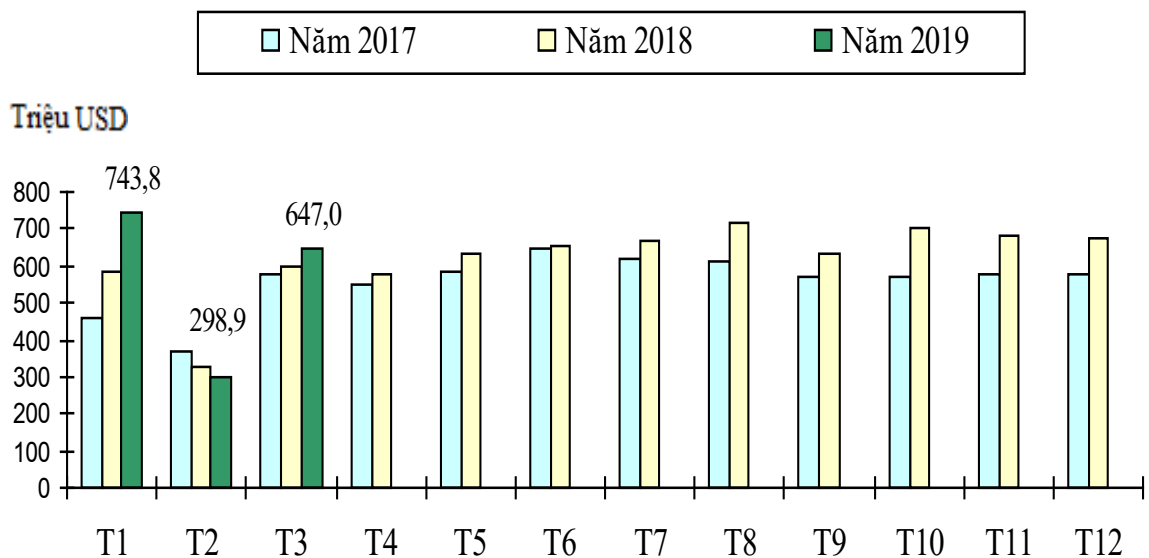
Xuất khẩu nông, lâm, thủy sản sang thị trường Mỹ có nhiều thuận lợi

Trong quý I/2019, xuất khẩu tới Mỹ là điểm sáng trong hoạt động xuất khẩu nông, lâm, thủy sản của Việt Nam, với kim ngạch đạt gần 1,7 tỷ USD, tăng 12,1% so với cùng kỳ năm 2018 và chiếm 20,97% tổng kim ngạch xuất khẩu nhóm hàng này của Việt Nam, qua đó tiếp tục là thị trường xuất khẩu các mặt hàng nông, lâm, thủy sản lớn thứ hai

của Việt Nam sau thị trường Trung Quốc.

Tính riêng trong tháng 3/2019, kim ngạch xuất khẩu nhóm hàng nông, lâm, thủy sản của Việt Nam sang thị trường Mỹ tăng 116,4% so với tháng 2/2019 và tăng 8,6% so với tháng 3/2018, đạt 646,98 triệu USD.

Kim ngạch xuất khẩu nông, lâm, thủy sản của Việt Nam tới thị trường Mỹ năm 2017 - 2019



Trong quý I/2019, xuất khẩu nông, lâm, thủy sản của Việt Nam sang thị trường Mỹ đạt kết quả khả quan chủ yếu là do xuất khẩu mặt hàng gỗ và sản phẩm gỗ vào thị trường này đã tăng mạnh 34% so với cùng kỳ năm 2018, đạt 1,03 tỷ USD.. Hiện nay Mỹ đang là thị trường xuất khẩu gỗ và sản phẩm gỗ lớn nhất của Việt Nam, chiếm 45,4% thị phần, tăng so với mức 39,3% của cùng kỳ năm 2018.

Kim ngạch xuất khẩu hàng thủy sản và hàng rau quả sang thị trường Mỹ cũng tăng 4,4% và 10% so với quý I/2018.

Tuy nhiên, kim ngạch xuất khẩu hạt điều sang thị trường Mỹ giảm 20,8%, cà phê giảm 28,9%, gạo giảm 20,3%, chè giảm 19,5%.

(Nguồn: Tổng cục Hải quan)

Trong khi đó, lượng hạt tiêu xuất khẩu sang thị trường Mỹ tăng 33,5% nhưng kim ngạch lại giảm 7,3%, tương tự xuất khẩu cao su sang thị trường Mỹ tăng 6,1% về lượng nhưng giảm 12,7% về kim ngạch.

- Triển vọng xuất khẩu sang thị trường Mỹ trong thời gian tới

Xuất khẩu nông, lâm, thủy sản của Việt Nam sang thị trường Mỹ được dự báo sẽ tiếp tục tăng trưởng khả quan trong thời gian tới.

Đặc biệt, việc Mỹ giảm bớt các rào cản thương mại kỹ thuật đối với thủy sản và mở cửa đối với các loại trái cây Việt Nam sẽ mở ra cơ hội để Việt Nam gia tăng thị phần tại thị trường này.

Xuất khẩu các mặt hàng nông, lâm, thủy sản của Việt Nam sang thị trường Mỹ trong tháng 3 và quý I/2019

(ĐVT: Lượng: tấn; Kim ngạch: nghìn USD)

Tên hàng	Tháng 3/2019		So với tháng 2/2019 (%)		So với tháng 3/2018 (%)		Quý I/2019		So với quý I/2018 (%)	
	Lượng	Kim ngạch	Lượng	Kim ngạch	Lượng	Kim ngạch	Lượng	Kim ngạch	Lượng	Kim ngạch
Tổng kim ngạch		646.979		116,4		8,6		1.688.608		12,1
Gỗ và sản phẩm gỗ		393.878		143,0		34,7		1.030.118		34,0
Hàng thủy sản		104.934		72,8		-2,4		283.025		4,4
Hạt điều	10.446	83.732	156,5	141,1	-9,5	-28,0	25.305	205.962	-0,3	-20,8
Cà phê	18.324	30.950	48,6	49,4	-23,8	-32,9	48.935	84.148	-19,8	-28,9
Hạt tiêu	5.904	16.448	61,7	62,9	20,5	-13,8	13.812	39.650	33,5	-7,3
Hàng rau quả		12.281		77,0		16,5		31.745		10,0
Cao su	2.117	2.894	-9,9	1,5	71,7	50,5	8.030	9.968	6,1	-12,7
Gạo	2.059	1.292	362,7	319,1	30,6	24,1	3.619	2.343	-26,0	-20,3
Chè	420	569	1,9	12,8	-31,1	-19,0	1.303	1.648	-28,3	-19,5

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

+ Hàng thủy sản

Trong quý I/2019, tôm đông lạnh và cá tra đông lạnh vẫn là mặt hàng thủy sản xuất khẩu lớn nhất của Việt Nam sang thị trường Mỹ. Tuy nhiên, so với cùng kỳ năm 2018 kim ngạch xuất khẩu tôm đông lạnh và cá tra đông lạnh lại lần lượt giảm 17% và 4,9%.

Trong khi đó, kim ngạch xuất khẩu các sản phẩm thủy sản khác sang thị trường Mỹ lại tăng trưởng khá cao như: Cá ngừ đông lạnh tăng 101,4%, cá ngừ đóng hộp tăng 16,2%, ghe đóng hộp tăng 13,8%, đặc biệt của đông lạnh tăng tới 2.126%...

Mặc dù giảm trong quý I/2019, nhưng xuất khẩu cá tra sang thị trường Mỹ có khả năng sẽ tăng trở lại trong thời gian tới khi sản phẩm cá tra ngày càng được người tiêu dùng Mỹ ưa chuộng. Sự tăng trưởng của thị trường Mỹ cũng tạo uy tín cho ngành cá tra tại thị trường EU khi chứng minh được hệ thống kiểm soát và quản lý an toàn vệ sinh thực phẩm của Việt Nam tương đương với của Mỹ.

Bên cạnh đó, xuất khẩu tôm sang Mỹ cũng được dự báo sẽ khả quan hơn sau khi Bộ Thương mại Mỹ công bố thuế sơ bộ đối với 31 doanh nghiệp xuất khẩu tôm Việt Nam trong đợt rà soát hành chính thứ 13 là 0%. Mặc dù chưa phải là quyết định chính thức,

mức thuế này phần nào sẽ giúp việc xuất khẩu tôm sang Mỹ thuận lợi hơn, tăng sức cạnh tranh với Ấn Độ, Thái Lan...

Nhu cầu ở mức cao, các rào cản thương mại và kỹ thuật đã giảm bớt, xuất khẩu thủy sản của Việt Nam sang thị trường này được kỳ vọng sẽ khởi sắc hơn trong các tháng còn lại của năm 2019. Trong khi đó, dư địa xuất khẩu thủy sản vào Mỹ là rất lớn, nhất là trong bối cảnh căng thẳng thương mại Mỹ - Trung Quốc chưa được giải quyết.

