

Bản tin

THỊ TRƯỜNG NÔNG, LÂM, THỦY SẢN

BỘ CÔNG THƯƠNG

Số ra ngày 28/01/2022

Xuân Nhâm dần 2022

Chúc mừng năm mới

BẢN TIN

THỊ TRƯỜNG

NÔNG, LÂM, THỦY SẢN

ĐƠN VỊ THỰC HIỆN:

Cục Xuất nhập khẩu,
Bộ Công Thương
Tel: 024.22205440;
Email:
binhtth@moit.gov.vn;
huyenngt@moit.gov.vn;

- Trung tâm Thông tin
Công nghiệp và Thương mại,
Bộ Công Thương
Tel: 024.22192875;

Email:
tuoanhbta@gmail.com;
Mọi ý kiến đóng góp xin liên hệ
số điện thoại và email trên

Giấy phép xuất bản số:
47/GP-XBBT ngày 19/8/2021

TÌNH HÌNH CHUNG	3
THỊ TRƯỜNG CAO SU	5
THỊ TRƯỜNG CÀ PHÊ	10
THỊ TRƯỜNG HẠT ĐIỀU	14
THỊ TRƯỜNG RAU QUẢ	17
THỊ TRƯỜNG SẴN VÀ SẢN PHẨM TỪ SẴN	21
THỊ TRƯỜNG THỦY SẢN	25
THỊ TRƯỜNG GỖ VÀ SẢN PHẨM GỖ	29
THÔNG TIN CHÍNH SÁCH/CHUYÊN ĐỀ	32

TÌNH HÌNH CHUNG

THỊ TRƯỜNG THẾ GIỚI

- ▶ **Cao su:** Giá cao su tự nhiên trên thị trường châu Á nửa cuối tháng 1/2021 có xu hướng giảm mạnh.
- ▶ **Cà phê:** Sau khi giá tăng mạnh trong năm 2021, tháng 1/2022 giá cà phê Robusta có xu hướng giảm. Ngược lại, giá cà phê Arabica tăng sau báo cáo về lượng mưa tại vùng trồng cà phê chính tại miền Nam Bra-xin ở dưới mức trung bình.
- ▶ **Hạt điều:** Thị trường hạt điều thô toàn cầu được dự báo tăng trưởng bình quân 4,27% trong giai đoạn 2020 – 2025, đạt khoảng 7 tỷ USD vào năm 2025.
- ▶ **Rau quả:** Trị giá xuất khẩu trái cây của Pê-ru năm 2021 ước tính đạt 4,5 tỷ USD, tăng 15,0% so với năm 2020. Bất chấp đại dịch Covid-19, Trung Quốc tăng mạnh nhập khẩu sầu riêng trong năm 2021.
- ▶ **Sắn và sản phẩm từ sắn:** Trong tháng 01/2022, giá tinh bột sắn nội địa, sắn lát và tinh bột sắn xuất khẩu của Thái Lan ổn định, trong khi giá sắn nguyên liệu giảm nhẹ so với cuối năm 2021.
- ▶ **Thủy sản:** Sản lượng tôm toàn cầu được dự báo tiếp tục tăng trong năm 2022. Ngân hàng Thế giới dự báo giá tôm trung bình năm 2022 tăng 7% so với năm 2021, lên 15 USD/kg. NFI dự báo sản lượng cá rô phi toàn cầu sẽ tăng khoảng 3% vào năm 2022, lên 6,09 triệu tấn. Năm 2021, trị giá nhập khẩu thủy sản của hầu hết các thị trường lớn trên thế giới đều tăng so với năm 2020, trừ nhập khẩu của Đức giảm.
- ▶ **Gỗ và sản phẩm gỗ:** Năm 2021, doanh thu đồ nội thất toàn cầu dự kiến đạt 500 tỷ USD. Giá đồ nội thất tại Ca-na-đa được dự báo sẽ tăng 10% đến 15% trong ngắn hạn.



THỊ TRƯỜNG TRONG NƯỚC

► Cao su: Trong tháng 01/2022, giá cao su trong nước có xu hướng tăng nhẹ. Năm 2021, xuất khẩu phần lớn các chủng loại cao su đều tăng so với năm 2020. Ngoài Trung Quốc, thị phần cao su của Việt Nam trong tổng nhập khẩu của các thị trường nhập khẩu lớn vẫn ở mức thấp.

► Cà phê: Năm 2021, giá cà phê Robusta tại thị trường nội địa biến động theo xu hướng tăng. Giá giữ ở mức cao trong các tháng của quý IV/2021. Tháng 1/2022, giá cà phê Robusta tại thị trường nội địa giảm mạnh so với cuối tháng 12/2021. Xuất khẩu hầu hết các chủng loại cà phê trong năm 2021 tăng so với năm 2020, ngoại trừ cà phê Excelsa giảm 14,4%. Thị phần cà phê của Việt Nam trong tổng nhập khẩu của 5 thị trường nhập khẩu lớn nhất thế giới ở mức thấp.

► Hạt điều: Năm 2021, trị giá xuất khẩu hầu hết các chủng loại hạt điều tăng, ngoại trừ hạt điều DW và SP. Thị phần hạt điều của Việt Nam trong tổng trị giá nhập khẩu của Hoa Kỳ và Trung Quốc chiếm lần lượt 88,99% và 89,12% trong 11 tháng năm 2021.

► Rau quả: Kim ngạch xuất khẩu hàng rau quả

trong quý IV/2021 đạt 800,2 tỷ USD, tăng 3% so với quý IV/2020. Thị phần hàng rau quả của Việt Nam tại các thị trường nhập khẩu lớn tăng, trừ thị phần tại thị trường Trung Quốc giảm.

► Sắn và sản phẩm từ sắn: Trong tháng 01/2021, giá củ sắn tươi tiếp tục xu hướng tăng nhẹ tại Gia Lai, Quảng Ngãi do tình trạng thiếu nguyên liệu. Năm 2021, xuất khẩu sắn và các sản phẩm từ sắn đạt 2,87 triệu tấn, trị giá 1,18 tỷ USD, tăng 2,4% về lượng và tăng 16,5% về trị giá so với năm 2020.

► Thủy sản: Xuất khẩu thủy sản của Việt Nam năm 2022 sẽ tiếp tục tăng, dự báo đạt 2,1 triệu tấn, trị giá 9,2 tỷ USD, tăng 3,9% về lượng và tăng 3,5% về trị giá so với năm 2021.

► Gỗ và sản phẩm gỗ: Xuất khẩu gỗ và sản phẩm gỗ trong quý IV/2021 đạt 3,7 tỷ USD, tăng 27,4% so với quý trước đó, nhưng thấp hơn 4,3% so với quý IV/2020. Thị phần đồ nội thất bằng gỗ của Việt Nam trong tổng nhập khẩu của Hoa Kỳ tăng, nhưng thị phần trong tổng nhập khẩu của EU, Anh, Nhật Bản, Hàn Quốc giảm.



THỊ TRƯỜNG CAO SU

- ▶ Giá cao su tự nhiên trên thị trường châu Á nửa cuối tháng 1/2021 có xu hướng giảm mạnh.
- ▶ Trong tháng 01/2022, giá cao su trong nước có xu hướng tăng nhẹ.
- ▶ Năm 2021, xuất khẩu phần lớn các chủng loại cao su đều tăng so với năm 2020.
- ▶ Ngoài Trung Quốc, thị phần cao su của Việt Nam trong tổng nhập khẩu của các thị trường nhập khẩu lớn vẫn ở mức thấp.

THỊ TRƯỜNG THẾ GIỚI

Năm 2021, thị trường cao su thế giới gặp khó khăn do thị trường ô tô toàn cầu gặp khủng hoảng chip bán dẫn, nhập khẩu cao su từ Trung Quốc chậm lại bởi chính sách “Zero Covid” của nước này, sự mạnh lên của đồng USD trong thời gian qua... Vì vậy, phần lớn thời gian giá cao su trong năm 2021 đi ngang hoặc giảm, mặc dù cũng có vài đợt tăng, nhưng không kéo dài quá 1 tháng.

Năm 2022, thị trường kỳ vọng vào sự phục hồi của nền kinh tế toàn cầu, sau khi các ngân hàng trung ương lớn tung ra các gói cứu trợ, giá cao su thế giới có thể sẽ tăng trong quý I/2022 do nguồn cung cao su tự nhiên toàn cầu dự kiến thiếu hụt bởi nguồn cung cao su Đông Nam Á đang bị thời tiết xấu ảnh hưởng đến sản lượng mù tự nhiên. Trong khi đó, hoạt động xuất nhập khẩu đang gặp khó khăn do dịch bệnh, các cảng biển hoạt động khó khăn khi tình trạng thiếu container khá trầm trọng.

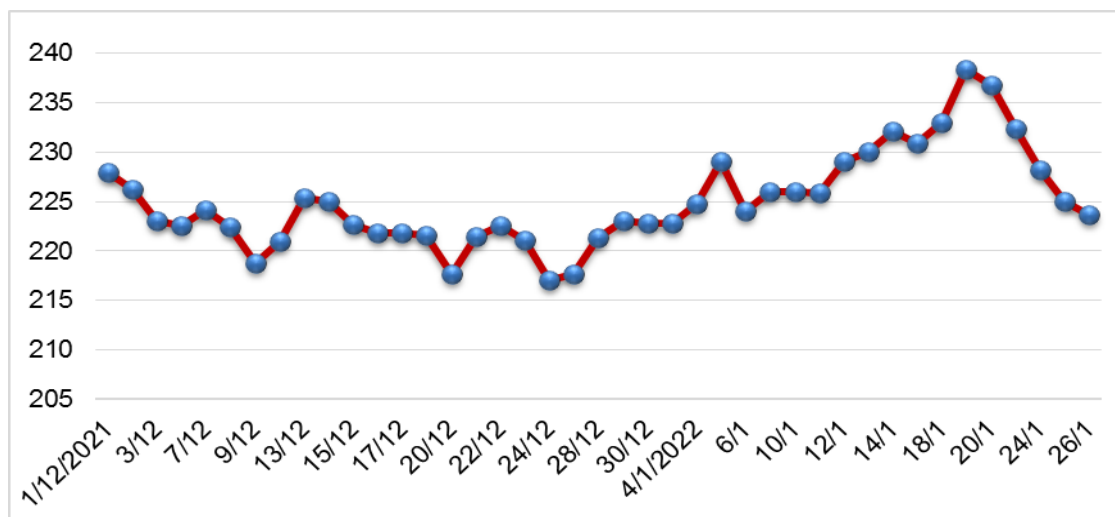
Trong tháng 01/2022, giá cao su tự nhiên tại các sàn giao châu Á có nhiều biến động, cụ thể:

- + Tại Sở giao dịch hàng hóa Osaka Exchange



(OSE) Nhật Bản, giá lên mức cao nhất tháng vào ngày 19/01/2022 (ở mức 238,4 Yên/kg), sau đó giảm trở lại, nhưng vẫn tăng so với cuối năm 2021. Ngày 26/01/2022, giá cao su RSS3 giao tháng 01/2022 giao dịch ở mức 223,7 Yên/kg (tương đương 1,96 USD/kg), tăng 0,4% so với cuối tháng 12/2021, nhưng giảm 3,6% so với cùng kỳ năm 2021.

Diễn biến giá cao su RSS3 giao tháng 01/2022 tại sàn Osaka (ĐVT: Yên/kg)

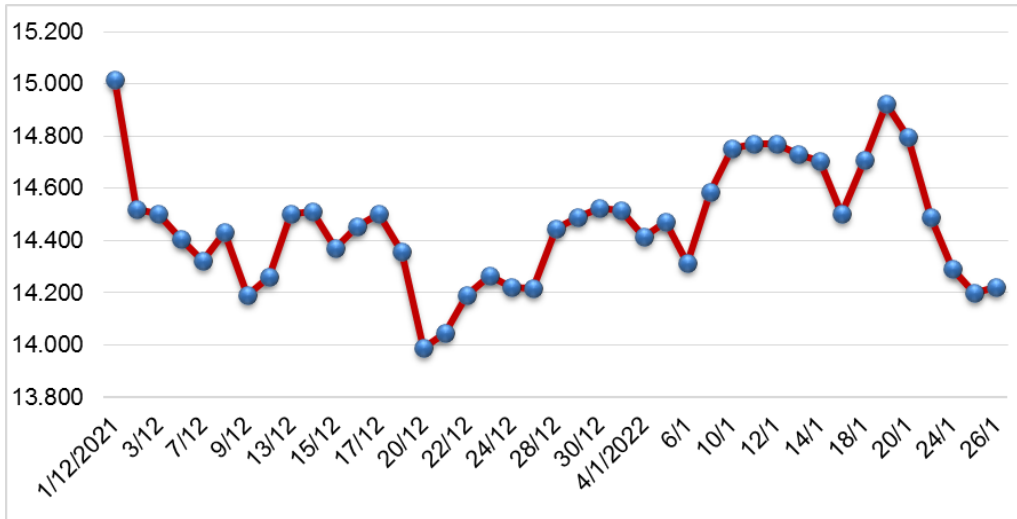


Nguồn: cf.market-info.jp

+ Tại Sàn giao dịch hàng hóa tương lai Thượng Hải (SHFE), giá cao su tăng lên mức cao nhất tháng vào ngày 19/01/2022 (ở mức 14.925 NDT/tấn), sau đó giảm mạnh. Ngày 26/01/2022, giá cao su RSS3 giao tháng 01/2022 ở mức 14.220 NDT/tấn (tương

đương 2,25 USD/kg), giảm 2% so với cuối tháng 12/2021, nhưng tăng 0,6% so với cùng kỳ năm 2021. Các nhà đầu tư tại Thượng Hải đang lo ngại nhu cầu cao su Trung Quốc sẽ chậm lại vì Covid-19 đang bùng phát mạnh tại nước này.

Diễn biến giá cao su giao tháng 01/2022 tại sàn SHFE (ĐVT: NDT/tấn)

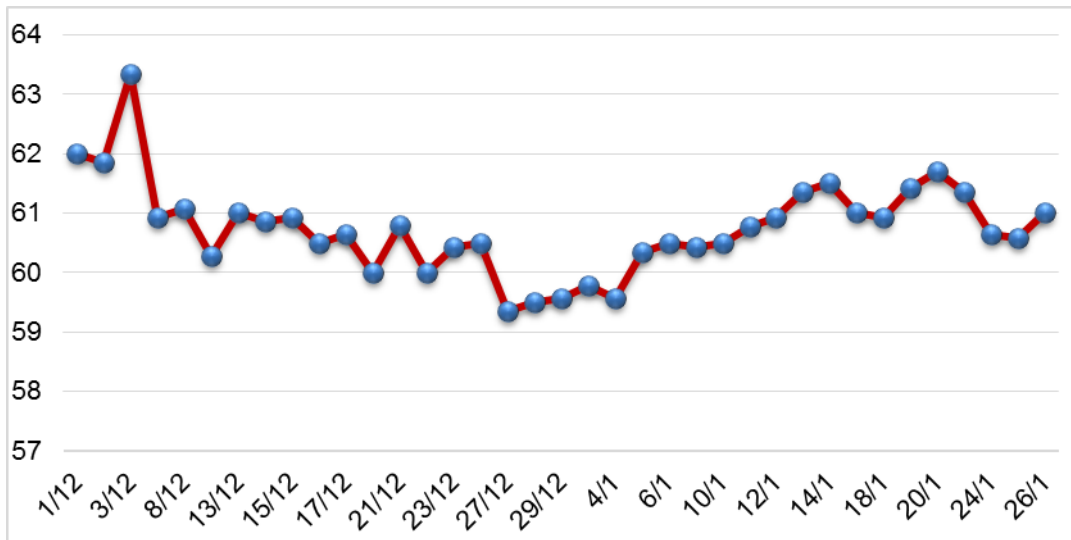


Nguồn: shfe.com.cn

+ Tại Thái Lan, sau khi tăng lên 61,7 Baht/kg vào ngày 21/01/2022, giá cao su giảm trở lại, nhưng vẫn tăng so với cuối năm 2021. Ngày 26/01/2022, giá cao

su RSS 3 chào bán ở mức 61 Baht/kg (tương đương 1,85 USD/kg), tăng 61% so với cuối tháng 12/2021 và tăng 3,8% so với cùng kỳ năm 2021.

Diễn biến giá cao su RSS3 tại Thái Lan trong tháng 01/2022 (ĐVT: Baht/kg)



Nguồn: thainr.com

Giá cao su tại Nhật Bản giảm xuống mức thấp nhất trong hai tuần do giá tại Thượng Hải giảm và cổ phiếu toàn cầu giảm trong bối cảnh căng thẳng ngày càng tăng giữa Nga và các nước phương Tây. Trong khi đó, lo ngại về sản lượng ô tô giảm bởi đại dịch lây

lan mạnh cũng gây áp lực thị trường. Số liệu từ Hiệp hội Các nhà sản xuất ô tô Ấn Độ cho thấy, doanh số bán ô tô tiếp tục giảm trong tháng 12/2021, với doanh số bán xe du lịch giảm hơn 13% so với cùng kỳ năm 2020 và doanh số xe hai bánh giảm gần 11%.



THỊ TRƯỜNG TRONG NƯỚC

Năm 2021 là một năm sóng gió với ngành cao su Việt Nam. Dịch Covid-19 đã tác động mạnh đến toàn bộ quá trình sản xuất, chế biến từ hoạt động sản xuất mủ cao su, đến chế biến gỗ cao su, nhưng ngành cao su Việt Nam đã nỗ lực khắc phục và tiếp tục tiến đến mục tiêu phát triển bền vững đề ra trong năm 2022. Năm 2022, Việt Nam có khả năng hưởng lợi kép cả về lượng xuất khẩu và trị giá do thế giới vẫn khan hiếm nguồn nguyên liệu cao su, giá mủ cao su tiếp tục tăng hoặc neo ở mức cao.

Trong tháng 01/2022, giá cao su trong nước có xu hướng tăng nhẹ, giá mủ cao su tiểu điền được các thương lái thu mua dao động quanh mức 290-350 đồng/độ TSC. Tại Bình Phước giá thu mua mủ nước của Công ty cao su Phú Riềng dao động ở mức 300-340 đồng/độ TSC. Tại Bình Dương, giá thu mua mủ cao su nguyên liệu của Công ty cao su Phước Hòa dao động ở mức 348 -350 đồng/độ TSC. Tại Đồng Nai, giá thu mua mủ cao su nguyên liệu dao động ở mức 323 đồng/độ TSC.

