**1.     Tình hình xuất nhập khẩu giữa Việt Nam và Thụy Điển trong hai tháng đầu năm 2024**

Theo số liệu thống kê của Tổng cục Hải quan Việt Nam, trong hai tháng đầu năm 2024, kim ngạch xuất nhập khẩu giữa Việt Nam và Thụy Điển đạt 254,83 triệu USD. Trong đó, Việt Nam xuất khẩu sang Thụy Điển 199,15 triệu USD, tăng 10% và nhập khẩu từ Thụy Điển 55,68 triệu USD, tăng 25,1% so với cùng kỳ năm trước.

***Việt Nam xuất khẩu sang Thụy Điển năm tháng 2/2024***

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Mặt hàng** | **T2/2023** | **T2/2024** | **Tăng/giảm (%)** |
| ***Kim ngạch xuất khẩu*** | ***180,985,914*** | ***199,152,262*** | ***10.0*** |
| Hàng thủy sản | 2,111,768 | 2,781,229 | 31.7 |
| Sản phẩm từ chất dẻo | 2,255,698 | 2,720,565 | 20.6 |
| Cao su | 62,093 | 66,730 | 7.5 |
| Túi xách, ví,vali, mũ, ô, dù | 2,754,120 | 4,150,980 | 50.7 |
| Sản phẩm mây, tre, cói và thảm | 929,505 | 1,528,009 | 64.4 |
| Gỗ và sản phẩm gỗ | 3,072,285 | 4,126,809 | 34.3 |
| Hàng dệt, may | 19,679,070 | 12,204,158 | -38.0 |
| Giày dép các loại | 6,711,107 | 4,904,927 | -26.9 |
| Nguyên phụ liệu dệt, may, da, giày | 442,245 | 468,719 | 6.0 |
| Sản phẩm gốm, sứ | 551,459 | 1,309,444 | 137.5 |
| Sản phẩm từ sắt thép | 3,611,513 | 1,235,461 | -65.8 |
| Kim loại thường khác và sản phẩm | 100,590 | 78,996 | -21.5 |
| Máy vi tính, sản phẩm điện tử và linh kiện | 13,610,215 | 14,469,608 | 6.3 |
| Điện thoại các loại và linh kiện | 91,374,961 | 88,366,887 | -3.3 |
| Máy móc, thiết bị, dụng cụ phụ tùng khác | 13,828,058 | 18,293,501 | 32.3 |
| Đồ chơi, dụng cụ thể thao và bộ phận | 1,550,474 | 2,126,406 | 37.1 |

***Việt Nam nhập khẩu từ Thụy Điển tháng 2/2024***

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Mặt hàng** | **T2/2023** | **T2/2024** | **Tăng/giảm (%)** |
| ***Kim ngạch nhập khẩu*** | ***44,531,470*** | ***55,678,225*** | ***25.0*** |
| Sản phẩm khác từ dầu mỏ | 628,695 | 454,405 | -27.7 |
| Sản phẩm hóa chất | 1,197,240 | 1,621,762 | 35.5 |
| Dược phẩm | 10,516,737 | 14,699,019 | 39.8 |
| Chất dẻo nguyên liệu | 282,974 | 247,590 | -12.5 |
| Sản phẩm từ chất dẻo | 907,250 | 1,110,551 | 22.4 |
| Gỗ và sản phẩm gỗ | 1,376,124 | 663,293 | -51.8 |
| Giấy các loại | 3,782,606 | 6,009,989 | 58.9 |
| Sắt thép các loại | 1,818,810 | 1,495,243 | -17.8 |
| Sản phẩm từ sắt thép | 1,093,586 | 1,551,504 | 41.9 |
| Máy vi tính, sản phẩm điện tử và linh kiện | 745,596 | 2,218,559 | 197.6 |
| Điện thoại các loại và linh kiện | - | - | - |
| Máy móc, thiết bị, dụng cụ, phụ tùng khác | 14,835,293 | 18,946,742 | 27.7 |