Vừa qua, tại Hội chợ Thủy sản Boston 2019, thủy hải sản của Việt Nam được các đối tác đánh giá là có chất lượng rất cao, ngày càng nhiều người tiêu dùng Mỹ muốn mua những thực phẩm ngon với giá phải chăng và tình hình tiêu thụ hải sản ở Mỹ sẽ tăng lên nhiều trong thời gian sắp tới.

Tuy nhiên, để xuất khẩu thủy sản vào thị trường Mỹ khởi sắc hơn nữa, các nhà sản xuất thủy sản Việt Nam vẫn phải chú trọng đảm bảo sản phẩm không chỉ sạch chất lượng mà còn đa dạng. Ngoài những sản phẩm xuất khẩu chủ lực là tôm và cá tra, các doanh nghiệp có thể phát triển các sản phẩm giá trị gia tăng như những mặt hàng chế biến sẵn từ cá biển, hải sản ăn liền là những mặt hàng tiềm năng cho thị trường Mỹ.

Bên cạnh đó, cần phải hợp tác với doanh nghiệp nhập khẩu và chế biến của Mỹ để tạo thành liên minh trong chuỗi sản xuất, từ đó mới đảm bảo lợi ích cho doanh nghiệp

sản xuất của Việt Nam, đồng thời tạo điều kiện cho quy trình thương mại hai bên được duy trì liên tục và không bị cản trở.

Tham khảo một số mặt hàng thủy sản xuất khẩu của Việt Nam sang thị trường Mỹ trong quý I/2019

Tên hàng	Quý I/2019 (nghìn USD)	So với quý I/2018 (%)
Tôm đông lạnh	96.987	-17,0
Cá tra đông lạnh	71.158	-4,9
Cá ngừ đông lạnh	49.922	101,4
Cá ngừ đóng hộp	18.551	16,2
Ghẹ đông hộp	6.415	13,8
Cá chẽm đông lạnh	3.756	53,8
Cá tuyết đông lạnh	3.552	62,1
Ghẹ đông lạnh	3.167	67,8
Cá hồi đông lạnh	2.632	27,2
Bạch tuộc đông lạnh	2.152	79,4
Cá nục đông lạnh	1.678	116,4
Cá trích đóng hộp	1.645	198,4
Cua đông lạnh	1.306	2.126,0
Cá Minh Thái đông lạnh	1.199	-2,7
Cá dứa đông lạnh	1.059	-58,5

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

+ Gỗ và sản phẩm gỗ

Xuất khẩu gỗ và sản phẩm gỗ sang thị trường Mỹ tăng mạnh trong quý I/2019 được nhận định là do căng thẳng thương mại Mỹ - Trung Quốc đã tác động tích cực tới ngành gỗ trong nước khi sản phẩm gỗ của Việt Nam có lợi thế cạnh tranh hơn so với sản phẩm cùng loại của Trung Quốc bị Mỹ áp thuế.

Mỹ là một trong những thị trường nhập khẩu sản phẩm gỗ lớn nhất của Việt Nam trong khi Trung Quốc lại cung cấp gỗ nguyên liệu lớn cho các doanh nghiệp trong nước. Căng thẳng thương mại giữa hai quốc gia này đang tác động hai chiều tới ngành gỗ nội địa.

Thứ nhất, phía Mỹ, thay vì nhập khẩu gỗ từ Trung Quốc, sẽ chuyển dịch sang tìm đối tác Việt Nam. Ở chiều ngược lại Trung Quốc không bán được sản phẩm gỗ cho Mỹ sẽ phải chuyển sang bán nguyên liệu cho Việt Nam.

Tuy nhiên, việc gia tăng đột biến kim ngạch xuất khẩu sang Mỹ có thể phát sinh những điều tra của Chính phủ Mỹ về bán phá giá và trợ cấp, như việc Mỹ đã từng làm với Trung Quốc trong năm 2017. Trong khi đó, căng thẳng thương mại Mỹ - Trung Quốc cũng tác động xấu tới việc xuất khẩu gỗ nguyên liệu sang Trung Quốc (dăm gỗ, gỗ xẻ), khi nhu cầu của Trung Quốc có thể sụt giảm.

+ Hàng rau quả

Ngày 18/4/2019, lô xoài đầu tiên của Việt Nam đã được xuất khẩu sang thị trường Mỹ. 8 tấn xoài đầu tiên xuất khẩu sang thị trường Mỹ là xoài cát Hòa Lộc, Cát Chu, tọng da xanh, được thu mua từ hợp tác xã xoài Mỹ Xương ở huyện Cao Lãnh – Đồng Tháp. Những trái xoài tươi này đều đạt tiêu chuẩn VietGAP, được Bộ Nông nghiệp và Phát triển Nông thôn và Cơ quan Kiểm dịch động thực vật Mỹ (APHIS) cấp mã số phục vụ quản lý và truy xuất nguồn gốc. Mỗi lô hàng trước khi xuất khẩu được xử lý chiếu

xạ, được kiểm dịch và cấp giấy chứng nhận kiểm dịch thực vật.

Xoài xuất khẩu sang Mỹ không chỉ đảm bảo về chất lượng, không tồn dư thuốc bảo vệ thực vật, mà còn đạt chuẩn về kích cỡ. Xoài tượng da xanh phải nặng trên 700 g, xoài Cát Chu từ 300 g, còn xoài cát Hòa Lộc chỉ lấy quả trên 400 g.

Xoài là loại trái cây thứ 6 của Việt Nam được cấp phép xuất khẩu sang thị trường Mỹ, sau thanh long, chôm chôm, nhãn, vải, vú sữa. Đây là kết quả làm việc hơn 10 năm giữa hai cơ quan nông nghiệp của Việt Nam và Mỹ. Việc Mỹ mở cửa cho một số loại trái cây Việt Nam giúp Việt Nam từng bước khẳng định được thương hiệu trên trường quốc tế.

Nhu cầu tiêu thụ xoài tại Mỹ là rất lớn, mỗi năm Mỹ phải nhập khẩu gần 400.000 tấn xoài tươi, chủ yếu từ các quốc gia Trung Mỹ và Nam Mỹ. Sản lượng xoài nội địa của Mỹ chỉ đạt khoảng 3.000 tấn/năm. Trong khi đó, Việt Nam đang có lợi thế rất lớn trong xuất khẩu xoài sang thị trường Mỹ do có sản lượng lớn và đa dạng về chủng loại trái cây này. Việc Mỹ cấp “giấy thông hành” cho trái xoài sẽ là cơ hội lớn để nâng cao tỷ trọng xuất khẩu trái cây của Việt Nam vào thị trường này trong thời gian tới.

Xoài Việt Nam tuy giá thành xuất khẩu khá cao nhưng sẽ có khả năng cạnh tranh rất tốt so với xoài các nước do có chất lượng

ngon, tỷ lệ ngọt cao.

Tuy nhiên, song song với việc mở cửa được thị trường thì còn cần phải giữ được thị trường. Doanh nghiệp cần xây dựng vùng nguyên liệu chất lượng, cụ thể là cùng liên kết với nông dân, hợp tác xã để xây dựng vùng nguyên liệu chất lượng, bền vững. Ngoài ra, các doanh nghiệp xuất khẩu cũng nên đầu tư chuyên nghiệp cho các khâu như sơ chế, đóng gói... nhằm đảm bảo các tiêu chí của nhà nhập khẩu.

Tham khảo một số mặt hàng rau hoa quả xuất khẩu của Việt Nam sang thị trường Mỹ trong quý I/2019

Tên hàng	Quý I/2019 (nghìn USD)	So với quý I/2018 (%)
Thanh long	9.564	-14,8
Nhãn	2.009	69,5
Ngô	1.761	-0,9
Dừa	1.512	-5,4
Nấm rom	1.354	92,9
Hạnh nhân	1.242	172,5
Mãng cầu	1.222	224,8
Nho	1.167	524,8
Chôm chôm	1.069	-21,5
Hạt dẻ cười	992	34,0
Dưa chuột	873	611,6
Dứa	768	-9,0
Vú sữa	646	-64,5

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

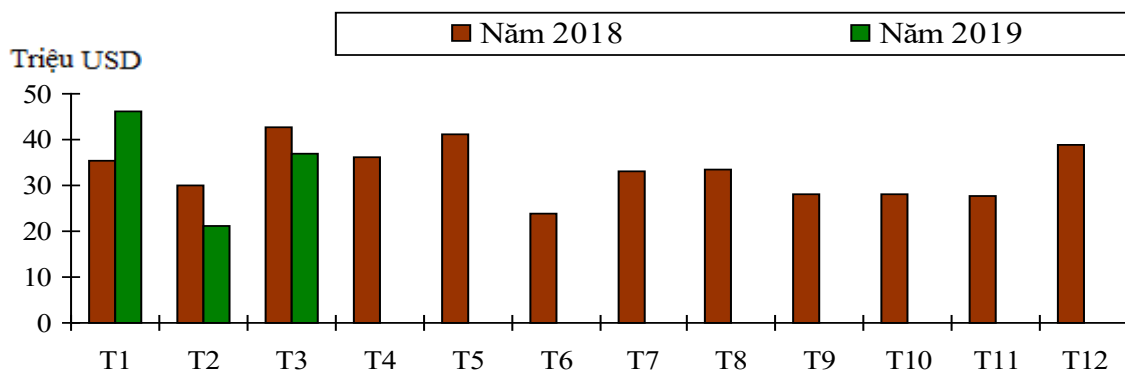


Xuất khẩu hàng thủy sản sang Nga tăng trong quý I/2019

Theo số liệu thống kê của Tổng cục Hải quan, kim ngạch xuất khẩu các mặt hàng nông, lâm, thủy sản của Việt Nam sang thị trường Nga trong tháng 3/2019 đạt 37,1 triệu USD, tăng 76,6% so với tháng trước nhưng giảm 13,1% so với tháng 3/2018.