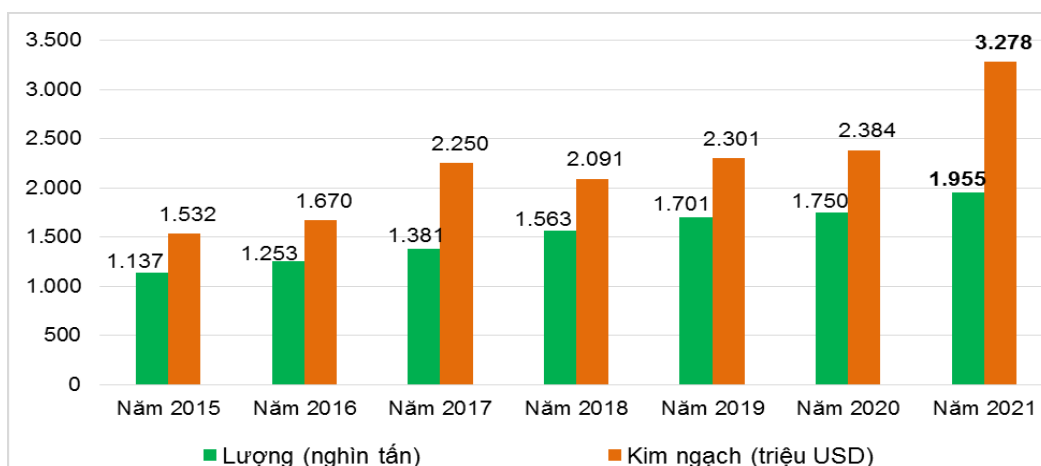


TÌNH HÌNH XUẤT KHẨU CAO SU CỦA VIỆT NAM

Việt Nam là quốc gia đứng thứ 3 thế giới về sản lượng cao su tự nhiên, đồng thời đứng thứ 3 về thị trường xuất khẩu cao su thế giới. Năm 2021, dù bị ảnh hưởng của dịch Covid-19, nhưng xuất khẩu cao su tăng trưởng cả về lượng và trị giá, trong đó trị giá xuất khẩu đã đạt mức cao nhất từ trước đến nay. Theo

tính toán từ số liệu thống kê của Tổng cục Hải quan Việt Nam, năm 2021, xuất khẩu cao su của Việt Nam đạt 1,95 triệu tấn, trị giá 3,27 tỷ USD, tăng 11,7% về lượng và tăng 37,5% về trị giá so với năm 2020. Xuất khẩu cao su trong năm 2021 đã lập một kỷ lục mới về trị giá trong lịch sử ngành cao su Việt Nam.

Lượng và trị giá xuất khẩu cao su của Việt Nam từ năm 2015 – 2021



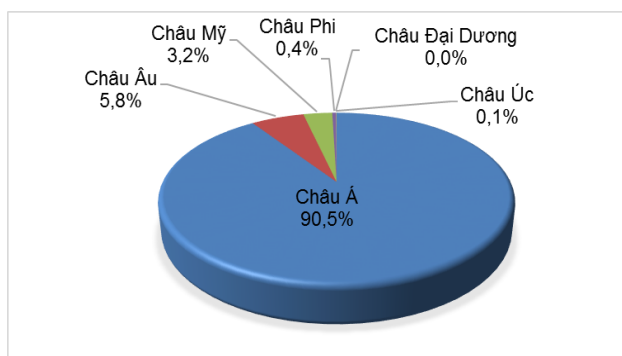
Nguồn: Tính toán từ số liệu của Tổng cục Hải quan

Về thị trường xuất khẩu: Năm 2021, cao su của Việt Nam chủ yếu được xuất khẩu sang khu vực châu Á, chiếm tới 88,3% tổng trị giá xuất khẩu cao su

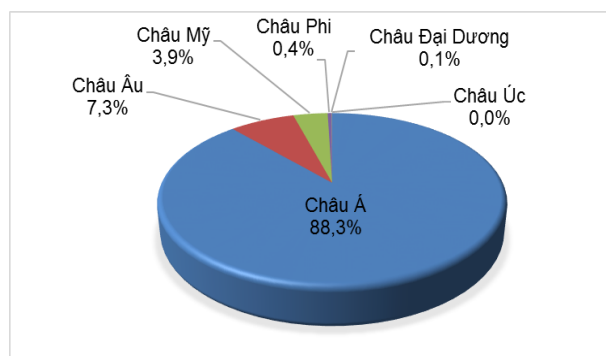
của cả nước, đạt 1,73 nghìn tấn, trị giá 2,89 tỷ USD, tăng 9,2% về lượng và tăng 34,1% về trị giá so với năm 2020.

Cơ cấu khu vực xuất khẩu cao su của Việt Nam
(% tính theo trị giá)

Năm 2020



Năm 2021



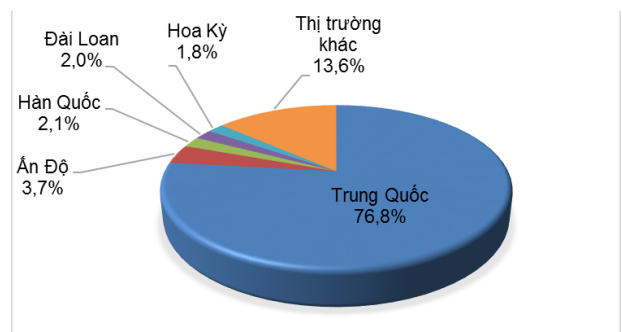
Nguồn: Tính toán từ số liệu của Tổng cục Hải quan

Cao su Việt Nam đã có mặt tại hơn 80 quốc gia và vùng lãnh thổ trên thế giới, tập trung chủ yếu ở những thị trường lớn như: Trung Quốc, Ấn Độ, Hàn Quốc, Đức, Hoa Kỳ... Nhìn chung, năm 2021, xuất khẩu cao su của Việt Nam sang hầu hết các thị trường đều tăng trưởng mạnh. Trong đó, Trung Quốc

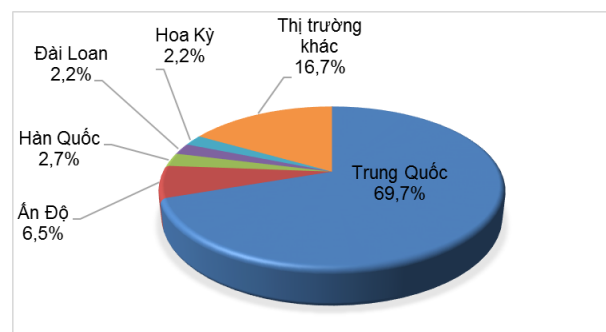
vẫn là thị trường lớn nhất tiêu thụ cao su của Việt Nam, với 1,39 triệu tấn, trị giá 2,28 tỷ USD, tăng 2,5% về lượng và tăng 24,9% về trị giá so với năm 2020, chiếm 71,4% về lượng và chiếm 69,7% về trị giá trong tổng xuất khẩu cao su của cả nước.

Cơ cấu thị trường chính xuất khẩu cao su của Việt Nam
(% tính theo trị giá)

Năm 2020



Năm 2021



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

Về chủng loại xuất khẩu: Năm 2021, xuất khẩu phần lớn các chủng loại cao su đều tăng so với năm 2020. Trong đó, hỗn hợp cao su tự nhiên và cao su tổng hợp (HS: 400280) là mặt hàng được xuất khẩu nhiều nhất, chiếm 62,3% tổng trị giá cao su xuất khẩu của cả nước, với trên 1,22 triệu tấn, trị giá 2,04 tỷ USD, tăng 7% về lượng và tăng 30,1% về trị giá so với năm 2020. Trong đó, xuất khẩu sang Trung Quốc

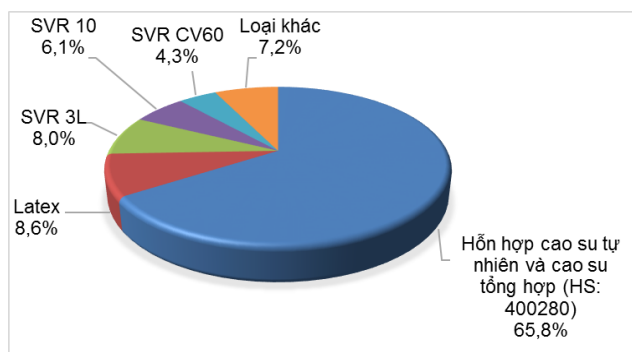
chiếm 99,5% về lượng và chiếm 99,4% về trị giá trong tổng xuất khẩu hỗn hợp cao su tự nhiên và cao su tổng hợp của cả nước, với 1,22 triệu tấn, trị giá 2,03 tỷ USD, tăng 7,3% về lượng và tăng 30,4% về trị giá so với năm 2020.

Về giá xuất khẩu: năm 2021, giá xuất khẩu bình quân các chủng loại cao su đều có xu hướng tăng so với năm 2020.

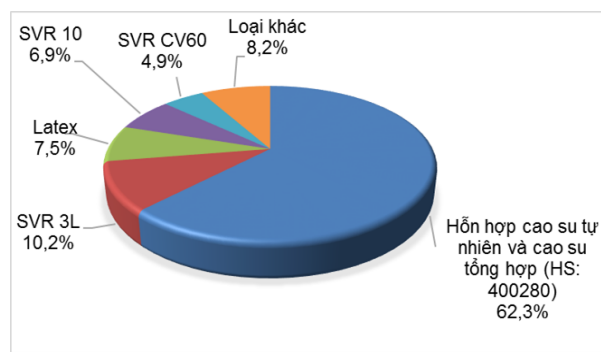


Chủng loại cao su xuất khẩu của Việt Nam (% tính theo trị giá)

Năm 2020



Năm 2021



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

Dự báo: Trong năm 2022, tình hình sản xuất, chế biến và xuất khẩu cao su sẽ tiếp tục có những thuận lợi. Nhu cầu về cao su tự nhiên của thế giới sẽ tiếp

tục tăng. Việc mở lại biên giới quốc tế của một số quốc gia và nối lại các hoạt động kinh tế sẽ góp phần thúc đẩy nhu cầu tiêu dùng cao su phục hồi.

DUNG LƯỢNG THỊ TRƯỜNG NHẬP KHẨU CAO SU CỦA 10 THỊ TRƯỜNG LỚN NHẤT THẾ GIỚI VÀ THỊ PHẦN CỦA VIỆT NAM

Theo số liệu thống kê cho thấy, trong các tháng năm 2021, nhập khẩu cao su của hầu hết các thị trường lớn đều tăng so với cùng kỳ năm 2020. Trong đó tăng mạnh nhất là các thị trường như: Ma-lai-xi-a, Ấn Độ, Thổ Nhĩ Kỳ, Bra-xin, Nhật Bản, Hoa Kỳ... và nhập khẩu cao su từ Việt Nam của các thị trường này đều tăng so với cùng kỳ năm 2020. Tuy nhiên, ngoài Trung Quốc, thị phần cao su của Việt Nam tại các thị trường này vẫn ở mức thấp.

Trung Quốc: 11 tháng năm 2021, Trung Quốc là thị trường nhập khẩu cao su lớn nhất thế giới, với 11,35 tỷ USD, tăng 16,2% so với cùng kỳ năm 2020. Trong đó, Trung Quốc nhập khẩu cao su từ Việt Nam đạt 2 tỷ USD, tăng 32,2% so với cùng kỳ năm 2020. Thị phần cao su Việt Nam chiếm 17,7% trong tổng trị giá nhập khẩu cao su của Trung Quốc trong 11 tháng năm 2021, tăng so với mức 15,5% của cùng kỳ năm 2020.

Ấn Độ: Trong 11 tháng năm 2021, nhập khẩu cao



su của Ấn Độ đạt 1,93 tỷ USD, tăng 47,7% so với cùng kỳ năm 2020. Trong đó, Ấn Độ nhập khẩu cao su từ Việt Nam đạt 204,6 triệu USD, tăng 137,5% so với cùng kỳ năm 2020. Thị phần cao su Việt Nam chiếm 9,4% trong tổng trị giá nhập khẩu cao su của Ấn Độ trong 11 tháng năm 2021, tăng so với mức 6,9% của cùng kỳ năm 2020.

Các thị trường nhập khẩu cao su lớn nhất thế giới trong các tháng năm 2021 và thị phần của Việt Nam

Thị trường	10 tháng năm 2021 (triệu USD)	Tháng 11/2021 (triệu USD)	Lũy kế các tháng năm 2021 (triệu USD)	So với cùng kỳ năm 2020 (%)	Tổng nhập khẩu từ Việt Nam		Thị phần cao su của Việt Nam/tổng nhập khẩu (%)	
					Lũy kế các tháng năm 2021 (triệu USD)	So với cùng kỳ năm 2020 (%)	Lũy kế các tháng năm 2020	Lũy kế các tháng năm 2021
Trung Quốc (*)	10.139	1.218,2	11.357	16,2	2.005,9	32,2	15,5	17,7
Hoa Kỳ	3.773	419,2	4.192	50,8	76,4	130,6	1,2	1,8
Ma-lai-xi-a	3.754		3.754	93,9	19,8	40,7	0,7	0,5
Ấn Độ (**)	1.931	256,3	2.187	74,7	204,6	137,5	6,9	9,4
Đức	1.999		1.999	40,3	77,1	98,5	2,7	3,9
Nhật Bản	1.497	141,7	1.639	54,2	20,3	47,8	1,3	1,2
Thái Lan	1.425		1.425	63	3,6	80,2	0,2	0,3
Thổ Nhĩ Kỳ	1.148		1.148	60,2	56,4	95,8	4	4,9
Bra-xin	965,8	122,9	1.089	57,5	21,6	62,9	1,9	2
Hàn Quốc	952,9	88,9	1.042	38,6	75,0	66,9	6	7,2

Nguồn: ITC, * Cơ quan Hải quan Trung Quốc, ** Bộ Thương mại Ấn Độ

THỊ TRƯỜNG CÀ PHÊ

- ▶ Sau khi tăng mạnh trong năm 2021, tháng 1/2022, giá cà phê Robusta có xu hướng giảm. Ngược lại, giá cà phê Arabica tăng sau báo cáo về lượng mưa tại vùng trồng cà phê chính tại miền Nam Bra-xin ở dưới mức trung bình.
- ▶ Năm 2021, giá cà phê Robusta tại thị trường nội địa biến động theo xu hướng tăng. Giá giữ ở mức cao trong các tháng của quý IV/2021. Sang tháng 1/2022, giá cà phê Robusta tại thị trường nội địa giảm mạnh so với cuối tháng 12/2021.
- ▶ Năm 2021, trị giá xuất khẩu hầu hết các chủng loại cà phê tăng so với năm 2020, ngoại trừ cà phê Excelsa giảm 14,4%.
- ▶ Năm 2021, nhập khẩu cà phê của 5 thị trường hàng đầu thế giới tăng. Thị phần cà phê của Việt Nam trong tổng nhập khẩu của các thị trường này ở mức thấp.



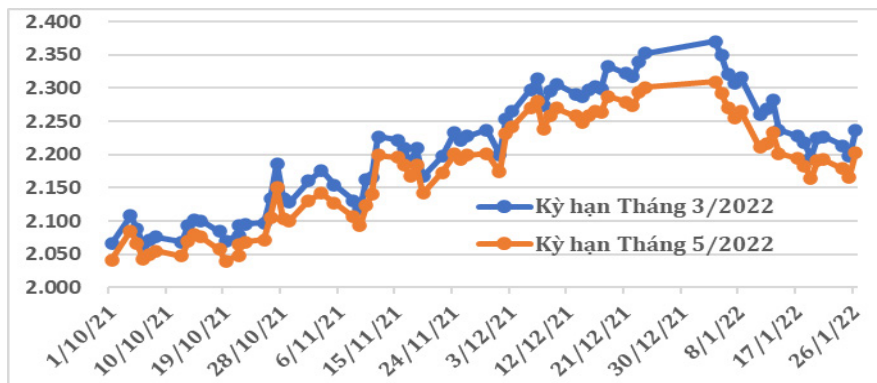
THỊ TRƯỜNG CÀ PHÊ THẾ GIỚI

Sau khi tăng mạnh trong năm 2021, tháng 1/2022, giá cà phê Robusta có xu hướng giảm. Nguồn cung cà phê Robusta được bổ sung khi Việt Nam vào vụ thu hoạch. Bên cạnh đó, người trồng cà phê Bra-xin đẩy mạnh bán hàng vụ mùa 2022/2023, khoảng 1/3 sản lượng (1,2 triệu tấn) để giao từ tháng 4/2022 trở đi. Ngược lại, giá cà phê Arabica tăng sau báo cáo về

lượng mưa tại vùng trồng cà phê chính tại miền Nam Bra-xin ở dưới mức trung bình.

+ Trên sàn giao dịch London, ngày 26/1/2022, giá cà phê giao kỳ hạn tháng 3/2022, tháng 5/2022, tháng 7/2022 giảm lần lượt 4,9%, 4,3%, 4,1% so với ngày 24/12/2021, xuống còn 2.237 USD/tấn; 2.203 USD/tấn; 2.191 USD/tấn.

Diễn biến giá cà phê Robusta giao kỳ hạn trên sàn giao dịch London từ đầu tháng 10/2021 đến nay



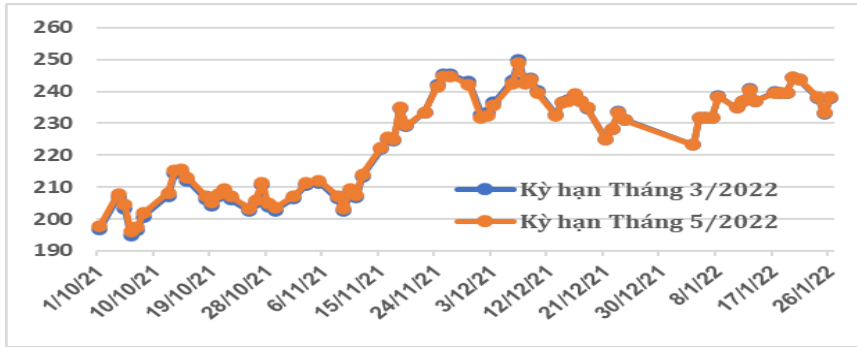
(ĐVT: USD/tấn)

Nguồn: Sàn giao dịch London

+ Trên sàn giao dịch New York, ngày 26/1/2022, giá cà phê Arabica giao kỳ hạn tháng 3/2022 và tháng 7/2022 tăng lần lượt 2,9% và 3,0% so với ngày 24/12/2021, lên mức 237,9 Uscent/lb và 237,4

Uscent/lb; kỳ hạn giao tháng 5/2022 và tháng 9/2022 cùng tăng 3,0% so với ngày 24/12/2021, lên mức 238,15 Uscent/lb và 231,7 Uscent/lb.

Diễn biến giá cà phê Arabica trên sàn giao dịch New York từ đầu tháng 10/2021 đến nay
(ĐVT: Uscent/lb)



Nguồn: Sàn giao dịch New York

+ Trên sàn giao dịch BMF của Bra-xin, ngày 26/1/2022, giá cà phê giao kỳ hạn tháng 3/2022, tháng 5/2022, tháng 7/2022 và tháng 9/2022 tăng lần lượt 7,5%, 9,2%, 6,0% và 5,7% so với ngày 28/12/2021, lên mức 292,5 Uscent/lb, 291 Uscent/lb, 291,25 Uscent/lb và 286,55 Uscent/lb.

+ Tại cảng khu vực thành phố Hồ Chí Minh, cà phê Robusta xuất khẩu loại 2, tỷ lệ đen vỡ 5% giao

dịch ở mức giá 2.292 USD/tấn, chênh lệch +55 USD/tấn, giảm mạnh 136 USD/tấn so với ngày 31/12/2021.

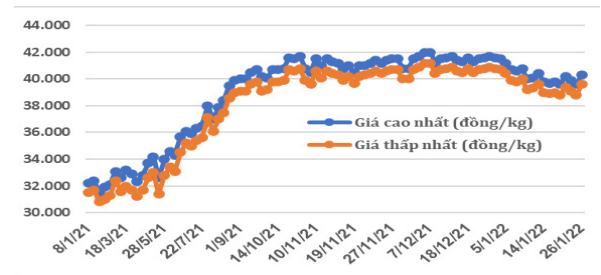
Dự báo trong ngắn hạn, giá cà phê Robusta có khả năng sẽ phục hồi do nguồn cung hạn chế khi Việt Nam bước vào kỳ nghỉ Tết Nguyên đán 2022. Tổ chức Cà phê Quốc tế (ICO) ước tính, dư cung cà phê toàn cầu niên vụ 2020/2021 giảm xuống còn 2,4 triệu bao, so với gần 5 triệu bao của niên vụ 2019/2020.