**2.     Tình hình xuất nhập khẩu giữa Việt Nam và Đan Mạch trong hai tháng đầu năm 2024**

Theo số liệu thống kê của Tổng cục Hải quan Việt Nam, trong hai tháng đầu năm 2024, kim ngạch xuất nhập khẩu giữa Việt Nam và Đan Mạch đạt 98,45 triệu USD. Trong đó, Việt Nam xuất khẩu sang Đan Mạch 68,87 triệu USD, tăng 27,4% và nhập khẩu từ Đan Mạch 31,57 triệu USD, giảm 6,2% so với cùng kỳ năm trước.

***Việt Nam xuất khẩu sang Đan Mạch tháng 2/2024***

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Mặt hàng** | **T2/2023** | **T2/2024** | **Tăng/giảm (%)** |
| ***Kim ngạch xuất khẩu*** | ***52,451,614*** | ***66,873,771*** | ***27.5*** |
| Hàng thủy sản | 6,144,140 | 5,861,260 | -4.6 |
| Cà phê | 421,687 | 899,739 | 113.4 |
| Sản phẩm từ chất dẻo | 2,650,661 | 3,574,972 | 34.9 |
| Túi xách, ví,vali, mũ, ô, dù | 902,599 | 3,109,828 | 244.5 |
| Sản phẩm mây, tre, cói và thảm | 770,698 | 1,269,941 | 64.8 |
| Gỗ và sản phẩm gỗ | 5,445,908 | 5,266,251 | -3.3 |
| Hàng dệt, may | 11,952,010 | 6,597,729 | -44.8 |
| Giày dép các loại | 3,535,863 | 4,197,868 | 18.7 |
| Sản phẩm gốm, sứ | 1,261,396 | 1,779,300 | 41.1 |
| Sản phẩm từ sắt thép | 1,749,906 | 4,919,838 | 181.1 |
| Máy móc, thiết bị, dụng cụ phụ tùng khác | 3,013,083 | 3,265,607 | 8.4 |
| Dây điện và dây cáp điện | 1,318,874 | 7,042,113 | 433.9 |
| Phương tiện vận tải và phụ tùng | 855,333 | 435,277 | -49.1 |
| Sản phẩm nội thất từ chất liệu khác gỗ | 5,430,309 | 5,672,579 | 4.5 |
| Đồ chơi, dụng cụ thể thao và bộ phận | 937,415 | 238,987 | -74.5 |

***Việt Nam nhập khẩu từ Đan Mạch tháng 2/2024***

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Mặt hàng** | **T2/2023** | **T2/2024** | **Tăng/giảm (%)** |
| ***Kim ngạch nhập khẩu*** | ***33,674,222*** | ***31,573,606*** | ***-6.2*** |
| Hàng thủy sản | 4,832,539 | 1,941,801 | -59.8 |
| Sữa và sản phẩm sữa | 293,914 | 322,404 | 9.7 |
| Sản phẩm hóa chất | 3,865,902 | 3,363,102 | -13.0 |
| Dược phẩm | 964,665 | 2,705,184 | 180.4 |
| Sản phẩm từ chất dẻo | 566,669 | 1,497,458 | 164.3 |
| Nguyên phụ liệu dệt, may, da, giày | - | - | - |
| Sắt thép các loại | - | - | - |
| Sản phẩm từ sắt thép | 381,418 | 1,892,067 | 396.1 |
| Máy vi tính, sản phẩm điện tử và linh kiện | 471,067 | 635,733 | 35.0 |
| Máy móc, thiết bị, dụng cụ, phụ tùng khác | 8,854,686 | 8,941,679 | 1.0 |
| Dây điện và dây cáp điện | 252,599 | 396,230 | 56.9 |

 3. **Bản tin tháng 3/2024**

<https://vietnordic.com/ban-tin-thang-ba-2024/>

**4.     Hội chợ sản phẩm công nghệ**

Một chuỗi hội chợ về 3D, tự động hóa, sản phầm từ nhựa, công nghệ hàn, nối. Hội chợ trưng bày, giới thiệu các thiết bị sản xuất đối với nguyên liệu từ nhựa và kim loại, công nghệ in 3D, giới thiệu về giải pháp tự động hóa, trao đổi thông tin và kết nối các nhà cung cấp thiết bị tự động (robot), tích hợp hệ thống và linh phụ kiện.