Tính chung quý I năm 2019, kim ngạch xuất khẩu nhóm hàng nông, lâm, thủy sản của Việt Nam sang thị trường này đạt 105,4 triệu USD, giảm 2,5% so với cùng kỳ năm 2018.

Kim ngạch xuất khẩu nông, lâm, thủy sản của Việt Nam tới thị trường Nga năm 2018-2019 (ĐVT: triệu USD)



(Nguồn: Tổng cục Hải quan)

Về chủng loại:

Trong quý I/2019, xuất khẩu một số mặt hàng nông, lâm, thủy sản của Việt Nam sang thị trường Nga tăng như hàng thủy sản, hạt điều, gạo... nhưng xuất khẩu một số mặt hàng giảm như hàng rau quả, cao su, hạt tiêu...

sang Nga đạt kim ngạch cao nhất trong quý I/2019, với 49,6 triệu USD, giảm 7,7% so với cùng kỳ năm 2018.

Một số mặt hàng xuất khẩu sang thị trường này có kim ngạch tăng như hạt điều tăng 22,4%, đạt 15,7 triệu USD; xuất khẩu gạo tăng 14,6% so với cùng kỳ năm 2018, đạt 5,3 triệu USD...

Trong đó, kim ngạch xuất khẩu cà phê

Xuất khẩu các mặt hàng nông, lâm, thủy sản sang thị trường Nga quý I/2019

(ĐVT: Lượng: tấn; Trị giá: nghìn USD)

Mặt hàng	Quý I/2019		So quý I/2018 (%)		Tháng 3/2019		So với tháng 2/2019 (%)		So với tháng 3/2018 (%)	
	Lượng	Trị giá	Lượng	Trị giá	Lượng	Trị giá	Lượng	Trị giá	Lượng	Trị giá
Tổng		105.352		-2,5		37.101		76,6		-13,1
Cà phê	26.110	49.586	1,5	-7,7	6.886	13.741	16,9	20,9	-29,0	-37,4
Hàng thủy sản		21.645		13,6		8.496		148,4		7,9
Hạt điều	1.989	15.736	52,9	22,4	816	6.445	180,4	173,5	63,9	31,5
Chè	3.671	5.669	-11,2	-12,0	999	1.579	-5,7	-2,5	-29,9	-30,1
Hàng rau quả		4.512		-34,9		2.133		156,0		-7,0
Cao su	1.670	2.356	-25,6	-30,8	807	1.186	131,2	140,0	22,6	22,6
Gạo	5.337	2.214	20,9	14,6	4.512	1.781	495,3	350,7	74,5	59,2
Hạt tiêu	833	1.865	11,7	-18,9	568	1.231	381,4	344,4	118,5	48,2
Gỗ và sp gỗ		1.770		27,3		508		106,6		-1,8

(Nguồn: Tính toán từ số liệu thống kê của Tổng cục Hải quan)

Đáng chú ý, xuất khẩu hàng thủy sản sang thị trường Nga trong quý I/2019 tăng khá, đạt 21,6 triệu USD, tăng 13,6% so với cùng kỳ năm 2018. Trong đó, một số chủng loại thủy sản tăng rất mạnh so với cùng kỳ năm 2018 như Surimi tăng 95,4%, đạt 5,8 triệu USD; cá chỉ vàng tăng 81,7%, đạt 5,5 triệu USD; tôm đông lạnh tăng 107,1%, đạt 1,9 triệu USD...

Trong thời gian tới, dự báo xuất khẩu thủy sản sang Nga tiếp tục duy trì tốc độ

tăng trưởng khá do nhu cầu tiêu thụ thủy sản tại thị trường này hiện đang liên tục tăng cao. Theo Cơ quan Thống kê Nhà nước Liên bang Nga (Rosstat), trong 3 năm trở lại đây, nhập khẩu nhóm hàng nông, lâm, thủy sản vào Nga tăng liên tục qua các năm, trong đó, năm 2016, nhập khẩu nhóm hàng này vào Nga đạt 12,9 tỷ USD, năm 2017 tăng lên 15,5 tỷ USD và đạt mức 16,4 tỷ USD vào năm 2018 và dự báo lên 17,3 tỷ USD trong năm 2019.

Kim ngạch xuất khẩu một số mặt hàng thủy sản của Việt Nam sang thị trường Nga quý I/2019 (ĐVT: Nghìn USD)

Tên hàng	Quý I/2019	So với quý I/2018 (%)	Tháng 3/2019	So với tháng 2/2019 (%)	So với tháng 2/2019 (%)
Surimi	5.777	95,4	3.728	884,9	300,2
Cá chỉ vàng khô	5.481	81,7	1.820	24,3	35,1
Cá tra đông lạnh	4.880	-12,6	739	118,5	-63,0
Tôm đông lạnh	1.865	107,1	991	172,6	449,3
Cá cơm khô	1.573	26,3	757	194,1	5,0
Cá ngừ khô	1.404	34,5	375	-6,9	1,5
Cá ngừ khô	302	100,0			
Bạch tuộc đông lạnh	119	-87,0			
Nước mắm	68		29	-1,7	
Cá ngừ đóng hộp	50	-23,3			
Cá bánh lái khô	24	-44,6	24		200,2
Cá liệt khô	23				
Cá đục khô	21	-50,0			

(Nguồn: Tính toán sơ bộ từ số liệu của Tổng cục Hải quan)

Tham khảo một số doanh nghiệp xuất khẩu thủy sản đạt kim ngạch cao của Việt Nam sang thị trường Nga quý I/2019

STT	Tên doanh nghiệp	Trị giá (nghìn USD)
1	Công Ty Trách Nhiệm Hữu Hạn Hùng Cá	4.543
2	Công Ty Cổ Phần Xuất Nhập Khẩu Thực Phẩm Sài Gòn	3.018
3	Công Ty TNHH Mtv Thực Phẩm Anh Long	2.264
4	Công Ty TNHH Ngọc Tuấn Surimi	2.125
5	Công Ty Cp Sài Gòn Tâm Tâm	1.823
6	Công Ty Cp Chế Biến Và Dịch Vụ Thủy Sản Cà Mau	1.536
7	Công Ty Trách Nhiệm Hữu Hạn Hải Thanh	1.247
8	Cty Cổ Phần Sài Gòn Tâm Tâm	1.138
9	Công Ty Cp Tập Đoàn Thủy Sản Minh Phú	872
10	Dntn Anh Long	602
11	Cty Cổ Phần Chế Biến Và Dịch Vụ Thủy Sản Cà Mau	394
12	Công Ty TNHH Chế Biến Thủy Sản Minh Quý	387
13	Công Ty Cp Thủy Sản Và Xuất Nhập Khẩu Côn Đảo	366
14	Công Ty Cp Camimex Group	316
15	Công Ty Cổ Phần Thủy Sản Minh Hải	290

(Nguồn: Tính toán sơ bộ từ số liệu của Tổng cục Hải quan, chỉ dùng để tham khảo)

Xây dựng và phát huy thương hiệu nông sản Hòa Bình

Với vị trí địa lý thuận lợi và nhiều loại nông sản ưu thế, tỉnh Hòa Bình có lợi thế rất lớn để phát triển một nền nông nghiệp hàng hóa đa dạng và giá trị cao, từ đó thúc đẩy thực hiện tái cơ cấu ngành nông nghiệp theo hướng nâng cao giá trị gia tăng, phát triển bền vững, thích ứng với biến đổi khí hậu, gắn với xây dựng nông thôn mới.

Hòa Bình có hàng chục nghìn ha quy hoạch và phát triển vùng trồng chế biến sản phẩm rau củ quả, cây công nghiệp, cây nguyên liệu như mía đường, mía tím, bưởi, chè, dứa có giá trị gia tăng cao phục vụ cho nhu cầu tiêu dùng trong nước và chế biến xuất khẩu.