TRONG NƯỚC: GIÁ CÀ PHÊ TĂNG

Năm 2021, giá cà phê Robusta tại thị trường nội địa biến động theo xu hướng tăng. Giá giữ ở mức cao trong các tháng của quý IV/2021.

Bước sang tháng 1/2022, giá cà phê Robusta tại thị trường nội địa giảm mạnh so với cuối tháng 12/2021. Ngày 26/1/2022, giá cà phê tại thị trường nội địa giảm từ 1.200 - 1.300 đồng/kg, xuống còn 40.300 đồng/kg tại tỉnh Đắk Lắk; 40.200 đồng/kg tại tỉnh Gia Lai và Đắk Nông; 39.600 đồng/kg tại tỉnh Lâm Đồng.

Diễn biến Giá cà phê Robusta trong nước năm 2021 - 2022 (ĐVT: đồng/kg)



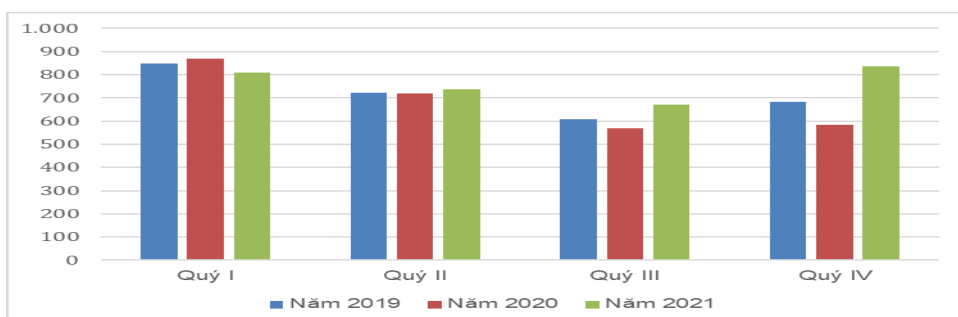
Nguồn: giacaphe

NĂM 2021, CÀ PHÊ VIỆT NAM CHUYỂN DỊCH XUẤT KHẨU SANG KHU VỰC CHÂU Á

Năm 2021, bất chấp ảnh hưởng tiêu cực của dịch Covid-19, trị giá xuất khẩu cà phê Việt Nam vẫn ghi nhận được mức tăng trưởng 2 con số nhờ giá xuất khẩu tăng. Dự báo xuất khẩu cà phê của Việt Nam trong năm 2022 sẽ tiếp tục khả quan nhờ nguồn cung dồi dào, các FTA tạo lợi thế cạnh tranh cho cà phê

Việt Nam và giá xuất khẩu nhiều khả năng duy trì ở mức cao. Theo Bộ Nông nghiệp Hoa Kỳ (USDA), niên vụ 2021/2022, sản lượng cà phê của Việt Nam dự báo đạt 31,1 triệu bao, nhờ điều kiện thời tiết thuận lợi đã hỗ trợ năng suất.

Trị giá xuất khẩu cà phê qua các quý giai đoạn 2019 – 2020 (ĐVT: triệu USD)



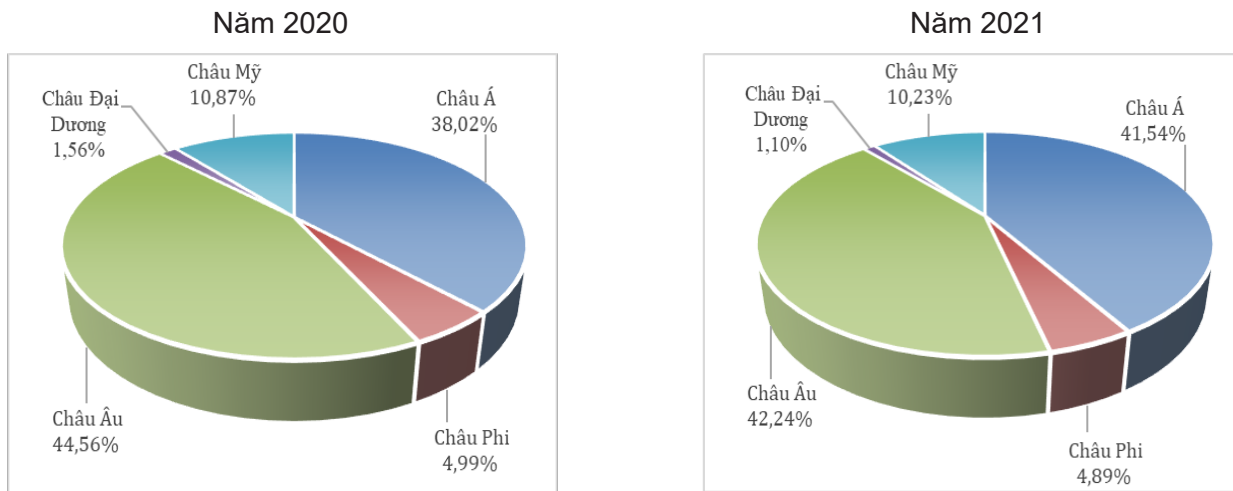
Nguồn: Tổng cục Hải quan

Khu vực xuất khẩu

Năm 2021, trị giá xuất khẩu cà phê của Việt Nam sang hầu hết các khu vực tăng so với năm 2020, ngoại trừ châu Đại Dương. Số liệu thống kê cho thấy, trị giá xuất khẩu cà phê của Việt Nam sang khu vực châu Á tăng 22,8%. Tỷ trọng xuất khẩu cà phê của

Việt Nam sang khu vực châu Á tăng từ 38,02% trong năm 2020 lên 41,54% trong năm 2021. Tốc độ xuất khẩu cà phê sang châu Âu tăng 6,5%, tuy nhiên tỷ trọng xuất khẩu giảm từ 44,56% trong năm 2020 xuống 42,24% trong năm 2021.

Cơ cấu khu vực xuất khẩu cà phê (tỷ trọng tính theo trị giá)

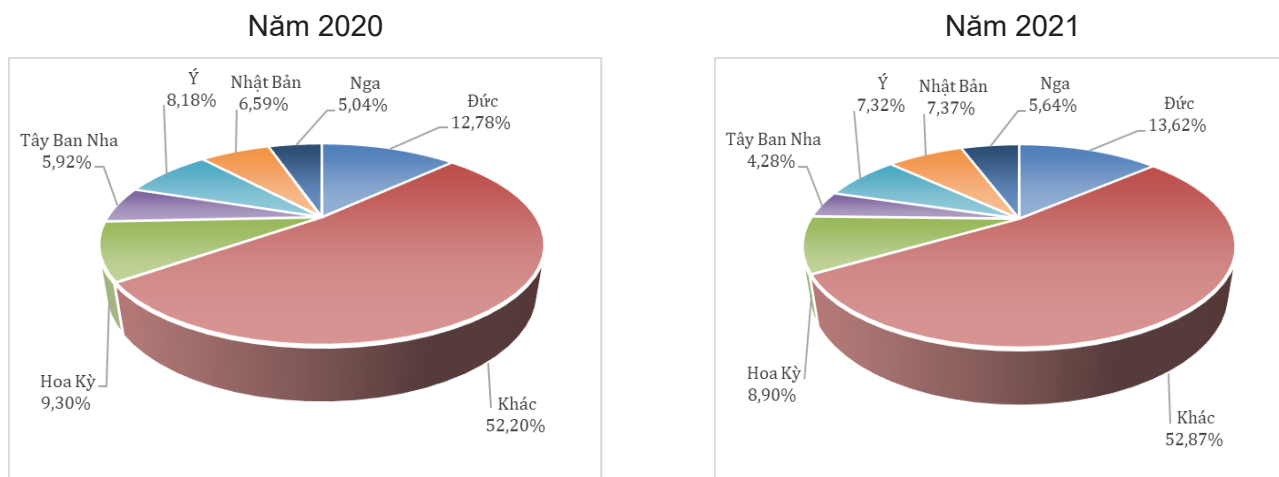


Nguồn: Tính toán từ số liệu của Tổng cục Hải quan

Thị trường xuất khẩu

Năm 2021, tỷ trọng xuất khẩu cà phê sang một số thị trường tăng so với năm 2020 như: Đức, Nhật Bản, Nga. Ngược lại, tỷ trọng xuất khẩu cà phê sang các thị trường Hoa Kỳ, Tây Ban Nha, Ý giảm.

Cơ cấu thị trường xuất khẩu cà phê (Tỷ trọng tính theo trị giá)



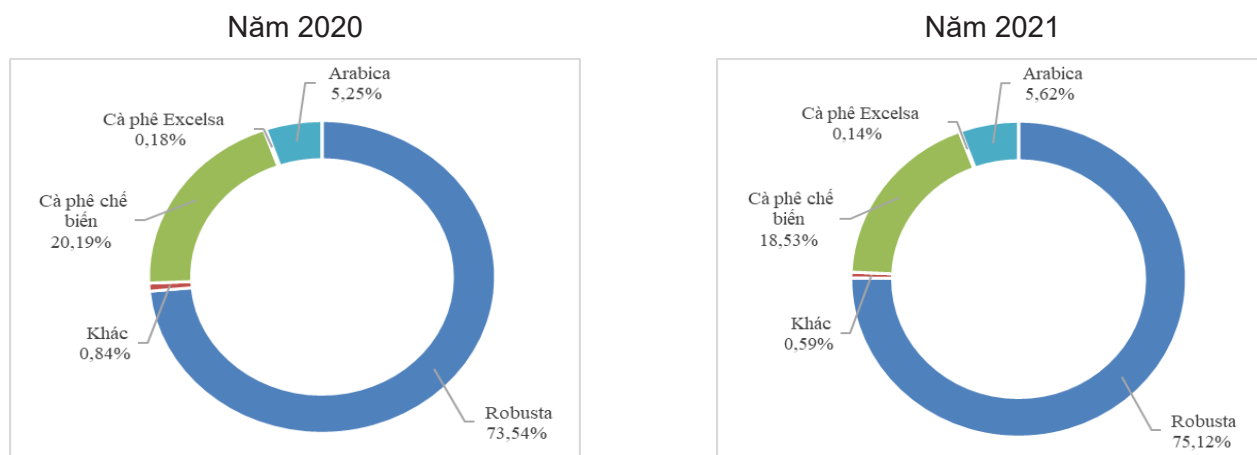
Nguồn: Tính toán từ số liệu của Tổng cục Hải quan

Chủng loại xuất khẩu

Năm 2021, trị giá xuất khẩu hầu hết các chủng loại cà phê tăng so với năm 2020, ngoại trừ cà phê Excelsa giảm 14,4%. Cơ cấu chủng loại có sự chuyển dịch, tốc độ xuất khẩu cà phê Arabica tăng 19,9%, tỷ trọng xuất khẩu tăng từ 5,25% năm 2020 lên 5,62% năm 2021. Tuy nhiên, cà phê Robusta vẫn là chủng loại xuất khẩu chủ yếu, tỷ trọng chiếm 75,12% trong năm 2021, trị giá 2,32 tỷ USD.



Cơ cấu chủng loại cà phê xuất khẩu (Tỷ trọng tính theo trị giá)



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

DUNG LƯỢNG THỊ TRƯỜNG NHẬP KHẨU CÀ PHÊ CỦA 5 THỊ TRƯỜNG LỚN TRÊN THẾ GIỚI VÀ THỊ PHẦN CỦA VIỆT NAM

Cà phê là một trong những đồ uống được tiêu thụ rộng rãi nhất trên thế giới. Theo Tổ chức Cà phê Thế giới (ICO), niên vụ 2020/21, khoảng 167,3 triệu bao (60 kg) cà phê được tiêu thụ trên toàn cầu, tăng so với 164,1 triệu bao niên vụ 2019/2020. Còn theo báo cáo nghiên cứu thị trường, giai đoạn 2021 – 2025, thị trường cà phê toàn cầu tăng trưởng bình quân 7,6%. Các yếu tố thúc đẩy thị trường cà phê phát triển như gia tăng dân số tiêu thụ cà phê ngoài gia đình, đô thị hóa nhanh chóng, tăng doanh số bán lẻ thương mại điện tử, tăng thu nhập thế hệ Z, tăng sở thích cà phê hòa tan, nhu cầu ngày càng tăng đối với cà phê đặc sản và tăng tiêu thụ cà phê nhân ở các nền kinh tế mới nổi dự kiến sẽ thúc đẩy thị trường.

Năm 2021, nhập khẩu cà phê của 5 thị trường hàng đầu thế giới tăng. Theo số liệu thống kê từ ITC,

nhập khẩu cà phê của các thị trường Hoa Kỳ, Đức, Pháp giảm từ Việt Nam; Ý tăng nhẹ; Ca-na-đa tăng 44,9%. Nhìn chung, thị phần cà phê của Việt Nam trong tổng trị giá nhập khẩu của các thị trường Hoa Kỳ, Đức, Pháp, Ca-na-đa vẫn ở mức thấp.

Năm 2022, Việt Nam còn nhiều dư địa để tăng xuất khẩu sang các thị trường trên. Để đáp ứng yêu cầu khắt khe từ các thị trường, ngoài việc nâng cao chất lượng sản phẩm, ngành cà phê cần chú trọng đến khâu truy xuất nguồn gốc, nâng cao năng lực sản xuất. Cơ cấu xuất khẩu cà phê của Việt Nam có sự thay đổi, giảm xuất khẩu cà phê nhân thô, đẩy mạnh khâu chế biến và xuất khẩu cà phê rang xay, hòa tan. Hoạt động xúc tiến thương mại tiếp tục được chú trọng, giúp quảng bá và kết nối sản phẩm cà phê của Việt Nam ra thị trường thế giới.

5 thị trường nhập khẩu cà phê lớn nhất toàn cầu và thị phần của Việt Nam

Thị trường	Tổng nhập khẩu				Nhập khẩu từ Việt Nam		Thị phần cà phê của Việt Nam/tổng nhập khẩu (%)	
	10 tháng 2021 (triệu USD)	Tháng 11/2021 (triệu USD)	Lũy kế các tháng năm 2021 (triệu USD)	So với cùng kỳ năm 2020 (%)	Lũy kế các tháng năm 2021	So với cùng kỳ năm 2020 (%)	Lũy kế các tháng năm 2021	Lũy kế các tháng năm 2020
Hoa Kỳ	5.717	555	6.273	2,3	252	-9,1	4,02	4,52
Đức	3.339		3.339	13,2	313	-6,0	9,37	11,29
Pháp	2.538	288	2.826	8,3	35	-27,7	1,24	1,86
Ca-na-đa	1.154		1.154	16,2	15	44,9	1,29	1,03
Nhật Bản	1.072	130	1.202	10,5	173	6,5	14,38	14,93

Nguồn: ITC



THỊ TRƯỜNG HẠT ĐIỀU

- ▶ Thị trường hạt điều thô toàn cầu được dự báo tăng trưởng bình quân 4,27% trong giai đoạn 2020 – 2025, đạt khoảng 7 tỷ USD vào năm 2025.
- ▶ Năm 2021, trị giá xuất khẩu hầu hết các chủng loại hạt điều tăng, ngoại trừ hạt điều DW và SP.
- ▶ Thị phần hạt điều của Việt Nam trong tổng trị giá nhập khẩu của Hoa Kỳ và Trung Quốc chiếm lần lượt 88,99% và 89,12% trong 11 tháng năm 2021.

THỊ TRƯỜNG HẠT ĐIỀU THẾ GIỚI

Ngành điều thế giới phát triển nhanh chóng trong thập kỷ qua nhờ tiêu thụ hạt điều trên khắp thế giới tăng, đặc biệt ở các nền kinh tế phát triển và mới nổi.

Theo thông tin từ <https://theconversation.com>, thị trường hạt điều thô toàn cầu được dự báo tăng trưởng bình quân 4,27% trong giai đoạn 2020 – 2025, đạt khoảng 7 tỷ USD vào năm 2025.

Đại dịch Covid-19 không ảnh hưởng đến nhu cầu tiêu thụ hạt điều, nhưng tác động đến hoạt động vận chuyển và kênh phân phối. Nguồn cung hạt điều thô từ Tây Phi sang châu Á bị gián đoạn. Sự chậm trễ trong việc thu gom và vận chuyển cuối cùng dẫn đến sản lượng thấp hơn bình thường, tiếp tục làm giảm nguồn cung cấp hạt điều nhân tổng thể.

Theo Bộ Thương mại Ấn Độ, xuất khẩu hạt điều của nước này trong 11 tháng năm 2021 đạt 76 nghìn tấn, trị giá 427,36 triệu USD, tăng 38,8% về lượng và tăng 14,7% về trị giá so với cùng kỳ năm 2020. Trong đó, xuất khẩu hạt điều của Ấn Độ sang hầu hết các thị trường chính tăng, ngoại trừ Hà Lan và Ả rập Xê út. Đáng chú ý, xuất khẩu hạt điều của Ấn Độ sang Việt Nam tăng tới 187% về lượng và tăng 173,5% về trị giá. Việt Nam chủ yếu nhập khẩu nhân hạt điều có mã HS 080131 từ Ấn Độ.



Giá xuất khẩu bình quân hạt điều của Ấn Độ trong 11 tháng năm 2021 đạt mức 5.631 USD/tấn, giảm 17,4% so với cùng kỳ năm 2020. Trong đó, giá xuất khẩu bình quân hạt điều của Ấn Độ sang một số thị trường ở mức cao, như: Nhật Bản (8.120 USD/tấn); Các Tiểu vương quốc Ả rập Thống nhất (8.003 USD/tấn); Ả rập Xê út (7.982 USD/tấn); Hoa Kỳ (7.847 USD/tấn).

Một số thị trường xuất khẩu hạt điều lớn của Ấn Độ trong 11 tháng năm 2021

Thị trường	11 tháng năm 2021		So với cùng kỳ năm 2020 (%)		Thị phần tính theo lượng (%)	
	Lượng (tấn)	Trị giá (nghìn USD)	Lượng	Trị giá	11 tháng 2021	11 tháng 2020
Tổng	75.900	427.360	38,8	14,7	100,00	100,00
Việt Nam	26.457	35.740	187,0	173,5	34,86	16,86
Các TVQ Ả rập Thống nhất	14.679	117.470	52,4	56,7	19,34	17,62
Nhật Bản	6.551	53.190	4,8	2,6	8,63	11,43
Hà Lan	5.138	37.430	-29,2	-32,3	6,77	13,28
Ả rập Xê út	4.654	37.150	-13,8	-14,4	6,13	9,88
Hoa Kỳ	2.963	23.250	38,1	43,0	3,90	3,92
Khác	15.458	123.130	4,7	4,6	20,37	27,01

Nguồn: Bộ Thương mại Ấn Độ

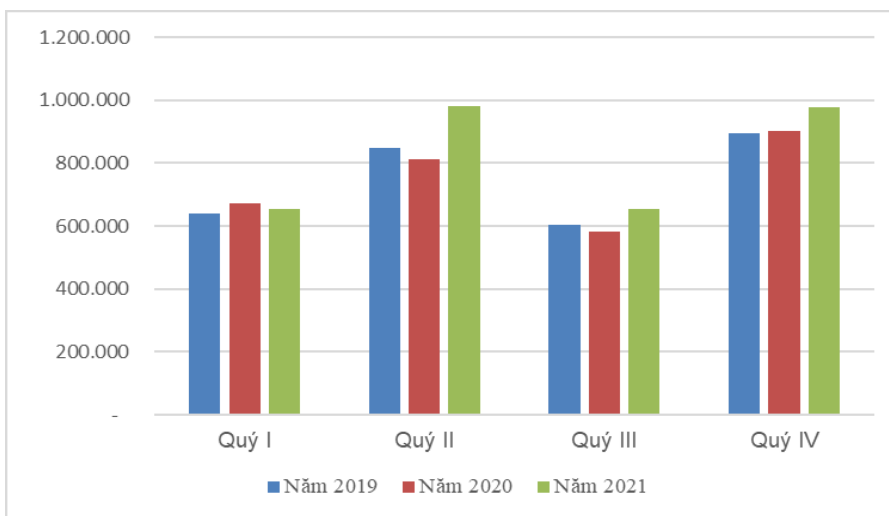
(* Ghi chú: HS 080131 Hạt điều tươi hoặc khô, chưa tách vỏ; HS 080132 Hạt điều tươi hoặc khô, đã tách vỏ.