Thời gian: 14-17/5/2024

Địa điểm: Trung tâm Hội chợ Elmia, Jönköping, Thuỵ Điển

Website:  <https://www.elmia.se/en/3d/>

**5.     Hội chợ Công nghiệp châu Âu**

 Thời gian: 22-23/5/2024

Địa điểm: BST-Rinken/Scaniarinken, Genetaleden 1, 151 59 Södertälje, Thuỵ Điển

 Website: <https://www.euroexpo.se/for-besokare/sodertalje-22-23-maj-2024>

**6.     Hội chợ các sản phẩm điện tử**

Đây là một trong những hội chợ lớn nhất về sản phẩm điện tử của Na Uy được tổ chức hàng năm.

Thời gian: 28-30/5/2024

Địa điểm: Trung tâm triển lãm NOVA Spektrum AS Messeveien 8, 2004 Lillestrøm, Nauy

Website: <https://eliaden.no/>

**7.     Hội chợ sản phẩm đồ ăn nhẹ**

 Hội chợ có sự tham gia của các nhà sản xuất đồ ăn nhẹ trên toàn thế giới nhằm giới thiệu chia sẻ công nghệ sản xuất, các giai đoạn sản xuất của chuỗi cung ứng, cơ hội hợp tác giữa các nhà cung cấp và sản xuất.

Thời gian: 19-20/6/2024

Địa điểm: Trung tâm Hội chợ Stockholmsmässan, Mässvägen 1, 125 30 Älvsjö, Stockholm, Thuỵ Điển

Website: <https://www.snackex.com/>

 **8.     Hội chợ cà phê thế giới**

 Thời gian: 27-29/6/2024

Địa điểm: Trung tâm Hội chợ Bella Center, Copenhagen, Đan Mạch.

Website: <https://www.worldofcoffee.org/>

**9.     Xu hướng thị trường hạt điều Bắc Âu**

Nhu cầu ăn vặt lành mạnh ngày càng tăng kết hợp với nhu cầu tìm nguồn cung ứng ổn định và bền vững là những động lực hàng đầu thúc đẩy sự quan tâm ngày càng tăng của người tiêu dùng đối với hạt điều ở châu Âu, bao gồm cả các nước Bắc Âu. Với sự quan tâm ngày càng tăng đối với chế độ ăn thuần chay, việc tiêu thụ các loại hạt mặn ('món ăn vặt lành mạnh'), phết hạt (chẳng hạn như bơ hạt điều) và việc sử dụng đồ uống được sản xuất từ các loại hạt ăn được (sữa hạt) đang gia tăng, bởi vì người tiêu dùng phải đáp ứng nhu cầu protein và giải quyết tình trạng không dung nạp đường sữa khi không có protein động vật.

1. ***Ăn vặt lành mạnh***

Các loại hạt, bao gồm cả hạt điều, được người tiêu dùng châu Âu đánh giá cao. Tiêu thụ các loại hạt dự kiến sẽ có mức tăng trưởng cao nhất trong phân khúc đồ ăn vặt. Ở các quốc gia tiêu thụ lớn, hạt điều được coi là một lựa chọn thay thế lành mạnh hơn cho các món ăn nhẹ mặn khác như khoai tây chiên giòn, đồng thời có lợi cho sức khỏe hơn đậu phộng. Với lối sống bận rộn, người tiêu dùng châu Âu đang thay thế giờ nghỉ trưa truyền thống bằng các món ăn nhẹ lành mạnh, với các loại hạt là thành phần quan trọng.