Trong những năm qua, tỉnh Hòa Bình đã xây dựng được thương hiệu một số sản phẩm đặc sản nổi bật mang giá trị cao, hình thành vùng chuyên canh sản xuất hàng hóa tập trung cung cấp cho thị trường và phục vụ chế biến nông sản. Sản phẩm đặc sản được bảo hộ, giúp người sản xuất, kinh doanh có đầu ra ổn định, hạn chế rủi ro về biến động giá cả và mở rộng thị trường tiêu thụ.

Toàn tỉnh hiện có trên 9.800 ha cây ăn quả có múi, trong đó có 5.200 ha trong thời kỳ kinh doanh, sản lượng đạt 120 nghìn tấn (gần 400 ha trồng theo tiêu chuẩn an toàn thực phẩm, VietGAP), dự báo đến năm 2020 đạt trên 20 nghìn tấn, giá trị thu nhập bình quân từ 500 đến 700 triệu đồng/ha. Do đề cao giữ thương hiệu bằng chất lượng nông sản nên thời gian qua, các sản phẩm cây ăn quả có múi như: Cam Cao Phong, cam Lạc Thủy, bưởi Tân Lạc đã được người tiêu dùng tin tưởng, tiêu thụ rộng rãi trong cả nước. Sản phẩm cam Cao Phong được Cục Sở hữu trí tuệ cấp chứng nhận Chỉ dẫn địa lý năm 2014 và Viện Sở hữu trí tuệ quốc tế cấp chứng thư “Top 10 thương hiệu, nhãn hiệu nổi tiếng lần thứ 5” năm 2016 đã tạo bước tiến quan trọng trong việc xây dựng và phát triển thương hiệu cam Cao Phong, đưa nông sản này chinh phục thị trường. Trong năm 2018, huyện Cao Phong tiếp tục mở rộng, thành lập thêm các nhóm sản

xuất VietGap nhằm mục tiêu hướng tới năm 2020, toàn huyện có khoảng 50% diện tích cam sản xuất theo tiêu chuẩn VietGap. Với người trồng cam, việc đảm bảo sản xuất theo đúng quy trình VietGap đã giúp sản phẩm họ làm ra có thể bước vào các thị trường khó tính với sức cạnh tranh mạnh.

Năm 2017, Bưởi đỏ Tân Lạc, Nhãn Kim Bôi cũng đã được Cục Sở hữu trí tuệ Việt Nam cấp bằng chứng nhận thương hiệu bảo hộ chỉ dẫn địa lý giúp cho thương hiệu của những loại cây ăn quả này ngày được nhiều người ưa chuộng.



Hiện nay, trung bình mỗi ha cây có múi, người dân có thu nhập từ 400 - 500 triệu đồng. Tại các vùng sản xuất, người dân và các tổ chức, doanh nghiệp, hợp tác xã, chủ trang trại, cơ sở sản xuất đã ứng dụng công nghệ cao theo tiêu chuẩn sạch, an toàn. Toàn tỉnh có khoảng 1.000 ha cam, quýt, bưởi được cấp chứng nhận VietGap và dán tem truy xuất nguồn gốc trên quả và bao bì nhằm tránh hàng giả, hàng nhái trà trộn làm mất uy tín sản phẩm.

Bên cạnh việc phát triển nông lâm nghiệp, với hệ thống sông, suối, ao, hồ

phân bố tương đối đều và đặc biệt là hồ Hòa Bình với lưu vực rộng, diện tích mặt nước lớn, chất lượng nước cao là lợi thế cho phát triển nghề nuôi trồng thủy sản. Hiện nay trên lòng hồ Hòa Bình có khoảng 4.000 lồng cá, với sản lượng mỗi năm đạt trên 7.000 tấn. Cá lồng hồ Hòa Bình hiện nay đã có thương hiệu và lượng tiêu thụ khá tốt. Để giữ vững thương hiệu cá, tôm trên hồ Hòa Bình, tỉnh đã xây dựng nhãn hiệu và đã được Cục sở hữu trí tuệ cấp giấy chứng nhận “nhãn hiệu chứng nhận Cá sông Đà Hòa Bình cho 16 loài cá khai thác tự nhiên và 17 loài cá nuôi”, “nhãn hiệu chứng nhận tôm sông Đà Hòa Bình”...



Ngoài ra, nhiều thương hiệu nông sản của tỉnh Hòa Bình đã được thị trường trong nước và nước ngoài biết đến, từ sản phẩm chè Shan Tuyết, rau hữu cơ, gà đồi Lạc Thủy, gà Lạc Sơn, mật ong Hòa Bình ...

Với diện tích đất tự nhiên tới 4.600 km², trong đó diện tích rừng nhiều nhất cả nước chiếm tới 54% với nhiều khu bảo tồn thiên nhiên còn giữ được nhiều cây gỗ, dược liệu quý và các loài thú có tính đa dạng sinh học cao;

đất chưa sử dụng chiếm 20% diện tích đất tự nhiên; điều kiện thổ nhưỡng, khí hậu phù hợp với nhiều loại cây trồng vật nuôi. Khai thác lợi thế này tỉnh Hòa Bình đã và đang ưu tiên kêu gọi đầu tư vào sản xuất, chế biến các sản phẩm từ nông, lâm nghiệp, đặc biệt là các dự án đầu tư vào nông nghiệp công nghệ cao.

Thực hiện tái cơ cấu ngành nông nghiệp, thành phố Hòa Bình chuyển đổi mạnh cơ cấu theo hướng sản xuất hàng hóa, nâng cao chất lượng, giá trị sản phẩm, dần

hình thành các vùng sản xuất tập trung, ứng dụng các tiến bộ khoa học kỹ thuật để nâng cao chất lượng sản phẩm. Các xã đã lập các dự án phát triển sản xuất nâng cao thu nhập cho người dân dựa trên tiềm năng và lợi thế của mỗi địa phương, dần hình thành các vùng sản xuất chuyên canh, tạo ra sản phẩm lợi thế, đặc sản vùng như dự án chăn nuôi bò, dự án phát triển sản xuất rau màu, trồng nấm Linh Chi, trồng ổi, nhãn, nuôi cá lồng vùng lòng hồ...

Vừa qua, UBND tỉnh Hòa Bình tổ chức Lễ công bố và đón nhận Quyết định số 269/QĐ-TTg ngày 8/3/2019 của Thủ tướng Chính phủ về việc công nhận thành phố Hòa Bình hoàn thành nhiệm vụ xây dựng nông thôn mới năm 2018. Để đạt kết quả này, thành phố đã tập trung thực hiện tốt công tác lãnh đạo, chỉ đạo từ khâu quy hoạch, thực hiện quy hoạch, huy động nguồn lực, đến thực hiện các tiêu chí, ưu tiên đầu tư cho các xã khó khăn, đặc biệt tập trung đầu tư xây dựng các công trình điện, đường, trường, trạm. Tổng nguồn vốn huy động đầu tư cho xây dựng nông thôn mới trên địa bàn thành phố trong 8 năm thực hiện trên 800 tỷ đồng...

Xây dựng 4 chuỗi giá trị nông sản:

Trong năm 2019, tỉnh Hòa Bình đã đề ra một số nhiệm vụ và giải pháp để khắc phục hạn chế như tiếp tục xây dựng và thực hiện tốt các chủ trương, chính sách phát triển kinh tế hợp tác, hợp tác xã, bố trí mọi nguồn lực triển khai hiệu quả các kế hoạch của tỉnh đề ra về phát triển hợp tác xã kiểu mới gắn với chuỗi giá trị sản phẩm chủ lực, quy mô lớn, có sức lan tỏa.

Tỉnh ủy Hòa Bình cũng đề nghị Liên minh Hợp tác xã Việt Nam quan tâm đầu tư hỗ trợ và triển khai xây dựng 4 chuỗi giá trị sản phẩm nông sản, thực phẩm chủ lực của tỉnh, gồm: Cá sông Đà, cam Cao Phong, bưởi đỏ Tân Lạc và gà đồi; hỗ trợ xúc tiến thương mại, kêu gọi đầu tư sản xuất cho các hợp tác xã; đẩy mạnh kết nối cung cầu, xây dựng thương hiệu, tìm kiếm đầu ra cho các hợp tác xã.

Chủ tịch Liên minh Hợp tác xã Việt Nam định hướng một số nhiệm vụ trọng tâm trong thời gian tới, gồm: Từng bước hình thành Liên hiệp hợp tác xã theo ngành nghề để giảm chi phí sản xuất, marketing và tăng cường quảng bá, giới thiệu, tiêu thụ sản phẩm; xây dựng chính sách hấp dẫn có tính khả thi cao đối với hoạt động của hợp tác xã, nhất là nâng cao nhận thức và năng lực quản trị; rà soát và có chính sách hấp dẫn đối với các doanh nghiệp chế biến.