NĂM 2021, XUẤT KHẨU HẠT ĐIỀU CỦA VIỆT NAM ĐẠT 3,64 TỶ USD, TĂNG 13,3% SO VỚI NĂM 2020

Năm 2021 là một năm thành công đối với xuất khẩu hạt điều của Việt Nam, với lượng xuất khẩu đạt 579,8 nghìn tấn, trị giá 3,64 tỷ USD, tăng 12,6% về lượng và tăng 13,3% về trị giá so với năm 2020.

Dự báo năm 2022, xuất khẩu hạt điều sẽ tiếp tục tăng trưởng khả quan nhờ thị hiếu tiêu dùng toàn cầu ngày càng ưa chuộng sản phẩm có lợi cho sức khỏe, thời gian bảo quản lâu.

Trị giá xuất khẩu hạt điều qua các quý giai đoạn 2019 – 2020 (ĐVT: triệu USD)



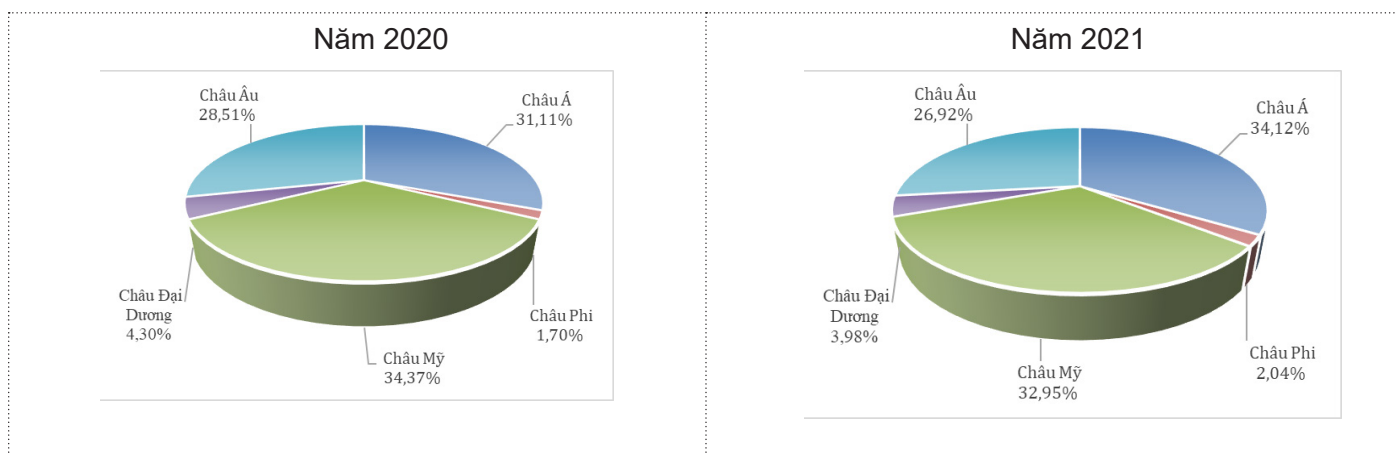
Nguồn: Tổng cục Hải quan

Khu vực xuất khẩu

Năm 2021, trị giá xuất khẩu hạt điều sang tất cả các khu vực tăng so với năm 2020. Trong đó, tốc độ xuất khẩu hạt điều sang châu Phi tăng 35,2%, nhưng trị giá ở mức thấp. Tiếp theo là khu vực châu Á, tốc độ xuất khẩu tăng trưởng 24%, tỷ trọng xuất khẩu

hạt điều của Việt Nam sang khu vực châu Á tăng từ 31,11% năm 2020 lên 34,12% năm 2021. Xuất khẩu hạt điều sang châu Âu tăng 6,8%, nhưng tỷ trọng xuất khẩu giảm từ 28,51% năm 2020 xuống 26,92% năm 2021.

Cơ cấu khu vực xuất khẩu hạt điều (tỷ trọng tính theo trị giá)



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

Thị trường xuất khẩu

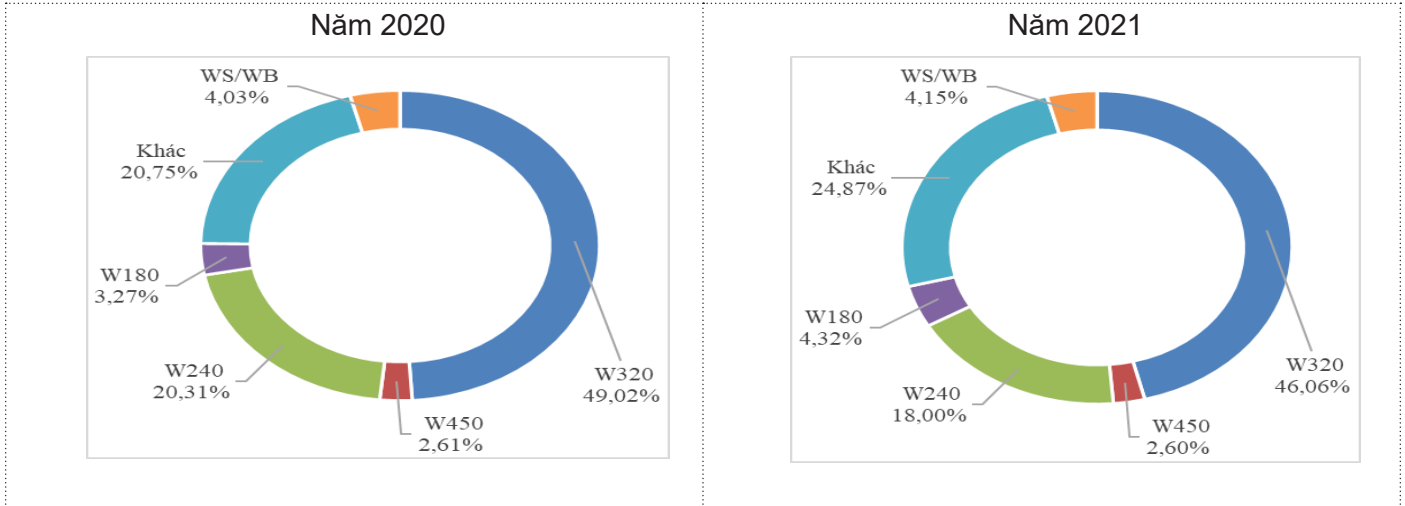
Năm 2021, trị giá xuất khẩu hạt điều sang nhiều thị trường chính tăng, ngoại trừ Hà Lan, Úc, Ý. Tỷ trọng xuất khẩu hạt điều của Việt Nam sang hầu hết các thị trường chính giảm, ngoại trừ tỷ trọng xuất khẩu tới Trung Quốc tăng từ 15,91% năm 2020 lên 16,88% năm 2021; tới Ca-na-đa tăng từ 2,9% năm 2020 lên 3,07% năm 2021.

Chủng loại xuất khẩu

Năm 2021, trị giá xuất khẩu hầu hết các chủng loại hạt điều tăng, ngoại trừ hạt điều DW và SP. Tốc độ xuất khẩu hạt điều W180 tăng mạnh nhất 49,6%, tỷ trọng xuất khẩu tăng từ 3,27% năm 2020 lên 4,32% năm 2021. Tốc độ xuất khẩu hạt điều W320 tăng 13,3%, nhưng tỷ trọng xuất khẩu giảm từ 49,02% năm 2020 xuống 46,06% năm 2021.

Cơ cấu chủng loại hạt điều xuất khẩu

(Tỷ trọng tính theo trị giá)



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

DUNG LƯỢNG THỊ TRƯỜNG NHẬP KHẨU HẠT ĐIỀU CỦA 5 THỊ TRƯỜNG LỚN VÀ THỊ PHẦN CỦA VIỆT NAM

Hạt điều là một trong những thực phẩm được người tiêu dùng ưa chuộng nhờ lợi ích mang lại đối với sức khỏe con người. Trong bối cảnh dịch Covid-19 diễn biến phức tạp, nhu cầu tiêu thụ thực phẩm có lợi cho sức khỏe tăng mạnh. Theo thông tin từ <https://www.mordorintelligence.com>, thị trường hạt điều toàn cầu được dự báo sẽ đạt tốc độ bình quân 4,6% trong giai đoạn 2021 – 2026.

Giá hạt điều trong năm 2021 ở mức thấp, thúc đẩy nhu cầu tiêu thụ tăng. Theo CBI.EU, năm 2021 giá bán lẻ hạt điều ở châu Âu tiếp tục giảm, thúc đẩy nhu cầu tiêu dùng trong khu vực EU tăng. Trong đó, do các biện pháp giãn cách, tiêu dùng trong các phân khúc công nghiệp và dịch vụ ăn uống giảm đáng kể và có sự chuyển dịch từ ăn ở ngoài sang ăn ở nhà. Tuy nhiên, việc đóng cửa, xu hướng thực phẩm tốt cho sức khỏe và giá cả hấp dẫn đã thúc đẩy tổng lượng tiêu thụ hạt điều.

Số liệu thống kê cho thấy, nhập khẩu hạt điều của các thị trường Hoa Kỳ, Trung Quốc, Anh, Pháp, Nhật Bản đều tăng trưởng khả quan trong 11 tháng



năm 2021 so với cùng kỳ năm 2020. Trong đó, Việt Nam giữ vai trò là thị trường xuất khẩu hạt điều hàng đầu thế giới. Thị phần hạt điều của Việt Nam trong tổng trị giá nhập khẩu của Hoa Kỳ và Trung Quốc chiếm lần lượt 88,99% và 89,12% trong 11 tháng năm 2021. Các loại hạt đã trở thành một thành phần chính trong chế độ ăn uống của người Trung Quốc kể từ khi Chính sách Y tế Quốc gia ra đời có tên là “Hướng dẫn chế độ ăn uống cho người dân Trung Quốc”, nhấn mạnh đến việc tiêu thụ các loại hạt hàng ngày. Nhập khẩu hạt điều tăng cũng có thể là do chiến dịch bán sản phẩm mới “các loại hạt hàng ngày”, bao gồm hạt điều, đóng gói ăn liền của các nhà sản xuất hạt điều Trung Quốc.

5 thị trường nhập khẩu hạt điều lớn nhất toàn cầu và thị phần của Việt Nam

Thị trường	Nhập khẩu từ thế giới		Nhập khẩu từ Việt Nam		Thị phần nhập khẩu từ Việt Nam (%)	
	11 tháng năm 2021 (triệu USD)	So với cùng kỳ 2020 (%)	11 tháng năm 2021 (triệu USD)	So với cùng kỳ 2020 (%)	11 tháng năm 2021	11 tháng năm 2020
Hoa Kỳ	1.074	7,2	955	7,0	88,99	89,21
Trung Quốc	175	23,8	156	26,9	89,12	86,92
Anh	136	0,2	88	2,9	64,82	63,09
Pháp	120	10,6	81	17,2	67,53	63,70
Nhật Bản	92	8,9	39	32,8	42,60	34,93

Nguồn: ITC; Ủy ban Thương mại Quốc tế Hoa Kỳ; Cơ quan Hải quan Trung Quốc

THỊ TRƯỜNG RAU QUẢ

- ▶ *Trị giá xuất khẩu trái cây của Pê-ru năm 2021 ước tính đạt 4,5 tỷ USD, tăng 15,0% so với năm 2020.*
- ▶ *Bất chấp đại dịch Covid-19, Trung Quốc tăng mạnh nhập khẩu sầu riêng trong năm 2021.*
- ▶ *Xuất khẩu hàng rau quả trong quý IV/2021 đạt 800,2 tỷ USD, tăng 3% so với quý IV/2020.*
- ▶ *Thị phần hàng rau quả của Việt Nam tại các thị trường nhập khẩu lớn tăng, trừ thị phần tại thị trường Trung Quốc giảm.*

THỊ TRƯỜNG THẾ GIỚI

Pê-ru: Theo ước tính của Bộ Phát triển Nông nghiệp và Thủy lợi Pê-ru (MIDAGRI), xuất khẩu nông sản của Pê-ru năm 2021 đạt tổng giá trị hơn 9,0 tỷ USD, tương ứng tăng 15,8% so với năm 2020. Đặc biệt, tổng trị giá xuất khẩu trái cây năm 2021 ước tính đạt 4,5 tỷ USD, tăng 15,0% so với năm 2020. Các loại trái cây xuất khẩu chủ yếu của Pê-ru gồm việt quất, nho và bơ, mỗi loại đều vượt mốc 1 tỷ USD.

Pê-ru là nước xuất khẩu việt quất lớn nhất thế giới, trị giá xuất khẩu việt quất của nước này lần đầu tiên vượt 1 tỷ USD vào năm 2020. Con số này dự kiến sẽ đạt 1,4 tỷ USD vào năm 2021. Theo MIDAGRI, một trong những lợi thế của quả việt quất Pê-ru là mùa thu hoạch khác với các nước xuất khẩu việt quất khác như Chi-lê, Tây Ban Nha và Hoa Kỳ. Trong khi đó, xuất khẩu nho của Peru năm 2021 ước tính đạt tổng trị giá 1,27 tỷ USD. Mùa xuất khẩu nho của Pê-ru thường kéo dài từ tháng 8 đến tháng 3, với 60% lượng xuất khẩu tập trung từ tháng 10 đến tháng 12. Trung Quốc là nhà nhập khẩu nho lớn thứ ba của Pê-ru sau Hoa Kỳ và Hà Lan, với sản lượng xuất khẩu hơn 50.000 tấn.

Xuất khẩu bơ của Pê-ru, chủ yếu là giống Hass, ước tính đạt tổng giá trị 1,12 tỷ USD vào năm 2021. 5 năm trước, diện tích trồng bơ ở Pê-ru là 56.000 ha, đến nay tăng lên 73.000 ha, tăng khoảng 30%. Peru là nhà cung cấp bơ lớn nhất của Trung Quốc. Năm 2021, Trung Quốc nhập khẩu ước tính khoảng 26.000 tấn bơ Pê-ru, tương ứng với 70% tổng lượng bơ nhập khẩu của Trung Quốc.

10 quốc gia và khu vực hàng đầu về xuất khẩu nông sản của Pê-ru là Hoa Kỳ, Hà Lan, Tây Ban Nha, Chi-lê, Anh, Trung Quốc, Ê-cu-a-đo, Hồng Kông, Đức và Hàn Quốc. Trị giá xuất khẩu sang các thị trường này chiếm 78% tổng trị giá xuất khẩu nông sản của Pê-ru.

Pê-ru xuất khẩu trái cây sang Trung Quốc bao gồm nho, xoài, quýt, bơ, việt quất và dâu tây đông lạnh. Pê-ru hiện đang tìm cách tiếp cận thị trường Trung Quốc cho các sản phẩm nông nghiệp bao gồm lựu, chuối, thanh long, hồ đào, hạt dẻ và các loại trái cây đông lạnh khác.

Năm 2022, xuất khẩu nông sản của Pê-ru được dự báo sẽ đạt 10 tỷ USD.

Trung Quốc: Từ năm 2010 đến nay, tiêu thụ sầu riêng ở Trung Quốc tăng với tốc độ nhanh, duy trì tốc



độ tăng trưởng trung bình hàng năm hơn 16%. Theo số liệu từ Cơ quan Hải quan Trung Quốc, nhập khẩu sầu riêng của Trung Quốc trong 11 tháng năm 2021 đạt 809.000 tấn, trị giá 4,13 tỷ USD. Khối lượng nhập khẩu hàng năm cao nhất trước đó của Trung Quốc là 604.500 tấn vào năm 2019, còn trị giá nhập khẩu cao nhất là 2,3 tỷ USD vào năm 2020. Cả hai kỷ lục đã bị phá vỡ trong 11 tháng năm 2021.

Nhập khẩu sầu riêng của Trung Quốc chủ yếu từ Thái Lan. Trong những năm gần đây, nhu cầu bùng nổ cộng với chi phí vận chuyển tăng cao đã khiến giá sầu riêng tăng. Giá trung bình của sầu riêng tươi ở Trung Quốc đã tăng lên 4,0 USD/kg vào năm 2020 và năm 2021 lên mức cao là 5,11 USD/kg. Do khó khăn trong vận chuyển bởi đại dịch Covid-19 gây ra, cũng như tiến độ thương mại hóa sầu riêng nội địa của Trung Quốc chậm, giá dự kiến sẽ còn tăng hơn nữa trong thời gian tới.

Thái Lan đứng đầu thế giới về xuất khẩu sầu riêng, với 621.000 tấn xuất khẩu vào năm 2020, tăng 135.000 tấn so với năm 2019, trong đó xuất khẩu sang Trung Quốc chiếm 93%. Năm 2021 là một năm đáng chú ý đối với doanh số bán sầu riêng của Thái Lan do nhu cầu bùng nổ của Trung Quốc. Thái Lan sản xuất 1,11 triệu tấn sầu riêng vào năm 2020 và gần 1,29 triệu tấn vào năm 2021.

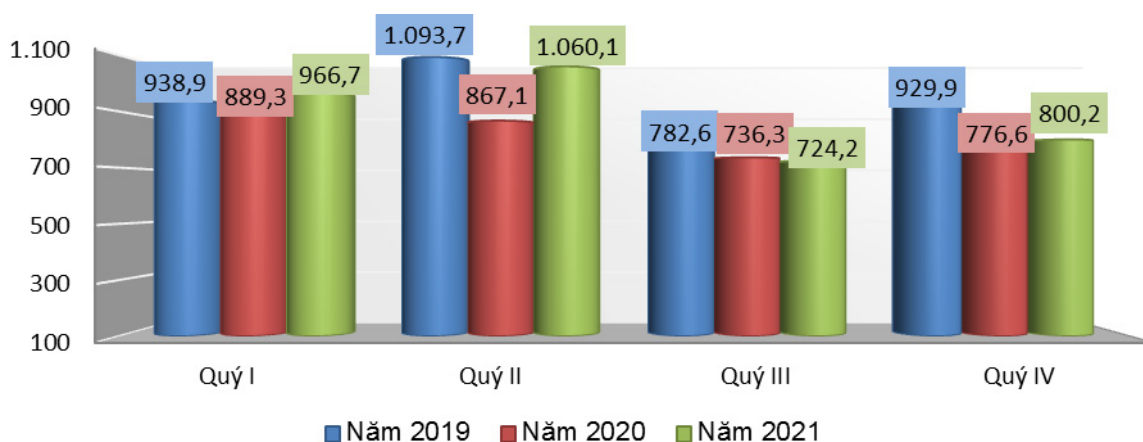
Các vấn đề về hải quan và vận chuyển do dịch Covid-19 bùng phát dự kiến sẽ là rào cản lớn nhất đối với xuất khẩu sầu riêng của Thái Lan sang Trung Quốc trong năm 2022. Theo đó, các phòng thương mại của Thái Lan đã thảo luận về các biện pháp để giảm thiểu những rủi ro này đối với hoạt động thương mại sầu riêng của Thái Lan. Các biện pháp này bao gồm áp dụng các biện pháp vệ sinh chặt chẽ hơn đối với hàng xuất khẩu, mở ra các tuyến thương mại mới với Trung Quốc và phát triển quan hệ thương mại với các nước khác để giảm sự phụ thuộc vào thị trường Trung Quốc.