Nhiều chuyên gia dinh dưỡng ủng hộ lợi ích dinh dưỡng của các loại hạt. Hạt điều được quảng cáo là giàu phốt pho, đồng và magiê, không thường thấy trong các loại thực phẩm khác. Hạt điều, cùng với quả hồ trăn, có hàm lượng chất béo thấp nhất trong số các loại hạt. Gần 80% chất béo trong hạt điều là chất béo không bão hòa, giúp duy trì mức cholesterol khỏe mạnh. Chúng cũng giàu tocopherols và phytosterols.

1. ***Hương vị mới***

Hạt điều tẩm hương liệu và lớp phủ bổ sung cũng đang trở nên phổ biến. Hương vị thịnh hành nhất là hương vị cay và nóng như ớt hay jalapeno. Các hương vị mặn, lạ như hạt điều rang tamari cũng đang được giới thiệu. Các hương vị thú vị khác là rang mật ong, kem chua và hành tây...

Ngoài hương vị mới, các nhà sản xuất cũng giới thiệu lớp phủ mới. Ví dụ, một số nhà sản xuất đang giới thiệu hạt điều phủ socola.

1. ***Hạt điều làm nguyên liệu***

Hạt điều cũng đang trở thành một thành phần trong nhiều sản phẩm thực phẩm chức năng và thực phẩm tốt cho sức khỏe, chẳng hạn như ngũ cốc ăn sáng, bơ hạt điều, sữa hạt điều, sữa chua hạt điều, phô mai hạt điều, đồ ăn nhẹ protein hạt điều, thanh trái cây và hạt, và các sản phẩm socola với hạt điều... Ngoài các sản phẩm công nghiệp thực phẩm, việc sử dụng hạt điều trong nấu ăn gia đình như một thành phần trong món salad và bữa ăn cũng ngày càng tăng.

Nhiều sản phẩm sáng tạo đang thúc đẩy nhu cầu hạt điều ngày càng tăng. Điều nhân miếng có giá thành thấp hơn so với điều nhân nguyên hạt và được ứng dụng rộng rãi trong ngành chế biến thực phẩm. Các nhà cung cấp từ các nước đang phát triển có thể cung cấp hạt điều chất lượng có lợi thế quan trọng so với đối thủ cạnh tranh, vì chất lượng hạt điều kém ổn định hơn so với điều nguyên hạt.

1. ***Tìm nguồn cung ứng bền vững***

Chứng nhận tính bền vững trong thương mại các loại hạt ăn được đã từng được sử dụng để nhắm mục tiêu vào các thị trường ngách (chẳng hạn như FairTrade), nhưng giờ đây, các tuyên bố và chứng nhận về tính bền vững là một trong số xu hướng chính trong thị trường phổ thông. Vào năm 2020, EU đã thiết lập một chính sách chính thức có tên là Thỏa thuận xanh châu Âu, bao gồm Chiến lược từ trang trại đến bàn ăn và Chiến lược đa dạng sinh học. Cả hai chính sách đều ảnh hưởng đến sản xuất và thương mại lương thực. Các khía cạnh của Thỏa thuận xanh châu Âu liên quan đến việc tìm nguồn cung ứng hạt điều và các loại hạt khác từ các nước đang phát triển là: giảm sử dụng thuốc trừ sâu, tăng sản xuất hữu cơ và chuyển sang vật liệu đóng gói bền vững.

Trong lĩnh vực hạt ăn được, một số doanh nghiệp lớn đã tham gia Sáng kiến hạt bền vững với mục tiêu kích thích khả năng truy xuất nguồn gốc và tính bền vững. Trong số nhiều công cụ để đạt được mục tiêu này có sáng kiến cung cấp một hệ thống thông tin quản lý (3S — Hệ thống cung ứng bền vững). Mục đích của hệ thống là để kích thích năng suất và chất lượng, đồng thời tạo khả năng truy xuất nguồn gốc và tính minh bạch trong chuỗi cung ứng.