Dùng kênh phân phối hiện đại để nâng tầm nông sản thực phẩm Việt Nam

Ngày 17/4/2019, Ban chỉ đạo Cuộc vận động “Người Việt Nam ưu tiên dùng hàng Việt Nam” Thành phố Hồ Chí Minh tổ chức tọa đàm “Chấp cánh hàng Việt”.

Qua 10 năm thực hiện cuộc vận động “Người Việt Nam ưu tiên dùng hàng Việt Nam”, tại thị trường Thành phố Hồ Chí Minh, nhóm hàng công nghệ, hàng hóa qua chế biến của Việt Nam đã có chỗ đứng. Tuy nhiên, nhóm hàng nông sản thực phẩm chưa thực sự tạo được niềm tin với người tiêu dùng, chất lượng cũng chưa đồng đều. Trong khi đó, nhu cầu tiêu thụ nhóm hàng thực phẩm tươi sống của Thành phố Hồ Chí Minh là rất lớn.

Chi tiêu cho thực phẩm tươi sống và hàng tiêu dùng nhanh (bánh kẹo, nước giải khát...) chiếm 1/4 chi tiêu hàng tháng của người dân. Thành phố có khoảng 2,3 triệu gia đình, trung bình mỗi tuần 1 gia đình chi 1,1 triệu đồng để mua nông sản thực phẩm tươi sống và quy mô thị trường thực phẩm tươi sống của thành phố lên đến hơn 6 tỷ USD/năm.

100 doanh nghiệp đầu tiên của Việt Nam có thể xuất khẩu qua Amazon

Bộ Công Thương Việt Nam và Amazon đã thống nhất Chương trình hợp tác trong vòng 3 năm (2019-2021) nhằm hỗ trợ doanh nghiệp xuất khẩu toàn cầu; xây dựng thương hiệu cho các doanh nghiệp, các sản phẩm của doanh nghiệp trên môi trường thương mại điện tử của Amazon cũng như

Liên minh Hợp tác xã Việt Nam sẽ đồng hành cùng tinh tổ chức đào tạo, bồi dưỡng tập huấn; xây dựng và nhân rộng mô hình sản xuất công nghệ cao, xây dựng và quảng bá thương hiệu, hỗ trợ chế biến, tiêu thụ sản phẩm; trước mắt xây dựng chuỗi sản phẩm cá Sông Đà, gà bản địa. Thực hiện các chương trình đào tạo chuyên biệt để nâng cao năng lực quản trị cho các hợp tác xã; hỗ trợ kết nối với các thị trường nước ngoài và hỗ trợ triển khai dự án trồng rừng của tỉnh; quan tâm về tín dụng và đẩy mạnh hiệu quả hoạt động của quỹ phát triển hợp tác xã.

Cùng với đó, yêu cầu của người tiêu dùng với nhóm hàng này ngày càng cao, phải có tiêu chuẩn rõ ràng, truy xuất được nguồn gốc, đảm bảo an toàn vệ sinh thực phẩm... Kênh phân phối hiện đại của Thành phố hiện mới chỉ chiếm gần 20% thị phần nhóm hàng nông sản thực phẩm tươi sống nhưng đang phát triển, tăng thị phần rất nhanh và được ngày càng nhiều người tiêu dùng lựa chọn để mua sắm.

Từ thực tế đó, thời gian tới, Cuộc vận động “Người Việt Nam ưu tiên dùng hàng Việt Nam” tại Thành phố Hồ Chí Minh sẽ tập trung vào chương trình “Chấp cánh hàng Việt” với mục tiêu cụ thể là tập trung vào nhóm hàng nông sản thực phẩm tươi sống, dùng hệ thống phân phối hiện đại để chuẩn hóa và nâng tầm hàng Việt. Thành phố sẽ đề nghị hệ thống tiêu dùng hiện đại hình thành bộ tiêu chuẩn cho nông sản Việt, bán nông sản đạt chuẩn, có truy xuất nguồn gốc, có thương hiệu, có bao bì đúng quy định.

đào tạo các doanh nghiệp có thể phát triển xuất khẩu qua Amazon.

Cục Xúc tiến Thương mại (Bộ Công Thương) cho biết, tốc độ tăng trưởng của thương mại điện tử cũng như thương mại số, kinh tế số của Việt Nam dự kiến năm

2030 tăng gần 600 lần so với năm 2003. Vì vậy, trong thời gian tới, công tác xúc tiến xuất khẩu thông qua môi trường thương mại điện tử cũng như kinh tế số là một trong những ưu tiên của Bộ Công Thương nhằm hỗ trợ doanh nghiệp.

Trong những tháng đầu năm 2019, Cục Xúc tiến thương mại đã có những thông báo, khoá tập huấn, công bố thông tin về chương trình hợp tác này. Ngày 11/4/2019, Cục Xúc tiến Thương mại đã tổ chức phát động chương trình xuất khẩu qua môi trường điện tử của Amazon.

Đã có 100 doanh nghiệp đột đầu tiên được Amazon và Cục Xúc tiến

Thương mại lựa chọn để có thể đăng ký tài khoản cũng như xuất khẩu qua Amazon. Từ nay đến cuối năm 2019, Cục Xúc Tiến Thương Mại sẽ tiếp tục có những khoá đào tạo để lựa chọn ra những doanh nghiệp có đủ năng lực xuất khẩu vào Amazon.



Huyện Gò Quao (tỉnh Kiên Giang): Phát triển mạnh mô hình tiêu leo trầm

Huyện Gò Quao, tỉnh Kiên Giang đang phát triển mạnh mô hình trồng tiêu giá thể từ cây trầm (còn gọi là mô hình tiêu leo trầm), nhất là ở hai xã Vĩnh Hòa Hưng Bắc và Vĩnh Hòa Hưng Nam. Nông dân ở Gò Quao hiện còn được chính quyền địa phương tạo điều kiện để tham gia vào các tổ hợp tác trồng tiêu hữu cơ, giúp tăng giá trị kinh tế từ sản phẩm tiêu hữu cơ.

Hiện tại, diện tích trồng tiêu huyện Gò Quao khoảng 205 ha, trong đó chủ yếu là mô hình tiêu leo trầm. Xã Vĩnh Hòa Hưng Bắc là địa phương phát triển mạnh nhất mô hình tiêu leo trầm với khoảng 120 hộ trồng tiêu, diện tích khoảng 100 ha.

Khác với nhiều địa phương có nghề trồng tiêu trong khu vực Đồng bằng sông Cửu Long và cả nước, mô hình trồng tiêu nơi đây sử dụng cây trầm để cây tiêu leo bám, sinh trưởng và phát triển. Cách thức này giúp tiết kiệm chi phí ban đầu làm nọc (nọc bê-tông, nọc gỗ...), hơn nữa, đặc điểm cây trầm có tán nhỏ, mọc thẳng đứng với lớp vỏ bên ngoài giúp dây tiêu bám rễ bền chặt, hút nước tốt. Bình quân 1.000 m² đất vườn trồng từ 200 - 300 nọc tiêu.

Nhờ hiệu quả kinh tế cao, dễ trồng nên rất nhiều hộ trong xã đã áp dụng và được nhân rộng trên địa bàn toàn huyện. Không

chỉ mang lại giá trị kinh tế, mô hình này còn tạo ra môi trường sinh thái xanh - sạch trong lành cho người dân.

Ngành nông nghiệp huyện Gò Quao đã phối hợp với Trạm khuyến nông, cùng sự hỗ trợ của Sở Khoa học và Công nghệ, Sở Nông nghiệp và Phát triển nông thôn Kiên Giang, đẩy mạnh chuyển giao khoa học kỹ thuật, ứng dụng sử dụng phân vi sinh, từng bước nâng cao chất lượng hạt tiêu, đảm bảo an toàn vệ sinh thực phẩm.

Đến thời điểm hiện tại, đã có 20 ha tiêu của huyện Gò Quao đạt chứng nhận VietGAP và đang làm thí điểm 11,8 ha mô hình tiêu hữu cơ của Công ty TNHH Sinh học tự nhiên Phú Quốc. Bước đầu triển khai có những tín hiệu khả quan khi qua kiểm tra một số điều kiện để sản xuất tiêu hữu cơ, doanh nghiệp đã đáp ứng được yêu cầu. Nông dân trồng tiêu cũng đã đối ứng rất tốt các điều kiện doanh nghiệp đưa ra cùng các tiêu chuẩn sản xuất tiêu theo quy trình hữu cơ.

Đây là định hướng sản xuất tiêu trong tình hình giá cả thị trường biến động, cùng với việc từng bước quy hoạch vùng nguyên liệu tiêu nhằm đáp ứng được yêu cầu của doanh nghiệp, góp phần xây dựng thương hiệu của sản phẩm tiêu Gò Quao ngày càng phát triển.