TÌNH HÌNH XUẤT KHẨU RAU QUẢ CỦA VIỆT NAM

Theo tính toán từ số liệu thống kê của Tổng cục Hải quan, xuất khẩu hàng rau quả trong quý IV/2021 đạt 800,2 triệu USD, tăng 10,5% so với quý III/2021,

tăng 3% so với quý IV/2020. Tính chung năm 2021, xuất khẩu hàng rau quả đạt 3,55 tỷ USD, tăng 8,6% so với năm 2020.

Tình hình xuất khẩu hàng rau quả của Việt Nam theo quý giai đoạn năm 2019 – 2021 (ĐVT: Triệu USD)

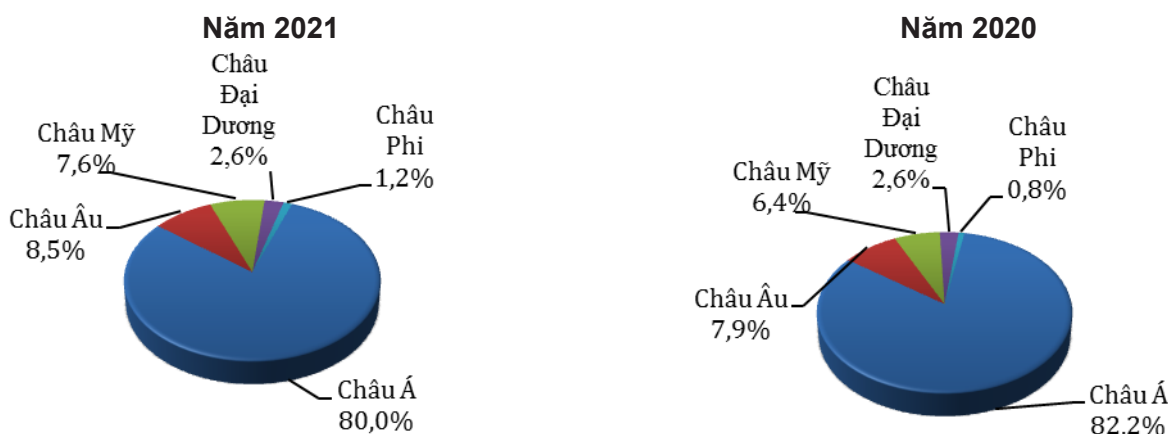


Nguồn: Tính toán theo số liệu từ Tổng cục Hải quan

Về thị trường: Việt Nam đang cố gắng đa dạng hóa thị trường xuất khẩu hàng rau quả. Biểu đồ cơ cấu hàng rau quả xuất khẩu sang các châu lục trong năm 2021 cho thấy sự chuyển dịch rõ nét. Trong khi tỷ trọng xuất khẩu hàng rau quả sang châu Âu và châu Mỹ tăng, thì tỷ trọng xuất khẩu

sang châu Á giảm. Trong năm 2021, trị giá xuất khẩu hàng rau quả tới thị trường châu Âu và châu Mỹ đều có tốc độ tăng trưởng cao, trong đó xuất khẩu tới châu Âu đạt 303 triệu USD, tăng 17,4% so với năm 2020; tới châu Mỹ đạt 271 triệu USD, tăng 29,1% so với năm 2020.

Cơ cấu xuất khẩu hàng rau quả sang các châu lục (% theo trị giá)



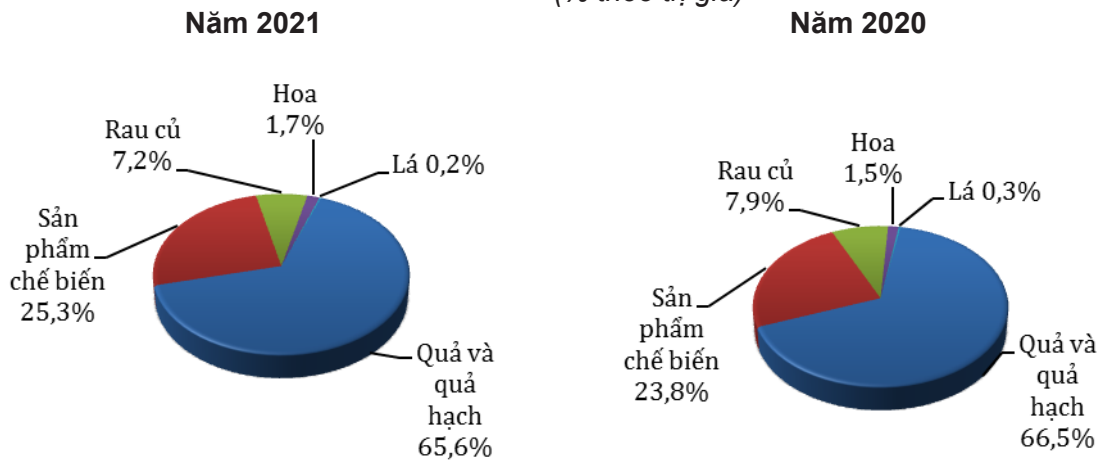
Nguồn: Tính toán theo số liệu từ Tổng cục Hải quan

Về chủng loại: Chịu tác động của dịch Covid-19, trong năm 2021 cơ cấu chủng loại hàng rau quả xuất khẩu của Việt Nam đã có sự dịch chuyển, cụ thể trong khi chủng loại hàng quả và quả hạch giảm tỷ trọng xuất khẩu, thì chủng loại sản phẩm chế biến lại tăng. Trị giá xuất khẩu chủng loại hàng rau quả chế biến trong năm 2021 chiếm 25,3% tổng trị giá xuất khẩu hàng rau quả, tăng 1,5 điểm phần trăm so với năm 2020. Mặc dù có sự chuyển dịch tích cực, nhưng so với yêu cầu phát triển và hội nhập, ngành rau quả chế biến của Việt Nam vẫn đang đối mặt với nhiều tồn tại, hạn chế cần nỗ lực khắc phục trong

thời gian tới. Việc đầu tư cho chế biến sẽ giúp ngành hàng rau quả tăng giá trị xuất khẩu. Vì vậy, cần phải đầu tư cho công nghệ xử lý, bảo quản sau thu hoạch và phát triển logistics phục vụ vận chuyển rau quả.

Dịch Covid-19 được cho là không ảnh hưởng tiêu cực đến ngành sản xuất rau, củ, quả chế biến toàn cầu. Ngược lại, nguồn cung rau quả chế biến tăng khi xuất khẩu sản phẩm tươi hoặc đông lạnh giảm, buộc các nhà sản xuất phải chuyển hướng sang chế biến. Trong khi đó, giá cả, thời gian sử dụng và sự đổi mới là những động lực chính thúc đẩy sự gia tăng tiêu thụ trái cây và rau quả chế biến.

Cơ cấu chủng loại hàng rau quả xuất khẩu
(% theo trị giá)



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



DUNG LƯỢNG 10 THỊ TRƯỜNG NHẬP KHẨU HÀNG RAU QUẢ LỚN NHẤT THẾ GIỚI VÀ THỊ PHẦN CỦA VIỆT NAM

Thị trường EU:

Theo số liệu thống kê từ Cơ quan thống kê châu Âu (Eurostat), EU là thị trường nhập khẩu hàng rau quả (mã HS 06,07,08 và 20, trong đó mã HS08 trừ đi mã 080131 và 080132) lớn nhất trên thế giới. Trong 10 tháng năm 2021, nhập khẩu hàng rau quả của EU đạt 100,3 tỷ USD, tăng 2,9% so với cùng kỳ năm 2020. EU là thị trường tiềm năng lớn của hàng rau quả Việt Nam, bởi nhu cầu nhập khẩu sản phẩm rau, quả mới lạ có dinh dưỡng cao của EU từ khu vực

nhật đới rất lớn và đang có tốc độ tăng trưởng cao. Tuy nhiên hàng rau quả nhập khẩu của EU từ Việt Nam rất nhỏ, chỉ chiếm 0,2% trong tổng trị giá nhập khẩu của EU trong 10 tháng năm 2021. Đáng chú ý, Việt Nam là nước đang phát triển duy nhất ở khu vực châu Á – Thái Bình Dương có hiệp định Thương mại tự do với EU. Sau khi hiệp định EVFTA có hiệu lực, thuế suất một số loại rau, quả của Việt Nam vào EU được giảm về 0%, đây là lợi thế cạnh tranh rất lớn so với các nước trong khu vực. Tuy nhiên việc đẩy

mạnh xuất khẩu rau quả Việt Nam sang thị trường EU là không dễ dàng, do Việt Nam chưa có vùng trồng đủ lớn bảo đảm chất lượng, nguồn cung ổn định cho xuất khẩu sang EU. Các doanh nghiệp được chứng nhận quốc tế, chứng nhận đạt tiêu chuẩn vào EU còn ít. Công nghệ bảo quản, chế biến còn hạn chế, bao bì nhãn mác đóng gói thiết kế chưa thực sự phù hợp thị hiếu của người EU. Ngoài ra, chi phí cho vận chuyển cao, ảnh hưởng tới giá thành phân phối sản phẩm, làm giảm khả năng cạnh tranh so với sản phẩm cùng loại của các nước khác tại thị trường EU.

Thị trường Hoa Kỳ: Tiếp theo là thị trường Hoa Kỳ, theo số liệu thống kê từ Trung tâm Thương mại quốc tế (ITC), trong 10 tháng năm 2021, trị giá nhập khẩu hàng rau quả (mã HS 06,07,08 và 20, trong đó mã HS08 trừ đi mã 080131 và 080132) của Hoa Kỳ đạt 40,4 tỷ USD, tăng 13,5% so với cùng kỳ năm 2020. Hoa Kỳ là thị trường rất tiềm năng đối với hàng rau quả của Việt Nam, bởi đây là thị trường tiêu dùng có thu nhập bình quân cao, xu hướng ẩm thực ngày càng chú trọng tới các chủng loại rau quả. Hệ thống phân phối tại Hoa Kỳ đa dạng, nhiều kênh, hiện đại, mở ra nhiều cơ hội tiêu thụ. Tính đa dạng và cởi mở trong văn hóa Hoa Kỳ luôn khiến người tiêu dùng muốn trải nghiệm sản phẩm mới, mở ra cơ hội cho các loại rau quả đặc sản từ vùng nhiệt đới của Việt Nam. Tỷ trọng nhập khẩu hàng rau quả của Hoa Kỳ từ Việt Nam vẫn ở mức thấp là cơ hội để các doanh nghiệp Việt Nam mở rộng thị phần tại thị trường này trong thời gian tới. Tuy nhiên, hoạt động xuất khẩu hàng rau quả sang thị trường Hoa Kỳ phải đối mặt với nhiều khó khăn, như phải cạnh tranh với các sản phẩm cùng loại được trồng tại Mê-hi-cô và các nước Nam Mỹ. Ngoài ra, do khoảng cách địa lý, chi phí vận chuyển, bảo quản cao, nên hàng rau quả của Việt Nam vẫn chưa tiếp cận được nhiều với thị trường này.

Để gia tăng xuất khẩu hàng rau quả vào thị trường Hoa Kỳ, Thương vụ Việt Nam tại Hoa Kỳ khuyến nghị, các doanh nghiệp trong nước nên phối

hợp với nhà nhập khẩu, phân phối tại Hoa Kỳ nghiên cứu phương thức thanh toán linh hoạt, hỗ trợ chia sẻ rủi ro, nhất là giai đoạn đầu tiếp cận thị trường. Bên cạnh đó, xem xét việc liên kết, đầu tư kho lạnh để lập trung tâm phân phối hàng Việt Nam tại một cảng nhập lớn ở Bờ Tây, sau có thể mở thêm tại Bờ Đông hoặc phía Nam, với quy mô đủ lớn, phục vụ nhiều nhóm hàng. Việc này sẽ giúp giảm chi phí, tạo thể chủ động cho các doanh nghiệp đưa hàng ra thị trường. Đồng thời, các doanh nghiệp xuất khẩu chủ động cập nhật, thường xuyên cung cấp thông tin, chủ động khai mở, tạo cơ hội thị trường.

Thị trường Trung Quốc: Trung Quốc là thị trường nhập khẩu hàng rau quả lớn thứ 3 trên thế giới, với trị giá nhập khẩu trong 10 tháng năm 2021 đạt 15,8 tỷ USD, tăng 37,6% so với năm 2020. Tỷ trọng nhập khẩu hàng rau quả từ Việt Nam chiếm 6,8% tổng trị giá nhập khẩu mặt hàng này của Trung Quốc trong 10 tháng năm 2021, giảm 2 điểm phần trăm so với cùng kỳ năm 2020.

Mặc dù tỷ trọng nhập khẩu hàng rau quả của Trung Quốc từ Việt Nam giảm, nhưng đây vẫn là thị trường rất tiềm năng đối với hàng rau quả của Việt Nam. Nhiều thị trường cung cấp hàng rau quả như Thái Lan, Mi-an-ma, Ấn Độ, Hoa Kỳ... đang đẩy mạnh xuất khẩu sang thị trường này, vì vậy hàng rau quả của Việt Nam ngày càng cạnh tranh gay gắt, bên cạnh đó nhiều sản phẩm rau quả của Trung Quốc cũng tương tự của Việt Nam, vì vậy Trung Quốc đưa ra nhiều chính sách để bảo hộ sản phẩm trong nước. Phía Trung Quốc đã đề nghị Việt Nam giảm xuất tiểu ngạch, thay thế bằng hoạt động chính ngạch và đáp ứng đầy đủ giấy tờ về kiểm dịch. Từ ngày 1/1/2022, Trung Quốc tiếp tục siết chặt điều kiện nhập khẩu nông sản và nhiều biện pháp quản lý an toàn thực phẩm nhập khẩu được thực thi. Những yêu cầu từ phía Trung Quốc đang dần tiệm cận với những nước phát triển. Vì thế, doanh nghiệp cần lưu ý tuân thủ nghiêm ngặt các quy định nhập khẩu của Trung Quốc để tránh bị gián đoạn hoạt động xuất khẩu.

10 thị trường nhập khẩu hàng rau quả lớn nhất trên thế giới và thị phần của Việt Nam trong 10 tháng năm 2021

Thị trường	10 tháng năm 2021 (triệu USD)	So với 10 tháng năm 2020 (%)	Tỷ trọng nhập khẩu từ Việt Nam 10 tháng (%)	
			Năm 2021	Năm 2020
EU*	100.313	2,9	0,2	0,1
Mỹ	40.393	13,5	0,7	0,5
Trung Quốc*	15.808	37,6	6,8	8,7
Anh	13.046	-0,2	0,1	0,1
Nhật Bản	8.417	2,0	2,9	2,3
Canada	9.805	8,0	0,5	0,4
Nga	7.202	7,1	0,9	0,7
Hồng Kông	5.352	10,8	1,9	1,2
Hàn Quốc	3.442	12,6	5,2	4,6
Thụy Sĩ	3.098	12,2	0,2	0,2

Nguồn: ITC, Eurostat, Cơ quan Hải quan Trung Quốc
(Tỷ giá 1 Eur=1,13 USD).

THỊ TRƯỜNG SẢN VÀ SẢN PHẨM TỪ SẢN

- ▶ Trong tháng 01/2022, giá tinh bột sắn nội địa, sắn lát và tinh bột sắn xuất khẩu của Thái Lan ổn định, trong khi giá sắn nguyên liệu giảm nhẹ so với cuối năm 2021.
- ▶ Trong tháng 01/2021, giá củ sắn tươi tiếp tục xu hướng tăng nhẹ tại Gia Lai, Quảng Ngãi do tình trạng thiếu nguyên liệu.
- ▶ Năm 2021, xuất khẩu sắn và các sản phẩm từ sắn đạt 2,87 triệu tấn, trị giá 1,18 tỷ USD, tăng 2,4% về lượng và tăng 16,5% về trị giá so với năm 2020.
- ▶ Trung Quốc là thị trường nhập khẩu sắn và tinh bột sắn lớn nhất thế giới. Năm 2021, nhập khẩu 2 mặt hàng này của Trung Quốc tăng mạnh so với năm 2020.

THỊ TRƯỜNG THẾ GIỚI

Thái Lan: Trong tháng 01/2022, giá tinh bột sắn nội địa, sắn lát và tinh bột sắn xuất khẩu của Thái Lan ổn định, trong khi giá sắn nguyên liệu giảm nhẹ so với cuối năm 2021. Trong tháng, Hiệp hội tinh bột sắn Thái Lan giữ giá sản xuất khẩu tinh bột sắn ở mức 490 USD/tấn, ổn định so với cuối năm 2021 và giá thu mua tinh bột sắn cũng được giữ ở mức 15,1 Baht/kg, ổn định so với cuối năm 2021.

Trong khi đó, Hiệp hội Nhà máy sản xuất khoai sắn Thái Lan cũng giữ giá sản xuất khẩu sắn lát ở mức 240 – 250 USD/tấn, FOB Băng Cốc, ổn định so với cuối năm 2021; trong khi giá sắn nguyên liệu được điều chỉnh xuống mức 2,40-2,90 Baht/kg, giảm 0,5 Baht/kg so với cuối năm 2021.

Theo số liệu thống kê của Cơ quan Hải quan Thái Lan, 11 tháng năm 2021, Thái Lan xuất khẩu được 4,58 triệu tấn sắn lát (mã HS 07141011), trị giá 35,47 tỷ Baht (tương đương 1,07 tỷ USD), tăng 68% về lượng và tăng 89,6% về trị giá so với cùng kỳ năm 2020. Trong đó, xuất khẩu sang Trung Quốc chiếm 99,98% tổng lượng sắn lát xuất khẩu của Thái Lan, với 4,58 triệu tấn, trị giá 35,46 tỷ Baht (tương đương 1,06 tỷ USD), tăng 68,1% về lượng và tăng 89,7% về trị giá so với cùng kỳ năm 2020. (Tỷ giá 1 Baht = 0,03008 USD).

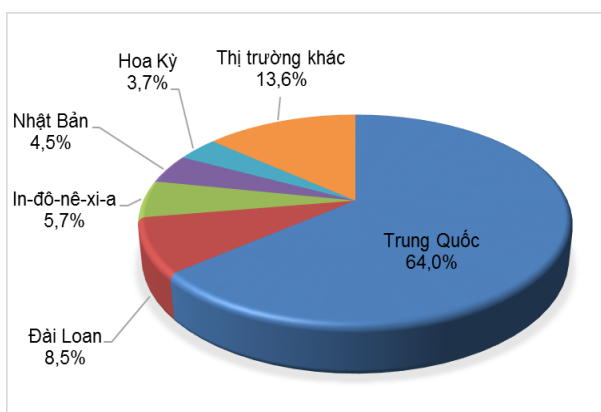


Trong 11 tháng năm 2021, Thái Lan cũng xuất khẩu được 3,22 triệu tấn tinh bột sắn (mã HS 11081400), trị giá 46,3 tỷ Baht (tương đương 1,39 tỷ USD), tăng 30,4% về lượng và tăng 44,6% về trị giá so với cùng kỳ năm 2020. Trong đó, xuất khẩu tinh bột sắn sang Trung Quốc chiếm tỷ trọng lớn nhất, chiếm 72,6% tổng lượng tinh bột sắn xuất khẩu của Thái Lan, với 2,34 triệu tấn, trị giá 33 tỷ Baht (tương đương 992,68 triệu USD), tăng 48,1% về lượng và tăng 65,6% về trị giá so với cùng kỳ năm 2020; tiếp đến là thị trường Đài Loan đứng vị trí thứ 2, chiếm 7,5%, với 242,76 nghìn tấn, tăng 16,3% và Nhật Bản đứng ở vị trí thứ 3, chiếm 3,9%, với 124,34 nghìn tấn, tăng 11,8% so với cùng kỳ năm 2020.