Một ví dụ về sáng kiến tìm nguồn cung ứng bền vững thành công là công ty Anatrans của Burkinabe. Trong 10 năm qua, Anatrans đã tuyển dụng 1.300 người, trong đó 85% là nữ. Anatrans đã phát triển thành công mối quan hệ hợp tác giữa nông dân, hợp tác xã nông nghiệp và nhà máy, bằng cách cung cấp đào tạo cho nông dân để cải thiện năng suất và chất lượng. Nông dân nhận được sự hỗ trợ cụ thể mà họ cần để phát triển kinh doanh và thương lượng với tư cách là một nhóm có tổ chức trực tiếp với nhà máy. Nhờ đầu tư vào chế biến trong nước và chứng nhận hữu cơ và FairTrade, Anatrans đã trở thành nhà xuất khẩu hạt điều hàng đầu từ Burkina Faso.

Bằng cách tham gia sáng kiến hạt bền vững, các nhà cung cấp ở các nước đang phát triển có thể trở nên cạnh tranh hơn trên thị trường châu Âu. Việc đánh giá rủi ro giúp các công ty tập trung vào những rủi ro bền vững cấp bách nhất. Các công ty có thể đạt được những lợi thế cạnh tranh quan trọng bằng cách chăm sóc nông dân và cải thiện sinh kế của họ.

Tính bền vững của sản xuất, chế biến hạt điều không tách rời hoạt động đầu tư, kinh doanh thông thường. Theo báo cáo đặc biệt của UNCTAD về hạt điều, môi trường kinh doanh hỗ trợ và cơ sở hạ tầng tài chính và vật chất hoạt động tốt là những yếu tố quan trọng cho sự phát triển bền vững của ngành chế biến hạt điều.

Báo cáo nhấn mạnh tiềm năng của hạt điều trong việc đóng góp vào các Mục tiêu Phát triển Bền vững của Liên hợp quốc, đặc biệt là mục tiêu giảm nghèo. Sản xuất hạt điều thường diễn ra ở các hộ sản xuất nhỏ ở khu vực nông thôn. Điều này có nghĩa là có mối liên hệ trực tiếp giữa giá trị gia tăng của ngành điều và thành tựu giảm nghèo. Theo báo cáo, hạt điều là nguồn thu nhập của khoảng 3 triệu nông dân sản xuất nhỏ ở Châu Phi.

Nhà cung cấp hạt điều Tolaro Global có trụ sở tại Bénin đã đặt tính bền vững lên hàng đầu trong sản xuất hạt điều của mình. Công ty tuyên bố rằng sứ mệnh của mình là sản xuất hạt điều tốt nhất thế giới thông qua một cộng đồng nông nghiệp thương mại công bằng, thịnh vượng và bền vững. Những nỗ lực của công ty nhằm thúc đẩy tính bền vững trong thương mại hạt điều đã thu hút sự chú ý của Diễn đàn Kinh tế Thế giới. Công ty giao dịch với 7.000 nông dân trồng điều và nhà máy chế biến của công ty xử lý 6.000 tấn điều thô mỗi năm. Hơn một nửa số nhân viên của công ty là phụ nữ, cũng như 3/4 ban quản lý.

1. ***Nhập khẩu theo chiều dọc***

Để duy trì nguồn cung liên tục và giá cả ổn định, nhiều công ty châu Âu đã bắt đầu đầu tư vào các địa điểm sản xuất ở các nước đang phát triển. Những khoản đầu tư này có khả năng tăng lên, đặc biệt là ở Tây Phi. Mục đích của những khoản đầu tư như vậy là để phát triển ngành công nghiệp chế biến và ít phụ thuộc hơn vào nguồn cung từ châu Á, vì việc mua hạt điều của châu Phi từ châu Á, theo họ, là không bền vững. Các công ty thương mại có trách nhiệm với xã hội tổ chức các hội thảo ở châu Phi về thực hành sản xuất tốt, tính bền vững và chất lượng sản phẩm cũng như thiết lập quan hệ đối tác lâu dài.