Mời tham gia chương trình xúc tiến thương mại, đưa hàng vào siêu thị Nam Phi

Nhằm thúc đẩy quan hệ thương mại giữa Việt Nam và Nam Phi, Bộ Công Thương sẽ tổ chức đoàn xúc tiến thương mại, trưng bày hàng hóa tại siêu thị bán buôn và bán lẻ của Nam Phi từ ngày 08 đến ngày 16 tháng 5 năm 2019.

Bên cạnh các hoạt động trưng bày và giới thiệu sản phẩm tại hệ thống siêu thị của Nam Phi, đoàn sẽ có các hoạt động nghiên cứu, khảo sát thị trường, tiến hành các hoạt động giao thương, gặp gỡ đối tác bạn hàng, làm việc với các doanh nghiệp nhập khẩu nhằm đẩy mạnh xuất khẩu hàng hóa Việt Nam sang nước này. Các mặt hàng tập trung gồm có nông sản (gạo, cà phê, hạt tiêu, chè, cơm dừa), thực phẩm chế biến, bánh kẹo, đồ ngọt, nước giải khát, thủy sản, dệt may, điện tử gia dụng, văn phòng phẩm, da giày...

Nam Phi có hệ thống siêu thị rất phát triển, không chỉ phục vụ tại thị trường Nam Phi mà còn trải rộng trên khắp các quốc gia Châu Phi. Năm siêu thị bán lẻ về thực phẩm lớn nhất nước này (chiếm 60% trong tổng số hàng hóa bán lẻ tại Nam Phi) gồm có Shoprite, Pick n Pay, Spar, Woolworths và Walmart's Cambridge Foods.

Trong chương trình xúc tiến thương mại lần này, Bộ Công Thương sẽ phối hợp với Phòng Thương mại và Công nghiệp tại hai thành phố Cape Town và Johannesburg tổ chức Hội thảo doanh nghiệp tại các thành phố này. Bên cạnh đó, Bộ Công Thương tổ chức hỗ trợ doanh nghiệp trưng bày, quảng bá sản phẩm tại gian hàng Việt Nam tại siêu thị bán buôn Advance Cash& Carry và siêu thị bán lẻ Shoprite của Nam Phi trong thời gian diễn ra chương trình. Đây là cơ hội tốt để các doanh nghiệp trưng bày và giới thiệu sản phẩm tới người tiêu dùng Nam Phi, trực tiếp gặp gỡ, thảo luận, tiến hành giao thương, tìm kiếm các cơ hội hợp tác với các đối tác Nam Phi nhằm thiết lập quan hệ làm ăn và đẩy mạnh xuất khẩu hàng hóa của Việt Nam sang thị trường này.

Bộ Công Thương thông báo nội dung trên và trân trọng mời các doanh nghiệp quan tâm, gửi đăng ký tham gia Chương trình. Các chi phí (vé máy bay, ăn ở, đi lại) do doanh nghiệp tự chi trả.

Mọi thông tin xin liên hệ:

Vụ Thị trường châu Á, châu Phi, Bộ Công Thương

Chị Nguyễn Minh Phương, Trưởng phòng Tây Á – Châu Phi

+ Địa chỉ: 54 Hai Bà Trưng, Quận Hoàn Kiếm, Hà Nội

+ Điện thoại: (+84) 90 417 2942;

+ Email: Phuonngmi@moit.gov.vn

Hoặc: Chị Nguyễn Thị Hoàng Yến, chuyên viên

+ Địa chỉ: 54 Hai Bà Trưng, Quận Hoàn Kiếm, Hà Nội

+ Điện thoại: (+84) 912189763

+ Email: yenngh@moit.gov.vn

Từ 1/5/2019, dưa hấu lát rơm sẽ không được xuất khẩu sang Trung Quốc



Cục Chế biến và Phát triển thị trường nông sản (Bộ Nông nghiệp và Phát triển Nông thôn) vừa có công văn gửi Cục Bảo vệ thực vật và Hiệp hội Rau quả Việt Nam về việc thời hạn áp dụng quản lý truy xuất nguồn gốc trái cây nhập khẩu của Trung Quốc.

Cụ thể, từ ngày 1/1/2019, các loại nông sản xuất khẩu sang Trung Quốc đều phải đăng ký thông tin nhà vườn, nhà xưởng, bao bì gửi cho Hải quan Trung Quốc.

Đặc biệt, từ ngày 1/5/2019, Hải quan Trung Quốc sẽ không cho phép dưa hấu lát rơm thông quan; yêu cầu dùng xốp lưới hoặc chất liệu không có sinh vật gây hại để bọc trái.

Ứng dụng công nghệ thông tin quản lý, truy xuất nguồn gốc các mặt hàng đặc sản Đà Lạt

UBND tỉnh Lâm Đồng vừa phê duyệt Đề án “Xây dựng cơ sở dữ liệu, ứng dụng công nghệ thông tin quản lý, truy xuất nguồn gốc các mặt hàng đặc sản Đà Lạt” với mục tiêu nhằm giúp người tiêu dùng truy xuất thông tin nhà sản xuất, thông tin sản phẩm để quản lý an toàn thực phẩm, bảo vệ sức khỏe người tiêu dùng, đồng thời, tăng khả năng cạnh tranh cho hàng đặc sản

Đối với mít, yêu cầu dùng giấy dai Kraft để bọc hoặc dùng bao bì là thùng giấy có in thông tin truy xuất nguồn gốc.

Ngoài ra, đối với chuối, yêu cầu bao bì là thùng giấy hoặc túi nhựa để bọc (đều phải in mã và thông tin truy xuất nguồn gốc).

Theo Cục Chế biến và phát triển thị trường nông sản, dưa hấu Việt Nam xuất khẩu sang Trung Quốc có thể sử dụng cách dán tem có mã truy xuất nguồn gốc lên trái dưa hoặc đóng dưa bằng bao bì thùng giấy có thông tin truy xuất nguồn gốc.

Doanh nghiệp xuất khẩu cần chủ động lựa chọn sử dụng bao bì thùng giấy hoặc tem nhãn dán lên trái cây, chủ động chọn đơn vị in tem nhãn truy xuất nguồn gốc.

Đà Lạt, bảo vệ thương hiệu, chống gian lận thương mại.

Tới đây, mỗi loại đặc sản của Đà Lạt nói riêng và tỉnh Lâm Đồng nói chung sẽ được nhận diện bởi một dãy số và mỗi dãy số chỉ tương ứng với một loại hàng hóa, từ đó giúp người dân phân biệt nhanh chóng, chính xác các loại hàng hóa khác nhau.

Trong năm 2019, tỉnh sẽ hỗ trợ 100 cơ sở sản xuất đặc sản Đà Lạt thử nghiệm đề án, trong đó hỗ trợ 82 cơ sở làm đăng ký mã số mã vạch và phí sử dụng mã số mã vạch trong vòng 1 năm. Ngoài ra, tỉnh sẽ hỗ trợ phí sử dụng mã vạch cho 18 cơ sở. Việc làm này là nhằm giúp các cơ sở chế biến, kinh doanh đặc sản Đà Lạt hiểu rõ tầm quan trọng của việc xây dựng thương hiệu và quản lý chất lượng sản phẩm, tạo uy tín trên thị trường.

Sau khi xây dựng thành công những mô hình ban đầu, đề án sẽ được nhân rộng trên toàn thành phố và các địa phương lân cận.

Theo đó, mỗi loại hàng hóa được nhận diện bởi một dãy số và mỗi một dãy số chỉ tương ứng với một loại hàng hóa, như là “thẻ căn cước” của hàng hóa, giúp phân biệt nhanh chóng và chính xác các loại hàng hóa khác nhau. Ngoài ra, sản phẩm đặc sản còn được gắn mã vạch.

Ngoài việc hỗ trợ thủ tục hồ sơ và chi phí đăng ký sử dụng mã số, mã vạch... các cơ sở chế biến hàng đặc sản Đà Lạt nằm trong đề án còn được ưu tiên giới thiệu, kết nối cung cấp sản phẩm vào các hệ thống phân phối, kênh phân phối trong và ngoài tỉnh.

Algeria công bố danh mục 992 mặt hàng nhập khẩu chịu thuế phòng vệ thương mại

Ngày 21/4/2019, Bộ Thương mại Algeria đã công bố danh mục mới về các mặt hàng chịu thuế phòng vệ bổ sung tạm thời (DAPS) trong đó giảm khoảng 100 mặt hàng so với danh mục cũ ban hành ngày 26/1/2019. Danh mục mới này bao gồm 992 mặt hàng với tỷ suất thuế dao động từ 30 đến 120% thay thế cho danh mục ban hành ngày 26 tháng 1 năm 2019 liên quan đến 1095 mặt hàng nhập khẩu phải chịu DAPS với tỷ suất từ 30-200%.