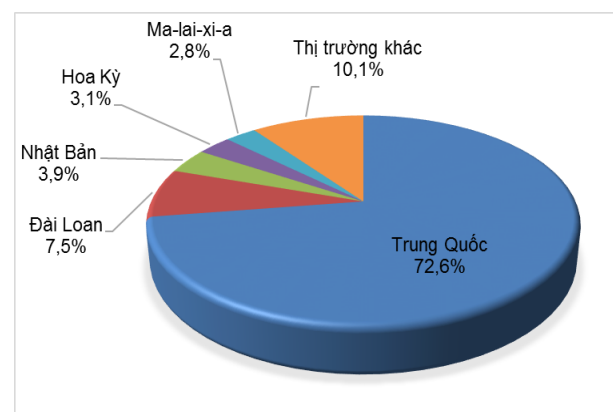
Cơ cấu thị trường xuất khẩu tinh bột sắn của Thái Lan trong 11 tháng năm 2021 có sự thay đổi khi tỷ trọng xuất khẩu sang thị trường Trung Quốc và Ma-lai-xi-a tăng, trong khi tỷ trọng xuất khẩu sang thị trường Đài Loan, In-đô-nê-xi-a, Hoa Kỳ và Nhật Bản giảm mạnh.

Cơ cấu thị trường tiêu thụ tinh bột sắn (mã HS 11081400) của Thái Lan (% tính theo lượng)

11 tháng năm 2020



11 tháng năm 2021



Nguồn: Cơ quan Hải quan Thái Lan

THỊ TRƯỜNG TRONG NƯỚC

Trong tháng 01/2021, giá củ sắn tươi tiếp tục xu hướng tăng nhẹ tại Gia Lai, Quảng Ngãi do tình trạng thiếu nguyên liệu; trong khi giá giảm nhẹ tại Kon Tum, Bình Định do một số nhà máy tạm ngưng sản xuất, hoặc chạy cầm chừng trong bối cảnh xuất khẩu tinh bột sắn ngưng trệ.

Do xuất khẩu biên mậu gặp khó khăn nên nhiều nhà máy tinh bột sắn chấp nhận bán giá thấp hàng tồn kho tại khu vực Hải Phòng, Lạng Sơn để quay vòng vốn. Giá mua sắn lát đưa về các kho khu vực phía Nam có xu hướng tăng do có thêm nhiều đơn vị mở kho mua hàng.



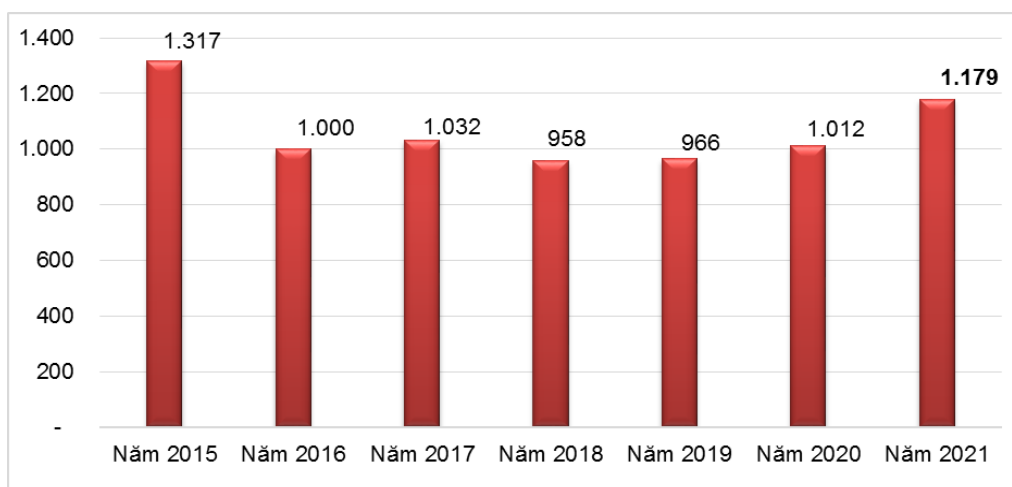
TÌNH HÌNH XUẤT KHẨU SẴN VÀ CÁC SẢN PHẨM TỪ SẴN CỦA VIỆT NAM

Theo số liệu thống kê của Tổng cục Hải quan Việt Nam, năm 2021, xuất khẩu sắn và các sản phẩm từ sắn đạt 2,87 triệu tấn, trị giá 1,18 tỷ USD, tăng 2,4% về lượng và tăng 16,5% về trị giá so với năm 2020. Giá xuất khẩu bình quân sắn và các sản phẩm từ sắn của Việt Nam năm 2021 ở mức 409,8 USD/tấn, tăng 13,8% so với năm 2020. Năm 2021, sắn và sản phẩm

từ sắn là một trong số ít mặt hàng nông sản xuất khẩu đạt trị giá tăng trưởng so với năm 2020.

Tính riêng mặt hàng sắn, năm 2021 xuất khẩu đạt 850,5 nghìn tấn, trị giá 222,02 triệu USD, tăng 30,9% về lượng và tăng 56,9% về trị giá so với năm 2020. Giá xuất khẩu bình quân sắn năm 2021 ở mức 261 USD/tấn, tăng 19,8% so với năm 2020.

Xuất khẩu sắn và các sản phẩm từ sắn của Việt Nam từ năm 2015-2021
(ĐVT: triệu USD)



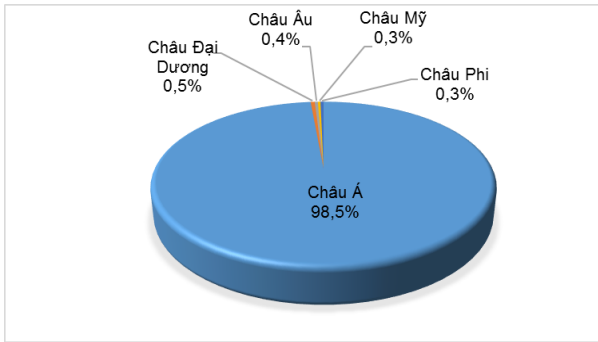
Nguồn: Theo số liệu của Tổng cục Hải quan

Về thị trường xuất khẩu: Trong năm 2021, sắn và các sản phẩm từ sắn của Việt Nam chủ yếu được xuất khẩu sang khu vực châu Á, chiếm tới 98,4% tổng trị giá xuất khẩu sắn và các sản phẩm từ sắn

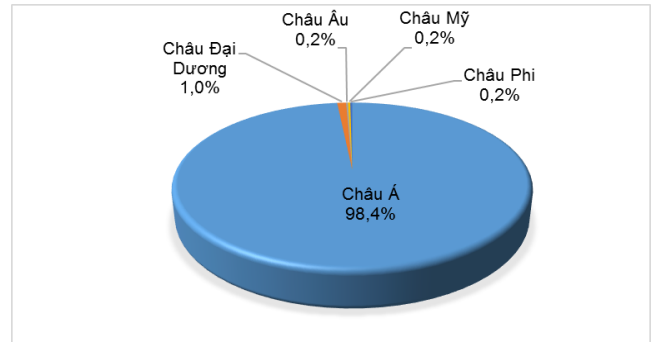
của cả nước. Năm 2021, xuất khẩu sắn và các sản phẩm từ sắn sang khu vực châu Á đạt 2,86 triệu tấn, trị giá 1,16 triệu USD, tăng 2,7% về lượng và tăng 16,6% về trị giá so với năm 2020.

Cơ cấu khu vực xuất khẩu sản và các sản phẩm sản của Việt Nam (% tính theo trị giá)

Năm 2020



Năm 2021



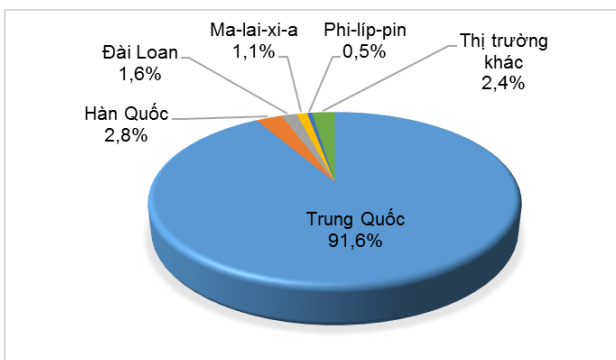
Nguồn: Tính toán từ số liệu của Tổng cục Hải quan

Năm 2021, Trung Quốc vẫn là thị trường tiêu thụ sản và các sản phẩm từ sản lớn nhất của Việt Nam, chiếm tới 93,6% về lượng và chiếm 92,9% về trị giá trong tổng xuất khẩu sản và các sản phẩm từ sản của cả nước, với 2,69 triệu tấn, trị

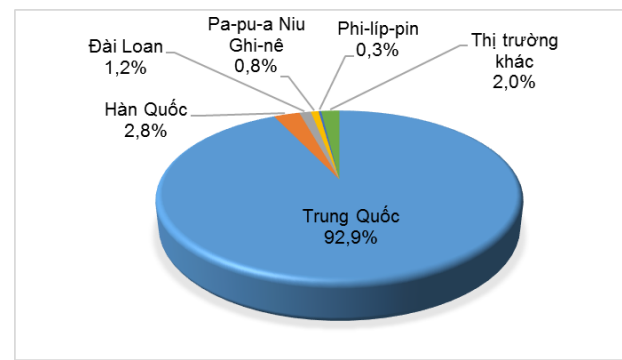
giá 1,1 tỷ USD, tăng 4,1% về lượng và tăng 18,5% về trị giá so với năm 2020. Giá xuất khẩu bình quân sản và các sản phẩm từ sản của Việt Nam sang Trung Quốc năm 2021 ở mức 409 USD/tấn, tăng 13,9% so với năm 2020.

Cơ cấu thị trường chính xuất khẩu sản và các sản phẩm sản của Việt Nam (% tính theo trị giá)

Năm 2020



Năm 2021



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

Về chủng loại xuất khẩu:

Trong năm 2021, tinh bột sản là mặt hàng được xuất khẩu nhiều nhất, chiếm 80,8% tổng trị giá sản và các sản phẩm từ sản xuất khẩu của cả nước, với 2,03 triệu tấn, trị giá 957,63 triệu USD, giảm 6,3% về lượng, nhưng tăng 9,8% về trị giá so với năm 2020. Trong đó, xuất khẩu sang Trung Quốc chiếm 95,7% về lượng và chiếm 95,4% về trị giá trong tổng xuất khẩu tinh bột sản của cả nước, với 1,94 triệu nghìn tấn, trị giá 913,37 triệu USD, giảm 5% về lượng, nhưng tăng 11,4% về trị giá so với năm 2020.

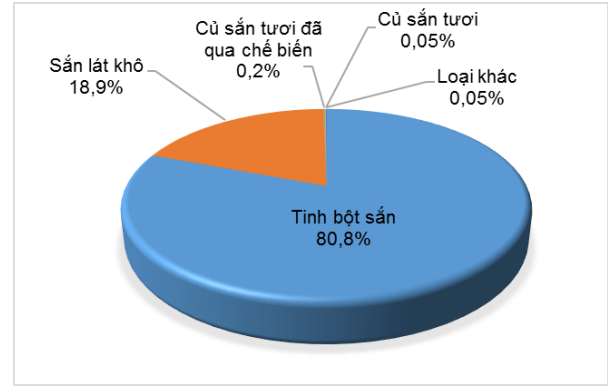
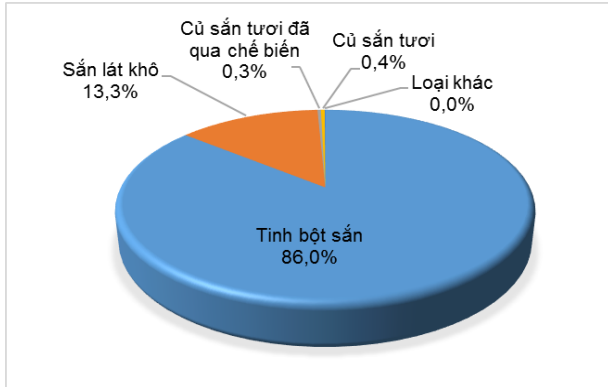
Đáng chú ý, trong năm 2021, xuất khẩu sản lát khô có xu hướng tăng mạnh, với 858,88 nghìn tấn, trị giá 224 triệu USD, tăng 44,5% về lượng và tăng 66% về trị giá so với năm 2020. Trong đó, xuất khẩu sang Trung Quốc chiếm 89,1% về lượng và chiếm 86,2% về trị giá trong tổng xuất khẩu sản lát khô của cả nước, với 765,38 nghìn tấn, trị giá 193,03 triệu USD, tăng 54,1% về lượng và tăng 80% về trị giá so với năm 2020.



Chủng loại sản và sản phẩm từ sản xuất khẩu của Việt Nam
(% tính theo trị giá)

Năm 2020

Năm 2021



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

Năm 2022, nhu cầu sản của Trung Quốc vẫn ở mức cao. Tuy nhiên, xuất khẩu sản và các sản phẩm từ sản sang Trung Quốc sẽ gặp nhiều khó khăn vì hàng loạt quy định, tiêu chuẩn mới được Cơ quan Hải quan Trung Quốc ban hành và áp dụng từ đầu

năm 2022. Trung Quốc đã có những quy định mới khắt khe hơn áp dụng đối với mặt hàng nông sản xuất khẩu từ Việt Nam, có hiệu lực từ ngày 01/01/2022. Trung Quốc không chỉ yêu cầu về bao bì, mẫu mã, mà còn yêu cầu về nội dung hồ sơ.

THỊ TRƯỜNG NHẬP KHẨU SẢN VÀ TINH BỘT LỚN TRÊN THẾ GIỚI VÀ THỊ PHẦN CỦA VIỆT NAM

Qua số liệu thống kê cho thấy, trong 11 tháng năm 2021, Trung Quốc là thị trường nhập khẩu sản và tinh bột sắn lớn nhất thế giới, nhập khẩu 2 mặt hàng này của Trung Quốc đều tăng mạnh so với cùng kỳ năm 2020. Trong khi đó, Hoa Kỳ giảm nhập khẩu sản, nhưng tăng nhập khẩu tinh bột sắn so với cùng kỳ năm 2020.

9,9% trong tổng trị giá nhập khẩu của Trung Quốc, giảm so với mức 12,8% của cùng kỳ năm 2020. Tại thị trường Trung Quốc, sản của Việt Nam phải cạnh tranh với sản của Thái Lan và In-đô-nê-xi-a.

Trong 11 tháng năm 2021, nhập khẩu sản của Trung Quốc đạt 1,41 tỷ USD, tăng 97,6% so với cùng kỳ năm 2020. Trong đó, Trung Quốc nhập khẩu từ Việt Nam đạt 140,86 triệu USD, tăng 52,8% so với cùng kỳ năm 2020. Thị phần sản của Việt Nam chiếm

Nhập khẩu tinh bột sắn của Trung Quốc trong 11 tháng năm 2021 đạt 1,52 tỷ USD, tăng 51,6% so với cùng kỳ năm 2020. Trong đó, nhập khẩu từ Việt Nam đạt 258,22 triệu USD, giảm 28,3% so với cùng kỳ năm 2020. Thị phần tinh bột sắn của Việt Nam chiếm 17% trong tổng trị giá nhập khẩu của Trung Quốc, giảm mạnh so với mức 35,8% của 11 tháng năm 2020.

5 thị trường nhập sản và tinh bột sắn lớn trong 11 tháng năm 2021 và thị phần của Việt Nam

Thị trường	Tổng nhập khẩu từ các thị trường		Tổng nhập khẩu từ Việt Nam		Thị phần sản của Việt Nam/ tổng nhập khẩu (%)	
	11 tháng năm 2021 (nghìn USD)	So với cùng kỳ năm 2020 (%)	11 tháng năm 2021 (nghìn USD)	So với cùng kỳ năm 2020 (%)	11 tháng năm 2020	11 tháng năm 2021
Nhập khẩu sản (mã HS 071410)						
Trung Quốc (*)	1.417.711	97,6	140.867	52,8	12,8	9,9
Hoa Kỳ	80.095	-3,4	620	-39,0	1,2	0,8
Hàn Quốc	53.402	26,4	42.256	56,8	63,8	79,1
Pháp	7.094	0,0	171	-30,2	3,5	2,4
Anh	4.499	-2,3	41	-47,4	1,7	0,9
Nhập khẩu tinh bột sắn (mã HS 110814)						
Trung Quốc (*)	1.523.211	51,6	258.220	-28,3	35,8	17,0
Đài Loan	139.881	29,0	12.692	-12,8	13,4	9,1
Hoa Kỳ	95.368	32,5	2.136	39,5	2,1	2,2
Nhật Bản	61.814	25,1	455	-64,0	2,6	0,7
Anh	10.470	19,6		0,0	0,0	

Nguồn: ITC, * số liệu của Cơ quan Hải quan Trung Quốc

THỊ TRƯỜNG THỦY SẢN

- ▶ Sản lượng tôm toàn cầu được dự báo tiếp tục tăng trong năm 2022. Ngân hàng Thế giới dự báo giá tôm trung bình năm 2022 tăng 7% so với năm 2021, lên 15 USD/kg.
- ▶ Theo dự báo của NFI, sản lượng cá rô phi toàn cầu sẽ tăng khoảng 3% vào năm 2022, lên 6,09 triệu tấn.
- ▶ Năm 2021, trị giá nhập khẩu thủy sản của hầu hết các thị trường lớn trên thế giới đều tăng so với năm 2020, trừ nhập khẩu của Đức giảm.
- ▶ Dự báo xuất khẩu thủy sản của Việt Nam năm 2022 sẽ tiếp tục tăng, đạt 2,1 triệu tấn, trị giá 9,2 tỷ USD, tăng 3,9% về lượng và tăng 3,5% về trị giá so với năm 2021.

THỊ TRƯỜNG THẾ GIỚI

Tại Hội nghị Thị trường Thủy sản Toàn cầu của Viện Thủy sản Quốc gia Hoa Kỳ (NFI), các chuyên gia dự đoán sản lượng tôm toàn cầu năm 2022 tiếp tục xu hướng tăng, đạt 5,011 triệu tấn, tăng đáng kể so với mức 4,569 triệu tấn vào năm 2021 và 4,086 triệu tấn của năm 2020.

Trong đó, các nước thuộc khu vực châu Á sản xuất khoảng 65% lượng tôm của thế giới; châu Mỹ sản xuất khoảng 30%. Trong đó, sản lượng tôm của Ê-cu-a-đo tăng trưởng ấn tượng lên mức hơn 1 triệu tấn vào năm 2021, mức cao nhất trong hơn một thập kỷ. Sản lượng tôm của Ê-cu-a-đo tăng nhờ thay đổi công nghệ và dự kiến sẽ tiếp tục tăng trưởng cao.

Tại châu Á, sản lượng tôm của Ấn Độ, Việt Nam và In-đô-nê-xi-a đều tăng trưởng ổn định. Sản lượng tôm của 3 nước này chiếm 55% sản lượng tôm châu Á. Nếu tính cả Trung Quốc, tỷ trọng sẽ tăng lên 80%, nhưng sản lượng của Trung Quốc thường tiêu thụ trong nước. Sản lượng tôm của Việt Nam được dự báo tiếp tục tăng trưởng bền vững.