Ví dụ về các công ty hợp tác chặt chẽ với nông dân và nhà chế biến ở các nước đang phát triển là Nut2, Olam và Intersnack.

 **10. Phân khúc thị trường hạt điều ở châu Âu**

Phân khúc sử dụng hạt điều lớn nhất ở châu Âu là phân khúc đồ ăn nhẹ. Khoảng 90% hạt điều nhân nhập khẩu ở châu Âu được bán dưới dạng đồ ăn nhẹ, chủ yếu là đồ ăn nhẹ rang mặn. Nhân hạt điều cũng ngày càng được sử dụng nhiều trong các ngành công nghiệp chế biến thực phẩm làm nguyên liệu.

 **Phân khúc thị trường cuối của hạt điều tại châu Âu**

*Nguồn: Autentika Global*

1. ***Phân khúc ăn vặt***

Món ăn nhẹ mặn được tiêu thụ nhiều nhất ở châu Âu vẫn là khoai tây chiên giòn, nhưng các loại hạt (bao gồm cả hạt điều) đang ngày càng được tiêu thụ nhiều hơn và được coi là một lựa chọn lành mạnh hơn.

Trong phân khúc đồ ăn nhẹ, hai xu hướng khác nhau đang ảnh hưởng đến tiêu dùng. Một là phát triển các hương vị rang khác nhau để đa dạng hóa sản phẩm và phù hợp với các sở thích hương vị khác nhau. Một xu hướng khác là ngày càng có nhiều loại hạt điều không ướp muối và chưa rang như một sự thay thế lành mạnh hơn cho các món ăn nhẹ có muối.

1. ***Phân khúc thành phần***

Phân khúc thành phần trong chế biến thực phẩm chiếm khoảng 10% thị trường hạt điều châu Âu. Dự kiến mảng chế biến thực phẩm này sẽ tăng thị phần trong vài năm tới. Những phân khúc sử dụng thành phần hạt điều phổ biến nhất bao gồm:

* Ngành công nghiệp bánh kẹo chủ yếu sử dụng hạt điều mảnh và vụn để sản xuất snack socola. Ngoài ra, hạt điều nguyên hạt phủ socola ngày càng được cung cấp như một sản phẩm mới sau khi hạt hạnh nhân bọc socola thành công ở một số thị trường châu Âu;
* Ngành công nghiệp bánh ngọt sử dụng hạt điều để phết lên bánh quy và bánh ngọt;
* Hạt điều phết là một sản phẩm mới ở một số thị trường châu Âu và được quảng cáo là một loại thay thế lành mạnh hơn cho bơ đậu phộng. Ngoài ra, bơ hạt điều còn được trộn với các nguyên liệu khác để mang đến nhiều hương vị hơn cho người tiêu dùng;
* Ngành ngũ cốc ăn sáng đang tung ra các sản phẩm granola giàu hạt mới, thường sử dụng hạt điều;
* Các thanh protein và hạt trái cây ngày càng được cung cấp nhiều hơn để thay thế cho đồ ăn nhẹ có đường và socola. Hạt điều thường được sử dụng như một thành phần trong các sản phẩm đó như một nguồn protein thực vật;
* Sữa thuần chay sử dụng hạt điều làm nguyên liệu để sản xuất sữa hạt điều, sữa chua và pho mát thuần chay;
* Các phân đoạn khác hạt điều được sử dụng bao gồm các bữa ăn sẵn và nước sốt, chẳng hạn như pesto, khi hạt điều được sử dụng thay thế cho các loại hạt thông đắt tiền hơn.