Theo quy định mới, những mặt hàng không phải chịu thuế DAPS nữa bao gồm thịt bò tươi hoặc đông lạnh, trái cây khô (đồ lạt, hạnh nhân...), trái cây sấy (nhô

khô, mận...), những thực phẩm ăn kiêng với mục đích chữa bệnh và một số sản phẩm khác (như bơ).

Theo Bộ Thương mại Algeria việc nhập khẩu các mặt hàng thực phẩm như thịt và chuối sẽ được thực hiện mà không cần quota. Giấy phép nhập khẩu chỉ được yêu cầu khi liên quan đến những quy định về sức khỏe và kiểm dịch thực vật.

Bộ Thương mại Algeria nhấn mạnh việc thiết lập thuế DAPS như một công cụ thuế quan nhằm bảo vệ cán cân thanh toán, khuyến khích sản xuất trong nước và phát triển các ngành công nghiệp của quốc gia Bắc Phi này.

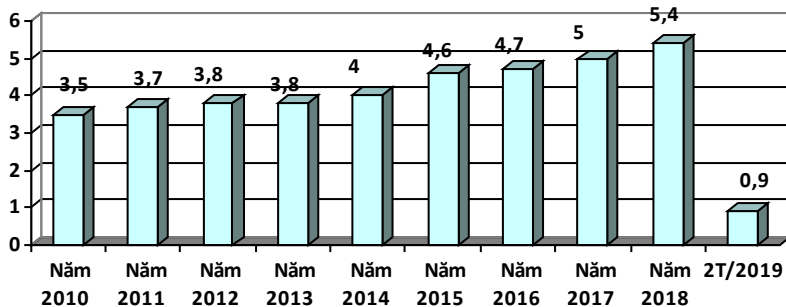


Nhu cầu nông, lâm, thủy sản chế biến của New Zealand đang tăng nhanh

New Zealand là một nền kinh tế thị trường phát triển chủ yếu dựa vào trao đổi thương mại quốc tế, hàng năm quốc gia này phải bỏ ra khoảng 40-50 tỷ đô la New Zealand (NZD) để nhập khẩu hàng hóa, và riêng năm 2018, trị giá nhập khẩu hàng hóa vào quốc gia này đã lên tới 63,4 tỷ NZD. Trong cơ cấu nhóm hàng hóa nhập khẩu vào New Zealand, nhóm hàng nông, lâm, thủy sản chiếm từ 8-9% tổng trị giá nhập khẩu vào New Zealand. Nhập khẩu nhóm hàng này vào New Zealand liên tục tăng trưởng trong thời gian qua.

Theo Cơ quan Thống kê New Zealand (Stats NZ), nhập khẩu nhóm hàng nông, lâm, thủy sản vào New Zealand tăng trưởng

Trị giá nhập khẩu hàng nông, lâm, thủy sản vào New Zealand năm 2010 đến tháng 2/2019 (Đvt: tỷ NZD)



(Nguồn: Tính toán từ dữ liệu thống kê New Zealand)

Trong các nhóm hàng nông, lâm, thủy sản nhập khẩu vào New Zealand, nước này chủ yếu nhập khẩu các chế phẩm chế biến ăn được (HS 21), chiếm 18,9% tổng trị giá nhập khẩu năm 2018, tiếp đến là mặt hàng cao su và các sản phẩm cao su (HS 40), chiếm 13,4% và sản phẩm chế biến từ ngũ cốc, bột, tinh bột hoặc sữa; các loại bánh (HS 19) chiếm 9,8%; Quả và quả hạch ăn được, vỏ quả thuộc chi cam quýt hoặc các loại dưa (HS 08) chiếm 8,5%...

Australia, Trung Quốc và Mỹ là ba nguồn cung cấp hàng nông, lâm, thủy sản lớn nhất vào New Zealand, chiếm thị phần lần lượt là 27,3%, 10,6% và 8,8% trong

những năm gần đây, đặc biệt là từ năm 2014 đến nay. Nếu như năm 2010, nhập khẩu nhóm hàng nông, lâm, thủy sản vào thị trường New Zealand chỉ đạt 3,5 tỷ NZD thì đến năm 2014, nhập khẩu nhóm hàng này vào New Zealand đã tăng lên 4 tỷ NZD và đến năm 2018, nhập khẩu nhóm hàng nông, lâm, thủy sản vào New Zealand tăng vọt lên mức 5,4 tỷ NZD, tăng gấp 1,5 lần so với mức nhập khẩu năm 2010.

Bước sang năm 2019, trị giá nhập khẩu nhóm hàng nông, lâm, thủy sản vào New Zealand tiếp tục tăng, chỉ tính trong 2 tháng đầu năm 2019, nhập khẩu nhóm hàng này vào New Zealand đạt 0,9 tỷ NZD, tăng 10,1% so với cùng kỳ năm 2018.

Việt Nam là nguồn cung lớn thứ 10 hàng nông, lâm, thủy sản vào New Zealand, chiếm 2% thị phần.

Trong nhóm hàng nông, lâm, thủy sản nhập khẩu từ Việt Nam vào New Zealand, hiện mặt hàng quả và quả hạch ăn được; vỏ quả thuộc chi cam quýt hoặc các loại dưa (HS 08) có trị giá nhập khẩu cao nhất, tiếp đến là mặt hàng cá và động vật giáp xác, động vật thân mềm và động vật thủy sinh không xương sống khác (HS 03) và mặt hàng các sản phẩm chế biến từ thịt, cá, động vật giáp xác hay động vật thân mềm, hoặc động vật không xương sống sống dưới nước khác (HS 16)... Trong đó, đáng chú ý,

tỷ trọng nhập khẩu một số mặt hàng từ Việt Nam vào New Zealand đang có xu hướng tăng, như mặt hàng cá và động vật giáp xác, động vật thân mềm và động vật thủy sinh không xương sống khác (HS 03) tăng từ 13,5% năm 2017 lên 14% năm 2018; Mặt hàng các sản phẩm chế biến từ thịt, cá, động vật giáp xác hay động vật thân mềm, hoặc động vật không xương sống sống dưới nước khác (HS 16) tăng từ 4,4% năm 2016 lên 5,3% năm 2018; mặt hàng sản phẩm chế biến từ rau, quả, hạt và các phần khác của cây (HS 20) tăng từ 0,8% lên 1,2%; các sản phẩm xay xát; malt; tinh bột; inulin; gluten lúa mì (HS 11) tăng từ 0,3% lên 0,8%... đây phần lớn là những mặt hàng thuộc nhóm sản phẩm chế biến.

Có thể thấy, New Zealand đang có xu hướng tăng nhập khẩu các sản phẩm chế biến của Việt Nam, cụ thể là rau, củ, quả chế biến, thủy sản chế biến và các sản phẩm chế biến ăn được khác. Trong đó, mỗi năm, New Zealand đã chi ra từ 200-300 triệu NZD để nhập khẩu các sản phẩm rau, củ, quả, hạt chế biến từ thế giới, và nhập khẩu mặt hàng này vào New Zealand tăng liên tục trong 10 năm trở lại đây. Dự báo nhu cầu đối với các sản phẩm rau, củ, quả, hạt đã chế biến của New Zealand sẽ vẫn tăng trong thời gian tới, đặc biệt đối với các sản phẩm rau, củ, quả, hạt hữu cơ. Theo báo cáo thị trường hữu cơ New Zealand OANZ 2018 cho thấy, ngành hữu cơ New Zealand đã tăng 30% hoặc 10% mỗi năm kể từ năm 2015 đến nay, với trị giá 600 triệu USD. Doanh

số bán lẻ các sản phẩm hữu cơ đang tăng nhanh gấp đôi so với các sản phẩm thông thường, tăng 8,8% lên tới 245 triệu USD năm 2018.

Hiện tỷ trọng hàng rau, củ, quả, hạt chế biến của Việt Nam tại New Zealand chỉ đạt mức thấp, khoảng 0,2%, do đó, cơ hội đối với các nhà sản xuất, chế biến rau, củ, quả Việt Nam tăng thị phần tại New Zealand



vẫn còn rất lớn. Kết quả trong nhập khẩu các sản phẩm rau, củ, quả, hạt chế biến từ Việt Nam vào New Zealand trong 2 tháng đầu năm nay tăng mạnh 50,2% cho thấy cơ hội đang mở ra đối với sản phẩm rau, củ, quả chế biến của Việt Nam.

Đặc biệt, trong bối cảnh Việt Nam đang có nhiều Hiệp định thương mại tự do với New Zealand như Hiệp định Thương mại tự do (FTA) giữa ASEAN, Australia, New Zealand có hiệu lực từ năm 2010 và Hiệp định Đối tác Toàn diện và Tiến bộ xuyên Thái Bình Dương (CPTPP) mà cả hai nước là thành viên đã được thông qua và có hiệu lực, thì triển vọng quan hệ hợp tác giữa hai bên sẽ ngày càng rộng mở.