Theo Ngân hàng Thế giới, giá tôm trung bình năm 2022 dự báo tăng 7% so với năm 2021, lên 15 USD/kg. Giá cước vận chuyển cao, chi phí nhiên liệu

hàng hải tăng và gián đoạn hậu cần, bao gồm tắc nghẽn tại các cảng biển và tình trạng thiếu tài xế xe tải ở Hoa Kỳ và châu Âu, có thể sẽ đẩy giá bán buôn tôm lên cao hơn nữa.

Năm 2021, giá tôm trung bình ở mức 12,7 USD/kg, tăng 10% so với năm 2020. Chi phí hậu cần tăng là động lực chính cho mức tăng đột biến đó. Từ tháng 1 đến quý 3 năm 2021, chi phí vận chuyển quốc tế từ châu Á đến Bắc Mỹ đối với container 20 feet và 40 feet đã tăng 500-700% (tương ứng ở mức 13 nghìn USD và 20 nghìn USD) do sự gián đoạn chuỗi cung ứng.

Theo dự báo của NFI, sản lượng cá rô phi toàn cầu sẽ tăng khoảng 3% vào năm 2022, lên 6,09 triệu tấn. Sản lượng cá rô phi tăng mặc dù sản xuất của Trung Quốc gặp khó khăn khi các nhà cung cấp cá rô phi khác như Ma-lai-xi-a, In-đô-nê-xi-a và Ai Cập sẽ tăng sản lượng.

Sự dịch chuyển cung và cầu đã khiến giá cá rô phi toàn cầu tăng 50% kể từ tháng 9/2019 đến tháng 12/2021. Theo đó, giá cá rô phi loại 5-7 lb/con phi lê đóng gói chân không đông lạnh từ Trung Quốc đã tăng từ mức 2,10 USD/lb vào tháng 9/2019, lên gần 3,30 USD/lb vào tháng 12/2021.



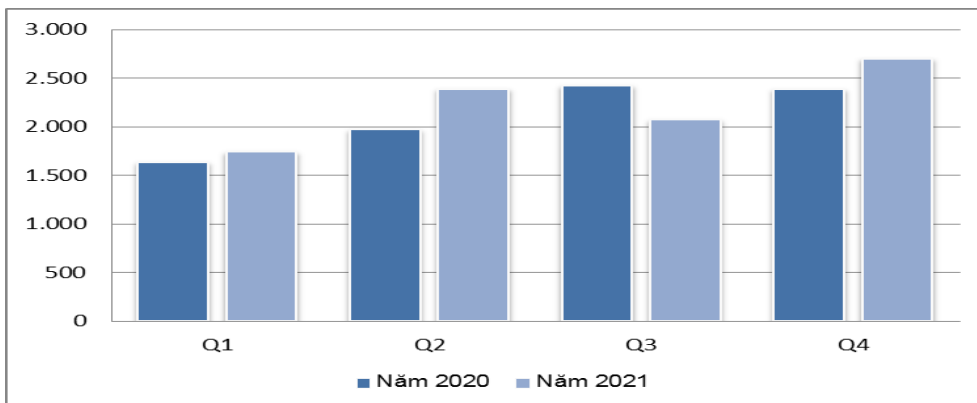
TÌNH HÌNH XUẤT KHẨU THỦY SẢN CỦA VIỆT NAM

Theo tính toán từ số liệu của Tổng cục Hải quan, quý IV/2021, xuất khẩu thủy sản của Việt Nam đạt 602,1 nghìn tấn, trị giá 2,7 tỷ USD, tăng 0,9% về lượng và tăng 13,1% về trị giá so với cùng kỳ năm 2020. Tính chung cả năm 2021, xuất khẩu thủy sản

của Việt Nam đạt 2,022 triệu tấn, trị giá 8,89 tỷ USD, giảm 0,2% về lượng, nhưng tăng 5,6% về trị giá so với năm 2020. Đây là mức trị giá cao nhất từ trước đến nay.

Xuất khẩu thủy sản của Việt Nam theo quý năm 2020 – 2021

ĐVT: tỷ USD

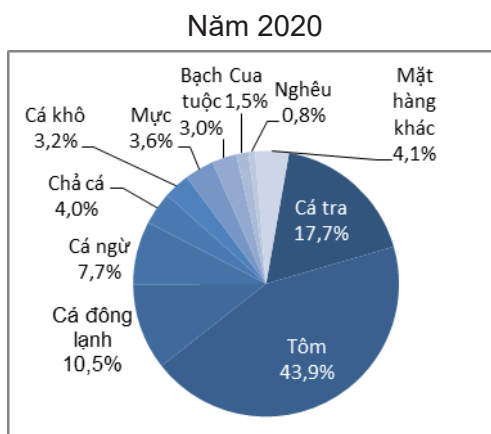
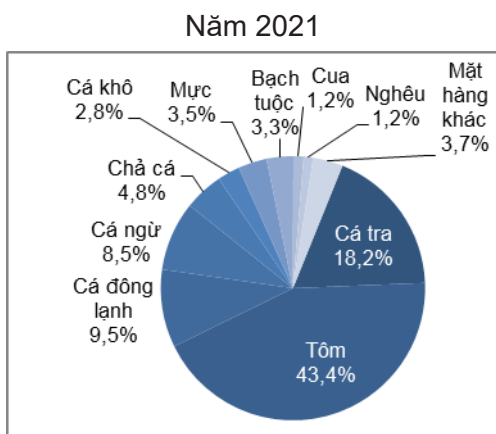


Nguồn: Tính toán từ số liệu của Tổng cục Hải quan

Trong năm 2021, xuất khẩu hầu hết các mặt hàng thủy sản lớn là tôm, cá tra, cá ngừ, chả cá, mực, bạch tuộc, nghêu, ghe, sò đều có trị giá tăng so với năm 2020. Trong đó, xuất khẩu cá tra và ghe

giảm về lượng, nhưng trị giá vẫn tăng so với năm 2020. Cá ngừ, chả cá, nghêu và ốc là những mặt hàng thủy sản có trị giá xuất khẩu tăng mạnh nhất trong năm 2021 so với năm 2020.

Cơ cấu mặt hàng thủy sản xuất khẩu của Việt Nam (% tính theo trị giá)



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



Mặt hàng thủy sản xuất khẩu của Việt Nam năm 2021

Mặt hàng	Tháng 12/2021		So với tháng 12/2020 (%)		Năm 2021		So với năm 2020 (%)	
	Lượng (tấn)	Trị giá (nghìn USD)	Lượng	Trị giá	Lượng (tấn)	Trị giá (nghìn USD)	Lượng	Trị giá
Tổng	206.888	900.413	13,3	23,2	2.022.013	8.886.175	-0,2	5,6
Cá tra, basa	83.287	215.593	20,7	59,3	740.425	1.621.420	-6,3	8,8
Tôm các loại	34.505	324.671	-0,5	10,6	415.604	3.855.272	1,1	4,4
Cá đông lạnh	20.093	84.915	12,0	3,3	198.358	848.054	-0,8	-4,2
Cá ngừ các loại	19.109	87.080	47,2	60,4	160.053	752.925	14,3	16,0
Surimi	17.851	39.971	6,9	13,1	194.373	422.980	19,2	25,9
Mực các loại	6.380	32.794	21,4	15,1	58.215	312.356	10,1	4,0
Bạch tuộc các loại	4.484	31.590	17,2	22,3	41.532	289.514	7,8	14,7
Cá khô	6.677	24.453	-10,6	3,5	70.999	245.365	-15,5	-8,1
Cua các loại	931	12.380	-22,0	-2,7	10.394	110.783	-4,9	-11,4
Nghêu các loại	4.561	9.800	18,6	37,9	47.309	102.886	27,1	49,5
Cá đóng hộp	2.290	6.151	-18,8	-13,0	23.114	62.642	-23,0	-18,4
Ghẹ các loại	603	8.845	26,9	59,9	5.436	76.666	-23,1	37,5
Trứng cá	298	4.450	7,7	11,1	2.703	39.696	-0,5	-7,5
Mắm	2.041	3.834	4,5	34,5	16.966	30.903	22,9	21,3
Cá sống	1.520	2.708	-23,6	-14,6	10.911	19.079	-13,5	-1,8
Sò các loại	143	1.405	9,8	50,4	1.742	15.533	-13,5	16,0
Ốc các loại	383	1.284	89,3	11,7	3.241	12.682	44,2	19,5
Mặt hàng khác	1.732	7.782	-6,1	7,0	20.637	70.106	-23,4	-16,0

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

Dự báo, xuất khẩu thủy sản của Việt Nam năm 2022 sẽ tiếp tục tăng, đạt 2,1 triệu tấn, trị giá 9,2 tỷ USD, tăng 3,9% về lượng và tăng 3,5% về trị giá so với năm 2021. Xuất khẩu thủy sản tăng nhờ nhu cầu nhập khẩu thủy sản thế giới ở mức cao và những ưu

đãi từ các hiệp định thương mại tự do tiếp tục phát huy tác dụng. Trong khi đó, các doanh nghiệp Việt Nam đã linh hoạt điều chỉnh hoạt động sản xuất trong bối cảnh đại dịch COVID-19, nên đáp ứng được nhu cầu ngày càng tăng của các thị trường.

NHU CẦU NHẬP KHẨU THỦY SẢN TOÀN CẦU NĂM 2022 DỰ BÁO TIẾP TỤC TĂNG

Năm 2022, nhu cầu nhập khẩu thủy sản toàn cầu dự báo tiếp tục ở mức cao với động lực từ thị trường Hoa Kỳ và EU. Kinh tế Hoa Kỳ và EU được dự báo tiếp tục tăng trong năm 2022, nhu cầu tiêu dùng tiếp tục ở mức cao, trong khi tính đến cuối năm 2021, lượng thủy sản dự trữ, tồn kho tại các thị trường này ở mức thấp.

Năm 2021, trị giá nhập khẩu thủy sản (mã HS 03, 1604, 1605) của hầu hết các thị trường lớn trên thế giới đều tăng so với năm 2020, trừ nhập khẩu của Đức giảm. Không chỉ tăng so với năm 2020, nhập khẩu thủy sản của nhiều thị trường còn tăng so với trước đại dịch (năm 2019), trừ nhập khẩu của Trung Quốc, Nhật Bản giảm trên 10%.

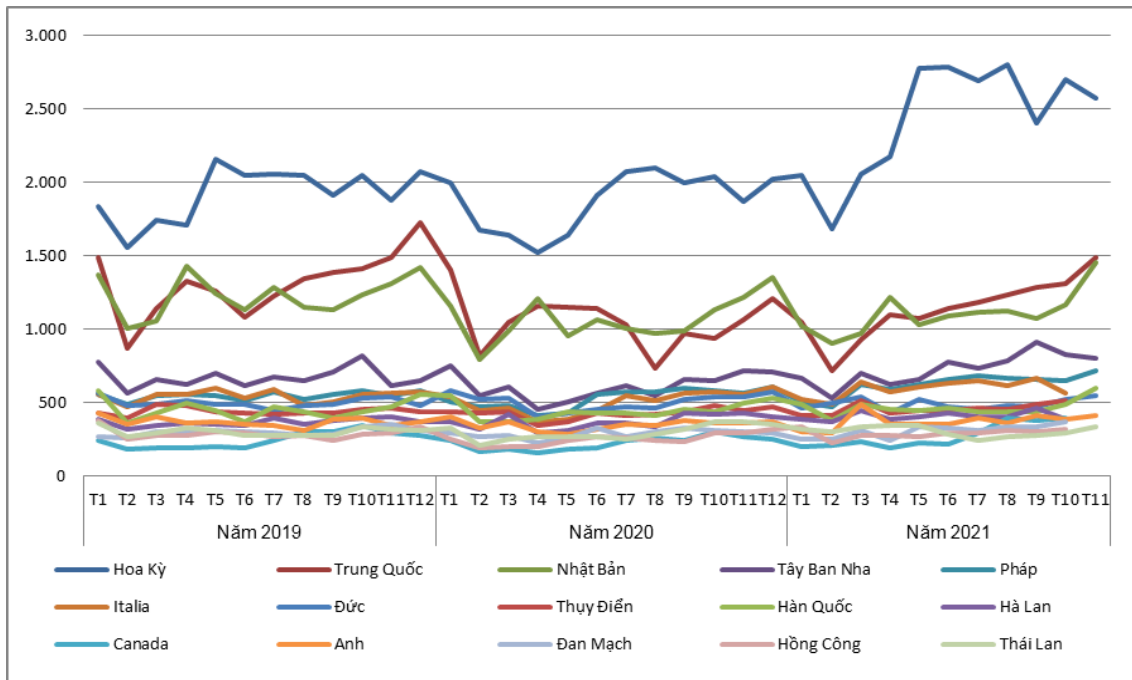
11 tháng năm 2021, nhập khẩu thủy sản của Hoa Kỳ đạt 26,7 tỷ USD, tăng 30,5% so với cùng kỳ năm 2020. Trong đó, Việt Nam là thị trường cung cấp thủy sản lớn thứ 5 cho Hoa Kỳ với tỷ trọng chiếm khoảng 6,4%.

Theo số liệu thống kê của cơ quan Hải quan Trung Quốc, 11 tháng năm 2021, nhập khẩu thủy sản vào Trung Quốc đạt 12,5 tỷ USD, tăng 9,1% so với cùng kỳ năm 2020. Trong đó Việt Nam là thị trường



cung cấp thủy sản lớn thứ 8 cho Trung Quốc, chiếm 4,97% trong tổng trị giá nhập khẩu thủy sản của Trung Quốc.

Diễn biến nhập khẩu thủy sản của 15 thị trường lớn nhất thế giới năm 2019 – 2021 (ĐVT: Tỷ USD)



Nguồn: ITC

15 thị trường nhập khẩu thủy sản lớn nhất thế giới năm 2021

Thị trường	10 tháng năm 2021 (triệu USD)	So với 10 tháng năm 2020 (%)	So với 10 tháng năm 2019 (%)	Tháng 11/2021 (triệu USD)	So với tháng 11/2020 (%)	So với tháng 11/2019 (%)
Hoa Kỳ	24.138	29,8	26,4	2.571,0	37,6	36,9
Trung Quốc*	11.011	6,0	-12,1	1.487,2	39,8	-0,3
Nhật Bản	10.705	4,5	-11,0	1.454,7	19,6	10,8
Tây Ban Nha	7.186	22,0	6,0	798,0	12,0	29,9
Pháp	6.117	18,4	12,6	713,1	27,2	29,7
Italia	5.936	23,1	10,2			
Đức	4.828	-1,4	-2,6	542,2	1,7	0,3
Thụy Điển	4.554	9,3	4,1			
Hàn Quốc	4.496	5,9	2,0	599,3	21,7	28,7
Hà Lan	4.062	12,8	12,5			
Canada	2.724	26,2	14,6			
Anh	3.679	7,6	-0,1	409,2	14,4	18,8
Đan Mạch	3.042	7,9	4,7			
Hồng Kông	2.873	22,2	1,9			
Thái Lan	2.988	7,4	0,6	334,8	-8,7	4,8

Nguồn: ITC

* Số liệu từ Cơ quan Hải quan Trung Quốc

Ghi chú: Mặt hàng thủy sản gồm các mã HS: 03, 1604, 1605

Trong dài hạn, nhu cầu thủy sản toàn cầu được dự báo sẽ tiếp tục tăng. Tại Báo cáo Triển vọng Nông nghiệp 2021-2030, FAO dự báo mức tiêu thụ thủy sản bình quân đầu người của thế giới sẽ đạt 21,2 kg vào năm 2030, tăng so với năm 2018-2020 bình quân 20,5 kg, tăng 3,6% trong giai đoạn 2020-2030.

Vào năm 2030, nuôi trồng thủy sản dự kiến sẽ cung cấp 57% lượng cá phục vụ cho con người, cao hơn 4% so với giai đoạn 2018-2020.

Tiêu thụ thủy sản được kỳ vọng sẽ mở rộng ở tất cả các châu lục, nhờ thu nhập tăng, đô thị hóa, mở rộng sản xuất, cải thiện kênh phân phối và đổi mới sản phẩm.

THỊ TRƯỜNG GỖ VÀ SẢN PHẨM GỖ

- ▶ Năm 2021, doanh thu đồ nội thất toàn cầu dự kiến đạt 500 tỷ USD.
- ▶ Giá đồ nội thất tại Ca-na-đa được dự báo sẽ tăng 10% đến 15% trong ngắn hạn.
- ▶ Xuất khẩu gỗ và sản phẩm gỗ trong quý IV/2021 đạt 3,7 tỷ USD, tăng 27,4% so với quý trước đó, giảm 4,3% so với quý IV/2020.
- ▶ Thị phần đồ nội thất bằng gỗ của Việt Nam trong tổng nhập khẩu của Hoa Kỳ tăng; nhưng thị phần trong tổng nhập khẩu của EU, Anh, Nhật Bản, Hàn Quốc giảm.

THỊ TRƯỜNG GỖ VÀ SẢN PHẨM GỖ THẾ GIỚI

Trung Quốc: Ngày 24/1/2021, Hiệp hội Nội thất Trung Quốc đã công bố “Báo cáo Triển vọng Nội thất Châu Á năm 2021”. Theo đánh giá của Hiệp hội Nội thất Trung Quốc, ngành nội thất toàn cầu có tiềm năng phát triển rất lớn, với doanh thu năm 2021 dự kiến vượt 500 tỷ USD. Trong đó, Trung Quốc, Hoa Kỳ, Đức và Ý là những quốc gia có trị giá sản xuất đồ nội thất đứng hàng đầu thế giới.

Khu vực châu Á Thái Bình Dương, là khu vực kinh tế năng động nhất trên thế giới, có xu hướng phục hồi mạnh kể từ nửa cuối năm 2020. Năm 2021, doanh thu đồ nội thất của khu vực Châu Á Thái Bình Dương sẽ chiếm hơn 50% trị giá toàn cầu, đây là khu vực duy nhất trên thế giới duy trì được tốc độ tăng trưởng liên tục kể từ khi dịch Covid-19 bùng phát. Điều này cho thấy tầm quan trọng và vị thế của khu vực Châu Á Thái Bình Dương trong chuỗi cung ứng đồ nội thất toàn cầu, lợi thế về tài nguyên và sản xuất đa dạng. Những lợi thế của khu vực châu Á Thái Bình Dương đã đóng góp đáng kể cho ngành đồ nội thất toàn cầu vượt qua thách thức của dịch bệnh và

đạt được tốc độ tăng trưởng nhanh.

Ca-na-đa: Dẫn nguồn wood365.cn, gần đây chi phí sản xuất đồ nội thất của Ca-na-đa đã có xu hướng tăng đáng kể, và thời gian vận chuyển cũng tăng theo cấp số nhân, khi các nhà sản xuất phải đối mặt với sự gia tăng đáng kể của chi phí nguyên vật liệu, sự thiếu hụt nguồn cung và thời gian thu mua nguyên liệu kéo dài. Bình thường, giá đồ nội thất sẽ tăng giá trung bình một năm một lần, nhưng trong năm 2021 giá đồ nội thất đã tăng 6 lần để đáp ứng được với chi phí sản xuất đang tăng cao. Các yếu tố chính dẫn đến sự gia tăng chi phí đồ nội thất, bao gồm việc đóng cửa hàng vào đầu năm 2020, thuế quan mà Ca-na-đa áp đặt vào năm 2021 và các vấn đề về nguồn cung.