Một số mặt hàng nông, lâm, thủy sản New Zealand nhập khẩu từ Việt Nam từ năm 2017 đến hết tháng 2/2019 (ĐVT: Triệu NZD)

Mặt hàng	Nhập khẩu từ Việt Nam			Thị phần hàng hóa Việt Nam tại New Zealand		
	Năm 2017	Năm 2018	2T/ 2019	Năm 2017	Năm 2018	2T/2019
Tổng	100,16	102,18	16,6	2,2	2,0	1,9
Quả và quả hạch ăn được; vỏ quả thuộc chi cam quýt hoặc các loại dưa (HS 08)	41,00	36,15	5,4	9,0	7,9	6,9
Cá và động vật giáp xác, động vật thân mềm và động vật thủy sinh không xương sống khác (HS 03)	19,23	20,56	3,8	13,5	14,0	12,1
Cà phê, chè, chè Paraguay và các loại gia vị (HS 09)	12,61	11,16	1,3	7,3	6,4	4,8
Các sản phẩm chế biến từ thịt, cá, động vật giáp xác hay động vật thân mềm, hoặc động vật không xương sống sống dưới nước khác (HS 16)	7,68	9,65	2,1	4,8	5,3	6,6
Cao su và các sản phẩm bằng cao su (HS 40)	8,39	8,86	1,1	1,3	1,2	0,9
Sản phẩm chế biến từ rau, quả, hạt và các Phần khác của cây (HS 20)	2,58	3,89	0,5	0,8	1,2	1,0
Ngũ cốc (HS 10)	2,11	3,10	0,7	0,7	0,8	0,8
Các sản phẩm chế biến ăn được khác (HS 19)	1,30	2,25	0,3	0,2	0,2	0,2
Sản phẩm chế biến từ ngũ cốc, bột, tinh bột hoặc sữa; các loại bánh (HS 19)	1,36	2,17	0,4	0,3	0,4	0,5
Gỗ và các mặt hàng bằng gỗ; than củi (HS 44)	1,78	2,06	0,4	0,5	0,5	0,5
Rau và một số loại củ, thân củ, rễ ăn được (HS 07)	1,64	1,37	0,2	1,5	1,2	1,3
Các sản phẩm xay xát; malt; tinh bột; inulin; gluten lúa mì (HS 11)	0,20	0,58	0,2	0,3	0,8	1,7
Hạt và quả có dầu; các loại ngũ cốc, hạt và quả khác; cây công nghiệp hoặc cây dược liệu; rơm rạ và cây làm thức ăn gia súc (HS 12)	0,16	0,19	0,0	0,1	0,2	0,1
Cacao và các sản phẩm chế biến từ cacao (HS 18)	0,02	0,10	0,0	0,0	0,0	0,1

(Nguồn: Tính toán từ dữ liệu thống kê New Zealand)

Tham khảo: Chính phủ New Zealand đã phê duyệt lệnh cấm bắt buộc đối với túi mua sắm sử dụng một lần từ 1/7/2019

Tháng 12/2018, Chính phủ New Zealand đã phê duyệt lệnh cấm bắt buộc đối với túi mua sắm sử dụng một lần, các quy định có hiệu lực từ ngày 1 tháng 7 năm 2019. Theo đó, các túi nhựa sử dụng một lần sẽ bị cấm từ ngày 1 tháng 7 năm 2019 là những túi:

Được làm bằng nhựa dày dưới 70 micron, bao gồm các túi được thiết kế để có thể phân hủy sinh học, phân hủy hoặc phân hủy oxo; Có tay cầm; Là mới hoặc chưa sử dụng;

Được cung cấp cho mục đích phân phối hàng bán.

Một số túi nhựa không bao gồm trong lệnh cấm bắt buộc như:

Thùng lót

Túi đựng chất thải vật nuôi

Túi không có tay cầm, bao gồm cả túi có trọng lượng nhẹ (ví dụ để chứa thịt hoặc sản phẩm)

Túi làm từ vật liệu sinh học như bông, đay, cây gai dầu, giấy và lanh

Túi mua sắm đa năng bằng vải tổng hợp (nylon, polypropylen hoặc polyester) có độ dày từ 45 đến 70 micron và được thiết kế để có tuổi thọ cao

Các quy định áp dụng cho tất cả các nhà bán lẻ New Zealand, bao gồm các doanh nghiệp trực tuyến và các tổ chức phi lợi nhuận.

(Nguồn: <https://www.uhyhn.co.nz>)

- Hội chợ quốc tế Mỗi xã một sản phẩm (OCOP) và Hội chợ quốc tế Hàng thủ công mỹ nghệ, đồ gỗ và quà tặng Việt Nam (Lifestyle Vietnam 2019) do Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn tổ chức đã chính thức khai mạc vào sáng 17/4/2019 tại Trung tâm Hội chợ và Triển lãm Sài Gòn (SECC) Tp. Hồ Chí Minh. Hội chợ quốc tế OCOP và Hội chợ Lifestyle Vietnam 2019 quy tụ hơn 700 gian hàng của các doanh nghiệp đến từ hơn 40 tỉnh, thành trên cả nước. Ngoài ra, hội chợ còn thu hút sự tham gia của doanh nghiệp đến từ 15 quốc gia và vùng lãnh thổ gồm Nhật Bản, Hà Lan, Ấn Độ, Lào, Campuchia, Thái Lan, Trung Quốc, Kenya, Senegal, Afghanistan, Madagascar, Botswana, Australia, Nepal và Nga. Hội chợ năm nay dự kiến sẽ thu hút hơn 1.600 khách hàng quốc tế đến từ 47 quốc gia và vùng lãnh thổ, trong đó rất nhiều khách hàng đến từ Mỹ, châu Âu, Nhật Bản, Australia...
- Trong khuôn khổ Diễn đàn “Củng cố và nâng cao hiệu quả hoạt động của hợp tác xã nông nghiệp ứng phó với biến đổi khí hậu ở Đồng bằng Sông Cửu Long”, chiều 15/4, Phó Thủ tướng Vương Đình Huệ đã tới thăm mô hình sản xuất lúa thông minh của hợp tác xã Mỹ Đông ở huyện Tháp Mười, tỉnh Đồng Tháp. Đây là mô hình canh tác lúa sử dụng máy cấy “3 trong 1”: Cấy lúa, bón phân (sử dụng phân tan chậm, chỉ bón 1 lần cho cả vụ) và phun thuốc diệt cỏ do công ty Rynan sản xuất, cùng với đó là trang bị hệ thống cảm ứng mực nước thông minh để giúp nông dân theo dõi mực nước cần sử dụng cho lúa, tiết giảm chi phí giống, phân bón, thuốc bảo vệ thực vật, giảm lượng nước tưới và giảm khí thải nhà kính.
- UBND tỉnh Bình Phước đã có chỉ đạo chuyển đổi 2.000 ha hồ tiêu chết sang trồng loại cây trồng phù hợp giai đoạn 2019- 2021. Theo đó, UBND tỉnh chỉ đạo các UBND huyện, thị xã, thành phố rà soát lại diện tích trồng cây hồ tiêu nhất là diện tích người dân trồng theo phong trào, không phù hợp với điều kiện đất đai, nguồn nước để cây hồ tiêu sinh trưởng và chuyển đổi diện tích 2.000 ha tiêu chết để khuyến cáo người dân trồng các loại cây khác phù hợp mang lại hiệu quả kinh tế cao hơn giai đoạn 2019 - 2020, nhằm ổn định diện tích tiêu 14.500 ha (hiện nay là 17.178 ha) theo đề án tái cơ cấu ngành trồng trọt đã phê duyệt.
- Hiện nay, nhà chức trách kiểm dịch Maroc đang thắt chặt việc kiểm tra đối với mặt hàng cơm dừa nhập khẩu vào Maroc. Theo đó, các lô hàng đến cảng sẽ được lấy mẫu thí nghiệm kiểm tra hàm lượng SO₂ trong sản phẩm. Quy định kiểm dịch của Maroc chỉ cho phép thông quan đối với cơm dừa có chỉ số SO₂ tối đa là 50 mg/kg. Trên thực tế thời gian qua, kết quả kiểm tra xác suất cho thấy các lô hàng cơm dừa từ nhiều nguồn đến Maroc có hàm lượng SO₂ cao, vượt quá chỉ số cho phép nhập khẩu. Trong đó, có những lô hàng có hàm lượng SO₂ lên tới 136 mg/kg. Thương vụ Đại sứ quán Việt Nam tại Maroc khuyến nghị các doanh nghiệp Việt Nam xuất khẩu mặt hàng này lưu ý và cần làm rõ với các đối tác mua hàng Maroc để tránh vướng mắc gây thiệt hại cho doanh nghiệp.