Giá đồ nội thất sẽ tiếp tục tăng, bởi các công ty đồ nội thất đã phải chịu tác động của việc tăng giá vật liệu. Chính vì vậy, người tiêu dùng tại Ca-na-đa sẽ phải chịu mức giá tăng của đồ nội thất từ 10% đến 15% trong ngắn hạn và giá sẽ tiếp tục tăng trong những tháng tới.



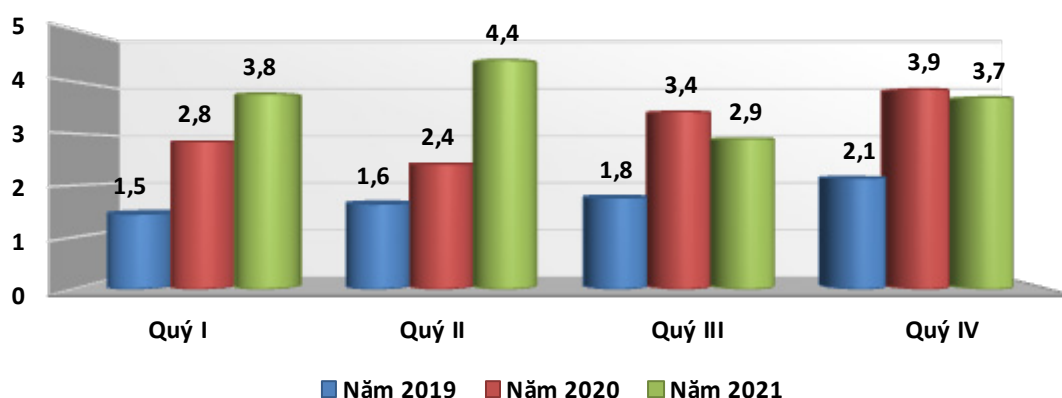
TÌNH HÌNH XUẤT KHẨU GỖ VÀ SẢN PHẨM GỖ

Theo số liệu thống kê từ Tổng cục Hải quan, trị giá xuất khẩu gỗ và sản phẩm gỗ trong quý IV/2021 đạt 3,7 tỷ USD, tăng 27,4% so với quý trước đó, giảm 4,3% so với quý IV/2020. Trong đó, trị giá xuất khẩu sản phẩm gỗ trong quý IV/2021 đạt 2,6 tỷ USD, tăng 31,9 so với quý III/2021, giảm 16,4% so với quý IV/2020. Trong năm 2021, xuất khẩu gỗ và sản phẩm gỗ đạt 14,8 tỷ USD, tăng 19,7% so với năm 2020. Trong đó, xuất khẩu sản phẩm gỗ đạt 11,07 tỷ USD, tăng 16,1% so với năm 2020.

Trong quý III/2021, bức tranh ngành gỗ trở nên âm ảm khi chịu tác động của dịch Covid-19, khiến

doanh nghiệp phải đóng cửa hoặc thu hẹp quy mô sản xuất. Người lao động không có việc làm, rời công ty trở về quê; việc chậm trễ trong giao hàng cho đối tác, kim ngạch xuất khẩu lao dốc, tại thời điểm này ngành gỗ gần như khó đạt được mục tiêu đã đặt ra. Tuy nhiên, nhờ sự chỉ đạo kịp thời từ Chính phủ chuyển sang chiến lược thích ứng an toàn với dịch, cùng với sự nỗ lực của từng doanh nghiệp trong duy trì các hoạt động sản xuất, kinh doanh, trong quý IV/2021 ngành gỗ đã bứt phá và đạt kết quả ấn tượng trong năm 2021.

Tình hình xuất khẩu gỗ và sản phẩm gỗ theo quý giai đoạn năm 2019 – 2021 (ĐVT: Tỷ USD)

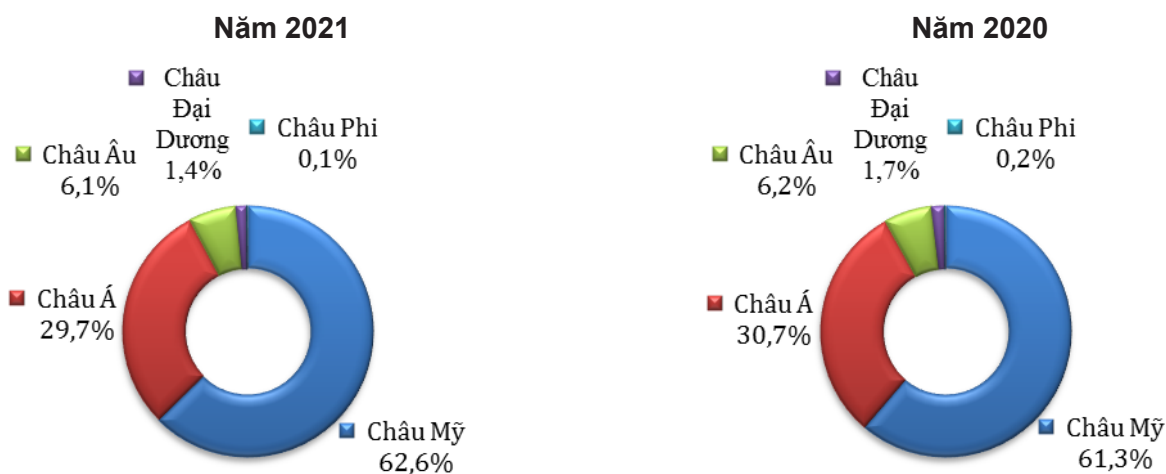


Nguồn: Tính toán theo số liệu từ Tổng cục Hải quan

Về thị trường: Trong năm 2021, trị giá xuất khẩu gỗ và sản phẩm gỗ tới châu Mỹ đạt 9,3 tỷ USD, tăng 22,2% so với năm 2020. Tiếp theo là thị trường châu Á đạt 4,4 tỷ USD, tăng 16%; Châu Âu đạt 910 triệu

USD, tăng 18,6% so với năm 2020. Trong năm 2021, tỷ trọng xuất khẩu gỗ và sản phẩm gỗ chỉ tăng duy nhất tới châu Mỹ, còn lại tỷ trọng xuất khẩu tới các châu lục khác đều giảm.

Cơ cấu xuất khẩu gỗ và sản phẩm gỗ sang các châu lục (% theo trị giá)



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

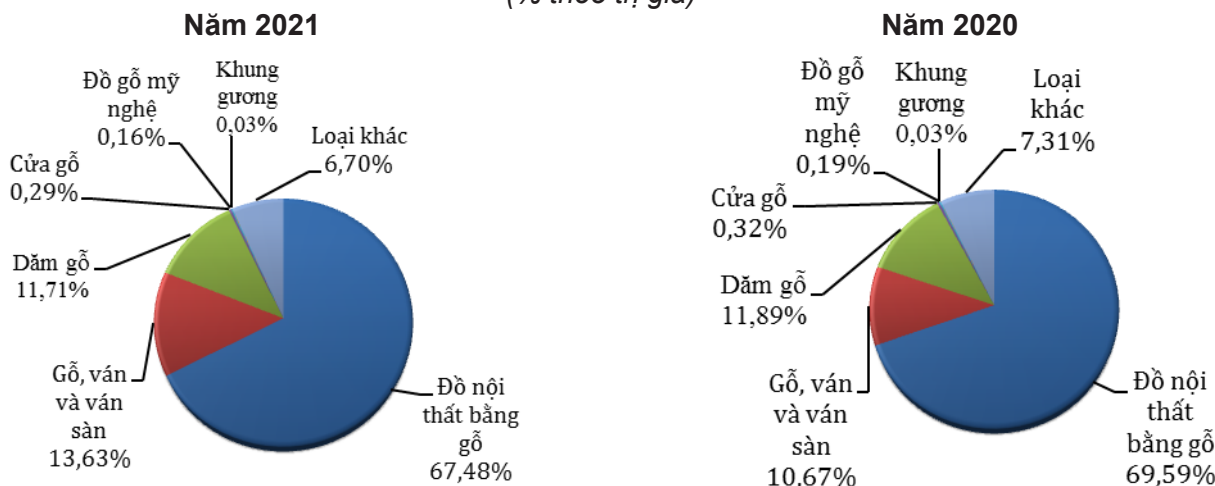
Về mặt hàng: Đồ nội thất là nhóm hàng xuất khẩu chính trong cơ cấu mặt hàng gỗ và sản phẩm gỗ xuất khẩu trong năm 2021. Tỷ trọng xuất khẩu mặt hàng này giảm nhẹ trong năm 2021, nhưng trị giá xuất

khẩu đạt 9,99 tỷ USD, tăng 16,1% so với năm 2020. Đồ nội thất bằng gỗ là mặt hàng cần được chú trọng để đẩy mạnh xuất khẩu bởi đây là nhóm hàng mang lại giá trị gia tăng cao cho ngành gỗ.

Tiếp theo là mặt hàng gỗ, ván và ván sàn đạt 2 tỷ USD, tăng 53% so với năm 2020. Mặc dù, chịu ảnh hưởng bởi dịch Covid-19 nhưng thị trường xây

dựng trên toàn cầu vẫn diễn ra sôi động, đây là yếu tố chính thúc đẩy mặt hàng này tăng mạnh.

Cơ cấu mặt hàng gỗ và sản phẩm gỗ xuất khẩu
(% theo trị giá)



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

DUNG LƯỢNG 5 THỊ TRƯỜNG NHẬP KHẨU ĐỒ NỘI THẤT BẰNG GỖ LỚN NHẤT THẾ GIỚI VÀ THỊ PHẦN CỦA VIỆT NAM

Bất chấp tình hình dịch bệnh diễn biến phức tạp, nhu cầu nhập khẩu đồ nội thất bằng gỗ tại các thị trường lớn trên thị trường thế giới vẫn tăng mạnh trong 10 tháng năm 2021. Dẫn đầu là thị trường EU đạt 20,9 tỷ USD, tăng 19,9% so với cùng kỳ năm 2020; Tiếp theo là thị trường Hoa Kỳ đạt 20,4 tỷ USD, tăng 37,8%; Anh đạt 4 tỷ USD, tăng 39,3%...

Trong số 5 thị trường nhập khẩu chính đồ nội thất bằng gỗ của Việt Nam, chỉ có thị trường Hoa Kỳ có tỷ trọng nhập khẩu tăng từ Việt Nam, còn lại các thị trường khác đều giảm tỷ trọng nhập khẩu đồ nội thất bằng gỗ của Việt Nam.

Đối với thị trường Hoa Kỳ, mặc dù đại dịch Covid-19 và xung đột thương mại toàn cầu diễn biến gay gắt, nhưng Việt Nam đã vượt qua Trung Quốc trở thành thị trường cung cấp đồ nội thất bằng gỗ lớn nhất cho Hoa Kỳ. Tốc độ tăng trưởng nhanh sang thị trường Hoa Kỳ góp phần thúc đẩy ngành gỗ của Việt Nam có kết quả ấn tượng trong năm 2021.

Đối với thị trường EU, EU là thị trường tiềm năng

mà ngành gỗ hướng tới trong giai đoạn hậu dịch Covid-19, bởi nhu cầu nhập khẩu đồ nội thất bằng gỗ của EU rất lớn, tuy nhiên thị phần của Việt Nam tại EU còn rất thấp. Nhiều đối tác cung ứng cho EU đang phải chống chọi với dịch Covid-19, cộng với áp lực về giá cước vận tải biển tăng cao làm hạn chế nguồn cung gỗ và sản phẩm gỗ vào EU. Vì vậy, đây là cơ hội để các doanh nghiệp xuất khẩu đồ nội thất bằng gỗ của Việt Nam khai thác tối đa những ưu đãi, lợi thế mà Hiệp định EVFTA mang lại để nâng cao thị phần xuất khẩu đồ nội thất bằng gỗ sang thị trường này trong thời gian tới.

Triển vọng xuất khẩu đồ nội thất bằng gỗ được thúc đẩy nhờ nhu cầu tăng trên thị trường thế giới, theo Trung tâm nghiên cứu công nghiệp Italia (CSIL), năm 2022, thị trường đồ nội thất toàn cầu (100 quốc gia được khảo sát) sẽ tăng trưởng khoảng 4%. Trong số các thị trường lớn (tiêu thụ đồ nội thất dự báo trên 5 tỷ USD), các nước sẽ có sự phục hồi tiêu thụ đồ nội thất lớn nhất là các nước thuộc Châu Âu và Châu Á.

5 thị trường nhập khẩu đồ nội thất bằng gỗ lớn nhất trên thế giới và thị phần của Việt Nam 10 tháng năm 2021

Thị trường	10 tháng năm 2021 (triệu USD)	So với 10 tháng năm 2020 (%)	Tỷ trọng nhập khẩu từ Việt Nam 10 tháng (%)	
			Năm 2021	Năm 2020
EU	20.889	19,9	2,3	2,4
Hoa Kỳ	20.356	37,8	38,7	36,9
Anh	4.029	39,3	7,5	7,7
Nhật Bản	1.937	5,1	21,8	24,5
Hàn Quốc	1.099	11,1	15,0	16,8

Nguồn: ITC

SỬA QUY ĐỊNH VỀ CHỨNG NHẬN CHỨNG LOẠI GẠO THƠM XUẤT KHẨU SANG LIÊN MINH CHÂU ÂU



Chính phủ đã ban hành Nghị định số 11/2022/NĐ-CP sửa đổi, bổ sung một số điều của Nghị định số 103/2020/NĐ-CP về chứng nhận chủng loại gạo thơm xuất khẩu sang Liên minh châu Âu để hướng dẫn thực hiện việc chứng nhận chủng loại gạo thơm xuất khẩu sang Liên minh châu Âu và Liên hiệp Vương quốc Anh và Bắc Ai-len.

Theo đó, Nghị định 11 sửa đổi, bổ sung “Phạm vi điều chỉnh” như sau: Nghị định này quy định về chứng nhận chủng loại gạo thơm thuộc Danh mục quy định tại điểm 8 tiểu mục 1 mục B Phụ lục 2-A của Hiệp định Thương mại tự do giữa Việt Nam và Liên minh châu Âu (viết tắt là Hiệp định EVFTA) được hưởng miễn thuế nhập khẩu theo hạn ngạch khi xuất khẩu sang Liên minh châu Âu trong khuôn khổ Hiệp định EVFTA và xuất khẩu sang Liên hiệp Vương quốc Anh và Bắc Ireland (UK) trong khuôn khổ Hiệp định Thương mại tự do giữa Việt Nam và Liên hiệp Vương quốc Anh và Bắc Ai-len (viết tắt là Hiệp định UKVFTA).

Nghị định 11 sửa quy định về “Hồ sơ đề nghị chứng nhận chủng loại gạo thơm” như sau: Mẫu Giấy chứng nhận lại chủng loại gạo thơm được kê khai đầy đủ thông tin từ mục 1 đến mục 9 theo mẫu quy định tại Phụ lục VII ban hành kèm theo Nghị định số 103/2020/NĐ-CP đối với gạo thơm xuất khẩu sang EU hoặc Phụ lục VIIa ban hành kèm theo Nghị định này đối với gạo thơm xuất khẩu sang UK.

Về trình tự thực hiện chứng nhận chủng loại gạo

thơm, Nghị định nêu rõ: Trong thời gian 05 ngày làm việc kể từ ngày tiếp nhận hồ sơ hợp lệ, Cục Trồng trọt tổ chức thẩm định và chứng nhận vào mục 10 mẫu Giấy chứng nhận chủng loại gạo thơm quy định tại Phụ lục VI ban hành kèm theo Nghị định số 103/2020/NĐ-CP đối với gạo thơm xuất khẩu sang EU hoặc Phụ lục VIa ban hành kèm theo Nghị định này đối với gạo thơm xuất khẩu sang UK; trường hợp không chứng nhận phải trả lời bằng văn bản và nêu rõ lý do.

Bên cạnh đó, Nghị định 11 cũng sửa quy định về “Trách nhiệm của Cục Trồng trọt” như sau: Công bố trên Cổng thông tin điện tử của Cục Trồng trọt, Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn danh sách tổ chức khảo nghiệm; tên tổ chức, cá nhân được chứng nhận chủng loại gạo thơm, Giấy chứng nhận chủng loại gạo thơm đã cấp hoặc hủy bỏ; Danh mục chủng loại gạo thơm xuất khẩu sang EU được cập nhật sửa đổi, bổ sung theo Quyết định của Ủy ban Thương mại Hiệp định EVFTA; Danh mục gạo thơm xuất khẩu sang UK được cập nhật sửa đổi, bổ sung theo Quyết định của Ủy ban Thương mại Hiệp định UKVFTA.

Đồng thời, Nghị định 11 bổ sung Phụ lục VIa, VIIa ban hành kèm theo Nghị định này; thay thế Phụ lục V ban hành kèm theo Nghị định số 103/2020/NĐ-CP bằng Phụ lục V ban hành kèm theo Nghị định này; bãi bỏ Phụ lục I ban hành kèm theo Nghị định số 103/2020/NĐ-CP.

AN-GIÊ-RI MỞ RỘNG DANH MỤC CÁC MẶT HÀNG NHẬP KHẨU CHỊU THUẾ PHÒNG VỆ BỔ SUNG TẠM THỜI

Bộ Thương mại và Xúc tiến Xuất khẩu An-giê-ri đã thông báo việc cập nhật danh sách các mặt hàng nhập khẩu phải chịu thuế phòng vệ bổ sung tạm thời (DAPS), cụ thể là nâng số lượng hàng hóa có liên quan từ 992 sản phẩm, lên 2.608 sản phẩm.

Theo đó, tỷ suất thuế áp dụng của DAPS tăng từ 30% lên đến 200% tùy mặt hàng nhập khẩu (chưa kể thuế nhập khẩu trung bình là 30% và thuế VAT 19%). Ví dụ, mặt hàng dứa tươi, xoài, măng cụt nhập khẩu, thuế phòng vệ lên tới 120% (bên cạnh thuế nhập khẩu 30%, thuế VAT 19%, thuế đoàn kết 2%), nấm, mì ăn liền phải chịu thuế phòng vệ bổ sung tạm thời 70%, điện thoại di động là 60%...

Danh sách 2.608 sản phẩm này liên quan đến hàng hóa nhập khẩu từ những nước không có hiệp định thương mại ưu đãi với An-giê-ri. Đối với các khối

nước mà An-giê-ri ký các hiệp định thương mại tự do (FTA) như Liên minh châu Âu, Khu vực đại Á rập và Liên minh châu Phi, danh sách này chỉ bao gồm 141 mặt hàng.

DAPS là loại thuế phòng vệ bổ sung tạm thời được thiết lập từ tháng 9/2018 trong khuôn khổ Luật tài chính bổ sung năm 2018 nhằm bảo vệ sản xuất trong nước và thay thế cho lệnh cấm nhập khẩu gần 1000 mặt hàng áp dụng trước đó từ 1/1/2018. Tỷ suất thuế DAPS dao động từ 30 đến 200% tùy loại mặt hàng. Căn cứ thông tư liên bộ ngày 8/1/2018, An-giê-ri đã thành lập một ủy ban tư vấn bao gồm các lĩnh vực thương mại, tài chính, nông nghiệp và công nghiệp với nhiệm vụ chính là nghiên cứu các đơn yêu cầu bảo vệ sản phẩm trong nước cũng như đề xuất các biện pháp phòng vệ thích hợp.

Lưu ý:

Thông tin sử dụng trong bản tin được thu thập từ những nguồn mà chúng tôi cho là đáng tin cậy. Thông tin trong bản tin chỉ mang tính tham khảo, các ước tính, dự báo có giá trị đến ngày ra báo cáo và có thể thay đổi bởi những biến động thị trường.

Rất mong nhận được sự phản hồi, trao đổi thông tin và đóng góp ý kiến của độc giả để Bản tin ngày càng chất lượng hơn.